

北マリアナ諸島政府観光局とサイパンのイメージ：再考

(原案 国際交流学科 2年 大久保和美、福本拓也)

この報告書では、北マリアナ諸島政府観光局 (Marianas Visitors Authority) が持つ「日本に対して売り出したいサイパンのイメージ」に関して考察を行なうとともに、私たちゼミ生がサイパンを実際に見てまわって感じたことを比較検討する。

北マリアナ政府観光局は、ロタ、テニアン、サイパンに観光客を誘致する重要な役割を担っており、サイパンのオフィスが本局にあたる。北マリアナ諸島で行なわれるスポーツや文化芸術イベントを主催・後援するのも重要な役割だ。東京にも事務所を設け、日本のメディアに北マリアナ諸島の魅力をプロモーションしている。

昨年同様、今年のゼミ研修も観光局を訪問した。 昨年の場合、ゼミ生はサイパンの戦跡を訪ね、戦争がいかに残酷な行為かを実感したかを局長と話し合った。今年は、様子が異なった。 観光局の日本担当官は、サイパン観光に関して確固たるイメージを売り出す決意を持っているようだった。 日本の近くにありながら、自然が豊かで、ゴルフやスクーバダイビング、ウィンドサーフィング、釣りなどのマリン・レジャーなどのレジャー設備が整っている「トロピカル・ランド」「南国のパラダイス」といったイメージ — 青い海と空、色鮮やかなトロピカル・フラワーと、黄金の夕日につける。

かつてこの島を訪れる観光客の大半は日本人だった。しかし、JAL が成田—サイパン直行便を取りやめて以来、日本人観光客は減少する傾向にある。 日本人観光客が再びサイパンに戻ってくるようにするのに 「トロピカル・パラダイス」のイメージだけで足りるだろうか。 以下、政府観光局と私たちゼミ生との間の質疑応答の中で浮かび上がった、サイパンのイメージにまつわる問題点について、説明考察を行なう。

太平洋戦争へのイメージ

政府観光局としては、サイパンが日本の植民地であったことや、太平洋戦争における戦場であったことは、日本に対して売り出すイメージに含めたくないようである。その主な理由は、それがネガティブなイメージで、観光客によっては気分を害するかもしれないからだと言う。すでに戦後 60 年以上が経過しており、戦争の悲劇を振り返る時は過ぎたとのことだ。

今年の研修でも、ゼミ生はサイパン島に残るさまざまな戦跡を見学した。サイパン

国際空港周辺に今も無造作に残されたままの高射砲、日本軍弾薬庫跡、海の中に半分沈んだままの戦車、旧海軍司令部跡、防空壕、そして有名なバンザイ・クリフ、スーサイド・クリフ、ラスト・コマンド・ポストなど。観光名所として知られているスポットには慰霊碑が立ち並び、観光客も手を合わせる。しかしそれ以外の戦跡には観光客はいない。第一見学が容易くできるようには維持されていないのだ。旧海軍司令部跡は、個人所有の土地内にある洞窟で、所有者の特別許可をもらって、ジャングルを20分ほどかき分けて見学に行くのだから、普通の観光名所ではない。昨年ゼミ生が訪れて息を呑んだという、極楽谷野戦病院跡は、雑草が茂りすぎて車が近づけないとのことで、今年は見学できなかった。それ以外の戦跡は、街中に当たり前のように残る戦車の残骸や、戦争で命を失った人々の墓などで、これもまた「観光名所」とは言いがたい。単に撤去する予算がないだけで放置されているのだ。

つまり戦跡は、サイパンに暮らす人たちにしてみたら、生活の中で日常化しているか、または風化していくものようだ。確かにそれを「観光」の対象にすることは、難しいかもしれない。しかし本当にそれで良いのだろうか、と思った。

アジアのイメージ

サイパンには、中国人、韓国人が経営する店があちこちにあり、漢字やハングル文字が目につき、アジア的な雰囲気を感じる。実際サイパンの人口7万2000人中、フィリピン人は29パーセント、チャモロ人21パーセント、中国人19パーセント、カロリニア人5パーセントを占めているのだから、アジア人がサイパン人口のほとんどを構成している。しかし政府観光局は、サイパンに、アジアのイメージを強調したくないようである。日本人が観光でアジアの魅力を求めるなら、「本場」の中国、台湾、香港、韓国などに行くはずで、わざわざサイパンに来てアジアを味わおうとするはずがない、と考えているからだ。「アジア的な雰囲気」に「場末のわびしさ」を感じる日本人観光客も確かにいるようだ。たしかにサイパンで低賃金で働くアジア人労働移民の姿は、観光地の華やかさからかけ離れている。

しかし日本で出版されているサイパンのガイドブックを見ると、本格的中華料理や韓国焼肉の店、フィリピンのファースト・フード店、タイ式マッサージなどがセールスポイントになっているのも事実だ。また近年日本人観光客が減少した分、韓国、中国、そして極東ロシアからの観光客が増加し出したが、彼らはサイパンの「アジア的な面」をどう考えているのだろうか。サイパンに存在する「日本的なもの」は、彼らにとって魅力となっているのであろうか。

今回の研修では、サイパンの中国人会や韓国人会の会長さんにあつて、彼らの組織と日本との関係などの話を聞くことができた。様々なエスニック・グループは、本国同士の関係はさておいて、サイパンでは仲良くやっているようだ。「アジアのイ

メージ」を隠したい、という姿勢は、今ひとつ説得力が欠けるように思える。

アメリカのイメージ

政府観光局に、2009年からサイパンに対するアメリカ合衆国の直接統治が強まることに関して意見を求めると、アメリカ政府が干渉するのは、労働基準と移民に関してのみで、その他の行政は北マリアナ諸島政府が継続して行うことを強調していた。しかし同時に、サイパンにおけるアメリカンなイメージは、観光客をひきつけるプラス・ポイントと見ているようだ。近年、サイパンを訪れる裕福なロシア人観光客が増えた一因には、ロシア人にとっては、サイパンのほうが、アメリカ本土よりも入国審査が緩やかだったことがある。ロシア人にとってサイパンは、「手軽にアメリカを味わえるところ」として人気だったのだ。(もっともこの点は、今回の「連邦化」に伴う移民法規制強化で、今後変化がおこることは、注目に値する。)

日本人観光客にとっても、アメリカンなイメージのほうが、アジアのイメージよりも受けがいいようには見える。しかし、サイパンにおける「アメリカ」にはどのようなものがあるだろう。ガラパンにあるハードロック・カフェ、ステーキ・ハウス、免税店、アメリカ資本のスーパー・マーケット、アメリカそのものの郵便局、学校、道路標識などか。サイパンは、グアムほどにはアメリカ化されていない。そしてそこがサイパンの素朴な魅力につながることも、政府観光局は自覚しているようだ。そこをどのように日本人観光客に伝えるかが難しい。

チャモロ文化、カロリニア文化のイメージ

政府観光局は、チャモロ人、カロリニア人といったサイパンの先住民族の文化も売りにしている。観光局では、チャモロの祭りや、手工芸品、音楽、食べ物などを積極的に紹介して、観光客の興味を集めるようにしている。ところがこれがあまり上手くいっていない。

2003年7月、ハファダイ・ビーチホテルに隣接する約8000平方メートルの敷地に、チャモロ人、カロリニア人と交流しながら彼らの伝統文化体験ができる「サイパン地球人村 (Chamolinian Cultural Village)」というアトラクションが誕生した。ビーズ・貝殻・ヤシの葉細工、ココナッツ・オイル作り、マーマー(花輪)作り、チャモロ料理教室、伝統的投げ網漁・カヌー体験などを味わう娯楽と教育の場だ。しかし現在は、夏季限定の開催、それ以外は「ミニ地球人村」と称して、個人宅を訪ねて伝統文化体験を味わうような企画に、スケールダウンしてしまった。チャモロ料理のレストランは不振で、閉鎖してしまったところもあった。

数年前、日本のテレビで紹介されて爆発的な人気となった「ボージョー人形」は、

チャモロ人の間に伝わる伝説に基づいたものだ。だがそれ以来、日本でブレイクしたチャモロ・カロリニア文化は思い当たらない。毎木曜日の夜開かれる、観光客に人気の「ガラパン・ストリートマーケット」でも、チャモロやカロリニアの食文化などが特に強く主張されているようにも見当たらない。結局、先住民族のイメージにも、上にあげた「アジア性」「アメリカ性」と同様のジレンマがあるようだ。

まとめ

以上がマリアナ政府観光局で聞いた話と、私たちが研修中見て感じたことである。サイパンには、多くのアイデンティティが並存しているため、観光に関しても、単一のイメージを決定しきれていないような印象を受けた。

政府観光局によると、ロタ、テニアン、サイパンの3つの島には、それぞれ「エコロジー」「平和」「発展」というサブ・イメージを用意したそうだ。ロタ島は他の2つの島に比べてより一層手つかずの自然が残る島で、「エコロジー」のイメージを押し出して、エコ・ツーリズムで売り出しているとのことだ。テニアン島は日本本土空襲を行なったB-29や、原爆搭載機のエノラ・ゲイが離陸発進したことになんて「平和」というイメージである。サイパンでは戦争に関するイメージは避けて、隣のテニアンでは「米軍の原爆投下」にかけて「平和」を売りにする、というのも今ひとつ説得力に欠けるような気がする。

ちなみにサイパン島は「発展」というイメージを売りだしたいらしい。しかし、残念ながら今回の研修でサイパンを見て感じたことは、観光地らしい華やかさがあるのはガラパン周辺のみで、他の地域は、さまざまな経済的ダメージをうけて「さびれている」という印象だ。島の経済を支えた縫製工場は、移民政策の変化で次々に閉鎖され、08年の夏、島の電力政策は破綻をきたし、私たちの滞在中何度か停電を味わった。政府観光局の考えるサイパンのイメージと、サイパンの現実には隔たりがあるのではないかと、思った。島の発展の停滞は、観光業に悪影響を及ぼし、観光業の停滞は、また島の発展を停滞させる。植民地と戦争の過去、アジア文化、アメリカ文化、そしてチャモロ文化、カロリニア文化の甘く苦い存在の全てを、青い空と海とともにアピールさせる方法を見出したいものだ。

参考：2005年、北マリアナ政府観光局が日本人を対象に行なった「観光地としてのサイパンの価値」調査として、以下がある。

『マリアナ政府観光局市場調査結果サマリー』（マリアナ・ニュースレター vol.43
(2005) japan.mymarianas.com/japanese/release/summary_research1104.pdf



1. 世界旅行博（於東京ビッグサイト）の、北マリアナ諸島政府観光局特設ステージで。



2. ボージョボー人形などサイパンの民芸品を売る店にて。 但し中国人が経営していた。



3. サイパンのイメージは、これにつきる？