

令和6年6月16日～20日

マレーシア・シンガポール管外調査報告書



神戸市会マレーシア・シンガポール訪問議員団

神戸市会マレーシア・シンガポール訪問議員団の海外視察報告

令和6年9月10日

神戸市会マレーシア・シンガポール訪問議員団団長 吉田健吾

神戸市会マレーシア・シンガポール訪問議員団団員 大野陽平

(以上、自由民主党神戸市会議員団・無所属の会)

神戸市会マレーシア・シンガポール訪問議員団は6月16日より坊市会議長とともにマレーシア及びシンガポールを訪問し、17日にはマレーシアで知日観光ジャーナリストと意見交換を行ったほか旅行会社アップル社を訪問してマレーシアにおける神戸のプレゼンスを高める方策につき調査した。18日には日本政府観光局（JINTO）シンガポール事務所、マリーナベイ・サンズ等を訪問し、19日には在シンガポール日本国大使館、シンガポールシティ青年会議所を訪問して、神戸・シンガポール間の国際チャーター便等の就航の可能性等を調査・打診し、20日には自治体国際化協会（CLAIR）シンガポール事務所所長を訪問してシンガポールでの神戸プロモーションの糸口を探り、同日に帰国したところ、本訪問団の海外管外調査報告書を以下の通り提出する。

第一部

第1章 マレーシア視察報告

1. マレーシア知日地元有力者等との意見交換（17日10:00～12:00）

マレーシア在住の知日地元有力者並びに日本人の著名観光ジャーナリストを訪問して神戸への観光誘致等につき意見交換したところ、先方の述べた点次の通り。

(1) ゲイリー・タン氏（マレーシア留日学生協会のトップ）

—私は、日本の証券会社の東京本社にて13年間勤めた経験があり、現在はマレーシアと日本を結ぶ懸け橋としてさまざまな事業に参画している。その中でも、「留学生」を支援する団体のトップとして活動を続けており、外務省をはじめ日本国政府とも一緒に仕事をする場面も多い。多くの留学生が神戸を選んでくれることを期待している。

—私自身も日本へ行くことが多いが、やはりビザが要らなくなったことが非常に大きく、その影響でエアアジアの日本便が飛躍的に増加した。このような環境の中、神戸空港が国際化するとのことであるが、神戸空港内における入国手続きのスムーズさを心掛けていただきたい。世界中を飛び回っている経験から、入国手続きが煩雑な上に、入国するまでに尋問のような質疑応答を繰り返すのは、その国・都市に対するイメージを大幅にダウンさせてしまい、再訪しようという気を失わせてしまうことを懸念する。

—マレーシアの特有な「ハラール食品」にも留意頂きたい。キューピーやエスビー食品は、グローバル基準のハラール認証（ジャキム）を得るために、わざわざマレーシアに拠点を置き、経営の強みの一つとしたほどである。ただ、神戸においては、世間で思われているほ

ど神経質にならなくても良いかもしれない。もちろん、「ハラル認証」は大切な事項ではあるが、突き詰めると、結局、最後は食べる本人の判断によるところが大きい。「ポークフリー」と店頭に掲げてくれるだけでも、安心して食事ができるというマレーシア人も多い。

—マレーシアは禁酒のイメージがあると思うが、そんなことはない。特に富裕層における「日本酒」は評価が高い。私もその一人である。

先日も、岩手の「南部美人」を多数仕入れた。

—さらに、日本の「温泉とゴルフ場」のコンビネーションはマレーシア人にとって、とても魅力的に感じる。マレーシア人は裸がダメと誤解している方が多いが、貸切や客室風呂があればなお喜ばれる。

—神戸エリアには質の高いゴルフ場が多いと聞く。例えば、「太平洋クラブ六甲コース」は「ロイヤルセランゴールゴルフクラブ（マレーシアで最も歴史のある都市部のゴルフ場）」と姉妹提携・相互利用提携の合意を交わしており、私を含めマレーシアの富裕層がよく利用している。

—最近、マレーシア人の給料が右肩上がりで、人口も増え続けているので神戸への観光誘致という点では有望であると考えている。

(2) 伊藤祐介氏（「日刊アジアインフォネット」編集長）

—自分は「日刊アジアインフォネット」の編集長をしており、マレーシアの経済・政治・ビジネス分野や、情報が得にくいマレーシアの労務に関するニュースまで、日本語で配信している。富裕層から生の声を聴く中で、マレーシアから日本へ行く、いわゆるゴールドルートを巡る行程は若干飽きられているとの印象を持っている。

—ゲイリー・タン氏が言う通り、神戸は富裕層に受けるポテンシャルを持っているが、「ホテル」が重要であることを認識して頂きたい。特に、インターナショナルブランドの系列ホテルにはサービスや施設が同一規格で安心感があり富裕層には人気である。

—マレーシアでは、日本では考えられないくらい有休をとりやすい環境にある。日本の平日でもいくらかでもチャンスはある。日本におけるバス運転手不足が顕著なことから、最近では個人でレンタカーを借りて自ら運転し周遊するスタイルが流行っている。

—日本でお金を落とすコンテンツは「四季と食事」である。桜の訴求力は絶大である。富裕層がインスタ等に桜の写真を載せることで、一般人がそこに憧れを抱く。このルートで旅行商品が売れていく。例えば、マレーシアのインフルエンサーをツアーに招待し、波及効果を狙っている都市もある。



タン氏との意見交換



伊東氏との意見交換

2. アップル社（マレーシア大手旅行会社）（17日13:30～15:00）

アップル社コー取締役を訪問して、神戸空港の国際化によるチャーター便の可能性や、それに伴う旅行商品の開発での神戸の持つポテンシャルのプロモーションを行うとともに情報交換したところ、先方の述べた点次の通り。

—訪日向け旅行商品を開発・販売している現地マレーシアにおける大手の旅行会社の取締役であり、当日は現地ショッピングモールにて訪日商品を含む販売フェアを開催していた。

—現在マレーシアでは、インド向け旅行商品が好調である。そこに神戸が割り込んだり、入り込むとすれば、航路（神戸とマレーシア内のどこを結ぶか）の選定が重要である。

—個人的には「サバ州」が面白いと思う。サバ州はリゾートアイランドであり、日本人受け（日本→マレーシアの旅行）が良いかもしれない。リゾートで滞在できるランカウイなど人気が出そうである。

—チャーター便を来年4月から就航させようと思うなら、今年9月には訪日向け旅行商品売り始める必要がある。

—坊神戸市会議長からご説明のあった「花火」は集客力があると思う。正月やゴールデンウィークなどに「花火」を打ち上げてもらえると神戸の華やかさをアピールできる。マレーシア内でどこまで神戸の持つ「集客力」をアピールできるかが鍵である。

—現在、世界的に航空機の納入遅れと燃料不足が顕著な状況であるため、地方空港でのチャーター便の実現には相応の戦略が必要になってくるので留意が必要である。



アップル社コー取締役とともに

第2章 シンガポール視察報告

1. 日本政府観光局（JINTO）シンガポール事務所（18日9:30～11:00）

白石JINTOシンガポール事務所長を訪問して、シンガポールにおける神戸の印象や現地情報を入手するとともに今後の神戸－シンガポール間の交流促進策を模索したところ、白石所長の述べた点次の通り。

－シンガポール人の特徴として、「食事」をととても大切にしており、事ここに至っては財布のヒモが緩めである。日本はととても人気で、ユニクロ、ドン・キホーテもシンガポールに進出して人気を博しており、アニメもとても有名であり、意外と身近な所に日本が感じられる環境にある。

－シンガポールには四季がないため、季節の移り変わりを楽しめる日本の四季にととても強い憧れを抱いている。但し、最近では日本に行くのではなく、日本の「どこに」行くかが重要視されているように感じる。

－11月から12月に学校が休みに入るので、この時期が旅行のハイシーズンになる。この時期は日本においては観光のいわゆる閑散期に当たるので、双方にメリットがある交流が可能である。

－最近では「関西」というワードも有名になってきており、やはり就航ルートのある空港名（関西国際空港）の持つ印象がシンガポール人の間に強いインパクトを与えている。

－シンガポール人の旅行の手配に関しては、個人でのネット経由が主流である。一度訪れた日本の都市が気に入ると、何度もそこを訪れる傾向が強いので、いわゆる囲い込みの戦

略も有効かもしれない。

—スキーも人気があり、「北海道」というワードがブランド化しており、多くの食品の冠にもネーミングされている。最近では、福岡空港を中心とした「九州」も徐々に有名になってきている。

—シンガポール人は牛肉を好んでおり、円安の環境も後押しし、神戸ビーフの人気は断トツに有名でよく食されている。裸になるのは若干の抵抗感を持つてはいるが、温泉も人気がある。温泉付き客室は強力なコンテンツになろうかと思う。最近では、客室温泉を目玉にした旅行商品も徐々に出てきた。

—以上のように神戸の持つ強みがシンガポール人にフィットする可能性は大いにあるが、先ほどもお伝えしたが、ネット経由の個人手配が主流なので、いかに神戸という都市名が浸透するかがカギとなってくる。都市の知名度が高くないと、そもそも検索してくれないので、ここのアップが重要になってくる。

—昨今は航空機の機材不足が問題となっており、新たな航路を開拓する際の障壁となっている。加えてそもそもチャンギ空港が飽和状態であり、そこに神戸路線を食い込ませるには、何かアピールできるものが必要になってくる。

—シンガポールにおいては、旅行会社主導のチャーター便という形式が余りないのが特徴であることにもご留意頂きたい。

—LCC「スクート」はシンガポール航空が出資しており経営基盤が強固である。安定的な需要が見込める路線に投資している。神戸空港からの国内線ネットワークが充実すれば、シンガポール - 神戸 - 日本国内各所という魅力的なルートができる。ここに「スクート」が入り込めれば面白いかもしれない。また、富裕層が好むのはグローバルホテルチェーンなので、この類のホテルの神戸進出があれば、さらに後押しとなる。

—広島への直行便が就航していた時期があり、広島はシンガポール内では一定の知名度がある。まだ、西日本ルートがシンガポール内で確立されていないので、例えば、神戸 - 姫路城 - 岡山・倉敷 - 広島などのルートがアピールできればビジネスチャンスになる。また、シンガポール国内でのプロモーションにおいて「合同」で開催している都市は少ないので、例えば「神戸 - 広島」合同プロモーションなどをすると話題になって良いかもしれない。

—他の意見交換でも聞かれたかもしれないが、シンガポール人は「サイクリング、ゴルフ、日本酒」が好きで、最近ではシンガポール国内のバーで日本酒が提供される所も増えてきた。



日本政府観光局（JINTO）シンガポール事務所を訪問

2. EU Holidays社（訪日客向け旅行商品開発会社）（18日14:30～15:20）

訪日客向け旅行商品の開発会社を訪問して、神戸の持つ集客ポテンシャルを理解してもらおうとともに最新の神戸の情報を提供することで、シンガポール旅行市場において神戸を含んだ旅行商品開発につなげてもらうことを依頼したところ話し合いの様次次の通り（先方出席者： 商品開発部門エグゼクティブ及び 商品部門エグゼクティブ）

（1）最初に、坊市会議長より観光地としての神戸の魅力につき以下を説明した。

一神戸の持つコンテンツはシンガポール人に受けやすいものが揃っている。大阪と違って「ゆったりと癒される」観光体験が可能である。例えば六甲山はアーバンリゾートとして避暑地にもなっているし、有馬は温泉付き客室の充実を進めている。客室数の増加は難しいが、客室のクオリティを高めているので、富裕層には受け入れられるはずである。ゴルフ場も充実しており、ゴルフと温泉に限られたエリアでコンパクトに体験してもらえらる強みを持っている。

一加えて、六甲山には人工スキー場がある。本格的なスキーとはいかないが、むしろ初心者が手軽に体験するにはもってこいのサイズ・難易度の安全なスキー場であり、シンガポールの方々のニーズには合致するはずである。雪橇（そり）体験エリアも併設されている。一直近では、須磨エリアの水族園をリニューアルした。シャチのオルカショーが目玉であり、日本でシャチのいる水族園は3つしかなく、とても希少なショーを体験してもらえらる。一航路については関空があるが、いわゆる良い時間帯は混んでおり、どうしても周遊に効率的な到着時間は難しい状況である。その点、神戸空港はこれからであるので、可能性は十分にある。ぜひとも神戸エリアの入った商品開発をお願いしたい。

（2）これに対し、先方より以下の反応があった。

一我々はゴルフ商品開発チームを持っている。実際に、この販売所の横にゴルフ体験スベ

ースも設けているほど力を入れている。あわせてスキーに特化した開発チームもあり、ゴルフ同様にスキー・スノボの事前レッスンを受けられるスペースもある。

一特に、神戸には、温泉、スキー場、ゴルフ場があり、シンガポリアンに受ける要素がとても多いと感じている。我々の旅行商品のクルーズコースの中で、例えば「台湾 - 横浜 - 神戸etc.」といったルートも考えられそうである。今後も継続して、魅力的な商品開発へのヒントをいただけると幸いである。



EU Holidays社幹部との意見交換

3、在シンガポール日本国大使館訪問（19日14:00～15:30）

神戸市役所での勤務経験もある相原書記官（文科省から出向）を訪問して、シンガポールにおいてプロモーションを行う際に留意すべきことなどを聴取したところ、同書記官の述べたところ次の通り。

一人口は560万人ほどで、面積は淡路島程度。多民族国家で競争社会。国への信頼度が極めて高く、基本は国が決めたことに従う国民性。昨今は物価の高騰が激しく、2LDKで70万円／月の賃料がスタンダードである。公務員の給与が高いのが特徴。世帯所得の平均値は1,300万円ほどで、夫婦共働きで、マレー系などのメイドさんがいる家庭が多い。

一教育においては、小学校（7時半から13時半頃まで授業で、その後大半が塾へ行く）6年生の終わりのテストで、大学に行けるコースとそうでないコース（専門学校等）に分かれてしまうほどシビア。最近はそのやりすぎではないかとの意見が上がり、敗者復活コースの設立を政府が検討している。

一国の歳出の内14%（国防、保健に次ぐ3番目）も教育にかけているほど、教育のステータスが高い。NSU（シンガポール国立大学）はレベルが高く、アジアで1位、世界で8番目（東大で29番目）にランキングするほどである。NSUにはエンタープライズ部門があり、都心に1部屋確保してスタートアップの拠点としており、国も財政的に支援している。

一2024年からは第4代目のローレンス・ウォン首相（庶民派を謳う）になったところ（初

代リー・クワンユー（親）、3代リー・シェンロン（子）という流れからの転換点）であり、国の動向・施策が注目されている現状である。



相原書記官と意見交換

4. HISシンガポール支店 （19日16:00～17:00）

HISシンガポール支店を訪問して意見交換を行ったところ、先方の述べた点次の通り（先方： インバウンドマネジャー、 アウトバンドマネジャー）。

— 一直近で直行便を飛ばしていた広島や、以前から人気の北海道の知名度が高い。今年12月から、北海道に定期便が就航する予定であるが、昨今の航空機燃料不足の問題があり不透明な部分が出てきた。

— 現在、関空にシンガポール航空が3便、スクート（LCC版）が1便を飛ばしている。これに神戸空港が対抗するなら（選んでもらいたいなら）プライシングが重要になってくる。富裕層は食事に対する財布のヒモは緩いが、こと航空券代となると意外にシビアである印象を日々受ける。ここで差別化（神戸空港への航空券が安価）できると殺到する可能性もある。

— シンガポールの学校は1月2日から始業するので、正月に訪日するパターンは少ない。他方、日本の旅行市場の閑散期である11月から休みに入るため、この時期に旅行客を獲得できれば、日本市場へのメリットは大きいと思う。

— チャーター便で注意が必要な点は料金がシンガポール航空より高くなってしまう場合があることである。過去に、広島と福岡にチャーター便を就航させたが、この現象が起きてしまって、販売に苦勞した経験がある。ディスカウントや附帯イベントなどで何とか乗り切ったが、シンガポール人は航空券代にはシビアと思っておいた方が安心だと思う。

— また、94%くらいが個人での手配旅行という特徴と、シンガポールは有休がとんでもなく取りやすい環境にあるため、早い段階から前もって旅行券を予約する傾向にあることに注意が必要である。

— シンガポールには四季がないことから、綺麗な景色には憧れを持っている。以前企画した桜を見る訪日商品において、実際に日本に行ってみると、未だ開花しておらず、結局見

られずに帰国となったケースがあった。確約とまではいかなくとも、桜を日本で見られるタイミングが増えると商品化がしやすいので旅行会社としてはとても助かる。



HISシンガポール支店にて

5, シンガポールシティ青年会議所 (JC) (19日17:00~18:30)

シンガポールシティ青年会議所 (JC) 幹部を訪ねて意見交換したところ、先方の述べた点次の通り (先方出席者: 中国銀行キャッシュマネジメント副長, JC副会頭)。

—シンガポリアンは日本に憧れを持っている。北海道でスノボ、東京でショッピング、大阪で面白い体験などなど。では神戸はどうか。神戸ビーフだけでは集客力は弱い。花火は魅力的で、ゴルフコースもそそられる。ただし、コース料金がネック。これが1万円を切るとなると打ち出し方によっては殺到するかもしれない。ゴルフした後に温泉に入れば最高である。

—神戸空港国際化スタート割みたいな仕掛けで、例えば片道分航空券半額などをやれば人気が出ると思う。加えて、神戸到着時に花火を打ち上げてもらったらウェルカム感が増幅されてリピーターにも繋がるのではないか。

—会社・法人の設立支援の仕事をしているが、昨今のシンガポールにおける床代 (オフィス賃料) の高騰が激しく問題となっている。解決策としては「共同使用」することである。スタートアップとかに顕著であるが、最初から広大なスペースは不要なケースが多い。企業の集まるビルに共同でスペースをシェアできれば、相互交流で有益な情報が得られる上に、賃料も按分出来て一石二鳥である。やり方は複数あるので、神戸市が事務所機能をシンガポールに置くことがあれば、参考にして頂きたい。



シンガポールシティ青年会議所（JC）幹部と意見交換

6. 自治体国際化協会（CLAIR）シンガポール事務所（20日9:30～10:30）
20日午前、シンガポールでの効果的な神戸プロモーション実施のためのヒントを探るべくJINTOシンガポール事務所を訪問して総務省から出向中の 事務所長と意見交換したところ、先方の述べた点次の通り。

—シンガポリアンは国から公団住宅を購入することができ、地価が上がった際にそれを売り抜けると大きな利益を得ることができる。これが国に対する信頼度（不満の少なさ）に繋がっている。

—シンガポールで車を所有・運転しようとする、まずはその「権利」を購入しなければならない。狭い国土の影響もあり、車の台数を管理する必要があり、毎月廃車分の権利が売りに出される。料金は時価であるが、最近では1千万円ほど。これに車代がかかるので、大きな予算が必要である。

—また、シンガポール国内はガソリン代が高いため、休日になると安いマレーシアに給油に行き、渋滞が発生する。シンガポールはリッター330円、マレーシアは70円ほど。マレーシア（ジョホールバル）とは陸続きで車で簡単に行けるため、安価な食材調達も含めてマレーシアと行き来する車が多い。

—海外旅行先として北海道のニセコに人気があるが、その理由の一つとして、英語で完結できる環境というのがあるらしい。神戸にこの環境が整えば、かなり魅力的に映るのではないか。

—神戸は空港と都心部が隣接しているのが強み。なぜならシンガポール人は空港に近いのに普段から慣れているからである。

—また、富裕層が一度行ったスポットを一般人がSNSなどで見て憧れるというループがある。例えば、四季のないシンガポール人には桜の風景が人気である。少しばかり前に聞いた話では、せっかく日本に桜を見に行ったのに、開花時期が外れて見られずに帰ってきたというエピソードがあった。その方は、来年必ずリベンジすると言っていたので、それく

らい桜の持つ魅力というのは大きいと感じた。

ーシンガポールでは日本食に人気があり、中華料理店に次ぎ、和食レストランが約1,200店舗ほどある。高級店では日本酒を出したりしている。最近ではドン・キホーテも進出しており、主にショッピングモールなどに展開している。



櫻井CLAIRシンガポール事務所長と意見交換

7. シンガポールの二大IRの現地視察（18日）

18日に、シンガポールの二大IR（マリーナベイ・サンズ及びセントーサ島エリア）を訪問して、利用状況等につき視察したところ、それぞれの施設の概要は次の通り。

① マリーナベイ・サンズ（15:30より）

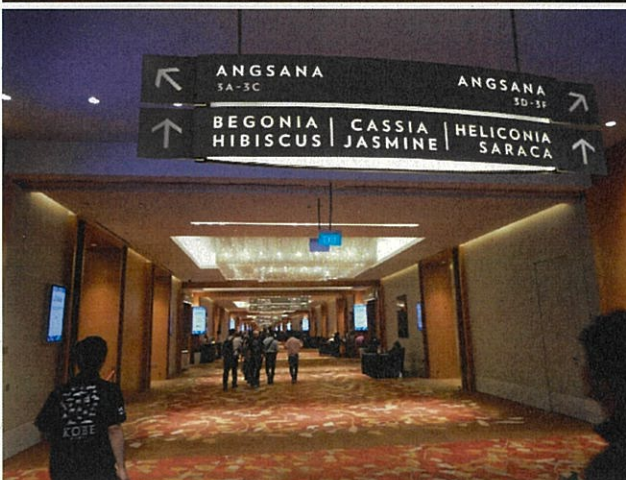
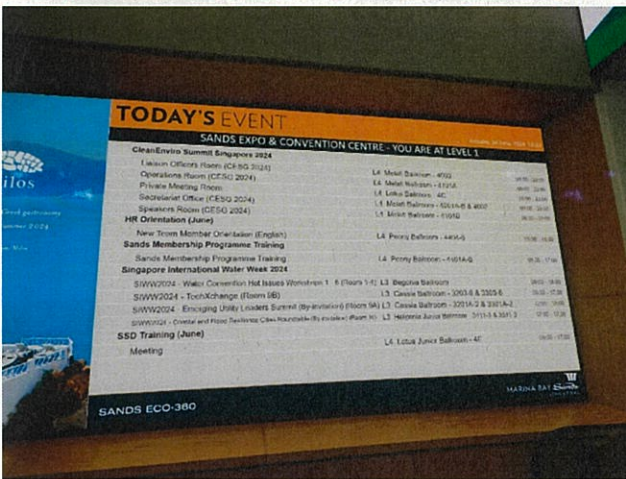
ターゲット層：ビジネス・コンベンション客

ホテル：サンズホテル（客室数約2,500室、現在第4棟目の建設中）

MICE施設：250会議室、収容45,000人ほど

カジノ：面積上限が設定されているため15,000㎡。中国人観光客が主たるターゲットと思われた。





②リゾート・ワールド・セントーサ (13:00より)

ターゲット層：家族・レジャー客

ホテル：6つのホテルが併設

レジャー施設：ユニバーサル・スタジオ・シンガポール、S.E.Aアクアリウム

カジノ：面積上限が設定されているため15,000㎡



第二部 訪問団団員所見

1, 吉田健吾団長

(1) 今回、6月16日より20日の間、坊市会議長のマレーシアとシンガポールの二か国訪問に同行させていただき、来年度の神戸空港の国際化を控えた本年に、今後の東南アジアとの交流、神戸の観光活性化について調査することができた。今後、坊議長とともに訪問した両国の著名人や団体との交流を通じて、判明した点や先方から頂いたアドバイスなども参考にしつつ、神戸空港の国際化と観光促進を含む一層の国際交流の活性化に資するような貢献策を提案していきたいと考えている。

今回は(一財)神戸市観光局の職員も同行して、具体的な神戸の観光資源について意見交換をするなど、両国間の航空路開拓に重点を置き、あわせてビジネス交流の可能性を探ることに重点を置いて視察を行った。マレーシア、シンガポール両国と神戸との交流に関する将来の可能性についての所見は以下の通り。

(2) マレーシア

マレーシアという国については、アジアの途上国でイスラム教徒が多い国という印象しかなかったが、実際に日本との交流支援をしている現地の方などと意見交換をし、かつ、現地の旅行会社との意見交換や観光施設などを視察してみて、マレーシア人の神戸への観光誘致については多大のポテンシャルがあることを発見した。その中でも一番強く感じたことは、マレーシア人の将来の経済発展に対する強い自信であった。それは、マレーシア通貨リンギットの対円交換レートにも表れており、ここ数年の対円レートが着実に切りあがっていることから明らかである。首都クアラルンプールの物価は日本と同程度と感じた。また、マレーシアにはこれまでの経済成長を通じ裕福な中間層が着実に育っており、富裕層の訪日に続いて、このような中間層が今後、多数、日本を訪れると考えられる。

マレーシア在住の日本人観光専門家と我が国への留学経験がある現地著名経済人は、いずれも口をそろえたように、マレーシア人富裕層の日本への強い関心、特に日本の四季や日本酒への関心の高さに言及した。熱帯雨林気候のマレーシアからは、春の桜、秋の紅葉、冬の雪は人気で、六甲山をはじめとした自然の中に四季を意識したブラッシュアップをしていく必要があると強く感じました。食事についてはハラール対応を考える必要がありますが、信仰の度合いはそれぞれなので、完全なハラール認証がなくとも、ポークフリーと掲げているお店でも食事ができる方は多数いる。例えば焼き鳥屋さんなど、ポークフリーのお店の情報を整理しておく必要がある。

国際チャーター便の神戸空港就航の可能性に関し、現地大手旅行会社アップル社幹部よりマレーシアのリゾート地である「サバ州」と神戸空港を結ぶのがいいという具体的な提案をいただいた。他方、来年4月に国際チャーター便を就航させるためには遅くとも今年9月には訪日向け旅行商品が出来上がっている必要があるとの指摘があった。神戸空港への国際チャーター便を就航させるためには、早急な対応が必要との認識を持った。

(3) シンガポール

都市国家シンガポールは世界中から多大の投資を集める世界的な金融都市である一方で、国際的なハブ空港であるチャンギ国際空港を擁する国際的な観光都市でもある。今回、世界中から観光客を集めるシンガポールの魅力を探るとともに、神戸との間の観光のみならず経済も含めた幅広い交流の輪を広げるためにシンガポールを訪問した。

シンガポール訪問に当たり最初に日本政府観光局（JINTO）シンガポール事務所所長を訪問し、シンガポール人の旅行パターンや対日関心度、それに神戸との間の国際チャーター便の開設可能性に関し、全般的な意見を伺うことができたのは収穫であった。また、シンガポール人の旅行パターンがグループで海外旅行を行うのではなく、IT を使って個人で行先や滞在先を決めることが多いそうであり、観光を誘致する側としてもこのような動向に十分対応できる体制を整える必要があると考える。このため、神戸市としても日本酒、神戸ビーフなどの食や桜の名所など四季に応じた案内を含め、シンガポール人の要求に応えられるような海外発信体制を整えるとともに、海外からの旅行者が国内を不自由なく移動できるような支援体制の構築を行う必要があると考える。

今回のシンガポール訪問で、特に強く期待したのは若い企業家等の集まりである双方の青年会議所（JC）間の相互交流である。神戸青年会議所とシンガポールシティ青年会議所の交流には61年の歴史がある。今後、双方の青少年交流をはじめ、観光や経済交流が活発にされることが、今後の神戸空港国際化にも良い影響を与えると考える。

その他、シンガポール大使館では、教育についてレクチャーを受け、シンガポールの国際競争力が高い理由として、小学生の時から一定の競争があることと、英語が公用語であるということが大きく関係していると感じた。今後の神戸の教育にも必要な要素があると強く感じた。

今年度予算で東南アジア拠点設置に関する調査費が計上されているが、シンガポールには東南アジアのいわゆるヒト・モノ・カネ・情報が集まっており、評価の高い大学、スタートアップの集積なども考えると魅力がある。ただ、物価は日本よりも高く、運営費などの面で工夫が必要になることは容易に想像がつく。費用対効果も十分に考えて、拠点設置の目的を明確にして、その目的を達成させるところまで考えた上で取り組んでもらいたい。

2. 大野陽平団員

(1) まずは今回、坊市会議長に同行してマレーシアとシンガポールを訪問し、神戸の観光資源としての魅力を現地有力者や旅行会社にアピールするとともに神戸空港の国際化に向けた売り込みを行う機会を得たことは貴重な経験となった。今後とも、神戸空港の国際化に向けた環境整備に努力するとの決意を新たにした次第である。また、今回訪問したマレーシアとシンガポールは個人的には近くて遠い国と考えていたところであるが、シンガポール人の海外旅行経験者の内約8割が訪日旅行経験者であ

り、訪日者の内2回以上のリピーターが7割以上を占めていることや、日本の四季豊かな国柄に強いあこがれを持っていることなどを発見し、今後ともこれら二か国に限らず幅広く東南アジア諸国と神戸とのつながりを強化するために尽力したい。

(2) マレーシアとシンガポール双方で痛感したのは、現地では神戸ビーフ以外は神戸という名前や街に全くなじみがなく、そもそも神戸ビーフと神戸には関係性がないと思われているという現実であった。これは今回訪問した現地の旅行会社や我が国の出先機関双方に共通した認識であり、神戸のポテンシャルをもっと宣伝する必要があると思った。そのためには神戸の観光資源をもっとわかりやすく海外発信するとともに神戸市の観光政策のターゲットをアジア諸国に絞ることも一案かと考える。この関連で、現地では「関西国際空港」の名前の連想で「関西」という言葉が聞かれるようになっているとの指摘があったところ、神戸市単独ではなく、広く関西圏や広島などの中国圏と組んで観光ルートを開拓する必要があると考える。この点、現在、瀬戸内をテーマとした観光資源の開拓が進んでおり、神戸と鳴門の渦潮観光あるいは神戸と姫路城といったコンビネーションで海外へのアピールを行っていくべきと考える。また、神戸市の知名度はまったくない一方、神戸ビーフの知名度が抜群であることを活用して、少し奇をてらった方法ではあるが、神戸空港に国際チャーター便が就航する際には、空港名を「KOBE BEEF AIRPORT」に改名することなどを検討してもよいかもしれない。

(3) また、神戸を売り出すうえで、神戸の持っているポテンシャルにさらに磨きをかける試みもあっていいかと考える。今回の視察では主に神戸の「食」や「桜」あるいはスキーといった面に重点を置いて話し合いに臨んだが、神戸空港の国際化とクルーズ船との組み合わせや、神戸医療産業都市と組んでメディカルツーリズムの可能性をも探求すべきと考える。時間の制限があり訪問できなかったが、シンガポールには有名な動物園があり外国人観光客の来園が絶えないと聞いているところであり、須磨シーワールドや王子公園などの資源を有効に生かせるような観光プログラムの策定も望まれるところであると考え。また訪日旅行者の消費額の内、宿泊費に次いで買物代の金額が大きく、現地においてもアウトレットモールが大変な賑わいを見せていることから、神戸市内にある2か所のアウトレットモールも巻き込んだPRも望まれる。

(4) さらに、シンガポール人の9.0%以上が旅行会社を通じてではなく自らインターネットなどを利用して旅行ルートを決めている由のところ、このような旅行者に対する対策とともに国内で旅行を円滑に行えるようにMaaSのような旅行サービスの体制整備も急がれると考える。同時に、街中における英語案内表記の充実や喫煙所の整備、グローバルに対応したキャッシュレス決済の推進など安心して快適に過ごせる環境整備も急がれる。