

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

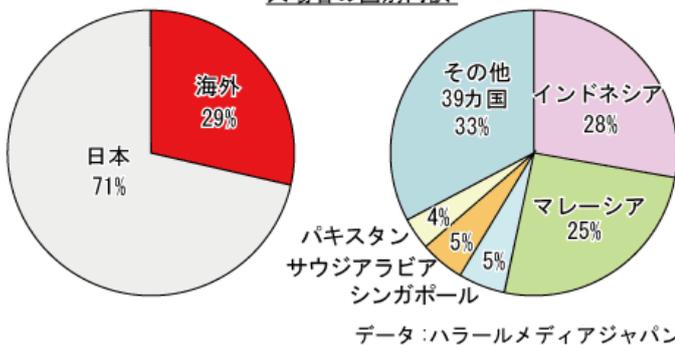
第 11 回

11 月 22 日と 23 日の 2 日間にわたり、東京で「HALAL EXPO JAPAN 2016」を開催しました。過去最多の出展者数と入場者数を記録したエキスポは、日本初のムスリム（イスラム教徒）ファッションショーが大きな話題となり、メディア 24 社が取材に訪れ世界中に報道されました。今月はこのエキスポがどんな効果をもたらしたかに注目してみましょう。

ハラール M I C E が始まった

来場者の約 3 割は海外客で、インドネシアとマレーシアで過半数を占めた

ハラールエキスポジャパン 2016
入場者の国別内訳



まずご紹介するデータは「エキスポ来場者の国別の内訳」です。約 7,000 人の今年の来場者の 7 割は日本国内から、3 割が海外からでした。日本以外の最多はインドネシアで、これに次ぐマレーシアと合わせ海外来場者の過半数を占めるに至りました。インドネシアは団体旅行者（G I T）の来場が目立ち、マレーシアは個人旅行者（F I T）が多く見受けられ、ムスリムの訪日形態にも変化が出てきていることがうかがえました。

エキスポは 2 日間の開催でしたが、海外からの来場者の多くはその前後の 1 週間、長い人では 10 日以上も日本に滞在していたようです。私と一緒に訪日したシンガポール企業の団体は 7 日間、マレーシア企業の団体は 6 日間、東京周辺に滞在し、エキスポに合わせて訪日旅行を楽しんでいました。エキスポの開催を毎年 11 月下旬としているのは、マレーシアやシンガポールのスクールホリデーと重なるようにし、家族帯同で訪日できるようにするためです。

今年のエキスポは「浅草の街全体を巻き込む」ことをコンセプトとしていましたので、会場から浅草エリア内のムスリム対応店舗への送客にも注力しました。その結果、人気店はエキスポ開催前からにぎわい、中

には入店まで一時間待ちの店舗も出たようです。前述したシンガポール企業の団体の中には 4 日間の浅草滞在中に 3 回も同じハラール焼き肉レストランへ通い、台東区が発行している「ムスリムおもてなしマップ」に掲載されている全ての店に行った人がいたとの報告を受けました。小規模ながらも、浅草ではハラール M I C E が始まったわけです。

M I C E 政策はシンガポールに学べ

日本の観光庁によると、M I C E はビジネス旅行形態の一つで、会議 (Meeting)、報奨・研修旅行 (Incentive Travel)、国際会議 (Convention)、展示会・イベント (Exhibition/Event) を合わせた造語です。日本では特に地方創生策の一つとして注目され、国は「2030 年までにアジアでナンバーワンの国際会議開催国として不動の地位を築く」との目標を閣議決定しているほどの熱の入れようです。現に日本は 15 年の国際会議開催数で世界では 8 位ながら、アジアでは 4 年連続で首位に立ちました。ただ都市別となると、東京はアジア 7 位で、トップはシンガポールです。15 年の都市別の開催数はシンガポールが 156 件、東京は 80 件、京都 45 件、福岡 30 件という結果になっています (※ 1)。

シンガポールが M I C E に強いのは、都市設計が M I C E 政策に合っているほか、英語が通じる環境であるなど、さまざまな理由が考えられますが、食事の面においても対応が十分である点に注目すべきでしょう。国際会議での食事はハラール、ベジタリアン、ビーガン (ベジタリアンと異なり、卵や乳製品も口にしない純粋菜食主義者) への対応が必要なケースが多く、00 年代に国内の飲食店や宿泊施設によるハラール認証取得を推進してきたことが、少なからず M I C E にも好影響をもたらしていると考えられます。

シンガポールは訪問外客の増加に合わせ、国内店舗へのハラール認証取得を増やした
シンガポールの訪問外客とハラール認証店舗の推移



「できることから」を实践の北海道

日本は国がハラール認証を管轄しているシンガポールと事情が異なりますが、同認証に頼らずにムスリムの受け入れ体制を整備しようとする動きが各地で出てきています。中でもユニークな取り組みを進めているのが北海道です。先日、札幌市で開催されたセミナーとその後の試食会では「できることから」について熱のこもった議論が展開され、その後37品にも及ぶムスリム対応の食事が紹介されました。

北海道は8年連続で地域ブランド首位になった自治体(※2)ですが、15年12月時点でハラール認証店舗はありません(※3)。それでもインバウンド(訪日旅行者)の取り込みで成功している北海道が、次のターゲットを見据えてムスリム対応を始めていることは注目に値します。この日振る舞われた料理には全て使用食材などのピクトグラム(絵文字)が表示され、ムスリム客の判断に委ねる姿勢を明確にしていました。さまざまな理由ですぐにハラール認証の取得には動けないものの、できることから対応してもてなそうという姿勢は、来場したムスリム客に大いに歓迎されていました。

地方にも広がり始めたムスリムインバウンドは、MICEという新たな可能性を現実的に見据える段階に入りました。来年はこうした各地の動きを、これまで以上にご紹介します。

※1 2015 ICCA Statistics Report Public Abstract

※2 地域ブランド調査2016 都道府県ランキング

※3 ハラールメディアジャパン調べ

<筆者紹介>

横山真也

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

ハラールメディアジャパン株式会社 共同創業者

ハラー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ール専門ポータルサイト」HALAL MEDIA JAPANを開設、14年にはハラール・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。日本最大のハラールトレードショーであるJAPAN HALAL EXPOを14年と15年に開催、16年には新たにHALAL EXPO JAPANとして日本初のムスリムファッションショーTOKYO MODEST FASHION SHOWと併せて東京で開催した。17年11月には東京・浅草で4度目となる同イベントを開催する。

NNA 倶楽部

あなたのアジアビジネスのために

N N A C L U B

世界の成長センター、アジア。めまぐるしく変わるビジネスの「今」を楽しみ、深く知る機会を、多くの人に——「NNA倶楽部」にご登録ください。(無料)



会報「アジア通」

会員向けの月刊紙。リアルなアジアを伝える「取材ノート」、キーパーソンの言葉から時流を読み取る「アジアの風」、各分野の専門家に聞く「プロの眼」など、アジアビジネスに役立つコンテンツを満載。新サービス、キャンペーン、セミナーのお知らせも掲載しています。

NNA倶楽部ビジネスニュース(メールマガジン)

アジア各国・地域の注目記事やNNAのWebサイトで更新された最新トピックを毎朝配信
月～金 毎朝07:30頃(日本時間)配信

アジア現地ガイドンス(要事前予約・1回30分)

NNAの現地編集スタッフが国・地域の基本情報から産業政策、駐在員生活のアドバイスまでご案内

会員のご登録は **NNA倶楽部**

検索