

ハラールという戦略上の選択肢 حلال

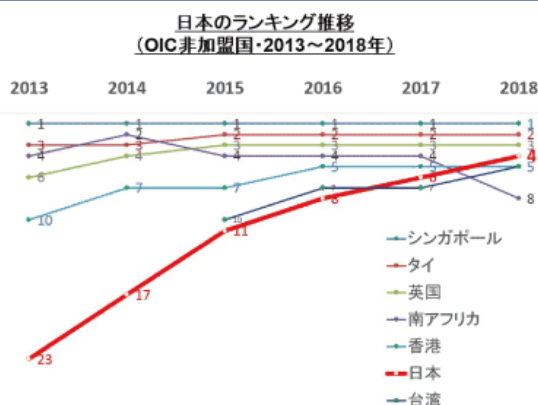
データで読み解く訪日ムスリム客の動向

第27回

今年もGMT I（グローバル・ムスリムトラベル・インデックス※1）が発表されました。ムスリムフレンドリーな旅行先をランキングするこのレポートは、世界130の国と地域を対象にしています。今年の発表会は昨年と同じくインドネシアのジャカルタで開催され、ランキング発表直後から各国報道機関が記事を配信しました。今月はこのランキングにおける日本の評価について考察します。

2ランクアップ、日本の躍進続く

日本の躍進は続いており、OIC非加盟国中でも「ムスリムフレンドリーな旅行先」として存在感を強めている



このチャートはイスラム協力機構（OIC）非加盟国におけるGMT Iのランキングの推移です。成長著しい日本は今年もランクを2つ上げ、4位に躍進しました。2013年に23位だったことを考えると隔世の感がありますが、日本がムスリム（イスラム教徒）旅行者に対する環境整備を着実に進めてきた結果です。中でも13年以來の東南アジア諸国連合（ASEAN）各国に対するビザ（査証）取得要件の緩和が大きな契機になったのは間違いありません。今では訪日ムスリム旅行者の2人に1人が利用しているハラールメディアジャパンの開設は14年で、これも環境整備に少しばかり貢献したかもしれません。

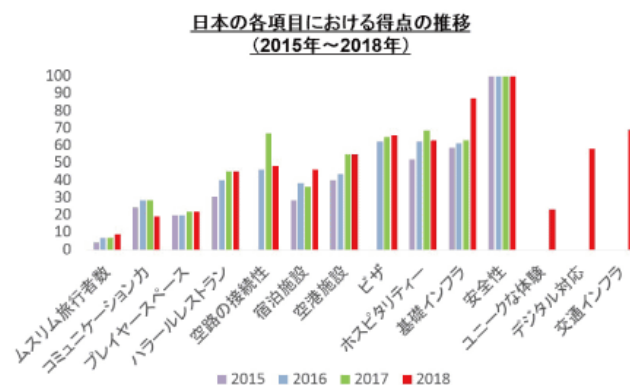
日本には昨年、今年のランクアップに影響したと考えられる出来事がありました。MMTR（ムスリムミレニアルトラベルレポート※2）とJMTI（ジャパムスリムトラベルインデックス※3）の発表です。前者はムスリムの若者に人気の旅行先ランキングで、

日本は世界3位となりました。一方、後者はGMT Iの日本版で、全国47都道府県を順位付けしたものです。いずれもGMT Iを発表するクレセントレーティング社（シンガポール）がまとめたものですが、それぞれランキング算出の根拠となるデータは異なっています。つまり、日本の躍進はあらゆるデータを分析した客観的な結果であるといえるのです。

コミュニケーション力不足が課題

GMT Iは4つのセグメント（環境、サービス、コミュニケーション、アクセス）に関する14項目の評価を数値化した上で算出されています。昨年は11項目だったのが、今年は新たに3項目（ユニークな体験、デジタル対応、交通インフラ）が追加されました。いずれも世界の観光市場において、国を問わずに重要視されているものです。

基礎インフラと安全性は高い評価である一方、コミュニケーション力の評価が大きく下落した

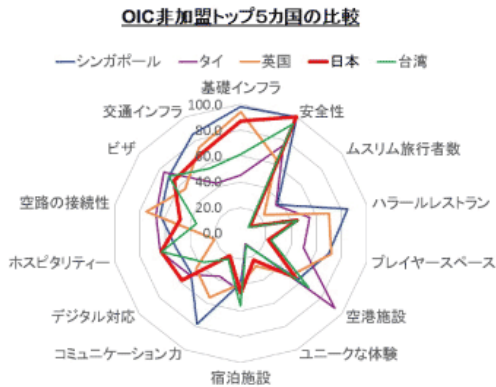


このチャートは日本に対する評価の推移を示しています。安全性は4年連続で満点の100点。宿泊施設、ビザ、基礎インフラに対する評価が向上しています。レストランとプレイヤー（礼拝）スペースへの評価が横ばいであるのに対し、ホスピタリティ（おもてなし）とコミュニケーション力についての評価は下がっています。基礎インフラが向上している一方でホスピタリティが低下しているとの評価は、察するに他国との印象の差ではないでしょうか。ムスリム旅行者をもてなす施設は増えたものの、ホスピタリティの面で他国よりも劣っていると評価されたのかもしれない

ん。

ミレニアル世代の評価が重要

日本のハラールレストラン、プレイヤースペースは他国に比べてまだまだ少ないと評価されている



GMTI REPORT 2013-2018, Master Card CrescentRating から作成

最後にO I C非加盟国トップ5カ国を比較してみましょう。日本は安全性がシンガポールと並んで首位で、デジタル対応では単独トップですが、ハラールレストラン、プレイヤースペース、コミュニケーション力については最下位でした。コミュニケーション力の強化には外国人材やテクノロジーの投入といった対策も取れますが、高評価を得るまでには相当時間を要しそうです。

ただミレニアル世代(1980~2000年前後生まれ)の旅行者は「Accessible: デジタル対応(日本は首位)」や「Authentic: ユニークな体験(日本は2位)」を重視しているため、日本が総合4位に躍進したのはこの世代の評価が影響した可能性があります。また、この世代はAffordable(値頃感)も重視するので、日本が交通インフラで3位と意外に評価されていないのは、料金の高さゆえであると推測されます。

総合評価で6年連続トップに立ったのはシンガポールで、同じムスリムマイノリティー国である日本にとって、お手本となる存在であり続けています。全14項目中6項目で評価が最高ですが、実は課題もあります。

今年追加された「ユニークな体験」では、台湾と並んで最下位なのです。現にミレニアル世代に人気の旅行先ランキングでは、マレーシア、インドネシア、日本、タイ、オーストラリアに次ぐ6位に甘んじています(※2)。観光資源を新たに開発する必要がある同国が、この点をどう克服していくかにも注目したいところです。

今回はO I C非加盟国のランキングを中心に、日本に対する評価を考察しました。次回は加盟国も含めたグローバルランキングから、日本がさらに上位を狙うには何が必要なのかを深掘りします。

※1 Master Card CrescentRating, Global Muslim Travel Index 2018

※2 Master Card Halal Trip, Muslim Millennial Travel Report 2017

※3 Master Card CrescentRating, Japan Muslim Travel Index 2017

<筆者紹介>

横山真也

ヨコヤマ・アンド・カンパニー株式会社 代表取締役
フードダイバーシティ株式会社 共同創業者

2014年に「世界初の日本ハラール専門ポータルサイト」Halal Media Japanとハラール・ベジタリアンレストラン検索サイト・アプリHalal Gourmet Japanを開発。14年と15年に日本最大のハラールトレードショーであるJapan Halal Expo、16年はHalal Expo Japanにて東アジア初のモディストファッションショーTokyo Modest Fashion Showを主催。17年は世界初のムスリムロリータコレクションKawaii Hijabi Collectionとファッションスクール生コンペGeneration M Design Awardを主催した。「MasterCard CrescentRating -Japan Muslim Travel Index 2017」では共同編集長を務めた。趣味は矢沢永吉で、ライブ参加は通算132回。

NNAグローバル出張サポート資料

ミャンマー編

アジア各地での注目ビジネスをNNAグローバルリサーチが分析。押さえておきたい財閥企業や主要外資企業のほか、進出日系企業リストを掲載しました。現地へのご出張者のみならず、ご赴任者や東南アジア事業を担当される方にも参考にしていただけるマーケット資料です。貴社ビジネスに是非お役立てください。

主な
コンテンツ

- ①国概要
- ②マーケット概況
- ③ビジネス概況
- ④滞在の留意点
- ⑤クイックリファレンス
- ⑥外資企業進出状況



新規進出企業
リストあり(46社)

ご購入は
こちらから