

## 序 文

沖縄県は、2018年1月19日に、2017（平成29）年（暦年）の入域観光客が939万6,200となり、年間900万人台を初めて突破したと発表した。そしてまた、2月1日にハワイ州が発表した2017年のハワイ入域観光客は938万2986人で、沖縄が約1万3千人差で初めてハワイを上回った。

沖縄観光は、「量」から「質」に転換すべきだと言われながら、数年前には1000万人目標と言っていたものの、いまは1200万人と言い、相変わらず「量」を追い求めている。

「2021年度入域客1200万人、観光収入1兆1千億円」— これは、2017年3月16日に県庁で開催された「沖縄県観光振興推進本部」において決定された本県の観光入域者数と観光収入に係る目標フレーム（計画改定）である。

改定案は、「第5次県観光振興基本計画」の後期5年に向けて、知事の諮問機関である県観光審議会の民間委員が検討し、知事に答申していたものである。基本計画の改定を受け、県文化観光スポーツ部は、実施戦略を示す「沖縄観光推進ロードマップ」を2017年9月12日に知事、両副知事、県庁各部長で構成する「沖縄県観光推進本部」を開催し、了承を得て決定したものである。

確かに沖縄観光は好調ではあるが、目標数値を上方修正することにどんな意味があるのだろうか。

好調の影の現象面として、例えば沖縄に寄港するクルーズ船が増え続けているが、現場である港の受け入れ態勢が追い付かず、外国人観光客が到着するたびにターミナルでは混沌とした光景が広がっている。さらには接岸して乗客が下船してもバスやタクシーなどの陸上交通手段が追い付かず、「白タク」が横行するなどの問題も発生している。あるボランティアは、「貨物船専用の岸壁を使って観光客をさらに増やそうとするのは問題だ。まず受け入れ態勢を整備してから観光客を迎えるべきだ」と語っている。

「島嶼社会の観光リスク」として、ごみや水の使用量の増加など生活インフラへの影響を懸念する声も少なくない。かつて沖縄は毎年のように渇水していたが、いつまた渇水が起こるか分からない。渇水と観光客の急増が重なるとどうなるのだろうか。また、ごみのポイ捨てや飲食店での食べ残しなどでごみ排出量が増加。県はごみのポイ捨てが多い国際通りのプランターの撤去を決め、那覇市は飲食店などにごみの減量を呼びかける。

もっと深刻なのは、ホテル等観光関連事業所で働く従業員の満足度が低く、「観光関連以外でいい仕事があれば移りたい」という従業員が少なくないということである。観光関連産業の発展で失業率が改善する一方、サービス業全体として非正規雇用が多い。利益確保のために雇用形態と賃金が改善されなけれ

ば、官民一体となり観光を振興してきた、その本質が問われる。

近年、特に 2011 年の東日本大震災以降、戦後の経済成長一辺倒の日本社会を反省する声が高まった。「成長神話」は終わり、「成長から成熟へ」「成長経済から定性経済（定常型社会）」へなどとも言われている。ところが沖縄は相も変わらず「量」や「効率」を追い求めている。

沖縄の観光は、こうした「量」や「効率」を重要視して進んでいくべきなのであるか。

こうした観光のあり方は、地域の豊かさや県民の幸福に繋がるのであるか。

経済が成長して所得が増えても幸福度が高まるとは限らないとされている。これは「幸福のパラドックス」と呼ばれている。

また、量や効率性の追求は、本来沖縄が持っている価値観とはまったく異なるのではないだろうか。

「1200 万人も観光客が来ると沖縄はどうなるのだろうか」という議論はほとんど聞こえてこない。キャリングキャパシティ（環境収容能力）という考え方があるが、県内ではその議論はあまり聞こえず、勇ましい数字だけが跋扈していると言っても過言ではないだろう。

私たちは、ここで一步立ち止まり、「1200 万人」や「地下高速鉄軌道」などに象徴される「量」や「効率」について、また、沖縄固有の精神性や本来の沖縄らしさと観光との関係性・関連性はどうあるべきかなどについて真剣に向き合いながら、地域の豊かさや県民の幸せにつながる観光のあり方について調査研究を行い、提言をまとめてみることにした。

本研究の目的は、沖縄の観光を経済、雇用、自然、文化、環境、まちづくり等様々な視点からスポットを当て、また、ハワイやバリ島など世界の観光先進地の実態を参考にしながら、最終的には県民の幸せにつながる観光はどうあるべきか、持続可能な社会をつくりだすにはどうすればいいのかを県民の皆さんに提示することにある。

## 調査研究の経緯

### 1. 事前の調査研究

現在進行している観光振興施策及びそれらに対する評価などを既存資料の収集分析や関係者へのヒアリングなどで調査した。

#### (1) 特別インタビュー

ハワイ州観光局 日本オフィス

「ハワイ州の観光戦略について」

#### (2) 県内外関係者、有識者等からの聞き取り調査

○嘉手刈 孝夫氏（県文化観光スポーツ部部長）

「好調な沖縄観光の背景と今後の施策について」

- 伊波 貢氏（ブルームーンパートナーズ代表）  
「沖縄観光の現状と課題、国際観光都市としてのあり方について」
- 平田 大一氏（南島詩人、演出家）  
「観光と文化、文化で社会をつくることについて」
- 涌井 史郎氏（造園家、東京都立大学特別教授）  
「沖縄らしさとは何か、景観と文化について」
- 山川 龍巳氏（株式会社わらび座 代表取締役社長）  
「地方における文化の産業化への取り組みについて」

## 2. シンポジウムの開催

テーマ

「沖縄観光はどこへ向かう」

～県民の幸せにつながる観光とは～

開催時期：平成 29 年 11 月 27 日（月）14：00～17：00

開催場所：沖縄県市町村自治会館

### 第 1 部 基調講演

講師：藻谷 浩介（日本総研主席研究員）

演題：「沖縄の観光振興と地域自立のビジョン」

### 第 2 部 パネルディスカッション

パネリスト

藻谷 浩介（日本総研主席研究員）

金城 盛彦（琉球大学教授）

ゆたか はじめ（エッセイスト）

新城 和博（編集者）

ファシリテーター

安里 長従（八重の森司法書士事務所代表、  
沖縄シンクタンク協議会会員）

コーディネーター

奥住 英二（沖縄シンクタンク協議会幹事、  
協同組合沖縄産業計画研究員）

平成 30 年 3 月 30 日

沖縄シンクタンク協議会

代表幹事 謝花 寛営

## 研究体制

謝花 寛営 (代表者)	沖縄シンクタンク協議会 代表幹事 (株式会社寛計画 代表取締役社長)
奥住 英二 (担当者)	沖縄シンクタンク協議会 幹事 (協同組合沖縄産業計画 研究員)
備瀬 知伸 (担当者)	沖縄シンクタンク協議会 幹事 (株式会社都市科学政策研究所 会長)
安里 長従 (担当者)	沖縄シンクタンク協議会 会員 八重の森司法書士事務所 代表

## 執筆分担

執筆者	担当した章・節
奥住 英二	第1章 沖縄の観光 第3章 自然・文化・環境と観光 第1節 キャリングキャパシティと持続可能観光 第2節 沖縄観光と文化 第3節 まちづくりと観光 第4章 県民の幸せにつながる観光を求めて
安里 長従	第2章 観光、経済と県民生活
謝花 寛営	第3章 自然・文化・環境と観光 第4節 観光先進地ハワイとバリ島の事例

## 目 次

要約	1
<b>第1章 沖縄の観光</b>	
1. 沖縄21世紀ビジョンと観光	6
2. 入域者数推移	6
3. 観光による経済効果	7
4. 観光の役割	8
5. 観光の光と影	10
6. 観光の「量」と「質」	10
<b>第2章 観光、経済と県民生活</b>	
1. 労働者に反映されない沖縄経済の好調	13
2. 「経済成長」は県民の幸福に資するための手段	15
3. 観光偏重の沖縄経済	18
4. 観光現場から見える沖縄社会	22
<b>第3章 自然・文化・環境と観光</b>	
1. キャリングキャパシティと持続可能観光	27
2. 沖縄文化と観光	31
3. まちづくりと観光	32
4. 観光先進地ハワイとバリ島の事例	36
<b>第4章 県民の幸せにつながる観光を求めて</b>	
1. 「成長」「効率」は沖縄を幸せにするか	41
2. 沖縄の価値を深める観光	44
参考文献	47
<b>資料編</b>	
1. シンポジウム「沖縄観光はどこへ向かう」	51
2. 特別インタビュー ハワイ州観光局（日本事務所）	73
3. 県内外関係者、有識者ヒアリング 嘉手苺 孝夫氏（沖縄県文化観光スポーツ部 部長）	83
伊波 貢氏（ブルームーンパートナーズ(株)代表取締役）	85
平田 大一氏（南島詩人・演出家）	90
涌井 史郎氏（造園家、東京都立大学環境学部特別教授）	92
山川 辰巳氏（株式会社わらび座代表取締役社長）	95



## 要 約

沖縄県が観光入域者数 1200 万人を目指す中、2017 年（歴年）入域者数は 939 万 6,200 となり、初めてハワイを上回った。沖縄観光は、「量」から「質」に転換すべきだと言われながら、「1200 万人も観光客が来ると沖縄はどうなるのだろうか」という議論はほとんど聞こえてこない。

私たちは、ここで一步立ち止まり、「1200 万人」や「地下高速鉄軌道」などに象徴される経済成長一辺倒からくる「量」や「効率」について、また、沖縄固有の精神性や本来の沖縄らしさと観光との関係性・関連性はどうあるべきかなどについて真剣に向き合いながら、地域の豊かさや県民の幸せにつながる観光のあり方について調査研究を行い、提言をまとめてみた。以下はその要約である。

### 「第 1 章 沖縄の観光」要約

観光は、ゆとりと潤いのある生活にとって重要であるのみならず、国際親善や地域の振興、産業・雇用の創出等に非常に大きな役割を果たす。人々にとっては、観光は生きがいや安らぎを生み出し、生活のゆとりと潤いに寄与するものであり、国際社会にとっては、国際相互理解の増進を通じて、国際親善、ひいては国際平和に貢献するものでもある。また観光は、地域にとっては交流人口を増加させ、地域の活性化に大きく寄与するものである。観光関連分野を通じ、農林水産業をはじめ製造業、商業、サービス業等産業全体への波及効果が大きい総合産業として、ダイナミックに発展することで地域の経済全体を力強く牽引していくことが期待できる。

こうした観光が及ぼす効果の一方で「影」の部分も存在する。

観光客が急増すると、自然環境にダメージを与えたり、地域住民の生活環境に悪い結果をもたらしたりもすることもある。ソフト力が弱いと、開発の名目で土木や建設業の世界だけが勢いよく進んでしまう結果、自然環境の破壊などが発生する。

本来、観光のクオリティとは、社会・経済・自然環境の多様なファクターに目配りして議論されるべき問題である。それが経済面に偏った形で理解され、バランスのとれた、トータルな議論が欠けているのが、日本の観光産業の現状であろう。地域社会・文化や自然環境の中に調和することで最大効用を引き出すはずの観光が、むしろその調和を乱すことになってきたのは、これが原因だといえよう。

## 「第2章 観光、経済と県民生活」要約

県内の世帯主（単身世帯も含む）の年齢層別の世帯所得階層をみると、年齢を重ねても所得が上昇せず低所得が固定化されていることが分かる。県外においては年齢を重ねるごとに所得が上昇していくが、沖縄は、どの年齢階層においても299万までの層が一番多く、その結果、沖縄の離職率や転職率は全国一高い傾向にある。一方で県内の好景気で、企業の人手不足感が強まっているが、多くの労働者がより良い雇用条件の職場を求めて転職していることから、非正規雇用や雇用環境の問題、そして低賃金が固定化されており、離職率が高く転職を繰り返している。

**沖縄の経済は好調だというが、それが労働者に十分に反映されていない。**

観光の波及効果として、経済成長の富がいずれ低所得者層にも自然に滴り落ちてくるというトリクルダウンを期待しているとすれば、それは間違っているのではないか。

沖縄では、観光客に高い輸送費をかけて運んできた島外産の食材を提供することが普通に行われている。ましてや一般住民の消費している物資は、多くが本土産かアジア産で、せつかく観光が稼いだお金が島外に戻る構造になっている。**必要なのは稼ぎをもっと増やすことではなく、稼ぎをもっと地元に戻すことである。**その意識がなければ、ハイテク工場ができようと、IT産業が振興しようと、国際物流基地だのカジノだのができようが、経済的自立は図れないということである

自己決定権の淵源は個人の自由や自然権としての人権である。貧困の問題は、救済ということではなく、一義的に奪われている機会や能力をどうやって取り戻すかという当事者側の運動であるべきである。構造的に選択肢を奪われている状況を把握できるからこそ、阻害している要因を取り除き、市民社会の構成員として「自己決定」し、個人の生活を含めた社会を主体的に形成することが可能になる。そのためには何よりも、県民自身が構造的解決を目指し、基地問題における非争点化と同様、沖縄の貧困や経済に対する根強い自己責任論や文化論から脱却する意思を示すことが重要である。そして**社会構造の帰結として貧困や経済、基地問題を語るだけでなく、貧困や経済、基地問題を出発点として、社会を考えることが大切だ。**

### 「第3章 自然・文化・環境と観光」要約

沖縄県の観光産業が排出している二酸化炭素排出量は、2000年の段階ですでに10万4千トンの二酸化炭素を観光関係が排出しており、実は2000年の段階ですでに観光だけでも沖縄では吸収できない環境負荷を与えているという研究もある。

沖縄観光が予想以上のペースで成長していることから、受け入れのキャパシティが問われている。「キャリングキャパシティ（環境収容能力）という考え方がある。キャリングキャパシティ（Carrying Capacity）とは、森林や土地などの環境に人手が加わっても、その環境を損なうことなく、生態系が安定した状態で継続できる人間活動又は汚染物質の量の上限を指す言葉で、「環境容量」、または「環境収容能力」などとも呼ばれる。人口に対するキャリングキャパシティは5倍から6倍と言われているが、人口の数十倍もの人が入ってきてしまうと、環境問題や水問題が出てきてしまう。水不足やゴミの対策を税金でまかなっていながら、さらなる観光客は大歓迎ということになると、観光に従事していない住人は恩恵を感じていないどころか不平不満が募ってくるということになる。

島とそこに住む住民のプラスになるために観光客を誘致しているのであって、観光客のために島があつて住民がいるわけではない。観光客が来ても、住民の生活や環境が悪化するような観光はあつてはならないことである。

特に離島にとって観光は中心的な産業になるが、観光客が消費したカネを島のなかで循環させるシステムをつくることと、水や環境の問題を考慮して、このくらいの観光客数なら許容範囲だということを行政や住民が考えなければならぬ。いかにして観光客を増やすかという考え方ばかりでは先行き破綻しかねないのである。

好調を続ける沖縄観光を担保するのは、温暖な気候に恵まれた自然と文化であるが、もちろんこれらは島に暮らす人々にとってかけがえのないものである。

観光先進地ハワイでは観光客の増大だけでなく、自然資源、文化の継続維持をすることをミッションに含んでおり、それを資源として観光商品開発を行っている。最終的なゴールは州民の生活水準向上に貢献することである

また、インドネシアのバリ島では中央政府主導の大規模開発を見直し、「人と人、人と自然、人と神の調和の取れた関係によって得られる繁栄」の維持を重視する方向への開発を志向している。

## 「第4章 県民の幸せにつながる観光を求めて」要約

これだけモノがあふれる世の中になって、人々の消費はおおかた飽和しつつあり、かつての高度成長期のような経済成長を想定することには根本的な無理がある。これからの日本が構想し実現していくべきは、経済成長ということも絶対的な目標としなくても、十分な豊かさが実現していくような社会であり、これを「定常型社会」という。

日本の社会は「定常化」に入っているようであるが、最近の沖縄観光の伸びを見ていると、沖縄社会は戦後70年を過ぎてようやく「成長・拡大期」に入ったのであろうか。そうであるなら、成長・拡大している今こそ、いつかは止まる、「定常」になるということを肝に銘じることが必要だろう。

今は「拡大・成長」の果実を享受しつつ、それが永遠に続くとは決して考えるてはならない。本土復帰後、沖縄は「本土との格差是正」を合言葉として、本土と同じ水準に「進歩」することを至上命令のごとく歩んできた。本来、進歩とは物理的な量的拡大ではなく、質の向上を通して得られるものである。

沖縄は、この風土とそこに生きてきた人々にふさわしい新たな豊かさや幸福のかたちとはどのようなものかを考えなくてはならない。それは無理をせず身の丈に合った生活様式ともいえるだろう。

幸福の圧倒的な決定要因となるのは、個人の自立性、地域社会の自治自立を大前提に家族、結婚、友人関係、社会的な安定性、信頼、公正さなどであって、一人当たりのGDPではない。本土が目指す「経済成長」や「効率性」でもない。沖縄にとっての豊かさや幸福は、象徴的に言えば、「沖縄の風土の中で永年にわたり培われてきた“精神性”に裏打ちされた人々の生きざまそのものではないだろうか。

観光とはそもそも先人の積み上げてきた伝統や文化、自然などをとおして、心の平安、生きる活力となるその地の「光」を観ることだといわれる。ところが近年の観光は、観光客のためにインフラ整備・開発を進め、商業的な環境や商品であふれ、その消費を目的に経済効果を期待するようになっている。

地域とそこに住み続けてきた人々の神聖な精神性を忘れて、経済だけを目当てにする観光は、その土地の基盤を弱体化する要因となる。

沖縄の“光”の根源にあるものは何だろうか。それはウチナーンチュの精神性であろう。その最も大きな特徴は「自然観」、一自然への畏怖、敬い、自然信仰、自然に生かされている命、命どう宝へとつながる精神性。この精神性こそが沖縄の沖縄たる所以であろう。このことをないがしろにした地域振興、産業振興、観光振興はあってはならないのではないだろうか。

沖縄の観光は「量的拡大」を目指すのではなく、やがてやって来る「定常化」においても、沖縄固有の「文化的・精神的創造性や豊かさ」が、さらに増幅していくことで、他のどこよりも“光輝く地域”になるであろう。

# 第 1 章 沖縄の観光

## 1. 沖縄 21 世紀ビジョンと観光

はじめに、沖縄の未来を示す第 4 次沖縄振興計画である「沖縄 21 世紀ビジョン」では沖縄観光はどのように描かれているかを見てみよう。

「沖縄 21 世紀ビジョン基本計画」（平成 29 年 5 月、改定計画）においては、沖縄県の観光について「世界水準の観光リゾート地の形成」として 5 ページにわたり、そのあるべき姿が述べられている。

【基本施策の展開方向】として、「沖縄の豊かな自然環境との共生が図られたエコリゾートアイランドや、歴史・文化、スポーツなど多様で魅力ある資源を活用した沖縄独自の観光プログラム（高付加価値型観光）を戦略的に展開するとともに、安全・安心・快適な観光地としての基本的な旅行環境の整備等により、世界に誇れる“沖縄観光ブランド”を確立し、世界的にも広く認知され、評価される観光リゾート地の形成を目指します。」と謳われ、【施策展開】として、ア国際的な沖縄観光ブランドの確立 イ市場特性に対応した誘客活動の展開 ウ大型 MICE 施設を核とした戦略的な MICE の振興 エ観光客の受入体制の整備 オ世界に通用する観光人材の育成 カ産業間連携の強化などの施策が述べられている。

当初の「沖縄 21 世紀ビジョン基本計画（平成 24 年 5 月策定）では、上記の「ウ 大型 MICE 施設を核とした戦略的な MICE の振興」という項目はなかったが、平成 29 年の改定時に追加されたものである。

## 2. 入域者数推移

沖縄県は、2017 年の入域観光客が前年比「78 万 3,100 人（9・1％）増の 939 万 6,200 人となり、年間 900 万人台を初めて突破した」と発表した。観光客数は 5 年連続で過去最高を更新した。2017 年は全ての月で前年同月を上回るとともに単月の過去最高も更新した。外国人客は 46 万 100 人（22・1％）増の 254 万 200 人、国内客は 32 万 3 千人（4・9％）増の 685 万 4 千人だった。外国人客の大幅な増加が全体を押し上げた。

沖縄県が 2017 年度（17 年 4 月～18 年 3 月）の目標とする 950 万人の達成も、12 月までの累計伸び率である 9％台で進めば可能であり、年度目標の達成も視野に入ってきた。

図表－1 入域観光客数の推移



出典：琉球新報（18年1月20日）

### 3. 観光による経済効果

県内への観光入域者数が増加する一方で、観光客の1人当たりの平均消費額は75,297円（平成28年度）で、10年前に比べ3千円ほどしか上がっていない。ハワイと比較すると、滞在日数では沖縄が3.7日（平成28年度）に対し、ハワイは8.9日、沖縄の消費額が7万5千円に対しハワイは21万円と大きな差がある。その要因は、長く滞在する文化圏からの観光客が少なく、その人たちを受け入れる環境が沖縄では整えられていないことにあり、今後、欧米に多い長期滞在客を呼び込めるような観光の質を向上させることが課題であろう。

沖縄県の資料（平成28年版観光要覧）によると、観光による経済効果については、次のように記載されている。

<平成28年度の観光収入>

○観光収入	6,602億9,400万円
	（前年度比 +9.6%、+580億8,000万円）
・観光客一人当たり県内消費額	75,297円
	（前年度比 -0.8%、-584円）
・入域観光客数	876万9,200人

■ 観光収入は、入域観光客数の大幅増により、前年度と比較して9.6%の増加となり、4年連続で過去最高を記録した。

■ 観光客一人当たり県内消費額は、前年度と比較して0.8%の減少となった。

■ 一人当たり消費額の減少要因としては、消費単価の低い海路からの外国人客数が大幅に増加したこと及び空路からの外国客で 8.6%の減少となっており、円高の影響があげられる。

■ 費目別では消費額の約 30%を占める「宿泊費」の 1.9%減をはじめとして、「土産・買物費」の 4.2%減、「娯楽・入場費」の 4.6%減と、前年度を下回った。

図表－ 2 入域観光客数・観光収入の推移

1 沖縄観光の推移  
(1) 概況 (年度)



出典：沖縄県「平成 28 年版観光要覧」

#### 4. 観光の役割

##### 観光の意義と地域にとってのメリット

観光は、ゆとりと潤いのある生活にとって重要であるのみならず、国際親善や地域の振興、産業・雇用の創出等に非常に大きな役割を果たすものである。すなわち、人々にとっては、観光は生きがいや安らぎを生み出し、生活のゆと

りと潤いに寄与するものであり、国際社会にとっては、国際相互理解の増進を通じて、国際親善、ひいては国際平和に貢献するものでもある。こうしたことから観光（特に国際観光活動）は、外交、軍事に次ぐ「第三の国家安全保障の手段」ともいわれている。

また観光は、地域にとっては交流人口を増加させ、地域の活性化に大きく寄与するものである。特に旅行業、宿泊業、飲食産業、アミューズメント産業、土産品産業、旅行関連産業等幅広い観光関連分野を通じ、産業や雇用の創出に大きな役割を果たしていく。さらには連携如何によっては農林漁業や製造業等への波及効果も期待できる。

特に離島にとっての「観光・交流」は、第一次産業とともに重要な産業であり、島の産業全体への経済波及効果や、交流による多様な社会的効果が期待される産業である。離島には個性豊かな自然、文化が残されており、離島こそ都市住民にとって非日常的空間を提供し得る恰好の環境資産を有しているといえる。農林水産業をはじめ製造業、商業、サービス業等産業全体への波及効果が大きい総合産業として、ダイナミックに発展することで離島の経済全体を力強く牽引していくことが期待できる。

#### **交流人口の増大が地域活性化に及ぼす効果**

これまでの地域活性化に向けた取り組みの多くは、企業誘致や地場産業の育成による就業機会の確保、居住環境整備や都市部へのアクセス改善等によって、その地域で生活することのインセンティブを高め、地域に定住する「定住人口」を増加させることにあった。

しかし、都市地域以外では人口減少や若者の流出が進む中、地域の活性化を定住人口の増大のみに求めることは益々困難になってきている。このため、これからは移住等による定住人口の増大策に加えて、地域外との交流人口の増大による地域活性化が必要不可欠となっている。

交流の活発化は、その地域における雇用の創出、特産品の開発・販路拡大などの経済効果だけでなく、住民意識の高揚や知名度のアップ、アイデンティティの確立などの効果をもつ。

また、交流を通じて他の地域との人的ネットワークが形成され、地域の活性化に寄与するとともに、こうした交流が定住へと発展していくことも期待される。

こうしたことから「観光は、ほどほどに貧しい地域や国に合っている」とも言われている。

## 5. 観光の光と影

前述したように、観光の果たす役割は「光」の部分である。一方「影」の部分も存在する。

観光客が急増すると、自然環境にダメージを与えたり、地域住民の生活環境に悪い結果をもたらしたりもすることもある。

ソフト力が弱いと、開発の名目で土木や建設業の世界だけが勢いよく進んでしまう結果、自然環境の破壊などが発生する。

国内の観光先進地京都では、観光客が増加したため路線バスが観光客で満員となり、住民が乗車できないケースが頻繁に起こったり、交通渋滞も市民生活に大きな影響を与えているという。さらには民泊の急増で騒音やマナーの悪さが住民生活に支障を来しているため、民泊の規制を始めるという。

とてつもない数の観光客が訪れている世界的観光都市バルセロナ(スペイン)でも、観光客の急増に対策を打ち出している。年間観光客数は約 3200 万人と、同市の人口(160 万人)の約 20 倍にも上る。バルセロナで訪問者が必ず訪れるランブラ通りには 1 年間になんと延べ 1 億人が通行しているという。ある調査によると、そのうち 21%が地元の住人で、残り 79%は観光客。つまり、平日で、1 日に 20 万人が通行しているというのだから、混雑を通り越している。

観光客が増えていることで、市民が被る弊害の 1 つは、「騒音問題」。バルセロナでマンションを所有する市民が「ホテルより安く泊まれる」と銘打って民泊を始めたところ、品行の悪い外国人観光客の存在が目立つようになった。「朝までどんちゃん騒ぎが続き眠れない」「エレベーターの濫用で頻繁に故障するため、維持費がバカにならない」など、マンション住民たちは頭を抱えているという。

ハワイでも約 15 年前、他の観光地との競合で観光客が減った際に値下げキャンペーンを実施した。呼び込んだ観光客の一部がビーチで飲酒やポイ捨てをしたため住民の怒りを買ったという。ハワイはその後、誘客ターゲットを富裕層に切り替えることで、住民と観光客の共存や観光振興を両立させたという。

沖縄県内でも、増加する観光客に人手が不足し、長時間労働が常態化していることや観光サービス業で働く従事者の報酬が低く、定着率が低いことなども指摘されている。また、レンタカーの急増による交通渋滞や環境への負荷など「影」の部分が発生しており、これらについては次章以降でくわしく述べていきたい。

## 6. 観光の「量」と「質」

戦後日本における観光は、成長経済の下で、90 年代半ばに至るまで、急速な

量的拡大を続けてきた。変化は決して量的側面だけで起こっていたわけではない。サービス水準、施設グレード、安全性や衛生のレベル、被雇用者の賃金水準など、質的側面の変化も同時に進行していた。観光資源の開発も、その方法が地域社会や自然環境との調和に配慮した適切な方法で行われるなら、観光の質的水準を上昇させたと評価できるだろう。しかし量的成長が続く間に経済的利益を重視する考え方が肥大し、質の問題も利益と結びつくものだけに理解が偏ってしまった。質の問題とは、高級さ、品質の高さ、利益率の高さのことであり、質の議論は経済的合理性が成り立つ限りにおいて許される、という考え方である。本来、観光のクオリティとは、社会・経済・自然環境の多様なファクターに目配りして議論されるべき問題である。それが経済面に偏った形で理解され、バランスのとれた、トータルな議論が欠けているのが、日本の観光産業の現状ではないだろうか。地域社会・文化や自然環境の中に調和することで最大効用を引き出すはずの観光が、むしろその調和を乱すことになってきたのは、これが原因だといえよう。しかし残念ながらこのような考え方は客観的な根拠に基づくものではない。経済的要素を別にすると質的要素の中で数値的な把握や管理が行われてきたのは安全や衛生など限られた分野だけであり、客観的な指標にもとづく議論は、現状ではほとんど不可能だからである。

沖縄の「観光の質」については、外国人観光客の増加に伴い、ホテルも長期滞在を目的とした高級化が進んでいる。医療ツーリズムを取り入れたホテルも事業を進めている。

次の課題は「観光産業の質」にある。所得の向上、生産性の向上、仕事へのやりがいなどである。観光産業に従事する県民にとって、沖縄の基幹産業として誇れる在り方を獲得できるかが重要になってくる。ハワイでは観光業が憧れの職業だが、沖縄では観光業に就こうと希望する人があまり多いとは言えない。前項で述べたように、従業員数が多い観光産業で働く人々の底上げは、県民所得全体の向上につながるであろうし、観光産業で働く人々のモチベーションやプライドを高めることにもつながるであろう。

「観光の質」については、県内では富裕層の誘致や欧米からの誘客によって「質」を高めるという議論がある。それらによって経済効果を高めたり沖縄観光のイメージアップにはなるであろうが、本来の「質」の向上ではない。また、空港や港湾の整備と陸上交通体系の整備等によって入域者の満足度を高めることが「質」の向上だという意見もある。しかしそれらは入域者に不快な思いをさせない当然の施策・措置であり、それも本質的な「質」の向上ではない。

私たちが問うのは、何のための観光振興なのか、観光振興が県民の幸せにつ

ながっているのかという点である。県民の間には、「観光はホテルや土産品や飲食店など関係する業界の世界のことであり、ワッターには関係ない」という意見が少なくない。また、観光の現場で働く人たちの離職が多いことや、厳しい環境で働いているのを見聞きしていることから、我が子にはホテル等への就職を望んでいない現実もある。(これら、観光産業の労働実態については、「第2章 観光、経済と県民生活」で詳述する。)

本研究の目的は、沖縄の観光を経済、雇用、自然、文化、環境、まちづくり等様々な視点からスポットを当て、また、ハワイやバリ島など世界の観光先進地の実態を参考にしながら、最終的には県民の幸せにつながる観光はどうあるべきか、持続可能な社会をつくりだすにはどうすればいいのかを県民の皆さんに提示することにある。

## 第2章 観光、経済と県民生活

### 1. 労働者に反映されない沖縄経済の好調

沖縄県の経済は、日本の米国施政権下の戦後復興や高度経済成長下における経済発展の過程から切り離されていたことなどもあり、総じて第二次産業が振るわず、基地依存の消費型経済の構造が形成された。復帰後の沖縄経済については、3次の沖縄振興開発計画では社会資本の整備を中心とした格差是正が、その後の沖縄振興計画においては民間主導の自立型経済の構築が、基本方向の一つとして位置づけられ、道路や港湾、空港などの社会資本の整備に加え、就業者数の増加や観光、情報通信産業等の成長など、着実に発展してきた。その結果、基地関連収入（軍用地料、軍雇用者所得、米軍等への財・サービスの提供）の県経済に占める割合は、復帰直後である1972年の15.5%から2014年は、5.7%となり、その比重は大幅に低下している。

内閣府沖縄総合事務局は2017年7月期の管内経済情勢報告で1972年の本土復帰後初めて沖縄経済を「拡大している」と断言し、日本列島が好況に沸いたバブル期より景気状況が良いと位置付けている。

沖縄県の観光収入は1972年度の324億円から2014年度には5342億円で16.4倍増加すると同時に県民総所得に占める割合も6.5%から12.5%へ増加し、軍関係受け取りと観光収入の立場は逆転している。

沖縄県では観光を県経済のリーディング産業と位置づけ、その振興のためにさまざまな取り組みを行っている。地理的に近いアジアからの訪問客増加もあり、2017年の県内入域観光客は初めて900万人の大台を突破し、過去最高の939万6200人となった。沖縄経済を牽引する観光業の好調さは今後も続く見込みであり、県は、空港や港湾の整備、宿泊施設の整備態勢などのインフラ整備を急いでいる。

#### トリクルダウンはない

一方、沖縄の県民所得は一人当たりでみて、その水準は依然として低く、全国平均との格差もあまり縮まっていない。県が2014年1月に発表した沖縄の子どもの相対的貧困率は、29.9%と全国平均16.3%の二倍近くとなる。山形大学の戸室教授の算出した貧困率（生活保護基準である最低生活費以下の収入しか得ていない世帯割合）は、2012年において34.8%（全国平均18.3%）、ワーキングプア率（就業世帯（主な収入が就業による世帯）のうち生活保護基準の最低生活費以下の収入しか得ていない世帯）は25.9%（全国9.7%）となる。

特筆すべきは、後記掲載のグラフを見て一目瞭然のとおり、世帯主（単身世帯も含む）の年齢層別の世帯所得階層をみると、年齢を重ねても所得が上昇せず低所得が固定化されているということである。全国は30代で多い所得層は400万から499万円の層、40代は500万から599万円の層、50代は1000万から1249万円の層と年齢を重ねるごとに所得が上昇していく。一方沖縄は、どの年齢階層においても299万までの層が一番多く、その割合は30歳未満では71.8%、30代では48%、40代では40.2%、50代では41.8%、60代では58.6%である。

その結果、沖縄の離職率や転職率は全国一高い傾向にある。一方で県内の好景気で、企業の人手不足感が強まっているが（それでも有効求人倍率の全国との開きは依然とあることも留意すべき）、多くの労働者がより良い雇用条件の職場を求めて転職していることから、非正規雇用や雇用環境の問題、そして低賃金が固定化されており、離職率が高く転職を繰り返している。

このような実態からもわかるように、沖縄の経済の好調が、労働者に十分に反映されていない。このことは、沖縄県は、2008年以降、経済成長は名目・実質ともにプラス成長で推移しているが（沖縄県経済の概要・2017年10月内閣府沖縄総合事務局）、上述の山形大学の戸室教授の分析によると沖縄の貧困率は2007年から2012年まで貧困率は29.3%から34.8%、ワーキングプア率は、20.5%から25.9%といずれも悪化傾向にあることから判明する。つまり、県が、観光の波及効果として今後、経済成長の富がいずれ低所得者層にも自然に滴り落ちてくるというトリクルダウンを期待しているとすれば、それは間違っていることをデータが示しているのである。

### 「地産地消」から「地消地産」へ

客単価を上げるため富裕層のニーズをつかみ、付加価値を高めることにより賃上げにつながるメカニズムが動き出すとの意見もあるが、「付加価値を高める」とは、一体どういうことを指しているのであろうか判然としない。この点、日本総研主席研究員・地域エコノミストの藻谷浩介氏がスイス・ツェルマット在住の観光カリスマ山田桂一郎氏の指摘を引用して、強靱な国際競争力を持つスイスの観光立国戦略のひとつとして、「地消地産」を掲げている点は参考となる。

「地産地消」は、地域で生産された農作物を地域で消費するという生産が起点になっているのに対して、「地消地産」とは地域で消費する農作物を地域で生産するという消費が起点となっている。「地消地産」だと地域の需要動向を把握した後に生産計画を立て安定的な生産体制を作ることができる。スイスの観光事業者は、高品質なサービスを長期滞在者に提供して客単価を上げ、そのお金

を高価な地域産食材や建材の購入にまわす。代表的な土産物である時計やアーミーナイフも、ことごとく高単価の国産品で、観光産業の稼ぎの多くが地域内の商業・農業・建設関係に還流し、地域経済全体を支えており、国民も所得水準が高いので、安全性や品質の高い国産食品を選んで買う習慣があるという。

一方、沖縄では、観光客に高い輸送費をかけて運んできた島外産の食材を提供することが普通に行われている。ましてや一般住民の消費している物資は、多くが本土産かアジア産で、せつかく観光が稼いだお金が、あっという間に島外に戻る構造になっている。必要なのは稼ぎをもっと増やすことではなく、稼ぎをもっと地元に戻すことである。その意識がなければ、ハイテク工場ができようと、IT 産業が振興しようと、国際物流基地だのカジノだのができようと、経済的自立は図れないということである（2016年9月4日沖縄タイムス「藻谷浩介の着眼大局」より）。

## 2. 「経済成長」は県民の幸福に資するための手段

低賃金・低所得を克服する産業をどうつくっていくかということとはとても重要である。そのためには、国際機関である OECD や IMF が「格差拡大は経済成長を損なう」と指摘していることがヒントになる。後記グラフのとおり、沖縄の相対的貧困率の高さは低所得者層がとても分厚く、中間層との格差が大きいということによる。したがって、低所得者層の支援と経済成長はトレードオフの関係になく、格差を是正することにより経済成長は却って高まる。そのためにはインバウンドや企業誘致だけに頼るのではなく、サービス業だけではない多様な職業の選択肢を増やすこと、人材の育成、起業の促進・支援を行い、格差を是正することにより「内需」を高めていく必要がある。

沖縄県の対外収支は、2014年度でマイナス 19.9%という高率の収支赤字だ（平成 26年度県民経済計算）。県は、国際物流拠点の形成を推し進めているが、それに対応する輸出・移出商品をしっかりと持たなければならない。屋嘉宗彦（法政大学沖縄文化研究所元所長）氏が著書「沖縄自立の経済学」などで提言しているように、対外収支の均衡化へのためには、輸入・移入を減らすこと、そのためには小規模でも地道な移入代替産業などに対する積極的な支援が必要である。

つまり、農水産業・地元製造業の振興、地消地産・県産品愛用への取り組みにより格差を是正し、内需を高め、同時に観光消費全体を増やし、域外、海外へ移出・輸出を展開する好循環を作っていくことが重要なのである。

農業・水産業・製造業そしてサービス業で働く県民が豊かになればこそその経済成長であり観光立県である。県もメディアも、県内への観光客「数」が過去

最高を更新し続け、連続して「景気が拡大」していることを強調しがちだが、「経済成長」はあくまでも手段であり、沖縄県民の幸福に資するためのものでなければならないことを再確認すべきである。前者の場合は人間が手段であり、後者は人間が目的である。

### 子ども貧困対策の“貧困さ”

県は、沖縄の子どもの貧困の解決に関して、県政の重要課題としての取り組みが始まっており、県が設置した「沖縄子どもの未来会議」では、2030年までに子どもの相対的貧困率を29.9%から10%に改善する目標を掲げている。しかし、そのためには固定化されている低所得者層の「所得の底上げ」が必要不可欠なのであるが、その認識がきちんと共有されているだろうか。

近年、市民社会における市民としての「自由」の範囲が選択可能なものとして実質的に保障されているか否かに着目する概念である「社会的排除」が注目されているが、社会資源として「学習支援」「子ども食堂」「子育て支援」「支援員の配置」など排除されない社会をつくっていくための取り組みと、雇用政策・産業振興・経済政策における「相対的貧困」の解消、つまり低所得者層の底上げ・格差の是正のための取り組みをきちんと分けて整理し、両輪として取り組まなければならない。つまり、沖縄の低所得者層が分厚く年齢を重ねても所得が増えず固定化されている構造をきちんと把握し、正規雇用への転換など雇用の質を改善するための雇用政策のほか、低所得者層に対する「直接的・重点的」な産業振興施策を含めた経済対策が必要不可欠なのである。

その点、2017年5月15日、『沖縄21世紀ビジョン基本計画』の改訂がなされ、子どもの貧困対策推進が明記され、同年10月30日に取りまとめられた『21世紀ビジョン後期実施計画』においては、「ライフステージに応じたつながる仕組みの構築及び県民運動の展開として、2021年度の目標値として正規雇用の割合を全国並みにする」ということが記載され、若者への支援や保護者への支援として職業訓練やジョブトレーニング、正規雇用化への企業サポート、などの相談・支援事業が盛り込まれており、一定の前進が見られる。

### 県議会が関与できない21世紀ビジョン

しかし、根本的な問題は残されている。21世紀ビジョンは、沖縄振興特別措置法に位置付けられた沖縄振興計画である。島袋純氏が著書『「沖縄振興体制」を問う-壊された自治とその再生に向けて-法律文化社』で指摘しているように、「最上位計画は、国、すなわち、沖縄開発庁（2000年以降は内閣府沖縄担当部局）である。県が最上位計画の策定計画の策定権を持たず、国の計画に従うことになって」いた。改正により振興計画の策定は、県の仕事となったが、沖縄

振興特別措置法第3条の2に基づく沖縄振興基本方針に基づいて、第4条において沖縄県知事は、「沖縄振興計画を定めるよう努める」のである。仮に国が、沖縄振興計画が基本方針に適合していないと認めるときは、沖縄県知事に対し、これを変更すべきことを求めることができるのである（同法4条7項）。それが『沖縄21世紀ビジョン』である。したがって、同氏が指摘しているとおり「他府県と異なり、沖縄県議会は計画策定とまったく無関係である。沖縄振興計画の策定プロセスに県議会が公式に何らかの権限をもって関与する場面はない」のである。『沖縄21世紀ビジョン』においていくら課題の設定、目標の設定がなされ、政策の効果を明示しても、「議会は、計画の策定の中に於いて公式的に関与することによって、政策課題と目標を行政から引き出して共有し、県民とともに県民の代表として政治的に最終的に決定する」ことができ「それが事業を評価する議会の力の源泉となる。」。しかし、『21世紀ビジョン後期基本計画』の改定、実施計画の改定においても、県議会の関与無しに策定され、議会が関わった課題設定、目標設定がないのである。

同氏は、「それゆえ期待される効果をもとに事業立案を評価し統制する力を身につけることすらできなかった。狂気の沙汰の事業計画も議会を素通り、それこそが、これまでの沖縄振興体制の大問題であった。道路や下水道、埋立て事業など、特定公共事業を高率補助として奨励する、言いかえれば誘導するような仕組みは市町村も同じである。同じ問題を抱えているのだが、県に比べ市町村は、地域社会における効果を気にせざるを得ないこと、すなわち地域や地元経済により密着しており、目に見える範囲で改善の度合いを認識せざるを得ない部分があることと、市町村総合計画は少なくとも構想部分が法的に議会議決事項であり、議会が公式的に関与できることからまだマシになる可能性はある。だが、実際には市町村によりけりというところである。」と強烈に指摘している。

このようなことを今後も繰り返さないため、自治及びガバナンス改革のため、今ある制度のなかにおいても、沖縄の側からの相当な努力と覚悟を持って挑む必要がある。

#### **貧困対策は組織横断で**

そのためには、現状、『沖縄21世紀ビジョン』において議会が関与する法律上の権限はないが、自治と地域経済の発展、そして貧困の解消のため、事実上でも、県民の代表である県議会において関与し、低所得者層の底上げ・格差の是正のための産業振興・経済対策を相対的貧困率改善のための各種の数値目標とともに事業の評価を行っていくべきである。また、今後の沖縄の自治のあり方について、振興策そのものの是非も含め、抜本的な改革のための議論を深めていくべきである。

また、現在、県の子どもの貧困対策の担当部署は、「子ども政策福祉部」のなかの[子ども未来政策課]の〈沖縄子どもの未来県民会議〉が担っている。相対的貧困率の改善のためには、知事公室直轄の「基地対策課」のように、「商工労働部」「農林水産部」「教育庁」「保健医療部」「土木建築部」等への横断的な権限のある基幹部署として位置づけ、政策実行への本気度を示すべきである。

### 3. 観光偏重の沖縄経済

県は、観光客を受け入れる県民一人ひとりのホスピタリティ意識を高揚させるため、県民が異文化等への理解を深め、外国人観光客を「うとういむち」の心でお迎えするプロジェクト「ウェルカムんちゅになろう」の取り組みや「めんそーれ沖縄県民運動」として、観光客に綺麗な環境で滞在してもらえるよう清掃活動、各種キャンペーンを実施している。しかし、屋嘉宗彦氏が述べているように、「沖縄の独自の文化を資源にというのが、迎える側が自分の生活に満足し誇りを持たなければ、表面的なものに終わる。文化は、観光の手段としてではなく、本来、観光を離れた根本的な文化施策として取り組まれるべき問題である」と指摘していることはとても重要である。

なお、同氏は、製造業に関しては、沖縄の歴史的・政治的経緯を踏まえても、今後、沖縄がその市場規模、島嶼性、技術的基盤などのために、大規模・大量生産の製造業の拠点にはなり得ないこと、高度知識集約型・付加価値型の産業は理想で、門戸を開いておくことは大事だが、一朝一夕には形成できず、誘致されて立地する企業があったとしても、簡単に地元経済と有機的な関係をもつものとはならないことを指摘している。

この点、経済活動別の県内総生産と課税の割合（2001年から2014年平均）をみると、製造業の総生産に占める割合は4.6%だが、製造業の県税等に締める割合は、24.5%と5倍以上になる。一方サービス業は総生産の25.9%を占めるが、県税等の14.9%に過ぎない。技術経営修士の照屋隆司氏は、製造業の課税貢献度が高いことを示し、偏った産業構造は危険で、足腰を強くするためには、中小企業によるものづくりの産業発展は欠かせないとして「観光／食品加工（製造）／農業・水産業」の連携を強化することを指摘している。また、沖縄の中小企業が、個性的で優れた商品をたくさん作っている事例を紹介し、キーワードとして「模倣困難性」「地域密着」「全員参加型」を挙げている。そして、現在は産業に占める製造業・農業の割合は小さいけれども、逆に、これから沖縄に合った製造業・農業の振興を行えば、ぐっと伸びていく「伸びしろ」があるとその拡張性を述べている。このようなポジティブな議論をより広く喚起していくことがとても大切である。

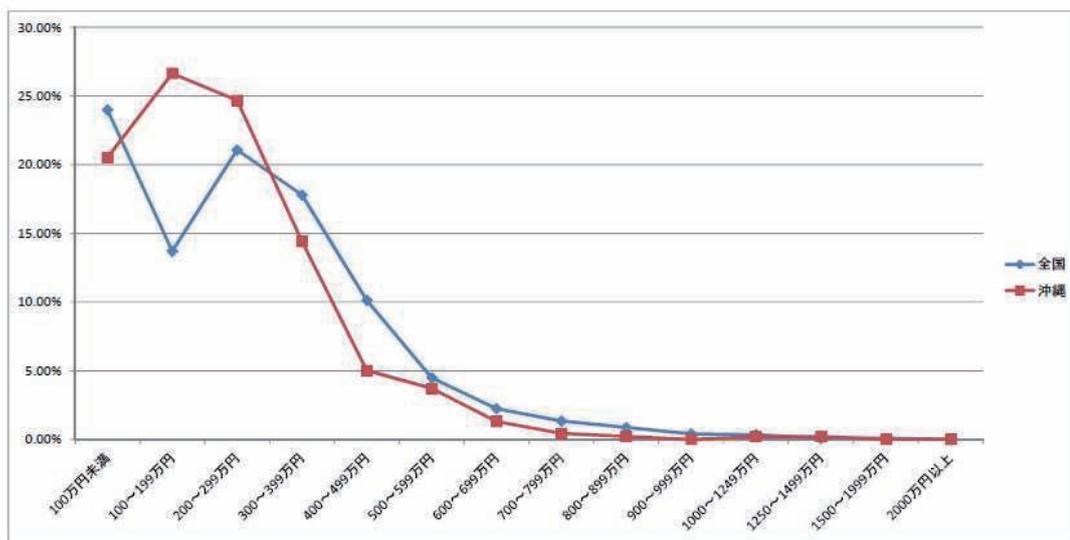
そして、これまで多くの識者が指摘しているように、そもそも沖縄経済の環境的与件で不合理極まるものは、希少な土地資源のかなりの部分が軍事基地という非経済的用途に充てられている点である。

また、振興策によって一定の社会資本の充実があったものの、格差是正や経済自立にふさわしい十分な産業や経済の発展があったと言えるのか、例えば、政治学者の島袋純氏が指摘しているように、高補助率は実際の負担額の10倍もの公共事業ができるので予算を極大化する方向に誘導され、教育・福祉サービスに関する予算は後回しにされてこなかったか。現在の沖縄の振興策は、第3次産業、特に観光業と情報通信産業によって組み立てられているが、産業構造として偏重しており、果たしてその弊害がないといえるのか。米軍基地問題を人権侵害の問題ではなく、見返りが欲しい地元の要求への政府の振興策による対応、というレベルに矮小化し、それが問題の本質であるかのように全国に流布し、国政レベルの争点にさせない仕組みとなっていないか（基地問題を地域振興の問題へのすり替え・非争点化）。利益還元型・補償型政治が既得権益層や植民地エリートを増長させ、地域社会の分断、対立の激化により政治的主体性が後退し、自治の破壊、ガバナンスの腐敗をもたらしていないか。これらは沖縄の構造的な問題として、今こそ、多くの県民が共有しきちんと正面から議論すべき問題である。

図表－3 年齢層別の所得割合の比較（全国・沖縄）

年齢層別の所得階層割合の比較（全国・沖縄）（30歳未満）

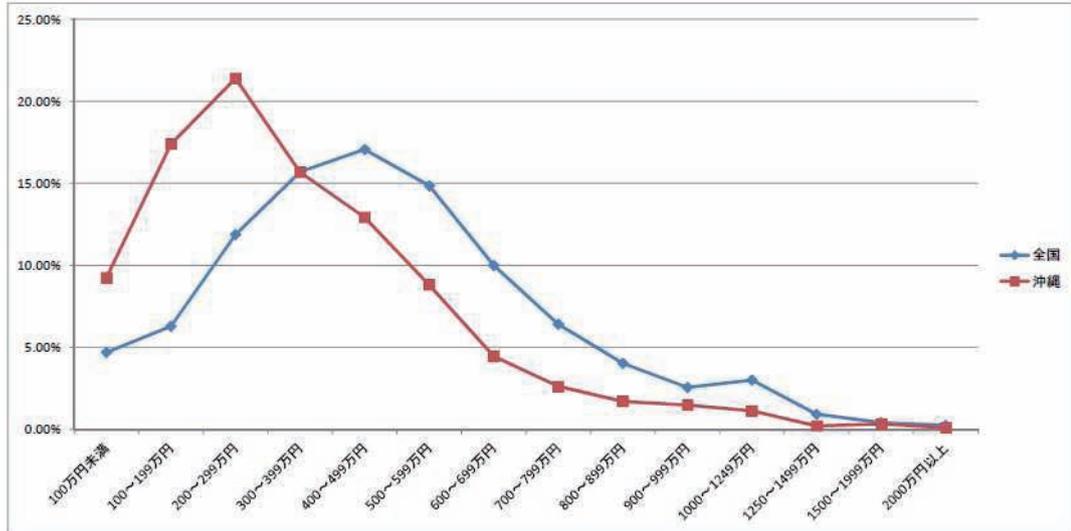
	100万円未満	100～199万円	200～299万円	300～399万円	400～499万円	500～599万円	600～699万円	700～799万円	800～899万円	900～999万円	1000～1249万円	1250～1499万円	1500～1999万円	2000万円以上
全国	23.99%	13.70%	21.07%	17.80%	10.13%	4.49%	2.24%	1.34%	0.87%	0.41%	0.35%	0.08%	0.09%	0.01%
沖縄	20.52%	26.64%	24.67%	14.41%	5.02%	3.71%	1.31%	0.44%	0.22%	0.00%	0.22%	0.22%	0.00%	0.00%



出典：総務省統計局 平成24年就業構造基本調査「世帯単位で見た統計表」第79表を元に作成

年齢層別の所得階層割合の比較（全国・沖縄）（30～39歳）

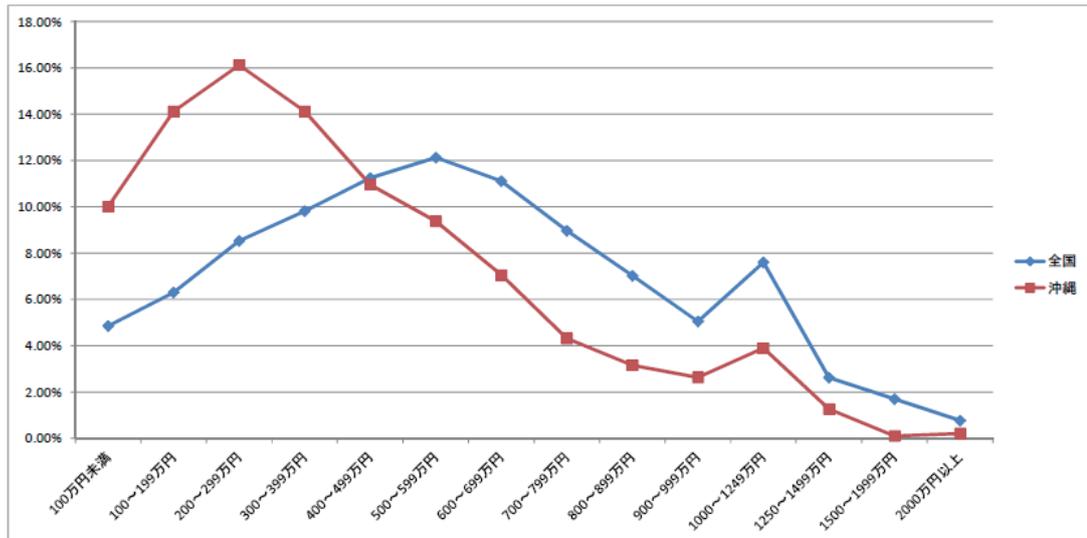
	100万円未満	100～199万円	200～299万円	300～399万円	400～499万円	500～599万円	600～699万円	700～799万円	800～899万円	900～999万円	1000～1249万円	1250～1499万円	1500～1999万円	2000万円以上
全国	4.70%	6.30%	11.89%	15.70%	17.07%	14.85%	10.00%	6.42%	4.04%	2.57%	3.02%	0.94%	0.43%	0.26%
沖縄	9.27%	17.39%	21.40%	15.68%	12.93%	8.81%	4.46%	2.63%	1.72%	1.49%	1.14%	0.23%	0.34%	0.11%



出典：総務省統計局 平成24年就業構造基本調査「世帯単位で見た統計表」第7-9表を元に作成

年齢層別の所得階層割合の比較（全国・沖縄）（40～49歳）

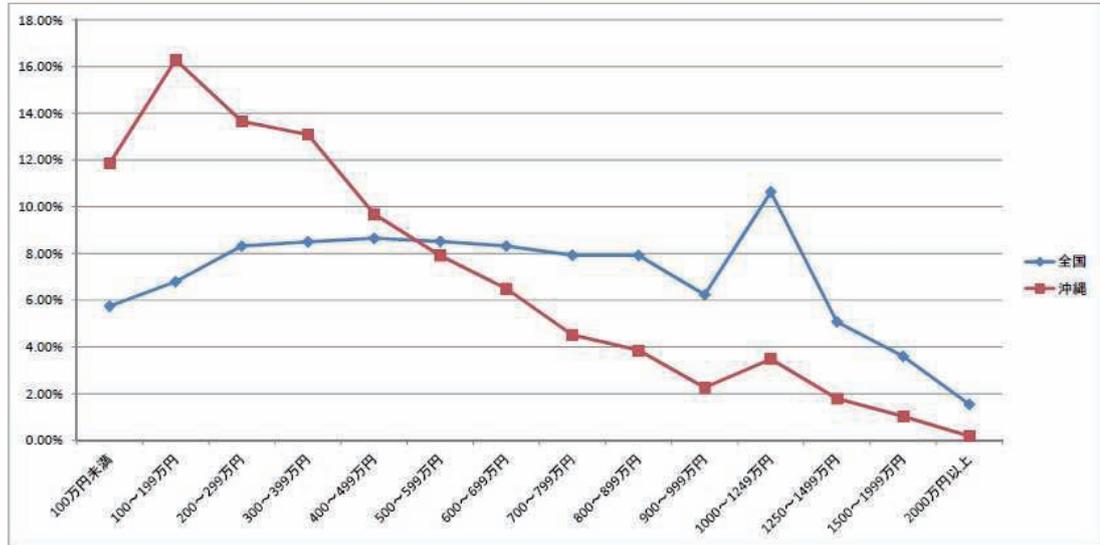
	100万円未満	100～199万円	200～299万円	300～399万円	400～499万円	500～599万円	600～699万円	700～799万円	800～899万円	900～999万円	1000～1249万円	1250～1499万円	1500～1999万円	2000万円以上
全国	4.86%	6.30%	8.53%	9.82%	11.25%	12.13%	11.11%	8.97%	7.03%	5.05%	7.61%	2.63%	1.70%	0.77%
沖縄	10.01%	14.12%	16.12%	14.12%	10.96%	9.38%	7.06%	4.32%	3.16%	2.63%	3.90%	1.26%	0.11%	0.21%



出典：総務省統計局 平成24年就業構造基本調査「世帯単位で見た統計表」第7-9表を元に作成

年齢層別の所得階層割合の比較（全国・沖縄）（50～59歳）

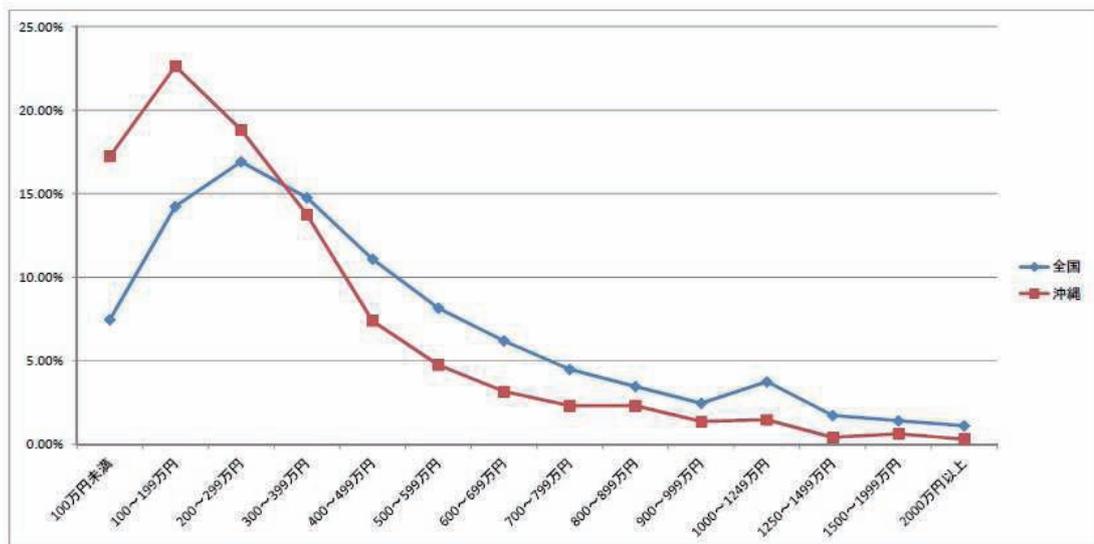
	100万円未満	100～199万円	200～299万円	300～399万円	400～499万円	500～599万円	600～699万円	700～799万円	800～899万円	900～999万円	1000～1249万円	1250～1499万円	1500～1999万円	2000万円以上
全国	5.75%	6.80%	8.32%	8.50%	8.65%	8.52%	8.32%	7.93%	7.92%	6.24%	10.63%	5.07%	3.60%	1.55%
沖縄	11.86%	16.29%	13.65%	13.09%	9.70%	7.91%	6.50%	4.52%	3.86%	2.26%	3.48%	1.79%	1.04%	0.19%



出典：総務省統計局 平成24年就業構造基本調査「世帯単位で見た統計表」第79表を元を作成

年齢層別の所得階層割合の比較（全国・沖縄）（60～69歳）

	100万円未満	100～199万円	200～299万円	300～399万円	400～499万円	500～599万円	600～699万円	700～799万円	800～899万円	900～999万円	1000～1249万円	1250～1499万円	1500～1999万円	2000万円以上
全国	7.46%	14.24%	16.91%	14.76%	11.09%	8.16%	6.19%	4.49%	3.47%	2.47%	3.76%	1.74%	1.42%	1.12%
沖縄	17.23%	22.62%	18.82%	13.74%	7.40%	4.76%	3.17%	2.33%	2.33%	1.37%	1.48%	0.42%	0.63%	0.32%



出典：総務省統計局 平成24年就業構造基本調査「世帯単位で見た統計表」第79表を元を作成

## 4. 観光現場から見える沖縄社会

### (1) 県民の幸せにつながってこそ観光はステータス産業に

観光業界で働く方々の実態は、財団法人雇用開発推進機構（エンパクト）調査研究部が平成20年度総合的雇用可能性研究事業として調査した「沖縄観光の仕事の現場はどうなっているか？～宿泊業を中心に（沖縄県の宿泊業における雇用・労働に関する実態及び意識調査）」が参考となる。

詳細は同調査に譲るが、宿泊業に携わる一般労働者は、他の産業と比べ、低賃金、長時間労働で非正規が多く、離職による雇用の中断、中途採用による新規の就労などが他の産業に比べて多く、勤続年数が長くなりにくい環境がある。また、宿泊業等の仕事は社会的ステータスが低く、福利厚生も不十分であり、ストレスや体力的負担も多く、キャリアパス（企業内での昇進・出世を可能とする職務経歴）が不透明で、結婚や子育てができにくい環境にあることが判明する。

2018年11月に、連合沖縄八重山地域協議会議長、航空連合沖縄副事務局長、アートホテル石垣島労働組合執行委員長である川本正樹氏に電話等でインタビューに協力していただいたが、現在も、実感としてはおそらく大きな変化はないと考えるとのことであった。

また、その中でも、大手ホテルは育児休業制度や介護休業制度が整備されているものの、人手不足でなかなか取りづらいという現状、中小ホテルについては、おそらく長時間労働や福利厚生、教育・研修などの人材育成も不十分でいわゆる「ブラック企業」と呼ばれるホテルもあるのではないかと推測する。つまり、大手と中小ホテルでの環境の二分化を指摘している。

これらは、宿泊業界にとって、構造的な側面もあるのであろうが、沖縄の観光を経済成長の手段として量のみを追い求め続けた結果という側面があるのではないか。沖縄観光の華やかなイメージは広く県民に流布されている一方、求人求職のミスマッチや観光関連産業の離職者等から伝えられる雇用・労働に関する厳しい情報も人伝いに伝えられている。こうした相反するイメージが、観光関連産業の仕事について適切な理解を妨げ、それにより質・量とも業界が望む人材の確保に支障を来している。今現在、人材の確保・育成が非常に厳しい状況の中、更に観光客が増えるのであれば、受け入れるホテル従業員にとっては更なる労働環境の悪化が懸念されるのも当然である。就職敬遠や早期離職による更なる人材不足は、量的受け入れ能力及びサービス水準の低下を招く。それは観光消費額の伸び悩みなどの収益力の低下を招き、更なる労働条件の悪化という悪循環に陥ってしまう。

川本氏によれば、観光客増加にともない利便性の悪化が顕著に現れているという。一例をあげると、那覇空港に到着後もレンタカーの利用者が増大し、空港に到着してレンタカー業者の営業所に行く送迎バスに乗車するまで1時間以上待ち、営業所で手続きし配車されるまでさらに1時間待つのが常態化している。沖縄に到着して最初にコンタクトするレンタカー業者がこのような状況では観光に対するイメージが良い訳がない。また、インバウンドの増加でレンタカーの事故が増加しており、さらにはレンタカー需要の増加で県内バス業者の観光バスの需要が減少し、従事する労働者の労働条件の改善に厳しい状況が発生しているという。そして、規制緩和も大切な事だが、規制をする事も必要だと述べる。

有効求人倍率は上がっているものの、宿泊・飲食業と事務職との求人・求職のアンマッチ率は増加している。川本氏によれば、地元採用では人員を補充できず本土の人材派遣会社から短期間で採用をして急場凌ぎをしている現状があるという。

また、宿泊業の一般労働者は地元の人だが、管理職等は本土の人というような状況も多くあるという。沖縄では、地域で消費する農作物を地域で生産するという消費が起点となっている「地消地産」のみならず、地域の観光需要動向を把握し、それに対応する人材育成計画を立てる「人材の地消地産」もままならないのである。

### **観光客、観光従事者、沖縄県民が共存できる観光を**

観光立県を掲げる沖縄県にとって、観光業の社会的ステータスを築くことと人材育成は急務である。そのためには、観光業に従事する労働者に対して賃金等の労働条件や福利厚生の実施を行政が後押しする施策や、いわゆる「ブラック企業」と呼ばれる企業に対して厳しい指導を行うことが必要である。

また、観光業が、リーディング産業と位置づけられているのにもかかわらず、労働団体が脆弱なのは問題である。労働団体も、企業の枠を超えて業種別の産業別組合や非正規型労働者を組織する合同労組（ユニオン）の組成、周知・拡充をすべきである。

そして、観光産業で働く者たちにとって魅力ある産業になることがなによりも重要である。いくら空港や港湾、ホテル等のインフラが整備されても、多様なユーザーのニーズに対応できる人材が質・量ともに確保されなければ観光立県の実現は不可能である。

観光業のマイナスなイメージを払拭するためには、賃金や雇用環境を充実し、子育てしながら勤められる職場環境、従業員のライフステージやライフサイクルへの配慮のみならず、県としても、観光客の人数だけを追い求めるのではな

く、県民の幸せに繋がる観光を目指すことを明確に定め、観光業の社会的ステータスを形成していくことが必要である。そのためには、誇りある観光業としての情報発信、観光関連産業の魅力を高めるために必要な人材育成機関・講座の開設・運営、育成した人材の適正な評価・活用制度の構築が急務である。

なお、川本氏は更に、ホテルに就職希望で入社した新卒者はフロントやマスコミに取り上げられるソムリエ・パティシエ等華やかな仕事に従事するイメージで入社をしてくる。しかし、ホテルにはいわゆる「裏方」の泥臭い仕事がたくさんあり、入社前のイメージと、入社後のギャップが大きく定着率が悪い要因になっている部分がある。しかし、ホテルを運営していくためには「裏方」の仕事が非常に重要であり、「裏方」の仕事があって華やかな仕事が成り立っている事、その仕事を成し遂げ充実した「ホテルエ」として仕事ができる事をしっかりと伝えていくことが大切な事だと指摘する。

沖縄に観光や仕事で訪れる人たちと沖縄県民がともに「Win-Win」の関係になれるように、まず県民の生活を基礎に置き、交通インフラを含めた観光客の利便性向上のため整備をすべきであるし、沖縄県民の生活に支障が出ないように規制すべきところは規制すべきである。また、基盤整備という名の公共事業が大きな比重を占める予算編成を改め、誇りある観光産業として、人材を育てることへの支援、観光客と観光産業に従事する労働者、そして沖縄県民が共存できる観光を目指すことがなによりも重要である。

## (2) 今こそ自己決定に基づいたポジティブな動きを

最後に、観光を県経済のリーディング産業と位置づけ、それを目指すための観光とは、「経済成長」のための手段としてではなく、県民の幸福に資するためのものでなければならない。繰り返すが、前者の場合は人間が手段であり、後者は人間が目的である。そして幸福のあり方は多様であり、これを追求するための「自由」が重要となってくる。幸福のあり方は多様なものであるということは個人の多様性を認めることである。したがって政策の効果測定の基準は「諸個人の自由の拡大」ということである。つまり、自己決定が重要なのである。

自己決定権については様々な使われ方や解釈があるが、少なくともその淵源は個人の自由や自然権としての人権である。貧困の問題は、救済ということではなく、一義的に奪われている機会や能力をどうやって取り戻すかという当事者側の運動であるべきである。構造的に選択肢を奪われている状況を把握できるからこそ、阻害している要因を取り除き、市民社会の構成員として「自己決定」し、個人の生活を含めた社会を主体的に形成することが可能になる。そのためには何よりも、県民自身が構造的解決を目指し、基地問題における非争点化と同様、沖縄の貧困や経済に対する根強い自己責任論や文化論から脱却する

意思を示すことが重要である。そして社会構造の帰結として貧困や経済、基地問題を語るだけではなく、貧困や経済、基地問題を出発点として、社会を考えることがとても大切だといえる。

この点、現代の貧困が、「社会的排除」という概念から定義付けられていることが参考になる。国連欧州委員会では、社会的排除について「市民が持つべき諸権利へのアクセスが阻害されていること」であると定義されている。権利へのアクセスを保証するということは、権利を実質化していくということに他ならない。権利の実質化とは、どのような個人であっても、市民社会の市民としてあるべき「自由」が実際に選択可能な広がりとして個人の目の前にあることである。

社会的排除理論の特徴として後記表のとおり、①「市民的生存」ができないような貧困の捉え方、②「財の欠如」から「自由の欠如」という貧困理解、③「役割遂行型社会参加」から「自己決定型社会参加」へ、④「メンバーシップ方社会参加」から「シティズン型社会参加」が挙げられる（参考：志賀信夫「貧困理論の再検討-相対的貧困から社会的排除へ」法律文化社）。

諸個人に対して求められる役割がなくなってきた市民社会では、「自己決定」しながら生きなくてはならないという側面がある。我々は役割遂行型社会を目指すのか、自己決定型社会を目指すのかを問わなければならない。もちろん、すべての人が自己決定できるわけではない。だからこそ、自己決定できるように政策的支援や専門家による支援が重要なのである。

#### **基地、経済、貧困を一体的に取り組む**

それらの視点の中で、沖縄の内発的な発展や自治のビジョンを何が阻害しているのか見極め、地域ごとの課題を可視化して主体的に働き掛けていくこと、つまり沖縄人（ウチナーンチュ）が沖縄人をエンパワメントし、自らの社会をどうつくっていくべきかという自己決定を個人レベルから地域レベルへ、そして県レベルへとボトムアップにより高めていくことが必要である。多くの市民が主体として「参加」し、未来の沖縄をどうつくるのか、沖縄の未来をどう生きるのか、自己決定に基づいたポジティブな動きを今こそ全県的に起こしていくべきではないだろうか。「基地」「経済」「貧困」と分けて考えるのではなく、構造的な問題にスポットをあて、一体的に取り組むことによって解決の道筋がみえてくると考える。

さまざまな立場から一つ一つ問題を分析し、すぐに解決できること、地道に取り組むべきことを分けて実行する。県民が力を合わせればそれが出来るはずだ。

図表－４ 相対的貧困理論と社会的排除理論の比較

	相対的貧困理論	社会的排除理論
社会参加(個人と生き方)	役割遂行型社会参加	自己決定型社会参加
人間モデル	能力形成成功モデル	能力多様性モデル
貧困をみる視点	財の欠如	自由の欠如
社会参加(個人と共同体)	メンバーシップ型	シティズンシップ型

## 第3章 自然・文化・環境と観光

### 1. キャリングキャパシティと持続可能観光

観光入域者数が増加することはいいことだ という前提があるからか、1,000万人構想の時も、また現在の1,200万人構想においても、目標数値をより高めることについての異論・反論はあまり聞こえてこない。「1200万人も観光客が来ると沖縄はどうなるのだろうか」という素朴な疑問があってもいいのではないだろうか。

沖縄観光が予想以上のペースで成長していることから、受け入れのキャパシティが問われている。「キャリングキャパシティ（環境収容能力）という考え方がある。キャリングキャパシティ（Carrying Capacity）とは、森林や土地などの環境に人手が加わっても、その環境を損なうことなく、生態系が安定した状態で継続できる人間活動又は汚染物質の量の上限を指す言葉で、「環境容量」、または「環境収容能力」などとも呼ばれる。

沖縄県の21世紀ビジョンに係る政策集を探ると、「沖縄らしい自然再生プロジェクト」という項目があり、その中に、「沖縄らしい自然環境を保全・再生するため、環境容量（キャリングキャパシティ）に基づくルールを策定するほか、自然再生型公共事業を実施し、沖縄らしい本来の姿に再生する。」という目標が掲げられ、自然環境の利用に関する項目の一番目に「キャリングキャパシティの推進 環境容量に基づくルールづくりを推進し、自然環境と経済活動の両立を図る」と謳われているが、それ以上の具体的な記述は見当たらなかった。

現在、沖縄県においては、やんばる地域（本島北部）及び西表島の世界自然遺産の認定に向けて関係者が活動していることは周知のとおりである。

類いまれな生物多様性と固有の生態系が高く評価され、世界自然遺産に推薦されているが、登録に際し解決すべき課題は少なくないという。

地球上、西表島にしか生息しないイリオモテヤマネコをはじめ、希少種保護の対策強化は急務である。

西表島では来訪者急増に伴う観光産業の影響も問題となっている。住民の生活航路である定期船が観光客増加のあおりで満席になり地元住民が乗れない、夏季には上水道の供給が追いつかなくなる、下水道が整備されていないため未処理の排水が海に垂れ流されている、亜熱帯ジャングルを舞台に体験するカヌーやトレッキングなどのアクティビティが人気を増す中、観光業者が無許可で

カヌーなどの置き場を作り、環境への配慮に欠けたサービスを提供するツアーも一部で出てきている、住民登録もしていないガイドが島の聖域や水源地に観光客を案内している等々…。

極端な経済活動が続けば、西表島最大の魅力である豊かな自然環境が消失しかねない。自然の適正利用を確保するためにもエコツーリズムに関する規則や統一ルールの策定が急務であろう。

県環境保健部が2017年9月から10月にかけて実施した「世界自然遺産登録についての住民意識アンケート調査」では、西表島では、世界自然遺産登録が「大変望ましい」「望ましい」と答えたのは28%に対し、登録は「全く望ましくない」「望ましくない」と答えた住民が回答者全体の41%を占めた。この結果は、登録による観光客の急増で、自然の劣化や住環境の悪化を懸念する住民が多いことを如実に示している。

キャリングキャパシティについて論じた研究論文があるので以下に紹介する。

[沖縄を含む太平洋島嶼地域にとって、観光産業は対外受け取り総額の20-70%を占める基幹産業であると同時に、今後の成長産業でもある。観光は貴重な「外貨」を稼ぐ「サービス産業」であると同時に、「平和産業」,「文化産業」であり、これらの島嶼地域のもつ、ユニークな自然、気候風土、文化、ニッチ市場、人的資源をフルに活用しうる複合・連携型産業である。島嶼観光は、水、電気、交通・通信、ゴミ処理施設などの生活インフラはむろんのこと、島嶼に限られた、しかも壊れやすい自然環境資源と人々の「ホスピタリティ・マインド（社会的心理状態）」に大きく依存していることもあって、これらの観光資源の社会的キャリング・キャパシティが課題になって久しい。特に沖縄への入域観光客数は、「沖縄ブーム」の追い風を受けて、復帰後の35年間に12倍、県人口の4倍に達し、予想以上のペースで成長していることから、受け入れのキャパシティが問われている。沖縄県は今後10年間で、一千万人（県推計人口の7倍）の観光客受け入れを目論んでおり、観光のもたらす経済効果と同時に、そのマイナス面も議論する時期にきている。果たして、沖縄の自然環境、生活インフラは、（水だけでも県民の3倍もの量を消費すると言われていた）1千万人の観光客を収容しうる環境容量があるかどうか問われている。]（嘉数啓『持続可能な島嶼観光における「社会的キャリング・キャパシティ（環境容量）」に関する一考察』より）

人口に対するキャリングキャパシティは5倍から6倍と言われているが、人口の数十倍もの人が入ってきてしまうと、環境問題や水問題が出てきてしまう。水不足やゴミの対策を税金でまかなっていながら、さらなる観光客は大歓迎と

ということになると、観光に従事していない住人は恩恵を感じていないどころか不平不満が募ってくるということになる。

かつて座間味村は財政的に破綻寸前であった。小離島の中でも観光客が比較的多いにもかかわらずなぜ破綻するのか？ ゴミ処理やインフラ整備にカネがかかるなら本末転倒である。島とそこに住む住民のプラスになるために観光客を誘致しているのであって、観光客のために島があって住民がいるわけではない。観光客が来ても、住民の生活や環境が悪化するような観光はあってはならないことである。

離島にとって観光は中心的な産業になるが、観光客が消費したカネを島のなかで循環させるシステムをつくることと、水や環境の問題を考慮して、このくらいの観光客数なら許容範囲だということを行政や住民が考えなければならない。いかにして観光客を増やすかという考えばかりでは先行き破綻しかねないのである。

好調を続ける沖縄観光を担保するのは、温暖な気候に恵まれた自然と文化である。もちろんこれらは島に暮らす人々にとってかけがえのないものである。

#### 持続可能観光（サステイナブルツーリズム）

サステイナブルツーリズム (sustainable tourism) とは、「持続可能な観光」という意味で、マスツーリズムの結果生じがちな、環境や文化の悪化、過度な商業化を避けつつ、観光地本来の姿を求めていこうとする考え及びその実践のことで、オールタナティブツーリズムの後に提唱された概念である。

国境を越えて観光する人の数は、世界で一日 300 万人以上にのぼり、毎年およそ 12 億人が海外旅行をしている。このように膨大な人の移動をもたらしている観光は、経済と社会、環境での持続可能な開発に大きく貢献する可能性を秘めている。

国連は、2017 年を「開発のための持続可能な観光の国際年 (International Year of Sustainable Tourism for Development)」と定め、観光の役割に対する認識を広めていくという。開発途上国の経済成長を支える観光は、貧困撲滅や雇用創出につながる。また、旅先での異文化交流は相互理解を深め、無知や差別といった障壁をなくし、多様性と平和をもたらす。さらに、自然との触れ合いを通じて、資源の有効活用や気候変動などの環境に対する問題意識を高め、地球規模の課題について考える機会を得ることもできる。

ヒトやモノ、情報の行き来をより速く容易にしたグローバル化は、観光も勢いづけている。その急激な変化は、観光を拠り所とする国の経済を潤す一方、文化や遺産の保護・継承、自然環境の保全、労働環境の改善などの課題を浮き彫りにし、観光においても「持続可能性」を追求することが喫緊の課題であ

る。観光の不十分な管理・運営は、伝承文化・古代遺産の消滅や、脆弱で貴重な自然環境と生物多様性の破壊、不平等な労働環境などを招く原因となるため、計画性と責任のある持続可能な観光の普及・浸透が急がれる。

観光国際年では以下の5つの項目を柱に観光の役割を促進している。

- ・ 包括的及び持続可能な経済成長
- ・ 社会的包摂、雇用創出及び貧困の削減
- ・ 資源の有効活用、環境保全、気候変動
- ・ 文化の価値・多様性・遺産の保護
- ・ 相互理解、平和、安全

環境保全を中心とした沖縄独自の発展経路を見出していくことは、世界に誇る豊かな自然を有する沖縄の義務であり、またチャンスであると認識することが最も大切なことである。

今後、沖縄は環境のフロンティアとして可能性を持つ。島が多く、無人島も含めて、自然が残されているエリアがあるからである。今後は、積極的に環境保護を進めつつ、それを観光客誘致策へと繋げていく必要がある。さらには、新エネルギーの利用を促進する先端研究所を誘致するための環境特区を設置することも考えられる。強い太陽光や、周囲を海に囲まれ比較的風況に恵まれた沖縄の環境では、太陽エネルギーや風力発電のような環境調和型・地域自立型エネルギーの開発・普及の可能性は高い。環境フロンティア・沖縄として国内外へアピールするには十分な魅力がある。

産学官一体となったコミュニティー、観光、リサイクル及び環境保全における環境ビジネスを産業クラスターに組み込みつつ、産業化を推進すべきである。沖縄には世界に誇れる財産である美しい自然環境が存在し、環境負荷の少ない循環型社会の構築にマッチするエコツーリズムが注目されている。エコロジー、エコノミー、住民の便益という三位一体の視点が融合したエコツーリズムも比較優位があり更に推進すべきである。実態調査によると本来の自然、文化保護に対応せず、エコツーリズムのニーズの高まりに乗じて羊頭狗肉もどきの対応をしている業者も見られる。ガイドラインの作成やエコガイドの拡充が課題となっている。

沖縄の環境問題については、琉球大学の金城盛彦教授が、沖縄県の観光産業が排出している二酸化炭素排出量も計算したところ、「2000年の段階ですでに10万4千トンの二酸化炭素を観光関係が排出しており、沖縄県の森林全部の吸収量が10万5千トンなので、実は2000年の段階ですでに観光だけでも沖縄では吸収できない環境負荷を与えている。」と述べていることは傾聴に値する（本稿資料編「シンポジウム」参照）。

## 2. 沖縄文化と観光

伝統文化の観光文化現象という見方がある。根源的に伝統文化は「祈りの文化」「お参りの文化」で儀式、奉納、神楽など祭祀とつながり「神に捧げる文化」であるが、それが観光文化化すると「観光客を楽しませる文化」に変容する。

沖縄でも、各地に豊年祭や盆行事としてのエイサーなど「祈りの文化」があるが、今日では「観光客を楽しませる文化」になりつつある。一時は衰退消失しかかった島の伝統文化、そうした古い文化に関心を持つ一部観光客が注目し、そのことが島の伝統文化の再生に力を貸している。島人は観光客向けに演出を加えることで伝統文化を再生し復活させるチャンスとしている。「それは島人と観光客でつくる相乗効果、共作に他ならない。(比嘉佑典東洋大学名誉教授、2017年12月3日琉球新報)」という。

このように衰退消失しようとする沖縄の伝統文化が、観光の力を借りて蘇ることは確かにあるだろう。

### 聖域と観光地化の問題

一方で、これまでは関係者以外あまり一般人が行かなかった聖域に観光客が押し寄せて問題になっている事例もある。

例えば、南城市の「斎場御嶽」や「久高島」である。近年の観光ブームが押し寄せる以前は、斎場御嶽も久高島も聖域としての歴史や価値を知っている観光客が訪れる程度であった。その後2000(平成12)年に首里城跡などとともに「ユネスコ世界文化遺産」に登録されたことや、パワースポットブームの到来でかなりの日本人観光客が訪れるようになり、そして近年のインバウンド客の来訪によって入場者(来島者)が急増した。



斎場御嶽への来場者は平成29年(暦年)で約38万人、毎日約1,000人が訪れていることになる。来場者の中にはタバコやゴミのポイ捨てをする者、御嶽内で大騒ぎする者、祈りを捧げる為の香炉に乗って写真撮影する者、御嶽内でさくらんぼの種を飛ばす者などが出てきたことで、南城市はオーバークラスによる自然生態系への影響の懸念、自然保護の観点も重要であることから入場制限を検討した。

当初から地元の人からは沖縄最高の聖地である斎場御嶽を観光地化することに反対する声もあがり、一時はかつてのように男子禁制に戻すなどの意見もあったが、南城市は平成24年度より、聖地としての静寂さを確保し、マナー向上や自然保護を考慮する機会とするという名目で、年2回の一定期間の休息日（休館日）を設けている。ちなみに現在、斎場御嶽は毎年旧暦5月1日～3日及び旧暦10月1日～3日を休息日としている。しかしこれだけ多くの観光客が押し寄せている状況を見る限り、「休息日」は焼け石に水と言えるだろう。

実は久高島も観光客が急増しており、斎場御嶽と同じような問題が発生しているが、今のところ対策は立てられていない。

### 3. まちづくりと観光

まちづくりで最も大事なことは、その地域らしさ＝地域固有の文化の薫りが感じられるかどうかである。それを感じられるとき、ひとはその地域の景観を美しいと感じるのではないだろうか。

それでは沖縄の街は美しいだろうか。

那覇新都心が整備され、モノレールが走り、国際通りが安っぽい土産品店通りになっていく、農連市場がコンセプトのないただの雑居ビルに、やがて牧志公設市場も取り壊されて近代的な“市場”へと変貌するのだろう。本土他府県とは異なる沖縄独自の文化の薫りを漂わせていた那覇の街は、どこにでもある特徴のないつまらない街になっているといえないだろうか。例えば新都心は、衣・食・住をはじめビジネス、娯楽、美術鑑賞、公園での運動・散策など何でも揃っている利便性は否定できないが、地域の文化が感じられないのは事実であろう。

一方、こういう見方に対して、新城和博氏（ボーダーインク編集者）は、「新しさというのは古さだ。古いものを大事にしているのが新しいものになると私は思う。街づくりを考えるときに、よそから来る人のためだけに街づくりをすることは考えられない。自分たちがどう生活していくかということが主体になっていかないといけない。それがあつたうえで、それを求める人たちがいるかどうかというところが沖縄らしいのかなという気がする。」と述べ、現在開発が進む農連市場や牧志公設市場周辺の再整備に肯定的な見解を示している。（本稿資料編「シンポジウム」参照）

「沖縄らしさ」に関してはこんな意見もある。

『どこで何をしても沖縄を感じる。風や、光や、匂いのなかに。ほんとの沖縄はどこにあるのか誰も分からない。でも「ふつうの沖縄」ならそこら

じゅうにある。久茂地のビジネス街でも コンビニやハンバーガーチェーンでも。ふつうの沖縄こそがほんとうの沖縄であり、そして、私は、ふつうの沖縄が大好きだ。』(2018年2月3日琉球新報、岸正彦、社会学者)

県や市町村のまちづくりを所管する部局は土木建築部門であることが多い。そこで働く職員の多くは日本の大学の建築学部で学び、設計等の技術系資格を有していることが多い。一方、欧米ではまちづくりは「ランドスケープ・デザイン」(※) または「ランドスケープ・アーキテチャー」と呼ばれ、単なる土木建築とは異なる仕事で、多くは芸術系大学の教科になっているという。

伊波貢氏(株式会社ブルームーン代表)は、沖縄のまちづくりにデザインのセンスや美しさが感じられないのは、日本のまちづくりを学び実践する人々の中に「ランドスケープ・デザイン」の考え方がないためであろうと語っているが、この指摘は納得できる。(本稿資料編「識者インタビュー」参照)

※(景観を構成する諸要素である土地の資源、環境、歴史などの要素が構築する政治的、経済的、社会的シンボルや空間をいう)

## まちづくりと交通問題

まちづくりの中で、交通施策というのは住民の暮らしに直結する非常に重要な要素であることは言を俟たないし、また、観光の側面から見ても同様に重要である。

さて、「沖縄鉄軌道導入」という計画がある。あくまでも計画案の策定という段階であり、導入すると決まったわけではなく、国の理解もまだ得られていない。この鉄軌道導入についてはさまざまな問題があるといえる。

この程、沖縄鉄軌道計画検討委員会が選定したルート「C派生案」は建設期間15年という。さらに用地買収などに10年を要するとなると完成までに25年かかる。今すぐに着手しても2043になる。その時に鉄軌道は必要だろうか。また、開業後30年もしくは40年後に黒字化というが、黒字化は実現するのだろうか。肝心の運賃については発表がなく、運賃を明記せずに乗客数を予想し黒字化までの期間を予測している。乗客にとって運賃というのは乗車するかどうかを決める重



要なファクターであるにもかかわらず、どのようにして乗客数をはじき出したのか不思議である。

2001年の沖縄県の鉄軌道導入可能性調査では、普通鉄道とLRT（次世代型路面電車）の両方で検討がなされている。普通鉄道の場合の5,323億円に対し、LRTだと1,337億円と4分の1である。初期費用だけでなく維持費にも大きな差が出ることは想像に難くない。

当時と比べ国道58号線は那覇一名護間の多くで拡幅され、また、バイパスや新道が開通していて、LRT敷設の条件ははるかに良くなっている。路面に敷設できない合理的な理由がない以上、あらためて調査・検討を行うべきであろう。

現在計画されている鉄軌道で最も大きな問題点、それは、那覇一名護間を片道1時間で行く「高速鉄道」とするために、路線の多くは地下を走るという点である。

地下を走る沖縄の鉄道に魅力はあるのか、高速鉄道という「効率性」から発想される乗り物は、元来ゆっくりした時間が流れる沖縄という地にふさわしいのだろうか。高齢者や交通弱者にとって高速鉄軌道とLRTのどちらが利用しやすいか。観光客にとって地下や高架ばかりを走る鉄道と、沖縄の街並みや景観、人々の行きかうさまが見える未来型デザインのLRTとどちらが魅力的か、もっと議論すべきではないだろうか。

巨費を投じて那覇一名護間の鉄軌道1本通すより、モノレールやバスに加えLRTを縦横に敷設することで県民や観光客の利便性も高まるし、後述する交通渋滞の緩和にも効果があるのではないだろうか。世界の優れた観光地は、路面電車や地下鉄、バス、タクシーなど交通の多様性が確保されている。

### 増え続けるレンタカーと交通渋滞の問題

沖縄社会における交通問題で最も深刻だと思われるのが、道路の渋滞である。この渋滞問題を的確に指摘した新聞記事を以下に紹介する。

[2018年の仕事始めとなった1月4日、県内経済31団体による合同新年会は、県経済の好調さを受けて例年以上に華やいだ雰囲気となった。あいさつに立った経済団体や行政機関の代表者から、観光客の拡大や失業率の改善など景気の良い数字が次々に紹介される中で、この渋滞問題が共通して持ち上がった。

「レンタカー待ちで那覇空港が大混雑し、観光地へ繰り出す際の渋滞など喫緊の課題が出ている」（安里昌利県経営者協会会長）

「那覇市を中心に交通渋滞がひどくなる。道路網のインフラ整備の仕事を進めているが、ソフト的な対応も必要だ」（能登靖沖縄総合事務局長）

1972年の復帰後、沖縄ではモータリゼーション（車社会化）が急速に進んだ。この10年で見ても国内全体の自動車台数は3.3%と伸びが鈍化するのに対し

て、沖縄は 19.8%増と 2 桁増で推移した。

自動車の増加に伴い、本島中南部では那覇市を中心に朝夕の出退勤時間に車が進みづらい光景が常態化し、経済的にも大きな損失が指摘される。

平日混雑時の自動車の平均速度（旅行速度）を全国の県庁所在地で比較すると、2012 年度に那覇市の旅行速度は時速 16.9 キロと全国ワーストを記録した。沖縄総合事務局の 2014 年度の調査では時速 15.9 キロとさらに悪化している。

観光客の利用を中心とした県内のレンタカー車両台数は、2011 年度まで 2 万台程度で推移していた。これが 2012 年度から年間 3 千台のペースで増え始め、2016 年 3 月末には 3 万 4914 台とさらに増え、交通問題として頭をもたげてきている。

**県経済の好調を支える観光客の伸びが、渋滞に輪をかける形で社会生活や経済活動への負荷を増大させ、さらには沖縄観光自体の満足度を下げる負の連鎖にもつながりかねない。**（2018 年 1 月 17 日、琉球新報「交通改革」1）

この文章の最後の太線部分の 3 行の指摘から脱するためには、県土が狭い沖縄だからこそ思い切った施策が必要であろう。それは、観光客が増え続けるままに、ニーズがあるからといってレンタカーの台数を増やし続けるのではなく、モノレール、バス、LRT も含めた新交通体系を策定・実施して「車による沖縄観光」から脱して「車でない沖縄観光」を推進すべきであろう。

いずれにしても、効率性一辺倒の地下を走る高速鉄軌道や増え続けるレンタカーによる交通渋滞は、沖縄の地域らしさ＝地域固有の文化の薫りが感じられるまちづくりに相反するものであることは間違いないだろう。

## 4. 観光先進地ハワイとバリ島の事例

序文で述べたように、長年ハワイを目指してきた沖縄観光が、2017年(暦年)において、沖縄が約1万3千人差で初めてハワイを上回った。1968年に県内のホテル事業者がハワイを視察して以降、県内ではハワイを手本にビーチやホテルの環境整備を始め、官民一体で「リゾート地。沖縄」形成へ向けたイメージ戦略を図ってきた。

一方、沖縄の観光はハワイではなくバリ島を手本にすべきだという意見も少なくない。そこでこの項では、ハワイとバリ島を比較しながらその事例について述べる。

観光振興を立案するに際してハワイ、バリ島は、ともに国際観光地としての地位を確立している。特にハワイは、観光先進国としての地位を確立しており、沖縄観光のモデル地域として復帰後、沖縄観光のお手本的地域としての地位を示してきた。

また、バリ島は独自の文化的価値創出を目指し、トリ・ヒタ・カラナ哲学(神・人・自然の調和を重視するバリ・ヒンドゥーの哲学)の理念に則ってバリの観光開発を進めることが確認され、1971年には、トリ・ヒタ・カラナ哲学に基づいた文化観光が制定されている。

### (1) バリ島観光の魅力

バリ島は、オランダによる植民地時代からリゾートとしての開発が進められ、世界的な観光地を形成してきた。有形無形の観光資源が豊富にあったことから、リゾートとしてだけでなく、異文化体験型の観光地としても発展した。欧米人による文化的価値創出の効果もあった。バリ島の中心都市はデンパサールだが、その都市観光地としての訴求力はそれほど大きくはない。バリ観光の魅力を列挙すると。

- ・サーフィンのメッカとして知られ、さまざまなマリンスポーツが楽しめる
- ・山岳エリアに位置する「芸術の村」ウブドでは、伝統的な民芸品やバリ舞踊、音楽に触れることができる。
- ・常夏の南国で、バリ特有の異国の雰囲気を楽しむことができ開放的な気分になれる。
- ・開発が進む隣のロンボク島、海もビーチも綺麗なギリ・トラワンガンへも近い
- ・イスラム教徒が大半を占めるインドネシアでも、バリにいる人々の90%はバリ・ヒンドゥーを信仰しているため、バリ島では飲酒は特に制限がない。

- ・ナイトライフも充実している
- ・バリ・ヒンドゥー教の興味深い寺院がいたるところで見られる
- ・万人受けしやすいような美味しい料理
- ・物価が比較的安い

上記が一般的に言われるバリ島の魅力で人気の理由なのだが、海だけでなく、山や芸術も楽しめるという選択肢があるのは魅力となっている。そして、料理が美味しいという点は、リピーターを引き付ける要因ともなっている。

物価については、実はこれが一番大きく関係しているのかもしれない。滞在費を安く抑えようと思えば安く済ませることができるバリ島。リッチに過ごしたい場合は高級ホテルに泊まり、かなりの贅沢ができるバリ島。クタエリアにある一人部屋の安宿一泊 800 円からブルガリリゾートのスイート一泊 50 万円という幅広いニーズに対応可能なホテルスタイルが定着している。

海の透明度や綺麗さでは他のビーチリゾートに劣るが、朗らかな人々と笑顔、そして万人を受け入れることができる懐の広さが、バリ島の大きな魅力ともなっている。

バリにおいてはマス・ツーリズムからの脱却を求め、オルターナティブ・ツーリズム（※）への取り組みが始まったのは 1969 年である。当時、中央政府（インドネシア）が主導していた大型観光開発に対抗し、バリのトリ・ヒタ・カラナ哲学の理念に則ってバリの観光開発を進めることが確認され、1971 年には、トリ・ヒタ・カラナ哲学に基づいた文化観光が制定された。トリ・ヒタ・カラナとは、サンスクリット語のトリ（[数字の] 3）、ヒタ（安全、繁栄、喜び）、カラナ（理由）から構成され、「人と人、人と自然、人と神の調和の取れた関係によって得られる繁栄」を意味し、「神と人間社会」の垂直関係と「人間社会と人間社会」、かつ「人間社会と自然環境」の水平関係の維持を重視する方向への開発を志向するようになった。（※）マスツーリズムから生じたさまざまな弊害を克服し、新しい観光のあり方を追い求めていこうとするもの。世界的にはその後「サステイナブルツーリズム」へと移行している。

## （２）ハワイ観光の動向と戦略変更

ハワイ観光は、1990 年に年間観光入込客数 697 万人を記録した以降伸び悩みが顕著となっている。そのため、ハワイは危機感から観光に関する州の体制を再構築させた。それらは以下の 3 つに要約できる。

- ① ハワイ・ツーリズム・オーソリティー（HTA）の設立。（98 年 7 月の官民のパートナーシップによる州知事諮問レベルの行政機関）

- ② ホテル税の増税による観光特定財源の確立（マーケティング強化のため）
- ③ HTA による観光戦略プランの策定。

### HTA の重要戦略＝最終的なゴールは州民の生活水準向上

HTA のもっとも重要な戦略は次のようなことである。

観光客の増大だけでなく、自然資源、文化の継続維持をすることをミッションに含んでおり、それを資源として観光商品開発を行っている。最終的なゴールは州民の生活水準向上に貢献することである。現地で観光客から徴収するホテル税（TAT）も、観光プロモーションだけでなく、現地住民の生活・インフラ整備に使われている。

こうした考え方は、ハワイ州観光戦略計画（2005 年から 2015 年）に基づくもので、ハワイの観光産業を成功させるために何を實現する必要があるかを旅行業界、政府機関、旅行者を迎える州民の各意見をもとに策定された計画だ。2016 年以降も、この計画をベースに協議されているところだという。

観光戦略として定めた實現すべきハワイ観光業界のビジョンは以下の 5 つだ。

1. ハワイ先住民と伝統文化を尊重する
2. ハワイの自然資源と文化資源を尊重し保存する
3. 利害関係者が尊重しあえる環境を作る
4. 安定した経済を支える
5. 訪問者がハワイならではの豊かな時間を満喫できるようにする

HTA は、こうした各種プログラムを振興し、ハワイ州として観光産業の発展とともに地域住民の生活の質向上を目指している。

また、HTA は、90 年代のハワイ観光不調の原因を観光市場における他の観光地の台頭とハワイ自体のマーケティング力および観光商品開発力の欠如による競争力低下にあるとしている。

観光戦略プランにおいては観光の成長の尺度として、経済的な有効性と持続的な観光開発の観点からそれまでの入込者数に代わり新たに観光消費を用いることとし、2005 年までの目標年間伸び率を 4.6% と設定した。

戦略プランは、7 つの具体的戦略から構成される。それは、

- ① コミュニケーションプラン戦略
- ② セグメント化によるマーケティング戦略
- ③ イベント戦略
- ④ 商品開発戦略
- ⑤ 航空座席戦略

- ⑥観光インフラ支援サービス戦略
  - ⑦規制緩和と観光関連投資促進のサポート戦略
- である。

最重要課題であるマーケティング部門を総合観光マーケティング、コンベンション・マーケティング、イベント・マーケティングの3つに分類しそれぞれについて競争入札制度を導入した。

戦略プランは、公聴会を通して市民の声を反映させ、常に改定を続けることとした。

上述したようにハワイにおいて特筆すべきことは、観光の最終ゴールを「州民の生活水準向上に置いており、そのため観光客の満足度調査だけでなく、州民の満足度調査も行っていることである。観光は観光客や関連業界だけに関係するのではなく、州民の生活に大きく関わるものであるし、また州民の支持がなければハワイ観光は基幹産業として維持できないことから州民調査も実施していると思われる。

(ハワイの観光については、本研究の中でハワイ州観光局日本オフィスを訪問し、数々の示唆を与えられるインタビューを行うことができた。本報告書資料編をぜひお読みいただきたい。)

図表－5 沖縄とハワイの観光客数の推移



出典：沖縄タイムスデジタル版 2018年2月2日

### (3) ハワイ及びバリ島から学ぶもの

沖縄観光の目指す方向は、これまでのモデル地域であったハワイ一辺倒ではなく、アジア、特にバリ島などの観光振興の手法を視野に入れつつ、観光先進

地ハワイの取り組みを取り入れた独自の戦略を目指していくべきであろう。

■ ハワイの観光に関する諸改革から学ぶべきことは次の通り整理できる。

最も参考にすべきは観光客の増大だけでなく、自然資源、文化の継続維持をすることをミッションとしていること、そして最終的なゴールを州民の生活水準向上に置いていることである。

さらには次のような点も参考にすべきであろう。

- ① 観光の目標を量（観光入域数）の増大から質（観光消費）の充実へと移行すること。
- ② 観光特定財源をつくり、予算執行権をもつ観光専門担当部署をつくること。
- ③ 観光戦略プランをつくり、観光政策のビジョンと将来の方向性を示すこと。
- ④ 州民、市民との対話を通じて絶えず観光の重要性を啓蒙すること。
- ④ 州民の満足度調査も行って観光による州民の幸福度向上を図っていること。

■ バリ観光においては、「トリ・ヒタ・カラナ哲学」に基づいた文化観光である。

「人と人、人と自然、人と神の調和の取れた関係によって得られる繁栄」というコンセプトである。現地の人々は、中央主導によって進められる「創られた伝統」をそのまま受け止めることはなく、逆に自らの伝統の価値に自覚的な関心を持つようになり、自身の文化を巧みに鍛え上げてきた。大規模開発とは対極をなす、バリの村の日常的な生活、文化を観光客が体験できるような「文化観光」をつくりあげた。

このような志向は、沖縄観光を考える上で重要な示唆を与えてくれる。

## 第4章 県民の幸せにつながる観光を求めて

### 1. 「成長」「効率」は沖縄を幸せにするか

モノ、カネが万能で経済成長や富の蓄積が自己目的化した生き方が蔓延している現代社会を「市場が社会を包摂する社会」という。これを「社会が市場を包摂する社会」へと一大転換しなければならない（中谷巖一橋大学名誉教授）。

いま日本は、先進国の中でも真っ先に「人口減少社会」へと歩み始めている。そうした中、これまでのような限りない「拡大・成長」という発想から転換し、新たな豊かさや幸福のかたちを考えていくことが重要である。

[日本のGDP（名目）はこの20年の間、500兆円前後という水準でほぼ一定のまま推移しており、これは短期の景気といった問題ではない。

つまり、これだけモノがあふれる世の中になって、人々の消費はおおかた飽和しつつあり、かつての高度成長期のような経済成長を想定することには根本的な無理がある。これからの日本が構想し実現していくべきは、経済成長ということを絶対的な目標としなくても、十分な豊かさが実現していくような社会であり、これを「定常型社会」という。]（広井良典千葉大学教授）

広井教授によると、人類の歴史を大きく振り返ると、それは人口や経済規模の「拡大・成長」と「定常化」のサイクルの歴史としてとらえることができるという。すなわち、今から約20万年前に私たちの祖先であるホモ・サピエンスが生まれ、急速に拡大していったが、狩猟採集時代の後半には人口はいったん定常化する。次に約1万年前に農業が生まれ、食糧生産が拡大して再び一気に人口が増加するが、やがて（森林の伐採や土壌の浸食など）資源・環境上の制約にぶつかって定常化する。そしてここ300年前後の時代は、特に産業革命以降、石油などの地下資源を大量に発掘、搾取する形で資源消費を拡大し、その中で人口と経済規模の急激な成長を果たしてきたのだ。

そうした拡大が地球規模での資源・環境の制約の顕在化や、人々の物質的な需要そのものの成熟化の中で、根源的な限界に達しつつあるのである。つまり、私たちは人類史の中で3度目の成熟・定常化の時代に入ろうとしているというのである。それに気づかない日本の政治が「アベノミクス」などと言って、やたら金融政策をいじくりまわしている姿を見ると滑稽ですらある。

広井教授はさらに、この「定常化」は決して進歩の止まった社会ではなく、定常期とは「物質的生産の量的拡大」から「文化的・精神的な創造性や豊かさ」

への移行期であり、それはまた、GDP という単一の物差しの増加を至上命令に、社会が一つの方向に向かって駆り立てられるような姿から、人々が解放されていく時代でもあると述べている。

### 3.11 で変わるはずだった日本

実は、2011（平成 23）年 3 月 11 日の東北大震災の後、特に原発事故の発生によって、「今までの経済成長一辺倒、効率一辺倒の日本人の生活は一体何だったのか」という反省、そして、「これからは経済やモノ中心ではなく、精神的な豊かさを求めていく社会にしなければならない」「これからの日本は変わる、変わらねばならない」という思いを強くした日本人は少なくない。悲惨な体験をしたからこそ「未来の望ましい日本の姿」を希望をもって語る有識者も少なくなかった。あの大地震と原発事故で、日本人は「ひとが生きるとはどういうことか」を多大なる犠牲を払って学んだはずであった。

しかし、現実には日本は変わらなかった。東京オリンピックの誘致では、総理大臣自らが原発事故後の状況を「完全にコントロールされている」と虚偽とも言えるようなスピーチをし、オリンピック誘致に成功した。そして、日本の政財界は「アベノミクス」の旗印の下、まともな経済成長神話がさらに強く信奉されたため、期待されていた日本人の意識改革はとうとう起こらなかった。

日本の社会は「定常化」に入っているようであるが、最近の沖縄観光の伸びを見ていると、沖縄社会は戦後 70 年を過ぎてようやく「成長・拡大期」に入ったのであろうか。そうであるなら、成長・拡大している今こそ、いつかは止まる、「定常」になるということを肝に銘じることが必要だろう。

今は「拡大・成長」の果実を享受しつつ、それが永遠に続くとは決して考えるてはならない。本土復帰後、沖縄は「本土との格差是正」を合言葉として、本土と同じ水準に「進歩」することを至上命令のごとく歩んできた。本来、進歩とは物理的な量的拡大ではなく、質の向上を通して得られるものである。

沖縄は、この風土とそこに生きてきた人々にふさわしい新たな豊かさや幸福のかたちとはどのようなものかを考えなくてはならない。それは無理をせず身の丈に合った生活様式ともいえるだろう。

幸福の圧倒的な決定要因となるのは、個人の自立性、地域社会の自治自立を大前提に家族、結婚、友人関係、社会的な安定性、信頼、公正さなどであって、一人当たりの GDP ではない。本土が目指す「経済成長」や「効率性」でもない。沖縄にとっての豊かさや幸福は、象徴的に言えば、「沖縄の風土の中で永年にわたり培われてきた“精神性”に裏打ちされた人々の生きざまそのもの」ではないだろうか。

## 沖縄にとっての持続可能な観光とは

観光とはそもそも先人の積み上げてきた伝統や文化、自然をなどをおして、心の平安、生きる活力となる、その地の「光」を観ることだといわれる。ところが近年の観光は、観光客のためにインフラ整備・開発を進め、商業的な環境や商品であふれ、その消費を目的に経済効果を期待するようになっていく。

地域とそこに住み続けてきた人々の神聖な精神性を忘れて、経済だけを目当てにする観光は、その土地の基盤を弱体化する要因となる。

沖縄の“光”の根源にあるものは何だろうか。それはウチナーンチュの精神性であろう。その最も大きな特徴は「自然観」、一自然への畏怖、敬い、自然信仰、自然に生かされている命、命どう宝へとつながる精神性。この精神性こそが沖縄の沖縄たる所以であろう。このことをないがしろにした地域振興、産業振興、観光振興はあってはならないのではないだろうか。

沖縄のもうひとつの大きな特徴、それは「共同体」である。現在では消滅しつつあるというが、離島・農村部では濃淡はあるにしろ確実に残っている地域も少なくない。共同体においては、人間の基礎的部分が共有されており、互いに愛し合い、慣れ親しみ、理解し合う人間関係が存在しており、人間疎外の極めて少ない社会であると言えよう。

『沖縄の共同体には、「くらし」を高めたり、「生態系」を調和させる「知恵」が埋め込まれていることを認識し、この知恵を新たなコミュニティ（ムラづくり）に移植することが重要な課題となる。』（2009年富川盛武氏メモ）

では、こうした沖縄の特異性を失わずに、新たな時代に対応していく沖縄の持続可能な観光はどうあるべきなのか。

沖縄がやるべきことはまずは農業、それもオーガニック農業の普及であろう。そしていま元気な沖縄の食品加工業をさらに活性化するために、農業をはじめとする沖縄の資源を活用して、「地産地消」から「地消地産」へと新たな展開を推進していくことが必要だろう（本稿第2章参照）。

さらにもう一つ。近年、WHO（世界保健機構）は健康の定義に新しくスピリチュアルティ（霊性・魂・信仰心）を加えたという。これからはスピリチュアルケアが期待される時がやってきたのである。

観光の面からはスピリチュアル・ツーリズム（癒しの観光）が徐々に拡大していくと思われる。その背景には苦悩や病気、ストレスや災難などがあるだろう。セジ（霊力）の島沖縄では、「命どう宝」が人生観・健康観である。「スピリチュアリティが命の安らぎを求めているとしたら、沖縄はスピリチュアリティの浄土（神々の島）だ」（比嘉佑典氏）という。癒しを中心とした医療の発展は、県民にとっても来訪者にとっても、この時代だからこそ推進していくこと

が必要であろう。

また、沖縄には永い歴史の中で引き継がれてきた伝統工芸がある。手仕事が生み出す芸術的文化的価値は、今後も継承されていくことが望ましい。継承とはそれはそれぞれの手仕事の「技術継承」や「原材料の確保」といったものは当然重要な要素ではあるが、最も大事なことはその地域の風土の中で培われてきた自然への畏敬の念などの「精神性」が継承されて今に引き継がれていることが極めて重要なのである。重ねて言うが、この精神性こそが見るべき沖縄の「光」であろう。

さらに、持続可能な観光を創造していくためには、経済と県民生活のあり方を忘れてはならない。まずは、成長神話に基づいていつまでも右肩上がりが続くというのは幻想であるということを我々は認識しなければならない。そして、沖縄の経済は好調だというのが、それが労働者に十分に反映されていない。観光の波及効果として、経済成長の富がいずれ低所得者層にも自然に滴り落ちてくるというトリクルダウンは、現実を見る限りないのである。観光で増えた沖縄全体の収入をきちんと再配分する仕組みをつくる必要がある。

そしてもうひとつは「地消地産」。沖縄では輸送費をかけて運んできた島外産の食材を観光客に提供し、県民も消費している。観光で獲得したカネが外に出ていく「ザル経済」を止めなければならない。必要なのは稼ぎをもっと増やすことではなく、稼ぎをもっと地元に戻すことである。その意識がなければ、経済的自立は図れないのである。

## 2. 沖縄の価値を深める観光

景観とは、そこに築き育まれてきた歴史や文化の諸相を写し、地域で営まれてきた人々の暮らしが形づくるものだという。

それでは地域の人々の暮らしや景観と観光との関係はどのようなものだろうか。

それは農業や工芸など地域の伝統産業や祭祀などの地域文化の蓄積を振り返り、その中で脈々と受け継がれつつ、時代によって変容してきた暮らしと景観を訪れる人々に発信することではないだろうか。

いま、ヤマト（本土）化する沖縄の景観が問題視されることが多いが、もっと深刻なのは「ヤマト化する景観」ではなく「ヤマト化する民心」こそが心配されるべきなのかもしれない。竹富島の街並み保存の第一人者である故上勢頭芳徳氏は、「まちなみは暮らす人々の心の表れ」と常々語っていたという。

日本は高度成長期を経て物質的に豊かになったものの、反面、公害、交通事故、犯罪、人間疎外等「暮らし」を悪化させる要素も増大している。「物質的飽食化」と「精神的飢餓化」が同時に進行していると思われる。ひるがえって沖縄を見ると、本土ほど「物質的飽食化」と「精神的飢餓化」が進行しているとは思えない。特に離島・農村部においては、今なお色濃く残っている「門中組織」、「模合」、「ユイマール」等の共同体的生活慣習と、沖縄の人々の多くが持っている様々な特徴、例えば、争いをできるだけ避けてひととの融和・協調を優先し、互いに理解し合う人間関係が存在していることで、人間疎外の少ない社会になっているといえるであろう。

沖縄は“癒しの島”と呼ばれて久しい。それを象徴するエピソードがある。

近年、県内では本土から高校生らが農家等に民泊する修学旅行のかたちが多い。その中で、伊江島で実際にあった感動的なエピソードを紹介しよう。

伊江島観光協会の前会長である山城克己氏の話によると、中学生・高校生が伊江島で1、2泊民泊して帰る際、ほとんどの子どもたちが宿泊した家人との別れを惜しんで抱き合いながら涙を流すという。

自分の家では両親と会話をすることがなかったある女子高校生が、民泊した家のおじいと夜遅くまでいろいろと話しをした。翌朝、港で別れる際その女子高校生が、「おじい、本当の事を言うとあたしは自殺しようと思っていたんだ。だけど、昨日おじいと話をしたら自殺を止める気になった。」とおじいに告げた。

沖縄のおじい、おばあは、いわゆる教育者ではないし、また話上手でもない。しかし、その朴訥とした話しぶりに教育者以上の人間力が備わっているのではないだろうか。

民泊を体験した生徒へのアンケートでは、島から学んだことは、「平和の大切さ（79.1%）」、「人との関わり大切さ（75.2%）」などを挙げている。また、民泊を実施した多くの学校では、その後「生徒が前向きになった」「荒れていた生徒が見違えるように変わった」という事例が少なくないという。

これらから見えてくるのは、おじい・おばあに代表されるウチナーンチュが、相手を優しく包み込むような包容力を持っていること、そしてこの“人間力”こそが「自然や文化」に増してひとを惹きつける沖縄の最大の魅力であり、沖縄の価値と言えるのではないだろうか。

最近、映画「カタブイ～沖縄に生きる～」という映画が県内でヒットしている。この映画は、沖縄の祖先崇拜や自然信仰、“ゆいまーる”、沖縄音楽、空手など沖縄の事象の奥底にある“精神性”を描いたもので、沖縄在住12年の

スペイン系スイス人ダニエル・ロペス氏が監督したドキュメンタリー映画である。

この映画の上映が終わったとき、涙を拭いていた観客が少なからずいた。この映画は、沖縄が大好きになり、沖縄女性と結婚した監督が外国人の目を見た沖縄の精神文化を淡々と描いたものであるが、その表現はウチナーンチュの心を見事に捕らえ、あらためて沖縄の精神性の尊さを再認識することとなったと言えよう。

書籍「消えゆく沖縄」を著した作家の仲村清司氏は、沖縄自身による乱開発と環境破壊、共同体の崩壊、信仰の形骸化を憂える。同氏が言うように、沖縄自身がこれまで何を失ってきたかを考えることは、沖縄の未来を構想する上で不可欠のステップに違いない。

沖縄にとっての持続可能な観光とは「量的拡大」を目指すのではなく、やがてやって来る「定常化」においても、沖縄固有の「文化的・精神的創造性や豊かさ」が、さらに増幅していくことで、他のどこよりも“光輝く地域”になるであろう。

そして、「観光」が沖縄県民の幸せにつながっているかどうかを見極めるためには、ハワイのように少なくとも県民対象の意識調査を実施し、県民の幸福度の向上を図っていくことが必要であろう。

最後に、沖縄観光の「光と影」について論じた文章の一部を紹介して、本稿を閉じることとする。

以前から、私は“観光”という言葉に違和感を覚えていた。光と影はセットで存在するもので、輝かしい部分にばかり目を奪われていると、その土地の実像を理解することができなくなる。今の沖縄観光は幻想としての光を演出することに苦しんでいるように見える。

これから先、観光客数のさらなる増加とともに、バルセロナや京都で問題となっている“観光公害”が表面化してくることも予想される。また、観光客数の伸びが止まったとき、過剰な数のホテルや施設、過剰な数の飲食店とその従業員の行く末はどうなるのか。観光産業の方向性や在り方を変えない限り、沖縄は美容整形の果てに顔の原型を失った人間のようになってしまわないだろうか。(中略)

ネーネーズの名曲『黄金の花』の歌詞に沿って言うならば、黄金の花が散る前に、本当の花を咲かせ、それをどう育てていくのかを、県民が本気で考えなければならないと思うのだ。(2017年10月29日沖縄タイムス「フォトエッセー 沖縄観光の幻想と現実」、小説家 野原誠喜氏)

## 参考文献

- 「沖縄 21 世紀ビジョン基本計画」（平成 29 年 5 月改定計画、沖縄県）
- 「21 世紀ビジョン後期実施計画」（平成 29 年 10 月、沖縄県）
- 「平成 28 年度版観光要覧」（平成 29 年 9 月、県文化観光スポーツ部）
- 「沖縄観光推進ロードマップ」（平成 29 年 9 月、県文化観光スポーツ部）
- 「平成 29 年（暦年）沖縄県入域観光客統計概況」（平成 30 年 1 月発表、県文化観光スポーツ部）
- 「持続可能な島嶼観光における『社会的キャリング・キャパシティー（環境容量）』に関する一考察」（「島嶼研究」（2008）7 号、嘉数 啓）
- 「都道府県別の貧困率、ワーキングプア率、子どもの貧困率、捕捉率の検討」（山形大学人文学部研究年報第 13 号（2016. 3）山形大学人文学部法経政策学科戸室健）
- 「藻谷浩介の着眼大局」（2016 年 9 月 4 日沖縄タイムス）
- 「沖縄自立の経済学」（屋嘉宗彦著、七つ森書館）
- 『『沖縄振興体制』を問う-壊された自治とその再生に向けて-』（島袋純著、法律文化社）
- 「貧困理論の再検討-相対的貧困から社会的排除へ」志賀信夫著、法律文化社）
- 「観光先進地事例研究～ハワイの観光改革に学ぶ～（平成 12 年 4 月 5 日）琉球銀行調査部
- 「バリ州におけるサステイナブル・ツーリズムの実践ートリ・ヒタ・カラナをめぐる政策と政治ー」（立命館大学人文科学研究紀要（98 号））
- 「トラベルボイス」観光産業ニュース
- 「消えゆく沖縄」（仲村清司、光文社新書）
- 「欧州で注目の LRT」（1997 年 12 月 4 日、沖縄タイムス、ゆたかはじめ）
- 「高速鉄道でいいのか」（2017 年 10 月 8 日、琉球新報）
- 「論考 2014」（琉球新報 2014 年 12 月 16 日、「目指す定常型社会」広井良典千葉大学教授）
- 「沖縄が初のハワイ超え 2017 年の観光客数」（沖縄タイムスデジタル版 2018 年 2 月 2 日）
- 「藻谷浩介の着眼対局」（2016 年 4 月 2 日～2017 年 2 月 15 日、沖縄タイムス）
- 「癒しと観光の可能性」（2017 年 12 月 3 日、琉球新報「論壇、比嘉佑典東洋大学名誉教授）
- 「農業、養生、手仕事」（2018 年 1 月 14 日、琉球新報「論壇」）
- 「交通改革」（2018 年 1 月 17 日～2 月 8 日、琉球新報「未来への地図」）
- 「観光客、過去最高」（2018 年 1 月 20 日、琉球新報、沖縄タイムス）

- 「沖縄の景観」（2018年1月22日、沖縄タイムス「唐獅子」阿佐伊拓）
- 「島の世界自然遺産登録」（2018年3月4日、琉球新報「論壇」、庄山守）
- 「ふつうの沖縄」（2018年2月3日琉球新報、岸正彦）
- 「西表住民の4割『望ましくない』」（2018年3月29日沖縄タイムス）
- 「フォトエッセー 沖縄観光の幻想と現実」（2017年10月29日沖縄タイムス、野原誠喜）

# 資料編

## 1. シンポジウム「沖縄観光はどこへ向かう」

## シンポジウム「沖縄観光はどこへ向かう」

テーマ：沖縄観光はどこへ向かう

～県民の幸せにつながる観光を目指して～

開催日時：平成 29 年 11 月 27 日（月）14：00～17：00

開催場所：沖縄県市町村自治会館

主催：沖縄シンクタンク協議会

### 第1部 基調講演

講師：藻谷浩介（日本総研主席研究員）

演題：「沖縄の観光振興と地域自立のビジョン」

### 第2部 パネルディスカッション

テーマ：「成長神話に基づく観光振興は大丈夫なのか？」

パネリスト

藻谷 浩介氏 （日本総研主席研究員）

金城 盛彦氏 （琉球大学教授）

ゆたか はじめ氏 （エッセイスト）

新城 和博氏 （ボーダーインク編集者）

ファシリテーター

安里 長従 （八重の森事ム所 司法書士、沖縄シンクタンク協議会会員）

コーディネーター

奥住 英二 （沖縄シンクタンク協議会幹事、協同組合沖縄産業計画研究員）

### 第1部 藻谷浩介氏基調講演要旨

いま中国のお客が増えている。今後も客数が増えるか増えないか。（クルーズ船のお客は外す。）激増することは確実。

2016年の日本を訪れた外国人の上位4か国が中国・韓国・台湾・香港。どうして中国からがまだ増えると言い切れるのかという根拠。

去年、日本に来たアメリカ人はアメリカ国民260人に1人だった。

中国人は220人に1人来ている。（これはクルーズ船も含まれている）

韓国人は10人（9.9人）に1人来ている。

台湾人は6人に1人来ている。

香港の人は5人(4.98人)に1人来ている。

これから何が言えるかということ、中国人は増えるということ。220人で止まることはなく、中国人が豊かになると韓国人くらい来ても不思議ではなく、今の20倍来る。

ただ、そうなるとメチャクチャになる。どこかの段階で、急に梯子を外されて誰も来なくなる。

これはびっくりしたことだが、世界の300人に1人は日本に来ている。100人に1人来るだけでも今の3倍になる。これは十二分にあり得るということをお伝えしておきたい。

今からの話は、お客は増えるけど、増えるからと喜んでいる場合じゃないぞということ。

地域自立とは何か？ 私の意見は、「ささやかな誇りを持ちつつ暮らしが続いていくこと」だ。それでは、どうしたら暮らしが続いていくか？

まずは、人口がむやみに減らないこと。それは、子どもが生まれ続けることと、若者が戻って来続けること。それに加え、水・食料・エネルギーを買うなり自給なり賄い続けられること。これが観光に役立つかということ役立つ。なぜか。そのためにはある程度の仕事がないといけない。

こういう状況の中で、どうやったら暮らしが続いていくのか。観光は非常に重要だ。ニセコ町と熱海市と高野町の比較をしてみる。

人口が増えてるニセコ町と新幹線が停まる熱海市、高野山のある高野町は世界遺産で外国人にもものすごく有名な場所である。

客数急増の高野山・熱海・ニセコの2010年から2015年の推移だが、日本は2011年の東日本大震災の影響で外国客が減ってはいるものの2013年あたりからはインバウンドブームが始まって外国人が急激する。

高野山に行く感動するところであり、また、家康の墓と明智光秀の墓が並んでいる。熱海は、東京から40分で行けるので、インバウンド客が増えている。

ニセコは、スキーで有名で、遅ればせながら増えていく。

それだけ客が増えていながら、2010年から2015年の観光客数だが、高野町は入込客数55%増加、宿泊客数40%増加。熱海市は入込客数21%増加、宿泊客数16%増加。ニセコ町は入込客数16%増加、宿泊客数39%増加。

人口動態は、この5年間で高野町が-15.7%、熱海市が-5.2%、ニセコ町は2.8%。高野町はこのペースで行くとあと25年で人がいなくなってしまう。熱海市も客だけは来ているけどだんだん廃墟になっていく。ニセコ町は、この中では圧倒的不便で新千歳からでも3時間くらいはかかるが、それでも人口は約3%増えている。

少しわかりにくいだが、現役世代転出入(15歳から64歳まで)の数字が出せる。要は、仕事が増えて経済が活性化していれば、少なくとも15歳から64歳までは流れ込んでくるは

ず。

高野町はこの5年で-10%の15歳から64歳まで人が出て行ってる。だから全然経済が成り立ってない。

熱海市がかろうじて-0.5%と、トントン。

ニセコ町は3.3%と、かなり15歳から64歳までの人が流入してきている。

何が言いたいかというと、入込客数を目標しているならとっととやめろと言いたい。事実としてこういう結果が出ている以上、観光は生かせば人口は増えるし、生かさなければ何の効果もないどころか、高野町のような日本ワースト10に入るようなひどい自治体にもなり得る。

ここで大事なことが2つあって、1つは、世界の基準は宿泊客数ではなくて延宿泊客数だ。この違いは何か。

日帰りで帰る人は観光客に含めない。1泊すると1人、2泊すると2人と数える。これが延宿泊客数で世界の常識だ。

竹富島と石垣島も調査しようとしたが、入域観光客数はあっても延宿泊客数はホームページ等、どこにも載ってないので諦めた。

ニセコ町はオーストラリア人中心の観光地で、来る人は14泊とか1か月とかいる。それで延宿泊客数は、東日本大震災の影響もなく伸びている。高野町もものすごくPRしているが1泊しかいないので、ニセコ町のほうが多い。

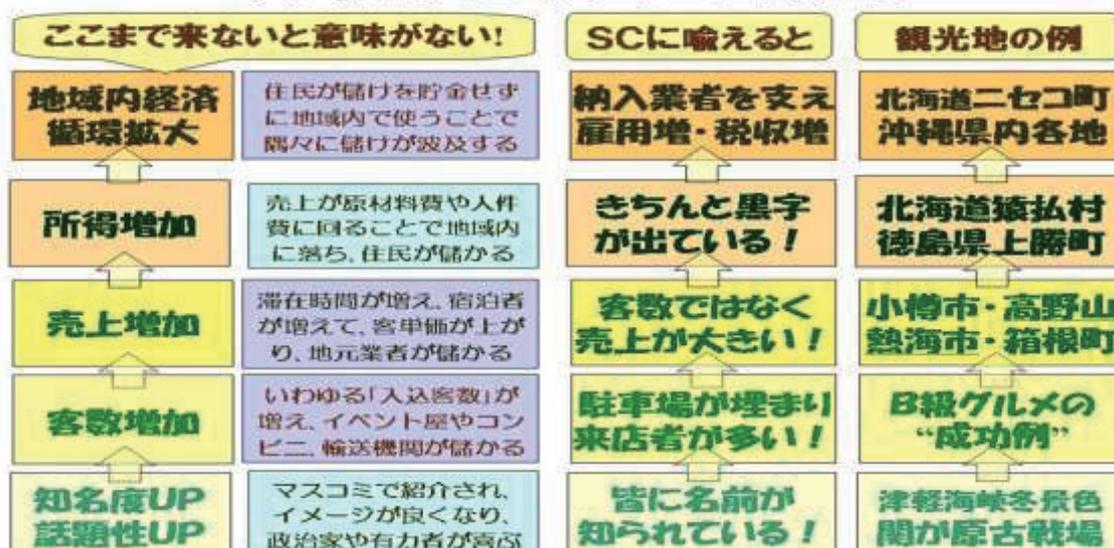
もっと根本的な違いは、地域内経済循環になっているかいないかだ。地域活性化には5段階あって、知名度 up、話題性 up⇒客数増加⇒売上増加⇒所得増加⇒地域内経済循環拡大、ここまで来ないといけない。その上に、さらに「誇り」だとか「心」だとか「満足」だとかがあるが、お金の計算だけでこの5つある。

一番上まで来ないといけないが、レベルの低いところは、知名度 up、話題性 up で終わっている。ちょっとマシなところは、客数増加で終わっている。県内事業者は売り上げで終わっている。そうじゃなくて誰かが沖縄県民の所得を増やさないといけない、平均で所得が上がっても関係ない人には全然お金が落ちない。そして関係のないそら辺のおじいちゃんやおばあちゃんのお小遣いが増えるような地域活性化をしないといけない。



地域活性化の5段階「ショッピングセンターや観光地を例に例えると（図参照）」

## 地域活性化の5段階



ここを目指さないといけない目標（図参照）



経済活性化は売上増ではない

それでは、地域内経済循環が拡大する観光とは何か。

売上を伸ばすことばかり考えてはいけない。売上の中で地域の人が受け取り、地域内で使

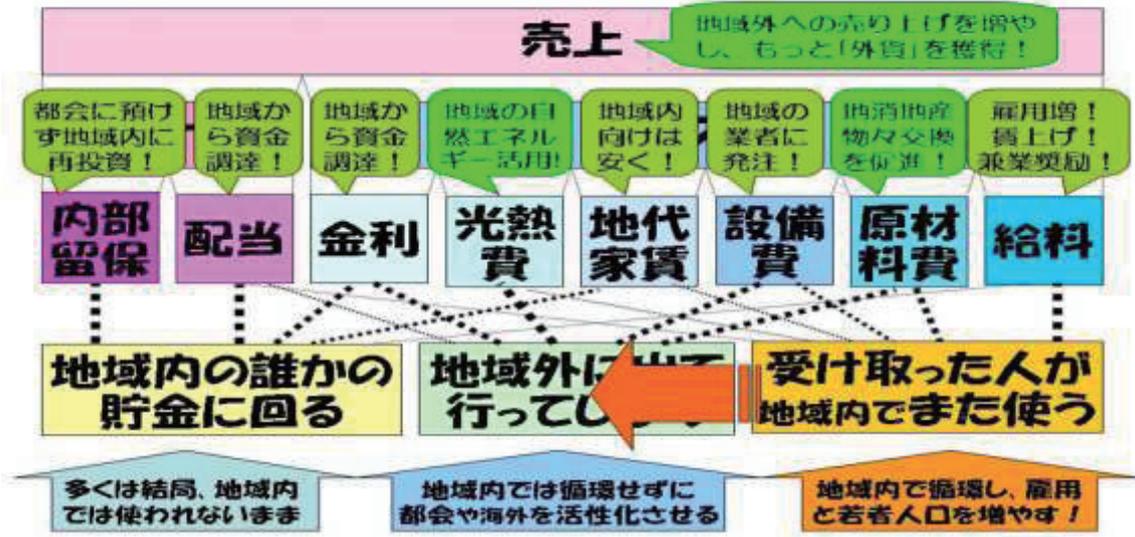
う人が増えるといい。(図参照)

## お金の使い方次第で地域が変わる



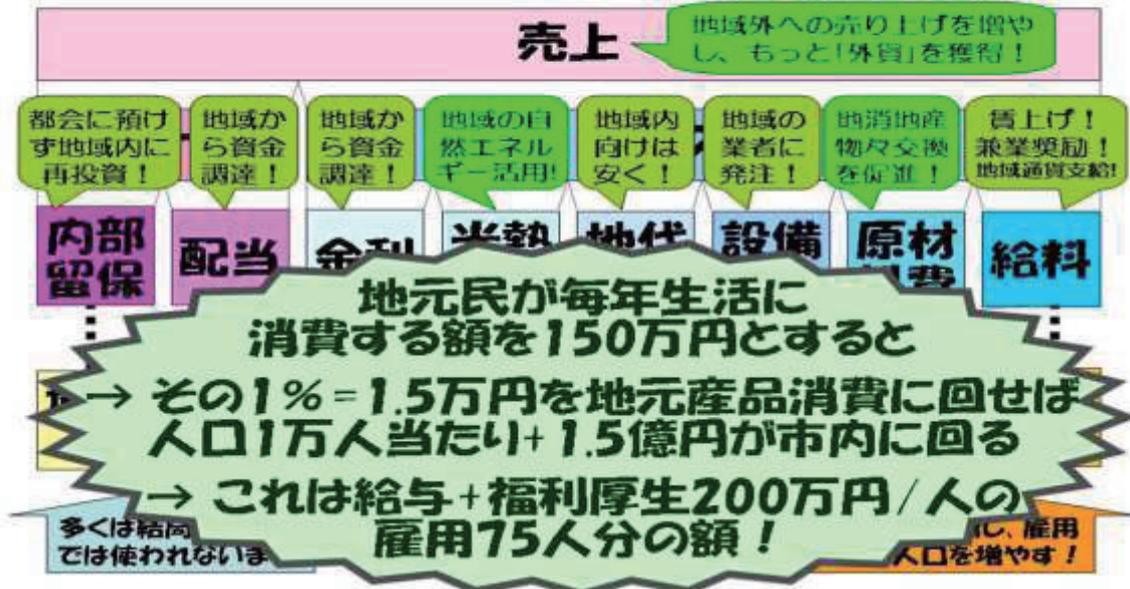
地元の人にお金が回るように真剣に考えないといけない。

## お金の使い方次第で地域が変わる



沖縄の人が毎年生活に使っているお金が県外にどれだけ出ていっているのか。またそのお金の1%を地元に戻すとどうなるのか (図参照)

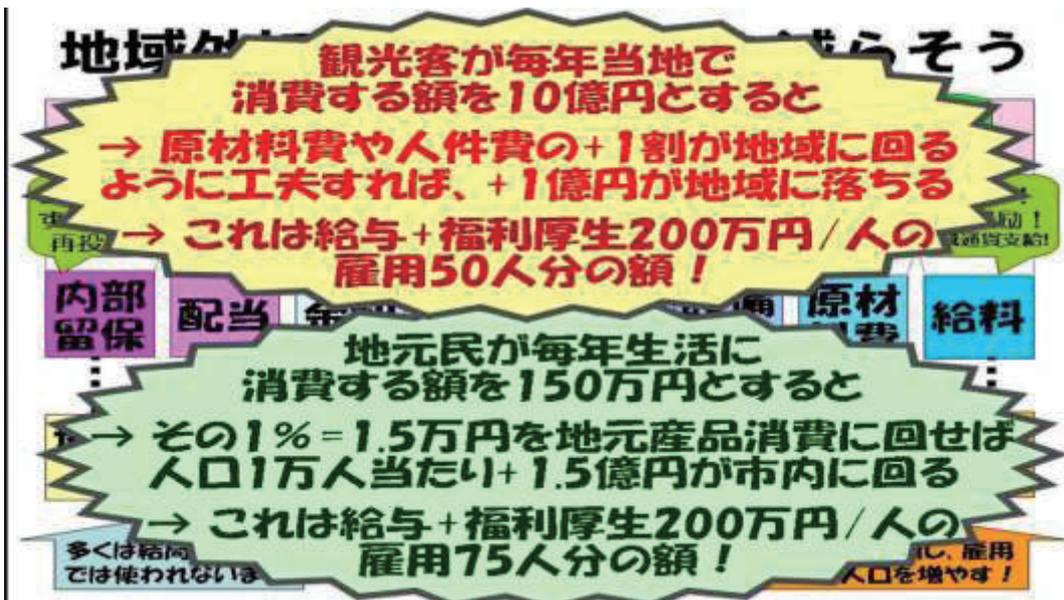
# 地域外に出て行くお金を減らそう



ニセコ町がなぜ人口が増えたのかは、これが理由だ。

ニセコ町の道の駅では、小さいが置いてある商品がすべてニセコ産だ。それが町の条例でも決まっている。

例えば観光客が毎年10億円を使った場合（図参照）

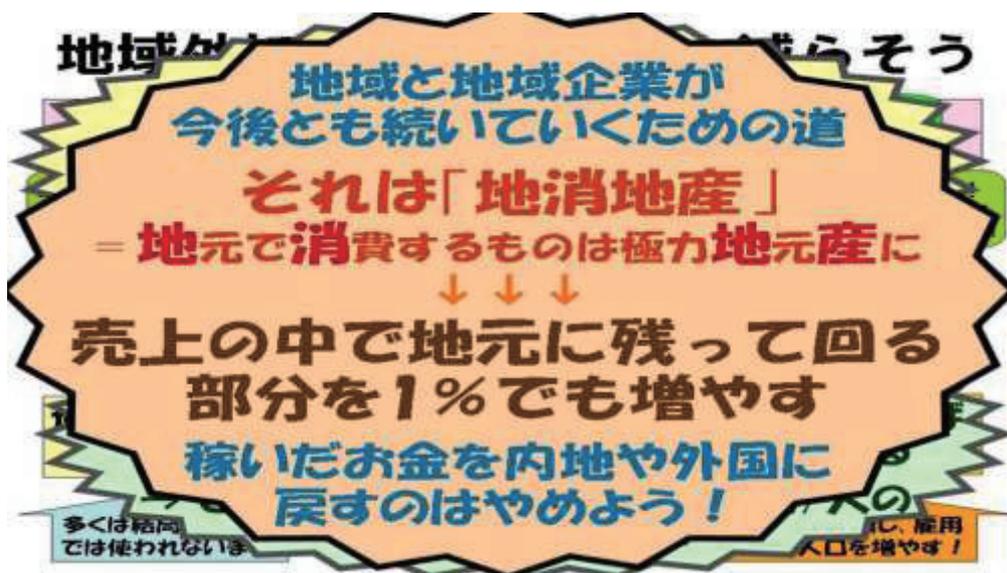


実際は、沖縄は地元へ5割くらいは落ちているが、世の中には徹底しているところがあ

って、ニセコ町も7, 8割落としていて良い例だが、福島の山田はほぼ地元産。ただ寒くて米だけが作れないので、それでも隣村のお米を作っている。ほぼ全額、地元にお金が回っているのに、山奥にもかかわらず人口が減らない。

沖縄の人も是非、それを考えてほしい。

地域と地域が続く道は（図参照）



これが、観光振興が地域内経済循環につながる唯一の道だ。

これをやらないとどうなるか。高野町のように売り上げは10倍も伸びているのに人口は激減する。それを見て観光なんて全然効果ないよという人が出てくる。でもこれは大きな勘違いだ。

本当の観光資源は、沖縄以外に住んでいる人たちの心の中にある

是非皆さん、この沖縄のすごい資源である観光を、その観光とは、皆さんは沖縄にある資源だと思っているけど、そうではなく、沖縄に住んでいない人の心の中にある謎の沖縄の力である。沖縄に住んでない人の心の中に「沖縄は素晴らしい」という思いがある、これが資源だ。

もう一回言う！

沖縄にある自然とか観光地とかが資源だと思っているが、本当の資源というのは、沖縄以外に住んでいる人たちの心の中にある、「沖縄って良いとこだよね、行きたいよな」という思いが資源だ。それは育てれば無限に育つ。

この沖縄の資源を生かすも生かさぬも皆さん次第だ！

（文責：奥住）

## 第2部 パネルディスカッション

### 日頃考えている沖縄の観光について

#### 金城

観光客の消費はすべて県内産になる。那覇で買ったお土産の中に中国製があっても、日本の経済統計を出すとみんなメイドイン沖縄やメイドインジャパンになる。ということは実は、新聞紙上で踊っている経済効果1兆円などというのは、もともと水増しされている。私が計算したところ2割程度水増しされている。こういうベースの上に成り立っているのが数重視の沖縄観光だ。



そこで私の考えは地域振興と所得の分配は少し違うのではないかと考えている。いま地域の所得分配は壊れてしまっている。つまり地域の経済のパイを大きくすれば所得分配につながるのかというと、もう1つ工夫が必要じゃないかと常々思っている。

#### 安里

私は観光産業で働いている人のインタビューもやってきた。平成20年に労働者の実態意識調査を雇用開発推進機構が行っているが、他の業種に比べて、低賃金で、長時間労働で、非正規が多いと。また宿泊業の仕事は社会的なステータスが低くて福利厚生も不十分であって、ストレスや体力的な負担も多くて長く勤められない。それで結婚や子育てがやりにくい環境にあると述べている。連合沖縄の方とも話をしたが、実感としては20年前と現在はほぼほぼ何も変わっていない。ホテルはシフト制なので、特に女性にとっては、結婚、子育て、介護ができにくい環境だと答えている。また、大手ホテルと地元の中小的ホテルでは格差があって、中小ホテルでは、まだまだ整備されてなく、人手不足もあり、有給があってもなかなか使えない状況だ。

### 沖縄にとって観光とは

#### 金城

観光における沖縄の役割で外せないのは外貨獲得の成果だ。ちなみに私自身で計算したが、沖縄県は毎年県外から6,800億円の資金流入で成り立っている。これを県民全体で割ったら1人毎年39万円の補助を県外から受けないと今の生活が維持できないという状況にあ

る。沖縄県の GDP が 4 兆円だから 2 割だ。2 割に達する県外からの資金流入がなければ、今の生活水準を維持できないのが沖縄県の実態。県外客の観光消費はすべて輸出になるので、これは 100% 外貨獲得になる。沖縄県の県外からの流入は、復帰直後は 50% を超えることもあったが、最近では 2 割強が観光で外からお金を稼ぐという実績をあげている。軍関係は落ちていて 1 割。ただし沖縄県の場合、財政資金が 6 割から 7 割くらいで 1 番大きい。必ずしもどれが高いどれが低いとは言えないが、ある程度、新聞紙上で報道されている外貨獲得の面では軍関係よりも観光が凌駕しているのは事実だ。

今朝、別の用事かあって宜野湾の長田から壺川まで車で移動したが 1 時間半以上かかった。調べると、沖縄県の渋滞による経済損失は 1600 億円。それでいくと、観光収入が 1 兆円を超えているが 2 割は水増しされているので約 8000 億円くらいだと思うが、そのうちのいくらか、1600 億円は、観光が原因だとは言わないが、多分、レンタカー利用率が高い県なので、その辺のことも結果としてマイナスの効果もかなり出ている。

沖縄の環境レベルをいうと、沖縄県の観光産業が排出している二酸化炭素排出量も計算したことがあって、2000 年の段階ですでに沖縄県は 10 万 4 千トンの二酸化炭素を観光関係が排出している。沖縄県の森林全部の吸収量が 10 万 5 千トンなので、実は 2000 年の段階ですでに観光だけでも沖縄では吸収できない環境負荷を与えている。

こういう影の部分もあるが、これについては今後の議論になると思うが、一番の大きな影の部分は、「数の信仰」が定着してしまったことだ。先ほどから言っているように「数」、サイズ、規模。おそらくこれが定着してしまったことが一番の影の部分。観光の影の部分ということを私も常々感じている。

## 新城

「沖縄が観光で得たもの、失ったもの」、これは多分同じで、沖縄らしさだと思う。まず、風光明媚な風景とか、食事とか、文化みたいなものが沖縄らしさ。それを全面に出すことによって沖縄の人たちも沖縄らしさって何だろうと自問自答したなかで、新しい沖縄らしさを発見したりする。逆に、いろんなところが変わっていくことによって、道路が作られる、海岸が無くなっていく。そういうのを見てると、得るものと失ったものを両方見ていると、それも沖縄らしさだなと思っていて、生活の実感でいうと、人はどうしても失ったものに目が行きがちだが、ノスタルジックに「昔の市場が良いよね」という言い方をするけど、その昔の市場を那覇限定でいうと戦後スタートしたものであって、70 年前はなかった。だから歴史からいうと新しい。新しさっていうのは何でもダメではなくて、自分たちの沖縄らしさを作るのは新しさも必要だ。そういうのを含めたうえで沖縄らしさというのを、すぐ琉球王朝につなげるのはやめてほしいというはあるが、自分たちが持っている新しく作った沖縄らしさというのも忘れてほしくなくて、それを皆で共有できる価値観というものは、得たもの、失ったものの両方の沖縄らしさという中で見つめ直したいと思う。

## 観光の量と質

### 金城

「1200万人で1兆円」に関しては無理。これは絶対に無理で、なぜかという、少し計算してみたが、現在日本人観光客1人の消費額が8万円。外国人観光客が来るのが11万人弱、買うのが3万円弱。これで加重平均して、観光客1人の消費額を出して、これに観光の人数をかけて、観光の経済消費、その何倍かが観光の経済効果になるわけだが、現状の1人当たりの消費額をベースに、目標の1兆円を達成するには、1554万人の受け入れが必要になってくる。これは中学生でもできる単純な計算だ。

この程改定した沖縄の第5次振興計画が実現すると、外国人観光客の1人当たりの消費額が6万7千円。現在の日本人観光客の1人当たりの消費額が、先ほどは8万円弱といったが、正確にいうと7万4千円。ということは、沖縄県は、前の計画から現在の計画にドラスティックに変えてしまって、儲からないけど外国人を受け入れる。儲からないけど国際観光地化を目指す、という意味決定をしたということになる。果たしてこれはコンセンサスが得られているのかという問題を、前に新聞に書かせてもらったが、実はとんでもないことを平気でやって、それは計画という名のもとで動いてしまっているという現状をお伝えしたいと思う。量の弊害を。

地域で回る仕組みについても、少し悲観的だが、沖縄県は2000年以降、3回経済効果を把握している。先ほど申し上げたように、観光客の消費の数倍が観光の経済効果になっている。これを誘発係数という。ちなみに3回とも誘発係数はどうなっているかという、1番最初は、1.50で、その次は1.49、現在1.47。微妙とはいえ1度も上がったことがない。過去3年間、観光客が1,000円を使っても1,500円も還って来ないことが続いている。この理由はいろいろあるが、自給率、地域内で回る構造とかが影響している。はっきり断言できるのは過去20年間、沖縄県がやってきたことは、地域で回る仕組みの展開を完全に失敗している、ということが言える。

質という話になったときに、沖縄県民が観光客に対する態度、誇りの部分と、それを具体化した形で現れる短所がいくつかある。

去年、面白いことをやって、学生に、沖縄の路肩の景観がどれだけ観光客をがっかりさせているかを計算させた。国際水準の観光地というには、すごい路肩だ。

学生に景観化指標化法というのをを使って沖縄の路肩を計算させたが、観光客のがっかり度は107億円に相当する。こういう状況に配慮がいくようになってこそ、初めて沖縄が質への転換を始めたということになる。ちなみに平成28年度の沖縄県の計画では質への転換の起点ということになっている。

## 観光とまちづくり、交通について

### ゆたか

観光客というのは足を持たない交通弱者だが、これに案外気がついていない。本当はもっとゆっくり歩いて観光を楽しみたい観光客が多いのに、実はそれをいうと沖縄の場合、それがすごく貧弱だ。外国には街を路面電車がたくさん走っていて、車の数がほとんどない。街の中心部で車の姿を見ることが少ない。歩いている人が楽しそうに幸せそうに歩いている。そういうことを考えると、例えば皆さんが外国に行ったときにバスに乗れるか。怖くてどこに行くかわからない。鉄道だと地図にはっきり書いてあるから、言葉が通じなくても割と安心して乗れる。路面電車だと簡単に乗り降りができる。だから電車のないところ、例えば、那覇に着くと皆さんどうするかというと、観光バスとタクシーとレンタカーしかない。観光バスは限られたところを周る。タクシーも限りがある。レンタカーは運転できない人だとか運転したくないという人がいる。そして、駐車場というのが非常に足りない。こういったものの中で車に頼る観光ということをずっとやっていたのでは、いつまでたってもここは窒息状態が続くことになる。排気ガスと騒音と渋滞とでホコリにまみれた街というのは、風格もなければ観光としての魅力もなくなっていく。そういうことを考えると、やっぱりアクセスを何とかしないといけない。宿に行くにしても買い物するにしても、お食事をするにしても公共の乗り物で行けるようにしたい。そしてバスのようにどこに連れて行かれるか分からないのでなしに、線路が地図に載っている、そういう電車を使って、乗って行けるようにしていかないといけない。

ブリスベンとかベルリンでは、優先的に路面電車が走っていて、車の数が少ない。停留所までは少し歩かないといけないが、健康のことも考えれば、体の弱い方たちにとっても、この電車というのは大いに参考になるのではないかと思う。

### 新城

私は那覇で生まれ育ち暮らしているが、観光客の目線ってなかなかない。さっきの市場の話は戦後、那覇のスタートは開南から始まって公設市場界限、平和通り界限だが、本当はゼロではなくて、戦前は那覇の東町にそういう文化があって、それが自然発生的に継承して行って、なぜか昔そっくりの市場が出来上がって来る。そういうのを踏まえただけで、沖縄らしさがある。新しさというのは古さだ。古いものを大事にしているのが新しいものになると私は思う。街づくりを考えると、よそからくる人のためにだけに街づくりをすることは考えられない。自分たちがどう生活していくかということが主体になっていかないといけない。それがあつたうえで、それを求める人たちがいるかどうかというところが沖縄らしいのかなという気がする。

ただ、地元で住んでいると変わっていく風景に対して自覚的でなく、「いつの間にか、変わっちゃたね」で終わってしまう。観てる風景を実は積極的に観ていない気がする。

例えば、昨日まであった建物がなくなって、いま駐車場になってる。「ここなんて言う店だったっけ」と思い出せなくなるとか。その代わりに、昔ここは海の上だったと、埋め立て地でこうなっていると、少し歴史を調べればわかる。つい5年10年前だと意外とわからない。地元に住んでいるからこそ見えなくなる風景というのはたくさんあるので、そこは勉強しないとわからないくらいの世界かも知れない。

例えば首里从那覇に下りてくるときに、必然的に歩く。歩くという目線で街づくりをするのが一番だと思う。歩くというのは、地元に住んでいる人もそうだし、県外からくる人、観光客も歩くのは同じ。歩く人にとって気持ちいいような街づくり、景観があると、住んでいる人間も嬉しくなるから、もっと歩くだらうなど。

観光目線という以上に、自分たちが住んでいて面白い楽しい街というのは、まず歩くことから発見していくのではないかという気がする。あとは路面電車が走ったほうが良いかな。

## ゆたか

観光客に人気なのはモノレール。しかし地元の人には乗らない。市場のオバアたちに言わせるとあんなの高くて乗れない、大がかりで小回りが利かない。それから街を分断してしまう。観光客にとっては景色がいいという点では最高の乗り物だが、暮らしとか、あるいは便利さとかという点では残念ながら路面電車にはとてもかなわない。それだけは一言申し上げたい。

## 雇用、人材、経済、貧困と格差について

### 安里

沖縄の貧困の問題。沖縄県が独自に調査した子どもの貧困は全国平均 16.3%で、沖縄はその2倍近くの 29.9%という数字が出ている。これは相対的貧困率だが、生活保護費以下で生活している方が、全国平均は 18.3%で、沖縄県は 34.8%。これは 2012 年の数字だが 2007 年の数字は 29.3%だから悪化している。その間、沖縄は経済成長が続いているとされているが、県民の実感とは程遠い。



ワーキングプア（働いているけど生活水準が生活保護以下で生活している）率は、全国平均は 9.7%、沖縄は 25.9%となっていて 3 倍近い。この状況をどう考えるかということだが、沖縄の相対的貧困率が高いのは 2 極化が進んでいるからという方がいるが、そうではなくて、1000 万円以上の高所得者も沖縄は全国一低い。沖縄がなぜそのような状況かという特徴的なものは、低所得者層がとて厚くて、通常は年齢を重ねていけば所得は増え

ていくが、沖縄の場合は年齢を重ねても所得も上昇せずに固定化されているということが特徴的だ。

その結果、離職率とか停職率とかが全国一高い傾向にある。一方で県内は好景気で企業の人手不足感が強まっているが、多くの労働者が雇用条件の良い職場に転職している。県民性で離職率とか転職率が高いのではなくて、非正規雇用や雇用環境の問題、低賃金が固定されているので、より良い職場に転職しようという方がとても多いと見るべきだと思っている。

そこで、藻谷先生と金城先生にお聞きしたい。県も各種報道も県内の観光客数が過去最高を更新し続けて、連続して景気が拡大しているということを強調しがちだ。しかし、経済成長すれば、富める者からその果実が低所得者層にも自然に滴り落ちてくるというトリクルダウン的な発想を期待していいのか。沖縄の低所得者層が分厚く、年齢を重ねても所得が増えずに固定化されている構造をきちんと把握して、正規雇用への転換とか雇用の質を改善するための雇用政策のほか、低所得者層に対する直接的、重点的な施策も含めた経済対策が必要不可欠だと思うが、具体的なアイデアがあればお聞かせ願いたい。

## 金城

具体的な対策というところまでいけるのかわからないが、最初に触れたいのは渋滞の経済損失が、単年で1600億円。沖縄の子どもの貧困対策基金の30億円を集めるのに苦労しているということを考えたときに、明らかにマクロの財政の分配のミスが沖縄にもあるし日本にもあるんじゃないかとずっと思っていて、地域側ももっと頑張れと言っているが、構造的に所得分配がおかしくなっているんじゃないかと危惧している。

確かに沖縄県は800万円から1000万円程度の、東京などで主流になっている中所得者層が少ないが、統計によっては、2000万円以上の所得を得ている人は全国で10位というデータもある。2000万円の所得を得ている人たちは、企業の社長さんだ。

沖縄県の中では、マクロの財政のアンバランスで言うと、沖縄県の市町村には軍用地主がたくさんいる。だから市町村の自立率で考えたときに軍用地を持っている市町村と持っていない市町村の格差は大きい。

こういう財政の配分のミスもあるが、ミクロに話を戻すと、皆さんの知っている沖縄県の流通大手と同じ規模の九州の流通大手の財務諸表とを比べてみたが、売り上げの対役員報酬比率で、九州側は0.1%くらい。ところが沖縄は0.2%。沖縄の場合は格差が大きいと話をさせて頂いている。先ほど触れたようなマクロの大きさ以外に、企業内での分配も機能していないという実態も多分ある。どうしてこうなったかというのは議論の余地があるけれども、賃金をたくさんと言いたいところだが、観光というのは労働生産性が低い産業だ。何故ならヒューマンインタフェースなところが解除できないので、ただし、皆さんご存知のように、長崎のハウステンボスとか加賀屋の配膳機械とかは真面目にやっている。機械化をすることによって労働生産性が上がるので、それを賃金に返したいが、限界がある。

沖縄県民として忘れていけないのは、沖縄県の労働者の質はそれほど高くない。私は学生

に言うが、世界の 10 人に 1 人の労働者は観光であると、しかも日産に就職した人がトヨタに就職するのは難しいけど、観光でやることはだいたい世界中一緒だ。そう考えたときに流動性に価値を置くという視点を持てば観光産業ほど素晴らしい産業はないと。どこでも働ける、いつでも働ける。そういう視点の転換を持たない限り、所得の上昇だけを注視していくと、なかなか観光には難しいところがある。そういうことを踏まえて考えると、観光が実現する沖縄というのは、観光がどうこうというよりは沖縄県全体の部分、さらにもっと言えば経済性よりもやはり誇りではないかと思っている。その点でよく学生に言うのが、自律、セルフスタンディングは、地方はしなくてもいいと思う。財政の分配がゆがんでいる国だから、地域は必ずしも自立する必要はないと思うが、セルフコントロールはすべきだ。例えば、これ以上の数はいらない。そういうふうに宣言するのが自律。それだと沖縄も目指せるのではないか。そういう方向性で考えていかないと地方は、なかなか東京のように豊かになれないと思う。

## 安里

沖縄で 2000 万円以上が全国 10 位というのは、あくまで確定申告した方々の割合が全国 10 位で、統計調査だとか就業構造基本調査における県民自体の所得の割合は、2000 万円以上はいずれも沖縄は最下位で、いわゆる低所得者層が固定していて、2 極化ではない構造だと思う。あと、労働分配率に関して私も計算したが、全国平均以上を上回っている。なので沖縄の会社が従業員に十分に利益を回していないということは、数字ではちょっと見えてこない。

## 藻谷

実態は皆さんがいろいろ仰っている通りなので、実態について一つ付け加えたうえでどうするのかという意見を言いたい。1 つ実態について意見を付け加えると、確かに東京とか内地のミドルクラスの層が分厚いということはあるが、それはかつての工業がミドルクラスをつくる産業だったからだ。したがって、かつて工業側において成功したところは、私の親くらいからその下の世代まではミドルクラスをつくるのに成功しているが、後継者である今の若い層が工場働いてミドルクラスになっているかというとなっていない。言ってみれば、歴史の遺産としてミドルクラスがいるんだが、内地の方でもだんだん崩壊しつつある。

現在の状況を比較すると、沖縄のほうが確かに貧しい人が多く、ミドルクラスが薄くてまじいんだが、東京も全世代で見ると分厚く見えるけれども、多分、若い世代 20 代、30 代で見ると相当ミドルクラスや予備軍は少ない。そして、物価やいろんなものが高いために家賃奴隷になっていて、そして大企業の正社員といっている人たちが、収入はあまり高くないけど、高く見えていて、時給に直すと非常に低い労働をしている。変な話、沖縄の人が時給は高いんじゃないのというケースも多々あるのではないかと、持ち帰り仕事も含めて、物凄く時給の低い労働をしている。だから異常に働いている。ただ、沖縄の人が不真面目だという

言い方もあるかもしれないけど、東京の人が仕事中毒であるということも事実として言えると思う。特に出版業とかは狂気の世界だ。昔に比べると2、3割安い給料で地獄のように働いているように見える。だから内地をうらやんでいる場合ではない。どっちみち新しい仕組みを作らないとミドルクラスが崩壊していくと思う。

豊田市の生産年齢人口が1年で1%減少している。このままいくと100年後には64歳以下はいなくなっちゃう。工場がミドルクラスをつくっている時代は終わっているんで、工場はロボットしか使わない。どんどんミドルクラスが崩壊していて、そういうことを知らない人たちが、いまだに工業に夢を抱いて観光はダメだ、工場を持って来いという人がきつと沖縄にもいると思うが、それは間違いだ。それでは、観光で食べてるところはあるのかと調べれば色々あるだろうが、私が知っている限りではシンガポールとスイス。スイスはすごく格差もあるけれども、その国に住む貧民の生活レベルが非常に高い。シンガポールで一番貧乏な人の生活レベルは日本よりだいぶ高いと思う。スイスもそうだ。スイスは2割が外国人だが、イスラム国に参加している人は非常に少ないと言われている。なぜかという、国内にイスラム教徒はたくさんいるんだけどフランスに比べると所得格差が少ない。

一言でいうとスイスとシンガポールは違っている。シンガポールは壊れつつあるが、すごく再分配ができています。例えば、交通費が異常に安いとか住居費を安くするとか、いろんなやり方で、あと食費を安くするとか、他の国では貧民に落ちかける人でもミドルクラスっぽくできる仕組みを徹底的に人工的に作っている最も成功した国だ。ただその一方で、最近の上の金持ちが際限なく金持ちになっていくので、そういう意味での格差は拡大している。だからいずれは仕組みが壊れると思う。

スイスはというと、どっちかという観光を非常に高い単価にして観光従事者の人件費を上げている例だと思う。全部がそうとはいわないが。スイスは全体的に観光地でそういうやり方に成功していて、みんなで底上げしていかないといけないという共同体意識が異常に強い。村全体でみんな豊かになるぞという考え方を強く持っていて、その根底が地消地産で、非常に高いスイス産のものをみんな買うぞという教育を受けていて、逆にカネがなくても、高いスイス産のものを買えるくらい給料を払っていかないとだめだということが、彼らにおける地域防衛だ。スイスは軍事でなくて経済で防衛するという考えが強い。僕はそのあたりは理想論だけでも、沖縄がある程度目指すべきだと。もっと高いものを売ってその分人件費を上げる。高い人件費をもらっている人にサービスされるのは沖縄だというくらいの差別化をしないとセブ島とかバリ島とかとの区別がつかない。

沖縄の人は我慢強いから、人間扱いされてない給料をもらっても客を人間扱いしてると思うけど、是非、客を人間扱いしたくなるくらいの給料を従業員がもらえるように構造的に、わざと賃金上昇を図っていかないと、あるいはそういうところに人が集まるようにして、払えない会社がつぶれていかないと、結局、観光自体がつぶれて、セブ島やインドネシアと差別化できなくなると終わりだと言っておきたい。そのうえで再分配のシステムを別途つくっていかないといけないと思うが、少なくとも観光の部分に関しては、観光事業に収めてい

る農家や海人が増えている状態を是非作って頂きたいと思う。

## 安里

対外収支の均衡化、地道なホテルの地消を呼び込むとか外資を呼び込むとということではなくて、小規模でも地道な産業など、低所得者層をボトムアップしながら内需を高めていくような経済が望ましいという部分も見えてきたと思う。沖縄のヒントになると思う。

## 奥住

文化と観光という切り口で話を続けたい。

皆さん、最近、映画を見えますか？沖縄の映画はいまとっても面白い。今年に入って2つ沖縄の映画が大ヒットしている。1本は瀬長亀次郎さんを描いたもの。もう1本はダニエル・ロペスさんというスイス生まれのフランス人で沖縄に住んで13年の方がつくった「カタブイ」という映画。これがまたすごい。「カタブイ」の上映が終わったとき観客が拍手する。それぐらいウチナーンチュの皆さんが感動した。沖縄の精神文化を描いた映画だが、私はあれを見たときに、沖縄の観光が発展して人が増えるのは良いけど、この精神文化はどこに行くのかなあと危機感を感じた。この沖縄の文化、特に精神文化をどう守るか。それと暮らしの中の文化。

ということで庶民目線の暮らし、文化、観光という側面で新城さんにお話をして頂きたい。

## 新城

まず、ウチナーンチュ自体も沖縄文化の観光客にならないといけない。例えば、那覇に住んでいる人間は、八重山や宮古は知らないから観光客として違う場所に行く。そこで感じたことを生活の中に入れていく。もう1つは、地元に住んでいる、私は那覇だが、那覇の戦前からの歴史を知ると、とても面白い街だと思う。そうすると、歩いたり、自転車に乗る。改めて身近を観光する。それが沖縄の文化を守っていくことになるかもしれない。あと一つ面白いのは、沖縄で出版をやっていて、この10年である分野が売れ続けているが、それが歴史の本とウガン。沖縄の年中行事、ハウトゥー本みたいのが売れている。

ボーダーインクで作っている本は8割9割くらいが県内で消費されるが、ウガンハンドブックというのが10万部超えた。140万県民の中で10万部だ。購入者の9割以上の方が沖縄の人。沖縄の人は風景や景色が変わっても、家に火の神があるほうが良いと思う心がある。

沖縄文化を大きな目線で語るんじゃなくて、生活の延長上にあるということと、それだけだと見えなくなってくる部分もあるので、外国から来た方の目線も大事にしながらやっていくことも必要だと思う。

## 奥住

ゆたかさんは、裁判官時代から沖縄にいて 25 年以上は沖縄で生活しているだけでなく、沖縄のすべての離島に行かれています。そのゆたかさんが、沖縄がどう変わっていつているのか。また県が計画している高速鉄軌道がどういうふうに繋がるのか、あるいは沖縄をどう変えていく危機があるのかという話をお願いしたい。

## ゆたか

私は復帰前の沖縄も訪ねている。その時にも宮古・八重山・西表の離島も行っている。その時に感じたのは、美しい自然とおおらかな人の心に感銘を受けた。大都会の東京で過ごしている者にとってはカルチャーショックを受けることばかりだった。時が緩やかに流れており、その時から沖縄が大好きになった。

本土では高度経済成長ということで、ひとつの目玉、新幹線が走りだした。ところが新幹線が走りだしてから、なんか世の中がとても忙しくなってしまった。企業戦士ばかりで、乗っている人の目が鋭くなってしまう。本土では1分1秒を争うスピード競争の鉄道だ。その陰でローカル線とか赤字戦とか路面電車といったようなものがないがしろにされてしまう。 こういう世界で本当にいいのだろうか。

新幹線を造り出した島秀雄という国鉄の技師長は、晩年にこういうことを言っていた。「自分は日本の幸せを願って新幹線を造ったけれども、本当に良かったのかなあ」と反省の弁を私は聞いた。その本土の鉄道が一番悪いところばかりを真似して造ろうというのが、名護と那覇の間を 1 時間で走る、地下鉄がほとんどのこの高速鉄軌道だ。こんなものを沖縄に走らせていいのか。私はそれを走らせたくないと考えている。もっともっと人の心に触れる足でなければいけない。そういうものでなければ、みんな観光客も含めて逃げてしまう。トンネルの中から観光客が観光できますか。それよりも少し時間はかかっても、緩やかにこの美しい沖縄を、これ以上自然を破壊したり町を破壊したりしないで造れる、お金も安く造れる路面電車を走らせることが、沖縄の文化を輝かすことのできる乗り物ではないだろうかと思う。観光も一つの文化だ。時が緩やかに流れているということもまた今となつては貴重な文化だと私は思う。

## 奥住

那覇から名護まで 1 時間で走るスピードが、観光客にとって魅力とは到底思えない

## ゆたか

観光客はいま素通り観光といわれ、駐車場観光といわれ、この素通り観光を増長するだけだ。本当はもっと滞在型の観光を目指そうと県がやっているならば、なぜスピードを出さなければならぬのか。要するに今の観光は薄い観光だと思う。沖縄ではもっと実の濃い観光を作っていかなければならないと思う。

## 奥住

緩やかに流れる時間こそが沖縄らしさ。それと逆行する高速鉄軌道は少し問題が、少しどころではなく大きな問題があるのではないかという提起だ。

会場にいる方で質問がある方どうぞ！

## フロア：松田（読谷でゲストハウス経営）

鉄軌道の話だが、現在、沖縄ではレンタカーが非常に多い。それが交通渋滞を招いている。渋滞や車社会をなくしてほしいというのが本音だが、その場合、代わりになる乗り物となると、鉄軌道かなと思う。沖縄の場合、お年寄りとか子供が自分で移動できない。鉄軌道が良いのかなという発想になるが、そこら辺を教えてください。

## ゆたか

さっき映像を映したが、ご覧になった電車。あの街はみんな自動車があふれていて困ったところ。何とか車を街の中心部から排除することを考えて実現させている。そういう意味では沖縄の場合は、車がないとまるで暮らしていけないかのような風潮が多いが、車がなくても暮らしている人はたくさんいる。そういうお年寄りとかベビーカーとか、あるいはカートを引いた観光客であるとか、そういう方たちもエレベーターと同じように町の中で簡単に乗り降りのできる路面電車というものがいかに良いかということをもっともっと知りたいと思う。

## 奥住

松田さん。ゆたかさんは鉄道そのものを反対しているわけではない。路面電車とか市民に優しい鉄道を普及しましょうという話だ。

## 藻谷

高速鉄道と聞いてびっくりした。高速鉄道にすると途中の駅がものすごく少なくなる。だから今の話だと、駅をどこに作るかわからないが、広い読谷に駅を一つ作っても実際に使えないのではないか。今度は嘉手納に一つ作って、普天間に一つ作ってとそんな話じゃなくて、1 kmごとに駅があつて、2時間かかっても1時間半かかっても、観光客は別に急いでいません。早く名護に行つて何すんの、美ら海水族館に一刻も早くついてどうすんの。沖縄の基本が全然わかっていない。ついでにいうと、自動車道を走れば1時間で名護に着く。鉄道作つてすごいカネかけても、沖縄自動車道を走って来るのと時間が何も変わらない。自動車道は途中何もないんで面白くない。それと同じく周りが見えないものを鉄道でつくっても観光客は喜ばない。

## ゆたか

50人の方が道路を走ろうとするところなる。(写真参照)



この50人が路面電車を使うところなる。(写真参照)



これほど車は効率の悪い乗り物だということを理解して頂ければと思う。

## 藻谷

九州新幹線ができた。鹿児島と熊本は路面電車を残してた町だけど、福岡は廃止にした。それで何が起きたかという、鹿児島と熊本の路面電車は少し赤字だったが、さっき映像にも出ていたように芝生にして綺麗にしていたら、結局、新幹線で来た人がよくわからないけどそこに殺到して、非常にたくさんの方が路面電車に乗って市内に行くようになった。ところが、自然のない駅だと駅周辺の定食屋に溜まるだけで、街に出ていかない。だからすごく経済効果が違って、鹿児島と熊本は路面電車を残していたためにうまくいった。路面電車はものすごく遅いため、こんなの観光客は乗らないと思っていたが、結局暇なんで乗っている。

## フロア：照屋（沖縄市、物産振興の仕事）

この前マレーシアの女性を観光案内したことがある。来られた理由がセカンドビジネスで旅行案内をしてるというその方を観光案内したが、観光地ではなく、私の暮らしてる周辺のことを教えてほしいということで、私が沖縄市だから北谷から伊計島までドライブした。するとどうしても米軍基地を通ることになる。景観としてフェンスがずっと続くが、「これ何ですか」と聞かれた。私が「これは米軍基地です」というと、「そうなんですか、それは問題ですね」と言った。



私たちが高速道路を使ってやんばるまで行けば基地は見ないで済むが、中部を案内したときにどうしても出てくる。これをウチナーンチュとしてどういうふうに観光客の方に話してあげたほうが良いのか。それとも白々しく無視した方が良いのか。その辺のお考えをお聞かせ願いたい。

## 藻谷

内地客とインバウンド客では異なる。内地客については見ろということが大事で、あれこれ知識を入れてきてもらうより実際に見てもらって勉強してもらった方が良いと思う。そのこと自体が日本ということについて勉強することだし、嘉手納の道の駅から基地の中を見てこういうことになっているのかと勉強してもらう。

外国の人から見ると、あまり良いものではないが、ありのままの事実を見せるのも観光だと思う。もう1ついうと、そのこと自体はショックかもしれないけど、米軍基地だけがショックではない。沖縄に来た人が全員ショックを受けるのは、「沖縄の人が、海の埋め立てがこんなにも好き」ということにショックを受ける。ところが沖縄の人はそんなに思っていない。くどいが、基地があるのは沖縄の人でも非常に変だと気付くが、こんなに海を所かまわず埋め立てる、そのこと自体を沖縄の人は「海なんか別にいいじゃん」と思っていることが割とショックだ。

## 新城

昔のコザだったら観光で話すときには、チャンプルー文化の中に、沖縄もアメリカの影響を受けたという言い方があったけど、最近はそうでもない。

シアタードーナツの宮島さんの話だが、観光客や修学旅行生を受け入れて街歩きをしてる。それをやる前に最初にコザに関する映画を30分間見せて、そのロケ地を周りましょう

という中に、コザ暴動の話とか基地の話をも最初にする。本来見せたくはない部分だがありのままのことを伝えることも重要だと思う。

## 奥住

最後に一言ずつお願いしたい。

## 金城盛彦

沖縄らしさというのは観光の外側にあると思っている。観光で沖縄らしさということは実はよくわからないことがあって、沖縄というのは観光の外側にある沖縄らしさを追求するときに、子どもの貧困も含め不平等をなくしていくことが結果的に沖縄らしい観光につながっていくんじゃないかなという視点で日頃やらせていただいている。

## ゆたか

車をこれ以上増やさないこと。車に頼らない観光を目指すこと。これに尽きる。

## 新城

観光というのは多分鏡だ。沖縄に住んでいる人間にとっては、観光客を見れば今自分たちがどう思われているか分かる。どういう人たちが来るかによって自分たちはどう受け入れられる鏡になるかだと思うので、やっぱりいい鏡が来てほしい。

## 藻谷

観光は世界中にあることだけど、沖縄の観光は少し違うと思う。その点はぜひ言っておきたい。この狭い島に 140 万人も住んでいるということはすごいことだ。室町時代だって、当時の生産力からするとすごくたくさん人が住んでいたが、台湾には王朝はできなかったのに沖縄にはできた。なぜなんだと考えたときに、沖縄というところは昔から周遊交流で成り立っていたところで、それによって本来の生産力以上の人が住んでいて、統治行為が必要になってきて、つまり最初の成り立ちのところから都市的、観光的島なんだと思う。それを維持するためには、これから需要コントロールが必要だ。際限なく観光客を増やすこともできるけど、観光客を選ぶ時代に来ていると思う。是非、頑張っていたきたい。

## 安里

私は貧困問題にコミットしているので、沖縄の貧困世帯、本来、生活保護を受けたいけども、どうしても車を手放せないということで生活保護を受けられない方が多くいる。沖縄県では貧困対策を一生懸命やっているが、居場所づくりとか子供食堂とか学習支援だとかこういったものに偏重している。

沖縄県は、相対的貧困率を 2033 年までに 10%まで下げると言っているが 10%まで下げ

には何をしなければならないかという、低所得者層の底上げだ。それは経済と関わってくる。しかし、いま沖縄県の貧困対策の所管部署は県の福祉部だ。基地対策は知事直轄で横断的なものがあるが、貧困対策は福祉だけ。商工労働部がまったく関知しない。横断的な機能を持たせるくらい本気度を高めていくべきだ。

さらに 21 世紀ビジョン。私たちが自己決定として、どういう社会を作っていくんだということに関する 21 世紀ビジョンというのは、内閣府がある程度方向性を決めて県がそれを策定するという状況で、県議会が関与できない。いろんな自己決定の話が沖縄でされているけれど、沖縄県も個人も自己決定ができない状態だ。いま社会的排除というのが貧困の最新の議論だけれども、社会的排除をされている個人をどう社会的排除の状態から脱していくのか、それはやっぱり地域ぐるみであって、さらに県ぐるみという形で、ボトムアップで高めていくものだと思う。

いろんな問題があると思うが、様々な立場から一つ一つ問題を解決する。すぐに解決できることと、地道に取り組むべきことを分けて実行する。県民が力を合わせれば、それは必ずできることだと私は思っている。皆さんと一緒に頑張っていきたいと思う。

## 奥住

今日のシンポジウム、特に第 2 部は「成長神話に基づく観光振興は大丈夫なのか？」というサブタイトルをつけた。つまり今の沖縄観光の伸びは、非常に大きく伸びてはいるが、これを当たり前と思ったら大間違いだ。私はこれは異常だと思っている。この異常という認識がないと大変なことになる。というのは、天井がないというのはあり得ないから、どこかで天井にぶつかる、あるいはドーンといきなり下がる。今までもいろんな国際情勢あるいは国内の大震災とかによって何度も観光客は下がった。落ちては上がり、落ちては上がりして、ここまで上がってきた。だけど多くに県民は毎年上がっていくものだと思う。これこそが成長神話だ。今言われている 1200 万人とか、やがて多分 1500 万とか言い出すんではないかと思うが、これは成長神話だ。だから日本の政府のアベノミクスもそうだが、成長神話に基づいていつまでも上がり続けるというのは神話でしかないということを、我々は深く認識する必要があると思う。そしてもう一つ、観光で増えた沖縄全体の収入をきちんと再配分するということの 2 つを我々は確認して今日のシンポジウムを終わりたいと思う。



## 2. 特別インタビュー

ハワイ州観光局（日本事務所）

## 特別インタビュー

### ハワイ州観光局（日本事務所）

ミツエ・ヴァーレイ 局次長

寺本竜太 新規事業開発部長

ーQ.沖縄がいつもモデルとしてきたハワイの観光戦略についてお聞かせ願いたい。

ハワイの場合は 5 人に一人が観光に従事しているという労働の雇用と州税ということ考えると観光業は大変重要な産業となっている。

それを維持していくためには、観光戦略というものを長期と短期とに分けて考えて行かないと、継続はできない。それを維持するために最初に挙げられるのは文化と環境の保持だ。文化と環境の保持をしていかないと、観光デスティネーションとしては、生き抜いていけないというのはハワイの観光戦略の 1 番の根底にある。

観光戦略をどのようにつくっているかという、基本的には官民一体制といえる。まず、ハワイの場合は、ハワイ州議会というものがあり、そこに州知事オフィスがあり、経済開発観光局、官公庁と同じような立場のハワイ州ツーリズムオーソリティ（HTA）という機関がある。

通常はその機関が観光戦略を立てて、ステークホルダーや関係各社に発表するのが、日本では通常であったりするが、ハワイの場合は、必ず観光戦略を立てるときにコミッティーというのを必ず作る。そのコミッティーには、観光業界のみならず、法律（弁護士）、ファイナンス関連の銀行、ホテルの GM、旅行会社の経験のある人、そういったいろんな業種の方、ステークホルダーをしっかりとコミッティーのメンバーに入れて、戦略コミッティーというのを作り上げる。もちろん、政府関連の方々も入っていて、HTA の人間も入っている。そういうトップレベルの方々ที่色々協議したうえで、観光戦略のドラフトを作っていく。

#### <州民の満足度調査>

そのドラフトをステークホルダーや色々なグループの方々にシェアしていきながら、それを作っていくが、それを作るときに一番大切なのがマーケットリサーチで、リサーチの中に必ず含まれているのが、コミュニティのリサーチ。州民の観光業に対する満足度というのが、私共の KPI という目標値の中に必ず入っており、その満足度アンケート結果というのは、それぞれの私たちのメジャーマーケットエリアというものがあるが、そのエリアでの単体のマーケットリサーチとともにハワイの州内でも必ずやる。どういうことかという、まず観光客、入域者の満足度をマーケットごとに必ず確認をする。それと住んでいる州民の方々、ホスピタリティーとしてお客様を受け入れる側の州民の旅行業界に対する満足度というものは毎年必ず統計を取っている。

ハワイ州ツーリズムオーソリティのウェブサイトで大体その統計というのが出ている。

基本的には、ハワイ州ツーリズムジャパニー私どもだがーハワイ州政府から委託業務を受けているマーケティングエージェンシーであり、国家公務員ではない。ハワイ州がそれぞれのマーケットのエキスパートと、日本の場合は5年契約、アメリカの場合も5年契約、韓国や中国だと3年、台湾だと1,2年という風に、マーケットの成熟度で決まり、必ず競合コンペで委託事業者を決める。私どもは2011年に競合コンペで、それまで8年間委託を受けていたD社から引き継いだ。そういった形で委託契約を頂いる局で2011年の暮れに東京のオフィスとホノルルのオフィスを開設して、新たにマーケティングプランを提出している。

ハワイ州ツーリズムオーソリティから、全てのディレクションがその観光戦略をもとに下りてくる。そのディレクションをもとに、私どもがマーケティングプランを作成する。そのマーケティングプランの中に、日本の国内における様々な誘致活動、旅行業界向けのセールス活動、MICEのコンベンションビューローも全部入っている。B to Bも含め、全ての活動のマーケティングプランを長期、短期と作って提出するのが私どもの仕事。

日本マーケットは、ハワイにとっては大変成熟したマーケットだ。ハワイには約900万人の方が毎年世界中から来訪する。そのうちの62%はアメリカの国内旅行、2番目に大きいマーケットは日本マーケット16,85%である。だから旅行業界の方々の各社もホノルルに支店を持ち、ステークホルダーも日本マーケット向けの営業部長が必ずついている。そういう意味では、ステークホルダーとしっかりとコミュニケーションをとるために日本とホノルルの両方にオフィスがないといけない。

### <観光税>

ハワイの産業は、軍需、農業、観光業、不動産。観光業が軍需と並んで最大の労働雇用創出産業であるというのは沖縄と似ている。基本的には、5人に1人が観光業に。ハワイの旅行者の消費額は1日当たり48億円。これは2016年の数値。1番の要は税収入だ。それは州民のための生活向上のために使われる資金なので、税収入がいま年間で2,012.5億円ぐらいある。観光産業から入る税収入だ。そういったものを州としては、長年の間、統計を取ってきて、リサーチをするシステムが整っている。

HTA ハワイツーリズムオーソリティ、これは私どものマーケットのバジェットも含め州税を使った活動内容は全部公に発表されている。ハワイ州ツーリズムオーソリティのウェブサイトで、今までの過去のデータも全部英語で見ることができる。

### <自然、文化保持のための補助金制度>

州の組織としては、州議会、ガバナーオフィス、経済開発観光局があり、ここにハワイ州ツーリズムオーソリティがある。そのオーソリティの下に、3つ箱がある。そのうち一番大切なのがブランディング、次にマーケットリサーチ、もう一つがカルチャー。このカルチャーの保持と環境の保持だけで1つのデパートメントがある。ここにハワイアンの方々のカルチャーディレクターがいて、現地のカルチャー保持のための補助金のシステムがある。旅

行者のリピーター率も大変高いので、毎回来た時にどの島に行っても新しいイベントが行われている。若しくは現地のNPOが大変多いので、例えば、海を守るために活動をしているNPO、若しくはカルチャーを守るために活動しているNPO、固有植物を守るために活動しているNPOが、それぞれのビジネスプランを提出する。毎年補助金申請というものがあり、かなりの金額をそのビジネス若しくはプログラムを作っている方々に支払う。その補助金を出したプログラムは、旅行者が参加できるようなプログラム若しくは旅行者の方々もリワードを受けられるような活動であることなどガイドラインが大変厳しい。そういった補助金システムや商品開発は、イベントの創出であったり、すごくニッチなプログラムで観光を持続している。地元の人たちのためになるようなプログラムに関しては、必ず予算をしっかりと取っているというデパートメントだ。

### ブランディングとマーケティング

ブランディングのデパートメントは、各国のマーケティング・コントラクターに、マーケティングをするために予算を渡す。ハワイ州ツーリズムオーソリティは観光戦略というものもしっかり作ったうえで、ディレクションは出すが、そのマーケットのエキスパートにマーケティングプランの作成を委ねる。それぞれのマーケットにブランドマネージャーがいて、メジャーマーケットエリアはアメリカ、カナダ、日本、オーストラリア、ニュージーランド、チャイナ、コリア、台湾、東南アジア、この9つのマーケットにハワイツーリズムオセアニア、ハワイツーリズムヨーロッパ、ハワイツーリズムチャイナ、ハワイツーリズムジャパンというように、全てにエキスパートが委託契約でついている。ただ、ブランディングを作るにあたっては、私共が勝手に作れるわけではなく、私共は日本のエキスパートとして、日本のトレンド、経済状況、交通等々、メディアトレンドというものを認識しながら彼らから下りてくるディレクションに沿って、ハワイのプロモーションを日本の国内でインフルエンテーション化（政策の執行・実施）していく、先鋭部隊みたいなそういう位置づけだ。

もう一つのマーケティングリサーチ課というのは、リサーチだけに特化したデパートメントで、顧客満足度、消費額、滞在日数、ホテルの稼働率、航空業界とのやりとり、座席利用率、各航空会社の利益率、そういうものを全部調べて、統計化している部署である。現在、日本のマーケットシェア率、インバウンドは16.85%。前年対比7%アップ。1人あたりの消費額はだいたい245ドル。全部マーケットリサーチ課から下りてくる。来られる旅行者のうち、何パーセントがMICE、何パーセントがハネムーン、何パーセントが個人で、何パーセントがパッケージでというのも、全部数値で出す。統計リサーチをしっかりすることによって、将来の戦略作りをしているというのが、ハワイのベースになっている。

### <島ごとのマーケティング>

ハワイには6つの島がある。オアフ島、カウアイ島、モロカイ島、ラナイ島、マウイ島、ハワイ島。これらをどのようにブランディングしていくか。それぞれの島に観光局があり、その島のステークホルダー、レストランやホテルやアトラクションの方々とのネットワー

クは、島の観光局が一番近い。私共は島のステークホルダーにコネクトするときには、島の観光局を通してやることも多いし、直接、コネクションをとるときには必ず、島の観光局にレポートをする。そのように情報共有をしっかりとっている。日本に関していうと、ハワイ島の直行便も飛びはじめた。成熟したマーケット、リピーター率も 63%あるというデスティネーションなので、いま島ごとのブランディングにはものすごい力を入れている。島ごとの観光局と日本マーケットのエデュケーションをステークホルダーにしたり、アメリカマーケットが大変強いので、特にマウイ島やカウアイ島に関していうと、アメリカンマーケット思考である。

マウイ島はカウアイ島に比べると単価も高く、ゴルフ場やリゾートが多いので、富裕層向けの島であったり、ロマンスやハネムーンの島である。カウアイ島は自然の宝庫なので、どちらかというとアクティブシニアのトレッキングやアウトドアの大好きな若年層に向いているなど、島によってターゲットを全部決めている。

## 観光関連予算について

### <HTA の予算はホテル税から>

その一方でマーケットの仕方というのをしっかりと毎年見直しをしている。資金繰りは、私共の予算はすべてホテル税から来る。現在、税率 9.25%で、2018 年 1 月から 10.25%に上がる。ホテル税のトータルは 400 億円弱。内ほぼ 50%ちょっとは、一般予算に入る。ハワイ州ツーリズムに降りるのは 82 億円ほど。それが観光マーケット予算、マーケットリサーチ、カルチャーの補助金など、全部この予算から出てくる。コンベンションセンターは、州の持ち物なのでコンベンションセンターのメンテナンスにも 26.5 億円くらいかかる。あとの 25%くらいはホノルル市、ハワイ郡、マウイ群、その他の島のインフラを整えて旅行者が受け入れられるようにするには、それぞれの島ごとにもタックスをシェアして行かないといけない。あと環境保全対策用の予算がちょっとある。観光予算はこの 82 億円で全世界のプロモーションをしている。マーケットの大きさや成熟度に合わせてその予算を決めており、アメリカンマーケットが一番大きく、2 番目に大きいのは日本マーケットで、日本マーケットの予算は 8 億円だ。

### <自然資源、文化の維持、州民の生活水準向上への貢献>

私どもには KPI、ミッションがあって、それは商品の品質向上、これはやはり商品開発を常に行っていないといけないので、観光商品開発にはものすごい力を入れているし、労働雇用の創出という、地元の人たちに観光業にどうやって従事して頂けるかという意味合いでは、小学校や中、高校の授業のなかにホスピタリティーの野外実習があったり、若しくは、アロハスピリットを持たないとホスピタリティーとしては、地元の人がプライドを持ってお客様を受け入れないと、そのデスティネーションが死んでいくので、どうやって自分たちのプライドを育てるかということところは教育の中に入れていく。

あとは地元の大学の観光学科とかとの連動は、昔よりはマシになってきているが、一番大

事なのは自然資源と文化の継続維持、それとハワイ州民の生活水準向上への貢献というのがミッションの中に入っているので、観光戦略には必ず謳われる。それに対して、一体あなたたちは何をしているのと必ず聞かれるので、文化や環境の保持に関しては、こういうプログラムを推進していますと言えるよう、全コントラクターがそれを理解したうえで、必ずそれを日本国内でもプロモーションしたり、企業を繋げたり、BtoB、BtoCで活動していくし、この生活水準向上に関しては、地元の方々のコミュニティの声、満足度というのは、KPIのうちに入っているんで、これが下がってきたときに、では今来てるお客様の数と実際に島が受け入れられるバランスは、今のままでいいのか。若しくは、環境を保つためにはどのマーケットがどれくらいのバランスがいいのかは、すごいディスカッションになっている。

昔の観光戦略は10年ごとだったが、トレンドの変わりが早くて、いまは5年ごとに観光戦略を書き直している。その観光戦略に沿って、1年ごとのマーケティングプランを各コントラクターが提出する形になっている。バジェットがクリアで、そのマーケットのエキスパートがマーケットのトレンドや状況を説明し、それに対してこういうことをしますよと、9月に総会をして全州民に対してプレゼンテーションをするというのがハワイのやり方だ。

—Q.文化と環境の維持という大きな柱と、ブランディングとマーケットリサーチ。この3つに予算が配分されているのか。

そうだ。3つの柱のうちのブランディングのところに委託業者がぶら下がっているんで、その3つの中の一つの中の日本マーケットは8億円となる。2002年から8億と変わっていない。それまではタックスの中の30何パーセントだったので、毎年毎年、観光マーケティング予算は変わっていたが、数年前から82億円に決められた。ただ、今は6年連続で州税が伸びているから良いけど、落ちたら絶対減らされると思う。ここら辺はアンフェアだと現地では話されている。

配分も状況によってリージョンに振り分けられるので、日本の8億は固定ではない。毎年戦いだ。シェアとエムアイジングマーケットとあって、これから可能性のあるチャイナマーケットやコリアマーケットへのアプローチの予算が増えたら、日本マーケットは減らされる。

今のハワイの状況から言うと、アメリカンマーケットがものすごい好調なので、アメリカンマーケットと日本マーケットを維持しつつ、エムアイジングマーケットをゆっくり成長させていく。オーストラリア、オセアニアマーケットも、ものすごく客質が良い。お金もたくさん使うし、長期滞在もされる。ヨーロッパは少し遠すぎるし、そういう意味でいうと、アメリカ、日本、カナダ、オセアニアという順番で、チャイナマーケット、コリアマーケットは様子を見ながら少しずつ成長、ブランディングをゆっくりやっていく状況だ。

インフラが整わないと、お客様が来ても満足度が良くないので、日本マーケットは、オアフで言えばサインは整っているし、日本語を話せるワーカーも多いが、その他の島へ行くと

極端に減るので、私共は離島のプロモーションをハワイ島、マウイ島、カウアイ島のプロモーションをするときには、地元のステークホルダーに訴えないといけない。やはり、空港の設備や日本語のサイン、いまは日本語、中国語、韓国語を全部作って、若しくは、日本の方々はお部屋の清潔度やお手洗いの清潔度やウォシュレットも大切だと、全部ステークホルダーに伝えるようにしている。

—Q.皆さんの会社はD社のような広告代理店か？

そうではない。基本的には、昔のように広告戦略はハワイではできなくて、全てターゲット戦略になっている。業界の営業やマーケティングに経験がある、それとシステムをしっかり理解している、それとステークホルダーさんとコミュニケーションが大事という兼ね合いで、新たなチーム作りをして、4人で競合コンペに挑み、受託した。どちらかという、広告代理店がやる広告メインのプロポーザルではない、ハワイにあったそれぞれの業界にしっかりとウィンウィンとなるプランを立てないと難しい。セグメントのターゲットマーケティングというのは、若年層は若年層のメディアがあり、3世代ファミリーは3世代ファミリーの商品づくりの仕方、アクティブシニアはアクティブシニアメディア、それも関東と関西では全く違い、うちが注力をしている福岡、広島、札幌は直行便が出ている。名古屋も出ていて、それぞれに旅行会社の担当者のキャラもあり、全てはセグメンテーション化してくる。競合コンペは17社あった。2回目の競合コンペは4社だけだった。

どこのデスティネーションも色々仕組みがある中で、一番感じるのはハワイの観光戦略の作り方は、やはりすごく進んでいると思うし、島国だからこそ共有できる部分が日本とはすごくあるというのと、一番大切なのは州民の生活向上、ハピネス。それと文化と環境の維持が根底にある観光戦略作りだからこそ素晴らしく、そこがブレてはいけないと思う。

—Q.いま年間観光客は890万人だというが、800万人台というのは随分前から聞いているが、これは抑えているのか？

抑えているということはない。アメリカンマーケットはすごく安定している。でも、アメリカンマーケットが落ちたときに、日本マーケットがピークだったり、日本マーケットがちょっと落ち始めたころに、今度はオセアニアとかが上がってきたり、他のマーケットとのバランスは割といままで安定している。もちろん今までマーケットごとに注力しているので、アメリカンマーケットが下がれば他のマーケットにチャンスが来る。でも今は、アメリカンマーケットが調子いいので、ホテルが調子に乗ってどんどん料金を上げていたり、単価がものすごく高い。となると、今度は客層やターゲット層に注力していかないといけないが、そこについて来れないマーケットは、どうしても低迷してしまうし、そこら辺のバランスというのは、マーケットごとに自然にサイクルができていいるなど感じる。ただ、人数は確実に

相対的に全マーケットが上がっているのでも6年連続最高記録というのは今まで歴史上ない。だいたい10年サイクルで単価が上がってきて、上がり過ぎ。ちょっとハワイ上がりすぎなのに、サービスが伴ってないといって他のところに逃げられ、そこから単価が下がってきてという、10年サイクルをやっていた。この10年サイクルをやっていたのに、10年サイクルのこの上の方がどんどん伸びているので、そこら辺は伸び率があるけど、また下がってくるはず。

ーQ.先ほどの話の中の「島ごとのブランディング」というのは非常に新鮮に感じたけれども沖縄は全くそれをやっていない。島ごとの自治体に観光局があるのか、それとも州政府がやっているのか？

州政府の下にハワイ州ツーリズムオーソリティがあり、その下に、島ごとの観光局がある。島のターゲットは、それを売る私たちも、全部HTAの上局に合わせて島の観光局もつくる。島単体ではマーケティングプランはつくらない。上のディレクションに合わせて島に合ったサポートをする。なので、日本マーケットは、島はこういう風に売りますよと、島に説明しに行くので、私どもは、ハワイ島にもマウイ島にも行ってきて、日本マーケットの状況説明をするし、島の観光局に対し「日本マーケットはこういう風にやったほうが良い」と、アドバイスもする。

宮古島と石垣島の観光局の方が来た時に、那覇市と比べてお話されたのを考えた時に、「一本化されてないな」と感じたことはある。ハワイはそれをどういうふう的一本化しているかという、ハワイ州ツーリズムオーソリティがちゃんとマーケットリサーチをしてアメリカンマーケットでの島のブランディングがどこまで出来ているか、アメリカンマーケットでもサンフランシスコやカリフォルニアで「マウイ島知ってますか？」「カウアイ島ではどんなことができますか？」と聞くのと、ミッドウエストに行ってアイダホとかミシシッピで聞くのととは全然違う。なので、日本の場合もどこまでどの島が認知されているかというのをマーケットリサーチする。

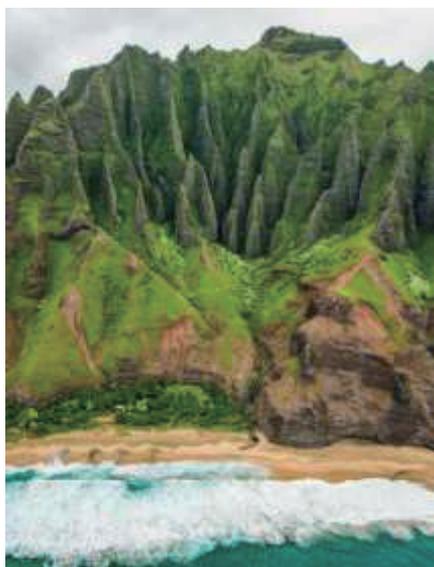
それぞれの島のキャラクターというのを必ず州民も含め私たちも含め、ハワイ州ツーリズムオーソリティも島の観光局も全部認知度を一緒にする。例えば、火山プレートの移動で出来ているので、カウアイ島が一番古い島。500万年前にできた島ということは、自然の宝庫。カウアイ島はどちらかと言うと、日本マーケットでいうと、アウトドアが好きで、マイナスイオンをいっぱい浴びて、時間の流れがゆっくりで、この島に来たらなんか懐かしい感じがするという、とってもナチュラルなネイチャー好きな人たちが行く島。なので、ターゲットでいうと、若年層のアウトドア派かアクティブシニアのトレッキング、ハイキング大好き派。他のターゲット層が行っても合わない。完全にその島のアイデンティティとそのターゲット層を決める。ブランディングコピーまで決まっている。カウアイ島はガーデンアイルというニックネームも決まっている。

マウイ島は、ハリウッドやLAやカリフォルニア資本が入っていて、別荘も多く、ゴルフのPGA トーナメントもあり、ウェスティン、リッツカールトン、カパルアがありということなので、ハイエンドでオシャレでそれぞれの島にデザイナーがいて、とってもお洒落な島という位置付けなので、私たちはラグジュアリーゴルフ層、要するに旅慣れたカップルで、夫婦でゴルフを楽しんでホテルでゆっくり滞在する旅慣れた国際派のカップルであったり、ハネムーンであったりがターゲット層、プチ富裕層だ。

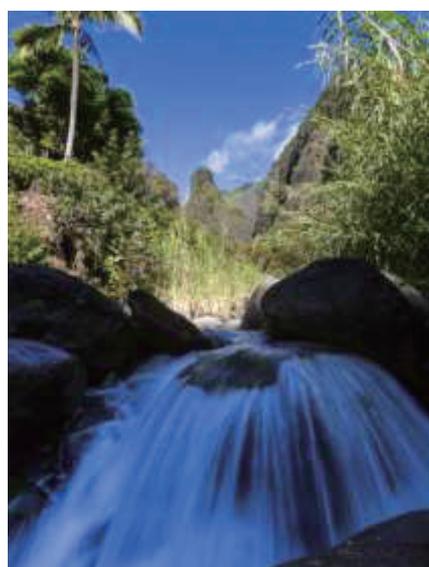
ハワイ島は今も火山が噴火する地球の鼓動を感じる島なので、世界遺産もあるし、毎日毎日大きくなっているの、いま生まれている島を見たいという、違った形の自然派であったり、ファミリーであったり、子供たちに地質や実際のものを見せて体験させたいという層。あそこはものすごいエネルギーがあるので、行っただけで元気になって帰って来るというアクティブシニア層にも大変人気があり、カメハメハという歴史の意味合いでは、カルチャーのプログラムがものすごく整っている。

そういった島ごとのキャラクターリスペクトをしっかりと伝えるということが私たちの仕事なので、「こういうことをしたい人はこの島へ」というターゲットはだいたい決めている。

誰しもが行っても楽しめるが、ある程度決めないとブランディングができない。島の特徴を説明しないとブランディングができないので、それは私たちが決める前にHTAが全部ブランディングする。それに沿って、島の観光局もコントラクターの私たちも同じ認識のもとにブランディングをしていく。



カウアイ島



マウイ島

ーQ.観光税とはホテルに泊まったときに発生するのか？

宿泊税のことだ。宿泊税を支払っているところは、タイムシェア、ホテル、コンドミニアムくらいまでで、パーミットをもらってちゃんとアソシエーションに登録しているところは払っている。そうじゃないところは払ってなくて、それをどうやって取り締まるのかがいま問題になっている。

ーQ.日本では民泊の問題が出ているが、ハワイでは民泊はあるのか？

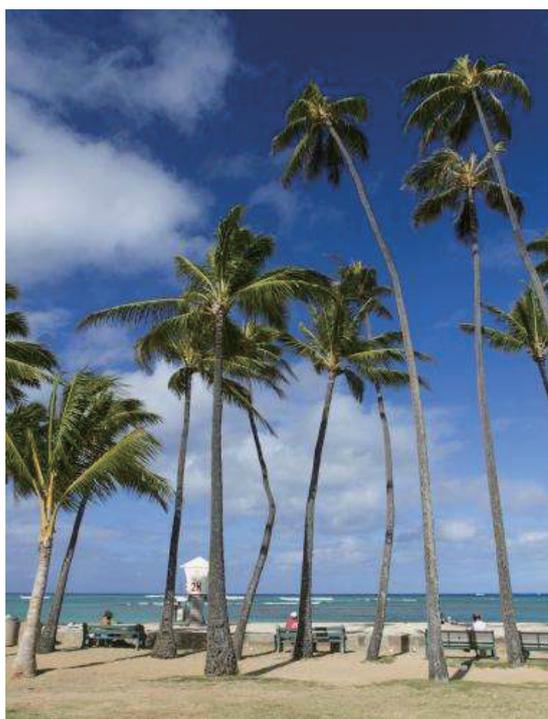
ハワイには AirbnB (宿泊施設・民宿を貸し出す人向けのウェブサイト) が民泊と同じ。不動産会社が管理している別荘の貸し出しもある。こういうものに対する規制がいろんなところにあり、またゾーニングもあるので、カルチャーゾーン、商業ゾーン、住宅ゾーンのゾーニングの問題、さらにはハワイには、いろんな規制・規定に隠れながらやる事業がたくさん出てきたので、そこら辺の調整は難しくはなっている。

ーQ>宿泊税について観光客からクレームとかあるのか？

クレームとか特にない。ただ、リゾート費みたいなものが各ホテルであったりする。ホテルによって違うが、だいたい 25 ドルから 30 ドルの中に、Wi-Fi、パーキング、ある一定のコモンエリア、いろんなサービスを一括してリゾート費を徴収する。だから自由に使って下さい。使っても使わなくても払って下さいよというのが出てくる。

ーQ.観光の実態をどのように把握しているのか？

100%ではないが、まず空港でランダムにアンケートをとっている。そのあとお客様に分厚い封筒にアンケート用紙を入れて郵送している。また、プロのマーケティング会社に頼んでマーケットリサーチをしてもらっているものと、日本で発表されているマーケットリサーチを全部かき集めている。MICE のパーセントは、来た旅行会社さんに抽出調査で、毎日ある一定の時間、ラウンジ系統を周って調査している。



写真は HTA の HP より

### 3. 県内外関係者、有識者ヒアリング

嘉手苺 孝夫氏（沖縄県文化観光スポーツ部 部長）

－Q.沖縄の観光が非常に伸びてはいるが、今後それがどのように推移していく予測があるのか。様々な課題があると思うが、入域観光客数の伸びが続くという予測なのか。

目標としては、上方修正して1,200万人としている。質も大事に考えていて、客層重視の考え方もある。

沖縄は観光に対する資源、文化資源も含めて、県外から高い評価を得ている。航空路線も拡大していて東アジアのみならず東南アジアにまで拡大している。

－Q.1,200万人が最終目標なのか

1,200万人とは、基本計画の取り敢えずの目標であって、この先の目標はまだ県でも決まっていない。ただ、東アジアだけでも週200便近くは飛んでいるので、今後も観光入域客数は見込めると考える。地理的な特性を生かしているのも要因の一つと考える。

－Q.数年前から「量から質へ」と言われているが、質についてはどのようなお考えか

質の捉え方も色々あると思うが、客層という意味での質と受け入れ態勢の質の向上をしていかないといけないと考えている。

－Q.受け入れ態勢については、大型客船が着いてからバス、タクシーが足りず、白タクが横行している等、その辺りについての対策を教えてください。

それについては、那覇市や関連団体と調整しながら改善には向かっている。それと、寄港地の分散化も一つの考えである。

－Q.そうになるとハード面、港の施設等の整備の予算もかかわってくるが

それは、国交省等の主管の団体に取り組んでいただいているし、受け入れ態勢についてもしっかりやっていかないといけないと考えている。

－Q.クルーズ船が好調な要因は何か

沖縄はクルーズ船に限らず、文化資源、観光資源、自然を含めて、それが割と評価されているのではと考えている。

ーQ. 県外の方は国際通りの賑やかさにびっくりしたと言う方が多いがどう思うか

それについては、私もよく聞く。国際通りだけでなく、空港ターミナルや街の賑わいを見て、「人気観光地に来た」と、高い評価を受けてると思う。

ーQ. 観光客が増えても、もうかっているのはホテルやお土産屋さんだけと思っている県民が多い。県民の意識を変えるためにはどうすればいいのか、県民の幸福につなげるにはどうすればいいのかが大きなテーマと考えているが。

私自身も同じことを思っている。「住んでよし、訪れてよし、受け入れてよし」。要するに県民も観光客が来ることによって、豊かになる期待とか実感を持てるようにしておかないと、それがホスピタリティと直結するので、業界が潤うのはもちろんのこと、県民一人ひとりの所得の向上につながるように思っていて、観光についての県民満足度調査も必要になって来るかもしれない。

ーQ. 21世紀ビジョンでは「世界の観光リゾート地に」と謳われているが、欧米人がなかなか来ない。欧米人に向けてのプロモーションが弱いのか。それとも他に要因があるのか。

それは段階を踏んでいるので、まずは近いところからアプローチしていく。その実績や経験からまずは東アジアから東南アジアに。そしてヨーロッパも狙っていこうと考えている。ただ、最近、座間味島や宮古、石垣に自然や美しいビーチを求めて欧米人が来ていると聞いている。

クルーズ船で1回に2~3000人、年間で70万人が来ているが、2~3時間滞在して帰っていく。ただ、そこで沖縄を気に入ってもらい再び個人や家族で来てくれるのは、沖縄が高い評価を得ているからだと感じる。

## 伊波 貢氏（ブルームーンパートナーズ(株)代表取締役）

### 沖縄の企業、起業、雇用

根本に何があるかとうと、沖縄の人間に組織化するという概念がない。組織化して外貨を稼ぐ思考がないと経営は効率化しないし、当然生産性も上がらない。利益という概念が上がらない。究極は経営者の思考にあり、経営者教育が沖縄は一番必要だと思っている。1億円で止まるんじゃない、最低100億円、上場を目指す勢いでやろうと。いかなかったらいかなかったでいいと。そういうことをできる人が上を目指して雇用を生むという姿勢を持たないと成長しない。

みんながコンパクトサイズのエゴで収まっていると、自分だけが幸せであればいいと思う。これがあまりにも多くて、これ本人は幸せだろうが、沖縄経済のためにはなっていない。

労働の分配、雇用の分配、所得の分配もそう。経営者は何千万円という所得を取って、従業員は15万とか20万とかが普通。これまではそんなに景気が良くなかったので許されていたが、いまは、これだけ観光客が増えて時給が1000円になってきて、さすがに従業員の給料も上げざるを得なくなってきた。とてもいいことだ。経営者総取りとか、エゴで経営するのは卒業して、近代的な方に変えていったほうが良いんじゃないかと思う。

私自身もしないといけないので、ミッションは100億を目指すと言った。うちの会社の給料制度は、私の給料は固定で、もし利益が出たら全部従業員に分配することになっている。究極は僕より高い従業員が数年のうちに、来年くらいには1人出る。私がGMとか監督という役割だとしたら、プレーヤーがお金をとって当たり前。まずは、そういうモデルを作っていきたい。

所得の分配を変える。従業員と経営者の意識を変える。京セラの稲盛さんを始め、人徳を持ち経営理念も持ちながらちゃんと稼いでいる。だから分配してみんなが幸せになれる。このバランスが悪いとどっちも不幸だと思う。“徳”ばかりボランティアばかりやって儲からないと、やっぱり貧困が多くなるわけで、経済的にある程度豊でないダメだが、逆に一方で儲かり過ぎて、某酒造メーカーみたいに家族一族で何億円もの報酬があつて、従業員は15万円とか、そこはちょっと違うんじゃないかと思う。そこは“徳”がなさすぎる。やはりバランスだ。

### 観光行政はインフラ整備に特化せよ

よく観光の質って言われるけど、それがよくわからなくて、僕自身、県は2000万人を目標にすべきだと思う。これはなぜかという、逆説的だが、まずは空港の大混乱、発着枠がない。ターミナルの狭さ。着いたとたん外国人が不満ブーブー。国内線と国際線の通路の雨よけ、バスの誘導路もない。設計が悪すぎる。シンガポールなんかイミグレ出て十何歩でタクシーに乗れるとか計算して作られている。多分、出口を出て20歩くらいでタクシーに乗れる。海外の人たちはこんなことができているのに、沖縄ではすごい歩かされたりとか、海

外路線だとバスまで濡れて歩く。ガタゴト道を。こんな悲惨なことがあるというのは、要はキャパシティー概念がないと思う。

これは真逆。県の目標は常に下回っている。設計サイズが小さいのに、そこにバンバン来るようになったから何もかもが追いつかない。空港も追いつかない、レンタカーは悲惨で、乗れるまで1時間2時間待ち。すべてはキャパシティーを計算していないからこういうことになっていて、観光って僕はゆとりだと思う。時間を失うということは非常に大きいロスなので、正直来るものはしょうがないのと、ヘッピー腰はやめてほしい。というのは、1200万人、1500万人は黙っていても行く、この状況だと。第2滑走路できて、なおさらLCCが飛んでという状況を考えると、相変わらず空港も道路もレンタカーも街の標記とかいろんなものが、全部キャパシティーオーバーする。すべてが需給逼迫で全部不満となる。

結局、空港が経済成長、経済規模を規定すると言われていた通り、シンガポールはそれを計算してやった。

逆に分からないのが観光の質の問題。観光の質は民間が考えることだと思う。良いお客に来てもらう、利益を上げたい、富裕層に来てもらいたいとかいうのは、例えば、10万円食事代を使うお客を呼んだほうが良いのか、民間が、事業者が考える課題であって、行政が考える課題ではない。行政はあくまでキャパとかインフラであるとか、不満にならないようなハードが仕事。

その中で、どういうお客が儲かる、中国人をターゲットにするとかは事業者が考えることだと思う。エアラインだけはどうしても行政の力がないとできない。プライベートジェットで来る人達が下りられない問題が大きい。那覇空港に打診してまったく降りられない。それで下地島空港か、石垣島に行こうかとなっている。せつかく相手は来たい、沖縄に遊びに来たい、いくら払ってもいいと言っているのに、飛行機が降りられない。本当の金持ちは飛行機かクルーザーだ。ヨットも来ることができない。沖縄のキャパとか受け入れの問題で。ロシアの知人の話では、石垣牛200万円と、アグー豚何トンみたいな注文したけど誰も用意できない。そういうところも追いついていない。受け入れ態勢が全くできていない。県のやり方は、計画を作ってそれがオーバーしたら、次にどうしようかという考えで、まさに第2滑走路がそうだ。

アジアの人口が増えていく中で対応ができていない。いま、現空港滑走路が昼間は過密で、朝と夜しか着陸できないから来ないだけで、第2滑走路が完成したらボンと人が来る。クルーザーや大型船も300回くらい来ると言われている。このままじゃ対応しきれなくなってくる。

21世紀ビジョンの中に、世界的な観光リゾートを目指すと書いてあるが、そのイメージがないまま、言葉だけがあって、30年、50年後のイメージが全くないと思う。

行政がやるのはハード面と態勢づくりだ。逆にいうと、21世紀ビジョンの観光政策を作るときには、民間の意見を取り入れて、行政は大きく構えることと、儲かる仕組みは民間の皆さんが考えて、そのサポートは行政がやるというロジックになるはず。

それと根本は、お客様から設計していくこと。まちづくりとか、ランドスケープとか、港湾、空港などを行政サイドからの発想で作ってしまうので、お客様を無視した設計になりがち。国際線ターミナルの長い渡り廊下にエスカレーターがついていない。あそこを暑い中歩かしている。

### まちづくりはランドスケープで

シンガポールなど有能なところは、首相の下にランドスケープの部署がある。これは統括部門だ。都市がきれいじゃないと人を呼べないというコンセプトがあるからこういう設計になっているが、沖縄、日本の場合は根本が間違っていて土木建築部門だ。欧米は、建築部門はアートであり、大学では芸大の中にある。

これが行政に限っていうと、要は基準を満たすこと、規制を満たすこと、法律を守ることが重要であって、芸術性などはない。

だから、わたしは那覇市や県にランドスケープ部を設けろと言っている。観光客を呼ぶ以前に、こんな雑草だらけのところに呼ぶのは、世界ではありえない。例えば汚い部屋に、片付けもしない部屋に友達を呼ぶようなものだ。まずは清掃しましょう、雑草を刈って花を植えて、綺麗な状態にしてお客様来てくださいというのが普通だ。見えるところから始めてほしい。まずは那覇市から。しかし、浦添市のほうが結構きれい。あそこは、それぞれの区が自治権をもってみんなでやっている。

ある程度は景観条例で縛るべきだと思う。大通り沿いで新しく建築やる際は芝生を植える。DFS がやっているという事例もある。シンガポール流でやるとあのようなになる。この概念がないから、誰もコントロールしてないから、コンクリートがどんどん建っちゃって雑草も生え放題。県民レベルとしてもっと美に対する意識を持たなければ。

こういう話を那覇市でしたときに、いやいや那覇市はきれいだと言う。それは、ゴミが落ちていないとか、上下水道がしっかりしているとかということで、議論が噛み合わない。ホーチミン、バンコク、シンガポール、どこに行っても都市部は綺麗。観光客が行くところは当たり前前に花はある。

### 標識・表記は英語だけに

標記は英語と日本語だけでいい。タクシーに乗るときでも分かりにくいので、ストリートとアベニューを英語表記にしたほうがいい。香港でもそう、中国語と英語。この概念が国際的には普通だが、日本だけが住居表示に〇丁目〇〇番地。あの概念は外国人にはさっぱり理解できないと思う。国際通りの3番と言ったほうが通じる。

なぜ、中国語表記が不要かという、わたしたちが韓国やハワイに行ったときでも、入口から出口まで日本語で通じる。ホテルもバスも、コンビニも、英語を一切使わなくて生活できる。日本人目当ての街はそう。これは気持ち悪くて、1回は行くがもう行かない。そういうことが今、国際通りで起きている。何でもかんでも中国語。これが延長するとチープな

観光地になって中国人自身が来なくなる。

沖縄は、アメリカ人がいるということを逆手にとって全部英語表記に徹底したほうがいいと思う。欧米風のまちづくりをする。沖縄に来たらドルと円しか使えない。ドルは街中で第2通貨として使えるようにする。中国人は必ず喜ぶと思う。英語表記、英語で話す、ドルが使える。この辺が戦略だと思う。

### 「沖縄観光局」を民間のプロフェッショナルで

ハワイでは政府観光局が常に住民の満足度、観光に対する意識みたいなものを図っていて、要は観光客がいることが良いか悪いか、観光客が来ることで生活が潤っているかいないか、アンケートをやって住民意識の醸成ということで事業として取り組んでいる。政府観光局は常に戦略だけを考えていて現場は持っていない。私がやっているような業務は政府観光局がする。しかも、行政の人がではなく、ホテルのエリートとか、海外から引っ張ってきた人とか、マーケティングのプロとかがやっている。こういう人が20人くらいいるので簡単にできてしまう。住民教育やるならカリキュラムはこういうもので学校に行きましてというのを日々やっている。全部数値化していて、何とか満足度70%以上とミッションを掲げていて、それに足りない場合はこうしようと取り組んでいる。なんでもそうだが、現場と頭脳が一緒になるとハレーションを起こしてダメ。現場仕事がどうしても優先されてしまう。頭と胴体を分けないといけない。沖縄の根本的に間違っているのが、ビューローがこれを全部やっているのが大きな間違い。「沖縄観光局」を県庁の中でもいいので、しかも民間のプロフェッショナルを集めてやったほうがいい。

ビューローは民間組織だという人がいるが、私は第3セクターだと思う。あれだけがちり予算などが縛られている中でやっているのは違うと思う。今やっているのは、偉い先生たちが来て何とか委員会とかやって決めている。こういう中で新しい発想なんか出ない。30代、40代のそれぞれの本当のプロフェッショナルを呼んでやらないと、世界のリゾートにはならないと思っている。

### 沖縄の強み “アイランドクオリティ”

アジアにはアイランドクオリティーで攻めるべきだと思っている、物産じゃないと思う。アイランドクオリティーとはモズクとか、薬草、ウコンとか、沖縄が島だから持っているもの。食品、コスメ、海洋深層水を使ったもの。もう一つは建築部門。例えば、鉄筋、コンクリートとか左官、ペンキ、アルミサッシ、太陽光とか。この技術は亜熱帯の中で沖縄はやってきたので、熱に強い、錆びに強い、虫に強い、湿気に強い、風に強いと独特のものがあるらしい。九州の技術を持って行ってもアジアでは使えないが、幸いにして沖縄は気候帯も一緒なので、沖縄の技術はアジアにすぐ持っていける。これがアイランドクオリティーだと思う。世界から見たら小さい島だが、だからこそ持っている技術があつてそれが世界で売れる。それを世界の島々に持って行ったほうがいいと思っている、究極は世界一幸せな島という

ことを県が掲げてほしい。

要は、何千平方キロメートル以下の島では、経済でも文化でも県民の幸福でも文化芸能でも、食文化でも沖縄は世界一だと堂々と言いたい。

ハワイよりは沖縄が世界一だというのは、まだ微妙なところだがもう一息だと思っている。時給も 2000 円くらいになって、所得も非常に高い。普通はこれが伸びすぎると不幸になる。シンガポールみたいに。しかし沖縄には独特の精神世界の文化とか祖先崇拝の文化があるから、そこまで引きずられない。金銭以外の価値をちゃんと持っているので、儲かりつつも両立できる。そこが唯一、世界一平和だといえる、幸せだと言い切れる根拠だと思う。シンガポールは、金持ちだけでも、進学競争で悲惨、不幸じゃないかと思う。沖縄はそうはならない。

だから、世界一平和になるためにアイランドクオリティーで攻めて行って、島で売れるものが出てきて豊かになる。そういう戦略設計を県知事とかブレインがやらないといけない。本来、沖縄であるもので勝負しないと世界の中で勝てるはずがない。ハムとか紅芋を売っている限りでは成長はありえないと思う。どんなにお金投じたとしても。マーケティングをして勝てる戦略設計をしないとけない。

## 平田 大一氏（南島詩人・演出家）

ーQ.まずはご自身と観光との関りについて。

もともと小浜島出身で、親が民宿をやっていたこともあり、小浜交通という会社で観光バスの運転手兼ガイドを2年やっていた。観光業については幼い頃から身近にあり、その中でこだわりというのがいくつかあった。

バスに乗ってくるお客様が、「西表島は飽きた」とよくいう。その時に初めて疑問がわいた。飽きられる観光とは何なのか。

そこで、お客様に「西表島は何回目ですか」と聞くと、「3回行った」と。そこで「知り合いとかお友達はあるんですか」と聞くと、「いない」と言う。「そこだ!」と思いました。知り合いがいればもっと足を運ぶようになるのではと考えた。私自身もインドネシアに笛の文化交流で行ったが、知り合いができたので、2回目からは知人に会いに行くような流れになった。

「行ってらっしゃい」、「行ってきます」、「ただいま」といえるような旅をしてほしい。お金を落としてくれる観光客を待っているのではなく、親戚付き合いをしてくれるような人を来訪者は待っていると、「僕がそういう一人目になりますよ」と話したことがある。

日帰り観光だと、島を見た後、船に乗って帰る。周遊観光だと1日に3島、4島周ってすぐに帰る。これだと寂しいということで、キビ刈り援農塾という農業体験塾を立ち上げた。島を体験してもらう内容は、1週間以上滞在してもらい、宿泊食事は無料で、お給金を払わずボランティアで体験してもらうということ。このキビ刈り援農塾を立ち上げたのは2つ理由があり、1月～3月は民宿がとても暇だということと、1人でサトウキビ畑をやっているおじいちゃんやおばあちゃんのフォローができればと考えていたからだ。それもあり、農林水産省の「観光農業体験の宿第1号」の認定も頂いた。

観光客に合わせるプランを作るのではなく、島のスタイルに合ったプランを作った。それが功を奏し活性化したが、親父が亡くなったこともあり13年間続いたキビ刈り援農塾は閉鎖したが、今は「小浜島ファーム」がキビ刈り援農塾をモデルとして続いている。民宿と農業の兼業が、専業農家にも良いヒント与えたと思っているし、やはりリピーターになってもらわないと交流人口は増えないし、定住人口も増えないと思う。それが最終的な島おこし、観光に繋がり発展に寄与したと考える。

ーQ.今の話は、疲弊した離島の再生のきっかけになるヒントになるのではないかと。地域の資源をどう観光に活用するか。それを地域住民の豊かさにどうつなげていけばいいのか。

先ずは、ありのままを見せることだと思う。そのために、演出家やコーディネーターが必要になって来る。それが地域の資源を最大限に見せることができると考える。

インドネシアからも学ぶこともあるし、ハワイからも学ぶことはたくさんある。私は、世界エイサー大会に関わっているが、ハワイの「メリーモナーク・フラダンスフェスティバル」から影響を受けて企画した。

### 観光はハードと“ハード”で

ーQ. 沖縄21世紀ビジョンの中に、文化的な視点が非常に少ないという指摘もあるが、文化で沖縄の社会をどうつくっていくか、どういう風に21世紀ビジョンに入れたらいいか。

「ハード」と「ハード」の両方が必要だと考えている。要するに「ハード」は仕組みとか仕掛け。「ハード」は教育とか文化とか芸能。その充実が大事だと考える。

トリプルワン・プロジェクトということで、来てもらいたい沖縄、もう1泊してもらいたい沖縄、また来たくなる沖縄、それを実現させるために5つの柱を立てた。

ストレスフリーの島づくり、4シーズン・オールオンシーズン沖縄、離島に行ってもらう、ナイトカルチャー等、1千万人には限界があるが、もう1泊増やすことで1兆円に限りなく近づかし、そのためにスポーツビジネスの力も必要になって来る。

10年の中で、最初の3年はムーブメント、次の3年でブラッシュアップをして、残り4年でスタイルに落としていく。その結果が1000万人、1200万人の観光客が800万人に落ちたとしても、ロングステイするお客様になると思うので、観光収入としては、何ら変わりはないと考える。

## 涌井 史郎氏（東京都立大学環境学部特別教授）

### 成長は沖縄の「らしさ」を失わない範囲の中で

ーQ.沖縄のまちづくり、たとえば那覇新都心などは沖縄らしくないと言われているが...

そう、沖縄らしさがない。それともう一つは、沖縄戦の時、今の新都心の水道タンクのあるあたりは一大激戦地で、日米双方の兵隊がたくさん死んでいる。戦士したアメリカの兵士の名前（シュガーローフ）がついたくらいだから、せめて公園にするとか戦跡に関するものにしたら良かったと思う。

ーQ.亡くなった建築家国場幸房氏と親しかったと聞いている。幸房氏や県内の都市計画に携わる人たちが、あれだけ海外に視察に行ったのに、なんで那覇の街は美しくないのか。

僕も彼に散々文句を言いつた。彼のところにつくったホテルの裏側から斜面を緑地として保全して、こういう激戦があったということを知らしめるべきだと思う。そういう意味では非常に残念だ。

ーQ.このまま普天間基地が還ってきたとしても第2の那覇新都心にならないだろうか。

確かに日本の中では、唯一、自然増で人口が増えていることは結構なことだが、基地が返還された時に羊羹切りのようにみんな同じものをつくっている。そんなに右肩上がりの経済ですかということだが、観光客数が増えているから観光産業に大きくシフトしているのは分かるが、現実には沖縄の経済って何なのかというと、サトウキビの補助金とか、基地の賃料とか、言ってみれば沖縄の人には申し訳ないんだけど、「薬物中毒」だと思う。

要するにね、補助金とか地代が入っているから、そこに内部矛盾があって、基地反対といっても、足元を見透かされるわけだ。そこから脱却するためには観光はすごい重要だ。でも観光が薬中の体をそのまま踏み台にしていくと、いずれ那覇市は破綻する。

Forecast（フォアキャスト：現時点から未来を予想する）の考え方じゃなくて back cast（バックキャスト：将来ビジョンの地点にたつて現時点を考える）のプランニングをやらなくては。forecast というのは、永遠の成長を考えているから右肩上がりを考えていくことになる。だけれども需要には限度があるから、ピークに行った時にカタストロス（自然界および人間社会の大変動。変革）がおきるわけ。forecast の危険性はそのにあるわけで、沖縄の地域づくり、まちづくりも含めて forecast の延長線上にある。だけど沖縄が本当に考えなくてはいけないのは、沖縄の「らしさ」というのは一体何なんだと、そこをベンチマークにしてそれを失わない範囲の中での成長や開発をどうしたらいいんだろうと、バック

キャストの考えでなくてはいけない。でも相変わらずトレンドイーで、今日より明日、明日より明後日の方が成長するという前提で考えている。

僕は「国立公園満喫プロジェクト有識者会議」の座長もやっているから、慶良間も国立公園にした。それはいったい何かというと、キャリングキャパシティー（環境容量）とカルチャーリングキャパシティー（文化的容量）、この両方がバランスしていないと「らしさ」というものは保てないわけだ。

だから今、唯一沖縄、那覇で“らしさ”が残っているのは、おじい、おばあがやっている牧志、壺屋界隈の市場。水上店舗の1階は店になっていて2階が住まいになっている。あの2階の住まいがガラガラだ。例えばああいったところに若い人たちを誘ってサブカルチャーのメッカにすればもっと面白いことが起きるかもしれない。沖縄の良さは他文化、異文化に対してとても寛容であること。万国津梁の鐘の碑文がまさに沖縄の基本的なコンセプトだ。万国津梁の精神でいることは非常にいいし、チャンプルー文化というか、ないまぜの文化というのが沖縄の特色である。寛容さとだらしのなさは違うと思う。

昔の本土の若い人たちは沖縄に行った時にマラリアのように沖縄病にかかった。この邦を大事にしないといけないと思った。なぜかという本土はいい加減になっているけど、沖縄はその邦の無形の文化に対するこだわりがすごかった。

タクシーに乗ってラジオが聞こえてくると必ず沖縄民謡が流れている。他の地域では考えられない。ただ残念なのは、現在はコメディアンとしての沖縄は出てくるけど、まともな語りとしての沖縄が出てこない。すごい危機感を感じている

沖縄の話をもう少し進めると、なぜ僕が首里城にこだわっていたかかという、首里城を復元すれば、その手前側の玉御陵もちゃんと着目されるだろうと。沖縄は残念なことに戦争や台風災害などで有形の文化財が極めて少ないから、首里城の復元は大事だと思った。

つまり、沖縄の置かれている地政学的な位置づけと、気象学的な位置づけみたいなものが沖縄の人たちをして、内なる心、人と人とのつながり、土地と人のつながり、そして歴史と人とのつながり、こういうのを磨き上げてきたからこそ寛容でなければならなかった。だって自然災害はしょうがないし、戦争も場合によってはというところから寛容さについていったと思う。それがいつのまにか勘違いされている。

ーQ. 沖縄の精神性が失われているという人がいるがどう思うか？

それはなまじ災害に対応できたり、それから政治に対して意見を言えるようになって、自信を持つようになったという勘違いが起きている。

相手をリスペクトする気持ちがだんだん減退している。本来は尊敬する気持ちが前にあってその後に自分の行為がある。それを育てていくにはお互いに手をつないでいくしかない。それでルールを作ろうということで、御嶽所とかウガンに出てきて、そういう縛りがたくさん出てくるわけで。一方ではそういうルール作って、一方ではみんな遊ぶ。みんなで

コミュニティーの絆を確かめ合う。そういうことが繰り返されてきたわけ。高尚の文化だけではなく暮らしの中にある厳しい自然に対処していく、厳しい薩摩の圧政に対処していくため、みんなでどうやって共助の世界をこしらえるのか。血縁とか互助をどう固めていくのかということで、懸命になって圧力に対して生きていくための知恵を磨いてきた。そこに「沖縄の美しさ」とか「らしさ」とかがある。

それと、官公庁にもずっと言っていることがあって、観光で人が入って来ればいいのかということ。人が入ってくることによって生まれる「負」があるということ。たとえば交通渋滞とか大気汚染とか交通事故とか文化的な破壊とか。それから利益結合型社会に地縁結合型社会から安易に移ってしまう風土性の破壊とかの要素があるだろう。もう一つ大事な事は、経済が大変だから、沖縄にとって観光経済はとっても重要だけれども、1人あたりの消費高が伸びているのか。全然伸びてないと思う。つまりどういうことかということ、昔、万座ビーチの開発整備をやっていてしみじみ感じたが、飛行機会社がほとんどいいところを取るわけ。同じ航空会社のチェーン店のホテルなら8,000円、場合によっては6,000円になるわけだ。では、この人たちがどれくらいのお金を使うんだろう。ほとんど使わない。

1人当たりの消費額を上げていくにはどうしたらいいか、つまり100均の店をやるのか骨董屋をやるのか。県は考えるべきだ。それと最近非常に腹が立つのは飯が不味くなった。

#### 自然と人が相互にリスペクトしあう関係をどう取り戻すか

これからを考えるには、基地の跡地利用に沖縄らしさにこだわって考えるべき。もう一つはバリ島だ。バリ島の路線を選ぶのかハワイの路線を選ぶのか。僕はずっと昔からハワイの路線を選んではいけない。ポリネシア文化を踏み台にしてユニバーサルな観光地になったのがハワイ。今の沖縄はハワイの路線に行きそうな感じがする。バリ島は何が違うかということ、バリの心とカルチャーの中で生きている人たちと観光が並立、積層している。だから「ここから先は我々の文化圏ですよ。観光客の皆さんはこっちのルールをちゃんと理解してくださいね」と。観光客として対応するときはしっかりとしたホスピタリティーを発揮するが、自分たちの儀式や日常生活においては毅然としている。だから媚を売らない。僕は並立した路線を取らないといけないと思っている。

何につけても大事な事は、美ら島美ら海を維持するためにどうしたらいいのか。それ以上に沖縄の人たちの心が美らである必要がある。

つまり、自然と人が相互にリスペクトしあう関係をどう取り戻すか。すごく大事なことだと思う。

## 山川 龍巳氏（株式会社わらび座 代表取締役社長）

### 東北と沖縄

沖縄に最初に来たのは19歳の頃。沖縄というと民俗芸能の深さ。それが生活と非常に密着してきた歴史の深さ。そういうことが日本の文化のあり方として誇りに思っている。

NHKスペシャルで爆笑問題の太田さんと田中さんが話をしていたが、世界の金持ちたちは本当に金持ちだという。世界の62人の金持ちと、世界の人口の半分の36億人ぐらいの資産が同じだという。一説によればこれが8人の金持ちと同じとも言われている。その格差はおかしい。この格差が分断、差別、新しい戦などに結びついている。こういうものをどっかで正していかないといけない。

人類は、グローバリズムから学ぶ必要があると思う。私はこういう深さを、東北と沖縄は持っていると思う。そういうことが観光資源に結びついていると思う。結局は自分の生き方や生き方に確信をもって生きていくわけだと思う。人間がつながりあって生きるってことはとても大事なことだ。そういうことを僕らの先人は命がけで教えてきた。そういうところをもう一度見つめ直して、こういうことならヒューマンビジネス産業になればなど、そういう可能性を今とても秘めている。

わらび座と沖縄のかかわりは、1973年に来て初めて舞台をやった。私はその時に役者として来た。沖縄芸能をやると、特にカチャーシーをやるとおじいちゃんやおばあちゃんが舞台上に上げてきて一緒に踊りだす。そういう舞台の経験がある。私はその舞台の準備をする1年前に1か月半来ていた。青春とともに沖縄があったなと思う。当時、宮古、八重山も含めて27ステージやった。

さて、いま地域劇場が面白い。ローカルズムがこれから絶対になる。奇人変人が出られるとか。時々、常識と戦って尖がってないと生きられない。こういうところに集まるのはキャラの濃い人とか一筋縄ではいかない人。こういう人たちの持っているセンスがこれからモノを言う。今、そういうところにわらび座の芸術がある。66年の歴史がある。そしてここに年間25万人のお客様が来る。社員がいま240名いるが、秋田出身者は120名、残りは全国から来ている。沖縄の子もいる。

横手という雪のかまくらの故郷の話だが、その主役をやった子だ。この沖縄出身の子が、あの秋田弁をよく喋れるようになったなとびっくりした。そういう子も活躍している。

文化と観光を結合した秋田芸術村がある。そこにはホテルとか温泉とか地ビールレストランとか森林公園とか、こういうのを併せ持っている。中核となるわらび劇場ではオリジナルミュージカルの制作、上演をやっている。

ここに来場者が年間25万人来ている。現在、5つの公演チームが多いときは年間1000回、普段は7~800回。劇団四季が年間3000回の公演、宝塚が年間2000回、その次に800回から1000回を行っているのがわらび座だ。公演回数だけ言えば3番目に入る。

企業30年説で捉えればどうということになるか。わらび座を作ったのは大阪の人で、東京

大学に行って、最終的には東北大学でベートーヴェン音楽の研究家、そして作曲家だった。その彼が1951年にわらび座を東京で誕生させたが、やがて早い段階でアクセサリーとしての文化ではなくて、生活必需品としての文化、文化は飾り物ではない。民俗芸能の宝庫に行ってその仕事をする。その時に9名の若者が、民俗芸能の宝庫である秋田に来ました。ただ、住む家がなかったので「今日から泊めてください」と懇願する。文化芸術を東京に住んでいたのでは本物は追及できない、ということで秋田に来た。

その頃の話をおじいちゃん、おばあちゃんに若いころだいぶ聞かされた。どこの馬の骨か分からない者がやってきた。情熱がすごい。これで、要するに田植えや稲刈りを一生懸命手伝って、その代わり踊りを教えてくださいというわけだ。

その頃の写真は田植えや稲刈りの写真ばかり。これでもっとすごいのが田んぼのど真ん中に劇場を作った。市民劇場としてはびっくり仰天の劇場が立った。そして今、この劇場で年間200回のステージをやっている。人口27,000人くらいで200回の公演をやっている。6万人くらい入ってきている。これは東京のホール関係者が来てびっくり仰天する。こういうことが成り立つには2つ手立てがあって、一つは、教育事業と結びつく。要するに故郷教育を徹底してやる。東京からくる舞台で地域の子は育たない。その地域の中でその歴史をつくって来た人たちの生きてきた生き様を、古いままではダメ、新しいセンスで表現できるかどうかだ。それともう一つは、観光事業として成り立たせられるかどうか。ローカリズムを新しいセンスで見せていく。

常識破りのわらび座が、小劇団からホテルを、温泉も掘って経営している。地ビールも世界の金賞を7年も取っている。地ビール業界では結構有名だ。あとブルーベリー栽培。このブルーベリーで作ったジャムがANAの国際線のファーストクラス機内食で採用されている。ブルーベリー栽培で国際線のファーストクラスで採用されていることは、あまり興味がない。なぜそういうことをしたのか。企業30年説で捉えれば、アクセサリーとしての文化が生活必需品を作るということ。例えば、役者をやっている人もいる。ミュージシャンもいる。親はもろ手を挙げて賛成したか？ それだけでは飯が食えないからやめてくれと言われなかったか？

今の沖縄はアクターズスクールもあり、内地のどの地域よりも芸能に理解があるのではないか。しかし一般的にはまだそういう仕事がビジネスとして成り立っていない。だからそれを守るために我々は多角経営した。このいちばん大事なDNAを守るために、ホテルで支え、農業で支え、森林公園で支え、地ビールで支え、そうやってきた。そして今、ヒューマンビジネス産業としての追及、その可能性が出てきた。演劇コンテンツの多角的展開は人々の生活にもものすごく密着できる可能性が出てきたと思っている。

#### 演劇は認知症予防に効果

東北で認知症に向き合っている前田さんというドクターに勉強会を開いてもらった。そ

れは何だったかという、認知症のおじいちゃんとおばあちゃんたち、5人とか10人とか集めて、そして、今のことは一つも覚えられないが、昔のことはしっかり覚えている。戦争体験のはなしをしたら、刻み込まれているので、そういう共有されている人たちは、涙流しながら話したり聞いたりしている。ところが前田さんがこう言う。そのやったことを翌日になると、昨日やったことを全部忘れている。前田さんの話が面白かったのはここからだ。

前田さんはこう言った。人間の脳には、どんな生き物でも持っている性欲だとか食欲だとか、これに方法論がつかさどっていると。大脳皮質が乗っかっていると皆さんもよくご存じだと思うが。いちばん大事なことはこの根っこのところ。そこに刺激を与える。泣いたり、笑ったり、感動したり、大きな声で笑いあったりすること。そこに刺激を与える。それまで死んだと思っているAとBが途切れてきたら認知症が始まる。30点満点から23点以下になったら認知症に認定されるそうだが、そこに刺激を与える。それまで死んだと思っていたC、Dの神経が活性化して、つながりあっていく、再生していくそう。この力にドクターたちはびっくりしたそう。どんな薬を使っても20点の人が23点にはならないそうだが、これが演劇療法を活用することによって、効果が出るという。演劇コンテンツ。これは強烈なキャラがある。要するに、いまお芝居を見るとか見せるというのは、非常に重要な演劇活動の要素だ。けども、これは演劇活動が生活や地域社会の中に定着していく上では、ある意味では一つの分野でしかない。もっと大事なものは、いま生きてる人たちの願い事や思いや辛いことに刺さっていくことだ。こういうことが今とても重要なことになってきた。ヒューマンビジネス産業として演劇コンテンツが可能性のある一つの重要な要素としてある。こういうところは、私たちは本気になって考えなくてはならないと思っている。

### 文化資源で観光大交流の場を

これからは優れた文化力が観光資源になるという時代に入ってきている。今、インバウンドで2400万人の外国人が来ていて、2020年に4000万人を国家の戦略として立てている。4000万人が東京にくると毎日1万人の人が宿泊できない。だから民泊だと国家は動いている。しかし、最初にやらないといけないのは、ロンドンのようにロンドンに来たら田舎に行く。東京も最初は田舎が受け入れていく状況を考えないといけない。日本の空港は99か所あるそう。鉄道と高速がこれだけ緊密に連携できている国はないという。これを活用しながら最初の受け入れを地方に置く。そのためには文化力がすごくものを言う。沖縄だっと思うが、秋田は、東北は米文化です。米がすべての民俗芸能のベースになっている。米はもともと南の国から沖縄を経由して入ってきたものだ。栽培が難しい北国では餓死から突破していくためにどれだけ生産者が稲作を真面目にまっとうにやってきた証明だろうと思う。そういうものが伝統的な芸能を作ってきた。皆さんのところから来た伝統的な米文化が私たちをこういうふうにする。そういう中から出てきた民俗芸能や伝統芸能を舞台にして大交流の場を作らないといけない。

## 舞台芸術はヒューマンビジネス

文化芸術しか人はつukれない。この星ができたときに国境なんかなかった。国境ができたときに戦争ができた。人類の発展の歴史から考えれば、こういう歴史はごく僅かだ。人類史、生命史という何十億万年というようなところから始まっている。そういう中で作られてきた歌や踊りは、国境なんかは全然関係ない。そういうことをこういうレベルの中に新しいつながりや関係づくりをしていかないといけない。そのためにこの仕事を本気でやらないといけないと思うし、こういうことがかなり広がってきている。歌、芸術、教育…。人間の可能性はどれほど豊かなのかと思うのに、偏差値でみんな区別されている。偏差値至上主義からホントに脱皮していかないと。

愛媛に坊ちゃん劇場というのがある。年収 500 億の企業のオーナーが 450 人収容の劇場を作った。わらび座はその劇場のビジネスパートナーとなった。坊ちゃん劇場は約 270 回公演をする、年間。その責任者として 12 年間愛媛に通っていた。そこで公演をしたが、学校から 6000 名来てくれる。それで教育長にお礼を言いに行った。そのお礼の中で、4 年間学校に行っていなかった女の子が公演を見に来てくれた話があった。その子のお母さんが、娘の笑い顔を 4 年ぶりに見たって言って泣き始めた。その舞台はコメディだったが、それがきっかけで、お父さんとお母さんと娘さんが 3 人でお茶を飲む機会ができたという。

心に傷を負っている子を教室で、あんなに笑顔にすることは難しいけど、舞台芸術というのは力があるなと感じたそう。この出来事は本当にうれしかった。

結局そういうことが必要ではないのだろうか。現代社会が抱える最も治療が難しい病気は、人間関係の障害による孤独感。私たちはこういう角度からアートセラピーの研究を本格的に始めている。子供が命を弱らせて、いろんな問題がある。こういうことは、これまでの医療技術だけでは解決しない。こういうところに私たちの出番がある。これをビジネスというか分からないがチャンスだと捉えて、だからヒューマンビジネスなんだよ。こういうところにこの仕事の基本があるんだよ。

生きるってことは死ぬことなんだ。こういう中で屈折とかコンプレックスとかストレスとか人の痛みがある。演劇から脱皮して、いろんな要素に刺さり込んでいく。観光、教育、医療と様々なところでこの演劇要素が確実に役立つ条件が広がり始めている。

最後に、人の気持ちを元気にすること、つながりあって生きること、共感、共生を持てば泣いたり笑ったりする子供たち。それを本気でつくらなければならない。

沖縄の持っている力を引き出しながら、沖縄のすごさは沖縄の伝統の深さ。これはたまらない。それが新しいセンスで展開していくことがもっと求められるのかなと思う。

(2017 年 10 月 5 日、那覇市の八汐荘で開催された沖縄県産業振興公社主催の講演より)