

博士論文概要書



沖縄イメージの誕生

—沖縄海洋博と観光リゾート化のプロセス—

多田 治

昨今の全国的なく沖縄>人気は、いまや完全に定着した感がある。その一方で、沖縄の基地の現実も、根強く残っている。本論では、沖縄において観光リゾートと軍事基地が互いにパラレルワールドとして並立する事態を、リアリティの二重性と呼ぶ。そして、このリアリティの二重性の成立に重要な機能を果たしてきたものとして、沖縄イメージを対象に取り上げる。本論の主題・目的は、「復帰後の沖縄において、<青い海>に代表される沖縄イメージが、いかにして形成され、それが沖縄の新しい現実をいかなる形で構築することになったのか」を明らかにすることである。本論では主に、沖縄イメージが体系的に構築された1970年代に焦点を当てる。特に、この時期最も大規模な形で、観光リゾートとしての沖縄イメージを創り出す機能を果たした文化装置として、1975(昭和50)年の沖縄国際海洋博覧会を、論文全体を通して取り上げることになる。

序章「<沖縄>をめぐる新しい研究視点の構築」では主に、沖縄やイメージに関する先行研究の動向に言及しながら、沖縄イメージを研究する際の視点を模索していく。本論の基本的な立場は、「現実がまずあって、それをとらえるイメージ(知)がある」といった、「現実」実在論的な発想を退け、「特定の歴史的なコンテキストの中で、一定の特徴をもったイメージ(知)が立ち上げられ、それが新しい現実を形作っていく」というような、歴史的・発生論的な視点を採用する点である。これにより、沖縄の<自然>や<文化>などの一見自明な領域が、社会的・人為的に構築された歴史上の産物であることが見えてくる。

ところでこれまで、沖縄イメージに関する本格的・体系的な研究は、ほとんど行われていない。このこと自体が、イメージのとらえがたい特質を表してもいる。というのもイメージは、<イメージと実際のずれ>という図式に回収されやすいためである。だが他方、ビジュアル・メディア(視覚の諸制度)の発達とともに、イメージが現実を構築するはたらくは著しく増大している。もはや、<イメージ/実態>の二分法を前提して、虚像のイメージに対して実像を持ち上げるというロジックだけでは、現代社会の複雑さをとらえ切れない。そこで本論は、「イメージに対する実態の優位」といった常識的な思考をいったん停止する。そうして、単純な<イメージ>と複雑な<実際>が織り成すリアリティの二重性、あるいは両者の密接かつ見えにくい関係を、明らかにしていく。

本論は、第1部「沖縄振興開発計画のなかの海洋博」、第2部「沖縄海洋博の内在的分析」、第3部「海洋博と沖縄社会の変容」の3部構成からなる。3部構成の軸は①開発・②海洋博・③観光だが、全体を通して海洋博が中核的な位置を占める。第2部は海洋博そのもの内容分析であり、第1部と第3部は、海洋博と沖縄社会との外的関係の分析である。これによって、博覧会というイベント文化に関して、文化のなかの政治と、文化をめぐる政治という、両方の側面が明らかになる。

第1部「沖縄振興開発計画のなかの海洋博」は、2章構成である。第1章「海洋博と沖

繩振興開発の歴史的な前提 —60年代～70年代初頭における〈国土〉と〈国民〉の再編—
は、沖縄の復帰前、高度成長期の日本列島の再編に焦点を当て、沖縄開発・海洋博・沖縄観光の前提となった諸潮流を、この時期の本土に見出す。

62年の全国総合開発計画以来、〈国土〉の空間を対象化し、全体的なコントロールを加えていく、開発のエピステーメーが立ち上がった。この時期進められたのは、全総による〈国土〉の開発主義的統合と、高度経済成長による〈国民〉の経済主義的統合であり、その背景には日米安保体制の再編があった（これらは復帰前の沖縄では、〈経済的除外／軍事的委託〉という特殊な形で表現された）。ところが全総の巨大開発路線は、実際には公害列島化を進行させた。続く69年の新全総と、72年の列島改造論は環境保全を唱えたが、交通・通信網によるネットワーク形成を掲げたため土地神話を呼び、土地買い占めやインフレを誘発した。72年5月15日の沖縄復帰は、この狂乱の真っ只中のことであった。

全総・新全総が工業を起爆剤に、開発効果を列島全体へと拡散する、日常的な仕掛けであったのに対して、東京オリンピックと大阪万博は、イベントを起爆剤に、開発効果を大都市へと求心させる、非日常的な仕掛けであった。イベントの祝祭性を契機に公共事業（インフラ整備）を集中させ、経済効果を挙げるといってお祭り型地域開発の手法が確立された。また新幹線や高速道路という、かつてないレベルでの〈速度〉が開発された。これは時間・空間の様式の根本的な変容であり、速度と移動のエピステーメーの導入であった。

ところで、〈大阪万博→沖縄海洋博→沖縄の観光開発〉の連続性を、人為的に仕掛けた人物がいる。作家・堺屋太一で有名な、池口小太郎である。当時通産官僚であった彼は、万博による経済効果と社会・文化的効果との相互作用を強調した。彼は来るべき脱工業化を見すえ、〈開発〉概念そのものを組みかえ、文化・社会全体へ拡充させたのであった。

さらに同時期、観光のまなざしが日本社会に浸透していく。64年の海外旅行の自由化に始まり、70年代には海外旅行ブームが到来する。純粋に世界を〈見る〉欲望が、日本人の身体感覚の中に開発されていく。一方国内では、万博後に国鉄の「ディスカバー・ジャパン」キャンペーンが始まる。ツーリズムが、広告・雑誌・テレビ等のビジュアル・メディアを通して高められた。しかもこうしたイメージ上の〈国土〉の再編は、若年女性を中心的な消費者層として確立することとセットで行われた。日本列島全体が、新しい美的・視覚的なリアリティによって包まれていく。これは、観光のエピステーメーの作用である。

以上から、3つのエピステーメーと巨大イベントという4次元が抽出される。開発の次元は全総～新全総～列島改造、イベントの次元は東京オリンピック～大阪万博、交通の次元は新幹線～高速道路・モータリゼーション、観光の次元は海外旅行の自由化～ディスカバー・ジャパンである。これら4次元はそれぞれ、復帰後の沖縄へと流れ込んでいく。

第2章「沖縄振興開発計画と海洋博」では第1章をふまえ、復帰前後の沖縄における開発のエピステーメーの登場・展開のプロセスを記述していく。69年11月の復帰決定を機に、沖縄開発をめぐる日・米・琉の政治的駆け引きが行われた。その中で、本土側の「国益」と沖縄側の「県益」との対立が生じるが、後者は前者の中へ包摂される。興味深いのは、アメリカの外圧に対抗する形で、「本土との一体化」の名のもとに、ある種のナショナリズムが立ち上がってきた点であり、しかもそれは経済主義と結びついていた。これ以後通産省と本土企業は、〈開発〉の次元で、沖縄の国土空間に対して主導権を発揮していく。

70年の沖縄経済振興懇談会では、大阪万博の会場近くで、海洋博の構想が初めて本格的

に語られた。海洋博を起爆剤にして、本土企業は沖縄進出をもくろみ、沖縄の要人たちは東京・大阪に続く巨大な開発効果を期待した。海洋博はあくまで総合的な開発装置として位置づけられたが、その中で交通インフラの整備は、観光開発の点からも期待された。

以後こうした開発構想は、長期経済開発計画～新全総への組み込み～沖縄振興開発計画（以下「沖振計」）の流れへと結実する。琉球政府の長期経済開発計画からは、＜開発資源＞としての沖縄の自己定義が読み取れる。地理・自然・人材・労働力・施設・文化・台風・離島といった沖縄の諸特性が、開発の可能性・必要性の観点から新たに枠づけられた。これを基礎に、新全総の中に「沖縄開発の基本構想」が補足された。沖縄ブロックは独立した第8ブロックとして創設され、＜日本の最南端＞＜広大な海域＞＜亜熱帯＞など、「日本の中でも独特な地域」としての差異化・個性化を図られた。だがこの差異化・個性化はあくまで、均質的・抽象的なく国土空間＞への統合を前提とするものであった。

これに続いて、沖振計が策定された。「本土との格差是正」「国民的標準の確保」と言うとき、沖振計は復帰後の沖縄に＜開発＞の幻想を持ち込み、目指すべき「標準」へと沖縄社会を走らせていくような、＜知＞の権力装置として作動していった。そして、その全域的・包括的な開発計画の中に、観光と海洋博も位置づけられる。観光開発は、美的・視覚的な次元で、沖縄の空間全体を＜海＞＜亜熱帯＞のテーマパークへと作りかえていく作業であり、海洋博は、これを空間的に凝縮したモデルとして機能した。

沖縄振興開発計画と海洋博の結びつきを直接表すのは、海洋博の関連公共事業である。特に重点的に整備されたのは道路だが、それは交通のサービス化・産業化を促進しただけではない。美的・視覚的な次元の効果も重要であった。＜速度＞の導入によって、移動中の車内から風景をパノラマ的にまなざす、新しい視覚の構図が浸透していく。特に、西海岸を縦断する海洋博道路・国道58号線には多数の亜熱帯植物が植え込まれ、＜沖縄らしさ＞のディスプレイ装置として機能した。沖縄イメージが根を張っていくプロセスである。

第2部「沖縄海洋博の内在的分析」は、3章構成である。第3章「＜海＞をめぐるイメージ・ポリティックス」では、万国博覧会の歴史と、その様々な効果をふまえた上で、沖縄海洋博に期待された政治的・経済的效果を見ていく。博覧会の効果は、＜実質性／祝祭性＞の二つに分けられる。前者は経済成長の実質的效果、つまり産業振興である。19世紀は特に、新しい技術や物産を展示して、国民を「生産者」「消費者」として教化する意味合いが強かった。だが20世紀には、万博は娯楽化傾向を強める。むしろ全体的には、大量の観光客動員による経済効果の方が大きい。また、大規模な関連公共事業も見込める。

もう一つの博覧会の効果は、祝祭的な効果である。戦前、万博の祝祭的意義はナショナリズムや帝国主義と結びついてきたが、戦後は大衆的消費のお祭りの側面を強めていく。また万博は、最新の近未来型テクノロジーを先取的に活用し、視覚的なスペクタクル効果を施すことによって、観客に対して＜未来＞イメージを祝祭的に演出してきた。

そして、高度成長期以後の日本において、万博やオリンピックなどイベント文化の祝祭性は、即座に実質性と結びつけられてきた。海洋博でも、沖縄の復帰記念と近未来の海洋開発という二つの祝祭性が、沖縄の経済振興という実質性と結びつけられた。

こうした二つの祝祭性において、沖縄の＜青い海＞はどのような役割を与えられるのか。3章後半では、海洋博のテーマと基本理念について、詳細な言説分析を行う。テーマ「海—その望ましい未来」は、「反開発」世論の高まりに対応して、「開発」とは言わずに、海

伏した形で開発思想を保持したものであった。一方、基本理念の言説分析からは、①ヒューマニズム(→人間中心主義)、②<海>の再帰的認識とフロンティア意識、③自然環境の保全意識、④開発志向、といった4類型の意識が抽出された。人間は主体として、<海>は客体として設定される。この主体が客体へ向かう志向性において、「開発」と「環境保全」が結婚する。開発志向そのものは変えずに、<開発>イメージの方を変えることによって、よりソフトな<開発>イメージが創出されるのである。基本理念の中で、この4類型は複雑に絡まり合いながら言説システムを作り上げ、「ソフトな海洋開発」のストーリーを織り成す。<沖縄>はその最後に登場し、このストーリーを視覚的・美的に表現することで、これらの意識を強化するメディアとしての役割を果たしていた。

第4章「観光リゾートとしての<沖縄>イメージの誕生」では、美的リアリティに焦点を当てる立場から、会場選定プロセスを検討する。海洋博は、海洋科学・海洋開発だけでなく、海洋レクリエーションの祝祭でもあった。そこでは<沖縄>とその<海>への美的再帰性が高められ、以後の沖縄のリゾート化の基礎を形成する。沖縄の<海><自然>は美的な資源として活用され、<自然資本→文化資本→経済・政治資本>へと転換していく。

また海洋博は、その政治的・経済的目的に<海>という具体的な文脈と方向性を与える、文化装置として機能する。特に、<沖縄>の美的リアリティが新たに可視化されるとき、<基地><戦争><運動>といったリアルな現実領域が相対化・潜在化され、これらと別次元の、パラレルワールドとしての<青い海><リゾート>の<沖縄>が、幻想領域において構築されていく。それは、沖縄県の新しいアイデンティティの構築でもあった。

会場地に選ばれた本部半島の海と島々は、自然の風景がそのまま展示の一部となることで、象徴的変容をとげた。中でも伊江島は、会場を入ると正面に位置し、観客が最初に直視するオブジェと化した。もともと伊江島の中央の起伏部は、地元では航海の安全や健康、豊作への祈りを捧げる神聖な場所であった。このローカルな文脈とは無関係に、海洋博の視覚装置としてオブジェ化・抽象化された伊江島は、ベンヤミン的な「礼拝的価値から展示的価値へ」の移行を典型的に体现している。また伊江島は、<戦争><基地><運動>といった沖縄の諸様相を濃縮した島空間でもあった。反戦平和資料館の展示品との触覚的な近さは、海洋博において美的なオブジェと化した伊江島との視覚的な遠さと、ちょうど対照的である。島内の濃密な三次元空間から、本部半島から見る伊江島の二次元の前景が切り離され、パラレルワールドとして、<海>の博覧会の抽象空間が構築されていく。

シヴェルプシュが鉄道旅行やガラス建築に関して指摘したパノラマ的知覚は、海洋博の会場空間にも同様のことが言える。会場内には、<写真のまなざし>が浸透していた。カメラのファインダーは、<見る観客>と<見られる風景>の間に介在する「実体なき境目」である。それは、「ありのままの自然」を写すという、透明性の幻想を与えた。それによって、風景・世界の客体化と同時に、純粋な観光のまなざしの主体化作用が生じていた。

もともと、観客は<撮る主体>へ固定化されはしない。風景と一体化して、オブジェの側に回りもした。したがって海洋博のプロデューサーたちが構築したのは、「見る一見られる」の関係の空間であった。そしてこのスペクタクルの空間は、ある種の権力と密接に関わり合う。海上に浮かぶアクアポリスは、沖縄の美しい<青い海>を活用しながら、国家としての日本の威容を、美的・象徴的に表現する。これによって結果的に、沖縄の日本への統合と新たな海洋開発の方向性が、非言説的・スペクタクル的に肯定されるのであった。

海洋博の会場計画委員会が表明したのは、〈自然〉の再帰的活用による完全な空間コントロールの思想であった。彼らは、〈自然—人間—テクノロジー—空間—未来〉の包括的な管理を目指していた。しかもそれは、沖縄の空間開発のモデルとしても構想されていた。

観客にとってはパノラマ的な楽しみの空間が、管理運営側にとってはフォーコー的なパノプティコンとして機能する。観客の〈安全で快適なスペクタクル〉を保証するために、同時に徹底的な監視システムを整備する。ここには〈スペクタクル〉と〈監視〉という、二つのまなざしの体制が重なり合っていたのである。

第5章「ビジュアル・メディアとしての沖縄海洋博」では、海洋博の個々の展示内容について、より内在的な検討を行う。沖縄の各地は、海洋博の関連事業として水産・国際・学術・レクリエーション等の施設を建設された。これらは、海洋博の〈海〉のテーマを沖縄に全域化すると同時に、〈海〉のサブ・カテゴリーを各地域に割り当て、個性化している。この両極的な構図は、会場内のゾーニングの基本でもあった。すなわち、〈魚〉〈民族・歴史〉〈科学・技術〉〈船〉という、4つのクラスターである。〈海〉による空間の全体化と個別化は、会場の内部と外部で、並行して進められたのである。その中で本島中部に割り当てられた「国際性」には、基地のリアリティを転移させる政治的意味があった。

海洋博において主導権を握る政府は、最大規模の出展を行った。海上展示・アクアポリスは、海洋博全体のシンボルであり、海の〈未来〉や科学・技術のシンボルでもあった。この〈海〉の未来都市は、環境創出型テクノロジーの産物であった。環境保全や安全性には十分な配慮がなされ、前章で見た〈自然—人間—テクノロジー—空間—未来〉の包括的な管理が、アクアポリスでは集約的に実現された。徹底した管理とスペクタクルの空間は、〈海〉をめぐるテクノロジーとファンタジーを節合させた世界である。そしてこの疑似イベントとしての海上都市は、沖縄の海に、実際に浮かび上がっていた。このリアリティは、〈海〉のイメージと現実が、脱・分化するような形で構成されていたのである。

次に、海洋牧場は「つくる魚」「育てる魚」を、海洋生物園は「見せる魚」をテーマ化した。両者が共通して視覚的に表現した世界観は、〈魚〉、海中生態系のコロニー化であり、人間のテクノロジーによる海中世界のコントロールの増大であった。同様に海浜公園も、〈亜熱帯植物〉のコロニー化を具現化し、テクノロジーによる亜熱帯環境のコントロールを、集約的に実現していた。これらの営みは、「人間と海・自然との深い関わり」というポジティブなコンセプトを可視的に表現し、観客に視覚的・体験的な快適さを提供することによって、暗黙のうちに正当性を保証されるのであった。そしてこれは、沖縄を〈海〉と〈亜熱帯〉のリゾートとして観光開発することを、正当化するビジョンにもつながる。

海洋文化館は、アジア・太平洋の海洋文化の展示を通して、〈日本人〉〈日本〉の文化的アイデンティティを、外側から画定するものであった。太平洋各地の空間的配置を時間化して物語の系列へと変換し、日本という現在＝中心へと至る。太平洋オリエンタリズムと言うべきこの展示の構図は、博覧会のスペクタクル化という事態において正当化される。そして、アジア・太平洋（さらに沖縄）において〈文化〉をテーマ化することには、この海域の戦争・植民地・基地といった問題圏を切り離し、それらとは別次元として〈文化〉のパラレルワールドを構築し、リアリティを二重化するという、それ自体政治的な効果が含まれていたのである。以上が政府出展施設であり、〈海〉〈亜熱帯〉〈文化〉といった、沖縄イメージの基礎をなすテーマが表出された。

海洋博には世界から35カ国・3国際機関・1自治領が参加し、これらの出展施設は、〈国際性〉のディスプレイ装置として機能した。またそれは、会場地・沖縄に〈国際性〉のラベルが割り当てられるプロセスでもあった。一方、民間出展としては、8つの企業グループが参加した。民間パビリオンは、各グループが海洋レジャー開発によって沖縄に参入しようとする意志を、形象化して表現したものであった。これらの施設は、映像・音響・照明・移動・コンピューターなどの最新技術を駆使して、視覚的・感覚的な効果を高めていた。いまや博覧会は、単に展示物を見るだけでなく、演出されたイメージの空間環境の中に観客自身が入り込んでその世界を演じ、体験できるような展示形態になっていた。そしてこうした〈海〉のイメージ環境は、沖縄の海洋リゾートとしての〈未来〉を映し出す、巨大なビジュアル・メディアとして機能していたのである。その限りにおいて民間パビリオン群は、企業グループ自身の存在と活動をアピールする、巨大な広告塔でもあった。

ところで、以上の政府・外国・民間出展は、沖縄についてはほとんど言及しない。会場空間は国際海洋博のテーマで包まれ、沖縄のローカリティは抽象化された。これは、グローバル化による地域空間の脱埋め込みを、集約的に表している。だが他方、沖縄館は、沖縄固有の〈文化〉のテーマ化によって、博覧会空間の中に〈沖縄〉の再埋め込みを行う。

海洋博は県内では当初、〈経済〉の観点からのみとらえられていた。だが準備が進むにつれ、沖縄県としての主体的な出展参加を望む気運が高まる。その中で〈経済〉から〈文化〉へ視点のシフトが生じ、〈沖縄〉〈文化〉の表出につながっていく。大城立裕や高良倉吉ら沖縄文化人は、沖縄館によって、沖縄の〈歴史〉や〈文化〉そのものを体系的に構築した。そこに言説化・視覚化された〈沖縄〉の自己定義は、以後の沖縄を見る視点として一般社会に浸透し、県民のアイデンティティや誇りの感覚を与える役割も果たしていく。だがそれは同時に、観光客やメディア向けに、〈沖縄〉のステレオタイプを構築することでもあった。そのイメージは、当時のコンテクストや制作者の意図を超えて広がり、そこに込められた政治性や批判性は薄められていく。いずれにせよ沖縄館は、〈沖縄文化〉を視覚化するビジュアル・メディアとして機能し、沖縄イメージ形成の重要な契機となった。

以上の海洋博の展示から、〈海〉〈亜熱帯〉〈文化〉という、沖縄イメージの三種の神器が出そろってくる。海洋博は、これらに現実構築力を与える祝祭空間として機能した。

第3部「海洋博と沖縄社会の変容」は、2章構成である。第6章「復帰後の沖縄社会と海洋博世論」では、海洋博が復帰後の沖縄社会においてどうとらえられたのか、その変遷を見ていく。第2部で検討した海洋博のテーマやスペクタクルの空間は、主催者側が意図した通りには県民に受容されず、むしろ終始批判的にとらえられてきた。沖縄社会の情勢の変化とともに海洋博世論がいかなる変容をとげていくのかを、詳細に検討していく。

72年は復帰への対応が中心で、海洋博はまだ注目されない。ただしすでに、本土資本による土地買い占めやインフレなどの問題は噴出していった。それらが73年には、海洋博に原因づけられ、批判的な海洋博世論が形成される。「メリットーデメリット」図式は、県民生活や自然環境の悪化が海洋博に起因することを認め、その対策を講じながら、海洋博の経済効果に期待するものであった。物価・地価の上昇、土地投機、農業解体、公害などの海洋博アノミーが進行する中で、革新団体やマスコミを中心に反海洋博の気運が高まる。また沖縄本来の〈自然〉や〈文化〉を、喪失状況の中にこそ再発見するまなざしも高まる。

そんな中、73年10月のオイルショックは大きな転機となる。これまで海洋博の再検討

を主張してきた県内世論は、政府が再検討を始めると逆にこれを批判し、一転して「既定方針を貫け」が趨勢となった。全国的な抑制傾向をうけて海洋博も4ヵ月半の延期となるが、これにより反海洋博の世論は沈静化する。74年には現実的な開催準備が進められる中、ポスト海洋博の反動不況への不安が高まっていく。また、関連工事の本格化によって地元・本部町の教育・非行問題も浮上し、海洋博は病理のまなざしでとらえられていった。

75年の開催直前、皇太子来沖問題が発生し、開会式前後の悲劇的な騒動へ発展する。そしていざ会期が訪れると、本土大手企業を中心に人や金が循環していく流れの中で、地元中小企業はその犠牲となり、倒産・失業が相次いだ。新たに本土資本や海洋博への不信が高まり、期待はずれの海洋博へのむなしい総括と、さらなる「ポスト」への不安が残った。

このように海洋博世論は、短期間で大きく形を変えながらも、終始重みと緊迫感を保持していた。この時期海洋博は、復帰後沖縄の社会・経済を一定の形へと方向づける、強力なパラメーターとして機能した。だから海洋博世論においても、沖縄社会の劇的な変容への反応が、直接的には海洋博そのものへの反応として形をなすのであった。

第7章「海洋博から沖縄キャンペーンへ —沖縄の観光リゾート化のプロセス—」では、60～70年代の沖縄の観光開発のプロセスに照準を定め、その中で海洋博が占めていた位置と、以後の沖縄イメージや観光立県の方向性に与えた影響を探る。

復帰前の60年代、すでに沖縄はゆるやかな観光ブームを迎えていた。当時沖縄観光の主流を占めていたのは、戦跡参拝と舶来品ショッピングであった。これらは、沖縄戦と米軍統治下のドル経済圏というコロニアルな要因から発する、「自然発生的」なものであった。69年ごろ沖縄の観光関係者は、これらと海の美しさだけでは観光客を引きつけられなくなるとの危機感から、より能動的・人工的に観光開発を進めていく意志を強めた。彼らは沖縄を「日本のハワイ」として構想し、〈海〉〈亜熱帯〉〈平和〉をテーマ化して、独自の観光立県を目指そうとした。これらのテーマは、60年代の自然発生的観光を脱するものであり、実際に以後の沖縄の観光開発を方向づける、重要な機能を担うことになる。

だが、沖縄に本格的な開発の波が押し寄せる契機は、69年11月の復帰決定と、70年1月の通産省の海洋博構想であった。以後、本土資本の大規模な観光開発のまなざしが介入してくる。また以後、沖縄をめぐる観光のエピステーメーは、海洋博の誘致・開催準備の枠組みの中へ包摂されていく。県内関係者たちは海洋博を通して、本土政府への資金要求と本土企業の誘致に成功した。しかし同時に、本土政府はインフラ整備によって、本土企業はレジャー開発によって、沖縄の観光開発において実質的な主導権を握ろうとしていく。

海洋博誘致が進行する中で発言力を強めたのは、総合商社を中心とする巨大企業グループであった。当時、レジャーの産業化と空間のテーマ化を全国に展開していた総合商社が、海洋博を契機に沖縄にも進出してきた。特に、マスタープランを採用された三井物産は、本部半島を会場地に導いた。これによって本部半島は北部リゾート開発の拠点とされ、海洋博は明確に、沖縄の長期的なリゾートゾーンの開発と連動させられていく。

海洋博の中で「公共性」を味方につけていく企業グループとともに、日本政府と沖縄県は海洋博を通じて、沖縄の国土空間をめぐる多元的ヘゲモニーを確立し、沖縄社会を一定方向に進ませようとしていた。だが、これは思わぬ挫折にあう。本部半島リゾートゾーン計画における官民合同の第3セクター方式が、革新与党に反対されたためである。代わって設立されたリゾート開発公社は、活動規模を縮小して海洋博の跡地利用に取り組むが、

莫大な維持費の問題から結局は国にゆだねることになり、跡地は国営の記念公園となる。この「太陽と花と海」のテーマパークは、沖縄イメージの構築と観光リゾート化の拠点として重要な機能を果たすが、その背景には、以上のような政治経済的な綱引きがあった。

海洋博後の沖縄は深刻な反動不況を迎えるが、その中からポスト海洋博としての沖縄キャンペーンが立ち上がる。以前は県が資本の論理に巻き込まれることを拒絶した県内の雰囲気、ここへきて一変する。電通による「ファンタジア沖縄」の提案が観光関係者によって取り入れられ、「沖縄を売る」キャンペーン的リアリティが浸透していく。沖縄キャンペーンは単に、県外の観光客に向けてだけでなく、県民に対してもはたらきかける。そこでは、観光振興に適合的な明るいく沖縄イメージが、現実の県民を構築していくような、現実準拠からイメージ準拠への移行が生じていた。キャンペーンは功を奏し、離島から中心に沖縄観光ブームが盛り上がっていった。観光立県とともに第1次・第2次産業も、沖縄イメージを取り込みながら変容していく。県産品がブランド化され、観光と連動し合っていく。＜沖縄＞や＜亜熱帯＞のイメージは、ますます増幅されて広がっていく。

こうした流れを受けて、77年から航空会社の沖縄キャンペーンが本格化し、観光客の増大を決定づけた。＜青い海、白い砂浜、ビキニの女性＞という構図は、「沖縄に行けば何かが起こる」という期待や幻想を高めさせ、見る者自身のイメージのはたらきを喚起する。そこで表出されたのも＜海＞と＜亜熱帯＞であり、海洋博のテーマ世界と重なっていた。

結論「沖縄イメージによるリアリティの構築」では、ここまでの特に重要な論点を整理しなおすとともに、第1部・第3部における海洋博と沖縄社会の外的関係の分析と、第2部の海洋博の内在的分析とを関係づける作業を行い、全体の総括とする。

まずは第1部に焦点を当て、3つのエピソードと巨大イベント・海洋博という、4次元の関係を再び整理する。沖縄振計という開発のエピソードを最たる基盤として、かつ海洋博という巨大イベントの媒介によって、速度と移動のエピソードと観光のエピソードが大規模に立ち上げられ、短期間で一挙に浸透していくという、高度成長期の本土と同型的な構造が、小さな島空間に劇的に展開された。その結果、沖縄の観光リゾート化が確実に方向づけられ、＜海＞＜亜熱帯＞の沖縄イメージが根を張っていった。3つのエピソードは、海洋博を契機に復帰後の沖縄の現実を強力に方向づけていく、知の権力装置として作動した。

次に、第7章で見た沖縄の観光リゾート化のプロセスを、第2部の海洋博の内在的分析と重ね合わせ、会場内のスペクタクルと、会場外・沖縄の観光リゾート化を関係づけながら理解する。海洋博から沖縄キャンペーンへと連なる沖縄の観光リゾート化のプロセスは、＜海＞＜亜熱帯＞＜文化＞の沖縄イメージを確立させた。いまや沖縄イメージは、観光立県・沖縄の経済的・文化的リアリティを構築する、現実的な効力をもつに至った。

結論の最後には、今後の展望を示す。なお末尾に付録として、第2章で検討した長期経済開発計画・新全総・沖縄振計の該当箇所を掲載した。