

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 6 回

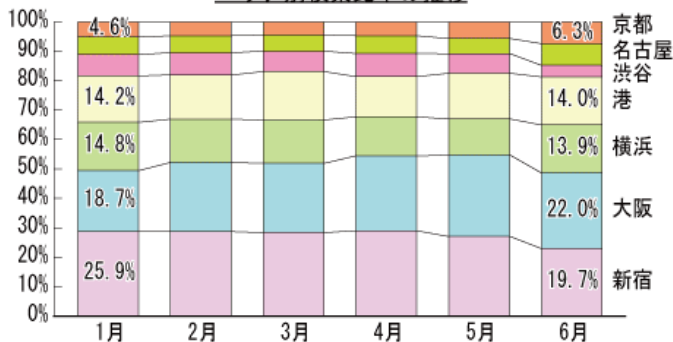
どこが検索されているのか

毎回さまざまな独自データを用いて訪日ムスリム客の動向を分析している本コラム。今回はこれまでよりも俯瞰(ふかん)的な視点でデータを分析してみましょう。彼らが訪れている場所はどこなのか。その背景は何か。その比率はどう推移しているのか。訪日ムスリム客が目指す訪問先に先回りしてみましょう。

東京は既に細分化して検索

訪日ムスリムの検索エリアは拡大している一方、近隣エリアと合わせて検索される傾向にある。

エリア別検索比率の推移



データ：ハラールグルメジャパン (2016年1月～6月検索結果)

まずご紹介するのは、インターネットで検索されているエリアの比率と推移です。これはレストラン情報検索サイト「ハラールグルメジャパン」の今年1月から6月までの検索結果で、どの地名を使ってレストランが検索されたのかを示しています。東京は新宿、港、渋谷といった区単位で、他都市よりも細分化して検索されているのが分かります。

このチャートで注目すべきは、5月以降、大阪が新宿を抜いて検索数の首位に立っている点です。新宿は訪日観光客が訪れる大人気エリアの代表格ですが、ムスリム対応という点では情報発信が少ないエリアでもあります。それをムスリム対応店舗が急増している大阪が抜き去ったのは、そうした店舗が積極的に情報発信したことが影響しているからだと考えられます。

首都圏以上に注目度増す大阪

大阪は今や格安航空会社(LCC)の主要拠点である関西国際空港を玄関口として、訪日ムスリム客が訪れる一大観光地になりつつあります。注目されているのは、もちろん食。その中でも好評を博しているのが、鶏鍋、牛しゃぶ、たこ焼きです。特にたこ焼きはムスリマ(女性ムスリム)

に大人気で、ある店舗では「ハラールたこパ(たこ焼きパーティー)」のために来店するムスリムのうち、実に97%が女性だそうです。「やってみたい」という体験欲求を見事に捉えた結果だといえます。

また大阪は「食の都・くいだおれの街」として有名なため、安くてうまい店がムスリム対応を始めたとして注目されたのかもしれませんが。大阪は、屋台や食べ歩き文化が残る点で東南アジアと共通点があることから、親しみを感じやすいと聞きます。マレーシアのLCC、エアアジアXは関空～クアラルンプール路線を6月に従来の週7便から週9便に増便、さらに10月には週10便に増やすことになっており、大阪からますます目が離せません。

ゆっくり滞在に傾向シフト

チャートでもう一点注目したいのは「その他」の比率が高まっていることです。具体的には、札幌、福岡、神戸といった地方都市や、中央区、世田谷区、台東区といった東京都内のエリアが検索上位をうかがっています。つまりムスリム訪日客の検索範囲は徐々に広がっていて、そのスピードは加速しているのです。

これは目当ての店や観光スポットを目指して大都市から大都市へと移動するだけでなく、その周辺エリアも探索するようになってきているのだと推測されます。チャートを確認すると、大阪の検索が増えると京都の検索も増えていきます。港区の検索が減ると横浜の検索も減っています。日本各地を飛び回る忙しい旅から、広域エリアの中でゆっくり滞在する旅へと、傾向が変わり始めているのかもしれません。訪日ムスリム客のニーズは、意外と早いスピードで多様化しているようです。

<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、同年にはハラール・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。国内初の国際的ハラールイベントである 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。今年新たに HALAL EXPO JAPAN 2016 として単独開催、1万人を動員する。