

読者にも、現状に対する的確な認識を向上させるために本書を勧めたい。

(山本 健介 京都大学大学院アジア・アフリカ地域研究研究科)

Habib Ahmed. 2011. *Product Development in Islamic Banks*. Edinburgh. Edinburgh University Press. xi+260pp.

2000年代以降急速に成長しているイスラーム金融を対象とした研究は、大きく3つの潮流に分類される。第1に、金融手法のポर्टファリオの望ましいあり方を論じるような理論ベースの研究、第2に、顧客アンケート調査のような実証的な研究、第3に、近代資本主義に対するイスラーム金融のイデオロギー的側面に着目するような思想的な研究である。英国ダラム大学にて長年イスラーム金融研究を牽引してきたロドニー・ウィルソン氏編集によるエディンバラ・イスラーム金融ガイドシリーズ (*Edinburgh Guides to Islamic Finance*, 9巻まで刊行済)の第一弾として刊行された本書では、イスラーム金融商品が、なぜその理念的側面を満たすことができないのかという近年活発に展開されている議論について、イスラーム銀行における金融商品の開発という側面に着目し、それを理論と実証を横断する形で分析が行われている。

本書の著者であるハビブ・アフメドは、バングラディシュのチッタゴン大学で修士号、アメリカ合衆国のコネティカット大学で博士号を取得したのち、イスラーム研究教育インスティテュート (*Islamic Research and Training Institute, IRTI*)、サウディアラビアのNCB (*National Commercial Bank*)において、イスラーム金融の実務に携わった経験を持っている。その後、現在は、ダラム大学大学院国際関係学研究科 (*School of Government and Institutional Affairs*)のシャルジャ冠講座 (イスラーム法と金融)の教授に就任している。著者は、NCB在籍時に多くのイスラーム銀行家と接触した経験から本書のアイデアを得るに至ったという。本書は、以下の全8章の構成となっている。

- 第1章 序論
- 第2章 イスラームにおける法と金融：その概念と原則
- 第3章 イスラーム銀行：制度的環境、組織の設計、金融商品の性質
- 第4章 イスラーム金融商品の革新と開発：その戦略と組織構造、開発プロセス
- 第5章 イスラーム銀行における商品開発の実践
- 第6章 イスラーム金融商品：カテゴリーと争点
- 第7章 シャリーア・ベースのイスラーム金融：その可能性
- 第8章 結論

序論では、本書全体の概要について述べられている。ここでは、銀行を含めた企業全体にとって、提供する商品・サービスの評価が重要であるという点に触れ、イスラーム金融商品は、利潤の追求だけでなく、イスラームの理念に適っているかどうかとも評価を受ける点が独特であると述べている。その上で、イスラーム銀行が、どのような金融商品を開発・提供してきたのかについて、本書で明らかにしていくとしている。著者は、「商品とは、何の脈絡や背景を持たずに出現するものではない。」(本書6頁)との表現を用いながら、銀行は、個人・企業・国家の変化し続ける需要を

満たすため、行内の複数部門が金融商品の開発に参画していると論じている。イスラーム金融においては、さらにイスラームの理念をも考慮する必要があり、商品の開発は複雑をきわめる。著者は、このような金融商品の開発の現場に視点を定め、イスラーム銀行が、イスラームのめざす独自の理想的な社会を実現しうる金融商品を提供してきたかどうかという点について、批判的に分析を行っていくことを明示している。

第2章では、金融とイスラーム法(シャリーア)との関係が論じられている。最初に、聖典『クルアーン』で禁じられているリバー(いわゆる利子)、ガラル(いわゆる不確実性)といったイスラーム金融にとってのコア概念が紹介された後、マカーシド・アッ=シャリーア(イスラーム法の目的)に代表される昨今のイスラーム金融研究で注目を集めている諸概念・諸原則についての説明が行われている。その上で、これらの諸概念と諸原則が、どのように現代の金融取引で用いられてきたのかについて分析されている。具体的には、イスラーム金融商品は、ムダーラバ、ムシャーラカといった近代以前から知られている伝統的なイスラーム契約法を再構築することによって生み出されていることが論じられている。

第3章では、金融商品開発の主体であるイスラーム銀行について、3つの観点から考察が行われている。第1は制度的環境である。ここでは、①イスラーム銀行法に代表される法的枠組、②システミック・リスクや流動性リスクなどを回避し、システムの安定性を確保するための規制的枠組、③シャリーアによる監督体制、いわゆるシャリーア・ガバナンスという3つが重要な要素であることが論じられている。第2は、組織設計及び経営の観点である。ここでは、イスラーム銀行の目的には、利潤追求とシャリーアを遵守するという両側面があり、それを踏まえた組織設計と経営が必要であると述べられている。第3は、商品である。著者は、金融における商品開発の複雑性を理解するには、商品自体の本質を考える必要があるとして、商品の構造に着目する。ここでは特に、需要サイドにおける金融商品の階層に注目して、金融商品の区分けを行っている。具体的には、生活必需的な金融商品(預金など)、リスク管理を目的とした追加的な金融商品(保険・年金など)、利潤の追求を目指した金融商品(株式投資、ミューチュアル・ファンドなど)が、挙げられている。

第4章では、イスラーム銀行における金融商品開発のための戦略、資源、過程が分析されている。まず、戦略については、従来型銀行と異なり、イスラーム銀行の商品開発の目的は、利潤の追求とシャリーアの遵守を両立することが至上命令であるとされる。次に、資源については、商品開発には、各部門からメンバーを集めた横断機能型のチームをつくるのが、有効であるとの見解が示されている。最後に、商品開発過程については、①新商品のアイデアの創出、②具体的な商品開発、③商業化の3つの段階に分けられるとしている。

第5章では、前章で論じた戦略・資源・過程に関する聞き取り調査の結果(全20行のイスラーム銀行が対象)を基に、イスラーム銀行が金融商品の開発をどのような位置づけの下で行っているのかについて分析が行われている。主な結果として、以下の3点が挙げられよう。第1に、半数以上のイスラーム銀行が、商品開発のための年次の予算を十分に確保していなかった。そこから、著者は、現状では新しい画期的なイスラーム金融商品の開発余地が物理的にないと分析している。第2に、多くの場合、商品開発チームが、その必要に応じてその都度形成されることから、開発に遅延が生じていることを指摘している。第3に、本書全体のテーマに関連する点として、イスラーム金融商品が機能面で従来型のそれに追いつこうとするあまり、商品開発の際にイスラームの理念を軽視してしまうことを聞き取り調査から浮かび上がらせている。その結果、イスラーム金融ではイスラーム法の形式的・実質的適合性の両方を踏まえた金融商品が重要視されているにも関わらず、

イスラームにおける社会的な望ましさを軽視してしまう事態に至っていることを指摘している。

第6章では、金融商品のイスラーム性の度合いについての議論が行われている。著者は、イスラーム金融商品を、①シャリーア・コンプライアントな商品、②シャリーア・ベースの商品、そして③似非イスラーム金融商品という3つのカテゴリーに分類している。シャリーア・コンプライアントな商品とは、イスラーム法への適合性を形式・実質ともに満たしているもの、シャリーア・ベースの商品とは、それに加えてイスラームの理念が掲げる社会のあり方の実現に寄与しうるもの、似非イスラーム金融商品とは、イスラーム法の形式的適合性しか満たしていないものとされる。これらの3つの分類のうち、実際のイスラーム銀行では、シャリーア・ベース、またはシャリーア・コンプライアントな金融商品が提供されるべきであるにも関わらず、似非イスラーム金融商品が、跋扈しているという問題が指摘されている。その背景として、著者は、イスラーム法の原則を遵守することと経済的利潤を追求することとの間に、トレード・オフの関係が存在することを指摘している。

本書の結論部分にあたる第7章、及び第8章では、前章で論じられたイスラーム金融の抱える問題に対して、イスラーム銀行が、シャリーア・ベースの商品を提供するための政策的な提案が示されている。第1に、イスラーム銀行法、税法といった制度インフラを充実させ、さらにベンチャー・キャピタル、協同組合、マイクロファイナンスのような組織形態を導入することが必要であるとされる。第2に、イスラーム金融商品の独自性を追求する上で、研究開発、特にイスラーム法の諸原則における基礎研究の不足を指摘するとともに、その重要性が論じられている。第3に、金融商品の需要サイドが、シャリーア・ベースの商品を利用するように、国家レベルのシャリーア諮問機関を設置するなどのより一層のシャリーア・ガバナンスが必要だとされている。

以上、各章の内容を概観した上で、本書の研究史上の位置づけを行いたい。第1に、本書は、イスラーム銀行に対して多種多様なアンケート調査を行った上で、現状の問題点を析出し、それを理論的なフレームワークの中で考察している。このことは、理論面、実証面のいずれかに偏る傾向のあるイスラーム金融研究の現状において、本書がこの2つを見事に繋いだアプローチを示しており、その点は特筆すべきである。第2に、従来の研究のほとんどは、金融商品のイスラーム法への適合性について、シャリーア・ベースの商品、シャリーア・コンプライアントな商品という2つの分類を設けているが、本書はこれらの分類に加えて、似非イスラーム金融商品という新しいカテゴリーを設けている点が特徴的である。そのことは、現状のイスラーム銀行が、シャリーア・ベースの商品だけでなく、シャリーア・コンプライアントな商品もまた十分に提供できていないということの意味しており、そのような示唆は、著者の豊富な実務経験に裏打ちされているのだろうと推測できる。

ところで、本書では、金融商品に付随する不確実性への言及が随所に確認できる。例えば、第2章でイスラーム金融の代表的な概念を説明する際、リバー概念に比べ、ガラル概念に多くのページを割いていたほか、第6章では、イスラーム銀行のリスク管理部門が、シャリーア・ベースの商品やシャリーア・コンプライアントな商品に経済的利潤を損なう恐れのある不確実性が含まれることを根拠に、それらの開発・提供を許可しないとといった問題が取り上げられていた。このことから、現代のイスラーム金融を語る上で、金融派生商品で顕著に争点となる不確実性の問題を無視することはできないという昨今のイスラーム金融研究の潮流を踏まえた上で、著者が議論を進めていると言うことができる。

本書では、イスラームが理念に掲げる社会の実現にイスラーム金融商品がどのように寄与でき

るのかという問題に対して、低・中所得層(企業、個人)への最低限必要な金融商品(貸出、預金など)の提供を提案している。第7章では、貧困層の所得を増加させるとしてマイクロファイナンスの導入が、イスラーム金融と相性の良い組織形態として挙げられていた。これらの金融商品は、一般に「リテール(個人向け)商品」と言われるものである。2000年代のイスラーム金融の動向を振り返ると、ホールセール(企業向け)金融商品の動きに脚光が集まっていたが、本書の指摘のように、今後のイスラーム金融の方向性を語る上では、ホールセール以上に、リテール金融商品に焦点を当てた研究が、より重要な役割を担っていくと思われる。リテール金融商品のイスラーム社会における役割を念頭に置いて、理論面、実証面で研究を進めていくことが、本書の研究をさらに発展・深化させる鍵になっていくだろう。

(上原 健太郎 京都大学大学院アジア・アフリカ地域研究研究科)