琉球大学学術リポジトリ

沖縄県座間味島におけるマリンレジャー事業所の経営形態の変容

メタデータ	言語: ja 出版者: 沖縄地理学会 公開日: 2018-11-16 キーワード (Ja): マリンレジャー, スキューバダイビング, 経営形態, 外国人観光客, 座間味島, 沖縄県, marine leisure キーワード (En): scuba diving, management style, foreign tourists 作成者: 宮内, 久光, 宮崎, 大 メールアドレス: 所属: 琉球大学法文学部
URL	http://hdl.handle.net/20.500.12000/0002017627

沖縄地理　第17号
11-24頁　（2017）

Okinawa Journal of Geographical Studies
No.17, p. 11-24　（2017）

沖縄県座間味島におけるマリンレジャー事業所の経営形態の変容

宮内久光*・宮崎　大**

（*琉球大学法文学部、**琉球大学法文学部生）

Changes in Management Style of Marine Leisure Shop in Zamami Island, Okinawa Prefecture

MIYAUCHI Hisamitsu* and MIYAZAKI Dai**

(*Faculty of Law and Letters, University of the Ryukyus
**Under Graduate Student Faculty of Law and Letters, University of the Ryukyus)

摘要

本研究ではマリンレジャー観光地化が進んでいる沖縄県座間味島において，マリンレジャー事業所の経営形態と分布について1997年調査と比較して，この20年間でどのように変容したのかを明らかにした．また，経営者にアンケート調査を行い，現状評価と顧客認識について新たに検討した．2015年現在，座間味島には32店のマリンレジャー事業所が立地している．1997年調査時より転業，廃業した事業所は少なく，事業の継続性は高い．経営者の出身地は6割弱が島外出身者であり，1997年調査と比較してその割合が高まってきている．1997年調査では，全事業所がスキューバダイビングのガイドサービスをしていたが，その後に開設された事業所の中には，スキューバダイビングのガイドサービスをしない事業所が5店ある．2000年代以降，座間味島のマリンレジャー産業は，それまでのスキューバダイビングガイドサービス一辺倒から，SUPやカヤックなど新しいマリンレジャーを取り込んで，提供サービスの多様化が進んできている．座間味集落内でマリンレジャー事業所や民宿等の宿泊施設の分布変化をみると，座間味島出身者によるマリンレジャー事業所は多くが民宿併設で，集落内部，特に港に近い集落南側に多く分布している．一方で，沖縄県外出身者の事業所は1980年代から1990年代にかけて，集落の北端，西端の道路に面した空き地に設立していく．それが，2000年代以降になると，集落の東側の空き地にも設立されていく．2012年以降は日本経済が順調に推移したうえに，外国人観光客の増加，国立公園指定など島の観光を取り巻く社会的条件に恵まれて観光客は増加している．しかし，マリンレジャー事業者の中には，スキューバダイビング以外のマリンレジャーを楽しむ層が増えただけ，と認識している人もいる．マリンレジャー経営者は日本人の若年層の個人客が顧客のターゲットとして考えており，外国人や団体客を重視していない傾向がみられる．特に，ダイビングガイドサービスを専門とする経営タイプにこの傾向が顕著である．その理由として，危険なスポーツであるスキューバダイビングは，ガイドと常にコミュニケーションを取ることが求められており，言葉が通じない外国人には対応できないためである．

キーワード：マリンレジャー，スキューバダイビング，経営形態，外国人観光客，座間味島，沖縄県
Keywords: marine leisure, scuba diving, management style, foreign tourists, Zamami island, Okinawa prefecture

Ⅰ　はじめに

1．研究の背景と目的

2000年代に入り，沖縄県座間味島およびその周辺海域の優れた自然環境は，国内外の権威ある諸組織から相次いで高い評価を得るようになった．例えば，2005年11月には座間味島と阿嘉島の間の海域が「慶良間諸島海域」という名称でラムサール条約[1]に登録された．2009年には古座間味ビーチが「ミシュラン・グリーンガイド・ジャポン」で2つ星を獲得した（以下，ミシュラン2つ星）．さらに2014年3月5日には，座間味島と周辺海域が国内31番目の国立公園となる「慶良間諸島国立公園[2]」に新規指定された[3]．

このように国内外から高い評価を得ている座間味島では，沖縄の日本復帰（1972年）以降に，海水浴に訪れる県内観光客や「離島ブーム」による県外観光客を相手とする民宿街が座間味集落内に形成された．1980年代に入ると，座間味の海はスクーバダイビングの適地として国内で広く認知され，多くのダイビング客が島を訪れるようになる．島ではダイビングサービス事業所の開設が相次ぎ，既存の民宿街と結びつくことで，「ダイビング観光地」を形成するようになった（宮内 1998）．かつて，筆者の一人は座間味島の観光事業所の立地と経営形態について1997年に調査し（以下，1997年調査），その結果を報告した（宮内 1998）[4]．

1997年調査以降，座間味島の観光を取り巻く社会環境は大きく変化した．例えば，先述したラムサール条約登録をはじめとする国内外の権威ある諸組織からの相次ぐ評価獲得，2010年代に顕在化する外国人観光客の増加，SUPやボディーサーフィンなど新しいマリンレジャーの誕生，などである．一方，SARS（2003年）や新型インフルエンザ（2006年）という新たな疫病の発生，東日本大震災（2011年）といった未曾有な自然災害，などによる旅行自粛といった国民の対応もみられた．

このような社会環境の変化は，島への入域観光客数の増減に大きく関わると同時に，観光事業者の経営形態や経営状況にも影響を与えていると考えられる．座間味島の観光地形成・展開にとって，観光事業者の動向は最も重要な要素である．そこで本研究では，座間味島を対象地域として，改めて観光事業所，特にマリンレジャー事業所[5]の経営形態を調査し，その結果を1997年調査以降の島を取り巻く社会環境の変化と関連付けることで，経営形態の変容について明らかにすることを目的とする．

2015年9月現在，座間味村公式HPには，座間味島にあるマリンレジャー事業者として39店が掲載されていた．このうち，調査時に営業をしていた34店の事業者に対して，アンケート調査を実施した（2015年9月～10月）．アンケートの質問項目として，経営者の属性をはじめ，事業所の経営形態や経営状況，島の観光地化や事業状況に対する評価，などを設けた[6]．回収したアンケート調査票は32店（有効回答率94.1%）であった．アンケート調査は全体集計とその考察のほかに，事業所設立年代別や，提供するマリンレジャーの種類別に集計を行い，グループ間の比較検討を行った．

2．研究対象地域

調査対象地域の座間味島は，沖縄県島尻郡座間味村に属し，那覇市から西に約40㎞離れた東シナ海に位置する（第1図）．2015年国勢調査結果によると，座間味島は278世帯，564人の小規模離島で，座間味，阿真，阿佐の3つの集落で構成される．15歳以上就業者数335人のうち，第一次産業が8人，第二次産業が16人，第三次産業が311人となっており，就業者の92.8%が第三次産業に就業している．その中でも特に「宿泊業，飲食サービス業」が112人（33.4%）と最多である．次いで，ダイビングインストラクターなど「生活関連サー

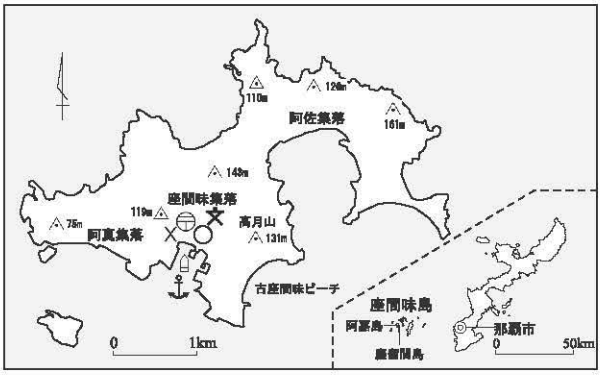

図1　研究対象地域

ビス業，娯楽業」が 46 人（13.7%）と続き，これら観光関係の二つの産業大分類だけで，島の就業者の 47.1%と約半数を占める．すわなち，座間味島はマリンレジャーに特化した典型的な宿泊型観光地といえよう．

1995 年国勢調査と比較すると，20 年間で座間味島の世帯数は 279 世帯から 278 世帯へとほぼ変わらないが，人口は 611 人から 564 人へ 47 人減（7.7%減）となっている[7]．15 歳以上の就業者数は 289 人から 335 人へ 46 人増（15.9%増）である．これに伴い，人口に占める就業者率も 47.3%から 59.4%へと上昇した．観光産業を含む第三次産業就業者率は 86.2%から 92.8%へと 6.6 ポイント上昇している．このことから，1995 年以降の 20 年間で島の就業構造自体に変化は無く，島内産業に占める観光産業の比重が更に高まったといえよう．

沖縄本島との交通アクセスは，1 日 1 便のフェリーざまみと 1 日 2 便の高速船クィーンざまみ 3 が通年運航している．さらに，ゴールデンウィークや夏季の繁忙期には高速船は 1 日 3 便となる．那覇市泊港から座間味港までの所要時間は，フェリーが 2 時間，高速船が 50 分である．このような交通アクセスの状況は，1990 年代後半から変化は無い．

3. 座間味島の年間入域観光客数の推移

座間味島の入域観光客数を 1985 年度以降 30 年間分示した（図 2）．それによると，この期間の座間味島の年間観光客数は平均すると約 5.4 万人であるが，年毎の変動が激しいことが読み取れる．これは，座間味島を取り巻く社会環境の変化に対応している．

1985-86 年度に 3.5 万人程度だった年間観光客数は，座間味島やスキューバダイビングを取り上げた二つの映画[8]の影響で 6 万人にまで急増する．さらに，バブル経済最盛期の 1991 年度には 8 万人近くまで達した．バブル経済崩壊後は約 5 万人前後で推移していたが，1990 年代後半の沖縄ブームにより観光客は増加に転じ，1999 年度には 7.5 万人まで回復する．しかし，2000 年代に入ると，2001 年にオニヒトデの大量発生，2003 年に SARS，2006 年には新型インフルエンザの発生，2008 年秋にはリーマンショック，そして 2011 年 3 月には東日本大震災と，座間味島観光を取り巻く社会状況，自然状況が厳しい状況が続き，2009-11 年は 5 万人を割り込んでしまう．2012 年以降は日本経済の回復，ミシュラン 2 つ星や国立公園指定，外国人観光客の増加など好条件が整ったことで観光客も回復基調にあり，2015-16 年度ではバブル経済期や沖縄ブーム期に並ぶ 6 万人に達した．

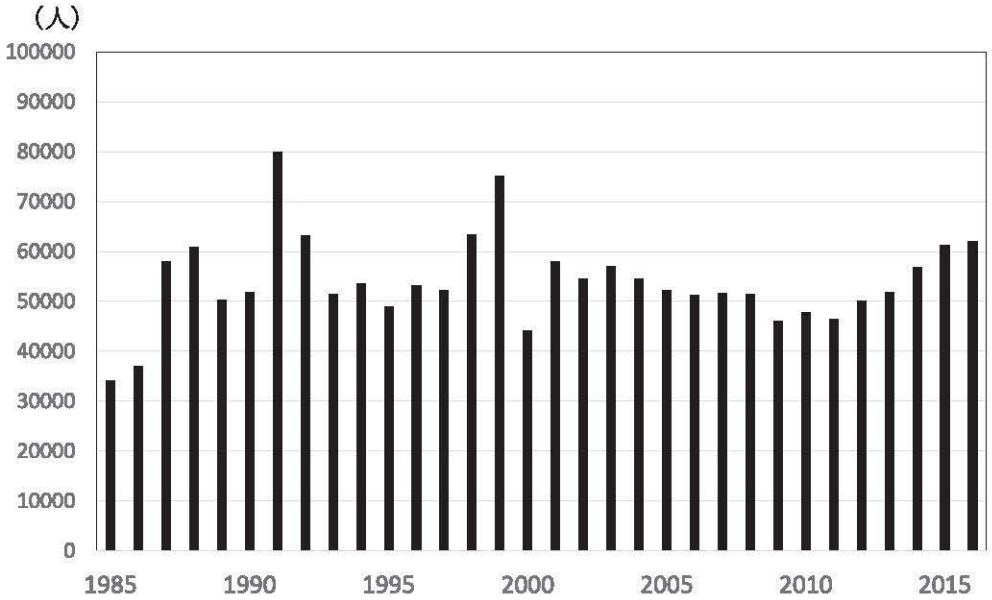

図 2　座間味島の入域観光客数の推移
（『離島関係資料』各年度より作成）．

Ⅱ．マリンレジャー事業所の特性と経営形態

1．調査対象者の特性

座間味島におけるマリンレジャー事業者の経営形態を明らかにするために，マリンレジャー事業所の経営者を対象に，アンケート調査と聞き取り調査を実施した（以下，2015年調査）．本節では，アンケート調査の結果を全数集計すると同時に，設立年代により経営者を3グループに区分し，グループごとの部分集計も行い，グループ間を比較してみる．なお，本研究ではマリンレジャー事業所を1992年以前に設立した第1グループ，1993-2002年に設立した第2グループ，2003年以降に設立した第3グループの3つに分類した．

第1グループは座間味島のダイビング黎明期から1980年代後半に島がダイビングの適地として一般的に認知され，バブル経済が崩壊した1992年までに事業所を設立した12店である．島で25年以上経営を続けている．第3グループは，バブル経済崩壊後のいわゆる「失われた10年」と呼ばれる経済低迷期間に事業所を設立した11店であり[9]，経営歴は15年以上である．そして，第3グループはそれ以降に事業所を設立した9店であり，経営歴は15年未満である．

1997年調査では，座間味島に21店のダイビングサービスが立地していた．このうち，2015年調査では19店の事業所が存続していた．18年間でわずか2店しか廃業しておらず，この期間の座間味島ダイビング事業所の継続率は90.5%である[10]．同期間の全国中小企業（個人企業）の継続率を算出したところ，29.8%であった[11]．すなわち，座間味島のダイビングサービス業は零細経営ではあるが，極めて継続性の高い業種であることが確認できる．回答を得た32店の経営者の特性を第1表に示した．

まず，経営者の出身地[12]をみると，座間味島出身者が13人，島外出身者19人である．島外出身者のうち，沖縄県外出身者は18人なので，座間味島のマリンレジャー事業所の約6割弱が沖縄県外出身者による経営である．1997年調査では，座間味島のダイビング事業者21人中半分弱の10人が県外出身者であったので，約20年間で県外出身者の割合が高まっている．沖縄県外出身者の内訳は，大阪府が6人と多い．次いで，北海道，福島県が各2人である．大阪府出身者が多く東京都出身者が皆無であること，地方圏出身者が相対的に多いことなどは，興味深い現象といえる．

出身地を経営者のグループ別にみると，経営歴が長い第1グループでは，12人中8人までが座間味島出身者である．これは，宮内（1998）でも指摘したとおり，1970年代に座間味島にスキューバダイビングという新しいマリンレジャーを県外出身のダイビング愛好者が持ち込んだことに対して，座間味島の漁業者が転業する，実家が民宿を経営していた子どもがUターンする，という形でダイビングサービスを始める，という地域的な対応があったためである．それが，第2グループでは座間味島出身者は11人中一人のみとなる．これは，1990年代後半になると，座間味島出身者で出店ができる人が少なくなり，代わって第1グループの事業所でインストラクターをしていた県外出身者の独立開業が続いたためである．第3グループになると，9人中4人までが座間味島出身者で，島出身の経営者が増えてきている．

経営者の平均年齢は52.0歳である．1997年調査では平均年齢41.6歳だったので，10歳高くなっている．この理由は二つ考えられる．

第一は，先述したとおり1997年調査以降で廃業した事業所が極めて少なく，経営者の年齢もそのまま高くなったためである．特に，第1グループの平均年齢は61.1歳と還暦を越えている．このグループは1970年代後半から80年代にかけて島にUターンまたはIターンをしている．転入時の平均年齢は27.3歳であったが，すでに在島期間が平均33年を数えている[13]．第2グループの平均年齢は49.3歳，第3グループの平均年齢は44.1歳と事業所設立年が新しくなるグループほど平均年齢も低くなる．しかし，1997年調査では20歳代の経営者が3人いたが，2015年調査では第3グループといえども20歳代は皆無である．

このことと関連して，第二の理由として開業時の平均年齢が，第1グループ30.0歳，第2グループ31.7歳，第3グループ35.0歳と上がっているためである．それは，第1グループは転入後すぐに

表 1　座間味島観光事業所経営者の特性

	番号	事業所開設年	出身地	年齢	転入年	転入時年齢	開業時年齢	開設準備年	他事業所勤続年数
第1グループ	1	1976	山口県	62	1975	22	23	1	0
	2	1978	座間味島	64	1978	27	27	0	0
	3	1980	座間味島	65	1975	25	30	5	0
	4	1983	座間味島	64	1976	25	32	7	0
	5	1984	座間味島	67	1984	36	36	0	0
	6	1984	座間味島	58	1977	20	27	7	3
	7	1985	大阪府	66	1985	36	36	0	—
	8	1986	座間味島	60	1984	29	31	2	0
	9	1987	北海道	—	—	—	—	—	—
	10	1988	座間味島	55	1985	25	28	3	2
	11	1989	福島県	59	1985	29	33	4	3
	12	1990	座間味島	52	1989	26	27	1	0
第2グループ	13	1994	座間味島	49	1988	22	28	6	8
	14	1994	埼玉県	54	1989	28	33	5	5
	15	1995	大阪府	50	1991	26	30	4	1.5
	16	1995	長崎県	49	1988	22	29	7	5
	17	1996	北海道	44	1993	22	25	3	2
	18	1996	静岡県	53	1991	29	34	5	5
	19	2000	沖縄県	46	1989	20	31	11	10
	20	2000	大阪府	45	1993	23	30	7	5
	21	2000	長野県	63	1989	37	48	11	0
	22	2001	大阪府	47	1991	23	33	10	10
	23	2001	鹿児島県	42	1998	25	28	3	3
第3グループ	24	2003	大阪府	48	1990	23	36	13	12
	25	2003	座間味島	55	1981	21	43	22	20
	26	2003	座間味島	40	1999	24	28	4	1
	27	2005	座間味島	54	1980	19	44	25	20
	28	2005	神奈川県	44	1994	23	34	11	11
	29	2005	座間味島	46	1999	30	36	6	0
	30	2008	大阪府	43	2001	29	36	7	5
	31	2010	福島県	33	2002	20	28	8	3
	32	2011	京都府	34	2000	19	30	11	10

（アンケート結果から作成）.

事業所を開業させ，独力でガイドサービスの技術を身に付けていったのに対して，第 2 グループ以降は，島内の先駆的な事業所，多くは第 1 グループの事業所でインストラクターを経験してから自分の店を持つ，という形をとるようになったためである．表 1 によると，第 1 グループは回答のあった 10 人中 7 人までが島内の他事業所でのインストラクター経験はなかった．これが第 2 グループになると，11 人中 10 人までが他事業所でのインストラクター勤務経験があり，そこでの勤続年数は平均 5.0 年である．さらに第 3 グループになると，9 人中 8 人までが他事業所での勤務経験を有し，勤続年数は 9.1 年となる．中には，20 年以上の他事業所経験者もみられる．

2. 経営形態の多様化

次に，32 事業所の経営形態を表 2 にまとめた．これによると，民宿等の宿泊施設を併設する事業所は 11 店である．宿泊施設を併設するメリットとしては，マリンレジャー部門と宿泊部門の両方から収入を得ることが出来ること，冬季のオフシーズン中でも一般観光客の宿泊に伴う収入が得られること，限られた滞在時間でより多く潜れるように食事の時間や休憩時間を自由に設定することが

表2　マリンレジャー事業所の経営状況

番号	事業所開設年	出身地	併設施設設置年		事業所の土地	所有船数	スタッフ数		提供サービス								
			民宿	飲食店			オン	オフ	体験	ファン	シュノ	ホエー	SUP	カヤッ	釣り	ボディ	タイプ
1	1976	山口県			借地	1	—	—	○	○	○						①
2	1978	座間味島	1976		所有	2	5	4	○	○							①
3	1980	座間味島	1975		所有	2	5	4	○	○	○						①
4	1983	座間味島	1994		所有	1	3	3	○	○	○	○					②
5	1984	座間味島	1984		所有	3	15	15	○	○	○	○		○			②
6	1984	座間味島	2000		購入	1	3	3	○	○							①
7	1985	大阪府	1985	1985	購入	3	2	2	○	○	○	○			○		②
8	1986	座間味島			所有	1	2	—	○	○	○						①
9	1987	北海道			購入	1	3	2	○	○	○						①
10	1988	座間味島			所有	3	2	—	○	○	○	○	○	○	○		②
11	1989	福島県			借地	2	1	1	○	○	○						①
12	1990	座間味島			借地	1	9	2	○								①
13	1994	座間味島	1980		所有	2	7	5	○	○		○					②
14	1994	埼玉県			借地	—	2	—	○	○	○	○					②
15	1995	大阪府	2012		購入	1	2	1	○	○	○		○	○		○	②
16	1995	長崎県			借地	1	3	3	○	○	○						①
17	1996	北海道			借地	1	3	3	○	○	○		○				②
18	1996	静岡県	1996		購入	1	2	2	○	○							①
19	2000	沖縄県			借地	1	2	2	○	○							①
20	2000	大阪府		2008	借地	1	4	2			○						③
21	2000	長野県			借地	2	3	2				○					③
22	2001	大阪府	2011		購入	1	1	1		○							①
23	2001	鹿児島県			購入	1	4	—			○	○	○	○			③
24	2003	大阪府	2003	2007	購入	1	5	2	○	○	○	○	○				②
25	2003	座間味島			借地	2	2	—	○	○	○	○					②
26	2003	座間味島			購入	1	6	4			○		○	○			③
27	2005	座間味島			所有	1	1	1	○	○	○	○			○		②
28	2005	神奈川県			借地	1	3	1	○	○	○	○					②
29	2005	座間味島			所有	1	1	1							○		③
30	2008	大阪府			借地	1	1	1	○	○	○						①
31	2010	福島県		2013	購入	1	3	2		○			○				②
32	2011	京都府			借地	1	2	2		○							①

注 スタッフ数のうち，オンは8月頃のオンシーズン時，オフは12月頃のオフシーズン時の数である．提供サービスのうち，体験は体験ダイビング，ファンはファンダイビング，シュノーはシュノーケリング，ホエールはホエールウオッチング，ボディはボディーサーフィンの略である．

（アンケート結果から作成）．

できること，が挙げられる．

民宿併設は土地と家屋を所有する座間味島出身者が6店と半数以上を占める．特に，1980年代開設事業所に集中している．飲食店を併設する事業所は4店であり，全てが県外出身者の経営である．特に，大阪府出身者は6人いるが，そのうち5人までは民宿または飲食店を併設している．民宿と飲食店の両方を併設しているのは，大阪府出身の二人のみであり，座間味島出身者にもみられない形態である．

県外出身者が民宿や飲食店を併設できるようになったのは，事業所の土地を購入して自己所有地にしたことが要因の一つと考えられる．1997年調査では，座間味島出身者が経営する11店のうち，10店までが事業所の土地は自己所有していた．それに対して，県外出身者は10店中9店までが借地であった．宮内（1998）では，県外出身経営者の事業所の土地に借地が多い理由として，古くから

島に住む旧住民が，新住民である県外出身者に土地を安易に売らない傾向にあること，県外出身経営者は資本力に乏しい上に，土地の購入よりもダイビング船の購入を優先する傾向にあることを指摘した．

これが2015年調査になると，座間味島出身経営者13店中11店までが購入も含めて自己所有であるのは1997年調査と同様であるが，県外出身経営者19店中8店までが購入により事業所敷地を自己所有地にしていた．表2の7番，9番の経営者は1997年調査後に土地を購入している．土地購入は在島期間が長い第1グループの県外出身者に多いという傾向は認められず，第2，第3グループの県外出身者でも土地購入をしている．このことは，この20年間で座間味島の旧住民が新住民に集落内の土地を売ることに寛容になってきていることを表している．

事業所のスタッフ数をみると，夏季のオンシーズン中には合計107人，冬季のオフシーズン中には71人であった[14]．スタッフはマリンレジャー部門と民宿・飲食店部門に分けられる．特に後者の民宿では，オンシーズンのみ雇用されるスタッフが多いため，季節変動は大きい．1事業所当たりの平均スタッフ数は，オンシーズンで3.5人，オフシーズンで2.7人である．これをグループ別にみると，第1グループは前者で4.5人，後者で4.0人と全体平均より各1人以上多い．これは，このグループの事業所は経営歴が長く人気店も多いこと，民宿を併設している事業所が多いことが理由と考えられる．それに対して，第2，第3と経営歴が短くなるグループほど，事業所の規模も小さくなり，スタッフ数も少なくなる[15]．

所有するダイビングボート数でも同様な傾向が見られる．回答した31事業所全体で所有ボートは43艘である．1997年調査では25艘であったため，約20年間で1.7倍に増加している．1997年調査では，ダイビングボートを所有していない事業所が回答した16店中4店あった[16]．しかし，2015年調査ではダイビングボートを所有していない事業所はない．経営期間が長い第1グループには，3艘所有が3店，2艘所有も3店あり，1店当たりの所有艘数は1.8艘である．それに対して，第2，第3グループでは3艘所有店は無く，2艘所有がそれぞれ2店，1店のみである．平均所有艘数は第2グループで1.2艘，第3グループで1.1艘と第1グループと比較すると低い．この理由は，平均スタッフ数の違いと同じと考えられる．ただし，1997年調査時と比較すると，1番，2番，4番，5番，6番，13番はそれぞれ1艘ずつ所有艘数を減らしている．これは，第1グループを中心に，経営歴が長い事業所は経営者も高齢となり，事業を縮小している過程にあるため，と考えられる．

事業所が提供するマリンレジャーの種類をみてみる．体験ダイビング（24店），ファンダイビング（26店）というスキューバダイビングのガイドサービスが多い[17]．次いで，シュノーケリング（21店），ホエールウォッチング（12店），SUP[18]（7店），カヌー・カヤック（5店），釣り（4店），ボディーサーフィン（1店）と続く．1事業所当たりの提供サービス数は3.1である．

1997年調査では，全事業所がスキューバダイビングのガイドサービスをしていたが，その後に開設された事業所の中には，スキューバダイビングのガイドサービスをしない店が5店ある．具体的には，20番はシュノーケリング専門店，21番はホエールウォッチング専門店，23番と26番はスキューバダイビング以外のマリンレジャー一般，29番は釣り専門店である．

特に，SUPは2000年代に入り日本に導入された新しいマリンアクティビティである．1988年開設の10番のような第1グループの事業所でも提供することもあるが，15番，17番，23番，24番，26番，31番といった20年以内に設立された第2，第3グループの事業所が提供する傾向がみられる．SUPを提供している7店のうち，座間味出身経営者は2店であり，相対的に県外出身経営者が取り組んでいる傾向がみられる．

このように，座間味島のマリンレジャー事業所は，①スキューバダイビングのガイドサービスに専念している事業所[19]（14店），②スキューバダイビングのガイドサービスもするが，ホエールウォッチングやSUP，カヤック，釣りなど幅広くマリンレジャーを提供している事業所（13店），③スキューバダイビングのガイドサービス以外の

マリンレジャーを提供している事業所（5店）の3つのタイプに分類できる．第1グループは①が8店，②が4店で，③はみられない．第2グループは①と②が各4店，③は3店である．第3グループは②が5店で，①と③が各2店である．すなわち，経営年数が新しくなるグループほど，①のようなスキューバダイビングのガイドサービスに専念している事業所の割合が相対的に減少し，マリンレジャーを幅広く提供する②や，スキューバダイビングのガイドサービスを行わない③のような事業所が増えてくる[20]．2000年代以降，座間味島のマリンレジャー産業は，それまでのスキューバダイビングガイドサービス一辺倒から，SUPやカヤックなど新しいマリンレジャーを取り込んで，提供サービスの多様化が進んできている．

この理由は2点考えられる．第1には，1997年調査でも座間味島にはスキューバダイビングガイドサービスはすでに21店立地しており，「日本一のダイビングサービス立地密度」（宮内，1998）と評されていた．図2のとおり，島の観光客数は2000年代に入り減少傾向にあったが，ダイビングサービスの開設が続いたため，過当競争の状況になったと考えられる．そのため，新規に参入する経営者の中には，ダイビングガイドサービス以外のマリンレジャーを提供することで，既存店との差別化を図ったと考えられる．第2に，座間味島を訪れる観光客のニーズが多様化したことである．1980年代後半までに座間味島はダイビングの適地と評価され，観光客もダイビング目的がほとんどであった．しかし，2000年代に入り，SUPやカヤックなど新しいマリンレジャーを楽しみたい観光客に加えて，ラムサール条約登録やミシュラン2つ星獲得など外部評価により，ダイビング目的以外の一般的な観光客が座間味島を訪れるようになる．このような観光客はスキューバダイビングよりも，低料金で手軽に楽しめるシュノーケリングやビーチでの遊泳を選好する傾向が見られる．このような観光客の目的の多様化に対応して，マリンレジャー事業所経営者も提供サービスを多様化させたと考えられる．

Ⅲ．マリンレジャー事業所及び宿泊施設の分布とその変化

沖縄の日本復帰以降，座間味島ではダイビングサービス等のマリンレジャー事業所や民宿等の宿泊施設が多く立地し，宿泊型観光地域が形成された．図3は，座間味集落内における1980年，1990年，2000年および2015年のそれらの分布を示したものである．

1980年では，役場から南西側および東側に民宿が17店分布している．これらは先述したとおり，1970年代に増加した海水浴客や釣り客が宿泊するための施設として設立されたものである．これらの多くは，座間味島出身世帯が夏季のオンシーズンのみ経営しており，世帯の副業的な位置づけであった[21]．マリンレジャー事業所は2店で，経営者の出身地は座間味島と沖縄県外が各一人である．この段階はマリンレジャー観光地化の黎明期といえよう．

1990年になると，増加するダイビング客に対応するようにマリンレジャー事業所と宿泊施設はともに増加している．特に，1980年代を通して，民宿経営をしていた座間味島出身世帯がダイビングガイドサービスを開設する傾向がみられ，宿泊部門とマリンレジャー部門を併設した事業所が5店を数えた．11店となったマリンレジャー事業所のうち，県外出身者は3店に増加した．この段階はマリンレジャー観光地化発展期といえよう．

さらに，2000年，2015年と経年するに従って，マリンレジャー事業所は16店，25店と増加している．特に県外出身者が経営者となる店が7店，15店と多くなってきている．民宿専門で経営をしてきた宿泊施設の中には，経営者が高齢化を理由に廃業したり，広い敷地を求めて阿佐集落や阿真集落に移転したダイビングサービスも見られたが，全体的には集落内は観光事業所で充たされ，現在はマリンレジャー観光地化充実期といえよう．

座間味島出身者によるマリンレジャー事業所は，先述したとおり多くが民宿併設で，集落内部，特に港に近い集落南側に多く分布している．一方で，沖縄県外出身者の事業所は1980年代から1990年代にかけて，集落の北端，西端の道路に面した空

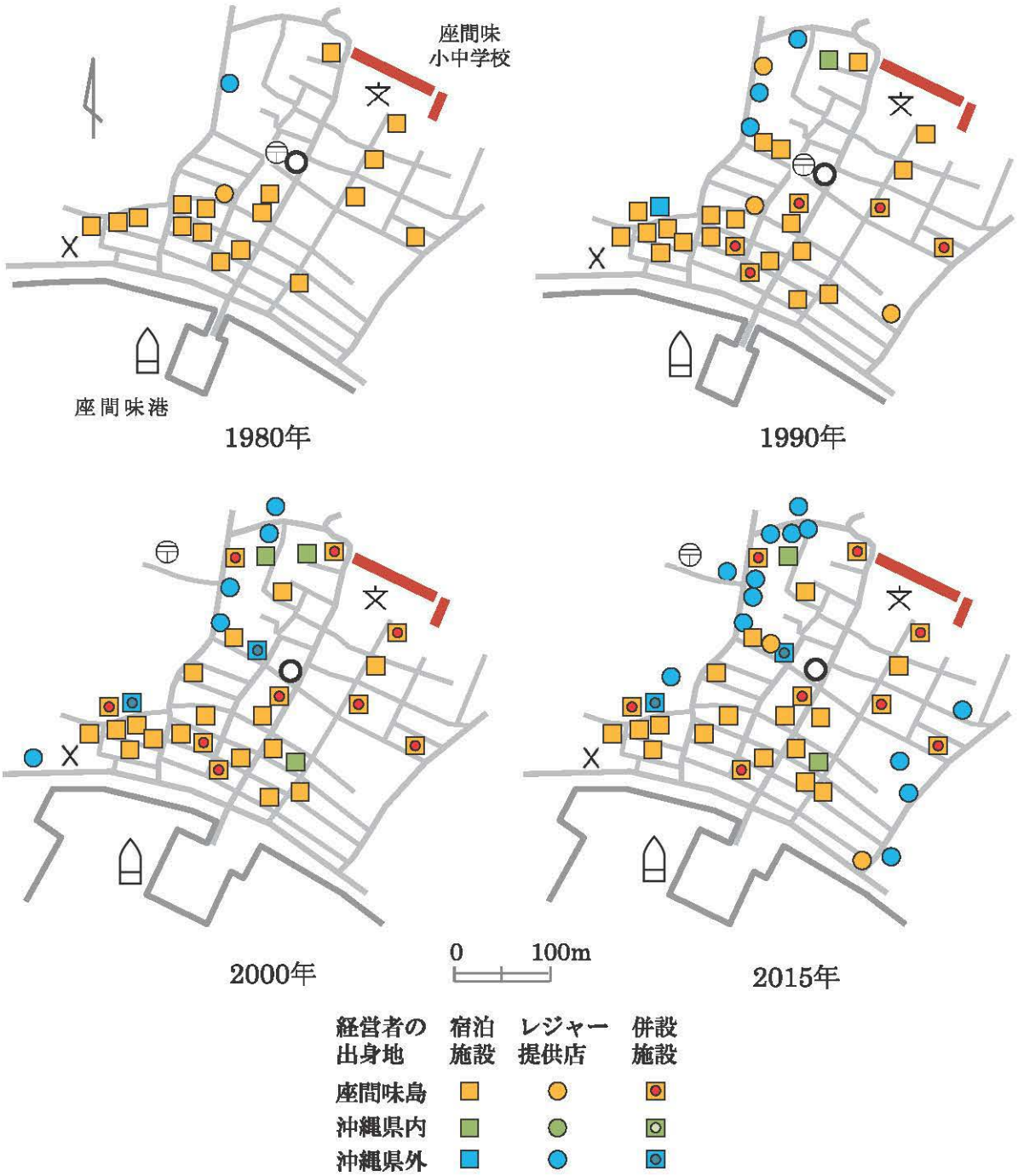

図 3　マリンレジャー事業所および宿泊施設の立地
（宮内 2003 および現地調査より作成）.

き地に設立されていく．それが，2000 年代以降になると，集落の東側の空き地にも開設されていく．先述したとおり，近年は旧住民たちが沖縄県外出身の事業所敷地を売却するようになってきている．しかし，それは集落の周縁部の空き地に限定されており，集落内部の家屋付き土地を県外出身者に売却することは，まだ一般的ではないことが図から読み取れる．

Ⅳ．マリンレジャー事業所経営者による現状評価と顧客認識

1. 近年の経営状況の評価

本章では，マリンレジャー事業所の経営者がどのように近年の状況を評価しているのかを，アン

ケート結果をもとに考察する．ここでいう近年とは，観光客が増加傾向にある2012年度以降の4年間を想定している．この期間は先述したとおり，日本経済が順調に推移したうえに，外国人観光客の増加，国立公園指定など島の観光を取り巻く社会的条件に恵まれている．

近年の観光客の増加に対して，マリンレジャー事業所経営者はどのように評価しているのだろうか．島の観光客の増加が，自分の事業所でマリンレジャーサービスを受ける「顧客増に結びついている」と考えている経営者は32人中11人であった（表3）．一方，「顧客増に結びついているとはいえない」と考えている経営者は13人と多い．さらに，観光客の増加が「顧客増に全く結びついていない」と極めて否定的に捉えている経営者は8人いる．すなわち，島の観光客の増加に対応するように顧客が増加している事業所は全体の3分の1に過ぎず，多くの事業所で顧客の増加や売り上げの増加に結びついていない現状が伺える．

提供しているマリンレジャーのタイプ別に，顧客増を強く否定している経営者数をみると，ダイビングサービスを専門とする①の事業所経営者14人中5人，ダイビングを含めて多様なサービスを提供している②の事業所経営者13人中3人となっている．それに対して，ダイビング以外のサービスを提供している③の事業所経営者では5人中0人であった．このことから，ダイビングガイドサービスを行っている経営者の中には，近年増加した観光客の中には，スキューバダイビング以外のマリンレジャーを楽しむ層が増えただけ，と認識している人もいることが伺える．一方，ダイビング以外のマリンレジャー事業者は，増え続ける観光客をうまく顧客として取り込んでいるといえる．

顧客増を否定的に示したダイビングサービス経営者に聞き取りすると，ラムサール条約登録や国立公園指定により，国内観光客は多く島を訪れるようになったが，「新たに来島する観光客はマリンレジャーをしない日帰り一般観光客が増加しただけ」「マリンレジャーをしても，水着のまま楽しめるシュノーケリングやカヤック，SUPが人気で，専門の装備，知識や技能が必要で，費用が高く設定されているスキューバダイビングまでする客は少ない」に代表されるように，安価で手軽なレジャーを求める客層が多くなったと感じている．また，ミシュラン2つ星を契機として島を訪れるようになった欧米系の外国人客は「長期滞在をするが，テントを張って古座間味（ビーチ）でゴロゴロしているだけで島にお金を落とさない」，急増するアジア系外国人客は「自転車で島内をまわり，古座間味で泳いですぐ帰る」と評しており，外国人客はマリンレジャーサービスを受ける者が少ない．さらに，「一般観光客の増加のため，昔から座間味に来てくれるリピーター客が避けて来なくなった」と近年の観光客増が古くからの顧客にとってマイナスに作用している，と感じている経営者もいる．

それを裏付けるように，顧客の船舶や宿泊の予約の取りやすさの状況について，「取りにくくなっていると強く感じる」と回答した経営者は32人中26人に達した（表4）．「取りにくくなっていると感じる」と回答した経営者は残り6人で，「これまでと変わらないと感じる」と回答は皆無であった．

表3　観光客の増加と顧客変化

経営タイプ	3	2	1	N
経営タイプ①	5	4	5	14
経営タイプ②	3	7	3	13
経営タイプ③	3	2	0	5
合　計	11	13	8	32

回答
3：顧客増に結びついている．
2：顧客増に結びついているとはいえない．
1：顧客増に全く結びついていない．
（アンケート結果から作成）．

表4　顧客の船舶や宿泊予約の取りやすさ

経営タイプ	3	2	1	N
経営タイプ①	0	1	13	14
経営タイプ②	0	4	9	13
経営タイプ③	0	1	4	5
合　計	0	6	26	32

回答
3：これまでと変わらないと感じる．
2：取りにくくなっていると感じる．
1：取りにくくなっていると強く感じる．
（アンケート結果から作成）．

これに関して，提供サービスの形態による認識の違いはみられない．座間味航路の船舶予約は主に電話で行われているが，ゴールデンウィークや夏休み等の繁忙期には，電話がつながらない状況が発生している．

このような状況の背景には，長年の慣習が大きく関与している．すなわち，ゴールデンウィークや夏休み等のオンシーズンになると，日本全国の旅行会社が座間味島を訪れるツアーや旅行パックを打ち出すが，船舶運航者の座間味村と旅行会社との間で，毎回の船舶の出港時に旅行会社に対して一定数の座席を常に確保しておく慣習である．そのため，オンシーズンになると，一般席はすぐに予約で満席になる[22]．ダイビングのリピーター客の中には，行きたい時に中々チケットがとれない座間味島を敬遠する動きが出ている，とダイビングサービス経営者たちはみているのである．

2. 集客の対象と外国人観光客への対応

マリンレジャー経営者はどのような特性の人々を顧客として集客したいのだろうか．7つの特性ごとに尋ねたところ，顧客として最も集客をしたい特性は「日本人の常連客」で，加重得点は2.69と高かった（表5）．次いで「日本人の新規客」(2.63)，「若年層」（2.47）と続く．逆に，「アジア系外国人」の加重得点は1.19と最も低く，「欧米系外国人」(1.28)，「団体客」（1.56）が続く．すなわち，経営者たちは日本人の若年層の個人客を顧客のターゲットとして考えており，外国人や団体客は重視していない傾向がみられる．

経営タイプ別に比較すると，ダイビングガイドサービスを専門とする経営タイプ①にこの傾向が顕著である．タイプ①の経営者への聞き取りによると，スキューバダイビングは危険なスポーツであるため，水中ではガイドと常にコミュニケーションを取ることが求められており，言葉が通じないとコミュニケーションが取れなく，命が危険にさらされる．そのため，日本語がある程度わかるまたは日本語が話せる同伴者がいないと，ダイビング客として受付を行うことができない，とのことである．

外国人観光客に対する取り組みを行っている事業所は14店で，全体の約4割程度である（表6）．相対的に多様なマリンレジャーをサービスするタイプ②やダイビングガイドをしないタイプ③の事業所に多い．具体的な取り組みとして，「外国語を学んでいる，外国語をある程度できるスタッフを雇っている」が7店，「外国語のホームページを作成している」が7店，「外国人にも分かりやすいサービスを心がけている」が5店であった．

表5　顧客として重視したい特性層

	3	2	1	N	加重得点
日本人の常連客	24	6	2	32	2.69
経営タイプ①	11	3	0	14	2.79
経営タイプ②	9	3	1	13	2.62
経営タイプ③	4	0	1	5	2.60
日本人の新規客	21	10	1	32	2.63
経営タイプ①	10	4	0	14	2.71
経営タイプ②	8	4	1	13	2.54
経営タイプ③	3	2	0	5	2.60
アジア系外国人	1	4	27	32	1.19
経営タイプ①	1	1	12	14	1.21
経営タイプ②	0	1	12	13	1.08
経営タイプ③	0	2	3	5	1.40
欧米系外国人	1	7	24	32	1.28
経営タイプ①	0	1	13	14	1.07
経営タイプ②	0	3	10	13	1.23
経営タイプ③	1	3	1	5	2.00
若年層	18	11	3	32	2.47
経営タイプ①	7	6	1	14	2.43
経営タイプ②	10	3	0	13	2.77
経営タイプ③	1	2	2	5	1.80
中高齢者層	9	19	4	32	2.16
経営タイプ①	3	10	1	14	2.14
経営タイプ②	5	6	2	13	2.23
経営タイプ③	1	3	1	5	2.00
団体客	5	9	18	32	1.59
経営タイプ①	2	5	7	14	1.64
経営タイプ②	2	3	8	13	1.54
経営タイプ③	1	1	3	5	1.60

回答
3：強くそう思う．
2：そう思う．
1：あまりそう思わない．

（アンケート結果から作成）．

表6　外国人観光客に対する対応

	対応1	対応2	対応3	なし	N
経営タイプ①	2	1	2	9	14
経営タイプ②	1	3	1	8	13
経営タイプ③	4	3	2	1	5
合計	7	7	5	18	32

回答
対応1：外国語を学んでいる，外国語をある程度できるスタッフを雇っている．
対応2：外国語のホームページを作成している．
対応3:外国人にも分かりやすいサービスを心がけている．
（アンケート結果から作成）．

V．おわりに

以上のように，本研究ではマリンレジャー観光地化が進んでいる沖縄県座間味島において，マリンレジャー事業所の経営形態と分布について1997年調査と比較して，この20年間でどのように変容したのかを明らかにした．また，経営者にアンケート調査を行い，現状評価と顧客認識について新たに検討した．その結果は，次のようにまとめられる．

①2015年現在，座間味島には32店のマリンレジャー事業所が立地している．1997年調査時より転廃業した事業所は少なく，事業の継続性は高い．経営者の出身地は6割弱が島外出身者であり，1997年調査と比較してその割合が高まっている．経営者の平均年齢は52.0歳であり，1997年調査と比べると10歳以上高くなっている．

②32店のマリンレジャー事業所のうち，民宿等の宿泊施設を併設する事業所は11店である．1997年調査と比べて，県外出身者の併設事業所が増加している．その理由として，事業所の土地を購入して自己所有地にしたことが要因の一つと考えられる．これは，座間味島の旧住民が新住民に集落内の土地を売ることに寛容になってきていることを表している．

③1997年調査では，全事業所がスキューバダイビングのガイドサービスをしていたが，その後に開設された事業所の中には，スキューバダイビングのガイドサービスをしない店が5店ある．2000年代以降，座間味島のマリンレジャー産業は，それまでのスキューバダイビングガイドサービス一辺倒から，SUPやカヤックなど新しいマリンレジャーを取り込んで，提供サービスの多様化が進んできている，といえる．

④座間味集落内でマリンレジャー事業所や民宿等の宿泊施設の分布変化をみると，座間味島出身者によるマリンレジャー事業所は多くが民宿併設で，集落内部，特に港に近い集落南側に多く分布している．一方で，沖縄県外出身者の事業所は1980年代から1990年代にかけて，集落の北端，西端の道路に面した空き地に設立していく．それが，2000年代以降になると，集落の東側の空き地にも設立されていく．

⑤2012年以降は日本経済が順調に推移したうえに，外国人観光客の増加，国立公園指定など島の観光を取り巻く社会的条件に恵まれて観光客は増加している．しかし，マリンレジャー事業者の中には，スキューバダイビング以外のマリンレジャーを楽しむ層が増えただけ，と認識している人もいる．また，一般旅行客が増えたために，船舶や宿泊施設の予約が取りにくくなり，ダイビングのリピーター客の中には，行きたい時に中々チケットがとれない座間味島を敬遠する動きが出ている，と経営者たちはみている．

⑥マリンレジャー経営者は日本人の若年層の個人客が顧客のターゲットとして考えており，外国人や団体客を重視していない傾向がみられる．特に，ダイビングガイドサービスを専門とする経営タイプにこの傾向が顕著である．その理由として，危険なスポーツであるスキューバダイビングはガイドと常にコミュニケーションを取ることが求められており，言葉が通じない外国人は対応できないためである．

座間味村はダイビング等のマリンレジャーを中心とした観光産業をリーディング産業と評価しており，「定住の促進」とともに「産業の振興」を村政運営の2本の柱と掲げ，様々な事業に取り組んでいる[23]．そして，2本の柱の基盤として，運輸・通信の改善に取り組んでいる．運輸に関しては，2016年11月に新造船「フェリーざまみ3」が就航し，輸送力が向上した．通信環境の整備に関しては，ADSLが2006年2月に，携帯電話が2007年10月

にサービスを開始した．また，座間味港旅客待合所および観光案内所，阿佐・阿真両公民館にフリーWi-Fiスポットが設置されている．しかし，マリンレジャー経営者たちへの聞き取りによると，運輸に関しては先述した通り，観光客の増加に対応できていない，通信に関しては「光ファイバーケーブルを利用したFTTHでないため，通信速度が遅い」,「フリーWi-Fiスポットの設置が十分ではない」という声が多かった．近い将来，FTTHのサービスも開始され，島の通信環境は改善されると思われるが，座間味島が観光地として持続的に発展するためには，今後も行政は運輸環境と通信環境の整備を行い続けなければならないだろう．

座間味島における観光産業およびマリンレジャーの展望について経営者に聞き取りすると，「自然環境を保存したうえでより観光地化に力を入れるべき」,「今まで以上に滞在型の観光地になるべき」と考える経営者が多かった．「これ以上の観光客増加は自然破壊になる」,「国立公園以前の島に近づけるべき」といった意見も多く，観光客の急激な増加にともなう自然破壊が問題視されていることが明らかになった．今後も観光客数の増加が予測される中，いかに自然環境の保護を行うのか，座間味島のマリンレジャー事業所だけではなく，行政・環境省との連携が今後重要であると考える．

座間味島に最初のダイビングサービスが設立したのは，沖縄の日本復帰を控えた1971年である．それから45年が経ち，島はダイビングガイドサービスを核とするマリンレジャー観光地として発展している．事業所を1992年以前に設立した第1グループの経営者の中には，すでに還暦を過ぎている者も出てきている．一方，観光化に伴い，沖縄県外から島に嫁ぐ女性との間に生まれた子供たちは，すでに大学生から社会人になってきている．近い将来，第1グループの経営者が引退後は，その子供たちが還流移動（Uターン）をして経営を引き継ぐのかどうかを注目していきたい．

本研究にあたり，座間味島のマリンレジャー事業所経営者の方々には，アンケート調査や聞き取り調査等の調査協力を快く承諾していただき感謝します．また，現座間味村長の宮里　哲氏をはじめ，座間味村役場 総務福祉課，産業振興課の皆様に資料提供・聞き取り調査などの形で大変お世話になりました．記して，感謝いたします．

（受付　2017年5月10日）
（受理　2017年6月20日）

注

1) ラムサール条約の正式名称は，「特に水鳥の生息地として国際的に重要な湿地に関する条約」で，2017年6月現在，締約国数169か国，条約湿地数2,271箇所が登録されている（環境省，2017）．慶良間諸島海域は国内で20番目の登録であった．

2) 慶良間諸島国立公園は，「美ら海慶良間－海と島がつくるケラマブルーの世界」をテーマとし，サンゴ礁，多島海，海食地形，海食崖，砂浜，岩礁，鯨類の繁殖海域の景観要素から成る風致景観を保全し，これらの適切な利用の推進を図ることを目的としている．また，慶良間諸島国立公園の指定には慶良間諸島の優れた自然環境だけではなく，慶良間諸島に住む人々の取り組み等も高く評価された（環境省2014）．

3) 特に，座間味島北部（男岩（うがん），北平瀬（ぴらし），ンナザチの崎）の59haは「特別保護地区」に指定された（環境省，2014）．

4) 宮内（1998）以降の座間味島を含めた座間味村のダイビング観光地化について，地理学の成果として尾方（2000），宮内（2003），溝尾（2004），上江洲（2006）がある．また，地理学以外では，ダイビング産業や本土移住者に関して圓田（2006，2007a，2011）の一連の研究がある．また，資源保全や資源管理の視点から，圓田（2007b），高橋（2007）の成果が得られている．

5) 宮内（1998）では，座間味島を「ダイビング観光地」と位置づけた．しかし，現在はカヤック専門店などダイビングサービス以外のマリンレジャー事業者も多くなってきている．そのため，本研究ではマリンレジャー事業所を調査する．

6) 宮内（1998）の調査結果と比較するために，アンケート調査項目の多くを同一にした．

7) 男女別にみると，男性が4人減であるのに対して，女性は29人減と減少数が多い．

8) 1988年に座間味村を舞台とした映画「マリリンに逢いたい」が，翌年には映画「彼女が水着にきがえたら」が上映され，座間味島の魅力が広く知れ渡ると同時に，バブル経済期という好景気を背景に，島を訪れる観光客が増加した（宮内 1998）．

9) 第1表の24番のダイビングサービスは，1986年に開設された．現在の経営者は，2003年に先代より事業所を譲

り受けている．本研究では経営者に着目するので，この事業所は2003年開設として，第3グループに位置づけることにした．

10）継続率は19÷21×100=90.5で求められる．

11）『中小企業白書』（中小企業庁2017）の付属統計資料9表①「開業率・廃業率の推移（非一次産業）」の③個人企業に掲載されている各年度の廃業率を用いて継続率を算出した．

12）出身地は中学校卒業地とした．

13）第1グループの経営者には，在島期間が40年を超えた者が二人いる．

14）1997年調査では，オンシーズンが90人，オフシーズンが69人であった．

15）第2グループはオンシーズンで3.0人，オフシーズンで2.3人，第3グループでそれぞれ2.7人および1.8人であった．

16）船を所有していなくても，座間味島の漁師や漁業関係者に船を出してもらう，または船を借りることで，ガイドサービスを行うことは可能である．しかし，この場合，船のチャーター料金・レンタル料が発生して利益が少なくなるため，経営者は船の自己所有を目指す．

17）ファンダイビングは，PADIやNAUI等のダイビング指導団体が発行するダイビングライセンス（Cカード）の取得者が対象となる．一方，体験ダイビングは，ダイビング未経験者や初心者などを対象としたライセンスが必要ないものであり，ファンダイビングと比べて潜れるポイントが水深10m前後の比較的浅い場所に限られている．

18）Stand up paddle surfing（スタンドアップパドル・サーフィン）の略で，大きなボードに立ってバランスを取りながらパドル（櫂）で水を漕ぎ，波の斜面や水面を移動することを楽しむマリンアクティビティの一つである．

19）シュノーケリングもダイビングの一形態として，ファンダイビングも行っている場合は，ダイビングガイドサービスとみなし，①または②に分類した．しかし，ファンダイビングを行わずにシュノーケリングを提供している場合は，その意図を汲んで③に分類した．

20）このことに対応して，①タイプの経営者の平均年齢は53.2歳，②タイプは52.5歳，③タイプは47.2歳となっており，ダイビングガイドサービスをする①，②としない③では5歳以上の違いがみられる．

21）民宿の経営は，世帯主の妻を中心に行われていた．

22）80席ある旅行会社枠の座席が埋まらない場合は，当日空席が発生する現象が起きている．このような旅行会社との関係は，座間味島でダイビング観光が始まる以前から続いている．

23）観光客の受け入れ態勢の強化とともに誘客にも力を入れている．例えば，しながわ水族館や名古屋港水族館など沖縄県外の水族館で座間味村をPRするイベントを実施している．また，ダイバーの卵を育て，座間味の海でダイビングのきっかけ作りを目的とした「座間味村ダイバーズエッグプロジェクト」を実施している．

文　献

上江洲 薫（2006）：都市計画区域外における観光開発の地域的影響と開発規制条例の制定：沖縄県座間味村・旧玉城村・旧知念村を事例に．沖縄地理，7，1-23.

圓田浩二（2006）：沖縄への本土移住者たち：『ダイビングの島』の発展と変容．三浦耕吉郎編『構造的差別のソシオグラフィ』世界思想社，274-299.

圓田浩二（2007a）：座間味村におけるスキューバ・ダイビングの歴史とその課題．沖縄大学人文学部紀要，33-41.

圓田浩二（2007b）：海洋観光資源の保全の試みに対する社会学的考察――座間味村におけるダイビング・ポイントの利用と保全を事例として――．沖縄大学人文学部紀要，10，65-76.

圓田浩二（2009）：日本におけるスクーバ・ダイビングの変容――1950年代から1990年代まで――．沖縄大学人文学部紀要，11，1-11.

圓田浩二（2011）：排除と共生――座間味村のダイビング・ショップ問題――．沖縄大学人文学部紀要，12，83-94.

尾方隆幸（2000）：沖縄の離島における観光地域の構造――座間味島と小浜島の比較研究――．沖縄地理，5，99-116.

環境省（2014）：『慶良間諸島国立公園　指定書及び計画書』環境省.

高橋勅徳（2007）：座間味村におけるダイビング事業の成立とサンゴ礁保全――ダイビング事業者による資源管理――．環境社会学研究，13，204-213.

中小企業庁(2017)：『中小企業白書2017』中小企業庁，741頁.

溝尾良隆（2004）：ダイビング事業の進展に伴う地域社会との葛藤．立教大学観光学部紀要，6，1-12.

宮内久光（1998）：島嶼地域におけるダイビング観光地の形成と人口現象――沖縄県座間味村を事例として．人間科学，1，299-335.

宮内久光（2013）：座間味島の観光地化と県外出身者の存在形態．平岡昭利，編『離島研究』海青社，71-92.