



名城大学大学院 観光環境領域 教授

小 濱 哲

kohama@tor.meio-u.ac.jp

沖縄の観光を取り巻く環境は、大きく変化しようとしている。今回はその中で、観光需要層の変化と宿泊業の変化を取り上げる。

一、若い女性から団塊の世代へ

日本全体の観光需要が大きく様変わりしようとしている。沖縄でも、昨年あたりから、夏の観光客の主流に変化がみられ、若い女性に変わって、中高年の夫婦が増える傾向を示している。今後の観光の主役は、五十年代後半の、いわゆる団塊の世代になるといわれている。

この世代は、日本の高度経済成長を支えた企業戦士であり、減私奉公に象徴されるように、ひたすら働くことを美德とした人々でもあった。その世代の末子が、親の手を離れて独り立ちし始めたのが、この二、三年である。統計上の推計によれば、向こう五年の間に、この世代の八割以上

が子供から解放されるというデータもある。今この人々が、自分の時間を持ち始めたのである。

子供の教育が終わった親たちは、所得的にも余裕が生まれ、夫婦の間が多くなる。今まで家庭を顧みなかった償いであろうか、あるいは家庭を守ってくれた感謝の気持ちであろうか、夫婦そろっての旅行が増え始めた。

団塊の世代といわれる人々は、現在では各界において、ステータスを得

沖縄観光の変化と展望

巻頭
言

光でなく、沖縄慣れした人々がやってくることを考えて、ホスピタリティも考えていかなければならない。同じ所に何度でも足を運んでもらう工夫と魅力づけも必要である。

二、観光産業界への新たな参入者

宿泊業界に新たな参入者が登場している。ウィークリーマンションである。沖縄では今のところ、旅行社と組んでパッケージ商品を開発している気配はないが、今後は、旅行商品の

持ち、標準以上の所得を得ていて、海外旅行経験を有し、国内は出張等で多くの地域を訪問している。この世代の観光の特徴は、自らの志向に合ったものであれば、いくらでもお金を出すが、求める水準が高いために、いい加減な対応に対しては手厳しいことである。

沖縄でも、個人旅行による五十年代後半世代の観光客が増えている。またリピータの比率も、全体の観光客の半分を超えている。通り一遍の観

価格圧縮の手段としてこれらの業態が活用される可能性は高い。ウィークリーマンションは、週単位、月単位での賃貸であるが、旅行社が数室を数ヶ月まとめて契約し、これを二泊から三泊に分けて売り出すケースがある。またウィークリーマンションによつては、はじめから数日単位での契約も受付けている所もあり、利用者からの直接予約を行っているケースもみられる。

この動きは、中小の宿泊業にとつ

ては脅威であり、宿泊業として価格の圧縮が限界にきている所に、不動産業社の参入が本格化すると、経営そのものに関わる重大な事態となる。この利用者は、長期滞在者に多く、自炊に近い形であるがリネンサービスは通常行われ、管理人がいる所では、フロント業務も行われる。利用者にとつては、一日あたりの料金が安いことが魅力であり、不動産業者に与つても、稼働率が上がるなどメリットがある。

法的には、宿泊業は旅館業法に則つて経営されるが、ウィークリーマンションは賃貸業であるため、適用される法体系が異なっている。国内最大手の業者の判断では、たとえ利用者が観光目的であっても、賃貸契約時にその目的を特定できないため、観光客を排除する根拠は特にない。旅館業法は古い法律であり、現状に追いついていない点も指摘できる。しかし、ウィークリーマンションの利用者が大きくなってくれば、いざ法整備も含めて賃貸業と宿泊業の調整が必要である。

沖縄の観光は、マスツーリズムを基調としながらも、新しい方向性を模索する時期にきている。需要の変化にも柔軟に対応できる能力が求められる。地域振興の手段としての観光は、持続可能な産業でなくてはならない。