

〈調査報告書〉

## 日本人によるグアム観光

—フィールド調査の結果から—

Guam tourism by the Japanese people — From the field survey —

圓田浩二<sup>i</sup>

有馬卓郎

松田健吾

平良尚也

キーワード：グアム、観光、亜熱帯リゾート

### 1. 亜熱帯海洋リゾートとしての「グアム」

あなたは、「青い空」「青い海」「白い砂浜」と耳にして、どこをイメージするだろうか？沖縄をイメージする人も多いだろう。現在の沖縄は、空前の観光ブームに沸いている。2013年には641万人もの観光客が沖縄を訪れた。今後さらに増加する傾向にある。亜熱帯海洋リゾート地である沖縄は同時に基地の島でもある。本報告書で取り上げるグアム島もまた、沖縄本島と同じく、観光の島であり、基地の島でもある。

グアム島は、その歴史から言っても、沖縄と同じく複雑な歴史的経緯をたどってきた。1521年にマゼランによって「発見」されたグアム島には、すでにチャモロ人が住んでいた。グアム島は、スペインの植民地化と統治下、アメリカ合衆国の植民地化と統治下、そして、日本の占領と統治下を経て、アメリカ合衆国の準州として、現在、観光地として繁栄している。

グアム島と日本との関係は複雑で興味深いものがある。第二次世界大戦で、1941年12月、日本軍によって占領され、「大宮島」と名付けられ、日本領となった。日本国による統治は、1944年8月、アメリカ軍によって、「グアム島」が奪還されるまで続いた。その後、1960年代初頭まで、「立ち入り禁止」の孤島であり、外国人はおろか、アメリカ人さえ入島が厳しく制限された。1962年に島への渡航が自由化されたとき、グアム知事は観光委員会を組織し、グアムの観光開発に着手した。第二のハワイを目指したが、順調に計画は進まなかった。そして、観光開発の担い手は、アメリカ資本ではなく日本資本となった。1964年に海外渡航が解禁となった日本で、海外旅行先としてグアムが注目されていくことになる。日本資本による開発は、第二次世界大戦中の激戦地であったタモン湾を中心に行われ



[画像1 タモン湾に残る旧日本軍のトーチカ 2014. 6.21 撮影]

た。日本人による観光は、1960年代の慰霊観光、1970年代の海外新婚旅行ブームに乗って、グアムは「日本人の楽園」[山口 2007 p.112]とまで呼ばれるようになった。今日では、年間100万もの日本人が訪れる人気の亜熱帯海洋リゾートとなっている。

本報告書では、「日本人によるグアム観光」と題して、グアム島で調査を行った。同じような地理的条件と歴史、産業形態をもつ沖縄と比較して、グアムの観光産業やその形態から、学ぶべき点はあるのだろうか。もしあるとしたら、それは何なのか、それを調べるべくグアムでのフィールド調査を行った。報告事項は、日本人のグアム観光の歴史、その観光行動、グアムの観光業で働く日本人である。

## 2. ガイドブックから見る、グアム観光の変容

### 2-1. グアム観光の歴史

グアムの主要産業となる観光産業は、1960年代後半に日本資本がグアムをホテルや免税店を中心とする観光施設に開発したのをはじめとして、「1969年の第一の波」「1986年の第二の波」「1993年の第三の波」[山口 2007 p.118]を経て、グアム観光を行う日本人は世代や目的を変えながら増加していった。「1969年から1974年の第一の波」では、団塊世代の結婚ブームにより新婚旅行のメッカとして日本人に注目され、多くの日本人は「ポケット型ガイドブック」を手に観光を行った。「1986年から1990年の第二の波」では、プラザ合意後の円高の影響から大学生を中心とする若者の海外旅行ブームがはじまり、グアムには「マニュアル型ガイドブック」を手に島を歩く個人旅行者が増え始めるようになる。「1993年から1997年の第三の波」では、観光施設が集中するタモン地区に建設された大型免税店「DFSギャラリア」やタモン地区に集中するホテルや免税店を運行する「シャトル・バス」の影響で、「第一の波」「第二の波」では「見る」を中心とする観光行動がカタログ型ガイドブックを片手に「食べる」「買う」を中心とする現代の観光行動に変化をとげる。ここでは、「ポケット型」「マニュアル型」「カタログ型」の三つのガイドブックから「見る」「食べる」「遊ぶ」「買う」といった観光行動の変化をたどってみよう。

### 2-2. ポケット型ガイドブック

「1969年から1974年の第一の波」に利用されていた「ポケット型ガイドブック」は名前の由来のとおり比較的小さく、少し大きめのポケットに入る大きさのガイドブックである。ここでは、この年代に発行された、日本交通公社の『グアム サイパン ヤップ』とワールド・トラベル社の『グアムサイパン・ミクロネシアの旅』という二つの「ポケット型ガイドブック」をみていく。

1970年に発行された『グアム サイパン ヤップ』は主に「見る」「遊ぶ」の観光行動を中心とした誌面構成となっている。「見る」という点では、中部や南部、北部にある史跡や名所の歴史、地理的情報などが書かれている。主にスペイン統治時代やアメリカ軍の史跡の情報やチャモロ人の歴史的名所などを取り上げている。このガイドブックでは冒頭に「戦争の思い出の跡を巡るのも感慨深いだろう」と書かれているが、日本の歴史や史跡などの情報は、横井庄一さんを含める数行ほどの割合である。また「第一の波」のグアム旅行は添乗員や現地ガイドに案内される観光スタイルであったため、史跡までの交通アクセス情報はあまり書かれていない。

次に「遊ぶ」という点ではシャワーやWCの設備が整っているイバオピーチやニミツピー

チの紹介を中心に、水上スキーやヨットボートなどのマリンスポーツの紹介が詳細に書かれている。また、フキウラと呼ばれる地元の漁法や、家族などの小グループで楽しめるキャンピングやハイキング、大人が楽しめるギャンブルといった情報も詳細に書かれている。このように、自然を中心とした「見る」「遊ぶ」といった観光行動の紹介が多いことから、この時代の観光がどのようなものかが見えてくるだろう。

1972年に発行されたワールド・トラベルブック社の『グアムサイパン・マイクロネシアの旅』は、上記であげたガイドブック同様、気候や宗教、政治に関するグアム概観や史跡などの歴史が詳細に書かれている。異なる点は、『グアム サイパン ヤップ』では少なかった「食べる」「買う」といった観光行動を紹介するページが増えてきている点である。『グアム サイパン ヤップ』では、15店舗のみだったレストラン紹介も西洋料理や韓国料理などを細かくジャンル分けされ40店舗紹介されている。また日本料理店も2店舗から5店舗へと増えている。ショッピングガイドのページでは店舗数の増加は見られないが、1店舗に書かれている紹介が詳細になり、2ページだった店舗紹介も6ページに増加している。また、ロレックスやシャネルなどのブランド商品の情報をカラー写真で紹介するページが新たに追加されている。『グアム サイパン ヤップ』ではグアムハネムーン記と新婚旅行の特集ページが書かれているが、特集ページも存在せずグアムの新婚旅行も影が薄れたかのように思われる。また、「見る」「遊ぶ」の観光行動だけではなく「食べる」といった観光行動もみられるようになっていく。2つのガイドブックは「第一の波」の時代に発行されたガイドブックである、同じ「ポケット型ガイドブック」であるが多少のグアム観光スタイルの変化が見てとれる。

### 2-3. マニュアル型ガイドブック

1987年に初版発行された「マニュアル型ガイドブック」である、ダイヤモンド・ビック社の『地球の歩き方 グアム』は、1970年代「第一の波」のガイド付きの観光とは異なり、観光客が店を探し、遺跡を見に行くなどすべてを自分で行う観光客が多くなったため、詳細なグアム地図が添付されていることが大きな特徴である。また2015年版においては、島内で運行されているバス会社別の種類とバスの停留所一覧や、時間やルートなどの交通情報が詳細に書かれている。また、バスだけではなくレンタカーでめぐる南部ドライブの旅として各名所までの所要時間やモデルコースなど、個人で観光する人のために交通情報も詳細に書かれている。

また、2015年版発行「カタログ型ガイドブック」の<sup>えい</sup>樫出版社発行『グアム本 最新2015』や昭文社発行『まっぷる グアム』とは異なり、写真より文章の割合が多いことが特徴的である。第3章の旅の見どころでは、タモン地区の史跡だけでなくグアム全島の史跡や歴史についても書かれている。また、これまでのガイドブックではあまり書かれていなかった「食べる」「買う」といった観光行動の紹介ページが、『地球の歩き方 グアム』ではショッピングの紹介が36ページ分、レストラン情報が38ページ分書かれており、誌面を占める割合が増えている。また、「見る」といった観光行動を紹介するページでは2015年版においても、日本統治時代の歴史について「グアムが大宮島と呼ばれた時代」と書かれているページが3ページだけある。「第二の波」の「マニュアル型ガイドブック」の特徴は、「食べる」や「買う」といった観光行動が「第一の波」の時代よりは大きく増加している点にある。このことから、グアム観光を行う日本人観光客の観光スタイルの変容が見られるであろう。

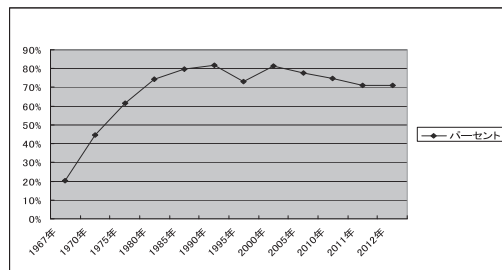
#### 2-4. カタログ型ガイドブック

2015年版の「カタログ型ガイドブック」である、昭文社発行『まっふる グアム』は「食べる」「遊ぶ」「買う」の観光行動に特化したガイドブックである。そのためグアムの歴史を紹介するページは少なく史跡などの情報も「ポケット型」や「マニュアル型」に比べると数ページと減少している。また、「ポケット型」や「マニュアル型」には少なかった写真やイラストが文章よりも多く使われている。また、ショッピングのページも誌面構成の半分を占めるほどの割合に増え、商品を紹介するほとんどの写真には値段が記載されていることから、「カタログ型ガイドブック」といった名前の由来がわかるであろう。

もうひとつ2015年版の樫出版社『グアム本 最新2015』も上記にあげた「カタログ型ガイドブック」と同様に「食べる」「遊ぶ」「買う」に特化している。そして、「マニュアル型ガイドブック」「ポケット型ガイドブック」とは異なり、タモン湾を中心とする観光地区の外側についてはほとんど紹介されていない。また、「ポケット型」や「マニュアル型」では「見る」という行動だった遺跡や史跡めぐりも、ジャングルツアーといった「遊ぶ」といった観光行動として一つのイベントのように分類にされている。1994年の「第三の波」に発行された「カタログ型ガイドブック」は、日本人観光客の「買う」「食べる」「遊ぶ」といった観光行動を中心とした現在のグアム観光へと変容させたガイドブックでないかと思われる。

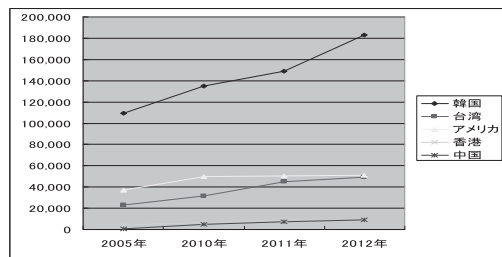
#### 2-5. 統計からみるグアム観光

1967年のグアムの観光客数は4500人で、そのうち日本人922人で全体の約20%である。日本人の新婚旅行によるブーム「第一の波」の1970年代になると、グアムに訪れる観光客は伸びはじめ、観光客数の全体を占める日本人の割合は1970年に45%、1975年には62%と過半数を超えるほどに増加をする。1985年のプラザ合意後による若者を中心としたグアム旅行ブームの「第二の波」になると、グアムを訪れる日本人は30万人にのぼり全体を占める割合は80%と日本人にとって人気の海外旅行先となる。1994年「第三の波」の翌年には、グアムの観光客数は130万人と100万人の大台を超える。日本人観光客数の割合は2000年の82%のピークを経て2012年には71%まで減少をみせる。2012年のグアム観光客数は約130万人で、そのうち日本人観光客数は約92万人である。



[図表1 日本人観光客数推移]

その背景には、中国人と韓国人海外旅行者の増加や、中国や韓国の企業によるグアム進出により中国人や韓国人旅行者に行きやすいグアムへと変化しているためではないかと考える。実際に統計をみると、日本人の次に観光客数が多い韓国人観光客は、2005年の10万人から2012年の18万人と大きく増加をみせている。一方中国人観光



[図表2 グアム国別観光客数(日本人を除く)]

客は、2005年の840人から2012年には約9000人と増加している。また、台湾や香港といった中国語圏内とあわせて見てみると、2012年には6万6000人と韓国につぐ観光客数を獲得する。

ハワイなどに比べると近くて安い米国圏グアムは、日本人にとって人気の海外旅行先であった。グアムの2012年の日本人観光客数は71%とまだまだ高い割合を占めているが、徐々に減少していることは確かな事実である。今後日本人の「楽園」は、韓国人や中華圏の人々にとっての「楽園」として変容していくのではないかと考えられる。

次の3節では、グアム島の日本人観光客アンケートから、日本人観光客によるグアム観光を見る。

### 3. アンケートからみるグアム観光

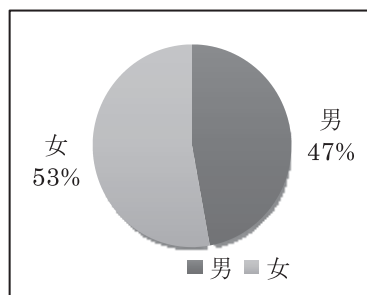
#### 3-1. グアムの日本人観光客

次に紹介するデータは2014年6月19日から6月22日までの4日間グアムで行ったアンケート調査の結果である。日本人観光客140人を対象にグアムの観光地イメージについて行った。

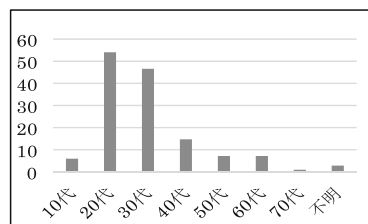
問1の「性別と年齢を教えてください」という問いには次のような結果がでた。図表3のグラフを見ての通り、男女比の差は大きくないことがわかる。男性が47%、女性が53%とほぼ半々となっている。では観光客の年齢層はどうなっているだろうか。図表4のグラフでは20代と30代がたいへん多くなっていることがみてとれる。グアムは極端に若年層が多いようにみえる。ヨーロッパやアメリカ本土、ハワイなどに比べて、比較的安価で行くことのできる英語圏の海外としてグアムは人気が高いようだ。日本人観光客は主に国際線が離発着する空港がある、首都圏の近くに住む人が多くなっていた。東京都と大阪府に住んでいる人だけで31%を占めている。成田空港からは一週間に70から80便、関西国際空港からは一週間に40から50便のグアム直行便が出ている。空港へのアクセスの良さがグアムへの海外旅行に出発するための大きな要素になっている。

問3の職業の欄では会社員89人が非常に多い結果となった。アンケート調査をしていると会社の社員旅行で来たと話すが多かった。6月という時期は雨季にあたり、シーズン前でツアーの料金も安く、団体旅行客が増える期間である。次に多かったのは大学生の13人である。私たちが調査を行ったのは金曜日から日曜日までであったがグアムは日本からも近く短期滞在の観光が可能である。週末の土日に、あと1日休日をすれば手軽に海外に行けることから、大学生の数が多くなったと推測できる。

問4の結果からも団体旅行客が多いことがわかる。最も多いのは3から6人の団体旅行である。人数から見て家族旅行の可能性が高いと言える。その次に多いのは2人の旅行である。カップルや新婚夫婦の旅行が多かったためだと考えられる。これはかつて日本人の新婚旅行のメッカ



[図表3 男女比]

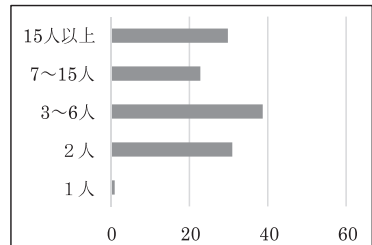


[図表4 年齢]

職業	人数
公務員	1
会社員	89
自由業/自営業	4
高校生	1
大学生	8
パート/アルバイト	3
主婦	8
無職	1
その他	2

[図表5 職業]

となった、グアムの特色とも言えるのではないだろうか。その次に多いのが15人以上の団体旅行客である。これらは、問3でも書いたとおり会社の社員旅行の多さが原因と言えるだろう。1人で来たと答える観光客も1人だけいた。詳しく聞いてみると、グアムに来るのは4回目とのことだった。リピーターになると1人でも楽しめる観光地であることもわかった。



〔図表6 同行人数〕

### 3-2. グアムでの滞在期間と観光行動

グアム観光の滞在期間はどの程度だろうか。問6では「何泊の予定ですか?」と尋ねてみた。その結果が図表7のとおりである。顕著に多いのが3泊の89人であった。これはパックスツアーの影響が大きいと考えられる。また、上記にもあった通り、社員旅行や学校の研修にも多く使われるグアムでは、3泊程度がちょうどよい日程なのかもしれない。私たちが一番の例となるのではないだろうか。私たちは6月19日の深夜便、関西国際空港22時発のグアム直行便でグアムへ向かった。帰りは21日の深夜にホテルをチェックアウトし、早朝4時発の関西国際空港行きの便に乗って帰国した。格安パックスツアーではこのような形が多くなっている。これらの結果からグアム観光のスタイルは3泊4日がスタンダードと言えるのではないだろうか。

3泊	89
4泊	12
2泊	10
7泊	2
5泊	1
6泊	1
無回答	1

〔図表7 宿泊日数〕

問7「グアムですることは何ですか(複数回答可)」の回答は2節にもあったように、「遊ぶ」・「買う」・「見る」・「食べる」の観光行動が詳しく示されている。「遊ぶ」の項目(シュノーケル・ウォーターパーク・パラグライダー・ゴルフ・絶叫アトラクション・クラブ・釣り)の集計は120票であった。「買う」の項目(DFS・アウトレット・フリーマーケット・



〔画像2 グアムのアウトレットモール 2014. 6.21撮影〕

アンタカモール)の集計は163票であった。「見る」の項目(恋人岬・ドルフィンウォッチング・ジャングルツアー・慰霊観光)の集計は44票であった。「食べる」の項目は(ステーキ・チャモロ料理・ハンバーガー・パンケーキ・シーフード・和食)の集計は188票であった。項目の数による差もあるかもしれないが、最も多かったのが「食べる」であった。ガイドブック『まっぷる』では、食に関する情報が全体のうち21%、『グアム本』では全体のうち24%が食べ物の情報だった。

日本人のグアム観光客は現地での「食事」に強い関心があることがこのアンケートや、観光雑誌から見る事ができる。次に多くなったのは「買う」であった。項目の数としては少なかったが多くの票を集めた。特にDFSはグアムでのショッピングでは欠かせないスポットになっているようだ。大型の免税ショップで高級ブランドの商品が日本よりも安く買えるということで観光客に人気の場所となっている。「遊ぶ」の項目ではほとんどがマリンスポーツやウォーターパークであった。海外リゾートとしてはオーソドックスな観光スタイルと言えるだろう。「見る」では3人と少数ではあるが慰霊観光と答えている観光客もいた。その他にも、エステや結婚式と答える人もいた。これらの質問項目では日本人のグアム観光は「遊ぶ」、「買う」、「食べる」が主流となっていることがよくわかった。

### 3-3. 観光行動とリゾートイメージ

問9では複数回答可でグアムの観光イメージについて尋ねた。「青い海」、「リゾート」、「青い空」、「マリンスポーツ」、「白い砂浜」、「トロピカル」などが上位6つを占めた。「トロピカル」や「亜熱帯」の自然のイメージが多かった。アンケートでの観光行動は、「食事」や「ショッピング」が優先されている。亜熱帯の自然を活かした海でのレジャーやジャングルツアーは比較的少なかった。このことから、日本人のグアム観光客については、アンケートの結果から、グアム現地でのイメージと観光行動はあまり一致しないと言えるのではないだろうか。また「結婚式」は1970年代の日本人によるグアムでの新婚旅行ブームの影響が残っているのかもしれない。沖縄と同じようにトロピカルリゾートでの結婚式という観光スタイルは今でもグアムに残っているようだ。グアムのイメージとして「チャモロ人」や「米軍基地」などはあまり関心がないようである。日本人観光客がグアムに求めるものは、その土地柄や人々ではなく、「海外リゾート地グアム」と考えられる。

青い海	41
リゾート	38
青い空	27
マリンスポーツ	26
白い砂浜	24
トロピカル	20
日本人	20
結婚式	12
ショッピング	11
アメリカ	9
ゴルフ	4
チャモロ人	3
米軍基地	3
スクール	3
大宮島	2
戦争	1
ジャングル	1
スペイン	1
慰霊	0

〔図表8 グアムのイメージ〕

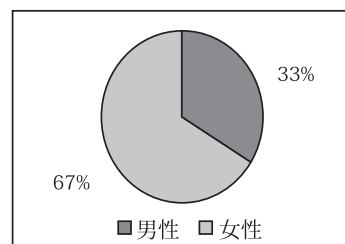
### 3-4. アンケートからみえたこと

今回のアンケート調査から日本人のグアムでの観光行動を知ることができた。グアムは世界でも人気のリゾート地であり、最近では日本人以外にも増えている。グアム観光のメインは日本人であり、観光開発の歴史からみても日本人御用達といっても過言ではないだろう。それらの理由として、日本から近い英語圏の海外であり、安いパッケージツアーを利用し、学生や社会人の若年層に人気を誇っている。また問7と問9を比べてみると、グアムときいて日本人がイメージする観光行動と実際の観光行動にはずれがあることがわかった。図表8を見てわかるとおり、観光客はグアムに亜熱帯リゾートのイメージをもっているが、現地での日本人観光客の行動において「食」が占める割合が高かった。これはガイドブックの情報が飲食店に関するページが多くなっていることが、グアムのイメージとその観光行動とのずれを引き起こしているのかもしれない。これからもグアム観光は一定の人気と需要を保ちつつ日本人の「楽園」としてあり続けるのではないだろうか。

## 4. グアムで働く日本人

### 4-1. 生活環境

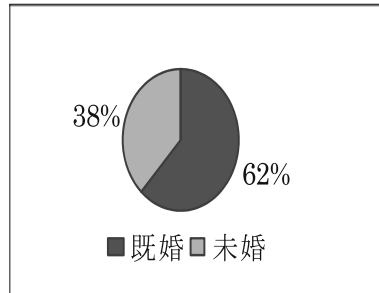
インタビュー調査からグアムで働く日本人移住者の割合は女性が多いことがわかった（男女比・未回答8人）。インタビュー調査の回答結果は女性が10人、男性が5人となり、多くは既婚者で女性が6割を占めている（既婚、未婚・未回答2人）。その理由としてグアムで現地の人との結婚を機に移住して来るなどが要因としてあげられる。その他の回答として、夫の転勤でグアムに移り住み、現地で働いている人や、グアムに友人がいて一緒に働いているなどが調査でわかった。



〔図表9 男女比〕

家族構成は4人家族が最も多く7人から回答を得られた。グアムに移住し子供を産み、育てるパターンが多いと考えられる。次に多いのは5人家族で3人、3人と2人家族は2人となっている。1人で生活している日本人は少なく、インタビューの中で唯一1人暮らしをしていると答えた25歳の男性は日本人の両親を持ち、グアムで生まれ育ち、現在グアムのホテルで働いている。日本で生まれ、日本で育ち、1人単身でグアムに来て働いているという日本人は今回の調査ではいなかった。

1人で働く日本人が少ない要因として、ビザの取得の難しさや日本と比較したときの賃金の差などが考えられる。居住地区はタモンビーチから約5キロ離れたタムニング地区(車で9分)が最も多く、次いでデト(6キロ、車で11分)という結果になっている。その他にもタモンやハロモン、マイラなどの回答があった(家族構成、居住地区はそれぞれ5人が未回答)。



[図表 10 既婚・未婚]

#### 4-2. 仕事

通勤手段としては車が19人、バイクと徒歩が1人ずつで、車が9割を占めている。仕事場の5キロ圏内に住む人が多く通勤時間は5分が5人、15分も5人となり5分から15分の間が最も多い。その他20分が2人、25分が1人という結果になっている。インタビュー調査では、グアムは車で島内を短時間で回れることを住む利点にあげている割合が高かった。グアム島は1周110キロ、約3時間で回ることができる(未回答6人)。

学歴は大学卒業と専門学校卒業者が6人ずつと最も多く、一度日本で正社員やアルバイトとして働いた後で、グアムに来て働く人が多いと考えられる。大卒・専門学校卒に次いで高卒が4人、中卒と大学中退がそれぞれ1人ずつとなっている(未回答5人)。

現職と職歴を比較すると、現職の前に観光業に携わっていた人が多く、現在も観光関係の仕事をしている人の割合が高くなっている。グアムで働いていて良かったことの問題に対して「のんびりしている」という回答が最も多く、次いで「(同僚が)フレンドリー」や「働きやすい」などの良い労働環境をあげる人が目立った。逆に職場などで「社員がアウトすぎる」や「全てに対して適当」など文化の違いを悪い点としてあげる人が目立った(現職・未回答12人、職歴・未回答11人)。

月収の回答は、26万が1人、20万円が3人、18万円が2人と、いずれも18万円から26万円など20万円台に近い収入を得ている人から回答が目立った。20万円前後の回答が目立った理由として、プライベートな質問のため書きにくかったと推測される。グアムの最低賃金はアメリカ連邦政府の定める時給7.25ドルが適応されている(2014年7月現在)。雇用形態はフルタイム(8時間)が最も多い4人で、パートや長時間勤務の雇用形態の回答がそれぞれ1人ずつとなっている(未回答17人)。

旅行業	5
ホテル業	1
飲食店(和食)	2
DFS	1
ワイン店	2
フォトグラファー	1

[図表 11 職歴]

旅行業	4
セールススタッフ	2
スーパーバイザー	1
コンシェルジュ	1
セールスアドバイザー	1
セールスアシスタント	1
広告代理店	1

[図表 12 現職]

#### 4-3. インタビューから見たグアムで働く日本人



インタビュー調査で、グアムに住む日本人の割合は女性が67%、男性33%で女性が多いことがわかった。多くは既婚者であり、グアムに来て結婚をする人が多くいた。その他グアムに来る理由として、転勤や仕事関係でグアムに移住する人も多く、家族構成は4人家族が最も多くなっている。グアムで働く日本人の主な仕事は観光業が大多数を占めている。グアムで働く日本人に今後の予定を聞いたところ「老後は日本で暮らす」や「グアムに永住する」などさまざまな意見があった。今回のインタビューで23人から回答を得ることができたが、全てに回答してくれた人は少なく、平均月収や雇用形態などのプライベートな質問は未回答率が高くなってしまった。今後の課題として、観光業に従事する人の月収や雇用形態などをわかるように工夫していきたい。

## 5. グアム観光からの沖縄観光への提言

以上のように、本報告書では、グアム観光について、ガイドブックとグアム観光の変容、観光客へのアンケート、現地で働く日本人へのインタビューについての調査を行い、その結果を記述してきた。調査方法や結果の分析手法に多くの問題点を抱えていることを包含した上で、本報告書から何が言えるのかを簡潔にまとめて、その締めくくりとしたい。

「観光」という視点から考察したとき、グアム島と沖縄本島との類似点と相違点を、まず確認したい。類似点は、「青い空」「青い海」「白い砂浜」などのイメージを「売り」とする亜熱帯リゾートであること、もう一つは、日本人が主流となった観光客層をもっており、東京や大阪といった都市圏から、飛行機でおよそ3時間の距離にある点である。グアム観光の場合で日本人の占める割合は8割のおよそ100万人である。一方、沖縄観光においては、2013年の入域観光客数は約641万人と過去最高を更新し、その内訳は日本人（国内客）が約586万人、外国人観光客が約55万人で、沖縄への観光客の9割が日本人となっている。このように、グアム島と沖縄は、日本人観光客に大きく依存した、悪く言えばいびつな構成となっている。なぜ、日本人がグアムを訪れるようになったかについては、2節にその詳細がある。両島とも、日本人以外の観光客の受け入れ増加のために、行政単位で動いている点も同じである。グアム島の場合、観光客に占める日本人の割合がピーク時に比べると、年々低下する傾向にあり、韓国人、中国人、ロシア人、アメリカ人の観光客誘致に力を入れている。その結果として、日本資本ではない、他国資本によるホテル建設が進んでいる。

相違点については、第一に、グアムが英語圏の観光地であること、時差が1時間しかないという、日本人観光客にとっての利便性があることである。しかし、日本資本による観光開発がなされたため、英語が話せなくても、観光客が滞在中に困ることがない。それほど、グアム島は、日本人観光客にとって、気軽に行くことができる海外であり、しかも、アメリカ合衆国に属する英語圏の海洋リゾート地である。また、米軍基地を抱えるという点では同じであるが、沖縄本島観光においては、観光客は移動中に、意識するかしないかは別として、その広大な米軍基地を見ることになる。これが第二点目である。両島とも、日本人にとって、観光目的が「慰霊観光」であった時期もあったが、現在はそれも大きく変わってしまっている。「るるぶ」化されたグアム観光の場合、グアム空港の発着時に基地の存在を、観光客は飛行機の窓から見るができるが、グアムの観光中に目にすることはない。いわば、グアム島の観光は、基地問題や住民の生活スタイルを、余計なものとして、「見せない」「覆い隠す」ことに成功している。この点については、沖縄本島とグアム島との面積の違いや、観光客を受け入れるキャパシティの

問題もあるだろう。

次に、「るるぶ」観光について警鐘を鳴らしたい。ざっくりと書いてしまえば、グアム島の観光地タモン地区は、恩納村のビーチとホテル群、北谷の商業設群、それに、那覇新都心のDFSギャラリア・沖縄と糸満市のアウトレットモールあしびなーを、約2キロのタモンビーチ沿いに集約させた形となっている。観光客は、2泊3日や3泊4日



〔写真3 タモン湾とビーチとホテル群  
2014.6.21 撮影〕

の日程で、この地区を訪れる。タモン地区では、「泊まる」「食べる」「遊ぶ」「買う」といった観光行動を、この地区のみで行うことができるように、工夫されている。

これは、ジョン・アーリが『観光のまなざし』の中で紹介したブーアスティンの「環境の泡（エンバイロンメンタル・バブル）」に該当するかもしれない[Urry 1990=1995 p.13]。この概念は、観光客が訪れた観光先の本来もっている観光地としての新奇さや魅力から分離・隔離されてしまう現象をさす。観光客の視線は、グアム島の複雑な歴史や、さまざまな問題を抱えているチャモロ人社会から完全にそらされてしまっている。「環境の泡」に包まれた観光の形態は、現在の沖縄観光に共通する部分があるかもしれない。例えば、代表的な沖縄のリゾート・ホテルでは、「泊まる」「食べる」「遊ぶ」「買う」といったすべての観光行動を、ホテル内の施設で済ませることができるような、観光客の囲い込みを行っている。これは、観光客にとっての「特別な空間」（リゾート地）を演出するのにはいいかもしれない。また、このようなニーズが観光客側にあることも承知している。しかし、観光地のもつ独自の歴史や伝統、文化、地元の人々の生活スタイルなどもまた、観光地にとっては、有力な観光資源となる可能性をもっていることも事実だ。観光メニューとなっている名所、首里城や琉球村、泡盛、沖縄そばなど、日本人にとっての沖縄観光は、この点において成功していると言えるだろう。

本報告書では、開発されつくし、完成された観光地としてのグアムの姿を見てきた。周囲110キロの大きさの島（日本で言うと、兵庫県にある淡路島と同じくらいの大きさ）に、巨大な米軍基地があり、タモン地区という観光地区がある。その間に、観光客のまなざしが向けられない、あるいは向けられようとしない現地住民の生活がある。「チャモロ料理」は観光メニューとなっているが、チャモロ人がどんなライフスタイルをもっているか、観光客は知ることなく、知る必要もない。

グアム政府観光局は2013年に、グアム日本人来島者2500万人を達成したことを発表し、米国への観光客数のうち、25%の約100万人がグアムへの観光客であると指摘した。身近な海外リゾートとして、日本人の「楽園」として、グアム観光の人気は続いていけよう。

反対に沖縄から見てみると、同じ亜熱帯リゾートであり、観光客の主流が日本人であること、東京からの飛行時間はほぼ同じの約3時間であることで、競合観光地として、グアムは存在している。「るるぶ」型の観光に陥らないためにも、グアムから沖縄観光が学ぶべき点は多くあるだろう。例えば、日本人観光客にとっては、沖縄は歴史や気候、自然、文化、食、祭りなど、独自の観光メニューをもっているように映っており、それが日本人による沖縄観光ブームを牽引している。しかし、沖縄に来る外国人にとっては、日本人観光客と同一のまなざしで、沖縄を見ているのではない。例えば、沖縄観光が誇る「食」についても、「高くてまずい」という話を耳にしたことがある。そうなると、外国人観光客は「るるぶ」観光に陥りがちとなり、観光

地としての沖縄のもつ魅力を十分に伝えられないかもしれない。アジアや太平洋地区には、競合する亜熱帯リゾートが数多くある。競合する数多くの亜熱帯リゾートの中で、沖縄が国際観光地になるために、沖縄の観光メニューやサービス、例えば「食」や「芸能」など、外国人にとっても魅力的に映るような工夫が必要となってくるだろう。そのポテンシャルを沖縄はもっており、「日本人」観光客の誘致には成功している。次のステージは、外国人観光客の取り込みが必要になってくる。外国人にとって、「るるぶ」観光だけでは終わらない工夫をしていけば、現在の沖縄観光を支えている「日本人」観光客のリピーターと、同じような存在となってくれるのではないだろうか？そのために、インフラや観光メニュー、外国人にとって沖縄にしかない魅力的な観光資源の発見とピーアールが今後必要となってくるのではないだろうか。

---

i 圓田浩二、沖縄大学人文学部国際コミュニケーション学科教授。

有馬卓郎、沖縄大学人文学部国際コミュニケーション学科4年生。

松田健吾、沖縄大学人文学部国際コミュニケーション学科4年生。

平良尚也、沖縄大学人文学部国際コミュニケーション学科4年生。

本稿は、1節と5節を圓田、2節を有馬、3節を松田、4節を平良が執筆している。

#### 参考・参考文献

土居浩編 2013 『地球の歩き方 グアム』 ダイヤモンド・ビックス社

K&B パブリッシャーズ編 2014 『まっぷる グアム』 昭文社

松田清編 1970 『ワールドガイド グアム サイパン ヤップ』 日本交通公社

新谷直恵 1972 『グアムサイパン・ミクロネシアの旅』 KKワールドフォトプレス

Urry, John 1995 (1990) 『観光のまなざしー現代社会におけるレジャーと旅行ー』  
加太宏邦訳 法政大学出版局

渡邊真人編 2014 『グアム本 最新 2015』 樞出版社

山口誠 2007 『グアムと日本人ー戦争を埋立てた楽園ー』 岩波新書

#### 参照 HP(2014年10月22日閲覧)

グアム政府観光局 <http://www.visitguam.jp/statistic/>

Travel vision <http://www.travelvision.jp/news/detail.php?id=63673>

琉球新報 <http://ryukyushimpo.jp/news/storyid-218136-storytopic-4.html>