

平成 30 年 6 月 16 日現在

機関番号：32643

研究種目：若手研究(B)

研究期間：2015～2017

課題番号：15K21381

研究課題名(和文) イスラミック・ツーリズムにおける社会的企業をめぐる実証・理論研究

研究課題名(英文) A Study of Social Enterprises in Islamic Tourism

研究代表者

安田 慎 (YASUDA, Shin)

帝京大学・経済学部・講師

研究者番号：60711653

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 3,000,000円

研究成果の概要(和文)：本研究では、「イスラーム的価値観に則った観光活動」としてのイスラミック・ツーリズムの発展を、市場規範形成を促進する中間支援組織に着目して分析する研究であった。特に、宗教規範に基づいた観光活動の推進という社会的目的と、市場経済における継続的な経済的採算の担保という2つの目的を同時に満たす「社会的企業」としての側面を強く持っている点を明らかにした。さらに、これらの中間支援組織の発展と、彼らを中心としたネットワーク形成は、市場内の社会的目的と経済的採算をめぐる様々な軋轢を生み出してきた。しかし、それらの軋轢を解決する合意形成の場としてもこれらの社会的企業が機能している点も明らかにした。

研究成果の概要(英文)：This study focused on the development of an entrepreneurial environment for the Islamic tourism market by focusing on intermediary institutions and entrepreneurs in the field as 'social entrepreneurs'. These entrepreneurs have developed social networks and shared knowledge among the stakeholders, and promoted consensus among them. As the result, these entrepreneurs have promoted explicit knowledge like halal standards and guidelines in Islamic tourism through the balance of religious authenticity and economic sustainability.

The development of Islamic tourism, therefore, created certain arena that promotes the process of continuous negotiations and interactions among stakeholders to learn the tacit aspects of tourism knowledge based on Islamic value. Islamic tourism provides evidence of a new shared concept of Islamic value and lifestyles in a globalized world.

研究分野：観光学

キーワード：イスラーム ツーリズム ムスリム観光客 ハラル 社会的企業

## 1. 研究開始当初の背景

本研究の背景として、「イスラーム的価値観に則った観光活動」として発展してきたイスラミック・ツーリズムをめぐる議論が、ムスリム（イスラーム教徒）観光客に対する需要と供給をめぐる消費者行動論とマーケティングの議論に収斂されてきた。そのひとつの帰結として、「ハラール・ツーリズム」と呼ばれるムスリムのハラール規範（イスラーム法に則った場合に「許容」であることを指す概念）に焦点を当て、いかに産業ガイドラインとして形式化していくのか、という点に議論が集中してきた。

その一方で、ゲストをイスラーム的な場所や観光活動と結びつけてきた、多様な媒介者の存在にはほとんど目を向けてこなかった。例えば、宗教ツアーを専門とする宗教旅行会社、イスラームの宗教遺産の保全・保護や啓蒙活動に携わってきた NGO・NPO 団体、宗教組織、観光メディアといった存在が、イスラミック・ツーリズムの発展における中核を担ってきた。これらの媒介者は、ムスリム観光客の需要の創出を必ずしも目指していた訳ではない。むしろ、観光活動への関与を通じたイスラーム的価値観の浸透を、経済活動のなかで成し遂げようとしてきた点を指摘できる。このイスラーム的価値観の浸透という社会性と経済的利潤の確保という事業性を両立させる動きは、「社会的企業」(social enterprise)として捉えることが可能であろう。実際、イスラミック・ツーリズムの初期の議論では社会性と事業性の両立という点が大きなテーマとなり、2000年代以降にはイスラミック・ツーリズムを推進するそれぞれの媒介者の間で、その価値観や役割が共有されてきた。

特に、イスラームが保持してきた多様な宗教遺産（宗教建築物、宗教儀礼、ハラール規定、生活様式）を、社会的企業が観光資源として観光事業のなかに積極的に組み込んできたことをあげることができる。その結果、イスラミック・ツーリズムに関与するゲストとホストは、自分たちの経済的・社会的ステータスに応じて、宗教遺産をめぐって生み出される多様な観光活動への関与を深めていった点を明らかにした。すなわち、社会的企業の諸活動によって、多様な人々による「観光資源化を通じた宗教遺産の共有」という動きが活性化してきた点を指摘できる。

## 2. 研究の目的

本研究では一連の背景を踏まえ、「観光資源化を通じた宗教遺産の共有」を推進している媒介者（例えば、宗教旅行会社、NGO・NPO 組織、宗教組織、観光メディア）に着目し、その社会的役割を分析してきた。特に、これらの媒介者を社会性と事業性を両立させる「社会的企業」として捉え、その活動実態や戦略を解明していった。具体的な課題としては、(1) 社会的企業の活動実態・戦略、

(2) 社会的企業を取り巻く制度環境、(3) 社会的企業の組織化、の3点を取り上げ、分析を行った。

## 3. 研究の方法

本研究ではイスラミック・ツーリズムをめぐる関連資料の収集をはじめ、イスラミック・ツーリズム市場の振興に積極的に関与してきた関係者への聞き取り調査を通じて、分析を行った。対象地域としては、イスラミック・ツーリズムの形成・発展を牽引してきたドバイを中心とする中東諸国と、マレーシアやシンガポールを中心とする東南アジア諸国、さらにイスラミック・ツーリズムの議論推進において重要な役割を果たしてきた非イスラーム諸国のなかで、イギリスをはじめとする欧米諸国や日本を取り上げた。

## 4. 研究成果

本研究を通じて、以下の4点が明らかとなった。

### (1) 中間支援組織の活動を核とする新たなネットワークとコミュニケーションの形成と地域ごとの差異

「社会的企業」としてのイスラミック・ツーリズムの中間支援組織の役割として、「観光資源化を通じた宗教遺産の共有」によって、市場のなかでの新たなネットワークとコミュニケーションの形成を担ってきた点を指摘できる。各個人・地域社会のなかで蓄積されてきた宗教資源（宗教的な情報や知識、感性や有形の事物）を、観光活動のなかで「観光資源」として捉え直すことで、消費者との多様なコミュニケーションを構築してきた点を明らかにした。しかし、コミュニケーションの在り方が、地域によって異なることも明らかにした。

例えば、東南アジア諸国では「ハラール規範」の産業ガイドライン化（ここでは、「ハラール・スタンダード」と呼ぶ）を通じて、産業活動に適合的な市場制度の構築に努めてきた。その結果、主要な消費者であるムスリム観光客向けの個々の観光商品や実践のハラール・スタンダードへの適合具合を測るシステムと同時に、監査システムや格付事業への展開へと市場が広がりを見せていく点を示した。

他方で、中東諸国では湾岸諸国を中心に、地域社会のイスラーム関連の有形・無形遺産の保全・活用を通じたフィランソロフィー（慈善活動）に焦点が当たってきた。特に、資産家による寄付によって、イスラーム関連の文化財の保全が図られると同時に、観光活動を通じたムスリム/非ムスリムを含めた一般大衆への啓蒙活動へとつなげてきた。その結果、イスラーム関連の博物館・美術館や文化財の収集、イスラーム関連行事の観光活動への適用が盛んに議論されてきた。

更に、欧米諸国を中心とする非イスラーム

諸国ではイスラーム経済の議論と結びつき、イスラーム金融や社会的投資をはじめとするモラル・エコノミー (moral economy) の議論のなかでイスラミック・ツーリズムの論じられることを明らかにした。その他にも、西洋諸国におけるイスラモフォビア (イスラーム嫌い) との関連をふまえる独自の議論が存在する点も明らかになった。

日本においてもイスラミック・ツーリズムの議論は日本国内のインバウンド・ツーリズムの振興と東南アジア諸国からの観光客との関連から、ハラール知識を持つ個人や組織のコンサルタントを核とする「ハラール・ツーリズム」の文脈で論じられてきた点を明らかにした。

以上のように、「イスラーム的価値観に則った観光活動」が、地域的な文脈との関係で、その実践にも違いが見られる点で、「ムスリム観光客」という画一的な消費者像を想定する従来の研究が、必ずしも普遍化できない点を示した。

## (2) 「イスラーム的価値観」をめぐるコミュニケーションの軋轢と協働

研究成果の結果、イスラミック・ツーリズムの推進に従事する一連の社会的企業の間や、市場の利害関係者との間で、市場の社会性 (社会的理念) と経済性 (経済的採算) をめぐって、さまざまな形での軋轢が存在することも明らかとなった。特に、何をもちてイスラーム的価値観とするのかという当事者間のコンセンサスが、必ずしも先行研究で言われてきた「ハラール」に集約されている訳ではなく、むしろ市場内で多様な意見が存在し、意見間のコンフリクトが強く見られる点が明らかになった。特に、地域的な文脈のなかで独自のネットワークとコミュニケーションを構築してきた各地の中間支援組織や市場ネットワーク間の軋轢 (例えば、「ハラール」をめぐる解釈や実践の違い、市場制度や規範の構築の仕方の違い)、観光地や地域住民たちとのディスコミュニケーションも生み出してきた。

他方で、これらの中間支援組織の諸活動が一連のコンフリクトを生み出しながらも、当事者間の議論を通じて、当事者たちが暗黙的に共有してきた観光活動におけるイスラーム的価値観を顕在化し、形式化を促すアリーナとして機能してきた点も明らかにした。

## (3) コミュニケーション経験を通じた知識創造・資源動員のアリーナとしてのイスラミック・ツーリズム

むしろ、ソーシャル・イノベーションやソーシャル・アントレプレナー (社会的起業家) の議論を踏まえるのであれば (例えば、谷本寛治・大室悦賀他『ソーシャル・イノベーションの創出と普及』エヌティティ出版、2013年)、市場内外での利害関係者のコミュニケーション経験を通じた新たなネットワーク

や情報の蓄積に見られる「知識創造」の動きと、知識創造のために利害関係者たちの資源を動員する為の「正統性 (legitimacy)」の確保に見られる「資源動員」の動きの双方を成立させることの重要性が指摘されてきた。その際、「観光資源化」、すなわち市場経済としての観光活動を通じて、これまで蓄積してきた各個人や地域社会の宗教資源 (無形遺産としてのイスラーム的知識や生活様式、有形遺産としてのイスラーム的建造物や芸術) を内外の利害関係者たちと共有しようと図ってきた。

その点、イスラミック・ツーリズムにおける中間支援組織は、利害関係者の知識創造と資源動員を促進する「正統性」を、イスラーム的価値観の文脈に則って市場に提示する役割を果たしてきた、と捉えることができる。イスラミック・ツーリズム市場のなかで共有されてきたハラール規範も、市場における中間支援組織と利害関係者たちとの共創のなかで生み出されてきた概念として捉えることが可能である。

## (4) イスラミック・ツーリズムによる新たな知識創造・資源動員サイクルを通じた地域・社会の変容のプロセス

本研究の成果を踏まえ、イスラミック・ツーリズム研究において、従来の消費者行動論やマーケティング研究を通じた観光者の動機を分析することの限界が明らかになった。

むしろ、イスラミック・ツーリズムが創出する「知識創造」と「資源動員」のアリーナや「正統性」は、異なった情報や知識、感性を持つ諸主体のコミュニケーションを促し、関係する諸主体の知識・感性をも変容させていく点を指摘することができる。あるいは、従来は地域的な文脈のなかに埋め込まれていた有形・無形の宗教資源やネットワークを、新たな知識ネットワークのなかに位置づけ直す実践として捉えることができる。

その点、イスラミック・ツーリズムはそこに開わる地域・社会を常に流動的・動的にする、あるいは地域や社会を再定式化する原動力となっていることを明らかにした。特に、イスラミック・ツーリズム市場の発展にともなってイスラーム諸国内外のムスリムたちの移動経験が急激に増し、他方でイスラーム諸国外の非ムスリムもイスラミック・ツーリズム市場を活用しながら新たな知識を享受し、国際観光のなかでのイスラームの位置づけも変化している点も明らかにした。

\*

以上の研究成果を踏まえ、本研究ではイスラミック・ツーリズムが、社会的課題のための知識創造・資源動員のアリーナとして、利害関係者たちの観光への関与の仕方を変容させてきた点を明らかにした。特に、従来はイスラーム的価値観と相容れないと議論さ

れることもあった観光活動を、イスラーム的価値観の下に再編していく原動力となっていた点を明らかにした。それは単に消費者の「イスラーム復興」のような文脈で語られるものではなく、イスラミック・ツーリズム市場における中間支援組織が提示するイスラーム的な「正統性」への賛同と議論の修正を通じて、知識創造と資源動員のサイクルを創り出したことによって発展した、と結論づけることができる。

#### <参考文献>

谷本寛治・大室悦賀他『ソーシャル・イノベーションの創出と普及』エヌティティ出版、2013年

### 5. 主な発表論文等

(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

#### [雑誌論文](計6件)

Yasuda, S. 2017. Managing Halal Knowledge in Japan: Developing Knowledge Platforms for Halal Tourism in Japan. *Asian Journal of Tourism Research*, 査読有、Vol. 2 No. 2, pp. 65-83.

DOI: <https://doi.org/10.12982/AJTR.2017.00010>

安田 慎. 2017. 巡礼・参詣からイスラームを捉える、歴史と地理 世界史の研究、査読無、704号、pp. 50-53.

安田 慎. 2017. 観えないオーディエンスとステージで演じる - 観光研究におけるパフォーマンス論的転回をめぐる考察、帝京経済学研究、査読無、50巻2号、pp. 53-66.

安田 慎. 2017. ポスト・オリエンタリズムのなかでローカリティを演じる - 中東地域研究におけるパフォーマンスとしての観光、観光学評論、査読有、5巻1号、pp. 137-140.

安田 慎. 2015. イスラミック・ツーリズムにおける観光資源化 宗教観光の商品化・市場・コミットメントをめぐる、帝京経済学研究、査読無、49巻1号、pp. 87-108.

安田 慎. 2015. ハラル・スタンダードの形成と軋轢 クレセントレーティング社におけるムスリム観光客ガイドラインを中心に、中東研究、査読無、523号、2015、pp. 53-61

#### [学会発表](計13件)

Yasuda, S. Rethinking Islamic Hospitality: Managing Hosts and Guests in Diyāfa Tradition. 9th International Religious Tourism and Pilgrimage Conference. 29 June 2017, Casa Dei Padri, Armeno, Italy, 査読有.

Yasuda, S. Islamic Hospitality in Adab Literature: Searching for Depth of Religious Duty, Piety, and Righteousness in Diyāfa Practices. The First International Symposium of Kenan Rifai Center for Sufi Studies. 21 May 2017, Kyoto University, 査読無.

安田 慎. イスラミック・ホスピタリティ論再考 アダブ文献におけるディヤファ・サファルをめぐる、日本中東学会第33回年次大会、九州大学箱崎キャンパス、2017年5月14日、査読有

Yasuda, S. Religious Practices or Guidelines? The Invention of Tacit Knowledge in the Development of Halal Tourism Market in Japan. International Conference on Emerging Tourism in the Changing World. Imperial Mae Ping Hotel, Chiang Mai, Thailand, 13th November 2016, 査読有.

Yasuda, S. Halal as 'Community of Practice': Managing Muslim Tourists in Japan. 10th Kyoto-Durham International Workshop in Islamic Economics and Finance, Durham University, Durham, UK, 4 August 2016, 査読無.

Yasuda, S. Remembrance of Holy Places: The Network of Religious Capital and Risk Management in Shi'ite Religious Places in Syria " 8th Annual International Religious Tourism and Pilgrimage Conference. Konya Necmettin Erbakan University, Konya, Turkey. 2nd June 2016, 査読有.

安田 慎. 宗教観光におけるアントレプレナーシップをめぐる一試論 - インド・ムンバイのイスラーム旅行会社 S を事例に、日本中東学会第32回年次大会、慶応義塾大学三田キャンパス、2016年5月15日、査読有

Yasuda, S. Between Tacit Knowledge and Guidelines: A Study of the Development of Halal Tourism Market in Japan. International Language and Tourism Conference 2016 (ILTC 2016). International Islamic University, Malaysia. 22nd January 2016, 査読有.

安田 慎. 創り出された「ムスリム観光客」 - ハラル・ツーリズムのガイドラインをめぐるポリティクス」マレーシア学会第24回年次大会、立教大学、2015年12月12日、査読有

安田 慎. 取引コストの可視化・縮減機能としてのハラル・コンサルタント - ハラル概念の暗黙知と形式知をめぐるイスラーム地域研究の視点からの一考察、日本観光研究学会第30回年次大会、高崎経済大学、2015年11月29日、査読有

Yasuda, S. Redefining Halal in Japan: Bridging Host and Guest Values in the Japanese Tourism Industry. NIHU Program for Islamic Area Studies Fifth International

Conference “New Horizons in Islamic Area Studies: Asian Perspectives and Global Dynamics.” Sophia University. 11th September 2015, 査読無.

安田 慎、ガイドラインの政治学 イスラミック・ツーリズム市場におけるクレセントレーティングをめぐる力学、観光学術学会第4回年次大会、阪南大学、2015年7月5日、査読有.

Yasuda, S. The Selfie in the Hajj: Pilgrim Experiences and Religious. Authenticity in Contemporary Makkah, Saudi Arabia. 7th ATLAS Religious Tourism and Pilgrimage Expert Conference. Girona University. Spain. 12th June 2015, 査読有.

〔図書〕(計3件)

安田 慎「資源化する宗教感覚、資源化を飼い慣らす宗教感覚 ポケモン GO をめぐるイスラーム的批判からの考察」神田孝治・遠藤英樹・松本健太郎『ポケモンGOからの問い 拡張される世界のリアリティ』新曜社、2018、pp. 162-173.

安田 慎『イスラミック・ツーリズムの勃興 宗教の観光資源化』ナカニシヤ出版、2016、244 pp.

安田 慎「セルフイーが生み出す景観 - マッカ巡礼における宗教景観論争と共有のパフォーマンス」河合洋尚編『景観人類学 身体・政治・マテリアリティ』時潮社、2016、pp. 147-166.

〔招待講演〕(計5件)

日本アラブ首長国連邦協会 総会「観光的イスラーム社会を推進せよ！UAEにおけるイスラミック・ツーリズムをめぐる試み」経団連会館、2017年7月24日.

日本中東学会 第22回公開講演会「イスラーム世界の新しいライフスタイル 観光」内「観られる人びとから観る旅行者へ：イスラーム世界の観光市場とムスリムたち」パロー文化ホール(多治見市文化会館)2階大会議室. 2016年11月20日. 観光学術学会 第5回年次大会 シンポジウム「若手研究者から見た観光学」パネリスト「オリエンタリズム論の先をまなざす 中東地域研究における社会的実践としての観光」立命館大学 衣笠キャンパス、2016年7月10日.

九州大学 大学の世界展開力強化事業「スパイラル型協働教育モデル：リーガルマインドによる普遍性と多様性の均衡を目指して」平成27年度成果事業報告会「クール・ジャパンとハラール・ツーリズム」「理念か、市場か？ ハラール・ツーリズムにおける国際的ガイドライン競争をめぐる」九州大学箱崎キャンパス、2016年3月15日.

中東調査会 中東情勢講演会「虚像としてのムスリム観光客 ハラール・スタン

ダードが生み出すイメージと実像」フォーリン・プレスセンター、2015年6月23日.

〔その他〕(計1件)

安田 慎、「よそ者」が継承する文化遺産 - モロッコ・マラケシュのリアド」『月刊みんぱく』11月号、2016、16-17.

6. 研究組織

(1) 研究代表者

安田 慎 (YASUDA, Shin)

帝京大学・経済学部観光経営学科・講師

研究者番号：60711653