

沖縄県における観光の国際化

The Internationalization of Tourism in Japan: The Case of Okinawa Prefecture

北田 晃司*
Koji KITADA *

Abstract

Although the number of foreign tourists visiting Japan is still extremely small in comparison with that of other countries in Europe and North America, it has been steadily increasing in recent decades. Moreover, despite this relatively small number, there is considerable difference in the constitution of the nationality of foreign tourists according to the districts from north to south. There is also a difference in the activity of tourists having different nationalities visiting the same district. In this article, we investigate the element that causes these differences, the variety of preferences among foreign tourists according to their nationality, and its relation to the tourism resources of the district visited.

We mainly focus on the case of internationalization of tourism in Okinawa Prefecture, which is located in southwest Japan and experiences a subtropical climate. Primarily, the foreign tourists visiting Okinawa Prefecture are Taiwanese, occupying about half of the total number of foreign tourists, followed by Korean, American, etc. We mainly analyzed the group tours from Taiwan and South Korea to Okinawa sold on the internet homepages of well-known tourist companies in these places, and questionnaire for research performed by Okinawa Prefecture in Taipei (Taiwan), Seoul (South Korea) and other cities in Asia.

Almost all group tours from South Korea and Taiwan take tourists to locations such as Shuri castle (World Heritage Site), Kokusai Street, and Churaumi Aquarium in Okinawa Prefecture. However, there is considerable difference in the tourist places visited by group tours from South Korea and those from Taiwan. Although Okinawa is still not well known as a tourist spot in South Korea, most group tours from South Korea take tourists to Manza seacoast and Pineapple Park in Nago to enjoy the subtropical atmosphere, which is difficult to experience in South Korea due to extremely cold winters. In addition, data on the number of airplane passengers show that numerous Koreans visit Okinawa Prefecture during winter.

However, Taiwanese tourists mainly visit large shopping centers in Naha city, the capital of Okinawa Prefecture, and historic heritage sites, which show the traditional cultural exchange between Okinawa and Taiwan or mainland China: traveling by airplane from Okinawa Prefecture to Taiwan it takes approximately 1 hour. Moreover, tourists from Taiwan like to eat traditional Okinawa food historically grown under the strong influence of the Chinese culture. However, ironically, Okinawa Prefecture is no longer as popular as a tourist spot for the Taiwanese because of its proximity to

*中京大学 (非常勤講師) / Part-time lecturer, Chukyo University, Japan

Taiwan and similarity in culture and climate. In addition, a great number of Taiwanese visit Hokkaido, also located in Japan, where they can enjoy snow and winter sports, which are almost impossible to experience in Taiwan because it experiences subtropical climate similar to Okinawa.

As discussed above, preferences among foreign tourists vary greatly by nationality, although there is considerable resemblance between South Korea and Taiwan in that both are comparatively near to Japan, experienced high economic growth during almost the same period, and have sufficient interest in Japan as they were under the colonization of Japan toward the end of World War II. Judging from this, we can say that it is insufficient to consider only the amount of tourist information. We should offer information to tourists by selecting elements that would be most attractive for them according to their nationality, and if possible, we should provide this not only in English but also in their native languages. In addition, it has been suggested that information be provided about not only the tourist place but the traditional food and drinks of the district, which are the most attractive elements for foreign tourists.

It is also important to provide convenient means of transportation so that foreign tourists have more free time to utilize this information. Considering that the number of individual foreign tourists, especially from China who is likely to increase rapidly, this is an immediate need, especially in local areas, such as Okinawa Prefecture, where the transportation network is lacking.

However, it is regrettable that often local governments in Japan tend to regard foreign tourists only as a means of generating additional money. It is true that the number of foreign tourists in Japan is much smaller than that of domestic tourists and that, judging only from the economic perspective, they are not given much importance. However, it is noteworthy that the significance of foreign tourists cannot be measured only by the economy. Foreign tourists have great potential in terms of finding attractive elements in various districts of Japan, which are still undiscovered even by the Japanese. Moreover, this is possible only because they have considerable variety of preferences according to their nationality in spite of their relatively small number. To develop international tourism in Japan, a land with great variety in a relatively small area, the most important points are to consider the following two elements simultaneously and to harmonize them more efficiently: the variety of preferences of foreign tourists according to nationality and the variety of tourism resources in Japan according to the district.

キーワード：国際観光，外国人観光客，日本，沖縄

Key words：international tourism, foreign tourists, Japan, Okinawa Prefecture

I. はじめに

近年、地理学において観光を扱った研究が急速に増加している¹⁾。

その取り扱うテーマもエコツーリズム、地域おこしを目的に行政や企業などが中心となって開催する各種の祭典、観光地の歴史の変遷など多岐にわたる²⁾。

しかしその大半は日本人観光客による国内観光を対象としたものであり、わが国をフィールドとしていても外国人観光客を考察の対象とした研究

は、近年、わが国において国家のみならず都道府県や市町村レベルにおいても国際観光を経済の活性化のための手段とみなし、様々な対策に着手している事例が数多く見られるにも関わらず、まだごく少数に留まっている³⁾。その理由としては次のようなことが考えられる。

まずわが国においては、特に都道府県以下のレベルにおいて外国人観光客に関する統計がまだ十分整備されていない。例えば外国人観光客に関して、国籍別の訪問数などに関する十分な経年的資

料が存在するのは北海道、長崎県、鹿児島県、沖縄県など、経済において観光産業の占める割合が大きな一部の都道府県に限られている。

次にわが国を訪問する外国人観光客の数がそれほど多くないことが挙げられる。実際、わが国を訪問する外国人観光客数は、フランス、スペイン、イタリアなどのヨーロッパ諸国やアメリカ合衆国などに比べてはるかに少なく⁴⁾、その経済的重要性も小さい。

さらにわが国に限らず、一般的に外国人観光客の訪問数は国内観光客に比べて、世界レベルでの流行性疾患の拡大や経済的不況、あるいは訪問国の政治情勢の流動や大規模な自然災害の発生などの影響を受けやすいために短期間における増減の幅が大きく⁵⁾、国内観光客に比べて動向の把握が困難であることも否定できない。

しかしこれらの不安定要因は必ずしも永続的なものではないこと、また我が国においては2010年7月に中国からの観光客に対する個人ビザの発給条件が緩和されたことなどを考えると、より長期的な視点から見た場合、今後わが国を訪問する外国人観光客が再び増加する可能性は十分にあり⁶⁾、検討を進める意義は大きいと言える。

また観光の国際化、特に外国人観光客の動向について分析を行うことは、いわゆるバブルの崩壊以降、経済的に停滞傾向にあり、人口も減少を始めたわが国において観光産業、特に国際観光が将来重要な産業の一つになる可能性が高いことを考えると、わが国の観光資源を再検討し、様々な観光地の新たな魅力を探ることにもつながる極めて重要な作業であると言える。

このような状況の中で、特に地理学の立場から観光の国際化や外国人観光客について検討を進めるにあたっては、たしかに経済学などと同様に地域経済の活性化の追求も重要な課題ではあるものの、決して短期間の間に地域に大きな経済的利益をもたらすことや、行政、企業、住民といった観光に関わる様々な主体相互の連携を強化することそれ自体だけを目的とすることなく、より大局的な視点から検討を行うことも重要であると考えられる。特に地理学は空間の多様性を自らの重要な存立基盤とし、歴史・文化・社会的背景、価値観の異なる様々な集団の存在を前提とした学問である

ことから、外国人観光客を単に少数派集団として軽視するのではなく、国際観光とは外国人観光客という言葉・歴史・文化・社会等の様々な背景をもつ主体と彼らが訪問する空間との接触であるという視点を忘れることなく、例えば複数の外国語の資料を使用し、さらには各国の歴史、文化、経済、思考形式などの違いにも十分に精通した上で分析を行うことが何よりも重要であると考えられる。しかし実際には、地理学関係者による、このような外国人観光客の多様性に配慮した研究はこれまで殆ど行われてこなかったと言っても過言ではない。

以上のことから本研究においては、わが国における観光の国際化の現状および課題について、訪問する外国人観光客側、特にその嗜好の多様性およびその背景となる要因に重点をおいて検討することにする。

なお本章の最後に、筆者が分析の前提とする、外国人観光客の嗜好の多様性を示す具体的なデータを挙げることにする。

わが国の国土面積は約38万km²とそれほど広くないが、訪問する外国人観光客国籍構成は地方によりかなり多様である⁷⁾。また同じ地方でも外国人観光客の国籍により、訪問する観光地には少なからぬ相違が見られる。

表1はわが国を訪問する外国人観光客のうち、訪問者数においてここ数十年間1位または2位を占めてきた韓国および台湾からの観光客について、両者を出発地とし、九州北部⁸⁾を訪問する団体ツアー⁹⁾の目的地および訪問率を示したものである。考察の対象とした団体ツアーの数は韓国73、台湾82の、合わせて155である。

これによると九州北部には福岡市・太宰府天満宮のように韓国・台湾とも訪問率の高い観光地

表1 韓国および台湾からの団体ツアーによる九州北部における主要観光地の訪問率

	韓国	台湾
訪問率70%以上の観光地	福岡市 太宰府天満宮 別府 湯布院 阿蘇	福岡市 太宰府天満宮 ハウステンボス
訪問率70%以上の観光地	熊本市	柳川 湯布院
訪問率30%以上50%未満の観光地		別府 阿蘇 長崎市 天山スキー場
ツアー平均日数	3.62	4.99

韓国・台湾とも大手4社が主催し、2010年1月中旬～2月に出発する団体ツアー(韓国73、台湾82)を考察の対象とした。

が存在する一方で、両者の訪問率に大きな差が見られる観光地も少なくない。例えば韓国からのツアーでは別府・湯布院といった温泉や世界最大の活火山である阿蘇山のある阿蘇、熊本城のある熊本市などの訪問率が高いのに対し、台湾からのツアーではわが国有数のテーマパークであるハウステンボスなどの訪問率が高い。また佐賀県にある天山スキー場の訪問率が30%を超えていることも注目される。これは気候の温暖な九州ではスキー場があまり多くないことを考慮すると極めて高い訪問率と言える。

ここでとりあげた韓国と台湾は、主に1960年代後半以降急速な経済成長をとげたこと、1980年代後半までに海外旅行が自由化されたこと¹⁰⁾、また日本から距離的に近く、かつて植民地支配を受けた経験もあることなど、少なくとも海外旅行をするための経済的条件や日本に対する関心の高さなどでは類似点が多いと考えられる。にもかかわらず、九州北部という同じ場所を目的地とする海外旅行における訪問地や訪問率だけをとり、両者の間には少なからぬ相違が見られることから、わが国を訪問する外国人観光客は前述のように数的にはまだ少ないものの、その嗜好は極めて多様性に富んでいるとみなすことは十分に妥当性があると考えられる。

II. 沖縄県を訪問する外国人観光客の動向

前章で述べたように、本研究においては、わが国を訪問する外国人観光客の嗜好の多様性およびその背景に重点をおいて分析を行い、さらにこの分析をもとに、今後、わが国の国際観光をより発展させるためにはいかなる対策が必要であるかについても検討を行う。

なお、フィールドとしては沖縄県を扱うことにする。本研究において沖縄県を取り上げた理由としては、同県はわが国の都道府県において観光産業の経済に占める割合が特に大きな県であること¹¹⁾、また前述のように外国人観光客に関する経年的資料がわが国で最も充実した県の一つであること他に、次のような理由が挙げられる。

表2は沖縄県における国籍別入域外国人数の推移を示したものであり、その大半は観光客と考えられる。これによると、同県を訪問する外国人観

表2 沖縄県における国籍別入域外国人数

	1998年	2003年	2008年
台湾	103,720	43,122	109,260
(空路経由)	85,003	33,171	46,948
(海路経由)	18,717	9,951	62,312
韓国	2,450	5,628	13,343
香港	229	449	30,916
アメリカ合衆国	8,790	10,113	9,204
中国(台湾・香港を除く)	0	14	1,617
その他	5,178	8,445	26,068
合計	120,367	67,771	190,408

単位:人。沖縄県(2009)に掲載された、出入国管理統計年報に基づいて沖縄県観光商工部観光企画課が作成した値。特定上陸者(クルーズによる主に八重山方面への上陸者)および協定該当者(軍属およびその家族)は含まない。

表3 外国人による都道府県訪問順位および訪問率

	1997年	2002年	2008年
1位	東京 62.6	東京 52.7	東京 58.9
2位	大阪 20.9	大阪 27.8	大阪 25.0
3位	千葉 15.2	神奈川 15.6	京都 21.4
4位	神奈川 14.5	京都 14.7	神奈川 16.0
5位	京都 14.3	千葉 13.2	千葉 11.8
6位	愛知 11.9	愛知 11.2	愛知 10.1
7位	福岡 10.9	北海道 9.1	福岡 9.7
8位	長崎 6.0	福岡 7.0	兵庫 8.8
9位	兵庫 4.9	兵庫 5.8	北海道 8.1
10位	奈良 4.7	奈良 5.2	奈良 6.5
沖縄県の順位および訪問率	11位 4.7	13位 3.6	20位 2.3

単位:%。JNTO「訪日外客訪問地調査」の各年のデータによる。これは観光客の他に商用客なども含んだ値であるために大阪府・愛知県などの値が若干高くなる傾向も見られるものの、外国人観光客にとつてのわが国の各都道府県の観光目的地としての魅力をかなり正確に反映していると考えられる。

光客数はSARSの影響を受けた2003年前後には一時的に大きく減少した¹²⁾ものの、2008年には約19万人とSARS発生以前の数値を大幅に上回る回復を見せている。また国籍については、台湾が一貫して過半数を占めており、以下韓国・香港・アメリカ合衆国などが続いている。特に台湾からの観光客が多い理由の一つとしては沖縄からの距離が近いこと¹³⁾、また沖縄県と台湾の間には古くから交流関係があったことなどが考えられる¹⁴⁾。

しかし沖縄県を訪れる外国人観光客は、同県を訪問する日本人観光客が2003年以降、毎年500万人を超えている¹⁵⁾ことを考慮すると、その25分の1にも満たず、極めて少ない数値であると言える。

次に表3は、わが国を訪問した外国人による訪問順位および訪問率において上位を占める都道府県を示したものである。これによると、沖縄県の訪問順位および訪問率は1997年の11位・4.7%

から2006年の20位・2.3%へと確実に低下している。

この最も大きな要因としては、同県を訪問する外国人観光客の過半数を占める台湾人観光客の伸び悩みが考えられる。実際、次の表4にあるように、特に台湾からの沖縄県訪問率の順位は1997年の6位から2008年の15位へと大幅に低下しており、同じ期間に北海道が台湾および香港からの訪問先として大幅に順位を上げているのは極めて対照的である。また韓国からの訪問率の順位も、表2では訪問者数が増えているにもかかわらず、訪問順位では低下しており¹⁶⁾、他の都道府県に比べて訪問者数の伸びは小さいと言える。

一方、表3で名前が10位以内に掲載されている都道府県に注目すると、これらの都道府県は主な観光資源をもとに、ほぼ次の4つのタイプに分類することができる。①わが国を代表する大都市のある、あるいはその近隣に位置する都府県（東京・大阪・愛知・神奈川・千葉・兵庫など）。②かつてわが国の首都であった都市を抱え、日本の象徴としての歴史的文化的財に恵まれた府県（京都・奈良）。③多くの温泉を抱え、主に韓国からの観光客の多い九州に位置する県（福岡・長崎など）。④雄大な雪景色や札幌・小樽のような個性ある都市が高く評価され、主に台湾・香港からの観光客の多い北海道。

これに対して沖縄県はここに挙げた①から④のいずれの要素についてもあまり恵まれず、そのことが日本人観光客に比べて外国人観光客が極めて少ない大きな要因であると考えられる。

しかし沖縄県のように、日本人観光客には全国

表4 韓国・台湾・香港からの訪問順位で上位を占める都道府県（2008年）

	韓国	台湾	香港
1位	東京	東京	東京
2位	大阪	大阪(+3)	大阪(+1)
3位	福岡	京都(+5)	北海道(+11)
4位	京都(+2)	北海道(+10)	京都(+1)
5位	大分(+3)	千葉(-3)	千葉(-3)
6位	神奈川(-1)	愛知(+3)	神奈川(-2)
7位	熊本(+2)	神奈川	兵庫(+8)
8位	兵庫(+4)	兵庫(+9)	山梨(-1)
9位	千葉(-2)	福岡(-6)	宮城(+9)
10位	奈良	奈良(+5)	愛知(-2)
沖縄県の順位	20位(-7)	15位(-9)	13位(+5)

JNTO『訪日外客訪問地調査』のデータによる。括弧内の数値は1997年の順位との差である。

的に知られた人気のある観光地を抱えながら、このように外国人観光客の訪問数や訪問率に伸び悩みが見られる県は決して少数ではない¹⁷⁾。むしろ表3に示されたように、外国人観光客は少数の都道府県に集中する傾向が強いと言った方が適切である。このように沖縄県における国際観光について検討することは、日本人観光客の間で人気のある観光地を数多く抱えながら、外国人観光客の訪問数や訪問率に伸び悩みが見られる他の多くの県、特に大都市の少ない中国・四国地方や北陸地方などの諸県における国際観光とも共通する課題を明らかにすることでもあり、わが国における国際観光が抱える問題の核心についてより具体的に把握することができるという点で極めて有意義であると考えられる。

なお検討にあたっては主にJNTO（日本政府観光局）、沖縄県およびその関連機関などが発行した各種統計資料やこれらの機関が作成したホームページ、沖縄県への団体ツアーを主催している韓国および台湾の大手旅行会社のホームページなどを参照した。また年度や事実関係を確認するために、沖縄県において最も有力な新聞の一つである琉球新報のホームページを利用した記事検索を行い、参照した記事が掲載された年月日を本文中に示した。

一方、2010年3月には沖縄県の主要観光地を訪問し、主に公共交通機関によるアクセスビリティを確認すると同時に、沖縄県を訪問する外国人観光客のほぼ半数を占める台湾人観光客の動向、特に既存の資料では確認が困難な、沖縄が日本に返還される以前の国際通りにおける彼らの観光行動について那覇市在住の古老に面接による聞き取り調査を行った。さらに同じ2010年3月には台湾の台北市において、現地にある沖縄県の出先機関、沖縄県の県産品を扱う大型百貨店、台湾の交通・観光関係の政府機関などにおいて、台湾における沖縄県の県産品の販売戦略や観光キャンペーンについて面接による聞き取り調査を行った。なお、この調査においては現地の通訳を伴った。

続いて外国人観光客の動向についてより具体的に検討を進める。ここでは前章で取り上げた、韓国および台湾から九州北部を目的地とした団体ツ

アーと同様に、韓国および台湾¹⁸⁾を出発地とし、沖縄県を目的地とした団体ツアーについて検討を行う。なお検討対象とする旅行会社は九州北部の例と同じく韓国4社および台湾4社であり、各社のインターネットのホームページで販売を行っている団体ツアー¹⁹⁾を考察の対象とした。ツアー数は韓国11、台湾12の計23であり、出発時期は2010年2月および3月である。

なおこれらの団体ツアーに参加する旅行者と個人旅行者では、後述するように、特に利用する交通手段については大きな相違点があると考えられるものの、少なくとも外国人観光客の国籍ごとの嗜好の傾向や沖縄県における主な観光地への評価などについては両者の間にほとんど差はないと考えられる。

表5は韓国および台湾からの団体ツアーが沖縄県において訪問する観光地を示したものである。韓国・台湾とも70%を越える訪問率を示しているのは、国際通り・首里城・おきなわワールド・美ら海水族館であり、いずれも沖縄を代表する観光地である。

しかしそれ以外の観光地については、両者の間には少なからぬ相違が見られる。まず韓国からのツアーでは本島南部の韓国人慰霊塔、あるいは本島北部の万座毛・名護パイナップルパークなど、那覇市のみならず沖縄本島の南部や北部にも訪問率が70%を超える観光地が複数存在する。

これに対して台湾からのツアーでは、おもろまちの免税店（DFS）やサンエーメインプレイス、

表5 韓国および台湾からの団体ツアーによる沖縄県における主要観光地の訪問率

	韓国(11)	台湾(12)
那覇市と周辺	◎国際通り 首里城 あしひなモール	◎国際通り 首里城 波の上宮 ○あしひなモール 孔子廟 福州園 免税店(DFS) △新都心サンエー
本島南部	◎韓国人慰霊塔 おきなわワールド	◎おきなわワールド △ひめゆりの塔
本島中部	○東南植物楽園	○東南植物楽園 △安保の丘
本島北部	◎美ら海水族館 万座毛 名護パイナップルパーク ○エメラルドビーチ △オリオンビール工場	◎美ら海水族館 △名護パイナップルパーク △オリオンビール工場

韓国・台湾とも大手旅行社4社による、2010年2月および3月出発の団体ツアーを考察の対象とした。◎は訪問率70%以上、○は訪問率50%以上70%未満、△は訪問率30%以上50%未満である。なお両者とも訪問率が30%未満の観光地は考察の対象から除外した。

あるいは波の上宮・孔子廟・福州園など、主に那覇市とその周辺にある大型小売店や、沖縄と台湾や中国大陸との文化的交流を示す観光地の訪問率が高い。しかしその一方では万座毛やエメラルドビーチのように、日本人観光客のみならず韓国人観光客の沖縄観光においても重要な要素を占めていると考えられるビーチリゾートの訪問率はかなり低い。これは気候が温暖で多くの海水浴場のある台湾からの観光客にとっては、沖縄の観光地の中で最も重要な要素の一つである亜熱帯気候下のビーチリゾートは必ずしも十分な魅力を感じる場所ではないためと考えられる。

また、旅行中に提供される食事についても両者の間には重要な相違が見られる。韓国および台湾からの団体ツアーの食事メニューのうち、昼食および夕食²⁰⁾について検討した結果、韓国からのツアーではバーベキューや寿司などが提供されることが多く、豚肉料理や沖縄そばのような沖縄の伝統料理の占める割合はわずか18.1%である。これに対して台湾からのツアーではその割合は71.0%にも達しており、韓国からのツアーに比べて、沖縄の伝統的な料理が提供される回数をはるかに多い²¹⁾。

さらにI章で述べた外国人観光客の嗜好の多様性について考える場合、単に外国人観光客の国籍の違いによる嗜好の相違のみならず、対象となる場所が各国の国際観光においていかなる位置づけにあるのか、特に今後さらに訪問数が増える可能性が高いのか、あるいは人気が停滞気味にあるのかといった違いが存在することにも留意する必要があると考えられる。

表6は、沖縄観光コンベンションビューロー（2009）に掲載された、沖縄県が2008年にソウル、台北などで行った観光地としての沖縄県への評価に関するアンケートの結果の一部を示したものである。

まず韓国（ソウル）では、沖縄に行こうと思わない理由として「沖縄をよく知らない」という回答が8割を超えている。また回答者のほぼ半数が、沖縄には「名前を知っている観光地がない」と答えており、沖縄の知名度はかなり低い。特に石垣島については同島との間にクルーズが就航している台湾に比べて数値ははるかに低い。

表6 韓国および台湾における観光地としての沖縄県への評価

	日本で行きたい旅行目的地	沖縄に行こうと思わない理由	沖縄と聞いて思い浮かぶイメージ	名前を知っている沖縄の観光地
韓国	①東京 50.0 ②沖縄 31.7 ③北海道 26.2 ④富士山・大阪 22.2 ⑤京都 15.9 ⑥名古屋 14.3	①沖縄をよく知らない 50.0 ② 82.5 ③ 26.2 ④ 設やプログラムがない 15.9	①暑い南の島 39.3 ②海のリゾート 35.1 ③長寿 30.2 ④温暖な気候 19.7	①なし 49.8 ②宮古島 20.0 ③沖縄ワールド 14.1 ④国際通り・東南植物楽園・石垣島 10.8
台湾	①北海道 57.2 ②東京 50.8 ③京都 39.0 ④大阪 35.8 ⑤名古屋 33.2 ⑥沖縄 26.2 ⑦箱根 17.6	①沖縄をよく知らない 57.2 ② 46.2 ③ 26.2 ④ 設やプログラムがない 33.3	①海のリゾート 56.7 ②暑い南の島 37.0 ③独特の文化と食べ物 35.0 ④住民の思いやりと人情 33.3	①石垣島 51.7 ②国際通り 48.7 ③沖縄ワールド 34.0 ④琉球村 30.3 ⑤宮古島 26.0 ⑥美ら海水族館 23.7 ⑦ひめゆりの塔 18.0

沖縄観光コンベンションビューロー(2009)に掲載された、沖縄県が2008年に韓国(ソウル)および台湾(台北)で行ったアンケートの数値(他に北京・上海・香港でも実施)。なお、議論をより明確にするために、質問の文章を一部改変した箇所がある。

しかしその一方で、「日本で行きたい旅行目的地」については、沖縄が富士山、北海道、京都、大阪などよりも上位の第2位に入っている。また表5で示したように、韓国人団体ツアーの訪問率の高い観光地も、沖縄本島に限定されているとはいえ、那覇市のみならず、北部や南部など全島にバランスよく分布している。このことから、韓国においては観光地としての沖縄の知名度はまだ低いものの、潜在的には今後評価が高まる可能性は十分にあると考えられる。

また沖縄県(2009)によると、韓国人観光客の場合、2008年には1月、2月、12月の冬季の3ヶ月に沖縄県を訪問する比率が37.8%にも達している²²⁾。これは冬の寒さの厳しい韓国からの観光客が沖縄県の温暖な気候を高く評価していることを反映したものと考えられ、実際、韓国の通貨ウォンの円に対する価値が2008年後半以降大幅に低下する以前には冬場にゴルフをするために沖縄を訪問する観光客が多かったことも指摘されている(琉球新報2007年10月25日および2008年12月11日)。以上のことから、韓国人観光客については、前述のように、たしかに沖縄県の訪問率は低迷しているものの、通貨ウォンの日本円に対する価値が回復すれば、訪問数が再び増加する可能性は十分にあると考えられる²³⁾。

一方、台湾(台北)の場合、同じ表6から明らかのように、沖縄の知名度は韓国とは比べものにならない位高い。また、沖縄のイメージとして「独特の文化と食べ物」や「住民の思いやりと人情」を挙げた回答者が多いことから明らかなように、沖縄の伝統的な文化や食物などへの関心も

韓国より高い。実際、沖縄の伝統菓子や果物には、台湾や中国大陸と共通または類似したものが少なくなく²⁴⁾、これが前述のように沖縄を訪問する台湾人観光客の団体ツアーにおいて沖縄の伝統的な食事が提供される割合が大きいことの重要な理由とも考えられる。

しかしその反面、海外旅行で行きたい旅行先としての魅力はかなり低く、特に「行きたい観光施設やプログラムがない」と回答した回答者は全体の33.3%と韓国の2倍以上に達している。たしかに沖縄は台湾から近距離にあるが、台湾において海外旅行がより普及した現在、台湾とは自然条件や歴史的・社会的条件が異なる場所²⁵⁾に行くことが海外旅行の大きな魅力となったことで、距離的に近く、かつ自然や文化の類似した沖縄への旅行は、台湾人観光客にとって国内旅行とほとんど変わらない意味しか持たなくなったものと考えられる²⁶⁾。前述の表2において、沖縄を訪問する台湾からの観光客が空路よりも海路を経由する方が多くなったことも、こうした状況を反映したものと考えられる。

さらに沖縄県の関係機関による広報活動が必ずしも十分ではないことも無視できない²⁷⁾。たしかに前述のように台湾における沖縄の知名度はかなり高く、特に台北市内のいくつかの大型小売店では沖縄の県産品も販売されている。しかし台北において砂糖や泡盛などの沖縄県の産品を販売する店舗²⁸⁾においては、図1からも明らかなように、沖縄県産品と台湾や日本の他の都道府県の産品が同じ棚に陳列されていることが多く、日本語を理解しない台湾の買物客に沖縄の食品であることを気付かせる配慮が十分に行われているとは言い難い。特に台北でも有数の繁華街に位置し、地下鉄の駅とも直結している太平洋そごう百貨店の地下2階には、台湾や沖縄県の産品をともに販売する砂糖コーナーや酒コーナーの他に、北海道の産品を専門的に販売する常設店舗もあるが、図1にあるように両者の差は歴然としている。実際、太平洋そごう百貨店や現地の観光関係の政府機関における聞き取りにおいても、「沖縄県は百貨店における物産展などのイベントが他の都道府県に比べて少なく、あまり努力が感じられない。」との回答が得られた。



図1 台湾における沖縄県と北海道の製品の販売形態の比較

いずれも台北の太平洋そごう百貨店において撮影した。左が沖縄県産を含めた砂糖の販売コーナー、右が北海道産品の専門コーナーである。

しかしこれまでに紹介した状況は、台湾人観光客にとっての沖縄の魅力が決して低下を続けているだけであることを意味するものではない。たしかに前述のように、近年、台湾人観光客の沖縄県訪問率やわが国の都道府県における訪問順位は低下傾向にある。しかしその一方では、台湾から沖縄への個人旅行者の増加に伴い、2010年の3月から中華航空の台北―那覇便がかつてと同様の毎日2往復に戻されるといった動きも見られる。これは江心静・林存青という台湾の2人の女性作家が、わが国の沖縄および九州を自転車で旅行した経験をまとめた旅行記²⁹⁾(図2)が台湾でベストセラーになった影響が大きい(琉球新報 2010年1月15日)。

また前述の表6にあるように、台湾では沖縄県の「住民の思いやりと人情」がかなり高く評価されていることから、台湾人観光客でも海外旅行の初心者や台湾との自然・文化の類似性からくる安心感を重視する観光客、あるいは台湾から近距離にあるゆえの価格の安さなどを評価する観光客からは、沖縄県が今後も高い評価を受ける可能性は十分にあると考えられる。

以上に述べたように韓国人観光客、台湾人観光客とも、沖縄県への訪問率がわが国の他の都道府県と比べて伸び悩んでいる重要な要因が存在することが明らかになった。今後、沖縄県が両者にとってより魅力的な海外旅行の目的地になるためには、韓国人観光客には沖縄県に関する観光情報のより一層の普及と通貨ウォンの円に対する価値



図2 台湾におけるベストセラー旅行記『亞洲慢慢來』(表紙)

の回復、台湾人観光客には近距離ゆえの新しい魅力の発見が最も重要だと考えられる。

しかしその一方では、韓国人観光客は温暖な気候と南国情緒あふれる自然景観、台湾人観光客は自然や文化の類似性および距離の近さからくる親近感や安心感という具合に、沖縄県のよさを高く評価している点が存在することも見逃せない。

Ⅲ. 沖縄県の観光の国際化に向けた課題

前章で述べたように、韓国人観光客、台湾人観光客とも全体としては沖縄県への訪問客数は日本の他の都道府県に比べて伸び悩む傾向にあるものの、その一方では両者とも、沖縄県のよさを高く評価している面があることも明らかになった。本章ではこれまでの分析をもとに、沖縄県が韓国人観光客および台湾人観光客に限らず、外国人観光

客にとってより魅力的な場所となるためにはいかなる対策が必要か検討を進めることにする。

これまでの地理学の研究においては、フィールドワークにより入手した数多くの有益なデータを提示するという点では他の学問より優れているものの、それらの調査を踏まえた上での実践への取り組みについては他の学問に比べてまだ不十分であるということが中藤（2008）らによりたびたび指摘されてきた。

実際、何らかの形で実践への提言を行うことにより、地理学の空間、特に空間の多様性に基礎を起した学問としての位置づけをより強化することが可能だと考えられる。特に前章で指摘したように、沖縄県の国際観光が抱える大きな課題の一つである、日本人観光客数と外国人観光客数との間の著しい不均衡、外国人観光客の訪問数や訪問率の伸び悩みなどは、沖縄県のみならず、わが国の他の多くの県とも共通する問題であり、その背景となる要因や解決策について検討することは、わが国の国際観光のより一層の発展のためにも極めて大きな意義があると言える。

これらの課題の中には、前述の韓国通貨ウォンの円に対するレート的大幅低下のように、国際経済の動向に大きく左右される要素も存在する。また、海外からの国際線の就航数の多い東京や大阪と沖縄などの地方とを結ぶ国内線において、例えばジャパン＝レールウェイパス³⁰⁾のように、外国人観光客が日本人よりも低廉な価格で利用できるチケットを創設するといった、沖縄県よりもむしろ国レベルで取り組むことが望ましい課題も存在する。ここでは主に、沖縄県レベルで対応すべき内容、あるいは沖縄県のもつ観光資源の独自性と深い関わりのある内容を中心に、前章までの分析で明らかになった内容と対応させながら考察を加えることにする。

まず最も重要な課題として、外国人観光客が入手できる観光情報の充実、特に伝統文化や食事についてより多くの情報を提供することが挙げられる。沖縄県については、前述の表6で示した韓国のソウルにおけるアンケートで「沖縄をよく知らない」という回答が8割を超えているが、これは韓国人観光客がわが国を訪問する外国人観光客の中でも数的にはトップクラスであること、また日

本語や日本文化にある程度精通した観光客も少なくないと予想されることを考えると、これは沖縄県のみならずわが国、特に表3で名前が挙げられていない県を訪問する外国人観光客に少なからずあてはまると考えられる。

しかしわが国を訪問する外国人観光客は、訪日動機として第2位に日本食を挙げており、これは第1位のショッピングとほぼ同数である（JNTO, 2009）³¹⁾。にもかかわらず、例えば韓国からの団体ツアーの食事で沖縄の伝統的な料理が含まれる割合が20%に満たないことが明らかになったように、わが国を訪問する外国人観光客は、特に地方の食文化については極めて情報不足の状態にあると考えられる。また表5では韓国人・台湾人団体ツアーともオリオンビール工場の訪問率は3割を超えているが、沖縄県の伝統酒である泡盛は外国人観光客の間ではほとんど知られていないことが予想される。

たしかに沖縄県の場合、近代以前には琉球王国が存在し、わが国の他の都道府県とは自然、文化、歴史などで多くの相違点が見られるため、特に東京や京都のようなわが国で最も有名な観光地を訪問することを主目的とする外国人観光客に沖縄県のような地方の県の伝統文化や食事を紹介することが、日本に対する評価を高める上でいかなる効果があるかは明らかではない。しかし表6にあるように、沖縄の知名度がそれほど高いとは言えない韓国においても沖縄が長寿の島であることはある程度知られており、また同国ではアルコール度数25度の焼酎が日常的に飲まれていることを考えると、例えばこれらの食事や泡盛が長寿と結びついていることをアピールするだけでも、韓国あるいは他国からの外国人観光客の間で沖縄県の知名度を高めることが可能であると考えられる。

また食文化以外でも、外国人観光客に我が国の各県または各地方に固有の歴史や文化が紹介される機会を増やすことが重要であると考えられる。例えば表5においては、韓国人観光客が南部戦跡の韓国人慰霊塔を訪問する割合が非常に高いこと、また台湾人観光客も3人に1人以上がひめゆりの塔を訪問していることが注目される。

わが国とアジア諸国との間では、過去の植民地支配や太平洋戦争時の強制労働などについて、い

まだに歴史的認識の上で一致点を見出せないことが多い。そのような状況下で太平洋戦争末期に住民の4人に1人以上が死亡するという悲惨な地上戦を体験した沖縄県の事例³²⁾に触れることは、特に過去にわが国による植民地支配、あるいは戦時下での強制労働などを体験したアジア諸国からの観光客にとって、日本について改めて考え、わが国とより未来志向的な関係を構築するための機会を与える可能性があると言える。

またこの沖縄戦を扱ったものを含め、沖縄の民謡や流行歌が海外、特にアジアを中心とした多くの国や地域で人気があることも見逃せない³³⁾。これらは首里、南部戦跡などの沖縄の有名な観光地を歌ったものも多いことから、外国人観光客が実際に観光地を訪問した時にこれらの歌曲を耳にする機会を増やすことも、沖縄県の評価をより高めることで効果があると考えられる。

そして外国人観光客にこれらの食文化や観光名所などに関する情報を伝達するための言語については、わが国では都道府県のみならず市町村レベルにおいても、英語による案内が不足していることを指摘した例が枚挙に暇がない。しかしすべての外国人観光客が英語を母国語とし、また英語が流暢であるわけでもないことを考慮すると、英語のみならず韓国語、北京語、台湾語、広東語、その他の東南アジアまたはヨーロッパ系の言語など、できるだけ多くの種類の言語によって情報を発信し、しかも表5で明らかになったように、例えば韓国人観光客は亜熱帯気候を満喫できるリゾートビーチ、台湾人観光客はショッピングセンターという具合に、様々な国籍をもつ外国人観光客がより彼らの国籍ごとの嗜好に重点を置いた形で情報を入手できるようにすることが望ましいと言える。

さらに、外国人観光客が彼らの嗜好に合ったより多くの観光情報を得ることのみならず、彼らがこれらの情報を利用できる時間を拡大することもまた重要であると考えられる。

たしかに先に紹介したような団体旅行においてはガイド付きの観光バスが使用されるために、乗り換えなどの手間が省け、より時間効率のよい旅行が十分に可能であることは否定できない。

しかしわが国を訪問する外国人観光客において

は今後、団体観光客よりもむしろ個人観光客の割合が高まることが予想されている。すでに欧米からの観光客についてはその大半が個人観光客であり、アジアからの観光客においても近年は個人観光客が多数を占めるようになってきている³⁴⁾ことから、今後は団体観光客のみならず、これらの個人観光客もより時間的制約や精神的負担の少ない旅行を行うことができるように、彼らが利用できる公共交通機関の充実も、外国人観光客に提供する観光情報の内容の充実と並んで、わが国における国際観光の発展のために不可欠であると考えられる。

これは自家用車の普及による公共交通の役割の低下が著しい地方において特に深刻な問題と言える。中でも沖縄県では現在、ゆいレールの他に鉄道がなく、一方、バス路線は複雑で渋滞が頻繁に発生する。また「車社会化」が進み、一家族が2台以上の自家用車を所有することも珍しくない沖縄県においては、那覇市やその周辺を除くと、有名な観光地を経由する路線バスでも本数は非常に少ないことが珍しくない³⁵⁾。

現在、沖縄県は日本人観光客のみならず、外国人観光客に対してもレンタカーの利用を強力に推進している。しかしわが国では香港やオーストラリア、イギリスなどを除いた多くの国や地域とは車のハンドルの位置が逆である。また沖縄の道路は渋滞や激しい雨に見舞われることが多いために距離の割には運転時間が長くなる傾向にあり³⁶⁾、レンタカーの事故もここ数年急増している（琉球新報 2007年4月26日）。

これらのことを考えると、レンタカーだけで外国人観光客、特に団体観光客に比べて移動交通手段の選択の幅の狭い個人旅行者のニーズに十分にこたえることは困難であると考えられる。実際、わが国ではジャパン＝レールウェイパス、スロット関西など多数の公共交通のフリーチケットが販売されており、中には海外でも事前に入手可能なものも存在することから、特に公共交通機関の充実度の低い沖縄県においては、例えば表5で外国人観光客の訪問率が高い観光地を結び、ゆいレールも乗り降り自由となる、外国人観光客が安心して利用できるバス路線の創設などは十分に意義があると考えられる。またバスの車内では沖縄県へ

の観光客の多い国または地域の公用語による多言語案内チャンネル³⁷⁾を設置し、外国人観光客が言語を自由に選択できるようにすることが望ましいと言える。

以上に述べたように、今後、わが国において国際観光をより一層発展させるためには、様々な国籍をもつ外国人観光客の嗜好の多様性に配慮した上で、特に食事や伝統文化などに関する情報の拡大と公共交通網の充実による外国人観光客の利用可能な自由時間の拡大という双方を軸に、より外国人観光客の立場にたった観光政策を実行することが何よりも重要であると考えられる。

たしかにこのような提言それ自体は決して新しいものではなく、これまでもわが国を訪問する外国人観光客や各種自治体などにより指摘されてきた内容と大きく異なるものではない。しかし問題は近年、国際観光を都道府県または市町村の経済の活性化のための手段として期待する度合いはますます高まっている一方で、わが国の経済情勢の停滞や、それに伴う主に若年層による海外旅行や国際交流への関心の低下といった社会的背景のもと、実際には各自治体において国際観光や海外交流のための十分な予算の確保が困難になり、外国人観光客を対象とした活動がこれまでよりも行いにくくなっているということにあると言えよう。このような傾向に対し、わが国にとっての国際観光の意義を再確認することで本章の結びとすることにする。

本研究の冒頭でも述べたように、国際観光とは外国人観光客という言葉・歴史・文化・社会等の様々な背景をもつ主体と彼らが訪問する空間との接触である。そして彼らはその国籍および嗜好の多様性ゆえに、たとえ同じ場所を訪問してもその評価は千差万別であり、ゆえに少数であっても受入国側において国内観光客と同様な定型的な対応をすることは極めて困難であると言える。

近年、わが国においては、外国人観光客の中でも特にアジアからの観光客の重視が指摘されることが多い。しかし同じアジアにあり、かついづれも日本から近い韓国と台湾からの観光客でさえ、前述の表1や表5から明らかになったように、たとえ沖縄あるいは九州北部といった同じ場所を訪問した場合でも、両者の嗜好には少なからぬ差が

見られる。さらに同じ台湾からの観光客でさえも、沖縄県という同じ場所に対する観光地としての評価が時代により大きく異なることも既に指摘した通りである。

このようなことから、国際観光は国内観光に比べて、短期間に多くの経済的利益を得るための手段とすることは極めて困難であると言える。近年、各自治体において国際観光関連の予算の確保が困難になっているのも、外国人観光客の数が少数であることよりもむしろ、彼らの嗜好や行動の不透明さによるところが大きいと言える。

しかし、国際観光を単に経済的利益の少ない、外国人観光客に対する慈善事業と捉えることは余りにも視野が狭小であると言える。

国際観光は、たとえ短期的に多くの経済的利益を得ることは困難でも、外国人観光客という異質の視点を通して彼らが訪問する国または各地方の観光資源に新たな光を当て、自国民でさえ見逃している観光資源のもつ様々な価値³⁸⁾を知らしめることで、彼らを受け入れた国または各地方の観光地としての魅力をより高める可能性を持っているということは十分に認識されてよいと考えられる。特に1990年代後半には地元の大手銀行の破産に象徴されるように経済の停滞傾向が強かったにもかかわらず、2000年代に入ると表3や表4にあるように、主に台湾や香港からの観光客の急激な増加により、わが国を代表する国際観光地の一つとしての地位を確固たるものにした北海道の例はその典型と言える。

ゆえにたとえ外国人観光客が数的には少数でも、国あるいは各地方の観光地としての資質の向上や新たな魅力の発見につながる可能性がある限り、彼らがより便利に、かつより有意義な観光ができるように配慮を行うことは極めて重要であると考えられる。

以上に述べたように、目先の経済的利益の追求のみに限定されることなく、さまざまな国籍をもつ外国人観光客の嗜好の多様性に配慮しながら、各都道府県や地方のもつ観光資源の魅力を正確に把握し、かつアピールするという地道な努力を続けることこそが、面積こそそれほど広くないものの、南北の自然環境の差が大きく、また大都市から自然美まで多様な観光資源に恵まれたわが国に

における観光の国際化の進展のためには何よりも大切であると考えられる。それはわが国あるいは各地方の観光資源の独自性をより大切にする作業であるとも言えよう。

IV. おわりに

本研究においてはわが国における観光の国際化をより促進させるためにはいかなることが必要なのか、沖縄県を例に分析を行った。同県は経済に占める観光産業の重要性が高く、温暖な気候や人気のある観光地に恵まれ、毎年500万人を超える日本人観光客が訪れるにも関わらず、外国人観光客の訪問数や訪問率はむしろ停滞傾向にある。このように日本人観光客には人気のある観光地でありながら国際観光については伸び悩みが見られるというのはわが国の他の多くの県についても共通する課題であり、同県の国際観光について検討することは、今後、わが国の国際観光の進展のために必要な課題を明らかにする上でも極めて有意義であると考えられる。

分析にあたっては外国人観光客の国籍による嗜好の多様性に注目し、主に韓国および台湾からの団体ツアーを例に、彼らの沖縄県内における訪問先、食事内容、海外旅行先としての沖縄県の位置づけなどについて比較検討を行った。

まず、韓国および台湾からの団体ツアーが沖縄県において訪問する観光地については、国際通りや首里城、美ら海水族館のように国籍を問わず人気の高い観光地が存在する一方で、韓国からの団体ツアーは日本人観光客と同様に沖縄の亜熱帯の風土を高く評価し、万座毛や名護パイナップルパークのようなリゾート気分を満喫できる観光地の訪問率が高いのに対し、台湾からの団体ツアーは那覇とその周辺にある大型ショッピングセンターや孔子廟のような台湾または中国大陆との文化交流を示す史跡の訪問率が高い。一方、食事内容については、韓国からのツアーではバーベキューや寿司のように日本の他の都道府県でも食べることが可能なメニューが多いのに対し、台湾からのツアーでは沖縄の伝統的な食事を提供される割合はるかに高い。

このように韓国および台湾という、ほぼ同じ1980年代末に海外旅行が自由化され、また日本

から近く、過去に植民地支配も経験したという点で、日本への海外旅行を行う経済的あるいは文化的背景について類似点が多いと考えられる両者の間でも、たとえ同じ場所を訪問した場合でも、訪問する観光地や食事内容などには少なからぬ相違点が見られることが明らかになった。

また韓国人観光客と台湾人観光客の間では、それぞれの国際観光における沖縄県の位置づけにも相違が見られる。韓国においては沖縄県の知名度はまだ低い上に、近年の通貨ウォンの円に対するレート的大幅低下により、沖縄県への観光客は停滞傾向にあるが、冬季に訪問客の割合が高いことに象徴されるように、沖縄県の温暖な気候を高く評価する傾向も見られ、通貨ウォンの円に対するレートが回復すれば観光客数が再増加する可能性は十分にあると考えられる。

これに対して台湾は韓国よりも沖縄との距離が近く、かつ古くから交流が盛んに行われきたこともあって、沖縄県の知名度は韓国よりもはるかに高い。しかし現在、沖縄県の国際観光の目的地としての人気は北海道などに比べてはるかに低くなっている。その理由としては、沖縄が台湾から距離的に近く、気候条件も類似しているために国際観光の目的地としての魅力が必ずしも高くはないこと、また沖縄県の関係機関による観光戦略が不十分であることなどが考えられる。しかしその一方では、人気作家による沖縄への自転車ツアーを扱った本の出版を契機に、気楽な海外旅行の目的地としての価値が見直される傾向も見られる。

今後わが国において国際観光をさらに進展させるためには、このような外国人観光客の嗜好の多様性を十分に考慮した上で、観光名所のみならず、食事を含めた地方独自の文化や歴史といったより幅の広い情報を、できるだけ多種類の外国語で発信することと、特に個人旅行者がこれらの情報に基づいてより時間的にも精神的にも余裕をもった旅行ができるような公共交通機関の充実がより真剣に検討されるべきであると考えられる。これは今後、わが国を訪問する外国人観光客に占める個人旅行者の割合が大きく増加することを考えると、まさに緊急の課題であると言える。

しかし近年、わが国においては、外国人観光客を地域経済活性化のための切り札とみなし、期待

をかけることが多い一方で、わが国の経済の停滞を背景に、各自治体における国際観光関連の予算が縮小される傾向が見られる。たしかに外国人観光客の嗜好は沖縄県における韓国および台湾からの団体ツアーの例が明らかにしたように外国人観光客の国籍により極めて多様である。また台湾において沖縄県の観光地としての評価が大きく変化したことに象徴されるように、同じ国または地域においても、同じ場所に対する国際観光地としての評価が大きく変わることも珍しくないことから、国際観光を短期的に大きな経済的利益を得るための手段とすることは極めて困難であると言える。

しかし国際観光はその一方で、外国人観光客が自国民でさえもまだ気づいていない新たな観光資源の価値を発見する可能性を持っていることも否定できない。特にわが国は、面積はそれほど広くないものの、その風土の多様性ゆえに、様々な国籍および嗜好をもつ外国人観光客が様々な場所において自らの嗜好により合った観光資源の価値を新たに見出していく可能性は十分にあると考えられることから、今後も観光情報の充実や公共交通機関の整備など、外国人観光客がよりわが国を訪問しやすい環境を整備するという作業を重視し、同時に各地の観光資源の個性や独自性も十分に評価されるべきであると考えられる。

そして空間の多様性を自らの存在の重要な基礎とする地理学においては、たしかに地域の経済の活性化という課題も重要ではあるものの、外国人観光客を、たとえば彼らの使用金額のような経済的な観点のみで評価することなく、また各地の資源の経済的価値のみならず歴史的・文化的価値や自然環境にも十分に尊重し、外国人観光客の嗜好の多様性と各地の観光資源の多様性の双方を認めながら、両者のより良い両立関係を作り出すことが今後何よりも重要な使命になると考えられる。

最後に今後の課題としては、沖縄県のみならず、日本の様々な地方や都道府県、あるいは市町村において外国人観光客を対象とした研究事例をさらに蓄積すること、また同じ外国人観光客でも今回は取り扱わなかった中国人観光客や欧米からの観光客の動向についても研究対象を広げることなどが挙げられる。

謝辞

本論文の執筆にあたり貴重なご意見をいただいた帝京大学の谷内達先生、中部大学の中藤康俊先生、韓国・高麗大学の南榮佑先生、台湾でのフィールドワークにおいてお忙しい中、貴重なお時間をさいて下さった台北市役所の王月鏡老師、馬梅鶯老師、中華民国交通部観光局国際組の陳淑華様、沖縄観光コンベンションビューロー台北事務所の上地晶子様に厚く御礼申し上げます。さらに元那覇市副市長御令室・伊波園子先生には、永年にわたり那覇市にお住まいのご経験をもとに、国際通りにおける台湾人観光客の動向などについて貴重なお話を数多く伺いました。深く感謝申し上げます。なお、本研究の内容については、2010年10月に名古屋大学で開催された日本地理学会秋季学術大会において発表しました。

注

- 1) 地理学においてはすでに1990年代までに山村(1995)をはじめ観光を扱った研究のある程度の蓄積が見られたが、2000年代に入るとより急速に増加し、溝尾(2003)、淡野(2004)のように地理学者の立場から観光の意義や個々の観光地における課題などを総括的に取り上げた単行本も登場した。またわが国を代表する地理学の雑誌の一つである「人文地理」の毎年第3号に掲載される「学会展望」において、2007年から「ツーリズム」部門が新設されたことも、地理学において近年、観光を取り上げた研究が急増していることを象徴していると言える。
- 2) 近年、地理学において観光を扱った研究をすべて網羅して検討することは、本研究の論点をかえってあいまいなものにする恐れがあるため、ここでは省略するが、特に神田(2009)は注目に値する。これは主に若手を中心とした、現在の日本を代表する、観光を主な研究対象とする地理学研究者25人の研究を、「Part 1 観光空間の形成と変容」、「Part 2 観光客の空間行動と情報・経験・イメージ」、「Part 3 観光空間におけるコンフリクトと融和」の3種類に分類した上でコンパクトに示したものである。本書にはすでに前述の人文地理や地理学評論などに掲載された論文をより簡潔にしたものも掲載されており、また各所に観光についてより深く考えるための課題やヒントも提示されていることから、まさに2000年代の最初の10年における地理学者による観光研究の集大成としての性格をもつ好著と言える。
- 3) 主な研究としては、わが国を訪問する中国人の旅行形態の多様化を扱った清水(2007)、わが国を訪問する中国人観光客ツアーの訪問地の分布および特性について分析を行った呉羽・金(2009)などが見られるにす

- ぎない。なおこの他に、わが国を訪問する外国人観光客の増加を指摘したものとしては、北海道における主にアジアからの観光客の増加を指摘した小松原(2004)、同じく北海道におけるアジアからの観光客の増加やそれに対する札幌市などの自治体による対応について分析を行った清水・祖田(2005)、大阪市南部の釜ヶ崎地区のホテルにおける外国人宿泊客の増加を扱った松村(2009)などがある。
- 4) わが国の訪日外客数(観光客以外に商用客その他を含む)は2009年現在世界第33位、アジアでは第10位であり、ここ数年ほとんど変化がない。JNTO(日本政府観光局)のホームページによる。
 - 5) 例えばわが国を訪問した外国人観光客は2008年に約605万人と過去最高を記録したが、翌2009年には世界レベルでの経済的不況の影響を受けて約476万人と大きく減少した。特に韓国(約189万人から約115万人)および台湾からの観光客(約126万人から約91万人)の減少が大きい。このうち韓国からの観光客が減少した要因としては、2008年後半以降、韓国通貨ウォンのレートが円に対して急落したことも考えられる。しかし2010年には訪日外客数(観光客のほかに商用客などを含めた値)が約861万人と過去最高の値を更新したことが2011年1月26日に速報により発表された。データはいずれもJNTOのホームページによる。
 - 6) 以下、主な表においては可能な限り、すでに最新の確定データが発表され、かつ世界的不況の影響を受ける直前の2008年までの数値を示すことにする。
 - 7) 例えば、九州では韓国人観光客が全体の57.0%、北海道では台湾(31.8%)および香港(16.2%)で全体のほぼ半数を占めている。また中国地方のように直行便が存在しない欧米からの観光客(米国・カナダ19.2%、英仏独18.8%)が直行便の存在する韓国(9.1%)や中国(6.3%)などからの観光客よりも多い地方も存在する(JNTO, 2008)。
 - 8) ここでいう九州北部とは福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県の5県をさす。なお、ここでこれらのデータを示したのは後述する沖縄県を訪問する団体ツアー数が韓国、台湾を合わせても23と少なく、外国人観光客の嗜好の多様性を論じるにはより多くのデータが必要と判断したためであり、データ数が十分でかつ沖縄県と自然条件が比較的類似した九州北部を選んだ。
 - 9) 考察の対象とする団体ツアーは、韓国はハナツアー、モドゥツアー、カル(KAL)ツアー、ノランブソンの4社が主催する計73ツアー、台湾は東南旅行社、易遊網旅行社、燦星旅遊網旅行社、雄獅旅遊の4社が主催する計82ツアーである。ここで取り扱う団体旅行はいずれも各社のインターネットのホームページで販売されているものであり、出発時期は2010年1月中旬から2月末までである。
 - 10) 韓国、台湾とも、いくつかの段階を経て、最終的には1989年に海外旅行が完全に自由化された。
 - 11) 沖縄県の経済においては観光産業の他に公共事業や米軍関連産業の比重が大きいことはよく指摘されているが、廣瀬(2009)は、もし観光産業が皆無となった場合、2000年の数値を用いると、わが国の一人当たりの国民所得を100とした場合、沖縄県の一人当たりの県民所得は70.9から67に下がる一方、逆に沖縄県の完全失業率は7.9%から18.6%に上昇すると指摘している。ただし広瀬は同時に、沖縄県の観光産業は製糖業などの他産業に比べて所得や雇用を増大させる効率はそれほど高くないとも指摘している。また沖縄観光において重要な要素を占める、海岸部におけるリゾート開発の動向を分析した研究に上江洲(2001)がある。
 - 12) 特に2002年から2003年にかけてSARSがアジアを中心に大流行した時期には沖縄を訪問する台湾人観光客がほぼ皆無になるという事態も生じた(琉球新報2003年6月4日)。
 - 13) 台湾最大の国際空港である桃園国際空港から沖縄の那覇空港までの飛行時間は約1時間半である。なお韓国の仁川空港から那覇空港までの所要時間は約2時間半である。
 - 14) 中でも八重山諸島の石垣島には戦前から台湾移民の入植が見られた。同島に多い水牛はこれらの台湾移民により持ち込まれたものである(琉球新報2009年3月10日)。また表2にある、海路を経由して沖縄県を訪問する観光客はクルーズを利用しており、その大半が石垣島を経由している。
 - 15) 沖縄県観光商工部観光企画課のホームページに掲載された数値であり、2008年の数値は約570万人である。
 - 16) なお2008年後半に韓国の通貨ウォンの価値が円に対して急激に低下してからは(琉球新報2008年12月11日)、沖縄県のみならず、注6)にあるように、わが国を訪問する韓国人観光客数それ自体が大きく減少した。
 - 17) 例えば岡山県は気候の比較的温暖な瀬戸内海に面し、倉敷のような全国的に有名な観光地を抱え、かつ山陽新幹線の全列車が停車する岡山駅があるにもかかわらず、外国人の訪問率は1997年0.8%、2008年0.8%と低迷している。また石川県は北海道と同様に冬季の降雪が多く、特に京都や大阪などからの距離は北海道よりもはるかに近い上に金沢などのわが国では人気の高い観光地があるにもかかわらず、こちらも外国人訪問率は1997年0.9%、2008年1.3%と伸びはそれほど大きくない。なお、外国人訪問率は表3と同様、JNTO「訪

- 日外客訪問地調査」の各年のデータによる。
- 18) たしかに表2にあるように、沖縄県を訪問した数では香港やアメリカ合衆国からの観光客も年によっては韓国人観光客を上回っている。しかし香港からの観光客数が2008年に韓国からの観光客数を上回っているのは、同年に2003年4月以降途絶えていた那覇への直行便が再開した(琉球新報 2008年4月7日)影響が大きいと考えられる。またアメリカ合衆国からの観光客も1998年と2003年に訪問数で韓国を上回っているが、1960年代後半以降、急速に工業化の進んだ韓国や台湾とは国民生活における海外旅行の位置づけに大きな相違が見られると考えられることから、いずれも比較検討の対象から除外した。
 - 19) 台湾からは表2にあるように、クルーズによる海路を利用して沖縄県の八重山諸島、特に石垣島や沖縄本島を訪問する観光客も相当数存在するが、これらの観光客はここで扱う団体旅行客に含まれていない。
 - 20) 朝食については韓国、台湾ともバイキングがメニューになっていることが多い。
 - 21) なお、九州北部についても、台湾人団体ツアーの方が韓国人団体ツアーよりも、地元の名物料理が提供される割合が高い。
 - 22) 同じ韓国人観光客が6月から8月にかけて沖縄県を訪問した比率は20.9%である。一方、台湾人観光客については12月から2月が20.7%、6月から8月が30.1%であり、両者の間にほとんど差は見られない。データは韓国人観光客、台湾人観光客とも沖縄県(2009)による。
 - 23) なお、韓国の通貨ウォンの円に対するレートが大幅に低下する以前の2007年10月24日には、2006年度に韓国から沖縄県への観光客が1万人を突破したことを記念して、ソウルで「沖縄観光感謝の夕べー1万人達成記念 in 韓国」が開催されている(琉球新報2007年10月25日)。
 - 24) 例えば沖縄を代表する銘菓「ちんすこう」は漢字で書くと「金楚糕」となるが、その発音はこの漢字を中国語の標準語で読んだものとほとんど同じである。また果物についてもマンゴー、バナナ、釈迦頭など台湾と共通するものが少なくない。
 - 25) この点では同じ日本に属しているとはいえ、北海道は冬に雪が多く、台湾とは自然条件が大きく異なるということが、表4にあるように台湾からの観光客の間で人気は急上昇している大きな要因と考えられる。
 - 26) しかしその一方で、かつては沖縄県が日本に返還される以前の1960年代においても、那覇の国際通りを多くの台湾人観光客が訪問し、電気製品などを購入する姿があちこちで見かけられるような状態であった(現地の古老への聞き取りによる)。
 - 27) 例えば沖縄の物産を扱うわしたショップの台北店は、台北の中でも交通量の多いMRT南京東路駅に位置していたにもかかわらず、2006年に閉店するまで土日を定休日にしてきた。
 - 28) 筆者は2010年3月の現地調査で、台北市内にある沖縄観光コンベンションビューロー台北事務所において関係者の好意により、台北市内で沖縄県産品を常設的に販売する5店舗の住所を入手した。これによると、その多くは前述の旧わしたショップのあるMRT南京東路駅から隣の忠孝復興駅(太平洋そごうの最寄駅である)にかけての地域に分布しているが、販売形態はいずれも図1の太平洋そごうにある店舗と類似している。
 - 29) 江・林(2009)(中国語)。「亞洲慢慢來」とは、「ゆっくり行こうアジア」という意味である。両者はこれまでもVicky and Pinky(林がVicky、江がPinky)というペンネームで世界各地を自転車で旅行しており、台湾で多くの著書を発表している。
 - 30) 沖縄県は東京や大阪などから遠く、かつジャパン＝レールウェイパスが使えないことも、前述の表3にあるように外国人観光客の訪問率が伸び悩んでいる大きな要因の一つと考えられる。
 - 31) 全外国人観光客を対象としたアンケート(複数回答)において、訪日動機にショッピングを挙げたのは全体の39.0%、日本食は37.0%である。JNTO(2009)による。なお、参考文献に挙げたJNTOのホームページでは、2009年以降は食事の重要性がさらに増していることが指摘されている。
 - 32) 沖縄戦を扱った書籍は数多いが、伊波(1992)が指摘しているように、特に沖縄県民が同じ日本国民でありながら、沖縄方言の使用を禁止されたことや、アメリカ軍の本土進攻を遅らせるために子供まで動員され、多くの住民が集団自決に追い込まれたりしたことは無視できない。この点で沖縄の人々は、当時わが国の植民地支配下にあった朝鮮や台湾の人々と同様、いわゆる大日本帝国憲法下における二級市民に近い立場にあったと言える。実際、沖縄戦においては沖縄県民のみならず、朝鮮人労働者も強制労働に従事させられて約2万人が命を落としたとされており、県内には前述の南部戦跡の韓国人慰霊塔のみならず、中部の読谷村などにも慰霊碑が建立されている(琉球新報 2008年5月14日)。
 - 33) 例えば沖縄を代表する女性デュエットであるKIROROの歌は日本国内のみならず、台湾、香港、中国、韓国などでも広く知られ、CDも販売されている。また沖縄のみならず、わが国で最も有名な反戦歌

の一つである「鳥唄」は、アルゼンチンでもCDが発売され、ワールドカップなどにおけるサッカーチームの応援歌としても使用された（琉球新報 2002年5月7日および6月20日）。

- 34) 2008年現在、わが国を訪問する外国人観光客のうち、いわゆる厳密な意味での団体旅行であるガイド付き団体ツアーへの参加者の比率は、アメリカ合衆国20.2%、英仏独の合計で11.9%と欧米からの観光客については圧倒的に少ない。一方、アジアからの観光客についても韓国37.9%、台湾52.3%、香港32.7%、中国82.6%と、中国を除いて4割から5割程度にとどまっている。さらに中国についても2010年の個人向けビザ発給の条件の緩和により、この値は将来大きく低下することが予想される。JNTO（2009）による。
- 35) たとえば那覇の国際通りと万座毛を結ぶ路線バスの本数は平日の日中で1時間に2本程度である。また美ら海水族館やひめゆりの塔に停車する路線バスは1時間に1本程度であり、しかも那覇から行く場合、途中で乗り換えが必要である。
- 36) たとえば那覇市中心部から名護市中心部までは高速道路（沖縄自動車道）を利用しても2時間前後かかる（現地のバスの時刻表による）。しかもこれは2010年6月の高速道路無料化に起因する渋滞によりさらに長くなる傾向にある。
- 37) これはバリやマドリードのような、ヨーロッパの大都市の市内観光バスで特に導入例が多い。
- 38) 特に本研究で取り上げた沖縄県の場合、いわゆる日本本土からの観光客が地元の観光資源の価値をオリエンタリズムに近い視点からのみ捉える傾向が強いこと、またその一方ではヤギ食文化のような、観光ベースに乗らない沖縄の伝統文化が危機にあることを指摘したものに、ましこ（2004）がある。

参考文献

- 伊波園子（1992）：『ひめゆりの沖縄戦』岩波ジュニア新書。
上江洲薫（2001）：観光地域における企業の土地所有と観光開発の展開。人文地理、53-55、57-70。
沖縄観光コンベンションビューロー（2009）：『平成20年度 国際観光地プロモーションモデル事業報告書』沖縄観光コンベンションビューロー。
沖縄県（2009）：『観光要覧 平成20年版』沖縄県。
神田孝治編著（2009）：『観光の空間—視点とアプローチ』ナカニシヤ出版。
呉羽正昭・金玉実（2009）観光行動の空間特性。神田孝治編著『観光の空間—視点とアプローチ』ナカニシヤ出版、102-111。
江心静・林存青（2009）：『アジア慢慢来：日本沖縄&九

- 州』聯経出版（中国語）。
小松原尚（2004）：観光・リゾート開発。中藤康俊編著『国際化と地域』原書房、19-36。
JNTO（日本政府観光局）編著（2009）：『JNTO 訪日外客訪問地調査2007/2008』国際観光サービスセンター。
JNTO（日本政府観光局）（2011）：『JNTO 訪日外客訪問地調査2010』結果を発表。～訪日外客の訪問率、東京が12年振りに6割越えなど各地で軒並み上昇。訪日前の期待は2年連続で「食事」がトップ～。2011年1月26日。http://www.jnto.go.jp/jpn/press_releases/110126_houmonchi2010.html。（2011年1月26日アクセス。なお注4および5に示した統計の数値は、同じJNTOのホームページにある「日本の観光統計概要」http://www.jnto.go.jp/jpn/tourism_data/index.htmlのページにおいて入手したものである。）
清水伊織（2007）：中国人の訪日旅行の形態とその変化—観光からツーリズムへ。地理学論集、82、37-52。
清水伊織・祖田亮次（2005）：北海道におけるアジアからのインバウンド・ツーリズム。北海道地理、80、25-39。
淡野明彦（2004）：『アーバンツーリズム—都市観光論—』古今書院。
中藤康俊（2008）：『冷戦後の北東アジアと日本—20年の歩み—』大学教育出版。
ましこひでのり（2004）：オリエンタリズムと観光立県オキナワ・序説。ましこひでのり著『日本人という自画像—イデオロギーとしての「日本」再考』三元社、121-150。
松村嘉久（2009）：大阪国際ゲストハウス地域を創造する試み。神田孝治編著『観光の空間—視点とアプローチ』ナカニシヤ出版、264-274。
廣瀬牧人（2009）：観光収入が沖縄県経済に及ぼす波及効果。地域産業研究、9、51-59。
溝尾良隆（2003）：『観光学—基本と実践』古今書院。
山村順次（1995）：『新観光地理学』大明堂。
琉球新報（2002）：『「鳥唄」最優秀作品賞に／アルゼンチンで若者に大ヒット』。2002年5月7日。http://ryukyushimpo.jp/news/storyid-101074-storytopic-86.html（2011年1月15日アクセス）。
琉球新報（2002）：『宮沢さんとカセーロさんが「鳥唄」熱唱』。2002年6月20日。http://ryukyushimpo.jp/news/storyid-101604-storytopic-86.html（2011年1月15日アクセス）。
琉球新報（2003）：『新型肺炎で台湾客が激減／旅行代理店「倒産する」』。2003年6月4日。http://ryukyushimpo.jp/news/storyid-117976-storytopic-86.html（2010年1月31日アクセス）。
琉球新報（2006）：『平和な未来誓う 恨之碑が除幕 朝鮮

- 人軍夫追悼読谷村瀬名波』. 2006年5月14日. <http://ryukyushimpo.jp/news/storyid-13588-storytopic-1.html> (2011年1月17日アクセス).
- 琉球新報 (2007): 『レンタカー事故・楽しい観光はマナーから』. 2007年4月26日. <http://ryukyushimpo.jp/news/storyid-23292-storytopic-11.html> (2010年3月19日アクセス).
- 琉球新報 (2008): 『香港定期便就航 外国人客の起爆剤に』. 2008年4月7日. <http://ryukyushimpo.jp/news/storyid-130908-storytopic-11.html> (2010年2月19日アクセス).
- 琉球新報 (2007): 『韓国観光客1万人突破 ソウルで感謝の夕べ』. 2007年10月25日. <http://ryukyushimpo.jp/news/storyid-28379-storytopic-4.html> (2010年1月31日アクセス).
- 琉球新報 (2008): 『ウォン安, 沖縄直撃 韓国人観光客4割減』. 2008年12月11日. <http://ryukyushimpo.jp/news/storyid-138910-storytopic-4.html> (2010年2月1日アクセス).
- 琉球新報 (2009): 『水牛』. 2009年3月10日. <http://ryukyushimpo.jp/news/storyid-141531-storytopic-64.html> (2010年12月6日アクセス).
- 琉球新報 (2010): 『中華航空1日2往復を復活 那覇—台北3月28日から』. 2010年1月15日. <http://ryukyushimpo.jp/news/storyid-155691-storytopic-4.html> (2010年2月24日アクセス).