

2014 年 4 月 24 日

報道機関各位

現地ムスリムに対する訪日旅行に関する意向調査

～安心してムスリムが飲食や礼拝が出来る環境の整備と正しい情報提供、
受入側のムスリムに対する理解醸成が観光戦略のカギ～

三菱UFJフィナンシャル・グループの総合シンクタンクである三菱UFJリサーチ & コンサルティング株式会社（本社：東京都港区 社長：藤井 秀延）は、インドネシア・マレーシアの現地ムスリムに対して訪日旅行に関する意向調査を実施し、分析結果を取りまとめたので発表いたします。

同調査からは安心してムスリムが飲食や礼拝ができる環境の必要性が確認され、観光戦略を立てるうえでは、それらの情報を正しく伝えるとともに、ムスリムに対する受入側の理解醸成と柔軟な対応をしていくことが重要であることが分かりました。

同調査の詳細につきましては別紙をご覧ください。

三菱UFJリサーチ & コンサルティング株式会社

政策研究事業本部[名古屋] 観光政策室 主任研究員 内田克哉
〒461-8516 名古屋市東区葵 1-19-30 マザックアートプラザ
TEL: 052-307-1103

同時配布先：国土交通記者会、国土交通省交通運輸記者会

2014 年 4 月 24 日

政策研究レポート

現地ムスリムに対する訪日旅行に関する意向調査

安心してムスリムが飲食や礼拝が出来る環境の整備と正しい情報提供、
受入側のムスリムに対する理解醸成が観光戦略のカギ

政策研究事業本部〔名古屋〕 観光政策室 主任研究員 内田 克哉

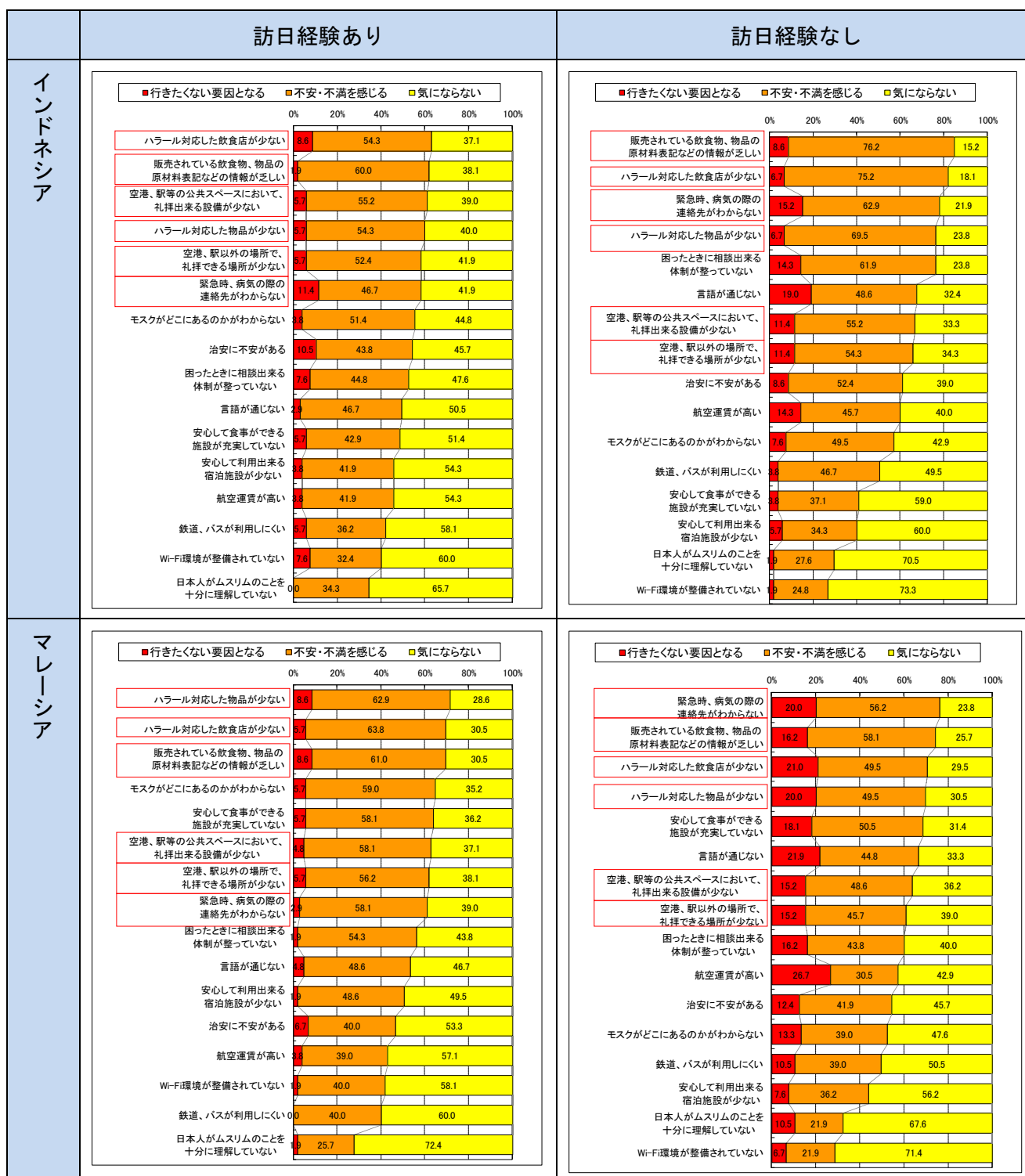
三菱UFJフィナンシャル・グループの総合シンクタンクである三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社(本社:東京都港区 社長:藤井秀延)は、近年の経済成長に伴い訪日旅行者が増加傾向にある東南アジアのインドネシアとマレーシアにおいて、特に宗教上の理由から日本への旅行に対して多くの不安要素を抱くムスリム(イスラームを信仰する人々)を対象に、「インドネシア、マレーシアにおける現地ムスリムに対する訪日旅行に関する意向調査」をインターネットアンケートにより実施し、回答を得た 220 サンプル(各国 110 サンプル、訪日経験有無の比率を 1:1 に設定)の結果を分析しました。

【調査結果の概要】

- 『日本へ旅行するにあたり、不安に思うこと、行きたくないと思う要因』について、「不安・不満を感じる」、「行きたくない要因となる」を合わせた、いわゆるネガティブ要素に着目すると、「飲食」に関するものが特に割合が高く、また「礼拝」に関する事項や「緊急時・疾病時の連絡先の情報」等も比較的高い値を示し、訪日経験のないムスリムほど、その傾向がより顕著に表れている。
- 『日本へ旅行する場合に重視すること』について、重要度の高いものは「飲食」に関する事項であり、ノンポークフード等、特別食の提供や原材料表記、ハラール認証を受けた飲食店の情報や食材の使用、アルコールが含まれていないことがわかる等が高い値を示し、礼拝に関する事項よりも上位に位置づけられている。特に、訪日経験のないムスリムについては、その傾向がより強い。礼拝に関する項目の中では、日本での礼拝時間がわかる事や、駅や空港で礼拝が出来る事も比較的重要度が高い。一方、重要度が比較的低いものは、インドネシアでは、施設のオーナーがムスリムであること、ムスリムの従業員が雇用されていること、マレーシアでは、母国語が話せるスタッフがいること等である。
- 『観光地への訪問意向』については、インドネシアでは訪日経験の有無にかかわらず、「富士山」が最も高い値を占めており、東京、大阪、東京ディズニーリゾート、北海道が高い値を占めている。マレーシアも同等の傾向が見られるが、インドネシアに比べ、ユニバーサルスタジオジャパンの人気の高い傾向にある。
- 『日本に旅行するとした場合、どのようなこと・ものに興味があるか』について、インドネシア、マレーシアの訪日歴有無にかかわらず「桜・紅葉等の鑑賞」、「雪を見る、触れる」、「日本の自然・風景」への興味が非常に高く、特に、訪日経験がないムスリムは、その傾向が顕著である。また、訪日経験の有るインドネシアのムスリムは、「ショッピング」が最も高い値を示し、またマレーシアでは、「テーマパーク・遊園地・水族館」が上位に位置づけられている。また、温泉も、いずれも 10 位以内に位置づけており、ニーズが高いことがわかる。一方で、「日本食を食べる」も興味を示されているものの、刺身、カニ等の個々の海産物の値は、比較的低い状況にある。
- 『日本およびその他アジアの国・地域(非イスラム圏)において、優れていると思われるもの』について、日本が優れていると評価されたものは、「気軽に雪が見られる」、「魅力的な観光地が多い」、「旅行者に対するおもてなしが優れている」、「現地ならではの食事に興味がある」であり、一方、評価の比較的低いものは、「ハラールレストランが充実している」、「言葉が通じやすい」、「旅行費用が安い」等である。
- 本結果を踏まえると、日本が今後、ムスリム旅行者を受け入れていくにあたり、以下の2つのポイントが重要となると考えられる。一つは、『正しい情報提供』である。すなわち、ハラール対応した飲食店の情報や、比較的安心して食べられる海産物を使った料理を解説とともに示す、あるいはそれらを食べられる施設の情報提供をすることにより、日本における食に対する不安を払拭し、食を楽しんでもらえる環境づくりへの対応が重要となる。もう一つのポイントは、『受入側の柔軟な対応』であり、まずはムスリムがどのような事で不安を抱いているかを把握し、まずは可能な範囲での対応や改善を行う事により、受入環境の底上げを図ることが必要である。例えば礼拝に関して言えば、臨時的に礼拝用のスペースを提供する等、少しの配慮・工夫により対応が可能となる事も多く、それらを実施していく事が、ムスリムが抱く不安の解消に繋がるものと考えられる。

■日本に行くにあたり、不安に思うこと、行きたくないと思う要因（項目ごとに SA）

・「不安・不満を感じる」「行きたくない要因となる」を合わせたいわゆる“ネガティブ要素”について、飲食に関する事、礼拝に関すること、緊急時・疾病時の連絡先の情報といった内容が選択されている。具体的には、インドネシア、マレーシアともに、ネガティブ要素について、「ハラール対応した飲食店が少ない」「ハラール対応した物品が少ない」「原材料表記の情報が乏しい」が比較的多く選択されている。「日本人のムスリムへの理解」、「Wi-Fi 環境の整備」、「安心して利用出来る施設」については、ネガティブ要素としては低い。



■日本へ旅行する場合、各種項目の重要度（項目ごとに SA）

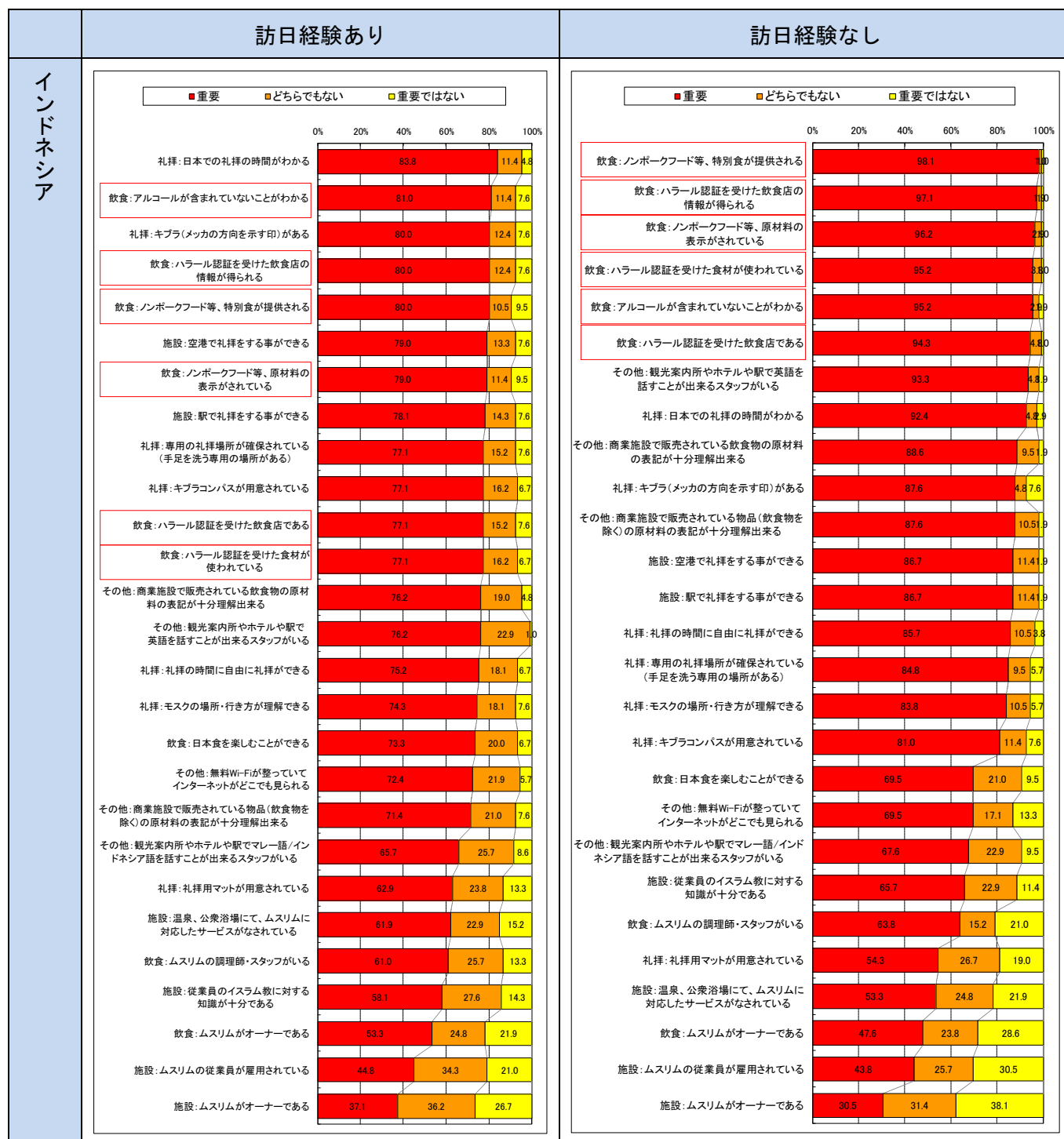
【重要度の高いもの】

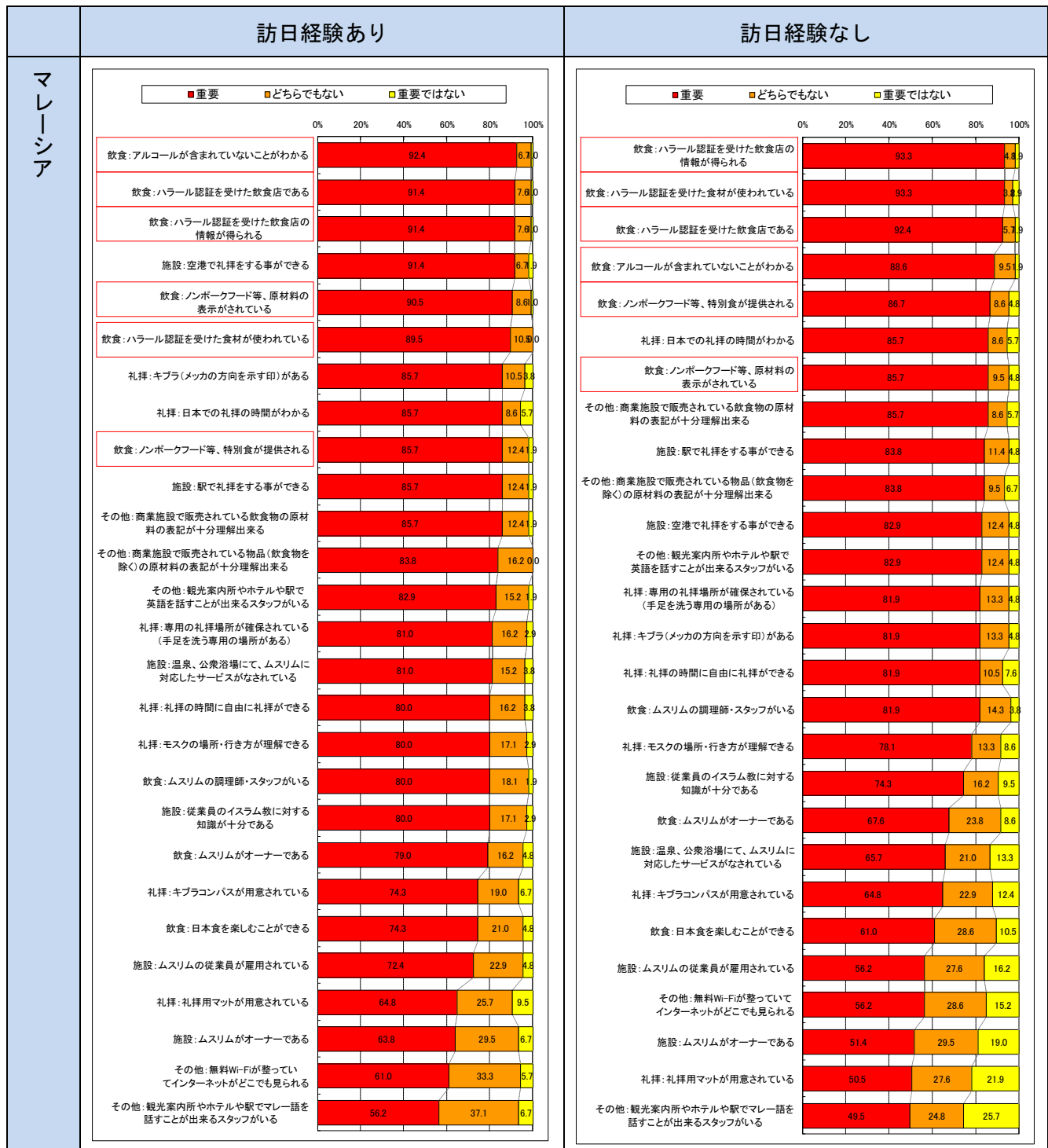
- ・ 飲食に関する事項の重要性が極めて高く、「ノンポークフード等、特別食が提供される」、「ハラール認証を受けた飲食店の情報が得られる」、「ノンポークフード等、原材料の表示が示されている」、「ハラール認証を受けた食材が使われている」、「アルコールが含まれていないことがわかる」、「ハラール認証を受けた飲食店である」等、礼拝に関する事項よりも上位に位置づけられている。特に、訪日経験のないムスリムについては、よりその傾向が高い。
- ・ 礼拝に関する項目の中では、「日本での礼拝時間がわかる」が最も高く、また駅や空港で礼拝が出来る事も比較的重要度が高い。一方で、「礼拝マットが用意されている」については、礼拝に関する項目の中では最も低い。

【重要度が比較的低いもの】

- ・ インドネシアでは、「施設のオーナーがムスリム（有：37.1%，無：30.5%）」「ムスリムの従業員が雇用されている（有：44.8%，無：43.8%）」、マレーシアでは、「マレー語が話せるスタッフ（有：56.2%，無：49.5%）」等、比較的重要度が低い。

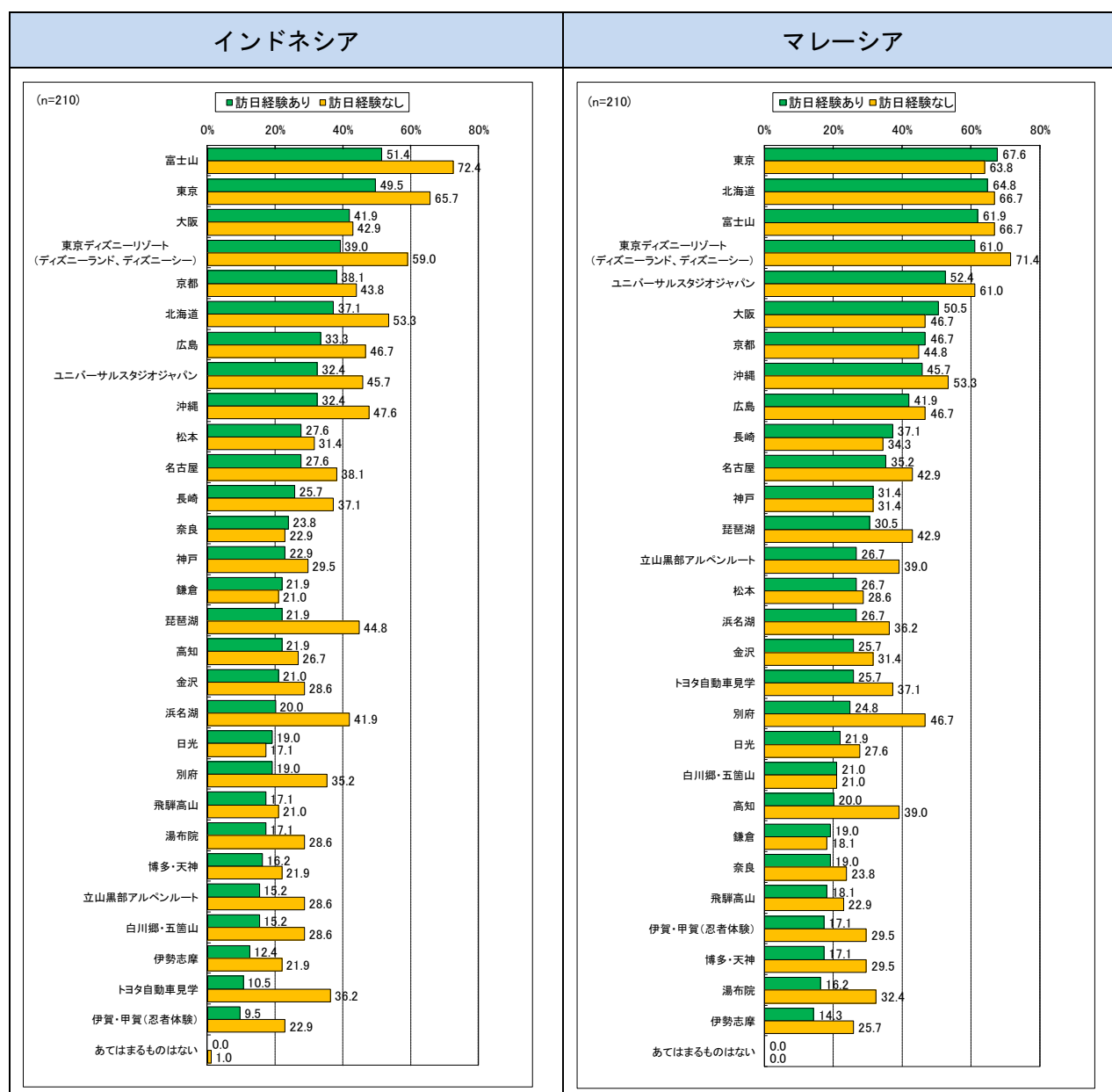
（※有＝訪日経験あり，無＝訪日経験なし）





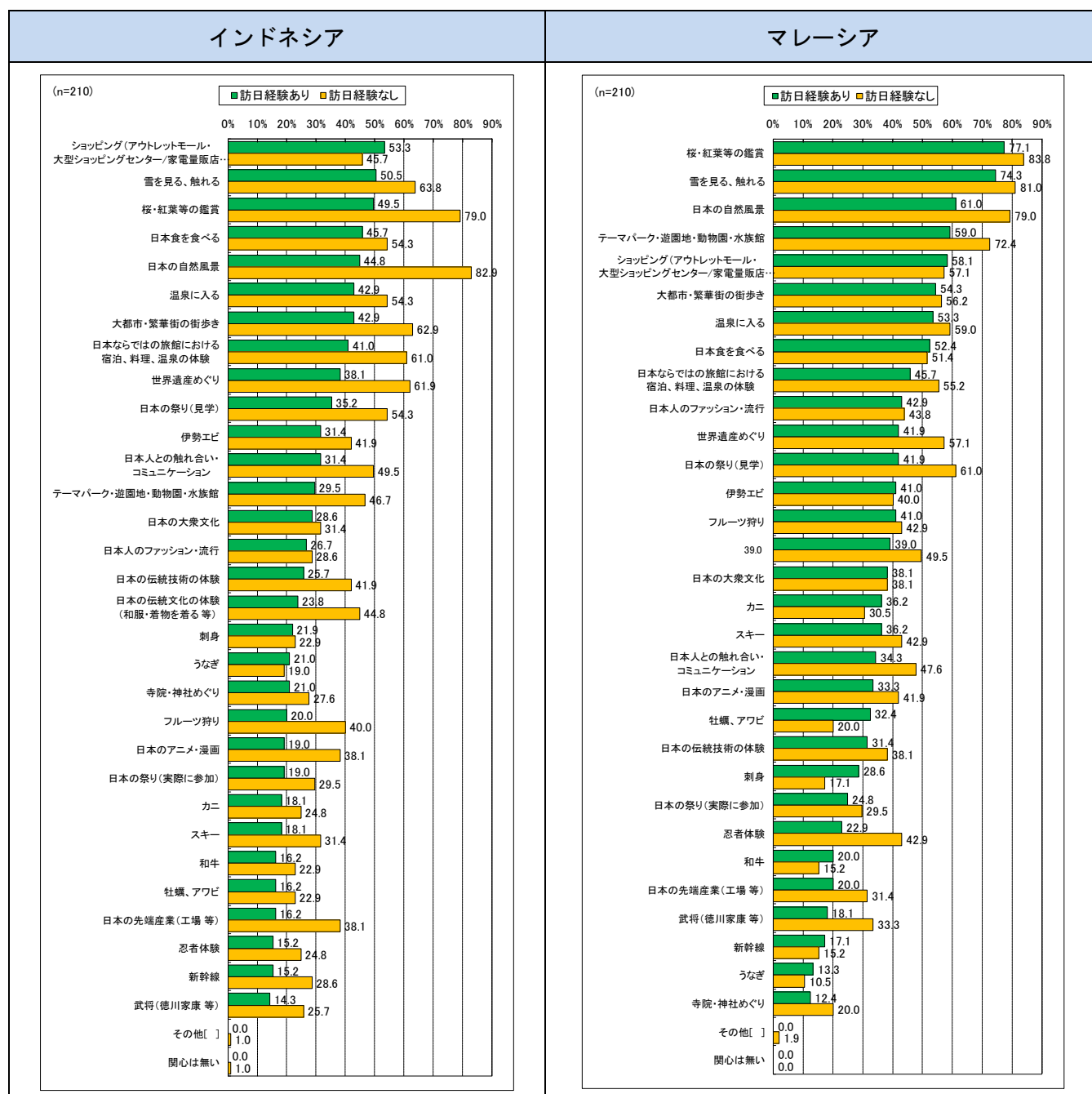
■日本の観光地の訪問意向(MA)

- ・インドネシアでは訪日経験の有無にかかわらず、「富士山(有:51.4%, 無:72.4%)」が最も高い値を占めており、その他「東京(有:49.5%, 無:65.7%)」、「大阪(有:41.9%, 無:42.9%)」、「東京ディズニーリゾート(有:39.0%, 無:59.0%)」、「北海道(有:37.1%, 無:53.3%)」が高い値を占めている。
 - ・マレーシアは、「東京(有:67.6%, 無:63.8%)」、「北海道(有:64.8%, 無:66.7%)」、「富士山(有:61.9%, 無:66.7%)」、「東京ディズニーリゾート(有:61.0%, 無:71.4%)」が比較的高く、またインドネシアに比べ、「ユニバーサルスタジオジャパン(有:52.4%, 無:61.0%)」の人気の高いことが特徴的である。
- (※有=訪日経験あり、無=訪日経験なし)



■日本に旅行する場合に関心のあるもの・こと(MA)

- ・インドネシア、マレーシアともに、訪日歴有無にかかわらず「桜・紅葉等の鑑賞」、「雪を見る、触れる」、「日本の自然・風景」への興味が非常に高く、特に、訪日経験がないムスリムに、より高い傾向がみられる。また、訪日経験の有るインドネシアムスリムは、「ショッピング(53.3%)」が最も高く、またマレーシアについては、「テーマパーク・遊園地・水族館(有:59.0%, 無:72.4%)」が上位に位置づけられている。
- ・また、温泉も、いずれの層でも10位以内に位置づけており、ニーズが高いことがわかる。
- ・一方で、「日本食を食べる」も興味が示されているものの、伊勢えび、刺身、カニ等の個々の品目の数値は、平均を下回っている状況にある。(※有=訪日経験あり, 無=訪日経験なし)



■日本およびアジアの国・地域（非イスラム圏）で優れている（と思われる）国・地域（行った事がない場合は、聞いた話で回答）（各項目3つまで）

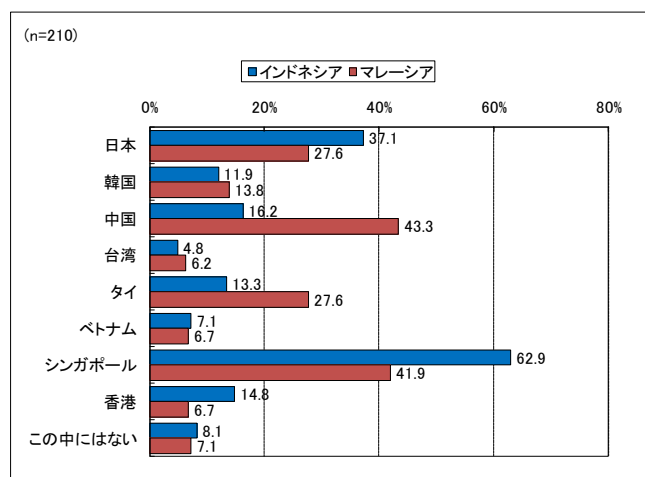
【日本が優れていると評価されたもの】（※ID=インドネシア、MY=マレーシア）

- ・「気軽に雪が見られる（ID:71.4%、MY:71.9%）」、「魅力的な観光地が多い（ID:68.1%、MY:65.7%）」、「旅行者に対するおもてなしが優れている（ID:56.7%、MY:53.3%）」、「現地ならではの食事に興味がある（ID:65.7%、MY:43.8%）」

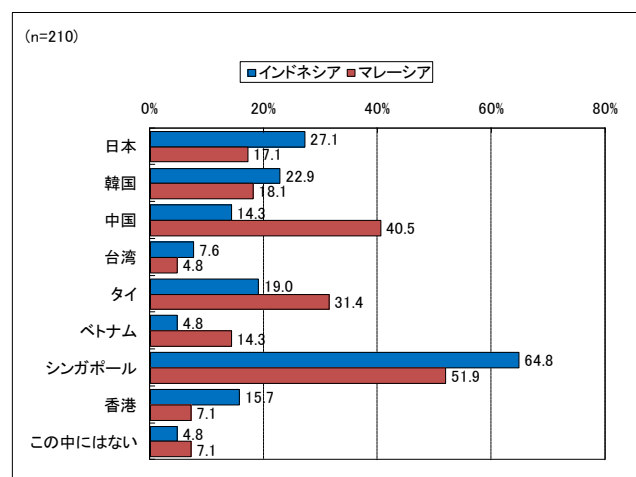
【評価の比較的低いもの】

- ・「ハラルレストランが充実している（ID:27.1%、MY:17.1%）」、「言葉が通じやすい（ID:24.8%、MY:21.0%）」、「旅行費用が安い（ID:19.0%、MY:18.6%）」であり、これらの項目について日本より優れている国として、インドネシアでは「シンガポール」、マレーシアでは「シンガポール」や「中国」が選択されるケースが多い。

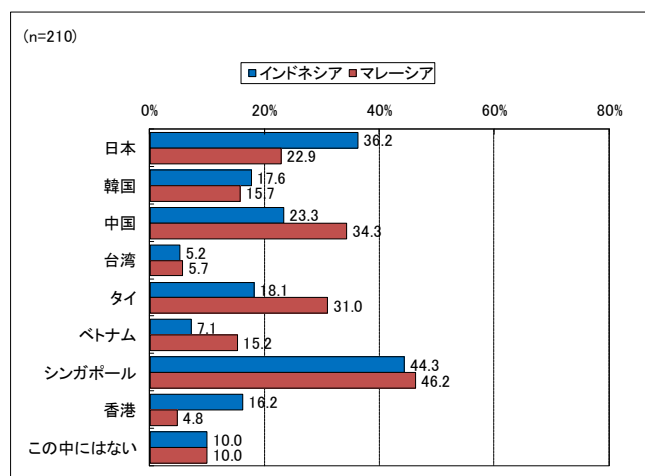
礼拝環境が充実している



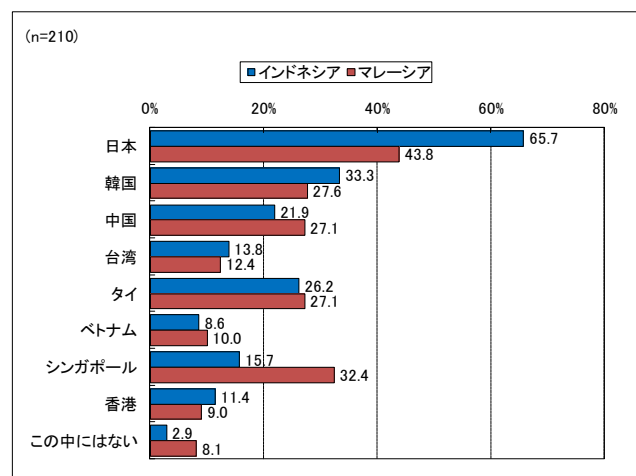
ハラルレストランが充実している



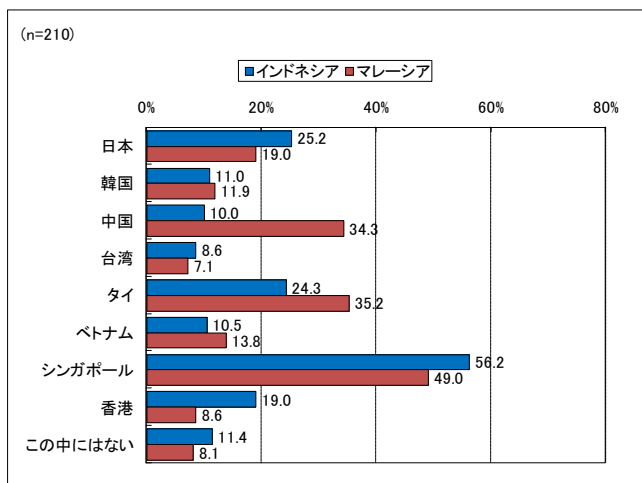
食事（メニュー）に不自由しない



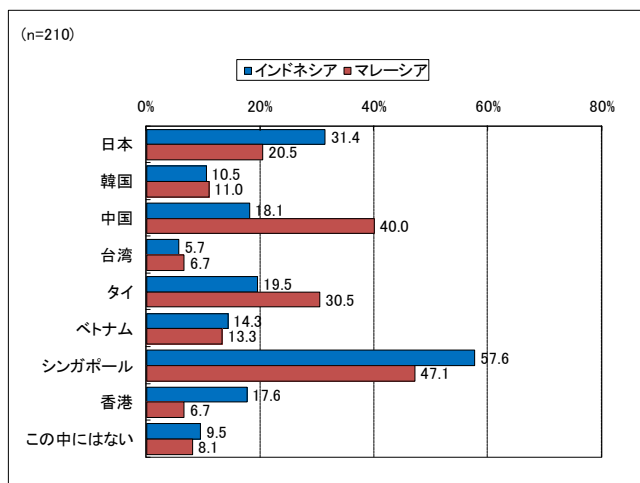
現地ならではの食事に魅力がある



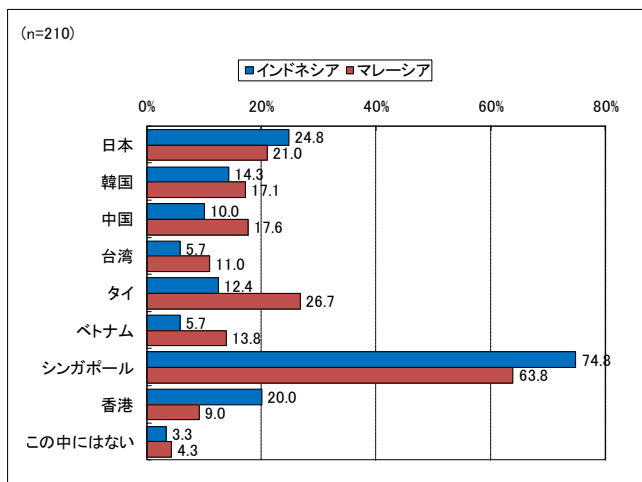
宿泊施設等にムスリムの従業員がいる



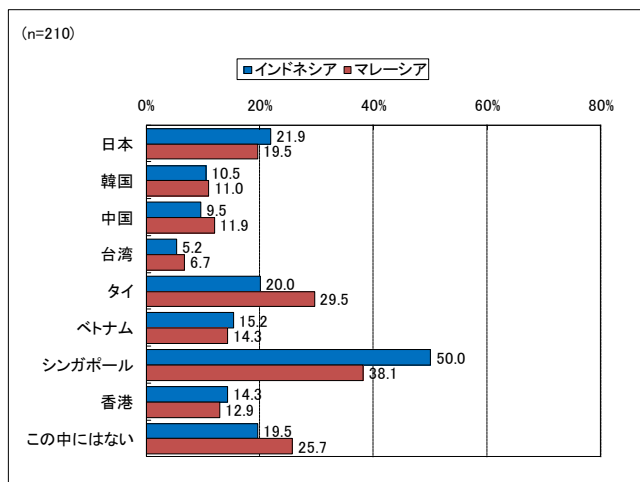
ムスリムへの理解がある・知識が豊富



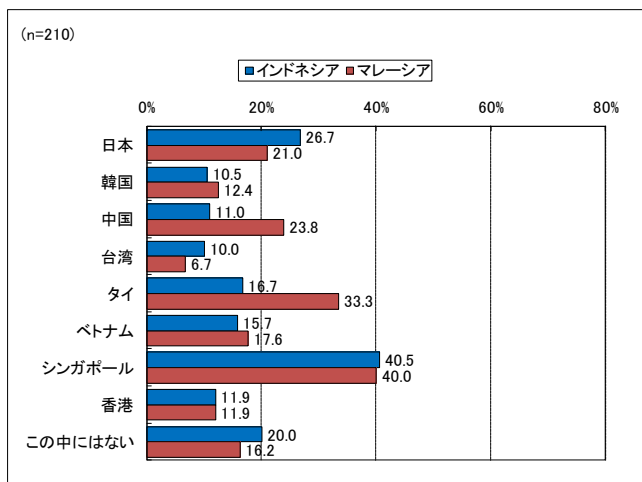
言葉が通じやすい



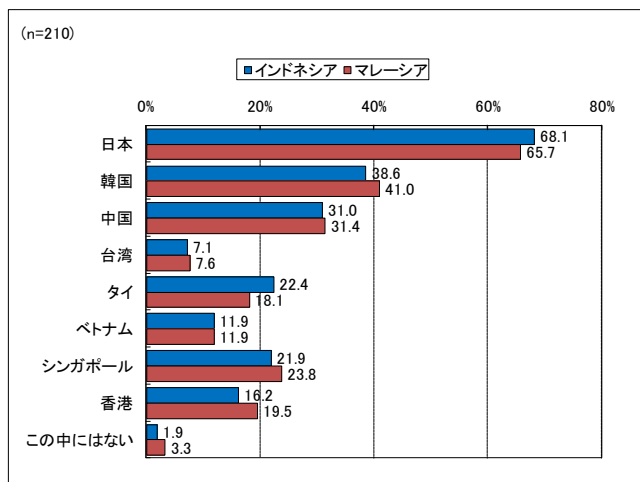
ビザが不要あるいは緩和されている



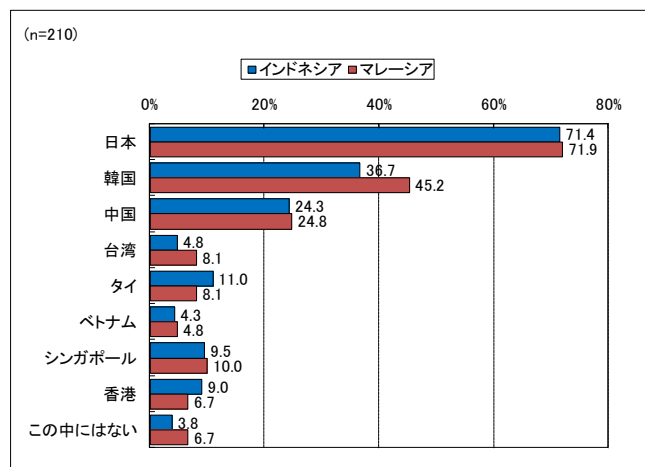
自国通貨の為替が有利



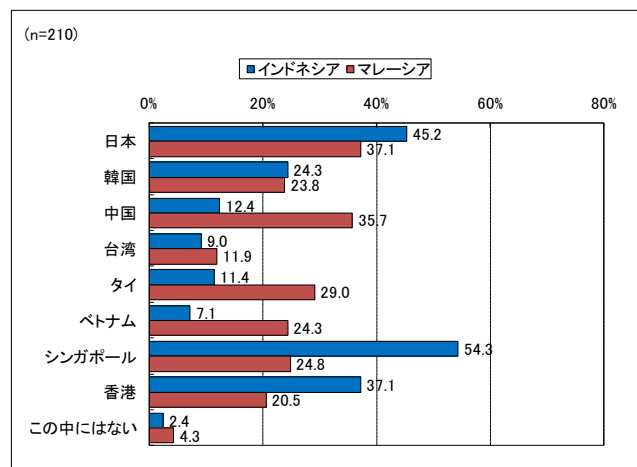
魅力的な観光地が多い



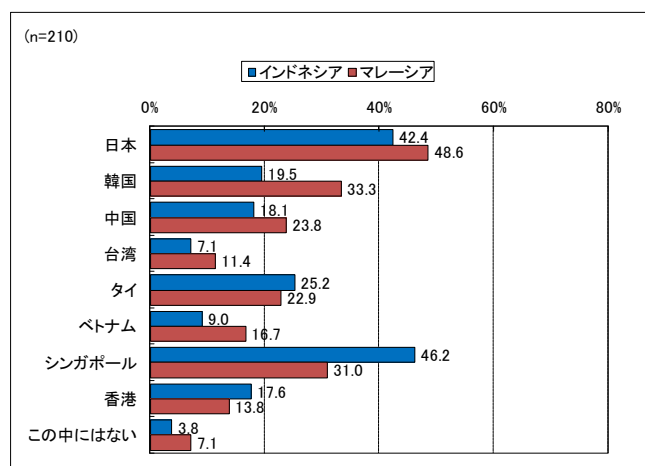
気軽に雪が見られる



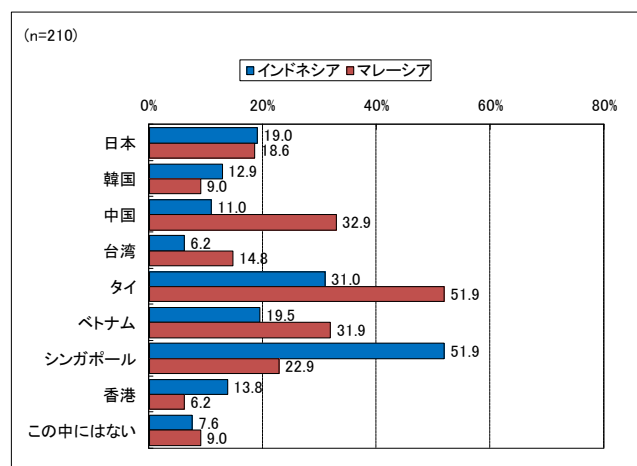
買い物が楽しめる



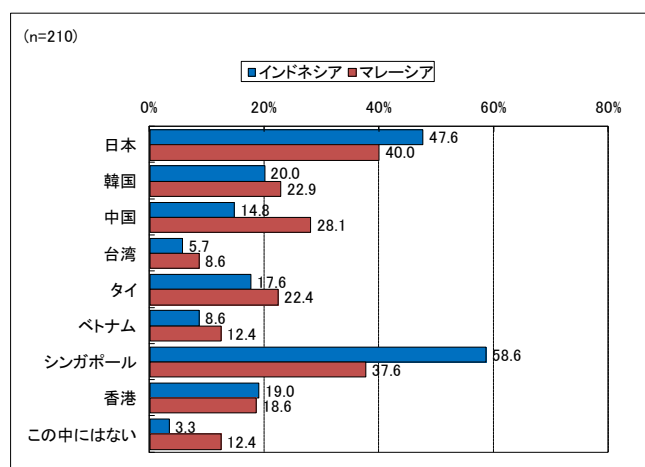
気候が心地よい



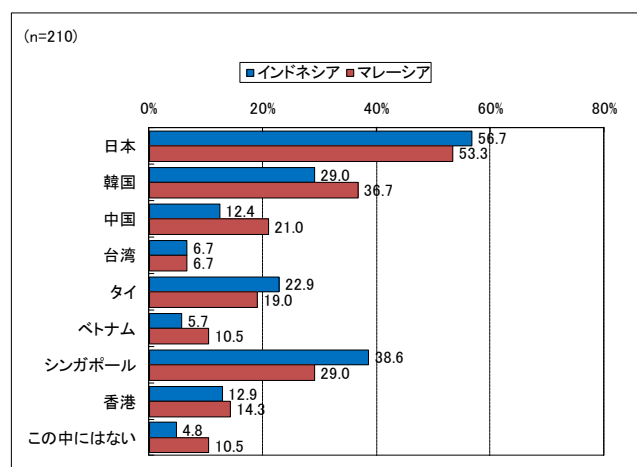
旅行費用が安い



航空便が充実している



旅行者に対するおもてなしが優れている



※「ムスリム」とは、イスラームを信仰する人々の事で、世界の人口の約 1/4 を占めると言われています。イスラームの戒律は、豚肉やアルコールを禁忌とすること、決められた時間に礼拝をする等が代表的で、その他にも細かな決まりが数多く存在します。ただし、国、民族、年齢、性別、宗派などによって習慣は様々で、個人差もあるため、その対応は一概ではありません。そのため、ムスリムの観光客を日本で受け入れるにあたっては、まずはムスリムの特性を把握した上で、臨機応変な対応が求められています。

※「ハラール」とはイスラーム法で「認められたもの」「合法的なもの」「許可されたもの」を示します。

【本調査の概要】

本調査は、株式会社マクロミルのインターネットアンケートサービスを活用し、インドネシア、マレーシアに在住の 18 歳以上のムスリムに対し、アンケートを実施し、回答を得た。(インドネシア 110 サンプル、マレーシア 110 サンプル)。また、分析面を考慮し、訪日経験の有無で同数のサンプル数が得られるように回収の配慮をしている。

－ ご利用に際して－

- 本資料は、信頼できるとされる各種データに基づいて作成されていますが、当社はその正確性、完全性を保証するものではありません。
- また、本資料は、執筆者の見解に基づき作成されたものであり、当社の統一した見解を示すものではありません。
- 本資料に基づくお客様の決定、行為、及びその結果について、当社は一切の責任を負いません。ご利用にあたっては、お客様ご自身でご判断くださいますようお願い申し上げます。
- 本資料は、著作物であり、著作権法に基づき保護されています。著作権法の定めに従い、引用する際は、必ず出所：三菱UFJリサーチ&コンサルティングと明記してください。
- 本資料の全文または一部を転載・複製する際は著作権者の許諾が必要です。当社までご連絡下さい。