

2017 年度 学生観光論文コンテスト

テーマ：世界が訪れたいくなる観光立国ニッポンを目指して、私の提案

今後も訪日ムスリムを増やすにはどうすればいいか 京都をモデルケースとして考える

同志社大学 商学部商学科 3 年
飯村 渉 岡海渡 宰明日香 松田朋子

<目次>

第 1 章 研究背景

- 第1節 ムスリムについて
- 第2節 増加する訪日ムスリム
- 第3節 現状

第 2 章 調査

- 第1節 調査仮説
- 第2節 インタビュー調査
- 第3節 質問紙調査
- 第4節 調査結果
- 第5節 調査結果からの考察

第 3 章 提案

- 第1節 私たちの提案
- 第2節 食フェス開催により期待できる効果

第 4 章 まとめ

第 1 章 研究背景

第 1 節 ムスリムについて

世界のムスリム人口は急速に増加しており、2050 年には世界人口の 30%近くがムスリムになると予想されている。¹ムスリムとは、インドネシアやインド、パキスタンで数多く生

¹ 農林水産省「拡大するハラル市場と現状」

活しているイスラム教徒のことであり、他宗教と比較して人口増加率が高いため、急激に増加している。ムスリムには、信仰による規定「ハラル」がある。

「ハラル」とは、アラビア語で法に則っていることを意味する単語であり、ハラルの対義語である「ハラム」は法に則っていない、もしくは禁止されていることを意味する。この制度により、食に関しても規制されている。口にしていけない「ハラル」と、口にしていけない「ハラム」が決められているのである。ハラムの具体例としては、豚肉やアルコール類がある。それ以外にも、アッラー以外の名を唱え殺された肉類は口にしていけないと考えられている。決められた方法で屠畜や加工処理されていないと、ハラムであるとみなされ、食べることが禁止されているのだ。イスラム教徒に課されている義務の一つに労働の対価として得るものや消費するものは、すべて純粋でハラルでなければならないというものがある。ハラル食品を消費することがアッラー（神）の教えであり、イスラムの信仰の中でも本質的な部分であるとされている。

以上のように、ムスリムには食に関する規定がある。そこで、ムスリムが安心して食事ができるように作られたシステムが「ハラル認証」である。「ハラル認証」とは、イスラム教の戒律に則って調理・製造された商品であることを証するシステムの事である。完成した製品は多くの場合、幾つかの遠隔地から材料を集めて作られている場合が多い。その商品がハラル認証を受けることができるかどうかは、原材料の生産地や製造工程によって決められており、生産されてから消費者が口に運ぶまでの多くの時点でチェックされている。このハラル認証によって、ムスリムは安心して食事ができるのである。

第2節 増加する訪日ムスリム

ムスリム人口の増加により日本を訪れるムスリムは増加したのだろうか。ムスリム人口の世界ランキングが1位と2位であるインドネシアとインドの入国者数を見ると、訪日ムスリムは年々増加していると推測できる。² (図1) 2016年の年間入国者数の伸び率は、2015年に比べインドネシアで32%増、インドで29%増であり、増加が著しいことがわかる。³これほどまでに増加した理由としては、ビザの免除や訪日旅行プロモーションが功を奏したことが挙げられる。観光立国の推進を目的とし、2014年12月よりインドネシア人対象者のビザ免除が開始された。⁴また、観光庁が行った2016年度市場別訪日プロモーション方針では、インドネシアを対象に休暇時期をターゲットとしたプロモーションを行った。その他にも、インドネシア人に比較的認知度の高い中部や北海道などを中心に魅力を伝えた。イ

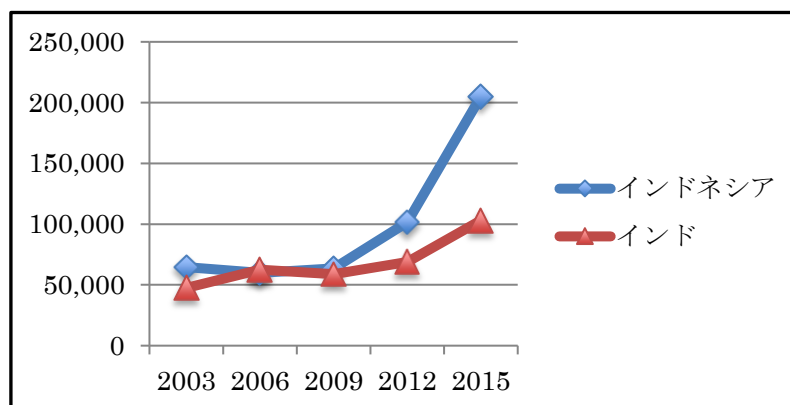
² 農林水産省「拡大するハラル市場と現状」

³ 日本政府観光局「訪日外客数 年表」

⁴ 外務省「インドネシア国民に対するIC旅券事前登録制によるビザ免除」

ンドを対象としたプロモーションとしては、富裕層にターゲットを絞り、日本の主要都市を中心とし魅力発信を行った。⁵これらの市場別に行ったプロモーションにより、訪日外国人やムスリム入国者数の増加につながったと考えられる。2020 年には東京オリンピック・パラリンピックが開催されることから、今後さらなる増加が期待できるだろう。

図1 訪日外客数の推移（インドネシア、インド）



出典 日本政府観光局「訪日外客数 年表」より作成

2012 年に Diner Standard と CRESCENT Rating によるムスリムを対象として行われた調査では、選択肢形式で旅行に行く際、重視することは何かと質問したところ、「ハラル食」が 66.8%とトップにランキングされたのである。2 位の「価格」は 52.9%となり、「ハラル食」と「価格」の間には大きな差が見られるが、それ以外の選択肢の間では大きな差はなく、僅差という調査結果となっていた。「ハラル食」や「価格」の 2 つ以外での選択肢として、ムスリムフレンドリーの経験、リラクゼーション、宿泊先での経験や行き先の選択などがあった。このデータよりムスリムは旅行に行く際に、ハラル食に関して気にしている、また重要視していることが明確にわかり、これから増加するムスリム人口のことも考慮すると、世界の旅行産業においても「ムスリム」はキーワードとなっていくことはもちろん「ハラル食」も重要であることが考えられる。

現在、2020 年に東京オリンピック・パラリンピックを控えている日本も旅行産業やインバウンド事業に積極的に取り組んでいる。私たちは、これから日本を観光立国とするためには、国外からの観光客が重要であると考えます。先ほど述べた世界のムスリム人口の増加や訪日ムスリムの現状を踏まえて、訪日ムスリムに対して今にも増して積極的に誘致活動

⁵ 国土交通省観光庁「平成 28 年度（2016 年度）市場別訪日プロモーション方針」

を行っていくことが求められている。訪日ムスリムが何を求めているかについて考えていくことが、訪日ムスリム増加へとつながると考えられる。そこで、ムスリムが旅行において重要だと考えている「ハラル食」に私たちは着目した。訪日ムスリムが来たくなるような環境づくり、来てからの過ごしやすい環境づくりの対策として、国内での食への対策が必要不可欠となってくる。これらの現状をもとに私たちは「インバウンドの活性化を図るために、ハラル食対応を改善するためにはどうすればいいか」というリサーチクエスションのもとに調査を進めていった。私たちの調査においては、伝統的な食文化を継承している京都をモデルケースとして、京都に焦点を絞った。京都をモデルケースと設定することによって、日本での「食」と「ハラル食」のつながりを作れるのではないかと考えている。

第3節 現状

ここまでは、ムスリムや訪日ムスリムの現状、ムスリムが旅行する際に重視することについて述べてきたが、ここからは京都市でのハラル対応について述べていきたい。

訪日ムスリムへの対応として、礼拝施設の完備やハラル食の提供など、店舗や宿泊施設が独自で行っている場合もある。また最近では、市としても、訪日ムスリムへの対応が積極的にとられるようになってきている。実際に京都市は、2017年9月24日から30日まで大阪市、堺市、神戸市と近畿運輸局、株式会社ユー・エス・ジェイと協力してインドネシアでのムスリム観光客誘致を目的とした観光プロモーション活動を行っている。

このように積極的な訪日ムスリムに対する活動が行われていても、観光立国を目指すためには様々な視点から見た対策やサポートが必要とされる。全ての事柄に対して一気に対応していくことは難しいことから、私たちは1つに絞って考えていきたい。礼拝室の完備やムスリムフレンドリーな宿泊所の設備など、数多くある訪日ムスリムのために必要な対策の中でも私たちは、「ハラル食」に着目した。歴史的な食に関する習慣を受け継いできた京都での「ハラル食」に対する問題は多いと考えられるが、京都をモデルケースとして考えることでその他の地域でも応用可能な提案ができると考える。

京都市のホームページに記載されている、京都市内でハラル対応メニューを提供している店舗は全16店舗ある。これらの店舗が記載されている地図もホームページには挙げられており、このように訪日ムスリムへの対応はされている。しかし、観光地として注目されている京都市であるにも関わらず、このハラルメニュー提供店舗の数はまだまだ少ないと考えられる。

以下では、このような現状を踏まえ、私たちが考えた仮説を検証していく。

第2章 調査

第1節 調査仮説

私たちは「訪日ムスリムは日本で食事をする際に、何らかの食トラブルを抱えている」と仮説を立てた。ここでは「食トラブル」とは、食に関する何かしらの不満や不便に感じていることとする。食トラブルが増える要因として、4つあると考えた。

1つ目は、京都のハラル対応レストランの存在を知らないことである。実際に京都市の公式ホームページにはハラル対応しているレストランが16店舗紹介されているが、それらの存在を知らないためレストランの選択肢が減り、食トラブルが増えるのではないかと考える。2つ目は、滞在日数が多いことである。滞在日数が増えるほど、京都で食事をする機会が増え、レストランの選択に悩むのではないかと思う。3つ目は、京都への訪問目的が食ではないことである。食事を目的として京都を訪れる場合は事前にリサーチを行い、ハラル対応レストランを知っているが、目的が食以外の場合にはリサーチをしておらず、食トラブルが増えるのではないかと考える。そして4つ目は、京都へ初めての訪問であることである。1回目の訪問で分からないことが多く、同様にレストランに関して持っている情報が少ないのではないかと思う。

これら4つをムスリムの食トラブルが増える要因ではないかと考えた。実際に調査を行い、仮説が正しいかどうか検証していきたい。

第2節 インタビュー調査

ハラル対応の現状を知ることを目的とし、実際に京都でハラル対応メニューを提供する和食料理屋の「京都嵐山 良彌」にインタビュー調査を行った。「京都嵐山 良彌」を運営する中央観光株式会社取締役副社長の佃幸千代さんと、レストランで働いているインドネシア人従業員のウィンダ・スチ・プラティウィさんに話を伺った。

「京都嵐山 良彌」は1948年創業の老舗和食料理屋である。2年前にハラル対応メニューの研究を始め、2016年にハラル認証を取得した。豊かな四季を楽しむことができる嵐山は外国人観光客に人気がある。ムスリムの従業員がいることや英語表記のメニューがあることから、安心して食事できるため、ムスリムの団体旅行者や家族連れが多く訪れている。

取締役副社長の佃幸千代さんへのインタビュー調査は、6月9日13:00～14:00に行い、実際に行っている工夫や今後の課題について伺った。ハラル対応メニューの開発を始めたきっかけは、インドネシア人の友人が食に関して困っていたことと、ベジタリアンの女性と出会いがある。ムスリムやベジタリアンのような食に関して制限を持つ人も、食事を楽しむことができる料理を提供したいと考えた。

実際に行っている取り組みとして、和牛しゃぶしゃぶなど高級品でも値段を安く抑えること、生野菜を食べることに抵抗を持つムスリムが多いため温野菜も選択可能にするといったメニューの工夫があげられる。メニューは、日本語表記と英語表記の 2 種類あり、さらに英語表記のムスリム対応メニューを用意している。国際会議で料理を提供しムスリムのメディアの取り上げてもらうことや HP、Facebook で広報活動を行っている。ラマダン後には開催されるイフタルパーティーで、店をどのように販促させるのかを今後の課題としている。ラマダンとは、年に 1 度イスラム暦の 9 番目の月の約 1 か月間、日中の飲食を断ち、神の恵みに感謝するイスラム教徒の義務の 1 つである。ラマダン後には、多くのムスリムが訪れるため、たくさんの人に店を利用してもらう機会となる。

次に、良彌で働いているムスリム従業員のウィンダ・スチ・プラティウィさんに話を伺った。ウィンダさんはインドネシアの大学で日本語学科を専攻していたが、より本格的に日本語を学びたいと思い、2013 年から留学生として日本に来た。その後、2015 年に佃さんの知り合いの紹介で良彌に就職し、当時未開発であったハラル対応メニューの開発に携わった。良彌では、ラマダン期間中にカレーのテイクアウト商品を行っている。これは、ハラル対応していないホテルに泊まるムスリムも、夜間に食事をとれるようにするためである。さらに、ハラルでは禁止とされている酒を含むみりんを使わなくても、味が劣らないお寿司のメニュー開発や、ムスリムの女性が被るヒジャブを売るなどムスリム向けの取り組みを数多く行っている。

このインタビュー調査から、メニューにどのような食品が使用されているかを記載することで、ムスリムのお客様は安心して食事をする事ができるとわかった。また、メニュー開発段階では、ムスリムのアドバイスが必要であることがわかった。一般メニューとムスリム対応メニューでは、調理をするキッチンに分ける必要があり、そのため新規出店を行うためにはコストがかかる。現存の店の認知度を高めることが重要であると考えた。

第 3 節 質問紙調査

次に、訪日ムスリムの食に関する不満や問題点を把握するために、質問紙調査を行った。この調査の概要について下の表 1 にまとめた。

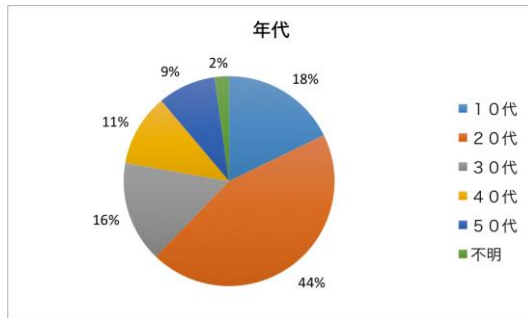
表 1 質問紙調査 概要

調査方法	質問紙調査
調査場所	1 「京都嵐山 良彌」でハラルメニューを注文されたお客様 2 「関西ツーリストインフォメーションセンター」 3 京都市内のゲストハウス 3-1「ゲストハウス らんたん」 3-2「ジェイホッパーズ 京都ゲストハウス」 3-3「カオサン京都ゲストハウス」 3-4「京都ゲストハウス 東山七条」 4 「京都センチュリーホテル」
調査期間	1 6月25日～7月9日 2 6月25日～7月9日 3-1 7月6日～7月20日 3-2 7月6日～7月20日 3-3 7月7日～7月21日 3-4 7月7日～7月21日 4 8月1日～9月6日
調査方法	1 ハラルメニューを注文されたお客様に質問紙への回答のお願い 質問紙は事前に良彌の従業員の方に渡しておいたインドネシア語と英語の2種類 2 旅行関連の情報誌が置いてあるカウンター横に質問紙の設置 3 各ゲストハウスにGoogle フォームで作成した質問紙をQRコード化した紙を設置し、ムスリムのお客様に回答のお願い 4 ムスリムのお客様に質問紙への回答のお願い
調査概要	・調査内容：年齢、出身国、京都を訪れた回数、滞在日数、京都を訪れた目的(複数回答)、食に関する問題の有無、ハラル対応メニューを提供するレストランを知っているか、レストランの情報をどこで得たか(複数回答) ・インドネシア語と英語の2種類の調査紙の作成 ・Google フォーム上でも調査を行う
調査目的	・実際に京都を訪れているムスリム観光客へ調査を行うことで、食に関する不満や問題点を把握する
調査結果	回答数：52 件 有効回答数：45 件

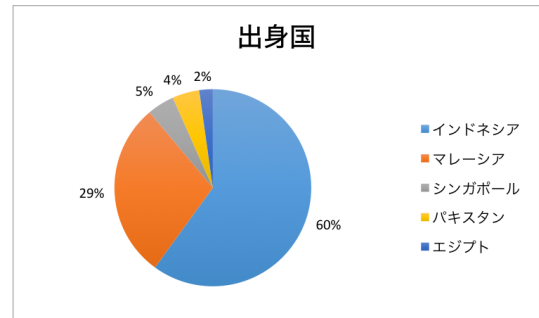
第4節 調査結果

質問紙調査の結果である。3-1、4-1、5-1、7-1 は、それぞれの結果と食トラブルの有無の関係性を知るためにクロス集計を行い、関係性を調べた。

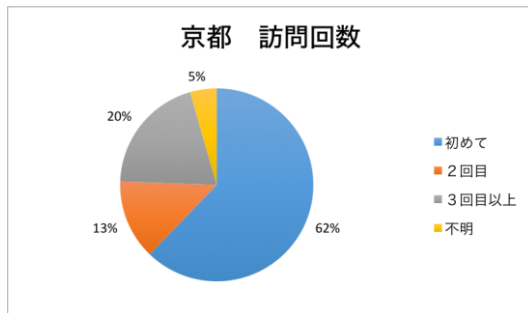
1. 年代



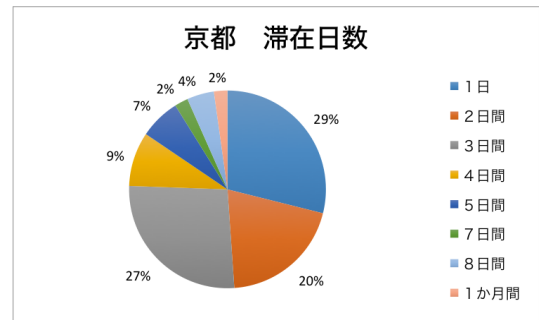
2. 出身国



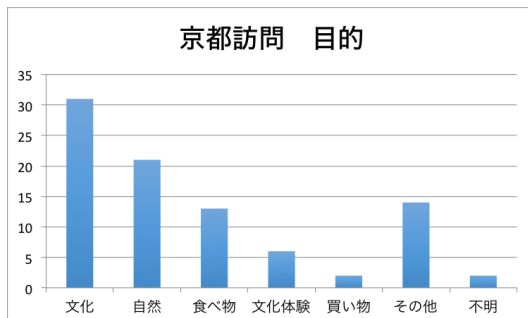
3. 京都 訪問回数



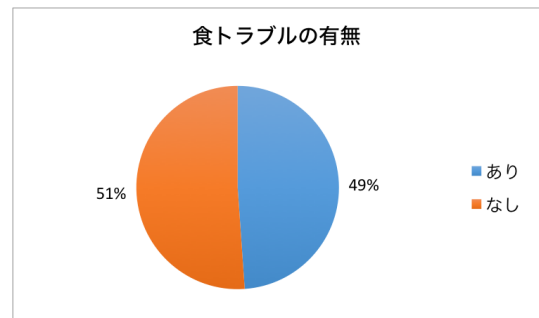
4. 京都 滞在日数



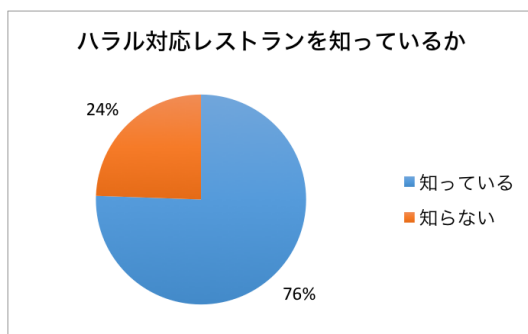
5. 京都 訪問目的



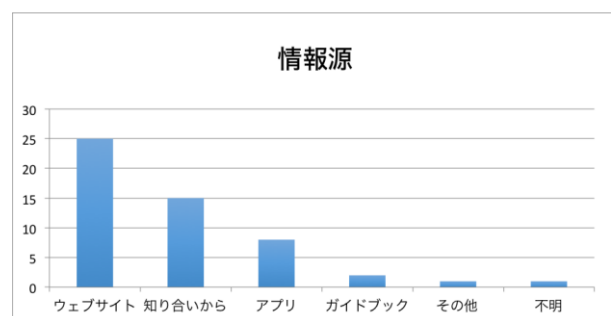
6. 食トラブルの有無



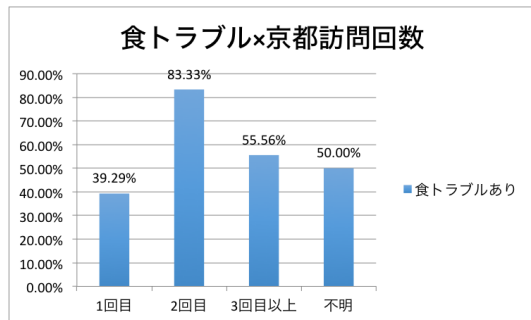
7. ハラル対応レストランを知っているか



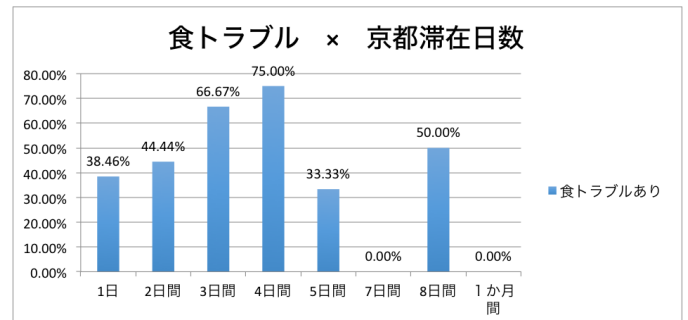
8. レストランの情報をどこで得たか



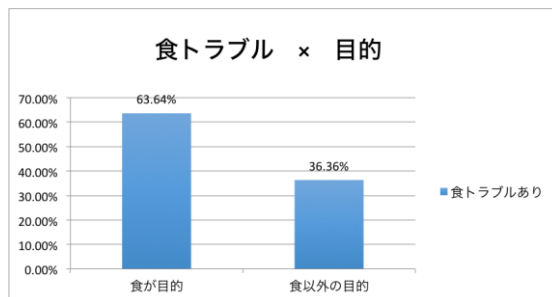
3-1 食トラブル×京都 訪問回数



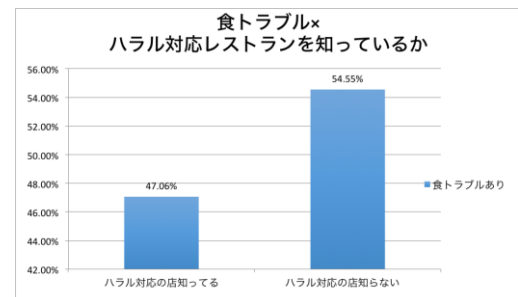
4-1 食トラブル×京都 滞在日数



5-1 食トラブル×京都 訪問目的



7-1 食トラブル×レストランを知っているか



3-1

データの個数 / 回数 列ラベル					
行ラベル	1回目	2回目	3回目以上	不明	総計
食トラブルあり	39.29%	83.33%	55.56%	50.00%	48.89%
食トラブルなし	60.71%	16.67%	44.44%	50.00%	51.11%
総計	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

4-1

データの個数 / 滞在日数 列ラベル									
行ラベル	1日	2日間	3日間	4日間	5日間	7日間	8日間	1か月間	総計
食トラブルあり	38.46%	44.44%	66.67%	75.00%	33.33%	0.00%	50.00%	0.00%	48.89%
食トラブルなし	61.54%	55.56%	33.33%	25.00%	66.67%	100.00%	50.00%	100.00%	51.11%
総計	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

5-1

データの個数 / 目的(食) 列ラベル			
行ラベル	食が目的	食以外の目的	総計
食トラブルあり	63.64%	36.36%	100.00%
食トラブルなし	78.26%	21.74%	100.00%
総計	71.11%	28.89%	100.00%

データの個数 / 店	列ラベル		
行ラベル	▼	ハラル対応の店知ってる	ハラル対応の店知らない
食トラブルあり		47.06%	54.55%
食トラブルなし		52.94%	45.45%
総計		100.00%	100.00%

第5節 調査結果からの考察

質問紙調査から、ハラル対応を行なっているレストランを知っているかどうかと食トラブルの有無には関係性があることがわかった。(7-1) ハラル対応レストランを知っていれば、食事をするレストランの選択肢が広がり、トラブルは減る。これは私たちが仮説として立てた食トラブルが増える要因の1つ目と関連しており、調査結果からもわかるように、ハラル対応レストランを知っている場合は食トラブルが少ない。

一方で、滞在日数が増えると、食トラブルがあると感じる人の割合が増えることがわかった。京都の滞在日数が2日間以内では、食トラブルがないと感じている人が多かったが、3日間以上では食トラブルを感じている人が多いことがわかる。(4-1) また、訪問回数が多いムスリムは食トラブルが増えることがわかった。滞在日数や訪問回数が増えることで、京都での食事の回数が増えることから、選択肢に限りがあり、食トラブルが増えるのではないかと考える。(3-1)

目的別に見ると、京都訪問目的が食である人のほうが、食トラブルがあると感じている人が少ないことがわかった。この結果になった考察としては、事前にリサーチを行い、ハラル対応レストランの情報を入手しているからではないかと考える。(5-1)

以上の結果から、複数あるハラル対応レストランの存在があまり知られていないことで食トラブルが増えていることがわかった。そのため、全てのハラル対応レストランの認知度を高めるために広報活動が必要である。店舗一つ一つが別々に広報活動をするより、複数店舗が協力して広報活動を行うことで店舗の負担を腫らしながら効率的に広報活動ができると考えられる。また、ハラル対応メニューを開発する際に、日本人だけでなく、ムスリムのアドバイスがあることで、正しいハラル対応メニューを提供することができ、ムスリムのお客さんも安心して食べることができる。そのため、ムスリムの意見を聞くことができる機会を作ることが必要だと考える。

第3章 提案

第1節 私たちの提案

以上の調査結果と考察より、戒律により食生活に制限があるムスリム向けのイベントとしての食フェスを開催することを提案する。なお、ここではモデルケースとして京都市において開催することとする。そしてこの一例をもとに、様々な地域で同様の効果を得ることができるようにモデル化する。

食フェスを提案する理由は、第一に食フェスというイベントが若者からの関心が高く、Facebook 等の SNS (Social Networking Service) を通して情報が拡散されやすいこと。次に、ムスリムの多いインドネシア人は各旅行会社のツアーで来日するケースが多いため、ツアーの一環として食フェスを組み込むことで、より多くのムスリムを誘致することができるためである。実際にムスリムが多いインドネシアやインドでは Facebook が普及しており、利用者数が多い。利用者が多い SNS で広報活動を行うことで、数多くのムスリムに訪れてもらえるだろう。

また、この食フェスの目的は第一に、店舗側からの訪日ムスリムからの生の声や反応、アドバイスなどを聞くことのできる機会がほしいという要望に対して、食フェスの場を通して意見交換などを行うことのできる場を設けることで要望に応えることである。次に、訪日ムスリムの滞在日数や訪問回数が増えること、ハラル対応レストランの存在を知らないことから選択肢が減り、食トラブルが増えることが判明した。この問題を解決するための広報活動を店舗個人で行うと大きな負担となるため、複数店舗の協力のもと行うハラルメニューの食フェスを行うことで、費用対効果を向上させたい各店舗の広報活動を行うことができるようにするためである。

この食フェス開催時期はラマダン明けの1週間とする。このラマダン明けの1週間という期間は、ムスリムの旅行客が増加するため、その時期に合わせて各参加店舗の通常営業にも支障のないように1週間という期間で行うことを提案する。

また、この食フェスの内容としては大きく5つの内容を提案する。1つ目は、京都市内でハラル対応メニューを提供するレストランに屋台を出店していただくことである。この屋台という形式によって、店舗での厨房を挟んでしまい伺うことのできない訪日ムスリムの反応や生の声を聞くことができる。2つ目は、ハラル対応の流しそうめんや手巻き寿司などの日本の郷土食や伝統料理を実際に手作り体験することのできるブースの設置である。これにより、そもそも観光目的の訪日ムスリムに対し、日本の文化を体験してもらうことができる。3つ目は、訪日ムスリムに簡単な質問紙調査を実施し、メニューの改善点などを回答してもらうというものである。店舗側の人間とその客とでは面と向かって話すと

もなると客側は気を遣って本音で話さないなどという場合がある。そのような状況を回避するためにも、質問紙に回答してもらうことで店舗側は知りたい情報を的確に得ることができる。4 つ目は、食フェスの会場内、もしくは近くに礼拝スペースを設けることである。ムスリムは、時間は日によって変わることがあるが、1 日のうちに 5 回礼拝をすることが戒律によって義務付けられている。そのため、訪日ムスリムがより気軽に訪れることができるようにするための配慮として礼拝スペースを設けることが必要である。そして 5 つ目は、安心して食フェスを楽しんでもらうために英語、インドネシア語等の外国語対応のボランティアに参加してもらうことである。これより、訪日ムスリムが食に関して不安なことがある場合に対応できるようにする。以上 5 つの内容をもとに、訪日ムスリムを対象とした食フェスを提案する。

第 2 節 食フェス開催により期待できる効果

ここまで、具体的な訪日ムスリム向けの食フェスの概要について提案を述べてきたが、これより実際に過去に開催された同様の食に関するイベントから、実際の効果などについて考察する。

他国の食文化を広めることを目的とした食フェスの例として、内閣府の知的財産戦略推進事務局が取り組んでいるクール・ジャパン戦略の一環である日本食を海外で普及・発展させる取り組みを取り上げる。平成 24 年に株式会社ぐるなびに委託してタイのバンコクで日本外食産業の海外進出のビジネスモデルを実証する目的で日本の企業 19 社によるフードコートの出店が行われた。内閣府の発表によると、ブランド認知の観点からはタイ国内のフリーペーパーや TV などの 30 の露出媒体によるメディア露出によって読者・視聴者などの数は 2,670 万人とされ、取材などを通じて地元 TV への団体の出展など、二次的 PR が進み、ブランド認知度に大きく貢献したとし、広告費換算値としては 1,900 万円にものぼったとまとめている。なお、この計測は主要媒体モニタリングや掲載媒体情報より算出するとともに、露出媒体の広告費より計算している。また、実際のフードコート施設への来場者数は 21 万人を記録している。これらの数値は各店舗単独での広報活動などではおよそ成し得ない結果である。

このように、日本国内でハラル対応の食フェスを行うことで、ムスリムに対する、ハラル対応レストランなどの認知度を各店舗での広報活動よりはるかに効果的に高めることができる。そして結果として訪日ムスリムの食事の際のトラブル数を減少することにつながる。このことから、訪日ムスリム向けの食フェスを上記の内容で行うことを提案する。

第4章 まとめ

インバウンドの活性化を図るためには、増加するムスリムを取り込む必要があり、そのためにはレストランのハラール食対応が欠かせない。正しいハラールメニューを提供するためには、ムスリムの意見が必要である。また、広報活動は必要であるが店舗個人の広報活動は負担になっている。そこで私たちは、ムスリム向けの食フェスの開催を提案する。ハラールメニュー提供側と訪日ムスリムの相互に利益をもたらし、インバウンドの活性化につながると考える。

<参考文献>

書籍

『ハラールをよく知るために』 ユミ・ズハニス・ハスユン・ハシム編 岡野俊介訳
公益社団法人 日本マレーシア協会 発行

インターネットサイト（カッコ内は最終確認日）

農林水産省『拡大するハラール市場と現状』2014年（2017年11月5日）

『平成26年度 ハラール食品に係る実態調査事業』2015年（2017年11月5日）

日本政府観光局『訪日外客数 年表』（2017年11月5日）

国土交通省観光庁『平成28年度（2016年度）市場別訪日プロモーション方針』（2017年11月5日）

<https://kyoto.travel/en/muslim>

京都市 『Muslim Friendly Kyoto』（2017年11月8日）

http://www.mofa.go.jp/mofaj/press/release/press4_001424.html

外務省『インドネシア国民に対するIC旅券事前登録制によるビザ免除』2014年（2017年11月7日）

<http://www.city.osaka.lg.jp/hodoshiryo/keizaisenryaku/0000325150.html>

大阪市 HP『報道発表資料 京都市・大阪市・神戸市・堺市の4都市が連携してインドネシアからのムスリム観光客誘致をめざします』2015年9月14日（2017年11月5日）

http://static.hosteltur.com/web/uploads/2013/10/turismo_islyAmico_informe_2012_1.pdf

Dinar Standard Crescent Rating

Global Muslim Lifestyle Travel Market 2012: Landscape & Consumer Needs Study

For Airlines, Destinations and Hotel/Resorts Executive Summary (2017年11月5日)

内閣府 『平成 24 年度クール・ジャパン戦略推進事業 海外展開支援プロジェクト（タイ
における食等分野） 事業報告書』 2015 年 （2017 年 11 月 6 日）

We are students from Doshisha University at Kyoto

We are researching about Muslim and tourism

People who are Muslim, it will be very helpful if you please write your opinion

Question

1. Age Teen 20's 30's 40's 50's 60's 70's 80's

2. Which country are you from?

3. How many times have you visited Kyoto?

First Second More than three

4. How many days are you staying in Kyoto?

5. Why did you choose Kyoto as your travel destination? (Multiple choice)

Food Japanese Culture Nature Shopping Culture

Experience

Otherwise

(_____)

6. Have you had any trouble with food during your stay in Kyoto?

Yes No

If, yes, please describe

7. Do you know any store in Kyoto that has Halal food?

Yes No

If yes, please describe

8. Where did you get that information?

App Website Guidebook From friends or family

Otherwise

Thank you for your cooperation

Kami mahasiswa Universitas Doshisha di Kyoto
Kami menyelidiki Muslim dan pariwisata
Kalau anda orang Muslim, tolong menjawab survei ini

1.Umur Anda?

10~19 / 20~29 / 30~39 / 40~49 / 50~59 / 60~69 / 70~79 / 80~89

2.Kebangsaan Anda ?

3.Yang berapa kali datang ke Kyoto ?

1 / 2 / 3~

4.Berapa hari akang berada di Kyoto ?

5.Kenapa anda memilih Kyoto ?

makanan enak , kultur Jepang , alam, belanjaan ,
atau lain-lain

6.Ada tidak ada masalah mengenai makanan di Kyoto ?

ada / tidak ada

kalau ada ,masalah apa

7.Anda bertahu restoran halal di Kyoto ?

tahu / belum tahu

kalau anda tahu, restoran nama apa

8.Bagaimana bertahu restoran itu

APP , Website , buku , Mendengar dari orang lain

Telimakashi banyak penbantu survei ini!