

訪日ムスリム

何を消費？

観光コンサルタント会社「うぶすな」(東京・千代田)は6月から、日本を訪れるイスラム教徒(ムスリム)の消費行動を、交流サイト(SNS)を使って分析するサービスを始め。位置情報やサイトへの書き込みなどから、訪れた場所や購入商品を調べ、需要予測などを加えて企業や自治体に提供する。急増する訪日ムスリムの需要取り込みに役立てる。

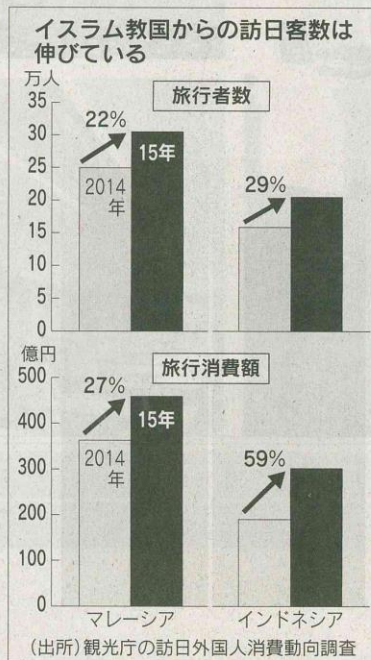
サービス名は「行脚あんぎゃ」ムスリム」。短文投稿サイト「ツイッタ」や中国版ツイッター「微博(ウェイボ)」か



ら、イスラム教国のインドネシアやマレーシアの投稿者を選び、訪日客の書き込みなどを分析する。位置情報付きデータを活用して日本国内で訪れた

商品や観光スポットの評価などを集める

「うぶすな」、SNSで動向分析



需要取り込み後押し

た場所を調べるほか、投稿した文章や写真から、買った商品や観光スポットに対する評価などの情報を集める。

自治体や企業からの依頼を受けてから少なくとも3カ月間、指定された地域の観光地や店舗に関する投稿を集める。その後1カ月ほどで収集したビッグデータを整理・分析する。分析結果をもとに、観光分野の学識経験者が将来の需要予測や集

客策をまとめる。依頼から5カ月程度でレポートを作成する。

ホテルや外食産業のほか、イスラム教の戒律に沿ったハラール食品のメーカーや自治体を顧客として想定している。例えばハラール食品メーカーの場合、観光客の周遊ルートや店舗の傾向をつかめるところで、ハラール食品の朝食宅配などのサービスを拡充できる。

初年度は15の企業や目

「爆買い」一服、ムスリム消費は堅調

観光庁によると、2015年の訪日外国人旅行消費額は3兆4771億円と前年比で7割伸びた。中国人旅行者が家電や生活雑貨を大量に買い込む「爆買い」がけん引役となったが、16年に入ってから変化も見え始めている。

16年1～3月期の中国人旅行者1人あたりの旅行支出は約26万5千円で、前年同期比12%減とマイナスに転じた。最近の円高などが主因とされるが、中国は旅行者が海外で購入した商品を国内に持ち込む際に課税関税も引き上

げており、消費減速の長期化も懸念されている。

一方、ムスリムの訪日客の消費は伸びている。15年のマレーシアからの旅行者による消費額は前年比で27%増、インドネシアは59%増だった。16年1～3月期もマレーシアは前年同期比で43%増、インドネシアは57%増と堅調が続く。訪日客の消費を維持・拡大するには、中国だけでなくイスラム圏などからの客の需要を掘り起こす必要がある。

治体の利用を見込む。価格は3カ月の調査で300万円(税別)。初年度に5千万円、3年後に年間1億5千万円の売り上げを目指す。うぶすなは、IT(情報技術)を活用した観光分野などのコンサルティング会社で2000年に設立。16年3月期の売上高は約6千万円だった。