

「シンガポール、新型コロナ対策規制をほぼ撤廃」

碇 知子

＜新型コロナ対策規制、マスク以外はほぼ撤廃＞

2022年4月26日、シンガポールで約2年続いた新型コロナウイルス感染対策のための様々な規則が屋内でのマスク着用以外ほぼ撤廃されました。

新型コロナウイルスの新規感染者がなくなったわけではありませんが、2月には1日2万5,000人を超える新規感染者が、5月現在は1,000から2,000人台になりました。人口600万人以下の国ですから新規感染者数が少ないわけではありませんが、感染者の99.7%は無症状か軽症です。シンガポールは人口の96%が2回のワクチン接種済、74%が3回目の追加接種済と、高い接種率を達成していることもあり、撤廃に踏み切ったのです。もちろん、新たな変異株発生など状況が変わり次第、規制再開の可能性はあり、政府は引き続き、個々で対策し責任ある行動をとるように呼び掛けています。

＜観光客も隔離なしで入国可能に＞

4月1日からは、全世界のワクチン接種完了者は、出発前のPCR検査で陰性であれば居住国や渡航目的に関係なく、隔離なしでシンガポールに入国できるようになりました。さらに、出発前のPCR検査も4月26日からは不要になりました。それまでは、特定の国からの専用便を利用しないと、隔離なしの入国はできませんでした。日本など専用便制度の対象外の国からの渡航者は原則、観光目的の短期滞在はできず、ビザ保有者も入国後7日間の隔離が必要とされていました。

＜イベント会場予約が増加＞

こうした緩和措置を受け、ホテル等ではイベント会場予約の問い合わせが増加しています。あるホテルでは、年初から4月までのイベントスペースとファンクションルームの予約が、昨年同時期に比べて35%増加したと言います。他のホテルでも、客室予約とイベントの問い合わせが増え、2024年までの問い合わせも出てきているそうです。シンガポールでは今年、コロナで2年間開催されなかったフォーミュラ1の開催が決まっており、MICEイベントの開催も見込まれているため、客室・イベントスペースともに需要はさらに高まるとみられています。既にイベントスペースでは、キャンセル待ちのケースも出てきています。

＜デジタル化が進んだ小売業界でも店舗販売堅調＞

新型コロナウイルス感染拡大が始まった2020年4月から小売業のオンライン化は急速に拡大しました。小売に占めるオンライン販売の割合は、2020年3月までの10%以下から同年4月には18.6%、5月には24.9%になりましたが、その後は10%台にとどまり、

2022年3月は14.9%でした。店舗販売の需要も堅調であることを示しています。大幅なコロナ規制緩和は3月29日からでしたが、それまでも小規模な緩和が実施されており、小売業界では、2022年3月の売上が前年同期比8.7%の伸びとなりました。報道によると、3月は化粧品、アパレル、靴、時計、ジュエリーの売上が伸びたとのことで、規制緩和で外出も増えてきたことが背景にありそうです。

一方で、コロナ規制緩和後の売上増に期待する小売業界を直撃しているのは、賃料の値上げです。シンガポールToday紙の5月8日記事によると、オーチャード通り沿いのショッピングセンターのテナントで過去12カ月に賃貸契約を更新した人にインタビューしたところ、多くが10~30%の値上げがあったと回答したことです。中には、コロナ感染拡大前の賃料を上回るところもあり、この2年間、売上減に苦しんだ小売業の苦難に追い打ちをかけています。

＜出口の見えない人手不足に苦慮する飲食業＞

会食の人数制限が撤廃された飲食業界でも、母の日、父の日や宗教上の祝日が続く5、6月は大人数の会食が急速に増えています。しかし、ネックは人手不足。シンガポール人は就業時間が不規則な飲食業での就業を好まず、コロナ前から人手不足に悩まされてきました。外国人従業員も雇っていたのですが、この2年で多くが帰国してしまいました。先日、ランチに入ったある日系カフェレストランでも、席は空いていたのに「人手不足で料理を出すのに1時間かかる」と言われました。さらに政府は、シンガポール人の雇用保護を目的に、外国人雇用の最低賃金を数度にわたって引き上げています。飲食業従事者の多くが取得するSパスと呼ばれる労働ビザの最低月額は、2019年の2,200Sドルから2022年5月現在2,500Sドルに上がり、さらに2022年9月からは3,000Sドルに引き上げられます(1シンガポールドル≈92円 5月13日現在)。外国人労働者の雇用人数制限(総従業員の10%まで)、人頭税(2022年5月現在330Sドル/人、9月から450Sドル/人に引き上げ)といった規制もあり、外国人の雇用が困難な状況が続いている。

こうした状況について、政府は飲食業界に対して生産性の向上を求めています。タブレットやキオスク(セルフ注文・決済ができるIoT端末)を使った食事の注文のデジタル化はかなり進んでいますが、本来、飲食業はホスピタリティー産業の一つです。お腹を満たすだけで、これから大勢、戻ってくるであろう外国人観光客を満足させることができるのか、という意見も出ています。

いずれにしても、緒に就いたばかりのコロナと共存の毎日。社会が、経済がどのように変化していくのか、折を見てまたレポートしていきたいと思います。