

4 ゲンティンハイランド

- ・ 調査日 令和5年11月11日（土）
- ・ 調査先 ゲンティンハイランド
（マレーシア クアラルンプール）
- ・ 説明者 Cheng Kim Meng 氏
（Sunrise Tours&Travel Sdn Bhd Manager）



田内 浩之

1 目的

今回の視察目的は IR も含めた地域開発と観光面での富裕層へのアプローチ。IR とは、国際観光推進を目的とした統合型リゾート施設（Integrated Resort）のこと。ホテルやカジノ、劇場、ショッピングモール、MICE 施設（国際会議場や展示会場など）が集まった複合型施設のこと。

日本では、2002 年に発足した超党派の議員連盟を中心に IR についての検討と議論が行われており、13 年と 15 年には、それぞれ「特定複合観光施設区域の整備の推進に関する法律案（IR 推進法案）」が国会に提出されている。その後 16 年に「IR 推進法」が、18 年には「IR 実施法案」が成立した。

一方で自治体による IR 誘致の動きは低調だったが、23 年 4 月に大阪府の「大阪・夢洲地区特定複合観光施設区域の整備に関する計画（大阪 IR）」が国の認定を受け、IR 実現に向け進んだ。日本が IR の手本としている国の 1 つがシンガポールだ。同国は東京 23 区とほぼ同じ面積しかない島国でありながら、観光面での成功は、IR 内に設置したカジノによるところが大きい。

また、富裕層を呼び込むには静岡県として観光面でどうしたらよいかという観点でも視察した。日本政府観光局（JNTO）が定義する「富裕層旅行者（高付加価値旅行者）」の定義は訪日旅行 1 回あたりの総消費額 100 万円以上/人の旅行者となっており、その中でも 300 万円以上をハイエンド層と分類している。

2 視察内容

ゲンティンハイランドはマレーシア資本のゲ



広大なゲンティンハイランドのパンorama

ンティン・グループが保有するマレーシアのラスベガスとも称される高原リゾート。創業者は中国福建省生まれの移住者林梧桐（りんごとう）一代でグループを作り上げた。マレーシアのクアラルンプールから



施設内も大空間に大勢の人々が詰めかけていた

東へ普段は約1時間で着くことができるパハン州にある。しかし、当日は3連休の初日のため約3時間かかった。標高が1,700mであるため、気温は年中14℃～25℃で非常に涼しい。マレーシアで1番人気の高原リゾート。ちなみに2番人気は英国王室御用達の紅茶ポーターの産地で有名なキャメロンハイランド。1960年に政府が開発しようとしたがうまくいかず、ゲンティンが譲渡を受け開発した。当初はホテルのみでカジノはなかったが、儲からなかったため、当時の首相トウルク・アブドゥル・ラーマンを筆頭に国と協力してカジノ誘致に取り組んだ。ゲンティンとその子会社によるホテルも多数あり5ツ星ホテルが3棟ある。週末は満室。

カジノには自家用車かロープウェイで向かう。バスは道が急峻のため基本乗り入れ禁止。

ゲンティンのカジノはマレーシアで唯一政府公認であり、マレーシアのみでなく、シンガポール、インドネシア、タイ、香港、中国のほかアジア中から観光客が訪れるが、日本の観光客はほぼ来ない。イスラム教徒は賭博をすることができないので中華系のマレーシア在住者は頻繁にカジノに遊びに行く。6割は現地人。カジノ場の様子であるが、禁煙だが喫煙者が多かったり、個人の高利貸しが場内をふらふらしていてお金をこっそり貸すのは日本ではだめだと感じた。また、ATMコーナーに並ぶ辛そうな顔の方々は印象的であった。しかし、全体的な雰囲気は殺伐としてはおらず観光客も地元の人も気楽に遊んで楽しそうであった。マカオはカジノに



カジノ入口



麓からのロープウェイ

いることができる日数が限られているので、日数制限がないゲンティンは人気だそう。ゲームを一定回

数行えば飲食無料で、たくさんゲームをした人（お金を使った人）はホテルも無料。カジノは8カ所で入場は基本無料。カジノ以外にショッピングモール、ゴルフ場があり、イスラム教徒でも楽しめるリゾートになっているが、利益はほぼカジノで出している。遊園地は室外と室内。室内園をつくったのは夕方霧が出てくるため。コロナ禍ではマレーシアは自宅から10キロ以上動いてはいけない行動制限があり、当時はカジノも閉まっていた。

3 県政への反映とまとめ

今回の視察を通しギャンブル依存症対策等の必要性は感じながらも、観光施策としてのIR誘致による地域開発は雇用や地域振興の面でインパクトが大きいことを実感し、静岡県内においても基礎自治体がIR誘致に取り組むのであれば積極的に支援するべきだと感じた。

また、ここまで規模が大きなものは日本では見受けられない。屋内の遊園地も含めて、ホテルやカジノ、ショッピングモールがあるこの総合型リゾートに多くの人があるのを目の当たりにし、大型開発を実行し地区を潤すことを県内で目指すのもありではないか。しかし、場所については慎重な検討が必要であり、美しい山岳地帯のど真ん中を開発するのは自然保護の観点から静岡県には向いてない。山が削られピンクや黄色の遊園地の大型遊具がある景色は違和感を感じるものであった。

また、ホテルに関して、世界の富裕層を満足させるホテルがここにはあったため、カジノに来る富裕層を宿泊させることが可能であった。しかし、私の地元の浜名湖もそうであるように、静岡県内は高価格帯1泊10万円以上のホテルが少ない。このことは富裕層の来県を妨げるものであり、県として東中西いずれの地域も高価格帯ホテルの誘致が必要である。

そして、カジノやホテルだけでなく、VIP対応や体験の独自性、荷物の輸送など、静岡県として富裕層をどのように受け入れ満足させるかを研究し、政策を実行する必要がある。



説明者（右から3人目）とともに
（筆者は右から2人目）

5 マレーシア・イスラム美術館

- ・ 調査日 令和5年11月12日（日）
- ・ 調査先 マレーシア・イスラム美術館
（マレーシア クアラルンプール）
- ・ 説明者 美術館学芸員サイド氏

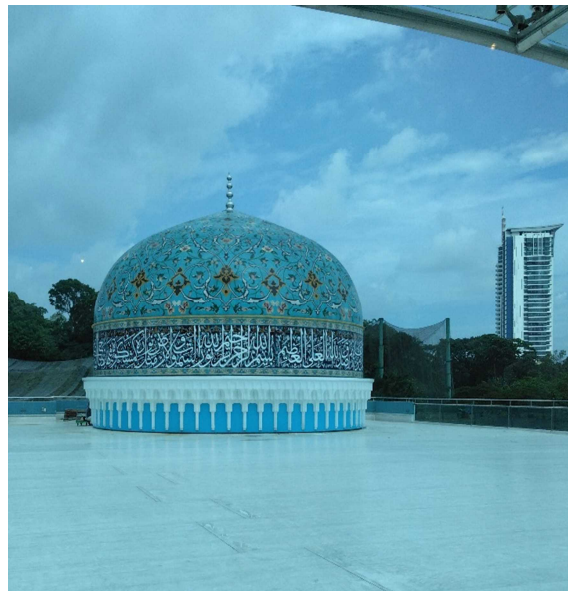


杉山 淳

1 施設の概要と目的

マレーシア・イスラム美術館は、マハティール首相がマレーシアのイスラム系経済人にイスラム教の美術館を作るべきとしたアドバイスにより設立された基金「アルブハーリー財団」によって1998年12月に設立され、2004年には図書館、収蔵品の修繕や保護を行う施設が設けられた。国立の施設ではない。

美術館の建物はイタリア人建築家により設計された。4階建てで、1階2階が美術館、屋上にはサファヴィー建築に影響を受けたドームが設けられている。



屋上のサファヴィー建築様式ドーム

イスラム教下の西アジアや中国、東南アジアで制作された工芸品や宝飾品、細密画など1万点以上のイスラム美術品や、イスラム教のコーラン、関連した文献が所蔵されている。所蔵品はテーマ別に展示されており、モスクの模型や書道、インド、中国、マレー世界、宝飾品、服飾、武器と防具、陶磁器とガラス、木工品、硬貨、金属細工などのギャラリーが設けられている。

偶像禁止のため動物、人物は描けないため、花や植物の絵画、彫刻が多くある。地域によっては偶像が描かれていることもある。その土地の独自の文化による。世界中のイスラム教徒を意識し、注目されるよう作られた美術館。観覧のルールは原則なく、あるのは写真撮影とタッチの可否くらい。

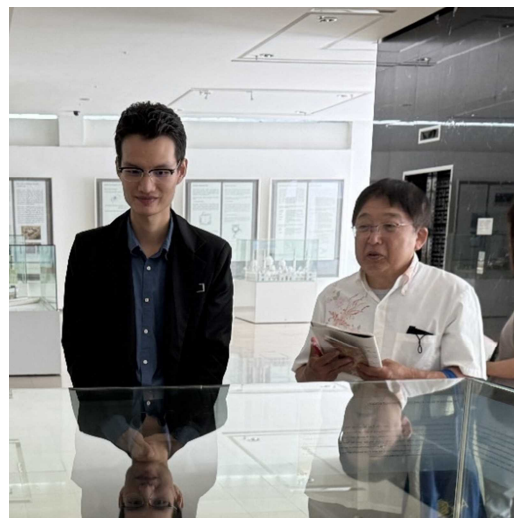
2 施設、展示品の説明とイスラム教の風習

①モスクについて

ドームが円状ドームの理由は反響して遠くの方まで声を通るため、今のようなマイクがある時代ではあまり意味をなしていない。昔、ドーム敷地の中には病院、役所、学校があり、多くの人が入り出していた。多くの人が行き交う場所であった。その地方の文化、考えを取り入れて作られている。モスクは男性と女性の場所が分けてある。祈りの前に手を洗い清めるための水道設備がある。※静岡市駿河区の用宗港近くにもモスクあり。

②中国のイスラム教(中国モスクの模型を見ながら)

中国のモスクは西安以西にある。2億人のイスラム教徒がいる。中国人口の2割ほどにあたる。モスクも中国的なもので他の地域とは異なるものとなっている。



左が説明者のサイド氏

③メッカ巡礼(メッカの模型を見ながら)

3大聖地のエルサレムにあるモスク・ラクサが最初の祈る方角の基準だったが、途中でメッカに代わった。もともとメッカではなかった。今は一度に200万人が並んで礼拝する。

イスラム教徒・ムスリムは1日に5回決まった時刻になると、メッカの方向に向かって礼拝を行う。あらゆるイスラム教徒・ムスリムにとって、同地への巡礼「ハッジ」は体力と財力が許す限り一生に一度は果たすべき義務である。これは聖典クルアーンの記述が根拠となっている。



筆者

④コーラン・経典(経典の実物を見ながら)

コーランは114章から構成されている。30くらいに分けたものが、祈りをするときに読まれている。一枚の布だったり、小さな本だったり、いろいろな形式に書かれているものが展示されていた。アフリカのノートを買えない地域では、板に経典の文書を書き写し、暗記し、その後また消し再利用しながら覚えている。

⑤タージマハル(インド)(タージマハルの模型を見ながら)

タージ・マハルは、インド北部アーグラにある。

ムガル帝国第5代皇帝シャー・ジャハーンが、1631年に死去した愛妃(妻)ムムターズ・マハルのために建設した総大理石の墓廟。インド・イスラム文化の代表的建築である。1983年にユネスコの世界遺産(文化遺産)に登録された。

※ムガル帝国皇帝シャー・ジャハーンは建設時イスラム教国家建設に取り掛かっていた。

⑥ 剣(実物を見ながら)

様々な剣が展示されている。死刑執行用の剣は肩から心臓に向かって刺す。痛みが少なく亡くなれるので、長さもそれに見合う長さになっている。

⑦ コンパス(実物を見ながら)

羅針盤の代わりになるものから、携帯用のものまでさまざまなコンパスが展示されていた。1日5回の礼拝を行うことが基本的な生活習慣である。遠方に出掛けるイスラム教徒にとっては、祈る方向であるキブラを知るためのコンパスは必需品となっている。

3 県政への反映とまとめ

マレーシアのイスラム教徒の財界関係者が寄付して設立した財団が、世界中のイスラム教文化の資料を集めた美術館を運営されている点はすばらしい。

現在、東南アジアで経済的に最も発展中のマレーシアには近年多くの日本企業が進出している。マレーシア人口の3分の2を占めるイスラム教徒の考え、生活を理解するにはイスラム教の文化、歴史を理解することが必要であり重要である。1日5回の祈りの時間の確保など経営者、上司が配慮すべき点が多くある。日本もグローバル化が言われて久しいが、本県においても他文化の正しい理解と対応が必要であり、県民へ向けての啓発や教育機関と連携した取り組みなど検討していく必要がある。今回の視察でイスラム文化を体現できたことは有意義であった。



天井を含め建物自体が展示対象

6 セカイマルシェ・静岡茶海外サポートデスク

- ・ 調査日 令和5年11月12日（日）
- ・ 調査先 セカイマルシェ・静岡茶海外サポートデスク
（マレーシア クアラルンプール）
- ・ 説明者 FOUNDER/CEO 杉山 亜美氏



伴 卓

1 調査の目的

SECAI MARCHE（セカイマルシェ）が東南アジアで取り組む事業内容や東南アジア市場における日本製品の消費動向、静岡県産品の流通状況及び今後の需要等についてヒアリングし、県産品の対東南アジア諸国向けの販路拡大策について調査研究する。

2 SECAI MARCHE（セカイマルシェ）について

SECAI MARCHE（セカイマルシェ）は2018年に創業し、シンガポール・マレーシア・ベトナムの三カ国においてB to Bのイーコマースビジネス（産直プラットフォーム事業）を手掛けている。静岡県内の農水産業者と、マレーシアのレストランオーナーや消費者をダイレクトにつなぐことで双方のビジネスチャンスを生み出すプラットフォームを構築。

杉山亜美さんは出身地静岡（葵区）の煎茶を取り扱い、現地でお茶の卸とお茶カフェも開業。自身で実際に輸出入を行うことで、「調達と仕入れ」の課題に直面。輸入する側の視点からすると「欲しい商品はたくさんあるのに、どれを選んでいいのか情報が分からない」と気付く。さらに欲しい商品を見つけても「生産者に発送するシステムがない」という課題があり、「見つけづらい・買いづらい」といった課題にも気付く。

一方で、生産者にとっても海外市場（外食産業など）の需要が具体的にわからないことや、適切な輸出方法を知らないことに加え、従来の流通手段が効率化されていないためコストが跳ね上がり、輸出や販路拡大に繋がっていない課題も存在していた。

そこでSECAI MARCHEでは製品情報と物流手法を集約することができれば、日本の産品がよりスムーズに流通できるのではないかと考え創業。

生産者はSECAI MARCHEに製品（商品）を掲載し、受注があったら一括で納

品。これだけでも、今までリーチできていなかった顧客に接点を持てるようになった。消費者（外食店舗や小売店舗）は SECAI MARCHE を使うことで、様々な商品を見つけることができ、使用量は少量であっても、SECAI MARCHE がまとめて発注することで、安価で便利に購入することが可能になった。



SECAI MARCHE 入口

現在 SECAI MARCHE では主にマレーシアのホテルやレストランを取引先としている。生産者は日本からだけでなく、半分は東南アジア、半分は日本の農産物を取り扱っている。「産地直送」をキーワードに、商品は生鮮野菜・果物からスタートしたが、現在では乳製品や加工品、海鮮、肉類などへも種目を拡大。取り扱いアイテムを増やすことで、ユーザーの利便性向上（一度に

いろいろなものをまとめて発注できる）を目的としている。

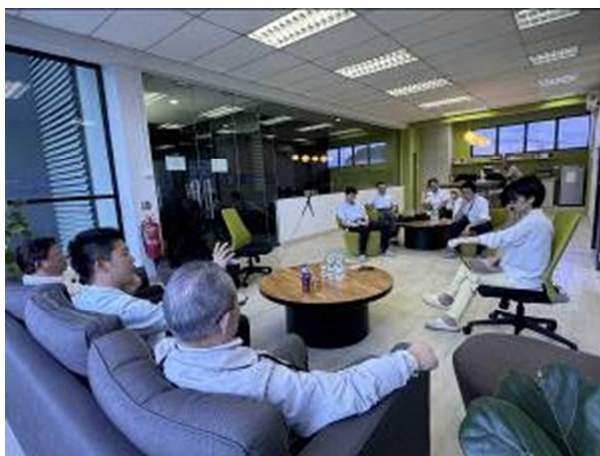
ASEAN において外食産業流通規模は 10 兆円と言われている。その中でも SECAI MARCHE はマレーシア・シンガポール・ベトナムの 3 か国、計 5 兆円の市場への参入をターゲットングしている。

3 静岡県産品の動向について

SECAI MARCH と静岡県は、県の経済産業部お茶振興課からの支援を受け、現在 4 年目の取り組みを行っている。

残念ながら東南アジア諸国における静岡茶のステータスはあまり高くない。ただ、シンガポール国内においては「静岡茶」というネームバリューが確立されつつある。背景には経済連が熱心にプロモーション活動などに取り組んできたことがある。しかしながら、一過性（単発）の取引で終わってしまうこともあるため、継続的な消費機会の醸成が今後の課題である。

その一方で、同じお茶処である福岡の八女茶、京都の宇治茶、愛知の西尾茶はドリンク原料としての地位を確立しつつある。煎茶として流通を獲得したのではなく、ドリンク原料としての抹茶が主流であり、抹茶を用いたドリンクの流行が生まれた。ただ健康志向というより



開放的で交渉・相談しやすいミーティング室

も、風味や SNS におけるその見た目の良さなどから人気を得てきている。

10 年ほど前は煎茶としての需要もあったが、基本的にお茶を淹れる習慣の無い方にとって煎茶の受け入れは難しい。一部の華僑の方たちが楽しむために煎茶を好んでいたことがあった。マレーシアにおいて7割がイスラム圏のマレー系の方々で、お茶を飲む習慣がない。そもそも煎茶市場としてのニーズが狭いうえに、既に上記の3つの地域が台頭している市場に参入していくのは正直ハードルが高いと考える。

4 マレー市場とハラール食品

マレーシアの国民の多くがイスラム教徒であり、ハラール認証は市場参入する上で一つのキーワードである。しかしながら、目下の課題として認証を受けるまでのコストや手間、さらに認証を持続するためのコストや手間もまた大変だという。

一方で、マレー市場でテストマーケティングを行い、中東方面への輸出の足掛かりとする事業者も見受けられるが、現在 SECAI MARCHE が取引している日本の生産者で、マレー市場でハラール食品の輸出を経験し、中東諸国の市場への展開を目指している事業者はきかない。

5 インバウンド観光客の思い出の味

マレーシアにおいても日本は旅行先としても人気を得ている。国民所得が増えることで海外旅行の機会も増え、日本を訪れるマレーシア人も増加しつつある。その際に日本で食べた日本料理や寿司、焼肉（和牛）、糖度の高い果物は「思い出の味」となり、帰国後に国内で求める需要が増えてきているという。

クアラルンプールでも日本式のレストランは増えてきているが、高級店であり一般市民が利用するには敷居が高い。一方で、気軽に日本の食品を楽しみたいという需要が醸成されてきている。例えばクアラルンプールのドン・キホーテでは和牛の串焼きを露店スタイルで提供し、行列ができるほど人気を得ている。果物なども小分けで販売するなどし、手に取りやすい販売手法がとられてきている。小ロットで販売することで、プチ贅沢として消費できる機会が生み出されている。



左端が説明者の杉山氏、筆者は右端

6 県政への反映

国内市場が成熟しつつある日本において新たな市場として東南アジア諸国を目指している生産者が多いことが分かった。しかしながらサプライチェーンやコールドチェーンの課題面も多く、誰もが海外への販路に取り組めているわけではない。一方で、SECAI MARCHE の様なシステムを持つ事業者と協業することができれば、市場は世界へと広がりを見せることができる。

今回のヒアリング内容を以下のようにまとめ、静岡県で生産されるさまざまな食品が世界に流通し、県内生産者の販路拡大に資するように県政として取り組みたい。

- ・ 日本式レストランは増加傾向にあるが高級店が多く、一部の富裕層が利用。県産品を販売する場合は小ロットで、多くの人が手に取りやすい手法で販売する。
- ・ 「日本産」というだけでは売れにくい。現地でのプロモーション活動やイベントなどを通じ、日本産の中でも「おいしい」「また食べたい」と思わせる仕掛けづくりが必要。
- ・ 静岡県以外にも多くの県が東南アジアマーケット市場への進出を目指している。静岡県の強みとなる生産品をきちんと付加価値や違いを明確にして戦略的に販売する。
- ・ 日本のように冷蔵冷凍の物流がまだインフラとして行き届いていない。常温保存できる加工品で静岡ブランドを確立していく手法もある。
- ・ 県内生産者と SECAI MARCHE の様なシステムを持つ事業者が協力することで、小ロットでも出荷が可能になったり、税関手続きなども生産者の手を煩わせることがない時代になってきている。海外市場はそれほどハードルが高くない時代になった。



杉山氏を囲んで