

## 結論 沖縄イメージによるリアリティの構築

### (1) 3つのエピステーメーと海洋博

本論ではここまで、開発・海洋博・観光を軸にしながら、復帰後の沖縄において、〈青い海〉〈亜熱帯〉〈文化〉に代表される沖縄イメージがいかんして形成され、それが沖縄の新しい現実をいかなる形で構築することになったのかを、詳細に明らかにしてきた。具体的には、第1部は沖縄振興開発計画と海洋博の関係、第2部は海洋博の展示内容、第3部は沖縄の観光リゾート化と海洋博の関係を問う作業であり、3部を通して、海洋博が中核的な位置を占めてきた。このうち第1部と第3部は、海洋博と沖縄社会との外的な関係を問う作業であったのに対して、第2部は、海洋博そのものを内在的に検討する作業であった。これによって、博覧会というイベント文化に関して、文化をめぐる政治と、文化のなかの政治という、両方の側面を明らかにしてきた。結論では、ここまでの特に重要な論点を整理しなおすとともに、この外在的・内在的という両アプローチを関係づける作業を行い、全体の総括としたい。

まずは、第1部「沖縄振興開発計画のなかの海洋博」に焦点を当てよう。復帰後の沖縄が、日本の〈国土空間〉のナショナルな枠組みの中に包摂されていく中で、沖縄振興開発計画（以下「沖振計」）は大規模な推進力を発揮した。この開発計画という知は、新全総の〈開発〉の枠組みのもとに、復帰後の沖縄を一定方向に変容させ、その空間的リアリティを新たに形作る、知の権力装置として作動していった。この事態をとらえるために、私はフーコーの〈知と権力の結びつき〉という視点を応用し、彼のエピステーメー概念を活用してきた。すなわち、開発のエピステーメー、速度と移動のエピステーメー、観光のエピステーメーという、3つのエピステーメーである。

これらの沖縄への導入には、復帰前の60年代～70年代初頭、高度成長期の日本列島における〈国土〉と〈国民〉の再編が、歴史的な前提となっていた。開発・交通・観光、それぞれの知の潮流が、復帰後の沖縄に流れ込んでくる。すなわち、開発のエピステーメーは全総～新全総～列島改造をうけて、沖縄振興開発計画へ。交通の次元、速度と移動のエピステーメーは新幹線～高速道路・モータリゼーションをうけて、海洋博道路・国道58号線と高速道路・沖縄自動車道へ。観光の次元は海外旅行の自由化～ディスカバー・ジャパンをうけて、〈青い海〉の亜熱帯リゾートの沖縄イメージへ、というようにである。

そして、これら3つのエピステーメーを大規模に立ち上げ、短期間に一挙に浸透させる起爆剤・パラメーターとしての役割を果たしたのが、巨大イベントである。この潮流も同じように、東京オリンピック～大阪万博から、最大の復帰記念イベント・沖縄海洋博へと受け継がれる形で、沖縄に流れ込んできたのであった。

ところで、これら3つのエピステーメーと巨大イベントのうち、最も基底的な位置にあったのは、開発のエピステーメーである。60年代～70年代初頭の日本本土で進められたのは、全総・新全総による〈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った。そして前者において62年の全総以来、〈国土〉の空間を対象化して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のである。交通における速度と移動のエピステーメーと観光のエピステーメーは、あくまでこう

した<国土開発>の枠組みに基づいて立ち上げられた。だが、その際に非日常的な仕掛けとして媒介の役割を果たしたのが、東京オリンピックと大阪万博という二大国際イベントであった。国際イベントの祝祭性を契機にしてインフラ整備の公共事業を集中させ、大規模な経済効果を挙げるといってお祭り型地域開発の手法が、この時期に確立されたのである。

ただし、東京オリンピックと大阪万博において集約された<開発>は、単なる経済効果には還元されず、より多面的な様相をおびていたことに注意しよう（1章2節「東京オリンピックと大阪万博における<開発>の諸相」）。大阪万博の推進者・堺屋太一は、万博によって単なる経済効果だけでなく、社会・文化的な効果が大きいことを強調した。実際彼は万博を通じて、ファーストフードやカジュアルウェアなどを新たに普及させた。これは日本における新たな産業・文化・社会の<開発>であり、脱工業化・消費社会のリアリティが、日本社会に浸透していくプロセスであった。彼は万博を契機に<開発>概念そのものを組みかえ、経済から文化・社会全体へとその領域を拡充させた。そしてこうした彼の発想は、海洋博と沖縄の観光開発を直接推進することにもつながっていったのであった。

一方、東京オリンピックと大阪万博を契機に、この二大都市をつなぐ形で、新幹線と高速道路が開通した。それは当時の日本において、かつてないレベルでの<速度>の開発であった。そしてこれが、(開発のエピステーメーに依拠した)速度と移動のエピステーメーの導入であった。さらに同時期の観光のエピステーメーの浸透も、オリンピック・万博と密接に関わっていた。これらの国際イベントを通して、世界を<見る>欲望が、日本人の身体感覚の中に開発されてくる。また国鉄の「ディスカバー・ジャパン」キャンペーンは、ポスト万博対策として開始されたものであった。このように、オリンピック・万博を通しての<開発>とは、経済面だけでなく、より多面的な効果をもたらすものであった。

ところで、「ディスカバー・ジャパン」において観光のエピステーメーは、美的・視覚的な次元で、<国土>の風景をイメージ消費の対象として再編していった(<青い海>の亜熱帯リゾートとしての沖縄イメージに最も直接的につながるのは、この流れである)。その前提条件としてはやはり、<国土開発>の再帰的なまなざしや、航空・鉄道・道路などの交通の著しい発達がある。特に交通に関しては、速度と移動性の増大によって、旅行の利便性・快適性が高まった要素に加えて、移動中の車内からパノラマ的に風景をまなざす視覚の構図が浸透していく要素も、同時に重要である。こちらは、国土空間が<速度>の介入によって、美的なまなざしの対象となっていく側面である。こうした利便性と視覚性の両方の面で、速度と移動のエピステーメーと観光のエピステーメーは、やはり密接にからまり合っていた。

以上から明らかなように、3つのエピステーメー、さらに巨大イベントという4つの次元は、互いに密接に関係し合いながら、高度成長期からの日本列島のリアリティを再編制していったのである。それらのつながり方は実際にはより複線的だが、あえて4次元の関係・流れを図式化して示すなら、次のようになる。

開発のエピステーメー 巨大イベント 速度と移動のエピステーメー  
観光のエピステーメー

全総～新全総という開発のエピステーメーが、東京オリンピック・大阪万博という巨大イベントの媒介によって効果的に集約され、新幹線・高速道路に代表される速度と移動のエピステーメーと、<世界>や<国土>をイメージ化し、美的・視覚的な対象と化す観光

のエピステーメーが大規模に立ち上げられ、短期間で一挙に浸透していった。

そして、こうした4次元の関係・流れの体系は、(規模を縮小しながらであれ)ほぼそのままの形で、復帰後の沖縄社会に持ち込まれた。これこそ、当時盛んに言われた「本土化」「国民的標準」を、現実化・具体化しようとする様相の一つであったと言えよう。沖振計はその包括的・全域的な体系を現実を実施していく際に、総合的な開発の起爆剤として、巨大イベント・海洋博を活用した。インフラを中心に、1,800億円にも及ぶ海洋博関連の公共事業が、沖振計の一環として実施されたのである。そのうち約4割を占めたのが道路整備であり、他にも空港と港湾が巨額を占めた。まさに沖振計は海洋博の媒介によって、速度と移動のエピステーメーを沖縄に立ち上げたのであった。

また、こうした交通インフラの導入によって、観光の道もひらかれたのは当然である。それはやはり移動の利便性だけでなく、美的・視覚的な次元の効果においてもそうであった。〈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していく視覚の構図が、沖縄の空間を確実にとらえていった。西海岸を縦断する海洋博道路・国道58号線の整備は、こうした新たな視覚の構図を、明確に意識して進められた。これこそ、観光のエピステーメーの作用である。道路沿いには多数の亜熱帯植物が植え込まれ、西海岸の海とセットになって、道路そのものが〈亜熱帯〉と〈海〉のテーマパークへと化す。このロードパークは、海洋博会場内の海浜公園の演出とも重なって、会場の内部と外部がともに、〈沖縄らしさ〉のディスプレイ装置として機能していったのである。

そしてこれは、イメージ消費の対象としての〈国土空間〉の再編の一環でもあった。すなわち、美的・視覚的な次元で、沖縄が均質的・抽象的な〈国土空間〉の中に組み込まれていくプロセスである。それ自体があくまで新全総の開発のエピステーメーのもとで、第8ブロックの「沖縄ブロック」として、「日本の中でも独特の個性をもつ地域」として枠づけられていくプロセスをなしていたのである。〈海〉と〈亜熱帯〉に代表される沖縄イメージは、こうした中から立ち上げられ、沖縄のマテリアルな空間に根を張っていく。しかもその営みは、海洋博会場の内部と外部で、同時並行的に進められつつあった。

このように沖縄でも、3つのエピステーメーと巨大イベントは密接にからまり合って、沖縄の新しい現実を産み出していった。沖振計という開発のエピステーメー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、速度と移動のエピステーメーと観光のエピステーメーが大規模に立ち上げられ、(会期に間に合うように)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、小さな島空間において劇的に展開されていった。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。したがって3つのエピステーメーは、海洋博を契機にして、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のであった。

なおここからは、一見価値中立的で純粋に技術的なものに思えるインフラ整備が、復帰後の沖縄開発の主流を占めたことの政治的な機能が、あらためて理解できる。交通・水道・エネルギー・学校・病院・福祉施設など、インフラ(=生活・産業の基盤)という基礎的で包括的な環境に包まれていくなかで、沖縄県民は暗黙かつ自明性のもとに、こうした新しい空間的リアリティへの参与を、ほぼ無条件に強いられていくのであった。

ところで、海洋博はこうした沖縄の空間変容に対して、単に関連公共事業の面で、間接

的に影響力をもっただけではない。会場外のこうした大規模な関連事業と並行して、その博覧会空間が展示し、体現した＜海＞のイメージ世界そのものが、沖縄の空間開発の＜未来＞を方向づける、縮図的なモデルとして機能していた側面を、忘れてはならない。だからこそ第2部では、海洋博の内在的分析を詳細に行ってきたのであった。

第4章5節「中間考察：監視とスペクタクル」で指摘したように、海洋博協会の会場計画委員会は、会場の空間構成のあり方が、以後の沖縄の都市開発・リゾート開発のモデルとなるべきことを明言していた。その委員会の基本方針が表明していたのは、本部半島の美しい＜海＝自然＞を最大限に活用して、そこに＜人間＞を調和させるような形で、合理的に空間をコントロールしていこうとする思想であった。その際に、造園・交通・建築・照明など、最新の環境創成型テクノロジーを動員して、＜自然らしさ＞＜沖縄らしさ＞＜亜熱帯らしさ＞を、視覚的に演出していく。これによって彼らは、＜自然・人間・テクノロジー・空間・未来＞の包括的な管理を実現しようとしていた。このために、会場のスペクタクルの空間には、同時に徹底した監視のまなざしが貫かれていた。そしてこうした理念は、会期中の会場内で完結するよりはむしろ、＜海＞と＜亜熱帯＞のリゾートとしての沖縄そのものの＜未来＞を、先取りの博覧会空間に具現化していたのであった。

こうした＜自然らしさ＞＜沖縄らしさ＞＜亜熱帯らしさ＞が、あくまで人工的に創り出されたイメージであることは、言うまでもない。だがこのイメージは、造園や建築などの環境創成型テクノロジーによって物質的な形態を与えられ、現実の沖縄の空間にも根を張っていくのであった。海や亜熱帯の＜自然＞は、いまや完全に＜人工＞との脱・分化をとげようとしていた。こうして、海洋リゾートとしての方向づけを与えられた沖縄の空間そのものが、海洋博の理念空間をモデルとするような形で、＜海＞と＜亜熱帯＞のテーマパークへとつくりかえられていく。しかも、こうした風景のスペクタクル化は、沖縄イメージと環境創成型テクノロジーによって、視覚的・美的な次元で、沖縄の空間管理を一定方向へと進めていく営みでもあるのだった。「観光沖縄」をめぐって、スペクタクルと監視という、二つのまなざしの形態が一体となって、沖縄の空間に浸透していく。

こうしたまなざしの内在化によって、＜沖縄＞は明らかに、一定の特徴づけや方向づけを与えられた。その点で重要な契機となったのが、復帰直前、琉球政府の長期経済開発計画における、公式的な形での＜沖縄＞の自己定義であった。これは、以後の沖縄イメージの基礎にもなる。長期経済開発計画は、地理・自然・人材・労働力・国際性・文化・台風・離島といった沖縄の諸特性を、あくまで「開発資源」や「開発必要性」の観点から、再帰的にとらえていった。これを基礎にして復帰後、新全総の中に沖縄ブロックが新たに創設され、＜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・個性化が図られたのであった。

ただし実際には、長期経済開発計画の自己定義したいがすでに、本土政府による新全総の＜国土開発＞のまなざしを内部に取り込み、その影響下で＜沖縄＞の自己像を作り上げていたのであった。それは決して純粋な「県民」のまなざしではありえなかったが、それが「県民」の「主体性」を表明していた時点で、ナショナルな枠組みへの包摂はすでに進行していた。地理的位置や気候、「県民気質」といった一見「もともとある」自明な領域が、＜資源＞として活用され、新全総の＜開発＞のフレームにはめ込まれていく。＜海＞＜亜熱帯＞＜文化＞に代表される沖縄イメージは、こうした開発のエピステーメーに基礎づけ

られながら、復帰後の沖縄の新しい現実を形づくっていくのであった。

## (2) 観光リゾート化と沖縄イメージ

さて今度は、第7章で扱った、70年代沖縄の観光リゾート化のプロセスに再び焦点を当て、これを第2部の海洋博の内在的分析と重ね合わせてみよう。この作業によって、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て理解し、復帰後の観光リゾート化と沖縄イメージの誕生のプロセスをあらためて整理することができる。

第7章の冒頭にグラフで示した入域旅客数と観光収入の推移を見れば、沖縄は順調に「観光立県」の道を進んできたように思える。しかし、その内実は決して一筋縄ではなく、様々なアクターたちの複雑な利害や思惑、しがらみが介在したため、観光開発の道すじは紆余曲折を重ねてきたのであった。

そのなかで、この時期の観光開発に全体的な方向づけを与えていたパラメーターは、やはり海洋博であった。海洋博を契機にして、諸々のアクターが沖縄の観光・レジャーにまなざしを向け始めるとともに、〈海〉〈亜熱帯〉〈文化〉といった沖縄イメージも、人為的・体系的に構築されていくのであった。

もっとも、こうした沖縄イメージは、すでに海洋博誘致の前から積極的に求められ、その萌芽が構想されてもいた。復帰前の60年代の時点で、沖縄はすでに、ゆるやかかつ確実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、沖縄戦の遺族を中心とする戦跡参拝と、舶来品ショッピングであった。これらは、沖縄戦および米軍統治下のドル経済圏という、コロニアルで外生的な要因から発する、「自然発生的」なものであった。沖縄の観光関係者たちは、これらと自然の海の美しさだけではいずれ観光客を引きつけられなくなると考え、脱・自然発生的観光を図り、より能動的・人工的に観光開発を進めていく意志を強めていったのである。

こうした観光開発への再帰性の高まりは、沖縄イメージに対する再帰性の高まりでもある。以後の沖縄イメージの萌芽が芽生えるのは、この文脈からであった。彼らは「日本のハワイ」といった明るいイメージを売り出すことによって、「戦争の悲惨さ」という沖縄に根強く貼り付いたイメージを切り替えようとしていた。これは、〈戦争の沖縄〉という側面を相対化し、新たに〈沖縄〉の自己定義を行う作業でもあった。そしてこの自己定義は、そうした美的なイメージの活用によって、沖縄の新しい現実を構築していこうとする営みでもあった。

「日本のハワイ」という自己定義は、「日本のなかの沖縄」というナショナルな枠組みと、「太平洋に開かれた沖縄」という国際性のイメージを、節合させている。この方向づけは、第1部で見た新全総～沖振計の視点や、第2部の海洋博における政府出展・海洋文化館の視点ともちょうど重なって、いっそう強化されていく。ここから、「日本の中でも独特な南の亜熱帯地域」として、〈亜熱帯〉イメージが強調されてくる。〈亜熱帯〉イメージは、〈海〉のイメージと結びつきながら、沖縄の空間的リアリティを形作っていく。

また観光関係者たちは、ハワイをモデルとしながら、沖縄観光に欠落し、開発すべきものを列挙していった。土産品・料理・植樹・舞踊・県産服・人情などである。これらは今日の沖縄観光では確立されているものばかりだが、60年代末の時点ではまだ〈観光資源〉として充分に開発されてはならず、「自然発生的」なままにとどまっていた。だが、ここ

から彼らが観光のまなざしを向けていくことによって、これらは決定的な象徴的変容をとげていく。特に、伝統工芸や琉舞・エイサー、沖縄料理など、沖縄固有の文化が〈観光資源〉として再帰的にとらえられるとき、これら〈文化〉は、観光沖縄のイメージの一領域として確立していくのであった。また、平和公園建設によって〈平和〉も、観光客向けにテーマ化され、沖縄イメージの一端をなしていくのであった。

こうして 69 年ごろに出てきた〈海〉〈亜熱帯〉〈文化〉〈平和〉といった一連のテーマは、60 年代の自然発生的観光にはなかった明確なコンセプトであり、実際に以後の沖縄の観光開発を方向づける、重要な機能を担っていく。その意味では、海洋博誘致の前に、すでに沖縄イメージの下地は形成されつつあったと言えよう。

とはいえ、こうした沖縄イメージが公式的・体系的に具現化されるのは、やはり海洋博やその関連開発を通してであった。国際海洋博というグローバル/ナショナルな祝祭の場で表出/上演され、不特定多数の観客を視覚的に魅了することを通して、〈海〉〈亜熱帯〉〈文化〉の沖縄イメージは正当性を付与され、現実的な効力をおびていくのであった。

また、県内関係者たちが観光開発を進めていく際に最大の障壁となっていたのは、莫大な資金の問題であった。これも、海洋博を契機とした政府の公共事業と本土企業の進出によって、一定の形でクリアされていく。しかしそれは同時に、沖縄の観光開発の方向づけにおいて、政府と本土企業が海洋博を通して、主導権を握っていくプロセスでもあった。

こうして 70 年以後、沖縄をめぐる観光のエピステーメーは大きく変容して、海洋博の枠組みの中へと包摂されていく。ここで重要なのは、海洋博の会場内部のスペクタクルの世界と、会場外部の沖縄の観光リゾート化が、パラレルな形で進行しながら、互いに連動し合っていたことである。

については、第 2 部「沖縄海洋博の内生的分析」で詳細に検討してきた。会場地に選定された本部半島の海と島々は、自然の風景がそのまま国際博覧会の展示の一部として活用されたことによって、〈青い海〉の美的なイメージと化し、展示的価値を高められるという、決定的な象徴的変容をとげた。そして実は、本部半島のこの変容、この観光のまなざしの浸透は、沖縄全域の観光リゾート化の、第一段階をなすものであった。まさにこの会場空間を基点として、ここから本部半島全域へ、本島北部へ、そしてさらに離島を含む沖縄全域へと、リゾートゾーンは拡散していく。沖縄の〈海〉がビジュアルな資源として活用され、イメージ化されていくプロセスである。

第 3 章 1 節で万国博覧会の歴史を振り返った際に述べたように、万博は最新のテクノロジーの活用によって視覚的なスペクタクルの空間を演出し、〈未来〉イメージを空間的に体現してきた。海洋博の場合は、本部の海や伊江島の風景そのものが、〈海〉のスペクタクルの演出装置として機能し、〈海〉のリゾートとしての沖縄の〈未来〉を空間的・視覚的に具現化し、沖縄全体の縮図的なモデルとして役割を果たすことになったわけである。

ところで、本部半島を会場地に導き、リゾート開発の拠点として位置づけた立役者は、海洋博のマスタープランを作成した三井物産であった。三井をはじめ、総合商社を中心とする巨大企業グループは、海洋博を契機に、海洋レジャーによる沖縄進出を図っていた。各グループのパビリオンは、最新の映像技術を駆使して〈海〉のイメージ世界を演出し、観客にリアルな空間体験を提供していた。これは、政府出展のアクアポリスも同様である。これらも本部の海と同様、〈海〉の沖縄イメージや海洋レジャーの〈未来〉を、パビリオ

ン展示において先取りのかつ祝祭的に具現化していたのであった。また、こうしたスペクタクルを通して本土企業や政府は、自らの海洋開発・海洋レジャー開発の〈未来〉を、正当化しようともしていたのである。

以上の 会場内部のスペクタクルと並行して、 会場外部の周辺地域では、本部半島リゾートゾーン計画が、官民合同の第3セクター方式で立ち上げられようとしていた。海洋博は三井のプランを通して、沖縄本島北部の長期的なリゾートゾーンの開発と連動させられようとしていたのである。この第3セクターは、日本政府の全体的統括のもとに、沖縄県と地元市町村が中心に開発公社を設立し、そこに民間企業が出資協力する方式であった。

つまり企業グループは、海洋博の会場内部と外部の両方で、海洋リゾートとしての沖縄の方向づけに深く関わっていた。彼らは、誘致段階から海洋博に深く関わり込むことを通じて、「公共性」を味方につけていったのである。その結実としての会場パビリオンは、「公共性」を身にまとった、企業の巨大な広告塔でもあった。一方、日本政府と沖縄県は、こうした企業グループの資金力やノウハウを期待して、第3セクターに取り込んでいった。政府、県、民間企業グループ。第3セクターを構成するこれらのアクターはいみじくも、海洋博におけるパビリオン出展の主体でもあり、会場内外で同型的な関係の構図が成立している。彼らは会場内でも会場外でも、復帰後の沖縄社会の現実を、一定の方向に進ませようとしていた。彼らは互いに権力を分散させながら連関し合って、沖縄の空間と経済を海洋リゾート化の方向へコントロールしていく、多元的ヘゲモニーを確立しようとしていたのである。しかもこうしたアクターたちの活動は、海洋博における圧倒的なスペクタクルによって、不特定多数の観客を視覚的に楽しませることを通じて、暗黙のうちに正当性を獲得していく仕組みになっていたのだ。

このように、 会場内部のスペクタクルと 会場周辺のリゾート開発は、それぞれ平行に進行しながらも、密接に連動し合っていた。そして実際、リゾートゾーン計画を具体的に練り上げた余暇開発センターの思想は、ビーチや地形などの〈自然〉を人工的に造りかえて、自己準拠的な〈海〉のテーマパークを創出する志向性をもっていた。これは、自己完結的なイメージに準拠した海洋博の会場世界と似ている。〈海〉のテーマパーク、あるいは〈海〉の博覧会空間は、会場内で完結するのではなく、本部半島全域にまで広げられようとしていたのである。

しかし当然ながら、会場外の博覧会空間の方が、現実には実現困難であり、会場内の自己完結的なスペクタクルの世界とは同じようにはいかない。リゾートゾーン計画の第3セクター方式は、県の革新与党に反対されて頓挫した。73年、海洋博や本土企業の土地買い占めに対する県内の批判世論は、最高潮に達していた。第3セクター方式のリゾート開発にも飛び火するのは、必然的であった。

海洋博を通して、本土政府や本土企業が沖縄開発の主導権を握っていく中で、県内では海洋博・政府・本土企業への不信が著しく高まっていった。それは直接的には、公共事業による環境破壊や、本土企業による土地買い占めが、深刻な社会問題としてとらえられていったからである。この状況に対して、「県」や「県民」が〈主体性〉〈主導権〉を發揮すべきだ、という意識が高まってくる。そしてこれは、沖縄イメージにとってのもう一つの重要な契機となる。この意識は具体的に、「沖縄の文化と自然を守る十人委員会」( 6章2節(4) )の活動などに表れてくる。他方、海洋博の会場出展においてもこうした意識は、

沖縄県出展の沖縄館へと結実するのであった。

このように、会場内外で並行して、県・県民の〈主体性〉への意志が立ち上がる中から、沖縄固有の〈文化〉が、コミットすべきテーマとして明確に意識されてくる。〈文化〉は、政府や本土企業が海洋博において表出した〈海〉や〈亜熱帯〉のイメージに、沖縄が還元されてしまうことへの違和感から、それらに対抗する形で立ち上がってきたのであり、それはオーセンティックな〈沖縄〉を志向する点で、県民のアイデンティティの感覚と密接に関わっていた。そうして〈沖縄文化〉は、沖縄館において、かつてない規模で体系化・言説化・視覚化されていった。

したがって、〈海〉〈亜熱帯〉〈文化〉に代表される沖縄イメージは、こうした特定の歴史的コンテクストと、諸々のアクター間の相互作用のなかから、形成されてきたのであった。そして繰り返しになるが、その決定的なパラメーターとなっていたのは、やはり海洋博であった。

ところで沖縄館は、沖縄の〈歴史〉〈文化〉を新たに構築し、さらには〈沖縄〉の自己像・自己定義を新たに構築して、公式的に表出する側面をもっていた。博覧会における公表の効果は、「沖縄の人」の機転・たくましさ・国際性・オプティミズムといった「沖縄的性格」や、シーサー・三線などのシンボルに、沖縄イメージとしての正当性を新たに付与したことであった。そしてこれらは、全国・海外からの不特定多数の観客に向けて〈沖縄〉を発信する体裁をとっているが、むしろ県民自身に対して、自己イメージとしての現実的な影響力をもってはたらきかけてくるものでもあった。

そして、沖縄イメージが県民自身に対してはたらきかける作用は、ポスト海洋博としての沖縄キャンペーンにも受け継がれていった。沖縄キャンペーンは単に、県外の観光客に向けて行われるだけではなく、実は同時に、県民に対してもはたらきかけてくるものであった。

だが、沖縄館から沖縄キャンペーンへ移行する際には、沖縄イメージをめぐる重要な変容も生じていた。それは、海洋博の会期直後の反動不況を経て、挙県一致的な「沖縄を売る」キャンペーン的リアリティが浸透していく中で生じていた変化である。そこでは、観光振興に適合的な明るい〈沖縄〉イメージが、現実の〈県民〉を構築していくような、現実・歴史準拠からイメージ準拠への移行が、よりいっそう進行していたのである。77年からの本格的な航空会社の沖縄キャンペーンは、これを強力に推進していった。このなかで〈文化〉も、沖縄館には含まれていた批判意識の側面をはぎとられ、〈海〉〈亜熱帯〉を補足するような予定調和的な沖縄イメージとして、観光客に向けて積極的にアピールされるようになっていくのであった。

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〉に代表される沖縄イメージを、完全に確立させた。イメージ準拠のリアリティは、沖縄の産業連関全体のなかでも広がり始め、美的な沖縄イメージを活用した商品やサービスが、次々に登場していく。いまや沖縄イメージは、観光立県・沖縄の経済的・文化的なリアリティを構築する、現実的な効力をもつに至ったのである。

### (3) 今後の展望

本論は、主に70年代の沖縄に焦点を当て、復帰直後の観光リゾート化と沖縄イメージ



の誕生のプロセスを明らかにしてきた。80年代以降の動向・変容については、本論で得られた知見を動員しながら、さらなる検討を続けていく必要がある。また、沖縄の中でも、より細かく地域ごとに見ていく作業も重要となるだろう。特に、宮古・八重山をはじめとする離島地域のリアリティは、本島とはかなり異質であるため、それらの復帰後の変容プロセスを見ていくことによっても、また新たな様相を見出すことができるだろう。

また本論は、全く新しい視点からの沖縄研究・沖縄イメージ研究の試みであり、多くの沖縄研究者に本論の知見を少しでも活用してもらえれば、誠に幸いである。沖縄をめぐる多様な研究領域のさらなる前進に、本論が少しでも貢献できることを願う。

同時に、ここまで読み進めてこられた方にはすでにおわかりと思うが、本論は単なる地域社会論としての沖縄研究の枠内に収まるものではなく、開発・博覧会・観光を3つの軸にして、〈沖縄〉をイメージと空間の観点からとらえてきた。本論で得られた視座と知見は今後、博覧会研究・開発論・観光論はもちろんのこと、メディア論やカルチュラル・スタディーズ、空間論・都市論・交通論・テーマパーク・ショッピングモール・カフェ・スポーツイベント・地域イメージ・地域アイデンティティ、さらにはより一般的な社会理論に至るまで、様々な研究への展開が可能はずである。

さしあたり一つの具体例を示しておくなら、2005年には愛知万博の開催が予定されており、これとセットで、中部国際空港の建設が進められている。ここにも開発のエピステーメー・速度と移動のエピステーメー・観光のエピステーメー、そして巨大国際イベントという、本論と同型的な構図がある。この愛知万博が、現在の日本のリアリティにいかなる方向づけを与えようとしているのか、その社会学的研究は急を要するだろう。また、1970年の大阪万博以降、75年の沖縄海洋博、81年の神戸ポートピア博、85年のつくば科学博、90年の大阪花博、そして2005年の愛知万博に至るまでの博覧会の時系列的な変遷を、70年代以降の日本のリアリティ変容と関連づけながら分析していく作業も、非常に興味深い仕事となるだろう。これによってまた、文化のなかの政治と文化をめぐる政治の両方を、互いに関連づけながら浮き彫りにしていくことができるはずである。