

令和 2 年 6 月 11 日現在

機関番号：12603

研究種目：基盤研究(C) (一般)

研究期間：2016～2019

課題番号：16K01974

研究課題名(和文) イスラームに基づく商品・サービスの規格化と地域・産業間比較研究：東南アジアの例

研究課題名(英文) cross-regional and cross-industrial comparative studies on standardization of commodities and services based on Islam: cases in Southeast Asia

研究代表者

福島 康博 (FUKUSHIMA, Yasuhiro)

東京外国語大学・アジア・アフリカ言語文化研究所・研究員

研究者番号：20598908

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)：本研究課題は「イスラームに基づく商品・サービスの規格化と地域・産業間比較研究：東南アジアの例」と題し、イスラーム金融、ハラール食品、ホテル、ムスリム・フレンドリー・ツーリズムの四つの産業に焦点を当て、マレーシア、インドネシア、シンガポール、フィリピンの島嶼部東南アジア四カ国にて、聞き取り調査や文献調査、統計分析等を行った。この調査分析を通じて、これらの商品・サービスに適応されているイスラームの規格化を明らかにするとともに、各国のイスラーム的知のあり方、イスラームに基づく産業の興隆、イスラーム団体の各国内での位置づけや政府・中央銀行等の役割を解明することが、本研究課題の目的である。

研究成果の学術的意義や社会的意義

イスラームに基づく商品・サービスを提供する産業において、イスラームがどのように規格化され、生産・消費に影響を与えているかを明らかにすることを目的とする本研究課題においては、東南アジア諸国を研究対象とし相互比較を行うことで、商品・サービスの特質と各産業への広がりを明らかにした。

本研究課題は、産業分析という経済学や経営学の領域での議論ではなく、経済分野における宗教的価値観の影響、各国におけるイスラームの実践、そしてその地域間比較を行う地域研究の側面も併せもつ。そのため本研究課題を通じて得られた知見は、地域、イスラーム、経済・経営といった各学問領域に対して、学際的な貢献を行えるものである。

研究成果の概要(英文)： This research project, titled "cross-regional and cross-industrial comparative studies on standardization of commodities and services based on Islam: cases in Southeast Asia", focuses on four industries: Islamic finance, halal food, hotels, and Muslim-friendly tourism. The study area is Southeast Asia, especially four countries: Malaysia, Indonesia, Singapore, and the Philippines. This research project aims to clarify the standardization of Islam, which is applied to these products and services, the development of Halal industries, and the role of governments and central banks in this field, through this research analysis.

研究分野：総合人文社会

キーワード：東南アジア イスラーム

1. 開始当初の背景

島嶼部東南アジアにおいては、イスラームに基づいた商品・サービスを提供する産業の興隆という顕著な特徴が存在する。具体的には、(1)ハラール食品、(2)イスラーム金融、(3)ホテル、(4)ムスリム・フレンドリー・ツーリズムである。これらの商品・サービスは、各産業に属してはいる一方、イスラームの教義に準拠していることを謳う点では共通している。

各産業で製造・販売されている商品・サービスにイスラームの教義がどのように反映されているかは、当該商品・サービスごとに異なる。例えばアルコールやブタの扱いについては、イスラーム銀行ではこれらを扱う企業への融資の禁止、ハラール食品ではこれら食材の排除、ホテルであればこれらに由来する物品の室内への持ち込み禁止、などの規範が形成されている。

本研究課題が扱う各産業に対しては、東南アジアを含めた各国の事例分析がすでに多数行われている。ただ、複数の国と産業を跨ぎ、なおかつイスラームの視点からこれらの相違点や共通点、およびその経済的・政治的・文化的・宗教的背景まで論じた研究は限定的である。すなわち、既存の研究は特定の国の特定の産業について、主に政治経済的な分析に主眼が置かれてきた。それに対して本研究課題は、地域・国家間、および産業間の相同をイスラームの観点からの分析を中心に置くところに意義がある。

2. 研究の目的

本研究課題は「イスラームに基づく商品・サービスの規格化と地域・産業間比較研究：東南アジアの例」と題し、島嶼部東南アジア諸国のイスラーム金融、ハラール食品、ホテル・観光産業に焦点を当て、聞き取り調査や文献調査、統計分析等を用いて、これらの商品・サービスに適應されているイスラームの基準化を明らかにすると同時に、各国のイスラーム的知のあり方、イスラームに基づく産業の興隆、イスラーム団体の各国内での位置づけや政府・中央銀行等の役割を解明することを目的とする。

具体的には、東南アジア、主にマレーシア、インドネシア、シンガポール、フィリピンの四カ国の事例を通じて、ハラール産業が提供する商品やサービスに適用されるイスラームの教義が、どのように基準化されるのかを明らかにする。二点目は、ハラール産業に対するイスラームの基準化の決定者が誰かを明らかにする。三点目は、イスラームの基準化に際して、産業や国ごとに内容や対象に差異が見られるが、そのような差異が生じる原因を明らかにする。そして四点目は、ハラール産業のためのイスラームに基づく基準が、消費者・生産者・監督者といったステークホルダーに対してどのような影響を与え、また関係を構築しているかを明らかにする。

3. 研究の方法

(1) 概要

本研究課題は、地域間および産業間の比較を行うことを目的としている。そのため、まず研究対象となる産業としては、イスラーム金融、ハラール食品、ホテル、観光の四つの産業である。また、地域間比較のため、マレーシア、インドネシア、シンガポール、フィリピンの四カ国を調査対象地とする。各地・各産業における調査内容や収集した資料、データ等は下記の通りである。

(2) 産業ごとの調査

イスラーム金融で提供されるイスラーム金融商品・サービスのイスラーム性は、イスラーム金融機関会計・監査機関(本部：バハレーン)などの国際機関によって示されている。他方、マレーシアのように独自の金融商品・市場が構築されている例もみられる。同産業については、各国の中央銀行や財務省が発行するガイドラインやイスラーム金融に関する法規を収集した。市場の動向については、同じく中央銀行が公表する統計データや、各金融機関の財務諸表を活用した。

ハラール食品においては、四カ国とも国内の有力なイスラーム団体によるハラール認証制度が確立している。そのため、ハラール食品に織り込まれるイスラームの教義とその団体間の相違は、各団体の認証基準を確認することによって明らかとなる。また、どのような食品やレストランに認証が与えられているかを分析することにより、国ごとの消費者のニーズを明らかにした。

ムスリム観光客対応のホテルは、他の三産業に比べてグローバルに膾炙される認証制度や認証基準がいまだ確立していない。ただ、ムスリム観光客対応を積極的に行っているとされるホテルが各国に存在しており、これら個別の事例を調査した。

ムスリム・フレンドリー・ツーリズムは、四カ国を渡航地先として中東や他の東南アジア諸国のムスリム観光客の受け入れるインバウンドと、四カ国のムスリム観光客がゲストとなって外国旅行を行うアウトバウンドとの両側面がある。本研究課題では双方に着目して、四カ国のムスリム観光客の動向と、四カ国が国内ツアーを立案・実施する際のイスラームの視点からの要点を明らかにした。

(3) 国別の調査

マレーシアは、ムスリムが多数派を占める国であり、各産業とも市場規模が大きく、政府による産業育成とイスラーム化への制度化が、四カ国の中でもっとも進んでいる国といえる。具体的な調査対象としては、中央銀行やハラール認証団体であり政府のイスラーム行政を担っている

JAKIMなどが中心となった。また、マレーシアではハラール食品やムスリム・フレンドリー・ツーリズムに関する見本市が頻繁に開催されており、これらに出席して聞き取り調査を行った。

インドネシアは、マレーシアに次いでイスラームに基づく産業が盛んな国である。調査対象としては、中央銀行やハラール認証団体である。ホテルについては、ジャカルタにあるムスリム観光客対応で一定の評価を得ている事例を取り上げた。

シンガポールは、ムスリムは人口比 15%程度で少数派であるものの、ムスリム観光客の積極的な受け入れを実施していることで知られている。主な調査対象は、イスラーム行政の中心でありハラール認証団体である MUIS である。また、日本行のアウトバウンド・ツアーも販売されており、旅行業者の調査を行った。

フィリピンは、ムスリムが南部地域に集住する一方、首都圏であるメトロ・マニラには近隣からのムスリム移民が 10 万人ほど暮らしている。同国に関する調査では、ハラール認証制度と外国人ムスリム観光客の受け入れに関する調査を集中的に行った。

4. 研究成果

(1) イスラームに基づく商品・サービスの定義

イスラームに基づく商品・サービスとは、ムスリム消費者がそれを利用した場合において、シャリーアに違反するような行為や状況を導かない商品・サービスを指す。この定義は、サッジャード (*Sajjadat*, 礼拝用マット)、キブラ・コンパス、トゥルバ (*turbah*, 主にシーア派ムスリムが使用する、額に押し当てる陶片)、トゥルクン (*telekung*, 東南アジアのムスリム女性が着用する衣装)、ミスハバ (*misbahah*, 数珠) といった、五行の一つである礼拝を成立させるための物品だけを指すのではなく、より多様な商品・サービスを含む。例えば、家電製品や楽器、自動車のような信仰行為に直接用いられない商品・サービスであっても、イスラームに反する要因が含まれていないのであれば、この定義に該当する。

他方、この定義にあてはまらない、すなわちイスラームに反する商品・サービスも存在する。それは、シャリーアによって明確に禁じられている行為を導くもので、典型例はアルコール飲料、賭博、偶像崇拜、占いである。これらは、クルアーン 5 章 90 節において「悪魔の業」として禁じられているため、これらの商品・サービスがこの定義を満たすことはない。

他方、コンビニエンス・ストアや大型ショッピングモールといった小売業は、それ自体はシャリーアに反するものではないものの、豚肉やアルコールの商品を扱う店舗もある。そのためマレーシアでは、小売店はノンハラール商品専用の売り場やレジを設けた上で、非ムスリムの従業員が業務に従事している。さらに、クランタン州など一部の地域においては、レジを男性客用・女性客用・ファミリー客用に分けている事例もみられる。

この定義をめぐっては、消費者や生産者の間でも認識の違いが存在する。例えばハラール食品においては、広義ではイスラーム法に準拠し、特にアルコール由来の成分や豚由来の成分などイスラームに反する要因を含んでいない食品を意味する。しかしながら近年、ハラール認証制度がムスリム消費者の間で浸透するにつれて、ハラール認証を受けた食品をのみをハラール食品とみなす狭義の定義もムスリムの間で認知されつつある。

(2) イスラームに基づく商品・サービスのための基準と近代法

ムスリム消費者がシャリーアに抵触することのない商品・サービスを生産するための明確な基準やルールの存在は、生産者と消費者の双方にとって有益である。現代においては、生産技術の向上や科学的知識の高度化・専門化・深化して、シャリーアの解釈の専門化・多様化が進んでいる。この結果、ムスリム消費者が一般的な知識のみで当該商品・サービスのシャリーア適格性の判断するのは、困難となっている。また、イスラームに関する知識の欠如は、非イスラーム諸国の企業がハラール産業の市場に参入する際には障壁となる。

イスラームに基づく商品・サービスの生産と基準化に関して、現代的な課題となるもう一つの点が、企業によるシャリーアへの準拠を、政府がどの程度法的に強制できるかという点である。すなわち、生産者は商品・サービスがシャリーアに準拠することを法律によって強制されるのかという問題と、生産者がシャリーアに準拠していないのにも関わらずあたかも準拠しているかのように偽装した場合、生産者は法的に罰せられるのかという問題である。

現代東南アジア諸国におけるシャリーアの位置付けは、サウジアラビアやイランのように憲法や法律として一律に採用されているのではなく、適用される内容や規定によって大きく異なる。例えば、マレーシアにおけるムスリムの婚姻や離婚、相続などを対象とする、シャリーアに準拠した家族法は、各州において州法として施行されている。そのためこの法律に違反することは、シャリーアに抵触すると同時に州法違反にもなる。他方、シャリーアに定められた犯罪とそれに対する刑罰を定めるハッド刑 (*Hudud*) をめぐっては、クランタン州で州法として議会を通過しているものの、華人や一部のマレー人からの抵抗感が強いいため、施行までには至っていない。

服装もまた、現代におけるシャリーアと近代法の関係を示す象徴的な事例である。クルアーン第 24 章 31 節は、アウラー (*awrah*) を隠すことを明記している。しかしながら、アウラーがどこを指すのか、またアウラーをどのようにして隠すのかが明記されていない。そのため、イスラームに適っているとされる衣服は、その形状や名称、素材、色合い・模様において、東南アジアだけでなくイスラーム地域ごとに多様性が存在している。また、そのような服装の着用をめぐっ

では、イランのように、ムスリムのみならず非ムスリムの外国人旅行者に対して、公共の場におけるチャドルの着用を義務付けている国もあれば、マレーシアのように必ずしも州法・連邦法によって着用が法制化されていない国もある。ただし同国では、公立のマレー系 (*Sekolah Kebangsaan*) の小学校と中等学校においては、マレー・ムスリムの女子生徒はベールである *tudung* と手首・足首まで隠れる *baju kurung* が制服として採用されている。

これに対して民間企業のムスリム女性従業員の服装規定は、各国で意見と対応が分かれている。例えばイスラーム銀行やホテルなどでは、トゥドゥンなどイスラーム的とみなされる服装を着用するガイドラインを設けている。他方、ヨーロッパ資本のホテルにおいては、フロント系のムスリム女性従業員にトゥドゥンの着用を禁止した事例がある。

現代の東南アジア諸国で施行されている、イスラームに基づく商品・サービスのための基準は、シャリーアの趣旨を織り込んだ近代法として施行されており、違反者には刑罰が科されるもの、官公庁の省令や規制、ガイドラインとして施行され、特に生産者において違反がみられる場合には罰則が与えられるもの、および民間のイスラーム団体などが定めるルールや業界団体、企業自身が設ける任意のルールであり、法的な罰則が伴わないもの、の三つに分類される。

(3) 規格の有無とハラール産業の形成

イスラームに基づく商品・サービスに対して、当該商品・サービスはかくあるべきとの規格が明示される産業と示されない産業があり、前者はハラール産業と呼ばれる。この違いを生む原因として、二つの点を指摘できる。すなわち、非イスラーム諸国由来の産物ないし最新の科学技術の産物であるため、あるべき商品・サービスの雛型がシャリーアにおいて示されていないことと、イスラーム法学派、業界、地域、認証団体などの中で見解が統一されていないことの二点である。

は、預言者ムハンマドの没後、新たな神の命令が生じなくなって以降、ムスリムが接するようになった事物である。そのため、これらの事物に対する処遇や接し方は、クルアーンやハディースに直接的な記述がない。一例を挙げると、フィンテックの一種である暗号資産は、金融産業において近年誕生したサービスだが、ムスリムによる所有が適切であるか否か、イスラーム諸国各国の金融当局は慎重に検討している段階にある。

次にであるが、この典型例が金融産業である。利子がないなどイスラームに適ったイスラーム金融が1970年代に誕生した。他方、有利子の従来型金融システムを肯定する見解をもつイスラーム法学者も存在する。両者の意見は現在においても一つに収斂されておらず、結果としてパキスタンやイランなど一部の国を除いた多くのイスラーム諸国では、イスラーム金融と従来型金融が併存している。換言すれば、イスラーム法学者の間で金融産業に対する統一的な解釈が共有されていないため、それぞれの立場にたった金融が併存していることになる。

(4) 規格化が与える影響

イスラームに基づく商品・サービスの適切なあり方を規定する基準の存在は、さまざまステークホルダーにも影響を与える。ここでは、ムスリム消費者、生産者・企業、および監督者である監督官庁に与える影響を明らかにする。

ムスリム消費者に与える影響

イスラームに基づく商品・サービスとそのための基準作りは、ムスリム消費者の信仰を守るためにある。この背景として、非ムスリムが製造した商品・サービスをムスリムが接するようになった点を指摘できる。ムスリムが、自身の消費を自らの生産だけでは満たせず、非ムスリムによって生産された商品・サービスも消費しなければならない。この結果、ムスリム消費者の目の前にある商品がイスラームに準拠しているか否か、厳格な判定がムスリム消費者自身で確定できなくなった。すなわち、生産がムスリムの手から離れたのと同時に、イスラームに準拠しているかの確認もムスリム消費者自身の手から離れ、専門家による認証団体の必要性をうながした。

他方、ムスリム消費者の間でも、商品・サービスがどのようにイスラームに準拠するべきかの点において、認識の差が存在する。食に関しては、ハラール認証の有無を重視するムスリムもいれば、ノン・ハラール料理からノン・ハラールの食材を除去することで飲食するムスリムもいる。

ムスリム消費者は、他の条件が同じならば、よりイスラームに適っているとされる商品を選択する。その際に問題となるのは、商品・サービスの価格と質である。例えば東南アジア諸国から日本へのパッケージ・ツアーにおいては、ムスリム・フレンドリー・ツーリズムは、そうではない一般的なツアーよりも高額になる傾向にある。イスラームへの準拠を謳う商品・サービスであったとしても、価格が高いか質が悪い場合は、ムスリム消費者から選択されにくい。イスラームへの厳格な準拠の基準と認証を設けることによって価格の上昇や品質の低下が発生し、ムスリム消費者離れを招くのであれば、認証制度の存在意義が問われることになる。

生産者に与える影響

イスラームに基づいた基準に沿って商品・サービスの製造を行うのは生産者であるが、必ずしもムスリムだけであるとは限らない。多くの認証団体では、定められた基準に則った食材と製造過程による食品であれば、誰が製造しても認証が取得できる。JAKIMによれば、2019年にハラール

ル認証を取得した企業のうち、60%以上は非ムスリムによる企業であるとしている。イスラームの基準化が行われていることにより、ムスリム消費者のためのハラール産業は、非ムスリムによって支えられていると指摘できる。

認証基準は、イスラームに則った商品・サービスとは何かを示すものである。これにより、ムスリム向けの商品・サービスの定型化が生じる。このことは同時に、基準に合致しない商品・サービスも生む。この結果、ハラールである産業・市場とそうでない産業・市場との分裂を招く。これはグローバルな現象としてだけではなく、一国内でも起きうる。このような市場に直面した企業は、ビジネス展開においては基準に則したムスリム向けの商品・サービスの製造を行うか、基準に準拠せずムスリム消費者以外を顧客とするビジネスを展開するか、どちらか一方があるいはその両方を行う選択にせまられる。企業にとって、ノン・ハラールの商品・サービスを提供する方が、ハラールの商品・サービスよりも低コストで高いクオリティも維持でき、またより高い売上が期待できるのであるならば、ムスリム消費者を対象とするビジネスを行わない、という選択肢もありうる。

このような点から、ムスリム消費者向けの商品・サービスのあり方を規定する基準の存在が、企業のビジネス行動を左右することは明らかである。そのため企業にとっては、基準を作る団体が信頼できるか否かが重要である。例えば日本の場合、政府は憲法の政教分離の原則により認証には関与しないため、民間イスラーム団体による基準に準拠する必要がある。ただ、民間団体への信頼が低いことで、国内のハラール認証制度とムスリム向け商品・サービスが普及しない原因となっている。他方、東南アジア各国においては、各国の認証団体はその国でイスラームの権威ある団体とみなされているため、企業が基準に準拠することに戸惑いはない。

監督者（認証団体、監督官庁）への影響

ハラール認証制度とそのため基準作りは、各国内で実施されている一方、世界規模での統一基準と制度運営は現状において困難に直面している。統一された基準とは、法学派や地域によって実践されているイスラームのあり方を超えて、世界中の商品・サービスに適用されるハラール認証基準を作ることを意味する。しかしながら、統一された基準をどのようにすべきか、またそのような基準は誰に作る資格があるか、という点で各イスラーム団体に見解の相違が存在する。国境と法学派を越えたイスラームの統一は、これまでにイスラーム世界で経験したことのない問題であり、課題解決のための模索が現在も続いている。

(5) イスラームに基づく商品・サービスの規格化の意義

立法機関や行政機関、あるいは民間団体・企業が、シャリーアの趣旨に則したルールを策定し、商品・サービスを検査するハラール認証制度の存在意義として、二点指摘できる。一つは、ムスリム消費者に代わって商品・サービスがシャリーアに準拠しているか判断する役割を担っていることである。例えばハラール食品であれば食品添加物や触媒、イスラーム金融あればクレジットカードや暗号資産、フィンテックなど、科学技術の高度化によって当該商品・サービスがイスラームに適っているか否かが、一般的なムスリム消費者では判断が付きにくい。そのため、各商品・サービスがシャリーアに適っているか否かの判断は、専門家によってなされる必要がある。マレーシアの JAKIM によるハラール認証の事例においては、申請に対する現地臨検の際、イスラームを専門とする査察官と申請分野を専門とする査察官が、それぞれ1名以上派遣される。また、同じくマレーシアのイスラーム金融の事例においても、イスラーム金融機関に対する外部監査機構であるシャリア・ボードは、大学教員や研究者を構成員とし、イスラームの観点からビジネス内容を監査している。

もう一つの存在意義は、ムスリムが非イスラーム的要因への接触から回避させることである。グローバル化の進展の結果、非ムスリムによってもたらされるイスラームに反する商品・サービスに、ムスリムが接しやすくなった。これらのものに接することによってムスリムがイスラーム反するリスクを減じるため、ハラール認証制度が生み出された。

以上の議論からハラール産業の基準作りは、国内におけるイスラームのあり方、あるいは国家とイスラームの関係性を示す一事例に位置づけることができる。これは、婚姻や相続といった家族法、ハッド刑のような刑法などと並び、ムスリムの日常生活と企業のビジネス活動とに影響を与えうるルールの制定の事例の一つととらえることができる。ただ、ハラールのルール作りに関しては、イスラーム諸国であっても国が関与せず、民間ムスリム団体がルール作りを行う事例がみられるなど、他の事例とは異なる傾向を示している。

この背景には、婚姻・相続や刑法とは異なり、ハラール産業自体注目を集められ始めたのが1970年代以降という比較的近代の傾向であることと関与している。また、近年のグローバル化の進展、特に物流の発展によって、対象となる商品・サービスが国境を超えるようになった。これにつれて、国境を越えたグローバルなハラールの基準の統一への要望が、産業界の現場から挙がるようになってきている。この点は、ISO や IFRS のようなグローバルな産業・会計規格の採用とは異なる困難さを、イスラームは孕んでいることを示唆している。イスラームとその決定機関が商品・サービスを規定する一方で、同時に消費者や生産者が、ムスリム・非ムスリムを問わず商品・サービスを通じてイスラームの統一を求める状況となっている。

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕 計2件（うち査読付論文 0件/うち国際共著 0件/うちオープンアクセス 0件）

1. 著者名 福島康博	4. 巻 -
2. 論文標題 イスラームと金融	5. 発行年 2018年
3. 雑誌名 ハラールサイエンスの展望	6. 最初と最後の頁 169-180
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 福島康博	4. 巻 -
2. 論文標題 イスラームに基づく食の安全・安心： マレーシアのハラール認証制度の事例	5. 発行年 2016年
3. 雑誌名 現代のイスラーム法	6. 最初と最後の頁 151-193
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

〔学会発表〕 計3件（うち招待講演 0件/うち国際学会 0件）

1. 発表者名 福島康博
2. 発表標題 桐原翠氏報告『国際的なハラール産業の拡大とその背景：グローバル・ハラール・ムーブメントとマレーシアの戦略をめぐる考察』へのコメント・質問
3. 学会等名 アジア政経学会
4. 発表年 2018年

1. 発表者名 福島康博
2. 発表標題 2017年のマレーシアの主要な出来事：マレーシア日本語メディアの分析から
3. 学会等名 日本マレーシア学会関東地区研究会
4. 発表年 2018年

1. 発表者名 福島康博
2. 発表標題 マレーシアにおけるイスラーム金融サービス法の施行とイスラーム金融機関への影響
3. 学会等名 日本金融学会春季大会
4. 発表年 2016年

〔図書〕 計1件

1. 著者名 福島 康博	4. 発行年 2018年
2. 出版社 解放出版社	5. 総ページ数 246
3. 書名 Q&A ハラールを知る101問	

〔産業財産権〕

〔その他〕

-

6. 研究組織

氏名 (ローマ字氏名) (研究者番号)	所属研究機関・部局・職 (機関番号)	備考
---------------------------	-----------------------	----