

2016年度【第6回】学生観光論文コンテスト

(テーマA) 観光立国で日本を元気にする方策について、私の提案

# インバウンド増加における日本人の 意識改革

～急増する訪日ムスリムとの交流がビジネスチャンスを生む～

桜美林大学  
ビジネスマネジメント学群 渡邊康洋ゼミ

宋戸茉莉奈(リーダー)  
岩崎晴香  
大久保祐美  
永嶋菜々未  
シェック・ファティマ

## 目次

はじめに	.....3
第1章 日本の現状	.....5
1-1. ムスリム(イスラム教徒)に対する国の取り組み	.....5
1-2. 観光施設	.....6
1-3. ハラルフード	.....7
1-4. ハラル認証を行っている機関について	.....10
第2章 専門家の意見	.....11
第3章 具体案	.....11
3-1. スポーツツーリズム	.....12
3-2. ムスリム×日本人の交流ツアー	.....14
第4章	.....17
参考文献	.....19

## はじめに

今回の学生観光論文コンテストでは、「観光立国で日本を元気にする方策について、私の提案」がテーマである。私達はその方策について考え、今後の日本の観光業界を盛り上げるため、どのようなサービスや取り組みが必要かを検討した。

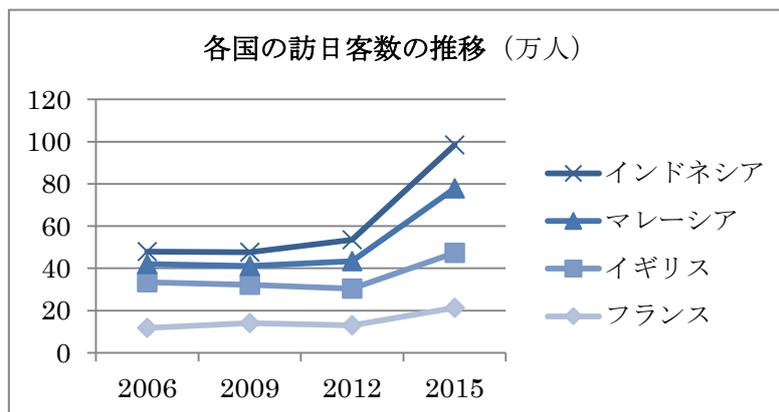
現在日本では観光立国を目指しており、訪日外国人旅行者数のさらなる増加を図っている。年間訪日外国人旅行者数は、2013年に1,000万人を突破し、2014年には1,341万人、2015年には1,974万人と、着実に増加している。そして、2016年10月30日には、2,000万人を突破した。2016年は熊本での震災など、訪日外国人旅行者数減少の懸念材料もあったが、10月時点で2,000万人を突破していることから、外国人の日本への興味関心の高さがうかがえる。

また、図表1は、訪日外国人のうち、インドネシア、マレーシア、イギリス、フランスからの訪問者数の推移を示したグラフだが、マレーシアでは2006年の訪日外国人旅行者数8.6万人から、2015年には30.6万人まで伸びており、インドネシアでも、同年6.0万人から同年20.5万人に増加している。特に中国では、図表2の通り、2006年の訪日外国人旅行者数81.2万人から、2015年には499.4万人まで増加しており、その経済効果はドラッグストアや百貨店での「爆買い」を見てわかるように非常に大きい。そんな中国には2,000万人以上のイスラム教徒がいる。<sup>1</sup>ムスリム(イスラム教徒)市場が大きなビジネスチャンスにつながるだろうと考える。

さらに、図表3、4は、マレーシア・インドネシア人の訪日の際の支出額は、多少の増減はあるものの直近の2015年はいずれも最高額を示している。台湾人や韓国人よりも高いことから、経済効果を生むポテンシャルの高い市場であるといえる。

世界には約16.18億人のイスラム教徒がおり、世界人口に対するその比率は<sup>1</sup>約23%であり、約4人に1人がイスラム教徒であることがわかる。図表1より、数年前からイスラム教徒が増加しているフランス、イギリス、イタリアは、訪日客数も年々伸びていることから、今後もそれは伸びていくと考えられる。

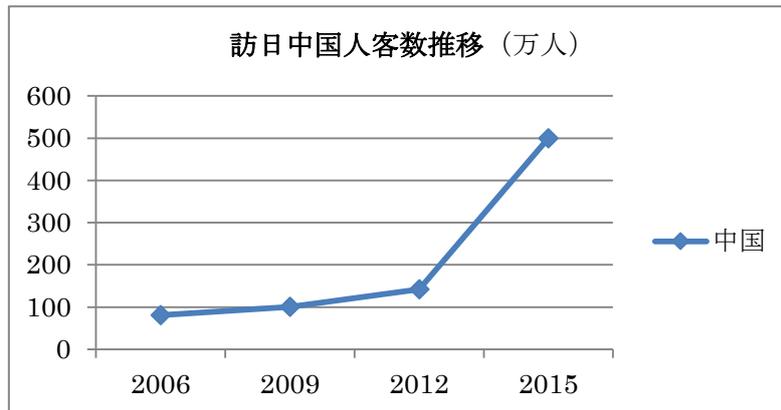
図表1 各国の訪日客数の推移



(出典:「JNTO 訪日旅行データハンドブック 2016」より著者作成)

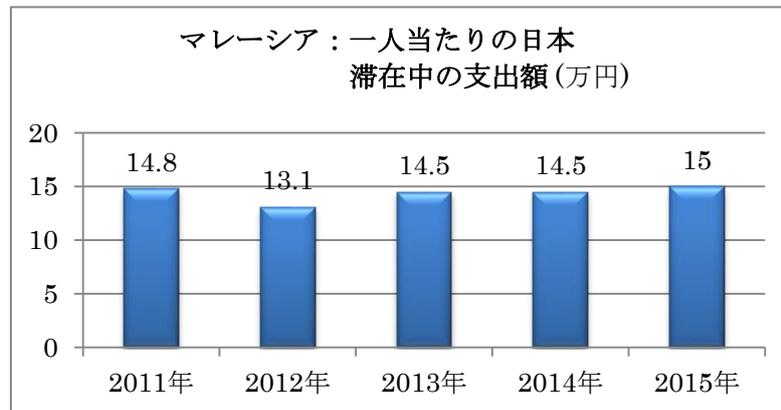
<sup>1</sup> 佐々木良昭『ハラールマーケット最前線』、18-19頁。

図表 2 訪日中国人客数推移



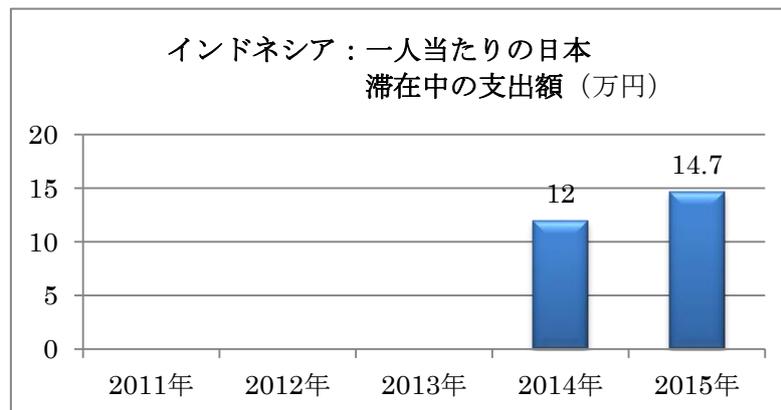
(出典:「JNTO 訪日旅行データハンドブック 2016」より著者作成)

図表 3 マレーシア一人当たりの日本滞在中の支出額



(出典:「JNTO 訪日旅行データハンドブック 2016」より著者作成)

図表 4 インドネシア一人当たりの日本滞在中の支出額



(出典:「JNTO 訪日旅行データハンドブック 2016」より著者作成)

2020年には日本でのオリンピック開催が決定している。選手だけでなく、様々な国から観光客が日本に来るだろう。その際にいかに日本での滞在に満足してもらい、また来てもらうかということがその後の日本の観光の発展において重要であると考えられる。

そこで、イスラム圏の国に着目し、ムスリムの日本への誘致のために何が不足しており、どのような対策が必要であるかを検討した。

第1章では、イスラム教やムスリムについて述べるとともに、日本で行われている、イスラム圏からの訪日旅行者への受け入れ対策の現状について、①国の取り組み、②観光施設、③ハラルフード、④ハラル認証機関の四つの観点から記述する。

第2章では、専門家の意見を踏まえて日本のハラル認証の現状分析を行い、問題点を洗い出す。

第3章では、第2章で述べた問題を解決すべく、スポーツツーリズムと、ムスリムと日本人の交流ツアーの二つの提案を行う。

第4章では、本論文の総括を提示する。

## 第1章:日本の現状

<sup>1</sup> イスラム教とは、現在のサウジアラビアを発祥とし、唯一神アッラーへの絶対的な服従を説く一神教の宗教である。イスラム教は世界中に広がり、世界で約20億人もの人が信仰していると言われている。特に、西アジアや北アフリカ、中央アジア、南アジア、東南アジアなどに多くのイスラム教徒がいる。そして、そのムスリム教徒をアラビア語でムスリムという。ムスリムの生活は戒律で細かく礼拝や食事、服装において決まりがある。礼拝は、聖地に向かって礼拝する行為である。メッカにあるカアバ神殿の方角へ向かって祈ることを指し、1日5回行われる。食事は、ハラルフードというイスラム教の法律にのっとった食べ物のことで、ムスリムが食べることを許されている食事のことである。一方で、食べることを禁じられている食べ物をノンハラルフードという。代表的な禁じられた食べ物に、豚肉が挙げられる。服装は、国によって異なるが、女性はヒジャブという布で頭髪を隠さなければならないという決まりがある。その他にも様々な決まりがあり、年齢や性別、国、宗派などによって異なる。そのため、ムスリムを一言で表すことは難しく、観光客として迎え入れる際には各個人に沿った対応が必要だろう。

そこで、日本ではムスリムに対して、どのような取り組みが行われているのか、礼拝施設、食事の観点から調査を行った。日本の取り組みは以下のとおりである。

### 1.1 ムスリム(イスラム教徒)に対する国の取り組み

イスラム圏を離れ、外国で過ごすムスリムにとって、公的機関の先導のもとに取り組みが行われた施設、機関は信頼のおける存在として安心を得られるものである。現在我が国では、ムスリムが信頼できる公的な取り組みとして、目立った取り組みは行われていない。その理由として、日本国憲法が背景にあると考える。

日本国憲法は第20条1項、同条3項において、政教分離の原則を定めており、国家と宗教との結びつきを忌避している。政教分離の原則は、国家が宗教活動に介入することを禁じるものである。これは、国家が特定の宗教と結びつくと、他の宗教に対する直接的、または間接的な抑圧が生じるため、そのよう

---

<sup>1</sup> 国際機関日本ケアセンター『ASEAN ムスリム観光客受け入れのために』

な事態を防止することで、間接的に宗教の自由の保障を確保しようとするものだ。つまり、国家が特定の宗教に対して介入することが無いため、国家に対してムスリム対策を求めることは難しい。

しかしながら、日本国内でもごくわずかな地域や施設でムスリム対策を行っている。ここからは、現在日本で行われているムスリム対策について例を示す。

## 1.2. 観光施設

ムスリムは1日に5回、キブラ(サウジアラビアのメッカの方向)に向かって礼拝をする。宗教の違いから日本にはこのような習慣が無いため、ムスリム圏の訪日観光客が多く訪れる観光地でも礼拝堂などムスリムのための施設はほとんどない。しかし、実際に礼拝堂を設置するなどのムスリム対策を行っている数少ない観光施設をここでは挙げる。

図表5 ムスリム対策を行っている観光施設

開始年月日	施設	内容
2013年7月	関西国際空港	一般エリア・国際線・出国エリアに24時間利用可能な男女別室の礼拝堂を設置。
2013年8月	プレミアムアウトレット御殿場	礼拝所を設置。
2013年12月	成田国際空港 イオンモール幕張新都心	礼拝所を設置。
2014年7月	横浜市内5店舗	ムスリム用礼拝マット・コンパス・空き個室を礼拝スペースとして貸出しするサービスを開始。
2014年9月	新宿高島屋	百貨店初の「ウドゥー」(礼拝前の手や口をお浄め)ができる礼拝所を設置。
2014年10月	中部国際空港	礼拝所を設置。隣接する男女のトイレ内にウドゥーができる施設を設置。

図表5に示したように、2013年ごろからムスリム対策を行う施設が増えてきたことから、ムスリム訪日客を集客するためにさまざまな対策を行っていることがわかる。なかでも新宿高島屋は、百貨店で初の礼拝所を設置しただけでなく、「ヒジャブ」(ムスリムの女性用スカーフ)や礼拝用グッズ(方位磁石付きの時計・礼拝用マットなど)の販売も同時にスタートした。

このようにムスリム対策をしている施設もあるが、対策を行っていない観光施設もまだまだ多く残っている。すでにある施設に新しく礼拝所やウドゥーを設置することは簡単なことではない。だが礼拝する方向のギブラを示したシールを全客室に貼ったホテル日航関西空港もある。

## 1.3. ハラルフード

### 1.3.1. ハラルフードとは

イスラム教徒に対する法律であるイスラム法において合法的なものをハラールといい、イスラム教徒が

食べることを許されている食材を指す。畜肉の処理の方法も細かな戒律がある。

### 1.3.2. 日本のハラールフード対策の現状

農林水産省の国内調査によると、各都道府県で<sup>1</sup>ハラール認証取得をしている企業数は、図表 6 の通りである。

図表 6 各都道府県でハラール認証を得ている企業数

都道府県	件数
東京都	7
千葉県	6
京都府	3
大阪府	4
北海道	1
茨城県	1
埼玉県	1
岐阜県	1
福岡県	1
沖縄県	1
合計	26

(出典:農林水産省「平成 26 年度ハラール食品に係る実態調査事業」より著者作成)

図表 6 から、マレーシアやインドネシアなどムスリムが多い国からの訪日客が増えているものの、全国で認証を得てハラールフードを販売している企業は極めて少ないということが分かる。

次に、ムスリムたちは何を目的として訪日するのかを「JNTO 訪日旅行データハンドブック 2016」から上位 5 項目を以下の図表 7、8、9 にまとめた。ムスリムの多いインドネシア、マレーシア、シンガポールのデータである。

図表 7 インドネシア人が訪日前に期待したこと

インドネシア人が 訪日前に期待したこと	パーセント
日本食を食べること	72.4
自然・景勝地観光	46.6
ショッピング	51.6
繁華街の街歩き	37.5
旅館に宿泊	21.0

(出典:「JNTO 訪日旅行データハンドブック 2016」より著者作成)

図表 8 マレーシア人が訪日前に期待したこと

<sup>1</sup> 農林水産省『平成 26 年度 ハラール食品に係る実態調査事業』7 頁。

マレーシア人が 訪日前に期待したこと	パーセント
日本食を食べること	73.7
ショッピング	57.4
自然・景勝地観光	49.9
繁華街の街歩き	44.4
日本の 歴史・伝統文化体験	20.4

(出典:「JNTO 訪日旅行データハンドブック 2016」より著者作成)

図表 9 中国人が訪日前に期待したこと

中国人が 訪日前に期待したこと	パーセント
日本食を食べること	63.9
ショッピング	63.5
自然・景勝地観光	47.9
繁華街の街歩き	43.9
温泉入浴	35.7

(出典:「JNTO 訪日旅行データハンドブック 2016」より著者作成)

図表 7、8、9 から、いずれの 3 カ国ともに、訪日の目的は日本食を食べることが一番多いと分かる。また、2 位以降の項目においても、ショッピングや繁華街といった「食」に触れる機会が多いと予測できる。すなわち、インドネシア、マレーシア、中国人の訪日客が日本に求めているものは食事であることが分かる。と  
はいうものの、彼らには食べられる食材については、厳しい戒律がある。

そこで、現在日本がムスリムの食のニーズに応えるため、ハラールフードに対してどんな取り組みをしているのか調べた。

### 1.3.3. HALAL DELI

ムスリムのためのハラールフードを使った、お弁当専門の宅配サービスを行う民間企業。急増している訪日ムスリム観光客や、中東・ASEAN からのムスリムビジネスマン、また各種国際イベント・スポーツ大会等で利用される。

### 1.3.4. 神戸ハラールフード

イスラム教徒向けの食材店。オンライン販売もしており、ハラール醤油、ハラールみりん、などの調味料からカレーやラーメンのインスタント食品を取り揃えている。

### 1.3.5. PADAM

日本に暮らすイスラム教徒にハラール食品を提供するハラールフード専門店。バングラデシュから魚やスパイスなどを輸入し販売をしている。現在は世界各国からハラール食品を輸入しており、特に“食肉”においては、『ハラール』という考え方に由来して、きちんと処理された材料のみを取り扱っている。

### 1.3.6. 業務スーパー(神戸物産)

全国展開をしている神戸物産の業務スーパーではハラールフードを一部扱っている。コンビニでは扱っていないものを取り揃えるという方針の下、世界各国と貿易を行い、食のバラエティに富んだ食材の提供を行っている。

以上のことから、日本でハラール認証を受けている飲食店は極めて少ない。また、承認されていないにもかかわらずハラール対応と掲げて営業している企業もある。店舗販売が少なく、信憑性が保証されていない。そのため、日本人のハラールへの正しい理解と、認証されたお店の情報を正しくムスリムへ広めることが重要である。

また、神戸コンベンション協会によると、ムスリムが一番困る問題点は「食事」としている。

図表 10 食に対するムスリムの声とそこから見える課題

主な食に関するムスリムの声	ムスリムの意見から指摘できる日本の食の問題点・課題
日本に来たが何を食べてよいかわからず、自国から持参したカップラーメンを食べた	ムスリムの食べられるものが飲食店にあったとしても店側は対応が不十分
表示が日本語しかなく、怖くて食べられない 英語表記がほしい	食品表示が日本語のみで訪日外国人への配慮が不十分
ハラールのレストランがない あっても信憑性がない	ハラール認証の飲食店が少ない上に国が認証しておらず、信憑性に欠ける、宗教の理解が不十分

(出典:「Kobe Convention & Visitors association ムスリムおもてなし」より著者作成)

図表 10 から、ムスリムは、日本滞在中に、食事の面で困っていると分かる。何を食べて良いかわからず、持参した食料を食べて過ごすことがあるならば、日本の飲食店は、対応が不十分なことでビジネスの機会を逃していると考えることができる。「表示が日本語しかなくて困る」というムスリムの意見から、英語表示を付けることが必要である。そうすることでムスリムに対して親切になるだけではなく他国の訪日外国人にも親切になる。ハラールの認証されたホテル・飲食店が少ないことや国主体ではなく、民間によるハラールでの取り組みの影響からムスリムの人々の信頼を得られていないと考えられる。

これまで述べてきたように、日本ではハラールフードが浸透していない。ムスリムの観光客は、食事をすることを主たる目的としているにもかかわらず、日本の飲食店は急増するムスリム訪日客のニーズに対応できていない。観光において食に関する問題点は早急に改善に取り組む必要がある。

## 1.4. ハラール認証を行っている機関

前述の通り、日本の政府機関でのハラール認証は行われていないが、政府機関外での認証は行われている。ここでは主に 8 団体の活動について述べる。

<sup>1</sup>1952年に設立され1968年に宗教法人として認可された、宗教法人日本ムスリム協会は、イスラムの宗教活動としての宣教や広報出版、信者の育成教育、宗教行事や儀式の開催、海外イスラム諸国との親善協力及び国内の宗教団体との対話などの幅広い活動等、様々な活動を行っている。イスラムやハラルに対しての講座を定期的に開いており、ハラル認証も行っている。

<sup>2</sup>2010年3月に発足したNPO法人日本ハラール協会は日本人ムスリムを中心とした理事で構成されており、ムスリムが日本で生活しやすくなるよう、食を中心とした環境改善、企業や行政、国に対して要請や提案をしている。ハラル認証を活動の基盤とし、イスラム教徒の学生就職支援、国内でのハラル食品の普及、小学生・中学生の給食、大学の学食、旅行者への食の提供、海外への日本製ハラル製品の普及等々多くの食や生活に関してもあらゆる面でハラルの浸透を目指す。MUIS(シンガポールの最高イスラム宗教法人、シンガポール国内のハラル認証機関。)による認定やマレーシア政府ハラル認証機関(JAKIM)による認定もあり、信用性が高い。

<sup>3</sup>2013年に設立されたNPO法人日本アジアハラール協会では、マレーシアのJAKIMの教育団体であるHDC(Halal Industry Development Corporation)から、ハラルに関する講師資格を取得している監査員がハラル認証に対応している。

<sup>4</sup>1994年の2月に設立された宗教法人日本イスラム文化センター・マスジド大塚では、日本でのムスリムの集団礼拝の場所としてのほか、精神的安らぎを得る場所として、交通の便利さから都心部を中心にマスジドの開設に努めている。マレーシアハラールコーポレーション株式会社ではイスラム諸国や海外進出を考えている企業のビジネスサポートをしている。

他にもイスラミックセンター・ジャパンや京都ハラール評議会、ムスリム・プロフェッショナル・ジャパン協会(MPJA)がハラル認証に取り組むなど、日本にいるムスリムのサポートをしている。

このように日本にはハラル認証に取り組む機関が存在し、現に日本には数団体のハラル認証機関が存在する。ハラルの重要性はごく一部で関心を集めているが、訪日客が増加する現在、日本国民全体での宗教理解や国による認証が必要となる。しかし、国によって異なる制度、日本での認証機関の基準などまだまだ不確定な要素が多いことが現状である。

## 第2章 専門家による意見

第1章 1.1 で述べた通り、国は憲法によって宗教への介入を禁止されているため、国がムスリム対策を大々的に進めていくとは考えにくい。しかしながら、笹川平和財団特別研究員を務め、アラブや中近東で独自のフィールドワークを行い、アナリストとして情報を発信している佐々木良昭によると、2兆100億ドルという大きな市場を持つハラルは、ビジネスとして非常に大きな機会である。本来ならば、観光立国を目指している日本は国として訪日ムスリムの受け入れ態勢を整えるべきだが、国が動けないのであれば、一般企業が動くしか方法がない。しかし、企業の大本だけがムスリムについて知識を得て対策をとっていても、そこに従事する社員やアルバイト、パート等が本質を理解していなければ、本当のおもてなしとは言えない。ハラル認証や礼拝堂を増やす等の対策もあるが、その前に我々国民がイスラム教徒への理解を深め

---

<sup>1</sup> 宗教法人日本ムスリム協会 HP

<sup>2</sup> NPO法人ハラール協会 HP

<sup>3</sup> NPO法人日本アジアハラール協会 HP

<sup>4</sup> 宗教法人日本イスラム文化センター HP『マスジド大塚』

なければならない。

日本ムスリム協会理事の樋口美作、遠藤利夫によると、ハラール認証を受けている飲食店は、飲食店全体の1%に満たないという。そのため、ムスリムが安心して食事ができるように日本ムスリム協会が動いている。国内対応のハラール委員会を設置し、推薦基準を満たした飲食店に向けて推薦状を発行する。ここで気を付けなければならないことは、ハラール認証マークを発行しているわけではないということだ。マレーシア政府では、トラック運送や倉庫、レストランの厨房まで厳密に調べ、厳格な基準に沿ってハラール認証が出される。つまり、マレーシアのハラールフードは信頼性が高いが、日本は信頼をまだ得られていない。そのため、日本のハラールフードが安全であること、どのような方法で調理しているか、レストラン内はどのような環境であるかなどを、ムスリムがいる国々に正しく宣伝する必要がある。ムスリムはハラールフードを必要としているため、現存のハラールフードレストランを宣伝するだけでも、経済効果が得られるのではないだろうか。

### 第3章提案(具体案)

#### 目的:国民の意識改革のために

第3章では、第1章で指摘した、日本の課題である「民間レベルでのムスリムへの対応力」において、それを解決すべく、具体案について述べる。

訪日ムスリム客の増加を推進するにあたり、民間企業や団体が主体となるが、前提として、その団体を形作る一構成員のムスリムに対する意識レベルの向上が不可欠だ。民間レベルでのムスリムへの対応は、一人一人の知識なくしてできるものではない。そのためには、日本国民の意識改革や、ムスリムへの理解を深める場が必要になる。

しかし、国民一人一人がムスリムについての理解を深めるためには、ただその情報を知るだけでは十分ではない。どこで、何を、誰と、どうやって学んでいくのが重要になる。おそらく、一人で理解を深めることは難しく、一時的な学びになってしまうだろう。一つの目的だけにとらわれず、自然に楽しく学んでいくことが大切であると考え。また、実際に会い、なおかつお互いが慣れ親しんだものを通して時間を共有することで言語や文化、国籍の壁を低くする。意識改革は長期的な取り組みと時間が必要であるため、継続可能な取り組みを行う必要がある。

民間レベルでのムスリムへの対応力向上に向けて、国民一人一人に訴えかける有効な意識改革を提案したい。国教を持たない日本にとっては、宗教に触れること自体が日常から逸脱しているからだ。頭では旅行者として歓迎していても、見慣れない服装や行動に無意識のうちに好奇の目を向けてしまう。街中でそのような視線に晒されているのは、落ち着いて日本を堪能することなどできまい。だからこそ、ムスリムと携わる可能性のあるすべての国民の意識改革が必要不可欠だ。

そこで私たちが考えたのは、(体を動かし楽しめるサッカーなどの)スポーツツーリズムと(ムスリムと日本人同士の理解を深められる)交流ツアーである。スポーツツーリズムと交流ツアーの詳細については、以下のとおりである。

#### 3.1. スポーツツーリズム

第一に、スポーツツーリズムとは JSTA 一般社団法人日本スポーツツーリズム推進機構によると、旅先でスポーツをすること、スポーツを通じて旅をより楽しもうという旅行のことである。地域間交流の活性化並

びに訪日外国人の拡大において今後期待されており、大きく貢献している。日本の課題として受け入れ態勢が整わない根本的な理由の一つは、日本人のイスラム教に対する正しい知識と理解、触れ合う機会の少なさからくると考えられる。

そこでスポーツツーリズムを推進する。スポーツツーリズムを通してムスリムと日本人が交流することで宗教を身近に感じ、宗教を国民の日常圏に引き込む狙いだ。具体案として、「ムスリムと日本人を交えてサッカーをする」というものである。スポーツツーリズムを行う利点は、スポーツは、言語や国籍が異なっても、コミュニケーションのツールとして役割を果たすことが可能な点である。お互いの国の言語を話せなくても、スポーツという万国共通のものを用いて楽しさと達成感を得ることができ、短時間で親睦を深めることができる。

図表 11 スポーツツーリズム提案内容

スポーツツーリズム		
対象	スポーツ、サッカーが好きなムスリム・日本人 日本の教育・語学に興味がある人	
内容	サッカー ハラルフード昼食	
目的	日本人	サッカーをしたい人 スポーツを通して国際交流したい人
	ムスリム	日本の語学に興味がある人 日本人との交流がしたい人 日本のムスリムの理解や、日本の教育に興味がある人

図表 12 旅程表

スポーツツーリズムにサッカーを選んだ理由は、マレーシア、インドネシアはサッカーが人気であり、競技人口が他の競技に比べ多いためである。サッカーは世界のスポーツ人気ランキングで第2位であり、競技人口も2億5,000万人と多く、認知度も高い。一般的に1チーム9人で構成され、それだけ多くの人と一度に交流することができることも利点である。また、日本人にとっても、男女ともに人気の競技で多く人が募ると考えた。さらに、大人数のメンバーを必要とするためコミュニケーションスキルやチームプレーを通して交流しやすい環境づくりに適している。

本提案の主催者として、JSTA を推奨する。JSTA とは、一般社団法人日本スポーツツーリズム推進機構の略であり、スポーツツーリズムを日本で推進する機関である。当機構には、JTB、近畿日本ツーリスト、東横インなどが加盟している。JSTA のボードメンバーの旅行会社などが主導して旅行者を募り、運営・実施まで行う。日本に旅行に来たいムスリム、日本の語学・教育に興味があるムスリム、新しい旅の楽しみ方をしたい日本人、国際交流・サッカーがしたい日本人とムスリムが主に対象だ。また、スポーツでの交流をした後は、参加者全員でハラルフードを昼食に取り、コミュニケーションを楽しむ。昼食を取った後は、お互いのライフスタイル、スケジュールなどスポーツの話題を交えてディスカッション、シェアする。そこからお互いの生活を知り、違いを知り文化理解につなげるきっかけをスポーツツーリズムが創り出す。

図表 11 ではスポーツツーリズムの概要、図表 12 ではスポーツツーリズムの旅程表を示す。

図表 12 旅程表

日付	時刻	内容	食事	
1 日目 ○月○ 日	9:30PM	スカルノハッタ国際空港集合	朝 ×	
	11:40PM 8:15AM	スカルノハッタ国際空港発－関西国際空港 着		
	9:00-10:00AM	関西国際空港からバスで大阪城へ移動(車 で 1 時間)		
	10:00AM－ 2:00PM	大阪観光スタート 大阪城 道頓堀 梅田スカイビル	昼 ○ (ハラルフード)	
	2:00PM－ 6:00PM	大阪城から関西国際会議場へ移動	国際会議場の会議室に向かい 日本人と合流し、ネームカードを記入 翌日のチーム分け 夕食	夕 ○ (ハラルフード)
		6:30PM		
2 日目	9:30AM	FC フレスカ神戸集合 (サッカーグラウンド)	朝 ○	
	9:45～ 10:30AM	開会式 第一試合開始女性(30 分間) (男性 45 分)	昼 ○	
	11:30AM	15 分ハーフ 第二試合開始 (30 分間) (男性 45 分)		
	1:00PM	昼食(ハラル対応)お弁当配布		
	2:30PM	ゲーム再開 勝ち点の高い上位 2 チームが決勝 (30 分 間) (男性 45 分)	夕 ×	

	4:30PM	表彰(優勝チームには、日本のハラル対応飲食店の無料券配布)(優勝でなくても日本のお土産プレゼント) 閉会式	
	5:00	ミーティングルームで感想とお互いのライフスタイルシェア	

また、宣伝については、日本国内とイスラム国との双方で行う。まず国内では、いくつかの方法が挙げられる。地域情報誌への掲載や電車や路線バスなどの交通広告、チラシによる宣伝だ。デザインやサイズを工夫すれば、安価に宣伝が可能だ。交通広告にかかる費用の相場はバスの車内広告で約 15,000 円、電車の駅に貼るポスターで約 84,000 円である。また、旅行会社にチラシを置かせてもらうのも有効な手段だと思われる。この方法は海外でもランドオペレーターに依頼をすることで活用できる。また、イスラム向けにハラルフード店や礼拝堂などの施設を掲載した HP がいくつか存在するため、HP 上に広告を掲載することも宣伝効果が期待できる。

### 3.2. イスラム×日本人交流ツアー

2 つ目の提案として、法人限定ではなく、イスラムに興味がある一社員や、これから起業したいと考えている人とイスラム旅行者が交流できるツアーを推進する。対談や食事を通して新たなビジネスチャンスの模索はもちろんだが、今後も接点を持つきっかけとする。また、スポーツツーリズムでは共有できなかった嗅覚、味覚に訴えかけるハラルフードで、イスラムをより身近に感じることができる。

日本ではまだまだイスラムへの認知度が低い。そのため、まずは企業単位ではなく、一個人としてイスラム市場に興味がある人に向けて旅行会社等がアプローチをし、少しでも興味を持っている人により関心を深めてもらう狙いである。ターゲットは、日本人と交流したい、ハラル対策されたツアーで安全快適に楽しみたい、日本のイスラム認知拡大に貢献したい、語学力向上などを目的としているイスラムだ。ハラル料理が日本で広がることでイスラム旅行者が日本に来やすくなり、さらなる訪日客数の増加に貢献できるのではないかと考える。4 年後に迫った東京オリンピック開催に向けて、イスラムへの理解と環境改善を推進したい。

図表 13 ムスリム×日本人交流ツアー提案内容

ムスリム×日本人交流ツアー		
対象	日本人と交流したいムスリム 日本の旅行を安全快適に楽しみたいムスリム 語学力向上を目指すムスリム・日本 イスラムに興味がある日本人 ビジネスとしてムスリム市場に興味がある日本人 ムスリム認知拡大に貢献したい日本人・ムスリム	
内容	日本観光 情報交換、意見交換 ディスカッション	
目的	日本 人	ムスリム市場に参入するため ムスリムと情報交換をするため
	ムスリ ム	安全快適に旅行をする 日本の文化について知る

提案内容は、ビジネスとしてムスリム市場に興味がある人とムスリム観光客が情報交換やディスカッションができる観光も含めたツアーを行う。次にそのツアーをメディアに取り上げてもらい、最終的にそれを見た他のムスリムの旅行者をさらに取り込むことが狙いである。メディアというのは、インターネット(FacebookやTwitter)、レストラン新聞、トラベルビジョン、日経新聞などである。また、マレーシアやシンガポールに進出している日本レストランでの宣伝や、旅行会社のFacebookも視野に入れる。

今後ムスリム市場がさらに拡大し、新たに市場参入する企業も増え継続性が見込まれる。このツアーにより、企業とムスリムの情報共有が上手くいくことによって、ムスリムインバウンドの拡大に繋がるだろう。

図表 13 ムスリム×日本人交流ツアー提案内容

ムスリム×日本人交流ツアー	
対象	日本人と交流したいムスリム 日本の旅行を安全快適に楽しみたいムスリム 語学力向上を目指すムスリム・日本 イスラムに興味がある日本人 ビジネスとしてムスリム市場に興味がある日本人 ムスリム認知拡大に貢献したい日本人・ムスリム
内容	日本観光 情報交換、意見交換 ディスカッション

目的	日本人	ムスリム市場に参入するため ムスリムと情報交換をするため
	ムスリム	安全快適に旅行をする 日本の文化について知る

図表 14 旅程表

日付	時刻	内容	食事	
1 日目 ○月○日	9:30 PM	スカルノハッタ国際空港集合	朝 × (ハラルフード)	
	11:45 P M— 8:50AM	スカルノハッタ国際空港発—東京国際空港着		
		バスで移動		
	10:00AM	東京ジャーミーにてモスク見学		
		バスで移動	昼 ○ (ハラルフード)	
	12:00 P	昼食 (都内ハラルレストラン)		
		バスで移動		
	2 :00 PM	江戸東京博物館		
		バスで移動		
		4:00 PM	スカイツリー・ソラマチ	夕 ○
		バスで移動		
	6:00 PM	夕食 (都内ハラルレストラン)		
		バスで移動		
	8:00 PM	浅草にあるムスリム対応ホテルにて宿泊		
2 日目	9 : 00AM	朝食 (ホテル)	朝 ○	
		バスで移動		
	10:30 AM	歌舞伎座見学		
		バスで移動	昼 ○	
	12:00 PM	横浜市内ハラル対応レストランにて 昼食及び交流		
		バスで移動		
	4:00 PM	新宿高島屋		
		バスで移動	夕 ○	
	6:00 PM	夕食 (東京都内のハラルレストラン)		
		バスで移動		
	9 :25 P M— 6:35AM	成田国際空港発—スカルノハッタ国際空港着		

本提案の主催者として、通訳案内士による訪日ムスリム客向けの観光ガイドサービスを展開している旅行会社を推奨する。外国人旅行者にとって不安要素の一つである言語と、ムスリムにとって大きな不安要素であるムスリム対策を同時に解消することができる。

まずは、ムスリム客の意見を取り入れたいという一個人や企業などの募集が必要だ。ツアーを行う場所の周辺に店舗を構えている各飲食店などに、メールや FAX を送り参加者、企業を募る。各店舗からは 1～3 人程度の参加を募り、より多くの飲食店などの企業に参加してもらう。次にムスリム客向けの募集として、ムスリム向けツアーを提供している旅行会社のホームページなどに、日本の飲食店との意見交換を含めたツアーを掲載してもらう。または同様の広告を掲載させてもらう。訪日を予定しているムスリム客の目に付きやすいメリットがある。

## 第 4 章 まとめ

現在日本では、観光立国を目指し様々な取り組みを行っている。観光産業は経済波及効果が高いため観光庁を中心に国を挙げて、観光需要の獲得に勤しんでいる。訪日外国人旅行者数は特にここ数年で急激な増加を遂げており、今後も増加は続く見通しだ。

さらなる訪日外国人旅行者数の拡大のために、日本の課題と現状について、これまで分析してきた。年間訪日外国人旅行者数は、2013 年に 1,000 万人を突破し、2014 年には 1,341 万人、2015 年には 1,974 万人と、着実に増加している。そして、2016 年 10 月 30 日には、2,000 万人を突破した。

そこで、日本への潜在的な観光需要と、世界に占めるムスリムの割合から、私たちはムスリム市場に着目した。マレーシア・インドネシアなどのムスリムが多い国々からの訪日客が年々増加しており、有望なマーケットであると考えられる。しかし、マーケット拡大のためには、日本が解決すべき問題が数多く存在した。それは、イスラム教における礼拝、食事、認証機関に加え、日本人一人一人のムスリムに対する正しい理解や、受け入れの準備不足という問題である。ムスリムに対応したサービスの向上、施設等の建設が最終的には必要となるが、宗教に対して密接な関係がない日本では大規模な建設計画は難しい。まずは、受け入れ態勢を整えるために、国民の意識改革を最優先する必要があると考えた。ムスリムと接する一人一人の理解なくしては、真意でのおもてなしはできないからである。

そのため、日本人のムスリムに対する意識改革を推進すべく、スポーツツーリズムとムスリム交流ツアーを提案した。

4.1. スポーツツーリズムでは、JSTA 主催でムスリムの訪日観光客を募り、サッカーをする。昼食でハラールフードを全員でとることで、ハラールフードについての知識を増やす。それぞれのライフスタイルについても共有し、コミュニケーションをとることで、お互いの宗教理解につなげる。

4.2. ムスリム交流ツアーは、ビジネスとしてムスリム市場に興味がある人とムスリム観光客が情報交換やディスカッションができる観光も含めたツアーである。少しでも興味を持っている人に、より関心を深めてもらうことが狙いである。

以上の 2 点が、私たちが提案する取り組みである。さらに、ツアーをテレビや新聞などのメディアに取り上げてもらうことで多くの人に見てもらい、日本人のムスリムに対する認知度と理解力向上につなげる。さらにムスリムも、日本のムスリム観光客に対する取り組みを知ることができ、日本へ訪れるきっかけの一つ

になるのではないだろうか。

このような取り組みが行われることで、当初の目的である日本人の意識改革だけではなく、ムスリムの訪日観光客や他国からの観光客へのおもてなしにもつながり、訪日客が増えることで日本に経済効果をもたらすことが期待される。日本の観光サービスが本質的に向上されることを願い、論文を終えたい。

## 参考文献

- <http://www.mlit.go.jp/kankocho/kankorikkoku/>  
観光庁国土交通省
- <http://www.maff.go.jp/tohoku/kihon/yusyutu/kyougikai/pdf/tanaka-siryou.pdf>  
農林水産省「拡大するハラール市場と現状」
- <http://www.maff.go.jp/kinki/seisan/nousan/yusyutu/pdf/jetro.pdf>  
農林水産省「ハラールとハラール認証について」
- <http://www.dainichiad.co.jp/html/baitai/146gaisiyokures.htm>  
株式会社大日広告社「日食外食レストラン新聞」
- <http://www.halal.or.jp/halal/halal6.html>  
一般社団法人ハラール・ジャパン協会 最終閲覧 10/27
- <http://www.muslim.or.jp/>  
宗教法人 日本ムスリム協会 HP
- <http://www.jhalal.com/>  
NPO 法人 日本ハラール協会 HP
- <http://web.nipponasia-halal.org/>  
NPO 法人 日本アジアハラール協会 HP
- <http://www.islam.or.jp/>  
宗教法人 日本イスラム文化センター / マスジド大塚 HP
- <http://islamcenter.or.jp/>  
イスラミックセンター・ジャパン HP
- <http://mhalal.jp/>  
マレーシア ハラール コーポレーション株式会社 HP
- <http://www.halal-kyoto.net/>  
京都ハラール評議会 HP
- <http://www.mpja.jp/index.html>  
ムスリム・プロフェッショナル・ジャパン協会 (MPJA) HP
- <http://sporttourism.or.jp/>  
JSTA 一般社団法人日本スポーツツーリズム推進機構
- [http://www.feel-kobe.jp/\\_en/muslim/omotenashi/](http://www.feel-kobe.jp/_en/muslim/omotenashi/)  
Kobe Convention & Visitors Association  
ムスリムおもてなし
- [https://www.kobebussan.co.jp/item/list.php?gc\\_id=56](https://www.kobebussan.co.jp/item/list.php?gc_id=56)  
業務スーパー ハラールフード一覧
- <http://www.halal-deli.com/>  
HALAL DELI

<http://padma.ocnk.net/>

Padam

<http://www.halal.or.jp/halal/> 一般社団法人ハラル・ジャパン協会

<http://www.maff.go.jp/tohoku/kihon/yusyutu/kyougikai/pdf/tanaka-siryou.pdf>

拡大するハラル市場と現状 ブランド総合研究所

[http://singapore.access-a.net/news\\_info/2015-03-04-muslim-travel-index.html](http://singapore.access-a.net/news_info/2015-03-04-muslim-travel-index.html)

Singapore Access

<http://tripping.jp/asean/singapore/29096>

Tripping

<http://asiasnns.jp/%E3%82%B7%E3%83%B3%E3%82%AC%E3%83%9D%E3%83%BC%E3%83%AB%E3%81%AE%E3%83%8F%E3%83%A9%E3%83%AB%E4%BA%8B%E6%83%85-1735>

東南アジア特派員ビジネスレポート

<http://www.shukanislam.com/#!%E4%B8%96%E7%95%8C%E3%81%AE%E3%83%A0%E3%82%B9%E3%83%AA%E3%83%A0%E3%83%BB%E3%83%95%E3%83%AC%E3%83%B3%E3%83%89%E3%83%AA%E3%83%BC%E3%83%9B%E3%83%86%E3%83%AB%E3%80%80%E7%AC%AC1%E5%9B%9E/c23du/4F0BF22A-A2EB-4E5A-AF38-5D54D3565FB3>

週刊イスラム市場

<http://www.halalmedia.jp/ja/masjid/>

ハラルメディアジャパン

<http://www.halal.or.jp/>

ハラル・ジャパン協会

<http://www.ahmadiyya.jp/%E3%82%A4%E3%82%B9%E3%83%A9%E3%83%A0%E6%95%99%E7%A4%BC%E6%8B%9D/>

日本アハマディアムスリム教会

<http://www2.dokidoki.ne.jp/islam/benri/benriindex.htm>

ムスリム便利帳

<http://www.islamreligion.com/jp/articles/2748/>

The Religion of ISLAM

<http://www.ahmadiyya-islam.org/jp/%E3%83%97%E3%83%AC%E3%82%B9%E3%83%AA%E3%83%AA%E3%83%BC%E3%82%B9/the-japan-mosque%E3%82%B6%E3%83%BB%E3%82%B8%E3%83%A3%E3%83%91%E3%83%B3%E3%83%BB%E3%83%A2%E3%82%B9%E3%82%AF%E3%81%AE%E7%B4%B9%E4%BB%8B%E3%81%A8%E3%83%A2%E3%82%B9%E3%82%AF%E3%81%AE/> ザ ジャパン モスク 津島

<https://retty.me/area/PRE13/LCAT99/pickup-feature/17737/>

Ratty グルメニュース

資格の大原 政治テキスト

ハラールマーケット最前線 急増する訪日イスラム教徒の受け入れ態勢と、ハラール認証制度の今を追う  
佐々木 良昭 (2014)