

国際大学 GLOCOM 公開コロキウム  
「イスラムの経済と文化を考える」

講師：並河 良一（帝京大学 経済学部 教授）

山本 達也（清泉女子大学 文学部 地球市民学科 准教授）

司会：砂田 薫（国際大学 GLOCOM 主幹研究員 / 准教授）

日時：2014年10月31日（金）14：00～16：20

場所：国際大学グローバル・コミュニケーション・センター

**【概要】**

イスラム圏市場の開拓への期待が高まっている。イスラム教徒が安心して食べられるように食品のハラルを制度化し、認証マークを付けることで、国内外のイスラム市場の需要に応える動きが活発化している。一方で、イスラム教に根差した価値観、文化を十分に理解できていないが故に大きな問題に発展するケースも少なくない。

本コロキウムでは、ハラルやイスラム文化に見識のある並河良一（敬称略、以下同様）と、イスラム圏の ICT やインターネット文化に詳しい山本達也が、現代の経済と文化について講演を行った。その後の参加者を交えたディスカッションでは、西欧や日本で共有されている価値観に基づく質問も相次いだ。つぶさに回答がなされ、イスラム圏出身の参加者の意見に積極的に耳を傾けるなど、活発な議論が展開された。

## 【ダイジェスト】

### ●イスラム市場開拓への期待と課題

並河良一（帝京大学）

イスラム教が広く信仰されているペルシア湾沿岸のアラブ諸国や東南アジアの国では経済が急成長しており、市場開拓のターゲットとして国際的に注目されている。特に石油の産出地域であるアラブは、2000年代半ばのオイルショックで石油価格が3倍以上に跳ね上がったことによって経済力が向上した。2011年にはイスラム協力機構（OIC）の加盟国57カ国中16カ国の国民1人当たり国内総生産（GDP）が、旅行や教育費に充当する余裕ができる水準（3000～10000ドル）にまで上昇した。食品の市場規模は約50兆円とも70兆円とも言われており、現在16億人の人口は2030年にはさらに6億人の増加が見込まれている。日本企業の参入目標の市場はマレーシア、インドネシア、トルコ、エジプトなどだが、これらの市場に参入するためにはハラール制度を知ることが重要である。

「ハラール」とは、イスラム法上で「許されている」という意味である。食材として禁止されているものは豚、アルコール、ネコなどのペット動物、クマ、ゾウ、トラやハチなど様々で、ラードや豚由来のコラーゲンのような派生物も禁止されている。食品以外では医療品、化粧品、ホテル等の施設で提供されるサービスなどにもハラール制度が広まりつつある。ハラール製品は衛生的で、管理システムが整備された施設で製造されること、加工、輸送、保管、陳列、包装や容器、コマーシャルなどすべての段階でハラム（イスラム法で許されていないもの）との接触がないこと等が条件である。食肉については、電気ショック、機械ナイフなどを使用した処理が禁止されている。食品製造工程で消毒に用いるアルコールは合成アルコールのみ可能である。医療品分野については、やむを得ない事情が考慮されて、ハラールが厳密に考えられないことが多い。また、ハラールのものであってもそれが盗品である場合には、その行為の故にハラールではなくなる。製造方法の変更によってハラール製品がハラールでなくなることもある。ハラールについて安易な対応をすれば、企業責任が問われるトラブルが生じる可能性がある。製造過程での豚成分の使用が問題となった2000年の味の素事件の事例は、多くの日本の食品企業がインドネシアなどイスラム市場への参入に踏み切れない枷となってきた。

何がハラールかは、これを定めるのは神のみであり、法律ではなく宗教的価値観で判断されるため、法的な意味での一般則がない。また、ハラール制度はほとんどの国で成文化されていない。それにより、政教一致でない日本や欧米諸国の企業にとって、イスラム市場への参入のハードルは高い。その中で、海外でハラール認証を取得している企業もいくつかある。食品メーカーでは、味の素がそのさきがけであり、1970年代からマレーシア、インドネシアに進出してきた。その後、これに追随する食品メーカーが数多く出ている。最近では、ロジスティック分野で日本通運がマレーシアでハラール認証を取得し、ハラール専用トラックと倉庫を保有する。日系スーパーマーケットのジャスコは、マレーシアの店舗で、ハラール食品と非ハラール食品の売り場を通路を隔てて区別するなどの配慮をして、ハラール対応を行っている。しかし一方で、日本国内のハラールの事例について並河は疑問を呈する。飲

食店では、厳密に言えば、厨房、調理人、食器などがすべてハラール専用でなければならず、非ハラールの厨房との往来禁止などの厳しい条件をクリアする必要があるが、国内でそのような対応が可能であろうかという。

日本の食品企業はハラール制度をクリアするだけの技術力を有しているが、日本国内にはハラールを確保するための社会基盤がないため、現実にはハラールに対応することは容易ではない。また、ハラール製品の製造には、宗教的行為を求めるプロセス、イスラム教徒の関与を条件とするプロセスがあるため、イスラム教徒が少ない日本では実施が困難である。

イスラム教徒にとってのハラームは、日本人にとっての「糞尿がのった皿はいくら洗っても食事に使用しない」という観念に似ていると並河は言うが、ハラールの基盤がない我々には深い理解が難しい。その背景には、イスラム教に対する馴染みのなさがあり、イスラム教が紛争などととも報道されるため、偏ったイメージが形成されていることがある。

マレーシア政府は、ハラール認証機関 JAKIM でハラール認証を得れば、その認証は全世界で通用すると謳って、投資誘致戦略をとっている。しかし、現実にはハラール制度の国際的な互換性はなく、マレーシアの認証が自動的に他のイスラム国で受け入れられるということはない。日本国内のハラールの情報は、マレーシアからのものが中心であるため、誤解が生じている。このような誤解は、近い将来にトラブルの引き金になると懸念される。宗教的罪悪感を覚えることなく日々の生活を送ることができる保証がハラール制度だが、国内では、ハラールか否かを示す認証マークのついた食品がほとんどない。このため、少なくとも動物成分の有無がわかる食品内容の表記がなされれば、イスラム教徒にとっては有益な情報となるだろうと、並河は主張する。

## ●イスラムとインターネット

山本達也（清泉女子大学）

1990年代半ば、アラブ諸国では政府主導のもとでインターネット導入が相次いだ。その背景には、西欧で教育を受けた為政者の息子たちが次々と政治のリーダーに就くという、トップの世代交代がある。インターネットはまず大学などの高等教育機関に浸透し、2000年以降に一般的に広く普及した。

インターネットに対するイスラム教徒の反応は様々であるが、要は使い方の問題であって、良い行為に用いればイスラムをさらに良くできると好意的に受け止める人が少なくない。とくに、ヨルダンでは頭脳労働の人材育成を重視する傾向が強く、ICT分野とは適合性が高かった。人々のインターネット利用を促したのは、「イスラム・オンライン」や、フランス語でイスラムについて語り合える「ウンマ・ドット・コム」といったイスラムサイトの存在である。これがこの地域の大きな特徴であるといえよう。

動画サイトには金曜礼拝の説教ビデオがアップロードされ、物理的にモスクへアクセスできなくても、そこで行われた説教を聞くことができるようになった。ビジネスでは、既存サービスをアラビア語環境にローカライズするだけでなく、アラブ的文脈を盛り込んだ

ゲームの制作や理科の実験を動画で視聴できるデジタル教材作りなどの動きがある。

とはいえ、自宅にインターネット回線を備えていた家庭はまだ少なく、インターネットカフェや Wi-fi サービスを提供するカフェでインターネットを利用するのが一般的である。ホテルの広告でも「インターネット利用可能」を示す写真が用いられている。また、決済機能や配送システムが先進諸国のように整備されていないため、通信販売ビジネスの参入は難しい状況となっている。

アラブ・イスラム圏においては、インターネットと民主主義との関係という政治的側面も注目される。既存の政治体制へのダメージを最小化するため、インターネットは政府主導で導入が進められ、国営の電話会社を頂点とするネットワークが構築された。その結果として、インターネット・コントロールを実施しやすいネットワーク構造となっており、実際に政府によるアクセス制限が行われている。

たとえば、UAE では道徳的に問題となるコンテンツをブロックしており、画面上にはそれ伝えるアクセスエラーが表示される。と同時に、画面上には、ブロック不要と考える場合の連絡先のメールアドレスが明記され、ブロック解除を求められるようになっている。ブロックの基準は国によって異なるが、UAE はブロック対象のサイトが比較的多く、アクセス禁止サイトリストの更新も頻繁に行っている。

国際的に影響力が大きい Facebook は、反政府活動に利用される懸念から一時期ブロックされたものの、趣味に利用する人々からの反発で再びアクセス可能になった。イスラム教徒のなかには、どのようにインターネットを利用するかは個人が判断することに意味があるので政府や親が規制を行う必要はない、最終的な判断は神によって下されるものだ、と考える人もいる。

ところで、イスラムをめぐる日本での議論はしばしば混乱をきたしている。その理由について、山本は、「イスラム」という言葉がレベルの異なる 3 つの意味で用いられているためと説明する。伝統的なイスラム法体系を指す「教えとしてのイスラム」があり、それに対し「現実のイスラム」が存在する。さらに、現実が取捨選択されて「伝えられるイスラム」になる。「伝えられるイスラム」は、主にセンセーショナルな事件が取り扱われるため、時として現実が変質したり複雑化したりしている。

そのような中で、イスラム世界におけるインターネットの発達、イスラムにある種の「宗教改革」をもたらす効果があると山本は主張する。というのは、特別にイスラムを学問として学んだわけではない一般のイスラム教徒であっても、インターネット上の情報をもとに独自の解釈を示したり、イスラム知識人たちに直接コンタクトを取って見解を求めたりすることが可能になったからである。すでに布教活動として、掲示板での宣伝や URL 掲載、動画の投稿などが行われている。また、誤解を避けるために翻訳が禁止されていたコーランは、デジタル化され、ワード検索が可能になった。ある程度知識のあるイスラム教徒は、宗教関係者を介することなく時には独自の解釈をするようになったのである。

インターネット時代には、伝統から乖離した解釈が出てくることを防ぐことはできない。

だから、イスラム国のような過激派組織やアルカイダ系ジハードなどの「極端な」イスラム解釈が現れ、若者がそのような組織に加入してしまう事態が起こってしまうのである。宗教的指導者には、過激な組織による解釈とは異なる伝統的な解釈があることを示す役割が強く求められるようになった。一方で、西欧で感化されて過激な組織に入った 10 年前の非イスラム教徒の志願者とは異なり、2014 年 10 月にイスラム国参加を志願したことでニュースになった北海道大学の学生の場合は、宗教よりも「ファッション化」の傾向が強くみられると山本は指摘する。

このように、インターネットが普及した 21 世紀のイスラムには、様々な宗教的現象が起こっている。インターネット利用はイスラム共同体（ウンマ・イスラーミーヤ）の実現を後押しするツールとして期待が高まる一方で、イスラム国の例にみられるように国際政治上の重要な懸念とも深く結びついている。

#### ●全体討議

二人の講師の講演を終えた後の全体討議では、まずハラルに対する正しい認識の必要性を痛感したという感想が参加者から多く寄せられた。ハラルとは宗教の問題であり、法制度や規制の問題ではない。したがってハラルか否かを誰も同じように判断できる一般則があると考えるのは間違いである。しかし、日本企業はハラルを規制の問題と解して、基準に適合するか否かについて訊ねる傾向が強いと並河は指摘する。

一方で、どのような宗教にも食の禁忌は存在するのだから、イスラム教だけを特別なものとみなすのは適切ではないという意見も出た。イスラム圏出身の参加者は「アレルギーと同じで、製品のパッケージに使用されている原材料を明記すれば解決する場合も多い」と語った。山本は、「自然と付き合う感覚を磨くことが一神教の超越した存在の理解に繋がるのではないか。人がよりよく生きる指南を与えてくれるものの一つがイスラム教であるにすぎない」と述べた。

本コロキウムを通じて、ハラルをはじめとするイスラムの宗教、文化、経済について多くの日本人が正しい知識を持っていないことがあらためて参加者に認識された。と同時に、マスコミ報道によって「伝えられるイスラム」に惑わされず、「現実のイスラム」や「教えとしてのイスラム」を正しく区別して理解することの重要性が確認された。