

研修報告

「シンガポール MICE とクルーズ」観光学研修報告

クルーズマーケットとシンガポールにおける IR 導入

神保 裕昭*

Report on MICE and Cruise Study Tour in Singapore

Hiroaki JIMBO

要旨

本稿は 2018 年度に実施した観光学研修の成果をとりまとめたものである。アジアでの MICE 誘致の取り組みや統合型リゾート（IR）先進地であるシンガポールで関連施設を視察した。また、シンガポールから大型カジュアル船 *Voyager of the Seas* のアジアショートクルーズに乗船する体験を行った。これらの実体験から日本における統合型リゾート導入の在り方や日本のクルーズマーケットの成長戦略を考えサービスマネジメント領域の学修の教育的効果を高めることが研修の目的である。

1. はじめに

本研修は 2019 年 2 月 21 日（日）～2 月 26 日（木）に 48 名の観光学部学生の参加により実施したものである。観光学部のサービスマネジメント分野のテーマである MICE の誘致策や MICE 関連施設を視察研修した。また、クルーズはシンガポール発着 3 泊 4 日の大型客船 *Voyager of the Seas* に乗船する体験を実施することでクルーズの現状と課題についての理解を深めた。

2020 年 2 月に横浜で発生した大型客船ダイヤモンド・プリンセス号での新型コロナウイルス集団感染に端を発し 3 月には世界中でクルーズの運航を停止が相次いだ。当初、政府は 1 月に統合型リゾート（Integrated Resort : IR）に関する基本方針を決定する予定であったが、コロナ感染対策を優先することにより決定は 2021 年 10 月に先送りされている。このような状況ではあるが、本研修で得た知見は感染の一定の収束後を見据え、将来のクルーズマーケットや統合型リゾート（IR）の在り方を考察する際に活かせるものである。

* 東海大学観光学部観光学科教授
投稿日 2020 年 11 月 3 日 受理日 2021 年 1 月 17 日

クルーズ客船は、窓のない内側部屋、シアターでのショー、ラウンジでのエンターテインメントやビュッフェスタイルの食事というクルーズ特有の特徴から感染の大きなリスクとなっている。そのため感染リスクの回避の実現などクルーズマーケットの回復には数年の時間がかかるといわれている。しかしながら、糸川（2020, p.14）は「クルーズ産業は、乗客を楽しませるだけでなく、日本でも地域経済の活性化に貢献してきたことは周知の事実である」と述べているように、日本におけるクルーズ産業は地域への寄与にとどまらず高齢化する日本の旅行マーケットの成長の柱となりうるものである。

シンガポールにおける MICE の誘致成功については、統合型リゾート（IR）の導入が大きく貢献している。シンガポールの成功の要因について現地視察から考察しておきたい。日本での統合型リゾートの導入については、J. ハイランド（2019, p.48）は下記の通り述べている。「歴史やストーリーは、そこがどこであっても必ず存在します。（中略）IR がその伝達役を担うべきだということです。それが叶えば、日本を訪れる外国の観光客は、単に IR での滞在を楽しむのではなく、この国の歴史や文化について学び、さらなる興味を持ってくれるに違いありません」。このように日本型 IR を成功裡に導入するために必要な取り組みや課題解決手法は、シンガポールで研修した手法や制度の成功事例が参考になるものと考ええる。

2. クルーズの歴史と定義

2.1 クルーズの定義

客船には新潟から苫小牧を結ぶ航路等、定期航路を就航している船舶運航会社がある一方で不定期船もある。一般的に何をクルーズというのか様々な解釈がある。クルーズとは何なのか、クルーズの定義についてクルーズアドバイザー認定委員会のクルーズ教本（2008, p.3）には次のように定義されている。

- ① 船に乗ること自体が旅行の主目的の一つであること。つまり、「船」そのものが主要な目的地（デスティネーション）であること。
- ② 航空機や鉄道などの代替・振替の輸送機関としての船旅ではないこと。
- ③ 船を単なる輸送機関としてではなく、船内でのレジャーや滞在、洋上ライフを楽しむことが乗船の主目的になっていること。
- ④ 原則的に船内での宿泊が伴うこと。

クルーズ旅行は一般の旅行のように訪問する目的地よりも、カジュアル船、プレミアム船、ラグジュアリー船、さらには、どのクルーズ客船に乗船したいのかというクルーズ客船自体が旅の目的になっている。

2.2 定期客船からクルーズ客船への発展

1900 年代の豪華客船というと 1912 年北大西洋上の氷山に座礁し沈没したタイタニック号が思い起こされる。もともとタイタニック号はクルーズ客船ではなくイギリスのサウサンプトンとニ

ニューヨークの大西洋を航行する定期客船であった。当時は、北大西洋のドル箱の定期航路として大西洋や太平洋を一定のスケジュールで運航されていた。やがて、1960年代から1970年代にかけて民間航空機の就航とともに定期客船は輸送の主役を航空機に譲り、次第に航路から撤退し定期客船としての役割を終えていった。

定期客船ではなく観光としてのクルーズ客船が世界で初めて世界一周クルーズが実施されたのは19世紀の終わり頃だった。定期船は移動を目的とするものに対して、様々なアトラクションがあるクルーズは乗船すること自体が目的である。それまで定期客船として使用していたP&O社の船「セイロン」がイギリスの事業家に売却されて富裕層のためのクルーズとして姿を変えていった。

2.3 現在のクルーズ旅行の原点

1960年代に定期客船が役目を終えた頃にカリブ海では新たなマーケットとしてのクルーズ市場が生まれた。フロリダのリゾート地マイアミを起点としたカリブ海を航海する旅客数1,000人程度の2万トンの客船を使った現代につながるクルーズである。この時代の中長距離輸送は国内航空機路線も各地に就航しており、米国国内から航空機を利用してマイアミに到着しマイアミ起点のクルーズを楽しむという「フライ&クルーズ」という現在主流のクルーズ旅行の新しいビジネスモデルが出来上がっていった。

カリブ海クルーズの発祥であるノルウェー・カリビアン・ライン（NCL）は、マイアミを起点とした定期的なパハマクルーズを成功させた。その後、大量の旅客を取り扱うことによって一人当たりの運航コストを下げ、低廉なクルーズ料金の提供を実現する。それまで富裕層の船旅であったクルーズを誰でもが気楽に乗船できるレジャークルーズへと大衆化させることに成功した。

同時代に北欧で設立されたロイヤル・カリビアン・クルーズ・ライン（RCI）や1970年代にNCLから派生したカーニバル・クルーズ・ラインがマイアミを起点とするクルーズを展開することでカリブ海クルーズという新たなクルーズマーケットが確立していった。

米国でのクルーズマーケットが一気に普及してきた背景にはクルーズ専門の旅行代理店の存在がある。フライ&クルーズ商品はマイアミまでの往復航空券もセットになった商品であることから旅行代理店にとって販売が容易であることと、手数料も比較的高く、全米各地にCruise Only Travel Agentと呼ばれる専門旅行代理店の存在がクルーズ会社の代理店として機能しクルーズマーケットを拡大させてきたといえる。現在でも米国にはCruise Brothers、Sea and Fun、Compass Universal、Ocean BlueといったCruise Only Travel Agentと呼ばれる旅行代理店が多いが、日本では少ないのが現状である。

2.4 欧州の伝統的クルーズ客船

カジュアルで低廉価格なクルーズの大衆化を進めた米国のカリブ海クルーズに対して、イギリスの船会社に代表される等級を明確にした伝統的客船も時代に合わせたクルーズ使用船として建造されていった。1968年にイギリスの定期客船会社のキュナード・ラインが建造した大型客船

「クイーン・エリザベス 2」は乗船客の等級別にレストランを用意するなど正に伝統的な時間に縛られない富裕層を意識したクルーズ船であった。その伝統は今でも受け継がれている。

2.5 日本におけるクルーズ客船

日本の客船も時代とともに航空機に取って代われ、戦後継続していた南米航路の移民船が 1972 年にクルーズ船に生まれ変わった。これが初代「にっぽん丸」である。その後、1980 年には「新さくら丸」を改造してクルーズ船へと転換した。日本のクルーズの夜明けは 1989 年に北米のクルーズマーケットの成長をみて、新造船を新たなクルーズマーケットに投入した頃である。商船三井客船の「ふじ丸」、昭和海運の「おせあにつくぐれいす」、クリスタル・クルーズの「クリスタル・ハーモニー」、商船三井客船の「にっぽん丸」、日本クルーズ客船の「おりえんとびいなす」、1991 年に郵船クルーズの「飛鳥」、1998 年に日本クルーズ客船の「ばしふいっくびいなす」と、日本のクルーズ市場には短期間に多くのクルーズ客船が投入された。クルーズマーケットへの専用客船の投入の起点となった 1989 年を日本におけるクルーズ元年とすることができる。

このクルーズ幕開け時代においては個人マーケットでのレジャークルーズ需要は決して大きくなく各客船会社も集客には苦勞した時代でもある。このような時代にあって、日本のクルーズ客船は自治体の国際交流事業や青少年交流事業という団体の獲得および企業・組織団体の研修として利用された。筆者は 1990 年代前半に 2 回のチャータークルーズの企画運営に携わった。一つは自治体の教育委員会の青少年交流事業で新潟港から韓国釜山港までのチャータークルーズである。新潟県内の小学生高学年、中学生、高校生を対象とする青少年交流の船として往路の船内では訪問先である韓国の文化の理解をはじめ、リーダー育成のための船内研修を行なった。寄港地の釜山で下船し、釜山の学校との交流事業を行ない、学生との交流事業を終えて翌日に釜山港を出港する際には韓国の学生と交換した T シャツを着たデッキの日本人学生達は出港し、岸壁で徐々に姿が小さくなってゆく韓国学生達との別れを惜しんだ。日韓の青少年交流のすばらしさに加え、徐々に岸壁を離れてゆくシーンの中にさまざまなドラマがあり船旅でしか味わうことのできない旅情があるのもクルーズの良さである。

もう一つの事業は、ロシア極東との関係を強化し日本海側の拠点として目指していた新潟県が県民の文化交流事業として実施したものである。旅行会社が用船者として「にゅーゆーとびあ」をチャーターし、ウラジオストクを訪問した。ウラジオストク港はクルーズ船用港ではなく軍港であるため、CIQ 設備もなく沖合に停泊し入国管が乗船し入国審査および税関審査を行う。そのため、釜山港と比較し手続きに大変時間がかかり、約 500 人の乗船客がなかなか下船できず大型客船に対応する入国管理業務充実の必要性を痛感した事例である。

3. クルーズマーケットの現況

3.1 日本のクルーズマーケットの現況

国土交通省が発表した「2019 年の我が国のクルーズの動向」によると 2019 年の日本人のクルーズ人口は 35.7 万人（11.1%増）と 3 年連続で 30 万人を超え過去最高になった。客船の船籍別

にみると外国船は 23.8 万人（10.9%増）と増加し、日本船は 11.8 万人（11.3%増）と増加に転じた。

2019 年の外航クルーズの外国船利用者 23 万人に対し、日本船の利用者は僅か 8.2 千人である。この外国客船利用者の増加の要因は、大型化された客船による運航コスト低廉化による低価格で 1 週間程度の期間のフライ&クルーズ商品の増加によるところも大きい。それに加えて大型外国客船の日本への寄港や日本発着の運航を開始したことにより、日本人にとって低価格で 1 週間程度の船旅が身近なものになったからである。2012 年に「レジェンド・オブ・ザ・シーズ」、その後 13.8 万総トンの「ボイジャー・オブ・ザ・シーズ」が日本発着のカジュアルクルーズを開始した。2013 年には、「サン・プリンセス」、翌年には 11 万総トンの「ダイヤモンド・プリンセス」が日本市場に投入された。イタリアのカジュアル船のコスタクルーズは中国・韓国・日本の日本周辺国を寄港するクルーズを開始している。このように日本の代表的な「飛鳥Ⅱ」よりもカジュアルで低価格の船旅を楽しめる環境が整ってきたことが日本のクルーズ市場の成長をもたらしている。

3.2 世界のクルーズマーケットの規模

欧米中心にクルーズ客船の大型化が進んでいるが、客船の大きさとサービスグレードは比例している訳ではない。むしろ大型客船は低価格のカジュアル船としてクルーズの入門として多くの人に利用されている。クルーズマーケットは、(1)ラグジュアリー（プティックを含む）マーケット、(2)プレミアムマーケット、(3)カジュアルマーケットと大きく 3 つのタイプに細分化できる。

それぞれのマーケットカテゴリーの特徴は、ラグジュアリー マーケットは世界のクルーズ人口全体の約 2 %で、1 泊 US \$ 400、10 泊以上の日数での比較的長い航海が多い。プレミアムマーケットは約 16%で、1 泊 US \$ 200 の 7 泊以上の航海である。カジュアルマーケットはクルーズ人口の約 80%を占める規模を持ち、1 泊 US \$ 70 で航海日数は 3 泊～7 泊程度の比較的短いクルーズである。

3.3 クルーズによる訪日外国人の推移

2019 年の日本へのクルーズによる外国人の入国者数は前年比 12.2%減の 215.3 万人となったが、これは最大旅客数である中国からの訪日クルーズ旅客が 174 万人と前年比で 14.5%減少したことが影響している。一方で香港等中国南部発は 39.5 万人（21.9%増）、台湾発は 28.8 万人（4.7%増）と訪日クルーズ旅客は増加した。

4. 観光学研修で乗船したクルーズ客船とクルーズの概要

4.1 ボイジャー・オブ・ザ・シーズ Voyager of the Seas

本研修で乗船した客船は米国マイアミ本社の「ロイヤル・カリビアン・インターナショナル」社が保有する 1999 年就航当時世界最大の客船である。船内には数々のショップやレストランが連ねるロイヤルプロムナードと呼ばれる吹き抜けの街の通りそのものがあり、洋上の街がある客

船として話題になった。その他にはシアター、アイスリンク、スパ等乗船客を飽きさせない施設や毎日のプログラムが用意されている。総トン数は13万8千トンであり、5万トンの飛鳥Ⅱの3倍弱の大きさである。全長は311mあり、全客室数は1,643室、乗客数3,286人と一つの町が洋上にあるといっても過言ではない。

4.2 マリーナベイ・クルーズセンター（MBCCS）の出入国管理の検証

シンガポールには2つのクルーズ客船専用ターミナルがある。1991年にオープンした「シンガポール・クルーズセンター（SCC）」と利用者の増大に応じて2012年に新設された「マリーナベイ・クルーズセンター・シンガポール（MBCCS）」である。

今回利用したマリーナベイのMBCCSはバースが2つ（335mと360m）あり2艘の客船が同時に寄港可能である。バゲージは出国手続き前に集荷エリアにタグを付けて預けておけば乗船後に各部屋までポーターが荷物を運んでくれる。乗船客数が3,200人という大型船であるため、問題は出国手続きの列が長く、出国審査から乗船まで約1時間を要した。最終日の下船は8時15分から10時まで15分刻みで下船するグループ分けをしているため、それほどの混雑はなく税関検査場まで進むことができた。本船はマレーシアのパナン島へ寄港したが、一般的なクルーズ客船同様に寄港地での下船乗船は初日のチェックインの際に渡される“Sea Pass”カードのチェックと乗船時の手荷物検査だけで手続きは簡単であることが分かった。

4.3 クルーズ船内の概要

将来のクルーズマーケットを考えるためにはクルーズ客船内の生活や過ごし方を知ることが成長戦略を考える上で極めて重要である。そこで本研修で体験したカジュアル客船の船内生活や乗客の船上での過ごし方の概要を報告する。

船内夕食のメインダイニングでの座席は毎回指定されたテーブルで食事をとる。夕食は時間も指定される。同船では1回目が17時30分の「メインシーティング」で2回目は20時の「セカンドシーティング」の2回制となっていた。夕食時のドレスコードはカジュアル船であるため、初日は「カジュアル」の指定で、2・3日目は「スマートカジュアル」という指定になっている。今回の最大乗船客はインド人、次いで中国系で日本人は少なく、全体的にはかなりカジュアルな雰囲気であった。朝食、昼食は指定なくメインダイニング以外のレストランで自由にとることができる。無料のレストラン以外には有料の日本食、イタリアン、ステーキハウスといったレストランが用意されている。カジュアル船の中で有料レストランは追加料金がかかるがークラス上のプレミアム感を味わうことができる。

船内イベントについては朝から夜まで様々なプログラムが用意されており、船内で退屈にさせないような工夫がとられている。毎晩各客室には船内新聞が配られる。翌日のアトラクションプログラムのスケジュールから寄港地到着時の下船の順番、下船の方法などが記載されているので、翌日の行動計画を立てるために便利である。シアターショーやスケートショーなどの船内イベントは無料である。また、船内カジノ施設もクルーズの過ごし方には欠かせない娯楽である。船内

カジノへは入場制限があり、18 歳以上の乗船客が入場可能である。また、カジノ営業は公海を航行中に限り営業される。

5. シンガポールにおける統合型リゾート（IR）

5.1 統合型リゾート（IR）導入の背景

シンガポールは 1965 年に、東京 23 区ほどの面積の国家で観光資源に恵まれない国家としてマレーシアから独立した国家である。そのため世界各都市からアクセスのよいシンガポールの地理的立地を活かした MICE 振興にもいち早く力を入れてきた。しかしながら、2000 年代に入ると、香港ディズニーランド開園、バリ島やプーケット島のリゾート開発が進み、シンガポールの観光産業の国際競争力が低迷する。さらにアジア諸国における LCC の就航は、アジア諸国との競合に拍車をかけ、シンガポール観光産業に打撃となってゆく。

2005 年に当時のリー・シェンロン首相が観光産業の低迷を打開するために統合型リゾート（IR）導入を表明し、「IR 開発推進計画」が閣議決定された。この決定がシンガポールにおける統合型リゾート（IR）の導入のスタートラインである。当時シンガポールにおいても、ギャンブル依存症をもたらすカジノの建設という負の面だけをとらえられていた。リー首相はシンガポールに導入するものはカジノではなくホテル、レストラン、会議室、ショッピングセンターで構成される統合型リゾート（IR）であるということを強調する。IR という言葉がカジノではないという意味で広く使われるようになったのも 2005 年のシンガポールの IR 開発推進計画からである。

シンガポール政府で 2002 年にカジノ導入案がまとめられた後、修正を重ね 3 年後の 2005 年 4 月に統合型リゾート（IR）の正式導入が決定された。カジノ導入の否決から一転、統合型リゾート（IR）の導入の決定までわずか 3 年という時間を考えると、その間の観光産業の国際競争力が如何に低迷していたかがわかる。

5.2 統合型リゾートの運営形態

シンガポールにおける統合型リゾート（IR）導入の可否判断をするために 2004 年に事業案を世界の事業者から公募を行なった。その結果シンガポールにおける統合型リゾート（IR）の事業運営の骨子は下記の内容とすることも統合型リゾート（IR）導入と同時に決定された。

- ① マリーナベイとセントーサの 2 つのエリアに異なったコンセプトの統合型リゾート（IR）を開発すること。このことにより幅広い客層に対して集客が可能になる。
- ② マリーナベイは MICE を柱としたビジネス需要客を中心に集客し、セントーサはファミリー層がリゾートを楽しむために訪れる場所となり、単なるカジノではなく品質の高い統合型リゾート（IR）の実現が可能となる。

6. 統合型リゾート（IR）導入による社会的代償への対応

6.1 統合型リゾート（IR）導入によるマイナスの影響への対処の骨子

統合型リゾート（IR）導入決定時に考えられた対策は、ギャンブル依存症やマネーロンダリング等の社会へのマイナスの影響の可能性を予測し、規制を行うことで対処することで可能であると考えた。そして経済効果など社会へのプラス面を考え、2006年のカジノ法案に管理と規制が盛り込まれた。

【対処への実施策の骨子】

- ① シンガポール国民および永住権取得者に対するカジノ入場料の賦課
1日あたり S\$ 100、または年間 S\$ 2,000
- ② 財政困窮者、社会的支援を受けている者のカジノ入場禁止
- ③ カジノ内でのシンガポール国民への信用貸の禁止
- ④ 国内メディアのカジノ広告の禁止
- ⑤ カジノ入場料からの収益は他のギャンブルどう同様に政府収入とし使途は慈善目的とする。
- ⑥ ギャンブル依存症問題に対応する国家賭博問題対策協議会（NCPG）などの相談・治療機関の国家的枠組みの整備
- ⑦ マネーロンダリング対策として取引額が S\$ 5,000 以上の場合の本人確認と報告義務を定めている。

6.2 カジノ運営の管理・規制

社会へのマイナスの影響に対応するために 2 か所の統合型リゾート（IR）の開発と並行して、管理・規制の体制を整備することが求められる。カジノ管理法に基づいたカジノ運営の管理、規制を所管するカジノ規制庁およびギャンブル依存症などギャンブルに起因するマイナス面から国民や社会を守るための管理、規制を所管する国家賭博問題対策協議会を組織化し整備を行った。

カジノの管理・規制については、カジノを運営する事業者の内部の監視やマネーロンダリング対策だけでなく、カジノ規制庁承認の機器メーカーからの納品、機器修理の報告等カジノで使用するゲーム機器の管理と規制に及ぶ。また、カジノ事業を行うための認めるライセンス制による管理とカジノ事業者の契約の監視と税制についても管轄する。

カジノ税や法人税の税制についてはカジノ事業を担う事業者がその国で事業に投資するか否かの判断基準に影響するものであり、シンガポールの税制は事業者にとって誘致する良い条件だったといえる。売り上げに対するカジノ税は顧客層により異なった税率を設定している。一般顧客は 15%と世界的に見て低水準である。また、カジノ内口座に S\$ 10 万以上の預金を持つ富裕層の特別顧客の売上に対しては 5%としている。法人税も国際的水準より低い 17%となっており多くのカジノ事業者を誘致する上で好条件となっていた。

ギャンブル依存症など社会的代償については、統合型リゾート（IR）毎のカジノ場の面積を 1.5 万 m² 以下の規制を行っている。マリーナベイサンズの MICE 施設は 12 万 m² であり、統合型リ

ゾート（IR）全体に占めるカジノ面積の比率は 12.5%である。また、リゾートワールドセントーサは全体の面積が 4.9 万 m² に対してカジノ面積は 30.6%である。日本でのカジノ面積規制案は IR 全体の 3%以下であることからシンガポールよりも厳しい基準を検討している。

カジノ入場回数制限、入場禁止を定めたギャンブル依存症対策として 3 種の入場排除プログラムがある。(1) リスクがある人が自己申告で入場を禁止する自己排除プログラム、(2) リスクがある人の家族、配偶者が入場を禁止する家族排除プログラム、(3) 自己破産者、経済援助を受けている者、低所得者公営住宅に住む者等法令に基づきカジノ入場を禁止する第三者排除プログラムである。

7. 統合型リゾート（IR）導入後の状況・経済効果

シンガポールに 2 つの統合型リゾート（IR）が開業する前年の 2009 年の観光客数は 970 万人、観光収入は S\$ 120 億（1 兆円）と低迷していたが、2010 年にマリーナベイサンズおよびリゾートワールドセントーサがオープンし観光産業は回復傾向に転換する。2013 年の観光客数は 1,560 万人、観光収入は S\$ 235 億（1.9 兆円）と増加し、2018 年には観光客数 1,850 万人、観光収入 S\$ 271 億（2 兆 2,493 億円）と順調に拡大している（表 1）。観光収入の内訳は、構成比で宿泊費 21.1%、買い物 19.7%、飲食 9.5%といずれも前年から減少しているが、IR を含む観光・エンターテインメントは 21.7%の S\$ 44.72 億（4,774 億円）と前年比 6.1%の増加している。直接的に IR により生み出された観光収入は S\$ 45 億（3,735 億円）に及んでいることがわかる（表 2）。

表 1 観光客と観光消費額の推移

	2009 年	2011 年	2013 年	2018 年
観光客数	970 万人	1320 万人	1560 万人	1850 万人
消費額	1 兆円	1.8 兆円	1.9 兆円	2.2 兆円

出典 一般財団法人自治体国際化協会シンガポール事務所
(2020) を基に筆者作成。S\$1.0=JPY83 で換算。

表 2 シンガポール観光収入の内訳（2018 年）

費目	消費額（億円）	構成比（%）
観光・エンターテインメント	4,774	21.7
宿泊	4,642	21.1
買い物	4,334	19.7
飲食	2,090	9.5
その他	6,160	28

出典 源（2019）を基に筆者作成。S\$1.0=JPY83 で換算。

次に、シンガポールの 2 か所の IR の売上と IR 全体の収入に占めるカジノ収入を見ると全体の収入の約 80%を占め、IR 運営をカジノ収入が支えていることがわかる（表 3、表 4）。

また、IR の開業による観光収入の貢献だけでなく、カジノ運営はカジノ管理法に基づいた様々な政府歳入ももたらしている。カジノ入場料による 2013 年の収入は表 5 のとおり S\$ 1.79 億（148.9 億円）となっている。

表3 マリーナベイサンズの収入構造

単位：億円

	2010年	2011年	2012年	2013年
カジノ収入	1,104	2,459	2,362	2,457
宿泊収入	1,028	278	338	374
店舗収入	48	143	162	160
カジノ収入の割合	50.6%	85.3%	82.5%	82.1%

出典 一般財団法人自治体国際化協会シンガポール事務所
(2015) を基に作成。USD1.01=JPY104 で換算。

表4 リゾートワールドセントーサの収入構造

単位：億円

	2010年	2011年	2012年	2013年
カジノ収入	1,962	2,241	1,973	1,817
宿泊収入	286	422	464	549
店舗収入	2,248	2,662	2,438	2,367
カジノ収入の割合	87.3%	84.1%	81.0%	76.8%

出典 一般財団法人自治体国際化協会シンガポール事務所
(2015) を基に作成。USD1.01=JPY104 で換算。

表5 カジノ運営に係る政府歳入

単位：百万円

	2010年	2011年	2012年	2013年
カジノ収入	2,018	2,079	2,150	3,117
ライセンス申請料	1,049	61	165	70
罰金	0.3	79	1,512	63
カジノ入場料	3,470	18,589	15,165	14,893

出典 一般財団法人自治体国際化協会シンガポール事務所
(2015) を基に作成。S\$1.0=JPY83 で換算。

表6 ギャンブル依存症患者数などの割合の推移

単位：百万円

	2008年	2011年	2014年
ギャンブル依存症患者数の割合	1.2%	1.4%	0.2%
ギャンブル問題を抱える者の割合	1.7%	1.2%	0.5%
計	2.9%	2.6%	0.7%

出典 一般財団法人自治体国際化協会シンガポール事務所
(2015) を基に作成。S\$1.0=JPY83 で換算。

8. 研修の成果

今回の研修では、出発前事前研修と合わせシンガポールの観光政策、クルーズマーケットの成長性について学んだ。シンガポールの観光政策については、観光を経済成長の手段として位置付け、量より質を重視し、統合型リゾート（IR）が観光産業を牽引することを目標としている。実際に統合型リゾート（IR）を含めた観光施設を視察し説明を聞くことで理解を深めることができた。

クルーズ市場の成長性については、2020年から2026年の間に世界で32隻のクルーズ客船の建造が計画されており世界のクルーズマーケットの成長の潜在力について学んだ。クルーズは日本人のアウトバウンドだけでなく、訪日外国人観光客の人数拡大に大きく寄与してきた。寄港地を持つ地域にとっては着地型観光の工夫と充実を図ることで、これまで以上に地域での消費拡大といった経済効果を期待できる潜在力を持っている。世界で大型客船が投入されている現代のクルーズ客船に対応する埠頭や旅客ターミナルといった港湾施設の整備や入国管理、税関管理などの機能強化をすることにより地域へのクルーズ客船寄港誘致を推進できる。観光学部のサービスマネジメント群の講義科目で学んできたことを本研修で実際に視察体験することで理解を深め、今後の日本の観光産業を考える上での貴重な研修となった。また、日本の将来の旅行市場を考える際のテーマの一つであるクルーズについては、実乗船し船内生活を体験したことで、コロナ禍におけるクルーズの在り方について具体的な方向性を見出すための指針となるものと考えた。

MICE や地域観光に期待できる統合型リゾート（IR）の導入については単にシンガポール版統合型リゾート（IR）を持ち込むのでは成功しない。J.ハイランド（2019,p.48）は、統合型リゾート（IR）は日本に訪れる外国人に日本の文化、歴史、伝統を伝達するものであると述べているように国際会議の誘致には日本独自の伝統文化の魅力を発信する必要がある。日本における統合型リゾート（IR）の在り方、懸念されている様々な共通課題、MICE 誘致の競争力について考える際に、統合型リゾート（IR）先進地であるシンガポールで学んだ政策や事例が多く参考となる。

引用文献

- 糸川雄介（2020 年）「非 3 密の工夫が自由とゆとりを生む」『トラベル・ジャーナル』第 57 巻（2020 年 8 月 31 日号）14-15 頁.
- 源卓也（2019 年）「2018 年の外国人来訪客数、3 年連続で過去最高を更新」（JETRO ビジネス短信, 2019 年 3 月 4 日）<https://www.jetro.go.jp/biznews/2019/03/fce55ad1765bf5ee.html>（閲覧日 2020 年 8 月 4 日）.
- 一般財団法人自治体国際化協会シンガポール事務所（2015 年）「シンガポールにおける IR（統合型リゾート）導入の背景と規制」『CLAIR REPORT』, NO.417, <http://www.clair.or.jp/j/forum/pub/docs/417.pdf>（閲覧日 2020 年 8 月 3 日）.
- 一般財団法人自治体国際化協会シンガポール事務所（2020 年）「シンガポールの政策 観光政策編」http://www.clair.org.sg/j/wp-content/uploads/2020/03/20_kankoseisaku.pdf（閲覧日 2021 年 1 月 18 日）.
- 社団法人日本外航客船協会（2008 年）『クルーズアドバイザー認定委員会 クルーズ教本』一般財団法人日本外航客船協会.
- ハイランド, ジョンソン（2019 年）『IR で日本が変わる——カジノと観光都市の未来』角川新書.