

宮崎観光の社会学 (4)

—ポスト新婚旅行ブーム期における宮崎県の観光政策—

明星大学 熊本博之

1 研究の目的と背景

昭和 50 年代に入って新婚旅行ブームが終わると、宮崎県は新たな観光政策を打ち立てる必要に迫られる。その中心にいたのは、松形祐堯宮崎県知事と、昭和 40 年代半ばからポスト新婚旅行ブームを見据えた観光開発を進めていたフェニックス国際観光社長の佐藤棟良氏である。

宮崎県が 1980 年に発表した「亜熱帯ベルトパーク構想」では、国際級の海洋性滞在型観光レクリエーション地域づくりが目指されていたが、開発の中心は公的機関であり、目的も県民の憩いの場づくりの方に力点が置かれていた。しかし 1983 年に発表された同実施構想では、民間主導で観光レクリエーション関連施設の整備を進めていくことが目指された。そして 1987 年に成立した総合保養地域整備法（リゾート法）の指定をとるために、宮崎県は「宮崎・日南海岸リゾート構想」を策定し、1988 年 7 月にリゾート法の第 1 号指定を受ける。これに応じて佐藤は同年 12 月、フェニックスリゾート株式会社（フ社）を第三セクターとして設立し、1993 年、約 2000 億円をかけたリゾート施設「シーガイア」が完成する。

だがしかしシーガイアは、開業後、一度も黒字になることなく、2001 年に会社更生法の適用を受ける。この無謀ともいえるシーガイアの開発がなぜ実現してしまったのか。これを宮崎県の観光政策、国の政策、フ社のメインバンク第一勧業銀行（DKB）の方針、松形知事の政策理念と佐藤社長の経営手法・理念から明らかにすることが本報告の目的である。

2 方法

宮崎県の観光政策の分析、県の政策担当者およびフ社の担当役員への聞き取りを元に考察を進める。

3 結果

ポスト新婚旅行ブーム期における宮崎県の観光政策は、民間主導によるリゾート施設の開発へとシフトし、リゾート法の指定を受けたことでフ社が誕生する。佐藤は、大阪で起業した製紙会社「旭洋」を成功させ、宮崎でもホテルとゴルフ場、国際会議場を中心とする観光業を成功させていた（熊本 2014）。DKB が 2000 億円という巨額の融資を資本金 3 億円のフ社に対し実施できたのは、この「旭洋」の存在があった。また非財閥系銀行である DKB は、バブル経済によって生まれたお金の優良な投資先を捜してもいた。こうしてシーガイア開発の準備は整った。

ではなぜ宮崎はシーガイアを求めたのか。その理由は宮崎の経済レベルの低さにある。松形知事も佐藤社長も、「貧乏県」宮崎を豊かにするためには観光客を通して都会からお金を獲得するしかないという理念を共有していた。観光資源に乏しい宮崎県に観光客を呼び込むためには、「世界に通用する」立派な施設をつくる必要がある。そのためシーガイアは、当初の予算を大幅に超える 2000 億円もの巨費を投じて造られたのである。

4 結論

以上より、シーガイアの建設を可能にしたのは、①宮崎県の観光政策の変化、②フェニックス国際観光による観光開発の成功、③バブル経済による景気の好況と DKB の巨額融資を可能にした「旭洋」の存在、④リゾート法の制定と第 1 号指定の獲得、⑤宮崎の経済レベルの低さという諸要因が複合的に関わり合ったことである。

文献

入谷貴夫、1999、「『宮崎・日南海岸リゾート構想』の財政問題」『宮崎大学教育文化学部紀要』1号
熊本博之、2014、「大淀川から一ツ葉へ」『明星大学社会学研究紀要』第 34 号