



C R E S C E N T  
C R A T I N G

# Japan Muslim Travel Index (JMTI) 2017

A Mastercard-Crescentrating GMTI Series Report

In Partnership with Halal Media Japan

2017年11月





CRESCENT  
C R A T I N G

# Japan Muslim Travel Index (JMTI) 2017

A Mastercard-Crescentrating GMTI Series Report

In Partnership with Halal Media Japan

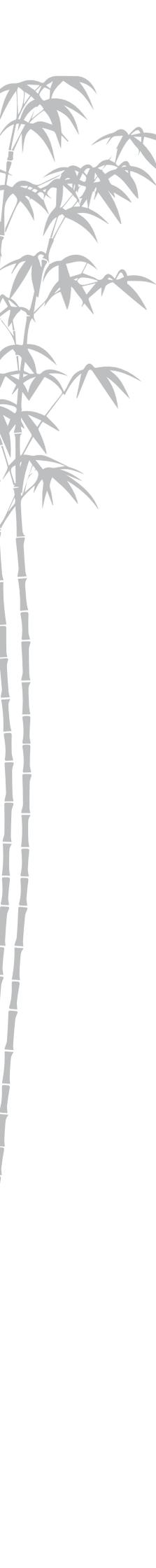
2017年11月



# 目次

- 4 ムスリムトラベル市場
- 7 日本のムスリム市場におけるキードライバーとメガトレンド
- 11 Mastercard-Crescentrating GMTI シリーズ概要
- 13 JMTI 2017 結果
- 15 JMTI 2017 都道府県ランキング
- 18 JMTI 2017 結果一覧
- 20 日本のムスリムトラベル市場におけるビジネスチャンス
- 22 GMTI 2017 判定基準
- 26 GMTIへのアクセス
- 28 追補: ムスリム旅行者の信仰上のニーズ





## CRESCENT CRATING

### クレセントレーティング

クレセントレーティングはハラールフレンドリートラベル業界におけるリーディングカンパニーです。私たちはその洞察力、産業としての情報力、ライフスタイル、行動、ムスリム旅行者のニーズに関するリサーチ力を駆使して、ハラールフレンドリーな旅のあらゆる側面についての権威ある指針を世界中に提示しています。

2008年に創立されたクレセントレーティングは、いまや各国政府から旅行代理店、ホテルなどのホスピタリティサービス事業者まで、旅行業界のあらゆる層に利用され、彼らにどのようにすればムスリム旅行者のニーズに応えられるのかについての情報を提供しています。

クレセントレーティングの事業はレーティング、リサーチとコンサルテーション、ワークショップとトレーニング、ランキングとインデックス、イベントサポート、パートナーシップづくり、コンテンツ提供にまで及んでいます。ハラールトリップはクレセントレーティングの姉妹ブランドです。



### マスターカード

マスターカードは決済分野のグローバルIT企業です。当社は世界210以上の国と地域において消費者、金融機関、事業者、政府、事業体を結んで、世界一速い決済システムを運営しています。

当社の製品、ソリューションによって、買い物、旅行、事業経営、財務マネジメントといった毎日の商業活動が全ての人にとって、より容易に、安全に、効率的なものになっています。



### ハラールメディアジャパン

ハラールメディアジャパンは日本のハラール情報のリーディングプラットフォームで、英語と日本語発信のポータルサイトを運営しています。日本のハラール情報をムスリムやそれを必要としている人々に届け、もって日本の国際化に貢献することを理念としています。ハラールグルメジャパン、ハラールエキスポジャパン、トーキョーモディストファッションショーは、ハラールメディアジャパンの姉妹ブランドです。

## ムスリムトラベル市場

Mastercard-CrescentRating Global Muslim Travel Index 2017 (GMTI 2017) によると、2016年時点で世界のムスリム旅行者数は1億2100万人と推定される。その後2020年までに1億5600万人2200億米ドルの規模に拡大し、2026年までに3000億米ドルに至ることが予想されている。

### ムスリムトラベル市場のキードライバー

七つのキードライバーがムスリムトラベル市場を牽引している。

**増加するムスリム人口:** ムスリムの人口は世界で最も成長著しいセグメントである。それは2030年までに世界人口の26%を占め、2050年までは世界全体の人口増加よりも早いスピードで増加することが予測されている\*。

**成長する中間所得層/可処分所得:** 中東諸国、インドネシア、マレーシアといったムスリム大国での人口増加が続いている。また、西ヨーロッパや北米でも高度専門職やプロフェッショナル人材であるムスリムが増加しており、今後こうした可処分所得が高いムスリム消費者が更に増加すると見込まれている。

**ムスリムミレニアル旅行者 (MMTs):** ムスリムは世界で最も若い消費者で構成されているセグメントでもある。その中央年齢は2010年時点で23歳であった。Mastercard-HalalTrip Muslim Millennial Travel Report 2017 (MMTR 2017) によると、ミレニアル世代のムスリム旅行者の消費支出額は2025年までに1000億米ドルに達すると予測されている。

**旅行情報へのアクセス:** 急速なテクノロジーの進化は旅行産業においても様々なプラットフォームを生み出している。

スマートフォンによる手軽なソーシャルメディアへのアクセスは、ムスリム旅行者の旅行先選びに大きな影響を与えている。

**ムスリムフレンドリートラベルサービスと施設:** ムスリムトラベル市場の拡大に伴い、ムスリム旅行者のための商品やサービスを提供しようという事業者の参入が続いている。こうしたムスリムフレンドリーサービスの増加は、ムスリム旅行者により多くの旅行機会をもたらしており、市場の好循環を生み出している。

**ラマダン旅行:** Mastercard-CrescentRating Ramadan Travel Report 2016では、ラマダン旅行はムスリムの旅行においてキーになるものとされている。それはラマダンの文化やイード祭を特に家族で体験する人気のウムラ旅行で、ラマダン期間中の酷暑や断食は旅行先選びに大きな影響を与えている。

**ビジネス旅行:** インドネシア、マレーシア、トルコ、GCC (湾岸諸国) といったムスリムが多い国の経済成長により、ムスリムのビジネス旅行市場は急速に拡大している。特に新興国においてビジネスの機会は多く、これら地域では

MICE (研修、招待旅行、会議、展示会) の貢献度が高い。その他で成長している分野としては、ムスリムの高度専門職 (男女共に) の増加で、今や産業界の重要なポジションを占めつつある。

引用: \* <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2017/08/09/muslims-and-islam-key-findings-in-the-u-s-and-around-the-world/>



## 日本のムスリム

日本は南北に伸びる約378,000km<sup>2</sup>の国土に約1.27億人(2016年)の人口を擁している。大都市から地方都市に至るまで清潔で安全なこの国は、観光立国として必要な四要素である自然、気候、文化、食事を兼ね備えている。南北に長い日本列島は四季を通じて様々な伝統行事が行われている、いつ行っても魅力的な旅行先なのである。

日本に果たしてムスリムが何人いるのか正確なデータはない。一般的には日本国内のムスリム人口は10万人から20万人といわれ、日本人ムスリムはその一割程度と推定されている。

### Major cities of Japan



### Muslims in Japan

The number of Muslims in Japan

100,000 to 200,000

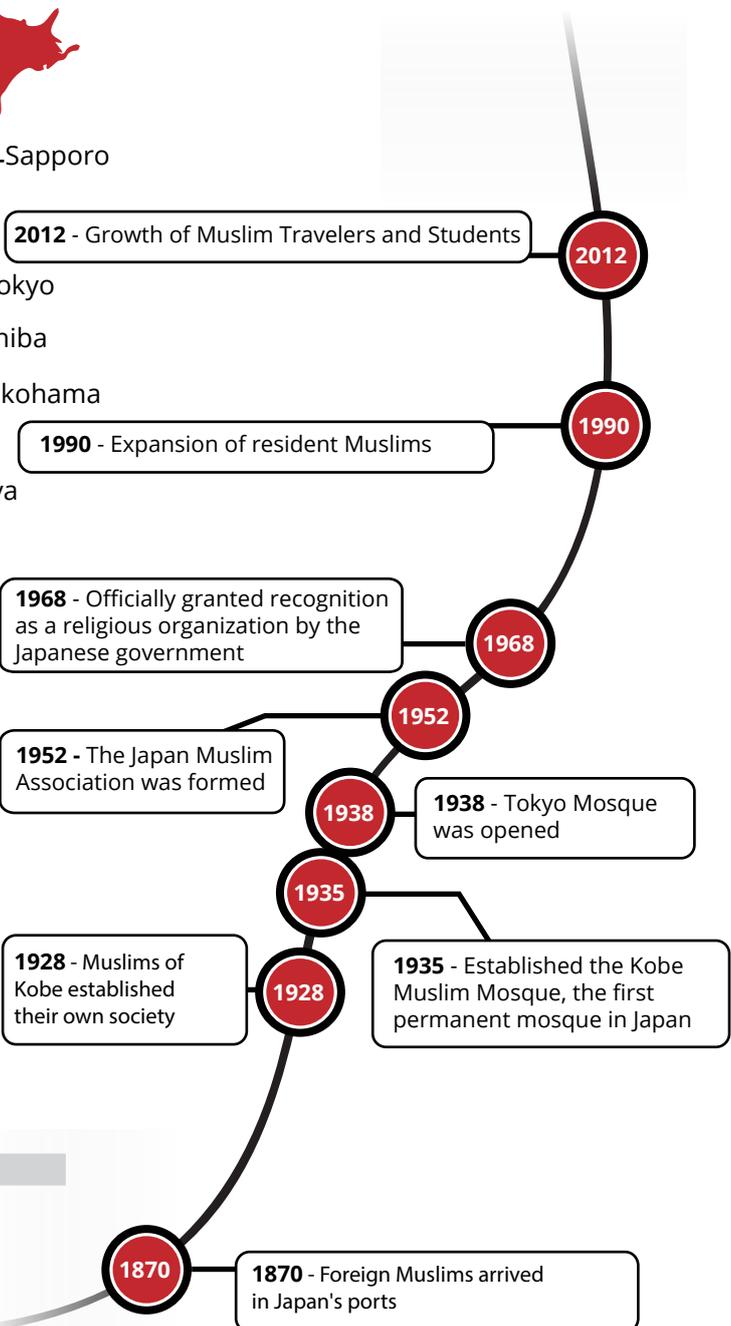
Resident Foreigners

90%

Native Japanese

10%

Source: Muslim population and history source: Wikipedia



# 日本のムスリム市場におけるキードライバーとメガトレンド

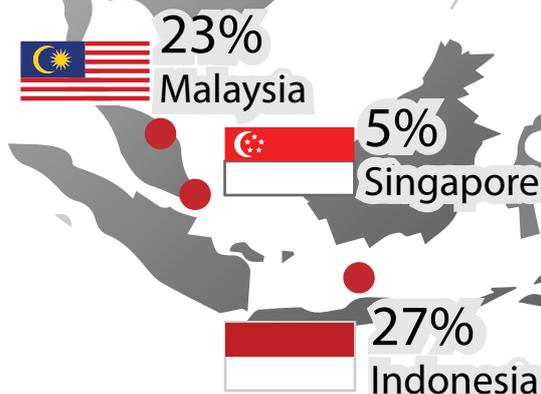
## ムスリム訪日客

ASEAN諸国からの旅行者数は直近5年の年平均成長率が37.0%で伸長しており、2016年は約200万人に至った。この中にはマレーシア、インドネシア、シンガポールからのムスリム客が多く含まれ、今後更に増加する見込みである。2017年にはインドに対するビザも緩和されたことから更なる追い風が期待される。

訪日ムスリム客は2014年の15万人から2016年には70万人へと増加し、2018年までに100万人を超えると予測されている。しかしながらそれは、全訪日客数の3~3.5%を占めるに過ぎない。ムスリム訪日客の60%はASEAN諸国からで、27%をインドネシアが占めている。

# 2016

Top Source Market  
South East Asia: **60%**



### 2004

Muslim Visitors: 150,000  
% of total visitors: 2.4%

### 2016

Muslim Visitors: 700,000  
% of total visitors: 3%

### 2020 Projection

Muslim Visitors: 1,400,000  
% of total visitors: 3.5%

## Key drivers of Muslim travel growth in Japan



Visa free travel for Indonesians and Malaysians



Increasing awareness of the opportunity by Japanese businesses



Increase of Halal food availability and prayer rooms



TOKYO ● 2020

2020 Olympics

## インドネシアとマレーシアへの訪日ビザ緩和

2012年に発足した安倍政権によるアベノミクス政策のもと2013年にマレーシアとタイ、2014年にインドネシア、フィリピン、ベトナムと訪日観光ビザが相次いで緩和された。折からの円安とLCCの就航増に伴って、日本は直近5年の年平均成長率が31%超という、世界で最も成長著しい観光市場となっている。こうした政策がムスリム訪日客の増加を促しており、特にマレーシアとインドネシアからのムスリム訪日客が増加している。

## ビジネスチャンスの増加

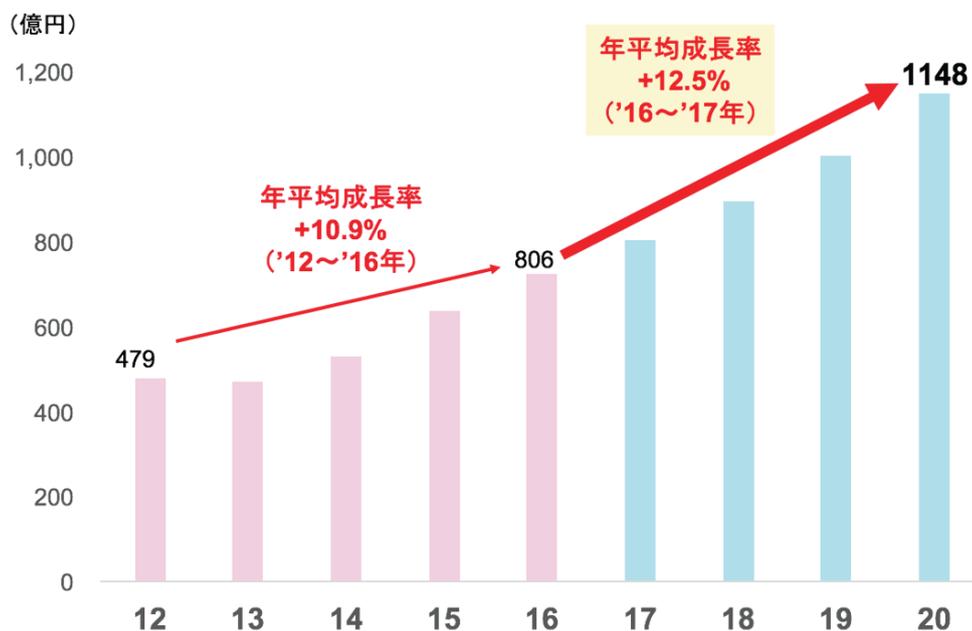
世界的なムスリムライフスタイル市場の拡大について、可能性を感じる日本企業は増え続けている。近年は全国各地でムスリム消費者のニーズを学ぶ研修機会が数多く開催されている。

## ハラールフードの増加

訪日ムスリム客の増加によって、日本のハラール食品市場は国内飲食店舗を中心に堅調に拡大している。市場規模は、オリンピック・パラリンピック東京大会が開催される2020年には1100億円に達すると予測されている。

国内には約800軒の“ムスリムフレンドリー”レストランがあるが、そのうち150軒ほどしかハラール認証は取得していない。

# 日本のハラール食品市場規模の予測



資料:「ハラール食品市場規模予測」総合企画センター大阪から作成

### 関心を強める海外企業、政府、団体

海外機関が益々日本市場への関心を高めている。サウジアラビアの認証機関が日本に進出したり、マレーシアの認証機関が相互認証機関を増やしたり、UAEがESMAのハラール認証センターを東京に開設したりといった動きである。

### 輸出食品向けのハラール認証

日本企業は輸出増を目的にハラール認証を取得し始めたが、その数は現時点で400社程度に留まっている。同じ頃に認証が始まった台湾では既に500社以上がハラール認証を取得している。輸出相手国によって異なる認証機関や複雑な相互認証システムは日本企業の認証取得を困難にさせている。日本政府は現在のところ該当する法律がないため、これら認証機関を管轄していない。

### モスク、礼拝施設の増加

2013年は86箇所であったモスクは2017年6月現在99箇所に増加し、礼拝施設も増加傾向にある。羽田空港、成田空港、関西空港、名古屋空港といった主要空港はもとより、JR東京駅やJR大阪駅といった主要ターミナル駅やショッピングセンターにも礼拝施設を設けるケースが増えている。

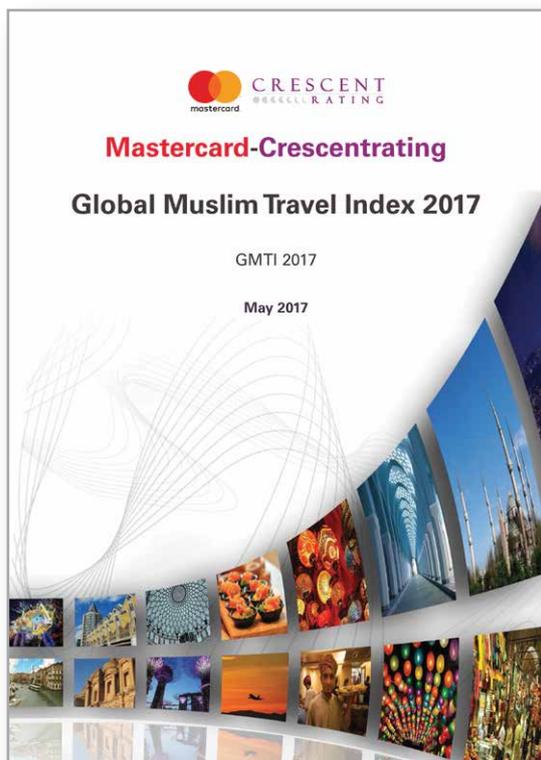
### 留学生の増加

少子化対策として留学生の誘致に熱心な大学が増えており、留学生数は直近10年の年平均成長率は8.1%で伸長している。これまでは東アジア諸国からの誘致が中心であったが、近年はムスリム留学生を求める傾向にある。従って、今後はこれに伴うVFR(友人親族訪問旅行)の増加も期待される。

### 2020年東京オリンピック

2020年にオリンピック・パラリンピック東京大会が開催される。日本で夏季オリンピックが開催されるのは1964年の東京大会以来56年振りで、同地二度目の開催はアジア初となる。これからの数年間で日本は世紀の大イベントに向かって、またその後も見据えて、国内のムスリム観光市場の整備を始めていくことになる。

## Mastercard-Crescentrating GMTI シリーズの概要

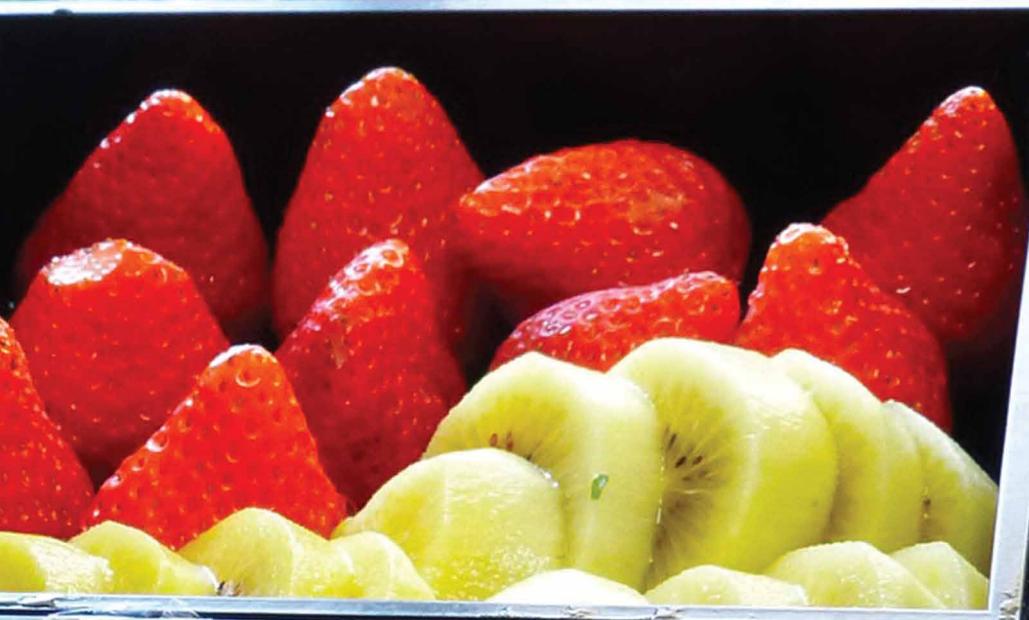


クレセントレーティングは2011年以来ムスリム旅行者へのホスピタリティについて、様々な旅行先を評価しランキングしている。Mastercard-Crescentrating Global Muslim Travel Index (GMTI) は2015年にリリースされ、今ではムスリムトラベル市場における重要な指標になっている。その最新版 Mastercard-Crescentrating GMTI 2017レポートは世界130か国を網羅し業界関係者に重要な知見を提供しており、インデックスは、ムスリムが旅行市場で無視できない大きな存在になっていることを理解する一助になっている。

MasterCard-Crescentrating GMTI シリーズはムスリム旅行者が特定地域のどこを旅行するかの判断基準となるもので、Japan Muslim Travel Index (JMTI) レポートがシリーズ第一弾である。JMTIはGMTIと同様に旅行者、観光行政、エコノミスト、観光事業者、投資家、市場関係者に数々の重要な指標を提示する。これら知見は日本がムスリム旅行者に対してより良いサービスを提供するのに貢献するものである。

Mastercard-Crescentrating GMTI 2017によると、日本はイスラーム協力機構(OIC) 非加盟国内で前年から二つ順位を上げ、上位10か国中で最もランクアップした国となった。

日本	2015	2016	2017
TOP 10 NON-OICランク	Not in top 10	8	6
GMTI 2017ランク	37	34	32
スコア	45.3	49.1	52.8



# Mastercard Crescentrating Japan Muslim Travel Index (JMTI) 2017

JMTI 2017は四つの重要なポイントであるACES (アクセス、コミュニケーション、環境、サービス) について以下の比率で評価している。(Wifi環境情報提供: 株式会社ワイヤ・アンド・ワイヤレス)

- ✦ アクセス環境 (訪日者数とWifi環境): 20%
- ✦ サービス (礼拝施設、ハラールフード、空港、宿泊施設): 60%
- ✦ コミュニケーション: 20%

このレポートにおけるランキングは特定国内の旅行先を比較検討する基準として用いられサービスや施設の品質向上に役立つが、GMTIにおける自国のスコアが世界の中でどの程度ムスリムフレンドリーであるかを確認することの方がむしろ重要である。

JMTI 2017評価対象 (全47都道府県):

愛知県	兵庫県	宮崎県
秋田県	茨城県	長野県
青森県	石川県	長崎県
千葉県	岩手県	奈良県
愛媛県	香川県	新潟県
福井県	鹿児島県	大分県
福岡県	金沢県	岡山県
福島県	高知県	沖縄県
岐阜県	熊本県	大阪府
群馬県	京都府	佐賀県
広島県	三重県	埼玉県
北海道	宮城県	滋賀県

島根県
静岡県
栃木県
徳島県
東京都
鳥取県
富山県
和歌山県
山形県
山口県
山梨県



Source: The Wifi data was provided by Wifi Wire and Wireless Co., Ltd.



## JMTI 2017 都道府県ランキング

インデックスの結果を基に、本レポートでは全都道府県のムスリムフレンドリー度を「リーダー」「アダプター」「フォロワー」の三つのカテゴリーに分類した。

### リーダー

- ❑ インデックスでの得点が最高位
- ❑ ACES (アクセス、コミュニケーション、サービス、環境) が最良
- ❑ 高いレベルのACESがGMTIの日本の得点に好影響を与えている

### アダプター

- ❑ インデックスでの得点が優位
- ❑ ACES (アクセス、コミュニケーション、サービス、環境) が良好
- ❑ ACESが更に改善されればムスリム旅行者の有効な選択肢になり得る

### フォロワー

- ❑ インデックスでの得点が劣位
- ❑ ACES (アクセス、コミュニケーション、サービス、環境) が開発段階
- ❑ ムスリム旅行者誘客のための基礎的な対応が求められる



## リーダーディステネーション

JMTI 2017 レポートによると、東京都が首位を獲得した。対象項目の評価点は、東京都が日本の中でムスリム旅行者にとってベストの旅行先の一つであることが証明されており、「リーダー」の категорияに属する。

## リーダー

JMTI 2017ランク	都道府県名
1	東京

インデックスの得点により47都道府県から12を「アダプター」として評価した。大阪がこのカテゴリーをリードしており、それに北海道と千葉県が続いている。栃木県と鹿児島県も「アダプター」として十分に評価できる結果となった。

## アダプター

JMTI 2017ランク	都道府県名
2	大阪府
3	北海道
4	千葉県
5	愛知県
6	京都府
7	沖縄県
8	神奈川県
9	福岡県
10	兵庫県
11	奈良県
12	栃木県
13	鹿児島県



以下の34県は全47都道府県の72%に該当し、「フォロワー」のカテゴリーに属する。

### フォロワー

JTMI 2017ランク	都道府県名
14	埼玉県
15	岐阜県
16	群馬県
17	静岡県
18	滋賀県
19	宮城県
20	香川県
21	三重県
22	茨城県
23	長野県
24	山梨県
25	富山県
26	熊本県
27	石川県
28	広島県
29	徳島県
30	福井県
31	鳥取県
32	愛媛県
33	大分県
34	岩手県
35	新潟県
36	福島県
37	岡山県
38	宮崎県
39	長崎県
40	和歌山県
41	島根県
42	佐賀県
43	秋田県
44	青森県
45	山口県
46	山形県
47	高知県

## JMTI 2017 結果一覧

都道府県名	JMTI 2017 ランク
愛知県	5
秋田県	43
青森県	44
千葉県	4
愛媛県	32
福井県	30
福岡県	9
福島県	36
岐阜県	15
群馬県	16
広島県	28
北海道	3
兵庫県	10
茨城県	22
石川県	27
岩手県	34
香川県	20
鹿児島県	13
金沢県	8
高知県	47
熊本県	26
京都府	6
三重県	21
宮城県	19
宮崎県	38
長野県	23
長崎県	39
奈良県	11
新潟県	35
大分県	33
岡山県	37
沖縄県	7
大阪府	2
佐賀県	42
埼玉県	14
滋賀県	18
島根県	41
静岡県	17
栃木県	12
徳島県	29
東京都	1
鳥取県	31
富山県	25
和歌山県	40
山形県	46
山口県	45
山梨県	24



# 日本のムスリムトラベル市場におけるビジネスチャンス

## 1. 地方ならではのホスピタリティ

インバウンド消費は大都市から今後地方都市へ波及すると期待されているが、ムスリムへのホスピタリティはその有効な打ち手になる可能性を秘めている。美しい田園風景、四季折々の自然、雪を見ること触れることなどが訪日理由の上位にあり、対応を始めた地方からムスリム訪日客の選択肢になってくると考えられるからである。

## 2. 世界基準のサービス

日本政府は2016年の2490万人に続き、2020年は4000万人、2030年には6000万人の訪日客の誘致を目指している。観光立国を目指す日本にとって5スターホテル不足と世界基準のサービス提供は、喫緊の課題であると共に新たなビジネスチャンスでもある。

## 3. ヘルシー・ウェルネスツーリズムの推進

日本は長寿の国として知られ、日本食はヘルシーというイメージが強い。従って日本はディスティネーションマーケティングにおいて「長寿、健康」を大いにPRし、イスラーム諸国が求める新しい「日本ならではの」として健康とウェルネスにフォーカスしたツーリズムを推進できる。

## 4. 海外認証機関とエコシステムの活用

国内レストランにおける認証体制が未整備の中、日本のハラール認証機関はこれまで日本からの輸出品への認証にフォーカスしてきたが、今後は例えばマレーシアのような海外認証機関が積極的に関与することにより、国内のハラールのエコシステムの整備が進むだろう。

## 5. 世界的イベントの活用

今後日本では2019年ラグビーワールドカップ、2020年オリンピック・パラリンピック東京大会、2026年アジア競技大会といった世界的なイベントが連続して開催される。こうした機会は日本が世界中からのムスリム旅行者を受け入れる大きな機会となるだろう。



衛  
二六  
八三  
之番

加

大衆割烹  
全国地酒  
大黒屋

鳥園

SIPPON  
串焼

出横丁

Toilet  
この先



安食衛  
ごたわ料理と全国地酒

養老  
乃瀧  
営業中

黒雲島  
¥200  
瀬祭  
赤霧島

牛乳  
ポルモン

牛乳  
ポルモン

白パー  
馬刺

生ビー

## GMTIの判定基準

ムスリムフレンドリーな旅行先としてGMTIが評価するポイントは大きく分けて四つある。まずアクセスのしやすさである。ムスリム旅行者がアクセスが難しい場所をわざわざ旅行先にするとは考えにくい。アクセス性は何をにおいてもまず検討される重要ポイントである。

次に重要なのはコミュニケーションである。これはムスリムに対する理解度と彼らが自国で利用しているサービスのレベルを旅行先でも確保できるのかということである。満足するレベルが期待できないのであれば、旅行先として検討されることはないからである。

ムスリム旅行者にとって快適な環境の確保も求められるポイントである。ムスリムフレンドリーでない異質な環境は、一般的に望ましくないと考えておくべきである。

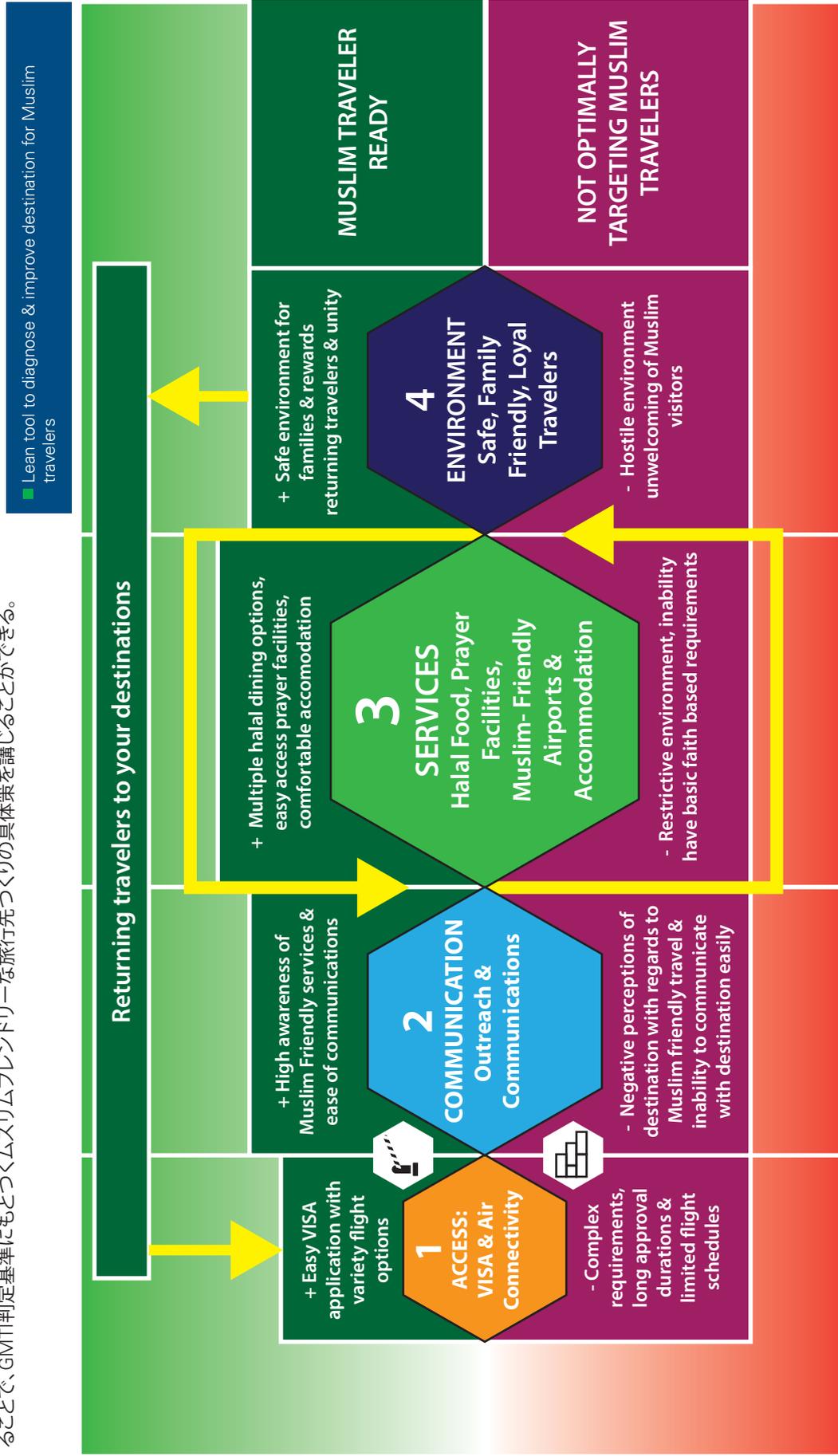
最後のポイントはムスリム旅行者の信仰上のニーズを満たすサービスの提供である。彼らが旅行先でも望む信仰上のサービスや施設の提供が重要視される。

各国は以上四つのポイントを鑑み、以下の二つの方法でGMTIでのスコアアップを図ることができる。

「GMTI判定基準と顧客体験マップ」では、出発から旅行先に至るまでムスリム旅行者が様々なポイントでどのように反応したか、そしてそれがどれくらいムスリムフレンドリーであったかが測定できる。一つ目の方法は、マップにある四つの重要ポイントをについて、ムスリム旅行者の顧客体験を戦略的にマネージメントすることである。二つの目の方法はACESモデルへの取り組みである。アクセス、コミュニケーション、環境、サービスの各項目における具体的な対策を確認し、ムスリム旅行者へのホスピタリティを向上させる具体的な対策を講じることである。

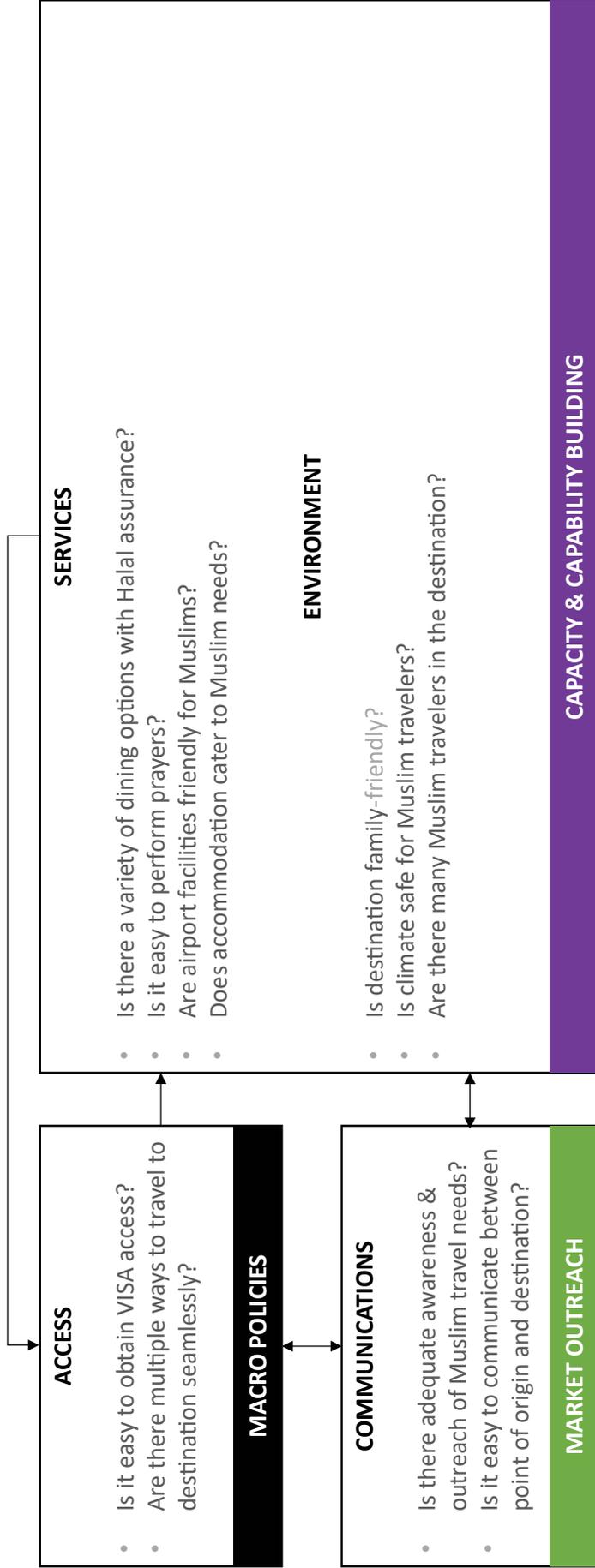
## GMTI評価基準と顧客体験マップ

以下のモデルを用いてアクセス、コミュニケーション、環境、サービスという四つのポイントを評価することで、GMTI評価基準にもとづくムスリムフレンドリーな旅行先づくりの具体策を講じることができる。



# ACESモデル

Strategic tool based on the GMTI framework to enhance Muslim travel experience



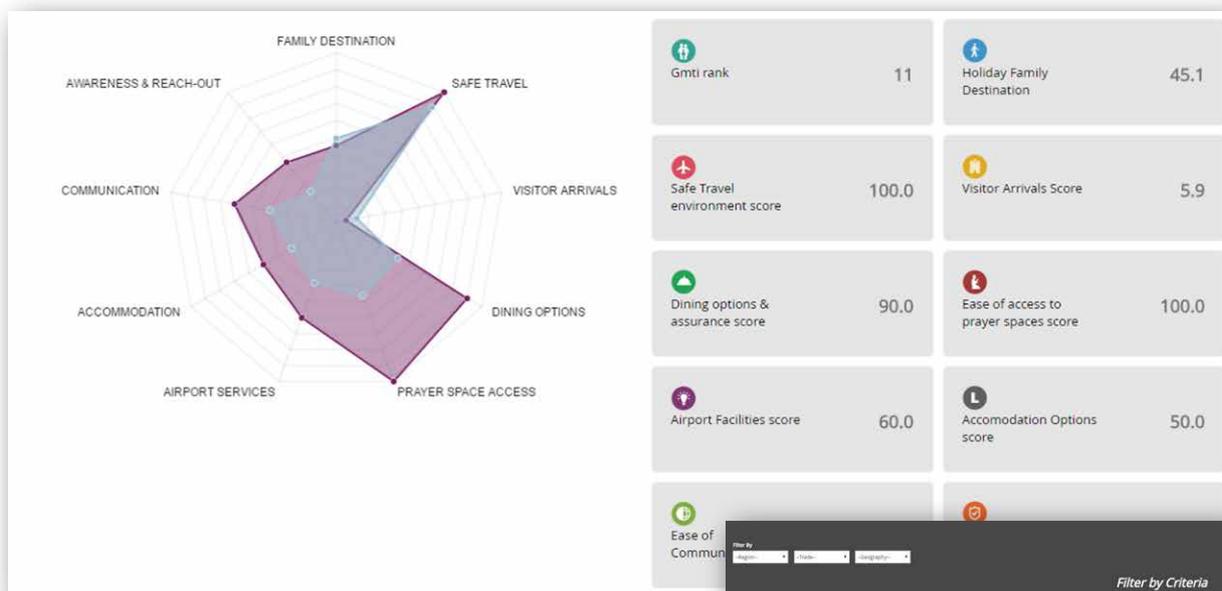
**CRESCENTRATING ACES MODEL FRAMEWORK**

Easy to access?	Good communications?	Comforting environment?	Enabling services?	Impact on destination
No				Not considered by Muslim Travelers
Yes	No			Unfamiliar for Muslim travelers
Yes	Yes	No		Undesirable for Muslim travelers
Yes	Yes	Yes	No	Frustrated Muslim travelers
Yes	Yes	Yes	Yes	Loyal & advocating Muslim travelers



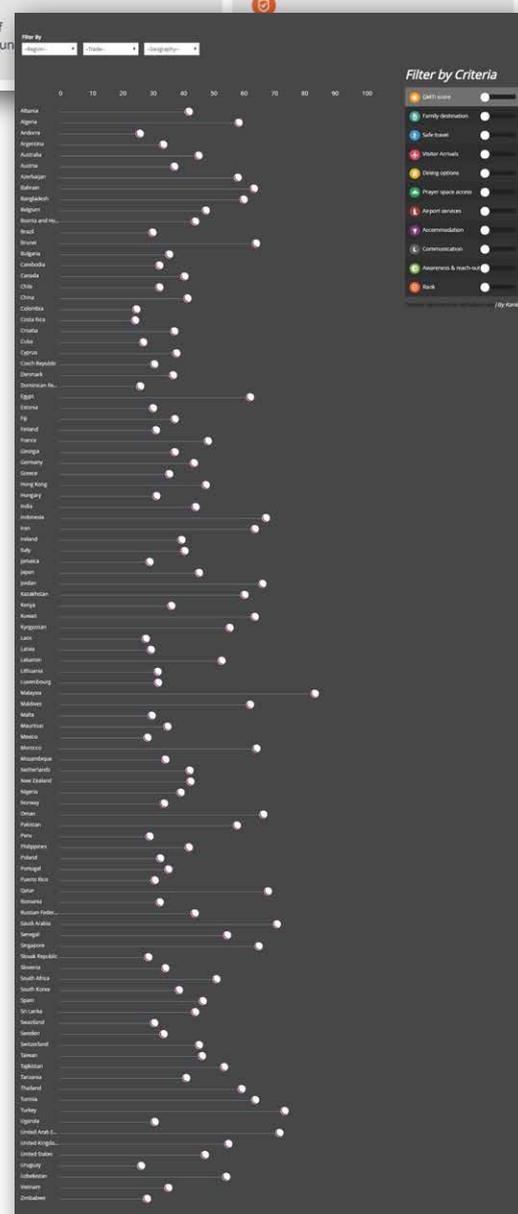
حلال  
Halal  
Sumiyakiya

# GMTIへのアクセス



GMTIの評価結果はクレセントレーティングのオンラインプラットフォームで確認できる。各評価項目におけるスコアとランキングを確認でき、各国は包括的な調査と分析ができる。このプラットフォームには評価項目毎にフィルター機能が設けられており、エリア別、トレードブロック(貿易経済圏)別といった様々な基準での検索が可能になっている。URL:

<http://www.crescentrating.com/global-muslim-travel-index/2017.html>





明の湯 大湯温泉  
温泉  
ホテル鹿角

## 追補: ムスリム旅行者の信仰上のニーズ

ムスリム旅行者には重要な六つの信仰上のニーズがある。大多数のムスリム旅行者はそれらニーズに拘るが、そのこだわりの程度は個人によって異なる。

### ハラールフード

ハラールフードはムスリム旅行者にとって最も重要なサービスである。どんなハラールフードであればよいかは個人により、またどの地域からの旅行者であるかによっても異なる。中東および西欧からのムスリム旅行者は、ハラール認証が普及している地域を好んで旅行先に選んでいる。

### 礼拝施設

礼拝はイスラーム教の宗教行為の中心的の一つであり、イスラーム教の五柱の二番目に位置する。Pew Research Centreのレポートによれば、ムスリムの63%が一日五回の礼拝を行う。旅先ではいくつかの礼拝をまとめて一日三回ということもあるようである。

このニーズに応えるため、ムスリムがよく訪れる公共施設やその他の施設には礼拝室がなければならない。また、ウドゥとよばれる洗浄習慣も重要なものとして考慮しなければならない。ウドゥはムスリムがお祈りの前に行うものである。そのため礼拝室には「足を洗う」設備がなければならない。

### 水栓付きトイレ

ムスリムにとって純潔、清潔は、信仰の核となるものである。そして水は大変重要で、身体の清潔さはムスリムであるための重要な要素なのである。従って、トイレの衛生には特に注意を払わなければならない。トイレの中では水が使えなければならず、水栓設備がないことはムスリムにとって大変不快なのである。ハンドシャワー、ビデ、そして日本のシャワートイレが広く普及した現在、この種の設備を備えることはそう難しいことではない。イスラーム教国、南アジア、東南アジアでごく普通に見られるのは、ハンドシャワーがトイレ壁面のホルダーに取り付けられているタイプである。

#### Key faith-based needs of muslim travelers

- ▶ Halal food
- ▶ Prayer facilities
- ▶ Ramadan services
- ▶ Water-friendly washrooms
- ▶ No non-Halal activities
- ▶ Recreational facilities & services with privacy

### ラマダンに対応したサービス

ムスリムがラマダン月に旅行することは少ないが、子供の学校の休暇と重なったりする場合は、家族で自国から離れて海外で過ごすムスリムも多い。さらに、イスラーム教の二つの祭典の期間に休暇をとるムスリムが増えている。この期間に旅行するムスリムの誘客を図るのであれば、サービス提供者は断食中の彼らの特別なニーズに応えなければならない。ホテルによる夜明け前のハラールフードのケータリングサービスは、その一例である。

### ノンハラールでない娯楽など

ムスリムはあるアクティビティをハラーム、すなわちノンハラールであると考え。旅行においてはファミリーフレンドリーな環境を求めため、ディスコやギャンブル場が併設されているような施設は避けたいと考えるムスリムもいる。

source

Pew Research Center Forum on Religious and Public Life (2014); The Future of the Global Muslim Population; Washington, DC USA

### プライバシー重視の娯楽施設・サービス

ムスリム旅行者の一部は、娯楽施設に男性と女性を分けるようなプライバシー確保を望むことがある。例えば男性用と女性用にわかれているプールやジム、また男女が別々に楽しむことができるビーチといったものである。

### 信仰上のニーズに基づくムスリムの分類

信仰上のニーズにどれくらいこだわるのかという点において、ムスリム旅行者は均一ではない。そこでサービス事業者としては、これらニーズを「絶対に必要」「あった方がよい」「あれば喜ばれる」の三つに分けて考えるとよい。

#### Need to have

- ◆ Halal food service
- ◆ Salaath (Prayer) facilities

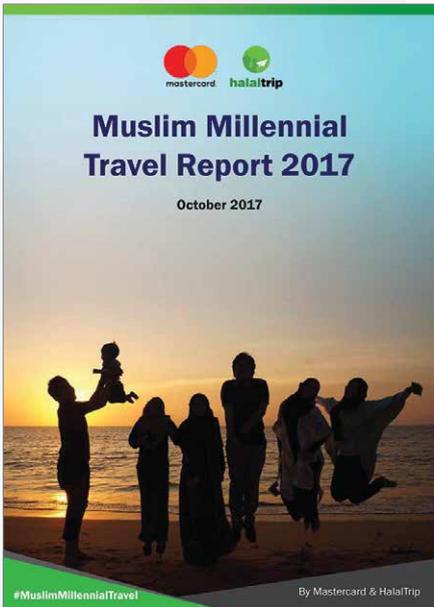
#### Good to have

- ◆ Water usage friendly washrooms
- ◆ Ramadan (fasting) services & facilities

#### Nice to have

- ◆ No non-Halal activities
- ◆ Recreational facilities and services

# More Muslim Travel Market Reports & Resources

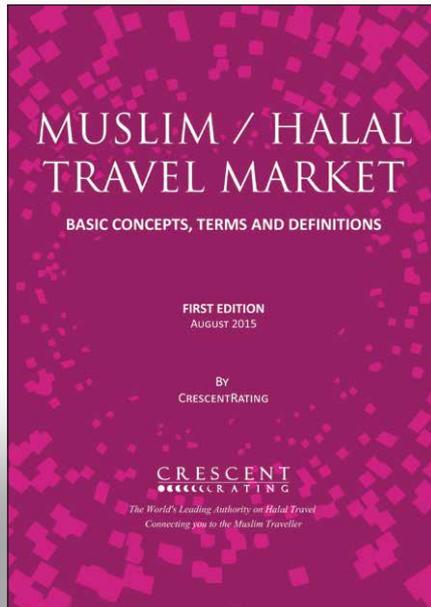


**Muslim Millennial Travel Report**  
October 2017

#MuslimMillennialTravel  
By Mastercard & HalalTrip

**Muslim Millennial Travel Report**

Access the latest and most comprehensive research on the travel patterns of the Muslim Millennial by downloading a free copy of the Mastercard-HalalTrip Muslim Millennial Travel Report 2017.



**MUSLIM / HALAL TRAVEL MARKET**  
BASIC CONCEPTS, TERMS AND DEFINITIONS

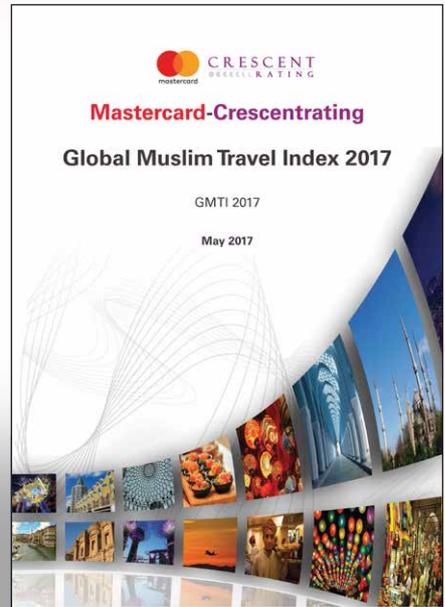
FIRST EDITION  
AUGUST 2015

BY  
CRESCENTRATING

**CRESCENTRATING**  
The World's Leading Authority on Halal Travel  
Connecting you to the Muslim Traveller

**Halal Travel Glossary**

The Halal Travel Glossary released by Crescentrating promotes accurate and consistent use of terms in the Halal travel market. Over 150 terms and concepts have been entered and validated with regular updates planned as the market matures.



**Mastercard-Crescentrating**  
Global Muslim Travel Index 2017

GMTI 2017  
May 2017

**Global Muslim Travel Index (GMTI) 2017**

Access the latest and most comprehensive research on the Muslim travel market by downloading a free copy of the Global Muslim Travel Index 2017.

Access free reports and the latest research findings on the Muslim travel market.

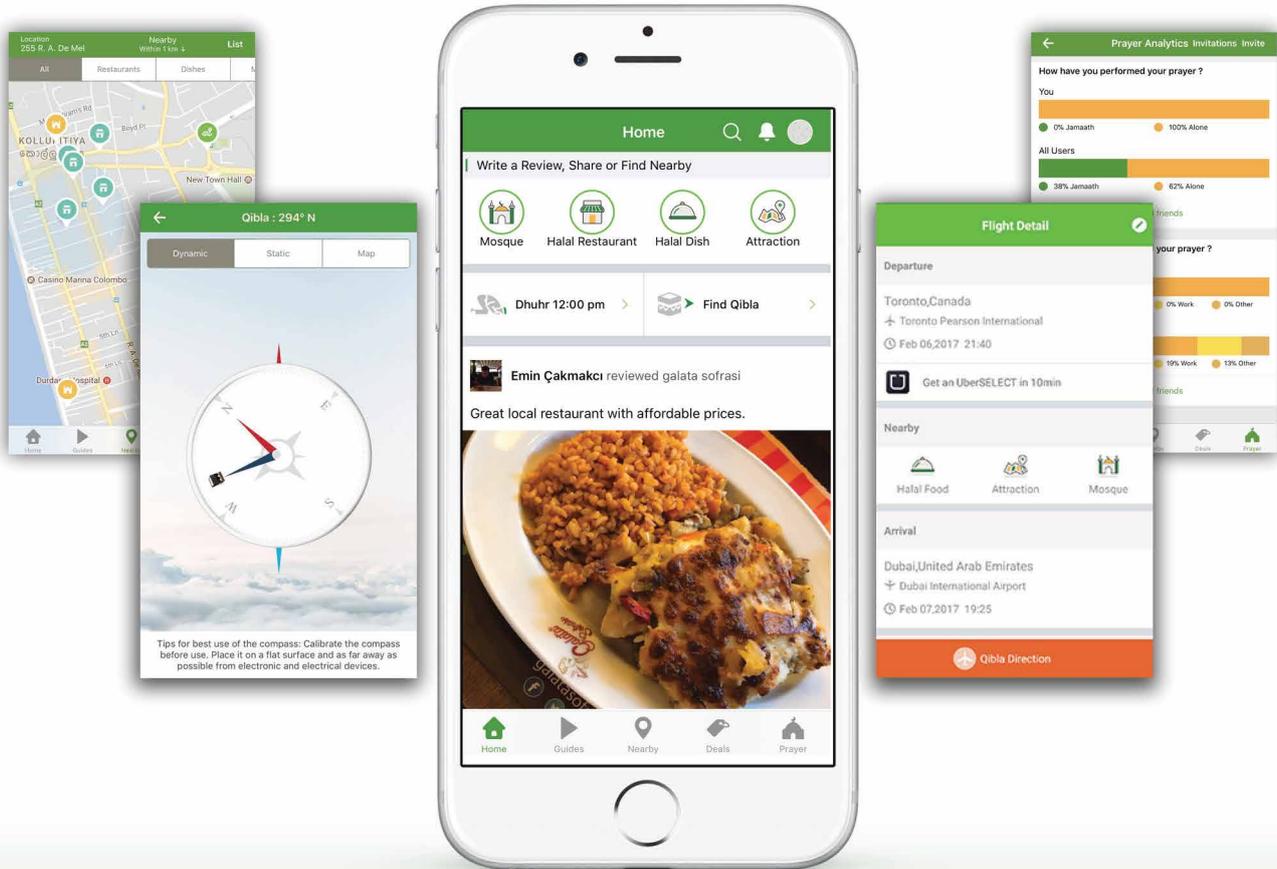
<https://www.crescentrating.com/halal-muslim-travel-market-reports.html>





**Get Inspired • Go • Inspire Others**

**Fully integrated all-in-one  
Muslim lifestyle app**



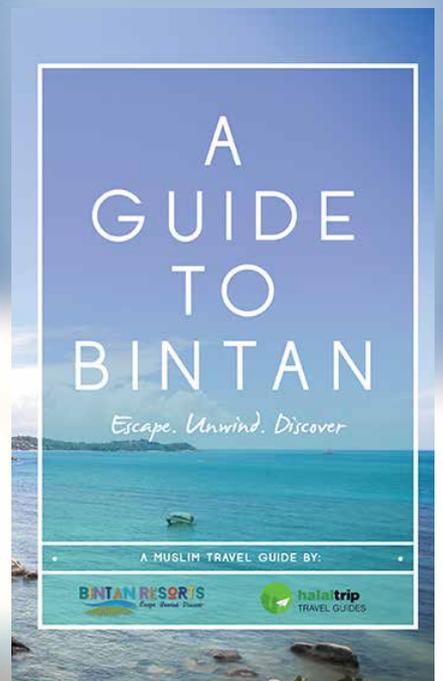
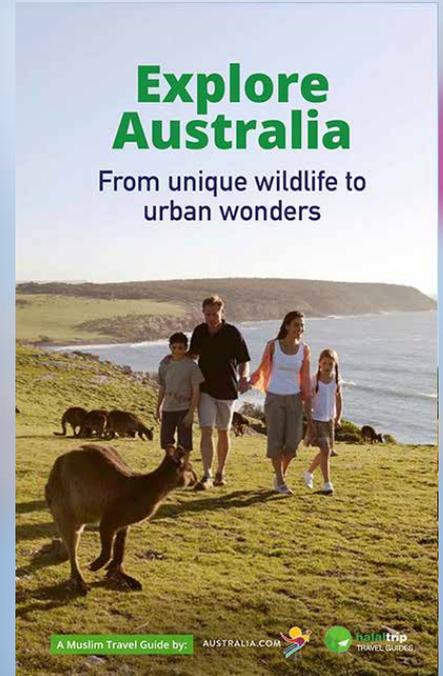
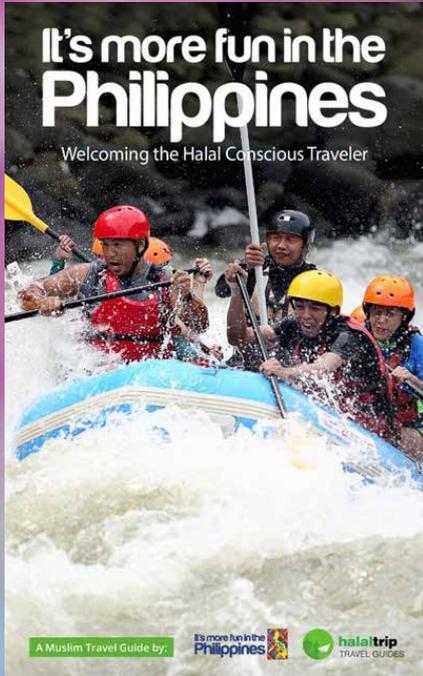
[www.halaltrip.com](http://www.halaltrip.com)



mastercard.

Strategic payment partner

# HalalTrip's Downloadable Muslim Visitor Guides In partnership with Destinations



Access the latest downloadable Muslim visitor guides on HalalTrip mobile app or [halaltrip.com](https://www.halaltrip.com)

<https://www.halaltrip.com/downloadable-halal-travel-guides/>



## 企業概要



### About Mastercard

マスターカードは決済分野のグローバルIT企業です。個人やビジネス、コミュニティがよりつながりやすく、多くの機会を持ち裕福になっていく今、世界はキャッシュレスに向けて動いています。

当社は、世界210以上の国と地域において消費者、金融機関、商業者、政府、事業体を結んで、世界一速い決済システムを運営しています。当社の製品、ソリューションによって、買い物、旅行、事業経営、財務マネジメントといった毎日の商業活動が、全ての人にとって、より容易に、安全に、効率的なものになっています。当社の決済手段によって、私たちは世界中の20億人のカード所有者、何百万もの商業者に価値を届け、彼らを強く結びつけています。

キャッシュレス世界を目指すものとして、当社は全ての人にとってより良い、より包括的な未来を保証することを望んでいます。私たちは、自社のテクノロジーと専門性を利用して、より優れた決済手段を実現することによって、互いの結びつきのより強い世界を創ることをめざしています。



### About CrescentRating

クレセントレーティングはハラールフレンドリーな旅行業界におけるリーディングカンパニーです。クレセントレーティングのビジョンは、今日旅行業界において最も増加しているとみられるムスリム旅行者に、実際的で使いやすいソリューションを届けることによってこの業界をリードし、改革し、より成長させることです。私たちはその洞察力、産業としての情報力、ライフスタイル、行動、ムスリム旅行者のニーズに関するリサーチ力を駆使して、ハラールフレンドリーな旅のあらゆる側面についての権威ある指針を世界中に提示しています。

2008年に創立されたクレセントレーティングは、いまや各国政府から旅行代理店、ホテルなどのホスピタリティサービス事業者まで、旅行業界のあらゆる層に利用され、彼らにどのようにすればムスリム旅行者のニーズに応えられるのかについての情報を提供しています。そのユニークなレーティングサービスは、詳細な分析、評価、ベンチマーキングを結びつけたもので、ハラールフレンドリー業界一のスタンダードとして確固とした評価を得ています。

クレセントレーティングの第一の目標は、ムスリムのニーズと要求を満たし、彼らが世界のあらゆる場所で満足を感じながら旅することができるようにすることです。クレセントレーティングの事業はレーティング、リサーチとコンサルテーション、ワークショップとトレーニング、ランキングとインデックス、イベントサポート、パートナーシップづくり、コンテンツ提供にまで及んでいます。ハラールトリップはクレセントレーティングの姉妹ブランドです。



### About HalalTrip

ハラールトリップが目指しているのは、信頼されるグローバルなオンラインプラットフォームを構築し、豊富な情報を基にムスリム旅行者がたくさんの感動を経験できる旅を選べるようサポートすることです。このプラットフォームは非常に包括的、革新的なもので、その次世代版としてモバイルアプリも展開しています。同サービスはハラールフレンドリーな旅を体験したいと思っている人にとって、旅行先選びや旅の計画がもっと面白く直観的なものになることを目指しています。



### About Halal Media Japan

ハラールメディアジャパンは日本のハラール情報のリーディングプラットフォームで、英語と日本語発信のポータルサイトを運営しています。日本のハラール情報をムスリムやそれを必要としている人々に届け、もって日本の国際化に貢献することを理念としています。ハラールグルメジャパン、ハラールエキスポジャパン、トーキョーモディストファッションショーは、ハラールメディアジャパンの姉妹ブランドです。





## 免責条項、著作権に関して

コピー、翻訳、電子データベース・インターネットへの保存、CD-ROMへのコピーなどによる、著作権法により明確に許可されていない本文書の利用は出版者の事前の許可を必要とする。

本文書の全ての情報は出版の時点で正確かつ信頼性があると信じられる情報源からリサーチされ、あるいはそれに依拠している。しかしながら、人的及び／あるいは技術的なエラーは起こりうるものであるため、情報源、その再現においてクレセントレーティング、マスターカードは文書のどの部分のエラー、不正確さ、省略の結果として生じたいかなる損失、損害にも責任を負わないものとする。全ての情報は保証なく掲載されており、クレセントレーティング、マスターカードおよび提携各社はそれらの情報の正確さ、完全さについてどんな保証もなしうる立場にない。本文書内のいかなる説明、言及、製品、出版者、組織、個人も当該製品、出版者、組織、個人の承認のもとに掲載されたものではない。

**CRESCENT**  
RATING

**CrescentRating Pte. Ltd.**

80 Changi Road, #05-12 Centropod,  
Singapore 419715

T: +65 6255 2896

E: [info@crescentrating.com](mailto:info@crescentrating.com)

W: [www.crescentrating.com](http://www.crescentrating.com)



**mastercard.**

**Mastercard Asia Pacific Pte. Ltd.**

3 Fraser Street | DUO Tower Level 17  
Singapore | 189352

T: +65 6390 5973

E: [venture.liang@mastercard.com](mailto:venture.liang@mastercard.com)

W: [www.mastercard.com](http://www.mastercard.com)



C R E S C E N T  
C R A T I N G

