

観光リゾートとしての沖縄イメージの誕生：沖縄海洋博と開発の知

一橋大学大学院社会学研究科准教授 多田 治

1. パッケージ化された「沖縄の本土化」

「観光立県」の推移と海洋博

私は『沖縄イメージの誕生』において、開発・海洋博・観光を軸にしながら、「1972年復帰後の沖縄において、〈青い海〉〈亜熱帯〉〈文化〉に代表される沖縄イメージがいかんして形成され、それが沖縄の新しい現実をいかなる形で構築してきたのか」を明らかにした。

観光やメディアを通じてすっかり根づいた、明るい癒しのイメージと、基地沖縄の暗く危険な現実。この対照的な両者は、いかにひとつの島に並立しているのか。観光と基地のリアリティの二重性の原点は1975（昭和50）年、日本復帰記念イベント・沖縄国際海洋博覧会（通称・海洋博）にある。海洋博こそが、復帰後の沖縄の観光立県と、青い海・亜熱帯・独特の文化に代表される沖縄イメージの広がりの起点となった。

返還後の年間観光客数の推移を見てみよう。71年に20万人だった沖縄への観光客は、日本への復帰を機に一気に倍増、73年には74万人に達する。

これは注目度の上昇に加え、それまで沖縄行きに必要な身分証明書と入域許可証が不要になったことが大きい。74年はオイルショックの影響で停滞するが、海洋博開催の75年には155万人と、はじめて100万人の大台に乗る。観光の規模を大きくし、数百万人の受け入れ体制を作った点で、海洋博の効果は明らかだ。終了した翌年は、反動不況で観光客は半分近い83万人まで戻ったが、その後は120万 150万 180万人と、再び増加の一途をたどっていく。この急速なリゾート化の進行は、海洋博のお祭りのような非日常が、沖縄

のなかに日常化していくプロセスでもあった。

巨大イベントの祝祭効果

復帰後の沖縄の社会・空間の再編成には、高度成長期を迎えた本土からの、「開発」「イベント」「交通」「観光」という流れがある。これら4つの次元は密接にリンクし合い、60～70年代初頭、高度成長期の日本社会を動かし、国土の姿を大きく変貌させた。その基盤にあったのは開発だ。

その非日常的な仕掛けが、東京オリンピックと大阪万博という、2大国際・国家イベントだった。こういうイベントの誘致が効果的なのは、巨額の国家財政を投入して道路・鉄道などの大がかりなインフラ整備が見込めるし、自然環境や風景を大きく変えるものであっても、その必要性に対して国から後ろだてをもらえるからである。しかも、工期を開催に間に合わせる必要から、一気に開発を進められる。以後今日まで、オリンピックやワールドカップ、博覧会、サミット、祭り、テーマパークなどで繰り返され、定番となった手法だ。

巨大イベントであればあるほど、観客のための、よりキャパシティの大きな交通手段が必要となる。また、観客が訪れること自体が、大きなマス・ツーリズムになる。19世紀のイギリスで、鉄道による団体旅行、マス・ツーリズムが普及したのも、世界初の万博・ロンドン万博のときだった。

つまり開発の効果は、巨大イベントを呼び込み媒介させることで、交通と観光をも一挙にその地域の空間に実現することができるのだ。

高度成長期の「国土」と「国民」の再統合

60年代、大規模な国土開発の役割を果たしたのは、全国総合開発計画（62年策定の全総～69年

策定の新全総)である。高度経済成長期、太平洋ベルト地帯中心の工業化で、過密・過疎や地域間格差が深刻化し、国土全体を開発すべく立ち上げられた。だが実際にはうまくいかず、むしろ地方には公害という副産物が広がった。

このとき重要なのは、全総で国土空間をコントロールする、「開発」の知が立ち上げられたことだ。復帰直後の沖縄振興開発計画も、この国土政策の一環だった。

さらに注目すべきは、この「国土開発」の知が誕生する、政治的な文脈だ。全総の源となった60(昭和35)年の国民所得倍増計画には、安保闘争から国民の関心をそらす意図も含まれていた。政治的不満を、急速な経済成長でかいならす。60年代の経済路線自体が、政治的安定と国民統合を秘めたものだった。

全総は開発による「国土」の統合を、高度成長は経済による「国民」の統合を、並行して進めた。当時の国民は、国土空間の劇的な変容を見ながら、経済成長神話を共有するカプセルに、自ら包まれていった。もちろん実際には政府の意図通りに進まなかったが、全総と高度成長の大きな波に、「国土」と「国民」が方向づけられたことは確かだ。

リアリティの二重性の芽生え

経済主義が進むなか、安保改定によって軍事問題はアメリカに委託し、外部に帰属させられた。その外部こそ、他ならぬ復帰前の沖縄であった。外部だからこそ、全総の経済政策からは除外され、軍事面では日米安保の拠点にもなりえた。ベトナム戦争の際、本土の米軍基地のB52機は、沖縄を経由して北爆へと向かった。

「経済的除外・軍事的委託」という方向づけは、復帰後の沖縄では基地と経済振興のリンク、両者のリアリティの二重性へとつながる芽であった。

さて、公害列島化が進むと、巨大開発は批判され、全総は見直された。しかし続く新全総も、具体策は交通・通信網の整備だけで、成長・開発路線を走った点で根本は変わらなかった。新全総の理念を広めたのが72(昭和47)年、当時の首相・

田中角栄の有名な『日本列島改造論』である。さまざま土地神話は、企業の土地買い占めを誘発し、地価が急騰した。しかし翌年秋のオイルショックにより、高度成長路線は一気に停滞していく。

沖縄が日本に復帰したのは、まさに列島改造の波が押し寄せたこの年のこと。列島全体が狂乱する最中に沖縄県は組み込まれ、劇的な混乱を招き入れてしまったのだった。

国土が観光のまなざしに包まれる理由

全総・新全総が工業を起爆剤に、開発を列島全体へと広げる日常的な仕掛けなら、東京オリンピックと大阪万博はイベントを起爆剤に、開発を巨大都市へ求心させる非日常的な仕掛けだった。開発は、こうして日常と非日常の両面から進行した。

オリンピックと万博の関連公共事業の大部分は交通だった。変貌したのは東京と大阪だけではない。ふたつの街をつなぐ東海道新幹線の開通こそ決定的な交通革命で、日本初の高速道路である名神高速道路もこのとき開通した。64(昭和39)年当時、乗用車の普及はまだ58人に1台程度だったが、2年後にはサニーやカローラといった大衆車が発売され、本格的なモータリゼーションの時代に入った。流行語は「3C」(カラーテレビ、カー、クーラー)。69(昭和44)年には東名高速道路が全線開通して名神とつながり、交通量は飛躍的に増加した。

開発されたのはまさに、新幹線と高速道路というかつてない「速度」である。こうして日本人の移動性は、空前の規模で高まっていく。実際に万博の会期中、6421万人が大阪へ民族大移動をしている。

速度が開発されると、新幹線や自動車からパノラマ的に風景をまなざす視覚の構図が、新たに浸透した。その結果、日本列島の国土空間は、美的な観光のまなざしに包み込まれていく。

これらの流れに、観光ブームが重なった。まずは、70年頃からブームになった海外旅行である。戦後、政府が外貨持ち出しを制限したため、東京オリンピックの年に自由化されるまで、長らく日

本人は自由に海外へ行くことができなかつた。かつての戦争や植民地入植、移民労働などとは異なり、日本人がただ観光のためにのみ外国へ旅立ち、純粋に世界を「観る」欲望が、少しずつ開発されていった。

国内旅行では、万博中、2000万人以上の観客を大阪に送り込んだ国鉄は、会期直後の反動対策として「ディスカバー・ジャパン」キャンペーンを開始した。特定の観光地を宣伝するのではなく、ビジュアルな広告によって新しい旅のあり方を演出・提案する手法だった。

寺の広い畳に、ひとりの若い女性が座っている。「美しい日本と私」。川端康成のノーベル賞講演「美しい日本の私」をもじったものだった。目を閉じた彼女は、「美しい日本」と同時に内面の「私」を発見する。

仕掛け人は、富士ゼロックスのCM「モーレツからビューティフルへ」も手がけた、電通の藤岡和賀夫だ。いずれも、商品を直接アピールせず、高度成長を突き進む日本人の生き方を問い直し、人間性の回復を視覚化している。

また同時期、女性誌『an・an』『non・no』が創刊された。両誌とも「ディスカバー・ジャパン」キャンペーンと連動して観光地の特集を組み、リゾート用のファッションを紹介した。観光地に雑誌を持って歩く「アンノン族」が増えたことは有名だ。

『an・an』73年6月5日号では、「海の特集号」として沖縄が取りあげられた。エメラルドの海に、ブランドの水着を着けたモデルが浮かんでいる。復帰後の沖縄はこうして、全国の観光地のひとつ、「亜熱帯リゾート」として組み込まれていく。

テレビでも「トラベル百科」「遠くへ行きたい」などの旅行番組が、一斉に放送を開始した。このように、万博後の国内ツーリズムは、広告・雑誌・テレビといったビジュアル・メディアを通して高められた。「ディスカバー・ジャパン」とは、国土空間・ジャパンを、美的なイメージとして新たに「発見」していく営みの誕生でもあった。

『るるぶ』創刊の頃

しかも、こうしたイメージとしての「国土」の再編は、その消費者層の確立と同時並行的でもあった。キャンペーンの主役は明らかに若い女性で、「美しい日本と私」「目を閉じて...何を見よう」といったキャッチフレーズからもわかるように、観光のまなざしは、風景と同時に自分の内面にも向けられている。「ディスカバー・ジャパン」は、「ディスカバー・マイセルフ」、つまり自分探しの旅でもあった。

この時期のツーリズムは、女性中心の消費文化や思考・行動様式の立ち上げと連動している。73（昭和48）年には日本交通公社 JTB が、大正期から続く雑誌『旅』と並んで、若い女性向けに『るるぶ』を新たに創刊した。「るるぶ」とは、「見る・食べる・遊ぶ」の下の文字をとったもので、ツーリズムの主役としての女性像が積極的に描かれ始める。

観光のまなざしはビジュアル・メディアと連動して、「国土」の風景をイメージ消費の対象にすると同時に、若い女性層から他の層も巻き込む形で、「国民」をもイメージの消費者として再編していった。それはあたかも、列島全体が博覧会会場の世界の内部であるかのように、新しい美的・視覚的なリアリティによって、「国土」と「国民」が包まれていくプロセスでもあった。

「開発」「イベント」「交通」「観光」の流れのうち、最も基盤にあったのが開発であり、その非日常的な起爆剤が、東京オリンピックと大阪万博という巨大イベントだった。2大イベントを契機とした新幹線と高速道路の開通は、日本人がかつて体験したことのない「速度」の開発であり、同時期の観光の浸透も、2大イベントと深く関わっていた。

ポスト万博のディスカバー・ジャパンは、美的・視覚的な次元で、「国土」の風景をイメージ消費の対象として再編した。速度と移動の増大により、旅行の利便性・快適性が高まるのと同時に、移動中の車内からパノラマ的に風景をまなざす視覚の構図が、浸透していく。つまり、利便性と視覚性

4つの流れはこうなる

次元	60年代前半	60年代末～70年代初頭	72年復帰後の沖縄
開発	全国総合開発計画	新全国総合開発計画	沖縄振興開発計画
イベント	東京オリンピック	大阪万博	沖縄海洋博
交通	東海道新幹線	高速道路・モータリゼーション	国道58号線・沖縄自動車道
観光	海外旅行の自由化	ディスカバー・ジャパン	< 青い海 > の亜熱帯リゾート

開発 巨大イベント 交通（速度と移動） 観光

の両面で、交通と観光は関わり合っている。

「亜熱帯」と「海」のロードパーク

この4次元の関係と流れは70年代、復帰後の沖縄にそのまま持ち込まれた。いわゆる「沖縄の本土化」が、パッケージ化して行われた形だ。沖縄振興開発計画はその起爆剤の巨大イベントとして、海洋博を活用した。関連公共事業1800億円のうち約2割が、「海洋博道路」と呼ばれた国道58号線と、高速道路の沖縄自動車道という2本の中核の道路整備に当てられたのである。

つまり沖縄振興開発計画は海洋博を通して、速度と移動を沖縄に大規模にもたらし、観光の道を開いた。速度の導入により、車窓からの風景をパノラマ的にまなざす視覚の構図が、沖縄の空間を確実にとらえていった。沖縄へ旅行したことのある人はご存じだろうが、本島西海岸沿いの58号線の路側帯には、多数の亜熱帯植物が植え込まれている。那覇から車で北上して、恩納村のリゾートエリアに入るやいなや、西海岸の青い海の絶景が広がる。左手には青い海、右手には亜熱帯のヤシの木や赤いハイビスカスという、道路そのものが亜熱帯と海のテーマパークと化していくのだ。

このロードパークも、海洋博とともに整備された。「南国の沖縄らしい」亜熱帯植物が、道路沿いに人工的に植え込まれた。会場内の海浜公園とも重なり、「沖縄らしさ」のディスプレイ装置となっていく。沖縄は、日本のなかの南の亜熱帯として、視覚的に個性化されつつ、同時に均質的で抽象的な「国土空間」へと組み込まれていった。

道路というのは全国一律の交通体系なので、復帰後の沖縄を「均質的で抽象的な国土空間」にしてしまうには、道路整備は最も手っとり早い方法だったのである。ただし、米軍統治下の沖縄では自動車はアメリカ型の右側通行だったので、復帰後もしばらくはそのままだった。左側通行に統一されたのは78年(昭和53)の7月30日である。この交通規則の変更は、その日付をとって「ナナサンマル」と呼ばれ、70年代の本土化・ヤマト化の最後の儀式として、今日まで語り継がれている。

2. リアリティの二重性の創出

オブジェ化した伊江島

さて、海洋博が沖縄に与えた影響は、道路などのインフラ整備・関連公共事業の面だけにとどまらない。博覧会空間が展示し、体現した「海」のイメージ世界自体が、沖縄の空間開発の未来を方向づけるモデルとなっていた。

海洋博の会場は、沖縄本島北部の本部半島^{もとぶ}に置かれた。この会場跡地は国立公園となり、2002(平成14)年には公園内に美ら海水族館がオープンし、連日にぎわっている。海洋博公園から眺める本部の海は絶景だ。

世界各地の従来の方博では、広大な遊休地を大加工していたが、海洋博には、この本部の美しい海といくつかの離島がそのまま、会場の展示に使われた。だが同時に、この本部の海(自然)の風景が大規模な観光のまなざしにさらされた瞬間、その空間のもつ意味は変質してもいた。

沖縄には、海のかなたに祖先の原郷・楽土があり、そこから神々が訪れるという「ニライカナイ」信仰が根づいてきたとされる。ところが、海洋博において導入された、海をまなざす純粋な視覚的快樂のフレームは、こうした信仰とは無関連かつ対照的に、海洋レクリエーションへの欲望を呼び起こす。沖縄のローカルな歴史・伝統に根を張った信仰・価値観から、本部の海の風景を美的なイメージとして切り離し、観光のまなざしのオブジェへと変えてしまう。

伊江島は海洋博会場のゲートを入ると、真正面に見えた。前面には大きな赤瓦の沖縄館が位置し、背景に伊江島が広がる。しかもそれは、広大な会場のどの位置から見ても、アクアポリスと並んで、海を美的にまなざす構図のセンターにあった。

触覚的な近さと視覚的な遠さ

一方、生活空間としての伊江島は、海洋博の視覚的なオブジェにはとどまらない。むしろ逆で、伊江島は故・阿波根昌鴻（米軍との土地闘争、反戦平和運動のリーダー的存在）の活動のように、「戦争」「基地」「運動」といった沖縄の諸様相を、小さな島空間のなかに濃縮し続けてきた。沖縄戦での激戦。米軍占領により戦後2年近く余儀なくされた、住民の島外への強制退去。帰郷後も安住できず、土地をめぐる米軍と農民のたえざる攻防・緊張関係。想像を絶するまでの死の恐怖と貧困のなかで続けられた反基地平和運動…。今なおアメリカ海兵隊の補助飛行場は、島面積23km²の約35%を占めている。

伊江島には、阿波根が設立した「ヌチドゥタカラの家 反戦平和資料館」がある。リゾート目的の観光客はあまりここを訪れないが、その豊富な展示物は、この島の生々しい歴史について、深い認識を与えてくれる。米軍の弾丸や模擬爆弾、軍服、戦争中の生活用具など、戦争と基地被害の証拠品や写真が大量に並べられ、直接手で触れて確かめることもできる。言葉にしがたい島内での壮絶な日々を、展示品たちは皮膚感覚で訴えかけてくる。

さて、この展示品との触覚的な近さは、海洋博

では客体と化した伊江島（美的なオブジェ）との視覚的な遠さと、ちょうど対照的だ。後者の伊江島は、前者のリアルな歴史・現在と無関連なまま、美的・視覚的に抽象化されていく。島内の濃密な三次元空間から、本部半島から見る伊江島の二次元の前景が切り離され、パラレルワールドとして、〈海〉の博覧会の抽象空間が構築されていく。

「戦争」「基地」「運動」といった現実領域とは別次元の、もうひとつの沖縄、パラレルワールドとしての「青い海」「観光リゾート」の沖縄を、幻想領域において構築することが、明らかに海洋博の主題のひとつであった。復帰後の沖縄の、リアリティの二重性の創出プロセスそのものである。

1851年にロンドンで万博が始まって以来、万博は最新テクノロジーを駆使して、めくるめくスペクタクルの空間を演出し、未来イメージを体現してきた。海洋博では、本部の海や伊江島の風景がスペクタクルの演出装置となり、「海のリゾート・沖縄」の未来を視覚的に表現し、現実を方向づけるモデルとして機能していったのである。

2016年東京都オリンピック招致をめぐる

以上のように、私は海洋博に焦点を当てて巨大イベントの研究をしてきたのだが、2006（平成18）年に一橋大学に移ってまもなく、学生から依頼を受け、秋の大学祭で、東京都の2016年オリンピック招致に関するシンポジウムの、司会兼パネリストをつとめることになった。

東京都庁のオリンピック招致本部の職員と、シドニーオリンピックの銀メダリストがパネリストで、石原慎太郎都知事はビデオレターで出演した。彼らはもちろん招致推進派で、オリンピックの素晴らしさと招致の重要性をアピールした。私は司会として淡々と進行を務めたが、パネリストとして番が回ってくると、バランスをとる意味と、研究や主張の方向性から、私は勇気を出して徹底した批判を展開したのだった。本章の内容ともつながるので、その内容（当時のまま）を手短に紹介しておこう。

私の報告は、「石原都政とオリンピック招致へ

の問い～巨大イベント・臨海開発・ネオナショナリズム～」。なぜいま、再び東京オリンピックを開く必要があるのか。財政計画では「民間資金中心」をアピールし、都の負担は小さいという。だが今回の招致の本質は、オリンピック自体の招致や運営費をはるかに上回る、関連公共事業にある。つまり結局、巨大イベントを起爆剤とする 20 世紀型開発主義は変わっていないのだ。

都はオリンピックを契機に、都心回帰・臨海副都心開発・道路拡張を図っている。「都心の半径 10km 圏内で行うコンパクトな大会」とし、拡張志向でないのは愛知万博と通じる。だがこれは、都心をさらに特権化する恐れがある。また、「既存の施設を活用する」と言うが、新設の施設もあり、スタジアムと選手村は臨海副都心に、メディアセンターは築地市場跡地に建てられる。これらの立地は、今後の都心の開発拠点とされる場所だ。

特に臨海副都心は鈴木都政時代、世界都市博の計画がバブル崩壊で頓挫した過去がある。青島都政では公約通り都市博を中止したが、その後の見通しがなく財政が悪化した。石原都政は、オリンピックで再びこの地の活性化を図るわけだが、80年代のウォーターフロントとバブルを繰り返そうとしているだけではないのだろうか。

同時に都が目指すのは、道路拡張である。石原都政は中央環状線・外環道・圏央道など、立ち遅れた円環状の高速道路を整備し、都心から放射状に伸びた現在の高速網の渋滞緩和を目指している。麻痺した交通の利便性向上という意図自体はわかるが、高度成長以来の道路拡張プロジェクトの貫徹であり、64年の東京オリンピックからの開発主義の連続性は明らかだ。

2016年のオリンピック開催地が東京に決まれば、これらの開発はオリンピック関連公共事業として神聖化され、巨額の国費投入と早期完成が見込める可能性が高い。これこそ、先の大阪万博や沖縄海洋博と同様、国家・国際イベントがもつ強大な祝祭効果であり、開発に大きな物語が与えられ、国家による後ろだてが得られるのである。

臨海副都心は、アクアポリスからつながっている

もっとも、すでに 05（平成 17）年の愛知万博で立証済みのように、環境意識の高い今日、もはや単なる開発主義は通用しない。都も「環境最優先」をうたっており、いかに環境と開発をリンクし、調和させるかが重要な課題となる。もうひとつ掲げる「都市と海のネットワーク」は、海の環境を開発に活用した具体的な形 臨海副都心だ。

そして実は、この「環境にやさしい開発」と「海上都市」の組み合わせは、沖縄海洋博のコンセプトそのものであった。海洋博のコンセプトはまさに、神戸ポートピア博 臨海副都心 都市博構想 オリンピック招致、という一連の系譜へと受け継がれてきた。海洋博における未来の海上都市・アクアポリスの発想を直接引き継いだのが、81年の神戸ポートピア博であり、この地方博が大成功を収めた後、会場跡地のポートアイランドは現実の海上都市となった。東京都はこの神戸の成功に続こうとして、臨海副都心開発と世界都市博を構想したのだった。だから、いみじくも沖縄海洋博と東京都のオリンピック招致は、間接的につながっていたのである。

これまで全国各地で、自然の海岸線は大きく手を加えられ、ウォーターフロントの埋立開発は「環境にやさしい開発」と「海上都市」の輝かしいイメージのもと、正当化されてきた。その原点には沖縄海洋博があり、アクアポリスがあった。海洋博のテーマ「海 その望ましい未来」は、以後の臨海開発の現実的なモデルとして、実際に機能してきたのであった。

参考文献

- 多田治、2008『沖縄イメージを旅する 柳田國男から移住ブームまで』中公新書ラクレ
多田治、2004『沖縄イメージの誕生 青い海のカルチュラル・スタディーズ』東洋経済新報社
吉見俊哉、2005『万博幻想 戦後政治の呪縛』ちくま新書
吉見俊哉、1992『博覧会の政治学 まなざしの近代』中公新書