

No.017 2015.3 | 平成 26 年度 NUI レポート

マレーシアの都市及び政策 vol.3

躍進する観光立国の戦略

名古屋都市センター アジアまちづくり研究会



マレーシアは、マレー系をはじめ中国系やインド系などからなる多民族多宗教国家であり、様々な文化が重なり合って共存しています。原油やパームヤシなど豊かな資源を持つとともに、工業化を推進し経済発展も達成しており、1人当たりの名目GDPは10,000ドルを超越ています。また世界文化遺産のマラッカや、世界自然遺産のキナバル公園など多くの観光資源にも恵まれています。

アジアまちづくり研究会では、マレーシアのクアラルンプールなどを対象に、都市や政策について調査を行い、3冊のレポートにとりまとめました。3冊目となる本レポートでは、2012年における観光客数が世界第10位（日本33位）のマレーシアにおける観光政策について触れた後、同国の観光空間・施設（都市、建築物、商業施設、宿泊施設等）、観光アクセス（空港、バス等）、ツーリズムを支える食文化（民族ごとの食文化、屋台、ハラール等）について取りまとめています。

マレーシアの都市及び政策 vol.3

飛躍する観光立国の戦略

名古屋都市センター アジアまちづくり研究会

目 次

1. 背景・目的	5. 観光アクセス
2. マレーシアの概要	5-1 空港
2-1 地理・歴史	5-2 空港から都市部への交通アクセス
2-2 民族・宗教・言語	5-3 市内バス
3. 観光政策	5-4 市内タクシー
3-1 観光指標	5-5 ツアーバス
3-2 観光機関	5-6 誘導サイン
3-3 計画と目標	6. ツーリズムを支える食文化
3-4 キャンペーン活動	6-1 概要・歴史
4. 観光空間・景観	6-2 屋台とマレーシアの習慣
4-1 各都市の魅力	6-3 ハラール政策
4-2 街を彩る建築物	7. おわりに
4-3 商業施設	
4-4 宿泊施設	
4-5 インターネット環境	

1. 背景・目的

アジアまちづくり研究会は、名古屋都市センターをプラットホームとする名古屋市職員有志による研究会である。グローバル化していく世界の中で、成長著しいアジアのまちづくりを調査し、アジアの価値観を学ぶことで、名古屋の将来のまちづくりに活かすことを目的としている。今回は、マレーシア、特にクアラルンプール周辺を対象に都市や政策について調査を行い、3 冊のレポートにとりまとめた。

2012 年におけるマレーシアへの観光客数は世界第 10 位、観光収入は世界第 13 位であり、1998 年から 2012 年にかけて観光客数は約 4.5 倍、観光収入は約 7 倍に増加し、観光産業は経済発展を支える成長分野として高く評価されている。3 冊目となる本レポートでは、観光立国として躍進し続けるマレーシアについて、観光を視点にその魅力に焦点をあて、観光客を呼び込むための政策や実態について取り上げる。

2. マレーシアの概要

2-1 地理・歴史

面積約 33 万 km² (日本の約 9 割)、人口 2,995 万人 (日本の約 2 割)、人口密度 91 人/km² (日本の約 3 割) の連邦国家。13 の州と 3 つの連邦地域から成立している。マレー半島南部の大部分とボルネオ島北部からなり、国土の 5 分の 4 は森林、湿地帯である。

国全体が赤道に近く、熱帯雨林気候に属していて一年を通じて常夏の気候であり、高原地帯は一年を通じて常春の気候である。マレー半島西海岸と東海岸でも異なり、さらにマレー半島とボルネオ島でも異なる。年間の日中平均気温は 27~33°C で年較差は 1~2°C である。年間の平均湿度は、首都クアラルンプールのあるマレー半島西海岸で 70~85% 程度、東海岸では 80~95% 程度 (名古屋 60~75% 程度) であり、名古屋より 10~20% 程度湿度は高い。また、降水量は年間 2,500mm 前後であり、月平均でも 200mm が多いのが特徴である。雨季と乾季があるが、どちらもスコールと呼ばれるにわか雨が降り、雨季でも一日中降り続くことはない。

原住マレー族は、ジャワ島から紀元前 1500 年～紀元前 500 年の間に来た。最初の 1000 年間に、ほとんどのマレー半島と島々はシュリービジャヤ王国の支配下で、2~3 世紀にいくつかのマレー王国によって継承された。11 世紀に通商航路の重要な停泊地であったケダがインドのラジエンドラ・チョアによって征服され、最終的にはリゴール佛教王国が支配し、マレー住民はサンスクリット言語ばかりではなく、佛教、ヒンドゥー教も採用することになった。

15 世紀初めにマラッカ王国がパレンバンから逃れてきた皇太子によって創立された。この皇太子の支配が 100 年間続き、この時代にイスラム教が全住民に普及した。マラッカは、16~17 世紀にポルトガル、オランダ東インド会社に支配される。19 世紀にはイギリスによって半島マレーシアとボルネオ島北西部が植民地支配される。1957 年にマラヤ連邦として独立し、1963 年にマレーシアが成立する。

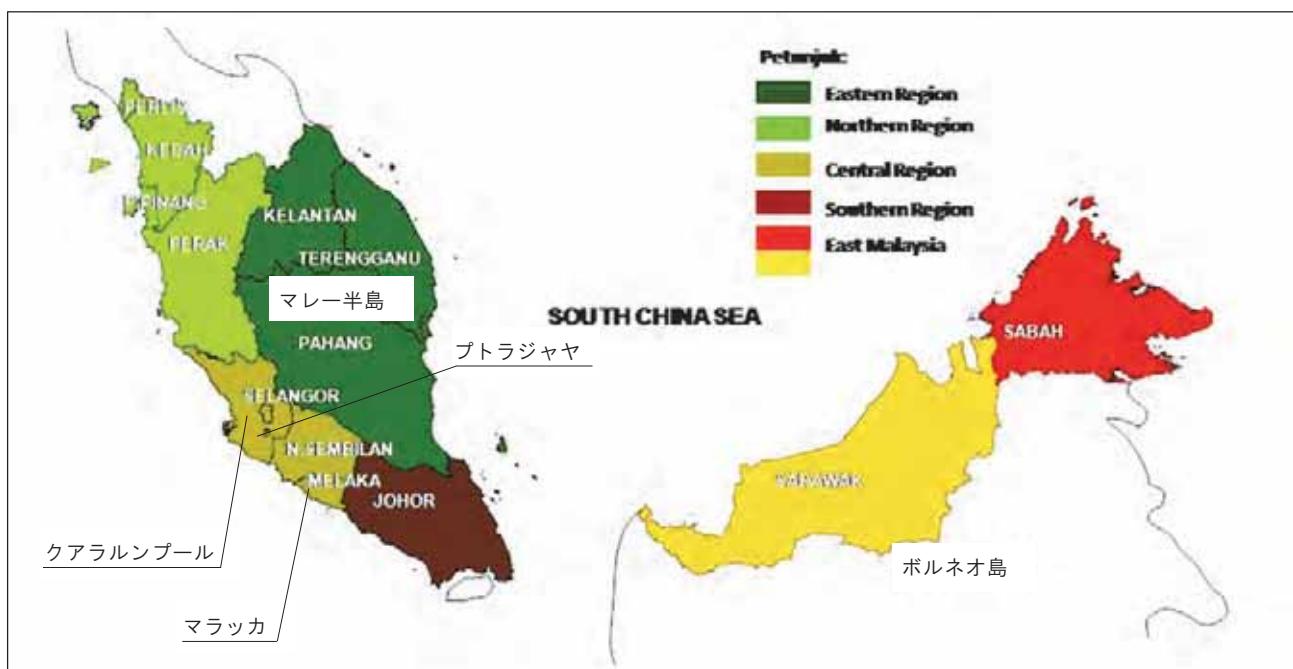


図 1 マレーシアの地図

資料 : Federal Department of Town and Country Planning, Malaysia(2010)に加筆

2-2 民族・宗教・言語

民族構成は、マレー系約 67%、中国系約 25%、インド系約 7%である（マレー系には中国系及びインド系を除く他民族を含む）。ブミプトラ政策というマレ一人を経済的に優遇する国策が施行されている。マレ一人とは、「マレーシア憲法によると、「イスラム教で、日常的にマレー語を話し、マレーの慣習に従う者」と定義され、優遇政策について公開の場で討論するのを禁止する特別な法律が制定されている。

国教はイスラム教で 61%を占めるが、多民族国家が反映されており、信仰の自由が認められている。それ以外の構成は、仏教 20%、儒教・道教 1%、ヒンドゥー教 6%、キリスト教 9%、その他 3%となっている。また、他の民族や宗教の祝日にそれぞれの家を訪問するなどして、お互いに祝福し合う。

公用語はマレー語であり、中国系住民社会では中国語、インド系住民社会ではタミル語が使用されている。また、各民族間で会話をする際は広く英語が使用されている。

3. 観光政策

3-1 観光指標

マレーシアを訪れる観光客数は 1998 年の 556 万人以降、イラク戦争や SARS の影響を受けた 2003 年を除き、順調に増加し、観光収入も右肩上がりに伸びている。2012 年におけるマレーシアへの観光客数は 2,503 万人で世界第 10 位（日本は 836 万人で第 33 位）、観光収入は 197 億ドルで世界第 13 位（日本は 146 億ドルで第 20 位）である。近年その伸びは緩やかになっているものの、1998 年から 2012 年にかけて観光客数は約 4.5 倍、観光収入は約 7 倍に増加している。

GDP に対する観光収入の割合は 6.5%（日本は 0.2%）であり、観光収入上位 20 カ国の中でも高い割合を示している。すなわち、観光産業への依存が高く、名実ともに観光立国であると言える。マレーシアを訪れる観光客数を国別で見た場合、最も多いのが隣国のシンガポールで 1,301.4 万人と抜き出ており、次いで 238.3 万人のインドネシア、155.9 万人の中国の順となっている。

旅行・観光産業競争力報告書 2013 では、マレーシアは豊かな自然と文化、諸経費の安さが評価され、旅行・観光産業競争力¹は 140 カ国中第 34 位（日本は第 14 位）に入った。また、一般財団法人ロングステイ財団が日本国内で実施している「ロングステイに関する意識調査」において、ロングステイをしたい希望国としてマレーシアが 8 年連続第 1 位（2006～2013 年）に選ばれている。



図 2 マレーシアへの観光客数と観光収入の推移²

¹ 世界経済フォーラムが、世界各国の観光地としての魅力や競争力を「観光の規制の枠組み」「観光ビジネスの環境とインフラ」「観光の人的・文化的・自然環境」の 3 分野から評価し、「旅行・観光産業競争力」として数値化したもの

² マレーシア政府観光局データより作成

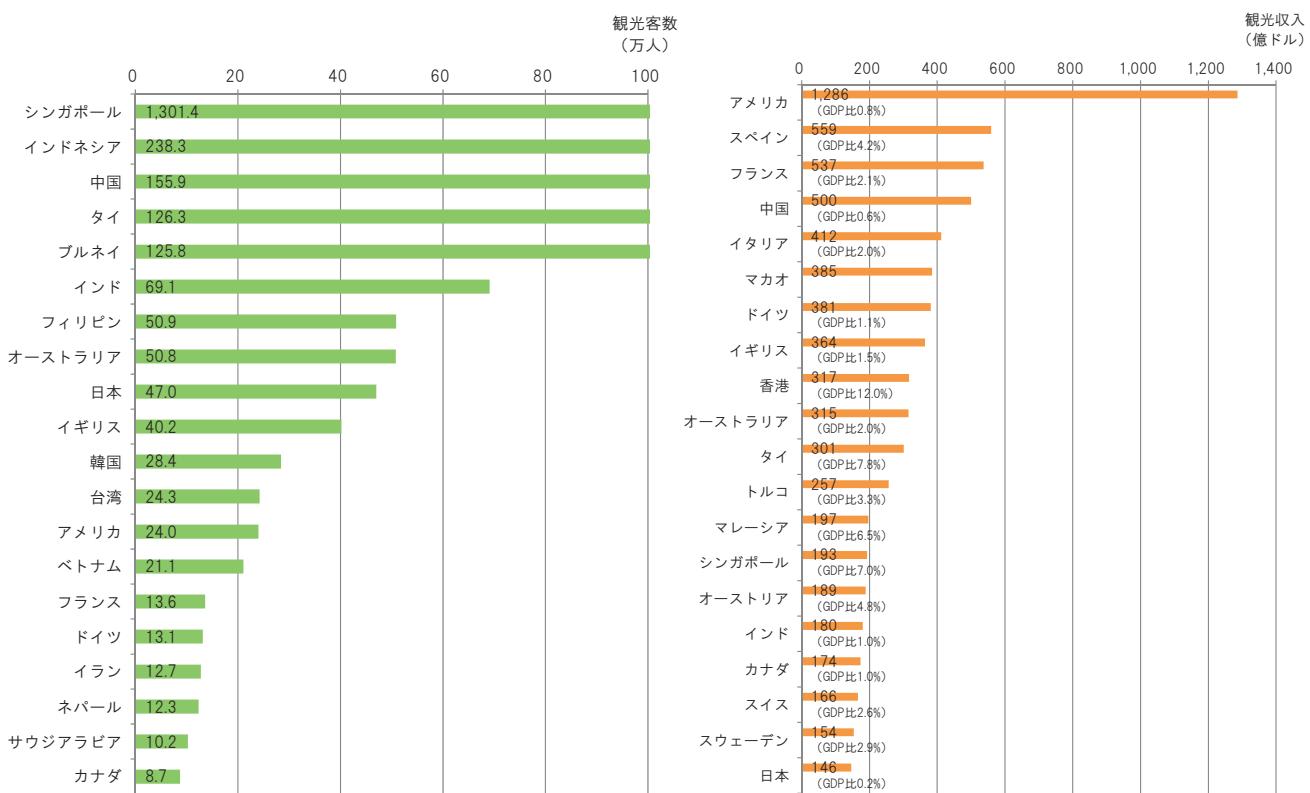


図3 マレーシアへの国別観光客数上位20カ国(2012年)³

図4 観光収入 上位20カ国(2012年)⁴

3-2 観光機関

マレーシアには、国外へのプロモーションや国内における観光産業の開発といった実務業務を遂行するためのマレーシア政府観光局が、観光省に設けられている。

マレーシア政府観光局の前身は、マレーシア観光開発公社であり、1972年に貿易産業省内に設立された。1987年には、同公社が新設された文化・芸術・観光省の一部局となり、観光立国を本格的にめざし始めた。その後、1992年にマレーシア観光振興局法が制定され、マレーシア政府観光局が誕生した。以降、有望国にブランチ・オフィスを開設するなど、国際的なプロモーションを本格化させている。

マレーシア政府観光局は、観光客数や観光収入の増加を最大の目標とする中、観光産業や関連産業の奨励を進めている。こうした取り組みにより、新たな投資を促進するとともに雇用機会の拡大を図り、マレーシアの経済発展と生活水準の向上に貢献していくことを目的としている。

3-3 計画と目標

1991年、マハティール首相が国家運営の基本方針と言える「ビジョン2020」を発表した。2020年までにマレーシアがあらゆる面で先進国の仲間入りをするという構想を掲げた、30年にわたる展望を示したものである。

この「ビジョン2020」を実現するため、現在は2011年から2015年までの5年間を計画期間とする「第十次マレーシア計画(10th Malaysia Plan)」に取り組んでいる。この計画では、石油・ガス、ペーム

³ マレーシア政府観光局データより作成

⁴ () 内はGDPに対する観光収入の割合(マカオはデータなし)、平成26年版観光白書(国土交通省)・世界の統計2014(総務省統計局)より作成

油産業、金融サービス、卸売・小売、観光、情報通信技術、教育サービス、電気・電子産業、ビジネス・サービス、民間医療、農業、クアラルンプール圏の開発の 12 分野が、経済成長を牽引する重点的な分野であることが示されている。

また、「第十次マレーシア計画」とは別に、観光政策として「マレーシア観光トランスフォーメーション計画 (Malaysia Tourism Transformation Plan)」を、2010 年に観光省が策定した。この計画では、2020 年までにマレーシアへの観光客を 3,600 万人、観光収入を RM1,680 億 (約 5.5 兆円) とすることを目指している。

3-4 キャンペーン活動

マレーシアでは、マレーシア観光開発公社が文化・芸術・観光省の一部局となった翌年の 1988 年に行った “Fascinating Malaysia” (魅惑的なマレーシア) キャンペーンを始め、機会あるごとに国外向けのキャンペーン活動を展開し、集客に努めてきた。特に、1990 年からの “Visit Malaysia Year” (マレーシア観光年) キャンペーンは、これまで 4 度にわたり展開しており、大きな成果をあげている。

“Visit Malaysia Year” キャンペーンは、1990 年に 1 回目が行われ、観光客数を 480 万人 (1989 年) から 740 万人に増加させることができた。東マレーシアで見つかった絶滅危惧種のオランウータンをマスコット (Wira) として使用するとともに、84 の主要なイベント、14 のフェスティバル、9 の展示会を開催した。

1994 年には 2 回目が行われた。テーマは “Fascinating Malaysia. Naturally More” (魅惑的なマレーシア、もっと自然に) で、Wira を再びマスコットとして使用した。

2007 年にはマレーシアの 50 周年独立記念と併せて 3 回目が行われた。テーマは “Celebrating 50 years of Nationhood” (独立国家の 50 年を祝う) で、1999 年より打ち出している “Malaysia Truly Asia” (マレーシアこそ本当のアジア) というスローガンのもと、50 の主要なイベント、200 以上のイベントを開催した。この年の観光客は 2,097 万人となり、初めて 2,000 万人を超える成功をおさめた。

そして、4 回目が 2014 年に行われ、“Celebrating 1 Malaysia Truly Asia” (マレーシアで本当のアジアをお祝い) というテーマで、テングザルをマスコットとして使用している。2,800 万人の観光客を見込み、2020 年までに観光客数を 3,600 万人とする目標に貢献することが期待されている。

4. 観光空間・景観

マレーシアは、現代的な超高層ビルと歴史的建築物の対比が美しい首都クアラルンプールのほか、歴史の重みを感じる古都マラッカ、史跡巡りツアーで人気のジョージタウンや美しいビーチがあるリゾート地ペナン島、マレー半島最南端の都市ジョホール・バル、高原リゾート地として人気のキャメロン・ハイランド、深い熱帯雨林に包まれ多彩な先住民族の文化に出会えるボルネオ島など、魅力的な観光地に富んでいる。本章では、マレーシアの観光空間や景観について、現地での調査をもとに観光客の視点から述べる。



図 5 2014 年マスコットのテングザル



図 6 クアラルンプールの街並み

4-1 各都市の魅力

(1) 過去と未来、都市と緑が共存する街（クアラルンプール）

マレーシアの首都であり、人口 172 万人を抱えるクアラルンプールは、「KL」の名で親しまれており、経済、文化、交通の中心的役割を果たしている。マレーシア政府観光局のホームページの中で、クアラルンプールは「過去と未来、都市と緑が共存する街」と謳われている。

確かに近代的な都市と歴史的建築物、熱帯雨林を思わせる自然とが、一つの都市の中でわずか 3km 足らずの距離という比較的コンパクトなエリアに共存している。歩いて回れる距離にそれだけ沢山の見どころがあることは、観光する上でとても魅力的な強みであると言える。特に、都会の中にある水辺や緑のオアシスの魅力は大きいように思う。

クアラルンプールのシンボルであるペトロナスツインタワーに南から向かう途中、KLCC 公園とタワー周辺の公園を通過する。緑を臨める遊歩道があつて美しく整備された KLCC 公園には、筆者が調査した時は、現地時間で 23 時近くだったにも関わらず、タワーを眺める人や、ランニングや散歩を楽しむ人たちで賑わっていた。また、タワー下にある噴水では、音楽と光を使った演出がされており、多くの人がそれを眺めて楽しんでいた。

都会のオアシスと言えるレイクガーデンは、植民地時代の英国人財務官アルフレッド卿の考案で造られた、2 つの湖の周囲を取り囲むようにした約 91.6ha の広さの公園である。敷地内にはトロピカルフラワーが咲き乱れ、緑豊かな熱帯植物が茂っており、湖でのボート遊びも楽しむことができる。また、植物以外にも鳥や昆虫があり、博物館やプラネタリウムなどの施設もある。広大な公園であるため、園内を周回しているシャトルカーを利用しないと園内を一周するのに半日以上を要する。

また、2014 年は、「Visit KL Year 2014」を祝してクアラルンプール市役所が導入した新しいイベント「Art in the Park」がレイクガーデンで開催されている。これは市民や観光客が新しい芸術に触ることができる空間を緑地に作ることで、豊かな緑と創造性を持つ都市としてクアラルンプールをアピールするためのものであり、こうした期間限定のイベントも観光客の人気を集めている。

(2) 空中庭園都市、未来のマレーシアの風景（プトラジャヤ）

プトラジャヤは、行政機関を中心に、スポーツ施設、プトラモスク（通称：ピンクモスク）、首相官邸のプトラビルなど、様々な文化、政治的施設が点在する都市である。もとはクアラルンプールに集中した人口や都市機能を移転するために造られた都市であるため、都市としての歴史も比較的浅い。また、プトラモスクの愛らしいピンク色の外観は女性観光客を中心に人気があり、近年では観光ツアーも組まれている。

プトラジャヤが美しいのはモスクがあるからだけではなく、計画的に開発された都市景観そのものにある。クアラルンプールでは古くからある道路等のインフラを拡張し続けた結果、つぎはぎの部分が未だ多く、歩道整備が不十分



図 7 ペトロナスツインタワーの噴水ショー (KLCC 公園)



図 8 レイクガーデン



図 9 プトラジャヤの街並み

であり、近代都市としての未熟さを感じる。しかし、プトラジャヤは、建物、道路、橋、どれをとっても整備が行き届いており、清潔で近代的である。丘の連なる土地にある空中庭園のような近代的な街並みで、クアラルンプールにあった生活感や熱気といったものはあまり感じられない。

クアラルンプールだけがマレーシアの大都市であるというイメージは、高度に計画的な開発がなされたプトラジャヤを目の当たりにすることで刷新され、マレーシアが目指す近未来の姿かもしれないという強い印象を残した。しかし、人々のパワーや熱気は、まだまだクアラルンプールに集まっているのが現状であり、今後の街のあり方にも注視していきたい。

(3) 歴史の重みを感じる世界遺産の古都（マラッカ）

1400 年にマラッカ王国が誕生し繁栄した後、400 年以上にわたってポルトガル、オランダ、イギリスに支配され、独特の文化を形成したのが古都マラッカである。街にはヨーロッパの影響を受けた街並みと、地元マレーとの融合で出来上がった特有の文化を見ることができる。2008 年には、ペナン島のジョージタウンと共にマレーシアでは初の UNESCO 世界文化遺産に登録された。

マラッカの魅力は、歴史の重みを感じることができる街並みだけではない。旧市街チャイナタウンにあるジョンカーストリートでは、中国系の雑貨や B 級グルメを楽しむことができる。毎週金・土・日の夜は歩行者天国にしてパサ・マラム（ナイトマーケット）が催される。ジョンカーストリートの裏通りに入ると、由緒ある寺院が並んでおり、表通りとは隔した雰囲気を見せている。

観光スポットがコンパクトにまとまっており、建築物の見学、食事、ショッピング、宿泊など、歩いて廻ることができるのもマラッカの特長である。疲れた時には、市内を移動するためのトライシュー（サイドカー付き自転車）が便利である。派手にデコレートされており、走行時は大音量で陽気な音楽を流しているため、観光の思い出づくりには良いのかも知れない。

4-2 街を彩る建築物

(1) 成長を続けるクアラルンプールのシンボル

クアラルンプールにそびえ立つペトロナスツインタワーは、日本と韓国建設会社によって建てられ、1998 年に完成した高さ 452m のオフィスビルである。そのイスラム様式のモスクを思わせる外観は、近代化を進めながらも、イスラムの伝統を重んじるマレーシアの人々の思いが伺える。また、夜には宝石のように輝く美しさはすばらしく、2015 年 1 月末時点におけるトリップアドバイザーの評価においても、クアラルンプールのオススメ観光スポット



図 10 プトラモスク
(通称：ピンクモスク)



図 11 マラッカの街並み



図 12 トライシュー
(サイドカー付き自転車)

乗車するには勇気がいるが、観光の思い出づくりには良いのかも知れない。



図 13 ペトロナスツインタワー

ット第2位にランクインしている。タワー周辺には景色を楽しむためのバーやレストランも多く、ショッピングモールも夜遅くまで営業しているため、夜間にぎわいを一層盛り上げている。

ペトロナスツインタワーは、1998年完成から2003年までの5年間、世界で最も高いビルであった。東南アジアの一国が世界で一番高いビルを造ったことが、マレーシアの人々にどれだけの誇りと自信をもたらしたであろうか。それは、2020年までに先進国の仲間入りを果たすという、決意からきたものであろう。

現在でもクアラルンプールは、建設中のビルが立ち並び、ペトロナスツインタワーを囲むようにして、成長の一途をたどっている。

(2) 歴史的建築物の利用

クアラルンプールではイギリス植民地時代に建てられた古い建物が残されており、当時の建物は現在でも使われている。

その一例が、1897年に建てられた旧連邦事務局ビルで、現在は文化相直轄の建物として利用されている。旧連邦事務局ビルは、イスラムのムーア様式とインドのムガール様式が融合された美しいレンガ造りの建物で、ペトロナスツインタワーと並びクアラルンプールのランドマーク的存在である。建物の前にはムルデカ広場と呼ばれる広い芝生地があり、近接道路には馬車が走っている。

また、同時代に建てられたショップハウスと呼ばれる1階が店舗、2階が住居として使われる建物も現存し、何棟も連なって長屋を形成している。マレーシアではリンクハウスと呼ばれ現在は個人所有で分譲されているが、広い土地が必要であるため新築はされていない。時代によって好まれる様式が異なっており、マラッカやジョージタウンでは様々なスタイルのショップハウスがある。パステル調のカラーが多いが近年ではアーツスペースとしても使われ、派手な色調を有するものもあり、過去と現在の姿を感じながら街歩きするのもおもしろい。

クアラルンプール市役所へのヒアリングによると、観光客はペトロナスツインタワーのような近代建築物よりも歴史的建築物やその歴史、背景に関心がある傾向にあるため、観光資源として、古い建物の保存・活用を推進しているとのことであった。確かに筆者はマレーシアの歴史を感じられる建物に興味を持ち、訪れるのを楽しみにしていた。しかし、それらの施設を訪れる観光客はそれほど多くなく、モスクを除き地元の人もほとんどいないという印象を受けた。歴史的建築物が残されているにも関わらず、訪問者が少ないと観光資源の有効活用という点で更なる工夫が必要と感じた。

(3) 多文化国家が織りなす現代の建築様式

マレーシアでは1971年からブミプトラ政策がとられ、多様な文化の存在を認めつつマレー系文化やイスラム文化を積極的に評価してきた。しかし、クアラルンプールなどの都市部では、イギリス統治時

表1 クアラルンプールの観光名所ランキング

1位	イスラム美術館
2位	ペトロナスツインタワー
3位	KLCC - Bukit Bintang Walkway
4位	ロイヤル スランゴール ショールーム
5位	クアラルンプール・シティ・センター(KLCC)

※トリップアドバイザーより(2015年1月末時点)



図14 旧連邦事務局ビル



図15 ショップハウス
(1階店舗、2階住居)

代以降、マレー系の民族文化に裏打ちされる建築様式は限られていた。そこで国家を象徴し、民族意識を高めるため、マレー文化やイスラム様式を導入した建築様式が生まれた。

クアラルンプールにおいては国立プラネタリウムや国立モスクなどの公共施設を中心とした建築物は近代イスラム建築様式を中心に建設されている。国立モスクはイスラムの伝統的な装飾を使いつつ、近代的なデザインの美しい外観をもつ。それだけにとどまらず、ペトロナスツインタワーなどの民間の建築物もイスラム文化から影響を受けている。このように、国の政策や文化を反映した国家的な建築物が建設され、数を増すことで現代の建築物がひとつのまとまりのあるものとなって都市景観に影響を与えていている。

一方隣国シンガポールは、マレ一人優遇政策に反発した中国系住民が中心となってマレーシアから独立した経緯を持つため、民族性を建築様式へ反映させず近代的な建築様式により景観形成が行われた。そのため、クアラルンプールのような統一性は見られず、両国には景観面において大きな違いがみられる。

このような背景からマレーシアの現代の建築物がつくられ保存されているが、クアラルンプールでは中国系やインド系の由緒ある寺院が街には残されており、それぞれの文化を反映した街並みが続いているため、一目でそれらのエリアに入ったことが分かる。

(4)行政の取り組み

マレーシアでは、古物法（1976年）において、古代及び歴史的モニュメント、考古学的区域及び古物、古美術及び歴史的価値のあるものの管理及び保存について規定されている。

州政府が世界遺産を保護するための機関を設立している事例もあり、ペナン州政府は2008年に世界遺産登録されたジョージタウンを保護するために有識者やボランティアを集めたジョージタウン・ワールド・ヘリテージ(GEORGE TOWN WORLD HERITAGE INC. : GTWHI)を設立し、政府やNGOによって世界遺産を守り、引き継ぐために幅広い知識を持った人々による協働活動を行っている。

クアラルンプールの観光地にはGTWHIが作成したパンフレットが置かれており、内容は観光ガイドにとどまらず、建物の歴史やストーリー、民芸品や地場産業に携わる人々の様子を店の紹介に織り込んだもの、そして、日本語で書かれたものまである。このような刊行物からGTWHIは観光推進の役割だけでなく、世界遺産を後世に伝えていくための活動を行っているということが伺える。行政の力だけでなく、様々なバックグラウンドを持つ人々が集まることによって個々だけではできない、街全体の活性化に向けた取り組みの事例ではないだろうか。



図16 国立モスク



図17 中国系の寺院



図18 GTWHIが作成したパンフレット



図19 ジョージタウンの街並み

しかし、やはり歴史的な街並みを残すにあたっての課題もある。街を構成するのはコミュニティであり、そこに暮らしているのは保存に積極的な人々だけではない。また、民族の違いもあり、保存の重要性を伝えるのは容易なことではない。

4-3 商業施設

クアラルンプールは、2014年1月にCNN（アメリカの放送局）が発表したショッピングに最適な世界の都市ベスト12において第4位となった（第1位ニューヨーク、第2位東京、第3位ロンドン）。このランキングは、交通、価格、品揃え、エクスペリエンス⁵の4つの項目で各項目を10点満点で採点し、それぞれの都市を評価したものである。CNNは、「クアラルンプールが高得点を獲得した理由は、質の高いショッピング、手頃な価格、信頼性のある販売という3要素を兼ね備え、しかもそれが数ヶ月間持続する点である。」と評価している。

クアラルンプールの商業施設の特徴として挙げられるのは、ショッピングモールが大規模ということであり、世界10大ショッピングモールのうちの3つがある。

これは、行政が大型ショッピングモールの進出に関して柔軟で、大型ディベロッパーに建設の許可を与えた結果、店舗数が増えたからである。もともと競争が好きな国民性であることも功を奏して、競争原理による発展を遂げてきた。ただし、クアラルンプールのショッピングモールでは電化製品などが2シーズン遅れのものが出回っており、海外観光客が求める地元ならではのお土産が乏しいといった印象もある。CNNが発表したランキングは必ずしも観光客のみの視点ではないため、それらが全て観光産業の基盤となっているとは言いがたいものの、集客力の高い商業施設がいくつもあることが都市の活性化につながり、賑わいのある街づくりに貢献しているのだろう。

4-4 宿泊施設

(1) 観光客の利用事情

マレーシアは、ヨーロッパやアメリカの観光客にとってハブ的な役割をする国である。たとえば、クアラルンプールで乗り継いでオーストラリア等へ行く。そのため、2000年に入ってからの国内外の観光客の増加はめざましいものの、外国人観光客のマレーシアでの平均滞在日数は5.8泊、クアラルンプールでは1.6泊と、短いものになっている。同じく近隣国であるタイについては7泊が平均であるので、比較的短いものである。

こうした中、クアラルンプールでは観光政策の中で平均滞在日数を増やすことを挙げている（2010年までの目標1.6日→3.0日に）。そこで、クアラルンプールをハブではなく目的地となるようにするために、歴史的な建築物、文化を保存することなどを目指している。



図20 ノボテル・クアラルンプール・シティセンター

⁵ ①都市自体の美しさ、②ショーウィンドウのディスプレイや店の内装の質、③店員やサービススタッフの親しみやすさや能力、④飲食店や宿泊施設の充実度、で構成される。

(2) 施設の特徴

クアラルンプールは中・高級ホテルが多いが、多くのホテルは、近隣諸国と比べると値段はかなり抑えられている。

またゲストハウスは、マラッカでは古い建物が使われていることが多い。図 21 その一例であり、チャイナタウンでは一角にこうしたゲストハウスが集中して立ち並んでおり、ほとんどがこのような古い建物をリノベーションして使用している。また、クアラルンプールでもマラッカでも、ゲストハウスは多く見られ、探すのに困らないようだった。



図 21 マラッカのゲストハウス

(3) クアラルンプールにおける施設整備の動向

クアラルンプールでは、観光客の増加に伴い、ホテルに対する投資も増加している。1996～2000 年にかけて多くのホテルが建設され、部屋数は約 12.2% (16,510→26,144 部屋) 増加した。2006 年時点では 190 以上のホテルがあり、約 29,000 部屋あった。また、ホテル数がかなり多くなったことで 1995～2000 年にかけての稼働率は約 15.3% 減少 (76.2→60.9%) した。一方、アパートタイプや下宿タイプ (サービスアパートメント) の宿泊施設の需要は高く、稼働率の減少は小さかった。

最近は、特にクアラルンプールでは、高級ホテルが多くなっているが、クアラルンプール市役所によると、値段は比較的安価なホテルが多い。また、国外から労働力を補ってサービスにあたらせているところが多くなっているため、高級ホテルとされるホテルでもサービスが低下するという問題も多く見られている。確かに宿泊したホテルでは、タオルが用意されていない等のことがあった。

表2 クアランプールにおける観光客の宿泊施設 (2006 年)

		施設数	部屋数
ホテル	5 つ星	15	6,734
	4 つ星	15	6,443
	3 つ星	20	4,762
	2 つ星	15	1,455
	1 つ星	7	404
	その他	125	8,870
サービスアパートメント		15	3,075

※Kuala Lumpur City Plan 2020 より作成

4-5 インターネット環境

クアラルンプールでは、いたるところで Wi-Fi に接続することができる。ホテル内や空港は当然のことほとんどの飲食店で接続できる。クアラルンプールでは 2012 年 1 月 2 日より、新しいレストランや飲食店を開く際、またはライセンスの更新の際に Wi-Fi の推奨をしており、Wi-Fi スポットの数は 3 万ヶ所を超えており (日本の 2 倍以上)。義務化の対象は 120 m² 以上の飲食店舗に対してであるが、店舗側も Wi-Fi スポットを設けることが他店との競争において最低条件となっている。

また日本の場合、携帯電話会社が主体となっている Wi-Fi スポットが多いため海外からの観光客にとっては利用しづらい。一方でクアラルンプールの Wi-Fi スポットはキャリアに拠らない場合が多く、セキュリティの関係でパスワードはかけられている場合もあるが、比較的接続が簡単にでき非常に利便性が高い環境となっている。実際、駅のバスターミナルでバス内の Wi-Fi に接続することができ、利便性を実感できた。

このように、飲食店をはじめホテルや交通機関などの観光客が利用する場所で、海外の端末でも自由にインターネット環境に接続できる環境であり、観光客を呼び込むのに大きな強みとなっている。

5. 観光アクセス

5-1 空港

2020 年の東京オリンピックの開催や 2027 年のリニア新幹線の開業を控え、更なる外国人観光客の誘客活動が活発になることが予想される中、インバウンド観光の主な玄関口となる空港が果たす役割は大きい。

訪日外国人観光客の約 94% が空港から入国しており、空港の快適性や利便性などは外国人観光客の第一印象として強く残るものであることから、観光まちづくりを進めていく上で空港の魅力向上は欠かせない。

近年、国際空港協議会より発表されている最優秀空港賞では、アジアに誕生している巨大国際ハブ空港が上位を占めており、1998 年に開業したクアラルンプール国際空港 (KLIA) もそのひとつである。

KLIA は黒川紀章の設計による、「森の中の空港、空港の中の森」をコンセプトにした空港となっており、施設内のいたるところに緑や水を配置し、自然光を優しく取り入れるデザインを有するなど、マレーシアを訪れる観光客に心地よい空間を演出している。現地では体験出来なかつたが、周囲の森林トレッキングを体験できる「KLIA ジャングルボードウォーク」などもあり、ハブ空港において発生してしまう乗継時間を有効に活用できるサービスが充実している。

そして、アジア最大となる 1 万 ha の広大な敷地を有する空港内の利便性であるが、入国審査や荷物受取などの動線が分かりやすく、日本語表記も各所で明示されていることから、渡航時はスムーズに入国することができた。航空という交通手段の性格上、厳格なタイムスケジュールと幾度の手続きが利用者に求められる空港において、移動性や快適性のみならず、高度な情報性や迅速性が求められる。

また、クアラルンプールはアジアで最大規模の LCC であるエアアジアの本拠地であり、LCC 専用のターミナルである KLIA2 の供用を 2014 年 5 月に開始しており、成長著しい LCC の需要に対応するべく、更なる観光客の誘致を図っている。シンガポールのチャンギ空港を意識してか、空港運営会社である MAHB は積極的な投資戦略を展開しており、今後の動きについても注目すべきである。

5-2 空港から都市部への交通アクセス

アジアの主要都市では、従来市街地にあった空港を郊外へ移転することで巨大国際ハブ空港を誕生させており、KLIA も都心から約 50km 離れた場所に立地している。この離れた距離を円滑かつ快適に結ぶことが課題となっており、その対策として高速鉄道の運行とクーポン制 TAXI がある。

クアラルンプールセントラル駅までを高速運行で繋いでいる KLIA エクスプレスは多くの外国人観光客に利用されており、鉄道が都心と空港を結ぶエア & レールの交通アクセスを有す



図 22 空からの KLIA
(EcoTourismHub.com より)



図 23 ジャングルボードウォーク
(公式 WEB サイトより)



図 24 ホームへのサイン

る。この点において名古屋と同様であるが、名古屋駅は狭いプラットホームで一般の通勤客等の混雑の中、大きなスーツケースを運ぶことから、快適性や利便性の低さがしばし指摘されている。一方で KLIA エクスプレスにおいては、改札口を異なる位置にしており、通勤客と観光客が同じホームにならないよう配慮されている。

クーポン制 TAXI については、空港内のカウンターで事前にクーポンを購入することで乗車が可能となっている。タクシーの料金体系は各国それぞれ異なるものであり、ややもすれば法外な料金を請求されることを心配して利用に躊躇しがちな観光客にとっては安心なシステムである。名古屋においても、タクシー会社によるセントレア定額運賃便なるサービスはいくつかあるようだが、事前予約が必要となっており、外国人観光客が利用しやすいシステムとなっているとは言い難いのが現実である。

5-3 市内バス

観光をする上で身近な移動手段となる交通機関の一つにバスがある。クアラルンプール市内には複数の種類のバスが運行されている。それらの種類をここで紹介する。

(1)路線バス

エアコン完備で市内を網羅しており、市民の交通手段となっている。しかし、路線が複雑である上に車内アナウンスもないため、観光客が乗りこなすのには時間を要する。また、同一区間を複数社が運営しており、料金設定も異なる場合がある。

料金の支払い方法は、直接現金で支払うバスもあれば myrapid カードというプリペイド式の IC カード（高架鉄道 LRT、及びモノレール路線にも利用可）を利用するバスもある。

(2)GOKL シティーバス

2012 年に運行を開始したクアラルンプール市内を循環する無料バスである。このバスは、市内で横行していたタクシーのぼったくり対策として始まったものである。

路線としては、合計 4 ルート（2014 年 5 月に 2 ルート追加）ある。車内はフリー WiFi 完備となっており、バスターミナルで電波を受信することもできる。また、運行間隔があまり空いていないため、車外で受信していてバスが出発したとしても、次に来るバスから受信できるので予想以上に快適な WiFi 環境となっている。

(3) KL Hop-On Hop-Off バス

クアラルンプール市内の主要な観光スポット 22か所を巡回する 2 階建ての観光バスである。バス内では日本語を含む 9ヶ国語での観光案内（クアラルンプールの歴史と観光地の説明）を聞くことができる。チケットは乗降自由で購入してから 24 時間と 48 時間有効なチケットがある。料金は 24 時間で RM45（約 1,500



図 25 KLIA エクスプレスの車内にて



図 26 市内路線バス



図 27 KL Hop-On Hop-Off バスのルートマップ

円)、48時間でRM79(約2,600円)⁶となっている。

なお、市内バスの全般に言えることであるが、案内の表示がわかりづらいため、観光客にとって使いにくい移動手段となっている印象を受けた。

5-4 市内タクシー

クアラルンプール市内は自動車交通量が非常に多い「車社会」である。観光地も点在しており、それらをつなぐ交通機関の整備は追いついていない様子であり、車での移動でなければアクセスが困難な場所も多い。そのため、タクシーは観光客にとって大変便利な移動手段の1つであると言える。また、横断歩道の信号機はほとんど設置されておらず、設置されていたとしても、信号が変わるために長い時間がかかることが多い。さらに歩道についても十分な整備がされておらず、途切れ途切れになっていたり、行き止まりとなっていたりするため、タクシーでの移動は最も効率的で比較的安価な移動手段であると感じさせられる。市内のタクシーは日本と同様にメーター制を導入しており、メーター制のタクシーは屋根に「METER」のサインがある。利用料金の相場は最初の2kmまでで約RM3(約100円)と良心的な金額である。しかしながら、中にはぼったくる運転手もあり、事実筆者も、相場の5倍程度の料金を支払わされるという苦い経験をした。

5-5 ツアーバス

市内の各観光施設を効率的に巡ることができるツアーバスは、都市観光に欠かせない存在となっている。マレーシアにおいても多数のツアーバスが運行されており、今回の視察ではプトラジャヤで現地視察のためにオプショナルツアーバスを利用した。

プトラジャヤ駅改札を出て正面のよく目立つ所に受付があるため、当初のタクシーを利用する予定を変更してバスツアーに申し込んだ。行政主体のもので費用はRM15(約500円)である。プトラモスク(通称:ピンクモスク)や首相官邸をはじめとする主要な観光スポットを2時間程度で巡回する。

なお、平日の午前ということもあり、利用客は筆者の他にはイスラム系の親子1組だけであったことから、平日であれば事前予約は不要と思われる。

プトラジャヤは、各観光エリアが遠く離れており、厳しい暑さのため、レンタサイクルやタクシー等の他の移動手段よりも利便性は高い。なお、バスの運転手は行き先と集合時間を英語で告げて自由に回らせてくれて、現地の案内等はされなかった。



図28 プトラジャヤ行きツアーバス

5-6 誘導サイン

その地をはじめて訪れる観光客にとって、目的地への誘導や現在地の表示、施設の解説や情報を提供してくれるサインは重要な存在である。交通施設や観光拠点を整備しても、目的地へ適切に誘導するサインが不足していれば、都市の観光機能を十分に発揮することは難しい。そして、国外からの観光客の拡大を図っている今日においては、期待される役割は大きい。

マレーシアの現地視察では、観光客の視点で都市内のサインについても調査した。マレーシアは多民

⁶ RM1(1マレーシアリンギット)=33円(2014年10月18日現在)で換算。以降も同レートで換算。

族国家であるが、サインに用いられている言語は英語、マレー語が多くた。観光客や住民を見ていると、アジア系、特に中国系がかなり多かったが、中国語の表記は少なかった。広告に関しては、言語、デザインに統一感がないようであるが、それがかえってマレーシアらしさを創り出しているようである以下に調査した内容を整理する。

(1)案内表示

①空港～KL セントラル駅

飛行機を降りてからの案内表示はマレー語、英語、日本語の表記のものが多かった。(図 29) KL セントラル駅へ向かう電車に乗るための案内表記はわかりづらく、目的地へたどりつくのに時間がかかった。

②クアラルンプール市内

案内表示はマレー語、英語の表記が多い。特に観光客が利用しそうな地区内の地図サインとそれらの言語とが組み合わせて使用されている。また、マレー語、英語に加え、ジャウイ文字(アラビア文字がマレー語表記ために変化したもの)もあった(図 30)。

③マラッカ

マラッカ郊外から市内へ向かうためのバス乗り場の案内表示はマレー語のみであり、初めて訪れる観光客にとってはわかりづらいものである。一方、市内の案内表示は英語表記もあり、観光客にもわかりやすいよう配慮されていた。

(2)ピクトグラム

クアラルンプール及びマラッカに共通して、モスク周辺では礼拝をするプレイルームに関するピクトグラムが充実している。クアラルンプール市内ではモノレールや電車のイラストも多数あった。また、クアラルンプール発着の電車内には、車内での禁止行為についての注意喚起のピクトグラムがあり、飲食禁止はもちろん、異性間の不純行為禁止を示すもの(図 31 の右から 2 つ目)まであり、イスラム教への配慮がなされている。



図 29 空港・市内の案内表示



図 30 多言語表記された案内表示



図 31 車内のピクトグラム

なお、クアラルンプール市内の鉄道をはじめとする交通事情については、報告書 vol. 1 「5-1 交通事情」を参照されたい。

6. ツーリズムを支える食文化

6-1 概要・歴史

(1)マレー系の食文化

マレー料理はインドネシアのスマトラ島で 7 世紀に誕生したムラユ国発祥と言われる。マレー料理の特徴として、食べ物を腐りにくくするための唐辛子(チリ)やココナッツオイルがたっぷり入っており、メタボリックシンドローム等に代表される現代のマレーシア人の健康悪化に影響を与えている。

マレーシアに渡航する航空機の機内食では、サンバルというマレー料理に多用される辛味調味料がたくさん入った料理が出てきて、辛い食べ物が苦手な人は残してしまう程である。その上、機内では飲料

水が持ち込み不可で有料である。

なお、マレー系は当初ヒンドゥー教だったが、15世紀のマラッカ王朝時にイスラム化したため、現在はハラールフードが用いられている。また、インドネシア料理、特にスマトラ島の「パダン料理」とは類似点が多い。



図 32 マレー料理

(2)中華系の食文化

マレーシアの中華料理は多種多様である。特に、15世紀のマラッカ王国時代に海上交易等によりマレーシアにやってきた中華系の父親とマレー系の母親を先祖に持つ、ニヨニヤと呼ばれる女性達が作るニヨニヤ料理に特徴がある。名前の由来は、食事を主に女性が作っていたことから来ており、中華料理にココナツミルクやカレーの味付けが加わっている。筆者は、この料理を扱っているマラッカの名店オレ・サヤン(親切餐館)に訪れたが、店は大変混雑しており、活気があった。特に、魚のオタオタ(魚のすり身をつみれのように固めたスパイシーな食べ物)が渡航者の中で人気があった。



図 33 フードコート内のメニュー表



図 34 ニヨニヤ料理

また、19世紀のイギリス植民地時代にプランテーション労働者として移住してきた中華系住民(広東、福建、海南)による料理がある。例えば、定番料理として、広東人の飲茶や叉焼(チャーシュー)、ワンタン麺も挙げられる。海南人は海南鶏飯を新しいメニューとして作り出したほか、独特な飲食店形態をした珈琲店を営んでいる。珈琲店主は飲み物のみを提供し、料理は腕の良い屋台を自分の店の周りに連れてきて出店させ、さらに場所代も取るというものである。その他、潮州人はスティームボートという鍋料理(火鍋)をもたらした。ちなみにこの「火鍋」は、一般的に辛い四川料理の火鍋を連想するが辛くない鍋であった。なお、内陸部出身の客家人によってもたらされたものは、乾物を多く用いた料理や漬け物等の保存食品であり、バラエティに富んでいるのが特徴である。マレーシアは食物が傷みやすい気候なので、保存食品は現地の人にとって重要なものとなっている。

(3)インド系の食文化

19世紀のイギリス植民地時代に移住してきたインド系住民は、大半が南インド出身のタミル系ムスリムと言われる。インド系の食事と言えば、やはりカレーであるが、観光まちづくりグループはインド人街にも訪れ、一角のインディアンレストランでも食事をした。様々なメニューを注文したが、基本はカレーとナンの組み合わせである。カレーの味は様々あり、注文し過ぎて判別できなくなつたが、それほど辛いものはなかった。カレー以外では、ナンのようなロティ・チャナイが有名である。



図 35 インド料理

6-2 屋台とマレーシアの習慣

(1) ライフスタイル

現地の人たちは、朝食を含めて食事は外食が多い。クアラルンプールの駅前やバス停では、朝から路面店でテイクアウトするものが販売されており、日本ではまず見られない光景である。それもそのはず、マレーシアには台所がない家が少なくないそうである。それに加えて、気候が暑く湿度も高いので食料品は傷みやすい。また、路面店で購入できるものは値段も安価なので、食事は作らず外食が多くなるという、特徴的な食習慣である。

(2) 屋台

屋台を出店するためにはライセンスが必要であり、メニュー や看板にも一定の規制がある。ムスリム（イスラム教徒）が多数のマレー系住民が多いお国柄でもあり、アルコールを販売するにはさらに別途リカーライセンスが必要である。しかし、マレー系住民が多いのにアルコールを販売している飲食店が多いのは、経営者に中華系が多いからかもしれない。

クアラルンプールにはいくつもの屋台街があるが、中でも賑わいがあり、観光客も多いのがジャラン・アローである。クアラルンプール一番の繁華街のブキッビンタンから徒歩数分という好条件に立地し、その繁華街から少し路地に入るとジャラン・アローの屋台街がある。雑貨も販売しているが、料理の屋台の方が圧倒的に多く、料理はマレー料理、中華料理、タイ料理、フルーツなど多種多様である。なお、フルーツの王様ドリアンはあまりの匂いの強さにホテル内への持ち込みが制限される場合があり、主に屋台で食べられるようである。

クアラルンプール市としては、特にジャラン・アローに限定したプロモーションをしているわけではなく、マレー、インド、中華人街のそれぞれをプロモーションしている。この他の屋台街には、カンボンバル（マレー系）、ブリックフィールズ（インド系）、チャイナタウン（中国系）等がある。

屋台は毎日あるスコールの影響が大きいように考えられるが、マレーシアではそれはあまり関係ないようである。雨が降ると、屋台の隅にあるパラソルを広げて持つて走る店員がたくさんいて、それを指示する店員もいる。彼らが一斉に動くので、気付いた頃には各テーブルにパラソルが置かれている。また、客も動搖することなく食べ続け、何事もなかったかのように食事は続けられる。パラソルを広げる店員たちも焦るどころか楽しげにしているのが印象的であり、客も含め、そこにはマレーシア独特のおおらかさを感じることができる。

(3) 「屋台」と「まち」の関係性

屋台街には屋内で食事ができる席もあるが、ほとんどの人が屋外で食事をしている。また、屋台街が繁華街と近い位置にあり、屋台街以外での目的で訪れた人でもアクセスしやすい。

このほか特筆すべきことは、屋台以外でも店の外の場所で食事をする人が多いことである。また、ショッピングセンター内の通路には、飲食店の前に店舗のテーブルが配置され、店内と同じくらいの人が



図 36 バス停にある路面店



図 37 ジャラン・アローの賑わい



図 38 パラソルを広げる店員たち

いることは珍しくない。その背景には、マレーシアという国が年間を通して温暖であり、雨が降っても短時間で止むスコールであるということなどの気候的な問題や、前述したような自宅であまり食事をしないというマレー系住民のライフスタイルなど、日本とは異なる様々な要因が重なり合うことで発展したと思われる屋台の文化が、そのまま屋台以外の場所でも応用されていると考えられる。



図 39 ショッピングモール内の通路

6-3 ハラール政策

(1)ハラールとは

ハラールとは「合法的」を意味し、イスラム法に適合しているという意味である。ハラールフードは豚肉とアルコールの摂取が禁じられているため、これら由来の原料も使うことができない。また、「ハラール認証」は、ハラールであると認められた製品に対するマーク付与制度であり、食品・非食品とも原材料や製造工程、品質などが審査される。なお、食品を含むハラール市場規模は年間 2 兆 1,000 億 US ドル以上とされ、ムスリム人口の増加に伴う市場の拡大が確実視されているところである。

なお、ハラール認証は国際基準がなく、各国ごとの基準により付与されている。

(2)ハラールの現状

マレーシアで訪問した現地の店舗（特に屋台）は中国系が多かったためか、ヒジャブ（頭髪を覆い隠すためのスカーフのような布）をまとうなど厳格なムスリムに出会うことはあまりなかった。ムスリムはそもそも中国系の店に来ないからなのか、ハラールマークがはっきりと分かる形で PR されている店は目立たなかった。セントラルマーケットの中には、ハラールマークを大きな看板でわかりやすくしてある店舗もあったが、他にはあまり見られなかった。



図 40 ハラール専門の店舗

(3)ハラールと観光産業

CRESCENTRATING が発表した「Top Halal Friendly Holiday Destinations 2013」では、マレーシアがムスリム旅行先として三年連続 1 位を獲得した。理由として、ハラールフードの入手が容易であり、祈祷所が多く安心して来訪できることにある。しかし、そもそもマレーシアの国教はイスラム教であり、国内のムスリムの対人口比率は 6 割を超える。また、マレーシアは 1994 年に政府主導でハラール認証制度を導入した国であり、そのハラール認証への信頼度は高く、マレーシアのハラール認証を取れば他の国での認証審査は通るとまで言われている。従って、マレーシアにおけるハラール政策はムスリム旅行者への特別な対応というより国内向けのものであるが、結果としてムスリムインバウンドへの準備がすでにできているというアドバンテージになっている。



図 41 マクドナルドのハラールマーク

なお、マレーシアの「第三次産業総合計画 2006-2020」には、「ハラール産業」として食品に留まらず薬品・健康関連商品・医療機器・化粧品・サービス業を挙げているが、貿易開発公社と政府観光局が連携したプロモーションを実施し、「マレーシア=魅力的なムスリム観光地」というブランディングとともに

に、ハラールレストランを増やして「マレーシア=ハラール」というイメージ強化戦略を推進している。



図 42 インスタント食品のハラールマーク

(4)名古屋におけるインバウンド

マレーシアをはじめとした東南アジア（タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム）からの旅行者数は、2014年4月～10月でのべ122万5千人（推計値）を超えた。そのうちムスリム数は不明だが、マレーシアの約6割、インドネシアの約9割がムスリムであることを考えると、少なくない数と言える。

環境整備の視点で捉えると、中部国際空港で礼拝室の設置やパークフリー・アルコールフリーメニューの提供を実施するなど徐々に進みつつあるが、名古屋市内でハラール対応の飲食店、特に日本食で対応している店を見つけることは難しく、今後拡大していくムスリムの需要を満たしているとは言いがたい。一方、京都では「京都ハラール協議会」を設立し、懐石料理の店でもハラールに対応するなどして「ムスリムフレンドリー京都」を標榜しているところである。

しかし、ハラール対応は宗教問題である。彼らにとっては「生活そのもの」であることを受入れ側が十分理解する必要があり、かつ一度マイナスイメージが定着するとその回復には困難を極めるなど、デメリットも少なくない。名古屋がムスリムインバウンドに力を入れるときは、産官学で連携しながらの慎重かつ腰を据えた対応が求められるだろう。

表3 アセアンハラール市場3か国比較

	日本（参考）	シンガポール	マレーシア	インドネシア
人口	1億2,806万人	518万人	2,747万人	2億3,764万人
イスラム教徒の比率	0%	約14%	約65%	約89%
イスラム人口	—	73万人	1,786万人	2億1,150万人
GDP	54,589億ドル	2,598億ドル	2,786億ドル	8,456億ドル
一人当たりGDP	33,805ドル	51,142ドル	9,700ドル	3,508ドル
イスラム市場規模（GDP）	—	338億ドル	1,731億ドル	6,398億ドル
駐在日本人	—	24,548人	9,705人	11,701人
日本人訪問	—	528,817人	415,881人	375,552人
一人当たり総所得	44,073ドル	42,165ドル	8,093ドル	2,611ドル
一人当たり最終消費支出	19,728ドル	10,832ドル	1,961ドル	不明
一人当たり食品支出	3,524ドル	1,149ドル	578ドル	526ドル（推定）
ハラル食市場規模（推定）	—	13億ドル	183億ドル	960億ドル

（自治体国際化フォーラム Feb.2014より）

表4 世界のハラール食品市場（国別の推移）

(単位 10 億米ドル)

	2004年	2005年	2009年	2010年
インドネシア	73	74	77	79
GCC	38	40	44	45
インド	22	22	23.6	24
中国	19	19	20.8	21
マレーシア	6.6	6.9	8.2	8.4
EU	64	64	66.6	67
ロシア	21	21	21.7	21.9
アメリカ大陸	15	16	16	16
アフリカ等	117	119	127	131

GCC:湾岸協力会議諸国（サウジアラビア、アラブ首長国連邦、クウェート、カタール、オマーン、バーレーン）

Halal Industry Development Corporation より作成

7. おわりに

観光客数と観光収入を順調に伸ばしているマレーシアを調査する中で、観光地としての多様性を知ることができた。

まず最初に挙げられるのが景観である。都心とその周辺には、観光名所となっている新しい建築物や歴史的建築物が共存している。また、それらの建築物からは植民地時代の面影や民族色を感じることができ、多文化国家らしい独特の雰囲気があると言える。これらいくつもの要素が同居していることによって、マレーシアらしい景観がつくり出され、この土地ならではの魅力につながっている。

次に、食については、マレー、中国、インド、ニヨニヤの各料理があり、多民族国家ならではの多様性がある。このような多様な料理を選択できることも魅力の一つとなっている。

また、クアラルンプールは、比較的コンパクトなエリアに観光スポットが集約されており、多様性を容易に体感できる都市空間になっている。さらに、各観光スポットへのアクセスは安価な電車やタクシーが充実している。一方、観光スポット周辺の歩道については、整備が行き届いておらず歩きづらい場所も見受けられるので、その点が改善されると、よりまち歩きの楽しみが向上すると思われる。

今回の調査を通じて、観光客をはじめとする多くの人を惹きつける仕組みを発見することができた。具体的な事例としては、ライトアップ等の無料で気軽に楽しめるエンターテイメントを提供するペトロナスツインタワー、ジャラン・アローのようにぎわいを創出する屋台街等である。このように、新たなハード面の整備だけでなく、まずは既存のものの有効活用や観光客を惹きつける仕組みづくり等、ソフト面での対応が魅力的な観光を考える上で重要であることがわかった。こうしたソフト面での対応は名古屋でも十分に可能と考える。

ここで、以下にその対応の具体例を挙げる。

【名古屋市での対応例】

- ・名古屋の良さをより魅力的に伝える発信力、発信手段の構築
- ・宿泊施設と観光ツアーの連携等、ハブ的な利用をする観光客およびビジネス客にも名古屋に立ち寄ってもらえるようなツアーの発信
- ・魅力やにぎわいを創出するための、行政内および行政と民間の横断的な組織づくり

- ・夜のにぎわいづくりとしての、オアシス 21 でのウォーターパフォーマンスの実施
- ・久屋大通公園等への屋台（オープンカフェやビアガーデン等）の誘致による、屋台街でのにぎわいづくり
- ・インバウンド観光の重要な視点のひとつであるムスリム層に向けたハラールの環境整備
- ・英語を含めた様々な言語に対応した観光スポットの案内サインの整備
- ・観光スポットでわかりやすい情報を提供するための Wi-Fi 環境の整備

これらの対応策については、今後リニア中央新幹線の開業に向けても有効な対応策になると考えられる。

最後に、マレーシアの観光面での強みは意図して生まれたものでない部分もあるが、多くの人を惹きつけています。実際に現地を訪問して、見て学んだことやヒアリングで聴いて感じたことを、今後の名古屋のまちづくりに活かし、かつ実現していく方法を探っていきたい。

■参考資料

サイド・フシン・アリ編著・小野沢純・吉田典巧訳（1994）『マレーシア～多民族社会の構造』勁草書房、池端雪浦・生田滋著（1977）『世界現代史 6 東南アジア現代史 II』山川出版社、宇高雄志（2009）『マレーシアにおける多民族混住の構図』明石書店、宇高雄志（2008）『多民族社会マレーシア』南船北馬舎、宇高雄志（2003）「世界遺産登録をめざすマレーシア」、小野沢純（2010）『マレーシアの新開発戦略～「新経済モデル」と「第 10 次マレーシア計画」』、藤巻正己（2010）「ツーリズム[in]マレーシアの心象地理」、国土交通省観光庁（2013.11）「インバウンド推進強化と空港の連携」、フォーラム福岡（2014.7）「世界的に評価される空港の要点とは何か（フォーラム福岡 56 号）」CLAIR REPORT No.39 マレーシアの観光政策（財団法人自治体国際化協会）、平成 26 年版観光白書（国土交通省）、旅行・観光産業競争力報告書 2013（世界経済フォーラム）、一般財団方針ロングステイ財団
<http://www.longstay.or.jp/newslist/open/entry-1162.html>、CLAIR REPORT No.39 マレーシアの観光政策（財団法人自治体国際化協会）、マレーシア政府観光局 <http://www.tourismmalaysia.or.jp/>、<http://corporate.tourism.gov.my/>、<http://www.vmy2014.com>
 クアラルンプール市役所 http://www.visitkl.gov.my/visitklv2/index.php?r=column/cten&id=155&event_id=3、
 トリップアドバイザー http://www.tripadvisor.jp/Attractions-g298570-Activities-Kuala_Lumpur_Wilayah_Persekutuan.html、
 CNN <http://www.cnn.co.jp/travel/35041896-3.html>、GTHI <http://www.gtwhi.com.my/>、asiaone <http://news.asiaone.com>、
<http://malaysia-seikatsu.com/info/shinai-bus.html>、<http://www.myhoponhopoff.com/img/RouteMap.jp>、
<http://news.nna.jp/free/news/20140430myr009A.html>

■各種統計資料

独立行政法人労働政策研究・研修機構（データブック国際労働比較 2014）、気象庁、名古屋地方気象台、JETRO（東アジア各国・地域の経済力比較 2011 年）、世界の統計 2014（総務省統計局）、
 マレーシア政府観光局
http://corporate.tourism.gov.my/research.asp?page=facts_figures、
http://corporate.tourism.gov.my/images/research/pdf/2012/TouristArrivals_JanDec_2012.pdf、
 外務省 <http://www.mofa.go.jp/mofaj/area/malaysia/data.html>、
 国土交通省 <http://www.mlit.go.jp/kokudokeikaku/international/spw/general/malaysia/>

アジアまちづくり研究会メンバー 2014 年度

氏名	所属	グループ(本レポート担当)	渡航
大竹 裕人	上下水道局 広報サービス課	観光まちづくり	<input type="checkbox"/>
加藤 咲	住宅都市局 都市景観室	観光まちづくり	<input type="checkbox"/>
崎 大樹	上下水道局 西部管路センター	観光まちづくり	
佐藤 綾子	健康福祉局 保健医療課	観光まちづくり	<input type="checkbox"/>
篠田 直季	緑政土木局 緑土木事務所	観光まちづくり	
田中 佳織	総務局 地域委員会制度準備担当部	観光まちづくり	
鳥居 世菜	緑政土木局 北土木事務所	観光まちづくり	<input type="checkbox"/>
中島 壮太郎	住宅都市局 耐震化支援室	観光まちづくり	<input type="checkbox"/>
中村 真樹夫	上下水道局 経営企画課	観光まちづくり	<input type="checkbox"/>
阪野 武郎	名古屋まちづくり公社 志段味開発部事業第二課	観光まちづくり	
松井 利親	上下水道局 水道計画課	観光まちづくり	<input type="checkbox"/>
水野 雅彦	市民経済局 観光推進室	観光まちづくり	
脇田 麻衣子	交通局 ICカード推進室	観光まちづくり	
井村 美里	総務局 総合調整室		
太田 秀樹	監査事務局 工事監査室		
小栗 礼	住宅都市局 まちづくり企画課		
尾崎 嘉成	緑政土木局 自転車利用課		<input type="checkbox"/>
葉山 亜澄	住宅都市局 建築指導課		<input type="checkbox"/>
小島 敦	住宅都市局 街路計画課		
五藤 和博	住宅都市局 緑都市整備事務所		
後藤 佳絵	市民経済局 名古屋城総合事務所整備室		
佐橋 友裕	住宅都市局 開発指導課		<input type="checkbox"/>
戸田 成一	環境局 瑞穂環境事業所		<input type="checkbox"/>
中野 芳美	住宅都市局 企画保全課		
平野 綾子	住宅都市局 建築指導課		<input type="checkbox"/>
福永 渉	住宅都市局 街路計画課		<input type="checkbox"/>
藤田 春菜	財政局 金山市税事務所野並出張所		<input type="checkbox"/>
武馬 淑恵	市長室 広報課		
次石 寿憲	名古屋まちづくり公社 都市センター調査課	事務局	<input type="checkbox"/>

マレーシア渡航記

伸び続ける国「マレーシア」

大竹 裕人

この「アジアまちづくり研究会」の存在を知ったとき始めに感じたのは「アジアを直接見てみたい」という気持ちでした。今まで興味はあったものの中々海外に出る機会がなく、いいチャンスだと思い参加しました。実際にマレーシアに行ってみて、これがアジアの国か！と驚きの毎日でした。市内にはモノレールなどの鉄道網が張り巡らされ、様々な人種の人々が行き交い、近代的な建物が立ち並び、そして信号機は動かない。まだまだ今後伸び続ける勢いのようなを感じる国でした。

クアラルンプールは高校時代の友人が小学校の頃に住んでいた街でもあり以前にも話題に上がってきました。帰国後、現在のクアラルンプール市内の様子を話したところ、当時はペトロナスツインタワーをはじめとした高層建造物も少なく、ここ15年でかなり様変わりしているようでした。そんな中マラッカのセントポール教会跡にいた歌うおじさんの話をしたところ、15年前もいたということ。変わっていくものもあれば変わらないものもあるのだと感慨深くなりました。

急速に近代化が進んでいるマレーシア。あちこちで道路工事が行われておりこれからますます発展していくと感じられた現地視察でした。



セントポール教会跡で歌い続けるおじさん

予想以上のマレーシア

加藤 咲

マレーシアに渡航してまず思ったことは、旅費が予想以上に安いということである。ホテル代や食費はもちろんのこと、飛行機代（Air Asia）がかなり節約できた。国内の遠方への旅行よりも安いくらいだった。ホテル代が安いのはマレーシ亞特有らしく、高級ランクのものでも安く泊まれるのが売りのようだ。ただし、その分サービスの質が落ちている印象も受けた。（例えば、タオル交換をしてもらえていなかったり、部屋の配置を考えてもらえなかつたり等。値段だけを見れば普通のことではあるが。）

また、私がマレーシアで特に着目したのは広告で、広告の掲出についてはライセンスを政府が店に与え、それに基づいて掲出する仕組みになっているそうだ（KL市役所でのヒアリングより）。予想以上に車社会のクアラルンプールでの広告の特徴は、車を運転する人に向けた広告が多いことだ。広告を掲出する位置は、運転手から見やすい場所となっている。例えば、高速道路の高架下を有効活用し、柱をラッピングしているものもある。街路灯のバナー広告のような形のデジタルサイネージも見られ、屋外広告の需要が高いことが見受けられた。

良い思い出が多かったマレーシアであるが、気に入なることもあった。それは帰りの空港での手荷物チェックの方法である。何度かチェック場所があつて、これで機内に入る状態になったのかと安心していたら、さらに厳しいチェック場所があつて、手荷物をまた整理するはめになった。東南アジアは予想以上にチェックが厳しいところが多いのかもしれない。



高架下の広告

マレーシアと日本のミライ

佐藤 綾子

マレーシアで、絶対に見てこようと決めていたものがある。

愛らしい桃色と、夜空に輝く青色の二つのモスクだ。イスラム教の持つ、THE 異国感を肌で感じてみたかった。

今や、マレーシアは日本人が永住したい国ナンバーワンだという。

自然や史跡が多く、インフラも整いつつあり、ご飯も美味しかった（ドリアン除く…）。一日数回のスコールと、蒸し暑ささえ目をつむれば、住み心地は悪くないかもしれない。

マレーシアは、成長期の中学生のように、大人びた面と未熟な面を持ち合わせていて、そこが魅力であり欠点であり、「これから！」という印象をもった。ペトロナスツインタワーやプトラジャヤの街並みは近代的だったが、そこだけ奇妙に突出している感があり、今後も開発は続していくのだろう。

日本はどうか。わたしたち日本人は、どうか。

幾多の変化を受け入れる準備はできているだろうか。抗うことのできない変化には、嫌でも対応していかなければならない。

マレーシアの桃色や青色のモスクは綺麗だった。でも、日本にだって負けないものがある。私はやっぱり、生まれ育った日本が好きだ。だからこそ、アジアの中の日本人として、変化を怖がらず、外へ出て、いろんなことを学びたい。そんなことを考えながら、今日も日々、この名古屋で頑張る所存である。



プトラジャヤのピンクモスク

ひたすら街歩き

鳥居 世菜

今回の渡航では毎日たくさんの場所を巡り、マレーシアを満喫することができた。クアラルンプールやマラッカでは歴史のある建物をまわりながら町を歩いた。様々な文化を持つ国とあって、施設ごとに違う雰囲気があった。だが、車の通行が多いわりに信号や横断歩道が少なく、街歩きは難しい。ガイドブックにあるじやらんじやらん（マレー語で散歩、街歩きの意味）とは何なのであろうか…。夜は街にぎわいがあり、飲食店でマレーシア料理をお腹いっぱい食べた。すてきなカフェやバーもデパートにはあった。名古屋にもこんな場所があればなあと。ヒンドゥー教のお祭りの日は深夜1時過ぎまで打ち上げ花火で眠れなかつたが、翌日の朝にレイクガーデンで木々を眺めながら散歩をしたら気分が晴れ晴れとした。

一方、個人的に行ったペナン島では街歩きをしながらのんびりした。近代的なビルが立ち並ぶクアラルンプールとは違い、昔ながらを思わせる2階建てのショップハウスが立ち並んでいた。私が思い描くマレーシアのイメージに近かつた。リゾート地ならではのアクティビティも充実しており、フェリーで2時間くらいの島では色とりどりの魚たちに出会えた。こうして街、自然、文化など多くのものに触れ合うことができ、充実した旅となつた。



レイクガーデンの木々

にぎわいのある街に魅かれて

中島 壮太郎

今回の渡航で最も期待していたことは、日常的に存在する屋台街のにぎわいを肌で感じることであった。食事で体調を崩さないかという一抹の不安はあったものの、全く問題なく美味しくいただけた。ジャラン・アローにある屋台街に行ったが、それにぎわいは期待以上のものだった。この祭りさながらのにぎわいが日常的にあることに感動するとともに、羨望の眼差しで見ていた。この状況を創り出しているのには、ただ単に屋台があるからではなく、気候や食習慣などのいくつかの条件があるよう感じた。また、毎日スコールがあるが、止むまでその場を動くのを待つ人がほとんどである。日本のように時間に追われる国では止むまで待つということは考えづらいが、時間の流れと気質が穏やかなこの国ではそれが自然なことのように思えた。

食事は誰でもするものだが、それを多くの人が屋外で集まってすることで、自然とまちがにぎわっているように見えた。このことは屋台街だけではなく、ショッピングモールや駅構内でも見られた。これには食習慣そのものが影響しているように思うが、食を観光資源の売りの一つにしている名古屋において、その資源を活用するヒントがあったように感じた。

また、この渡航の際にクアラルンプール市役所でヒアリングをさせていただいたが、事前にお願いしていたこちらからの質問に一つひとつ丁寧にすべて答えていただいたことに感謝している。おそらく所管していない内容まであったように思う。同じ市役所の職員として、身が引き締まる思いだった。

マレーシアの雨事情

中村 真樹夫

マレーシアは熱帯気候で、毎日のようにスコールが降ります。4~5日間の調査視察とはいえ、雨対策が非常に悩ましくなります。というのも私、行く先々で傘を置き忘れる傘忘れ常習者、普段も忘れても懐が痛くないように100円傘を愛用しています。ここ遠い異国の地で傘を入手しても、無事に日本まで持ち帰れる自信はありません。

ところが、早速大雨に打たれた初日、とある店で、カラフルで何とも美しい傘に出会ってしまったのです、もう一目惚れです。1,000円近くする私にとっては高級傘でしたが即購入、翌日愛傘を持参で視察に出発しました。ところがその日の午前中の間にどこかに置き忘れてしまい、たった半日で愛傘とお別れ、やはり私には分不相応だったのでしょうか、今では愛傘との写真が数枚残るのみとなりました。「傘が高級、私は号泣」



駅構内のレストラン



クアラルンプール市役所でのヒアリング



このように毎日激しい雨が降る



傘と共に写る数少ない写真

マレーシアでジャラン・ジャラン

松井 利親

観光まちづくりグループにとって、移動、施設見学、食事、買い物、宿泊など、ヒアリングに加えて現地で過ごす全ての時間が調査であった。そのため、マレーシアでは、様々な場所を訪れ、様々な文化に触れ、様々な食べ物を食すため、時間の限りジャラン・ジャラン（マレー語で散歩）に勤しんだ。

多民族国家であるマレーシアは、いくつもの民族が独自の文化、言語、宗教、生活様式を保っている。それぞれの慣習に干渉することなく、互いに尊重して生活している感じることができた。半袖などの肌を露出した服装をしている人がいれば、ヒジャブを被り全身を覆った人もいる。屋台やバーでお酒を楽しむ人もいれば、決まった時間に毎日礼拝を行う人もいる。一見すると、誰が地元の人で誰が外国人なのかわからなかつたが、おそらくみんな地元の人だろう。そんな人たちが街中に溢れていた。

観光産業を経済成長の重要分野と位置づけているマレーシアは、2020年までに年間3,600万人（現在の約1,000万人増）の観光客を目指している。この目標が達成される頃には、マレーシアはさらに魅力的な国へと変貌していることだろう。そんな頃にまた訪れてみたいものである。



クアラルンプールのとあるイスラム系服飾店（なぜかお店の名前がNAGOYA…）



マラッカのセントポール教会跡（ザビエル像の右手がないのには伝説が…）

今回のマレーシア調査に際し、以下の方々に大変お世話になりました。
ありがとうございました。

Tourism Unit Kuala Lumpur City Hall | Noraza Yusof 氏、Fazlin Bt Hussin 氏
クアラルンプール日本人会 | 栗原 信一郎氏、栗原 由美氏、山田 和彦氏
一般財団法人 自治体国際化協会

①	②	③
④	⑤	
⑥	⑦	

- ① オランダ広場のムラカ・キリスト教会（マラッカ）
- ② ジョンカー・ストリートの路地（マラッカ）
- ③ ペトナスツインタワー（クアラルンプール）
- ④ ブルーモスク（シャー・アラム）
- ⑤ KLモノレール
- ⑥ ジャラン・アローの屋台街（クアラルンプール）
- ⑦ 果物の王様ドリアン

アジアまちづくり研究会は、名古屋都市センターをプラットフォームとする
名古屋市職員有志による自主研究会です。グローバル化していく世界の中で、
成長著しいアジアのまちづくりを調査し、アジアの価値観を学ぶことで、
名古屋の将来のまちづくりに活かしていくことを目的としています。

NUIレポートとは

調査研究の過程で資料収集したことやアンケート調査等でまとめたもの、あるいは、名古屋市職員
と共に調査したものなどを、短期間で整理し、レポートとしてまとめたものです。

No.017 2015.3 | 平成 26 年度 NUI レポート
マレーシアの都市及び政策 vol.3
躍進する観光立国の戦略

平成 27 年 3 月

発行  名古屋都市センター

〒460-0023

名古屋市中区金山町一丁目 1 番 1 号

TEL / FAX 052-678-2200 / 2211

<http://www.nui.or.jp/>

この印刷物は再生紙を使用しています。