

平成17年度卒業研究論文

沖縄観光における観光文化の有効性
～闘牛の事例を中心に～

学籍番号 0210020343

富山大学人文学部国際文化学科

比較社会論コース

知名 寿子

要旨

本論文では沖縄観光を中心に、沖縄の文化の観光資源化について様々な視点を少しだけ借りながら、調査・分析・考察・提言を行った。政治学の立場から言うと、沖縄は海浜リゾートを主とする旅行者の保養地であり、それはつまり世界資本主義経済システムにおける周辺への組み込みでもあった。文化人類学的視点から見れば、沖縄は観光者にとって文化の差異性という魅力を有した土地である。社会学的アプローチから観光は、近代のレジャー社会の成立に裏打ちされた余暇時間の登場であった。沖縄戦を契機としてそれまで27年間も米軍占領下にあった沖縄が日本に復帰した1972年以来、本土と沖縄の格差是正に向けた取組みが始まった。沖縄経済の不振を理由に、沖縄は今でも「沖縄振興計画」という形の援助を受け続けている。期せずして沖縄経済は観光産業を主軸とした産業構造によって発展していった。沖縄は観光地としての名声を高めていったが「安・遠・短」としての観光地であった。その低い経済効果しか得られない役割から脱却するためにも、加えて既存のリゾート型開発の沖縄全体に与えるマイナスの影響を改善するためにも、沖縄観光を再考する立場に立った論文を目指した。

全体の流れは、第1章で筆者がかねてから関心のあった沖縄経済を肯定的に記述し、第2章では沖縄経済の中でも沖縄観光の流れとその背景について論じ、第3章では観光資源の中から具体的な事例として沖縄闘牛の観光化に関する課題を考察し、第4章では闘牛の事例を足がかりに沖縄観光全体への提言を試みた構成になっている。

闘牛観光のこれまでの流れと、闘牛ファンの類型化をもとに提言を行ったことが、本研究の代表的な成果となった。

目次

はじめに	1
序章 「自立型経済」は沖縄ブームの波に乗れるのか	2
第1章 沖縄経済	3
第1節 3K経済とは	5
第2節 3K経済の与えた環境への負荷	7
第3節 3K経済に代わる新たな産業	12
第2章 沖縄観光の現状	14
第1節 観光産業の必要性	14
第2節 観光における観光文化の位置づけ	21
第3節 沖縄ブームの背景	21
第3章 事例研究 闘牛の観光化について	26
第1節 沖縄闘牛について	26
第2節 観光闘牛に関する調査結果	32
第3節 闘牛の観光化における課題	37
第4章 沖縄県の観光政策への提言	47
終章	50
おわりに	52
引用・参考文献・参考ウェブサイト一覧（五十音順）	53
闘牛に関する補足資料	55

はじめに

この研究テーマを選んだのは、大学を卒業したら沖縄で就職しようと考えていたことが大きく影響している。沖縄での就職活動を目前にして、私が幼い頃に父の口癖であった「明日の沖縄はどうあるべきか」を見極めたいと思った。多くの方々から教を賜りながら、卒業研究は自分の沖縄への眼差しを模索する過程であった。過程と表現したのは、まだ答えが見つかっていないという意味も込められている。だからこそ、私にとって「沖縄」は一生かけて勉強を続けるべきテーマである。

事例研究においては、闘牛という私にとっては身近な沖縄文化が、沖縄の観光業においていかに必要であるかを証明することで、闘牛ファンを増やすことに貢献をしたいと思った。しかし、娯楽が溢れる現代社会において、若者の間で闘牛離れが起こっているのは隠しがたい事実であった。「先輩方」（沖縄では年長者をこう呼ぶことがある）のお話を聞くと、かつての沖縄闘牛に輝かしい活気を垣間見ることができた。闘牛大会に出かけて行って、昔ながらの趣あるウシナー（闘牛場）に集まる闘牛ファンの中に身を置くと、独特の高揚感を感じ、私は昔ながらの沖縄の郷愁あふれる、気取らない土臭さが好きだ、と感じた。

沖縄について私が考える時、常に沖縄県民としての視点に留まりがちであった。沖縄を目の前に、直視しようとする、様々な主義主張が混在し、私自身どのような手段を用いて分析すればよいのか分からなくなって、筆を手に立ちすくんでしまった。沖縄を買いかぶることも、哀れむこともしたくはなかった。しかし、本文の中に巧く表現できず、随所に偏った考えが反映されてしまったかもしれない。基地に依存した経済振興も、基地の容認と引き換えの新興経済振興も、大切な自然を破壊するようなリゾート開発も、観光化によって変容される沖縄文化も、いらぬ、と常日頃感じていた。その根拠を提示した上でこの論文を書き進めることに成功したのかは、読者の皆様の厳しい目で判断していただきたい。

序章 「自立型経済」は沖縄ブームの波に乗れるのか

沖縄は1972年の日本復帰を皮切りに、75年の海洋博覧会や高度経済成長、沖縄出身のミュージシャン、NHKの朝の連続ドラマ『ちゅらさん』放送など数々の要因が重なり沖縄県の観光客数は今年ついに年間500万人を突破するなど、増加の一途をたどっている。沖縄観光30年余りの歴史の中で、当然ながら観光客の質は変化している。90年代は低価格のパッケージツアーが主流だった旅行業界も、「ココロの豊かさ」を求めるようになった日本人に合わせた個人旅行が増え、沖縄観光のリピーター率も年々高くなっている。また、「沖縄病」と名づけられるような熱狂的な沖縄ファンが現れ、沖縄移住をする人も少なくない。このような沖縄ブームの中で、沖縄物産公社が経営する「わしたショップ」が東京など大都市圏に出店し、県内では新しいタイプのリゾートホテルが次々に建設されるなど、沖縄への経済効果が期待される。加えて、エコツーリズムやリゾートウェディングが盛んにPRされたり、沖縄観光とPET検診というがん検診が組み合わせられた観光プランが売り出されたり、避花粉地として注目されるなど、多様な選択肢が用意されている。

本土復帰から消えることのない「自立型経済」という課題は、上記のような沖縄ブームの波に乗って解決することは可能であろうか。

本論文では、第1章で筆者がかねてから関心のあった沖縄経済について記述し、第2章では沖縄経済の中でも、観光産業の重要性を明らかにした上で、第3章では観光産業の現状と、その中でも開拓の余地があると思われる観光資源について掘り下げ、第4章では観光資源の中から具体的な事例として、沖縄闘牛を取り観光化に関する課題を考察する。闘牛の課題を発見するにつれて、観光化に向けた課題が、闘牛のみに限った問題ではないということに気がついたことを踏まえて、第4章では、沖縄の観光業の課題について考察し、提言を行う。

第1章 沖縄経済

沖縄県は日本国内でも特有の歴史を歩み、地理的にも文化的にも特徴のある県だと言える。復帰後に作られた沖縄民謡の中には、「唐の世(ゆ一)から大和の世、大和の世からアメリカ世、アメリカ世から大和の世」と4度の世代わりを表現した歌詞があり、若者に人気のレゲエ歌手がカバーをするなど、現在も歌い継がれている。このような激動の歴史の中で、否応なしに沖縄県民は外部からの影響を受けて変容し、いくつもの課題を抱えながら今に至るのである。

来間泰男著『沖縄経済の幻想と現実』で沖縄経済の全体像について書かれた箇所がある。『全県自由貿易地域』を提案している沖縄県は、沖縄経済の現状を、いかにもミゼラブルで、急いで手当てをしなければ沈没しかねないかのように危機的に描いてみせ、その基盤に立って、起死回生策との位置づけで『全県』を提案してきた。その現状認識は誤っている。それを明示することが必要だと感じられた。したがって、まず統計数値の分析をとおして、復帰後の変化過程と現状を示すことにした。それはある意味で、誰でも目にしている資料ではあるが、これとて扱い方によっては『危機的』とも評価され、また肯定的にも評価されうるものである¹。

沖縄県は沖縄振興開発計画は、1972年の本土復帰を契機に、本土と沖縄の格差是正を目的として10年単位で計画が経済振興やインフラ整備のための開発が行われた。道路・港湾・空港・上下水道などは本土並みに開発が進んだ。インフラ整備が十分行われたので、現在は沖縄振興計画と、「開発」の二文字がなくなって新たな開発援助が続けられている。その振興開発計画のひとつが「全県自由貿易地域」である。貧窮する沖縄を救うためと投じられる数々の政策であるが、来間文献の視点を借りれば、それらは「自立型経済」というキーワードが浮かび上がらせた幻想に過ぎないということだ。沖縄県は「全県自由貿易地域」を進めるに当たって、沖縄経済がいかにもミゼラブルであるかのように描いて

¹ 来間泰男『沖縄経済の幻想と現実』日本経済評論社、1998年、ii頁。

みせている。

沖縄経済が不振にあえいでいる理由として「基地依存体質、全国平均の2倍もある財政依存と失業率、1人あたりの県民所得が全国最低」ということが言われる。しかし、基地依存体質に関しては復帰を期に脱却しているので事実とは異なる。沖縄の日本復帰以前、つまり米軍の占領下において、朝鮮戦争やベトナム戦争時のスクラップ・ブームや基地雇用人口が多いことなどを背景に「基地経済」が存在していた。ただし、今でも特定自治体や軍用地地主にとっては基地に大きく依存していると言える。しかし、沖縄経済全体を見たときには基地経済はごく一部にのみ影響しているので、現在の沖縄経済を基地依存体質というのは誤りである。財政依存については、数字の字面だけを見れば問題があるように思われる。しかし東京や大阪は経済力が集中しているので、国からの財政依存はあまり必要ない。都市から離れた地方になるほど経済力は弱まり財政依存が高くなって当然であるから、地域経済の特徴を見ずして、平均値だけで考察しているのには説得力に欠ける。失業率に関しても、全国の2倍という点は正しいものの、就業人口は全国平均の2倍以上のテンポで増えているという明らかに良い側面がある。県民所得については、平均を超えているのは東京、大阪、神奈川、愛知、千葉、滋賀、埼玉の7都府県だけである。沖縄は全国平均の70%ではあるが、ダントツの最下位ではないので決定的な格差とは言えない。²

県が進める経済振興政策は、沖縄経済の不振が前提とされている点が問題である。第1章では沖縄経済をできるだけ肯定的に捉えた上で、第2章の観光産業に向けた議論をする。

² 来間泰男、224-228頁。

第1節 3K経済とは

沖縄問題の代表格に、「3K経済」といわれる経済問題が挙げられる。3Kとは、基地経済・公共投資・観光の頭文字を取ってつけられたものである。沖縄県の経済が自立していない背景として語られる時、欠かすことができないキーワードである。沖縄に住んでいると「3K経済」や「自立型経済」という単語をよく耳にしてきたが、実情はどうなっているのだろうか。

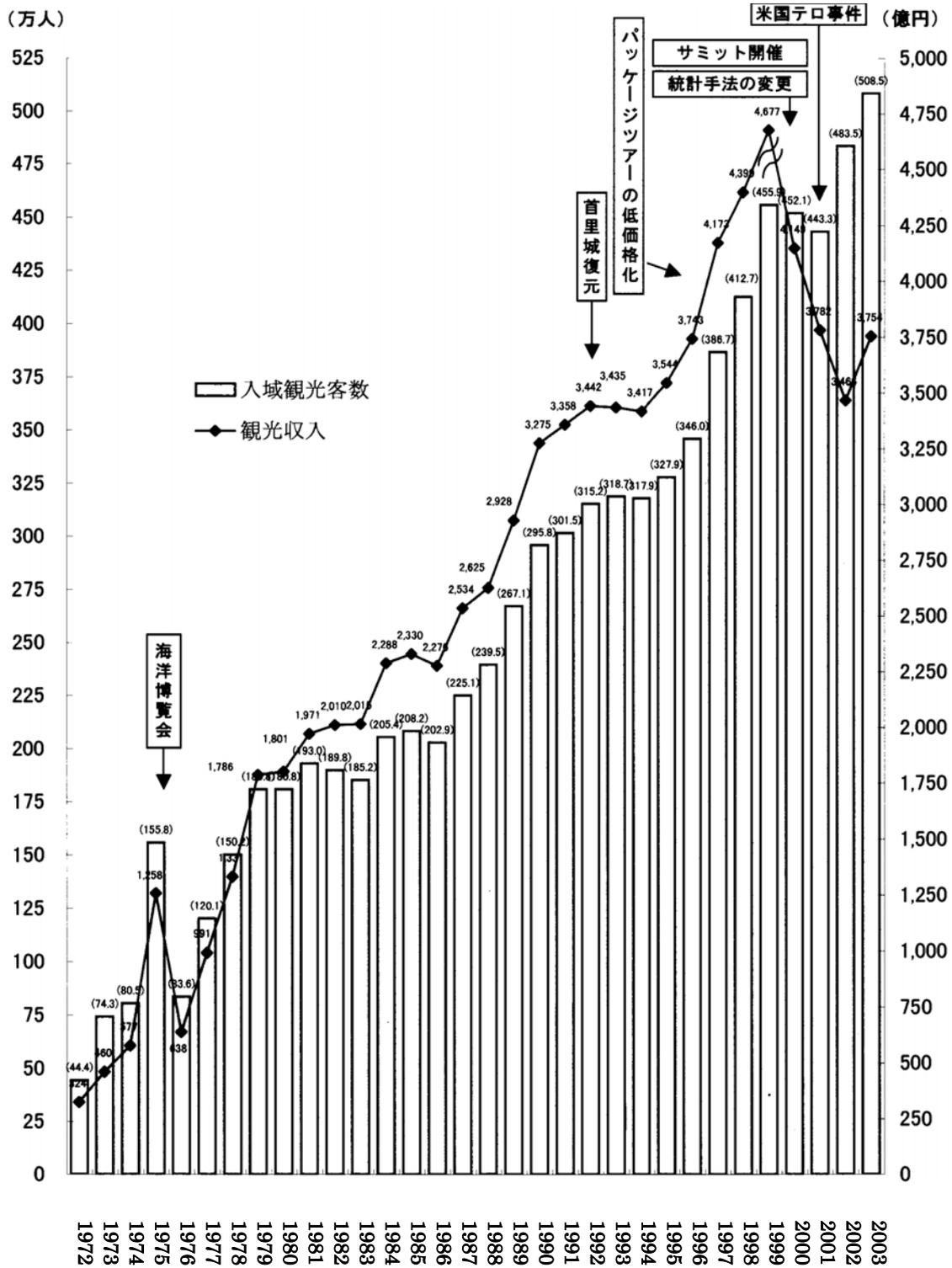
1つめの「K」は、基地経済の「K」である。沖縄戦の終戦直後からは、基地雇用員として生計を立てる人も多く、基地関連施設の建設で沖縄の建設業者は基地経済の中で発展したとも言える。1972年の沖縄本土復帰以降は、沖縄振興開発計画による「本土並み」を目標に社会資本整備が進められ、公共工事が急増した。つまり、2つめの「K」は公共投資である。その後、海洋博の開催で周辺道路建設やホテルなどの建設ラッシュが続いた。近年の建設業界では都市モノレールの敷設工事や、モノレール駅周辺に新たにビジネスホテルが数多く建設されたのが記憶に新しい。3つめは観光の「K」である。沖縄県は「南国の海洋リゾート」として日本人を中心に多くの観光客が訪れる。観光客の多くが「輝く太陽、青い海、白い砂浜」や、メディアから伝えられるような南海のイメージを抱いて、のどかな離島に癒しを求めてやってくる。

しかし2001年の9.11同時多発テロでは沖縄の観光産業が大打撃を受けている事実がある。米軍基地が県内に集中していることから、基地に対するテロの再発を恐れた観光客、特に修学旅行団体のキャンセルが相次ぎ、その結果ホテルをはじめとした観光産業の売上は落ち込んだ。これは、<図1>の折れ線グラフにも表れている。

在日米軍は、日本の安全保障のために存在するのだと言われているが、9.11テロ直後の沖縄を見ればその役割など到底納得できるものではない。9.11テロを機に「基地との共存」が机上の空論であると言われても致し方ない。一方で、軍用地主は多額の地代を得ることによって豊かな暮らしを得ている。沖縄には、基地反対派と容認派が混在してい

る矛盾は有名な話であるが、どちらかを悪者にして基地問題を論じるべきではない。

図 1 年次観光客数と観光収入



出典：平成15年度観光要覧より転載したものを一部修正

沖縄県が2005年3月に発行した県勢概要に「おきなわのすがた」というものがある。その中の産業構造に注目してみると、全国と比較して第1次産業の構成比は1.8%で全国平均の1.3%を上回っている。次に、第2次産業は14.4%で全国平均の27.6%より13.2ポイント低い。第3次産業は88.3%と全国平均の75.5%を12.8ポイント上回っており、全国と異なる構造となっている。特に製造業は4.9%と全国の20.5%の4分の1程度であり、政府サービス生産者³が全国の2倍近い17.5%となっていることなどが特徴であると書かれてある。観光については、2003年に年間入域観光客が500万人を突破するなど、年間を通じた沖縄人気の継続と、離島観光が好調に推移したことなどにより、2004年には過去最高記録を更新する515万人となった⁴。

第2節 3K経済の与えた環境への負荷

1972年の日本復帰以降国の施策として行われた道路や湾口、農業基盤整備など、いわゆる「本土並み」の開発は沖縄の陸地、川、海にとっては、とてつもなく大きい自然環境破壊をもたらした。加えて、1987年6月の「総合保護地域整備法」施行を皮切りにして、全国各地で地元経済の活性化をうたい文句にリゾート開発が隆盛を極めた。リゾート法施行を受けて、沖縄県は1989年に「沖縄トロピカルリゾート構想」⁵を打ち上げ、リゾート法による地域指定受け皿づくりを急いだ。その結果、県内に本土資本による大規模リゾートホテルやゴルフコースの建設計画が殺到した。沖縄県は「一村一品運動」なら

³ 政府サービス生産者とは、国家の治安や秩序の維持、経済・社会福祉の増進などのためのサービスを提供するもの。政府以外によっては、効率的かつ経済的に供給されないような、社会の共通目的のために行われている性格のもので、電気・ガス・水道業、公務からなる。

⁴ 沖縄県『おきなわのすがた（県勢概要）』2005年3月、6頁。

⁵ この構想は、県内各地にあるリゾート施設の建設計画を調べ、土地を確保してあることなど、計画の熟度を調べた。その結果、計画が集中しており、リゾートゾーンとして十分開発可能であると判断される九つの地域を、重点整備地区に設定したものである。重点整備地域は、リゾート法に精神にしたがって、国が定めた各種の優遇策を受けられる。例えば、公共工事の優先的な導入や、地域内に立地する公共性の強い施設（第3セクターなど）には、最大金利ゼロの融資が受けられるなどである。

ぬ「一村一ゴルフ場」という状況が現実となりつつあるのだ。

しかしながら、バブル崩壊など景気後退を背景に、リゾートビーチの整備やゴルフ場経営が行き詰る例も出てきた。私の出身地である本島中北部の東海岸に位置する^{きのぎ}宜野座村、ブルシ浜もその一例で、「宜野座ビーチリゾート」と銘打って開発が進められた。もともと海岸へのアプローチは雑木林とパイナップル畑の間を下って、歩いていかなければならなかった。それでも、白い砂浜と透明度の高い海は赤土流出の被害が少なく、小学校の遠足に毎回訪れる美しい海岸であった。それが、雑木林の傾斜地がごっそり取り除かれてコテージが建設され、海岸への拓けた斜面に様変わりした。開業後数年で廃業したため、荒廃したコテージが今でも空き家となって残されている。資金難のためなのか、海浜工事も中途半端だったため、降雨時には雨と土砂が斜面をつたって海へと流れ出し、かつての美しい景観は跡形もなくなってしまった。「沖縄ビーチリゾート構想」で整備された地域すべてが宜野座村のようになったわけではない。しかし、リゾート法の受け皿を急ぐあまり、計画が十分でなかったのに開発ばかりが先走ってしまったという残念な現実には、沖縄の自然や経済にも爪あとを残してしまった。

自然破壊はリゾート開発に限ったことではない。在沖縄米軍の訓練施設の建設や、山火事や戦車によって地面が荒らされた演習場は、降雨時には土砂が河川や海に流れ出る。結果として、沖縄全土は「赤土汚染」に苦しめられることとなった。赤土流出には、様々な要因があることを認識しなければならない。

本土復帰に伴って進められた開発である、「本土並み」のための産業基盤、社会資本の整備結果は、雨が降るたびに県下の島々を洗い流し、赤土がサンゴの海に流れ込み、サンゴとサンゴ礁の生き物たちに決定的ダメージを与えた。同時に、その赤土の発生源である陸上、川をも含めた自然環境破壊は、取り返しがつかないとまで言われるようになった。中でも畑は、雨が降る度に表土・肥料・農薬・除草剤などが流失し続けやせ細った。赤土流

出は「島が溶ける」という比喩がされたほどだ。例えば、山原⁶の原生林の山を切って、谷間を埋めた農業基盤整備事業では、確かに大型の農業機械を使うことが可能となり、アメリカ大陸のような農業ができるようになった。しかし、沖縄の自然の中では、雨が降る度に土壌が排水溝から川へ、そして海へと流れ込み、赤土汚染は際限なく続いていく。

近年の農地開発では、赤土流出を防ぐために新たな施設の建設も行われている。前出の宜野座村は、復帰に伴う農業開発が県内でも早い次期に集中した地域でもあったことから、赤土流出の問題も深刻で、最近では農地の水質保全対策事業が行われている。例えば畑の周囲に、その根がろ過機能を持つといわれている月桃⁷を植栽するほか、農地の周囲を石垣で覆い、地下暗渠排水^{あんきよ}で沈砂池に集水させる方法もある。地下暗渠排水のように、お金をかければ土砂の流出量を減らすことは出来るが、すべての市町村でどこまで予算的に採用されるかが課題である。

海に赤土が流れ込むと、サンゴ礁のリーフを汚染し、沿岸漁業に大きな打撃を与えた。リーフが汚染された内海での漁獲高が低迷したのに代わって、昔ながらのサバニ⁸を使った沖合でのパヤオ漁によって沖縄の水産業が活況を取り戻した。

1977年に技術が確立してから県内に広まったモズクの養殖は赤土汚染の被害をまともに被っている。本島中部の西海岸に位置する恩納村^{おんな}では、梅雨の時期に大雨でモズク養殖場の場所が分からなくなるほどに海が赤土でにごり、赤土が沈殿するまでに4日もかかったという話がある。更にこの時の赤土汚染によって、収穫したモズクの3分の2が商品価値を失ったということだ。こうした赤土汚染により、リーフ内の魚類は他のリーフに逃げ、逃げられない貝類や海藻類は壊滅的な打撃を受ける。その上ゴルフ場で使用された農薬が流れ込んできたら、サンゴ礁の海は完全に死滅する可能性もある。「白い砂浜とエメラ

⁶ 方言名：ヤンバル。沖縄本島北部(金武町以北)の亜熱帯雨林が広がる、自然豊かな地域をさす。

⁷ 方言名：サンニン。熱帯・亜熱帯に自生しているショウガ科ハナミョウガ属の多年生常緑草本。沖縄では昔から抗菌効果のある月桃の葉を餅の包装材として用いている。

⁸ 沖縄地方で漁業に使用される伝統的な小船。古くは丸木船だったが、今日では板をはぎ合わせて造る。櫂(かい)および帆を用い、近年は船外機も使用する。

ルドグリーンの海」が目玉のリゾート観光にも悪影響を及ぼすことも一目瞭然である⁹。

一方、大型リゾートホテルの進出は、漁民に漁業以外の現金収入ももたらした。例えば、夏場には釣りやダイビング目的の観光客を漁船に乗せたり、ホテルのマリンレジャー施設の臨時従業員に雇用されることによって、現金収入の道を提供される。しかし時には漁民に似つかわしくない衣装の着用をホテル側から求められることもあるという。そこには、ホテル業者の地元蔑視とおごりが感じられ、漁民にいたっては、漁民の誇り、海の汚染への危機感が薄らいできていると話す村の関係者もいる。恩納村のホテルと村とは、契約で従業員を村内から優先的に雇用することになっているが、その実態は芳しくない。ホテルで働く地元民は村内外の農業労働者である場合が多い。それゆえ、近年労働集約型の沖縄農業として成長してきた電照菊の栽培農家にとっては、ホテルの増設は労働力の流出要因となっている。加えて、地域の高卒者の就職先としても受容が多く、重宝されている反面、大学進学率の低下の要因の1つとも言われているのだ。

また、村当局が地元産の一次産品の購入をホテル側と契約していても、熱帯の魚介類の特徴として大きさの揃った多量の魚介類を提供することは困難であり、供給能力不足は否めない。供給能力不足においては、農産品についても同様である¹⁰。私が台湾出身のトロピカルフルーツ農家の方から聞いたお話で、とても印象に残っていることがある。この方は沖縄におけるドラゴンフルーツ栽培の第一人者で、沖縄ではなく、九州に出向いてトロピカルフルーツの栽培方法に関する講演を行っているという。県外の農家の人は、より良い果実を作るにはどうしたらよいのかと、大変熱心に研究するのだが、沖縄の農家の人は県民性からなのか、どうしたらより楽に生産できるかという点に関心がある人が多いのだと、残念そうに話していた。沖縄経済において、農産物などは地域的な特色のある有望な商品であるが、生産者の向上心を育むことが一番の課題なのかもしれない。

⁹ 吉嶺全二「沖縄の自然はなぜ破壊したのか」『世界』岩波書店、1992年2月、242-249頁。

¹⁰ 鶴飼照喜「リゾート開発という名の環境破壊—自然を破壊する側のメカニズム」『エコノミスト』毎日新聞社、1990年1月16日、77-81頁。

市町村財政においては、沖縄に限らずリゾート開発に期待をかける全国の多くの市町村は過疎地であり、その財政基盤も弱い。リゾート誘致のための社会資本整備・維持のために市町村の財政が逼迫するおそれがあることは、恩納村の上水道施設の経緯と水道事業拡張計画が暗示している。

同村で上水道が導入されたのは、1977年になってからであり、それまで村全域では簡易水道が利用されていた。そして、上水道の新設当時には上水道を希望する集落は15集落のうち、わずか2集落であり、普及率も1985年度までは、10%台にとどまっていた。1990年頃になると、集落周辺の水源地の汚染が進み、上水道を希望する集落がようやく増加しているが、給水が始まってから12年目の1988年度の上水道普及率は37.3%にすぎない。こうした経緯は慢性的な水不足に悩む沖縄県民にとっては不可解である。集落に水源があり上水道の必要を感じないならば、村がすべきことはその水源地の環境を保持して既存の水利用の体系を維持することであろう。2ヶ月も晴天が続けば断水の心配をしなければならない県民にとっては、簡易水道の利用が減り、上水道の利用率が上がることは、上水道施設は大型ホテルのためといっても過言ではなく、上水道建設に税金を投じることは手ばなしに喜べないのである。

恩納村は大型ホテルの建設が次々と進み、本土企業のリゾートホテルの密集する地域である。リゾート開発は新たに大量の水需要を引き起こし、そのために新たなダム建設を計画するという構図ができる。ダム建設は当然のことながら大規模な自然破壊をもたらすとされている。また、上水道敷設による自治体財政への影響が懸念される。

前述した地域社会の経済・財政が、リゾート施設を持つ企業—その多くは本土資本の大企業—に従属することになる。地域経済の活性化という甘いフレーズのリゾート開発が、中央大企業への従属化という結果を引き起こすのである。

恩納村における従属化ともいえる具体例がある。地元の老人たちがリーフで貝拾いをしていたら、観光客に不快感を与えるという理由でリーフから追い出されたというのだ。リ

リゾートとは、その土地の中で生活し、その地の自然や文化をもとの姿のままで体感することである。村民が村の海で釣りを楽しみ、貝を拾い海藻を採って夕餉の食膳に乗せることは地域の生活そのものであり、自然に密着した沖縄の文化に他ならない。リゾート施設を建設する際すでに自然を破壊し、そのうえ村の生活と文化さえも否定するものが、正統なリゾートとしてまかり通っている。

このように見てくると、大型ホテルの進出に代表される沖縄リゾート開発は、国や県のいうように決して沖縄経済の活性化に有効に作用するとは言い切れないのである。自然環境破壊、農水産業の衰退など、既存の産業や資源に与える影響は大きい。

第3節 3K経済に代わる新たな産業

日本政府や沖縄県は、「3K経済」に代わって沖縄の経済を盛り立てるため、新しい産業の振興に力を入れている。行政側は、経済面においてこれまでの国や県主導ではなく、民間主導による自立型経済の構築という視点から沖縄振興を行うという見解を、2002年当時の尾身幸次沖縄及び北方対策担当大臣が述べている¹¹。新たな産業の促進によって、関連産業の集積や人材の育成、雇用の増加を進めることを目的にしているのだ。

その代表的なものの1つが、「全県自由貿易地域」である。沖縄をフリートレードゾーン指定することで、貿易の中継地点としてアジアと日本の架け橋となり、経済的にも収益を上げようと目論んだ。しかしそれは、関税を撤廃することで、ただでさえ競争力の弱い県産品が、世界の経済システムに晒されることにもつながる。

他にも、情報通信産業（特にコールセンターが中心）の集積促進を目標とする「マルチメディアアイランド構想」なるものがある。全国に比べて安い人件費やオフィス使用料、豊富な若年労働者などに加え、国や県が誘致政策の目玉として打ち出した通信費の8割補助や、30歳未満の若年を雇用した場合に賃金の半額を助成する雇用開発助成金などの、

¹¹ 沖縄総合事務局広報誌『群星－沖縄復帰30周年記念特集号』2002年6月号／第282号、1頁。

期限付き優遇措置が、情報通信業各社の沖縄進出を後押しした。しかし、相次ぐ企業進出に人材供給が追いつかないといった現状がある。企業側からすると、若年者の就労意欲の低さや一般常識の欠如など、採用基準を満たす人材の不足が指摘される。一方求職者側からすると、契約社員から能力に応じて昇格していく雇用形態に対する不安や賃金面での不満など、雇用のミスマッチも指摘されている。

加えて、国内初の金融業務特別区（以下、金融特区）を設けたことも特徴的である。金融特区は沖縄県本島北部に位置する名護市において開発が進められているが、政治的な思惑が絡んでいることは誰の目にも明らかだ。普天間基地の代替施設の移設先が、名護市辺野古のキャンプシュワブ沖であり、その見返りとして地域振興の名目で金融特区の誘致が行われているとも受け取れる。

漠然と頭の中で、違ふと感じながらも、あやふやに見えていた国や県の政策を見極められるようになった第一歩が来間文献であった。経済振興というアメが、基地負担というムチと引き換えにされてしまうのが、沖縄の抱える大きな問題の1つではないだろうか。

そこで、沖縄経済を悲観的に捉えるのではなく、肯定的に捉えることで、現状を活かした振興策を模索したい。

第2章 沖縄観光の現状

本章では、沖縄コンベンションビューローの調査報告書を主な手がかりとし、「観光立県 沖縄」として深化していく沖縄県のこれまでと、今、そしてこれからを考察していく。

1972年の本土復帰後、沖縄の観光は、国主導の沖縄振興計画の中でも重要産業に位置づけられ、リーディング産業としての役割を果たしてきた。約3800億円(2003年)の観光収入は沖縄の主要な財源であり、2002年から始まった第4次振興計画でも、発展の可能性が高い産業のひとつとして「観光リゾート」が挙げられている¹²。振興計画には、リゾートウエディングやエコツーリズムなど新しい分野が組み込まれ、発展に力を入れている。個人的な経験からいって、エコツーリズムに積極的なのは沖縄で生まれ育った人ではなく、他県などから移住してきたいわゆる「ナイチャー」の人が圧倒的に多い。沖縄の自然を愛している他県出身者が、エコツアーガイドを務め、県外からの修学旅行生の案内や、県民への自然学習を手助けしている。沖縄県出身者として、いささか恥ずかしい気持ちになってしまう。

第1節 観光産業の必要性

地域の発展のためと考えて米軍基地を誘致する自治体もあるほどだが、私は米軍基地がなくても政治・経済が成り立つ沖縄が望ましいと考える。それは公共工事にも言えることで、国からの補助金でまかなわれる公共工事はこれから先の沖縄経済を支えていけないものではない。現に、沖縄県内の建設業は公共工事の減少に伴って建設業の景気状況は低迷が続いているのである。

普天間^{ふてんま}基地の移設先に決まった名護市のキャンプシュワブ周辺地域は、過疎地域にも関わらず、コールセンターや独立行政法人海洋科学技術センターの施設、人気のない真新し

¹² 南敦子(エコノミスト編集部)「本格的「観光立県」として歩み始める沖縄」萩野一政ほか「沖縄移住!? ブームの現実」『エコノミスト』2004年9月7日、87-89頁。

い公園など、「ハコモノ」建設が続いている。小泉内閣の三位一体改革によって市町村への交付税がカットされ、市町村合併が進んでいく中、沖縄経済を牽引している観光産業こそ真のリーディング産業として更に発展させるためにはどうすればよいのか、本論文では考えていきたい。

現在の経済振興策を概観すると、観光業にしても公共事業にしても、振興策というアメと引き替えに基地負担というムチという政治的思惑がどうしても見え隠れし、気になってしょうがない。沖縄の中には基地収入を肯定的に捉え、これを活用して経済の活性化をしようと唱える人もいるから、アメとムチという現象が生じて当然かもしれない。

沖縄タイムスでは、沖縄経済について1999年から2000年にかけて「自立へのパスポート」という特集が連載された。沖縄経済が自立するためにはどうすればよいのか、沖縄の得意分野として近年注目されている、健康食品、観光、情報通信産業に焦点を当てた取材がされた。これら3つの産業の中でも観光産業は歴史も長く、実績を残している。記事の中にも「観光は好調が続いており、今後も県経済の柱となると思う。一過性でなく、リピーターを確保するには魅力づくりが大切だ。…青い海、青い空だけではなく、沖縄独特の魅力を作って差別化を図る必要がある。」と連載の最終回を締めくくっている¹³。

沖縄社会の中で、沖縄経済を観光業にかける期待は大きい。しかし、ホテルなどの従業員は本土企業がほとんどで、県出身者の高卒者などはパート・アルバイトなどの雇用形態が多い。ホテルにかけられる雇用促進の期待とは裏腹に、低学歴化を引き起こす背景ともなっているのが現状だ。既存のリゾート型の観光業のままでは、観光産業と沖縄社会との溝が深まることは必至である。この考え方は観光開発が経済・社会・環境的な側面で、負の効果を与えたとする「警告の土台」¹⁴を参考に導き出した考え方である。本論文では詳しい記述は行わないので、参考文献を確認いただきたい。観光産業は、沖縄経済では基幹

¹³ 「記者座談会'99-00/自立へのパスポート(40)」『沖縄タイムス』2004年4月20日付、朝刊 第9面。

¹⁴ 安村克己『社会学で読み解く観光-新時代をつくる社会現象』学文社、2001年、31頁。

産業としての地位を確固たるもとしているが、その中身は上に挙げただけでも課題が山積している。沖縄において観光産業の重要性を第一段階として踏まえた上で、ゆうなればく持続可能な観光開発のための方法を模索していく。

第2節 沖縄観光のこれまでと今

沖縄県観光振興基本計画によると、沖縄県の入域観光客数は、1971年の20万人台から、復帰の年の1972年には2倍の40万人台へと増大し、沖縄海洋博覧会が開催された1975年には156万人へと大幅に増加した。さらに海洋博を契機として、道路、港湾、空港等の社会基盤の整備が進められたこと、沖縄の持つ魅力が国内に周知されたこと、航空各社による沖縄キャンペーンが開始されたことなどにより、1979年以降は常に180万人以上を維持し、1984年には200万人を突破した。

その後も民間投資による海浜リゾート設備の整備、リゾート地沖縄としてのイメージアップ、プロ野球の沖縄キャンプ、各種イベントの定着等により着実な伸びを見せ、1991年には300万人を突破した。1992年から7年にかけて、長引く景気低迷と海外旅行との競争激化により、入域観光客数の伸びが低迷した。その後、デスティネーションキャンペーン展開と前後して、沖縄—本土間の航空運賃の低減、航空路線の拡充、低価格旅行商品の流通等により再び増加となり、1999年には456万人まで増加した。そこにきて、2001年の9.11テロの風評による観光客、特に修学旅行客の相次ぐキャンセルである。沖縄県はテロの標的となるという噂などで県内の経済活動に支障をきたさないことを目的として、事件の約1ヵ月後から「だいじょうぶさ～沖縄」キャンペーンを実施し、沖縄への観光誘致を数ヶ月に渡り全国展開した。各都市でチラシの配布やパレードの実施、マスメディアを利用しテレビコマーシャルの作成、民放各社による沖縄からのテレビ中継などさまざまな展開により、約半年間でほぼ危機を乗り切ったといえる。具体的には、日本各地で民族芸能エイサーの上演が行われた。テレビでは、46都道府県をカバー

する29地区のテレビ局で合計約4600回のコマーシャルが流れた。テレビコマーシャルのBGMには「沖縄ポップ」のグループ、りんけんバンドの音楽が使われた¹⁵。

沖縄県観光商工部では、2005年（1～12月）は過去最高の547万人前後となる見込みで、2006年はさらに18万人（3.2%）上回る目標を掲げた。1972年の本土復帰以降の入域観光客累計は1億人を突破すると予測している¹⁶。1972年から2003年の観光客数と観光収入は6ページの<図1>で表している。

日本全体の観光者の実態は、1970年の大阪万博を契機に国鉄の「ディスカバリー・ジャパン」というキャンペーンで国内旅行へ出かける人が増えていった。日本では先進諸国に比べて、企業の福祉厚生施設は造られたものの、長期休暇制や有給休暇などの改善の遅れとともに国民宿舎などは普及しなかった。1980年代になると、これまでにマス・ツーリズムといわれる団体旅行から、個人旅行へと人々の関心は向けられた。それは、より個別的・主体的・能動的な旅行を望む人が増えたからだといえる。言い換えるなら「みる」観光から観光者個人が体験を求めるような「する」観光へと移行しているということだ。沖縄を訪れる観光客はリピーターの増加が注目され、沖縄本島の観光を経験したリピータ層は沖縄本島よりも周辺離島に赴いて滞在する人が増えつつある。リピーター率の増加については、<図2>の棒グラフに表している。

国内パッケージ旅行商品の1人あたりの単価は、1991年をピークに年々減少してきている。「安・近・短」といわれた旅行が、90年代の新しい旅行スタイルの主流の1つになった。その後、航空料金競争の激化、低廉化によって「安・遠・短」も可能となり、近距離・遠距離に関係なく、安売り航空券、割安パッケージ旅行が出回る時代を迎えている。

個人旅行マーケットも、家族旅行、夫婦旅行、友人との旅行、一人旅などの各種旅行体

¹⁵ 梅田英春「ローカル、グローバル、もしくは「ちゃんぶるー」—沖縄観光における文化の多様性とその真正性をめぐる議論」橋本和也・佐藤幸男編『観光開発と文化』世界思想社、2003年、83-84ページ。

¹⁶ 「06年観光客565万人目標/復帰後累計1億人突破へ/県観光商工部」『沖縄タイムス』2005年12月28日付、朝刊、第1面。

系の中でさらに細分化されており、それぞれが異なる旅行志向および旅行行動を持っている。特に、最近の旅行スタイルは「十人十色」と言われており、同行者によって行き先や目的、行動などが異なり、様々な旅行をする傾向がみられる。受け入れ側の観光地でも、市場の細分化に伴い、それぞれのマーケットに対応した受け入れ体制の整備が必要となってきた。

近年、従来の旅行とは異なる様々な旅行スタイルが出現し始め、今までの主流であった「見る」活動だけでなく、「参加・体験」が可能な活動に対する欲求も高まってきている。エコツーリズム、グリーンツーリズムなどは、すでに新しい旅行スタイルとして認知されてきているが、これ以外に世界遺産ツアーや健康増進旅行等にも関心の幅が広がってきている。

沖縄観光の背景には、高齢化の進展や個人旅行化、旅行の低価格化、市場の細分化、観光の多様化などを描くことができる。

高齢者人口の増加は、余暇マーケットに大きな影響を及ぼしている。性・年齢別国内旅行者の割合で上位にあった20代、40代の女性層は順位を落とし、21世紀初頭からは50代以上の男女層が上位を占めるとの想定もある。すでに、高齢者の登山やトレッキング旅行、趣味や地域の集まりの旅行等、高齢者の旅行が平日の旅行市場の中心になりつつある。また、3世代旅行のように高齢者が中高年層、若年層を連れ立っていく旅行も増加傾向にある。旅行を含めた全体の旅行マーケットの中で、出張や職場旅行等、勤め先や仕事関係先が旅費を負担する旅行は全体の20%であり、個人負担の旅行が残り80%を占めると推計される。こうした個人旅行が大半を占める中、個人がそれぞれの価値観と評価で旅行を選択する傾向が強まってきている。沖縄県が進める観光振興基本計画の基本姿勢は、(1) 自立に向けた地域主体の観光振興と(2) 豊かな資源との共存、新たな資源の発見と活用の2つが掲げられている。21世紀初頭の沖縄県観光・リゾートは、これまでの発展を支えてきた受け入れ体制や誘致活動を見直すとともに、新たなニーズに対応した新

しい魅力づくりを進め、「新たなる観光・リゾート構想」を構築していこう、というのが県の考えだ。(1)では、多様化するマーケットの志向に対応して、地域の特性や主体性を生かした、きめ細かな観光・リゾート地づくりを進め、地域の総体としての魅力を高めていく必要がある。また、観光・リゾート産業分野でのニュービジネスの創出や農林水産業、製造業など、地場産業との連携を強化するなど経済波及効果を高める必要がある。(2)では沖縄県の「青い海、青い空」をはじめとする自然資源、特色ある歴史・文化資源などの優位性を再認識し、これらを積極的に活用すると同時に、保全・育成に取り組むなど、資源との共存を図る姿勢が重要である。また、健康・保養や長寿・癒し、体験・滞在型観光などの新しい活動に対応して、新たな魅力づくりのための潜在的資源の発掘・活用に取り組む必要がある¹⁷。

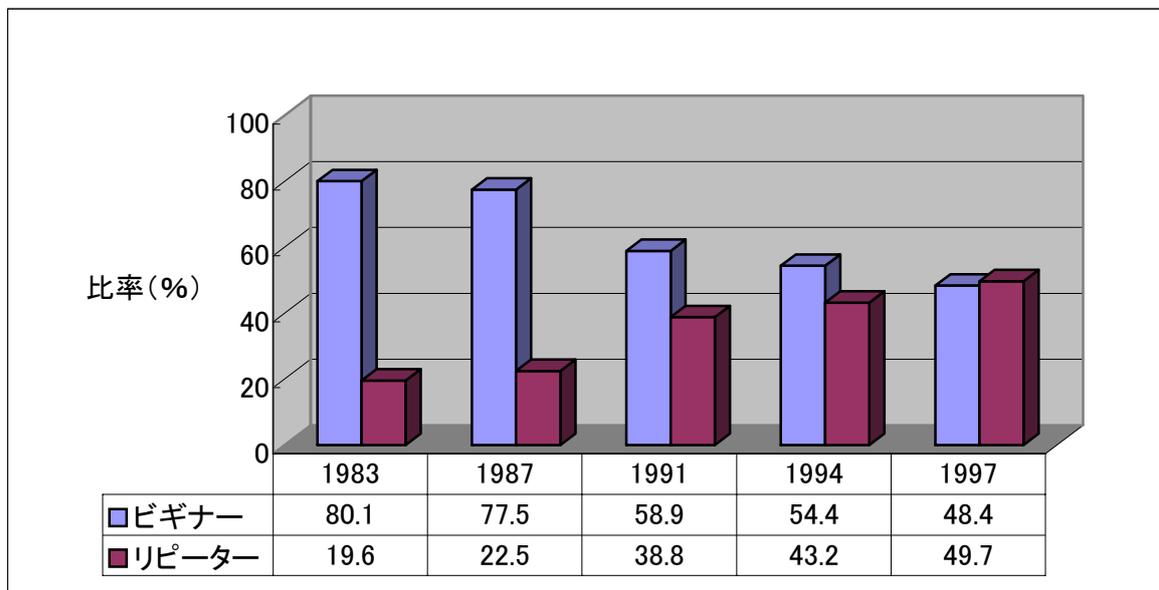
内閣府沖縄担当部では2004年5月、離島活性化調査検討会議（通称：美ら島会議）を設置した。これは、国と地方の税財政の三位一体改革の影響などを受け、厳しい環境下にある沖縄の離島の活性化を促していくことを目的としている。2005年4月には、民間有識者らで構成する「美ら島ブランド委員会」が発足した。沖縄離島活性化特別事業の一環として盛り込ませた「一島一物語」は、離島ブランドの確立を目指して、活性化の調査検討・具体化に対する支援と新規の環境配慮型観光利便施設のモデル事業の2つからなる。事業費は国が3分の2、県・事業主体となる市町村が6分の1ずつ負担する。事業費は内容によって異なり、多くて3,000万円前後の見込みである。本土復帰、バブル期の海浜リゾート中心の観光ブームに次いで「第3次開発ブーム」を迎えた今、先にリゾート開発が進められた沖縄本島とは違って、豊かな自然が残る離島観光は、豊かな自然が残っているのでまだ「みる」観光でやっていける。ただし、自然を活用する一方で、目先の利益ばかり優先したリゾートホテルの乱開発を防ぎ、自然環境の保全に努めなければ、結局は自分の首を絞めることになる。「一島一物語」においては、参加した俳人の黛まどかさ

¹⁷ 沖縄県観光リゾート局観光企画課『沖縄県観光振興基本計画』沖縄県、2002年5月。

んが、地元にとっての活性化の意味を議論する必要があると指摘。「水平線や満天の夜空が、あるいは何も無いことが地元にとっては宝かもしれない。地元の意見をよく聞き話したい」と抱負を語った¹⁸。このように、あるがままの環境をセールスポイントにした観光資源は開発の余地が大いに残されている。

『沖縄県観光振興基本計画』を見る限り、沖縄県としてもこれまでのリゾート開発だけに重点を置いた観光振興に加えて、他の観光資源の開発・保護に乗り出していく姿勢がみられる。しかし、優先順位としては未だにリゾート開発の方が上位のままである。

図 2 沖縄県観光客のビギナー、リピーター率の推移



出典：沖縄沖縄観光マーケティング調査報告書を参考に筆者作成

18 「〈統一ブランド必要〉/美ら島委 活性化へ有識者提言」『沖縄タイムス』2005年6月16日付、朝刊、第9面。

第2節 観光における観光文化の位置づけ

ここまで私は、観光開発が沖縄経済にとって、リーディング産業として大きな役割を担っているという考えの下で議論をしてきた。そして沖縄にみた既存の観光開発が、リゾート中心であり、その結果として、環境破壊や地域住民や市町村への負担・損害を明らかにした。私は、これまでの主力であり、現在も推進されているリゾート中心の観光開発ではなく、沖縄の文化を観光資源として振興するべきではないかという意見を持っており、そのような視点から第2章で論じた。本章では、沖縄の観光現場で応用可能と思われる「観光文化」の問題点を分析し、今後の沖縄文化の観光資源化における問題点を明らかにしたい。ここでいう「観光文化」とは観光者が観光の現場で出会う文化で、本来の文脈から離れた文化が、出し物としてほんの少しだけ上演・提示されるものを指す。

第3節 沖縄ブームの背景

沖縄が、日本国内において大きなブームとなったのには、序章で述べたようなメディアを通じた沖縄文化の浸透が主な背景といえる。沖縄ブームの文脈の中における観光者は、沖縄が歩んだ歴史やそれによって背負っている問題について、沖縄が好きと言っている割に、きちんと理解している人は多くない。沖縄に移住する人が多い一方で、沖縄独特の社会常識や生活習慣、コミュニティーのつながりなど、観光で訪れることと、生活することのギャップは予想以上に大きいと言われるのは、理解不足があるのではないだろうか。そのため移住者の中には、経済的に苦しくなったり、沖縄社会にうまく溶け込むことが出来ずに、住み続けることを諦める人も少なくないという。移住者の多さと共に、沖縄を後にする元移住者の存在を語る人はあまりいないのだ。

そこで、沖縄ブームを覚めた目でみつめる著者の書いた文献から、沖縄のメンタリティーと、それに惹かれるナイチャー—大和の人、内地の人を意味する—（沖縄の人は沖縄県以外の人々のことを、ひと括りにしてこう呼ぶのだ。）の視点からみた沖縄ブームの背景は

こうである。沖縄は、二度の「琉球処分」と沖縄戦、戦後27年間にも及ぶアメリカ占領統治によって、幾度となく地獄とどん底を味わってきた。平成になってバブル経済がはじけると、殺伐とした日本社会の中から、ナイチャーは癒しの地を求めるようになった。そして見つけたのが沖縄ということなのだ¹⁹。沖縄という土地と、沖縄の人が持つ寛容さや優しさに惹かれたのは、ナイチャーが自らの傷を癒すためという考え方だ。

政治学的な視点を借りるならば、南島リゾートにみられる観光開発は、帝国主義の眼差しと植民地主義的言説に支配された「開発」が依然として継続されていることを示していると言え換えられる。日本においては、1978年には『海と島の旅』誌が発刊されたことで、90年代からのリゾート人気とともに「南の島」に遊びに行くという発想が芽生え、より一層植民地的言説に彩られた「楽園」イメージのステレオタイプが普及した。

南太平洋島嶼国・地域の観光振興は、経済自立の模索が主張される論拠ともなるが、「自然と文化豊かな」環境にやさしい観光が地球規模の環境認識の深まりと一部の裕福な先進諸国の観光客のニーズに支えられながら、エコ・ツーリズム開発にシフトしてきている。「楽園」のイメージとして流布されてきた南太平洋島嶼国・地域における観光開発は、外貨獲得源として、さらには援助案件として積極的に導入されてきている²⁰。

植民地主義による「近代」を批判し、社会運動を「開発」に置換し、地域主義、土着性、サブ・カルチャーに、ポスト・コロニアル的抵抗と共生の可能性を見出した。「伝統文化」を基盤にして、観光用に仕立て上げられた文化（観光文化）が創出される場が、観光コースには存在する。沖縄をはじめ、ハワイやバリ島など、大勢の観光客が訪れ観光開発が進んだ地域では、観光客が好む観光文化が提示される。一方、第三世界など観光開発が途上の地域では、地域住民が継承する「伝統文化」とほぼ同じ内容の観光文化が示される。したがって観光客は第三世界の観光目的で提示された観光文化に対して戸惑いや不満を抱く。これ

¹⁹ 勝谷誠彦「なぜ沖縄か—その包容力に甘えるヤマトンチュ」『エコノミスト』毎日新聞社、2004年9月7日、90-91頁。

²⁰ 佐藤幸男「観光開発と文化をめぐる政治経済学」橋本和也・佐藤幸男編『観光開発と文化』世界思想社、2003年、90-91頁。

は、観光客と受け入れ側であるホストが「文化的文脈」を異にすることによるものである。第三世界でみられる多くの観光文化では、ホストにとっての「楽しみ」や社会的意味がゲストである観光客の「楽しみ」に値しない²¹、という評価もある。観光文化には、ホストの自文化にまつわる誇りと、ゲストへの迎合というジレンマが存在するということにつながる。そしてゲストがホストの示す観光文化に違和感を抱く地域でも、開発の進展とともにゲストが受け入れ可能な地域独自の観光文化を独立しうる。

第3章の「ローカル、グローバル、もしくは「ちゃんぷるー」—沖縄観光における文化の多様性とその真正性をめぐる議論」では、観光開発が進んでいる沖縄において、観光文化の対象から外れた文化資源が顧みられなくなる危険が指摘されている。

1972年の日本復帰以後、沖縄では急激に観光開発が進展する。復帰後、観光客数で最初のピークを迎えた要因は、1975年7月から穂九年の1月まで行われた沖縄国際海洋博覧会である。この開催はすでに、第1次沖縄振興開発計画において、国際交流の場の形成、観光の振興および海洋開発などを進める上で、大きな力となることが明文化されている。実際には、開催時期が通貨不安定から来る国際経済事情の悪化、オイル・ショックによるインフレなどの悪条件に重なったこと、さらにはオープニング時に起きた皇太子・同妃への火炎瓶襲撃事件などの影響もあって予定していた入場者数に達せず、この功罪については様々な議論がある。しかし観光の振興についてみる限り、沖縄中部地区の開発、道路網の整備、大型ホテルの建設などインフラの面では大きな飛躍をとげたことは疑いない。この時期の沖縄観光は、復帰前にはあった沖縄の「文化的側面」が抜け落ち、輝く太陽、青い海、白い砂浜という「南国イメージ」へと変化していった。

こうした新たなイメージは、本土の企業戦略によってゲスト側へ付与されたものであった。それに答える形で、沖縄の観光開発は徐々に進行していった。本当中部の恩納村には大型のリゾートホテルが建設され、ホスト側の人々による「南国イメージ」が演出される

²¹ 中村純子「観光文化としての先住民家屋—ニューカレドニアのカーズ観光」橋本和也・佐藤幸男編『観光開発と文化』世界思想社、2003年、149頁。

一方で、ホスト側は「歴史に根ざした文化的独立性を誇示しうる自己イメージ」を強めていった。「南国イメージ」が付与されていく中で沖縄の人々による文化的抵抗とも受け止められる。この大きな契機は1992年の首里城復元や、1993年のNHKドラマ『琉球の風』、沖縄サミットが開催された2000年には、首里城をはじめとするグスク群が世界遺産に登録されたことで、歴史的遺産は以前にもまして注目されるようになった。2001年NHK朝の連続テレビ小説『ちゅらさん』の人気に火がつき、更なる沖縄ブームに拍車がかかった。一連の流れから分かるように、沖縄観光における文化は一時の海洋リゾート中心から、徐々に文化的な側面を取り戻しつつある。

しかし、観光客が持つ沖縄の観光の文脈における文化のイメージは、戦前から沖縄の民族的アイデンティティと強く結びついていた文化や、観光化の中で新たに民俗性を獲得した文化だけでなく、沖縄の地域特性とは程遠いモノにも付与されているのではないだろうか。土産物屋で販売される汎アジア・アフリカ民芸品は、沖縄のローカルな文化とは無関係でありながらも、新たな沖縄イメージの表象ともうけとめることができるのである。

沖縄を訪れる観光客は、沖縄の文化に対し、さまざまなイメージを持っており、そのイメージが表現されたモノは、伝統音楽や芸能といった民族性を色濃く反映したモノから、アメリカ文化、さらには汎東南アジア・アフリカ文化の民芸品にいたるまで多種多様であることが明らかになった。一方、ホストである沖縄社会は、観光客が沖縄にイメージする文化をさまざまな形で提供したが、そこにはホスト社会がこだわり続ける「真正性＝ホンモノ」の壁が立ち塞がった。

戦前に沖縄の人々のアイデンティティと深く結びついた文化に対し、ホスト社会は強いこだわりをみせ、社会は観光の文脈の中で創造されたエイサーを「ホンモノ」とみなすことができず、さらには、行政サイドは文化政策の中で「文化の客体化」に踏みきれずにいる。「観光文化」の定義に、「観光者の文化的文脈と地元民の文化的文脈とが会うところで、各々独自の領域を形成しているものが、本来の文脈から離れて、一時的な観光の楽し

みのために、ほんの少しだけ、売買されるもの」というのがある。ホスト社会が持つ文化を、商品化の過程で経済的利潤を与えようとすれば、本来持つ文化的背景が脚色されたり、薄められたりすることは、観光化という結果においては当然のことなのかもしれない²²。

²² 梅田英春「ローカル、グローバル、もしくは「ちゃんぷるー」—沖縄観光における文化の多様性とその真正性をめぐる議論」橋本和也・佐藤幸男編『観光開発と文化』世界思想社、2003年、83—111頁。

第3章 事例研究 闘牛の観光化について

第4章では、観光資源開発としては発展段階のはじめにある沖縄闘牛を取上げ、闘牛を沖縄文化のひとつと位置付た上で、現状を把握して観光化に向けた取り組みから、観光資源化に向けた課題を明らかにしたい。

第1節 沖縄闘牛について

(1) 闘牛の概要

闘牛と聞くと、スペインで行われているような、人と牛が闘うものを連想する人が多い。しかし、牛同士を闘わせ、先に逃げた方を負けとするのが日本の闘牛である。現代において、多くの伝統行事が従来の意義を失い、消滅あるいは縮小していく中で、闘牛は山形県山形村（呼び名：牛の角突き）、新潟県小千谷市・旧山古志村（牛の角突き）、東京都八丈島（牛の角突き）、島根県隠岐（牛突き）、愛媛県宇和島地方（闘牛）、鹿児島県徳之島（牛オーイ・牛トロシ）、沖縄県（闘牛・ウシオーラセー）などで行われている。

徳之島と沖縄の場合は娯楽としての意味合いが色濃く、決着がつくまで戦わせるなど、牛の強さからいっても全国的に盛んな地域である。一方で、本州の闘牛は無形文化財に指定されるなど、伝統文化として公式に認められている側面がある。新潟の牛の角突きは、勝敗が決まる前に勢子が牛をロープで括り、引き離す。宇和島闘牛は興行化に成功している代表例である。

日本以外にも闘牛文化はみられる。韓国の清道という地域では技の面など、日本と同じような闘牛が行われている。日本の闘牛は、韓国など朝鮮半島から伝えられたという話があるほどだ。スイスには牝牛が首にカウベルをつけて戦う闘牛がある。他にも、トルコやジャワなどにも闘牛があるといわれている。

牛は本来、群れを作る動物で集団の中で順位決めを行う習性がある。この習性を利用したのが闘牛であるので、前述したように、世界中、日本中にこのような文化が見られると

考えられる。沖縄闘牛は、地域の娯楽として根強い人気がある。沖縄闘牛の起源は17世紀にさかのぼるとも言われ、農村娯楽、伝統娯楽として受け継がれてきた。「ウシオーラセー」と言って農家の人々は、日々の農作業の合間の数少ない娯楽として楽しんだ。尚、闘牛の歴史については、市史や村史などを基に書かれた文献を引用して、巻末の資料により詳細な内容が書いてあるので、参照いただきたい。

(2) 闘牛場

沖縄には13の闘牛場があり、地域別にみると沖縄本島北部3カ所、中部7カ所、南部1カ所、八重山2カ所である。しかし、実際に闘牛大会が行われているのは、この中でも5ヶ所程度にとどまっている。闘牛場の規模は大小あり、収容人数は異なるが、造りや形は似通っていて、すり鉢型の闘牛用リングをぐるりと取り巻いて観客席が設けられている。観客席といっても椅子(ベンチ)が置かれている闘牛場は、全天候型ドームのゆかり牧場の1カ所ぐらいで、その他は芝生の斜面であったり、コンクリートの階段状になっているところに腰掛けて観戦するのがほとんどである。夏になると直射日光が強いため、斜面に植えられた木陰に人気が集まる。闘牛場に通り慣れている人の中には、太陽の沈む方角を考えた上で座る席を決める人もいる。闘牛場はすべて自由席で、闘牛の迫力を最も楽しめる最前列に座るためには、遅くとも試合開始の1時間前には会場入りしなければならない。加えて、駐車スペースが十分に確保されていない場合が多いので、開始時間まぎわに来た人や遅れた人は、駐車する場所を探すために右往左往することもしばしばである。結果として、民家の前や駐車禁止の道路に停めて、地域住民に迷惑をかけてしまうこともある。

(3) 闘牛大会

闘牛大会は多い時期で毎週末、少なくとも月に1回は開催されている。沖縄の闘牛大会は、春(5月)、秋(11月)の全島大会では、人気牛やそれまでのローカル大会で連勝して

きた強豪牛が出場するため、多くの闘牛ファンが駆けつける。これに加えて正月は、1月1日が北部、2日が中部、3日が南部の闘牛場と、本島各地にある闘牛場で闘牛大会が行われて、闘牛ファンにとっては各地を回る忙しくも楽しい3日間となる。

観客は「ローカル」では400～700人前後、「準全島」で1000～2000人前後であるが、「春秋の全島大会」では3000～4000人余の観客が詰めかけ、テレビ、新聞などでも大会があった翌日など、地域のニュースとして報道されている。

観戦料は全島大会で3,000円、その他準全島大会やローカル大会では2,500円となっている。高校生以下は半額、もしくは無料となっている場合が多い。加えて祭りでの闘牛大会は無料で観戦することができる。この観戦料は参加した牛主への参加料として分けられる。闘牛場の入り口で入場料を払うと、その日を含めた闘牛大会の対戦表が手渡される。



写真 1 入場口でお金を払い、取り組み表を受け取る人々。2005年筆者撮影。

闘牛の試合では再起不能となる牛も出るほど激しい闘いもあり、出場する牛も牛主もリスクを負うことを覚悟して試合に臨むことになる。大会に出場後は、疲労や怪我の回復を含め、次の大会に出場できるようになるまでには3ヶ月かかるとも言われている。

闘牛は軽量級800kg以下、中量級800～900kg、重量級900～1000kg

g、超重量級1000kg以上で、スペインの闘牛が500kg以下であることを考えると非常に巨体であるのが分かる²³。

牛には番付があり、横綱、大関、関脇戦に出場する牛の金額は、格下である他の試合の牛より高くなるが、試合の勝敗で金額は変化しない。出場料は、入場料収益の金額によって決められる分配法であり、勝った牛にも負けた牛にも同じ金額が払われる。

闘牛大会は、普通は10番戦行われ、白組と紅組に分かれ、軽量級の試合から始まり、関脇、大関、横綱（シーの一番）が最終戦となる。戦っている最中、牛を判別しやすいように、尻尾に赤か白のリボンを付ける。

またウシオーラサー（＝闘牛士、勢子）とって、試合中に牛の側で掛け声をかけて牛を励まし、時には奮起させて試合を盛り上げる人がいる。二頭の牛にそれぞれ数人のウシオーラサーが待機しており、数分おきに勢子が入れ替わりながら一人ずつ掛け声（ヤグイ）をかける。注目の取り組みにはウシオーラサーの数も多くなる。長期戦になればなるほどヤグイで試合の流れが変わることも多く、その掛け声ひとつとっても、三者三様あって面白い。ウシオーラサーは牛の戦い方や性格などの特性を熟知し、牛に合わせたヤグイの技術が求められる。

（4）闘牛の課題

闘牛には様々な問題がある。その代表が後継者不足である。これは、闘牛ファンの減少とも深く関わりがあり、闘牛場に訪れる人の顔ぶれを見ても若者の姿が少なく、年配者が多いという特徴がある。闘牛を幼い頃から見してきた人が、大人になっても継続して見ている人は多いが、成人してから闘牛ファンになるというのは、あまり多くないようだ。その背景として、スポンサーの減少とそれに伴う飼育コストの高騰や、地域環境の変化によって闘牛を育てることが難しくなっていることが挙げられる。主な課題を以下の4つに

²³宮城邦治「沖縄闘牛の魅力と課題」『第135回シマ研究会』2005年1月17日発表資料。

まとめた。

1. 闘牛ファンの減少・高齢化

闘牛ブームの衰退とともに、闘牛大会に訪れる人の数も減少。入場料から牛主配当される出場料が減ることに加え、観客の少ない大会は盛り上がりには欠けることが問題である。

闘牛ファンの年齢構成比も、中高年が多い。

2. 地域環境

人口増加に伴って、牛の飼育可能な土地が減り、地域の周辺住民から苦情がある。そのために、牛主は肩身の狭い思いをしている。

3. スポンサーの減少

昭和40年頃は闘牛人気の絶頂期であったこともあり、大手企業がスポンサーになって牛を所有し、広告媒体として活用されていた。今でも、牛主の経営する会社名などを牛の名前につけることもあるが、宣伝目的で大手企業がスポンサーとなっている例はほとんど無いに等しい。

4. 肉牛への生産移行

闘牛人気の低迷から、闘牛の売買による利益が減り、採算の取れない闘牛飼育を止め、肉牛の飼育に移行せざるを得ない牛主が増えている。闘牛の頭数・牛主人数が減るために、人気牛が減っていくことにもつながる。

(5) 闘牛ファンの類型化

闘牛ファンは以下の4つと仮定する。

- A { ①基本：牛や試合内容そのものが好き（①の場合は特に闘牛の熱狂的ファンと思われる）
②基本+博打： 5～6人から、数十人単位での賭博を楽しみとする人
- B { ③基本+真正性：伝統的な闘牛が好きな人（闘牛場の雰囲気やそこに集う人が好き）
④物珍しさ：観光客や地元の闘牛初心者

①は、闘牛そのものを心から愛している人で、実際に闘牛を飼育している人やその家族、ウシオーラサー（勢子や闘牛士ともいわれる）など、闘牛関係者に多い。闘牛が生活に深く関わり、沖縄闘牛の存続には欠かせない存在である。

②は、闘牛の対戦における賭博を娯楽としており、不正賭博を行っている人である。もちろん闘牛が好きで、このような人も、闘牛を支えるかけがえのないファンである。ひいきの牛主や闘牛を応援する存在で、野球でいうところの球団お抱えファンである。

③は、闘牛そのものを心から愛しているだけでなく、闘牛場の持つ土臭さや、人の熱気などに魅力を感じる。近代化や観光化されたものよりも、素朴で力強い伝統娯楽としての闘牛を好む。

④は観光客と闘牛初心者を目指す。④の場合、①か③への移行が予想される。沖縄を訪れるリピーター観光客の場合、興行目的に改良されたものよりも、ハード面においては伝統的な部分を残した闘牛が喜ばれると思われる。

実際に沖縄の闘牛場を訪れた人の中から、県外からの観光客の方20代と60代の2組にお話を伺った。若者2人組は、沖縄は何度も旅行で訪れているリピーターで、定番の観光コースではない場所を観光して回っているとのことであった。闘牛を知ったきっかけは、ガイドブックの片隅に小さく紹介されているのを見て興味を持ち、大会の主催者に電話をかけ、闘牛大会の開催情報を入手したそうだ。実際に見た感想は、想像していたより迫力があって驚いた、牛と接する機会が欲しい、解説アナウンスが少ないために試合の流れが分かりにくかったなど、戸惑いながらも楽しんだようだった。闘牛場の施設に関しては、特に不満はないとのことだったが、ここに来るまでの案内板がほとんどないという点、係員と一般の観客の区別がつかないという点で不便を感じたようだ。年配の2人組も沖縄には数回来ているリピーターで、闘牛は沖縄出身の知人に話を聞いて、前から来たいと思っていたとのことだった。会場まではタクシーを利用して来たが、地元の運転手ではなかったこともあって道に迷った点や、闘牛に関する基礎知識を知っていないと分からないこと

があった点をマイナス評価したものの、内容は良かった、牛同士が真剣に闘っているのに感動した、と頬を上気させながら感想を話してくれた。県外からの観光者を対象にした闘牛観戦に関するアンケート調査のような資料がなかったので、④の需要を2組の観光客の感想から予想し、第3節の(3)考察につなげる。

第2節 観光闘牛に関する調査結果

沖縄観光の名物として知られるのが、「バブとマンガースの決闘」である。嫌われ者の毒蛇をマンガースが退治する「懲悪」的なショーで受けている。しかし、2005年現在では、動物愛護の観点から「ハブとマンガースの水泳対決」に様変わりしている。

闘牛も沖縄の伝統娯楽として一種の動物ショーではあるが、本格的に観光コースに組み込んで売り込むものにはなっていない。観光客は個別に、毎週日曜日の大会に訪れるというのが常である。しかしながら、闘牛の観光化については国や県、地方自治体、闘牛組合なども感心が高い。沖縄では闘牛の沖縄県内外の大学に通う大学生の論文に、闘牛をテーマに扱ったものも最近増えてきているようだ。私を含め、闘牛の観光化に注目した論文を書いた学生も何人かいると聞いた。

沖縄の本格的な観光闘牛のさきがけは、沖縄県中部の沖縄市で1979年8月から開始した。毎週金曜日の17時から30分間、3組の対戦を組んで開催されていた(入場料300円)ものである。沖縄市を素通りする観光客の打開策として市観光協会が市から受託して取り組まれたが、1984年は1年間に観光客が721人、一般も含めて1514人と低調に終わった。85年には6月、9月、2月の年3回、10組で計画、入場料2000円(市内宿泊者は無料)を取った。しかし、高速道路建設に伴う闘牛場の移築で6月のみの実施にとどまった。1986年は新しい闘牛場(名称:沖縄市野外ステージ)のオープン後、7月、9月、1月の3回開いたが、諸般の事情で取りやめになり、1987年以降行われていない。1992年12月12日には、冬場の観光客誘致で展開した「サントピ

ア沖縄」(沖縄県などが主催)の一環で名護市二見の観光闘牛牧場で、歩け歩け大会の参加者に闘牛が紹介された。年1回のこの催しは以後しばらく続いた。

その後、本格的な施設建設を伴った観光闘牛を行ったのは、名護市二見にあるゆかり牧場観光闘牛場である。牧場内に1991年、数億円を投じて建設された、全天候ドーム型闘牛場・沖縄県観光闘牛場で、2005年現在は沖縄県内で唯一のドーム闘牛場である²⁴。県内にある他の闘牛場の多くが、部落や市町村が管理しているのと違い、個人経営で、ナイター闘牛で観光客の誘致を目的としている点が特徴だ。現在は行われていないようだが、1994年4月から毎日定時(月～土14時開始、日11時30分開始)に観光闘牛と銘うって客を受け入れていた。若牛2組の対戦と牛舎での飼育説明、記念撮影などを行い、料金は一人1,000円である。初めは闘牛大会も行われ話題になったが、最近では牧場内で闘牛が飼育されてはいるくらいで、観光闘牛として成功したとは言いがたい。

観光闘牛の例として、旧具志川市²⁵の事例は行政が観光化において積極的に関わった、ただひとつの例である²⁶。具志川市では、市が管理するマンホールのふたに闘牛の模様をほどこしていることも、闘牛の新興に力を入れていることが読み取れる。具志川市の事例研究について詳しい調査がされた堀江文献を参考に、具志川市の観光化への取り組みを以下に記述する。

旧具志川市では1977年から市が主催のお祭りに合わせた無料の闘牛大会が行われている。普通は2,500円～3,000円もする観戦料が無料ということもあって、これまで闘牛に行くのを足踏みしていた人などが、お祭りをきっかけにして闘牛ファンの裾野を広げるのに一役かっている。旧具志川市の当時、闘牛を観光として活かしていこうと観光向けの闘牛場や施設建設の企画を立てたものの、国の認定が下りないために実行に移さ

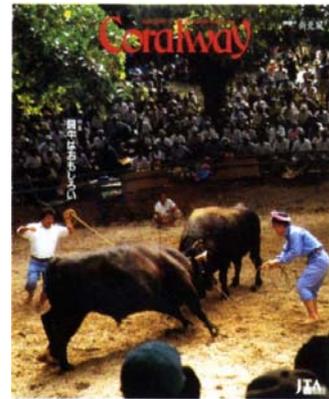
²⁴ 現在、旧石川市の闘牛場では沖縄で2つ目となるドーム型闘牛場へ向けた改築が進められている。

²⁵ 沖縄県本島中部に位置する闘牛の盛んな地域。2005年に石川市、勝連町、与那城町と合併し、現在はうるま市となった。

²⁶ 堀江侑未「沖縄における闘牛の観光的展開に関する考察」『琉球大学農学部生物生産学科2004年度卒業論文』未刊行、5-6頁。

れていないままである。観光振興とは違うが、市では闘牛組合に年間約72万円の育成助成金を出している。県内で行政が補助を行っているのは安慶名闘牛場を有する具志川市のみである。具志川市では毎年4月の第4土曜日に「具志川闘牛候補審査会」というものが開催される。「具志川闘牛候補審査会」とは、具志川市内の子牛の中でも、一度も公式戦に出場したことのない牛が審査会に出ることができ、50頭前後の子牛が、優等・一等・二等などにランク分けされるものである。横綱牛の期待がかけられたエリートの子牛が集まる審査会からは、実際に横綱になった牛が輩出されたほどの成果があるという。

1999年には、JALの系列会社で本州と沖縄本島、離島の発図 3 闘牛が特集された機内誌の表紙着便を運行している日本トランスオーシャン航空（以下、JTA）の機内誌で闘牛が表紙を飾った²⁷。<写真1>がその表紙である。沖縄を訪れる観光客が多く搭乗する飛行機の機内誌で「闘牛はおもしろい」というタイトル付きで闘牛が紹介されている。



2001年には、内閣沖縄総合事務局が主導となって「闘牛を活用した観光振興の在り方に関する調査委員会」が開かれた。

写真 2 闘牛の特集記事が掲載された機内誌

この会は2001年8月28日から2002年3月25日まで数回にわたって会合が開かれ、真栄城守定琉球大学教授が委員長となり、県闘牛組合連合会、観光業界、自治体、マスコミ関係者などで構成されたものであった。調査委員会では、(1) 観光客にとって魅力ある闘牛とするための方策 (2) 闘牛の運営方式・開催主体 (3) 年間を通して観光資源として位置づけるための方策 (4) ファンにアピールするための統計指標の整備 (5) スポンサーの確保、連携 (6) 闘牛場の立地と施設整備の在り方などの項目で議論された。

具体的には、既存の闘牛大会にショー的要素を取り入れることや、各地区の闘牛組合、県闘牛組合連合会を法人化することなどを提案する報告書を採択した。報告書には、対戦

²⁷ 飯田守「特集 闘牛はおもしろい<私は昆布ヒーゲーを見た>」『Coralway』日本トランスオーシャン航空株式会社、2005年新北風号(9・10月号)。

の合間にエイサーや古武道などの余興を取り入れたエンターテインメント性の拡充や、闘牛場の装飾、音響、照明、闘牛士の衣装の統一、電光掲示板の設置による観光客にも分かりやすい情報提供などが提案された。委員は実際に闘牛大会を視察し、解説が少なく素人には分かりにくいとの指摘から、従来大会とは区別して観光客向けに娯楽性を重視した新しい大会の必要性を挙げ、他にも全天候型施設や駐車場整備の重要性の他、素人向けガイドブックの配布など、細かい指摘が出された。年間を通した観光資源として活用するため、ナイター設備の拡充や旅行会社のツアー商品への団体割引導入などを指摘している。また、既存ファンの関心を高めるため、牛主ランキングなどを作成することや、牛の登録事務を一元化して、対戦成績の記録管理に生かすことなども盛り込まれた。「闘牛を活用した観光振興の在り方に関する調査委員会」では、「闘牛くじ」の導入についても提案があった。闘牛くじは、サッカーくじのように勝敗を当てる「観光振興くじ（闘牛くじ）」である。公の場で語られることはないが、闘牛大会では法律で禁じられている賭博が行われている。全取り組みの勝敗を前もって予想し、親を介して5～6人から数十人単位での賭けをするといったものだ。試合が終わると賭けをしている集団では札束が飛び交う様子が見られるが、大会を運営する闘牛組合関係者も黙認しているような節がある。不正賭博をさせないためにも、それに代わる「闘牛くじ」を提案するのは突飛な意見ではない。「観光振興くじ」の形にすることで、観光客の動員につながり、観光や闘牛振興の良いきっかけになるという意見がある。しかし大方の委員は、闘牛に公営ギャンブルを導入に対する反対意見である。かけ金が大きくならずに、のめり込む人を出さない工夫が難しいこと、子どもがギャンブルに巻き込まれる危険性といった否定的な側面を危惧した考え方である。

2003年の取り組みでは他にも、与那国町から石垣市の高校に闘牛と共に入学した喜那原兄弟を描いた記録映画『与那国カウボーイズ』の映画が制作された。闘牛を題材にしたノンフィクション映画とあって闘牛ファンに限らず話題になり、県外沖縄県内各地の公

民館や学校などの公共施設、飲食店などで今も上映が続いている²⁸。

2004年に那覇市で行われた観光闘牛の事例は以下の通りである。闘牛の盛んな与那城町屋慶名出身の那覇市職員が中心となって、都市計画の一環で空き地となった旧牧志第2公設市場の活用のために、観光客向けの闘牛大会を開催した。会場となった旧牧志第2公設市場跡地は、沖縄観光において主たる観光スポットである国際通りに近く、闘牛観戦の入門編として、那覇市を訪れる多くの観光客や闘牛初心者にうってつけの場所である。加えて、闘牛を通して那覇の中心市街地の活性化、まちぐわー（商店街）の魅力づくりにも貢献することが目的とされている²⁹。実際に那覇の観光闘牛を観た若い男性の方から感想を聞いたところ、これまで知らなかった闘牛を観戦したことで闘牛の魅力にとりつかれ、ウシオーラサーをやってみたいとまで話していた。那覇市の繁華街という地の利を最大限に活かした観光闘牛の一例ではある。那覇・観光闘牛応援会では、他地域で開催される闘牛大会の観戦ツアーも企画・実行し、闘牛初心者を対象にしたファン拡大に貢献している。

現在行われている観光者向け闘牛を積極的に行っているのは、沖縄本島中部の読谷村^{よみたん}にある「むら咲きむら」というテーマパークである。ここは、1993年放送のNHK大河ドラマ『琉球の風』撮影舞台跡地を利用しており、三線や紅型、漆喰シーサーなど、伝統工芸の手作り体験ができる複合型観光施設でもある。むら咲きむらには「むら咲きむらオールバック」という名前の闘牛がいる。2005年10月には、読谷村のまつりの前イベントとして読谷村にある、読谷・古堅闘牛組合と読谷まつり実行委員会が主催の無料闘牛大会が行われ、多くの観光客が訪れた。読谷村では1998年から闘牛が読谷まつりに登場しているが、入場無料に加え戦力拮抗・対戦妙味などを勘案した9取り組みが作成され、大会は毎年満席となる人気である。近年は「まつり優勝旗」争奪戦を前面に打ち出した大

²⁸ 島洋一「与那国カウボーイズ応援サイト」http://www.geocities.jp/yonaguni_cowboys/、2006年1月16日確認。

²⁹ 琉球新報社「琉球新報ニュース／＜闘牛＞応援会発足で那覇の新観光資源に」

http://www.ryukyusimpo.co.jp/news01/2004/2004_01/040123e.html、2004年6月7日確認。

会運営によって、地元牛のレベルアップにつながるという効果も出ている³⁰。

観光闘牛に関する取り組みに関する調査結果は、第3章第2節で挙げた以上である。

第3節 闘牛の観光化における課題

この節では、闘牛の置かれた課題の中でも、宮城氏のまとめた沖縄闘牛の課題に注目し、第2節の観光闘牛に関する調査結果と、私自身が考えた闘牛ファンの分類と重ね合わせながら、宮城氏の課題分類を踏襲した形で、新たな提言を試みる。

県内には約300頭の闘牛がいて、14闘牛場で年間約50の大会が開催されている。最大規模の全島大会では約4000人の入場者を数えるが、年間観戦者は約4万5800人、そのうち観光客は最大で年間1000人程度と推計され、観光資源として活用は進められてきたが、観光コースに組み込まれ、ほとんど定着するに至っていないのが実情だ³¹。

観光闘牛で以前から成功しているのが愛媛県の宇和島闘牛である。〈写真2〉に見られるような、全天候型のドーム闘牛場も沖縄に先駆けて建設され、全国的にも有名となり観光バスに乗った観光客が団体で訪れるほどである。大相撲と同じように、豪華な化粧回しが牛にほどこされ、組織的に大会の運営が行われている。宇和島地方の闘牛は、行政が主導となって観光資源として軌道に乗せたという特徴を持つ³²。

³⁰ 「[闘牛]／地元牛18頭が激闘／30日に読谷まつり大会／むら咲きむら」『沖縄タイムス』2005年、10月26日、朝刊、第1版、第18面。

³¹ 「闘牛を観光資源に/総合事務局調査委設置、くじ導入も検討」『沖縄タイムス』2001年8月29日、朝刊、第1版、第1面。

³² 行政による関与は、宇和島地方全域の牛主に対し、市内で開かれる大会への参加を呼びかけた1972年から始まった。翌年には、運営組織として、宇和島観光闘牛運営審議会が発足し、官主導による闘牛運営が始まった。復活の第1期をリードした団体が牛主を中心とする。(石川菜央「宇和島地方における闘牛の存続要因」『地理学評論』日本地理学会2004年12月号より参照。)

宮城氏の提案する沖縄闘牛の課題³³は、以下の通り。

ハード面：闘牛場の整備（特に駐車場、トイレ、雨天炎天対策）

- ・車社会の沖縄では駐車場の確保が課題
- ・女性客の誘致には清潔感が必要（特にトイレ）
- ・沖縄の気象を考えると全天候型（ドーム）闘牛場の建設が急務

ソフト面：観光産業化への対応

- ・闘牛士のスタイル確立（ユニフォーム等の着用、マナー等）
- ・初心者・観光客への対応（場内アナウンス、闘牛ガイド等）
- ・メディアの活用（新聞、TV、ラジオ等）
- ・闘牛関連グッズの開発（Tシャツ、バンダナ、ネクタイ、菓子、泡盛等）
- ・闘牛博物館の建設
- ・ツアー業界とのタイアップ（観光闘牛の定期的な開催、本大会での観戦場所、時間の確保、廉価な料金設定）

行政的な課題：沖縄闘牛組合連合会の法人化と、国・県行政の支援

※理想的な闘牛大会：ドーム闘牛場+闘牛博物館+関連グッズ+闘牛ガイド+アナウンス+人気牛+関係者の協力

（１）施設整備の課題

堀江文献でも、闘牛場の設備などハード面に関する問題点は指摘されている。堀江文献では、闘牛場において観客50人にアンケート調査を行い、その結果に基づいた分析・考察がされているので、これを闘牛ファンの改善要望として参考にする。ただし、アンケートの詳しい実施内容や質問・回答項目については記述がないため不明である。

改善要望は多い順に、駐車場、屋根、トイレ、椅子、時間帯と続いている。上位2つが全体の半分以上を占め、その需要の高さを裏付けている³⁴。

1番目に挙げられた駐車場については、沖縄県は電車がないこともあり、交通手段として自家用車に依存する人が多い社会である。観客の多くは駐車台数の限られた駐車に車を止めるために、試合開始時間よりも早く来る必要に迫られる。駐車できない人は、闘牛場

³³ 宮城邦治『沖縄闘牛の魅力と課題』第135回シマ研究会報告資料、2005年1月17日、4頁。

³⁴ 堀江、2004年、7頁。

周辺の路上や民家の近くなどに駐車するため、地域住民や車の通行に差支えが出てしまうのだ。また、観光客はフリープラン型の旅行スタイルが増えたことから、レンタカーを使って観光地を回る。そのため駐車場が少ないということは人を多く集める際には弱点となる。

2番目に、屋根は亜熱帯性気候に属する沖縄の気象条件から考えると、夏場の強い日差しや突然のスコールや梅雨の長雨の時期には、屋根のない闘牛場は観客にとって辛い。また、夏場の暑い時期には闘牛の体力の消耗が激しく、試合によっては闘牛の醍醐味でもある躍動感に欠けてしまう。ちなみに、＜写真2＞は近代的なドーム型の闘牛場である、愛媛県宇和島の闘牛場の写真である。客席は階段状のベンチが設置され、屋根のついたドーム闘牛場となっている。

3番目のトイレは、闘牛場が古いことや、男性ファン中心であることから、快適な空間のための整備が行われていない。中にはトイレトペーパーの補充がされていない闘牛場もある。現行のままでは、長時間に及ぶ闘牛大会の間、安心して観戦することができない。



写真 3 愛媛県宇和島の全天候型の近代的な闘牛場。2005年安田氏撮影。

(2) 闘牛大会運営の課題

徳之島も含め沖縄闘牛は、観客に見せるためのエンターテインメント性が極めて低い大会内容である。試合の勝敗が決まると、牛主など勝った牛の関係者が喜ぶだけで、会場全体から拍手が起こったり、観客からの声援があるわけではない。私は沖縄の闘牛しか実際に観戦したことがないが、宇和島闘牛と徳之島の闘牛を見た方にお話を伺ったところ、宇和島では会場が一体となって試合を応援する雰囲気があったが、徳之島の場合、勝敗が決まっても喜ぶのは出場牛の関係者ぐらいだったため盛り上がりには欠ける、という感想であった。他の方から聞いた感想によると、徳之島では、闘牛を家族・親戚ぐるみで応援しているので、勝利を勝ち取った時の盛り上がりは、沖縄以上であるとの話である。つまり、徳之島の闘牛ですら会場全体の盛り上がりが少なく、寂しいという意見もあるということ、客観的にみても沖縄の闘牛は大分、盛り上がりには欠けているということになる。

総じて闘牛は、マニアックな文化として沖縄では認識する人が多い。実際、沖縄出身者でも若者や闘牛過疎地域の人の中には、沖縄闘牛を観た事がない人、中には闘牛の存在自体を知らない人も少なくないのである。そのような闘牛を観光化するためには、かなりの労力を必要とする。しかし、リピーター層が増加傾向にあること、「ホンモノ」志向の「沖縄病患者」にとって、地元の人にとってもレアな沖縄文化が魅力的だと推測すれば、闘牛の可能性は広がっていくと推測する。

闘牛はよく、格闘技に例えられる。初めて闘牛を見る人にとって分かりにくい部分が多く、相撲やK-1、PRIDEなど、格闘技の試合にあるような実況解説が必要であることも分かる。また、闘牛場の場所を示す案内板が少ないという指摘も共通していた。

ただ、施設に関する不満は大きいものでなく、それよりも闘牛についての解説をより充実させることで、闘牛の魅力を倍増させる可能性があることを示唆していた。私自身、闘牛に詳しい同伴者と観戦していると、試合の流れや技の解説、出場牛の戦歴や得意技、更にウシオーラサーの役割など、たくさんの情報が試合には含まれていることに気が付く。

更に、闘牛について知れば知るほど興味が湧き、闘牛熱も高まっていくのを感じた。

闘牛の観光化に向けた取り組みは着実に進められている。プロのアナウンサーと、沖縄のラジオで週に1回闘牛のコーナーも担当している宮城邦治沖縄国際大学教授が加わり、3人で実況を盛り上げている。これは、闘牛をより興行化するための第一段階ともいえる。解説の必要性については、地元紙の紙面にも何度か登場している。「牛の名前もユニークで面白い。技も多岐にわたるといふ。名前の由来や技の解説を交えて実況すると、もっと興味深く観戦できるに違いない。運営面でも改善すべき課題は多いだろう」³⁵。

解説など、闘牛の知識があるかないかで、観戦中の興奮度も違うだけでなく、闘牛初心者にとっては、闘牛への興味が今後深まっていくか否かを左右するといえる。前出の徳之島と宇和島の比較で、イベントとしての盛り上がりには欠けるといふ観覧者の感想にもあるように、異文化である闘牛を観光客に見せようとする時、ホストの自文化とゲストの文化的脈絡の間の溝を埋める作業が必要となってくる。本論文では闘牛を事例に論じているが、『観光人類学の戦略—文化の売り方・売られ方』の「観光文化」と真正性の章154ページで、これと似たような事例が登場する。

「フィジーのホテルにおける＜火渡り儀礼＞の上演のときに、慣習は拍手をしようと待機しているのに、上演者は観衆にその拍手のきっかけを与えなかった。観衆は途中で拍手を一度も入れる間もなく、盛り上がりのない＜ショー＞を見せられて、帰って行った。フィジーの文化コードでは、上演者はただ粛々と演じ、観衆が積極的に上演者にちょっかいを出して、上演を盛り上げる。西洋での上演のように、演者が観衆に拍手を求めるようなポーズをすることがない。この文化コードのギャップを埋めるには、観衆に上演の見方を教え、演者には拍手のタイミングを観衆に分からせるような仕草をさせる仲介者＝演出家が必要であった。この第三者がいない限り、一方はいつまでも不満げな観衆を前にして上演し、他方も盛り上がりのないショーを見せられる。そこに文化コードを知った＜ミドル

³⁵ 「社説 観光闘牛一裾野を拡大する視点で」『沖縄タイムス』2001年8月30日、朝刊、第1版、第5面。

マン>または<演出家>が介入し、両者の欠陥を補う形で<新たな演目>を作り上げ、刊行者に地元の文化の鑑賞方法を知らせる。この空間に成立した新たな文化コードに基づいて演出されたのが<観光文化>である」³⁶。

フィジーの例では、文化の差を埋めるための仲介者の必要性が述べられている。これまでの闘牛大会では、解説者と言うよりも司会進行役という表現が適切な、アナウンスが行われている。それに加えて、新たに沖縄の闘牛では、その<仲介者>として試合の実況と解説を行う人を設けた、大会の開催が試みられ始めている。プロのアナウンサーと、沖縄のラジオでも闘牛のコーナーを担当している宮城邦治沖縄国際大学教授が加わることで、初心者にも試合の流れが分かりやすく、また詳しい解説と軽妙な話し方が、見ている人を惹きつけてやまない魅力を付け加える結果となったのではないだろうか。新たな試みが始まった闘牛大会では、闘牛が登場する際に K-1 や PRIDE のように勇壮な登場曲が流れたり、闘牛士が揃いのハッピーやユニフォームで身を包んだ姿が見られるようになった。

また、第3章第2節に登場した「那覇・観光闘牛応援会」が行っている闘牛観戦ツアーは<ミドルマン>の役割を十分に果たしたものと捉えることができる。宮城氏の提言にもあった「ツアー業界とのタイアップ」が実現されれば、観光者が闘牛へ更にアクセスしやすい環境が整うことになる。

他にも、ゴミのポイ捨てに代表される悪いイメージに問題がある。闘牛士や観客の中には、タバコの吸殻をそのまま捨てている人がいる。堀江文献にも指摘されているがその原因は、会場内にゴミ箱が設置されていないことにある。大会終了後、観客は観戦中に食べた弁当の容器や飲み物の空き缶などをそのまま置いて帰る人が多い。というのも、大会関係者が放置されたゴミの回収をするというのが暗黙の了解になってしまっているのだ。

闘牛に悪いイメージを抱いている沖縄の人もある。人間が無理やり牛同士を戦わせる、野蛮で低俗な娯楽と受け止める人もいるのだ。加えて、賭けが行われるような闘牛場の雰

³⁶ 橋本和也『観光人類学の戦略—文化の売り方・売られ方』世界思想社、1999年、154—155頁。

囲気、ゴミのポイ捨てや喫煙のマナーが闘牛に対するイメージ悪化につながっている。違法賭博については、行政側も目をつぶっているようだが、闘牛の観光化においてはイメージダウンともなりえる。



写真 4 闘牛大会終了後、散乱したゴミを拾う大会関係者、2005年筆者撮影。

（3）闘牛ファンの分類の視点から見た課題

観光文化を所有するホストにとって商品化できないという理由で「売りたいくても売れない文化」と放置された文化は消滅に瀕してしまう。破滅や消滅を恐れて「文化を売らない」ということは、商品化することで、文化本来の意味の喪失や変容を余儀なくされる。このことを考慮すると、現在、闘牛を楽しんでいる人（闘牛ファンの分類Ⅲ）にとって現状の課題は、全天候型の闘牛場施設や、駐車スペース等の整備であると考えられる。よって、本格的な観光化に必要な、案内看板の設置や広報活動、試合の解説やパンフレットなど情報誌の作成は優先度が低くなってしまふ。闘牛ファンの分類法から考えると、それぞれに求められている改善策というものは異なるのだ。Ⅲの場合、堀江文献の闘牛観戦者アンケートから分かるように、駐車場や屋根など、闘牛場の施設を改善することが優先事項とし

て上位に上がる。ハード面改善は別として、ソフト面で興行化の色合いが強い闘牛大会に変更が勧められると、既存の闘牛ファンである国にとっては、これまで楽しんできた真正性の高い闘牛とはいえなくなり、魅力が半減されてしまう。

国の場合は闘牛場施設のようなハード面よりも、試合の解説やガイドブックのようなくミドルマンの存在の方が優先される。国にとって必要なハード面の改善点としては、闘牛観戦に訪れた若者と年配の2組のお話から浮かび上がる、案内板の設置もしくは増設が最重要と考えられる。地域に根ざした娯楽であるということは魅力でもあり、反面、案内板も少ないため、地域に縁の薄い観光者にとって不便で分かりにくい立地となってしまう。

(4) 闘牛関連商品の課題

宮城氏の提案する闘牛関連グッズに加えて、本論文でもオリジナルの提案をする。闘牛関連の商品で、観客の需要が高く、観光土産としても商品価値の高いものを開発してはどうだろうか。手頃な価格で買いやすさ、デザイン性や質の高いもの、闘牛場でしか買えないプレミア、家に帰っても闘牛の楽しさを味わえるような、魅力溢れる商品について、私なりの案を提示する。

ちなみに、現在闘牛場内で販売されているのは、過去の闘牛大会のビデオと、ラミネート加工された人気牛の写真（A4サイズのもので1枚1000円程度）といったものである。〈写真4〉は実際に売られている様子である。



写真 5 闘牛ビデオとともに人気牛の写真が売られている様子。2005年筆者撮影。

闘牛の写真も商品として魅力はあるが、商品の質に対して価格が高すぎる。写真であれば、1枚数百円でトレーディングカード仕立てのものにすれば、集める楽しさや手頃感もあるので、小中学生にも客層が広がる。他にも、闘牛を模したフィギュアも人気が出ると思われる。筋肉隆々とした闘牛の体は、道具と評される勇ましい角や、毛色や模様など、闘牛の外見によって方言の名称が付けられている。これらの特徴別にフィギュアを展開すれば、集める喜びや、眺める楽しさも味わえる。

また、闘牛場の設備やたばこのマナーが問題となっていることから、闘牛オリジナルの座布団（屋外で使用するので、丈夫で防水素材）や携帯用灰皿は需要が見込まれると考えられる。考え方を換えれば、施設の弱点を商品開発の場では利点になる。

また、闘牛初心者向けにガイドブックを販売したり、これまで出版されている闘牛に関する書籍の販売を行うのも有効ではないだろうか。闘牛ファン向けには、月刊の闘牛雑誌で試合結果や牛のトレード情報、徳之島闘牛の情報などを盛り込んだ情報誌の発刊が求められている。闘牛の開催情報や出場牛の組み合わせは、闘牛ファンが自主的に運営しているウェブサイトや開場で配られる次回大会の取組み表、地元紙の闘牛欄、週に1回のラジオ番組などが情報源となっている。しかしこれらの情報媒体では不十分なことも多い。

牛の取引によって牛主が変わると、牛の名前も変わるのことがほとんどなので、相当な情報通でないと情報の更新に追いつけない。闘牛情報紙の需要は確実に存在する。

闘牛グッズの商品化はまだほとんど行われていないので、ここで提案した商品案が活かされることを期待したい。

第4章 沖縄県の観光政策への提言

現在沖縄県がすすめる振興策はほとんど新規に立ち上げたもので、既存の産業や文化を発展させる策に乏しい。こと観光産業で県や企業が今強く売り出しているのは、リゾートウエディングである。しかしそれは、従来のリゾート型観光開発の形を踏襲したに過ぎない。沖縄という観光商品は、これまでの「南国リゾート」イメージから変貌を遂げつつあるにもかかわらず、ホスト側はまだそのイメージにすがりついた振興策にとどまっているのだ。とりわけ、世界資本主義経済システムの辺境に位置する島嶼部世界における観光は、規模の不経済性や「3つのS」（＝灼熱の太陽、白い砂浜、エメラルドグリーンの透き通る海）に依存した、特異な環境への逃避の象徴となるのである。

観光文化、観光資源について考えてみると、観光客向けに沖縄の文化を「薄めて切り売りしている」という意見もある。観光資源となるには多くの人にとって分かり易く、受け入れやすい形に変換するという事は、ホストにとって当然のサービスである。

しかしながら、観光向けに手を加えられた観光文化は必ずしも沖縄を訪れる全ての観光客が求めているわけではなく、リピーター層の中にはもっと「ディープな沖縄」、つまり真正性を有する文化を体験したいという層も拡大している。様々な観光情報誌の中には、その名もずばり『ディープ沖縄—現地スタッフが教える沖縄ガイド』というものまで現れるほどだ。

沖縄の観光客の半数以上を占めるリピーターについて分析し、今後の観光産業の振興につなげようと、県と沖縄観光コンベンションビューロー（OCVB）が、ホテルや観光施設の若手管理職に呼びかけ、「マーケティング研究会」（座長・岩佐吉郎名桜大学客員教授）を発足させたことから見ても、行政側のリピーターに対する注目度は高いと言える。

先に述べた「一島一物語」にあったように、地域にある環境がそのまま観光資源として活用できるのならば、リピーター層の欲求を満たす観光資源は、すでに沖縄には十分存在しているといえる。

その潜在資源の一例が闘牛である。沖縄の闘牛には、観光化に向けて複雑に絡みあった問題が潜在している。伝統的な娯楽として、沖縄では古くから親しまれ、ファン層も確実に存在する闘牛だが、実際は沖縄出身者でも、若者や闘牛過疎地域の人の中には沖縄闘牛を観た事がない人、闘牛の存在自体すら知らない人も少なくないのである。闘牛の観光化は、県外からの観光客誘致だけではなく、闘牛文化を支えるのに欠かせない、闘牛ファンの育成にも一役かってくれると期待する声もある。全国的に受け継がれ、中には観光化に成功している地域もあることをかんがみると、沖縄の闘牛も手法次第では集客が見込める観光文化として普及すると考えられる。

闘牛を訪れた観光客の方から聞いた話から気が付くことは、近代的な施設建設を伴った観光開発よりも、古びた闘牛場と草の生えた斜面に腰掛けて観る闘牛にこそ、他の観光地がない、「味わい深さ」という観光資源があるということだ。

沖縄文化を上手く商品化し、観光文化として受け入れられるためには、文化的脈絡を埋める<ミドルマン>の存在が必要となってくる。この場合、これまで見られたようなリゾートホテルの従業員ではなく、観光地や観光文化の場において解説ガイドができる人が必要となってくるのではないだろうか。最近、県内の大学に観光学科の新設が続いている。沖縄の観光業を担っていく若者に、実践的な観光研究だけではなく、理論も学べるような観光学研究の場が作られていくことが求められている。ホテル業界関係者の話に、沖縄の人はホテルで働くとなっても、接客マナー等について勉強できるような専門学校などが整備されていないため、就業意識が低いというものがある。しかし、沖縄県民の就業意識の低さは観光業界に限った話ではなく、その他の分野でも言われていることである。その背景として、幾度の世変わりで大変な苦勞をしてきた親が、子から孫へと世代が変わる過程で、若い人には苦勞をさせたくないという思いやりが芽生え、就職しても「辛かったらいつでも帰っておいで」などとよく耳にするような、世代間の甘えの構造が出来上がってしまったことが言える。親戚縁者同士のつながりが大変強いというのも 1 つの要因かもしれ

ない。そのような社会環境の中で、いかに甘えの構造から脱却し、若い世代に新しい発想でもって仕事に取り組めるかであろう。

観光客が手軽に入手できる情報網が必要ではないだろうか。多くの観光客が好みの訪問先を探し、実際に訪れるためには、更なる観光情報の充実が急務だ。そこで、インターネット、旅行雑誌、テレビ、ラジオ、新聞などを活用した観光情報の拡充が実現できれば、潜在的な観光客の発掘にもつながっていくのではないだろうか。その後に、後発的にハード面の充実が進められるべきだと考える。これは、県外から訪れる観光客を対象としたときの提言である。闘牛のように、沖縄県内でもファン層が限定された観光資源の場合、闘牛に関わる人だけではなく、闘牛を知らない沖縄県民に、闘牛を沖縄県の文化として共通認識することも必要なのである。

終章

沖縄問題というと、在沖縄米軍基地にかかわる政治的・社会的問題が主軸となって、高い失業率、自立型経済の実現など、複雑で登場する主体も様々である。沖縄経済を肯定的にとらえた上で、私は沖縄の経済においてリーディング産業との呼び声の高い観光業について研究を行った。

観光業は行政が進める沖縄振興開発計画の一環で、沖縄観光振興計画が進められ、リゾート開発中心で復帰後から現在まで進められてきた。その背景としては、沖縄問題のひとつとも言える3K経済の構造の枠から抜け出せなくなっているという見方がされる。そして、リゾート中心の観光開発が進められたことによって、自然環境の破壊や地域住民との軋轢が生じるようになった。そこで、沖縄文化という、沖縄の歴史に根ざしたものを観光資源として活用すれば、大きな負荷もない開発による安定的な経済発展が見込めるのではないかと考えた。沖縄の文化というのは、「日本文化」とは異なる歴史や地理、自然環境にあることから、沖縄県民には見えづらいが潜在資源としては規模が大きいと言える。

しかし、観光学の文献に目を通すと、「観光文化」化することで本来の文化的な文脈から遊離して、ゲストの文脈にリンクできるような変容が求められる。闘牛の事例では、エンターテインメント的な要素を強めることで観光客を含む闘牛の初心者を受け入れやすく、リピーター化することも可能かもしれない。しかしそれは、闘牛が持つ本来の魅力を引き継ぐ形での観光化であるべきだ。そして、沖縄観光で増加傾向にあるリピーター層に飽きられないような、魅力ある観光資源を提供しなければならない。それは、文化の切り売りと言われるようなものでは意味がない。何度も行けば飽きて使い捨てるような観光地ではない。

沖縄観光の手本として、よく取上げられるのはハワイである。滞在日数は1週間以上で、ショッピングや青い海、フラダンスのような伝統舞踊、これらをより簡単に接することができるゲスト側に近い文化コードがホストとゲストの橋渡しをしている。今の沖縄には、

橋渡しの役割をする<ミドルマン>の役割は、国内の観光客をターゲットとした場合、沖縄がすでに日本国内であるためある一定の条件はクリアされているかにみえる。しかし沖縄文化は大和文化とは異なり、一部には日本の原風景を見ることができる。この差異性こそ観光者は魅力を感じ、幾度となく沖縄を訪れるようリピーター層の拡大・安定に貢献する。沖縄県民が所有する文化を育みながらも、その一部を観光者に上手く提供する工夫が必要である。闘牛ファンの分類でもあったように、伝統的な形の存続を守る真正性に重点を置いた「基本+真正性」と、観光者が観光地に求める「文化の差異性」には共通点がある。混在するファンの要望をどこまで正確に見極め、文化の観光資源化の場に生かせるかが重要になってくるのではないだろうか。

今回、この論文では沖縄経済からみた沖縄文化の観光資源化の可能性について書きたかった。しかし、沖縄文化全体を網羅した事例研究や、統計資料から経済状況を描き出すことは時間の制約から行えなかった。闘牛の事例に関して言えば、闘牛組合や牛主など闘牛大会を支える方々からお話を聞くなど、ホスト側の意識調査が及ばず、観戦者の立場を重点的に書いているので、課題が残されている。

おわりに

卒業研究を締めくくるにあたって、まだまだやり残したことがたくさんあるのは否めない。しかし、数こそ少ないながらも、参考とした資料や文献からは多くのことを学び、自分の視野を広げるという素晴らしい成果を与えてくれた。

今後は、これまで研究対象としてきた観光についてはもちろん、その他の分野についても勉強をしていきたい、していかなければならないと決心している。そして、「女の子が闘牛なんて」「闘牛は野蛮だ」という周りのステレオタイプ的な見方を払拭するためにも、時間の許す限り闘牛場へ足を運んでいきたいと思っているのだ。

沖縄の人が「日本人」とは異なる独自のアイデンティティを持ち合わせていると、様々な分野の人によって語られている。そのどれをとっても、読み過ごすことのできない沖縄愛を感じずにはいられなかった。様々な主張すべてに、沖縄が歩んできた歴史を彷彿とさせ、読み進める度に感情の高ぶりを抑えられなくなった。卒業研究を通して、私の中には「沖縄」という名のしこりのようなものがどんどん大きくなっていった。沖縄についての文献や資料に出会う度に、自分の浅はかな知識に落胆したりもした。そして、もっと沖縄を知りたいと思った。それは富山大学に入学したからこそ持てた感情かもしれない。

謝辞

富山大学の竹村先生、林先生、佐藤先生、沖縄国際大学の宮城先生、石原先生には、ご指導いただけたことを光栄に思うとともに、出来の悪い生徒にも関わらず慈悲深く見守ってくださったことに大変感謝いたします。加えて、写真の提供快く了解してくださった安田氏にもお礼を申し上げます。最後に、様々な場面で私を支え共に切磋琢磨した比較社会論コースのみなさんと、陰ながら見守り、時には叱咤激励し、また闘牛の楽しさを教えてくれた家族に感謝しています。

引用・参考文献・参考ウェブサイト一覧（五十音順）

【観光関連】

- 安村克己『社会学で読み解く観光—新時代をつくる社会現象』学文社、2001年
- 萩野一政ほか「沖縄移住!?ブームの現実」『エコノミスト』毎日新聞社、2004年9月7日
- 諏訪春雄『沖縄の苦悩—GYROS⑤』勉誠出版、2004年8月10日
- 西成彦、原毅彦編『複数の沖縄—ディアスポラから希望へ—』人文書院、2003年
- 橋本和也『観光人類学の戦略—文化の売り方・売られ方—』世界思想社、1999年
- 橋本和也、佐藤幸男編『観光開発と文化—南からの問いかけ』世界思想社、2003年
- 三木健『リゾート開発』三一書房、1990年
- バーレン L・スミス、ウィリアム R・エディントン編、安村克己他訳『新たな観光のあり方—観光の発展の将来性と問題点』青山社、1996年
- ダグラス G・ピアス、リチャード W・バトラー編、安村克己、大西律子訳『観光研究の批判的挑戦』青山社、1995年
- ピーター・マーフィー著、大橋泰二監訳『観光コミュニティアプローチ』青山社、1996年
- 「沖縄観光マーケティング調査」委員会『沖縄観光マーケティング調査報告書』(財)沖縄コンベンションビューロー、2000年3月
- 「沖縄観光客満足度調査」委員会『沖縄観光客満足度調査報告書』(財)沖縄コンベンションビューロー、2001年3月
- 沖縄観光情報サイト(財)沖縄コンベンションビューロー<http://www.ocvb.or.jp/index.php>
- 沖縄県庁ホームページ <http://www.pref.okinawa.jp/>
- 内閣府沖縄総合事務局ホームページ <http://www.ogb.go.jp/>

【経済関連】

- 来間泰男『沖縄経済論批判』日本経済評論社、1990年
- 来間泰男『沖縄経済の幻想と現実』日本経済評論社、1998年
- 牧野浩隆『再考沖縄経済』沖縄タイムス社、1996年
- 牧野浩隆『沖縄経済を考える—主役なき経済開発』新報出版印刷、1978年
- 宮城辰男・植草益・大城保編『沖縄経済変革のダイナミズム—21世紀：アジア太平洋の中の日本そして沖縄—発展の方向を探る—』NTT出版、2000年
- 大城常夫、高良倉吉、真栄城守定編著『沖縄イニシアティブ：沖縄発・知的戦略』ひるぎ社、2000年

【闘牛関連】

- 石川菜央「宇和島地方における闘牛の存続要因」『地理学評論』
日本地理学会、2004年12月号

謝花勝一『ウシ国沖縄・闘牛物語』ひるぎ社、1989年

宮城邦治『沖縄闘牛の魅力と課題』第135回シマ研究会、2005年1月17日

沖縄タイムス社編、沖縄県闘牛組合連合会監修『闘牛・沖縄』

沖縄タイムス社、1992年

堀江侑未「沖縄における闘牛の観光的展開に関する考察」『琉球大学農学部生物生産学科
2004年度卒業論文』未刊行

那覇・観光闘牛応援会「那覇・観光闘牛」<http://okinawa.cc/nahatougyu/>、2006年1
月16日確認

【その他】

新崎盛暉『沖縄現代史』岩波書店1996年

石原昌家『沖縄の旅・アブチラガマと轟の壕』集英社、2000年

大江健三郎『沖縄ノート』岩波書店、1970年

筑紫哲也『おきなわ：世の間で—筑紫哲也の多事争論かわら版・完結編—』沖縄タイム
ス社、2004年

外間守善『沖縄の歴史と文化』中公新書、2001年

沖縄タイムスホームページ <http://www.okinawatimes.co.jp/>

琉球新報ホームページ <http://ryukyushimpo.jp/>

闘牛に関する補足資料

以下は、闘牛にまつわる資料をまとめたものである。本論の文脈と深い関係があるわけではないが、本論文が闘牛ファンの拡大に貢献できればと思い、闘牛の魅力を紹介するために設けた。参考とした文献は謝花勝一『ウシ国沖縄・闘牛物語』、宮城邦治『沖縄闘牛の魅力と課題』、沖縄県闘牛組合連合会監修『闘牛・沖縄』である。

「闘牛の歴史と沖縄の人々」

沖縄の闘牛は、古い歴史を持つ。定かではないが、17世紀にさかのぼると言われ、農村娯楽、伝統娯楽として受け継がれてきた。農村社会であった沖縄では、「原山の勝負」「蛙払い(アブシバレー、虫送り)」の時期に盛んに開催されるようになり、庶民大衆の一大娯楽となっていく。これまで、集落の広場で行われていた闘牛(ウシオーラセー)も、1885年頃には「すり鉢形」の闘牛場(ウシナー)が作られはじめ、人々はやや高めの場所から安心して闘牛を観戦できるようになった。

農村の人々は、牛と牛のぶつかり合いを楽しみのひとつとし、農耕のかたわら手塩にかけて牛を育てた。ウシオーラセーの晴れ舞台に出すことを誇りにし、連勝を続ける強い牛を持てばその家の裕福なあかしとして羨ましがられ、地域の顔役に仕立てられた。娯楽の乏しかった時代、ウシオーラセーは農家の人々にとって最大の娯楽とも言え、弁当を腰にゆわえ、隣近所誘いあって闘牛場へ出かけ、ウシオーラセーを楽しんだ。無料であった闘牛大会も1933年には観戦料を徴収する大会が開かれ、時の名牛2頭の雌雄を決する戦いには約8000人余の観衆が詰めかけたと伝えられている。

「戦前は県内のいたる所に闘牛場があった。今帰仁、本部、具志川、勝連、与那城、読谷、北谷、宜野湾、浦添などでは各字ごとに闘牛場があり、どこそでウシオーラセーがあると聞くと遠く離れた所でも一晩かけて歩き、見に行った」

戦前のウシオーラセーを知っている人たちはこう話し、伝統娯楽として闘牛が農村に深く根づいていたことがうかがえる。地域には数多くの「闘牛余話」が残り、そのひとつひとつは当時の世相を映し出し、実に面白い。

強すぎて対戦相手のいなかった猛牛の話、路傍のやせ牛が横綱になった出世物語、対戦時間がいつも1分以下だった超速攻牛、政争の具になった話、地区の土地を賭けた地区対抗戦など、県下の闘牛どころに数えきれないほどの余話が伝わる。

余話のひとつを紹介すると…。

昔(戦前)、ウシオーラセーの盛んな具志川ではいつも地区対抗戦が行われ、なかでも、字具志川と字田場は互いに張り合っていた。「十番戦」が行われ、田場の牛はシーの一番³⁷、二番では常に勝ち、田場の人たちは「勝った、勝った」と大喜びだったものの、残りの対戦はすべて負けだった。対戦の一番一番に地区の土地を賭けていたため、字田場はシー牛

³⁷ 「シー」とは末の方言。全試合のうちシーの一番は、最後の一戦で、現在は横綱戦ともいわれる。

戦には勝ちながら、賭けの土地争奪には負け、字具志川に随分と土地を取られてしまった。

今なら地区総会に諮られ、大騒ぎになりそうな話だが、当時はたわいのないことだったという。

ウシオーラセーのある日は、村中が湧きに沸いた。青年たちが太鼓や鉦を打ち鳴らし、目抜き通りをパレードして景気をつけ、村を挙げてのウシオーラセーが各地で行われた。

第二次世界大戦の勃発で、戦時色が強くなった1935年の新聞には「闘牛に熱中し働かぬ農村」という記述があり、沖縄県農務課では「生活が少し楽になれば闘牛に耽りたがる農民の啓蒙活動」を行ったことが述べられている。翌年の同紙では「時代を鑑みて闘牛を廃す」という続編で、沖縄県農務課の叱責がよほど強かったこともあり、「農作物の多収穫競技会を開催することになった」と結んでいる。

国外での戦況が熾烈を極め、沖縄から派遣される兵士たちの死亡が伝えられたり、新たに若者たちの徴兵がなされるようになった1939～1940年には、農村の闘牛にかかるエネルギーが軍事的な国策として利用されるようになった。「出生軍人遺家族慰安闘牛大会」と銘うった闘牛大会が、闘牛の盛んな農村地で頻繁に開催され、農村の娯楽だった闘牛はにわかに軍事の一端を担うようになった。しかし、それは「闘牛」がもつ「優勝劣敗」の側面を考えると、当然なことであった。特に、沖縄県民の「皇民化」に、少なからず「疑義」のあった当時の軍事政府にとって、「闘牛」は戦意を鼓舞するにはうってつけであり、農村における「日本人意識」を集約しやすいイベントでもあったのである。

戦争でウシオーラセーは一時消滅したが、戦後の復興のつち音とともに闘牛も復活し、県下各地で闘牛大会が開かれるようになった。前宮清好著『沖縄の闘牛』によると、終戦翌年（1946年）の夏、石川市の東恩納³⁸で行われたウシオーラセーが終戦後のスタートとなった。しかし、当時の沖縄は米軍の軍事占領下であったため、琉球人（沖縄人）の集団行動は強く禁じられていた。そこに、数百人余の人々が集い、闘牛を観戦するなど米軍が黙殺するはずもなく、またたく間に憲兵隊がなだれ込み、戦後初の闘牛大会は中止となった。

米軍の圧力で、伝統娯楽は危ぶまれる事態となったが、昔からウシオーラセーを楽しみのひとつとしてきた沖縄県民はくじけることなく開催にチャレンジした。戦後の沖縄社会の中で「映画」「沖縄芝居」と並んで三大娯楽として沖縄の人々を楽しませてきたのである。闘牛のさかんな今帰仁や読谷などを舞台に次々と闘牛再興ののろしが上がり、米軍の圧力をはねのけて昔ながらのウシオーラセーが行われるようになる。大戦で沖縄は焦土と化し、住民の虚脱感は大きなものがあつたが、こうした中であつて伝統娯楽の復活は人々を勇気付けた。1960～1970年代には名牛、猛牛が輩出され、米軍支配下にあつて様々に鬱積していた沖縄の人々のエネルギーは、一大闘牛ブームへと燃え上がっていった。中でも「ゆかり号」と呼ばれた横綱牛は圧倒的な強さを誇り、次々と挑戦牛を退け1962～

³⁸ 1947年に石川市伊波で行われた大会が、終戦後初の闘牛大会と書かれた資料もある。

1968年の間に41連勝という金字塔を打ち立てて引退した。

沖縄が1972年に日本本土の政治枠に組み込まれると、沖縄社会は急速に「日本化」が進み、経済的発展とともに人々の趣味・娯楽も多様化していった。そのような中で、闘牛観戦への情熱は次第に弱まり、1990年代にもスター牛が輩出したが、かつてのように観衆を闘牛場に呼び寄せる動員力はなく、今では熱心な闘牛ファンがかろうじて沖縄の闘牛を支えているといっても過言ではない。それでも沖縄の闘牛は、島根、新潟、愛媛、鹿児島などで行われている闘牛大会の開催回数と比較すると40回前後と多く、「闘牛王国」であることに変わりない。

「牛の種類」

闘牛用の牛は多い順に黒毛和種、日本短角種（赤牛）、褐毛和種（朝鮮系の明るい茶色）である。黒毛和種はもともと島内産（地牛）が中心で、体も小さかったが、品質改良で大型種牛などが導入されるようになり、近年は1トン前後の大型が珍しくない。放牧で育てる八重山産が主産地。最近では沖縄本島内でも舎飼いの母牛に、活躍している現役闘牛の種をつける生産方式が

「闘牛の角」

牛の角は「道具」とも呼ばれ、最大の武器であると同時に、牛の個性である。角の形で個を識別し、時には角の形状から牛の名が命名されることもある。牛の角は主に5種類ある。写真を参考にすると、角の違いが分かりやすい。

【トガイー】沖縄、徳之島で最も好まれている角の形。顔の前方に鋭くのびたトガイー角は、割り・掛け技に適している。特に角の付け根や顔側面を狙うスパワイ（側面割り）に威力を発揮する。反面、額をつき合わせる事が少ないので額が弱くなり、正面つきにもろい面がある。

【カブラー】湾曲した角が下向きに生えている牛。割り・掛け技に威力を発揮する。この角の闘牛は数が少ない。組み合ったとき、角先が目尻の位置にくるので、相手牛は戦いにくいとされる。額も良く使うので頑丈。横腹に両角をあてがっていき腹取りの安定感も抜群。

【ボーンー】角が横一文字に伸びている牛。額をつけての押し技・割り技をよく使う。反面、離れて戦うと、相手に突き割られることが多い。闘争心が旺盛なものも特徴で、数は少ない。

【ヒーゲー】闘牛の角は普通、ほぼ左右対称だが、向きが不揃いでよじれているものもある。この角の牛は、左右の角を掛け・割り技に使い分けるのが見られる。

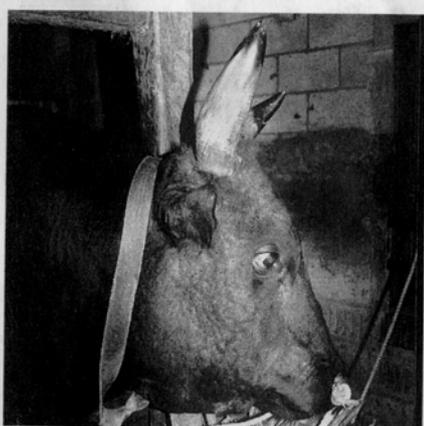
【タッチー】角が頭上に突き出ている。相手の額の突き割り・押し・はねあげる技を得意とする。島根県隠岐島、愛媛県宇和島では角が内曲がりになる変形角（加工角）にするのが特徴だ。



ヒーゲー



トガイー



タッチュー



カブラー



タッチュー (加工角)



ポーター

図 4 『闘牛・沖縄』 7頁より抜粋