

## 曖昧な空間としてのゲストハウス

－ 沖縄県本島中南部地区を事例として－

水 井 久 貴

### はじめに

#### 1. 研究目的

「沖縄」と聞いて人々が連想するものはなんだろうか。「輝く太陽、青い海、白い砂浜」に象徴されるように、亜熱帯気候という特色や、「南国リゾート」としてのイメージだろうか。あるいは、太平洋戦争中に「日本の防波堤」として日本国内で唯一の地上戦が展開され、戦争終結後もアメリカ軍によって27年間も占領統治を受け、現在に至っても在日米軍基地が点在するという「基地の島」のイメージだろうか。どちらのイメージを持っても、それが現在の「沖縄」であることは間違いない。

沖縄は日本国内で唯一、亜熱帯・海洋性気候風土を有しており、珊瑚礁や青い海などの恵まれた自然環境や、1879年に明治政府が断行した琉球処分によって沖縄県が設置されるまで存在した琉球王国時代に育まれた独自の歴史や文化的な面で、潜在的な観光要素が存在する地域である。そのため沖縄経済にとって観光で得られる収入の割合は非常に大きく、「平成13年度県民経済計算（県民所得統計）」（平成16年2月／沖縄県企画開発部統計課）によると、観光収入は1972年の本土復帰時には324億円であったのに対して2001年には3815億円で、県外受取額約2兆3654億円のうち16.1%を占め、第1位の「県外からの財政への移転」（56.1%）に次いで総割合の第2位にあたる。また年間観光客数も2003年には過去最高の509万人に達している〔沖縄県 2004：11〕。まさに、沖縄県にとって観光は、望むと望まざるとにかかわらず、その経済性を含めて人々の生活と無縁ではない存在である〔森田 1997：36〕。

そのことを実感させられたのは2001年9月11日にアメリカで起きた同時多発テロである。「9・11同時多発テロ」以降、アメリカ軍の基地が点在する沖縄はテロの標的にされる危険があるとの風評が全国に広がり、観光客は激減した。これにより沖縄の観光産業は大打撃を被り、県は官民一体となって「だいじょうぶさぁー沖縄キャンペーン」を実施し、沖縄の安全性を全国に訴えた。この出来事によって、沖縄にとって観光産業がいかに重要な位置にあるかが再確認されたと同時に、県土の約11%を占める在日米軍基地の問題が改めて浮き彫りになった。

本論文は、現在の沖縄県において、人々の生活に非常に密接な位置にある観光という文脈から、近年沖縄において急速に増加しているゲストハウスという新しい宿泊施設に注目し、従来の宿泊施設との差異や、ゲストハウスが誕生した社会的、歴史的背景を明らかにすることを目的としている。そして、ゲストハウスという空間には、従来の宿泊施設との差異から派生するさまざまな現象が存在していることを確認し、ゲストハウスという空間に集う「人」に着目することで、新しい「ゲスト&ホスト」の関係性や、ゲストハウスという空間が人々に何をもたらしているのかについて考察する。

## 2. 研究方法

本研究では沖縄観光に関する先行研究を整理するとともに、実際に沖縄にあるさまざまなゲストハウスを筆者自身が泊まり歩き、フィールドの雰囲気を経験することにした。調査地は沖縄県本島中南部の那覇市と北谷町という限られた地域であったが、11軒のゲストハウスに対して調査をおこなうことができた。各ゲストハウスでは、すべての宿主に対してインタビュー調査をおこない、時間が許す範囲でゲストである、そのとき滞在していた宿泊客や「沖縄移住」者にもインタビュー調査に協力していただいた。

## I. ゲストハウスとは

### 1. ゲストハウスの定義

ゲストハウスは、ホテルや旅館などと同様に宿泊施設の一種であり、インドやタイ、オーストラリアなどの諸外国では、バックパッカー<sup>1)</sup>などの旅行者を中心に低料金で泊まれるポピュラーな宿泊施設として定着している。

本論文で取り扱う「ゲストハウス」とは諸外国と同様に、1人1泊3000円以下に宿泊料金を設定し、ドミトリー（相部屋）形式の客室を有する低廉な宿泊施設のことを指す。沖縄のゲストハウスは1999年以降、主に那覇市を中心として現在までに沖縄県各地に広がり、旅館業法上の分類では民宿などと同じ簡易宿泊施設に分類される。しかし、そのほとんどは個人経営であり、各宿によって様々な特色があるので、一般的な「ゲストハウス」を定義するのは難しい。これらの宿の中には「ゲストハウス」以外にも「バックパッカーズ」「ドミトリー」「民宿」などの呼称を用いて営業をしているところもあるが、本論文においては便宜上、上述の条件を満たすものを「ゲストハウス」として取り扱うものとする。

### 2. 沖縄にゲストハウスが出現した社会的背景

本論に入る前に、沖縄観光に関する先行研究の整理を兼ね、近代以降の沖縄観光史や沖縄イメージの変遷、それに伴う沖縄観光スタイルの変化について概観し、ゲストハウスが出現するに至った社会的背景を明らかにしておきたい。

#### a) 沖縄における観光イメージの変遷

##### ・明治時代～米軍政府統治時代

沖縄における観光の歴史は、明治の後半に本土と沖縄間に定期航路が開設されて以降、小規模ではあるが観光客が訪れた様々な記録が残されていることから、戦前から既に観光地として機能していたことをうかがい知ることができる〔梅田 2003: 85〕。本格的な観光地化は太平洋戦争終結後

のことであり、本土復帰前の観光は、沖縄戦で戦死した兵士の遺族等による慰霊訪問、いわゆる戦跡参拝がその契機となった。その後1952年には、米軍政府に代わって沖縄の統括機関として1950年に設立された琉球列島米国民政府（USCAR）の主導ながらも、米軍占領地域に点在していた群島政府が廃止<sup>2)</sup>され、中央政府として琉球政府が設立された。そして、既にこの頃から観光産業は戦略産業として位置付けられることとなり、1956年には琉球政府内に工務交通局陸運課が新設され、この年から政府としての観光への取り組みが始まる〔梅田 2003：86-91〕。しかし、戦跡観光から始まった当初の観光はそのホスピタリティに大きな問題を抱えており、1958年2月24日付けの『琉球新報』では「施設は至って貧弱」と特に南部戦跡巡りにおける観光施設や道路などの周辺環境において酷評されており、この記述を見る限り琉球政府による観光政策は当初、積極的に行われていなかったことがうかがわれる〔梅田 2003：91-92〕。

同じ1958年は、通貨がそれまで使われていたB円<sup>3)</sup>からドルへと切り替わった年でもあった。これにより、沖縄経済は米国のドル経済圏に直結することになる。そして、アメリカ本国から持ち込まれる高価な外国製品が、免税の範囲内であれば無税で買えることもあって、日本本土からは身近なアメリカ文化の香りや、買い物を目当てにした観光客が沖縄を訪れるようになった〔森田 1997：36〕。当時の観光客が持てるドル額は一人当たり400ドルであったが、これらのほとんどは買い物に使われ〔梅田 2003：92〕、これ以降の沖縄観光は1972年に本土復帰を果たすまで戦跡参拝の他に「買い物旅行」という新しい観光形式が加わった。

また、1954年に民間機としては始めて日本航空の旅客機が就航したのを契機に、1960年代に入ると沖縄にもジェット旅客機が導入されるようになり、沖縄への交通手段が船舶から航空機へと変化するとともに、時間の短縮が可能になった。これにより、日本交通公社は積極的に飛行機による団体旅行を開始する〔梅田 2003：92〕。

#### ・本土復帰以後～バブル経済全盛期

1972年の本土復帰後は、再び沖縄県として新しいスタートを切ること

なる。そして、復帰事業の一環として1975年に沖縄海洋国際博覧会（以降、海洋博）が開催された。1972年本土復帰時の観光収入が324億円だったのに対し、1975年の海洋博開催時には1258億円と、わずか3年で4倍もの収益を上げている。その一方で、開催時期が通貨不安定からくる国際経済事情の悪化、オイル・ショックによるインフレなどの悪条件と重なったこと、さらにはオープニング時に起きた皇太子・同妃への火炎瓶襲撃事件などの影響もあって、予定していた入場者数に達せず、海洋博の功罪についてはさまざまな議論がある〔梅田 2003：93〕。しかしながら、沖縄で初めての大型リゾートホテルであるホテルムーンライトビーチが沖縄本島中部の恩納村に建設され、また幹線道路などが整備された事実を見ると、海洋博の開催は沖縄観光にとって大きな影響をもたらしたことは間違いない。

そのことは年間の観光客とその後の政府や県、民間がそれぞれ行った観光振興策にも現れている。『平成15年度 観光要覧』〔沖縄県 2004〕によれば、海洋博の沖縄観光に与えた影響は大きく、1972年の本土復帰時には44万人だった観光客数は、1975年の海洋博開催時には156万人に激増している。翌1976年には海洋博終了の反動から83万人と落ち込むが、1974年は80万人であることから海洋博の期間が特別なのであり、その前後の74年と76年とではむしろ微増していることが言える〔多田 2004：150〕。一般的に見れば順調な成長と捉えることができる。だが、海洋博開催にあわせて沖縄各地で環境整備を行ってきたため、沖縄の宿泊施設や輸送手段は海洋博開催前の4倍以上のキャパシティにふくれあがっていた。そのため、海洋博閉幕後の1976年の観光客の激減は沖縄観光産業にとって「危機」として捉えられていた〔多田 2004：150〕。

この「ポスト海洋博」の状況は沖縄の観光業界に「後遺症」として大きな経済的打撃を与えることとなった。しかし、一方でこれを契機に、海洋博のために構築された観光基盤を利用した「観光立県 沖縄」を目指す動きが活発化する。1976年3月には電通が沖縄観光に関するプロモーション構想を発表<sup>4)</sup>し、官民合同の観光キャンペーンを目指すことになった。沖縄各地では海洋性リゾートを意識した開発が進められ、大型リゾートホテルの成功にならって次々にリゾートホテルが建設された。そして、この

頃からゲスト側の沖縄イメージからは、独特な文化の側面が少しずつ抜け落ち、徐々に「輝く太陽、青い海、白い砂浜」という南国イメージへと変化していくのである〔梅田 2003：94〕。海という自然環境が商品化され、南国リゾートとマリンスポーツが沖縄観光の主流となり、航空会社や旅行代理店が企画した短期滞在型のツアーが目立つようになる。

また、1976年に沖縄県観光課が局に昇格され、同時に10年後をにらんだ県観光開発基本計画が策定され、沖縄に航路を持つ航空会社ではキャンペーンが実施されるなど、「ポスト海洋博」以降は政府、県、民間でそれぞれ対策が講じられた。以後、官民一体となった協力体制を築くことが自明の前提となり、徹底的に推進されることになった〔多田 2004：152〕。そして、日本経済の安定した成長などが重なり、沖縄観光はほぼ右肩上がりの成長を見せる。また、海洋博以降は、ホスト側からも、ゲスト側からも「南国リゾート」という観光イメージが形成され、定着していった。しかし、90年代に入り再び沖縄観光は大きなターニングポイントを迎えることになる。

#### ・バブル経済崩壊以降～現在

1990年代初頭、バブル経済の崩壊により、それまで好調であった日本経済は低迷し、この余波に沖縄県も例外無く巻き込まれることとなる。バブル経済崩壊前の好調期には、1991年にリゾート法（総合保養地域整備法）に基づき、「沖縄トロピカルリゾート構想」など沖縄県全体を観光・リゾート化する政策が計画、あるいは実施されていたが、これらの計画も修正や中止を余儀なくされた。そして観光の形態もこのころから次第に変化するようになる。

バブル経済崩壊前の沖縄は、「南国リゾート」のイメージがホスト、ゲストの両者から意識され、海水浴やマリンスポーツを基本とし、宿泊施設では主にプライベートビーチなどを所有する自然条件を生かした大型リゾートホテルなどが、「南国リゾート」を満喫できるものとして「観光のまなざし」の対象となった。そして、このころの観光形態は団体や家族単位でツアーを利用する短期滞在型の観光形式が主流であった。その一方で1992

年に首里城が再建されたことや、翌1993年にはNHKの大河ドラマで『琉球の風』が放映されたこともあり、それまでの「南国リゾート」というイメージの他に「琉球」という文化的イメージが再確認されることになる。

ホスト側においても、「琉球」イメージの付加は沖縄の亜熱帯気候という自然環境を生かした「南国リゾート」としてだけではなく、琉球王国時代に日本本土とは異なる独自に形成されていた文化を観光に生かすことで、観光の文脈の中で失いかけていた文化を取り戻す契機となった〔梅田 2003：97〕。例えば、1996年以降、沖縄県玉城村にあるテーマパーク「おきなわワールド」では、本来旧盆の先祖供養の踊りとされていたエイサーが観光イベントとして、観光用に新しくアレンジされ、連日上演されている。また、ハーリーや綱挽きなどといった伝統行事が琉球文化として積極的にアピールされ観光に活用されている。これらはゲスト側にとっても沖縄あるいは「琉球」を表象するイベントとなり、観光の「まなざし」の対象になった<sup>5)</sup>。

また、バブル経済崩壊後は観光の文脈以外でも沖縄のイメージが形成されていくことになる。例えば音楽においては、安室奈美恵やSPEEDなど沖縄アクターズスクール出身のアーティストの活躍を皮切りに、MONGOL800やHYなど沖縄県出身アーティストや、沖縄県出身ではないが1992年に発表されたTHE BOOMの『島唄』が2002年に日韓共同開催で行われたFIFAサッカーワールドカップ時に再注目された。日本のポップ・ミュージックシーンの中でも「沖縄」は、形を変えながらも常に一定の存在感を示すようになった〔多田 2004：4〕。

そして、映画『ナビィの恋』（1999年）やテレビドラマ『ちゅらさん』（2001年）の放映に代表されるように、沖縄に生活する人々の暮らしが（映画やドラマという枠組みの中ではあるが）映し出され、沖縄の生活様式が注目を浴びた。特に日本一の長寿県ということで沖縄の食文化に注目が集まった。健康食として沖縄県特産の食材や料理が取り上げられ、それまで「にがうり」として本土の店先に並んでいた野菜は、沖縄名の「ゴーヤ」という名称で一般的に知られ、沖縄を代表する野菜として定着した。

沖縄はマスメディアから発信される単なる観光地ではもはやなくなった。

日本の一地方として、「長生きで明るく元気なおばあ」に代表されるような「人との交流」や「素朴さ」が評価され、従来あった亜熱帯気候という温暖な沖縄の「暖かい場所」というイメージと結びつき、「のんびり」や「ゆったり」といった新しい「沖縄イメージ」がゲスト側に形成されるようになった。これらは世の「癒しブーム」とも結びつき、沖縄は「癒しの島」として、従来の「南国リゾート」や「琉球」に加わる新しいイメージを持つにいったと言える。こうした動きは、沖縄を日本屈指の観光地として揺るぎないものにするとともに、消費文化において「沖縄」は、もはや「沖縄ブーム」という表現がふさわしくない段階にまで、日常化が進んだように思える〔多田 2004：4〕。ホストとゲストのそれぞれが意識する沖縄のイメージによって、沖縄のイメージは多様化し、ゲストが求める「まなざし」の対象も多様化していったのである。

#### b) 沖縄における観光形態の推移

沖縄に観光客が増加した理由の一つとして、沖縄イメージの変遷以外にも、観光客にとって沖縄は訪れやすい場所になったという事実がある。バブル期前後の沖縄観光と言えば、職場や学校などの団体旅行や沖縄各地の名勝・名跡を巡るなどの観光付きパック旅行が主流であった。しかし、1997年にパッケージツアーの低価格化が進んだことで、以前に比べて安価で沖縄を訪れることが可能となった。以前のような、あらかじめ泊まるどころも行くところも決められている「観光付きのパック旅行」ではなく、航空券とホテル、それにレンタカーなどがセットとなり、それ以外の行程は自分たちで自由に決められるという「フリープラン型パック旅行」が全体の37.8%で、これが現在の沖縄観光旅行形態の主流となった。そして、28.2%の「個人旅行」が次にくる。航空各社が航空券の早期購入割引制度や誕生日割引制度などを導入したことにより、正規運賃よりもかなり安い値段で航空券を購入することができるようになり、航空券だけを購入して沖縄を訪れるという旅行形式が多くなったからである。つまり、「フリープラン型パック旅行」と「個人旅行」のいずれにしても、以前に比べて安価で、自分たちの興味や関心を自由に実現する条件が現在の沖縄には整っ



ていると言える。

また、旅行料金の低価格化はリピーター率の増加にもつながっている。2000年に51.6%だったリピーター率は、2003年には61.9%とわずか3年で大幅に上昇している〔沖縄県 2004：12〕。こうしたリピーターは、サーフィンやスキューバダイビングなどのマリンスポーツを楽しみに来る者や、若者を中心に大きなリュックサックを背負いバックパッカーと呼ばれるような旅の形式で沖縄各地を貧乏旅行する者など様々な形態をとっている。その他にも、観光という目的ではないが、パイナップルやさとうきびなど南西諸島特産の農作物の農園や加工工場、海の家やホテルなどの宿泊施設でシーズン中など一定期間、沖縄で労働に従事する者や、自動車運転免許を合宿という方法で短期間に取得しようとする時にその合宿先として沖縄を選ぶ者など、観光以外にも沖縄を訪れる人たちの目的は多様化している。

リピーターとして沖縄を訪れる人たちの目的は様々だが、彼らが沖縄という地域に何らかの思い入れを持っていることは共通している。そしてリピーターとして沖縄を何度も訪れることで、今までの「南国リゾート」や「琉球」などステレオタイプ化されたイメージは、沖縄における体験から得た新たに作られたイメージと結びつき、長期滞在から「沖縄移住」<sup>6)</sup>に代表されるような「ゲストの定住化」につながっていくのである。そして、ゲスト側の「まなざし」の多様化やリピーター、沖縄移住希望者の増加により、沖縄滞在時に利用する宿泊施設への「まなざし」も変化していったのである。

### c) 多様化する宿泊施設の形態とゲストハウスの出現

沖縄の観光イメージの変化による観光形態や目的の多様化は、宿泊施設にも様々な変化をもたらすようになった。海洋博以降は「南国リゾート」のイメージに基づいた大型リゾートホテルが沖縄県各地に建設されるが、バブル経済の崩壊以降の消費低迷と観光形態の多様化による滞在日数の長期化に伴い、既存の宿泊施設よりも安く泊まれる宿泊施設を求めるゲストが多くなってきた。これにより那覇市など都市部を中心に、「宿泊」とい

う機能に特化したビジネスホテルや、週単位、月単位で滞在期間が更新できるウィークリーマンション、マンスリーマンションといった新しい形態の宿泊施設が見られるようになる。

このような状況の中で、沖縄に定住化したゲストの中から、バックパッカーとして世界各地を旅し、ドミトリーなどの安宿に宿泊したという自己の経験を活かした低廉宿泊施設ゲストハウスAが1999年那覇市に現れた。これが沖縄における「ゲストハウス」の始まりである。このゲストハウスAは客室形式を従来の宿泊施設に見られるような個室ではなく、ドミトリーという相部屋形式をとり、「宿泊」という機能のみに特化することで、1泊1500円という低料金を実現させた。この低料金が魅力となり、利用客は急速に増加し、ゲストハウスという宿泊施設は沖縄本島を始め、宮古、八重山諸島などの離島を含め、沖縄県各地に広がるようになる。

以上見てきたように、戦後の沖縄観光は米軍統治時代の戦跡参拝、買い物ツアーから始まり、本土復帰後の1975年の海洋博開催を起点として、本格的な観光地化が官民一体となって推進されていった。そして、亜熱帯気候と海洋資源を生かした観光開発により、「南国リゾート」というイメージが定着した。1992年の首里城の復元などがきっかけとなり、沖縄独自の文化である「琉球」というイメージが再確認された。こうして、沖縄は日本屈指の観光地として定着していくことになったのである。

また、1990年代に入ると航空運賃の低価格化によって本土と沖縄との往来が容易になり、従来沖縄観光の主流であったツアー形式による「バック型観光」に代わって、フリープランのツアーや航空券のみを購入して沖縄を訪れる「個人旅行」が増加した。そして、観光の多様化はゲストの長期滞在化やリピーター化を促し、それにあわせた宿泊施設などホスト側の受け入れ体制の変化が求められるようになった。これがゲストハウスという宿泊施設が誕生した社会的、歴史的背景である。

## II. 長期滞在を可能にするゲストハウス

ここでは、フィールドワークでの調査や資料をもとに、沖縄のゲストハウスについての実態をみていく。

## 1. ゲストハウスの「売り」—広告媒体から見えるもの—

### a) 看板

那覇市のメインストリートである国際通りや沖縄本島と離島を結ぶ船舶航路の主要港である泊港付近など、旅行者が集まりやすい市街地や交通拠点などにはゲストハウスの看板が点在している。このような看板は、那覇市以外でも沖縄県各地の市町村で見かけることができる。これらの



写真1 ゲストハウスの看板（国際通り）

看板で特徴的なのは、ゲストハウスの名前よりも宿泊料金の安さが一番大きく表記されていることである。このことからわかるように、ゲストハウスにおける最大のセールスポイントは「低廉な宿泊料金」なのである。また、「低廉な宿泊料金」以外の表記にも注目してみると、エアコンやインターネットといったゲストハウスの設備面に関する説明が特記されていることが指摘できる。

### b) フライヤー<sup>7)</sup>

次にフライヤーであるが、写真2のようなフライヤーもやはり泊港や那覇市観光案内所など旅行者が集まりやすい場所に置かれている。

このフライヤーでも、看板と同様に「低廉な宿泊料金」が一番目につく。そして、やはりエアコンやインターネットなどゲストハウスの設備面に関する説明が特記されている。

## 2. ゲストハウスの特徴

### a) 建物

ゲストハウスの特徴としてまずあげられるのが、ハードとなる建物を新規に建設するのではなく、既存の建物を改装して営業していることである。これらは大きく分けて二つの種類に分類することができる。一つはテナントビルを改装したビル型、もう一つは琉球の伝統的な建築様式を用いた琉

球民家や近代的なコンクリート民家を改装した民家型である。

このように、新築ではなく既存の建物を改装して営業を始めることで、初期費用を安く抑えることができ、それが低廉な宿泊料金を可能にしている。



写真2 ゲストハウスのフライヤー



写真3 ゲストハウスの外観  
(左：テナントビル型、右：民家型)

## b) 内 部

ゲストハウスの客室は、ドミトリーと呼ばれる相部屋形式にし、「低廉な宿泊料金」を実現させている。そして、開業時の初期費用を抑えるため内装は専門の業者に依頼せず、オーナーやスタッフが自分たちで内装をおこない、客室に備え付けるベッドなども手作りや中古品の場合が多い。また、ゲストハウスでは寝室だけではなく、その他のスペースもほとんど共同となっている。その一つとしてリビングがある。ドミトリーはあくまでも寝るための空間であり、飲食をする場合や、宿泊客同士、あるいはスタッフと会話をする場合は、くつろぐ空間であるリビングにておこなわれ、新しい人間関係が構築されることもある。ゲストハウスでは一つの交流の場としての意味合いを含めて、リビングの多くが「ゆんたくルーム」<sup>8)</sup>と呼ばれている。

また、ゲストハウスにはキッチンの設備も整っているところが多い。これは民家などを改装しているため、最初から備わっていたというケースもあるが、宿泊機能のみに特化されたゲストハウスでは、食事が提供されない代わりに各自で自炊できるようにキッチンを用意していると考えられる。



写真4 ドミトリー（ゲストハウスA）

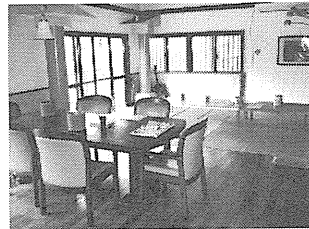
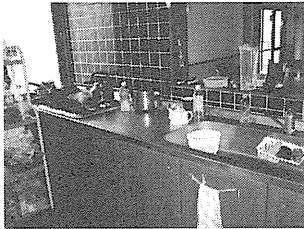


写真5 リビング（ゆんたくルーム）とキッチン（両方ともゲストハウスD）

ここでは、長期滞在者や宿泊客同士で料理をする姿がよく見受けられる。ゲストハウスでは極端な話、個室に泊まらない限り、自分に分け与えられている空間はベッドの上だけということになり、プライバシーといったものは皆無に等しい宿泊施設である。プライバシーを犠牲にして、低料金を実現していると言えよう。

### 3. ゲストハウスに集まる人々

#### a) 宿 主

ゲストハウスを経営する宿主の特徴としてあげられるのが、宿主の多くが内地出身者であるということである。今回、調査をおこなった11軒のゲストハウスのうち、8名の宿主が内地出身者である。また彼らは、年齢が20代後半から30代前半と比較的若い世代が経営しているケースが多い（表1参照）。

## b) 宿泊客

宿泊客も20代前半から30代前半の若い世代が利用するケースが多いが、最近では「低廉な宿泊料金」に惹かれて、家族で利用するケースや40代、50代以上の中高年層の利用も目立ってきている。また、宿泊日数が4日から7日以上と長いのもゲストハウスの特徴である（表2参照）。

## Ⅲ. 「ホスト化したゲスト」

前章のゲストハウスの特徴から言えることは、観光客を受け入れる側である「ホスト」が必ずしも「地元の人」ではないことである。「ホスト」である宿主は、元々は別の目的で沖縄を訪れた「ゲスト」であった。その目的は観光であったり、就職であったりと様々であるが、それぞれの宿主にはあらかじめ沖縄に「まなざし」を向ける対象が存在した。それが彼らを沖縄へと向かわせた最大の要因である。そして、沖縄の魅力に魅了され、リピーターとして何回も沖縄を訪れているうちに、その滞在期間も長期化し、最終的には沖縄に住居を定め、職に就き、定住化していった。つまり、内地出身者のオーナーはゲストであり、近年増加する「沖縄移住」者であった。そして、ゲストハウスという宿泊施設を開業することで、経営者である宿主は、以前の自分たちと同じように沖縄を訪ねるゲストを受け入れる側となる。彼らは、「ゲスト」という立場から、「ホスト」へと立場を変換させたのである。

しかし、ここでいう「ホスト=宿主」は、「ホスト=地元の人=宿主」ではない。したがって、ゲストハウスにおいては、今まで観光人類学で自明的な前提とされ、議論されてきた「ホスト=地元の人」、「ゲスト=観光客」という二項対立的な関係性の再考が求められているのである。

本論文ではゲストハウスを従来の宿泊施設と区別し、「低廉な宿泊料金」、「人との交流」という特徴や、その空間が人々に何をもたらしているのかを明らかにすることを目的としている。そこで、ゲストハウスの特徴を明確にするためにも宿主をただ単に、「ホスト=地元の人=観光客を受け入れる側」として捉えるのではなく、「ホスト化したゲスト」としても定義

する必要性を主張したい。これにより、内地出身者の経営するゲストハウスでは、「ホスト化したゲスト＝宿主」と「ゲスト＝宿泊客」という新しい関係性の存在を指摘することになる。そして内地出身者が経営するゲストハウスは、宿主の持つ「ゲスト」としての視点で運営されていることを明らかにできるのではないだろうか。

では、その「ホスト化したゲスト」の視点から運営されている事例を見ていくことにする。

### 1. A氏の事例 ―沖縄におけるゲストハウスの始まり―

「なんで日本にはドミトリーのゲストハウスが無いのかなって思った。」

「アメリカみたいな先進国にも1泊10ドルぐらいで泊まれる宿があるわけだし、日本でもできるんじゃないかって思った。」

A氏〔東京都 30代男性〕<sup>9)</sup>は沖縄で初めてゲストハウスを始めた創成期の宿主の一人である。バックパッカーとして世界中を旅していたA氏は沖縄に定住後、塾の講師などで生計を立てていたが、自身の海外旅行の経験から「沖縄でゲストハウスという宿泊施設を開業したら流行るのではないか」と思いつき、「8LDK:1ヶ月 8万円」という手頃な物件を見つけたことをきっかけに「ゲストハウスA」を開業する。

A氏は当初、「ゲストハウス」という宿泊施設は日本では一般的ではないため、自分と同じようなバックパッカーなどが客層で、外国人が集まる宿になるのではないかと予想していたが、1泊1500円という「低廉な宿泊料金」は様々な目的を持った人たちを惹きつける魅力となった。これにより様々な目的を持った人々がゲストハウスに滞在するようになり、ゲストハウスAのゲストの中から自らゲストハウスを開業する者が現れるようになる。

## 2. H氏の事例 ―ゲスト〜スタッフ〜そして独立へ―

「ゲストハウスAで管理人をしてて、そんな時から思ってたわ。ぼんやりね。

ああ、もう俺にはこれしかないわぁ〜って、ぼんやりね。」

「ここの前のオーナーが宿閉めるって言うから、ほな譲らんかいって感じで譲ってもらったわ。」

H氏〔愛媛県 20代男性〕は観光目的で沖縄を訪れ、ゲストハウスAに滞在していた。長期滞在をしているうちに、ゲストハウスAのスタッフとして働くことで、様々な宿泊客との出会いや交流などを通して、すっかりゲストハウスの魅力に魅せられたH氏は、自分でもゲストハウスを経営してみたいと考えるようになる。その後、一旦は諸事情により沖縄を離れることになるが、知り合いのゲストハウスの宿主であるZ氏からH氏にゲストハウスを譲渡する話が浮上する。これを願ってもないチャンスと考えたH氏は、本土で開業資金を稼いだ後に再び沖縄へと渡り、Z氏からゲストハウスを引き継ぐ形で宿主となった。

## 3. F氏の事例 ―転職先はゲストハウス―

「毎日スーツを着て出社してたんです。あの環境でね。「変わった人だね」って言われてましたけど、私は楽しかったから良かったんですけどね。」

「沖縄には安い宿で、ロングステイ出来るところが少ないんです。それで働きながら、沖縄に住みたいっていう人は多いけど、これじゃ無理だよなって、ずっと思っていました。」

F氏〔福岡県 20代男性〕は観光ではなく就職目的で沖縄を訪れた。居住費を押さえるために、住居としてゲストハウスAに滞在し、そこから毎日スーツを着て会社へと出勤していた。当時のゲストハウスAは観光目的の宿泊客ばかりだったので、彼はかなり浮いた存在であったが、F氏自身は「仕事のこととは全く別のことを考えられる場所」としてゲストハウス



の生活が気に入っていた。毎日疲れて仕事から帰ってくるF氏にとって、ゲストハウスAは様々な人が集まり交流することのできる場であり、気晴らしのできる空間であった。

その後、F氏の勤めていた会社で人事異動があり、今までとは違う部署への異動を命じられたが、異動先の仕事に興味が持てず転職を決意する。その時に、自己の経験を活かし、長期滞在者や沖縄移住希望者が安価で自分の家のように過ごせるゲストハウスを造ろうと思い、ゲストハウスFを開業する。

#### 4. 「ホスト化したゲスト」の視点 ―各ゲストハウスのコンセプトの違い―

以上の3つのゲストハウスの宿主に共通していることは、自己のゲストハウスでの滞在経験が経営のコンセプトになっているということである。彼らはかつてゲストであったときの経験を活かし、それぞれの視点からゲストは何を求めているのか、今までのゲストハウスには何が足りなかったのかを考えている。そして、それらはゲストハウスの立地、料金、設備などの充実度に表れてくるのである。

また、H氏やF氏は自分たちが泊まっていた「ゲストハウスA」での「人との交流」を好意的に捉え、両氏のゲストハウスを開業する要因の一つとなっている。両者にとってゲストハウスは、従来の宿泊施設とは違い、人との出会いや交流が盛んに行われるべき空間である意識されている。

### IV. 「非日常」と「日常」が混在する空間

#### 1. ゲストハウスを利用する人たち

宿泊客に関してもいくつかの特徴を見ることが出来る。ゲストハウスの宿泊客は、大きく短期滞在者と長期滞在者の2つのタイプに分けることが出来る。短期滞在者の主な目的は観光である。彼らは休暇を楽しむために沖縄を訪れ、観光の拠点としてゲストハウスに滞在している。長期滞在者の目的は様々で、長期の観光であったり、就職であったり、「沖縄移住」

のための準備であったりする。この場合、長期滞在者は生活の拠点としてゲストハウスを利用するという意識が強くなる。

## 2. 「非日常」と「日常」が混在する空間

ゲストハウスは上に見たように、様々な目的を持った人が集まる空間である。そして、各々の目的によってゲストハウスに対する意識も変わってくる。例えば、主に観光を目的として沖縄を訪れ、「非日常」である沖縄を楽しんでいる短期滞在者にとっては、ゲストハウスも「非日常」となる。その一方で、就職や「沖縄移住」の準備を目的としてゲストハウスに滞っている長期滞在者にとっては、ゲストハウスは生活の拠点であり、「日常」的な空間となる。

このようにゲストハウスは、ゲスト各々の目的から「非日常」と「日常」とが混在する空間である。そして、共有空間が多いというゲストハウスの構造上の問題から、ゲスト同士が互いに顔を合やす機会が必然的に多くなり、「非日常」と「日常」が交流し、そこで新たな人間関係が構築される場になる。

## V. 雑多人々が出会う場所

「低廉な宿泊料金」という魅力に惹かれて集まった宿泊客が、ゲストハウスで新たな人間関係を構築する。「人との出会い」がゲストハウスの新しい魅力の一つとなっている。事例を3つ紹介しよう。

### 1. S氏の事例 ―リピーターから「沖縄移住」希望者へ―

「1回目に来たときは（沖縄に）1ヶ月くらいおるさかいに、お金もなるべく抑えなあかんっていうのが、それが、もう、一番メインの理由。で、やっぱ（沖縄の）情報得るんやったら、こういうとこの方がふつうに情報入ってくるし、コミュニケーションもとれるかなあって...（中略）2回目、3回目は（ゲストハウスに泊まって）良かったさかいに、わざわざええとこ泊まる

必要もないわけで。うん、まあ新しい友達もできるかもしれんしな。」(括弧内は筆者による。以下、同。)

S氏〔京都府 20代男性〕は職場の旅行で沖縄を初めて訪れて以来、沖縄に魅せられ、その後リピーターとして、ツアーではなく個人旅行で何度も沖縄を訪れるようになる。現在では「沖縄移住」を考えているほどである。

そして、S氏は個人旅行で再び沖縄を訪れた時に、滞在期間が1ヶ月と長期であったため、予算を考え「低廉な宿泊料金」のゲストハウスを滞在先に選んだ。また、滞在先にゲストハウスを選んだ理由としてS氏は、「低廉な宿泊料金」以外にも「人との出会い」や「沖縄の情報交換」をあげている。

## 2. L氏の事例 ―初めての沖縄一人旅―

「ゲストハウスに泊まって良かったことは、宿の人も一緒に、みんなで遊びに行けること。(以前、沖縄のゲストハウスに滞在したことのある)友達に、一人旅で行くならこういうところに泊まれば友達ができるって聞いて、長くこっちにいるつもりだったし(沖縄で)友達が欲しかったから選んだ。」

L氏〔東京都 20代女性〕は高校の時からあこがれていた沖縄に、大学の夏休みを利用して初めて訪れた。以前、沖縄に行ったことのある友人からゲストハウスの存在を聞かされていたL氏は、「低廉な宿泊料金」もさることながら、ゲストハウスに滞在すれば友達もできるし、みんなでわいわい楽しめる、というメリットに惹かれてゲストハウスに滞在した。

## 3. R氏の事例 ―ゲストハウス長期滞在を経て、沖縄移住者へ―

「一人で来たならホテルとか泊まるより、それぞれ来た人と話したりすることができるし、そうやなあ...まあ、普通にホテルとか泊まるより、いっぱい

知れることが多いんじゃないかな。」

R氏〔大阪府 20代男性〕は、S氏と同じように大学生の時に友人たちと初めて沖縄に来た時に沖縄に魅了され、リピーターとして何度も沖縄を訪れるようになった。そして、次第に「沖縄移住」を考えるようになる。大学卒業後、マスコミ関係の仕事に就くが、将来に不安を感じ退職。新天地を求めて「沖縄移住」を決意する。家探しなど「沖縄移住」の準備をしている期間中、ゲストハウスを仮の住まいとして滞在していた。現在は念願の「沖縄移住」を果たし、沖縄市にアパートを借りて生活している。

R氏もまた「人との出会い」をゲストハウスの魅力として語っている。

#### 4. ゲストハウスが生み出した機能

3人の滞在目的はそれぞれであるが、滞在先にゲストハウスを選択したことは2つの点で共通している。第一に「低廉な宿泊料金」に惹かれていくこと。第二に沖縄での「人との交流」を求めていることである。

「低廉な宿泊料金」は雑多な人々を惹きつけ、「低廉な宿泊料金」を基に構築されていったゲストハウスの構造が「非日常」と「日常」を混淆させ、ホストやゲスト同士の距離を近いものにし、「人との交流」という新しい機能をゲストハウスにもたらした。そして、この「人との交流」という機能はホスト、ゲストの両側から重要なものとして認識されるようになったといえるであろう。

## VI. まとめ ―ゲストハウスという空間がもつ曖昧さ―

### 1. 曖昧な空間としてのゲストハウス

これまでの事例から、ゲストハウスは様々な意味で「曖昧な空間」として存在していることが指摘できる。第一に、宿主の経験によってゲストハウスのコンセプトや意識する対象の客層が異なるという点。第二に、多くのゲストハウスが既存の建物、主にテナントビルや民家を改装していると

いう構造から、プライベートな空間を創り出すことが困難であるという点。第三に、ゲスト各々の滞在目的によって、ゲストハウスの利用・滞在目的も異なり、「非日常」である「観光」と「日常」である「生活」が混在する空間であるという点である。

このような「曖昧さ」は「低廉な宿泊料金」や「ゲストハウスの設備」によってもたらされている。そして、これらの条件はゲストハウスを単なる観光目的の宿泊施設としてではなく、ゲスト各々の目的によって利用し、滞在することのできる新しいタイプの宿泊施設として定着させた。また、雑多な人々が集まることで、ライフスタイルの異なる人たちとの出会いの機会も生まれる。

つまり、本来は単なる宿泊施設であるゲストハウスが、従来のホテルや旅館のような宿泊施設にない「機能」を自然発生的に持つに至った。この様々な要素が、はからずとも混淆することを可能にした「曖昧さ」こそがゲストハウスの特徴となった。これに「沖縄」という地理的、社会的状況が結びついて、沖縄における「ゲストハウス」という空間が新たな社交的空間としての役割を担っているのである。

## 2. ゲストハウスに潜む可能性

これまで見てきた「ゲストハウスらしさ」はゲストハウスの内側で生じている現象である。「ホスト化したゲスト」が経営するゲストハウスは、橋本和也が指摘するように、ホスト社会とはほとんど関係のない空間で観光者が母国の文化を持ち寄って一時的なコミュニティを形成しているだけの「ツーリスト文化」と呼ぶ方が妥当である〔橋本 2001:57〕のかもしれない。しかし、この「ゲストハウスらしさ」は、ゲストハウスの外側にある地域社会、つまり沖縄社会と積極的に交流を持つことによって、初めて「観光文化」でも、「ツーリスト文化」でもない新たな地域の「文化」として成立する可能性を指摘できる。それを可能とするのが、ゲストハウスが持つ「人との交流」という社交的な「機能」である。この「機能」が沖縄社会に対して働いたことを表すものとしてN氏の事例を紹介する。

N氏〔神奈川県 20代女性〕は東京の美容師養成の専門学校を卒業後、

一人暮らしがしたいという理由と、就職を希望する美容室の支店が沖縄にあったという理由から「沖縄移住」をする。「移住」の準備期間中はゲストハウスDに仮の住まいとして滞在していた。現在は、美容師として働くとともに、沖縄市で一人暮らしをしている。

「ゲストハウスに泊まって良かったことは地域との交流ができたことかな。(ゲストハウスDの) 近くに保健センターがあって、外から見たらおばあちゃんとか寝てたから、老人ホームなのかなって思ったの。で、美容師のボランティアとかできないかなって思って、区長を通して紹介してもらったの。それから、頼まれれば寝たきりの人の家とか訪問して(美容師のボランティアを) やってた。」〔N氏〕

区長とはゲストハウスDがある北谷町X地区の自治会長のことである。ゲストハウスDの宿主(以下、D氏〔愛知県 30代男性〕)は、北谷町X区という地域社会のなかで宿泊業を営む北谷町民の一人としての自覚から、2002年の開業当初より、D氏側からの働きかけで、地域社会との交流を重要視してきた。現在では毎日のように区長がゲストハウスDに顔を出し、D氏は自治会の会合や町民運動会などのイベントにもX区民の一員として参加するほど地域社会と良い関係を保っている。

N氏は自発的にボランティアをしてみたいと思い、ゲストハウスDによく顔を出す区長にそのことを相談する。これにより、ボランティア活動ができてだけでなく、地域社会からもボランティアの要請がくるようになり、N氏自身も地域との交流をはかることができた。

N氏のボランティア活動への思いが区長にスムーズに受け入れられたのは、D氏が、地域社会との関係を重要視し、積極的に交流をはかることで、ゲストハウスDと地域社会との間に信頼関係が生まれていたからということがいえる。

このように、ゲストハウスの「機能」である「人との交流」を沖縄という地域社会に対しても延長し、適用することで、ゲストハウスを「ホスト化したゲストとゲスト同士の交流」という単なる「ツーリスト文化」の場

として捉えるのではなく、地域社会と交流のできる新しい「機能」を持つ宿泊施設として捉えることができるのではないだろうか。地域社会との交流を深めることで、観光という文脈よりも、生活という文脈に近い「文化」、例えば観光用ではない農業や漁業などの体験に触れる機会を、ゲストハウスは提供できる可能性を秘めているのである。

表 1 ゲストハウスオーナーについての概要

ゲストハウスオーナー	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
年齢	36歳	27歳	31歳	30歳	36歳	29歳	38歳	27歳	50歳	36歳	53歳
出身地	東京都	岐阜県	宮城県	愛知県	神奈川県	福岡県	沖縄県	愛媛県	沖縄県	兵庫県	沖縄県
前職	バー経営、 塾講師	バターン、 内装工	会社員 (不動産)	会社員 (流通)	バー経営	会社員 (出版)	不明	会社員 (印刷)	病院職員 (医事事務)	調理師 (現役)	会社員 (小売)
開業年	1995年	1999年	2004年	2002年	2004年 (予定)	2003年	2002年	2002年	1999年	2003年	2003年
所在地	那覇市	那覇市	那覇市	北谷町	嘉手納町	那覇市	那覇市	那覇市	那覇市	那覇市	那覇市
新築/改築	改築	改築	改築	改築	改築	改築	改築	改築	改築	改築	改築
建物の形式	民家	ビル	ビル	民家	ビル	ビル	民家	民家	ビル	ビル	ビル

表 2 宿泊客 (ゲスト) についての概要

ゲスト名	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V
年齢	20歳	21歳	21歳	22歳	23歳	23歳	26歳	27歳	28歳	30歳	32歳
出身地	東京都	埼玉県	神奈川県	神奈川県	愛媛県	神奈川県	大阪府	京都府	愛媛県	高知県	徳島県
沖縄にきた目的	観光	観光	就職	観光	就職	学術研究	沖縄移住	沖縄移住 (準備)	観光	観光	観光
滞在期間	13日間	14日間	3ヶ月	10日間	1ヶ月	35日間	不明	7日間	10日間	2004.4～	2004.7～
ゲストハウスの利用経 験 (国内外)	なし	あり	あり	なし	なし	あり	あり	あり	あり	なし	あり
ゲストハウスを選んだ 理由	人との 交流	料金の 安さ	料金の 安さ	料金の 安さ	料金の 安さ	料金の 安さ	料金の 安さ	料金の 安さ	料金の 安さ	料金の 安さ	料金の 安さ
滞在していた ゲストハウス	H	J	D	H	H	J	H	H	H	D	J

いずれも2004年10月現在



注)

- 1) 新井克弥はバックパッカーを広義で「資本が提示する旅行形態にとらわれず、自分の意志に従って旅の目的地を周遊する旅」、狭義で「航空券のみを購入し、資本が提示する旅行形態にとらわれず、自分の意志に従って訪問国を周遊する旅」としている [新井 2001: 113]。このような旅行形態が国内外を問わず、若者に流行した背景には、1996年に日本テレビ系列で「猿岩石のユーラシア大陸ヒッチハイクの旅」が放映されたことなど、90年代半ば以降、1960年代に「ヒッピー」と呼ばれる人たちが行っていたようなバックパッカーという旅行形式の流行が再燃したことがあげられる。
- 2) 1950年に米軍政府は奄美群島、沖縄群島、宮古群島、八重山群島と占領地域を4地区に分け、それぞれに群島政府を置き、公選による知事と議員が選ばれた。 [新城 2001: 239]。
- 3) 米軍占領当初にアメリカ軍が流通させたB型円軍票紙幣 (B円) のこと。1945年の占領当初は戦前の旧日本円と同等に使用されることが計画されたが、日本本土で戦後に新日本円が流通したこともあり、沖縄では一時的に複数の紙幣が流通していた。その後、1948年にはB円で統一されるようになり、1958年にアメリカ本国と同様のドル通貨へと切り替えられた。 [沖縄タイムス社 1998: 172]
- 4) この報告書はリゾート開発業者の依頼を受けて電通が作成した「沖縄県観光振興総合計画に関する報告書 ―誘客プロモーションを中心に―」である。124ページにも及ぶこの報告書は詳細で具体的な提案を行っている。模索されたのは、「沖縄を売る」「地域を売る」宣伝戦略の方向性であり、電通側は観光関係者だけではなく、県民全体の協力が必要だとしている。 [多田 2004: 151-152]。
- 5) 森田真はこのような事態を観光に限って「沖縄の琉球化」と表現している。森田は「琉球」という言葉の持つ意味として、「戦前、『琉球』という言葉には複雑な問題が絡んでいた。そこには、日本本土対沖縄というヒエラルキーを含んだ状況があり、必ずしも肯定的な意味のみを持つ言葉というわけではなかった。その『琉球』という言葉が、近年若い世代を中心に自己の独自性を主張する際に肯定的に使用され始めている。」 [1997: 59] としている。
- 6) 若者や定年退職者、あるいは転職希望者などを中心に、近年では各々の沖縄に

対する何らかの「まなざし」から、沖縄に生活の基盤を移し、県外から沖縄に定住を希望する人の数は年々増加している。このような人たちは一般的に「沖縄移住者」と呼ばれ、住民票を沖縄県内に移す人の数だけでも年間25000人ほどいとされている。しかし、これには進学や就職などで一時的に沖縄県を離れたUターン組など沖縄県出身者を含めた数であり、移住者の中には住民票を移さずに定住している人もかなりいると予想されることから、行政側も正確な数の把握には至っていない。

7) ちらし、ピラ。

8) 「ゆんたく」とは琉球方言で「おしゃべり」[半田 1999: 240] という意味である。

9) 括弧内は、〔出身地、世代、性別〕の順番で構成されている（以下、同）。

#### 参考文献

安藤直子

2001「観光人類学におけるホスト側の「オーセンティシティ」の多様性についてー岩手県盛岡市「チャグチャグ馬コ」と「さんさ踊り」を事例としてー」『民族学研究』66-3、pp.344-365, 日本民族学会。

アーリ, ジョン

1995『観光のまなざし 現代社会におけるレジャーと旅行』法政大学出版局。

編／遠藤英樹、堀野正人

2004『「観光のまなざし」の転回』春風社。

梅田英春

2003「第3章 ローカル、グローバル、もしくは「ちゃんぶるー」ー沖縄観光における文化の多様性とその真正性をめぐる議論ー」『観光と文化南からの問いかけ』橋本・佐藤編、pp.83-111, 世界思想社。

編／浦崎晃

2004「特集「ただいまっ」の宿。」『うるま』No.73、pp.6-49, 沖縄教販。

大久保あかね

2004「近代における日本旅館の成立と変容」『立教観光学研究紀要』No. 6、pp.113-119, 立教大学大学院観光学研究科。

太田好信

1992「新・観光学宣言！② 沖縄・八重山の「ウミンチュ体験コース」孝」

『中央公論』1992年8月、pp.333-339, 中央公論社。

1998『トランスポジションの思想 文化人類学の再想像』世界思想社。

沖縄県

2004『平成15年度版 観光要覧』沖縄県。

新城俊昭

2001『高等学校 琉球・沖縄史』編集工房東洋企画。

編／スミス, バレーン

1991『観光・リゾート開発の人類学 ホスト&ゲスト論でみる地域文化の対応』

勁草書房。

多田治

2004『沖縄イメージの誕生 青い海のカルチュラル・スタディーズ』

東洋経済新報社。

橋本和也

1999『観光人類学の戦略 文化の売り方・売られ方』世界思想社。

2001「観光研究の再考と展望 ―フィジーの観光開発の現場から―」『民族学研

究』66-1、pp.51-67, 日本民族学会。

編／半田一郎

1999『琉球語辞典』大学書林。

前田勇

2002「旅館の特徴としての“曖昧性”に関する分析」『立教大学観光学部紀要』

第6号、pp.1-18, 立教大学観光学部。

森田真也

1997「観光と「伝統文化」の意識化-沖縄竹富島の事例から-」『日本民俗学』第

209号、pp.33-65, 日本民族学会。

山中速人

1992『イメージの〈楽園〉 観光ハワイの文化史』筑摩書房。

編／山下晋司

1996『観光人類学』新曜社。

吉見俊哉

2000『カルチュラル・スタディーズ』岩波書店。

---

“Guest-House” as an ambiguous place

—From the case study of the middle and the south areas  
in the main island of Okinawa, Japan—

MIZUI Hisataka