

# ムスリム旅行者受け入れセミナー

平成28年11月24日 13:30-  
場所：新宿TKP

## 1. SNSを活用したムスリム旅行者へのアプローチと集客方法について

### 富田 祥彦

(Crescentrating Japan株式会社 代表取締役社長  
/ Hopewill Group Japan株式会社 代表取締役社長)



ムスリム旅行者が増えてきたと言われており、ムスリム対応を進めるサービス事業者が増えてきているが、対応を進めたところで実際に客数が増えないという声がある。富田氏は、ムスリム市場の現状と動向をデータでおさえた上で、主にSNSを使ったマーケットアウトリーチの手法について説明した。

ムスリム旅行市場は2015年で1億2000万人くらい、2020年になると、1億7000万人くらいになるとされており、年平均成長率で4.8%。その50%が25歳以下という消費の力が強い人口で占められているため、市場としての成長性が注目されているという。また、ムスリムは中東で遠方というイメージがあるが、実際は60%がアジアという日本の近隣であるというのも注目すべき点である。

アジアの若い層が大半であるということで、SNSは非常に重要なツールだという。SNS活用層であるという点に加え、ムスリムは親類縁者などの情報を信頼するという特徴があるからだ。マレーシアやインドネシアなど国によって普及しているSNSアプリは、差異があるが、ムスリムフレンドリーである情報を届けるなら、確実に、ムスリムとして信頼されているインフルエンサーが効果的であるということを主張した。

## 2.ムスリム留学生によるムスリム旅行者の視点 「ムスリムによるSNSやブログ等の活用」

### スラヤ（マレーシア 2011～在日）

ムスリム留学生の立場として、日本を旅行する際に気になることをプレゼンした。まず、一般的な検索エンジンで情報を検索しても、日本語でしか表記されていないことが多く情報が伝わらないことを伝えた。ムスリムがよく使う予約サイトは、booking.comで、アプリはFBやtwitter。旅行時にムスリムが食べられる店の情報などを手に入れるアプリなどがあるが、せっかく旅行先に来ているのに、旅行先のものが食べられないことや、お土産が買えないことなどのムスリムとしての不満を共有した。

