

<b>Title</b>	イスラームと消費社会：現代マレーシアにおけるハラール認証
<b>Author</b>	多和田, 裕司
<b>Citation</b>	人文研究. 63 巻, p.69-85.
<b>Issue Date</b>	2012-03
<b>ISSN</b>	0491-3329
<b>Type</b>	Departmental Bulletin Paper
<b>Textversion</b>	Publisher
<b>Publisher</b>	大阪市立大学大学院文学研究科
<b>Description</b>	中才敏郎教授：山口久和教授退任記念

Placed on: Osaka City University Repository

# イスラームと消費社会： 現代マレーシアにおけるハラール認証

多和田 裕 司

本稿は、イスラームのハラール概念に焦点を当てることで、現代マレーシアにおけるイスラームと消費の関係をあきらかにするものである。序論に続いて、2節ではイスラーム教義におけるハラール概念を検討する。ハラールとは「イスラーム法により許されるもの」の意であり、ムスリムはハラールな食事やハラールなものの使用を義務づけられている。3節では、マレーシアにおけるハラール認証の歴史を跡づける。1970年代以降、マレーシア政府は、イスラームならびに経済的観点からハラール認証の制度化を進めてきた。4節では、政府によってなされたハラール認証の増加が、商品のイスラーム化とイスラームの商品化とをもたらしたことが論じられる。5節では、ハラールなレストランでの民族誌的調査をもとに、マレー系ムスリムによるハラール概念の解釈と実践が詳細に分析される。マレー系ムスリムがハラールなレストランを選ぶのは、イスラーム教義からだけでなく民族意識によるものでもある。最後に現代マレーシアの消費社会において、イスラームは経済のグローバル化、政府による宗教の管理、マレー系の民族意識などと密接に関連していると結論される。

## 1 消費されるイスラーム

昨年(2010年)のラマダン(断食月)のさいにクアラルンプールのとある古いショッピングモールを歩いていたとき、新聞や雑誌などが並んだ小さな売店で、とても風変わりなものに目がとまった。それはバジュ・ムラユ(マレー系男性の伝統衣装)を身にまとったミッキーマウスの絵柄のハリラヤ・カードであった。ミッキーのカードの他にも、ミニーや白雪姫と7人の小人などの、ディズニーのおなじみのキャラクターたちがハリラヤを祝うSelamat Hari RayaやSalam Aidilfitriの文字とともに印刷されたカードが何種類か売られていた。

最近では少なくなってきたが、マレー系ムスリムはハリラヤ・プアサ(断食月あけの祝日)が近づく頃にたがいにカードをやりとりする。少し以前であれば、ハリラヤ・カードのデザインといえばモスクやイスラームをイメージさせるような模様もつばらであった。ここで見たミッキーやミニーのカードは筆者が知るハリラヤ・カードと違っていただけではなく、アメリカの象徴であり、偶像であり、アニメの人気キャラクターでありという点で、ある意味では「非(反)イスラーム的」とされるかもしれないようなデザインだったのである。

もちろんこのデザインになんらかの政治的、宗教的メッセージが込められているとは思えな

い。たんに世界的に人気のキャラクターということでもちいらただけであろう。しかし逆にそうであればこそ、このカードに消費社会や商品化や「オタク文化」などが広がった現代マレーシアにおけるイスラームのありかたが映し出されているのではないだろうか。

別稿〔多和田 2011〕においてすでに指摘したとおり、1980年代以降経済力の向上によってもたらされた消費社会の広がりとともに、マレーシアではイスラームが狭い意味での宗教の領域を越え出るような形で実践される例を数多く見ることができる。たとえばアラビア文字表記で美しく描かれた「アッラー」の文字を額装して部屋に飾ったり、女性誌のグラビアモデルをまねて頭髪を隠すスカーフをまったり、アッラーを讃える歌を歌うポップグループのCDを聴いたり、あるいはラマダンのブカ・ブアサ（断食期間中にその日の断食終了後はじめて飲食物をとること）を一流ホテルのレストランで愉しんだり等々の、ムスリムのライフスタイルのひとつとしてイスラームが消費される状況が生まれている〔多和田 2011：98-100〕。

このような状況は、イスラームという観点から見れば日常生活で使用される様々なモノへのイスラームの浸透としてとらえることができる。マレー系ムスリムの日常生活の隅々までがよりイスラーム的な装いを帯びているのである。他方で、現代消費社会という点に着目すればグローバルに進むあらゆる領域の商品化がイスラームにも波及しているとも考えることもできる。イスラームはファッションや音楽を構成する一商品として、日々消費されているのである。先のハリヤ・カードの例をもちえば、前者であればイスラームがミッキーまでも改宗させたということになろうし、後者であればイスラームがミッキーとともにキャラクター商品として売買されているということにもなろう。

マレーシアで観察されるような宗教と消費社会との結びつきは、現代の様々な宗教全般において指摘されるものであり、現代社会における宗教のありかたを示すひとつの特徴としてとらえることができる〔Pattana 2008, Fealy and White 2008〕。いわゆる「世俗化論」の予見とは異なり、グローバル化の進展と消費社会の拡大は、宗教や宗教的实践を「市場」や「商品」などに親和的に関連づけることをとおして、宗教をより「偏在」するものへといたらしめた。このような宗教と現代の消費社会の関係をさらに深く理解するためには、どのような商品や行為がどのような状況において「宗教化」されるのかにかんする詳細な検討が必要であろう〔Pink 2009〕。

本稿ではマレーシアにおけるイスラームを事例として取り上げることで、現代消費社会におけるイスラームについて考察することを目的とする。神の言葉と預言者の言行を至高の価値とするムスリムは、現代の消費社会のなかでどのように自らの宗教を実践しているのであろうか。あるいは、そのときイスラームの理念と現代消費社会という現実とはいかなる形での整合がはかられているのであろうか。

これらの点をより具体的に検討するために、本稿ではとくにイスラームにおけるハラール概念と、マレーシアにおけるその実践とに焦点を当てる。ハラール概念に着目するのは以下のよ

うな理由による。

第一に、ハラール概念が教義と現実を結ぶ接点に位置するものであることである。ハラール概念はとくに飲食と密接に結びついたものであるため、すべてのムスリムが何らかの形で、かつ自らの判断で、日常生活においてハラール概念を実践している。そのさいのありようを詳細に検討することで、イスラーム教義の解釈と実践をとおして現代社会という現実に対応し、あるいは現実を構築するムスリムの姿を考察することが可能となるはずである。

第二に、ハラール概念が現代消費社会におけるイスラームを考察するさいに、きわめて有効な視点を提供するものであることである。人間にとって飲食はたんなる生物的必要を充足させるためのものではなく、経済的、社会的、さらには象徴的な意味をも有する活動である。現代消費社会においてはこの傾向はいっそう顕著であり、飲食行為は文化的には意味を生成、解釈することで自らのアイデンティティや他者との差異を表象する行為であると同時に、政治経済的行為としてはグローバルに展開する産業や安全確保のための法規制などの国家システムのなかにまで組み入れられている。ハラール概念はムスリムの個人的な行動のみならず、現代社会の様々な側面に関連しているのである。

マレーシアで実践されるハラール概念に注目することで、現代のイスラームが、グローバル化、消費社会、市場、国家、アイデンティティ形成などと、たがいに排他的ではなく、相互連関的な関係のなかに存在するものであることを示すことができるであろう。

## 2 ハラールとは

ハラール (halal) とは字義通りにはイスラーム法に則って「合法的なもの」「許されるもの」を意味し、その対象や行為がハラールであるか否かはムスリムにとって重大な価値判断の基準となるものである。イスラームでは、コーランやハディース (預言者の言行録) で明確に禁じられているもの以外は、神の創造物はすべて人間にとって利用可能でありかつ利用することが許されていると考えられている [Yusuf 1995[1985]: 14]。非ムスリムの多くはハラールをムスリムが取ることのできる食品として理解することがもっぱらであるが、ハラールが問題となるのは食品にかぎられたことではなく、化粧品や医薬品など、人が摂取したり人に触れたりするものもその対象に含まれる<sup>1)</sup>。

ムスリムがハラールなものを取らなければならないという規定は、もちろんコーランのなかにその根拠が求められる。ハラールにかんする章句はいくつかあるが、しばしば言及されるのは次のふたつである<sup>2)</sup>。

「人びとよ、地上にあるものの中良い合法的なもの (ハラール) を食べて、悪魔の歩みに従ってはならない。本当にかれは、あなたがたにとって公然の敵である。」(第2章168節)

「それでアッラーがあなたがたに授けられた、合法（ハラール）にして善いものを食べなさい。もしあなたがたがアッラーに仕えるならば、かれの恩恵に感謝しなさい。」（第16章114節）

それでは「合法的なものを取る」という規定にたいして、そもそも合法ではないもの（イスラームでは「ハラーム（haram）」と呼ばれる）とはいかなるものであろうか。ハラームであるものについてもコーランのなかに詳しく列挙されている。こちらもいくつか代表的な例を挙げてみよう。

「あなたがたに禁じられたものは、死肉、（流れる）血、豚肉、アッラー以外の名を唱え（殺され）たもの、絞め殺されたもの、打ち殺されたもの、墜死したもの、角で突き殺されたもの、野獣が食い残したものの、（ただしこの種のもので）あなたがたがその止めを刺したものは別である。また石壇に犠牲とされたもの、籤で分配されたものである。これらは忌まわしいものである。・・・（後略）」（第5章3節）

「あなたがた信仰する者よ、誠に酒と賭矢、偶像と占い矢は、忌み嫌われる悪魔の業である。これを避けなさい。恐らくあなたがたは成功するであろう。」（第5章90節）

「またアッラーの御名が唱えられなかったものを食べてはならない。それは実に不義な行いである。・・・（後略）。」（第6章121節）

ある食品がハラールであるか否かはたんに豚（および豚由来の成分）やアルコールなどのイスラームが禁じる内容物の有無だけによって決められるものではない。材料の入手方法（たとえば牛肉や鶏肉でもイスラームが定める方法に則って解体処理されたものでなければハラールな食材とは認められないなど）や食品の製造過程（ハラームな食品が触れた機材を使用できないなど）、さらには運搬や保管方法（ハラームな食品と混在させてはいけないなど）までもがイスラーム的に合法であることによって、はじめてハラールとして認められるのである<sup>3)</sup>。

ハラールおよびハラームにたいして、そのいずれであるかが不明なものやハラールであることが疑わしいものはマスブ（masbuh）と呼ばれる。ムスリムは、間違っただけでもハラームなものを取ることを防ぐためにも、これを避けるべきだとされている。マスブを避けることは、複数のハディースのなかで、放牧してはいけない場所の近くで動物を放牧する者のたとえで説かれているが〔Yusuf 1995 [1985]: 33〕、万一の違反を事前に防ぐような行動が勧められているのである。現代の食品加工の領域では、触媒や防腐剤として使用されるものが動物由来のものか否か、アルコールが含まれるか否か等が不明の場合などが、マスブの例としてしばしば取り上げ

られる。

ところでイスラーム教義上のハラールにかなする規定に違反した場合は、どのようなことになるのであろうか。たとえばマレーシアでは、飲酒や断食期間中の公の場での飲食などのイスラーム教義違反にかなしては、各州のイスラーム刑法条例において罰則規定が設けられている〔多和田 2005：117-143, 175-200〕。しかしこれにたいして、ハラールではないものを食することについては、なんらの罰則も設けられてはいないのである。この根拠のひとつはコーランに求められる。そもそもコーランはハラールであるものを取るように命じる一方で、ハラールでないものを食した場合については、意図的ではなかったり、あるいは緊急避難的な摂取であれば罪に問わないと述べている。

「かれがあなたがたに、(食べることを) 禁じられるものは、死肉、血、豚肉、およびアッラー以外(の名)で供えられたものである。だが故意に違反せず、また法を越えず必要に迫られた場合は罪にはならない。アッラーは寛容にして慈悲深い方であられる。」(第2章173節)

高度化した現代の産業社会において、ある食品や製品がハラールであるか否かを個々のムスリムが自ら調べ判断することはまず不可能であるといつてよい。上で挙げた触媒の例などその好例であろう。いまやハラールの判断はたんにイスラーム知識の多寡だけの問題ではなく、高度な科学的、工業的技術の有無や生産者・事業者にたいする指導・監督等のガバナンスなどにもかかわる問題なのである。2000年、インドネシアの「味の素」で製品生産にもちいられる発酵菌を保存するための培地の製造工程において豚由来の酵素が触媒として使われていたことが大きな問題となった事件は、現代におけるハラール遵守の複雑さをよく示している。

### 3 マレーシアにおけるハラール認証制度

ハラール遵守の複雑化に対応するために、現在ではイスラーム圏を中心に、公的なものと私的なものとを問わず、商品や企業そのものがハラールであるか否かを審査する専門的機関が数多く設置されている。マレーシアにおいては、主として政府が自らの施策としてその役割を担ってきた。マレーシアにハラール認証機関が置かれたのは1970年代のことであるが、それ以降現在にいたるまでの認証制度の発展は、同国の他のイスラーム関連諸制度とおなじく、「精緻化」と「統一化」をその特色としている。「精緻化」とは、イスラーム教義をできるかぎり現実の施策に反映させようとする動きであり、「統一化」とは、歴史的な経緯により各州(かつての王国)の権限とされてきたイスラームに関連する事柄(州条例など)を、中央政府主導で統一させようとする動きである〔多和田 2005、2007、2008〕。

マレーシアのハラール認証制度は、1974年、首相府直属のイスラーム局 (Bahagian Hal Ehwal Islam, Jabatan Perdana Menteri) がはじめて食品にたいしてイスラーム教義に基づいたハラール証明書を与えたことにさかのぼる<sup>4)</sup>。その直後、証明書付与に法的な根拠を与えるため 1972年制定の『取引表示法 (Trade Description Act 1972)』に基づく『取引表示 (「ハラール」表記の使用) 命令 (1975年) (Trade Descriptions (Use of Expression 'Halal') Order, 1975)』が發布され、食品にたいするハラール表示のための条件がさだめられた。すなわち、ある食品 (ならびにそれに関連するもの) にたいしてそれがハラールであると表示できるためには、以下の4点が満たされていなければならないとされたのである。第一に、イスラーム教義が禁ずる動物をいかなる形においても含まないこと、第二に、イスラーム教義が不浄とするものを一切含まないこと、第三に、イスラーム教義が不浄とするものに接した道具・機器類をもちいて調理、加工、製造されたものではないこと、第四に、調理、加工、保存の過程において、上記3点を満たさない食品およびイスラーム教義が不浄とするものに接したり、近接したりしたものではないこと、の4点である。第三、第四の項目が規定しているのは、たとえば豚肉を調理した鍋で牛肉を調理すると、たとえ牛肉自体はハラールであっても、鍋を共用した時点でハラールではなくなるという意味であり、また豚肉とおなじ冷凍庫のなかに保存された牛肉はそのことだけでハラールとは認められなくなってしまうというものである。これらの事柄は、ムスリムは普段の生活のなかで日常的に実践しているものであるが、この命令はあらためてそれを法令として示したのである。

1994年には、ハラールであることを示すロゴマーク (ハラール・ロゴ) がイスラーム局によって制定される。1997年に同局がイスラーム発展局 (Jabatan Kemajuan Islam Malaysia = JAKIM) に改組されるに伴い、イスラーム発展局がハラール認証を取り扱うようになった。1998年にハラール認証のための実地審査などをおこなう政府出資の調査会社 (Syarikat Ilham Daya Sdn. Bhd.) が設立され、認証手続きの一部が移管されたが、2002年9月からはふたたびハラール認証のすべての過程をイスラーム発展局が担うことになった。

2003年、マハティール首相の後をついだアブドゥラー首相は、マレーシアが国際的なハラール産業の中心になるべく、ハラール・ハブ政策を推進する。2006年9月、「マレーシア経済発展のためグローバルなハラール産業においてビジネス価値を創造する」使命をもって、政府出資のハラール産業発展公社 (Halal Industry Development Corporation = HDC) が設立された<sup>5)</sup>。ハラール認証も、2008年4月からはこの公社の手に移るが、アブドゥラー首相の退陣 (2009年4月) 後の2009年7月にはまたもやイスラーム発展局に戻すことが内閣によって決定され、同年10月1日から再度イスラーム発展局がハラール認証を与えている。

ところで、マレーシアのハラール認証は上述の中央政府直轄の機関からのみ与えられるわけではない。各州のイスラーム局 (Jabatan Agama Islam Negeri) やいくつかの民間団体もハラール認証を発行している。中央政府の立場からすれば、民間団体の発行するハラール認証を規制

し、マレーシアのハラール認証を統一したいという思惑があるが、現行の法規定にはそもそも政府系機関以外のハラール認証発行にたいする罰則がないため、各州レベルで公的ロゴ以外のロゴの使用を禁止するなど<sup>6)</sup>、行政的措置で対応するにとどまっている。中央政府はハラール統一化に向けてのキャンペーン ("1 Malaysia, 1 Halal") を立ち上げるとともに、イスラーム発展局および各州イスラーム局のみにハラール認証権限を一元化する新たな法案 (『ハラール法』) を準備している<sup>7)</sup>。

#### 4 商品のイスラーム化、イスラームの商品化

ハラール認証の制度化は、そもそも経済活動にかんするものであるがゆえにムスリム、非ムスリム双方に関係する。この点が、おなじイスラームの制度化であっても、イスラーム教義やイスラーム的価値を共有するムスリムの間でのみの問題であったイスラーム家族法などの制度化とは大きく異なっている<sup>8)</sup>。その結果、ハラール認証制度はイスラームの枠外にある価値や動機から派生する行為や結果もそのなかに抱え込むことになる。

イスラームという観点から見た場合、ハラール認証制度は、その商品がイスラーム的に認められたものであることを保証するための制度であり、ひとたびハラール認証を取得した商品は、イスラーム的に正当性が与えられたものとなる。ムスリムにとって、ハラールであることは他のいかなるイメージや意味をも凌駕する。たとえばイスラーム圏においてはコココーラやペプシコーラにたいして、イスラームへの冒険やユダヤ人による搾取を象徴的にあらわすものであるとの非難がなされてきたが<sup>9)</sup>、これらの飲料もハラール認証を得ることによって、マレー系ムスリムの誰もが何の迷いもなく飲むことができるものとなった。

ムスリムの事業者にとっては、ハラール認証を得ることで、自らの商品や店舗が「正しい」イスラームに基づいていることを証することができる<sup>10)</sup>。あるレストランのマレー系経営者は次のように述べる。

「数年前にハラール認証をとりました。お客さんはもともと地元のマレー系がほとんどだったので、ハラール認証を得たことで利益があがったということはありません。しかもうちは以前から (多和田注、ハラール認証を取る前から) 食材もなにもかもハラールでした。ハラール認証を取得したのは政府が推進しているということもありますが、自分の店が、それに自分がイスラームとして「正しい」ということを示したかったからです。」

彼の店はいわゆる家族経営的な規模で、客も近隣のなじみ客がほとんどである。ハラール・ロゴが入り口近くの壁に掲げられてはいるが、客のなかにはその点を指摘するまで気づいていない者もあった。



一方非ムスリムの事業者にとって、ハラール認証制度は、ムスリムを対象とするマーケット参入のための手段ともなっている。とくにマレー系ムスリム対非マレー系非ムスリムという民族・宗教構成からなるマレーシアの場合、従来マレー系から敬遠されることの多かった中国系事業者にとって、ハラール認証の獲得はビジネスチャンスの拡大につながっていく<sup>11)</sup>。

次の発言は、比較的早い時期にハラール認証を受けたある中華レストランの経営者（中国系）のものである。

「うちは先代の経営者の時代からハラール認証を受けています。マレーシアの人口の半分以上はムスリムなので、多少の手間をかけても（多和田注、ハラール認証取得のこと）その人たちを取り込まない理由はないでしょう。（本来の中華料理で使うものとは）食材が違うので本物の味は出せませんが、おいしいものは作れますから。」

さらに近年では、増加しつつあるアラブ系観光客や他のイスラーム圏への商圈拡大を視野に入れながら、ハラール認証を得ようとする動きが加速している<sup>12)</sup>。

ところでハラール認証の取得は、たんにひとつの商品や店舗だけの問題にとどまらないことを見逃さないようにしなければならない。たとえば飲食店の場合、ハラール認証を得るためには、食材がハラールであることはもちろんのこと、使用する調味料などもハラールなものでなければならない。店舗にはムスリムのハラール責任者や常勤のムスリム従業員を置かねばならず、さらに場合によっては仕入れ先や輸送業者の変更も必要になってくる。つまりあるものがハラールであるためには、生産・流通・消費（販売）のすべての過程においてイスラーム的に許された手段にしたがったものでなければならないのである。現代の複雑化した産業社会にあっては、ハラールであることは独立して完結できるものではなく、それがかかわるすべてがネットワークとしてハラールであることが求められる。

マレーシアのハラール認証制度は生産者・事業者が自発的に取得を目指すものであって、政府から義務的に課せられたものではない。しかしこのような制度の存在は、同業者や同種の商品間でのムスリム顧客の獲得のために、認証を求める動きを必然的に加速させる。したがって、一旦この制度ができあがれば、多くの商品やそれを含めた産業システム全体がイスラーム化されていくことになるのである。

ハラール認証制度をとおして商品のイスラーム化が進むのと同時に、イスラームの商品化とも呼べる現象も生まれている。イスラームの概念であるハラールがその本来の文脈をはなれ、「商品」として取引されるような状況がもたらされているのである。

まず、マレーシアではハラール概念が具体的な行為として実践されるさいには、産業規格である「マレーシア規格（Malaysian Standards）」のひとつとして位置づけられる。マレーシア規格とは、農業、建築、環境など全22分野におよぶ産業規格であり、ハラールにかんする

規格もそのなかに含まれる。ハラール規格には「MS1500 ハラール食品：製造、準備、取り扱いおよび貯蔵にかんする一般ガイドライン (MS 1500 Halal Food- Production, Preparation, Handling and Storage- General Guidelines)」、 「MS 2200 イスラーム消費財：化粧品およびトイレットリー商品にかんする一般ガイドライン (MS2200 Islamic Consumer Goods- Cosmetic and Personal Care- General Guidelines)」、 「MS2424 ハラール製薬にかんする一般ガイドライン (MS 2424 Halal Pharmaceuticals- General guidelines)」などがあり、いずれも、マレーシア規格法 (Standards of Malaysia Act) をその根拠としている。すなわちイスラーム教義であるハラール概念は産業の一分野に組み込まれ、世俗法規の下で行政による各種ガイドラインにしたがうことではじめて実現されるのである。本来イスラームやハラール概念を共有しない非ムスリムがハラール産業に参入できるのも、ハラール概念が産業規格として実現されているからにはかならない。

さらに、ハラール認証制度の存在によって、ハラール認証の取得が単純に経済的利益を求めてのみなされる場合があることも指摘しておかなければならない。先に紹介した中華レストランの経営者は自身はムスリムではないし、イスラーム的価値を尊重しているというわけでもない。彼のレストランがハラール認証を得たのは、たんにそれが利益につながるからというだけの理由である。

ハラール認証制度を進める政府の側にも経済的な利益追求という意図を読み取ることができる。マレーシア政府は世界的なハラール産業のハブとなる戦略を打ち出しているが、この点について、ナジブ現首相は、2009年の第6回マレーシア国際ハラール見本市 (Malaysia International Halal Showcase) の開会式招待講演で次のように述べている。少し長いがハラール産業についてのマレーシア政府の立場を端的に示していると思われるので引用しておこう<sup>13)</sup>。

「世界のハラール市場の価値は年間2兆1千億米ドルと見積もられています。この市場の大きさは事業家にとっては利益の大きいビジネス誘因に違いありません。さらにハラール製品の品質にたいして非ムスリムの注目も増えつつあり、このことは本産業におけるさらなる機会を加えるものでありましょう。ハラール・ビジネスの大きな可能性と我が国の強みを踏まえ、マレーシアは自らをグローバル・ハラール・ハブとなるべく位置づけてきました。この構想の達成のため、マレーシアはハラール産業発展に向けて、必要な政策枠組み、制度的支援、インフラ整備などを提供してきました。」

ハラール認証が利益につながるがゆえに認証をめぐる「疑惑」が後を絶たないことも、逆説的にイスラームの商品化を裏付けるものであろう。たとえば2010年中にハラール認証にかんして消費者から苦情のあった1384件をJAKIMが調査したところ、51件になんらかの違反があり

認証が停止されるという事態になった<sup>14)</sup>。これらの「公的」な違反事案のみならず、偽のハラール・ロゴが売買されたり<sup>15)</sup>、いずれの機関が発行したものであるのかが明示されないハラール・ロゴの使用例が画像とともにインターネットにアップされたり<sup>16)</sup>、政府の承認しない民間団体からの電話審査だけでハラール認証を得たり<sup>17)</sup>などの数々の「疑惑」が、マスメディアや個人のブログによって次々に取り上げられている。本来はムスリムの宗教上の規範であるものが、いまや売買や利益や偽造の対象物として扱われているのである。

## 5 マレー・ムスリムのハラール実践

既に述べたとおり、現代産業社会にあつて、個々のムスリムが個別の商品のひとつひとつについて、厳密な意味でハラールか否かを知ることは現実的には不可能である。一方生産者・事業者の側から見れば、ハラール認証を受けるか否かは任意であるので、すべての商品がハラール認証を受けているというわけではない。さらにいえば、ハラール認証を得ていないことが直ちにハラールでないことにつながるわけではなく、イスラーム教義からはハラールであるが、行政上のハラール認証を得ていない（申請していない）という事例も少なからず存在する。

ハラールについてのこのような「錯綜」ゆえに、マレー系ムスリムの消費においては、ときとしてムスリムの消費者自らが商品がハラールであるか否かを判断せざるを得ない事態が生じることがある。後述するようにそのさいの判断の根拠や基準は人によって様々であり、その結果、イスラーム教義という本来はすべてのムスリムにたいして普遍的、一枚岩的であるはずのものが、個別で多様な実践となって姿を現すのである。以下ではマレー系ムスリムの実際の消費行動からこの点について具体的に見ていこう。

ここではハラール認証の例としてレストランを取り上げることにする。個々の商品ではなくレストランを事例としてもちいるのは、それがイスラームやマレー系が他の存在と出会う場であることによる。すなわちレストランは、イスラームと市場原理、マレー系と中国系が交差する場であり、そのような性格であるがゆえに、現代消費社会におけるマレー系のイスラーム実践がもっとも端的にあらわれると考えられるのである。

ハラールという観点から考えた場合、マレーシアのレストランは大きく三種類に分けることができる。第一にハラール認証を得たレストラン、第二に「ノン・ハラール」等のハラールではないことを明確に表示しているレストラン、第三にいずれの表示もないレストランである。なかでもこの第三のカテゴリーはさらに細分化され、実質的にはハラールであるが認証がない（申請していない）もの、料理に豚由来の食材をもちいてはいないがイスラーム教義的にはハラールではないか、あるいはハラールであるか否か不明なもの（この種のレストランあるいはメニューはマレーシアでは一般に「ポーク・フリー」と呼ばれる）、食事はハラールだがビールなどアルコール類を提供するためハラール認証を申請しない（あるいは得ることができない）

もの、そしてハラールではないもの等々である。

マレー系ムスリムにとって、第一と第二のカテゴリーに区分されるレストランにたいしては、実践の上での差異は存在しない。前者についてはすべてのムスリムが一致して消費の対象とするのにたいして、後者についてはおなじくすべてのムスリムが一致して消費の対象とはしないからである。マレー系ムスリムの消費に差異が生じるのは第三のカテゴリーのものにたいしてであり、そのさい、所与の現実におけるイスラーム教義解釈の差が人によって相異なる実践として立ち現れるのである。

それでは第三のカテゴリーのレストランにたいしてマレー系ムスリムはどのように関わっているのだろうか。まず、メニューに豚肉料理が記載されていたり、店頭で豚食材が並べられているなど、あきらかに豚肉を扱っているレストランについては、たとえ「ノン・ハラール」の表示がなくても、マレー系ムスリムが立ち入ることは一切ない。関わり方が分かれるのは「ポーク・フリー」のレストランや一見したところではハラールのように思えるレストランの場合である。この点についてマレー系ムスリムのいくつかの意見を紹介してみよう。

「私はハラール表示のあるレストランにしか入りません。もしすべてのレストランで表示がないのであれば好みで選ぶしかありませんが、ハラール表示のあるレストランとないレストランがあるのであれば、間違いなく表示のあるレストランを利用します。クアラルンプールにはハラール表示のある店は数多くあるのでいっこうに困りませんし、ムスリムだったらそうすべきです。」

この主張は明瞭で説明の必要もないであろう。彼によれば、食品や調味料その他を購入するときにも、必ずハラール・ロゴを確認するという。別の意見も見てみよう。

「中国系のなかには「ハラール」のなんたるかをよく知らない人がいます。たんに豚肉がなければハラールだと思っている。調味料はどうですか、アルコール分が含まれているかもしれないでしょう。だから「ポーク・フリー」であっても口にすることはできないのです。」

彼もまた第一の意見の人物とおなじく、何事においてもハラール認証の有無を判断の基準として行動している。彼によれば「ポーク・フリー」で満足したり、ハラール認証のある商品にこだわらなかつたりするのは、たんにイスラームを「それほど大事に考えていない」からということらしい。あるレストランが「ポーク・フリー」であるかどうかはレストラン内での表示や店への問い合わせで確認することができる。ただこの種のレストランで出される食事が厳密な意味でハラールであるか否かの判断は難しい。彼が言うように、そもそも中国系のなかには豚

肉が入っていなければハラールと誤って受け取っている者が多いのも事実である。彼自身はその言葉をもちいなかったが、彼の行動は疑わしいもの（マスブ）を避けるというイスラーム教義に合致したものである。

次の意見は上の2例とはややニュアンスを異にしている点で興味深い。

「マレー人の店員や客がいる店なら大丈夫です。もしそこがだめならば(多和田注、ハラームの食材を扱っているという意)、店員がおなじムスリムを欺いているわけです。確かにそのようなこともあるかもしれませんが、それはごくわずかなことでしょう。だから(表示にこだわらなくても)問題ありません。」

この第三の意見は第一、第二の意見とは違いハラールを求めることは当然視しつつも、ハラール認証の有無にはこだわっていない。ハラールか否かの判断基準は他のムスリムの存在という、日常の経験知とでも呼べるものに置かれている。この点について、ハラール産業を対象とするあるコンサルティング会社がおこなった調査によれば、調査対象となったムスリムの約40パーセントが従業員がムスリムであるならばそのレストランはハラールであると思うと回答したという〔Diana 2010: 25〕。

ハラール認証自体には拘泥しないという点で第三の意見に似ているが微妙に異なるものをもうひとつだけ紹介しておこう。

「レストランの雰囲気を見れば(ハラールか否か)だいたいわかります。たとえば店の名前がアラビア文字でも表記されているとか、壁の装飾がイスラーム的なものであるとか。それに店員がムスリムであれば大丈夫です。(ハラールではないという)心配はいりません。」

ここで紹介した4つの意見で注目すべきは、ハラールというイスラームの概念についてイスラームの立場から説明すると同時に、イスラーム以外の要因からも語られている点であろう。すなわち、マレー系ムスリムはイスラーム実践のさいにイスラーム的な正しさを求めるが、そのイスラーム的な正しさは教義のみに帰せられるだけではなく、マレー系や中国系といった民族的差異にも帰せられているのである<sup>18)</sup>。

マレー系ムスリムと非マレー系非ムスリムの境界が明確に区分されているマレーシアにおいては、伝統的にマレー系は村落部に、非マレー系は都市部に、それぞれの生活の基盤を持ち、両者が接触する機会はきわめて限定的であった。しかも両者は経済的な格差も大きく、後者に比しての前者の貧困解消こそが、独立以来の国家的課題であった<sup>19)</sup>。この構図が崩れたのが、ブミプトラ政策によって推進された1980年代以降のマレー系の間層化とそれに伴う都市への

移住者の増大である。その結果、都市はマレー系ムスリムと非マレー系非ムスリムが文字通り混在する場所となったのである〔多和田 2005〕。

マレーシア全体の経済発展に伴い、都市部に暮らすマレーシア人の教養、趣味、娯楽などのライフスタイルにおける差は減少傾向にある。そんななかで大きな違いとなってあらわれるのが宗教（とくにイスラーム）にかんするものであり、現在はそれがマレー系と非マレー系を分かち唯一の指標ともなっている。マレー系から見たとき、豚肉やアルコール由来の素材を多用する中国系の食文化にたいしては、非ハラールであるとの認識はきわめて強い。現在でもマレー系が多く暮らす地方村落部においては、ハラール表示の食堂がほとんどないことが逆説的にそれを示している（念のために付け加えるが、これらの食堂がハラールを無視しているということではもちろんない。すべてがハラール環境下にあるため、あらためて顕在化する必要がないということである）。ハラール認証制度をとおしてイスラーム化された消費は、経済的活動であると同時に、マレー系にとっての民族的アイデンティティの表明でもあるのである。

## 6 むすび

本稿で指摘された点は、次の3点にまとめることができる。それぞれのなかで言及された要素のひとつひとつが、たがいに因となり果となるかたちで連関していることはいうまでもない。

第一に、消費社会の進展とイスラームとは矛盾するものではなく、消費社会においてはそれ独自のありかたでのイスラームが展開していることである。マレーシアならびにイスラーム世界全体の消費社会の拡大は、商品の生産、流通、消費（販売）のすべての工程を複雑化した。それによりイスラーム教義が定めるハラールの遵守は、もはや個人の手を離れ何らかの形での制度化が避けられないものとなった。ひとたび制度としてハラール認証制度ができあがると、イスラームを国家が管理しているマレーシアなどでは、制度が人々の実践を方向付け、その結果、商品を取りまくシステム全体のイスラーム化が進んでいくことになる。

第二に、システム全体のイスラーム化の進展とともに、様々な動機や思惑によって、イスラームを「利用する」者もまた増大していくことである。世界におけるマレーシアのハラール・ハブ化を目指す政府からマレー系の客を見込んでハラール認証を得る中国系経営者まで、あるいは、他のムスリムに比べての自らのイスラーム的な「正しさ」を表現しようとするマレー系ムスリムまで、制度化されたハラールは宗教の領域を越え出たところへと拡散していく。ときにその表現される姿はたがいに矛盾することがあるにしても、ムスリムにとってイスラームが絶対的価値や「正しさ」であり、イスラームがあらゆる行為の準拠枠であることはかわらない。消費社会における経済的利益の追求のさいにもこの準拠枠が利用されるのは、ある意味当然の帰結であろう。

第三に、消費社会におけるイスラームも、その実践はローカルな文脈と深く結びつくことで成り立っていることである。なにをもってハラールと判断するかという消費の具体的な場面で、マレー系ムスリムは、マレー系の存在（あるいは非マレー系の不在）にその根拠を見いだしている。多民族、多宗教社会であるマレーシアの場合、イスラームはマレー系にとってのアイデンティティの中核を構成しているが、それは静態的なものではなく、レストランの選択といった日常生活のなかで構築、更新され続けている。もちろんローカルな文脈におけるこのような些細な行為もまた、システム全体のイスラーム化を支えていることはいうまでもない。

第4節で指摘したように、マレーシアのハラール認証制度は非ムスリムも含めて、すべての生産者・事業者にかかっている。これは、ひとつにはマレーシアが多民族・多宗教国家であるという国内的要因と、いまひとつには経済のグローバル化のなかでのハラール・ハブ戦略という対外的な要因によるものであろう。いずれの点においても、マレーシアのイスラームは、マレーシアが内包する様々な、そしてときに非イスラーム的ですからある現実と向き合わざるを得ないのである。

ところで、現代社会においてイスラームが非イスラーム的な現実と出会う場面は、本稿で取り上げたハラール概念にかぎられたことではない。たとえば婚姻や棄教といったイスラーム教義において明確にさだめられた行為ですら、それが現代社会で実践されるさいには、「男女の平等」や「宗教の自由」といった現代的な価値との整合がつねに試みられてきたのであった〔多和田 2006、2007、2008〕。イスラームは現代社会と相容れないものではないし、ましてや現代社会を否定するものでもない。イスラームは、自らが置かれた社会との整合を不断に続けながら存在しているのである。

#### 【付記】

本稿は2011年度日本学術振興会科学研究費補助金（基盤研究（C））「マレー・ムスリムのライフスタイルにおける「イスラーム化」に関する実証的研究」によって実施された研究成果の一部である。

#### 【注】

- 1 通常摂取・使用される食品や化粧品などでなにかハラールでなにかそうでないかについて知るには、ベナンの消費者団体が発行するガイドブックが詳しい〔Persatuan Pengguna Pulau Pinang 2006〕。なお本稿ではハラール概念を主に飲食を中心に検討するが、ハラール概念はここに挙げたもの以外にも衣服や装飾品、生業などより広範囲に適応されることがある〔Yusuf 1995〔1985〕〕。
- 2 本稿におけるコーランからの翻訳は、日本ムスリム協会発行『日亜対訳・注解 聖クルアーン（第6刷）』による。なおアラビア語発音では「クルアーン」と表記の方がより原音に近いかもしれないが、本稿ではすでに日常的にもちいられている「コーラン」の表記を採用している。
- 3 これらの事柄の詳細は主としてハディース（ムハンマドの言行録）にその根拠が求められている。
- 4 Halal Malaysia Portal Rasmi Halal Hab Malaysia  
<http://www.halal.gov.my/v3/index.php/ms/korporat/sejarah-halal>, accessed on 2/Aug/2011
- 5 <http://www.hdcglobal.com/publisher/about>, accessed on 3/Sep/2011.
- 6 <http://myhalal.blogspot.com/2010/03/jais-ban-6-syarikat-swasta-keluar-sijil.html>, accessed on 5/

Aug/2011

- 7 *The Star* 紙、2011年7月2日付。
- 8 マレーシアにおけるイスラーム家族法の制度化については多和田 2008を参照。
- 9 インターネット上では、コカコーラのロゴが鏡に映すとアラビア語で「No Mohammed, No Mecca」と読めたり、ペプシ(Pepsi)の名前が「Pay Every Penny to Save Israel」に由来するものである等の「説」がイスラーム圏を中心に流れている。
- 10 Fisher は、ハラールの制度化を通して消費が形作られていくことを「ハラール化」と呼んでいる〔Fisher 2008〕。
- 11 食品・飲料産業において JAKIM 発行のハラール認証を有する企業4,787社中、プミプトラ企業はおおよそ3割である (*New Straits Times*紙電子版、2011年6月29日付)。プミプトラとは「土地の子」の意味でマレー系と先住民系の人々を指すが、そのほとんどはマレー系 (すなわちムスリム) である。非プミプトラのなかにもムスリムは存在するが数の上では圧倒的少数である。
- 12 <http://halalmedia.my/malaysian-halal-certified-companies-will-increase-hdc>, accessed on 19/Aug/2011
- 13 Opening Ceremony Speech of MIHAS '09 (7 May 2009) (<http://www.matrade.gov.my/ja/about-matrade/media/speeches/speeches-2009/891-opening-ceremony-speech-of-mihas-09-7-may-2009-prime-minister-of-malaysia->, accessed on 22/Aug/2011)
- 14 51件中、6件は完全に認証が取り消されたのにたいして、23件は改善指導にしたがうことで認証の再継続が認められた。残りは未決である (*The Halal Journal*, Apr-Jun 2011, pp.8-10.)。
- 15 *The Halal Journal*, May/June 2010, p.8.
- 16 <http://alfiantroxion.blogspot.com/2010/02/private-halal-certification.html>, accessed on 11/Aug/2011
- 17 [http://www.utusan.com.myutusaninfo.aspx=2010&dt=0725&pub=Utusan\\_Malaysia&sec=Muka\\_Hadapan&pg=mh\\_01.htm](http://www.utusan.com.myutusaninfo.aspx=2010&dt=0725&pub=Utusan_Malaysia&sec=Muka_Hadapan&pg=mh_01.htm), accessed on 11/Aug/2011
- 18 ハラールな食事を含めたイスラーム商品の消費が、ムスリムと非ムスリムとの非対称な関係のなかで、ムスリムの側の民族的アイデンティティと容易に結びつくことは、他の地域においても指摘されている〔Starrett 1995, Gillette 2000, D'Alisera 2001〕。
- 19 1970年時点におけるマレーシアの民族別の資本所有割合を見ると、プミプトラ (マレー系と先住民の総称であり、人口的にはマレー系が圧倒的多数) が2.4パーセントであるのにたいして、非プミプトラ (主として中国系、インド系) が34.3パーセント、外国資本が63.3パーセントであった。マレー系が総人口の50パーセント強を占めることを考えると、いかにマレー系の経済的地位が低いものであったかが理解できる (数値は Malaysia 1991による)。

#### 【参考文献】

D'Alisera, Joann

2001 "I ♥ Islam: Popular Religious Commodities, Sites of Inscription, and Transnational Sierra Leonean Identity", *Journal of Material Culture*, vol.6, no.1, pp.91-119.

Diana Nordin

2010 "Awareness on Halal Foodservice", *The Halal Journal*, Mar/Apr 2010, p.25.

Fealy G. and S. White (eds.)

2008 *Expressing Islam: Religious Life and Politics in Indonesia*, Singapore: Institute of Southeast Asian Studies.

Fischer, Johan

2008 *Proper Islamic Consumption: Shopping among the Malays in Modern Malaysia*, Copenhagen: NIAS Press.

Gillette, Maris Boyd

2000 *Between Mecca and Beijing: Modernization and Consumption among Urban Chinese Muslims*, Stanford: Stanford University Press.



Malaysia

- 1991 *The Second Outline Perspective Plan 1991-2000*, Kuala Lumpur: National Printing Department.
- Pattana Kitiarsa (ed.)  
2008 *Religious Commodifications in Asia: Marketing Gods*, London: Routledge.
- Persatuan Pengguna Pulau Pinang  
2006 *Halal Haram: Buku Penting untuk Umat Islam*, Pulau Pinang: Persatuan Pengguna Pulau Pinang  
Pink, Johanna (ed.)  
2009 *Muslim Societies in the Age of Mass Consumption: Politics, Culture and Identity between the Local and the Global*, Newcastle: Cambridge Scholars Publishing.
- Starrett, Gregort  
1995 "The Political Economy of Religious Commodities in Cairo". *American Anthropologist*, vo.97, no.1, pp.51-68.
- 多和田裕司  
2005 『マレー・イスラームの人類学』（ナカニシヤ出版）  
2006 「マレーシアのイスラーム法制における「自由」と「制約」—イスラーム教義と現代的価値との「整合」への試み」、青山亨編『東南アジアにおけるイスラームの現在』（南太平洋海域調査研究報告 No.43）（鹿児島大学多島圏研究センター）、pp.15-27.  
2007 「現代マレーシアにおける棄教：「制度化」されたイスラームの一断面、『人文研究（大阪市立大学大学院文学研究科紀要）』第58巻、pp.212-226.  
2008 「現代マレーシアにおける多妻婚の「制度化」：イスラームと市民的価値の間で、『人文研究（大阪市立大学大学院文学研究科紀要）』第59巻、pp.140-153.  
2011 「消費されるイスラーム：現代マレーシアにおけるイスラームと消費文化」、『人文研究（大阪市立大学大学院文学研究科紀要）』第62巻、pp.93-108.
- Yusuf Al-Qaradawi  
1995[1985] *The Lawful and the Prohibited in Islam*, Kuala Lumpur : Islamic Book Trust, Translated by Kamal El-Helbawy, M. Moinudin Siddiqui, Syed Shukry.

【2011年9月6日受付、10月29日受理】

# Islam and Consumer Society : The Halal Certification in Contemporary Malaysia

TAWADA Hiroshi

This paper explores the relation between Islam and consumption in Malaysia today, with special reference to the Islamic concept of halal. After the introduction, part 2 focuses on the halal concept in Islamic teaching. Halal means “permissible according to Islamic Law” and it is obligatory for Muslims to consume halal food and use halal products. Part 3 shows the history of halal certification in Malaysia. After 1970’ s the Malaysian government has institutionalized the halal certification from both Islamic and economic point of view. Part 4 discusses the increasing of the halal certification supported by the government has brought the Islamization of commodities and the commoditization of Islam. In part 5, based on the ethnographic observation in halal restaurants the interpretation and practice of the halal concept by Malay Muslims is analyzed in detail. Malay Muslims chose halal restaurants because of not only the Islamic teaching but also the ethnic consciousness. It will be concluded that Islam relates closely with the economic globalization, the state control of religion, the ethnic identity in modern consumer society of Malaysia.