

[要旨]

「日本のハワイ」としての沖縄の形成 ——新婚旅行ブームからリゾート・パラダイスへ——

多田 治

本論では、「日本のハワイ」としての沖縄が、宮崎からの新婚旅行ブームの流れをうけながら、どのように形成されていったのかを検証する。

ハワイが海外における日本人のパラダイスとなり、沖縄が「日本のハワイ」として国内のリゾート・パラダイスになるには、前史があった。伊豆～南紀～南九州といった、新婚旅行のメッカが南下していくプロセスであり、最盛期の新婚ブームを引き受けた宮崎が南国イメージを演出し、新婚カップルのパラダイスの拠点となった時代である。

他方でハワイやグアムは、観光目的の自由な海外旅行が解禁された時期、アクセスがしやすく気候も温暖なため、まず日本人が海外に出るのに適した場所であった。ハネムナーが国内旅行の主要な層をなす時代に、海外ではこれらの地が新婚旅行の受け入れ地となったのであり、南国・亜熱帯のパラダイスとして、宮崎からの連続性を持ってもいた。

国内と海外の中間に位置した沖縄は、1960年代の米軍統治下では海外旅行先であり、戦跡観光など戦争・基地の影響が色濃かった。だが日本復帰と海洋博を機に、沖縄は海と亜熱帯を押し出し、観光立県を進めていく。その明快なモデルになったのは、類似し先行するリゾート、ハワイであった。沖縄は「日本のハワイ」を目指せばよい、というシンプルな目標が設定された。

また沖縄は国内最南端となることで、新婚旅行ブームの南下を通じて、トロピカル・パラダイスの立場を宮崎からスムーズに継承できた。航空会社の沖縄キャンペーンは、新婚旅行ブームと相乗効果をもった。宮崎で確立されたロードパークの手法が、沖縄の西海岸に活用されたことも、リゾート化の重要な契機であった。ロードパークと合わせて立地したムーンビーチホテルの成功は、この一帯をリゾートホテルの集積する「沖縄のワイキキ」へと変容させ、沖縄がハワイ・グアムと競合する本格的な海浜リゾートとして確立する下地となった。