

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15回

ハラール、ムスリム対応という言葉に続いて、昨今は「ムスリムインバウンド」という言葉を聞く機会が増えました。インバウンド（訪日外国人客）関連の事業者はこれまでの中国、韓国、台湾からの誘客に続き、今度は東南アジア諸国連合（ASEAN）からのムスリム客誘致に力を入れているのです。そうした動きもあって、今では首都圏はもとより、地方都市でもムスリム客を目にする機会が増えました。今回は、ムスリム客に人気の飲食店とその人気の秘密を探りましょう。

ムスリム客の書き込みが認証代わり

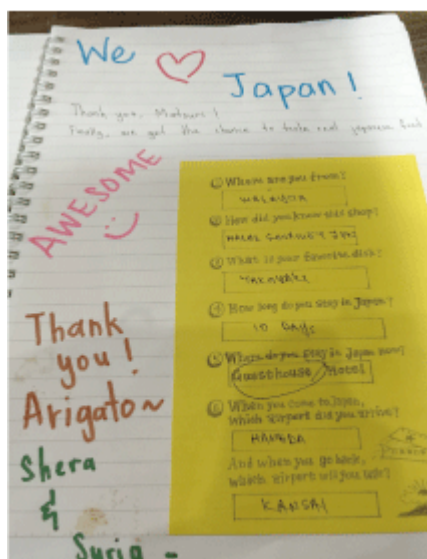
「ムスリム対応している飲食店で、参考になるのはどこか」と聞かれると、私はまず日光軒（栃木県佐野市）と祭（大阪市福島区）の2つを挙げます。理由は、独自の細やかな配慮によってムスリム客から信頼を獲得しているからです。日光軒は老舗の中華料理店、祭は開店からまだ1年足らずの日本食店ですが、店内を見渡すとムスリム客が残していった痕跡の多さに驚かされます。



日光軒の店内

日光軒には在日ムスリムのほか海外のクリケットチームのサインや写真が飾られ、長年多くの人に愛されてきたお店であることが一目で分かります。一方、祭にはムスリムダイヤリーと名付けられたアンケート兼

メッセージノートが常備されており、何がおしかったか、どうやってお店を知ったのか、日本のどの空港に着いてどの空港から帰るのか、といった質問のシートが貼り付けられています。ノートにはムスリム客が思い思いのメッセージを書き残しており、他のムスリム客が眺めて楽しめるように工夫されています。



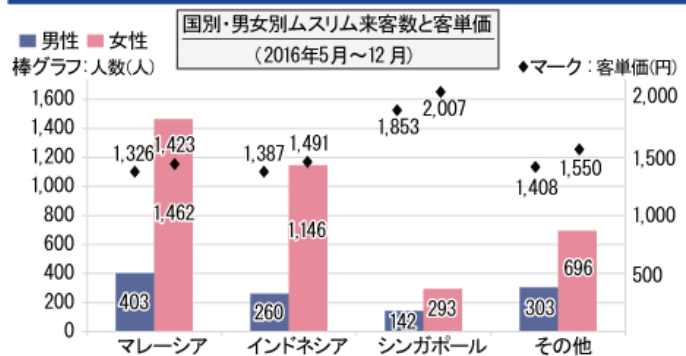
祭のムスリムダイヤリー

両者に共通しているのは、ハラール認証を取得していないという点です。アルコールを求める日本人客のためお酒を用意する一方で、ムスリム対応として皿、調理器、食材の保管などを徹底して分けているのが評価されているのです。祭ではムスリムスタッフを雇用しているのもプラスに働いている

と思われますが、何より店内の書き込みがハラール認証に代わるものと捉えられているのです。

人気店は女性を取り込んでいる

来店したムスリム客の76.5%は女性で、どの国の出身者も男性客より女性客の単価の方が高い



Japanese Food Restaurant 祭、提供データから作成

このチャートをご覧ください。これは「国別・男女別ムスリム来客数と客単価」です。データの提供元は先述の祭（定員 30 名）で、オープンした 2016 年 5 月から 12 月までの集計データをまとめています。

まず確認できるのは女性客の多さです。本連載の第 3 回でも女性客の重要性を解説しましたが、この結果を見る限り、その傾向はますます強まっているといえます。これはあくまで 1 店舗のデータにすぎませんが、女性が全体の 76.5%、マレーシアとインドネシアの女性だけでも 55.4% を占めるというのは非常に興味深いです。

客単価はおおむね 1,300 円から 1,600 円といったところですが、シンガポール人は男性 1,853 円、女性 2,007 円と、他の国の出身者と比べて高額になっています。ぐるなびのアンケート調査結果（※）によると、外国人客の平均単価はランチが 1,644.6 円、ディナーが 4,161.5 円とのことですので、今後はどう客単価を上げていくのが課題でしょう。

客単価を上げるには

飲食店が客単価を上げるには、メニューを改編する、注文数を増やす、団体客を増やす、飲食以外の購入機会を増やすなどさまざまな方策がありますが、ここではムスリム客に適した例をご紹介します。

まずは体験ニーズに応えるサービスの提供です。訪日観光客のニーズがモノ消費からコト消費に移っているのはよく知られています。本連載の第 4 回でもムスリム客のニーズの変化について触れ、日本ならではの絵になるシーンを求めるムスリム客の様子を紹介しました。「やってみたかった」というニーズに応える体験型サービスの付加価値は高く、顧客の満足度を高めることができます。

次はお土産です。「日本産のハラール商品はどこで買えるのか？」という質問は今でもよく受けます。空港、免税店、大手百貨店の一部では取り扱いが始まっていますが、宿泊先近くのスーパーやコンビニにはまだ行

き渡っていません。従って、来店客に日本産のハラール商品をお土産として提供するのは効果的です。サンプルを試したりして楽しみ方を知ることができれば、顧客の購買意欲を高めることができます。

最後に朝食です。ムスリム対応している飲食店は増加傾向にあるものの、朝食を用意しているケースはまだ少ないのが現状です。ホテルに宿泊しているムスリム客はホテル内のレストランであれこれ気にしながら、民泊しているムスリム客は前日に買い込んだものを自炊して朝食を取っています。ディナーで来店されたお客さまに明日の朝食としてプラス一品をお勧めすることは客単価を上げるのに有効な上、ムスリム客からも喜ばれるでしょう。

今回は、訪日ムスリム客がどうやって店舗を探索しているのかを検証します。

※ぐるなび「加盟店（飲食店）」「中国人ユーザー」アンケート調査結果 2016 年 9 月 27 日

< 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 アジアビジネスデータバンク 2017 年版

現地社員給与動向、基礎統計データでビジネスを強力サポート！

好評販売中

対象国・地域

中国、香港、台湾、韓国、シンガポール、マレーシア、インドネシア、タイ、フィリピン、ベトナム、ミャンマー、インド、ネパール、カンボジア、ブルネイは基礎統計のみ

グラフ・表で各データを見やすく表示

資料作成に役立つダウンロード機能付き

CSV形式のファイルを簡単にダウンロードできます。資料作成にお役立てください。

contents

給与動向

▶NNA独自調査による現地社員の給与、昇給率、賞与などの情報を提供

基礎統計

▶GDP、CPIなど約200項目のマクロデータを国別、年推移で掲載
▶最大8年分のデータ

回答社数
前年比
約2倍増

詳細はこちら