

12 シンガポール概況（JETRO・JNTO ブリーフィング）

訪問日：11月19日（月）9：00～11：00

対応者：石原 賢一 氏（JETRO シンガポール事務所 次長）

清水 泰正 氏（JNTO シンガポール事務所 次長）



JETRO のブリーフィング

1 シンガポール概況

- ・面積：714.3k m²（東京 23 区よりやや大きい）
- ・人口：518 万人（2011 年）
- ・G D P：2,598 億 US ドル（一人当たり 50,123 US ドル）
- ・民族：中華系 74%、マレー系 13%、インド系 9%
- ・在留邦人：26,032 人（2011 年 10 月現在） 日系企業：745 社（2012 年 3 月）
（出展：JETRO シンガポール事務所資料）

2 JETRO シンガポール事務所ブリーフィング

(1) 成長が続く経済（過去 50 年間の GDP 平均成長率 7.1%）

① 政治のリーダーシップ

与党である人民行動党（PAP）が優秀な人物（主に役人、軍人、学者）を選別し、指名する。現在の首相リー・シェンロンは世襲だが、優秀な人物。

② 優秀な官僚組織

小学四年生から厳しい受験競争を経て、官僚を目指す。官僚の給料は非常に良い（30 代前半で年 2 千万円）。ただし、汚職に対する処罰は非常に厳しい。

③ 外資と国策企業：経済の 2 つのエンジン

- ・2 万社以上の外資企業、低い法人税率（17%、日本は実効 40%）
- ・インフラ部門（チャンギ空港、PSA 等）に国有企業を当てて育成し、民営化させて世界に進出する。

(2) 2011 年の総選挙「一つの分水嶺」

与党人民行動党が議席を減らす。大統領選も苦戦。所得格差の広がり、移住外国人、インフレが国民の大きな不満であり、政府はそれらに対して外国人のビザ発給制限、官僚の給与の引き下げ等を行っている。しかし、「国が縮んでしまうと日本みたいになる」懸念も。

(3) 新たな誘致政策「Host to Home」

進出先（Host）として外資系企業を呼び込む姿勢から、外資系企業がここシンガポールを拠点（Home）にして海外へ展開することを支援する方針に。

3 JNTO シンガポール事務所ブリーフィング

(1) JNTO（日本政府観光局）とは？

国交省の所管の独立行政法人。国内では、全国の観光案内所の認定、通訳案内士試験の実

施等を行っている。海外では14の海外事務所（来年はジャカルタに設置予定）を持ち、現地の旅行会社やメディアに日本をPRして、日本へ外国人観光客を誘致する。

(2) シンガポール、インドネシア、マレーシア観光客の訪日状況

① 東日本大震災前後の訪日外客数の比較（2010年1～10月と2012年1～10月）

- ・シンガポール↓（-17.0%）、インドネシア↑（+26.0%）、マレーシア↑（+13.7%）
- ・人数だけではインドネシア、マレーシア両国がシンガポールに迫っている。来年以降シンガポールを追い抜く勢い。

② シンガポールの状況

台湾、オーストラリア、韓国と競合している。日本国内での主な旅行先は東京が4割、北海道が2割。訪日観光者はパッケージ客より個人客が増加している傾向。

シンガポールは衛生観念が高い国であり、地震や原発事故が起こった日本に対して警戒感を持っている。「今何も日本に行かなくても…」

逆に、シンガポールへの日本人観光客は増加中、10年ぶりに70万人を超える見込み。



JNTOのブリーフィング

③ マレーシアの状況

やはり台湾、オーストラリア、韓国と競合している。日本国内での主な旅行先も同じく北海道がブーム。春の桜の季節に来日する客が多い。イスラム教の断食明けに出国する傾向（時期は毎年変動）。

④ インドネシアの状況

訪日人数のうち観光客の割合がまだ7割弱、これからまだまだ伸びる余地がある。マレーシアと同様断食明けが旅行シーズン。

(3) 東南アジア諸国から日本に誘客するに当たって

① ハラル

イスラム教の規律に則って処理された食品。大半がイスラム教徒のマレーシア、インドネシアの旅行者にとっては、ハラルに対応しているかどうかが行き先選びのポイントになる。

② LCC（格安航空会社）

「長距離バスからLCCに」マレーシアのエアアジアは東南アジアで一番の航空会社にまで成長し、地域の旅行手段を一新させている。LCCは日本でよく言われているような危険性は全くない。LCCによって直行便が無い地域にも安く移動できるようになっている。

③ 各自治体の連携とキラーコンテンツの売り込み

訪日観光客は東京、大阪、名古屋等主要都市だけでなく、必ずそれらの周辺都市も訪問する。そこで、他都市どう差別化を図るかがポイント。「一つこれだけは」というキラーコンテンツを作り、一目見てわかるビジュアルやメッセージでアピールを図ってほしい。

【文責：全国市町村国際文化研修所 稲垣 隆紀】

13 在シンガポール日本国大使館

日 時：2012年11月19日（月）11：30～12：30

対応者：在シンガポール日本国大使館 公使参事官

ジャパン・クリエイティブ・センター所長 安藤 俊英 氏

在シンガポール日本国大使館 一等書記官 中川 哲宏 氏

1 訪問概要

在シンガポール日本国大使館を表敬訪問し、安藤公使参事官及び中川書記官に対応いただいた。

冒頭、訪問団の団長である三枝自治体国際化協会理事から「国内市場の飽和を受け、地方自治体では、地域産品の輸出促進や訪日観光客の誘致促進など、海外での経済活動ミッションに力を入れる動きが加速している。中でも、目覚ましい成長を続けるASEANに対する注目は年々高まっており、特にシンガポールをこれら地域のゲートウェイとして捉え、活動強化を図る地方自治体は多い。知事や市長によるトップセールスも年々増加している。今回のプログラムでの現地関係者との意見交換や関係機関の視察を通して、シンガポールにおける物産や観光等の現状をより深く理解し、各自自治体の今後の施策へと活用していきたい」旨の挨拶が行われた。

また、各参加者からも各々自己紹介や今回の研修への参加目的、各所属自治体での活動等について説明を行い、シンガポールの印象などについて意見交換をした。

続いて、安藤公使参事官からは、2009年11月に開設された「ジャパン・クリエイティブ・センター（JCC）」に関する紹介があった。

JCCは、日本・シンガポール両国政府の協力の下、シンガポールにおける新たな日本文化発信拠点として開設され、シンガポール政府から寄贈された大使館近くの伝統建築物を改装した建物に常設のギャラリースペースが設けられている。開館以来、民間とも積極的に連携しつつ、文化を中心とした日本の「いま」を伝える新しいタイプの情報発信拠点として、日本文化、芸術、伝統、アニメ、デザインなど様々な側面からNipponの情報を発信している。公使参事官からは、「地方自治体の地域の魅力の発信についても、JCCの活用などを通じて大使館としても支援していきたい」旨の発言があった。

その後、「シンガポールは、1人当たりGDPが日本を上回るなど大変優れている国であり、日本としても学ぶべき点が多い。シンガポールと日本との観光・経済交流は益々盛んになっていることはご承知のとおりであるが、ぜひより一層様々な地方自治体にシンガポールへ来て交流してほしい。自治体が行うプロモーション活動等に対しても支援を強化していきたい。」旨の話をいただいた。

【文責：自治体国際化協会経済交流課 川島 裕志】