

アジアでのパートナーを求めて ～アセアン諸国との交流を考える～

国際機関 日本アセアンセンター観光交流部部長代理 神田 瑞穂

私が勤務している日本アセアンセンターについて、簡単に紹介させていただきます。本センターは1981年に設立された国際機関で、日本とアセアン加盟10か国の11か国が加盟している団体です。業務はアセアンから日本への輸出の促進、日本とアセアン間の観光促進、投資の促進、そして日本とアセアン諸国間の人的交流を深めるための促進事業などを行っています。

私が担当している観光交流部では、アセアンの観光従事者向けの研修を毎年行うほか、アセアンと日本の間のインバウンド、アウトバウンド両方の観光促進を行っています。インバウンドは訪日観光客のことで、アウトバウンドとは、日本から海外に行くほうです。

当センター設立当初は、アウトバウンドのみを担当していましたが、2011年度からインバウンドも事業の対象になっています。また交流を促進するために、アセアンの文化を紹介するイベントも行っています。

アセアンの観光従事者を対象にした研修ですが、毎年アセアンの官民の管理職レベルの人たちを日本に招聘し研修を行っています。今年のテーマはバリアフリー観光です。東京と三重に皆さんをご案内する予定で準備中です。さらに日本で学んだことを、自国に帰って多くの人たちに伝えていただきたいと、フォローアップセミナーも開催しています。

また当センターの中には多目的ホールがあり、いろいろなイベントも実施しています。7月31日にはアセアンキッズ・デーという子ども向けの文化紹介イベントを行い、多くの子どもたちに来ていただきました。アセアンの昆虫の展示をしたり、ミャンマーやインドネシアなどの文化の紹介を行いました。そして子どもたちにアセアンの民族衣装を着ていただくサービスも行い、

皆さん楽しんでいただきました。それから近所の学校に出向いて、生徒さんを対象にしてアセアンの紹介をしています。

アウトバウンド全体としては減少傾向 だがアセアン諸国に限定すれば健闘

次に日本からのアウトバウンドですが、2012年をピークとして現在は減少傾向にあります。2015年に日本から海外に出た人は1,620万人でした。そのうち460万人がアセアンに行きました。

次が2012年と2015年を、男女年代別に紹介しているチャートです。2012年は過去最高の出国者を記録しています。1,840万人が日本から海外に出ましたが、2015年は全体的に女性の減少が多く、特に20代、30代、60代の落ち込みが目立っています。

さらに2015年と今度は2016年の月別の比較になります。まだ2016年の途中ですので、4月までのデータですが、少しいい兆しが見えています。2015年の12月に燃油サーチャージがなくなり、円高もあるので、徐々に海外旅行に行きやすい環境になっています。

次に年齢、性別でどういう人がいつ海外に出ているかを見ると、3月から4月は60歳以上の女性の割合が多い。5月は15歳から29歳の男性、女性の割合が多い。仕事をしている人は、ゴールデンウィークのようなお休みがとりやすいときに海外に出ている傾向が窺えます。

それから、直近の海外旅行の形態をアンケートで聞くと、フリープランや自由行動がたくさんあるタイプのパッケージツアーで行った人が38.9%で一番多く、次が個人で航空券やホテルなどを自分で手配した人が多いのです。2015年と比較すると、旅行会社のパッ

神田 瑞穂 (かんだ みずほ)

略歴

1987年より日本アセアンセンター勤務。観光交流部の職員として、ASEANの観光従事者向けセミナー、研修、文化紹介イベントなどを担当。2013年3月より日本各地で開催しているASEANからのムスリム訪日客受入れに関するセミナーの講師を務める。

日本アセアンセンター 正式名称は「東南アジア諸国連合貿易投資観光促進センター」。1981年に日本およびASEAN加盟国政府が協定に署名し、設立した国際機関。日本とASEAN諸国のパートナーシップを強化するために、貿易、投資、観光、人物交流の4つの分野において、多岐にわたる事業を実施している。



テージなどを利用しない形態のFITと旅行業界で言っていますが、個人で手配をして個人旅行をした人が増えつつある傾向があります。さらに、海外に行った人の実態を性別、年齢別に見てみると、若いほどフリープランの利用者が多くて、男性の40代、50代、女性の30代、40代はFITの割合が高い傾向があります。一方、男女とも60歳以上では、添乗員つきのパッケージツアーを利用する人が多くなっています。

次に海外旅行の申し込み先についての2015年と2016年の比較ですが、ウェブサイトです約をする人が増えています。さらに、2016年の旅行申し込み先を見ますと、ちょっと意外な結果が出ています。店舗、旅行会社などに行って申し込んだ比率の一番高いのが15歳から29歳の女性で、34%ぐらいの人が店舗で申し込んでいます。また男性も、比較的若い15歳から29歳の23.6%が店舗で申し込みをしています。すごく意外ですが、60歳以上の女性で店舗で申し込んだ人が11.5%で一番少なくなっています。

店舗を使った理由について、女性は旅行商品の細かいところを聞きたかったとか、相談に乗ってほしいかった。男性は、どんな旅行がお得か教えてほしいかったという声でした。また、オンライン決済は、セキュリティ上の問題から店舗で直接お金を渡すことを好む人が結構います。また、知り合いの担当者がいるので全部お任せしたという比率が、女性よりも男性のほうが高くなっていました。熟年世代も、ネットを使って申し込む人が多くなっている傾向が窺えます。

拡大するアセアンからのインバウンド

2015年は約1,970万人の訪日客がありました。45年

ぶりに日本に来る人が日本から出る人を上回った歴史的な年でした。アセアンからは約200万人が日本に來ています。日本政府は2020年までにインバウンド2,000万人を目標にしていたましたが、今年にも達成されそうで、現在は4,000万人を2020年までの目標に掲げようになっています。アセアンから一番多く来ているのはタイで、今年1月から6月だけで約50万人来ています。伸び率ではマレーシアやインドネシア、フィリピン、ベトナムなどが結構勢いよく伸びています。

アセアンからたくさん訪日客が来るようになったのは堅調な経済が1番の理由です。アセアン経済が堅調で中間層が拡大した結果、日本へ旅行に出られる余裕のある人が増えています。またLCC（格安航空会社）の存在も見逃せません。また、ビザもとりにやすくなり、あるいはノービザになったこと、そして、円安傾向になった点も理由の1つだと思います。

アセアンから来ている人が、どんな旅行を日本でしているかを、簡単にまとめてみました。キーワードの1番目が、「ショッピングとテーマパーク」です。東西の有名テーマパークは人気があります。ショッピングに関しても、アジア諸国では旅行に行ったらお土産を買って帰る習慣がありますので関心があります。普通のスーパーなどで売っているお菓子類などが結構人気があって、抹茶味のチョコレートやお菓子類なんかすごく人気があります。

それから次のキーワードが「団体旅行からFIT個人旅行へ」です。最初行くときは団体旅行ですが、だんだんリピーターが増えるにつれ、皆さん自分で手配をして個人的な旅行をする人が増えつつあります。旅行スタイルも、より多様性に富んだ旅行スタイルをする人が増えています。

来日する人の構成ですが、親族や家族と旅行する人が多く、楽しそうに家族で旅行しているのをよく見かけます。インドネシア、フィリピンは、日本で働いている親族を訪問する人が多いのも特徴です。ベトナムは、まだ割と業務で来る人が多いようです。

旅行先ですが、ゴールデンルートといわれる東京、京都、奈良などを含んだ観光地が初めて来る人にとっては人気のあるルートです。次によく行くのは北海道です。それから、雪、花、紅葉、果物、自撮り、親日的というのが、私が今まで事業などでアセアンの人を日本に招聘したときに共通して好まれる特徴です。

アセアンは1年中、日本の夏のような気候ですから、冬や雪に非常に憧れがあるので、北海道はそれだけ人気があります。お花は、桜はもちろんのこと。ラベンダー畑や藤とか、紅葉も含めて、とにかく大好きです。果物では柿やリンゴ、イチゴ、ブドウ、梨などアセアンではなかなか食べられない果物が人気です。ですから果物狩りなども旅行のプログラムとしては人気があります。自撮りですが、SNSを利用している人が日本に比べて多く、ほんとうにたくさん写真を撮ってアップします。そして、親日的です。後で親日のデータも紹介しますけれども、日本ファンが多いのが特徴です。

皆さんが日本に来るハイシーズンですが、シンガポールは、学校のお休みのときに来る人が多いです。タイはタイ正月、これが4月の13日から15日あたり、このときに旅行に来る人が多いのと、あと10月にも休暇がありますので、まとまったお休みのときに旅行に来る人が多いです。マレーシアは、日本の桜の季節に合わせた訪日に人気があります。インドネシアは、学校のお休みが6月中旬から7月初旬にあります。次に、ラマダン（イスラム教徒が1年に1回、約1か月間行う断食）明けの時期です。その時に旅行に出る人が多いようです。そのほかイスラム関係のお休みは、イスラム教が使うヒジュラ暦というカレンダーを見ればわかりますが、1年約354日と私たちがふだん通常使う365日より短いので、毎年、日にちがずれるので注意が必要です。

次にビザですが、シンガポールとブルネイは、以前からノービザでしたが、マレーシアとタイも、2013年からノービザになりました。またインドネシアも、ICチップが入った旅券を事前に日本大使館で登録すれば、実質ノービザで来られるようになっています。

フィリピン、ベトナムはまだビザが必要ですが、前よりも申請がしやすくなったと聞いています。

次にタイからどういう人が日本に来ているのかをお話します。男女別、年代別の訪日経験のデータで、JTB総合研究所が、2015年の6月にタイ在住で、1年以内に日本への観光旅行を計画している20歳から67歳の男女それぞれ250名ずつにアンケートをした結果です。これから行く予定がある人の中で、7割近くがリピーターで若い世代が多いのが特徴です。

日本旅行中にどんな交流を望むか聞いたところ、1番多かったのが、日本の日常生活に触れたい。地域の活動に参加するなど積極的に交流を持ちたいという回答でした。特に来日経験のある人は、ホテルや観光案内所の人と雑談をしたい。未経験者は、ただその際にちょっと言葉の不安があるという特徴が出ています。

誰と旅行をしているかですが、お友達やカップル、そしてここにも親族、家族が3番目に多いです。3世代の旅行は、手がたく添乗員つきパッケージツアーが多いようです。

旅行の行程を決める際の情報源ですが、友人の体験談とか、口コミが重視するポイントになっています。また、SNSの投稿を参考にする人もかなりいます。どういう投稿が参考になったかについては、男性は景色や建物の写真など、女性は経験したもの、何かを楽しんでいる様子などを参考にして、旅行の行き先を決めたりしているようです。

旅先でのインターネット利用状況ですが、観光情報を探したり、あとはSNSでお店情報を入手したり、そして、自分でSNSを通じて発信する人がかなりいます。情報発信のスタイルは、写真や画像が圧倒的に多いです。日本はまだフリー Wi-Fiでアクセスできる場所が限られています。旅行者の方たちにとって使いやすくしていただくと、SNSなどで瞬時に情報発信していただけるので、宣伝効果があると思います。

「ハラルとハラムについて 知っておきたいこと」

これから、あくまでもアセアンのムスリム（イスラム教徒）を受け入れる時の参考にしていただければという内容でお話をしたいと思います。

ハラルはアラビア語で許可された、容認された、イスラムの法的に認められているもののことを意味しま

す。反対にタブーなものはハラムと言います。

ハラムから先に説明します。豚肉がムスリムには1番のタブーです。豚肉及び由来品ということで、気をつけていただきたいと思います。ベーコン、ハム、ソーセージ、ラード、乳化剤、ショートニング、ゼラチンなど、これは実は全部豚由来のものです。それからアルコールですが、若干個人差があって、確かに中には飲んでしまう人もいます。私が今まで一緒に働いてきた中でも、ビールはアルコール度が何%だからいいとか、都合のいい理由をつけて飲んでる人もいたりします。でも、基本はやはりいけないことになっていますので、出さないほうがいいでしょう。飲まない方には、お水とかソフトドリンクを出してください。

次はハラルですが、豚肉がダメなら豚肉以外ならいいかという、鳥や牛でも、ハラル肉しか食べない人も結構います。イスラム法に基づいた食肉の処理の仕方があります。これは、資格を持った人が行いますが、動物をメッカの方角に頭を向けて、文言を唱えながら切り取っていくことで、今はかなり機械化されていますが、イスラム教にのっとった処理をしないと、一切食べない人も中にはいらっしゃいます。

魚介類、野菜、果物、これは基本ハラルなので大丈夫です。日本の刺身や寿司なども、以前は生の魚ということで食べる人は少なかったのですが、最近はかなり人気があります。さらに保存方法ですが、例えば冷蔵庫でハラルのものと、そうでないものを一緒に保存すると、もうハラルではなくなるとする厳格な考えがあります。調理器具も、私たちは洗えばいいと思うのですが、それではだめです。ハラルとハラルでないものは分ける必要があります、これをきちんとやろうと思うとなかなか大変です。

ハラルの認証団体、アセアンの代表的なものをこちらにちょっとロゴをお見せします。スーパーマーケットなどに行きますと、ハラルの商品にはこういうものを貼ってあるものが多くあります。食べ物だけではなく、特に口に入る歯ブラシや歯磨き粉とかでも認証のマークがついているものもあります。

日本のハラル認証ですが、共通の認証マークは今のところありません。認証団体の数が非常に多く、それぞれの団体が、それぞれのスタンダードで今認証をしているということで、混乱が生じている面もあります。

認証をとろうと思うと、やはり大変です。例えば、

ホテルですと冷蔵庫をハラル用とノンハラル用の2台買わなければなりません。調理器具も全て2セットということで、かなりの設備投資が必要になってきます。アセアンでハラルのお店ではアルコールを提供してはいけないことになっています。食材の輸送もハラルとハラムを分けることがアセアンのハラルでは求められています。これを聞くと、ムスリムの受入れはできないかと皆さん思うかもしれませんが。しかし認証をとる以外にも、できることから対応していただくことが可能です。

それから礼拝ですが、イスラム教徒は1日に5回礼拝をします。明け方から日の出、正午から昼過ぎまで、昼過ぎから日没まで、日没直後、それから寝る前ということで、この1日の5回の時間は日によって、あとはどこにいるかによって違ってきます。礼拝する前に身を清めて、メッカの方向を見て礼拝をします。お祈りする時は礼拝用のマットを使うのが一般的です。なければ、清潔なリネン類などを準備していただいてもそれで十分です。

そして、このキブラという矢印ですが、これは、メッカの方角を示す矢印です。かつてはコンパスを使い、メッカの方向を調べて、そしてその方向を向いてお祈りしていました。今はお祈りの時間やメッカの方向は、いろんなサイトで調べられるのですが、スマートフォンでも確認することができます。また、イスラム教徒のお祈り前の身の清め方は、コーランにもちゃんと書いてありますが、顔を洗い耳の裏を洗ったり、手も肘まで洗います。1番大変なのは足を洗う必要があることです。私の職場のイスラム教徒に聞いたところ、洗面所で足を洗面台に乗せて洗っているそうです。女性に聞いたら、ちゃんと洗うことはできないので、足にちょっと水を数滴垂らして、まあそれでよしというふうになっているとのことでした。

日本でも空港などで、お祈りのスペースを設けるところが出てきています。

お祈りは5回となっていますが、どうしても仕事や旅行で、時間どおりにはできなかったりします。2回目と3回目、4回目と5回目はまとめてしてもいいことになっています。その辺は意外とフレキシブルで、どうしても日中でできなかった人は、まとめて寝る前にきょう一日分としてお祈りをしたりしています。

また、お祈りのスペースについてしばしば聞かれますが、特別にそういう場所をつくる必要はありません。

静かで清潔な場所でしたら、会議室の一角などを使っていただく対応で十分です。

「段階を踏んで受け入れ体制を 考えていく」

イスラム教徒への対応は、大変そうだとの印象を持たれてしまったかもしれませんが、大丈夫というお話をここからしたいと思います。そもそも、日本に来るイスラム教徒の旅行者は、日本はイスラム教が多い国でもなく、対応も限られていることをわかった上で、割と寛容な気持ちで来ている人が多いのです。これはデータがあるわけではありませんが、わかりやすいように書いてみました。①豚関係とアルコールさえなければ大丈夫な人がいます。②次に豚肉以外、チキンやビーフでもハラルの肉じゃないとだめという人、③さらに厳しいハラル環境、もうお皿もハラル専用のものじゃなきゃだめだという人もいます。日本へ旅行に来ている人はこの①と②のグループの人が多いと思います。

個人差が多いことを先ほどからお話していますが、参考までに私が今まで一緒に働いたことのある職場の人たちについて、比較のために表をつくってみました。礼拝ですが、これは必ずしている人がいるかと思えば、時々する、全くしない人もいました。アルコールも、ほとんどの人は飲まないのですが、1人はあまり気にせずに飲む人がいました。豚肉は、さすがに全員絶対食べません。豚肉以外の肉は、ハラル肉しか食べない人もいれば、豚でなければ大丈夫な人がいたりします。しょうゆ、みりんですが、こだわらない人がほとんどです。実は、しょうゆには若干アルコールの成分があるとのことで、厳格な人だとちょっと気にする場合があります。1人はしょうゆ、みりんもなしが、またはハラル対応のものということです。

モスクの礼拝ですが、イスラム教では金曜日が集団礼拝日になります。必ず金曜日はちょっとお昼時間を長目にとって行く人もいれば、時々ラマダン明けなどにだけ行く人もいて、非常に個人差があります。

皆さんがどういう受け入れから始めるかですが、まずは知ってくださいということです。豚肉、アルコールを提供しない。あと、ハラル肉というものがあることを知っていただくだけで、イスラム教の方が皆さんの土地にいらした時に対応がスムーズにできるでしょう。

それからレストランですとかホテル向けの内容にな

りますが、日本語のメニューしかないとか、注文しにくいと言っています。そこで食材がわかる英語とか、ピクトグラム（絵記号）入りのメニューを用意していただくといいと思います。何の肉か、ポークが入っていないとか、アルコールを使っていないことが記載されていれば、皆さん非常に助かると思います。豚肉なしが前提ですが、例えば、ホテルの朝食会場のビュッフェの場合は、英語の説明と、ピクトグラムを置いておく。ピクトグラムの豚はあまりリアルじゃない感じの絵のほうがいいかと思います。

次のステップは、ハラル食材を使用することです。ハラルのチキン、ビーフ、マトンなども、オンラインなどで購入できます。ただし、ハラルという言葉の使い方には注意が必要です。ハラルメニューというと、皆さん完璧なハラルの環境でつくったものと思ってしまふ。そこで、ハラル食材を使用というような限定的な説明がいいと思います。私の知りあいの東京のホテルの方が、うちでもハラルメニューを始めましたと、メニューを持ってきてくださいました。私は、じゃあ冷蔵庫も別なものを買って、食器も全部分けたのかとお話をしたら、いえ、そうではなく、ハラルビーフを使っているという。この場合は、ハラルメニューではなく、ハラルビーフという言い方がいいと思います。

それから必要に応じて、何かの研修などで来ていらっしゃる方の中にイスラム教の方がいらっしゃったら、お祈りの時間と場所を確保していただけると、皆さん喜んでもらえると思います。

次に、もう少し本格的にイスラム教徒を受け入れる場合ですが、可能な範囲でハラルの環境に近づけることでいいと思います。当センターで招聘する人の中にも、厳格なイスラム教徒がいる場合もあります。そういう人は、もう自分の国から食材を日本に持ち込んでいます。日本でもハラルのレトルト食品などが入手可能で、そういうもので皆さん代用しています。

それから、これは私どもが研修などで人を呼ぶときに記入してもらうフォームです。名前、性別、生年月日のほか、宗教的な理由で何か食事の制限がある人は書いてくださいと、食事の制限を聞きます。ポーク、アルコールはだめと書いてあると、この人はムスリムだと事前にわかり、便利です。

行きたいところや旅行の傾向は、イスラム教徒もそれ以外の人もあまり変わりません。よくある質問が、お寺や神社は、案内してもいいかというものです。案

内してもいいと思いますが、参拝は自由にして強要しないほうがいいでしょう。

それから温泉は、日本観光の大きな魅力ですが、残念ながらイスラム教徒は、人前で裸になることに非常に抵抗があり、大浴場はだめです。内風呂だったら大丈夫ですが、ほかの人と入るのはちょっと考えられないようです。イスラム教徒ではないタイ人でも大浴場は苦手という方が結構多いようです。

次に意外と知られていないハラムやマナーについてお話します。実は犬はイスラム教徒のタブーです。例えば犬の写真がついた写真集などを彼らにプレゼントすることはふさわしくありません。革製品も、豚の革を使ったものはちょっと差し上げられません。それから人形ですが、イスラム教で禁止されている偶像崇拜につながるので、タブーではないが、ちょっと飾れないと言われたことがあります。

それからコーランですが、例えば、イスラム教徒の観光客がたくさん来てくれるので、コーランを用意しようとお考えになるかもしれませんが、アラビア語で書かれたコーランに、イスラム教徒以外の人が触れることを嫌がる人が結構いますので注意が必要です。

最後は、これイスラム教に限ったことではないのですが、一般的にアセアンの人たちは右手にスプーン、左手にフォークで食事をします。ちょっと食べにくそうにしている時などに、覚えておいていただけるといいと思います。

食事の味付けは、皆さんははっきりした味が好きです。和食はたんぱくな味付けで、実はちょっと物足りないんですね。だからといって、別に向こうの人に受けるような味付けにする必要は全くなくて、日本のオリジナルの味付けのものを出していただければいいと思います。皆さん、各自で好みの味付けをするのが一般的です。一味唐辛子などを出しておくと、それで調整しておいしそうに食べます。それから温かいものが好きです。おそばでも、ほとんどの人は温かいほうを選びます。パンより御飯。日本のお米がとても人気があります。そして、今まで私が見た感じでは、ふだん私たちが食べているような、天井などが割と皆さんに好まれています。

大切なことは観光地としての魅力をアピールすること

イスラム教徒への対応は押しつけがましくなっても、

逆に失礼になる場合があります。事業でアセアンの人を呼んだときに、そろそろお祈りの時間ですとお伝えしたところ、ちょっと嫌な顔をされました。旅行中はフレキシブルにと考えている人もいます。そこで、できれば事前に情報を開示して、相手に選択してもらってくださると、セミナーのときに皆さんにお話をしています。どの程度できるかをそれぞれの立場で考えていただき、うちはこの程度の対応だったらできる、どうしようかと相手に示していくコミュニケーションが必要となってきます。

大切なことは、観光地としての魅力をアピールすることだと思います。いくつかの自治体の例を御紹介したいと思います。横浜市の取り組みでは、ウェブサイトやFacebookでムスリムの留学生に横浜市の観光地に関するいろんな情報を発信してもらっています。横浜市の方にお聞きしたら、ムスリムが発信する情報は、日本人が発信する情報よりアピール力が高かったということでした。

次が東京都の取り組みですが、東京都のウェブサイトでピクトグラムが自由にダウンロードできるようになっています。メニューにも使っていただけるので、非常に便利だと思います。さらに墨田区の取り組みですが、墨田区で訪日客向けに無料でWi-Fiルーターを貸し出しています。墨田区内に4か所外国人向けの観光情報センターがあり、そこで簡単な手続きで貸し出します。貸出条件はルーターを実質無料で貸すかわりに墨田区の観光の魅力をSNSで発信してくださいとお願いしています。これは、非常にいい宣伝にもなります。事業で日本に招へいするアセアンの人からの苦情ナンバーワンは、無料Wi-Fiが使えるところが日本は少ないことです。登録が必要だったりする場合もありますが、その登録画面が日本語だけだったりします。もっといろんなところで無料Wi-Fiが使えるようになるといいですね。

受け入れに関しては、いろんな情報を提供すればするほど、むずかしい印象を与えるのではないかというジレンマがありますが、知識として知っておき、その上で可能な限りで皆さんのところにムスリムの観光客が来たときに対応していただければと思います。あまり大げさに考えたり、極端に特別視することなく、できることから受け入れを始めていただければ非常にうれしく思います。