



国際化の最前線から



イスラム教徒観光客の獲得に向けた、環境整備とプロモーション戦略への正しい理解の重要性

クレッセントレーティング社創設者・最高経営責任者 クレッセントレーティングジャパン株式会社取締役
バハルディーン・モハメッド・ファザール

世界的に注目が高まっているイスラム観光市場の規模は1450億ドル(2014年)とされている。(参考: MasterCard-CrescentRating Global MuslimTravel Index 2015) この急成長する市場を取り込もうと、各国で取り組みが始まっている一方で、イスラム教徒観光客(ムスリム旅行者)のさまざまなニーズへの対応に頭を悩ませる観光地も多い。これが日本においても同様であることは、われわれの日本における活動からも強く感じている。

CrescentRatingは、このような悩みを持つ世界中の観光地に対して、イスラム観光市場に関する正しい理解を深めるための指導やプロモーションに関する協力を行ってきた。この際、われわれのクライアントとなるのは民間企業にこの急成長市場に対して正しく理解をさせ、受入環境整備を推進したい行政機関であるが、彼らが抱える共通の課題は「鶏が先か、卵が先か(観光客が先か、受入環境整備が先か)」の問題である。

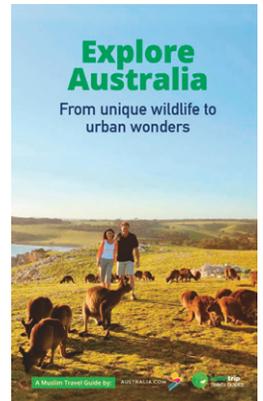
イスラム観光市場の最も大きな特徴は、

①「イスラム教徒」といっても、各個人によりそのニーズは多用である、②イスラム教国以外の国への旅行が始まったのはごく最近であり、それらの国に対する情報が十分でない、③高いレベルでのムスリムのニーズに対応しようとする場合、日本のような非イスラム教国においては多額の投資と広い意味での維持・管理費が必要となる、という点である。

このような状況から、「まず最低限度の受入環境を整え、ムスリムの間で信頼されるブランドの元にいち早く観光客に情報を届け誘客し、さらなる受入環境整備の実施を促す」ということが重要である。実際にオーストラリア政府観光局なども、環境整備と同時並行で、一定の受入環境整備がされていることを、「Halaltrip」のブランドのガイドブックを作成するなどしてムスリム旅行者に届くようにPRするという形で観光客を獲得し続けている。(ガイドブックは<http://www.halaltrip.com/downloadable-halal-travel-guides>にてダウンロード可能。)

重要なのは、「完璧な受入環境整備を整えるまでPRはしないほうが良い」と考えるのではなく、PRの動きを、『ムスリムの間で信頼されるブランドの元に』完璧な受入環境整備を完

了する前にスタートさせるということである。(宗教的な部分から発生するニーズに対する対応故、彼ら自身がその情報を信頼できないものと判断したらこの情報拡散は意味がないので注意が必要である。) 現段階でほとんど情報のないムスリム旅行者に対して、新しい観光地の情報を届けるにはどうしても時間がかかる。さらに、この市場に取り組む地域はまだ限定的で、まだまだブルーオーシャンであり、ここに如何に早く情報を届けるかが今後の市場獲得の鍵なのである。環境整備は情報がムスリム旅行者に浸透していく間の時間を活用し十分に実施できる。日本の各行政に求められるのは、ムスリム観光市場の特徴への正しい理解と、情報拡散と環境整備に対する正しい戦略の策定である。



参考: オーストラリア政府観光局のムスリム受入のためのガイドブック表紙

プロフィール

バハルディーン・モハメッド・ファザール

世界初となるハラール対応の評価基準を設定しムスリム旅行者に対する独自のサービス提供を手がけたイスラム観光における第一人者。「ムスリムフレンドリー」と銘打ったムスリム専用サービスにおける世界的パイオニアとして著名。長年に渡り、世界初の『ムスリムフレンドリー度レーティング基準』である「クレッセントレーティング」の開発・普及をはじめ、ムスリム旅行客受入環境整備に関するコンサルティング並びに指導を手がけてきた。台湾、オーストラリア、ニュージーランドなど、昨今ではムスリムフレンドリーカントリー(シティ)としても有名となりつつある国々における、ムスリム受入環境整備に関してもその初期段階からコンサルタントとして招請されている。さらにイスラムインバウンド産業における権威として世界的に非常に著名であり、アジア各国のみならず欧米諸国においてのカンファレンスでの講演実績も多く、また、BBCやFinancial Timesなどの世界トップクラスのメディアでも数多く取り上げられている。