

シンガポールの観光事業の発展について

白木由香

(東海学院大学人間関係学部)

要 約

国連世界観光機構 (UNWTO) によると、国際旅行到着数は、2030 年に 18 億人に達すると予測され、国際観光客到着数と世界の実質 GDP は強い相関関係が見られる。日本においては、2016 年 (平成 28 年) 3 月 30 日に『明日の日本を支える観光ビジョン』を策定し、同年 12 月 15 日に統合型リゾート (IR=Integrated Resort) 整備推進法を成立させ、『観光立国』の実現に向けて始動した。本稿では、2010 年に統合型リゾート (IR) を開業し、多くの観光客を集めたシンガポールの取り組みを事例検証し、シンガポールの観光事業の発展について、経済効果との関連から報告する。シンガポールの観光事業の発展は、2 つの発展時期に大別され、第 1 期では、観光資源が乏しい国の産業の特性を克服するために、「Tourism Unlimited(ツーリズム・アンリミテッド)」という構想のもと、シンガポールを拠点とした近隣諸国への観光投資を促進した。第 2 期では、本国の観光事業を、政府と海外の民間企業からの投資によって開発し、さらに、ビジネスの拠点として発展させていく様子を報告する。

キーワード：観光産業、観光政策、インバウンド事業、統合型リゾート (IR)

1. はじめに

国連世界観光機構 (UNWTO) (2014) によると、国際旅行到着数は、1950 年に約 2500 万人だったのが、2010 年に 10 億人、2020 年には 16 億人、2030 年に 18 億人に達すると予測され、年平均 3.3% で増加していく試算となった (アトキンソン, 2015)。このような背景のもと、日本においても、2020 年オリンピック・パラリンピックおよび「その後」を見据えた観光政策を加速している (観光庁, 2016; 山下, 2011)。2003 年に政府観光局が訪日外国人旅行者の増加を目的としたプロモーション事業としてビジット・ジャパンを立ち上げ、2007 年に観光立国推進基本法を制定し、2008 年に観光庁を発足し、2016 年 (平成 28 年) 12 月 15 日に「特定複合観光施設区域の整備の推進に関する法律」(IR 推進法) が成立した (観光庁, 2016; 山下, 2011)。

一方、シンガポールやマカオでは、統合型リゾート (IR) を設置し、国際的な観光拠点として多数の観光客を集めた。シンガポールでは、1965 年の建国時に年間 10 万人に満たなかった観光客が、2016 年には年間 1600 万人を超え、観光収入も約 257 億 S\$ (1S\$=81 円: 2 兆 817 億円) となり、観光が主要産業の一つとして成長した (Singapore Tourism Board, 2016) ¹⁾。

本稿では、シンガポールが統合型リゾート (IR) を設

置するまでの観光事業の発展を、観光政策と経済効果の関連から報告する。まず、観光事業を「観光現象のもたらす、数々の効果を承認し、観光現象を巡る一切の要素に、組織を与え、訓練を施し、体系を整えることによって、国家の繁栄と人類の福祉増進とに寄与する目的的な総合活動である」と定義する (岡本, 2015)。シンガポールの観光事業の担い手は、政府や地方自治体、観光商品を開発・販売する民間企業、観光地に根付く文化、伝統を守る地域住民などであるため、ニュアンスとして企業活動を連想させる観光産業という言葉を使用せず、本稿では「観光事業」という言葉を使用する ²⁾。

そして、第 2 節において、世界国連観光機構 (UNWTO) の調査および先行研究を踏まえ、観光事業の歴史的発展と、観光政策と経済効果の関連を示す。第 3 節において、シンガポールの観光事業の発展を、第 1 期の近隣諸国の観光資源を開発した時期と、第 2 期の本国の観光資源を開発した時期とに大別し、それぞれの時期の観光事業の発展の特徴を報告する。なお、統合型リゾート (IR) の設置は、第 2 期の観光事業の発展であり、ビジネスのハブとの関連から事例を分析する。最後に、観光事業の発展は、立地 (国) の産業の特性・優位性と密接に関連している実態について言及する。

2. 観光事業の経済効果

観光とは、国連世界観光機構（UNWTO）（2014）によると、「1年を超えない期間で余暇やビジネス等を目的として、移住地以外の場所を訪れ滞在すること」と定義されている。観光の起源は、中世の欧州における巡礼、日本の「熊野詣で」や「お伊勢参り」などの宗教的行動や、スパ、湯治など病気の回復や心身の健康の増進を目指した行動という枠組みにおいて形成された（山下，2011）。

1960年代、大型航空機の普及など交通網の発展により、人間の移動が地球規模となり、観光の大衆化（マス・ツーリズム）が進んだ³⁾。そして1980年代、観光客向けに土地を開発し、施設の大型化が進み、観光商品の開発を強化した。観光は、鉄道や航空機などの運輸業、ホテルなどの宿泊業、レストランなどの外食産業など、幅広い経済活動に関わりを持つため、大きな経済効果を期待できると考えられる。すなわち、観光の発展は、地域の経済的活性化を促進させ、地域住民の経済厚生を増大させる効果が期待される。

一方で、観光の大衆化（マス・ツーリズム）の流れに対して、オルタナティブ・ツーリズムが勃興した。例えば、自然環境を保全しながら観光を楽しむエコ・ツーリズム、農村観光などのグリーン・ツーリズム、訪問先の住民の持つ文化を尊重し体験するエスニック・ツーリズム、ユネスコの世界遺産に指定される歴史的建造物などを巡るヘリテージ・ツーリズム、オリンピックやサッカーのワールドカップなどのスポーツの国際大会を訪れるスポーツ・ツーリズム、海外の医療施設に出かけて手術を受けるなどの医療ツーリズム、研修旅行などスタディ・ツーリズムなど、旅のスタイルは多様化し、国際化した。

さらに、サステナビリティ（持続可能性）というキーワードが用いられるようになった。国連世界観光機構（UNWTO）（2016）は、「持続可能性の原理は、ツーリズムの発展における環境、経済、社会文化的な側面に關わっており、長期間の持続可能性を保証するために、これらの3つの次元の間に、適切なバランスがとれていなければならない」と述べる（山下，2011）。観光地の環境を破壊することなく（環境的にサステナビリティ）、観光の主な担い手としての民間企業が、利潤を追求し、マーケットベースで存続でき（経済的にサステナビリティ）、観光地に根付く文化、伝統、歴史、風習などを保持すること（社会・文化的にサステナビリティ）が求められている。

この環境、経済、社会に加え、観光地の国家の主権を

保持する政治的サステナビリティが必要である（島川，2009）。観光地の各国は、政府観光局を設置し、政府観光局が主導して観光政策に力を入れる。すなわち、国家のイニシアチブで観光開発が行われる。山下（2011）によれば、どのような国のイメージを形作り、どのような販売促進を行い、いかに市場に届けるかが、各国によって競われている。すなわち、観光事業が発展するには、国のブランドを構築して、他国との差別化を図り、より効果的なマーケティング活動を展開する必要があることが示唆される。また国際観光という視点では、外貨獲得と国際収支の改善を目指す国・地域にとって、観光事業の発展は重要な経済手段となる。そのため、政府政策の主な目的は経済効果であると言っても過言ではないと考えられる。

2014年の世界国連観光機構（UNWTO）の報告では、世界の観光事業は全世界の国内総生産（GDP）の9%を占め、11人に1人の雇用を占めている。日本の観光庁をはじめ、各国では「観光立国」の実現を目指している。観光立国とは、その国が持つ特色ある自然環境、都市景観、美術館・博物館などを整備することで国内外の観光客を誘い込み、観光事業やそこから波及する雇用など、人々が落とすお金を、国の経済を支える基盤の1つとして確立することである。世界国連観光機構（UNWTO）（2014）の指数を世界平均と捉えれば、少なくともGDPの9%をクリアしていることが、「観光立国」の最低条件と言える（アトキンソン，2015）。

このように観光事業は、地域の経済的活性化、経済的な国際競争力を獲得するなどの経済効果と密接に関連することが示される。

3. シンガポールの観光政策と経済効果

3-1 Tourism Unlimited

（ツーリズム・アンリミテッド）

シンガポールは、1965年に建国し、国土の狭さ、乏しい資源、国内市場の小ささ、労働力の不足など、シンガポールの限界を克服するため、「Singapore Unlimited（シンガポール・アンリミテッド）」という構想を打ち出し、近隣諸国への投資を促進した（自治体国際化協会，1998）。Singapore Unlimited（シンガポール・アンリミテッド）とは、近隣諸国に工場用地、リクリエーション施設などを設置するなど、他国の「資源」を活用し、シンガポール自身は地域統括の拠点として機能する構想である。この考え方は、日本の庭園思想で、自然景観を庭園の一部と

して利用する「借景」の思想にヒントを得たものだと説明される（自治体国際化協会，1998 p.17）。

そして、シンガポール・アンリミテッドの観光モデルとして具現化したのが 1994 年に掲げられた「Tourism Unlimited(ツーリズム・アンリミテッド)」構想である。この Tourism Unlimited(ツーリズム・アンリミテッド)構想では、シンガポールに欠けている自然、リゾートなどの観光資源を近隣諸国で開発し、シンガポールの大都市としての魅力と組み合わせた新たな観光商品を開発しようとするものである。1996 年 7 月、Tourism Unlimited(ツーリズム・アンリミテッド)の 10 年間の実施計画として、Tourism21（国家観光計画）が発表された。2005 年までに、1995 年 714 万人だった旅行者を 1000 万人へ増やし、160 億 S\$以上の観光収入を目指すという内容である。そのために以下の 6 つの戦略が明示された。

まず、①観光を再定義する。シンガポールを観光地と位置付けるのみでなく、観光関連ビジネスの中心地として、また、アジア域内観光のハブとして位置づけるというものである。②観光商品を再開発する。国内各地のそれぞれにテーマを与え、エリアとテーマを意識した観光アトラクションの再編成や再開発、各種イベントの育成、体験型ツアーの計画などを行う。③観光産業を開発する。旅行業者、ホテル業界などの関連産業を含めた産業群単位での開発を目指すもので、観光産業に関わる人材育成、情報技術の活用など、また大型展示場の建設なども含め、他省庁の政策と連携を図る。④新しい観光空間を創出する。アジア域内への観光開発投資を促進する。シンガポールを起点とした近隣諸国ツアーパッケージを開発する。⑤関係部署の連携強化。観光産業群全体の発展、近隣諸国への観光投資の促進を図るために、政府間関係、省庁間強力、政府—民間の相互協力、産業間連携を進め、評議会などの設置を進める。⑥シンガポール観光局（Singapore Tourism Board:以下「STB」という）の役割を強化する。

シンガポール観光局「STB」は、観光リソースセンターとして、観光情報、統計情報の提供、インターネット発信、観光商品の開発、マーケティングなどの業務を充実させた。2004 年 3 月から観光客誘致キャンペーン「Uniquely Singapore（ユニークリーシンガポール）」を開始し、伝統文化と近代的な社会の融合といったシンガポールの独自性をアピールし、他の観光地との差別化を図るブランド戦略を実現した。

このように、シンガポールの観光事業の最初の取り組みは、近隣諸国への観光投資と、近隣諸国における観光資源を開発した。観光事業を、シンガポールの経済成長のけん引役として位置づけるために、近隣諸国の観光資源を活用したことに特徴がある。その結果、2002 年には、観光客 800 万人を超え、観光収入は約 90 億 S\$（約 5,850 億円）、国内総生産（GDP）の約 5.5%に達した（自治体国際化協会，2005）。

表 1 シンガポールの来訪者数

（Singapore Tourism Board (2016) を基に筆者作成）

	1965 年	1995 年	2002 年
来訪者数	10 万人	714 万人	800 万人
(観光収入)	以下		(90 億 S\$)

3-2 統合型リゾート整備に向けての取り組み

2003 年 10 月、シンガポール政府は、「医療のハブ」を掲げ、「シンガポールメディスン（Singapore Medicine）」を発足した。シンガポールメディスンは、世界水準の医療技術と最新の設備を整え、医療ツーリストへ提供し、主要医療拠点＝「アジアの医療ハブ」としての地位を確立・強化する構想である。シンガポール保健省（MOH）が主導し、経済開発庁（EDB）、国際企業庁（IE Singapore）、観光局（STB）の 3 つの政府機関が支援し、さらに、医療機関の医療機能評価機構「JCI（Joint Commission International）」認定取得を推奨した。シンガポール政府と政府系医療機関および民間系医療機関は連携し、シンガポールの医療技術に関する国際的な信頼を高め、海外から「治療」を目的とした医療ツーリストの呼び込みを図った。

また、シンガポール政府は、観光客・医療ツーリストだけでなく、ビジネス客の誘致に力を入れた。2003 年 11 月、「Make it Singapore」を発表し、国際会議などのイベントの運営費用の 30%を補助し、イベント主催者のホテル宿泊とシンガポール航空を特別価格で利用できるなど、資金を投じ支援を始めた。その側面支援として、2003 年に、カンボジア、ラオス、ベトナムからの観光客に対する査証取得要件を撤廃し、中国からの観光客の滞在期間を 14 日から 30 日に延長し、2005 年 1 月の観光振興計画「Tourism21」では、今後 10 年間に来訪者 1700 万人、観光収入 300 億 S\$、観光業従事者 25 万人を目標として掲げた⁴⁾。

シンガポール政府は、自動車レースの F1 世界選手権

シンガポールの観光事業の発展について

を開催することを発表し、スポーツ・ツーリズムを振興した。2008年9月、F1初となる夜間レースがシンガポールで開催された。モナコにつづく一般道路をサーキットとして使用し、高級ホテル、マーライオンやエスプラネード・シアターズ・オン・ザ・ベイなどの観光名所、香港上海銀行やシティグループなどのオフィスビルが隣接する市街地コースを設置した。その経済効果は、毎年1億4,000万～1億5,000万S\$（約89億円～約96億円）、開催費用の60%をシンガポール政府が負担している（AsiaX, 2012）。当初は5年契約のF1開催であったが、2017年に開催契約を2021年まで延長し、2014年、「スポーツのハブ化」構想を掲げ、スポーツ関連ビジネスとの連携を強化した。

さらに、F1を好機として、金融を核とした「アジア&グローバルビジネスの拠点」という国家イメージのシンボルとして育て上げた。シンガポールには、F1マシンを生産するような大手自動車メーカーもなければ、国民的ヒーロードライバーもない。しかし、F1開催中、自動車メーカーだけでなく、アジアの金融関係者、中東のオイルマネー王族、欧州の建設コンツェルングループ代表、アメリカの飛行機産業や食品産業のトップなどが集結し、パドックのメイン通りでは、“トップ外交”が繰り広げられていた（Livedoor, 2014）。すなわち、シンガポールは、スポーツの国際大会という機会を、世界ビジネスのVIPが集まる機会として機能させ、ビジネスのハブという国のブランドを構築して、他国との差別化を図った。

表2 2008年から2010年までのシンガポールの来訪者数と観光収入（Singapore Tourism Board（2016）を基に筆者作成）

	2008年	2009年	2010年
来訪者数	1011万人	968万人	1164万人
観光収入	155億S\$	126億S\$	189億S\$

2010年、シンガポール初の統合型リゾート（IR：Integrated Resort）が開業した（中島, 2014）。1月、ゲンティン社（マレーシア系）が、セントーサ島において、カジノと、ユニバーサル・スタジオ（東南アジア初）、世界最大規模の海洋水族館、高級ホテル、コンベンションセンター、有名シェフレストラン、一流スパ、アウトレットなどを擁するリゾート・ワールド・セントーサを開業し、5月、サンズ（米ラスベガス系）が、マリナ・ベイ・サンズの一部にカジノとホテルを開業した（中島, 2014）。カジノは、中華系を中心に人気が高く、東南アジ

ア、中国、インドからの観光客が顧客となった。また、両カジノで働く従業員は、約1万6000人と雇用の創出効果大きい（中島, 2014）。もともとシンガポールは、中華系74%、マレー系13%、インド系9%、（2017年6月）で構成されており、中華系、イスラム教徒など幅広い層の顧客の獲得が可能であるという国・産業の優位性を活用する形で、中華系、イスラム教徒、インド人に対応し、来訪者数と観光収入を増やした。

さらに、統合型リゾート（IR：Integrated Resort）とMICE（マイス）の相互補完で収益性を高めることを目指した（中島, 2014）。MICEとは、ミーティング（Meeting:会議）、インセンティブ（Incentive：企業の奨励旅行）、コンベンション（Convention:国際会議）、エキシビション（Exhibition：展示会）の頭文字をとった集客活動である。このように、観光面のみならず、MICEの誘致活動もシンガポールの来訪者数を増加させる手段として積極的に行われている。シンガポールでは、観光客数より観光収入の額を重視し、観光客数という枠組みを超えて、「来訪者数」を増加させるための取り組みが積極的になった。

このように、シンガポールの観光事業の次の取り組みは、STBと他の省庁、および民間企業との連携を強化して、政府と海外からの投資をもとに、国際競争力を獲得した。2016年には、来訪者数約1600万人、観光収入約257億S\$となった。シンガポールを、観光の拠点から、医療、スポーツ、ビジネスのハブとして成長させたことに特徴があり、統合型リゾート（IR）の開業が、それを促進したと考えられる。

4. おわりに

Porter（1990）によれば、企業の競争優位の源泉は、立地（国）の産業に深く根ざし、産業の優位性は、①要素条件、②需要条件、③関連・支援産業、④企業の組織およびライバル間競争の4つの要因の相互作用から創造される。国の競争優位は、①②③④を結びつけた「ダイヤモンド」と呼ばれる相互作用を育成し、チャンスと政府の役割がこのダイヤモンドに影響を与える。

シンガポールという観光地（国）の事業は、東南アジアの中心という地理的優位性と、多国籍・多民族・多宗教で構成され、英語・中国語・マレー語が普及しているなどの優位的な要素条件があり(①)、国内に多様な需要をもち(②)、政府主導で観光事業が促進されたことに特徴を持つ。

第1期では、人口規模及び国土面積が過小であるというシンガポールの限界を克服するために(①)、政府主導で、近隣諸国の観光資源を活用した。第2期では、政府と海外から投資を基に、医療ツーリズム、F1の開催、統合型リゾート(IR)の整備、MICE活動などを推進し(③、④)、多面的な視点から観光振興を行ってきた。本稿を通して、第1に、観光地(国)の産業の特性と密接に関連していること、第2に、観光は、政府が主導的役割を持

つことが明らかになった。シンガポールの観光事業では、政府主導で、海外へ投資する方策と、海外から投資を呼び込む方策(統合型リゾート)で発展したことに特徴がある。第3に、観光事業は、医療、スポーツ、その他のビジネスなどと経済的なシナジー効果がある実態が明らかになった。今後も、観光事業がどのような付加価値を生み出すのか、他のビジネスとの関連から注視していきたい。

表3 2011年から2016年までのシンガポールの来訪者数と観光収入

(Singapore Tourism Board (2016) を基に筆者作成)

	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
来訪者数	1320万人	1450万人	1560万人	1510万人	1530万人	1600万人
観光収入	223億S\$	231億S\$	235億S\$	235億S\$	217億S\$	257億S\$

注：

- 2016年に2400万人の観光客が過去最高となる。観光庁は、2019年までに2500万人の外国人観光客を受け容れることを目標とする
- 岡本(2015)は、観光の分野として、①見学(名所旧跡など)、②スポーツ、③教化(就学旅行、学会)、④宗教(巡礼)、⑤芸術(演奏旅行)、⑥商業(見本市)、⑦保険(当時、保養)を上げている。
- 日本では、2009年、前原誠司国土交通大臣(当時)が羽田を国際ハブにと声を上げ、JRに対しても真関西の羽田乗り入れの検討を要望した。空路と鉄道網の結合である。
- 政府主導で、①観光資源の再開発、②ビジネス客の誘致、③査証取得手続きの簡易化に取り組んだ。①観光資源の再開発では、チャイナタウンに代表される歴史的、文化的遺産を保存し、道路の整備、ギャラリーの設置などを行った。②ビジネス客の誘致では、③査証取得手続きの簡易化において、シンガポール入国管理局は、シンガポールへの来訪を促進するために、査証のオンライン申請についても取り組んだ。

国連世界観光機構(2014) UNWTO Tourism Highlights, 2014 Edition (Japanese version) <https://www.unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416400> (2018年8月29日アクセス)。

自治体国際化協会(1998)「シンガポールの産業政策」『Clair Report』2005年改訂版、財団法人自治体国際協会、1-92頁。

自治体国際化協会(2005)「シンガポールの政策」『Clair Report』Vol. 165、財団法人自治体国際協会、1-173頁。

島川崇(2009)『観光につける薬—サステイナブル・ツーリズム理論—』同友館、1-183頁。

中島恵(2015)『テーマパーク経営論 映画会社の多角化編』三恵社、180-194頁。

山下晋司(2011)『観光学キーワード』有斐閣、1-60頁、113-144頁。

AsiaX (2012)『AsiaX Vol.221』AsiaX (2012年10月01日発行)。

Livedoor (2014)「F1の巨大な経済効果? 国際ビジネスの拠点&世界を招く入口に利用、産業活性化に期待」<http://news.livedoor.com/article/detail/9366903/> (2018年8月29日アクセス)。

Porter, M. E. (1990), *The Competitive Advantage of Nations*, The Free Press, A Division of Macmillan, Inc.

(土岐坤他訳(2007)『国の競争優位(上)』ダイヤモンド社)。

Singapore Tourism Board(2016), Annual Tourism Statistics 2016, <https://www.stb.gov.sg/statistics-and-market-insights/Pages/statistics-Annual-Tourism->

引用文献：

アトキンソン・デービッド(2015)『新・観光立国論 イギリス人アナリストが提言する21世紀の所得倍増計画』東洋経済新報社、23-70頁。

岡本伸之(2015)『観光学入門』有斐閣、1-30頁。

観光庁(2016)『観光白書』<http://www.mlit.go.jp/kankochou/> (2018年8月29日アクセス)

シンガポールの観光事業の発展について

Statistics.aspx (2018年8月29日アクセス) .

The Growth of Tourism in Singapore

Yuka SHIRAKI