

アジア進出の起点としてのシンガポール

—整備されたビジネス環境の魅力—

資源の乏しさを補うために早くから海外の人や企業を誘致することで国を発展させてきたシンガポールは、ビジネス環境が最も整った国の1つといわれる。そのため、東南アジア諸国やインドなどへの進出を図る日本企業にとって、シンガポールは大きな足がかりになると期待される。本稿では、変化し続けるシンガポールの現況や、日本企業の進出の動向などを紹介する。

発展し続けるシンガポール

シンガポールの街並みは、ここ数年で大きく様変わりした。2010年9月には世界初の夜間市街地レースとなった「シンガポールF1グランプリ」が開催されたので、テレビでシンガポールの街並みをご覧になった方もいらっしゃるだろう。シンガポールは国土も小さく、資源に乏しい国である。そのため早くから観光や企業誘致に力を入れることで国を繁栄させる道をとってきた。F1グランプリの開催もそうした方針に沿ったものである。

シンガポール随一の繁華街であるオーチャードロードの再開発も行われている。緑をうまく残しつつ、多くのショッピングモールが新たに誕生した。日本でもカジノを観光の目玉にしようという議論があるが、シンガポールでは2010年に2箇所のカジノがオープンした。MRT (Mass Rapid Transit) と呼ばれる地下鉄も延伸が進んでおり、2010年4月にはサークルラインという新しい路線の一部が開通した。商業エリアの拡大に合わせて今後も路線を拡張していく計画である。当地で生活していると、ますます魅力的で住みやすい国になってきていることが実感される。

整備されたビジネス環境

シンガポールは企業誘致のため、外国企業や地元企業が地域市場および国際市場に新しい商品やサービスを提供しやすい環境を整えている。例えば法人税率は最高17%と低く抑えられ、外国企業が進出しやすいようにしている。

経済成長戦略の一環として、情報通信技術分野でも政府が主導する発展政策が遂行されている。1980年から5年間を対象とした「国家コンピュータ化計画」に始まり、現在では「Intelligent Nation 2015 (iN2015)」と名付けられた施策が進められている。これは2015年に向けた10カ年計画として2006年6月に策定されたマスタープランで、シンガポールをITのアウトソーシング事業の世界的拠点とすることを掲げている。

その1つの施策として、政府が国内を拠点とするクラウドコンピューティングのサービス事業者（オンデマンドや従量課金ベースでのサービスプロバイダ）を公募し、事業立ち上げ支援などに取り組んでいる。

シンガポールのビジネス環境については、世界経済フォーラムの「世界競争力報告」や

NRIシンガポール
アプリケーションシステムコンサルタント
明星淳一（みょうじょうじゅんいち）

専門は業務アプリケーション設計およびオフショア
開発によるプロジェクト管理



世界銀行の「ビジネス環境レポート」など、多くの機関からの高評価がある。シンガポール経済開発庁によれば、「経済汚職が最も少ない国」、「最も透明性の高い国」、「知的財産が最も保護されている国」のいずれのランキングでもアジア1位であるという（http://www.edb.gov.sg/content/edb/sg/jp_jp/index/why_singapore/singapore_rankings.html）。

アジア諸国へのアクセスの良さ、物流・金融・通信などのインフラの充実、ASEAN6（インドネシア、マレーシア、フィリピン、シンガポール、タイ、ブルネイ）間の自由貿易協定（FTA）による低い関税率（0～5%）というメリットを享受するため、シンガポールに地域統括拠点を置く企業は多い。中国と並ぶ巨大新興国であるインドに近いことも魅力である。

また、シンガポールに地域統括拠点を置く企業は15%の軽減税率が3年間適用される。整ったビジネス環境に加え、税制面での優遇があることもシンガポールが選ばれる理由となっている。

東南アジア発展に重要な役割

少子高齢化などによって需要が低迷・縮小する国内市場から、大きな消費市場に成長することが見込まれる新興国への事業展開を検討する企業は増えている。今後も、これまで以上にアジアをはじめとした海外で日本企業の名前を目にする機会が増えると考えられる。

シンガポールも、東南アジアで屈指の豊かな消費者層があることや、先に述べたような政府の努力もあり、日本企業が数多く進出している。最近もユニクロ（衣料品販売）、和民（居酒屋）、一風堂（ラーメン店）などが出店している。

2010年1月にはヤマト運輸が宅配便サービスを開始した。同社はさらに中国や東南アジア地域での事業拡大も視野に入れている。医薬品・健康食品などの通販事業を行うケンコーコムは、100%子会社をシンガポールに設立し、海外販売の拠点となるECサイトを立ち上げた。百貨店のパルコも、ショッピングモール「パルコ・マリーナ・ベイ」を2010年3月にオープンした。同社は、シンガポールで経営が軌道に乗れば、他のアジア諸国を含めてさらに事業を拡大したいとしている。このように、物流インフラが整い、IT環境も充実し、英語や中国語など多言語に対応できる人材が豊富なシンガポールでの成功を足がかりに、東南アジア各国への展開を図ろうとする日本企業は多い。

ASEAN経済共同体が創設される2015年には、東南アジア諸国の経済規模は欧州を上回って世界で最も大きくなると予想されている。東南アジアの発展にシンガポールが果たす役割はさらに強まることは確実で、アジア進出を加速させる日本企業にとって、シンガポールの地域統括拠点はますます重要度を増していくであろう。 ■