

渡久地明（沖縄観光速報社・編集長、04年10月4日、琉球大学工学部）

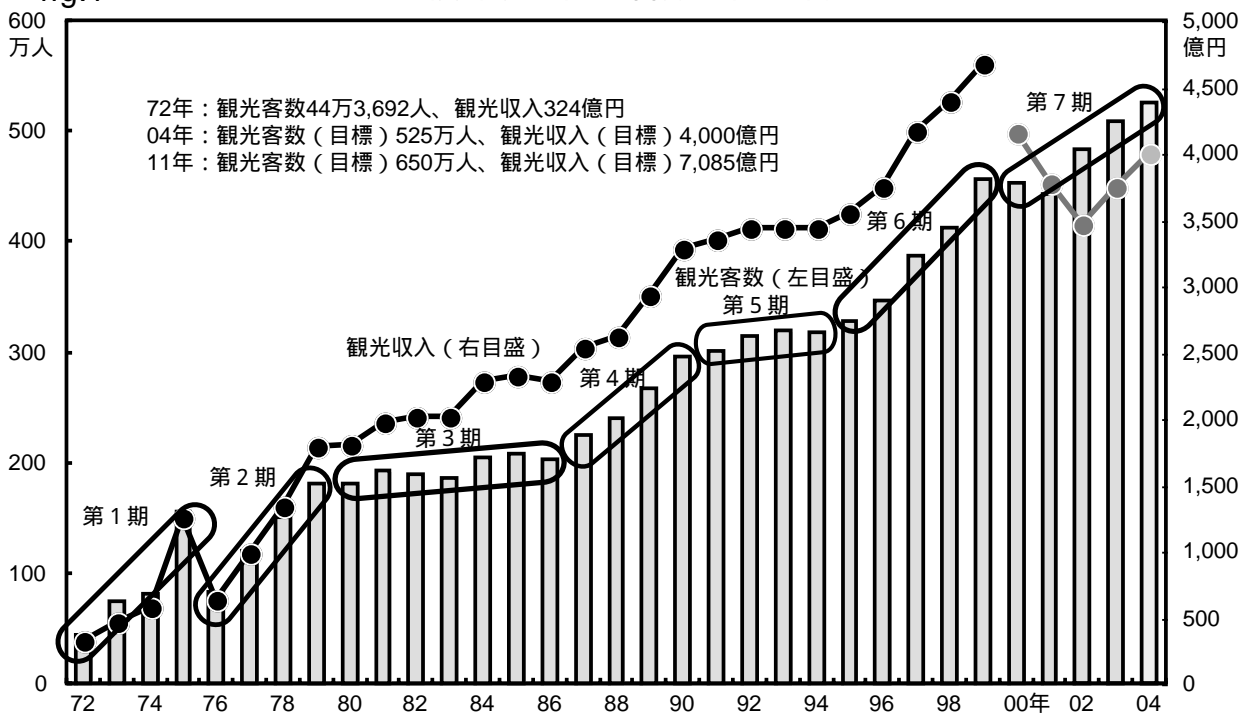
1. 沖縄観光の30年を振り返ると明快な成長と停滞の周期があった。沖縄観光のビッグバン「海洋博」の開催、その後の業界人の努力、復帰後10年ごとに策定された振興開発計画に基づく供給の拡大が、過去30年間に渡り平均4.6%増という成長をもたらした。観光客数は72年の44万人から04年の525万人を達成した。
2. 市場の要求と沖縄側のリゾートづくり、観光施設やサービスの拡充との相互作用で沖縄観光は成長した。市場と沖縄は情報を介して相互作用を起こしたことを詳しく述べる。成長の前提は日本の旅行総需要が年間3億人～3億5,000万人と極めて大きかったことが挙げられる。また、移動手段が航空路線に限られることも沖縄を成長させた大きな要因であった。需要の掘り起こしには市場と観光地間の情報を司る旅行社が大きく貢献している。航空会社、地元観光事業者、行政が大規模に継続的にキャンペーンを展開して成功したという単純だが強固な仕組みが沖縄観光には備わっている。
3. 沖縄の価値を改めて検証する。国内・海外の他の観光地に比べ沖縄が優位である18点を整理した。
4. 成長の仕方を理解することによって、明るい展望を描くことができる。すなわち、必要な観光客数を設定し、適切な供給増を行い、流通各社が強力な販売の意志を持ち続けることによって、沖縄観光はどこまでも伸びる。沖縄観光の成長の限界を完全雇用が達成された時点と見た場合、限界は1,000万人（2017～19年前後）を超える規模であると試算できる。それ以上を目指す場合は労働力の県外からの移転が必要である。
5. 観光客が増えるにしたがって既存事業者はサービスの内容を拡大し、新規事業者が新たなサービスを構想して参入が増える。これによって沖縄観光のパラエティや品質は自動的に高まってきた。この循環に乗ることで、沖縄観光は持続的発展を実現する。
6. 以上の経験と理論に基づき、今後の課題と直観的な見通しについて述べる。

## 目次

1. 沖縄観光成長の法則	2
1 1 低迷と成長を繰り返し、伸びた沖縄観光—供給が次の需要を呼んだ	2
1 2 振興開発計画が主導していた	12
1 3 観光客数、客室数はきれいな比例関係 予想される長期的な客室不足	13
1 4 客室に余裕がなくなると、稼働率高まり、逆に滞在期間は縮小	15
2. 観光産業における情報の担い手は旅行社	17
2 1 需要と供給と情報の観光学—供給を増やしても、情報がなければ観光客は増えない	17
2 2 ITは予約方法を変えたが、旅行市場を拡大しなかった	17
2 3 今のままのインターネットは新聞、TVの延長にすぎない	19
2 4 旅行社こそ最強の情報提供者、沖縄と市場に鉄のつながり	21
3. 沖縄観光に18の優位性	22
3 1 沖縄の競争力を再検証すると 自然、伝統文化、県民性の他に離島というメリット	22
4. 沖縄観光はどこで頭打ちになるのか	24
4 1 どんどん伸ばせて1,000万人超も夢ではない	24
4 2 景気とは無関係に伸びてきた沖縄	24
4 3 供給できなくなる唯一の可能性は「不況」	27
5. 規模の拡大そのものが次の魅力となる沖縄観光	29
5 1 波及効果の高まりと持続的発展	29
6. 今後の課題と直観的な見通し	32

< fig.1 >

復帰後の観光客数と観光収入



## 1. 沖縄観光成長の法則

過去30年の沖縄観光を子細に見直し、さまざまなデータと照らし合わせてみると、沖縄観光の成長と低迷には明快な原理原則があることが分かった。原理の前に、成長の最大の要因となったのは、観光業界の先輩方の頑張りだったということの特筆しておかねばならない。いまから振り返れば単純な需要と供給の経済理論のように沖縄観光は伸びたが、業界人のそのときどきの頑張りがこのような成長をもたらしたのである。ありとあらゆる発想と企画が構想され、実現したものも失敗したものもあった。これらの試みができたということは、観光産業が期待を集めていたからであり、実際に活性化していた証拠だ。これが現在の成長につながっている。沖縄観光成長の法則を改めて紹介する。

### 1.1 低迷と成長を繰り返し、伸びた沖縄観光—供給が次の需要を呼んだ

観光は02年～11年までの沖縄振興計画で産業部門のトップに記述され、リーディング産業となった。われわれは長期展望を持つべきである。その基礎となる数値データは「沖縄県観光要覧」に出ている。数値に表れない観光事業者の個々の動向は「観光とけいざい」が詳しい。本論の記述は主に「沖縄県観光要覧」と「観光とけいざい」に基づくものとした。

成長と低迷を繰り返したこの30年間の時代区分をしている作業中、成長と低迷には周期とその根拠があることに気が付いた。最初のグラフ<fig.1>は復帰後の観光客数と観光収入の推移である。観光客数の増減に関して7つの段階があったことが明かに読みとれる。指標は年間観光客数の伸び率を用いた。この区分は本レポート独自のものである。目立つ特徴は、沖縄観光は70年代後半、80年代後半、90年代後半にそれぞれ成長期を迎えていることだ。このまま行けば00年代はしばらく停滞し、05年頃から成長する予定である。実際に、沖縄への入込客数は00年4月からの運賃値上げとサミット、01年の9.11テロの影響で落ち込んだが、02年から好調を維持している。この周期性は復帰が72年であり、その後、政府が10年ごとの振興開発計画をつくったことと関連している。

02年の新振計スタートで、05年頃から本格的に供給体制が整ってくる予定である。しかし、03年のモノレール開業に向けたビジネスホテル開業ラッシュがあったため02年からビジネスホテルが増えていた。成長のスタートが早まったのである。また、インターネットの普及で県民が民宿などで小規模に観光産業に参入しやすくなり、宿泊施設が激増したという背景もある<fig.2>。

< fig.2 >

県内主要ホテルの開業時期と収容人員

時期	那覇・南部	定員	中・北部	定員	石垣	定員	宮古	定員	久米島他	定員
復帰前	沖縄ホテル 浮島ホテル ホテルサンパレス(球陽館) 那覇東急 大門閣 沖之島観光ホテル レインボーホテル		コザ観光ホテル		ホテルミヤヒラ 八重山観光ホテル				久米島観光ホテル	
1972			沖縄ヒルトン	*500						
1973	バシフィックホテル沖縄 沖縄グランドキャッスル ホテル大商 国際プラザホテル	810 767 132 107								
1974	沖縄都ホテル 那覇グランドホテル いそ 共同 ホテルサンワ 八重洲セントラル ホテルのざき ホテルオリエンタル 南西観光ホテル 那覇セントラルホテル レインボーホテル新館 エメラルド ニューオーシャン やき ボートサイド サンプラザホテル ホテル梅原 ホテルビクトリー	591 180 116 92 76 62 360 200 280 120 75 270 80	ホテルみゆきビーチ ホテルオリオン 名護城 ホテルおおくら	600 135 120	ホテルマエサト					
1975	ホテルタイラ ホテルマルキ 沖縄不二ホテル ホテルサン沖縄 ニューおきなわ ホテルエッカ ホテル西武オリオン 沖縄ハーバービューホテル ホテル山之内	446 495 770 495 116 406 736 110	ロイヤルビューホテル ホテルムーンビーチ ムーンビーチパレスホテル モトブシーサイド	230 900 160 200	石垣グランドホテル	154	ホテルニュー丸勝	152		
1976										
1977										
1978	ホテルエッカアネックス		ヴィラオクマリリゾート	650	黒島マリンヴィレッジ				久米島イーフビーチホテル	160
1979	ホテルニュー那覇				はいむるぶし ビーチホテルサンシャイン	360 178				
1980			シェラトン沖縄ホテル		ホテルミヤヒラ	316				
1981										
1982					ヴィラフサリゾート	380				
1983			万座ビーチホテル	1200	石垣シーサイド	274				
1984					ホテル日航八重山	470	宮古島東急リゾート	492		
1985	琉球サンロイヤルホテル	255								
1986	リージェント沖縄 那覇スカイプラザホテル ホテルシティコート那覇	290 155	リゾートホテル友善沖縄						リゾートホテル久米アイランド	250
1987	沖縄オーシャンビューホテル エアウェイ2		サンマリナーホテル かりゆしビーチリゾート	400 1372	ホテルサンコースト					
1988	沖縄ワシントンホテル ザ・サザンリンクスリゾート	366 100	沖縄残浪岬ロイヤルホテル ラマタルネックス	1200 1138						
1989			ビッグタイムリゾート伊計島 ココガーデン 沖縄サンコースト ゆがふいん	380 370 400 104						
1990	サンライズ知念 沖縄厚生年金休暇センター	134 247	恩納マリンビューパレス	*450					サンリーリゾート久米島	
1991			かりゆしオーシャンタワー Y Y Y クラブイェリゾート	126						
1992			ラグナガーデンホテル リゾネックス名護 喜瀬ビーチホテル 大拓スタシオン	*600 447 320 838	コーラルリゾート					
1993	ロウジールホテル シーサー・カン	1125 80	リザンシーパークホテル ロイヤルガーデン	1939 334	軽井沢倶楽部	110	ブリーズベイマリーナ 博愛パレス館	679 *80		
1994	ロコイン松山 那覇イースト	132	ホテル日航アリビラ	1200	ヴィラフサキアネックス		リゾートヴィラブリッサ	*240		
1995	オーガストインクス茂地 かりゆしアーバンリゾート那覇	144 534								
1996							アトールエメラルド宮古島	284		
1997	スーパーホテル那覇	122	マリンリゾートホテル浜比嘉 カヌチャベイ ザ・プセナテラス マリンピアザオキナワ	99 1368 988						
1998			ホテルベルビュー		スーパーホテル石垣島	41				
1999					石垣全日空ホテル&リゾート クラブメッドカピラ	996 678				
2000	ルートイン那覇	228	マハйнаウェルネスリゾート	838			セイルイン	100		
2001	ハイパーホテル那覇	190			ルートイングランディア石垣	244				
2002	那覇ビーチサイドホテル ルートイン那覇泉崎 東横イン那覇美栄橋駅前	220 128 96	ハマバルリゾート		小浜島ヴィラ・ハピラ・バナ	*200				
2003	ホテルタマキ GRGホテル那覇	*150 194			スーパーホテルアビアンバナ石垣島 ホテルピースランド石垣島	126 *100				
2004	東横イン那覇旭橋駅前 ロイヤル久茂地 ホテルプライオン那覇 スーパーホテル那覇・新都心 グランドオーシャン グランビュー沖縄	355 320 150 122 *400 154	ザ・ビーチタワー沖縄 グランメール・オキナワ	866 *500		西表サンクチュアリー R ニラカナイ	423			
2005	東横イン那覇おもろ町駅前 法華倶楽部	209 262	かりゆしプセナ EMホテル(旧ヒルトン) ジ・アットテラス プセナオールスイート	*1200 *500 *250 *400						
2006	JALシティ	*600	プリンス	*1100						
2007										
2008										
2009										
2010										
2011										

整理途中  
宮古島ムーンホテル \*100  
宮古第一ホテル 130  
ホテル共和 \*100  
ミヤコセントラルホテル \*100  
ホテルアイランドコーラル \*100  
ホテルベルハーモニー石垣 \*100  
南西ホテル  
ホテルハーバー石垣島 45  
大原ホテル 100  
民宿八重山荘 50  
ホテルマリンテラス久米島 140

新・増築の検討・構想  
アリビラ周辺にヴィラ増築と4ホテル誘致計画  
カジノ・オーストリア・インターナショナル社計画  
万座オールスイート計画  
ラグナ増築計画(12年)  
サンマリナー増築構想  
残波岬ロイヤル増築構想  
ムーンビーチタワー増築構想  
グスクリゾート(玉城村)他

渡久地明制作。04年9月15日。随時更新予定。収容人員は開業後、増築したものも含めて最新のものを記した。\*印は客室数などから制作者が推定。

時代区分を詳しく見よう。明快な10年周期があったことが分かる。

《第1期》 1972年 1975年 伸び率38.49%

### 海洋博とそれに向けたホテル建設ラッシュ

第1期は復帰の72年から海洋博が開催された75年である<fig.3>。復帰後の沖縄を見ようと観光客は増えたが、沖縄へ行くなれば海洋博を目当てにしようという時期でもある。高額な沖縄旅行は一生に一度のものと思われていた。この海洋博開催こそが沖縄観光を成長させる本当の起爆剤となったのだ。この間の観光客数の伸びは空前絶後で、伸び率は38.5%と算出される。実際には75年の観光客数は突出して伸びており、72~74年の伸びとは区別されるべきかも知れないが、便宜的に70年代前半に区分した<fig.1>。この時期開業したホテルは72年の沖縄ヒルトン、73年のパシフィックホテル沖縄、沖縄グランドキャッスル、74年の沖縄都ホテル、南西観光ホテル、ホテルみゆきビーチ、ホテルオリオン、那覇セントラルホテル、八重洲セントラルホテル、75年がホテルタイラ、沖縄不二ホテル、ホテルサン沖縄、西武オリオン、沖縄ハーバービュー、ホテル山之内、ホテルマルキ、ロイヤルビューホテル、ホテルムーンビーチ、モトブシーサイド、石垣グランドなどである<fig.2>。

沖縄県は1972年5月15日にスタートした。復帰した年の観光客数はわずかに44万人だった。はじめは墓参団が中心だった。しかも、観光客は73、74年と勢いよく伸びる。デビューした沖縄を国民は見たかった。政府は沖縄国際海洋博覧会を準備。「海、その望ましい未来」をテーマに75年の開催が決まっており、本部町の会場には各国のパビリオンが建設され、政府は未来の海上都市・アクアポリスを出展した。石川市と名護を結ぶ沖縄自動車道や、周辺の国道などインフラが整備され、那覇市内や会場の本部町周辺には宿泊施設が続々建設された。

当時の「沖縄観光速報」は海洋博前夜の宿泊施設ラッシュを最大限に詳しく伝えている。同時に、サービスの品質が悪ければそっぽを向かれる危惧があることなど業界の表情も時々刻々伝えている。海洋博が開催された75年の観光客数は156万人となり、大成功をおさめた。県内宿泊業界は押し寄せる観光客に対し、客室を十分に供給しきった。ところが、目玉がなくなると翌年の宿泊施設はガラ空きの状態となる。業界人の多くが、これほど落ち込みを予想することができなかった。76年の観光客数は84万人と半減して、大慌てになる。

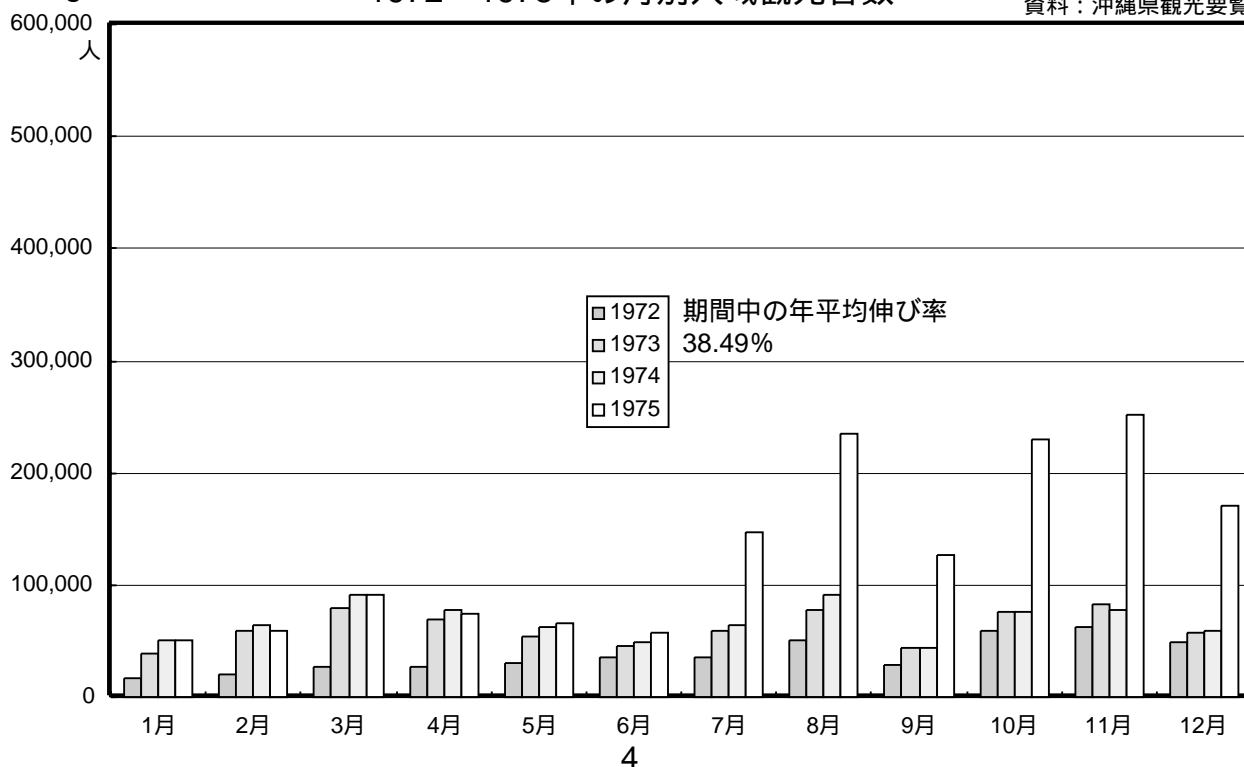
いま考えると、イベントで集中的に集客したら、翌年は副作用も大きくなると想像できるが、当時はそうではなかった。次の年は156万人からスタートすると考えていた。海洋博前年の水準をクリアしたのだから上出来に見えるが、稼働率が前年の半分では倒産も出る。しかし、これを機に各社が必死のキャンペーンを張り、猛然と伸びることになる。

復帰後、県内の観光業界には全く情報がなかった。現代の観光産業とはなんだろうという知識もなかった。

< fig.3 >

1972～1975年の月別入域観光客数

資料：沖縄県観光要覧



このため「観光速報」という媒体が業界の情報を整理することに役に立った。観光客数は伸びたり低迷したりしてきたが、そのリズムには明快な理由や法則がある。沖縄観光30年の推移を読み解けば、次の展開が大変面白い、あるいは戦略的な展開が可能であると予想することができる。

《第2期》 1976年 1979年 伸び率25.37%

航空・旅行会社が強力なキャンペーン

第2期は海洋博後の落ち込みがあった76年からキャンペーンで猛然と伸びた79年までである<fig.4>。海洋博で整えられた設備をフル稼働させることによって近代的な観光産業が芽生えるのだ。この間の伸び率は25.4%である。

海洋博後の極端な落ち込みを予想できなかった業界は危機突破大会を開く。客室料金はすでに3割引で戦国時代ある。同時に航空運賃の割引を求める声も高まる。156万人を受け入れた設備が整っており、この設備を半分しか使わない状態を放置するわけには行かない。そのためには値引きで需要を喚起したり、キャンペーンを張って沖縄への注目を集めたりする必要がある。77年、国内航空運賃に団体包括旅行割引運賃が導入され、団体旅行の価格が下がり、沖縄観光はこの政策によって躍進する。このころまで船便での沖縄観光も盛んだったが、これを機に沖縄旅行の主流は航空機にシフトしていくことになる。

もちろん、地元沖縄側も各地の観光協会を中心に猛烈に大手旅行社、地域の旅行社に営業をかけた。観光キャラバン隊と称して、観光協会のメンバーが旅行社の営業本部を訪問し、送客を依頼した。このキャラバン隊は沖縄側の情報を旅行社に提供する場ともなった。新しい施設やサービス、来年の計画などが交換された。このようにして人脈をつくり、地元と旅行社との間にパイプができていった。また、本社の営業本部だけではなく、市内支店を回って沖縄をPR、目抜き通りで沖縄のチラシやパンフレットを配った。沖縄県も沖縄観光の夕べと題して各地の市民会館、県民会館などで沖縄舞踊や芸能、80年代にはロック音楽も披露した。

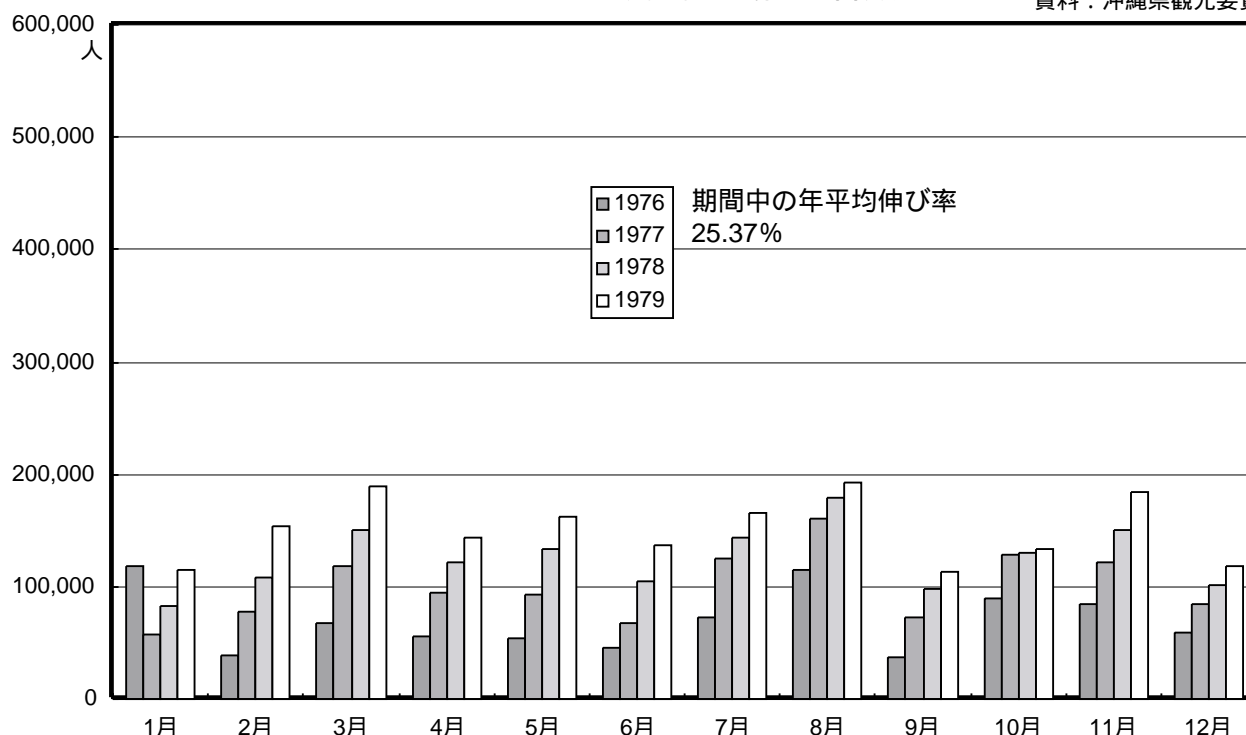
このような中で、沖縄県観光連盟はプロ野球の沖縄キャンプを誘致する。需要拡大のための特筆されるべき成果であり、初めてキャンプを張ることを決断した日本ハムファイターズ(79年)とそれを市民ぐるみで受け入れた名護市の対応が光っている。ちなみに、プロ野球の沖縄キャンプはその後続々他球団に波及し、さらにサッカーなどにも広がった。また、プロ野球のキャンプ地となった地元の少年野球チームの実力はめきめき上達し、全国制覇を果たすチームも出てきた。後の沖縄水産の全国制覇にもつながるきっかけになったかも知れない。プロ野球の沖縄キャンプによってスポーツコンベンションのメッカ、沖縄が定着したのだ。

本来、沖縄は日本唯一の亜熱帯地域であり、リゾートには向いているのだった。76年初頭から旅行社各社が沖

< fig.4 >

1976～1979年の月別入域観光客数

資料：沖縄県観光要覧



縄の送客目標を設定し、全日空は久米島を売り出した。77年には沖縄の海のキャンペーンを日航が展開し、全国のマスコミを招待するなど各社が攻勢に出た。客室の供給体制は整っており、キャンペーンによって活性化した旺盛な需要を十分吸収したのである。この結果、79年まで沖縄観光は毎年25%成長で伸び、180万人にまで到達する。海洋博の供給体制を上回る入込であり、この成長を見て再びホテル建設ラッシュが起こる。航空会社は増便である。修学旅行ブームの前兆が表れ、すでに新婚旅行の行き先ナンバー1は沖縄であった。それまでの新婚旅行のメッカだった宮崎が転落。朝日新聞は「フェニックスのかげり」という連載で真相に迫った。北海道でも沖縄に旅客を取られたという北海道新聞の記事が出るほど破竹の勢いで伸びる。

いま考えると、航空・旅行社とも海洋博という一過性のブームで爆発的に伸び、その後、落ち込んだ観光地のために力を入れる責任はなかったともいえる。いまなら「落ち込むのは観光地の自己責任」を決め込むこともできた。しかしそうしなかったのは、沖縄観光は伸びるという信念があり、キャンペーンを張ることによって自社の売上を大幅に伸ばせたからだ。これが成長のエンジンである。政府も沖縄観光の大きな成功から、82年から始まる二次振計で、観光客の目標を350万人にしようとした形跡がある。ところが、80年代に入りそれまでの伸びにブレーキがかかり、長く停滞する。しかし、87年から再び息を吹き返す。

《第3期》 1980年 1986年 伸び率2.06%

水不足、暴力団抗争、ジャンボ機墜落暗雲漂う80年代中盤まで

第3期は伸びにブレーキがかかる80年から低い伸び率が長期化した86年までである<fig.5>。この間の伸び率は2.1%であった。沖縄県は82年から始まる第二次沖縄振興開発計画で、91年の観光客数を300万人にするという数値目標を発表、大型ホテルが20軒は必要との誘導を行った。計画の発表当初300万人という大きな数値は「絵に描いたモチ」と県内観光業界から受け止められた。しかし、この政策も決定的に重要であった。これに照準を合わせて80年代中盤から万座ビーチを始め大型リゾートが続々できる。

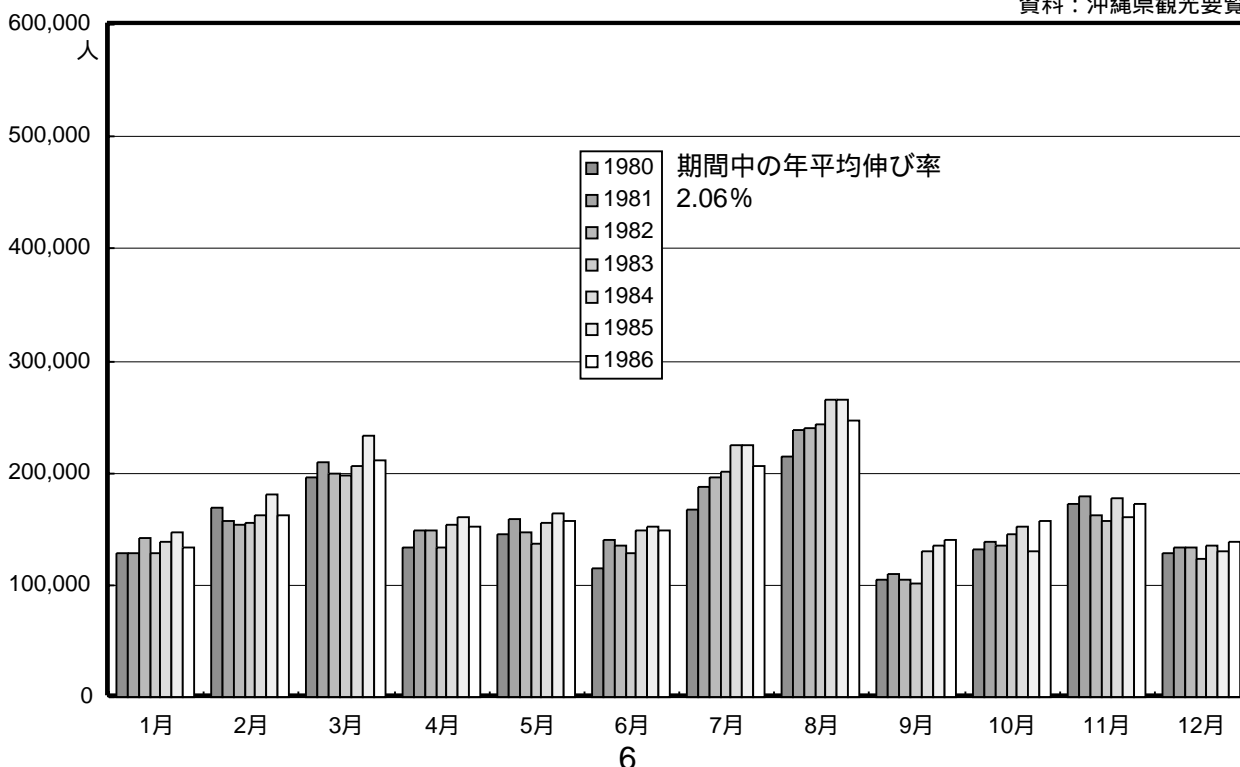
80年代に入ってから低迷はいくつかの要因が重なっており、明快に説明できる。まず、海洋博に向けたホテルとその後の伸びを見た建設ラッシュが82年まで落ち着いている。目立つのは国頭村のヴィラオクマ(78年)と小浜島のはいむるぶし(79年)、石垣市のサンシャイン(79年)の開業である。83年に本島西海岸に万座ビーチホテルができ、84年に宮古島東急リゾート、ホテル日航八重山ができるまで、開業ラッシュが落ち着いている。供給増は84年頃まで緩やかなものとなり、観光客もそれに応じた伸びしかなかった。

第二に水不足で制限給水の状況が長期(81年から1年)にわたっていた。水不足は確実に需要を冷やす要因と現在でも受け止められている。県内リゾートが中水システムに注目し、実際に取り入れ始めるきっかけとなっ

< fig.5 >

1980～1986年の月別入域観光客数

資料：沖縄県観光要覧



た。また、沖縄県は海水淡水化施設を構想した。

第三にプラザ合意での円切り上げがあった。これによって、1ドル235円が一挙に20円下落した。海外旅行に割安感が出てきた。マリンリゾートと価格で競合するグアム、サイパンに注目が集まった。ハワイも4泊6日10万円という商品が出てきた。

第四に日航ジャンボ機の墜落事故(85年)である。これ以外にも暴力団抗争など細かな問題はいくつも提起されていた。さまざまな課題が指摘され何が原因で低迷しているのか、よく分からなかった。いまは、米同時テロという国際情勢の影響と風評被害、SARSの影響の出方などを知っている。冷静に振り返ればこれらの事件や事故の影響もあった。しかし、より重要なのは客室や観光施設、交通インフラ、上下水道などの供給不足の問題である。事件・事故の一時的な影響はキャンペーンなどの工夫と努力で解決できる。

80年代中盤以降、沖縄発の需要喚起策として県内業界の求めに応じて沖縄県は夏場に向けた需要喚起策として78年から開催していた海開きイベントを海のカーニバル(87年)に拡大した。冬場の需要喚起策として花のカーニバル(84年)、秋口の中老年のスポーツイベントとしてサントピア沖縄(88年)をスタートさせた。那覇市は12月の需要喚起策としてNAHAマラソン(85年)を主催した。NAHAマラソンは海外旅行専門のホールセラー・ジェットツアーが国内旅行に取組む際、まず沖縄に進出し、この時持ち込んだ企画だった。ジェットツアーは海外旅行のプロモーションと販売手法を沖縄に持ち込んだ。現在まで続く大型の観光イベントはこのころできたのである。

また、戦災をくぐり抜けた沖縄の伝統的民家をそっくりそのまま恩納村に移築し、伝統工芸を体験したり、エイサーを見せたりする琉球村が82年にオープンする。このころ、沖縄の古い民家はどんどんコンクリートの現代建築に建て替えられており、沖縄の伝統的なものは遅れたものという風潮があった。しかし、琉球村は沖縄の文化に光を当てた初めての観光施設となり、現在の沖縄ブームの発端になったといえる。復帰前からの東南植物楽園、沖縄ワールド(玉泉洞)と並ぶ民間の3大観光施設になった。

観光客の伸び悩みに対して第二次振計で91年までに観光客数を300万人に拡大するとの方針を打ち出した政府や沖縄県は、着実にダム建設などインフラの整備をすすめた。民間でも長期低迷のなか、大型リゾート開発が次々計画され、着手、86年のリージェント沖縄、87年のサンマリーナ、かりゆしビーチ、88年の残波岬ロイヤル、ラマダと再び続々開業していく。この時に拡大した供給体制が87年以降の大躍進として花開くことになる。

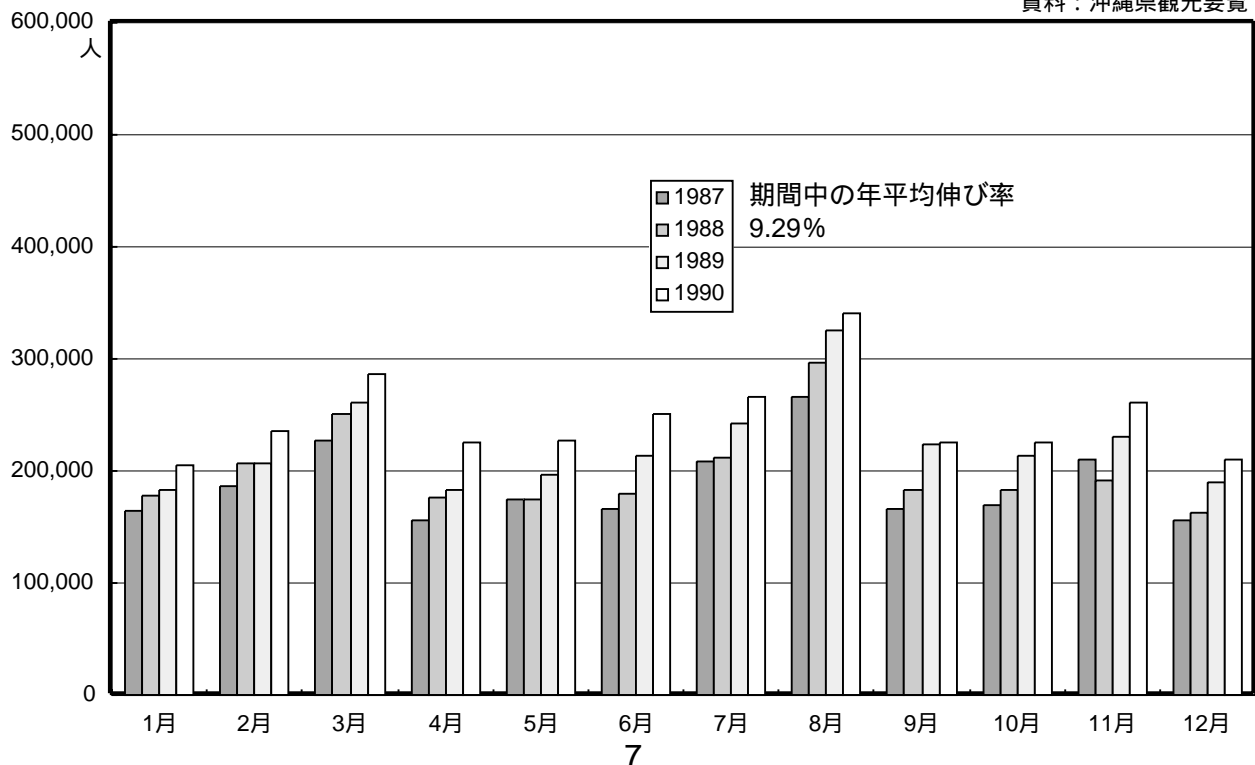
《第4期》 1987年 1990年 伸び率9.29%

資産バブルで続々リゾート建設計画

< fig.6 >

1987～1990年の月別入域観光客数

資料：沖縄県観光要覧



第4期は再び供給が整い、3度目の成長を遂げる87年から90年である < fig.6 >。伸び率は9.3%を達成した。10年前に県が目標に掲げた観光客300万人は91年に見事に達成された。

80年代後半に拡大した客室を活用して、海洋博後に次ぐ大躍進が87年から再び始まった。87年に沖縄コンベンションセンター展示棟がオープン。88年はそれまでのJAL、ANAに加えJASが沖縄＝東京線に参入する。資産バブル形成の時期であり、景気がいいから観光も伸びるのだと思われた。しかし、実際には充分整った客室の供給体制があり、これをフルに活用するために旅行社、航空会社が一丸となって努力したのである。89年1月には消費税導入に伴い、航空運賃のなかの通行税が廃止され、運賃は平均6.48%下がった。また、90年2月以降は国内線運賃に各種割引運賃が導入された。運賃値下げは沖縄への個人客誘致にプラスになる。

この沖縄の大躍進を横目にバブルの影響もあって、大型リゾートの開発「計画」ラッシュが再び起こる。200を超える計画・構想がリストアップされた。沖縄県は01年までの観光客数を500～600万人と設定し、リゾート法に基づくトロピカルリゾート構想や第三次沖縄振興開発計画に盛り込む。

このころ県内日刊紙などで観光批判も相次いでいた。リゾートブームに浮かれると足下をすくわれるという内容である。また、観光産業は経済波及効果が少ないから、高める努力が必要であるとの観点からの苦言も呈された。沖縄県は初めて観光の経済波及効果を調べ、乗数効果1.7前後という報告書をまとめている。この値は、90年の沖縄県全体の乗数1.85より小さなものとなっていた。

《第5期》 1991年 1994年 伸び率1.70%

バブル後の海外旅行の価格破壊と供給大幅増で苦戦

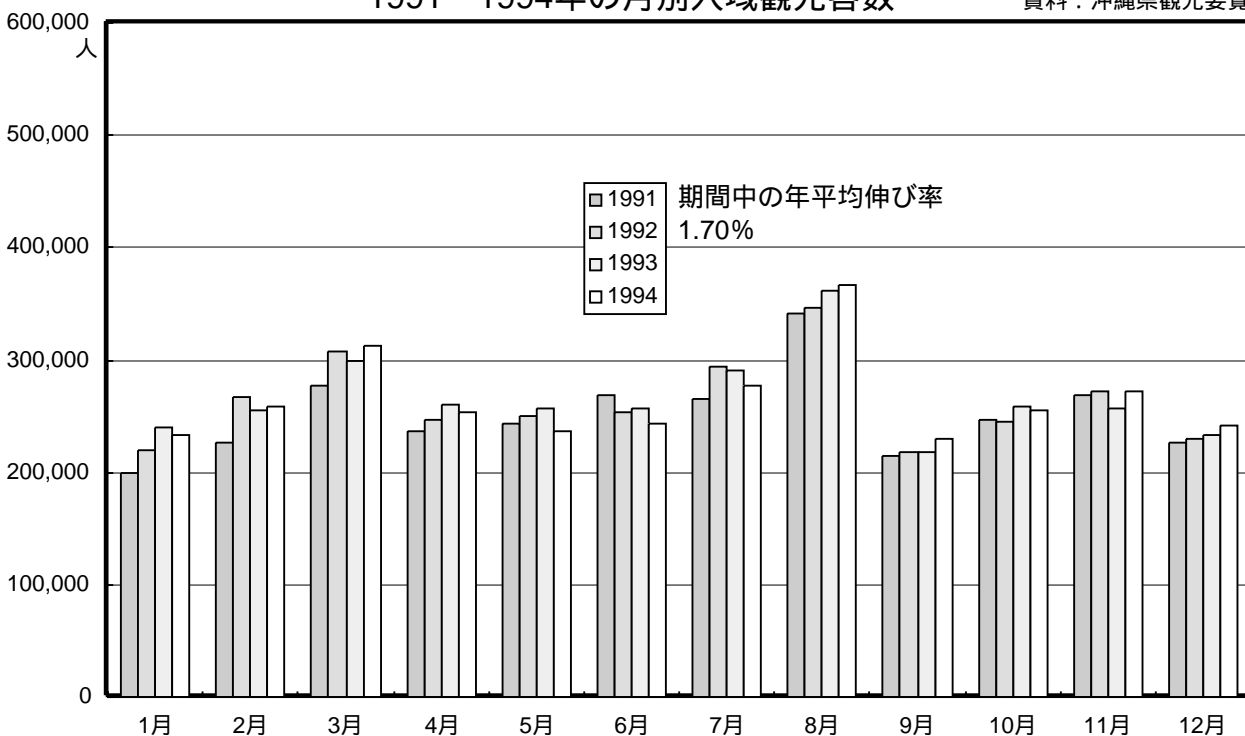
第5期は湾岸戦争で幕開けした91年から94年の停滞期である < fig.7 >。期間中の伸び率は1.7%である。県は第三次沖縄振興開発計画でも観光を伸ばし、01年の観光客数を500万人にする(トロピカルリゾート構想では500～600万人)と目標を打ち出した。そのころ資産バブル絶頂期であり、200を超えるリゾート開発計画がリストアップされ、開発「計画」ラッシュであった。しかし、バブル崩壊、続くデフレ不況で次々に計画は頓挫する。それでも91年のかりゆしオーシャンタワー、92年のラグナ、93年のロワジールとリザン、宮古島のブリーズベイマリーナ、94年のアリピラなど大型ホテルが続々デビューする。これだけの宿泊施設が整うと、これまでの説明から観光客数も大幅に伸びなければならない。しかしそうはならず、大きな需給ギャップが発生し、4年間にわたって低迷する。

好調な伸びは91年も続くと予想された。しかし、フタを開けると前年比微増である。この原因はさまざまあるが、筆者らは湾岸戦争の影響であると当時から見ていた。しかし、この見方はいまでも公式には受け入れられ

< fig.7 >

1991～1994年の月別入域観光客数

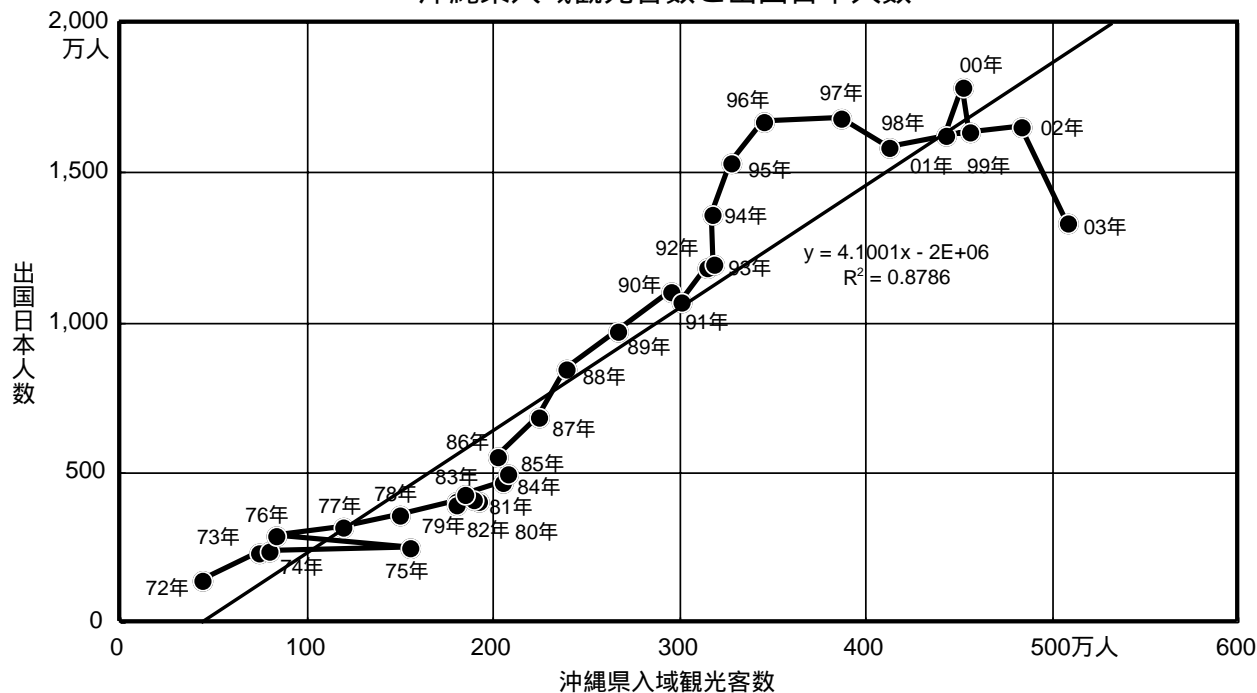
資料：沖縄県観光要覧





< fig.8 >

沖縄県入域観光客数と出国日本人数



資料：出国日本人数は法務省、03年は暫定値。沖縄県入域観光客数は沖縄県観光リゾート局

ていない。というのも、世界の主要な国々で観光客が前年比マイナスとなつて、湾岸戦争の影響が顕著だったのに対し、沖縄はかろうじてマイナスにはならず、前年比微増に止まった。このことから湾岸戦争の影響はなかったと判定されているのである。なお、沖縄と同じように湾岸戦争で観光客がマイナスとならなかった地域にオーストラリアがある。筆者は92年4月にバリ島で開かれたPATA(太平洋アジア観光協会=第二次大戦後初めてできた各国政府、航空会社、旅行社、マスコミがメンバーとなっている国際的な観光推進団体 総会を取材していた。オーストラリア政府観光局が「世界で唯一湾岸戦争の影響を受けなかったオーストラリアの秘密をプレゼンテーションします」というので、取材したら、オーストラリアも観光客の伸びにはブレーキがかかっており、確かに影響を受けていた。前年比マイナスにならなかったとして影響を受けなかったと言っているのだった。各国が湾岸戦争のリカバリーに努力していたとしたら、92年以降の伸び悩みは、沖縄が世界の攻勢に出遅れた可能性がある。一方、92年は首里城公園がオープンして話題を独占していた。

94年4月には中華航空機が名古屋空港に着陸に失敗し、264人が亡くなった事故があり、5～7月の観光客が減少するという影響が出た。

72年以降の海外旅行と沖縄観光を考察するために出国日本人数と沖縄県観光客数の相関を取ったのが< fig.8 >である。ただし、このグラフは海外が伸びたから沖縄も伸びたという因果関係を示すものではない。共に伸び盛り市場を二つ並べただけである。生まれたばかりの赤ん坊の体重と伸び始めた朝顔の蔓の長さを並べた程度のものである。しかし、互いに伸び盛りなので分布図を描くと相関があるように見えるが、因果関係はないのと同じだ。それでも暑い日が続いたら蔓が伸びすぎたり、赤ん坊の体重が伸び悩んだりと言う外部要因を反映することはあると思われる。グラフで顕著なのは95年を中心とする海外旅行の大幅な伸びと、同じ時期の沖縄の苦戦である。また、02年と03年の海外の大きな不振に対し、沖縄は大幅に伸びている。95年頃、円高が海外に追い風で沖縄にマイナスだったこと、03年のSARSの影響で海外が大きな影響を受け、沖縄はその影響を受けなかったという外部の要因を読み取ることができる。また、旅行業界では沖縄は旅費が国内温泉地などに比べて倍程度の価格となりことから、海外と似た動きをするといわれることがある。テロの影響が国内にはほとんどでなかったのに沖縄には出たことなどから、他の国内より海外旅行市場と似た振る舞いをするのかも分かっている。海外旅行と沖縄観光が朝顔と赤ん坊ほど全く関係がないというわけでもないのは確かだ。

90年代初頭は円高と同時に沖縄の暴力団抗争は高校生の死者を出すという、暗いニュースになった。94年までにバブル時の計画が実行に移され、客室は急速に拡大している。ところが、観光客数は増えない。

このころ、海外旅行が絶好調で運輸省は日本人の海外旅行を10年で倍の1,000万人にするという計画を87年に立てたが、4年後の90年に達成。その後も勢いよく伸びて00年には1,800万人に近づいた。95年頃、再びグアム

やハワイが沖縄と競合し、海外リゾートの方が沖縄よりも割安感が出た。95年の年間の平均円ドルレートは1ドル=93円と高騰した。円は瞬間最大風速で1ドル=78円まで高騰した。リゾートに内外価格差が現れ、国民はこぞって海外旅行に出かけるかのような海外旅行ブームとなった。92年から96年にかけて海外旅行が大きく伸びたことが分かる。グアムは沖縄より安いグアム旅行をアピールした。運輸省のテンミリオン計画は、日本の貿易黒字を削減させるというアメリカとの約束で出てきたものだが、あっさりと国民が乗ってきた。

このような中で93年の開業ラッシュである。海外との競合で伸び悩む観光客は新しいホテルに分散、この年の県内ホテルの稼働率は年間で前年を6%ポイントも下回った。観光は3K産業(観光、基地、公共工事)と呼ばれ、県内金融機関も慎重になった。空前の海外ブームと稼働率が激減する業界の悲鳴を聞きつけて、「朝日」や「日経」などの全国紙も「沖縄観光ブームは去った」と書いた。しかし、この苦境を業界は乗り切った。沖縄県に陳情し、初めて3億円の誘客宣伝費を94年補正予算で取りつけ、キャンペーンに投じた。沖縄県副知事が東京で航空会社、大手旅行社トップに協力を要請した。沖縄公庫も打って出るべきであるというレポート「総合産業への変容が求められる500万人時代の沖縄観光」(渡久地明、公庫レポートNo.42、95年3月)を出して、観光産業の建て直しを図った。

《第6期》 1995年 1999年 伸び率8.35%

再びキャンペーン、基地問題で沖縄に注目集まる

第6期は95年から99年までである<fig.9>。デフレ下、4度目の急成長となり、伸び率は8.4%をたたき出した。この時も供給体制が整ってからの急成長となった。沖縄観光にはバブル後の右肩下がりの経済不振が当てはまらないことが分かる。日本の旅行需要が年間3億5,000万人の規模であり、わずか500万人程度の沖縄観光には景気の影響は少ないことが明らかになった。

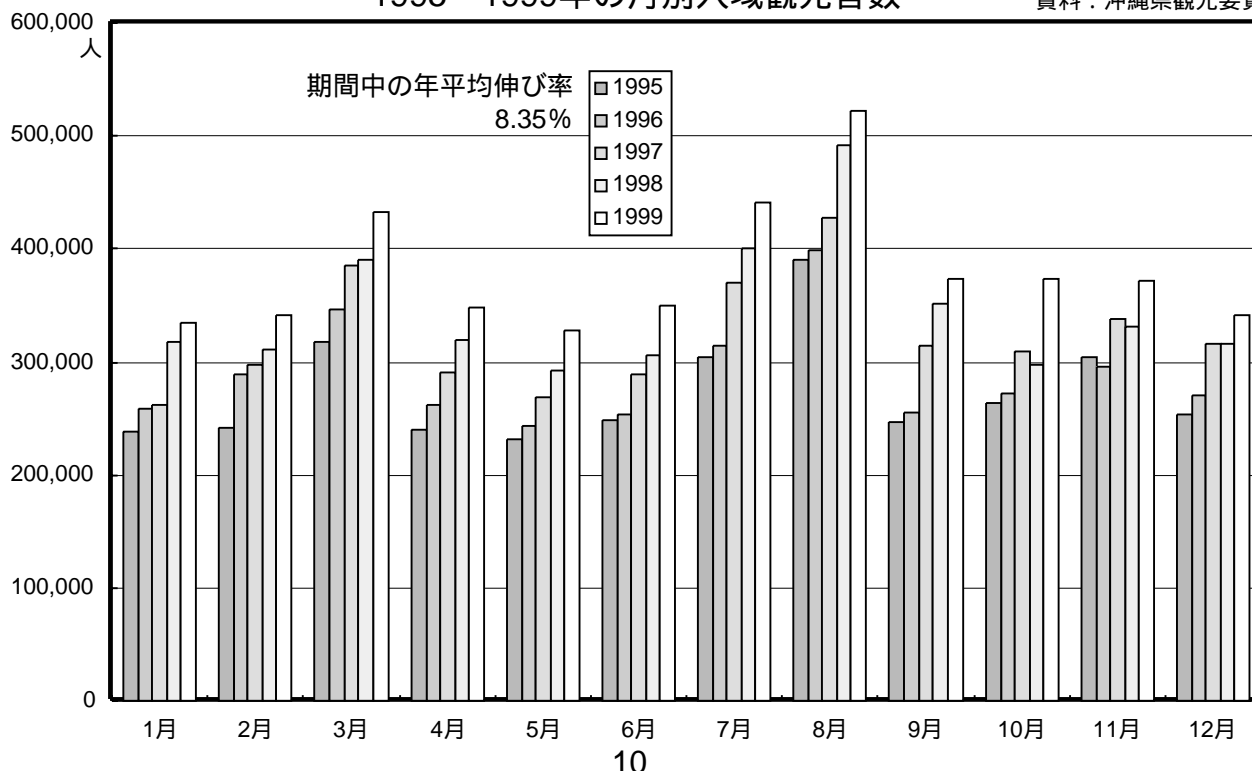
95年は1月の阪神淡路大震災で明け、阪神からの観光客が激減し、前年比3.1%増とわずかな伸びとなった。しかし、前年のマイナス成長に明らかに歯止めをかけた。99年までの平均伸び率は8%以上となり、4度目の高成長を観光業界は経験することになる。この時も十分に供給が整った客室を旅行社や航空会社が存分に販売して、すべてを受け入れたのである。デフレ下の大きな伸びであり、なぜ伸びているのか日本中から注目を集めることになる。結局、右肩下がりの経済見通しと景気縮小局面での悲観的な行財政改革は政策の失敗であることを、沖縄観光が実証しているのだ。

好調の要因として、航空会社の運賃政策も功を奏したといえよう。格安航空券を国民は比較的自由に手に入れられるようになった。90年代半ば、運輸省は次々に航空政策を打ち出して、運賃(幅運賃や届け出制)や路線開

< fig.9 >

1995～1999年の月別入域観光客数

資料：沖縄県観光要覧



設(ダブルトリプル参入基準の緩和や廃止)を自由化した。95年に国内事前購入割引が導入され、28日前なら25～35%の割引が実現した。また96年11月にはエアドゥとスカイマークエアラインが運航を開始し、運賃競争も始まった。97年4月には消費税が5%に改定され運賃にも影響した。政府は97年7月以降沖縄線運賃については特別な予算を組んで値下げする。また、航空法改定で00年2月から需要調整廃止による路線参入、撤退の自由化、運賃の自由化が実現。4月から大幅な割引運賃が導入されたが、普通運賃は15%アップし、この値上げの影響は00年4月以降顕著であった。

沖縄の露出度も拡大していた。少女暴行事件が発端となったが、大田昌秀知事が次々に政府に沖縄の要求を突きつけると、日米同盟の要としての沖縄問題に日米両政府も重い腰を上げざるを得なくなった。ついに、橋本政権で普天間基地の5～7年以内の返還、小淵政権で2000年サミットが決まり、ますます沖縄に注目が集まる。プセナ、カヌチャが97年に開業し勢いよく伸びる観光客を受け入れた。

95年はインターネットが本格的に普及し始め、インターネット元年と呼ばれた。沖縄の観光産業は自ら情報発信する手段を手に入れることになる。その効果はいま顕著である。

《第7期》 2000年 2004年 伸び率4.36%

モノレール開通目当てにビジネスホテルが急増

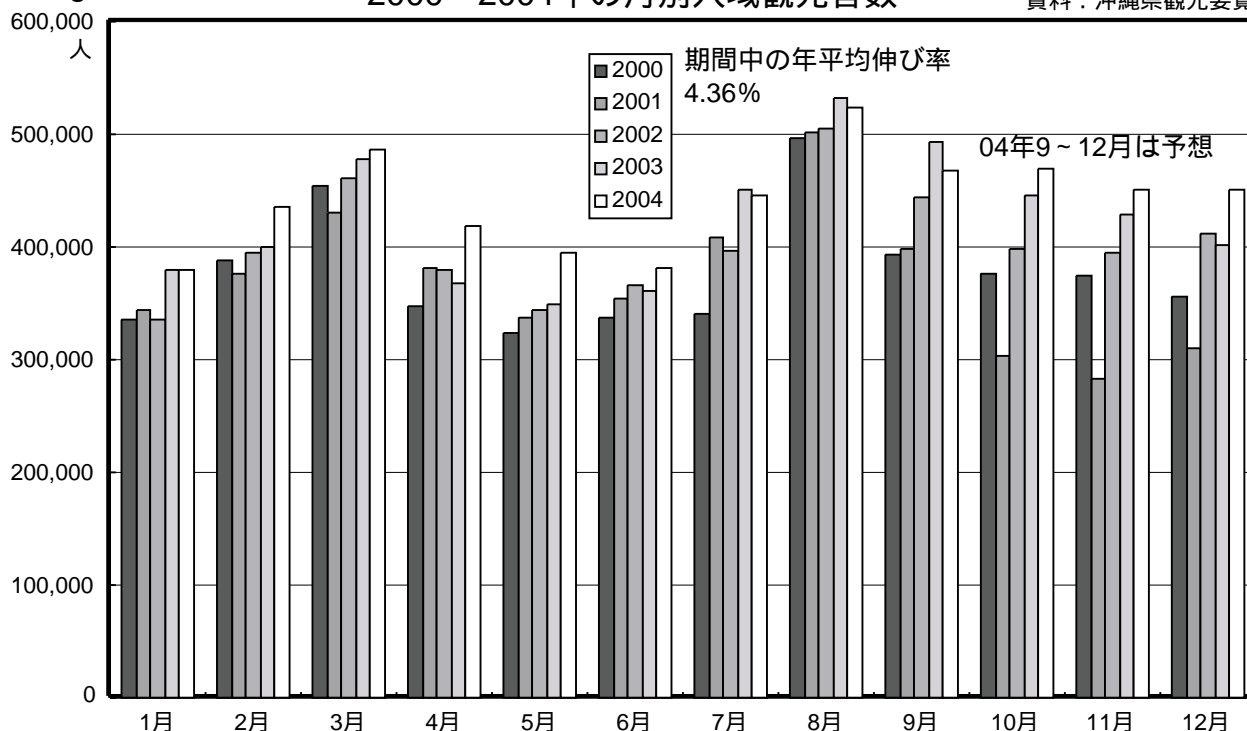
第7期はサミットが開催された00年から現在である<fig.10>。00年のマイナス成長、01年のテロによる激減と02年のV字形回復以降の回復期を分けるべきかも知れないが、いまは分けなくていい。04年は目標の525万人を達成するのがほぼ確実となり(5月時点での予想)この間の伸び率は4.4%となる見込みだ。

2000年サミットの年、観光客数は前年割れとなる。サミットが開催された7月の観光客が激減したためと理解されているが、筆者は00年4月からの航空運賃の自由化による実質的な値上げが主要因と見る。その証拠に3月までの駆け込み需要が好調で、値上げとなった4月以降の入域客数が低迷するのである。また、この年は8月に4つの台風が接近したのも大きい。サミットに向けて大型のリゾート開発も一段落した。反面、モノレール開通を見越した駅前ホテルなどが静かに増えていた。91年は三次振計最終年度であり、沖縄県の500万人の目標達成を目前に、9.11テロで再び前年割れとなる。前年割れは業界にとって深刻な影響となる。名門東急ホテルがサミット直後、閉鎖に追い込まれ、オーシャンビューも閉鎖した。テロ後はV字形の回復を見せるが、キャンペーンと低価格化による回復である。しかし、ここにきて95年から始まったインターネットの普及が観光産業全体に影響を及ぼすようになる。新設のビジネスホテルはネットで7割稼働するところが現れ、既存大手ホテルの中にもネットで3割の客室を販売するところが出てきた。民宿が増え、この集客にもネットが存分に活用され

< fig.10 >

2000～2004年の月別入域観光客数

資料：沖縄県観光要覧



ている。情報の流通の風通しがよくなり、航空券や客室の販売形態が大きく変化した。02年夏にはオーバーブッキングが続出し、客室不足は明らかとなった。沖縄県は新振計で11年の観光客数を650万人と設定したが、二次振計、三次振計の5%成長に比べて拡大幅は3.3%と小さい。それでも00年時点より1万室弱が不足すると沖縄県は試算しており、04年夏のビーチタワー、05年4月のかりゆし、テラスホテルズのオールスイート、06年のプリンス、07年の万座ビーチの増設など高級リゾートが毎年開業する見込みである。

西海岸リゾートで敷地に余裕のある既存ホテルから続々増築の動きが出ている。アリビラと周辺の10万坪の敷地を購入したゴールドマン・サックスはあと4つの高級リゾートを完成させたいと意欲を見せている。さらに、カジノ・オーストリア・インターナショナル社は糸満市に600室のカジノ・エンターテイメント・リゾートを計画している。これら供給体制が整い、効果的なキャンペーンと組み合わせれば、再び沖縄観光は高度成長期に入る。このサイクルを続けることができれば、2017年に1,000万人が可能である。「2011年の目標を750万人にしておくべきだった」と沖縄のパイオニアといわれるリゾートの支配人が、最近、筆者に述べた。「行政が後ろ向きならそれに従う必要はありません」と筆者は応じたが、もちろん業界は需要と供給の経済原理に基づいて11年に700万人以上を達成すると思われる。

ネットの普及による販売方法の変革は、沖縄の観光産業にとって大きなプラスである。これまで国民に幅広く伝えることが困難だった沖縄文化という強力な魅力を手軽に売り込むことができるからである。高齢化も追い風である。沖縄観光はこれからも年平均5%程度のスピードで伸びると見る。

## 1 2 振興開発計画が主導していた

第1期と2期(72~79年の8年間)はセットでほぼ10年である。以下、第3期と4期(80~90年の11年間)のほぼ10年、第5期と6期(91~99年の9年間)の10年がそれぞれセットで、ほぼ10年の周期があったことが見て取れる。00年以降の第7期は05年頃から始まる8期とセットで最後の10年周期を形成するであろう。「最後の」といったのは沖縄振興計画が最後になるからだ。しかし、すでに計画を実現する能力が沖縄観光に備わっていることが分かった。12年以降は沖縄県が独自に10年計画を策定すると思われる。成長と低迷を繰り返す必要はなくなり、安定的に5%成長する計画を立てることが可能だ。11年から22年の間に那覇空港の沖合展開が実現していることであろう。また、普天間飛行場は確実に移設されており、480ヘクタールに及ぶ普天間基地跡地の開発で沖縄全体の供給能力は大幅に拡大されている。中国などからの観光客を受け入れるようになれば、従来の5%成長より大きな伸びが実現できる可能性は高い。

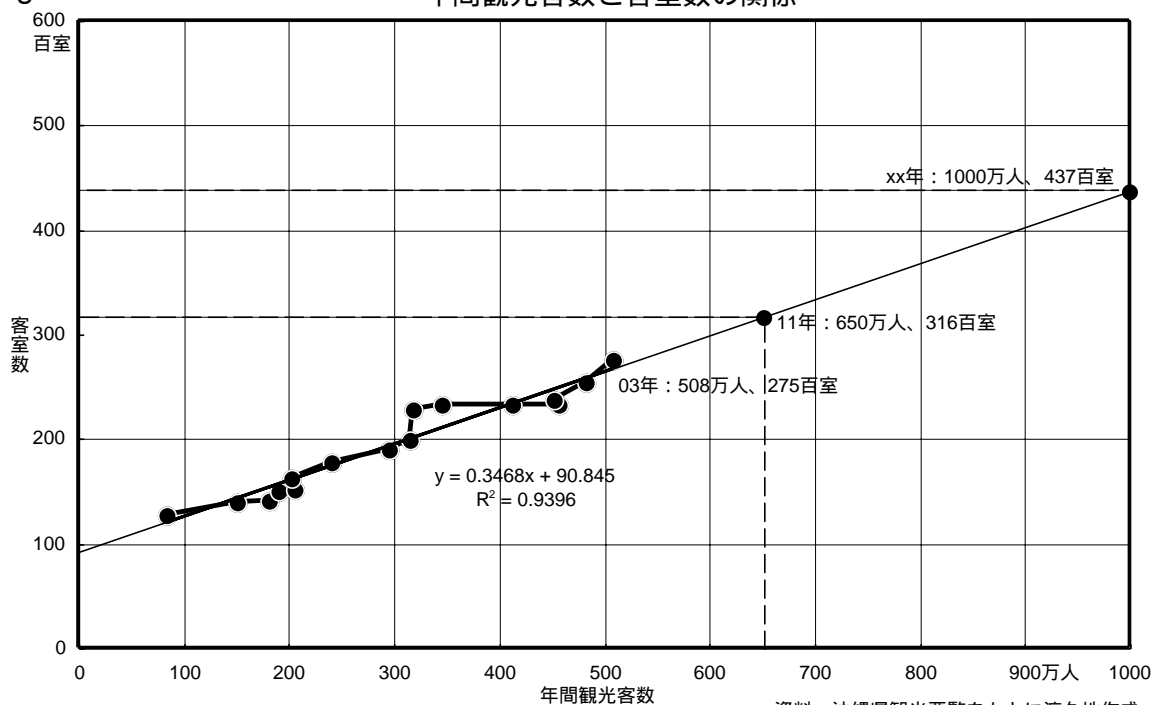
10年間隔で何が起こったのか。第1期から第7期のパターンはこうだ。つまり、海洋博という大きな目標によって宿泊施設を中心にさまざまな観光施設の供給体制が整備された。道路など観光産業にとっての基盤となる社会資本も整備されたのである。これによって海洋博そのものを成功させた。その後、落ち込むが、海洋博で156万人を受け入れた供給体制があることが分かっている。これをフル稼働させるために、旅行社、航空会社が大がかりなキャンペーンを打ち、旺盛な需要を沖縄に振り向け、全部吸収したのだ。吸収しきったところで客室不足になり低迷するが、そのタイミングに合わせて沖縄振興開発計画が策定され、その中で観光産業の目標を指し示した。これに応じてさらに供給が充実、体制が整ったところで急成長、再び客室不足となり、ちょうどそれに合わせて次の振興開発計画が策定されたのである。沖縄観光は急成長をこの30年間で4度経験し、いま、5度目の急成長を迎えようとしている。

二次振計、三次振計を通じた観光客数の成長目標値は平均5%であり、この間の現実の伸びは4.6%を達成、ほぼ目標通りとなったのである。客室が増えることによって、観光客数が増えた、逆に観光客数が増えることによって客室が増えた。その様子を上のグラフ<fig.11>で示した。客室数と観光客数はほぼ正比例となっていることが一目瞭然である。振興開発計画の30年間を通じて目標を達成したのは観光産業だけであった。他の産業分野が県内向けの目標だったのに対し、観光産業は観光客そのものが全国を相手にしており、県内企業と共に航空会社や旅行社など日本の最先端を行くトップ企業が目標達成に向けて参加したのである。この航空会社と旅行社が果たした役割について、次章で詳しく述べる。

さて、この年代区分ではこれまでのパターンでは第7期は低迷するはずであるが、かなり調子がよいのには原因がある。インターネットの普及と03年のモノレール開業に向けたビジネスホテルの充実がこの時期あったからだ。これにパターン通り05年以降、大型リゾートの供給体制が整ってくるから、もっと大きく成長する体制が整うのである。理論通りに展開するには06年頃から再び大規模なキャンペーンが必要になる。また、現在ある構想を現実のものとし、供給体制を急いで整える必要がある。これらが実現すれば、低迷の第7期は00年と01

< fig.11 >

年間観光客数と客室数の関係



年だけになり、02年から急成長の第8期に入ったと、後に分類されるであろう。

これらの時代区分とともに、過去30年間の観光産業でのさまざまな試みと成功、失敗の事実を知れば、われわれは沖縄観光の長期展望を手に入れることができる。一次振計の海洋博、二次振計から現在の新振計までの観光客数の目標値の設定は決定的に重要な役割を果たし、観光産業界はすべてをクリアしてきた。現在の計画が650万人と弱気の目標となったのは、バブル崩壊、デフレ不況、9.11テロの落ち込み、財政再建の折から政府の那覇空港の沖合展開が間に合わないという問題が噴出した01年度に審議、策定されたからだ。しかし、滑走路の能力について旧運輸省は一本の滑走路の発着限界は「運用次第で公表値の年間16万回から22万回以上に増やせる」との試算をまとめていた。いまの那覇空港でも800～900万人以上の受入能力はあるのだ。

### 1.3 観光客数、客室数はきれいな比例関係 予想される長期的な客室不足

観光客数とホテル客室数の関係をグラフにしたところ< fig.11 >、観光客数は客室が増えるのに応じて伸びているというかなり単純な相関関係にあることが分かる。すなわち、沖縄では客室を増やすことによって観光客も比例して増える。ただし、グラフは客室稼働率、観光客の平均宿泊数の変動を無視している。

横軸に沖縄県観光要覧の年間観光客数、縦軸に宿泊施設客室数をとった。データは76年の観光客数84万人、客室数1万2,700室から03年の508万人、2万7,500室までの数値をプロットした。

その結果次のことが分かる。

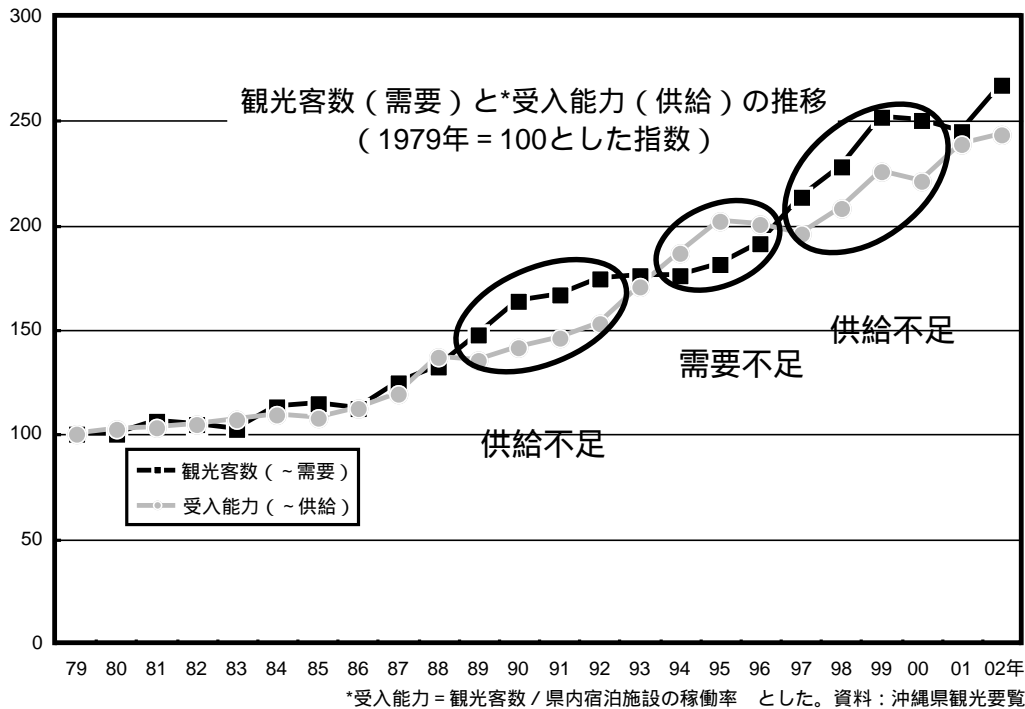
(1) 客室数、観光客数は比例して拡大している。両者は過去30年間継続して拡大してきた。つまり、客室が増えると観光客も増加し、観光客の増加にあわせて客室も増えてきたと見ることが出来る。

(2) 76年の観光客84万人、客室数1万2,700室から78年の150万人、1万4,000室という変化は、観光客が1.9倍と大幅に伸びたのに、客室数は一割増と小さかった。これは75年の海洋博開催で客室に大きな供給力があり、倍増した観光客を、稼働率をあげるだけで吸収できたためである。

(3) 94年に観光客は318万人と92年に比べ1%しか伸びなかったが、客室数は2万2,800室と92年より15%増と大幅に拡大した。この時期建設されたホテルは92年がラグナガーデン、喜瀬ビーチ、大拓スタシオン、93年がロワジールホテル、シーサー・カン、リザン、ロイヤルガーデン、軽井沢倶楽部、ブリーズベイ、94年のロコイン松山、那覇イースト、ホテル日航アリビラ、フサキアネックスと目白押しであった。

このため94年の全県平均定員稼働率は51.6%と92年に比べ10ポイント以上下がり、業界の悲鳴が聞かれた。新聞紙上では地元紙が連日苦境を伝え、全国紙が沖縄観光の危機を報じるほどとなった。95年は円高で1ドルは年間平均94円まで暴落した。日本人の海外旅行ブームとなり、同時に沖縄への台湾客も激減した。沖縄県が初め

< fig.12 >



ての特別誘客予算を組んだのもこの時期である。

(4)その後、97年まで客室はあまり増えなかったが、基地問題やキャンペーンによって沖縄の露出度が高まり、観光客は順調に伸び、ホテル稼働率が高まった。宿泊業界はこの間一息つくことができた。

(5)00年はサミットによる足踏みで観光客数452万人と前年割れ、客室数は97年のプセナとカヌチャの開業があり2万3,800室となった。01年はテロによる落ち込みで2年連続の不振で有力ホテルが閉鎖に追い込まれた。02年にはV字形の回復を見せ観光客数483万人、03年には508万人、客室数は2万7,500室と増加した。

(6)沖縄県が目標としている11年の観光客数650万人の目標は平均泊数を現状の2.68日から0.5泊伸ばして3.18泊とし、ホテル稼働率も現状の60%から65%に拡大することを前提にしている。その達成には計画策定の基準となった00年の客室数2万3,800室に対し、新たに9,700室必要であるとした。その後、発表された03年のデータ2万7,500室に基づくと6,000室の不足となる。

(7)県の試算と離れてグラフから650万人達成に必要な客室数を推計すると必要な客室数は3万1600室で、03年と比較して4,100室不足である。この数値は県の試算より小さくなっているが、平均泊数が増えず、ホテル稼働率も年間平均6割を予定したためである。

実際には夏場やGW、年末年始など現在でもオーバーブッキングが繰り返されており、ピーク時の客室不足は沖縄観光のボトルネックとなっている可能性がある。

< fig.13 >

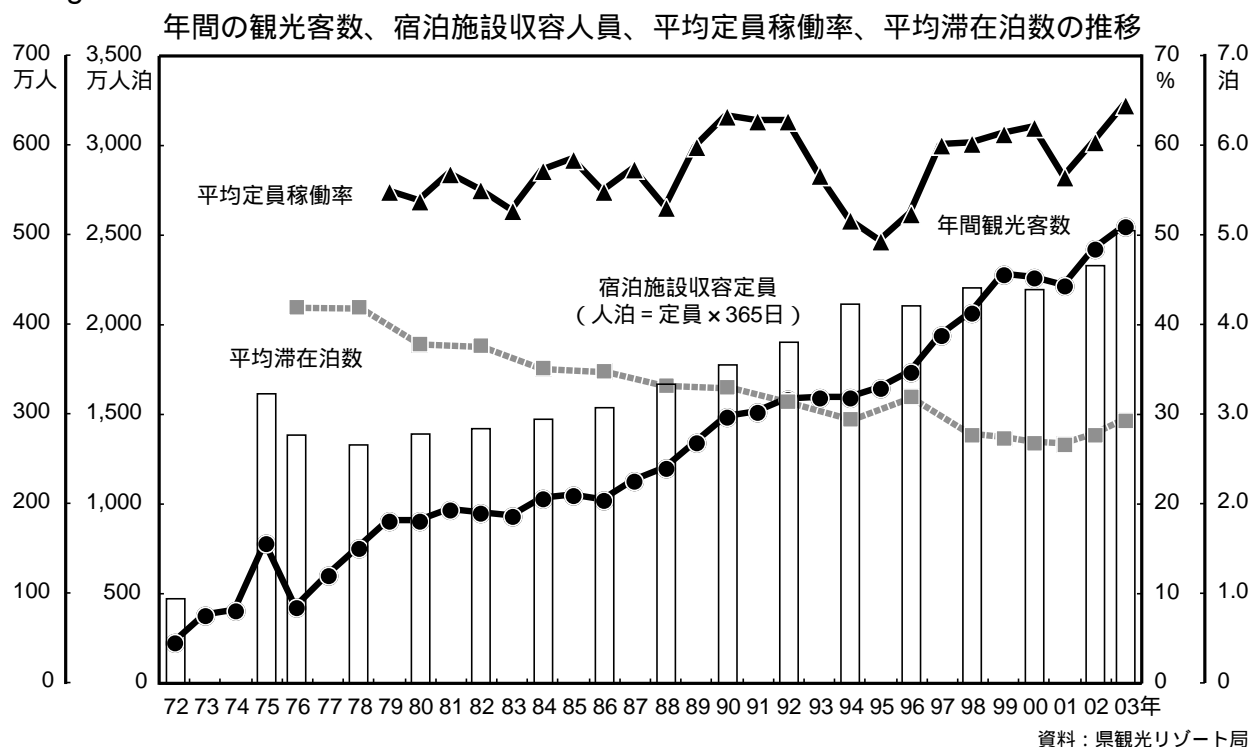
宿泊施設数の推移

(単位：軒、室、人)

年	ホテル・旅館									民宿			団体経営施設・ユースホステル・国民宿舎			合計					
	大(300人以上)			中(299-100人)			小(100人未満)			計			軒数	客室数	収容人員	軒数	客室数	収容人員	軒数	客室数	収容人員
軒数	客室数	収容人員	軒数	客室数	収容人員	軒数	客室数	収容人員	軒数	客室数	収容人員	軒数									
72	-	-	-	-	-	-	-	-	170	4,160	9,307	94	1,376	2,751	20	209	996	284	5,745	13,054	
75	-	-	-	-	-	-	-	-	404	14,861	34,563	342	2,461	7,882	28	456	1,848	774	17,778	44,293	
76	-	-	-	-	-	-	-	-	344	12,180	29,018	309	-	6,967	30	491	1,901	683	-	37,886	
78	15	3,566	7,657	60	3,938	9,155	248	3,865	9,464	323	11,369	26,276	304	2,083	7,585	28	574	2,489	655	14,026	36,350
80	17	3,750	8,501	54	3,451	8,425	230	3,761	9,032	301	10,962	25,958	355	2,807	9,218	33	659	3,102	689	14,428	38,278
82	18	3,946	8,882	58	3,960	9,106	203	3,364	7,867	279	11,270	25,855	371	2,945	9,182	43	880	3,867	693	15,095	38,904
84	21	4,709	11,686	59	3,959	9,259	176	3,190	7,287	256	11,858	28,232	371	3,058	9,776	35	616	2,395	662	15,532	40,403
86	24	5,223	13,063	66	4,487	10,547	191	3,229	7,653	281	12,939	31,263	305	2,537	8,217	34	778	2,716	620	16,254	42,196
88	31	7,224	17,996	59	4,149	9,532	153	2,863	6,757	243	14,236	34,255	317	2,667	8,481	33	761	2,930	593	17,664	45,696
90	32	7,494	18,395	65	4,506	10,534	191	3,762	8,375	288	15,762	37,304	311	2,582	8,345	35	632	3,058	634	18,976	48,707
92	33	7,597	19,307	69	4,784	11,508	212	4,033	9,631	314	16,414	40,446	318	2,741	8,482	36	709	3,271	668	19,864	52,199
94	39	9,677	24,662	71	5,069	12,213	178	4,085	8,532	288	18,831	45,407	349	2,866	8,985	39	1,056	3,598	676	22,753	57,990
96	42	10,380	26,187	73	5,058	11,764	165	3,695	7,679	280	19,133	45,630	343	2,985	8,599	38	1,068	3,410	661	23,186	57,639
98	42	10,560	28,633	74	5,024	11,873	163	3,487	7,044	279	19,071	47,550	361	3,021	9,073	42	1,205	3,722	682	23,297	60,345
00	45	11,107	29,529	67	4,988	11,146	156	3,412	6,714	268	19,507	47,389	369	3,118	9,404	36	1,156	3,285	673	23,781	60,078
02	51	12,523	32,005	73	5,474	11,872	164	3,534	7,252	288	21,531	51,129	375	3,145	9,290	44	747	3,378	707	25,423	63,797
03	55	13,297	34,306	84	6,183	13,587	160	3,594	7,128	299	23,074	55,021	462	3,685	10,863	47	774	3,460	808	27,533	69,344

県観光リゾート局まとめ(04年4月)。\*上記の宿泊施設数及び室数、収容人員については、各年の10月1日現在の数値である。

< fig.14 >



(8)平均泊数、稼働率ともに現状維持とした場合、観光客1,000万人を受け入れるには4万3,700室必要で、00年の客室のほぼ倍が必要である。

最後に超長期を検討しよう。

(9)1,000万人の観光客を受け入れる頃には少子高齢化がさらに進展し、高齢者向けの観光を提供するチャンスとなっている。また、07年から団塊の世代(47年から49年に出生が急増し、800万人から1,000万人の団塊をなしている世代)が一斉に定年を迎える。08年には北京オリンピックが開催され、これを機に大量の中国発観光客が発生している状態が想像される。需要が大きく拡大することが予想され、備えなければならない。

沖縄の場合は北京オリンピックまでに普天間基地が返還されている可能性もある。480ヘクタールの広大な跡地の再開発が始まっているはずである。需要を吸収するための供給の増加を実現する条件が整っており、2017年頃と見られる1,000万人達成が早まる可能性がある。

(10)普天間の返還に関わらず、長期的に客室不足が予想されることから、ホテル客室はすぐにも拡大すべきだ。早く建設すればするほど、その後の利益を生む期間が長くなるからである。ホテル運営はインターネット予約などで営業経費が大幅に削減されていることも追い風である。

観光客数と客室数がほぼ比例する様子を示したが、次ぎに実際に毎年の観光客数の増加と客室の増加がどのように変化したかを示す。客室の増加と観光客の増加にはタイムラグが起こることがある。客室が先にできて宿泊客がそれに応じて増えなかった時期が海洋博後の76年である。その後、観光客数は勢いよく伸びる。これに匹敵する客室増が94年から96年頃までであったが、旅客数は増えず、業界は苦戦した。逆に宿泊客が多いのに客室が足りないこともあった。89年から91年頃と98～00年前半、02～03年は観光客は多いのに客室が足りない状態となっている<fig.12>。このタイムラグの発生を予想し、需給のバランスを取ることが県レベルの短期的な観光政策として重要である。また、現実に客室が増えても、旅行社との契約がなければ、旅行社の販売が増えないことも起こる(海洋博の例。また04年7月は宿泊特化型のホテルは増えたが、旅行社との契約がなかったこと、前年のオーバーブッキングの反省から旅行社が販売を増やせなかった)。

#### 1.4 客室に余裕がなくなると、稼働率高まり、逆に滞在期間は縮小

県観光リゾート局は03年に宿泊施設調査を実施して、県内ホテルの稼働率や客室数の推移をまとめ、年間平均稼働率が過去最高の64.4%だったこと、宿泊施設数では軒数で808軒、客室数は2万7,533室、収容人員は6万9,344人となっていることなどを発表した(<fig.13>「宿泊施設数の推移」)。これらをもとにグラフ「沖縄県の宿泊施設収容人員、観光客数、定員稼働率の推移」を描いた<fig.14>。この結果、観光客数の増加とともに客室が

増え、客室の増加とともに観光客数も増えていることが改めて視覚的に分かる。グラフの特徴をさらに詳しく見る。

(1) 客室数は海洋博に合わせて整えられ、その後の落ち込みで調整された。調整の中には海洋博期間だけに絞った臨時的な宿泊施設の閉鎖や破綻した宿泊施設が含まれる。

(2) その後、観光客は急成長し、80年から低成長に入る。85年頃の観光客200万人前後に対し、客室数は年間1,400万人・泊あり、観光客が一人7泊しても吸収する受入能力があった。県内に本社のあるスカイツアーズは延泊自由という旅行商品をこのころ開発・販売している。

受入能力を03年で見ると観光客508万人に対し、年間収容人員は2,500万人・泊で、5泊分まで縮小していることが分かる。

80年代の平均滞在泊数は80年が3.78泊、82年3.77泊、86年3.52泊と03年の平均滞在泊数2.93泊よりかなり多かった。また、76年の平均滞在泊数は4.20泊で、このころは観光客全部が15泊しても受け入れる能力があった。

このことは客室が不足気味になると、観光客の滞在日数が減少する傾向があることを示している。滞在日数の長い旅行商品より、滞在日数の短い旅行を多く売って取扱件数を増やす方が航空・旅行社の利益が増えるからである。

最近の例では02年の平均泊数が2.67泊と過去最小になっていたのに対し、03年は泊数も拡大した。収容人員が増加したことと関係があると見られる。

(3) 稼働率を見ると、節目節目に低落と成長がある。82年、83年の稼働率の低落は海外との競合があり、観光客数そのものが落ち込んだのに加え、万座ビーチホテルの開業で観光客が分散し、沖縄全体に影響が出たものと思われる。また、87年には那覇にオーシャンビュー、西海岸にサンマリーナとかりゆし、88年には沖縄残波岬ロイヤルとルネッサンスリゾートがオープン。供給が一挙に増えて稼働率は下がるが、これをきっかけに後の急成長が始まることになる。

なお、93、94、95年の稼働率の落ち込みはそれ以前のかりゆしオーシャンタワー、ラグナなどの開業に続いて、ロワジール、リザン、アリピラ、かりゆしアーバンが連続して開業、それに応じた観光客の増大がなかったため、全体の稼働率を大きく下げることになった。特に94、95年は滞在泊数も2.94泊と落ち込んだため、稼働率は大幅に下がっている。価格を下げるために滞在時間を減らしたと見られる。海外との競合、価格競争で泊数が縮小したわけだ。しかし、その後キャンペーンによって急成長している。

(4) 97年頃から客室は取りにくくなっており、00年までこの状態が続いている。01年のテロで稼働率は一旦落ち込むが、翌年02年に回復、03年には全県平均の定員稼働率は沖縄県の調査開始以来最高の64.4%を記録した。客室は、03年のモノレール開通を見越して02年ごろからビジネスホテルが大幅に増え、この客室の増加が観光客を受入れ、増加させる要因となった。それでも観光客数の増加のスピードの方が客室の増加より早く、県内ホテルは取りにくい状態となっている。

(5) 以上を通じて、客室が大幅に増えることが予想される年(92年から95年が典型例である)は開業ホテルの規模に応じて誘客キャンペーンを準備すべきである。これは新設ホテルを盛り立てると言う意味もあるが、実際には新設ホテルには宿泊客が集中することが分かっているから、既存ホテルの稼働率を落とさないようにするためである。

また、97年頃から始まり現在まで継続している客室不足状態を解消するためには、ホテル(企業)誘致を行なって受入体制を整えるべきである。

(6) 現在の観光客数と客室数のバランスは観光客が延泊を申し出ても応じられない状態となっていて、かなり窮屈な状態であり、品質が低下している状態といえる。ツアー商品も4泊以上を組みにくい状態になっているものと思われる。逆に客室に余裕のある70年代後半は平均宿泊数が4泊であり、かなり長い旅行が売れていた。客室に余裕がないと平均滞在日数が縮小する可能性がある。沖縄県は11年の観光客数650万人を目指し、滞在泊数は00年の2.68日より0.5泊拡大する計画であるが、客室に余裕がない状態だと人数はクリアしても、滞在泊数を増やせなくなる恐れがある。滞在時間と消費額は業界の経験によると比例する関係があり、消費金額を増やすには滞在期間を伸ばすのが常道である。いまの沖縄は客室不足が明らかである。04年は北谷のビーチタワー、グランメール、05年のマリオット(かりゆし)、EMホテル(旧シェラトン)、アッタとプセナのオールスイート、06年のプリンス、07年以降の万座他、進出、増築計画が複数あるが、それでもまだ、かなり足りない。

次の1,000万人を展望すべきである。沖縄観光の需要と供給の影響の仕方が分かった。さらに需要と供給は情報で媒介されている。情報を媒介した市場と沖縄の相互作用の仕組みを解き明かして、この産業がこれまでい



われたように外部要因に左右されやすい不安定な産業であるという迷信をただしておく必要がある。本レポートのハイライトであり、沖縄観光はかなり強固な仕組みの上に成り立っていることを示す。

## 2.観光産業における情報の担い手は旅行社

### 2.1 需要と供給と情報の観光学—供給を増やしても、情報がなければ観光客は増えない

沖縄観光の成長の法則を本稿で10年サイクルがあったとして、概ね次のように説明した。もう少し踏み込んで「情報」が沖縄観光に及ぼす影響を中心にはっきりした沖縄観光モデルを提示しようと思う。

沖縄観光は、客室が増加して受入体制が整うことによって航空・旅行社がキャンペーンを展開、観光客が増加。客室不足となった時にタイミング良く10年計画を政府・県が打ち出し、それに向けて客室が増加していき、これを見て再びキャンペーンが展開され観光客が増加。これを見てまた客室が増え、同時期に再度10年計画が発表となり観光を推進した。この間、日本の旅行需要は年間3億人～3億5,000万人規模であり、需要不足を心配する必要はなかった。需要を沖縄に振り向けるキャンペーンを打つことによって、観光客を増やすことができた。

沖縄観光を、時間を追って整理すると上のようなことが起こった。ここでの主役は需要(3億5,000万人)と供給(沖縄の受入体制、分かりやすく客室と表現する)である。需要と供給のバランスの話に集約されるが、沖縄観光の場合、実際にはもう一人主役がいる。旅行社、航空会社という流通=情報企業である。旅行社は旅行そのものの販売を行う供給の担い手であり、航空会社は客席を供給するから供給側である。しかし、この両者はキャンペーンや窓口カウンターで直接、観光客に情報を伝え、予約を受け、旅行代金のやり取りがあるという側面がある。この機能を特にここで取り出して「情報」そのものであると強調し、新しい説明を行う。これはインターネットと結びついて今日重要な視点である。沖縄と旅行市場の相互作用がこの「情報」を介して行われると考えると、観光全体の仕組みがハッキリ見えてくる。しかも、この分析は特殊な観光地=最も単純な観光地である沖縄を対象とすることによって明快に理解される。

沖縄観光の成長の法則の中で簡単に触れた「情報」が第三の主役である理由を述べ、沖縄観光成長の法則を補強し、旅行社・航空会社の役割について改めて評価しようと思う。

需要と供給のバランスが沖縄観光を成長させたが、実際には沖縄に客室が増えても、これを市場に伝える情報がなければ、観光客は増えなかった(これまでさんざん経験済み)。せっかく需要はあるのに、沖縄で供給が増えたという情報が市場に伝えられなければ、旅客は行きようがないのである。復帰後、沖縄観光の情報を市場に伝えたのは旅行社であった。旅行社は情報産業であると自負していたし、私が働く沖縄観光速報社はその旅行社に沖縄の事情を伝えようと媒体を創刊したのだった。実際にはリゾートホテルが新設されると旅行社がその客室を仕入れ、旅行商品に組み込み、カウンターを訪れる顧客にパンフレットなどを通じて情報を伝えた。旅行商品とはパンフレットそのものであった。そのパンフレットを正確に説明できるように旅行社・航空会社のカウンター担当者の沖縄研修が多数開催されてきた。沖縄旅行を旅客に勧めながら、カウンターが沖縄にいったことがないとなると旅客からの信頼に関わるからである。また、カウンターにとって全然知らないところを売るより、何度も研修を受けているところの方が売りやすい。

航空会社は客席を提供するから供給者そのものである。しかし、需要に応じていくらかでも客席は増やせるといっており、客席の運賃を通じて需要を沖縄に振り向けるという役割やキャンペーン能力の高さからむしろ、情報の支配者とも見て良い。実際に、キャンペーンや価格政策で観光客は増えたり減ったりする。この機能は情報そのものである。価格そのものが市場を動かす決め手であり、価格は沖縄観光の重要な情報の一部である。

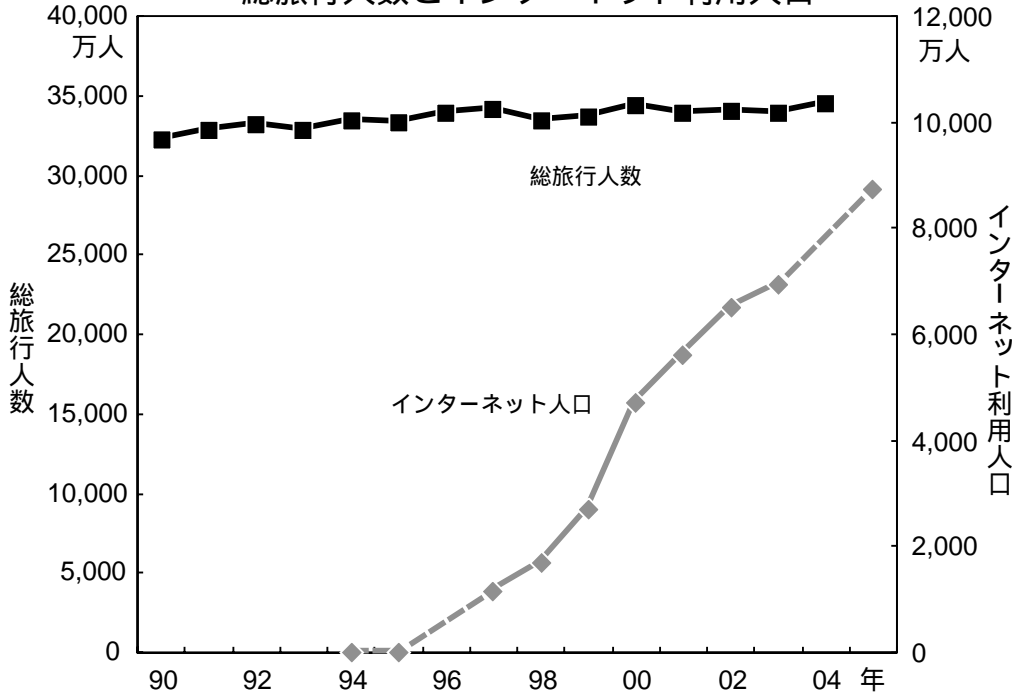
一方で、情報の送り手は旅行社・航空会社だけではない。流通に次いで強力なのは口コミである。他に新聞・週刊誌・雑誌などの活字メディア、テレビ・ラジオの電波がある。90年代半ばになってインターネットが登場した。しかし、旅行商品を売買するという点で、口コミやインターネット、TV・新聞というのは、旅行のきっかけにはなるにしても、実際の旅行商品は旅行社の窓口での売買に限られる。個人客が増えたとはいえ座席と客室がセットになった「旅行商品」は旅客がホテルと航空券を別々に手に入れるより割安であり、それを買うのが旅客の利益である。これが沖縄観光の基本である。

次に、情報通信の最先端の道具となったインターネットの旅行業界における評価を行おうと思う。結論を先に述べると、インターネットの普及で旅行の総需要が増えたという証拠はない。

### 2.2 ITは予約方法を変えたが、旅行市場を拡大しなかった

< fig.15 >

### 総旅行人数とインターネット利用人口



資料：総旅行人数はJTB、インターネット利用人口は総務省通信白書（97～03年、94年をゼロとした。95年はインターネット元年、05年は通信白書の予想）

ITの普及で観光産業はどのように変化したのかだろうか。観光の流通面で大きな変化が起こったのは事実であるが、旅行の本質はまだ何も変わっていないと筆者は見ている。しかし、ITが市場に本質的な変化を与える方法があり、市場を成長させることもできると考えている。それについて述べる。

観光の現場で使われているITの代表的なものは航空会社やホテルがHP

で予約を受けるようにしたことだ。すると、インターネットの普及に伴い消費者がどんどんITで予約を取るようになったので一挙に観光産業にITが普及した。

消費者は旅行社や航空会社の店舗に向く必要がなくなり、手間が省けた。航空会社やホテルなどは直販による手数料の削減や軽減に成功した。

しかし、この変化は単に手間を省く、経費を節約したというだけで、旅行に出かけるという行為そのものには何も変化を与えなかった可能性が高い。

というのもITの普及によって日本の旅行需要が増えたり、減ったりしたかということ、その形跡がないのである。インターネット元年といわれた95年の前から昨年までの旅行需要の変化を見ると、旅行需要は戦争などの影響はあったが、ITの普及で旅行市場が活発化した証拠はないと見るべきだろう < fig.15 >。

90年以降04年までの15年間で、日本の旅行の総需要はわずか5%しか伸びなかった。では、沖縄はどうか。沖縄への観光客数は同じ期間に301万人から508万人へと1.7倍に拡大した。

ITは日本の旅行市場の拡大にあまり影響を与えなかったと述べた。沖縄ではどうなっているだろうか。結論から言えば沖縄を訪れる観光客数にも影響は何もなかったといえる < fig.20 >。

沖縄への観光客数の増減を見ると、76年以来およそ30年間、ずーっと毎年平均4.6%の伸び率を継続していて、横に時間、縦軸に観光客数をプロットしたセミログのグラフはキレイな直線になる < fig.20 >。95年のインターネット元年を挟んで伸び率に変化はない。ITの普及と観光客数の拡大の間に因果関係はなさそうである。

実際には沖縄観光は非常に単純に言えば受入施設である客室の増加とともに伸びてきた。供給が増えることによって航空、旅行会社がキャンペーンを行って需要を掘り起こし、実際に需要が拡大、それを見て供給がまた増えるという相互作用で伸びたのである。

つまり、日本全体の動向や沖縄の実績からも、旅行そのものの拡大・縮小とITの影響はほとんど関係がなかったと考えられる。これが筆者が変わらなかったというものの正体である。

一方、航空、旅行社、ホテルなどの個別企業はIT経由の取引が激増しているが、これは消費者と供給の側の双方にとって互いに手間を省くという流通面での大きな変化の実態である。

この変化をよく見ると、本来ホスピタリティー産業である観光産業からは遠ざかるものである。ケータイで道順を調べる旅行の方が人にもものを探ねる煩わしさがなく、便利だとなる方向であり、情報のやり取りの無人化の方向である。実際、沖縄に来た人が道に迷って、地元の人ではなく機械に問合わせるといった場面を想像すると滑稽である。

しかし、実際の旅行は地元の人にもものを探ねて親切にしてもらった、思わぬハプニングに発展したという経験を楽しむというのが自然である。トラブルとトラベルの語源は同じだといわれるくらいだ。沖縄に人気があるのは面白い個性がたくさんあるからであると再認識すべきだ。

沖縄ではいま、県内のあらゆる施設をカバーするデータベースサイトをつくって「旅客を増やす」というプロジェクトがスタートしている。それによって旅客がこれまでのトレンド以上に伸びたという実証的な結果がでたら、これまでの成長のメカニズムを変更する画期的な成果になる。しかし、単に情報を集めただけのサイトで現実社会に本当に影響を与えることができるだろうか、筆者は大いに疑問を持っている(市場の拡大とは別にサービスとして情報量を増やすといった意味はある)。

むしろITを使えば旅行先でも東京と同じように仕事ができる、学校なら出席扱いになる、といった環境や仕組みをつくり出すことの方が現実社会に大きな影響を与える。休暇が家族でなかなか一致しなくて、夏休みや連休など価格が上がる時期にしか、みんなで旅行ができないという問題が解決される。それによって国民の旅行機会が拡大し、市場に直接変化を与えたことになる。

ITが持つ力は大きい、まだまだ十分に活用されていない。このアイデアはITをもっと活用することのほんの一例に過ぎない。ITの力をフルに引き出すことが、観光産業の成長に現実インパクトを与えることになる。その可能性を見せるのが、アップルコンピュータが開発中で05年発表予定の新しいiChat AVである( < fig.16 > =アップルコンピュータのHPより)。

これはインターネットに接続されたパソコンで自分も含め4人までがテレビ電話会議ができるというものだ。



< fig.16 > 4人が同時にフェースツーフースで話せるアップルのiChat AV

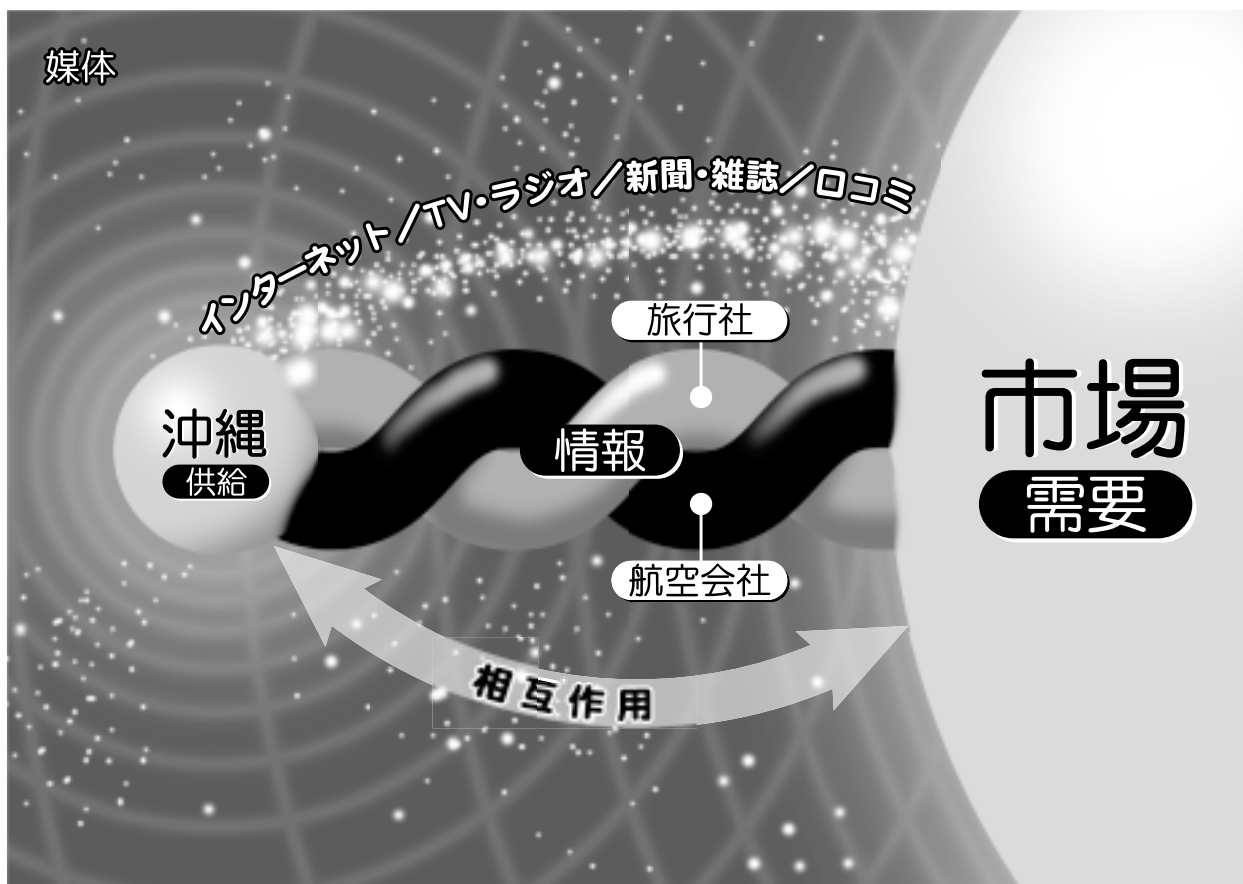
### 2.3 今のままのインターネットは新聞、TVの延長にすぎない

インターネットのようなものができるということは、情報通信科学の長年のテーマであり、最初からゴールも見えていた。人類は長い間、電話のような機械を待ち望んでおり、100年ほど前にベルが実現した。この電話の交換システムはコンピュータの動作と似ており、超高速の科学技術計算をしたいというニーズと相俟って、電話会社の研究所からコンピュータが生まれた。コンピュータはその後、電話とは別に独自に発達するが、後のインターネットの出現で再び電話(通信)と結びつくことになる。

コミュニケーションを一層豊かにするという意味では電話の次は当然、テレビ電話である。テレビ電話は簡単に実現しそうだったが、通信方式やコンピュータの一層の進化を待たなければならなかった。インターネットを使った対一のTV電話が実用に耐えるようになり、04年になって沖縄ではコールセンターで保険商品を販売するという外資系企業による取組が出てきた。顧客とセールスレディーがフェースツーフースで保険の相談業務を行ったり、新しい保険を売買したりしている。

来年はTV電話の一層の普及にとって画期的な年となる。アップルコンピュータが最新のOSをデビューさせ

< fig.17 > 需要と供給を情報が媒介した観光産業



る中で、4人が互いの顔を見ながら同時に話しができる、という仕組みを同社のパソコンの基本ソフトに組み込むと04年6月に発表したからだ。情報通信科学の究極の答の一つがこれであった。TV電話プラス従来のインターネットによる情報のやり取りが普及版のパソコンできるようになり、人類の長年の夢はこれで一旦達成ということになる。

この時、現在のインターネットの主流である文字ベースのデータのやり取りから、面と向かって人と人が話しをするという、単純な道具が誕生するわけだ。

旅行社の本領はここからだ。旅行社のカウンターが家庭の中に入っていくのである。結局、現在の旅行社がやっている仕事そのままインターネット環境で再現されるのであり、この勝負は絶対に旅行会社が強い(はずである)と予想できる。このTV電話(アップルコンピュータのiChat AV)の普及は05年のデビューの後、時間において06年以降、改良も加わり07年頃から本格的に利用されるようになるだろう。

さて、市場に対し沖縄側は供給が拡大したという情報を提供しなければ意味がないと述べた。西海岸でリゾートホテルをつくっても、つくただけでは旅客は来ない。ホテルができたという情報を市場に届けなければならない。それを実行する方法は新聞・週刊誌・雑誌などの活字メディア、テレビ・ラジオの電波、インターネットであった。それだけで旅客は集まるかという沖縄の場合そうならない。旅客がリゾートホテルに直接電話をして客室を予約したとしても、航空座席がタイミング良く取れるかどうか分からない。そこで航空座席と客室、最近レンタカーをセットにした旅行商品が便利で価格も安い。だからリゾートホテルは旅行社と提携して旅行商品として客室を流通に載せなければならない。他の地域、例えば東京なら電車や車でチェックインする旅客だけを対象にしても客室はある程度埋まるから、旅行社の影響力を小さくすることは可能だ。それでも、セールスのネットワークである旅行社の力を過小評価するわけには行かないだろう。

沖縄の場合、旅行社の力は大きい。ホテル客室さえ予約すれば何とか旅行ができる他の国内と違い、沖縄はどうしても航空座席を取らなければならない。この両方を組み合わせて割安の旅行を販売できる旅行社を過小評価してはならない。もちろん、旅行社の本来の得意分野であるイベントとの組み合わせや人気があつてなかなか取れないリゾートが取れるといった仕事は断然旅行社が強い。左の図< fig.17 > はいま述べた需要と供

給、情報の関係の筆者のイメージを描いたものだ。

インターネットでの集客が効果を上げており、最近のいくつかの駅前ホテルは旅行社との提携よりも、インターネットでの集客に力点を置いたが、04年の夏の結果を見れば分かるように、今のところインターネットの集客より旅行社の集客力の方がはるかに大きい。

インターネットが弱い理由は新聞、TVなどと同様に市場にソフトな(=カネのやり取りがない)情報を提供する手段の一つであるという事実に至る。実際に旅客を集め、予約を受け、旅行そのものを売買し、旅行を成立させるのは旅行社であり、いまの文字・画像ベース、情報提供ベースのインターネットには旅行社のような力はない。

しかし、インターネットの進展によって、旅行社の存在が脅かされているように見える。旅行社はどうなるのか。結論を先にいえば旅行社はネットでますます活躍するようになる。理由は、インターネット技術以外のすべての旅行の材料と技術を旅行社が持っているからだ。いま、会員を集め、キーボードをたたかせるネット上の無人の宿泊予約システムが流行っているが、取扱高は旅行全体の市場から見るとまだわずかである。航空座席の予約も個人旅行に限ればインターネット予約の比率は高まっているが、これは座席予約のために航空会社に出向いていた旅客の手間を省いたという程度のもので、利用者は主にビジネスマンか帰省などの個人客が中心と思われる。旅行社が本来強い観光、レジャー、リゾートの分野ではまだまだ影響力は小さい。

しかし、いま旅行社がインターネットを活用してシェアを広げるのは当然の成り行きである。インターネット技術がもし旅行社に不足しているのであれば、設備投資や人材を配置して強化するしかない。それによってインターネット上の旅行の流通市場を旅行社は獲得すべきであり、実際そうする。

当然、旅行社、航空会社はこの方針を取る。例えばJALは「たびJAL」という新たな旅行予約システムを04年下期から導入し、旅行社各社がこれを使うようになった。予約はもちろん、予約の変更、キャンセル、一部旅程の変更などが簡単にでき、それに応じた料金計算も瞬時に行われる。

今のところ、この予約システムは旅行社のカウンターだけにあるのだが、これがインターネットを通じて家庭に入り込んだら、旅行業界は大きく変化しよう。しかし、果たしてこれが家庭で普及するかという疑問がある。

最大の懸念は操作が簡単になったとはいえ、旅行者が面倒な操作にどこまでつきあうだろうか、という疑問だ。旅行社のカウンターは毎日この画面を操作するから機器に慣れ親しんでいて、スピーディーに操作できる。個人客はコンピュータを操作するよりも、電話で日時と目的地を旅行社に知らせ、最適なパンフレットをFAXや郵便で取り寄せた方が早い。ITでのパンフレットのやり取りでもいい。それこそがサービスだ。

## 2.4 旅行社こそ最強の情報提供者、沖縄と市場に鉄のつながり

そんなことよりも、先に述べたTV電話システムが普及すれば、旅客は家庭や会社の休み時間に旅行社のカウンターを呼び出し、カウンターと直接言葉を交わして旅行商品を購入するほうが便利で費用も安くなる。旅行社のカウンターに出向く必要がなくなり、知り合いのカウンターを自宅のパソコンに呼び出せる。カウンターは自社またはJALやANA、JTBなど他社の予約システムも駆使して旅客が納得する旅行商品を販売できるようになる。

情報通信科学の提供する未来のコミュニケーションはこのようになる。これは筆者の独断による見通しではない。情報通信科学の長年の理想であり、アップルのような世界最先端のコンピュータ会社は実際にこれに取り組んできた。来年その最初の試みが発現する。

これまでのインターネット上のホームページでの情報提供は先進のTV電話(AVチャット、TVチャットという方が実態をよく表している)実現に向けての一つの通過点であった。しかし、さまざまな情報が飛び交うようになって、それはそれで一つの文化となり、今後、独自に発展するだろう。

話が沖縄の観光産業の仕組みからインターネットにそれたように見えるかも知れない。しかし、ここで明らかにされたのは市場と沖縄が海を挟んで適度に離れており、交通の手段が航空機に限られることから陸続きの観光地とは全く異なった予約・手配作業が必要であり、それには旅行社が欠かせないということだ。沖縄側で供給を増やしたらそれを市場に伝える媒質として新聞やTV、インターネットがあるが、最も強力な情報伝達媒体は旅行社であるということである。その上で旅行社がインターネット上でも旅行市場をリードするであろうと結論するのだ。

日本の旅行需要は3億5,000万人と膨大である。沖縄側の受入体制の強化で観光客は増えるが、増えた供給体

制を市場に知らせ、旅行社が販売して初めて観光客が増えるのである。このような構造上、旅行社は沖縄の販売を強化することによって今後も利益を上げることができる。他の地域では電車や車で人は移動することができるので、ホテルさえとれば旅行社を必ずしも必要としない。沖縄と旅行社は取引の形態がインターネットの普及によって変化することはあっても、互いに必要であるという関係にあり、この構造は今後も変化しないと見る。そして、航空、旅行社には沖縄を強力に販売していこうという強い意志がある。沖縄観光は戦争などの影響は受けたが、長期的には外部環境に左右されるという頼りない存在ではない。非常に強力に伸びていく体制が整っており、国民の期待に応えられる産業になったのである。では、沖縄観光はどこまで伸ばすことができるのだろうか。これを考察する前に沖縄の優位性を再検証する。

### 3. 沖縄観光に18の優位性

#### 3 1 沖縄の競争力を再検証すると 自然、伝統文化、県民性の他に離島というメリット

一般的に沖縄観光が優れているとされる競争力を再確認すると、次のものが挙げられる。一般に言われない比較優位についても後に述べる。

##### (1) 国内であること

日本語が通じ、円が使える、治安、社会制度、保険、医療...などが世界最高水準であることである。当たり前のことのようにだが、海外リゾートに比較するとこれらの優位性はバカにできない。レンタカーを借りるのに特別な免許は不要だ。急病になったとしても日本語で医者にかかる。外国に比べ、テロの危険性も少ない。

##### (2) 太陽が降り注ぐリゾート地であること

沖縄の青い海と青い空は国内のどの地域より美しい。国内から見るとこの海は非日常そのものである。なお、海外リゾートではグアム、タヒチ、ニューカレドニアなど太平洋の島々、モルディブ、カリブ海などが同じような海の色である。

##### (3) 熱帯であること

島々の植物、気象は亜熱帯の特徴があり他の国内から見ると非日常性が強い。梅雨の時期が異なり、日の出、日の入りの時間帯も異なる。時差が1時間あるといっても言い過ぎではない。

##### (4) 海、白い砂浜、サンゴ、マリンレジャーは世界一の美しさと環境であること

国内他の観光地にはない非日常性がある。世界一というのはオーバーな言い方ではなく、地域によって異なる世界一がたくさんあるということだ。

##### (5) 県民性

癒し系、原住民系、ラテン系、お笑い系など多彩だが、観光客のアンケート調査を読むと親切にもらった、すぐに友達になれたというような好印象を持っているようだ。

##### (6) 独特の文化

独自の文化に加え中国やアジア各地の文化、アメリカ文化の影響を受けている。また、海洋民族、移民県として世界中で沖縄の人たちが活躍しているのも面白い。これらはすべて非日常に映る。

##### (7) 独特の産物

うこんを初め県産薬草類の効能が注目されている。ゴーヤーが日本中で沖縄特産品として扱われるようになり、シークワサー、泡盛、もろみ酢などが注目されている。また、豚肉の食文化も注目されている。

##### (8) 歴史(数万年に遡る中国、日本との関わり)

独立した琉球王国として中国の冊封使を受入、朝貢した歴史がある。薩摩の支配を受け、明治になって沖縄県となり、戦争とその後の米国支配の歴史がある。また、空想をたくましくすると、卑弥呼は沖縄にいた、とする民間の伝承や異説があり、大変面白い。与那国海底遺跡は1万年前の人工物であるとする説、実際に玉城村から日本最古の人骨が発見されている(港川人)などあわせて、沖縄の超古代文明に光が当たるとさらに面白い。観光産業ではこれらの話題はプラスに活用できる。

##### (9) 長寿・健康

沖縄の長寿は国際的に知れ渡り、米国で沖縄の食文化に関する本がベストセラーになるなど極めて注目すべき優位点である。沖縄の食事や風土にはいくらかでも付加価値をつけることができる。

##### (10) わずか2時間のリゾート地であること

沖縄のようなリゾートに出かけようとする海外ではグアムなどが最も近い。ハワイ、太平洋の島々が沖縄と似たような自然環境にある。国内では沖縄のみがわずか2時間でこの自然環境に到達できる。また、為替レ-

トの変動にもよるが、旅行費用も沖縄の方が安くなる。

#### (11)国際化していること

アメリカ文化との接触で県民に米国との行き来がかなりあり、独特な融合文化を生みだしている。また、移民県としてハワイや南米を中心に県民が活躍する地域がある。

#### (12)観光施設の充実

琉球文化や亜熱帯の特性を利用して観光施設が充実している。琉球村、玉泉洞、東南植物楽園は伝統文化や自然を活用している。また、琉球舞踊や沖縄民謡を活用した施設が充実している。首里城、海洋博記念公園、コンベンションセンターは政府が注力して整備した大型観光施設である。

#### (13)温泉タラソ、その他

化粧品などで海洋深層水が注目を集めているが、表層水を使ったタラソは沖縄で大変有望である。原料が無尽蔵で、さらに深層水で高級化できる。また、意外に県内では開発が遅いが、温泉(日本中の大半がナトリウム泉)の泉源は、沖縄は豊富であり、最近、最も贅沢と言われる源泉かけ流しがどこでも可能だ。副産物に天然ガスが出たら発電もできる。ロワジュールホテルが温泉と発電、海水淡水化で海水や地下資源を有効活用している。

これらの優位性は観光客の立場から見たものだが、国内ではビジネスの側面からは一見マイナスと見られる次の諸点も比較優位である。

#### (14)旅行に航空機が必要であること

航空機による移動が必要なことから、陸続きの国内の他の観光地に比べ、旅行費用が高くなる。このことは旅行商品の販売側からみると、利益の多い高額商品が造成できると言うことになり、インセンティブとして働く。また、旅客そのものは航空券とホテル、レンタカーなどを別々に予約すると手間がかかり、その場合の金額は旅行商品より割高になる。旅行社の出番が大きいのが沖縄である。

#### (15)海外との競合があること

これもマイナス要因に見えるが、販売側旅行社・航空会社の多くが社内体制を海外と国内に分けており、互いに競争している点は比較優位である。沖縄は国内旅行部門最大のディスティネーションであり、国内部門売上を拡大するために欠かせない。海外・国内部門を持つ航空・旅行社は海外の売上拡大と国内の売上拡大を独立に企画・運営する。このため、航空会社、大手旅行社の国内部門が沖縄を重点地域とし、強力で販売しているの

#### (16)海外との協調もあること

海外資本が沖縄に進出するにあたって、海外資本がそれまでに培った日本の航空会社、旅行社との協力関係をそのまま沖縄に持ち込むことができる。例えばDFSは沖縄進出にあたって、海外観光地での日本の航空会社、旅行社との強い結びつきをそのまま沖縄で活用できる。ホテル国際チェーンなども同様な取引があり、沖縄に進出する際、最初からこれまで長いつきあいのあるパートナーが存在するという点は強みである。

#### (17)価格をコントロールしやすい

航空座席、ホテルの二つで沖縄観光の骨格が構成される。このことから需要ギャップ(需要 < 供給)があるときには価格を下げ、供給ギャップ(供給 < 需要)があるときには価格を上げる操作が比較的簡単にできる。観光客数の変動を最小限にコントロール可能だ。この価格操作は旅行社・航空会社・県内ホテルがそのときどきの需要を見ながら調整できる。あるいは需要に応じて価格を調整しやすい。

#### (18)政策の立案が容易である

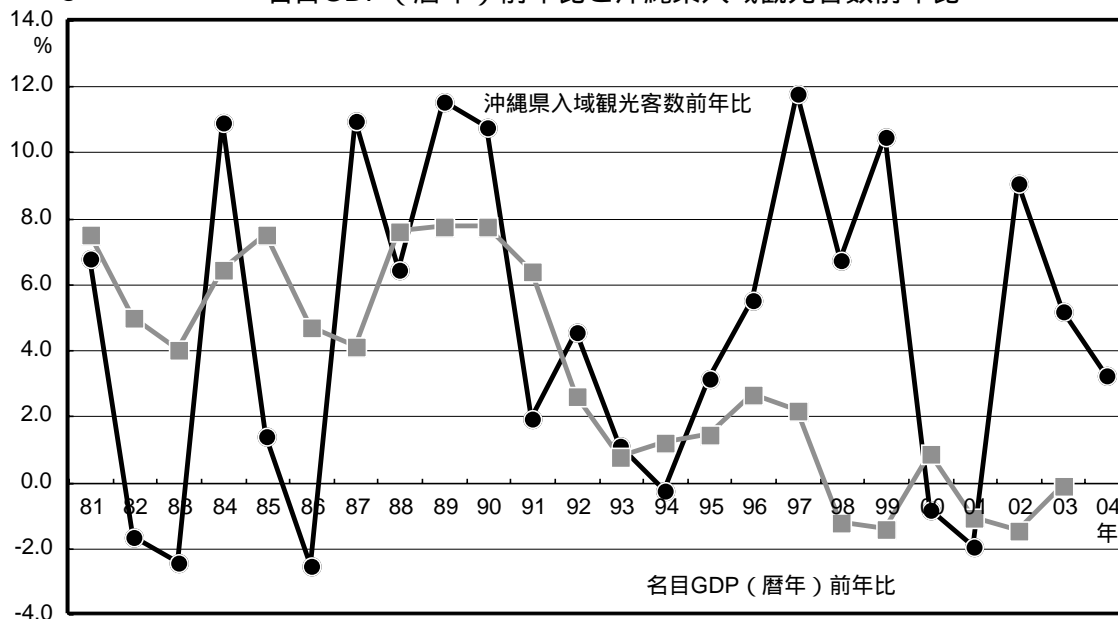
観光客の数と消費金額を把握しやすい観光地であり、経済波及効果を精密に調べることができる。これによって、いま何が不足しているのか、何を整備すべきか政策が立案しやすい地域である。もし、沖縄観光の「歩留まり」が少なければ、それを高める政策を打つことができる。最近の沖縄長寿健康食品ブームによって、沖縄観光の歩留まりはひとりに比べてかなり高まっている可能性がある。これによって、県内GDPを拡大させるための投資効率も高まっている。最近、海外資本による沖縄リゾートへの進出計画が増えているのは、過去30年間の沖縄観光のパフォーマンスが約5%と極めて高いこと、今後も同様な伸びが期待できるからであると思われる。

以上、(14)~(18)はこれまであまり論じられて来なかった。観光産業の波及効果が04年の8,000億円前後と大きくなるに連れて、ますますこの視点は重要になるであろう。観光客は沖縄が多様化することによって魅力的な選択肢が広がる。発着便の拡大で旅行のチャンスや自由度が増え、大量輸送で費用も下がる。航空会社は機材を大型化し、売上を拡大できる。いまより一層個性化し、沖縄らしさを深めることによって、沖縄観光のパフォーマンスはさらに高まる。つまり、観光客は最少の費用で旅行ができ、観光産業は利益を拡大し、沖縄県の



< fig.18 >

名目GDP（暦年）前年比と沖縄県入域観光客数前年比



経済波及効果を高めることができるのである。この状態をつくり出すために個性を磨くという作業は沖縄県民にとって基地を受け入れるような苦痛はない、喜びである。

## 4. 沖縄観光はどこで頭打ちになるのか

### 4 1 どんどん伸ばせて1,000万人超も夢ではない

04年の観光客数は525万人を目標とした。戦争の影響がなければ目標は達成されると見られ、むしろ供給不足が懸念材料である。筆者は、観光客数は今後も順調に伸び、これまで同様突っ走れば11年に800万人近くまで拡大し、16年か17年には1,000万人に達するという試算を示してきた< fig.20 >。その通りになるなら将来への不安は何もない。安心して供給が増やせる。本当にそうなるのか、将来、入域観光客数に上限はあるのか。ここでは観光客数は1,000万人くらいまでは伸ばすことができ、必要とあればそれ以上も可能であることを示す。

### 4 2 景気とは無関係に伸びてきた沖縄

観光客数が< fig.20 >に示したとおりに伸びる前提に客室や滑走路、観光施設などハードウェアの相応の整備が行われ、流通・販売のソフト面でも伸びにふさわしい力が投入されると暗黙のうちに仮定している。

しかし、ほんとうに16年に1,000万人まで届くのだろうかという素朴な疑問はある。どこかで頭打ちが来るのではないか。ハワイは80年代初頭に00年の観光客数を1,000万人にするという長期のステートプランを立てていた。筆者の取材に対しハワイビジターズビューローの担当者曰く「1,000万人が来訪してもハワイ諸島が沈むことはありませんからご安心を」と述べたものだった。ところがハワイの観光客は90年の700万人まで順調に伸びたが、91年の湾岸戦争以来低迷している。沖縄が伸び悩む時期は500万人なのか、600万人なのか、1,000万人なのかに見当をつけておくことは、今後の戦略を練るに当たってどうしても必要である。500万人はすでに達成したが、減少に転じると見込めば、今後、新規に沖縄に投資しようとする計画は出てこないであろう。ハワイが700万人達成後、低迷したことから、その可能性がないわけではない（最近ハワイ島で大がかりな開発が始まって世界の注目を集めているから、再び伸び始めると考えられる）。もし、制限要因があるとしたら何があるだろう。そしてもし制限要因がないのなら1,000万人どころか2,000万人、3,000万人、1億人も可能であるということになるが、本当だろうか。想定できる制限要因を片っ端から挙げてみよう。

#### (1) 総需要の限界

日本人の総旅行需要は年間3億5,000万人である。一泊以上の旅行に出かける人の数であり、日本の総人口1億2,000万人より多いのは一年に何度も旅行に出かける人がいるからである。この需要は年々増加することが予想される。また、最近ではデフレ不況と国際情勢の変化で低迷しているが、年間1,800万人弱が海外旅行に出かけた実績がある。

国内旅行の目的地として沖縄と北海道が二大目的地であることに今後も変わりはなく、旅行社・航空会社の



重点地域であり続けることに疑いはないであろう。沖縄は最も長距離の旅行先となり、どうしても航空機を使わなければならないから、旅行商品は国内平均価格より常に高めに設定される。したがって沖縄旅行はドル箱路線となる。そこで、総需要のうち控え目に5%程度、1,700万人くらいのシェアを沖縄がとることは困難ではないと見る。すると総需要の限界は1,700万人。中国や台湾、香港、韓国など海外市場も視野に入れれば、これ以上も当然可能である。

## (2) 不況による旅行の手控え

これまでの経験では不況で沖縄への観光客が減るという因果関係ある場合と無関係だったことと両方ある。< fig.18 > でGDP成長率と観光客数の伸び率を示した(GDP成長率は内閣府HPより、暦年の数値を用いた。観光客数の成長率は沖縄県観光要覧)。一目見ただけで経済成長率と観光客数は無関係であることがわかるであろう。ただし、経済が落ち込んだとき観光客数も落ち込んだと見られる兆候が86年、93年、98年に見られるが、景気と沖縄観光が関連しているという確かな証拠とは言えない。

バブル崩壊後の91年は湾岸戦争の年であり、沖縄観光は前年比1.9%増と伸び悩んで302万5,000人となり、94年の318万人まで低い伸びか、前年比マイナスという低迷ぶりだった。この間、円高が進行し、95年の平均円レートは1ドル=93.76円となった。95年の海外旅行客は前年比12.7%も伸びて1,530万人と急増。翌年も1,581万人と9.1%も伸びた。海外旅行は00年の1,782万人まで拡大した。その後は9.11テロで落ち込むことになる。

これを見ると不況で沖縄旅行が減るといふより、円高要因などで海外が大きく伸びるときに、沖縄が苦戦しているように見える。逆に96年から99年までの不況期に沖縄観光は極めて好調に伸びている。つまり、景気とはあまり関係なく沖縄観光は伸びたり、縮んだりしており、景気変動の影響は少ないことが分かる。それでも不況が長引くことによって旅行者も次第に影響を受けるようになる可能性はある。その兆候としてここ3年くらい一人当たり消費額が減少した事実がある。統計の取り方が変更になったとはいえ、不況の影響らしいものがあることを考慮しておく必要がある。

## (3) ホテル不足

沖縄観光が1,000万人を目標にするなら、ホテル建設はどんどん民間によって行われるから、これは制限要因にはならない。ホテルを建設する余地がない、との指摘には40階建てのビルの2,000室というのは国際的には珍しくはないという例を挙げる。

ホテルを縦に伸ばさなくても広大な米軍基地が返還される予定であり、むしろ土地はあまり、これを早く使わなくてはならないという状況になっているくらいである。

ホテル不足については< fig.12 > でも述べた。これを見ると、供給が伸びたところで需要が追いつき、供給が一段落して需要が高まると再び供給が起こる、という伸び方をしてきたことが分かる。供給が大きく増加した93年から95年まで観光客数が伸び悩み、先に述べた観光危機が起きたわけだが、円高の海外ブーム、供給の増加が重なって異常に厳しい状況となっていたことが分かる。沖縄県は94年に補正予算3億円を組んで誘客を強化、その後改善したが、その改善は客室が十分に整っていたからできたのである。あのときの苦境のメカニズムとその後拡大は円高が大きな理由だったのである。

ホテル不足が本当の問題となるのは、ホテルを建設しようとする人がいなくなったときに起こる。それについては9)で述べる。

## (4) 滑走路限界

滑走路建設は新振計で「那覇空港については、沖合への空港施設の展開等について検討を行い、必要な整備を図るとともに、旧国内線ターミナル地区の利用について検討を行い、必要な整備を図る」と記述され、すでに建設の方向である。が、構造改革で時期が明快でない。しかし、政府は観光立国を目指し、国内はもちろん外国人客の受入拡大を国策にしている。限界が来ればいずれ那覇空港建設に着工し、必要な輸送力を確保するだろう。したがって、建設の遅れなどのタイミングの問題はあるにせよ基本的には滑走路限界は解決される。

しかし、構造改革に必要な公共投資にも制限がかかっているように見える状況は極めて遺憾である。空港が早くできないとリゾートを建設しようとする動きにブレーキがかかる恐れがある。実際に県内有力企業社長が1,500室のホテル建設を計画したら、社内に慎重論が強く、その根拠は空港が限界に達するから、というものであるらしい。実際には那覇空港は沖縄県が限界とした600万人を上回る800万人程度の受入能力がある。しかし、このまま行けば2012年にはこの限界に到達してしまうのである< fig.20 >。早く着工しなければならない。

那覇空港は数年以内に着工する、というアナウンスさえあれば、内外のリゾート計画が力強く動き出し、空港の建設そのものも早まることであろう。滑走路拡張は政府や県が沖縄の観光産業に力を注ぐという強力な

< fig.19 > 観光振興の指標（目標と最近の実績）

指標	単位	01年 (実績)	02年 (実績)	03年 (実績)	04年 (目標)	04年 目標アクションプラン	11年 目標基本計画
入域観光客数 (うち外国人観光客数)	万人	443 (20)	483 (18)	508 (10)	525 (15)	510 (23)	650 (60)
観光客一人当たり県内消費額	千円	85	72	74	76	94	109
観光収入(名目値)	億円	3,782	3,466	3,754	4,000	4,800	7,085
平均滞在日数	日	3.66	3.77	3.93	—	3.73	4.18
リピーター率	%	*51.6	—	61.9	—	—	—
宿泊施設客室数(10月1日現在)	室	*23,781	25,423	27,533	26,580	26,500	33,500
宿泊施設稼働率(人員)	%	56.4	60.4	64.4	—	—	—
国内会議・国際会議等開催件数 (うち国際会議等)	件/年度	590 (32)	486 (31)	687 (23)	— (35)	610 (40)	650 (50)
スポーツコンベンション数	件/年度	206	146	174	—	220	240
修学旅行入込実数	校 人	1,091 206,864	1,451 285,857	1,795 335,859	2,087 402,727	—	—
クルーズ船の寄港回数	回	64	72	47	—	90	200

\*は00年値

- 「04年(目標)」は、03年12月25日、観光リゾート局発表資料。
  - 「04年目標・アクションプラン」は02年度策定「沖縄県観光振興計画」(02-04年)の目標。
  - 「11年目標・基本計画」は、02年策定「沖縄県観光振興基本計画」などの11年度目標。
  - 04年の「修学旅行入込実数」は予約数である。
- 資料：沖縄県「観光要覧」(平成15年版)

意志表示であり、これによって投資を手控えていた企業家は投資に踏み切るであろう。もちろん、アナウンスの後は実際に早期着工すべきだ。伸びるところを伸ばすのは経済の鉄則である。

#### (5) 社会的許容範囲を越える

03年は508万人の観光客を受け入れたが、平均滞在日数は3.6日くらいであった。一日当たり何人の観光客が滞在しているかといえば、わずか5万人である。この人数は沖縄米軍の軍人とその家族の人数と同程度

である。1,000万人に拡大したとしても滞在日数が増えないという前提で一日当たり10万人である。県民140万人に対して観光客10万人は十分小さい数字であり、社会的・文化的に影響を与えるパワーはない。逆にその10万人は沖縄県民から強い影響を受けると考えられる。

さらに世界の例を見れば10万人しかいなかったオレンジ畑の村にディズニーランドができたなら人口100万人の大都市に発展した。ほとんど人が住んでいなかった砂漠に投資して年間3,000万人の観光客を集めるラスベガスができた例などもある。許容範囲という考えより、むしろどこまで沖縄の人口を増やして他の産業が成長する環境をつくりだし、持続的な発展に結びつけるかという戦略をとるべきである、という前向きな考えをすべきだ。

つまり、130万人の人口では無理だった産業が200万人なら成り立つという発展のさせかたがある。

また、水源不足や道路の渋滞など社会資本が間に合わないという事態はあり得るが、これらは本来、県民・観光客の増加に合わせて政策として整備されるべきである。

#### (6) 自然が破壊される恐れがある

わざわざ自然を破壊しに来る観光客はいない。また、例えばサンゴ礁など観光客や観光産業が破壊したという例はこれまでにほとんどない。サンゴの破壊は赤土の流出や温暖化などの影響であり、これは観光とは無関係である。自然破壊の恐れがあるのは行き過ぎたエコツーリズムとなる可能性はある。普段行かないところに人が入るわけだから自然は影響を受ける。むしろ自然に分け入るという行為を制限すべきである。

また、開発者の意識が低く、地域住民とトラブルを起こしても建設を強行する、海辺の防風林より背の高いホテルを建設するようなことはやめるべきである。国際的にも認められない行為である。開発者は地域の住民や伝統、自然ととけ込むような開発を行うべきだ。

#### (7) 飽きられる

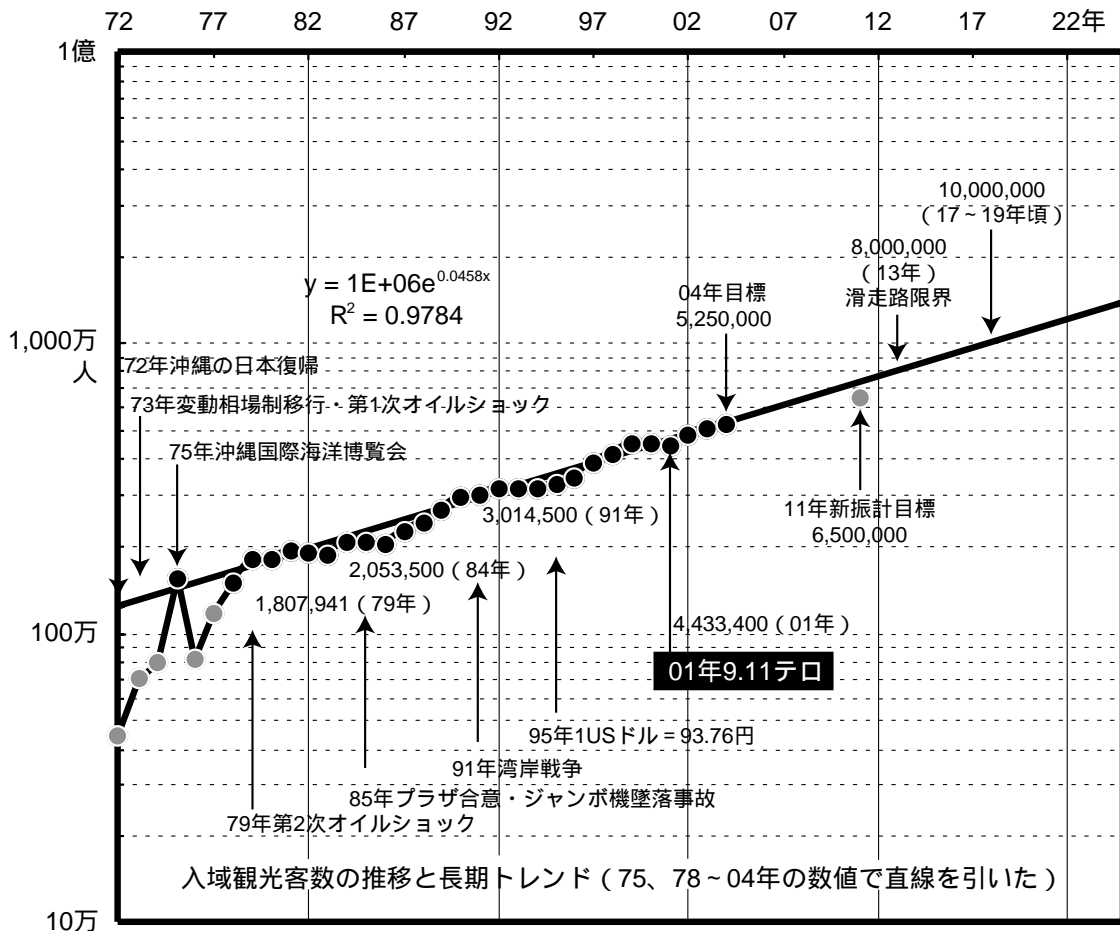
沖縄に住んでいるわれわれが飽きていないのだから、年に1,2回来る観光客が沖縄に飽きるということはない。むしろ、観光客数が毎年順調に増えていけば、新たなリゾートや観光施設が充実し、未開発の文化的資源などが再発見され、次々に新しい魅力が増えていく。飽きるということはないと考えるべきである。飽きられるのは停滞したときである。

沖縄の大きな魅力の一つは夏の暑さと海である。これらは破壊しない限りなくなることがなく、これからも大きな魅力であり続ける。わざわざ壊す人が出ないのを願うのみである。

このように見てくると、制限要因と思われるものの多くが迷信か、政策によって解決されるものばかりのようである。

それなら観光客数は1,000万人でも、2,000万人でも、1億人でもほんとうに伸びるのだろうか。2,000万人以上

< fig.20 >



なら海外からの観光客を大幅に見込む必要があるが無理な数字ではない。世界には香港の1,000万人、ラスベガスの3,000万人以上などの観光地が現実存在しており、沖縄にそれができない理由はない。

つまり、最後に残る制限要因は供給力ということに尽きる。ラスベガスのように沖縄に5,000室のホテルを10軒つくることはできるが、そこで働く人がいなければホテルは運営できず、これ以上観光客を受け入れることはできないという制限らしいものが出てくる。

#### 4.3 供給できなくなる唯一の可能性は「不況」

##### (8) 労働力不足

これが本当の制限要因となる。資本を投じれば、いくらでもリゾートや観光施設はつくることは出きる。しかし働く人がいなければサービスを供給できない。実際には人が足りなければ他の地域から連れてくるという解決策があるが、問題を簡単にするために、いまは県民だけで解決する場合を考える。沖縄の労働力は余っており、ホテルや観光施設が出きればいくらでも人材を供給することができる。

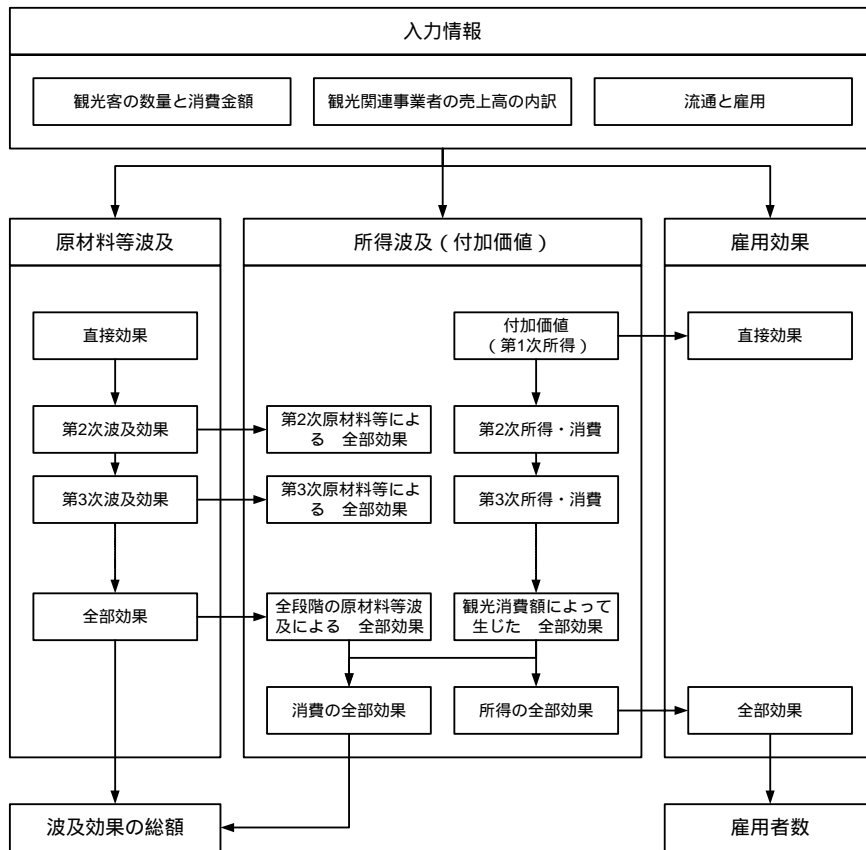
実際72年の復帰から始まる一次～三次までの10年ごとの沖縄新興開発計画は高い失業率の解消と全国平均の7割に満たない県民所得の低さを是正することにあつた。失業は本人にとって大変気の毒であると同時に、働ける人がいるのに職がないという状況は社会全体にとって非常にもったいないことである。失業がなくなるまで沖縄は観光産業(他の産業にも)に人材を供給できる。これこそが沖縄最大の財産なのである。

沖縄の失業率はいま8%であり、失業者数は5万人である。実際には職がないので求職をあきらめている人がかなりあると思われる。腕に覚えのある主婦などが、子育てを一段落して働こうにも職がなく、専業主婦になっている場合が考えられる。また、職があれば沖縄に移住したいというニーズは相当にある。労働力は、10万人程度は楽に供給できると考える。

ホテルだけでこの労働力を吸収しようとする一室につき一人が必要と仮定すれば、およそ10万室まで新たに運営可能ということになる。この客室は4,000万人を受け入れる程度となる。

実際には観光客が増えると琉球村や玉泉洞などの観光施設は現在の規模を倍にしないと窮屈だということ

< fig.21 > 波及効果全体像のイメージ



出典：国土交通省HP、観光消費による経済波及効果推計手法

になるから、ここでも雇用が発生し、市中のレストランや運輸業、製造業も人手不足になるだろう。また、一室に一人の労働力が必要と仮定したが、ホテルもどんどん効率の良い作り方になっていくから0.5人で一室を運営できるという具合に本来の意味の構造改革が進む。

国土交通省は04年6月に観光消費による経済波及効果推計手法を公表した。これを使うと観光客数、消費金額、売上原価地元調達率などをもとに地域の波及効果総額、雇用者総数、乗数を簡易に推計できる(後述)。

この推計システムを使い103年の波及効果をもとに観光客数が拡大した場合の波及効果をグラフにしたのが< fig.22 >である。県内失業者5万人を吸収するための観光客数は約800万人である。機械化が進み一人当たり生産性が拡大したり、求

職活動をしていない主婦などが仕事をしようしたり、移住者も増えて10万人程度の労働力が供給できるなら1,070万人程度は楽に受け入れることができる。

県内の労働力をフルに活用するだけで1,000万人(このままのスピードなら2017年頃)くらいは達成できるわけだ。問題はそのスピードを速めるか、遅らせるかになる。失業を解消するためにスピードは早くすべきである。沖縄観光がこのように発展することさえ確信すれば、どこまでも伸ばせるのである。

1,000万人以上を目指す場合でも、沖縄の人口はどんどん増えており対応できる。それでも足りない場合は、県外からの労働力移転を求めることになる。たぶん沖縄はその時点からそれまでよりももっと多様化し、面白く発展していくことになるだろう。500万人で成り立たなかった観光施設やサービスが1,000万人規模なら成り立つというものが必ず出てくる。300万人規模では成り立たなかったDFSが500万人を越えると成立するとして那覇に進出したのと同じである。DFSはもともと海外旅行で日本人が購入していたブランド品を沖縄で供給するものであり、この面で沖縄観光の競争力を高める。また、オーストリアの国策会社カジノ・オーストリア社が沖縄県南部にカジノエンターテインメントリゾートを建設する構想があるが、これも沖縄のパラエティーを広げ、競争力を高め、国際化を実現する。1,000万人規模になると、例えば香港がいまその規模だが、06年にディズニーランドがオープンするのである(ただし香港は人口も700万人と沖縄の5倍である)。

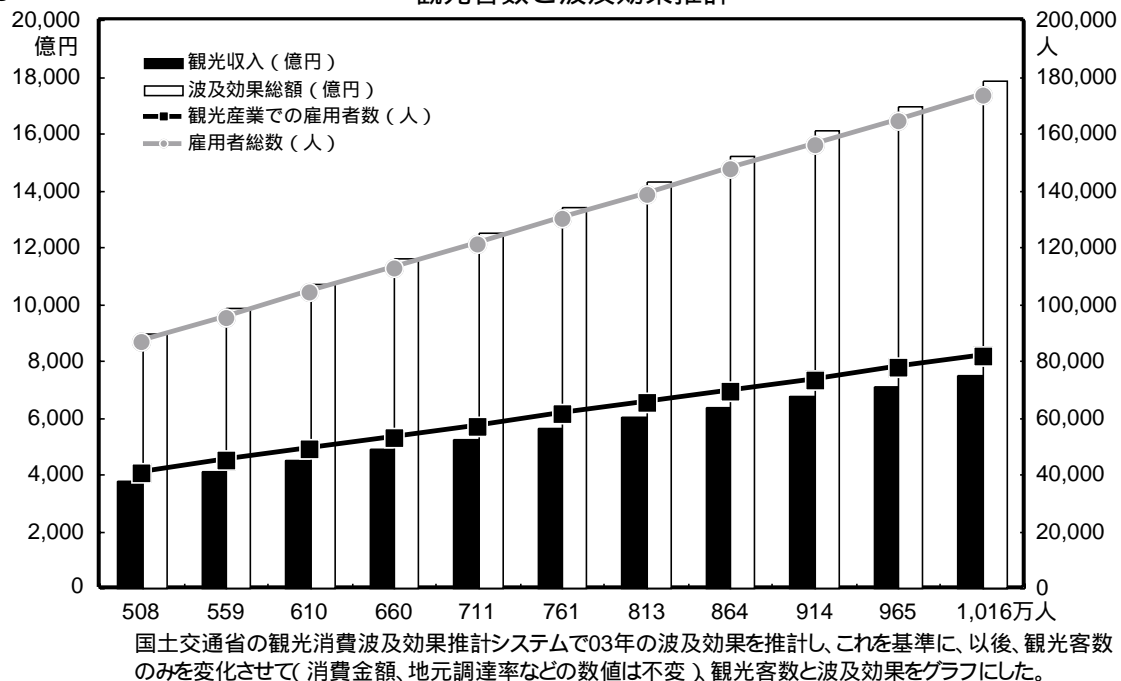
(9)このまま不況が続くから観光客は増えない

GDP伸び率と観光客数は無関係であると(3)で述べたが、不況の影響は新たな投資が手控えられる、一人当たり消費額が減少するという可能性があり、極めて深刻である。この場合、供給が増えず、沖縄旅行は行きたくても行けないという人達が増え、価格が上昇する。つまり、供給不足で価格だけ上がる状態、一年中8月のような状態になる。しかも、高い失業率は解消されないままである。

しかし、旅行価格が高値に張り付くと、今度は世界のリゾート地と沖縄の価格競争が起こる。90年代半ばの悪夢の再来である。価格は上げたいが、海外と競合し、沖縄への旅客が減る可能性があるのでは上げられない。このような状態では価格が上げられる高級リゾートと中級以下の宿泊施設との格差が拡大する。格安ホテルは徹底的な無人化、効率化で生き残るとして、中規模ホテルは十分なサービスが提供できなくなり、格安ホテルと

< fig.22 >

観光客数と波及効果推計



同じように無人化の方向に進んでしまう恐れがある。これではもはや伝統ある沖縄のホスピタリティーは提供できなくなってしまう。この時が沖縄観光にとって正念場となるであろう。

沖縄が(8)で述べたような魅力的で活気に満ちた地域となるためには、日本の不況を克服しなければならないと思われる。

## 5.規模の拡大そのものが次の魅力となってきた沖縄観光

### 5.1 波及効果の高まりと持続的発展

いままで需要と供給のバランスで沖縄観光は伸びたと述べた。これが続いたら、沖縄観光は今後も次の目標に向かって成長を続けることになる。2017年の1,000万人はすぐそこだ。さらに労働力が大幅に増やせるなら沖縄観光は2,000万人でも受け入れる能力はあり、それが実現するのは2030年代と予想できる。経済波及効果は観光産業だけで04年のGDP3.5兆円に匹敵する規模となる。沖縄全体のGDPは7~9兆円の規模になっているだろう。この時、高い沖縄の失業率は解消し、県民所得も全国平均に近づいて豊かな沖縄が実現しているに違いない。実現までのスピードを速めることが、われわれの責務であるとする。そのために何が必要なのか。

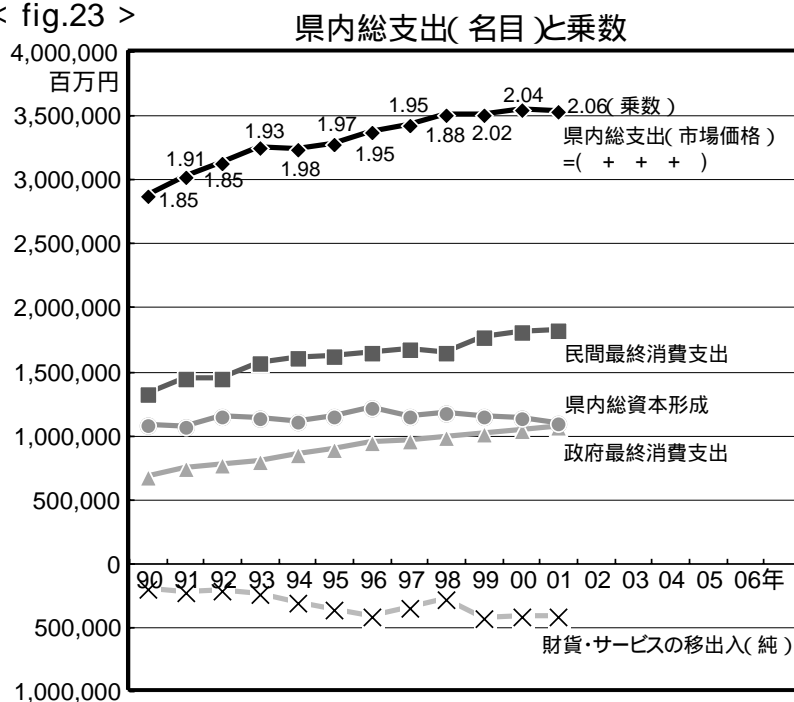
その答えは平凡だが随分前から見えている。観光産業の規模を拡大すると同時に、波及効果を高めていくことだ。国土交通省が04年6月に公表した観光消費の経済波及効果推計システムを使ってシミュレーションしてみよう。波及効果の考え方を改めて同省のHPから引用した<fig.21>。推計システムは観光客数、一人当たりの消費額、事業所調査などのデータをパソコンに入力すれば、乗数理論に基づいて経済波及効果、雇用効果、乗数を算出する。

沖縄県が調べたデータ「沖縄県観光産業実態調査報告書(04年3月)」に基づいて、必要な数値を入力すると<fig.24>、03年の経済波及効果の総額は8,939億2,500万円、乗数効果2.38、雇用者総数8万6,678人とかなり大きな数値となった<fig.25>。推計システム解説書には日本全体の乗数は2.3であり、地域ではこれより低くなるとの記述がある。

沖縄の場合、観光の乗数効果は90年ごろには1.7前後で論じられることが多かった。いま、土産品や食材で県産品が多く使われるようになって、1.7より拡大しているのは確かだ。また、県民経済計算から求めた沖縄県の乗数は90年の1.85が01年には2.06まで拡大している<fig.23>。推計システムで沖縄観光の乗数は2.38とかなり大きな数値がはじき出されたが、入力数値の吟味がもう少し必要であると思われる。それでも乗数は2を越えてかなり高まっている可能性がある。

観光産業は観光収入を拡大して地域のGDPを拡大するのが大きな目的の一つである。一方で観光収入を域外に流出させない工夫が求められ、そのためには県産品の調達率を拡大する必要がある。最近の県産品ブーム

< fig.23 >



資料：沖縄県 県民経済計算  
乗数= ( / ( + + ) )

で沖縄の素材を使った料理、土産品が健康によいと大いに注目されるようになった。また、沖縄振興計画でも観光・リゾート産業を中核とした産業間の連携を強化し、経済波及効果の拡大を図ることが盛り込まれている。政府や県は続々と産業間の連携を高めるための施策を打ち出しており、好調な食品産業、県産品産業との相互作用で沖縄経済全体の体質が強化されようとしている。このことと最近の沖縄県の乗数が拡大していることは関係があると思われる。総合事務局は「自立型経済構築に向けた観光・リゾート産業を中核とした産業の複合化(産業間の連携方策)に関する調査(04年3月)の中で提案しているアイデアも乗数効果を高める方策を考察したということに尽きる。

乗数を高めることによって観光産業のパフォーマンスも高まって行くわけで、これも沖縄観光のもう一つの目標になる。< fig.26 >に国土交通省の波及効果推計システムを使って現状(ケース3)と地元調達率を現状より10%削減した場合(ケース2)、10%拡大した場合(ケース4)、ゼロにした場合(ケース1)、100%にした場合(ケース5)の波及効果の総額と雇用者総数、乗数を示した。現状については波及効果が大きめにしている可能性はあるが、調達率の変化が波及効果にどのように影響するか様子を見るには問題がないと思われる。地元調達率を高めることによって波及効果の総額と雇用が大きく拡大することが分かる。地元調達率がゼロでも乗数が1.8あるのは意外な結果だ。

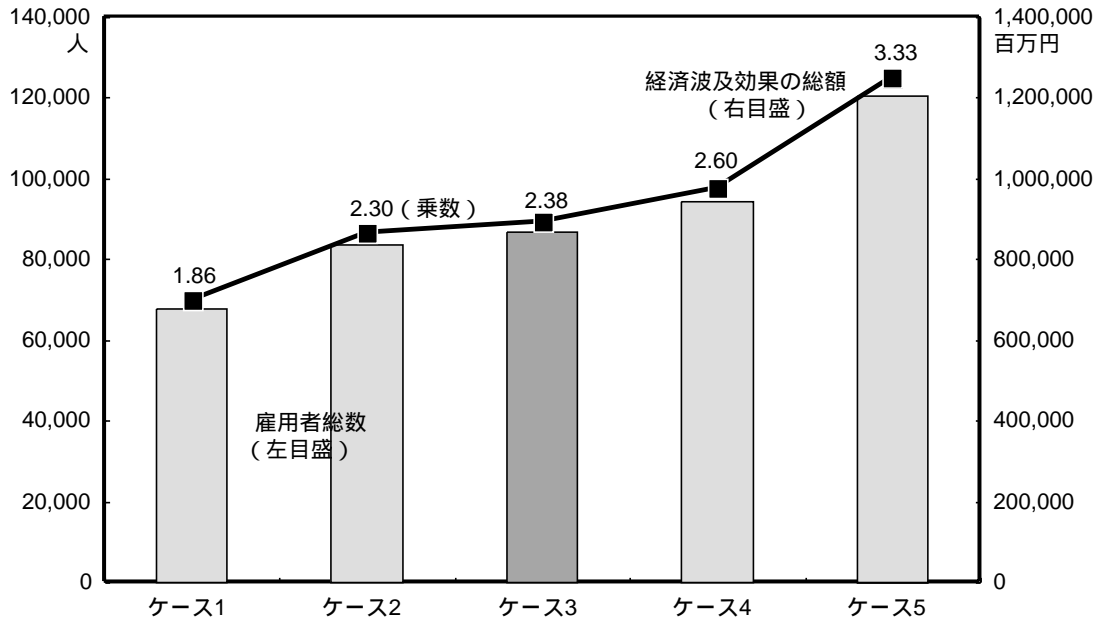
いま、沖縄の観光産業が拡大しているうちに県内農林水産業や製造業が供給力を高め、地元調達率をさらに拡大できるように生産体制を整えるべきだ。そのためには地元調達率を高めた観光事業者には奨励金を出すと、一種の保護貿易的な政策が有効である可能性もあると思われる。また、輸入品に一定以上の付加価値を地元でつければ関税を減免するというアメリカのローカル・コンテンツ法のようなやり方も有効かも知れない。

もし、観光産業だけが拡大し、県内調達率が低いままなら、沖縄は輸入・移入が増大し、域内GDPの拡大の足を引っ張る恐れがある< fig.23 >。また、空港や港湾の整備で移輸入、移輸出のコストを下げる事ができれば域内GDP拡大にとってプラスになる。沖縄の投資効率を高めるという観点から、この問題にも強力に取り組む必要がある。

観光客が増えるにしたがって既存事業者はサービスの内容を拡大し、新規事業者が新たなサービスを構想して参入が増える。これによって沖縄観光のバラエティーが増え、品質も高まってきた。それに応じて観光客にとって沖縄の魅力が増大し、さらに観光客が増えるという循環が作られる。この循環を持続的発展と呼ぶなら、この循環に沖縄観光を載せることが大事である。これまでの30年間で、10年ごとの節目に沖縄振興策と次の目標が設定され、業界の必死の頑張りで見事に沖縄観光は目標通りに成長した。今後の成長を確実なものとするために、例えばいま不足気味のリゾートホテルは増設すべきだ。また、那覇空港滑走路の沖合展開は早く建設に着手すべきだ。成長が見込めないという悲観論がこれまでに何度か巻き起こったが、その都度、沖縄観光は立ち直ってきた。将来に対する期待こそが沖縄観光を発展させる原動力であり、絶対にこれを失わせることがあってはならない。

< fig.26 >

売上原価地元調達率が変化した場合の雇用者総数と経済波及効果の総額、乗数



国土交通省の波及効果推計システムでシミュレーションした  
 ケース1 = 地元調達率がゼロの場合  
 ケース2 = 地元調達率が現状より10%減少した場合  
 ケース3 = 現状の地元調達率  
 ケース4 = 地元調達率が現状より10%高い場合  
 ケース5 = 地元調達率が100%の場合

< fig.24 > 観光波及効果推計システム入力データ

経済波及効果の推計を行うための各種指標の入力  
 観光消費総額 (千円)

観光消費の総額	(千円)
飲食費	71,003,160
宿泊費	141,462,760
交通費	34,269,680
土産品購入	85,511,640
現地ツアー、入場料など	42,788,840
総額	375,061,480

収支構造 (対売上高比率)

	売上原価率	営業経費率	人件費率	その他率	営業利益率
飲食業	37%	18%	34%	4%	8%
宿泊業	27%	31%	30%	6%	6%
交通・運輸業	32%	23%	52%	9%	-15%
土産販売業	47%	26%	25%	1%	1%
観光施設業	25%	32%	37%	6%	0%
全産業	33%	28%	33%	4%	2%

域内調達率 (支払先の域内率)

	売上原価	営業経費	人件費	本社比率
飲食業	32%	85%	93%	94%
宿泊業	47%	78%	86%	71%
交通・運輸業	83%	98%	96%	91%
土産販売業	58%	93%	96%	86%
観光施設業	40%	93%	89%	81%
全産業	50%	88%	89%	83%

その他

限界消費性向	0.86
市内消費率	100%
給与地域補正值	60%
調査対象期間	12ヶ月
域内人口	1,350,000人

100% 三大都市圏での目安  
 100% その他地方圏での目安

観光客実人数	5,080,000人
宿泊者実人数	5,080,000人
日帰り客実人数	0人
宿泊者の消費単価	73,831円
日帰り客の消費単価	0円

< fig.25 > 推計結果

地域への観光客数と観光消費の状況

地域に來訪している観光客数は、実人数で5,080,000人であり、そのうち、宿泊者は5,080,000人、日帰り客は0人となっています。また、宿泊者、日帰り客、各々の消費単価は、73,831円、0円となっています。これより、観光客の消費総額は375,061百万円にのびります。

	実人数(人)	単価(円)	計(百万円)
観光客	5,080,000		
宿泊者	5,080,000	73,831	375,061
日帰り客	0	0	0

観光客の消費総額 375,061 百万円

1 市町村民経済計算の市内産出額と比較することで相対的な大きさを測ることができます。

観光消費がもたらす効果

直接的な効果

この、観光客の消費総額のうち、直接効果として域内に留まる額は259,095百万円と推計されます。また、観光産業における雇用者数は、40,784人、生じた付加価値は132,567百万円と推計されます。

域内にとどまった観光消費額	259,095 百万円
観光産業での雇用者数	40,784 人
観光産業で生じた付加価値	132,567 百万円

1 観光消費の内、地域内の原材料調達や人件費に回されたものです。  
 2 域内の従業者総数と比較することで相対的な大きさを測ることが出来ます。  
 3 市町村民経済計算の市内総生産と比較することで相対的な大きさを測ることが出来ます。

波及効果

この直接効果をもととして、域内にもたらされる生産波及効果の総額は、518,863百万円と推計されます。また、これによる雇用効果は、45,894人と推計されます。

生産波及効果の総額	518,863 百万円
波及効果による雇用者数	45,894 人

1 市町村民経済計算の市内産出額と比較することで相対的な大きさを測ることが出来ます。  
 2 観光消費額に対し、どの程度の規模の効果が生じたかを計る目安となります。  
 3 域内の従業者総数と比較することで相対的な大きさを測ることが出来ます。

総額  
 以上より、観光客の消費によって地域にもたらされた経済波及効果の総額は893,925百万円となり、その乗数効果は2.38となります。また、それによって生じた雇用者数は86,678人と推計されます。

観光消費による経済波及効果の総額	893,925 百万円
乗数効果	2.38
雇用者総数	86,678 人

1 市町村民経済計算の市内産出額と比較することで相対的な大きさを測ることが出来ます。  
 2 観光消費額に対し、どの程度の規模の効果が生じたかを計る目安となります。  
 3 域内の従業者総数と比較することで相対的な大きさを測ることが出来ます。

## 6.今後の課題と直観的見通し

6 1 全体の規模の拡大が最も重要である 品質は一流を目指す企業の努力である

(1)消費額が増えるのは新しい高級リゾートホテルや観光施設ができたときである。

(2)業界の経験では高額商品を購入した観光客の県内での消費金額も大きくなる。

(3)行政や学者は第一線の現場のニーズを報告書ベースで理解するのではなく、経験と実戦に基づき体で理解すべきである。

(4)行政は観光産業の第一線のニーズを理解できない。

(例)沖縄観光情報プラットフォーム、手ぶらな沖縄、ホテル限定土産品開発。

(5)フェイス・ツー・フェイスが観光産業では最高のサービスである。

(6)ITを使った無人化は特別な仕事を除いて観光産業にはそぐわない。人間を活かすITを創出すべき。

(7)沖縄の海は世界一である。それがまだフルに活用されていない。水上コテージ、海底遊歩道など開発の余地は多い。

(8)パラエティーを広げるため、歴史文化、伝統に加え、SF的な非日常(例えばディズニーランド、カジノのような)の現出も求められる。

(9)失業の解消、県民所得(GDP)の拡大こそが観光産業の大きな目的の一つであり、そのためには地元調達率を増やすことである。その結果、地域密着型経営となるのは自然だ。観光客そのものも沖縄の特異性を大切にしたいとアンケートなどで述べている。また、土産品調査などでは購入の決め手は県産品であることを最も重視している。健全なナショナリズムは沖縄観光にとってプラスである。

(10)観光はこの先20年は伸ばすことができ、17年頃には1,000万人を実現し、この間、県内一次産業、二次産業を牽引できる。その間に県内一次産業、二次産業は供給力を高め、県外・海外への移輸出を拡大し、それ自体が基幹産業となっているであろう。

(11)観光産業は規模の拡大によって品質が高まる。逆にホテルや観光施設が一流を目指して品質を高めれば旅客が殺到して必ず観光客の規模も拡大する。行政は規模の拡大の障害になる事案を取り除く作業をすべきである(滑走路建設、大深度港湾建設、道路・鉄道の整備など沖縄の投資効率を高め、産業を興すためのあらゆる作業)。

(12)旅客が増えることによって旧友と出会うといったチャンスが増え、それによる消費単価の拡大がある。数万人が滞在可能なリゾートエリアはそれ自体が新たな需要を生みエリア全体が活性化する。新たなリゾート文化を創り出したり、集まった人たちの人生に強い影響を与えたりする。面白さが面白さを呼び滞期間が伸びたり、友達を呼び寄せてもっと旅客が増えたりするという循環をつくるのが可能だ。映画「タイタニック」は船中での乗客の様子を生き活きと描いたが、そのような環境がつかれる。旅客同士の相互作用で活性化するリゾート開発、観光施設の集積によるリゾートタウンの建設が求められる。

(13)良い循環を戦略的に生み出し、沖縄の付加価値を高めることによって、県民全体にクオリティーオブライフを約束できる。