

# ハラールという戦略上の選択肢 حلال

## データで読み解く訪日ムスリム客の動向

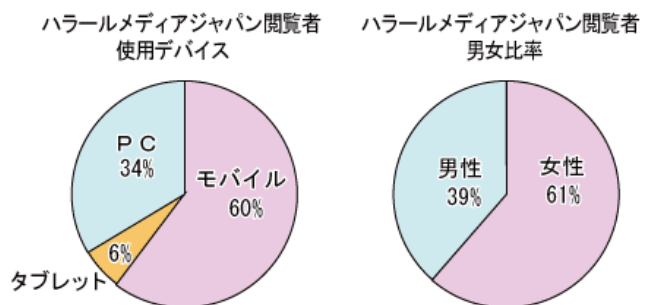
### 第3回

見にくいですね。

前2回では、訪日ムスリム客はどんな情報を探し、実際にどんな店舗へ行っているのかをご紹介しました。今回は集客の観点から、どんなアプローチが効果的なのかを検証します。そのためにはターゲットを絞って、まずは彼らの選択肢に入らなければなりません。ではどうやってターゲットを絞ればよいのでしょうか。

### 検索結果に「スマホ対応」は必須

訪日ムスリム客の過半数は女性がモバイル端末を使って情報入手している



データ: 「ハラールグルメジャパン」 2016年2月度集計値

まずご紹介するデータは左のパイチャート「3:7」です。これはハラールメディアジャパンを見るために閲覧者が使っているデバイスの比率で、PCが3割、モバイルとタブレットが7割に至っています。ハラールメディアジャパンとは日本のハラール情報をほぼ毎日発信しているウェブサイトです。インバウンド対策として自社のウェブサイトに英語ページを追加する例は増えていますが、モバイル対応も不可欠になっているという状況が確認できます。

モバイル対応の必要性はGoogleが昨年春に発表した検索アルゴリズムの変更にも表れています。「ウェブサイトがモバイルフレンドリーであるかどうかを評価する」、つまり、モバイル対応していない場合は、検索上位に表示されない可能性が高くなるということです。これはウェブサイトだけではなく、ブログやネットショップでも同様ですので、対応如何(いかん)によっては致命傷になりかねません。確かにスマホの小さな画面でPC対応のウェブサイトを閲覧するのはとても

### ターゲットは女性、Facebookで囲い込め

次のデータは右のパイチャート「4:6」です。これはハラールメディアジャパンを見ている男女比率で男性が4割、女性が6割です。法務省が発表した出入国管理統計によると、2014年に訪日した外国人客全体の内訳は男性が49%、女性が51%でしたので、ハラールメディアジャパンを見ているムスリムでは、女性の方が情報収集に熱心であると考えられます。

その女性ムスリム(ムスリマといいます)が情報発信している場というのがFacebookです。ソーシャルメディアの代表格であるFacebookはマーケティングツールとしても重要で、ハラールメディアジャパンを見ている訪日ムスリム客の多くはFacebookで情報をシェアしています。「新しいお店がオープンした、行ってみた、写真を撮ったよ」という流れに対して「おいしそう、私も行きたい、この記事シェアするね」と、どんどん情報が拡散していきます。こうしたコミュニケーションは女性が発信して女性が呼応しているケースが多く、Facebookの運用者はコミュニケーションを通じてターゲットを一段と絞り込むことができます。

事実、先月ご紹介した検索ランキング上位の店舗は全てFacebookで積極的に情報発信しています。さらに共通しているのは、来店したムスリマの写真を投稿している点です。一言断った上で写真を撮り、それをお店のFacebookに投稿したよと教えてあげると、彼女たちがその記事をシェアして自分たちのコミュニティで拡散してくれます。Facebookは今では強力な口コミツールになっているのです。

### SNSは複数を用いて連携させる

ここまで、インバウンドの観点から訪日ムスリム客のターゲットは女性で、モバイル対応したウェブサイトからFacebookへ誘導し、写真を投稿してシェアしてもらうという流れを確認しました。さらに踏み込むのであれば、ソーシャルメディア(SNS)を複数運用することをお勧めします。メインのFacebookページの他に、ファンの集まりであるサブページを運用したり、

Twitter や Instagram と連携させたりするのです。

ハラルメディアジャパンはメインの Facebook ページ以外にもサブのページを複数運営しています。興味深いことに、同じ記事に対してウェブサイトやメインページでのいいね!の数よりもサブページでのいいね!の方が多く、しばしばあります。複数ページを運用することは、ウェブサイトやメインページへの誘導と、そこで漏れてしまった潜在客へのアプローチにもつながるのです。

Facebook の記事は残念ながら検索上位に表示されませんが、いいね!が増えるたびにその記事はより拡散されリーチする読者は増えます。そうなるとおのずと話題になり、複数のメディアで次々シェアされるといふ好循環を作り出すことができるのです。

ソーシャルメディアは無料で開設できる上、その利用者は増え続けています。モバイルで情報を探している訪日ムスリム客に対して、Facebook を使ってどうア

プローチするか。来月はそこで発信されている情報から彼らのニーズをさらに深掘りします。

<筆者紹介>

横山真也

Yokoyama & Company (S) Pte Ltd マネジングディレクター

ハラルメディアジャパン株式会社 共同創業者  
ハラル関連事業としては2014年元日に「世界初の英語発信による日本ハラル専門ポータルサイト」HALAL MEDIA JAPAN を開設、同年にはハラル・ベジタリアンレストラン検索サイト・アプリ HALAL GOURMET JAPAN をサービスイン。日本最大のハラルイベントである JAPAN HALAL EXPO を14年と15年の2年連続で幕張メッセなどと共催、合わせて約1万人を動員した。



# smartphone アジア経済ビジネス情報を スマートフォンで!

NNA POWER

有料Webサイト「NNA POWER」をご契約中であれば追加料金は発生しません

世界中で7,000社が活用  
アジアで勝ち抜くための必須の情報ツール

現地発の情報をスピーディに配信、月～金曜日まで毎日約300本の記事が更新されます。統計データや税務、労務の専門家の解説も掲載し、貴社のビジネスを強力にサポートします。

NNA POWER をご利用でない方は、この機会にぜひ無料トライアルをお申し込みください。

すでに NNA POWER をご利用の方で、ご不明な点がございました場合は、お近くの NNA 営業までお問い合わせください。

※一部の機種・地域においては、仕様や通信状況により正しく表示されない場合や一部の機能が使用できない場合がございます。

