日本におけるハラール食品の生産と供給への アクター・ネットワーク理論応用の試み

野 尻 亘*

(2016年4月27日受付, 2016年11月5日受理)

I はじめに	1 在日ムスリム社会とエスニック・ビジネス
II ハラールとは何か	2 エスニック・ビジネスとしてのハラール産業の実態
1 ハラールの真正性	IV 輸出目的で認証を取得し制度化する国内産ハラール
2 アグリビジネスとしてのハラール	V 結び
3 ハラールのアクター・ネットワーク理論への応用	
III エスニック・ビジネスとしての日本国内におけるハラール産業	

摘 要

日本におけるハラール食品の生産と供給について、アクター・ネットワーク理論を応用して分析した。第1に、バブル景気のころより増加した在日ムスリムによるエスニック・ビジネスとして成立したハラール食肉生産は、非公式な滞在者も多いなかでの宗教的紐帯にもとづく、インフォーマルな市場であり、正規の流通ネットワークに結びつかなかった。第2に、2010年代中頃より、日本政府の農産物輸出振興戦略によって、日本人の経営する大規模な近代的・衛生的施設において、海外のハラール認証を得て、食肉を生産・輸出することが試みられるようになった。国際的に通用するハラール認証の取得とその維持費用の高さから、海外市場で対抗するためには、ブラジルや豪州産のハラール食肉のように大規模な資本力や規模の経済が必要となる。このようなハラール食肉自体の高コスト化は、在日ムスリムの購買力や所得の低さと矛盾する。日本の事業者が正規に着手するハラール認証食肉はイスラム圏の富裕な階層やインバウンド・ムスリムの需要を想定している。最初に日本でのハラールの問題を顕在化させた本来の在日ムスリム社会の存在は、マイノリティとして等閑視されている。これら両者の矛盾するネットワークについて、アクター・ネットワーク理論を応用し、ネットワークを構成する「序列づけの諸様式」を明らかにした。

キーワード：ハラール, 在日ムスリム社会, エスニック・ビジネス, アクター・ネットワーク理論, 序列づけの諸様式

An Attempt to Apply Actor-Network Theory to Halal Food Production and Supply in Japan

NOJIRI Wataru

Faculty of Economics, Momoyama Gakuin University

(Received on 27 April, 2016; Accepted on 5 November, 2016)

This paper applies actor-network theory to analyze the production and supply of halal food in Japan. The findings were as follows. Firstly, with the increase in numbers of Muslim immigrants entering Japan since the time of the bubble economy, provision of halal meat emerged as an ethnic business among Muslim residents. Based on religious ties in the Muslim community, with its many undocumented residents, the halal meat business was operated as an informal market situated outside the regular distribution network. Secondly, since the mid-2010s, under the Japanese government's agricultural products export promotion strategy, large-scale, modern and hygienic facilities under Japanese management have also attempted to obtain overseas halal certification so as to produce and export halal meat. Because of the expense of acquiring and maintaining internationally-recognized halal certification, in order to compete in overseas markets, Japan needs to carry out large-scale capital investment and also establish economies of scale similar to those already underway in Brazil and Australia. However, the high cost of halal meat resulted in poor sales because most Muslims in Japan had weak purchasing power and low income. Consequently, the first requirement for Japanese companies hoping to launch themselves into the halal-certified meat business is demand from wealthy people in Muslim countries as well as inbound Muslim tourists. Amidst the halal boom, the difficulties of securing domestic halal production were initially exposed by the domestic Muslim community in Japan, but that community, being perceived as a minority, has been receiving little attention. By applying actor-network theory to those two mutually inconsistent networks, this paper clarified the 'modes of ordering' which constitutes production and supply of halal food in Japan.

Key words: halal, Muslim community in Japan, ethnic business, actor-network theory, modes of ordering

I はじめに

最近の欧米の経済地理学ではアクター・ネットワーク理論に関心が高まっている。アクター・ネットワーク理論では、人間と「もの」が環境によって媒介されながらダイナミックな関係を結んでいくという世界像がもたらされつつある。すなわち、そこでは「ひと／もの」関係を、従来のように「主体／客体」図式や「命令／従属的」な図式によって把握するのではなく、むしろ「ひと」

と「もの」の両者に対して、対称的なアプローチが採用されている。アクター・ネットワーク理論では、主体性が人間だけに特権的に占有されているのではなく、むしろ主体性は「ひと」と「もの」からなる関係のネットワークにおける分散した存在であるとして捉えてられてきた。つまり、アクター¹⁾や主体というのは、この「ひと」と「もの」が織りなす複雑なネットワークの効果なのである(Murdoch, 2006)。

本稿で、筆者はイスラム教徒(ムスリム)にとつ

て食生活における厳密な戒律や規範であるハラール食品を「もの」として取り上げ、日本におけるその受容と変容について、アクター・ネットワーク理論を用いて明らかにしたいと考える。

とりわけ近年、日本においてもイスラムの食生活の規範であるハラールに関心が高まっている。その背景としては第1に、バブル経済期にビザ免除協定によって、パキスタン、バングラデシュ、イランなどから多くの労働者が流入したことや、東南アジアからのイスラムの留学生の増加がある。正確な統計はないが、日本に常住するイスラムの人口は約10万人から15万人と推計されている²⁾。このような状況をもとに各地にモスク（イスラム礼拝堂）が設置され、パキスタン、バングラデシュ出身者によるエスニック・ビジネスとしてのハラール・ショップ³⁾が開設されるなど、日本国内においてもハラールの食生活の規範が顕在化している。

第2に東南アジアの経済成長が続くなかで、マレーシア政府が「ハラール・ハブ」政策を打ち出

したことがある⁴⁾。これを契機にイスラム圏をはじめ、グローバルにハラール食品の輸出入が拡大した。日本においても食品、医薬品、化粧品などのハラール認証を取得することが、東南アジアや中東への市場の獲得につながると重視されるようになった。

しかし、日本におけるハラール食品の生産と流通の実態を解明することは容易ではない。その理由として、第1にハラールについては、と畜のプロセスについて言及しないわけにはいかないが、日本では仏教における殺生戒や浄穢観など、さまざまな不当な差別と偏見がともない、と畜自体がタブー視されてきた（鎌田, 1998）。また内澤（2007）によれば、イスラム圏においても、決して職業としてのと畜はオープンに公開されるものではない。第2に、ハラールと畜に携わる労働者はイスラムでなければならないが、就学ビザで来日したイスラムにとって、その行為は目的外就労にあたり不法滞在者として摘発の対象となる⁵⁾。

このような事情のもとで、狭い在日イスラムの

- 1) アクター・ネットワーク理論においては、主体としての「アクター」に人間だけではなく、事物、自然、技術、制度などをふくむ場合がほとんどである。そこで、本稿では多様で異質な存在から構成されるアクターを示すために、以下、「アクター」を「アクタント (actant)」という表現に統一する。なお多くのアクター・ネットワーク理論に関する論文や図書では、アクターとアクタントの表記と表現が混在し、混乱している。
- 2) Kojima (2006) は、国勢調査や法務省外国人登録者統計をもとにし、日本在住の国籍者別人口にその出身母国の全体人口に対するイスラム教信者（イスラム）の比率をかけた値と、未登録の過剰滞在者数の予測値を合算して推計し、日本国内のイスラムの人口を約10万人～15万人としている。しかし、これは過大な推計かもしれない。
- 3) 地理学において、ハラール・ショップを取り上げた事例として澤（2007）がある。
- 4) マレーシアのハラール・ハブ政策とは、イスラム教を国教とするマレーシア政府およびマレーシアの認証機関が、食品、医薬品、化粧品などのハラール認証を政策的に推進し、かつマレーシアのハラール認証をイスラム圏の共通基準としたいという試みである。マレーシア政府としては、自国の農業や加工食品の生産の発展を促す試みでもある。ハラール・ハブ政策によって、多くの日本企業がマレーシアで加工食品、医薬品、化粧品のハラール認証を取得し、またマレーシア国内各地のハラール・インダストリアル・パークに立地進出している（川端, 2012; 富沢, 2012）。しかし、日本からの牛肉のハラール認証は認められていない。Othman et al. (2009) は、マレーシアが ASEAN 域内の他の諸国に対して、労賃や穀物価格が高く、畜産業の経営規模も小さいことから、国内農業の保護をはかるために、外国企業に対して牛肉や鶏肉のハラール認証を抑制すべきであると主張している。
- 5) 在日イスラム相互間では宗教的結束や連帯が非常に強い。不法滞在者の摘発を恐れることから、他のイスラムに関する情報をイスラム以外の日本人に伝えたがらない。そのため、ハラール食品の取引先、仕入先、顧客についての情報を得ることは非常に困難である。地理学では唯一の先行研究である清水（2007）の報告も簡潔な2ページの学会発表要旨に留まったのは、そこに原因があろう。筆者も何軒ものハラール食品小売店や卸売業者から、何年か前に地理学専攻の東北大学院生が同じことを聞きに来たが、十分なことを答えられなかった、という話を聞いた。それゆえ、ハラール食品の実態については、数多い制約のなかで、断片的に入手しうる情報をもとに解明していく必要がある。

社会のことであるから、論文の記述内容から、関係者にとっては誰のことか容易に特定しうる恐れがあり、人権問題に配慮して研究対象の匿名性をはかる必要がある。そのために本研究では地理学では例外のことであるが、地名を特定して記述することを避ける。

またこのような事情により、筆者に対して多くのハラール食品店、ハラール卸売業者、と場が、聞き取りや現地調査の受入れを拒絶したため、実態を詳細に解明することは非常に難しい。数量的な統計データも殆ど得ることができない。このような制約や限界については、内外の公開された電子情報や文献資料をもとに補完する。そして、かわりに新しい方法論としてアクター・ネットワーク理論を用い、グローバルな文脈を背景として、在日ムスリム社会をはじめとするハラール食品供給の実態を明らかにする。

ところで、農業食料研究にアクター・ネットワーク理論（以下、ANT）が応用された代表的な事例として、フェアトレード・コーヒーを扱った Whatmore and Thorne (1997) の研究があげられる。ANT では、グローバルなネットワークを、すでに構築された全体としてではなく、常に秩序が形成され続けている流動的、関係論的な存在として理解を試みている。すなわち、①いかにして地域における主体が、遠く離れた他のアクタント（「ひと」、「もの」、自然、技術など）のネットワークへの取り込みについて、空間を克服し、距離を超越して機能するのか。これを「遠隔作用⁶⁾ (action at a distance)」という。次に、②グローバルなアクター・ネットワークは、それが持続する一方で、アクタントとの間に新しく異なった関係を発生させているのではないかということが問題となる。

そして Whatmore and Thorne (1997) は「遠隔作用」の実例として、Law (1986) のポルトガル

大航海の研究を引用している。そこでは、①「文書情報 (documents)」としての天文航法、②「仕掛け (device)」として略奪を避け貨物を運ぶことができる帆船や天体観測の機器、③「特定の 방법으로様式化された人々 (people)」として、航海者、船員、商人など、特定の種類の能力で社会的実践を具体化する人々があげられる。このように、ネットワークを空間的に延長するプロセスは関係論的であり、異種混交的（ハイブリッド）なアクタントの集合からなる。

このようなネットワークの空間的延長とともに、ネットワークが強化され、時間的に安定して、持続的になるのはどのようにしてなのか。そのネットワークの持続性を説明する方法として「序列づけの諸様式 (modes of ordering)」がある。それは何が用いられて、どのようなことが起こり、ネットワークのなかで具体化してきたのかを説明する。そして、それは主体がグローバルなネットワークに取り込まれる方法にどのように影響してきたのかということを問題にする。Whatmore and Thorne (1997) では、フェアトレード・コーヒーのネットワークを強化する「序列づけの諸様式」として、現地の生産者、生産組合、輸出組合、英国のフェアトレード組織、消費者の購入をあげている。

さらに、ANT とともにコンヴェンション理論も、フェアトレード・コーヒーをはじめとする食の品質に関する農業食料研究に大きく関わっている (Raynolds, 2002)。コンヴェンションとは、Salais (1992) によれば、自発的に当然視され、従順される諸慣行のことである。つまり、諸個人の間の合意は短期的な契約や取引のみに限定されるのではなく、それらをこえた個人の意思の共有された枠組みからなる。それゆえコンヴェンション理論は新古典派の合理的仮説を否定し、個人が外生

6) いかにさまざまな「ひと」、「もの」、自然、技術などのアクタントが、ネットワークへの取り込みにおいて、空間を克服し、距離を超越して作用しているのかという「遠隔作用」の概念については、ANT の理論としてラトゥール (1999) によって詳述されている。

の規範に服従しうるといふ社会的仮説にもとづく。Salais (1994) によれば、コンヴァンションは、労働の相互作用とその情報に関する不確実性からなっている。その相互作用の不確実性については、生産物の品質を市場で評価することによって解消されて、コンヴァンションの有効性が確認される。それゆえコンヴァンション理論にとって、品質という概念は非常に重要なものである。

コンヴァンション理論において Boltanski and Thévenot (1987) は、「すべての人間関係が力関係と利害関係だけに支配される世界を想定することは疑わしい。」と考えた。むしろ人々の間に正当化可能な合意を導く「同等性の原理」をもとにして、人間と事物を関係づけるべきであると主張した。つまり「正当化可能な秩序（偉大さ）」をもとにして、人々への財の分配を調整し、人々の間に同等性を築くことができる。このように考えて、6つの正当化可能な規範的秩序が示された。さらにこの6つの規範的秩序の上位原理として、政治哲学の古典を引用して、フランス語で「市民体」を意味するシテとよばれる6つの共通善(福祉)を実現するための概念を抽出した⁷⁾。このような6つのシテの概念をもとに、Eymard-Duvernay (1989) はコンヴァンション理論における品質に関する協力の形態として、市場的協力、家内的協力、産業的協力、市民的協力の概念を類型化した。

さらに経済地理学では、Murdoch et al. (2000) が、農業食料研究において ANT と品質のコンヴァンション理論との接合を試みている。品質のコンヴァンションは、先述のコンヴァンション理論における Boltanski and Thévenot (1987) から Eymard-Duvernay (1989) への一連の議論にもとづくものである。その品質のコンヴァンションは、①市場価格競争にもとづく商業的コンヴァンション、②信用と場所や伝統にもとづく家内的コン

ヴァンション、③事前の検証や標準化が可能な効率性や信頼性にもとづく産業的コンヴァンション、④よく認識された商標やブランドにもとづく公民的コンヴァンション、⑤エコロジー、健康、安全といった一般社会の便益により評価される市民的コンヴァンションに類型化されている。

なお、Murdoch et al. (2000) は、消費者の有機食品やフェアトレード食品への要求が、商業的、産業的コンヴァンションから、たとえばウェールズの有機チーズの生産といった家内的、市民的コンヴァンションへの転換を進めていると指摘している。一方、Raynolds (2004) はフェアトレード・コーヒーなど、有機食品のブランドの認証や高度な安全衛生設備への大規模な資本の投資の必要性から、かえって産業的、公民的コンヴァンションへの転換が進行していると主張している。

このような議論にもとづけば、食料の地理学研究において、品質のコンヴァンションと ANT は方法論として両立しうる。コンヴァンション理論と ANT は、食品ネットワークにおける共同の様式や、権力諸関係を分析する概念を提供する。それらは生産者の視点をこえて、いかにさまざまなアクタントが流通や消費において、特定の規範、ルールと品質の構築にたずさわっているかを明らかにする。同時に多様なアクタントがそれぞれのコンヴァンションに参加して、ネットワークが距離をこえてコントロールされることが可能になる (Murdoch et al., 2000)。

このような議論をもとにして、Bonne and Verbeke (2008) はハラール食品に ANT と品質のコンヴァンションの両方の方法論を同時に応用することを主張している。ハラール食品の品質や属性は、消費の前後に個々の消費者によって直接に確認することはできない。すなわち、複雑なハラールの食肉チェーンは、畜産家、と場、ハラール認

7) 6つのシテには、インスピレーションのシテ、家庭的シテ、名声の（オピニオンの）シテ、市民的シテ、市場的シテ、産業的シテがある（ボルタンスキー・テヴノ, 2007）。「シテ」概念の地理学への応用可能性と意義については、水野・立見（2007）、野尻（2015）により詳しい記述がある。

証機関、小売業者、消費者と宗教的代表者などから構成されている。それぞれは、ハラール食肉の生産と加工に異なった立場と視点から関与している。それゆえ、ハラール食品の本質である起源や加工方法については、有機食品と同様に福祉的条件や持続可能性が考慮されなければならない。その方法論として ANT は、ネットワークにおけるアクタントがいかに、品質を維持する社会技術的な制度にともなって行動し、生産物の特質や専門性を発展させているかを明らかにする。すなわち、食肉チェーンにおけるそれぞれの異なったアクタントの動機が、技術的制約、経済的必然性と文化的選択によって、アクター・ネットワークにまとめられるのである。同時にコンヴェンション理論も、社会的な品質の基準の枠組みを構築する。そして、ハラールの品質のコンヴェンションは、消費者がなじみのある同胞のムスリムの食肉店から購入するような家内的コンヴェンションや、またハラール認証の遵守が重視されるところの公民的コンヴェンションにもとづくところが大きい（第1図参照）。

そこで筆者は、ハラール食品の品質に関して ANT における「遠隔作用」と「序列づけの諸様式」の概念を用いて、さまざまなアクタントがいかにハラール食品をとりまくネットワークに「取り込まれ」、「動員化」されているか、その実態を明らかにする。そしてハラールのネットワークがグローバル化し、大規模にアグリビジネス化することによって、当初の在日ムスリムの間のみに通用する家内的コンヴェンションから、グローバルに通用するハラール認証の取得へという公民的コンヴェンションへと転換してゆくすがたを明らかにする。

本論文の構成は次の第 II 章で、グローバルな文脈において、ハラールとは何かを明らかにする。そこでは、ブラジルの鶏肉やオーストラリアの牛肉など、大規模なアグリビジネスとして展開するハラールについても言及する。それをもとにハラールを ANT に応用する方法について考察する。第 III 章では、在日ムスリムを対象としたエスニック・ビジネスとしてのハラール食品について考察する。第 IV 章では、輸出を目的として、日本国

第1図 ハラール食品の品質をめぐるアクター・ネットワーク理論とコンヴェンション理論との関係

Figure 1. Conceptual framework of actor-network theory and convention theory for halal credence quality

Bonne and Verbeke (2008), p. 37をもとに作成

内における海外からのハラール認証を受けたハラール食品の生産について考察する。

II ハラールとは何か

1 ハラールの真正性

イスラム教徒（ムスリム）にとって、イスラムは宗教としてだけではなく日常の生活、衣食住を規定する教えでもある。ムスリムにとって、ハラールとは神が認めた正しいものとされ、食品だけではなく衣料品、化粧品や医薬品などについても適用される。ハラールでは、豚肉はもちろん豚起源のラード、ブイヨン、ゼラチン、コラーゲン、ショートニングなどの成分を含むことは禁止される。アルコール飲料はもちろんアルコール成分を調味料として用いることも厳禁されている（Riaz and Chaudry, 2004）。

ハラールでは第2図に示すように、牛肉、鶏肉、羊肉については、ムスリムが正しい方法でと畜をすること、すなわち、「偉大なる神の為に」と神への祈りを口で唱えながら、頸部の大動脈、食道と気管を一気に鋭利な専用の刃物で切断してと畜する方法が行われる。と畜の際に、動物に刃物を見せて恐怖をいだかせないように一瞬に行わなければならない。その際、首（頭部）は胴体と完全に切断してはならない。そして解体処理する前に首の切り口から血液を抜かなければならない。さらに接触汚染による穢れを防ぐために、豚肉やハラール以外の方法でと畜された食肉と一緒に保管と輸送をしてはならない（Riaz and Chaudry, 2004）。

一般に欧米や日本のと畜では、事前に空気銃や火薬銃で家畜の額を打って、脳震盪により気絶させる。その直後に大動脈を切って、心臓が動いている間に放血させる。放血によって、肉の腐敗を防ぎ、鮮度を落とさないことと味をまずくしないためである（鎌田, 1998; 内澤, 2007）。

このことから、ハラールと畜の特徴はムスリム

第2図 ハラール食肉の供給チェーンとハラール・コントロール・ポイント（HCP）

Figure 2. The halal meat chain and identification of Halal Control Points (HCP)

Riaz and Chaudry (2004), p. 60をもとに作成

が執刀し、お祈りをしなければならないことと、事前の気絶を認めるかどうかという問題に関わっている。事前の気絶については、コーランに記述がなく、ハラールにとって望ましいこととされない。しかし、動物福祉の観点や、と畜時に家畜が暴れて危険な状況となることを防ぐ安全上の問題と、それにともない家畜を大規模に処理する場合には、事前の気絶が必要となる。ハラールにとって気絶を認めるかどうかは悩ましい問題である（Bergeaud-Blacker, 2007）。

2 アグリビジネスとしてのハラール

大規模にグローバル化するアグリビジネスは、人口規模の拡大と経済成長が続く中東、東南アジア、南アジアといったイスラム圏への輸出を拡大するため、ハラール認証の獲得を目指している。

筆者の観察では特に、日本国内のハラール・ショップの店頭においても、ブラジル産の鶏肉、オーストラリア産牛肉が主に輸入され販売されている。なぜブラジルやオーストラリアといった南半球のイスラム圏以外の国が、盛んにハラール食肉を供給することができるのか。得られる資料の制約はあるものの、筆者なりに考察を加えることにしたい。

ブラジルは世界有数の鶏肉輸出国であり⁸⁾、鶏肉の輸出は2000年から2012年にかけて4倍に増加した。ブラジルの鶏肉輸出の4割が中東向けである⁹⁾。特にハラールとして冷凍丸どりの中東への輸出が多い¹⁰⁾。また2008年において日本の鶏肉輸入（加工品ふくむ）の約5割はブラジルからである¹¹⁾。それは、ブラジル国内において大豆やトウモロコシといった豊富な飼料の生産が行われていること、2003年にアジア（中国とタイ）を中心に鳥インフルエンザが流行し、そこからの各国への輸出が途絶えたこと、インテグレーターとよばれる大規模パッカーによって垂直的統合が行われてきたことが理由としてあげられる。

垂直的統合とは、衛生管理等の基準を満たしながら大規模かつ効率的に鶏肉を生産し加工するシステムである。このようなインテグレーターである大手食肉販売会社は、飼料工場や雛の孵化場、食肉処理施設、配送センター等の養鶏インフラを所有し、鶏の飼育を契約養鶏農家に委託する。イ

ンテグレーターは契約農家に、生後1日の雛や飼料、ワクチン、薬品等の投入要素と、飼育や衛生管理に関する技術指導や獣医学的サービスを提供する。養鶏農家は鶏の死亡率、飼料要求率、食肉処理場に納入される鶏の平均体重などから構成されるパフォーマンス指標にもとづき、インテグレーターから委託料を受け取る（植木, 2007）。

ブラジル養鶏産業の発展は、①穀物価格や人件費面でのコストの優位性、②インテグレーションとよばれる生産システムを基盤に、衛生条件等を満たしながら、養鶏プロセスの効率性の改善を実現したことと、③製品仕様を輸出市場に対応させることにより、国際市場の厳しい競争に対応できたことが理由としてあげられる（植木, 2007）。

大手インテグレーターによるハラール認証の取得は、中東や東南アジアをはじめとするイスラム圏への鶏肉輸出の拡大につながっている。小規模な生産者単体では、輸出国が求める厳正なハラールの基準に対応する能力に劣るが、大規模インテグレーターにより厳しい衛生管理基準への対応が可能となる。さらに大規模なインテグレーターが生産農家への短期資金融資を行い、財政面でも支援している¹²⁾。

東京都台東区のインテグレーターの代理店の輸入卸売業者からの聞き取りによれば、ハラール認証はインテグレーターの国際市場戦略の一環であり、日本向けの輸出商品については、わざわざハ

8) 2008年の鶏肉生産量は米国、中国に次いでブラジルは世界第3位であり、輸出量は世界第1位であった。<http://lin.alic.go.jp/alic/domefore/2010/mar/gravure02.htm>「星野和久・石井清栄（2010）. ブラジル鶏肉産業の現状と今後の見通し. 農畜産業振興機構」（2016年3月28日閲覧）

9) 2011年のブラジルの鶏肉輸出の約35%が中東向けである（ブラジル鶏肉生産者・輸出者連盟データ）。http://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/e_kikaku/pdf/halal_zirei.pdf「アクサンチュア株式会社（2015）. オーストラリア・ブラジル・シンガポールにおけるハラール食品輸出事例調査. 農林水産省」（2016年3月28日閲覧）

10) ブラジル開発商工省貿易局統計によれば、2009年国別輸出先として、冷凍カット鶏肉の輸出先は日本が多く、冷凍丸どりの輸出先はサウジアラビア・アラブ首長国連邦・クエート・イラク・イエメン・エジプト・オマーンが多い。<http://lin.alic.go.jp/month/domefore/2010/oct/broi-br.htm>「国際金融危機からの回復をめざすブラジル産鶏肉. 農畜産業振興機構（畜産の情報, 2010年10月）」（2016年4月4日閲覧）

11) 前掲注8）。2008年の日本の鶏肉・鶏肉加工品輸入量73万tのうち、ブラジル産は54%を占めて第1位であった（財務省データ）。鶏肉のみの輸入ではブラジル産は実に93%を占めている。

12) 前掲注9）。

ラルの指示をしなくても、一般市場向けの日本向け商品の外箱に日本語で「ハラール」と印刷され、製品のパックにハラール・ロゴのシールが貼られているという。このようにイスラム圏以外への出荷にもハラール製品が該当されるくらいに、ブラジルのハラール鶏肉の生産能力は高いとされる。

一方、オーストラリアにおいても、豪州食肉家畜生産者事業団（MLA）の調査によれば東南アジア、南アジア、中東のイスラム圏をはじめ、世界各国への牛肉、羊肉、ヤギ肉などの輸出が多い¹³⁾。また、Oro and Pritchard (2011)、大呂 (2012) は、豪州の畜産部門が、大規模な場やフィードロットといった巨大な施設を要し、多国籍資本をはじめとするきわめて資本集約的な性格を持つと指摘している。

なお、オーストラリアのハラール認証は、政府管理のイスラム式と畜制度（Australian Government Authorized Halal Program）として行われる。オーストラリア政府は、食肉を戦略的輸出品目にするため、ハラール認証の宗教的な要素を定型化したハラール制度を構築している。1983年からオーストラリア政府農業水資源省食品検疫局は、政府により認定されたムスリムのと畜従事者の制度を施行している¹⁴⁾。と畜者のムスリムは、政府によって承認された国内のイスラム教団体によって任命される。これらの団体は2015年12月時点で、21組織が承認されている。これらのイスラム教団体が食肉のハラール認証取得とハラール・ロゴの使

用を許可し、ハラールの実践を監督する。それらのオーストラリア国内のローカル・ハラール認証は日本や米国、欧州ふくめてほぼ全世界に通用するが、インドネシア、マレーシア、シンガポール、サウジアラビア、アラブ首長国連邦、カタールへの認証と輸出が認められるかどうかは、個々のイスラム教団体によって異なる¹⁵⁾。

オーストラリア政府により承認されたイスラム教団体はハラールの認証、ムスリムと畜者の任命、ハラール実践の監督とその認証の更新から得た収益を、モスクの建設や運営、イスラム教の学校の運営、ムスリムへの奨学金やイスラム教の普及など、オーストラリア国内のムスリムに還元している¹⁶⁾。

オーストラリアの食肉生産業者と輸出業者のうちの多く、約8割が何らかのハラール認証を取得している¹⁷⁾。オーストラリアのハラール制度は、次のようにまとめられる。①と畜従事者と監督者はムスリムである。②個別のと畜施設がハラールであるかどうかを審査するのはイスラム教団体である。しかし、③と畜従事者の登録制度、ハラールの審査に関与するイスラム教団体は政府の登録制度のもとにある。このように、④実務はイスラム教団体に委ねながらも、外形的には政府が登録制度を管理することによって、信頼と権威を維持している。またオーストラリアは、家畜伝染病であるBSEや口蹄疫の感染を受けていないことも、ハラールとしての信頼を高めている。

オーストラリア政府は「政府が定めた家畜加工

13) 前掲注9)。

14) <http://www.daff.gov.au/biodiversity/export/meat/elmer-3/notices/2009/mn09-08> 'AQIS Notice Number: 2009/08, Australian Government Authorized Halal Program' (2016年3月28日閲覧)

<http://www.australian-meat/uploadservice/Resources/Australian-Halal.pdf> 'MLA, Australian Halal' (2016年3月28日閲覧)

15) <http://www.agriculture.gov.au/export/controlled-goods/meat-elmer3/list-islamic-halal-certification> 'Department of Agriculture and Water Resources, List of Recognized Islamic Bodies of Halal Certification of Red Meat' (2016年3月28日閲覧)

16) <http://www.schma.com.au> 'Supreme Islamic Council of Halal Meat in Australia Incorporated' (2016年3月28日閲覧)

17) 前掲注9)。アクサンチュア株式会社の農林水産省への報告では、2015年に豪州食肉家畜生産者事業団に所属している食肉輸出業者は129社あるが、そのうちの約83%が何らかのハラール認証を取得しているという。しかし、筆者が豪州食肉家畜生産者事業団 MLA に問い合わせたところ、データは確認できなかった。

における動物福祉の基準」によって、と畜の事前
に気絶法を用いている。ハラールと畜には、モス
レム・スローターというスタナー（額を打つ火薬
銃や空気銃）が用いられる。それはスタナーの先
がマッシュルーム状に丸くなっていて、牛の額を
打撃し、脳震盪を起こし、失神させる。それから、
頸動脈等を切断し、イスラム教本来のと畜手段を
実施している。また危険防止のため、牛をコント
ロール・ボックスと呼ばれる檻に入れてから打額、
切開し放血する（古幡, 2012）。なお、このよう
な方法を取り、大規模な場で大量にハラールと
畜をして、コストを下げないと、規模の経済を実
現できない側面もある。

3 ハラールのアクター・ネットワーク理論への 応用

ここで、第II章の小括として、ハラールの概
念をアクター・ネットワーク理論（ANT）にど
のような観点から応用するのかについて、まとめ
ておくことにしたい。ANTは「科学が作られて
いるときの人類学・社会学」に起源をもつ。それ
ゆえANTは、作られて完成した科学、技術と制
度などを正当化するコンテキストよりも、むしろ
科学が作られるプロセスそのものをより重要視す
る。ANTで重視される「翻訳（translation）」の
概念は、科学、技術、制度などが社会において正
当化される際にそれらの背後に存在するプロセス
である（ラトゥール, 2008）。

「翻訳」とは、異質な「ひと」と「もの」など
を含むアクタントをアクター・ネットワークに取
り込むプロセスであり、諸アクタントの関心が配
列されていく流れである。まず、最初に「問題化
（problematisation）」において、問題の定義、関係
するアクタントの定義が行われる。次に「関心づ
け（interessement）」で、主要なアクタントが他
のアクタントに対して、アクター・ネットワーク
における役割を仮定し、そのアイデンティティ
を定義する。さらに「取り込み（enrolment）」に

おいては、先の「問題化」と「関心づけ」の結
果をもとにして、アクター・ネットワーク上の
関心について、アクタントの役割と協力という
配列がうまくなされる。そして最後に「動員化
（mobilisation）」において、それぞれのアクタ
ントが、他のアクタントとともに、共通の目標に向かっ
て行動するようになる。このようにしてテキスト、
人々、技術的人工物からなる諸アクタントは、「翻
訳」のプロセスを通して、関心がうまく配列され
ようになる（Callon, 1986; Murdoch, 1997; 足立,
2001）。

Callon (1986) はこの「翻訳」プロセスの具体
例として、フランスのセント・プリオーク湾にお
けるホタテガイの養殖を取り上げている。生物學
者が日本の養殖技術の導入という構想を思いつ
き、地元の漁師、研究者仲間、ホタテガイに対
して、アクタントの役割をあたえるとともに、彼ら
にプロジェクトに参加してもらうようにさまざま
な交渉を行った。こうして相互関係にもとづく協
力を作り出そうとする一連の過程を描いた。しか
し、この養殖技術も、「翻訳」によるアクタント
の動員に失敗することで計画が頓挫する。

このように、「翻訳」は有力な知識や要求を収
斂し、何か可能な行動を達成するための配列であ
る。成功した「翻訳」の事例が、「遠隔作用」であり、
遠くの他者が密接に結合し、トポロジカルな空間
を形成する。そこでは、例えば図書が科学的パラ
ダイムや原理の媒介者となり、食品の基準が食品
の品質を調整する。これらは「不変で結合可能な
可動物（immutable mobile）」として定義される。
「不変な可動物」とはそのかたちや性質を変える
ことなく、距離を隔てて運びうる対象をいう。そ
れらは機械や装置などといった物質的対象（マテ
リアリティ）からなり、グローバルなネットワー
クにおける技術や科学の配分の上で重要な役割を
果たす（Müller, 2015）。

筆者は、ハラールを「翻訳」のプロセスに対して、
以下の方法で応用することにした。まず、「問

題化」において、ハラールとは何かという定義が行われる。イスラム圏以外に居住するムスリムが自分たちの食料を確保するため、あるいはイスラム圏への輸出市場を確保するためにハラールの問題の所在が意識され、ハラールの導入が企図される。次に、「関心づけ」においては、ハラールの基準を満たすために、国内や海外でハラール認証を取得することや、そのためにどのような生産や流通条件、技術的あるいは宗教的要因を満たすかということが検討される。さらに「取り込み」において、ハラール認証を取得し、ハラールの条件を満たすために、専用の施設や設備とムスリムのと畜者が実際に確保される。最終的に「動員化」のプロセスにおいて、ハラール食品の生産と輸出が行われる。このような一連の流れを、ハラールに関する ANT の「翻訳」のプロセスと考えることができる。またグローバルに流通しているハラール食品を「不変な可動物」とみなすことができよう。

すなわち、「翻訳」のプロセスでは、社会的アクタントのみに主体性が与えられるのではなく、アクター・ネットワークの異種混交性（ハイブリッド性）が認識され、多様な方法で事物や技術、制度が人間と一緒にネットワークに取り込まれる。そのような動きは、物質的な世界を、単に道具や従属的なものとみなしてきた従来の経済地理学を是正するものである（Müller, 2015）。このような観点をもとにして、次章以下、ハラールをアクター・ネットワーク理論に応用していくことにする。

III エスニック・ビジネスとしての 日本国内におけるハラール産業

1 在日ムスリム社会とエスニック・ビジネス

エスニック・ビジネスとは、同胞にエスニック

な消費財を供給するエスニック市場から始まる移民のビジネスをさす（Waldinger, 1989）。その定義としては、①経営者がエスニック集団に属している。②従業員としてエスニック集団に属している者を雇用している。③属しているエスニック集団独特の商品を取り扱う、といった諸条件からなる。また一般に移民は語学力の欠如や差別を受けることによって、社会的に排除されてきたことからエスニック・ビジネスという自営業を指向する傾向がある（Light, 1979）。

さらに Aldrich and Waldinger（1990）は、エスニック市場の成立条件は、エスニック集団がある程度の人口規模を持ち、一定の購買力を有することであると指摘している。直接的には、エスニック集団特有の商品やサービスに対する需要がエスニック市場を成立させる。しかし同胞向けのビジネスの多くは、高度な技能や資本を必要としない。それに加えて移民の経済的上昇意欲の高さから、後発者たちの追い上げも、一般市場におけるものよりも急である。このように需要に対して、供給側の伸びも非常に速い。そのため、すぐに過当競争の状態に陥る。

本稿で取り上げる在日ムスリムが増え始めたのは、日本のバブル景気を背景として、多くの外国人労働者が入国した頃からである。当初はビザ免除協定によって、就学目的として入国したバンラデシュ、パキスタン、イランの3か国出身者がその多くを占めていた。彼らは渡航費用や渡航就職ブローカーへの仲介料を負担できる点で、その多くが中産階級の出身であり、また母国で大学を卒業しても就職難であった¹⁸⁾という事情を背景としていた。しかしその後、在留資格の審査は厳しくなり、超過滞在など、いわゆる「非正規滞在者」に対する取締りが強化され、その数は減少した（倉沢, 2013）。

また鈴木（2009）は、日系ブラジル人労働市

18) この点については、三宅（1990）、マハムード（1994）、若林（1996）、五十嵐（2004）によって詳しく記されている。

場が拡大していくのに対して、在日ムスリムの労働市場は縮小しつつあり、より低辺下層の非正規滞在労働者市場を形成し、血縁的、地縁的ネットワークにおける激しい移動をともなって、出身国別に細分化していったことを指摘している。こうして、在日ムスリムは来日初期には東京都心部に生活していた者が多かったが、入国管理局の摘発を恐れ、よりよい収入や生活費用の安さを求めて、北関東の中小零細工場へと移動していった。

その一方で、日本人と結婚して正規の滞在資格を獲得したムスリムは、起業して自営業主として定住するようになる。それに加えて、全国各地の大学で東南アジアやイスラム諸国からのムスリムの留学生が増加し、就学や研修を終えた留学生で日本にそのまま滞在する者が増加した。このような人達が次第に核となって日本各地でモスクの設立がみられ、モスクを中心とするムスリムのコミュニティが形成された。基本的にモスクを中心にインフォーマルなムスリム・コミュニティが形成されると、そうしたコミュニティを取り巻くように、ハラール食品店や彼ら出身国のエスニック料理店の開業もみられる(倉沢, 2013)。

在日ムスリム社会におけるハラール産業についての詳細なフィールドワークとして、樋口ほか(1998)、樋口・丹野(2000)の研究をあげることができる。それらによれば、1987年に柏市でパキスタン出身のムスリムが開業したのが、最初のハラール卸売業者であるという。90年代になると、日本人と結婚して安定した在留資格を得た。パキスタン出身者、バングラデシュ出身者にとっては自動車解体、中古自動車輸出¹⁹⁾とならんで、ハラール食品はエスニック・ビジネスとなった(竹下, 2004)。それらはいずれも高度な資本や技術の必要がなく、参入障壁は低かった。

さらに竹下(2004)、福田(2012)は、ムスリムと日本人配偶者との結婚が、在留特別許可の取得にあたって重要な役割を果たすことを指摘している。また日本人配偶者本人およびその実家が、企業創設時の資本金調達の出資者や不動産賃貸の保証人として貢献している。また日本人配偶者は中古車廃車手続き、通関手続き、食品衛生の許可、ハラール食品の輸入検疫などのエスニック・ビジネスを遂行するための官公庁への提出文書を日本語で作成するなど、重要な家庭内のビジネス・パートナーの役割を果たしている。

なお、山口(2009)は岡山県の在日ムスリム社会のコミュニティにおいて、日本人の協力者を得て、ムスリムがと場を借りて、こっそりとハラールと畜を行っていることを報告している。

2 エスニック・ビジネスとしてのハラール産業の実態

各地のハラール・ショップにおいて、筆者がその店頭にならぶ商品に記された食品輸入業者および食品加工地の表示をみると、ほとんどの商品が首都圏郊外の相模原、越谷、三郷、柏の各市に所在する数軒のムスリムが経営する輸入卸売業者がその流通の中心となっていることがわかる。

筆者は2014年にバングラデシュ出身者が経営する埼玉県三郷市に所在する卸売店D社からハラール牛肉のネットワークについて、聞き取り調査をすることができた。ここで、ANTの「翻訳」のプロセスをD社のハラール食品の供給事例に応用することとしたい。

まず「問題化」のプロセスとして、D社の創業について述べる。D社の経営者はバングラデシュから日本の大学に留学し、卒業後も日本の食品メーカーでハラール食品である調味料の開発に携

19) 藤崎(2010)、外川ほか(2010)、福田・浅妻(2011)、福田(2012)、福田(2013a)は、在日パキスタン出身者や在日バングラデシュ出身者によって、廃車解体と中古車輸出のエスニック・ビジネスが形成され、その輸出先がパキスタン、バングラデシュ、アラブ首長国連邦、ケニア、ニュージーランド・ロシアへとグローバルなネットワークを形成したことを詳細に論じている。

わった。その後、独立して、在日ムスリムに対してハラール食品の卸売、小売業を始めた。日本在住のムスリムにハラール食品を供給してみようというのが動機であった。D社は1989年に創業し、従業員約20名のほとんどがムスリムである。D社では、鶏肉はブラジル産、マトン、ラム、牛肉はオーストラリアにあるアメリカ系資本の多国籍企業、JBS社のタスマニア島にあると場（完全にハラール対応）などから主に輸入している。冷凍魚はミャンマー、タイ、干し魚はバングラデシュ、スパイスと加工食品はバングラデシュ、パキスタン、マレーシア、インドネシアから輸入している。D社は東京都葛飾区で小売店も営業していたが、インターネット通販に押されて撤退した。またD社自体もインターネット通販で小売を行っている。D社の経営者によれば、在日ムスリムの市場は帰国などにより減少したため、拡大しない状況であり、業界は過当競争に陥っているという。

次に「関心づけ」のプロセスとして、D社によるハラール食肉の加工について述べる。D社では一般食品の卸売と同時に、豪州産のハラール枝肉の加工をしている。日本に輸入された枝肉は東京港で通関と検疫を受けるため、専門業者の冷蔵倉庫で保管される。その後に三郷市の卸売業者D社の冷凍室で、ムスリムの女性たちによって、枝肉は各部位に解体、加工、真空包装され、ハラール小売店に出荷されていく。豪州産枝肉にはハラール・マークのスタンプがついているが、真空包装された製品には、ハラール・ロゴの表示はない。しかし、ムスリムが経営する卸売業者と小売店の店頭で販売されることによって、ムスリムの顧客には真正のハラールであると信じられている。

「ムスリムはムスリムに対して決してうそをつかない。ムスリムの経営者であることがムスリムの顧客によって信頼されている。日本各地のモスクを通しての在日ムスリムのネットワークによって、ハラール食品の信頼は持続する。また自分自身が豪州の取引先のと場に見学招待されて、実際

にハラールであることを確認してきた。」とD社の経営者は語ってくれた。

さらに「取り込み」のプロセスとして、D社における日本国内でのハラールと畜について触れる。D社の経営者は豪州からの輸入肉だけではなく、日本国内でハラールと畜を行うことによって、在日ムスリムによりおいしい、やわらかい牛肉を提供できるのではないかと考えた。そのため、と場を確保することにつとめ、D社が臨時的、試験的に日本国内でハラールと畜を行ってきた。そのと場は関東地方でD社の所在する県から2つも県境をこえた場所を借用した。と場の所在地は確認したが、現在は廃止されている。このように遠くのと場を借用したのは、正規の食肉加工や流通とは異なり、食品衛生上も保健所の指導が入ることがあるため、同一県内でのと畜と流通を避けたからである。また、と場の側も国際交流や国際親善のために場所を一時的に貸しているだけであり、公的な施設として宗教的儀礼に恒常的に利用されていることは明らかにされたくない事情があるという。

最終的に、「動員化」のプロセスとして、D社によるハラールと畜の実践とそれがうまくいかなかったことについて言及する。D社の場合、聞き取り時点（2014年）の一昨年前に国内でと畜を行ったのみである。その時のと畜者は、ガーナ出身のムスリムであり、十分な経験のある人をモスクでの参会者のなかから情報交換をして探し出だしてきた。しかし、ハラールと畜は、日本の出入国管理法が定める専門的職業とは認定されていない。ムスリムにとって、日本国内において長期的、恒常的にそれに携わることは、目的外不正規就労として、出入国管理局から強制退去の処分を受ける恐れがある。そのため、ハラールと畜に携わった人の雇用も臨時的、一時的なものに限られた。D社によれば、と場やと畜者を一時的に探し出すための多大な労力やコストを考えると、国内産のものが豪州産のものより、はるかに高くつくことに

なる。また消費者の在日ムスリム自体の購買力がそれほど大きくなく、その嗜好自体が調理方法として、カレーで煮込むなど、やわらかく旨みのある和牛のような高品質の食肉を好むわけではない。そのため、D社にとっては、より安価で大量に輸入できる豪州産のハラール牛肉の輸入で十分に対応できると考えている。

なお2001年9月11日のテロ事件以降、在日ムスリムは超過滞在者の集中摘発が進み、減少していった。顧客の減少と過当競争のため、北関東に集積していたハラール食品業者は、徐々に減っていった(福田, 2013b)。

IV 輸出目的で認証を取得し制度化する 国内産ハラール

日本政府は、2013年6月25日に閣議決定した「日本再興戦略」において、2020年には農林水産物と食品の年間輸出額を1兆円とすることを目標にした。そこで日本政府は、世界の人口の4分の1を占めるイスラム圏へのハラール牛肉の輸出と、国内に居住する約10万人のムスリムと年間約30万人のイスラム圏からの旅行者にハラール牛肉を供給することを推奨するようになった²⁰⁾。

そこで、日本政府は2014年7月26日付、官報号外第176号において、農林水産省生産局長名公告(文章番号なし)で「外国人を受け入れて行うハラール牛肉生産に係る基本的事項」を示し、イスラム圏への牛肉輸出拡大と日本国内のムスリム向けの国産牛肉の消費拡大をはかるために、ハ

ラールと畜事業者に対して、管轄地方農政局長あてにハラールに関する事業計画文書を提出することを義務づけた²¹⁾。その計画文書では、ハラール牛肉生産に従事する外国人作業員について、①氏名、②日本における住所、③国籍、④その紹介推薦を受けたハラール認証機関の名称と所在国、⑤雇用保険と社会保険加入の明示、⑥報酬額の金額(日本人と同等またはそれ以上とすること)、⑦生活指導員を置くこと、⑧帰国旅費を事業者が担保すること、⑨と畜手順、⑩生産流通計画の数値を明記して届け出ることになった。

この行政指導によって、前章で記したように従来からの在日ムスリムがこっそりとハラールと畜を行うことは、実質的に禁止された。一方、この行政指導は「日本再興戦略」にもとづいて、正式にハラール認証を受け、制度化されて、日本産のハラール食肉の輸出を行う業者が出てきたことを示している。

その業者の1事例として、1993年に熊本県球磨盆地に設立されたQ食肉センターを取り上げることとする。Q食肉センターは、戦後開拓農家により結成された全国開拓農業協同組合連合会により、経営されている。Q食肉センターの周囲数kmには養豚場が無いことと、センターそのものに豚肉の生産ラインが無いことから、ハラール導入には絶好の条件を整えていた。そのため、2014年に月間約600頭の牛肉の処理を全部完全にハラールとした。

このQ食肉センターのハラール導入の事例について、ANTの「翻訳」のプロセスを応用することにした。まず「問題化」のプロセスとし

20) http://www.maff.go.jp/chikusan/shokuniku/pdf/houkoku_12.pdf「株式会社構研(2014).『ハラール牛肉の供給体制の構築に向けた調査事業』報告書。農林水産省」(2016年3月28日閲覧)

<http://www.maff.go.jp/e/export/kikaku/pdf/gyuniku.pdf>「農林水産省(2013).牛肉の輸出戦略(参考資料)」(2016年3月28日閲覧)

21) 後述するQ食肉センターなど、畜産業界の側から日本産のハラール牛肉輸出を拡大促進するために、農林水産省に対して、オーストラリア政府のように、日本におけるハラール認証手続きを日本政府が関与する公式なものにしてほしいという要望を出した。この官報の農林水産省の公告内容については、この要望に沿って出されたものである(Q食肉センターにおける聞き取りによる)。

て、Q 食肉センターがハラールを導入したきっかけについて、触れることとする。Q 食肉センターは、2003年に BSE が発生し、牛肉需要が落ち込んだ対策として、その2003年に ISO9001²²⁾ や HACCP²³⁾ といった厳しい食品衛生安全基準の認証を取得した。そして、今後の国内牛肉市場について将来の成長が見込めないことから、何とか海外市場を確保したいという動機をもった。そこにハラールという問題の所在を知った。しかし、九州の山間部において穆斯林との交流もなく、どうしてよいか全くわからなかった。そこで、東京にあるマレー人の穆斯林が経営する「マレーシア・ハラール・コーポレーション」²⁴⁾ というコンサルタント業者に相談した。

次に、「関心づけ」のプロセスとして、Q 食肉センターの日本国内におけるハラール認証の取得について述べる。Q 食肉センターは2008年に「マレーシア・ハラール・コーポレーション」を通して、日本国内のローカル・ハラール認証を取得した。そして「マレーシア・ハラール・コーポレーション」の紹介により、ガーナ出身者、チュニジア出身者、パキスタン出身者の穆斯林によると畜が行われてきた。当初は「ハラール・ハブ」²⁵⁾ としてのマレーシアのハラール認証を取得することを試みたが、実現できなかった。

さらに「取り込み」のプロセスとして、Q 食肉センターにおけるインドネシアのハラール認証取得について言及する。マレーシアのハラール認証を取得できなかった Q 食肉センターは、2012年7月にインドネシアのハラール認証機関であるウラマ（聖職者）評議会の「食品・医薬品・化粧品検査機構」にハラール認証を申請した。最終的に、

2014年11月にインドネシアのウラマ評議会のハラール認証を取得できた。

最後に「動員化」のプロセスとして、Q 食肉センターにおけるハラールと畜の実践と輸出、さらにその後、輸出がうまくいかなかった事例について記す。インドネシアからの認証取得後、Q 食肉センターにおけると畜は、ウラマ評議会のと畜ライセンスを取得したインドネシア出身の穆斯林と畜者2名が常駐して行われる。彼らは日本語学校への留学歴もあり、日本語会話ができる。彼らの保証人を Q 食肉センターの社長が引き受けることによって、入国管理局から1年間ごとに査証の更新を得ることができ、一時帰国をしなくても永住できる。と畜方法は回転式ノッキングペンを用いて牛を固定し、空気銃で額を打って気絶させる。そして、体を回転させて喉を上にして、穆斯林が一気に刃物で首の動脈と気管を切断し、放血させる。

Q 食肉センターは、2014年12月19日に食肉（和牛2頭、交雑牛1頭、乳牛1頭）1.3t、航空コンテナ4個分を輸送温度帯0℃～5℃で、成田空港経由ジャカルタ空港向けでインドネシアの食品輸入商社に初輸出した。その物流はマレーシアのハラール認証を受けている日本通運が担当した。航空コンテナについては、穆斯林によって事前のお祈りと非アルコール系の消毒薬を用いて洗浄が行われた。

しかし、その2014年12月にインドネシア政府は国内農業保護のため、日本からの牛肉輸入はヒレやサーロインなどの高級部位に限るという通達を出した。そのため枝肉の全体を大量に輸出するという当初からの計画ができなくなり、部分肉を

22) ISO9001 とは国際標準化機構による品質マネジメント・システム。

23) HACCP とは食品加工における Hazard Analysis and Critical Control Point とよばれる食品の安全性の基準。微生物汚染などの危害を予め分析し、重要管理点を定めること。

24) 「マレーシア・ハラール・コーポレーション」は、マレーシア政府の「ハラール・ハブ」政策とも関係が深く、日本国内の企業に対して、マレーシアの認証機関によるハラール認証手得の斡旋と、マレーシアのハラール・インダストリアル・パークへの企業進出を斡旋しているコンサルタント業者である。

25) 前掲注4)。

少量、臨時的にしか輸出できないので、採算が合わなくなった。

Q 食肉センターの話では、留学生向けの大学生協のハラール食では、ブラジルから輸入される鶏肉とコストの面で競争できないという。また国内ムスリム向けの流通網を構築することは市場規模があまりにも小さく、かつ顧客の購買力も低く、正規の流通ルートから外れるために考えていない。さらにハラール・ショップにおいても価格面で豪州産の牛肉と競争できない。さらに機内食への販売も、輸入される豪州産のハラール牛肉の高級部位とは価格やコスト面で競争できないという。

なお、Q 食肉センターへは、かつて勤めていたムスリムと畜者の知人など、在日ムスリムの間に口コミでひろまって、直接に通信注文がある。また改宗した日本人ムスリムの若者が福岡市で個人経営するハラール食品のインターネット通販の店にも出荷している。

もちろん、Q 食肉センターは全頭ハラール処理をしているから、その全商品について、ハラール・ロゴを表示することは可能である。しかし、それでは1頭、1商品ごとにウラマ評議会に支払う認証料が巨額になること、そのため商品の価格が非常に高くなることと、かえって日本人購買客に違和感や忌避観を抱かせるリスクを考慮して実現していない。なお、Q 食肉センターからインドネシアのウラマ評議会の「食品・医薬品・化粧品検査機構」には、ハラールと畜をした牛1頭ごとに認証を得て、ハラール認証料を支払わなければならない。また、その都度、牛のトレーサビリティのデータと、首を完全に切断していないことを証明すると畜直後の映像を電子データで送信しなければならない厳格な基準がある。

結局のところ、Q 食肉センターにとって、ハラールとは次のような意義を持っている。第1には今後、日本の少子高齢化のため国内牛肉市場が縮小していくなかで、何とか海外市場を確保したいことである。第2に、ムスリムの国内インバウンド

観光客のための新規需要を開拓したいことである。そのため、ハラール認証の取得と実践は、それらの将来への先行投資に他ならないという。

V 結び

本研究では、日本国内におけるハラール食品の生産と供給のプロセスについて、ANTの応用を試みてきた。その結果、以下の知見が得られた。

ハラール食品の「遠隔作用」の「序列づけの諸様式」について、以下の諸点が指摘できる。ここでは、①「文書情報」としてのハラール認証、②「仕掛け」としてハラールと畜を可能にすると場の専用施設や技術と衛生条件、③「特定の方法で様式化された人々」として、ムスリムのネットワーク、ムスリムと畜者、ハラール認証機関に携わる人々などが、異種混交的（ハイブリッド）なアクター・ネットワークを構成する。

筆者は、日本におけるハラール食品の生産と供給に関するアクター・ネットワークとして2つの対照的なネットワークを見出した。第1には、バブル景気のころより増加した在日ムスリムによるエスニック・ビジネスとして成立したハラール食肉生産である。それは非公式な滞在者も多いなかでの宗教的紐帯にもとづく、インフォーマルな市場であり、正規の流通ネットワークに結びつかなかった。そこで、日本国内のハラール・ショップへは、むしろ豪州よりハラール牛肉、ブラジルよりハラール鶏肉の輸入が行われてきた。第2には、2010年代中頃より、日本政府の農産物輸出振興戦略によって、国内で日本人が経営する大規模な近代的、衛生的な施設において、海外のハラール認証を得て、食肉を生産し輸出することが試みられるようになった。

まず前者について、その「遠隔作用」の「序列づけの諸様式」をまとめてみよう。在日ムスリムは、モスクでの情報交換をし、ムスリムが日本でこっそりと、と場を借りて、ハラールと畜をし、

ハラール食肉の流通と消費を実践してきた。その段階では、宗教上のきわめて親密な家内的コンヴェンションであった。しかし、その方法はあくまでも臨時的、一時的でインフォーマルなもので、恒常的なものにはなり得なかった。それらの「翻訳」のプロセスについて考察すると、まず「問題化」のプロセスは在日ムスリムにとって、日本においてハラールの食事を確保したいという動機である。次に「関心づけ」のプロセスでは、在日ムスリム社会のなかで、ハラール食品の卸売業や小売業を開業したいという人が出てくる。さらに「取り込み」のプロセスでは、ムスリムにとって日本国内でこっそりとハラールと畜の場所を提供してくれると場や、ムスリムのと畜者を確保することが問題となる。最終的に「動員化」のプロセスとして、ムスリムは日本での恒常的なハラールと畜の実践があくまでも非公式なもので、困難であるとわかると、オーストラリアからのハラール牛肉の輸入をめざすようになる。

結果的には、在日ムスリムの業者はオーストラリア産の正式なハラール認証を受けた牛肉を輸入し、販売するようになっていった。それらは、オーストラリア国内において厳密なハラール認証を受けている点で公民的コンヴェンションであり、大規模に生産されて規模の経済が実現される点で産業的コンヴェンションであった。もちろん在日ムスリム社会の内部でハラール牛肉が流通する面に限れば、家内的コンヴェンションである。つまり、その「序列づけの諸様式」が、オーストラリアと日本国内では対称的な「品質のコンヴェンション」にわかれている。

以下、さらに詳しくオーストラリアにおけるその「序列づけの諸様式」を見ていくと、まず「翻訳」における「問題化」のプロセスとして、オーストラリア政府や畜産業者にとってイスラム圏への牛肉の輸出を拡大したいことがあげられる。そのため、「関心づけ」のプロセスとして、オーストラリア政府がどのようにハラール認証の制度に取り

組むのかということが模索された。結果的に、「取り込み」のプロセスとして、政府が承認したイスラム教団体による施設や設備へのハラール認証の取得、ムスリムと畜者の任命、海外イスラム圏のハラール認証の取得といった要因があげられる。

最終的にオーストラリアにおける「動員化」のプロセスとして、各アクタントの関与は、①オーストラリアの畜産農家やフィードロットにおけるハラール適合の飼料や牧草肥料の使用、②オーストラリア政府の承認したイスラム教団体よりハラール認証を受けたと場、③政府の承認したイスラム教団体より任命を受けて、オーストラリア政府に登録されたムスリムによると畜、④輸出のための検疫と通関、⑤冷蔵コンテナによる海上輸送、⑥日本への輸入のための検疫と通関、⑦日本の冷蔵保税倉庫による保管、⑧在日ムスリムが経営する卸売店での枝肉から小売用への加工、⑨在日ムスリムが経営するハラール食品店での販売、⑩在日ムスリムによる購入と消費といったアクター・ネットワークにまとめられる（第3図参照）。

なお在日ムスリム社会にとって、ハラール卸売業や小売業は、参入障壁も低く、日本人には見捨てられたエスニック・ビジネスの機会であった。また在日ムスリムにとっては、直接に海外のハラール食品生産の現場を確認できない。それゆえ、遠隔地の間における暗黙の信頼関係にもとづいて、さまざまなアクタントが関与して、ハラールの信頼性が維持されている。それは「不変な可動物」としてのハラールの真正性を担保した食品と、「遠隔作用」としてのオーストラリアから日本へのハラール食肉の輸出に係わるさまざまな人間や制度からなる異種混交的（ハイブリッド）なネットワークと見なすことができる。

また一方で、2014年以降、農林水産省の行政指導によって、日本人が経営し、政府に届出された大規模な近代的、衛生的施設において、海外のハラール認証を受けて、輸出を目的としたハラールと畜が行われるようになった。このようにして、

第3図 オーストラリアから日本のムスリムまでのハラール食肉のアクター・ネットワークにおける「序列づけの様式」

Figure 3. The 'modes of ordering' of the actor-network of halal meat from Australia to Muslims in Japan

日本産のハラール牛肉は海外のハラール認証のロゴを明記した公民的コンヴェンションの段階に至った。

この後者の日本国産ハラール食肉輸出に関するアクター・ネットワークについて、「遠隔作用」における「序列づけの諸様式」と「翻訳」のプロセスをみてみよう。まず「翻訳」のプロセスにおける「問題化」の要因は、日本政府や畜産業者にとって、日本国内の停滞飽和した食肉需要に対して、イスラム圏の輸出市場を確保したいことにある。次に「関心づけ」のプロセスは、ハラールを生産するために日本国内および海外のイスラム教団体からハラール認証を受けるにはどのような手続きを完了しなければならないかという問題である。それを受けて「取り込み」のプロセスでは、具体的にハラール専用の設備やムスリムのと畜者

が手配されて、ハラール認証の条件が整えられる。最終的にその「動員化」のプロセスは、①日本における高品質でハラールに適合する条件での肥育、②日本における認証団体に承認された施設におけるムスリムによると畜、③日本におけるハラール認証団体による認証と輸出先国への推薦、④輸出先国におけるハラール認証機関への申請、⑤輸出先国におけるハラール認証機関の認証、⑥輸出先国政府によるハラール食肉輸入の許可、⑦日本政府農林水産省への届出と輸出可能な検疫対象食品の施設としての指定、⑧実際のハラール物流における輸出の開始といったアクター・ネットワークがあげられる（第4図参照）。しかし、このような「動員化」の過程において、未だ大量に安定した輸出は確立していない。

しかしこれらのことによって、ハラール食品の

第4図 日本から海外のイスラム圏へのハラール食肉の輸出に関するアクター・ネットワークとその「序列づけの様式」

Figure 4. The 'modes of ordering' of the actor-network of halal meat to export from Japan to overseas Islamic society

日本からイスラム圏への市場輸出拡大のみが指向され、在日ムスリムにとって必要なハラール食料を確保するという本来の意味とは乖離した二重構造が出現した。すなわち、ハラール食肉の輸出には、厳密な衛生条件とともに、国際的に通用するハラール認証の取得とその維持のための高価な費用が求められる。そのため、ブラジルや豪州産食肉のように大規模な資本力や規模の経済が必要となる。日本は食肉の高品質をもって、グローバルなハラール市場への参入を試みているが、しかし品質の多様性、価格、コストと信頼性の面で、豪州産やブラジル産ハラール食肉との競争が、これから熾烈化していくであろう。またマレーシアやインドネシアは国内畜産業保護のために、日本に対してハラール牛肉の市場を簡単には開放しないであろう。

このようなハラール食肉自体の高コスト化は、

在日ムスリムの購買力の狭さや所得の低さと矛盾する。日本の事業者が正規に着手するハラール認証食肉の生産そのものが、イスラム圏の富裕な階層や国内観光客としてのインバウンド・ムスリムの需要を想定したものとなっている。こうして、ハラール・ブームが興隆するなかで、最初に日本でのハラール問題の顕在化に寄与してきた本来の在日ムスリム社会の存在は、マイノリティとして等閑視されている。

すでに記したように、日本国内では仏教などの影響でと畜がタブー視されることやムスリムが少ない状況から、と畜のプロセスを検証し、公表することは難しく、他の加工食品や農産物と比較して、ハラールと畜への参入障壁も高い。そのため、今後も日本からの大規模なハラール食肉の輸出市場の拡大は容易ではないと考えられる。しかし、今後ますますグローバル化し、多文化共生が求め

られる社会状況のなかで、ハラールの問題は重要なものとなりつつある。

文 献

- 足立 明 (2001). 開発の人類学—アクター・ネットワーク理論の可能性—. 社会人類学年報, **27**, 1-33.
- 五十嵐泰正 (2004). 「不法」就労パキスタン人のリアリティ—社会関係資本と威信資本を手がかりに—. 丸山真人・内田隆三編『〈資本〉から人間の経済へ—20世紀を考える (III)—』新世社, 79-98.
- 植木 靖 (2007). ブラジル養鶏産業の成長と地理的展開. 星野妙子編『ラテンアメリカ新一次産品輸出経済論』アジア経済研究所, 73-100.
- 内澤旬子 (2007). 『世界屠畜紀行』解放出版社.
- 大呂興平 (2012). 輸入自由化後の豪州牛肉生産をめぐる日本企業の進出と撤退. 地理学評論, **85**(6), 567-586.
- 鎌田 慧 (1998). 『ドキュメント 屠場』岩波書店.
- 川端隆史 (2012). グローバル・ハラール・マーケットへの挑戦—多民族社会マレーシアの国家戦略. 床呂郁哉・西井涼子・福島康博編『東南アジアのイスラム』東京外国語大学出版会, 353-372.
- 倉沢 宰 (2013). 在日ムスリムコミュニティと東日本大震災被災者支援. 吉原和男編『現代における人の国際移動—アジアの中の日本』慶應義塾大学出版会, 261-276.
- 澤 宗則 (2007). ハラールショップ. 上野和彦・椿真智子・中村康子編著『地理学概論』朝倉書店, 124-125.
- 清水聡子 (2007). 日本におけるハラール食品流通の展開. 季刊地理学, **59**(3), 160-161.
- 鈴木江里子 (2009). 『日本で働く非正規滞在者：彼らは「好ましくない外国人労働者」なのか?』明石書店.
- 竹下修子 (2004). 『国際結婚の諸相』学文社, 165-186.
- 外川健一・浅妻 裕・阿部 新 (2010). 「潜在的廃棄物」としての日本からの中古車輸出の展開. 経済地理学年報, **56**(4), 262-279.
- 富沢寿男 (2012). 連携と競合—ハラール産業のグローバル基準をめぐる現状と課題. 床呂郁哉・西井涼子・福島康博編『東南アジアのイスラム』東京外国語大学出版会, 337-350.
- 野尻 亘 (2015). コンヴァンション理論と経済地理学—「生産の世界」論を中心として—. 桃山学院大学人間文化研究, **2**, 87-140.
- 樋口直人・丹野清人 (2000). 食文化の越境とハラール食品産業の形成—在日ムスリム移民を事例として—. 徳島大学社会科学, **13**, 99-131.
- 樋口直人・丹野清人・樋口里華 (1998). 越境する食文化と移民ネットワーク—在日ムスリム移民の増加とハラール食品産業の展開—. 食生活研究, **19**(3), 4-12.
- 福田友子 (2012). 『トランスナショナルなパキスタン人移民の社会的世界—移住労働者から移民企業家へ』福村出版.
- 福田友子 (2013a). 中古車貿易における移民企業家の多民族ネットワークの形成. 小島道一編『国際リソースと発展途上国』アジア経済研究所, 97-107.
- 福田友子 (2013b). 南アジア系ムスリム移民によるハラール食品産業の構築と変容—群馬県伊勢崎市調査を中心に. 伊藤 真編『多文化都市と新相互行為圏 (NIZ) の形成：新しい「国際移動研究センター」構築にむけた研究』首都大学東京社会人類学研究室・「国際移動研究センター」, 51-62.
- 福田友子・浅妻 裕 (2011). 日本を起点とする中古車輸出システムに関する実態調査. 開発論集, **87**, 163-198.
- 藤崎香奈 (2010). 在日外国人と地方都市—中古車ビジネスを通しての定住を探る. 都市問題, **101**(12), 92-108.
- 古幡康二 (2012). 『ビーフ産業の研究—オーストラリアンビーフのすべて— 改訂第四版』フェアリンク, 80-81, 170.
- ボルタンスキー, L.・テヴノ, L. (三浦直希訳) (2007). 『正当化の理論—偉大さのエコノミー』新曜社.
- マハムード, ライスル A. (斉藤千宏訳) (1994). 日本のバングラデシュ人—新世界の現実. 中村尚司・河村能夫編『アジアからみる アジアをみる—外国人労働者と海外投資』阿吡社, 142-169.
- 水野真彦・立見淳哉 (2007). 認知的近接性, イノベーション, 産業集積の多様性. 季刊経済研究, **30**(3), 1-14.
- 三宅博之 (1990). アジアから日本への出稼ぎ労働者の実態—バングラデシュ出身者の場合—. アジア経済, **31**(9), 27-49.
- 山口和子 (2009). 地方社会のムスリム食事情—岡山県におけるハラール食品の製造と流通. 奥島美夏編『日本のインドネシア人社会—国際移動と共生の課題』明石書店, 233-239.
- ラトゥール, B. (川崎 勝・高田紀代志訳) (1999). 『科学が作られているとき—人類学的考察—』産業図書.
- ラトゥール, B. (川村久美子訳) (2008). 『虚構の「近代」—科学人類学は警告する』新評論.
- 若林チヒロ (1996). 日本を漂流するバングラデシュの若者たち. 駒井洋編『日本のエスニック社会』明石書店, 65-92.
- Aldrich, H. E. and Waldinger, R. (1990). Ethnicity and entrepreneurship. *Annual Review of Sociology*, **16**, 111-135.
- Bergeaud-Blacker, F. (2007). New challenges for Islamic ritual slaughter: A European perspective. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, **33**(6), 965-980.
- Boltanski, L. et Thévenot, L. (1987). *Les économies de la grandeur*. PUF.
- Bonne, K. and Verbeke, W. (2008). Religious values

- informing halal meat problem and the control and delivery of halal credence quality. *Agriculture and Human Values*, **25**(1), 35–47.
- Callon, M. (1986). Some elements of sociology of translation: domestication of the scallops and the fisherman of St Brieuc Bay. In Law, J., ed. *Power, Action and belief: A new sociology of knowledge*. Routledge and Kegan Paul, 196–233.
- Eymard-Duvernay, F. (1989). Convention de qualité et formes de coordination. *Revue Économique*, **40**(2), 329–359.
- Kojima, H. (2006). Variation in demographic characteristics of foreign “Muslim” population in Japan: A preliminary approach. *The Japanese Journal of Population*, **4**(1), 115–130.
- Law, J. (1986). On the methods of long distance control: Vessels, navigation and the Portuguese route to India. In Law, J., ed. *Power, action and belief: A new sociology of knowledge*. Routledge, 234–263.
- Light, I. (1979). Disadvantaged minorities in self-employment. *International Journal of Comparative Sociology*, **20**(1), 31–45.
- Müller, M. (2015). A half-hearted romance? A diagnosis and agenda for the relationship between economic geography and actor-network theory (ANT). *Progress in Human Geography*, **39**(1), 65–86.
- Murdoch, J. (1997). Inhuman/nonhuman/human: Actor-network theory and the prospects for a nonmaterialistic and symmetrical perspective on nature and society. *Environment and Planning Ser. D*, **15**(6), 731–736.
- Murdoch, J. (2006). *Post-structuralist geography: A guide to relational space*. Sage.
- Murdoch, J., Marsden, T., and Banks, J. (2000). Quality, nature and embeddedness: Some theoretical considerations in the context of food sector. *Economic Geography*, **76**(2), 107–125.
- Oro, K. and Pritchard, B. (2011). The evolution of global value chains: Displacement of captive upstream investment in the Australia-Japan beef trade. *Journal of Economic Geography*, **11**(4), 709–729.
- Othman, P., Stunger, I., and Hussin, W. S. W. (2009). Malaysia as an international halal food hub: Competitiveness and potential meat-based industries. *ASEAN Economic Bulletin*, **26**(3), 306–320.
- Raynolds, L. T. (2002). Consumer/producer links in fair trade networks. *Sociologica Ruralis*, **42**(4), 404–424.
- Raynolds, L. T. (2004). The globalization of organic agro-food networks. *World Development*, **32**(5), 725–743.
- Riaz, M. N. and Chaudry, M. M. (2004). *Halal food production*. CRC Press.
- Salais, R. (1992). Labor conventions, economic fluctuation and flexibility. In Storper, M. and Scott, A. J., eds. *Pathways to industrialization and regional development*. Routledge, 276–299.
- Salais, R. (1994). Incertitude et interactions de travail: des produits aux conventions. In Orlean, A., ed. *Analyse économique des conventions*. PUF, 395–427.
- Waldinger, R. (1989). Structural opportunity or ethnic advantage? Immigrant business development in New York. *International Migration Review*, **23**(1), 48–72.
- Whatmore, S. and Thorne, L. (1997). Nourishing networks: Alternative geographies of food. In Goodman, D. and Watts, M. J., eds. *Globalising food*. Routledge, 287–304.