

〔研究会報告〕

## ムスリム移民・難民から考える宗教的「戒律」

——ハラールから生み出される新たな消費文化

桐原 翠

KIRIHARA Midori

2022年12月に「<ラウンドテーブル>宗教・食・移民—トランスローカルな宗教実践の学際的考察—」において仏教、シク教、イスラームの視点から食と移民に着目した研究報告が行われた。本稿は、イスラーム世界の「食」について地域研究の視点から考察し報告した内容「グローバルな戒律を持ち運ぶムスリム移民・難民たち—生存基盤としてのハラール食品を考える—」を、特にムスリム（イスラーム教徒）移民・難民の宗教的「戒律」といった側面に焦点を当てながらまとめたものである。

近年、世界各地で移民や難民として母国を離れる人々が増加し、このことは国際的に解決すべき課題を生み出している。とりわけ、移民や難民の多くがイスラーム圏から離散することが多かったこともあり、シリアやアフガニスタンの移民や難民に関する研究の蓄積は大きい。その一方で、移民や難民に関する最新の議論では、例えば、シリア難民問題の場合だと受け入れ国の政策や制度としてどのように難民を受け入れていくかといった点に着目されることが多く、シリア難民問題が生まれた背景や地域性をも踏まえた包括的な議論がなされていないといった指摘がある<sup>1</sup>。さらに、イスラーム圏からの移民や難民が離散先でどのように生存基盤を構築してきたのか、といった人々の実生活にせまる議論の展開は少ない<sup>2</sup>。概して、これまでムスリムの「食」に着目し、その人々の生存基盤の構築に焦点を当てた十分な議論はなされてこなかった。そこで本稿では、ムスリム移民・難民の実生活における生存基盤構築の在り方を「食」、いわゆる「ハラール食品」に注目して読み解いていく。

- 
1. 望月葵（2023）『グローバル課題としての難民再定住：異国にわたったシリア難民の帰属と生存基盤から考える』ナカニシヤ出版。
  2. 桐原翠（2022）『異郷に生きるムスリム・ディアスポラ：イスラームの食生活から見たアフガン移民の暮らし』『移民の衣食住Ⅰ——海を渡って何を食べるのか』文理閣，pp. 224-243。

さらに、以上の点に注目する際に、これまで頻繁に耳にしてきた「イスラームの戒律は厳しい」や、「イスラームは厳格である」であるといったステレオタイプから導き出される宗教像を再検討するため、「戒律」の実態に着目し、現代に生きるムスリムの生存基盤としての「食」とイスラームにおける宗教的な「戒律」との関わりを考察する事を目的とする。

## 1. 「ハラール」とは何か：ハラール産業の誕生とマレーシア

近年、日本国内においても飲食店や大型の食料品店などにおいて「ハラール」や「ハラール食品」といった言葉を目にする機会が増えてきた。輸入食品を扱う食料品店の増加や、インターネットを通じて海外の食品を手軽に購入することが可能となったこともあり、海外の食品や調味料の購入が容易となってきた。それらの食品や調味料の中には、「Halal」という表記が記されている物もある。さらに、近年はイスラーム圏からの留学生も増加しており、ハラールな食事を提供している大学の食堂も増えてきた<sup>3</sup>。

「ハラール (ḥalāl)」とは、イスラーム法における用語の1つで、「合法」や「適法」という意味と「よいもの」「享受すべきもの」という意味を持つ。イスラーム法の第1の典拠である聖典クルアーンでは、「ハラールでよきもの (ḥalālan tayyiban) を食べなさい」(食卓 [5] 章 88 節) という形で、2つの語が同義語ないしは類義語として並べられている。マレーシアなどの東南アジア・イスラーム圏では、両者を分けて「ハラール」(ハラールのマレー語発音) を「合法・適法」、「トイイブ」(同前) を「[健康や環境に] よいもの」と分けて解釈するケースも見られるが、アラブ圏では今日でも同義語説が有力となっている。

この概念に基づく「ハラール産業」が、1980年代以降、特に21世紀になってから大きく隆盛してきた。ハラール産業の市場規模は、食品産業を中心にムスリムの人口増加に併せて年々増加傾向にある。OIC (イスラーム協力機構) 加盟国のハラール関連商品の輸入額は、2020年には2,790億ドルにのぼり、そのうちハラール食品類が72%、次いでハラール製薬が14%を占めている<sup>4</sup>。そのほかのハラール関連商品には、ハラール化

---

3. Kirihara, Midori. 2021. "Sumbangan Malaysia untuk Industri Makanan Halal dan Standardisasi Halal: Pandangan Jepun Terhadap Reka Bentuk Nilai Islam dalam Konteks Global [Malaysia's Contribution to the Halal Food Industry and Halal Standardization: Japanese Views on Islamic Value Design in a Global Context]." In Muhammad Hakimi Mohd Shafiai and Midori Kirihara eds. *Pemikiran Semula Tamadun Insani dari Sudut Ekonomi Islam: Kes Standard Halal di Malaysia Pasca Moden*. Kyoto Series of Islamic Economic Studies 4, pp. 1-12.

4. Diner Standard. 2022. *State of the Global Islamic Economy Report 2022*, pp. 26-35. Retrieved April 24, 2023, from Salaam Gateway Web site: <https://www.salaamgateway.com/specialcoverage/>

化粧品やハラール観光といったものが含まれており、食品以外の展開も多くみられるようになってきた。加えて、2030年までに国際的なハラール産業の経済規模は4兆9600億ドルに達するという予測もある<sup>5</sup>。また、非イスラーム諸国（ムスリムがほとんどいないか、マイノリティの国）に拠点を置く企業からもハラール産業へ参入がみられるようになり、ネスレ、コカ・コーラ、マクドナルドといった大手の企業においてハラール食品の導入が活発化している。

ムスリムが生活する国々では、19世紀末以降～20世紀前半には近代化や西洋化がもたらば推進されたが、20世紀半ば以降の「イスラーム覚醒」や「イスラーム復興運動」により、イスラーム的価値観が様々な面で復興するようになった。特に、1970年代以降は、1975年のドバイ・イスラーム銀行の誕生に代表される経済面でのイスラーム復興、1979年のイラン・イスラーム革命に代表される政治的なイスラーム復興が顕著となった。経済・社会面におけるイスラーム復興は、イスラーム法で禁じられた利子を排除する「無利子銀行」、つまり従来の資本主義の常識に挑戦する「イスラーム経済」の分野を生み出し、21世紀初頭には国際金融の一角を占めるに至った。また、これと並行して、1980年代以降にはハラールを重視する食品や製品を提供する「ハラール産業」が発展することとなった。このうち、イスラーム経済研究に関しては日本でも、これまで金融制度や金融商品に主眼を置いた優れた研究成果が出されている<sup>6</sup>。また、ハラール産業についても、加工食品、製品、金融商品、ファッション、医療などの多様な業界に浸透している実態が解明されてきた<sup>7</sup>が、ハラール産業の成立がここ数十年の出来事であることもあって、ハラール産業研究の研究蓄積は十分であるとは言えない。加えて、ハラール産業は、経済活動の一環として議論をすべきであろう<sup>8</sup>。マレーシア国内で産業として機能し、現在では一大産業にまで成長したハラール産業であるが、この背景にはマレーシアの政治、経済、社会が大きくかかわっている。

1981年7月、マハティール政権が誕生したマレーシアは、それまでマレーシアが抱

---

SGIE22

5. MEE Staff. 2022. Global Halal Economy Could Grow to \$4.96 Trillion by 2030. Retrieved April 24, 2023, from Middle East Eye Web site: <https://www.middleeasteye.net/news/global-halal-economy-market-reach-496-trillion-2030>
6. 長岡慎介 (2011)『現代イスラーム金融論』名古屋大学出版会. や吉田悦郎 (2017)『グローバル・イスラーム金融論』ナカニシヤ出版. などがある。
7. 桐原翠 (2022)『現代イスラーム世界の食事規定とハラール産業の国際化—マレーシアの発想と牽引力—』ナカニシヤ出版.
8. ハシヤン・アンマール (2022)『イスラーム経済の原像—ムハンマド時代の法規形成から現代の革新まで』ナカニシヤ出版, p. 4; 191. 桐原翠 (2022)『現代イスラーム世界の食事規定とハラール産業の国際化—マレーシアの発想と牽引力—』ナカニシヤ出版, p. 43.

えてきた政治・経済における課題へ取り組むこととなった<sup>9</sup>。マハティール政権以前の1971年から始まった新経済政策（New Economic Policy）の影響も大きく、政治や経済への新たな展開が期待された。この影響の中で、マレーシア国内における産業も、新たな展開を見せていくこととなる。最も象徴的なのは、1970年代頃から精肉の輸出入の際、宗教的な方法に則ってと畜したことをどのように証明するかといった点で、特に関心を集めてきた「ハラール」という用語についての取り扱いについて、マハティール政権下では、その方法を1つの規則（規格）として明文化する動きが本格化したことである。これ以前にも湾岸諸国では、と畜の方法に関する決まりなどが国内の規格として存在してきたが、それらはのちのハラール産業の規格として打ち出されたというよりは、一般的など畜方法を示したに過ぎなかった。一方、「ハラール」を規格とし、それがのちに一つの産業の基礎として機能するよう策定したのが東南アジアのマレーシアであり、『マレーシア・スタンダード』と呼ばれるものである。また、2000年に策定された『マレーシア・スタンダード 1500：2000 ハラール食品の製造、準備、取り扱い、保管に関する一般的な要件<sup>10</sup>』のみならず、ハラールの輸送やボディケア商品などに関するガイドラインの策定にも力を入れ、ハラール化粧品やハラール製薬といった新たなジャンルを確実なものとしたことで、ハラール産業は、現在においてマレーシア国内の一大産業にまで成長した。ちなみに、これらの規格などに基づいて検査され「ハラール」と判定された食品や製品のほとんどにはハラール認証のロゴが付され、飲食店などの店舗の場合はハラール認証済の証明書を掲示するケースが多くみられる。

この『マレーシア・スタンダード』の内容からハラール産業の特徴をまとめると、以下の2点のようになる。まず1つ、ハラール産業は、産業として社会と宗教の相関的な関係を持っている。『マレーシア・スタンダード 1500：2000 ハラール食品の製造、準備、取り扱い、保管に関する一般的な要件』は、その名の通りハラール食品に関連する一般的な要件が記されたものである。2000年に第1版が出されたあと、2004年、2009年、2019年と項目の加筆や削除を行いながら改訂を重ねてきた。これらの規格の内容を分析するとハラールの意味をはじめとし、国内の法令や行政規則を踏まえた内容も含まれていることから、これは単にイスラーム法の内容を記した宗教性の強い規格ではなく産業・国家・宗教といった側面が相関性を持ち成り立っていることがわかる<sup>11</sup>。特徴の2

9. 鳥居高(2003)「ブミプトラ政策——多民族国家マレーシアの開発ジレンマ」『マレーシア研究(1)』, p. 28.

10. Development of Standards Malaysia. 2000. *General Guidelines on The Production, Preparation, Handling and Storage of Halal Food*. Selangor: Development of Standards Malaysia and Shah Alam: SIRIM Berhad.

11. 前注『現代イスラーム世界の食事規定とハラール産業の国際化—マレーシアの発想と牽引力—』p. 46.

つ目は、国内の様々な組織が『マレーシア・スタンダード』を構成する主体としてハラル産業に関わっていることである。特に、政府機関はもちろんであるが、民間の組織や大学などが関わっている。

一方、1960年代～80年代にかけて、マレーシア国内は英国の植民地期から直面してきた民族的な対立をどのように調和していくか考えざるをえないようになる。その契機となった代表的な出来事に、1969年5月13日に発生した中華系とマレー系の民族暴動事件がある。これは独立以降にマレーシアで生じた史上最大の民族暴動とされる。その背景には、それまで商業は中華系、農業はマレー系といった構図の中で生じた経済格差の問題があり、換言すれば暴動が民族と経済の問題へ踏み込む新たな契機となった。当時の華人の月額平均所得はマレー人の2.2倍であった<sup>12</sup>。これに対して、その後の経済政策によりマレー系のエンパワーメントの向上と、マレー人による「マレー人」形成の教育（マレーシア国民大学の創設やマレー文化を発展させたアル＝アッタスなどの知識人の活躍による）が成果をあげ、マレー人の中産階級化を生み出すまでに成長した。多民族国家マレーシアにおいて、民族の共存というのは最重要課題である。

マレーシアは、マレー系、中華系、インド系、その他（外国籍）から構成されており、国内ではマレー語、中国語、タミル語が飛び交う。さらには、イスラーム、仏教、儒教、道教、キリスト教、ヒンドゥー教を信仰する人々が暮らしている。マレー人といった時の定義は「イスラームを信仰し、マレーの慣習に従い、マレー語を話す者」となっている。イスラーム世界の他の民族と比べて、宗教と民族性の強い結合が特徴である。その一方で、国内における居住空間において強制的な住み分けなどはなされていない。例えば、クアラルンプールにおいて、道路を挟んで道教の寺院とヒンドゥー教の寺院が向かい合うように建てられているなど、民族や宗教の交わりが日常的でエスニックな共生の風情を漂わせている。このように宗教や民族が日常的に交わる空間において生活する、共存する中で生じた「食」と宗教的な「戒律」への関心が大変興味深い。例えば、イスラームの戒律として豚やアルコールの禁止がよく知られているが、マレーシアにおいて食と戒律がどのような関係であるのか、イスラームの視点を交えて見ていく。

## 2. 移民先へ持ち運ぶ戒律とは

グローバル化の進展や世界的な技術革新の結果、人の移動や物の流通が活発化した。この結果としてムスリムが非イスラーム圏へ移動する機会も増加し、主に留学や出稼ぎを目的とした人々、さらには母国から避難することを余儀なくされ意図せず移動をした

12. 小野沢純 (2012) 「ブミプトラ政策——多民族国家マレーシアの開発ジレンマ」『マレーシア研究 (1)』, p. 4-5.

人々の存在が、非イスラーム諸国におけるムスリム集団を生み出し、彼らが異国で生存基盤を構築する状況が生じるようになった。

これらの人々の生存基盤の構築は、母国からの移動や移住という大きな出来事を乗り越える上に成り立っている。人々はその移動という共通体験の中で、祖国やウンマ（イスラーム共同体）としての感覚を強固にしてきたと考えられる。たしかに、ウンマとしての感覚は母国で生活している場合でも十分に感じ取ることが可能であるが、母国の外へ出たことで、生活圏内で非イスラームな物に予期せず触れるといった経験が、ムスリムとしての共同体の意識やイスラームの感覚を強くすると考えられる。

イギリスにおけるフィールド調査などからは、母国を離れたムスリムがイスラーム共同体という感覚を強くしながら、生活の基盤を構築してきた例として、飲食店や生活雑貨なども取り扱う小型の食料品店、精肉店などを営んで生計をたてている様子が確認できる。さらに、これらの店舗はムスリム同士のコミュニケーションの場の一つとしての役割を果たしている。移動先では言語の障壁があり、生活に関わる手続きなどでも様々な疑問が生じるが、このようなコミュニケーションから解決の手がかりが得られることも多いようである。

特に、飲食店を確認すると、国や地域によりハラール認証の捉え方、いわゆるその利用方法が様々であることがわかる。その様子を簡単にまとめると、3つほどに区分できる。飲食店にハラール認証取得済の証明書を掲示し「ハラール」であることを強調している場合、店内や看板などに国旗や国名を記載し「エスニック料理」である事を強調している場合、ハラール証明書も掲示した上でエスニック料理であることを強調している場合である。ちなみに、これらの飲食店はどのタイプもにぎわいを見せており、ムスリムの利用客も多いが、その一方で非ムスリムの利用客も確認することができる。3つのタイプの相違を考えた時に、ハラール認証の利用の違いが生じるのは一体、どのような理由からであろうか。一般的な意見として、イスラームの戒律は厳しいといった話をよく耳にする。しかし、そんなに厳しいのであれば、戒律のもとに統一され、このような差は生じにくいのではないだろうか。それでは、ムスリムは「戒律」をどのように捉えているのだろうか。

ここで、イスラームの知や思想の伝承形態について簡単に触れておきたい。まず、イスラームの特徴の一つに、宗教的・社会的組織であるところの「教会」が存在しないということが挙げられる（これは、例えばキリスト教会における教皇のような権威を持つ者も教義の決定権を持つ「公会議」にあたるものもない<sup>13</sup>）。宗教的な指導者としてウラマー（イスラーム諸学を修めた知識人・学者）は存在しており、例えば彼らは一般ムスリムが抱えている疑問や悩みへの応答を提示してくれる場合もある。しかし、イスラーム

13. 小杉泰 1994『現代中東とイスラーム政治』昭和堂, pp. 76-77.

ムは教会組織を持たないため、ウラマーも誰かに任命される状況はなく、ウラマーとしての存在は、一般ムスリムにより選び取られていくといった性質を持つ。この性質を「市場」という比喩に則り「思想の市場」メカニズム<sup>14</sup>として考えると明確になる。現在に至るまで思想が選び取られてきたことを証するように、現在のイスラーム諸派としてスンナ派、シーア派などがあり、スンナ派にはスンナ派四大法学派（ハナフィー学派、マラーリク学派、シャーフイー学派、ハンバル学派）といった学派が存在している。ここからイスラームの知や思想は一つに統一されたものではなく、ムスリムにより選択され紡がれているということが理解できる。

以上のようなイスラームの特徴を踏まえ「ハラール」と食を考えた場合どのような認識となるのか、以下に水産物を例に考察してみる。イスラームにおいて水産物は基本的にハラールとされる<sup>15</sup>。その中でも、例えば、カニの取り扱いについて確認すると、学派により法学的な見解が多少異なる。東南アジア地域に多いシャーフイー学派の見解では、カニがシュブハ（グレーゾーン）に分類されることがある。一方、北アフリカ地域に多いマラーリク学派の見解では、ハラールに分類されるといった具合である。さらに、ウナギについて確認すると、トルコなど西アジア地域に多いハナフィー学派の見解では、ハラーム（禁止）に分類される。シャーフイー学派ではハラールに分類される。

このようなイスラーム法の解釈の違いも前提となって、前述したハラールの規格が形成され、これらにより定められた食品や製品の購入をムスリムは日々選択しているのである。これは特別なことではなく、市場で商品の購入を選択する1つの要素として「ハラール」ロゴを認識していると言うことができる。さらに言うならば、食品がハラールか否かを母国で、もしくは母国外で選択する行為は、特別な宗教的な行為ではなく日常生活の一部である。食品以外にも、ムスリムが海外旅行先においても1日5回の義務の礼拝を母国でと同じように行う（旅行中は、義務の礼拝の短縮が認められている）状況なども例として挙げられ、ムスリムにとって「戒律」とは自分たちの日常生活の一部に過ぎないのである。つまり、ムスリムの生活や様々な事項が「戒律」に縛られているのではなく、「戒律」と共に生活し、移動する場合にはムスリムと共に戒律のある生活が随伴していると言えるのである。

---

14. 小杉泰 2011『イスラーム文明と国家の形成』京都大学学術出版会, p. 414.

15. Kamali, Mohammad Hashim. 2013. *The Parameters of Halal and Haram in Shariah and the Halal Industry*. Kuala Lumpur: International Institute of Advanced Islamic Studies and London: The International Institute of Islamic Thought, p. 39.

### 3. 移民先で生じる「衝撃」：新たな消費文化の始まり

移動した人々は、移動先で様々な体験をする。料理が、移民のアイデンティティの一つとして機能していることはこれまでの研究でも多く取り上げられてきた。さらに料理は、ナショナリズムを鼓舞する機能がある事も指摘されてきた。ハラール料理といった際には、フランス料理やドイツ料理といった時のような「国」の概念を想起させることは極めて少ない。加えて、「ムスリム」はエスニックカテゴリーには該当しないため、ムスリム料理という分類も厳密には存在しないといえる。

ハラール食品いわゆるハラール認証を受けた食品は、イスラーム世界から生み出されたもしくはイスラーム世界限定の存在に見えるが、厳密には違う。ここには1つの「衝撃」が存在している。例えば、フランスに移住したムスリムは、有名なフランス料理と出会う。その文化的な「衝撃」から、フランス料理を口にしたいという「衝動」が生じ、フランス料理をハラール化する（食材をハラールな方法で仕入れ、調理するなど）という流れができる。すると、フランス料理もハラール食となるわけである。これはハラールな料理がナショナリズムやエスニックを代表する機能を果たしているのではなく、前述のようにイスラームにおける戒律がムスリムと共に在る所以であるともいえる。近年の最たる例として、ファストフードのハラール化が挙げられる。アメリカに本社を置くマクドナルドやケンタッキー・フライド・チキンがハラール産業へ参入している現状にも、「衝撃」の働きが存在すると考えられる。

ちなみに、マレーシアにおけるハラール化したケンタッキー・フライド・チキンは、近代的な消費文化の発展を後押ししたと考えられる。前述の通り、特に1960年～1970年代頃のマレー系の多くは農村に暮らしていたが、徐々に生活スタイルが変化し、マレー系の都市化が進んだ。これまで農村地域のコミュニティ内で完結していたものが、マレー系の中産階級化が進むことにより、ムスリム社会全体が消費文化へ参入することとなった。さらに、食卓にも変化が生じ、レトルトや冷凍食品の消費、商業施設などにおける外食が増加した。さらに、チキンの消費量が圧倒的なマレーシアに、ハラールケンタッキー・フライド・チキンが適合したと言える。

つまり、ハラール産業は、昔ながらのマレーシアの食生活に浸透してきたというよりは、消費することを目的とした「衝撃」「衝動」により、新たな消費文化を構築してきた。例えば、東南アジアで代表的な料理の一つにナシ・アヤム（直訳するとチキン・ライスの意）がある。マレーシアはもちろんのこと、シンガポールやインドネシアにおいても食することができる。消費文化の構築の構図は、このナシ・アヤムをハラール・ブランディング化するのではなく、新たなチキン料理に対してハラール・ブランディング化を適応するといったものであり、それがケンタッキー・フライド・チキンのハラール認証取得にもつながったというわけである。例えば、マレーシアの学生が好きなファストフード店を民族別に表したグラフを見ると、古くからマレーシアに根付いてきた企業よりケ



ンタッキー・フライド・チキンやそれに次いでマクドナルドの人气が圧倒的である<sup>16</sup>。

#### 4. おわりに

ここまで、イスラームにおける食に焦点を当てながらムスリムにとっての「戒律」について考察してきた。ムスリム内部の「戒律」の捉え方は、非ムスリムが抱く宗教が押し付ける厳格な規律といったものではなく、生活や人生に有益なガイドラインとして社会の中で共有されている考え方として機能していることが明らかである。さらに、「ハラール」が、新たな消費文化を生み出す傾向にあり、マレーシアの人々の生活スタイルの変容と関わりながらハラール産業は拡大し、新たな消費文化を生み出すまでになった。つまり、これはマレーシアの社会生活の変化に伴い、イスラーム的な規範である「ハラール」が日常生活に内在化され、新しい消費文化が発展してきたと言える。

近年の技術革新やデリバリーサービスの発達などが、イスラーム世界においても新たな展開を巻き起こしている。今後、ハラール産業がどのような展開を見せていくのか、さらに多文化を持つ人々がどのように共生を実践しているのか、「食」の観点から引き続き研究を進めていきたい。

※本報告は、日本学術振興会・特別研究員 (PD) 研究奨励費「イスラーム法の日常規範化とハラール食品産業の国際展開：東南アジアと湾岸地域の競合」(20J00457、桐原翠) の研究成果の一部である。

きりはら・みどり  
(立命館アジア・日本研究機構 専門研究員)

---

16. Habib, Farzana Quoquab, Rozhan Abu Dardak, and Sabarudin Zakaria. 2011. "Consumers' Preference and Consumption Towards Fast Food: Evidences from Malaysia." *Business and Management Quarterly Review (BMQR)* 2(1), p. 23.