HOKUGA 北海学園学術情報リポジトリ
学校法人北海学園
北海学園大学
北海商科大学

タイトル	観光発展史におけるマスツーリズムの意義
著者	郭，倩；GUO，QIAN
引用	
発行日	2020-04-01

Hokkai-Gakuen Organization of Knowledge Ubiquitous through Gaining Archives.

2019 年度　博士論文

観光発展史におけるマスツーリズムの意義

Significance of Mass Tourism in the History of Tourism Development

北海商科大学　大学院商学研究科

郭　倩

目次

序章　観光発展史の研究の目的と方法 3
1. 研究の目的 3
2. 研究の意義 12
3. 研究の視点と方法 15
4. 本論文の構成 16
第 1 章　資本主義の生成・発展と近代ツーリズムの成立 18
第 1 節　前近代資本主義社会の観光―「旅」の範疇に止まる観光形態 18
1. 商人資本の役割と海外市場の展開 18
2.「大航海時代」と商人たちの取引の旅 20
3. 旧領主たちの保養地経営と教養修業の旅 22
4. 伝道者たちの布教活動とアジア 23
5. 中国の旅に関する事例 25
6. 旅の媒体と観光対象 27
第 2 節　近代資本主義社会の成立と観光―「余暇の誕生」と近代ツーリズム 27
1. 資本主義社会の担い手たち 27
2. コマーシャル・トラベラーたちの活躍 29
3. 新興ブルジョワジーと近代ツーリズムの成立 30
4. 都市に集中した労働者たち 33
5. 鉄道の役割と観光地開発 37
6. 観光媒体としての観光産業の展開 40
第 3 節　帝国主義と植民地時代の観光―マスツーリズムの萌芽と特徴 42
1. 世界市場の拡大とアメリカの台頭 42
2. 移民とアメリカの労働者の形成 43
3. 両大戦間期におけるツーリズム 46
4. 新しい観光客体としての植民地 57
第 2 章　戦後世界の経済成長とマスツーリズム 65
第 1 節　戦後世界の再編とマスツーリズムの展開 65
1. 戦後世界の再編 65
2. 戦後資本主義陣営における高度成長と観光 67
3. マスツーリズム時代の到来：背景と条件 71
第 2 節　欧米先進国におけるマスツーリズムの発展 82
1. 戦後における欧米先進国の観光政策（フランスとアメリカ） 82
2. グローバリズム時代の観光―欧米先進国観光形態の変容 94
第 3 節　日本におけるマスツーリズムの発展 96

1. 戦前の日本の観光業 96
2. 高度成長期の国内観光と海外観光 98
3. グローバリゼーションと日本の観光 107
第3章　グローバリズムの展開と東アジアの観光 119
第1節　東アジアにおけるグローバリズムと観光 119
1. グローバリゼーションと東アジア 119
第2節　中国における観光の発展 123
1. 社会主義時代の中国の観光 123
2. 中国におけるマスツーリズムの出現と発展 126
3. 中国の観光政策の特徴と観光業の発展 135
4. 中国の大衆旅游（マスツーリズム）時代の特徴と発展 143
第3節　ASEANの国際観光市場への登場 153
1. 東アジアの経済成長とASEAN経済共同体の発足 154
2. ASEANにおけるマスツーリズムの展開 159
3. ASEANにおける観光媒体の整備――交通整備 167
終章　「新しい観光の在り方」の意義 173
第1節　観光社会学が指摘するマスツーリズの問題点 173
第2節　オーバーツーリズムと「新しい観光の在り方」の意義 176
第3節　結語 181

序章　観光発展史の研究の目的と方法

1．研究の目的

本研究のテーマは、「観光発展史におけるマスツーリズムの意義」であり、近代社会の発展とともに変化する観光のありようを明らかにすることが本研究の課題である。

本研究において用いる「観光」とは、広く観光現象一般を表現する。つまり、一般に言われるような、観光行動、その観光行動を可能にする各種観光事業、さらに観光者を受け入れる地域との諸関係など、観光に関する諸関連事象を含めている。この観光現象を構成する諸要素については、次のように指摘されている[1]。第 1 の構成要素は、観光行動の主体としての観光者である。この観光者が他の観光現象と取り結ぶ諸関係によって表現される観光のありようを本研究ではすべて観光形態として表現した。この観光形態のうちには多様な観光形態があり、例えば、団体ツアー、パッケージツアーをはじめ、体験ツアーやグリーンツアーなどである。構成要素の第 2 は、観光者の観光行動の客体としての観光対象（観光資源ないし観光地）である。一般的には、このうちには、この観光対象の魅力を観光者が十分に享受するための各種の便益（ホテルやレジャー施設など）を含めて考察対象とされるが、ホテルやレジャー施設などは、歴史的に考察すると、観光者のために新たに作り出されたもの、あるいは既存のものでも、観光現象の出現によって機能転換を果たしたものとして把握する必要があり、こうしたものを第 2 の構成要素から除いて、次の第 3 の構成要素とした。第 3 の構成要素は、第 1 の構成要素である主体と第 2 の構成要素である観光対象を媒介するものである。具体的には、アクセス（交通）手段と情報及び情報発信機関であるが、本研究では、上に指摘したように、観光者が享受する各種の便益をも含めている。本研究では、この 3 要素によって構成される観光を歴史的発展の諸条件との関係において、いかなる現象として現れているかを明らかにし、その現象ないし形態の歴史的意義を明確にする。その際、観光の主体と客体を媒介するアクセス手段及び観光業者の媒体としての便益の意義や役割を明確にする。本研究は、観光現象の歴史的形態を明確にすることによって、観光の歴史的発展と今後の観光のありようを展望しようとするものであるが、その研究の意義については、次項の「研究の意義」において指摘する。

---

[1] 岡本伸之編『観光学入門―ポスト・マス・ツーリズムの観光学』有斐閣アルマ、2001 年、14-15 頁の記述を参考にまとめた。この『観光学入門』では、観光現象を構成する第 4 の要素として、すべての要素に影響を及ぼす政府や地方自治体による観光政策と観光行政を挙げているが、本研究でも、この要素について、できる限り考察の対象としたが、観光行政や観光政策の意義に関しては、後日稿を改めて論じたい。

本研究は、観光を観光現象ないし形態として把握し、その歴史的形態を明確にすることを研究目的とすることを指摘したので、観光とは、どのように言語表現されているのか、観光の定義に関する問題を検討し、本研究がどのように観光を定義するかについて指摘しておきたい。

現代の観光の定義として、その簡潔さからたびたび言及されるものの一つに観光政策審議会答申第 39 号「今後の観光政策の基本的な方向について」(1995 年 6 月) における定義がある。同答申は前文で観光を「余暇時間の中で、日常生活圏を離れて行う様々な活動であって、触れ合い、学び、遊ぶということを目的とするもの」と表現している。また、1999 年版の『観光学事典』は、余暇時間とは何かを述べつつ、観光を「自由時間における日常生活圏外への移動をともなった生活の変化に対する欲求から生じる一連の行動である」と定義している[2]。この「自由時間」は生活時間から睡眠・食事など生活するうえで必需な時間、仕事・学業・家事といった社会生活をするうえで必要な時間、それに通勤・通学の時間を除いた時間であって、「余暇 (レジャー)」と呼ばれる。上記の 2 つの観光の定義に共通するのは「余暇時間」と「日常生活圏外」である。つまり、観光とは「日常生活圏外」において行う「余暇活動」ということになろう。余暇活動が日常的に使用されているレジャーあるいはレクリエーションと同義であることを考えれば、これらの定義における観光行為の内容はレジャーあるいはレクリエーションの一部として捉えていることを意味している。このことは、すでに観光政策審議会答申第 8 号「国民生活における観光の本質とその将来像」(1969 年 4 月) に明確に示されていた。つまり、観光とは、自己の自由時間 (＝余暇) のなかで、鑑賞、知識、体験、活動、休養、参加、精神の鼓舞等、生活の変化を求める人間の基本的な欲求を充足するための行為 (＝レクリエーション) のうち、日常生活圏を離れて異なった自然、文化等の環境のもとで行なおうとする一連の活動である。こうしたことから、日本における観光の概念は、1969 年の「答申」で示された定義を基調としているということができよう。

「観光学は、発展途上の学問であり、今の段階で観光の普遍的な定義を示すことは難しい」とされるが[3]、これが観光学の現状であることはまちがいない。代表的な観光の定義が観光学の文献では、紹介されているが、本研究では、こうしたこれまでの一般的な定義を踏まえて、国連開発計画 (UNDP) の実施機関として 1975 年に設立された世界観光機関 (World Tourism Organization, UNWTO) の定義は次のようである[4]。‘Tourism comprises

---

[2] 長谷政弘編『観光学辞典』同文館、1999 年、玉村和彦「観光」、1 頁。

[3] 例えば、前掲『観光学入門』(3 頁以下参照)。なお、この定義に関して、溝尾良隆編著『観光学の基礎』(観光学全集、日本観光研究学会監修、第 1 巻) 原書房、2009 年の第 2 章で網羅的に紹介されている (16 頁以下) ので参照されたい。

[4] United Nations, Department for Economic and Social Information and Policy Analysis Statistical Division and World Tourism Organization, *Recommendations on Tourism Statistics*, Series M No. 83, United Nation, New York, 1994. この国際的な定義には、「訪問国内で報酬を得るための活動を行う以外のもの」であること、「1 泊以上 12 ヵ月を越えない期間」であることという限定が付されているが、ここでは、とくにこうした限定にこ

the activities of persons traveling to and staying in places outside their usual environment for not more than one consecutive year for leisure, business and other purposes not related to the exercise of an activity remunerated from within the place visited'（「ツーリズムは、継続して1年を超えない期間で、レジャー、ビジネス、その他の目的で通常の生活環境外の場所を訪れ、そこに滞在する人々の諸活動であり、旅行・滞在先で報酬を得ることを目的とする活動を除いたものである」）。これに基づき、最も簡潔に、「居住地以外の国で、通常の生活環境を離れて旅行すること」とする。国内旅行の場合は、上記規定の「居住地以外の国（観光対象地）」を「居住地以外の地域」に変更すればよく、この定義が最も本研究に適合的であると判断した。

こうした簡潔な定義を世界観光機関（以下、UNWTOと略称する）の規定に則して行った第1の理由は、以下にみるように、「語源による含意」の検討を通して得られた結論からいっても、本研究の意義や分析に最も適合的であると考えられたからである。第2の理由は、本研究が、以下の分析で、各国とりわけ中国やASEAN諸国の観光を考察する際、UNWTOが作成する統計を使用するので、実情を把握するのに統一的基準が必要とされるということからである。第3の理由は、日本語の訳語としての観光がツーリズムという歴史的現象を理解するうえで、学問的に共通した言語表現として通用していると判断されたからである。

本研究では、後に指摘するように、「マスツーリズム」の歴史的意義を検討することにあるが、この「マスツーリズム」は、「ツーリズムを観光と訳した日本語」として通用していることに関係しているので[5]、この訳語の意味について指摘しておく必要がある。日本語の「観光」は、明治中期[6]、ツーリズム（tourism）という外来語の訳語として、観光という言葉が当てられた[7]。ツーリズムは、語源からいえば、ギリシア語tornos「円を描く道具、具体的には旋盤」から派生したラテン語を経由してできた古フランス語「回転」に由来するとされる[8]。このtour（ツアー）に+ismや+istをつけて観光の意義や行動な

だわらない。なぜなら、興業・出稼ぎや商用目的の場合でも、「兼観光」（『観光白書』）という語があるように、これらに関係する目的であっても、観光の要素を兼ねることが多いからであり、また、期間についていえば、一般に人口学の観点から人口移動に関していえば、1年以上を超える居住に関しては、居住地の人口に含められるので、居住地以外という事態が生じないからである。

[5] これに対して、溝尾は、むしろツーリズムこそ「旅行」であり、観光と訳語されてきたものは、「旅行」にすべきだという見解を示している（前掲『観光学の基礎』、37頁）。

[6] 前掲『観光学入門』によれば、「大正時代にツーリズムの訳語として『観光』を当てた」（5頁）とされ、国立国会図書館『観光と観光事業』（国際観光記念行事協力会、1967年）をあげているが、下記注6にみるように、明治中期には、この訳語があるとされている。

[7] 上田卓爾「観光学における『観光』の歴史的用例について―『観光丸』から『観光』を見直す」（財団法人アジア太平洋観光交流センター『第11回観光に関する学術論文入選論文』、2005年12月）によれば、明治23（1890）年、touristが観光外人と翻訳され、大正8（1919）年の帝国議会速記録に観光外客があるとされる。

[8] グリニス・チャントレル編（澤田治美監訳）『オックスフォード英単語由来辞典』柊風社、2015年。

どの表現や観光客とする日本語が作られた。これが、外国（英語圏）において、17 世紀半ばから、いくつかの場所を巡って（訪問し）戻ってくることと関連して使われるようになったとされる。19 世紀に入って、世界旅行の新しい様式、とくにアメリカ的観点からみた場合の旅行の新しい性格を説明するのに役立つものとして[9]、このツアーから派生したツーリスト（観光客）という言葉が使用されるようになった。このツーリスト tourist は、アメリカ英語の辞典では、one who makes a tour, esp. for pleasure（*Webster's Encyclopedic Unabridged Dictionary of the English Language*）とされ、「楽しみのためにする旅行する」ということが強調されていた[10]。しかし、「ツアー、ツーリスト、ツーリズムといった用語が一般的に用いられるようになったのは 1930 年代以降のこと」であるとされている[11]。

他方、訳語として当てられた「観光」の語源は、よく指摘されるように[12]、中国の『易経』における「観」卦（六四）の「觀國之光。利用賓于王。象曰、觀國之光、尚賓也。」（国の光を観る。もって王に賓たるに利（ヨ）ろし。象に曰く、国の光を観るとは、賓を尚（タツトブ）なり）の文言に由来する[13]。この文意は、「その君徳の反映たる国俗の威勢光輝」であることを観ることであり、その君主から賓客のもてなしを受けて国事に力を尽すことであった。中国の歴史的事柄からすれば、戦国時代（BC400-222）、この賓客はさまざまな国王のもとを訪問し、巡り歩き、どの国の国俗が自分にとって仕えるのにふさわしいか見極めたとされる。主体（賓客）は、国という自らの「居住地を離れる、巡り歩く、仕官を求める（通常の生活環境と異なる）」といったことから、ツアーの語源の意をほほカバーしていると考えられるので、これが適訳とされた経緯は明らかではないとされるが、きわめて適合的な訳語であるといえる。中国であれ、ヨーロッパであれ、「国」という概念が近代的な「国家」という概念に置き換えられるのは、17 世紀中葉のウェストファリア条約以後のことであり、それまでの国は居住地であり、その人が所属する共

---

[9] D. J. ブーアスティン（星野郁美、後藤和彦訳）『幻影の時代―マスコミが製造する事実』東京創元社、1964 年、97 頁。

[10] 日本語の英語辞典には、この「楽しみのためにする」とフレーズが欠けている。辞書のほとんどは、「アメリカ英語」を基礎にしていないからであろう。

[11] 前掲『観光学入門』、6 頁。ここではオギルヴィエ（F. Ogilvie）『ツーリスト移動論　The Tourist Movement』、1934 年が参照されている。

[12] 例えば、溝尾良隆「ツーリズムと観光の定義」（前掲『観光学の基礎』）、19 頁を参照。だが、ここで指摘しておかなければならないことがある。それは、観光の定義に関して言及するどの文献も、典拠が中国の古典『易経』にあることを指摘しているが、「国の光を観る」あるいは「国の光を観せる」という歴史的事実がどうして生じたのか、それはどのようなことを意味しているのか、その対象とされる君主や賓客などはどのような社会的地位にいた人たちであり、どうしてそのような行為が一般化していたのかということに関しては、なにも説明されていない。後述するような「旅」の語源に関しても同様のことがいえる。西洋の事情では、その根拠とされる歴史事実についてはある程度説明されているが、漢字で表現される語源については何等の説明もないのは大きな問題である。本論文結論において指摘するように、こうした人の動きについて、事例を以て、歴史的に確定していくことが今後の課題の一つである。

[13] 高田眞治、後藤基巳訳『易経』下、岩波文庫、1969 年、204 頁以下。

同体の範囲を意味し、その共同体を離れることが「国」を出て戻ってくることを意味したのである。重要なことは、居住地を離れるといったこと、換言すれば、こうした観光という言葉が生まれるには、まずなによりも人の移動という社会的現象があったということである。

この観光という言葉については、日本の通用的な最も早い辞典とされる大槻文彦『言海』（明治 24 年、1991 年再刊）には「観光」という言葉はないし、その後の「大言海」（1932 年）においても、この観光は登録されていない。一般的に普及されていなかったものと思われる。だが、漢和辞典の体裁をもつ『大字典』（大正 6 年、1917 年）では、「観光」として、「その国の文物制度などを視察すること、今は、転じて、遊覧（見物して回ること-引用者）の意味にもちふ」とある。「旅」することとは異なった使い方になっており、当時、一般には、この「観光」は、外国人が日本に来て、日本の文物制度を視察すること、つまりインバウンドの外国人観光者の視察を指す言葉として主に用いられたとされている[14]。この観光の原意に関する解釈において、漢学者今井宇三郎によれば、程頤の「易伝」及び朱子が観（見ること）に「上からみること（観示）、つまり示す」と「下からみること（仰観）、つまり視察」を明確にしたことを指摘している[15]。こうした解釈に従えば、観光の客体としての要素（ホスト側）からは、外来人を受け入れるという「上からの視角」が生まれてくるし、外来人が視察してその地域を理解するという「下からの視角」も与えられる。それが時代を経て、いわゆる民主化が進展し、「上」と「下」との階級的差別がなくなり、両者の平等の関係が普遍化してくると、受け入れる側つまりホスト側の対応が重要な観光の構成要素になり、ゲストとホストの新しい関係が生じ、他方、ゲスト側の仰観する視察が「観ること、みて楽しむこと」を主とした sightseeing になっていくとともに、「お客様は神様である」式の「おもてなし」がホスト側の観光の重要な構成要素となっていくことも理解できるであろう[16]。

戦後になって、とくに 1964 年（海外旅行の自由化）以降、高度成長とともに、日本人の外国行き（アウトバウンド）にこの「観光」という語が用いられるようになり、その後、国内国外ともに、国際観光、国内観光として使用されていったと考えてよいであろう。

---

[14] 前注 6 でも指摘したことであるが、よく指摘されるように、1930 年、政府が鉄道省に外貨の獲得を目的として外国人観光者を受けいれるための「国際観光局（Board of Tourist Industry）」を設置したことがこの例として挙げられる。観光とは、前注 12 で指摘したことを踏まえて、ここで説明できる範囲内のことであるが、本来的には「他国」の人々を対象にして用いられた言葉であったのである。

[15] 今井宇三郎著『新釈漢文大系 24　易経』明治書院、1993 年、上、441 頁、下、1789 頁。

[16] すでに前注 1 に記したような政府や地方自治体の政策や対応もこうした関係の下で、観光の要素に含まれることになる。なお、sightseeing という言葉も、tourist という言葉と同じ頃現われたものであるとされ（前掲『幻影の時代』、97 頁によれば、記録されている最初の用例は 1847 年であるという）、tourism と sightseeing の訳語には、ともに「観光」が当てられるのが適当であると指摘されている（D.マキァーネル（安村克己、須藤廣、高橋雄一郎、堀野正人、遠藤英樹、寺岡伸悟訳）『ザ・ツーリスト―高度近代社会の構造分析』学文社、2012 年の翻訳に関する「凡例」を参照）。

以上のような「観光」の定義に関することと関係して、「旅」という言語表現もよく用いられる。和語の「たび」は、柳田男によれば、「タベ（給べ）」であり、交易や交際を求める「声」が起源とされる[17]。また、もともと「タビ」は、人からの給与をあてにして歩いたということから、「ものもらい」をいう言葉に由来し、「トビ」（他の地方へ訪問するときに持参する食物の名で、贈り物を持って訪ねてくる客が「トビトビ」、「タビタビ」といった）を起源にする説、さらに「タビ（他火）、つまり他人の家で調理した食物を頼りにする」からという説、ほかに「タツヒ（発つ日）」説など多様であるが、定説はない[18]。この「たび」が漢字の「旅」に当てられたが、その漢字源からすれば、「旗＋並んだ人々」で、「氏族旗の下に一団の人々が隊列を組んで進む意で、その軍団をいい、また遠行することをいう」（白川静「字典」）が元の意味である。『説文解字』によれば、「軍の五百人を旅と為す」としており、団体ツアーの添乗員が持つ目印の旗を連想させる。但し、一人が旗を奉じて出行することは「游（遊）」というとされる（白川静「字通」）。中国語で「旅游」という言葉があるが、これは団体旅行と個人旅行の両方を指しているのである。この漢字「旅」に和語の「たび」が訓せられたのであろう。あるいは「リョ」という漢字があって、その後、「たび」と訓読されるようになったのであろう。先の『言海』によれば、旅は、「家を出でて遠きに行き途中にあること、家を離れて一時他郷に在ること」とし、さらに増補版の『大言海』（1935 年）では、「タドル(足偏に連なるの漢字)日ノ義」を加えている[19]。『大字典』では、「旅は客也、居所を離れ他方に客寄するをいふ」としている。いずれも故郷を離れて旅立つことを意味していた。これまでの観光学ではあまり指摘されていないが、旗を掲げて集団で行動するというよりも、居住地を離れるという意味が込められている「旅」の解釈が日本でしだいに一般化していったのは、「観光」と同様に、『易経』の「旅」卦に由来するものと思われる。この『易経』における「旅」の意味するところによれば、「山上有火旅（山の上に火＝離があるのが旅である）」とし、「山上の火が次々に燃え移って、一所に止まらぬ卦象」とされ、高田・後藤の解釈によれば、「旅して他郷に在れば、親戚故旧の頼るべき者はおらず不便の事も多いから、万事につけて大

[17] 柳田国男『青年と学問』岩波文庫、1976 年、43-46 頁。
[18] 以上の諸説については、堀井令以知編『語源大字典』東京堂出版、1988 年。「たび」という和語に「旅」という漢字がいつ頃当てられたかについて定かでないが、「万葉集」に使用されている事例や「たび」を説明する各辞典等の事例から推測すれば、次に指摘する「易経」の影響を強く受けたものであり、和語よりも早くに漢字があったように思われるが、今後の検討に委ねたい。
[19] この「足偏に連なる」の漢字は、『説文解字』にも、白川静『字通』（CD-ROM 版、平凡社、2003 年）にもないが、中国の『康熙字典』と『辞海』にこの漢字がみえる。しかし、「タドル」という意味には使われていないし、単漢字での使用はない。この漢字が表現する意味は定かではないが、『辞海』によれば、「連蹇(レンケン)」と同義とされ、そのなかの一つの意味として、『易経』の蹇(あしなえ＝歩行が困難なこと)卦にならい、「蹇は、難なり。険前にあるなり。険を見て能く止まる、知なるなり」（岩波、前掲 57 頁)とされ、行く手に困難があることを意味している。『字通』によれば、「辿(タド)る」は、近世以来「たどる」とよみ、行くに難渋する意に用いるとあるので、こうした行く手の難渋を表現する意味で大槻が使ったのであろう。

いに亨（トオ）るというわけにはいかないが、自重すれば少しく亨る。旅の恥はかき捨てよというような心は持たず、常に貞正を守って行動すれば吉である」ということである[20]。「序卦伝」では、「大を窮むる者は必ずその居を失ふ。故にこれを受くるに旅を以てす。旅して容るる所無し」とされ、盛大を極めると必ず安心して居住する場所を失い、外に逃れて羈旅の身となる。ところが、羈旅の身にあっては親しくしてくれる者も少なく、受け入れてくれるところもない。ただ柔順であればこそ受け入れてくれる[21]ということである。この卦では、一人で自分の本拠（居住地）を去って、遠行（他国）に出て放浪し、一時ある場所に身を寄せることが「旅」とされ、他国に旅している以上、正しいことを守っていなければならないが、だからといって、自分の志が実現されるわけではないので、不愉快の思いはぬぐえないと、その労苦が指摘されている。

ところで、この「旅」は、英語の travel の訳語として当てられているが、この travel の語源も、決して楽しいものではない。中世ラテン語の trepalium に由来する travel は、本来、「苦労、骨折り、苦労する仕事」などといった意味を持つ travail と同じ言葉であった。palium は、pole（棒）や pale（柵の杭）の語源でもあり、trepalium は 3 つの棒のついた攻め具を意味したものが、古フランス語を経て中英語（北部およびスコットランド方言）において、それが「骨折って働く仕事」から「骨折って旅する」意味に変化した。中世の旅には困難と疲労がつきものだったので、この語が「旅の骨折り」という意味に変化し、いまの travel になったとされる[22]。Travel の訳語としての「旅」も語源からして極めて適切なものと判断される[23]。

これまでのことをまとめて定義に関していえば、ツアーとは居住地における日常的な生活から一時離れて、楽しみを求めて旅行することであるということであり、とくにこうしたことが一般的にみられるようになったのは 1930 年代に入ってからであった。本研究では、資本主義の確立期に普及した「レジャー時代」に成立した「近代ツーリズム」が 1900～1910 年代にしだいに「マスレジャー（mass leisure)」に拡大発展していき、このレジャーの一部としての「ツアー」がさまざまな条件の下でより多くの人々（大衆）の間に普及していったと考えている。ランデスによれば、1870-1914 年のイギリス経済の特徴の一つとして、「大衆の余暇利用（mass leisure）が、ヨーロッパ史上はじめて強力な市

---

[20] 前掲『易経』、161 頁以下を参照。
[21] 前掲『新釈漢文大系 24　易経』、下、1817 頁。
[22] 前掲『幻影の時代』、96 頁、及び前掲『オックスフォード　英単語由来大字典』（グリニス・チャントレル編、澤田治美監訳）などによる。
[23] この「旅」と「観光」について、スタンダールの『ある旅行者の回想』(1838 年)に基づいて、アンドレ・ロッシュ「ヴァカンスと自然再訪」（アラン・コルバン（渡辺響子訳）『レジャーの誕生』藤原書店、2000 年、113-114 頁)は次のような興味深い指摘をしている。フランス語では、観光客というのは、「個人的な文化に自分の時間を使おうとして旅だった旅行者を指しているとされる。また、ツアー(あるいはグランド・ツアー)はその主体を出発点へ連れ戻す遠観を意味しているのに対して、旅行は、語源的に、『進むべき道のり』を示すものである」という。つまり、観光（ツアー）は遠くに出て戻ること、旅は出かけたまま戻らないことであるという。

場形成力」となり、「これと共に、サービス部門―銀行業、保険や医師・弁護士にとどまらず、保養や旅行に必要なものを準備するすべての活動領域―も急速に成長を遂げていった」とされる[24]。本研究では、こうした「マスレジャー」あるいは「レジャー革命」の一環に組み込まれたツーリズムを「近代ツーリズム」としている[25]。本論文第1章で論じるところであるが、この「近代ツーリズム」が生じる前提には、労働する時間と余暇の時間との明確な区分が歴史的に確定されるという条件が必要であり、この余暇時間に対して「レジャー革命」とされる商業的レジャー産業が勃興し、観光対象とされる観光主体・観光媒体・観光客体に画期的変化が生じたのである。

西欧社会では、18 世紀に入り、「ツアー（tour)」という新語が創造され、居住地を出発して「教養と楽しみのための旅」をして戻ってくる行動を言い表すのにこの語が用いられるようになったとされる。それまでの「travel」などで表現される旅とは異質の、日常を離れた「楽しみのために行う旅」だけを指す新しい言葉とされた[26]。tour からツアーをする人（tourist）が生まれ（形容詞としても使われる)、やがて具体的行動の次元から普遍的な概念ないし社会現象を表す用語として tourism が派生するが、実際にツーリズムという言葉が使用された最も早い例は 1811 年とされている[27]。とりわけ、ブーアスティン（D. J. Boorstin）は「旅行」（トラベル）から「観光」（ツーリズム）への変質を指摘し、1962 年出版の『幻影の時代―マスコミが製造する事実』の第 3 章「旅行者から観光客へ―失われた旅行術」では、「観光客は戯画化されたものを探し求めるし、旅行代理店も外国の観光案内機関もすぐにそれを与えてくれる」と、変質された「観光」の本質を

---

[24] ランデス（石坂昭雄、富岡庄一訳）『西ヨーロッパ工業史』1、みすず書房、1980 年、369 頁。なお、荒井政治・原田聖治『交通経済の研究（2）―鉄道と自動車―』（関西大学経済・政治研究所、研究叢書第 57 冊、1985 年）は、こうした現象を「レジャー革命」と指摘しているが、「ヴィクトリア時代の『レジャー革命』の形成に影響力をもったのは労働者階級全般ではなく、そのなかでも比較的恵まれた階層であった点を見落としてはならない」と指摘している（16 頁)。

[25] この「近代的ツーリズム」について、高田は「『トラベル（travel)』から『トラブル』（trouble）を排除することで成立した」（高田公理「観光の未来」石森秀三編『観光の 20 世紀　20 世紀における諸民族文化の伝統と変容』、ドメス出版、1996 年、228 頁）として、「楽しみの要素」によるツアーを指摘し、これがマスツーリズムに先行している「近代ツーリズム」としている。しかし、J・アーリ（John Urry）（J・アーリ(加太宏邦訳)『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、1995 年、28 頁以下参照）をはじめ、ネッテコーベンら多くの研究者（第 2 章「学際的研究主題としての観光」11 頁）は、こうした現象を「マスツーリズム（大衆観光)」としており、「ツーリズム」そのものを「マスツーリズム」と定義している。本研究では、この主張を取り入れない。理由については、第 1 章及び第で述べるが、強調したいことは、前近代社会における「旅」の形態とは異なる新たな形態としての「楽しみの要素を持つ」観光が、労働と余暇が明確に区分される近代資本主義社会に生じたことにある。

[26] 前掲『幻影の時代』、97 頁。

[27] 溝尾良隆によれば、英国の「Sporting Magazine」にこの tourism が載ったとされるが、どのような形の物に掲載されたか詳細は指摘されていない（前掲『観光学の基礎』13 頁、注記 2)。しかし、本研究で指摘するように、「レジャー」の一つとして、スポーティング（冒険心を掻き立てる）のうちに旅行が加えられていたことは、当時一般的であったことを考えれば、十分このことが推測される。

指摘している[28]。つまり、本研究でいう「近代ツーリズム」の誕生であるが、こうした「変容」は、ヨーロッパ・アメリカから始まって、植民地に組み込まれた資本主義後発国のアジア諸国にも影響を与えた。

以上のことから、訳語としての「旅」も「観光」も居住地あるいは故郷を離れて遠行することを意味することであるが、「観光学」という学問上の意義としては、大きな相違があることに留意したい。両者は、観光の発展史上、19 世紀以降の資本主義の生成・発展とともに概念が異なるものとして歴史的に特定された観光現象を指示するものになり、それが後発国に輸入され、学問的に「翻訳される」ことによって、「旅」と「観光」を区分して、観光現象をとらえようとしてきた。こうしたことの変化の意義に注目して、本研究では、「旅」と「観光」を区別して用い、「楽しみの要素が」大きな意義を占める旅行を「観光」と表現する。

本研究は、観光形態の変化に関する基礎研究として、「マスツーリズム (mass tourism)」の誕生・発展及びそれ以降の観光の変化を考察し、「マスツーリズム」の観光史における意義を明確にすることにある。これまで、ツーリズムということに関して検討してきたが、ここでは「マスレジャー (mass leisure)」のうちに定着した「マスツーリズム」の意義について指摘しておく。「マスツーリズム (mass tourism)」とは、一般に豊かな社会の大衆が余暇活動としての観光を享受する社会現象とされている。英語の「mass」は、もともと「塊」を意味したものであり、社会的現象の表現としては、①「集団」と②「大衆」の二つの意味を持っている[29]。こうしたことを踏まえて、「マスツーリズム」についていえば、これまで主に次の二つの意味で解釈されていた。一つは、団体観光客によるパッケージ旅行のことであり、もう一つは、大衆がツーリズムを楽しむことである。第一の解釈は、ツーリズムの形態を特徴づける解釈であり、このうちには歴史的影響等に関する規定性がないので、一つの概念として考えることはできない。「マスツーリズム」には観光地に「大きいな塊としての大衆」が押し寄せる含意があることから、富裕層や社会のエリート層のみにとどまらず、労働者を含む人々の集団としての一般大衆 (general public) がツーリズムを享受できる状況に達した状態を指すものと考える必要があろう[30]。こうした概念を有するものとしての第二の解釈としての「マスツーリズム」には、歴史的規定性がある。どのような歴史的条件の下で「マスツーリズム」が誕生し、そうした観光現象が

---

[28] 前掲『幻影の時代』、97 頁。
[29] 「ブリタニカ百科事典」の注釈を参考にした。
[30] すでに前注 25 で指摘したように、J・アーリによれば、19 世紀に労働のパターンがより組織化され、日常化されていくにつれて、余暇の合理化が進められ、長い休暇、一週間単位の休暇の達成がイングランド北部で始まり、鉄道に代表される交通の改良により、マスツーリズムが発生したとされる（前掲『観光のまなざし』）。しかし、19 世紀のマスツーリズムは参加する人数が限られており、労働時間と余暇時間の明確な区分が生じているわけでもない。本研究においては、大衆が自由に観光を楽しむマスツーリズムは、両大戦期の誕生期を経て、第二次大戦後から十数年をへて、日本、アメリカ、ヨーロッパ諸国のいわゆる先進諸国で出現したと考えている。

いかに発展していったかを明確にする必要があるということである[31]。「マスツーリズム」における観光形態の変化をもたらした諸要因を観光主体（大衆としての観光客を生み出す要因）、観光客体（観光対象、観光地、このうちにはホストの対応も含む）及び観光媒体とりわけ主体と客体との距離関係を創出するアクセス（交通）手段の役割を考察することによって、この観光現象の歴史的意味を確定し、その発展の今日的意義を明らかにしようというのが本研究の目的である。そのために本研究では、前近代社会の「旅」という形での観光現象、余暇時間が明確に意識されてからの観光現象である近代的ツーリズムの観光現象、成熟した資本主義に現われたマスツーリズムという観光現象の時代的規定性を考察している。

また、本研究では、アジアの発展途上国として中国と東南アジア諸国の実態を考察し、新しいマスツーリズムという観光形態が発展途上国においてどのように誕生し、発展しているのかを考察し、今後の観光の在り方を展望する[32]。このことの意義は、マスツーリズムといった観光史を画期づけた現象がグローバリズムの進展とともに、地球の隅々にまで浸透したことにある。そのために、このマスツーリズムにともなう問題も地球規模の問題として現出しているといえるのである。

2. 研究の意義

本研究は、上記の研究目的を通して、観光の歴史的変遷と発展の在り方を整理し、社会現象としての「観光」を取り上げて課題にする、あるいは「観光」が研究対象とされる意義を明確にしたいと考えている。観光現象は、近代資本主義の成立・発展によってその形

---

[31] A. シーグフリード（A. Siegfried）によれば、旅行や游山見物が中流階級に限定されるものから一般化（大衆化）し、旅行というものがこの水準に達すると、個人の創意を超えるものとなり、遊覧旅行政策が国家単位で行われるようになると指摘して、マスツーリズムの出現は、旅行の質的変化として、国家権力も関心を寄せるものとなる、としている。また、コーヘン（Cohen E.）は、マスツーリズムには、パッケージ性の強い「組織された（organized）マスツーリズム」と、参加ツーリストの個人的な好みに対応する弾力性がある「個別的な（individual）マスツーリズム」とがあるとして、両者を併せて「制度化された（institutionalized）マスツーリズム」と呼んで、マスツーリズムの類型化を試みている（Cohen, E., Toward a Sociology of International Tourism, *Social Research*, 1972, Vol.39, pp.164-182）。これに対して、すでに指摘したように、J・アーリ（前掲『観光のまなざし』）は、マスツーリズムが最初に出現したのは19世紀後半のイギリスであるとしている。イギリス北部の労働者階級の海水浴観光や、イギリス南部を中心にトマス・クックが創業した旅行業がマスツーリズムの発端としている。研究者によって、このマスツーリズム概念の相違が、観光形態のありようや分析対象の時期区分を異なるものとさせている（前注24、25、26を参照）。

[32] このことの意義は、1980年代以降、マスツーリズムがもつさまざまな問題点から「新たな観光」を模索される観光のための国際会議での討議が参考になる。こうした国際会議での問題提起は、本研究の視角と隔たりはあるが、求めている課題については共通している（バーレン・L.スミス、ウィリアム・R.エディントン編著（安村克己他訳）『新たな観光の在り方―観光の発展の将来性と問題点』青山社、1996年参照）。

態や意義を変化させていくことについては、よく知られている。古代から中世、そして 17 世紀の資本主義の発生まで、人々はそれぞれの時代の状況と制約の中で、好奇心や冒険心に支えられて「旅」をしてきた。それがしだいに「観光」という楽しみを伴った「旅」へと変わっていった。こうした動きを世界史的にみると、その発展史には、三つの「節目」となる大きな進展があった。その第 1 の進展は、20 世紀以降の科学技術による交通革命、すなわち陸上における旅客鉄道及び自動車と海上における蒸気船の登場である。既往の陸上の「旅」は、徒歩か動物の足を借りる（馬や象に乗るなど）か、または河川や運河を利用した船舶による移動に限られていた。移動手段に革新的進歩がなかったから、旅の形態は古代から鉄道（蒸気機関）誕生前までは大きな変革がなかった。ところが、旅客鉄道の登場によって輸送は大量、迅速、安全、安価になり、旅と観光が初めて苦痛と危険から開放された。鉄道はヨーロッパ・アメリカのみならず、ヨーロッパの植民地となった国々でも普及し、世界的に移動が容易になった。同様に、大陸間を結ぶ海上の交通手段である蒸気船もこの時期に大きく発展する。風力と人力に頼った帆船時代には、定期航路が開設できなかったが、風力の影響が少ない蒸気船が登場して大陸間の移動が容易になり、やがて海外観光の時代へと移行していった。だが、注意すべきことは、こうした海外観光への幕開けは、マスツーリズム現象が植民地諸国においても生じたことを意味するものではないということである。むしろ植民地経済の宗主国への統合によって、こうした現象が先進国において可能にされたというべきなのである。さらに両大戦間期における自動車の登場は、鉄道と並んで国内観光をいっそう盛り立てた。鉄道が整備されてない地域における国内地域の移動手段は、馬車から自転車、自動車によって代替され、観光のための移動が日常化していった。

第 2 の進展は航空機の発展、とりわけ高速ジェット旅客機と巨大収容力をもつジャンボジェット機の登場である。船を含む地上の交通機関では移動が不可能であった遠隔地や僻地へも短時間で旅や観光ができるようになり、人類の行動範囲は地球全体へと広がった。航空輸送力の拡大は、途上国やあらゆる地域の観光と経済開発に寄与する一方で、観光を世界範囲に拡大することによって、地球環境問題や先進国・途上国経済格差などの世界的な問題に関連するようになった。

第 3 の進展は有給休暇の法制化によって、労働者階級に長期的な有給休暇が保証されたことである。資本主義経済の成熟とともに、国民の大多数を占める労働者階級は、労働を主となる生活には、休みや遊びのために長期間仕事を休むことができなかった。第二次世界大戦後、国民のための観光政策が展開され、先進国では、観光は労働者でもできる消費行動となった。観光需要の拡大は、観光を商品化する旅行業の飛躍的発展にもつながった。鉄道、船舶、航空機などの交通機関の利用拡大には、観光に必要な予約手配を行う旅行業者の進化が必要であった。

一般的にいって、観光という言葉の前後に、例えば、観光産業・観光政策・観光マーケティング・観光管理などといったさまざまな限定語が付けられているが、観光に関する

法則性を提示する「原理論」、つまりある関係や現象を抽象化して、論理的体系として示される「観光学」はいまだ存在しない。観光現象を時代や社会・文化、あるいは経営や商業といった観点から説明・解釈しているにすぎないが、「観光学」とは、そもそも、そうした現象を時代区分によって、意義づける学問（「観光政策学」と考えている）であるというべきなのかもしれない。だが、観光現象を特定の現象として整理するだけでは、何の意味もない。そうした現象の歴史的規定性の意義を確定して、いかなる要因がそうした現象を生起せしめているかを特定し、その現象がもたらす諸問題を明らかにすることが重要である。

例えば、1994 年に国立民族学博物館で「観光の 20 世紀」をテーマにした国際シンポジウムにおいて、石森秀三らは「観光革命」という新しい概念を提起した[33]。ここで指摘された「観光革命」は、19 世紀中葉以降、およそ 50 年周期で起こっているとされる。「第一次観光革命（1860 年代）」は、ヨーロッパとりわけイギリスで発生した富裕な有閑階級のエリートたちの外国への新しい観光旅行の在り方を指しているが（加えて国内観光旅行の大衆化も進展されるとされるが、主たる革命の内容は前者である）、こうした富裕な有閑階級の外国旅行は、この時代における交通通信革命、つまり太平洋横断定期航路（1867 年）やスエズ運河の開通及びアメリカ横断鉄道の全通（1869 年）などによってもたらされた。「第二次観光革命（1910 年代）」は、「第一次観光革命」の主体をなしたヨーロッパの有閑階級によるエリート・ツーリズムが終焉し、代わってアメリカの中産階級による外国観光ブームが生じたことを挙げる。彼らは「新・有閑階級」といってもよく、自家用車の普及による国内観光をベースに、第一次大戦後には、戦時中に発見されたヨーロッパの魅力に魅せられた「ヨーロッパ旅行」が生じた。ヨーロッパ各国は政府観光局を設置してこれらのツーリストを歓迎した。こうした背景には、シベリア鉄道の全通（1903 年）やパナマ運河の開通（1913 年）とともに、「客船の大型化と高速化」があることが挙げられている。「第三次観光革命（1960 年代）」は、1963 年に国連の主催で国際旅行・観光会議（在ローマ）が開かれ、国際観光の促進が国際政治・経済の重要課題とみなされるようになったことを挙げ、ジャンボジェット機の就航による「マスツーリズム時代」の到来を指摘している。それは、北の先進諸国における旅の大衆化によって引き起こされたものであるとしている。最後に、「第四次観光革命」が現在起こりつつあり、2010 年代にアジアにおいて大きな構造的変化をみるであろうと考えられるものであるとしている[34]。

---

[33] 前掲『観光の 20 世紀』、「観光革命と 20 世紀」を参照。

[34] 同上『観光の 20 世紀』。この「第四次観光革命」は大きく二つの側面をもつと予想している。一つは中国を中心とした新興諸国における、経済発展を背景とした国際旅行者の爆発的増大であり、もう一つは成熟した先進諸国における、脱工業化社会の進展にともなう観光の質的大変革である。前者はこれまでの観光革命の延長線上にあるマスツーリズムの流れに位置づけられるものであり、後者はより本質的な、観光の在り方そのものの大転換（文化資源や観光情報の在り方、旅行行動・交流の在り方の変革）となると考えられるとしている。

以上の石森の指摘にあるように、確かに「観光革命」といえるような画期が生じたとしても、なぜそのような現象が生じたのかについての指摘は希薄である。スエズ運河、アメリカの横断鉄道、タイタニック号などの「客船の大型化と高速化」やアメリカでの自家用車の普及等、交通手段の画期的進歩が挙げられているが、こうした観光現象を生起させた資本主義的発展の時代的関係が明確にされなければ、貴重な観光学的考察も事例研究のレベルに止まってしまう。また、ジャンボジェット機の就航は北の先進国の観光の大衆化をもたらしたとしても、「北」に対する「南」の位置づけはどのようなものであり、それぞれはその時代においてどんな役割を果たし、どこに、どのような観光現象が生じたのか、明示的ではない。アクセス手段の革新が観光を大いに発展させたというだけでは、観光現象を時代的にとらえたことにはならない。

本研究では、これまでツーリズムとして指摘されていたものが「マスツーリズム」という現象として登場してきたことの歴史的意義を重要視し、これ以前のツーリズムと比較し、その画期性を明らかにする。なぜ、どのような要因が作用して、マスツーリズム現象が生じたのか。既往研究ではマスツーリズムのこのような画期性の意義について十分に説明していない。マスツーリズムはどのように発生し、どのように継続し、どんな変化をみせていくのか。その要因は何か、世界的に進展するグローバリズムとの関係はどうなっているのかを考察する。本研究の第 1 の意義はここにある。

第 2 の意義は、マスツーリズムとグローバリズムとの関係を考察し、マスツーリズムがさまざまな観光形態を展開しながら、また、その「功罪」を含みながら、継続してその波動を拡大していることを重視し、マスツーリズムを生起させた条件の検討を通してこのことの意味を明らかにすることにある。

第 3 の意義は、アジアの発展途上国とマスツーリズムの誕生した先進国を比較し、アジアの発展途上国でのマスツーリズムの飛躍的発展が観光形態の変容をもたらしていることを明らかにすることにある。欧・米・日におけるマスツーリズムの発展と異なる観光の発展を遂げているアジア発展途上国の観光現象の発展に注目し、その観光形態の変容が先進国をいかなる側面において超越しているのかを指摘する。

第 4 の意義は、グローバルな資本主義的発展によって実現されたマスツーリズムの限界（オーバーツーリズムの問題など）についての考察である。このことが、今後のツーリズムの展開にいかなる意味を有するのかを明らかにすることによって、マスツーリズムに替るツーリズムの形態を指摘したい。

3. 研究の視点と方法

本研究の視点は、観光現象の歴史的考察を通して、観光現象の時代的制約性のもとでの実態を一つの社会現象として把握しようという視点からの考察である。観光は、これまで、一つの社会現象として、文化論的観点から、あるいは社会学的観点から、さらに経済

学的観点から考察されてきた。しかし、それが社会現象である限り、ある時代の一定の諸条件の下で発生するものであるという視角を持つことは意味のあることである。なぜなら、観光を定義しようとしても、すでに指摘したように、本質的には、「人が移動すること」という以外に表現すべき言語を持たないからである。だが、この「人の移動」は、ある時代のある特定なシステムのなかに組み込まれて存在し、作用し、このシステムに影響し、あるいは影響されて、一つの社会現象として現出しているのであるから、その歴史的意義を明確にすることが必要とされる。これまでの文化論的観点・社会学的観点・経済学的観点からの考察は、こうした歴史的規定の重要性を指摘してこなかったように思われる。

本研究では、マスツーリズムという観光現象に焦点を当てて、観光の構成要素である「主体・媒体・客体」の相互関連性において、その歴史的意義を明らかにすることによって、観光の在り方を提示しようとしている。こうした視角から、本研究は、マスツーリズムという観光現象が生じる以前の観光（ツーリズム）を考察することを通して、資本主義社会における観光の歴史的条件を明確にする。資本主義社会成立の以前の観光（旅）については、比較の事例として提示するにとどめる。

資本主義社会（システム）の成立発展については、重商主義時代、産業資本主義あるいは自由主義時代、帝国主義時代の区分が一般的に通用している。本研究もこうした区分に倣うが、重商主義時代を前近代社会として一括し、産業革命を経て資本主義の発展がイギリスにおいて実現される時代のツーリズム発生の諸条件、及び大不況期を経て 20 世紀の帝国主義時代に入っての観光の変容とその条件を考察する。

第二次大戦後、資本主義世界システムは大きく変わった。こうした社会システムの変容と観光との関係を考察し、そうした変容がもたらしたマスツーリズムを明らかにし、その発生の歴史的諸条件を検討する。その後、このマスツーリズムは、グローバル時代の到来とともにさらに拡大・深化していく実態を東アジア、とりわけ中国・ASEAN（アセアン）の実態によって検証する。

こうした検討を経て、マスツーリズムの歴史的意義を確定し、現在、観光学において取り上げられる「新たな観光の在り方」の問題を考察する。このことは、「オーバーツーリズム」というマスツーリズム発展の限界を明確にすることでもある。

4. 本論文の構成

以上のことから、本論文の構成は以下のようになる。

序章　研究目的と方法
　1. 研究の目的
　2. 研究の意義

3. 研究の視点と方法
4. 本論文の構成

第1章　資本主義の生成・発展と近代ツーリズムの成立
第1節　前近代資本主義社会の観光―「旅」の範疇に止まる観光形態
第2節　近代資本主義社会の成立と観光―「余暇の誕生」と近代ツーリズム
第3節　帝国主義と植民地時代の観光―マスツーリズムの萌芽と特徴

第2章　戦後世界の経済成長とマスツーリズム
第1節　戦後世界の再編とマスツーリズムの展開
第2節　欧米先進諸国におけるマスツーリズムの発展
第3節　日本におけるマスツーリズムの発展

第3章　グローバリズムの展開と観光形態の変容
第1節　東アジアにおけるグローバリズムと観光
第2節　中国における観光の発展
第3節　ASEANの国際観光市場への登場

終章　結論―「新しい観光の在り方」の意義

第１章　資本主義の生成・発展と近代ツーリズムの成立

第１節　前近代資本主義社会の観光―「旅」の範疇に止まる観光形態

1．商人資本の役割と海外市場の展開

資本主義社会は、商品経済（あるいは市場経済）が全面的に社会を支配するときにその原理を完成し、その商品経済は資本主義特有の形態で発展する。それは、個人的に必要とされる生活資料も生産手段と同様に商品として生産される社会であり、労働力をも賃金という形で市場を通して交換するシステムである。それ以前の社会と異なり、自然に働きかけて生活資料や生産手段を獲得して経済生活を営むことが、商品交換の過程として実現される社会である。したがって、生産力の増進という社会の発展も、たんにその社会の人々の経済生活を豊富にし、生活に余裕を与えるということに重点があるのではなく、資本の利潤を増進させるものとして機能しなければ社会的に受け入れられないのである。こうした資本主義の生成・発展は一挙に実現されたのではなく、旧来の個別的な生産方法を資本主義的な方法に転換していくまでに一定の歴史的時期を必要とした。16、17 世紀の西欧諸国、とりわけイギリスにおいて発足した資本主義的生産方式は、18 世紀末のいわゆる産業革命を経てはじめて商品経済を完成したのである。

この資本主義社会が成立するまでの社会にももちろん商品経済は存在した。しかし、なお、そうした商品経済を表現する商品や貨幣はいうまでもなく、商人資本も、金貸資本も、市場での交換も、それらはあくまでも、その社会の副次的な関係として存在したのであって、全面的な市場経済によって律せられる資本主義社会とは異なるものであった。この前近代社会では、商人は、安く買って高く売るという行為によって、利潤を得ていた。そのためには、あえてリスクを冒してでも、時間と場所を越えた、とりわけ海外の市場との結びつきを求めたのである。しかし、そのためには、旧封建社会の政治権力と結びついて、その庇護のもとに異なる市場へと進出する必要があった。特許制度や航海条例に代表される貿易政策は、そうした商人資本と封建的政治支配者との独占的な結合を示すものであった。

この前近代資本主義時代には、商人資本の活躍によって、モノと人との移動が行われた。居住地を離れて、他国に出かけ、通常の生活環境と異なる旅行が生じていたとしても、それはきわめて特殊な現象として、一部の人々によって実践される、とりわけ商業と直接関係する現象として存在したにすぎない。そうした行為のなかで、楽しみを求めることがあったとしても、副次的な思いがけない産物としてもたらされたものでしかなか

った[1]。基本的には、そうした行為は「旅（travel)」の範疇に止まる「旅行」であった。こうしたなかでは、「人の移動」は、基本的には、こうした商人資本の儲けのある市場を求める動機によって促進された。「大航海時代」はそうしたことを象徴していた。

しかしながら、この時代には、いまだ中世から引き継いできた旧い体制や慣習・伝統を色濃く残していた。一部の特権階級のみが居住地を離れることはあっても、農村社会を基軸にする共同体的規制が人々の移動を制約していた。日常からの解放は共同体に特有な例祭行事や娯楽の楽しみにあり、特権階級もこうした共同体的例祭行事や娯楽に参加し、観劇や社交を楽しみ、むしろこうした共同体内の行事を支援していた[2]。都市に労働者として移動してきたといっても、労働時間以外の余暇は旧い農村社会の伝統を維持していたのである。

こうした時代における旅の形態には、次のようないくつかがあった。第 1 は、商人による旅であるが、これには二つの形態があった。一つは、海外市場を目ざすものものであった。もう一つは、国内市場を目指す、旅商人（コマーシャル・トラベラー）であったが、産業革命が始まる前までは、後者の国内市場の形成は緩慢であり[3]、「旅商人」といわれる商人たちの活躍がデータでも確認できるのは、次の時期の生産力の飛躍的な発展に基づく時代であると判断されるので[4]、国内市場の展開とともに次節において論じることにする。第 2 は、上流階級に属する貴族たちの生活習慣に根差した休息の旅と教養修行の旅であった。第 3 は、宗教的な使命に要請された、この時代に盛んになった伝道者たちによる布教活動の旅であり、第 4 は、その他、学者たちの哲学的思考からの旅であり、旅を

---

[1] エリック・リード（Eric J. Leed）によれば、この時代の旅人といわれる人々について、旅の目的と動機が移動にあり、「移動運動それ自体が旅人の、世界、自我、他者に関する近くを媒介するまでになる」（エリック・リード（伊藤誓訳）『旅の思想史―ギルガメシュ叙事詩から世界観光旅行へ』法政大学出版会、1993 年、76-77 頁）とし、「商用の旅人、見聞を求める旅人」とっては、「商品、珍品、産品の全地球的散乱・散布という事実そのものが、交易や物々交換の取引をする旅人の必要性を生み出した」という（同上『旅の思想史』、11-12 頁)。

[2] こうした前近代社会における余暇の過ごし方については、以下の文献を参照。川北稔『「非労働時間」の生活史―英国風ライフ・スタイルの誕生』リブロポート、1987 年；ロバート・W. マーカムソン（Robert W. Malcolmson）（川島昭夫他訳）『英国社会の民衆娯楽』平凡社、1993 年；荒井政治『レジャーの社会経済史：イギリスの経験』東洋経済新報社、1989 年；松井良明「失われた民衆娯楽：イギリスにおけるアニマル・スポーツの禁圧過程」（有賀郁敏他著『スポーツ　近代ヨーロッパの探究 8』ミネルヴァ書房、2002 年）；近藤和彦『民のモラル―近世イギリスの文化と社会―』山川出版、1993 年；菅原秀二「民衆文化とその変容」（岩井淳、指昭博編『イギリス史の新潮流―修正主義の近世史―』彩流社、2000 年）など。

[3] 石坂昭雄、壽永欣三郎、諸田實、山下幸夫『商業史』有斐閣、1980 年、166 頁以下、参照。なお、ここで中国のことについて指摘しておこう。中国では、「商」と「賈」の区別があり、商は行商人のことを言い、賈は「売り歩かない（旅に出ない)」坐商のことをいう。周代になって商はそうした行為をいうようになった。これらの活動については、『史記』の「貨殖列伝」に詳しい。こうした中国を事例にする検討は、序でも指摘したように、後の課題である。

[4] Michael French, Commercials, careers and culture: travelling sales men in Britain 1890s-1930s, *Economic History Review*, 58(2), August 2008, pp.352-377.

目的とした旅人たちの旅である[5]。以上の第1から第3までの「旅」は、この時代では、いわゆる「義務的旅行」というものに分類されているものである。こうした観光の主体を形成する「旅」を行う者を主体とした分類に基づき、観光形態を考察しておこう。

2.「大航海時代」と商人たちの取引の旅

15世紀末に開始された東インド（アジア）への周航とアメリカ大陸への進出は、ヨーロッパ商業圏の拡大をもたらした。大西洋沿岸部の諸国が内陸部の商業基地に代わって台頭した。それは、スペイン・ポルトガルであり、次いで、オランダ・フランス・イギリスなどであった。これらの国々は、植民地活動の主権を握り、商人資本は、商売に専念するだけでなく、探検事業や人材提供などの事業をも行って海外発展に尽力した[6]。ほとんど何の情報もない未知の世界に出かけていくには、それなりの覚悟が必要であった。「当時の西ヨーロッパには、観光旅行という概念は存在しないし、商用と腕を磨く職人の旅以外では洗礼の旅があった程度である。旅をして動き回る人の数は限られていた」[7]。多くは、まともに正業に就いていないならずものか、一獲千金を狙う冒険商人たちであった。

国王や一部の貴族・大商人は、こうした商人資本の活躍を支援し、利益の分け前に与った。アメリカ大陸への進出ももっぱら金や財宝を求める商人資本の活動として実現され、大量の金が本国に持ち帰られ、ヨーロッパの繁栄に拍車をかけた。こうした「15世紀末頃からのコロンブスやバスコ・ダ・ガマの活躍から始まった西洋諸国による植民地侵略には、一つのきまったパターン」があり、「まず商人が出かけて行く、次いで宣教師が行き、終わりに軍隊が行く」[8]というものであったとされる。柳父によれば、「バスコ・ダ・ガマは、何のために遠くまで出かけるのかと問われて『キリスト教徒と綱領を求めていく』と答えた。以後今日に至るまで西洋文明の海外進出、侵略の動機は、ここに言いつくされている」[9]としている。

17世紀に入ると、先行するポルトガル・スペインに対して、オランダ・イギリスの割

---

[5] 新城常三『庶民と旅の歴史』（NHKブックス143、日本放送出版協会、1971年）は、旅の形態を①内部的強制の旅（宗教や交易・商用[生きるため]の旅）、②外部的強制の旅(国家命令による使役や軍隊の旅)、③自ら好んでする旅の三種に分類し、旅の形態は時代とともに、①→②→③と移り変わってきたとしているが(「序に変えて」)、こうした指摘に止まる限り、旅そのものの発展がその形態変容を遂げていくようにとらえる限界を突破できないと考える。旅そのものはそうした自律的な発展要因を含まないものであり、むしろ歴史的社会条件の下で、そうした形態変容が生じることを本研究では強調している。そうした観点から、ここでは②の形態については、職業軍隊がすでに形成されていること、徴兵制が実施されていることから、考察の対象外とした。

[6] 前掲『商業史』、67頁。

[7] 羽田正『東インド会社とアジアの海』講談社学術文庫、2017年、72-73頁。

[8] 柳父章『「ゴッド」は神か上帝か』岩波文庫、2001年、3頁。

[9] 同上『「ゴッド」は神か上帝か』、16頁。

り込みが始まり、海外市場を巡る競争はいっそう激化していった。こうした伝道師による布教の実態を描いた新居洋子は「そもそもイエズス会士が中国に入ることを可能にしたのは、新しく「発見」した土地での貿易・植民とカトリック宣教を一体として行うという布教保護権の下でのお、ポルトガルという後ろ盾の存在であった」と指摘している[10]。とくに東インド貿易では、各企業の共倒れを防ぐために、政府の介入によるイギリスの東インド会社が成立した（1602 年)。この会社は、ペルシャ湾以東の貿易・植民の独占権を与えられて、1799 年の廃止までアジアで勢力をふるい、この地域での第三国間取引をも積極的に営み、これまで小さな国内市場しか知らなかった世界の国々を商品経済のなかに巻き込んでいった。当初、茶葉は中国からしか手に入らなかった。このため、イギリスの東インド会社は、早くから中国南岸（広州）への進出を目指していた。この時期、基本的な流れは、商人資本的な財貨の蓄積にあったから、東洋に直接航路を持っていたオランダは、中国貿易の独占を求めて、17 世紀に入って積極的な活動を開始し、1624 年台湾南部（現在の台南付近）に植民地を設置した。しかし、明朝から清朝への転換があったため、このもくろみは水泡に帰し、清朝との直接交渉もはかどらなかった。こうしたことから、オランダ人の中国に関する報告は、下記の伝道者の旅に紹介するような伝道師たちの中国観とは全く異なったものであった。オランダ人の観るところでは、「中国人は陰惨で、あらゆる徳に欠けていて、権謀術数には長けた人種であった」[11]のである。しかしながら、中国は冒険心に富む商人たちにとって、魅力ある大地であった。著名な経済史家アンガス・マディソン（Angus Maddison）の研究によれば、18 世紀に西洋で産業革命が始まる前までは、中国は一貫して経済の最も発展した国家であった。GDP の総額においても、一人当たり GDP においても、またこうした経済の繁栄を反映する都市化率でも世界のどこよりも進展していた[12]。都市が発達すると、そこには、商品を持ち込む商人、それらを買い求める者たち、職を求める者だけではなく、さまざまな理由で旅に出てきた人々が集まるようになり、当然、宿泊需要が生まれる。酒場も併設されたことであろうし、「飲

[10] 新居洋子『イエズス会士と不変の帝国―在華宣教師による文明の翻訳』名古屋大学出版会、2017 年、7 頁。具体的実体については第 1 章を参照。
[11] D.F. ラック、S.H. ナスル（中村元著、訳、高山宏訳）『東方の知』（叢書 ヒストリー・オヴ・アイディアズ：5)平凡社、1987 年、22-23 頁。これに対して、時代は少し下したが、イザベラ・バードは「もしこの帝国全体を一言で言い表すならば、次のように言うことができる。すなわち、自由こそは」としている。[この] 国民が生まれながらに持っている権利であり、国民は「生命・自由そして幸福の追求についての絶対的権利」をもっており、中国は世界で最も民主的な国の一つである、と。外国人との交渉にあっては弱々しく逃避的である政府は、自国民の中にあって意志を決定するときにはそれを貫徹する能力を持っているし、多くの［西洋］人が思っているほどに無能力ではない。ただ、政府は国民生活の経済面では通常ほとんど役立っていない」としている。（イザベラ・バード著（金坂清則訳）『中国奥地紀行 2』平凡社、2014 年、347 頁。）
[12] アンガス・マディソン（金森久雄監訳、政治経済研究所訳）『世界経済の成長史 1820～1992 年 199 ヵ国を対象とする分析と推計』東洋経済、2000 年、には、1820 年のデータしか与えられていないので、アンガス・マディソンの研究に依拠した蔡昉（西川博史訳）『中国の経済改革と発展の展望』現代資料出版、2020 年、102 頁の図 3-2 を参考にした。

食と接待と宿泊」といった宿泊業の基本パターンが芽生えていった[13]。

こうした海外市場との結びつきを担った商人たちが冒険心と商機に臨んで、旅を続けたことは想像に難くない。彼らが乗船した大型船はいまだ蒸気船ではなく、護衛船団方式を採り、60-70 隻の船団によって大航海が行われたというから、いかに金銀財宝を手に入れたとしても、過酷な旅であったことはまちがいない。到着地は、いまでいう観光地とは程遠く、商売に力を入れれば入れるほど現地の過酷な現実が彼らを待っていた。ホテルなどといったものはなく、野宿に近い生活を強いられた[14]。エリック・リードが紹介しているように、彼らは、どんな「抒情的な都市の一つにいながらも、三週間の滞在中に一度も上陸しなかった」こともあったろうし、「全世界を海岸に沿って航海しながらも何も知らない。海岸にいる子供たちよりも無知で頼りなかった」とされ、人知れぬ苦労の多い生活を強いられたにちがいない[15]。

3. 旧領主たちの保養地経営と教養修業の旅

一部の貴族たちの富裕な有閑階級は、宮殿のほかに近郊地に離宮や別荘を設けて生活を楽しんでいた。これがヨーロッパでは、後のリゾート地を形成したが、権力が崩壊すると、一般的な宿泊客を泊める業種に転換するのは当然であった。こうした施設は、ヨーロッパでも、アジアでも、国王の権力を象徴するものとして、時代を経るにつれて発達していた。こうした日常的な生活の一部に入り込んだ居住地を離れる旅のほかに、ヨーロッパでは、貴族たちに特有な旅があった。

エリック・リードは、15 世紀末から 17 世紀初頭にかけて、旧領主たちの教育の一環として息子を海外に出すというイギリスの上流階級の習慣が「初めは実験的に試み、次いで慣行に、ついには制度となった」とする歴史学者 E. S. ベイツの指摘を紹介している。こうした上流貴族の慣行はグランド・ツアー(「大陸旅行」)と呼ばれ、「騎士旅行」とか、ヨーロッパへの「紳士旅行」といわれた。これは少なくとも 2 つの先行する伝統が結合したものであるとされる。1 つは、若き騎士が修行の仕上げに行う遍歴であった（これはゲルマン民族の若者たちの名を成したいという願望と結びついた旅の「中世的形態」)。もう 1 つは、「ペレグリナティオ・アカデミカ」という若き学者が学問の課程が終わりに近づいたころに、パリやボローニャのような学問の中心地を巡る学者としての「1 本立ちのため」の旅行であったが、こうした騎士見習いの入団のための遍歴

[13] 林清編著『観光産業論』(観光学全集、日本観光研究学会監修、第 6 巻)、原書房、2015 年、18 頁。
[14] こうした東インド会社をめぐる商人たちの行動について、前掲『東インド会社とアジアの海』参照。
[15] 前掲『旅の思想史』、76 頁。リードは、「旅の日誌、航海日誌、日記には、移動機関に関しては、たとえば短く「三月十日到着」とか「二日後到着」という具合に記入されているだけで」、「資料の乏しさに挫折させられ」るとしている、74 頁。

と「ベレグリナィテオ・アカデミカ」とがグランドツアーのなかで融合したものであった[16]。特記すべきことは、こうしたなかから新しい職業が生まれたことであった。それはチューター(家庭教師)もしくはガヴァナー(住み込み家庭教師)というものであり、その存在や役目は、「旅をする貴族の素行の監督、案内(ガイド)、宿泊先の手配、芸術・書物の紹介、知識人への引き合わせ、次第に貴族の正当性の基準と化した宮廷処世術、文学的たしなみの進捗状況の監視であった」[17]。こうした人たちは、訪問地(イタリアやフランス)の案内書を作成したほか、新しい旅の方法や体験を記録するための技術等を考案した。目的地に対する事前の情報提供や宿泊の手配など旅の主体と訪問地である客体を取り結ぶ媒体の必要性が生まれ、それが制度化される萌芽が認められる。旅人の描いた「旅行記」には、ロマン主義的で主観的な旅行記のほか、真実に近い事柄を盛り込んだ理知的な旅行記も数多く存在した[18]。次の時代に生み出される「旅行業」という媒体がこうしたなかで生まれていったことを確認しておこう。

こうしたグランドツアーは、上流階級の教育課程や遊覧旅行計画に組み入れられた。根橋はグランドツアーの参加者に関して、「発見旅行と探検旅行を兼ねて故郷を出発したルネッサンスの大旅行家にならって、今度はヨーロッパの王子や上級・下級の貴族、将来の政治家や外交官、裕福な素封家の息子たちが続いた。彼らは、召使い、御者を引き連れて旅し、将来の職業の準備として、彼らは文明の発達したヨーロッパを型どおり巡歴する旅に送り出された」と指摘した[19]。16 世紀にイギリス貴族を先駆けとして、フランス経由でイタリアに向かう教育的な目的を持つグランドツアーが始まり、当初はゆっくりと染み渡るように広まっていったのではあるが、18 世紀までにはしっかりと日常的なものとして制度化されていった。

4. 伝道者たちの布教活動とアジア

17 世紀のヨーロッパの人々にとって、アジアの端に位置する中国は、「恐るべき古い歴史を持つ合理的社会で、間断なく発展しており」、「どういう手段をもってしても、彼らのキリスト教的かつモノジェニズム（人類が一組の夫婦なり単一の祖先から起源したとす

---

[16] 前掲『東方の知』、238 頁。これらの「旅」には、教育的価値と同時に政治的価値があったとされている。こうした旅の形態は、ここでは触れないが、中国の前近代社会に一般的にみられるものであったことを指摘しておこう。

[17] 前掲『東方の知』、239 頁。

[18] 前掲『東方の知』、241-243 頁、17 世紀には、新しい旅行形態として出現し、旅行は上流階級の教育課程や遊覧旅行計画に組み入れられ、発見旅行と探検旅行を兼ねて故郷を出発したルネッサンスの大旅行家にならって、今度はヨーロッパの王子や上級・下級の貴族、将来の政治家や外交官、裕福な素封家の息子たちが続いた。彼らは、召使い、御者を引き連れて旅し、将来の職業の準備として、彼らは文明の発達したヨーロッパを型どおり巡歴する旅に送り出されたのである。前掲『東方の知』、238-239 頁。

[19] 根橋正一「17 世紀グランドツアーの社会的基礎―ワールドシステムとナショナリズム」『流通経済大学社会学部論叢』、第 16 巻第 2 号、2006 年。

る説）的な世界観に併合されるべきであると、イエズス会たちから吹き込まれていた」[20]とされる。

モンゴル帝国による西方への拡大は、ヨーロッパ人による多くの見聞録を残したが[21]、正確な中国の事情を伝えたものではなかった。やはり「大航海時代」に入って、ポルトガル、スペイン、オランダといったヨーロッパの強国が大商人たちと図って海外資源や新市場を求めたことが、こうした伝道者たちの布教活動を促進した。列強の植民地開拓と彼らの伝道活動は符合していた。

1499 年にポルトガル人によって開かれたインドへの海上航路は、1514 年までには中国南部まで伸びてきていた。中国に関する情報は、中国事情によく通じている東洋の各港から来たヨーロッパの商人、船乗り、それに中国人から直接聞いたという情報であった。

だが、伝道師たちは、伝道の任務よりも中国の物産・軍事能力・宗教等の情報収集にかかりっきりであったが、それは商人たちと違って、より多くの財貨の取得である（もちろん、こうした情報提供は商人たちに必要な貴重な収入源をなしていた）よりも、宗教と習慣とを知りたかったからであった。その理由は、「彼らの敵たるイスラム教徒たちが、ちょうどインドや南アジアにおけるように中国においてもしっかりと根を張っているのではあるまいかという恐れに動かされて」[22]からであった。しかし、実際は、イスラム教徒たちが彼らの伝道者たちの旅を苦しめたのではなく、明朝の鎖国政策の禁圧の強固さであった。ヨーロッパに届いた最初の中国についての報告は、中国の獄房に囚われた捕虜からのものであったとされている[23]。下記に紹介するように、イエズス会の伝道師たちが儒教の経典や『中国哲人、孔子』（ルイ 14 世に献上された）等を紹介して、学問等の交流を行っていた。

他方、イエズス会士たちは、中国本土に浸透して、教養ある士大夫階級とつながりを重視する政策や伝道に努め、紫禁城にまで入り込んだイタリア人宣教師、マテオ・リッチ（P. Matteo Ricci、中国名、利瑪竇）は、10 年間（1601-1610 年）の北京生活を通して、真摯かつ教養ある態度で中国の知識人と交わり[24]、そのあとを襲ったイエズス会士ポルトガル人のアルバレス・セメード（F. Alvarez Semedo、中国名、謝務禄）は、『中国帝国史』、神父マルティノ・マルティーニ（Martino Martin、中国名、衛匡国）は、『韃靼戦期』や『中国新図』（初の中国地図地理書）、『中国歴史』を公刊して、中国をヨーロッパに知らしめた。この他、イエズス会は、代表的な儒教経典の『論語』、『大学』、『中庸』等を翻訳出版した。こうした伝道師たちの交流を通して、異質な文明間での接触・交流・衝突と

---

[20] 前掲『東方の知』、9 頁。
[21] 例えば、マルコ・ポーロ著（愛宕松男訳）『東方見聞録』平凡社東洋文庫、2000 年。
[22] 前掲『東方の知』、12 頁。
[23] 前掲『東方の知』、12 頁。
[24] リッチの中国におけるキリスト教伝道史の手稿と日記は、ニコラス・トリゴー神父（1577-1628 年、中国名、金尼閣）によって、ラテン語訳（『キリスト教徒の中国旅行』ローマ、1615 年）され、全ヨーロッパに流布した（前掲『東方の知』、18 頁）。

いった文明史が始まった[25]。

こうした伝道者たちの活動によって、ヨーロッパにおけると同様に、キリスト教会がそれぞれの伝道地に多くの寺院を建設して宿泊設備を提供したであろうことは想像に難くない。教会付属の巡礼宿がネットワークを形成して、旅人たちにも宿泊や休息の場所や施設を提供しただけではなく、病気やけが等で旅を続けられなくなった人々を一時的にも看護したこともあったであろう。

5. 中国の旅に関する事例

ほとんどの観光に関する入門書あるいは専門の著書でも、「旅」の事例といえば、ヨーロッパの事例が多く紹介され、最近では、いくつか日本の事例も紹介されるようになったが、序章で紹介したように、「旅」や「観光」の語源が中国の事実あるいは中国語にあるのに、中国のこうしたことに関する事例が少ないのは、「研究史」のあり方にとって問題であると思われる。すでに指摘したように、観光学に関するいくつかの書物では、学者たちの哲学的思考の旅や旅を目的とした旅人たちの放浪の「旅」がもっぱらヨーロッパの事例として紹介され、多くの観光の研究書は、これらを引用されているが、こうした旅はなにもヨーロッパに限られたことではない。中国では、「旅」に関する事例は、古代からあり、枚挙にいとまがないほどである。

ここでは、いくつか、試みとして、事例紹介を兼ねて、中国の事例を紹介しておこう。

中国の「漢詩」において、テーマとして、よく「行旅」とそのための「別離」が取り上げられる。李白や杜甫を引き合いにだすまでもなく、中国の「漢詩」の多くは「旅」に関係した詩からなっている。ここでは、参照文献として、川合康三の『中国名詩選』（上・中・下、岩波文庫）を挙げておくが、中国においても、観光史研究という観点から、中国のこうした「旅」（あるいは遊覧）を収集して、これを研究対象にしたものは、いまだ少ないようである。とりあえず、そのための布石として、「旅」の語源を形成した、古代の周代から春秋・戦国期の「旅」の事例を紹介しておこう[26]。

中国では、紀元前 10 世紀ころの早い時期から、主要な街道の整備が進んでいたことが『周礼』の「遺人」に記載されている。「凡そ国野の道 10 里に廬（小さな家）あり、廬に飲食あり。30 里に宿（宿泊所）あり、宿に路室あり、路室に委あり。50 里に市あり、市

[25] こうした文明の交流が持っていた軋轢に対しては、「旅」が有する意義に関して重要な意味を持つが、ここでは触れず、別稿にするつもりである。とりあえず、前掲『イエズス会士と不変の帝国』、前掲『東方の知』、24 頁以下の「イエズス会と中国」、時代は少しずれるが、前掲『「ゴッド」は神か上帝か』、103 頁以下の「宣教師の翻訳思想」を参照されたい。

[26] すでに指摘したように、「行旅」が軍勢の原義から転じて、いわゆる「旅」の派生義を生じたのは、古代の中国人が猛獣や強盗などの道中のさまざまな危険を避けるために、居住地を離れて遠くに行く場合には大勢で集団を組んで行ったからであろう。

に候館（楼のある建物）あり、候館に積あり」[27]と記されている。これから分かることは、50 里ごとの市に「三廬一宿」が設けられ、それぞれに「飲食」、「委」、「積」といった食料が備蓄され、これを管理する「遺人」と称される役人がいたということである。もちろん、こうした備えは、幹線道路の公務の「旅」ために用意されたものであり、この幹線から外れたところを旅する者にとっては、『周易』にあるような困難や危険が伴っていたのである。

これが漢代以降になると、国家権力による道路網の整備が進められ、旅人の危険はいくぶん緩和されたが、その後も度重なる戦乱によって、旅の安全は脅かされることが多く、旅を楽しむといったものとはかけ離れていた。この時代には、商人たちの旅はほとんどなかったとされる。支配階級の権力は商人たちが領地から離れることを禁止していたのである。「旅」の多くは、公務による官僚たちの旅のほか、戦争や辺境の要塞構築などの土木工事に駆り出される行役の旅、あるいは戦場に駆り出される戦役の旅であったのである。

隋・唐以前の「北朝時代」なると、謝霊運の「清輝は能く人を娯しましめ、遊子は愴として帰るを忘る」や于良史の「春山夜月」の「水を掬すれば、月は手に在り、花を弄すれば、香は衣に満つ」などにみるように、「旅」を楽しむ要素が多くなってくるが[28]、そうであっても、これを「観光」、延いては「ツーリズム」とすることはできない。中国においては、詩人の旅、哲学者の旅、あるいは宗教の旅は、「旅」の主流からは離れる支流を形成しているにすぎないものであったと考えられる。宋代以降になると、上述した強制的な「旅」は少なくなり、紀行文にみられる旅が増えてくるが、人々の観光という「旅を楽しむ行為」は、近代の始まりを待たなければならなかった。明清時代になると、地域性及び職業性のある「会館」が多くなり、一般の利用客にホテルと同様なサービスを提供しながら、協会や同じ地方の出身者の集まる社交の場としての役割もあった。こうしたことについては、さらに資料を収集して、別稿で具体的に「中国の旅」について論じることにしたい[29]。

旅に楽しみの要素を多く持つ個人的な旅は、古代からあった。いくつかの書物では、学者たちの哲学的思考の旅や旅を目的とした旅人たちの放浪が、もっぱらヨーロッパの事例として紹介され、観光の研究書でも、これらが引用されているが、こうした旅はなにもヨーロッパに限られたことではない。中国の「漢詩」を引き合いに出すまでもなく、多く

---

[27] 「周礼注疏巻十三遺人」『周礼注疏』（第二巻）、中華書局、発行年不詳、485 頁。
[28] 漢詩のテーマの分類では、自然のテーマを詠った「遊覧」や「登覧」のなかに、旅の途中の景色を詠じた作品もある。
[29] 管見の限り、中国における前近代の「旅」の形態を纏めたものはない。中国においても、貴族たちのツアーと同じような「旅」があったであろうし、伝道や学問のための旅もあったことは、良く知られた［旅行記］や「史書」に残されている。大航海による鄭和の旅も有名である。こうしたとりわけ中国における旅の形態を検証していく課題は、「序」において指摘したように、本論文を執筆していくなかで醸成されたことはいうまでもない。

は「旅」を読んだ詩からなっている。ここでは、川合康三の『中国名詩選』(上・中・下、岩波文庫)を挙げておくが、中国におけるこうした旅(遊覧)だけを収集してまとめた書物はいまだ少ないようであるが、謝霊運の「清輝は能く人を娯しましめ、遊子は愴として帰るを忘る」や于良史の「春山夜月」の「水を掬すれば、月は手に在り、花を弄すれば、香は衣に満つ」が有名である。こうしたことは、資料を収集して、別稿で具体的に「中国の旅」について論じることにしたい[30]。

6. 旅の媒体と観光対象

これまでの研究書においては、前近代社会を対象にして、「旅」の主体者との関係を基軸にして「旅」の媒体や観光対象を詳細に論じたものは少ない。アクセス手段は、陸上では馬車が想定され、海上では帆船が想定されているが、旅の性格上、時間を争うものではないから、「旅」に対して媒体の役割はあまり重要ではないといっていいだろう。主要な街道筋に発達した「ホステール(今日のホテルに似て、トイレ・バス・ベッド・家具等が取り揃えられていた)」や「イン(宿場)」も 10 世紀頃には衰退し、宿泊施設を持った「ホスピス(宿泊施設を有した教会や寺院の接待所)」が巡礼者たちのために用意されているにすぎなかったようである[31]。それが商人資本の台頭とともに、交易や旅行をする人々の便宜に供されるようになり、中世都市では、「イン・ギルド(旅館組合)」も生まれた[32]。近世に入ると、重商主義的富の蓄積が進み、王侯貴族たちによる客の接待が盛んになり、「ホテル」や「イン」、とりわけホテルは特権階級の「旅の館」や「社交場」にもなっていった。また、都市の形成は、都市における食堂の発展をもたらしたが、それらはいまだ前資本主義期以前の特権階級に提供される媒体にすぎなかった。

第 2 節　近代資本主義社会の成立と観光―「余暇の誕生」と近代ツーリズム

1. 資本主義社会の担い手たち

---

[30] 管見の限り、中国における前近代の「旅」の形態を纏めたものはない。中国においても、貴族たちのツアーと同じような「旅」があっただろうし、伝道や学問のための旅もあったことは、良く知られた［旅行記］や「史書」に残されている。大航海による鄭和の旅も有名である。こうしたとりわけ中国における旅の形態を検証していく課題は、「序」において指摘したように、本論文を執筆していくなかで醸成されたことはいうまでもない。

[31] 山口祐司「海外ホテルの歴史」、『東京短期大学紀要』、第 20 巻、2012 年 3 月。

[32] 同上「海外ホテルの歴史」、この「イン・ギルド」は、一定のサービスを提供するとともに、種々の規定を設けて、「旅館法」なる「商人法(旅人を保護する法律)」を定め、裁判を行えるほどの権限を持ったとされる。

すでにみたように、15 世紀以来の世界市場への商人資本の進出によってもたらされた生産力の拡大は、国内市場に反映されて、商人を中心とした資本主義的発展をもたらした。これまで封建的規制の下で生産過程に参加することができなかった商人たちは、封建的束縛の弛緩とともに、漸次生産過程に進出していった。いわゆる問屋制家内工業の展開がそれであった。個々の小規模な個別的な生産者は、商人を通して市場における大量な需要に接触し、これに応じる商品生産者となっていった。こうしたなかで、農業と工業との分離が進展し、国内市場はいっそう拡大し、これを担う「旅商人（コマーシャル・トラベラー)」が活躍した。他方、17 世紀頃のイギリスの代表的産業は羊毛工業であり、ここでは、いわゆるマニュファクチャーという形態の生産方式が現われ、いまだ手工業に依存しているとはいえ、次第に原料や道具や仕事場といった生産手段を喪い、賃金支払いに生活を頼るしかない労働者が生まれていった。こうした過程とならんで、封建的貴族によるエンクロージャ（囲い込み運動）が展開され、農民からの土地収奪が進展し、大量の賃労働者が農村から排出されていった。

こうしたなかで、18 世紀半ば頃から 19 世紀初めにかけていわゆる産業革命がおこった。これによって生じた綿工業を中心にした産業資本は、かつての商人資本のように財貨の略奪や自然的地理的条件を利用した価格差（安く買って高く売る）によって利益を得るという方法から、賃労働から剰余価値を得るという資本主義的システムを一般化させていった。機械の出現は生産者と生産手段との分離の過程を完成させ、商人資本の段階から産業資本の段階へ移行した。このことは資本主義の発展そのものが自力で自らに必要な労働力を継続に生み出していく機能を備えたことを意味した。産業革命によって生み出された機械製大工業の実現は、こうした資本主義発展の現実的結果であった。機械は、それ自身としてみれば、たんなる労働手段にすぎなく、その発達は人間の労働を節約して、それを楽にするものであったが、産業資本の生産手段として採用されると、今度は逆に労働者の労働を軽減するものとしてではなく、むしろ反対に労働時間の延長、労働能率の増進による労働強化の手段にさえなるのである。労働者が不断に増加するからといって、またそうした労働者がこれまでの封建的な束縛から解放されたからといって、より多くの労働時間以外の自由時間(余暇時間)を獲得するということにはならないのである。しかし、賃労働者の創出は、労働時間とそれ以外の余暇の時間という新たなシステムの実現を可能にした。本来的にはこの余暇時間は、労働力の再生産のための時間として労働時間に従属していたが、労働時間が制度化するにつれて、労働者の自由時間としてしだいに自立化していった。これまでの農村共同体におけるリクレーションは余暇＝節約の時間としての快楽のための遊戯的時間でしかなかったが、レジャーの時間として自覚されるようになっていった[33]。こうして、この余暇(レジャー)時間に費やされる一形態として近代ツーリズムが誕生したのである。

[33] アラン・コルバン（渡辺響子訳）『レジャーの誕生』藤原書店、2000 年、73 頁。

資本主義が商品経済として常に国際貿易関係を通して発展してきたということは重要な歴史的現実である。イギリス資本主義は、綿工業によって他の諸国を市場としてのみならず、農業国（あるいは原料提供国）として位置づけながら、自らは「世界の工場」としての地位を確保し、国際貿易においては、自由貿易を標榜してイギリス産の綿製品を他の後進国に売りつけ、逆にまた、他の諸国の資本主義化をも促進し、宗主国としての地位を確保していった。そうした動きは、資本の移動のみならず、ヨーロッパからの大量の移民をも生み出していった[34]。

以上のような時代の発展は、これまでとは大きく異なる「人の移動」を伴って（旧い共同体の崩壊として）展開されることになった。第 1 の人の移動は、市場が地方的なものからしだいに大きく統合され、集中されていったことにあった。それと同時に、商人たちの市場と市場を結ぶ活動が活発化し、「旅商人（コマーシャル・トラベラー）」が数多く輩出された。こうした「コマーシャル・トラベラー」たちの活動を支える旅行業の展開が生じたことも想像に難くない。第 2 の人の移動は、大量な賃労働者群の出現であり、農村から都市（工業地帯）への移動は都市化率の上昇とともに、一時的であれ、長期であれ、都市に滞在するためのさまざまな旅行に関する業種を生じさせることになった。この時代に発展した都市は、そのほとんどが産業都市であった。第 3 の人の移動は、自由貿易の拡大が世界市場を拡大して、商人資本時代を上回る世界貿易の拡大をもたらしたことであり、これに伴って人々の移動も多様化していった。第 4 の人の移動は、そうした多様化の一つとして、国境を越えて移動する大量な移民集団が発生したことである。こうしたことに対応した種々な旅行業に関係する業種もまた増大していった。

2. コマーシャル・トラベラーたちの活躍

17 世紀末から 18 世紀にかけて、イギリスの諸都市では、人口増加率をはるかに上回る小売店舗の増加が著しく、商業活動をスムーズにする諸施設が完備されていった[35]。これまでの生産者と消費者が相対する取引が小売業を介在する形態へと変わっていったが、こうした変化は、卸商の下に組織化された数多くのコマーシャル・トラベラー（トラベリング・セーラーともいわれる）と呼ばれる巡回商人によって実現されていた[36]。彼らは、いわゆる「プロト工業化」を担う商人としても活躍した。海外市場の展開に刺激を受けて各種の産業が農村部にも展開してきたが、最も普及した生産の形態は問屋制家内工業（問

[34] 詳細については、前掲『商業史』を参照。
[35] 前掲『商業史』、169-170 頁、これによれば、イギリスのどの都市においても、店舗の増加率は人口増加率を上回っており、それが、例えば、街路の舗装や、照明、ガス設備、消火栓、道路の拡幅等によって促進されたとしている。
[36] 前掲『商業史』、168 頁、Michael French, Commercials, careers and culture: travelling sales men in Britain 1890s-1930s, *Economic History Review*, 58(2), August 2008.

屋商人が半農半工の勤労男女に道具や原料を前貸して織物や金属製品を作るという生産形態）であり、こうした商人たちが比較的遠い市場との間を行き来し、製品を売り捌き、また原材料を仕入れてきた。

当時の人々は、市（マーケット）に商品を運んで必要品と交換していたが、「市」は週に一回立てられ、文献によれば、一部の地域を除いて、ほぼ 10 マイル（16 キロメートル）ごとに形成され、徒歩で通うのが一般であった。「この距離は、家畜に荷をのせ、朝早く徒歩で出立して午前中に市場町につき、昼にはひとしきり商売や顔なじみとの交際を楽しみ、日暮れに自宅にかえる」というものであり、「民衆の行動の外延がほぼ半径 10 マイル前後」であったことからすれば[37]、マーチャント・トラベラーの行動はこれを越える遠隔地商業を担うものであった。当初、彼らマーチャント・トラベラーも民衆が利用する定期市に頼って商売をしていたが、それがしだいに卸売商の下に組織化され、定期市に依存する小売業として彼らの大きな流通網のなかに組み込まれるようになっていった。こうしたマーチャント・トラベラーと卸商たちの織り成す流通網の拡大は、都市化と相まって、交通手段の改善（道路・鉄道・運河）をもたらし[38]、それとともに基本的には商売のためではあるとはいえ、宿泊施設やレストランなどの「旅」に供せられる便宜を整え[39]、観光の媒体となる施設を整備していくことになったのである。

3. 新興ブルジョワジーと近代ツーリズムの成立

資本主義の形成・発展は人々の自由な移動を促進し、商業的レジャーの勃興がしだいに楽しみを求めて移動する「旅」を随伴して作り出し、さまざまな自由な人々の移動のなかから、「旅」に対する考え方に新たな動きが生じていった[40]。こうした動きが生じたのは、工業化・都市化の進展によって、これまでの「農村的・共同体的な伝統的レジャー」がしだいに都市的・商業的レジャーに代わっていく「商業的レジャー」が発達していったこと

---

[37] 近藤和彦『民のモラル―ホーガースと 18 世紀イギリス』筑摩書房、ちくま学芸文庫、2014 年、173-174 頁。

[38] こうした交通手段の開発などに対する社会資本の投入は個別企業の枠を超えて政府の手によってなされるのが普通であるが、イギリスの場合、それが主に私企業の手によって行われたという点が特徴的であると、指摘されている（前掲『商業史』、171 頁）。

[39] とくに前掲『商業史』の中で、マイケル・フレンチ（Michael French）は、こうしたことに対する彼らの役割を強調している。

[40] 18 世紀のイギリスで、新しいタイプの教養と楽しみを求める長距離周遊旅行を指す言葉としてツアー（tour）が誕生した。宿泊を伴う教養や楽しみを目的とする旅が、諸々の義務的旅行とは異質の旅として認識されたことを示すものであった。この新しい旅を普遍化する概念語「ツーリズム」が派生（最古の使用例）したのは 1811 年である。オクスフォード辞典によれば、ツーリストもツーリズムも、やや蔑視的ニュアンスを伴って使われ始めたという。まじめな関心も知識ももたず、面白おかしく見物して回る行為が、当時の有識者の顰蹙を買うほど目立つようになったということであろう。いずれにしろ、観光の旅が富裕階級や知的エリートだけのものから、広く中産階級にまで広がってきたのである。

と関係していた[41]。

しかしながら、18 世紀から 19 世紀にかけての資本主義的工業化の時代に余暇を利用して「旅」を楽しむといったことができたのは、主として貴族やジェントリーのような富裕な有閑階級や特権階級であり、これに加えて、資本主義の発展を資本家として担った新興のブルジョワジーであった。この新興のブルジョアジー（具体的には、工場主、各種事業家、外国貿易商、金融業者、法律家、医師、インの経営者、牧師、高級公務員などであり、先に挙げた第 1 階層、第 2 階層の人々も含まれる）は[42]、とりわけ上層部にいた者たちは、貴族やジェントリーたちの生活を模倣して、彼らの仲間入りを果そうとした。「都市が、ジェントルマンを気取る商人・市民その財力を徹底的に顕示する場となったのは当然」であった[43]。旧来の地主貴族階級はこうして力をつけてきた彼らを「スノバリ」とよんで軽蔑したが、いまや彼らは「新しい都市生活文化の開拓者であり、産業社会のリーダーシップを握っていた。たしかに産業革命以前にも都市生活はあった。しかし 18 世紀の生活の場は基本的には都市ではなく農村にあった。それがいまや農村から都市に移ったことは明らかである」[44]。こうした新しい「新興ブルジョワジー」は、資本主義社会に特有な新たな社会現象であった。これまでの富裕な有閑階級は、伝統的な貴族階級に属する人々によって構成され、彼らにとっては、居住地を離れて旅行することは苦労を伴うものであっても、それなりの意義を有していたが、数少ない冒険心に富んだ商人資本に代わって、自然的な価格差を求めるのではなく、市場を通して利潤を得ることに専念する、きわめて金銭的な感覚で行動する新興の「市民」階級が台頭してくるにつれて、こうした遠隔地に出かける旅行も大きくその意義を転換していったのである。商業的感覚に富んだ「近代ツーリズム」の誕生であった。

彼らは、これまでの貴族的な数年にも及ぶ長期の「グランドツアー」に代わって、新しい旅を普遍化する概念語としての「ツーリズム」を派生させ（最古の使用例は 1811 年である）、新しいタイプの見聞と楽しみを求める比較的長距離の周遊旅行を生み出していった。宿泊を伴う見聞や楽しみを目的とする旅が、これまで指摘してきたような諸々の「義務的旅行」とは異質の旅として認識されたことを示すものであった[45]。こうした彼らの行

---

41 荒井政治、原田聖二『交通経済の研究（2）―鉄道と自動車―』関西大学経済・政治研究所、研究叢書第 57 冊、1985 年、2 頁。この研究は、世界的に 1960 年代から、「レジャー産業史」の研究が盛んになってきたことを指摘している。このことはレジャー産業が世界を席巻するマスツーリズムの勃興と関係していると考えられる。

42 角山栄、川北稔『路地裏の大英帝国』平凡社、2001 年、19 頁を参照。「どんどん富裕になった上層市民は、伝統的な支配階級である地主＝ジェントルマン層への接近・同化を至上の理想」（20 頁）としていたとされている。彼らはイギリス全体の人口の 5%を占めたという。

43 前掲『路地裏の大英帝国』、21 頁。

44 前掲『路地裏の大英帝国』、40 頁。「スノバリ」とは、snobbery（鼻持ちならない上流崇拝の気取り屋）のことである。

45 このことを端的に表現しているのが、「新米の観光客」という表現であった。「彼らの行動は『古参の』観光客(彼らは常に、創始者であったという特権を享受することを考えていな

為が目立てば目立つほど、「スノバリ」というやや蔑視的ニュアンスを伴った「ツーリズムやツーリスト」現象が生じたのである。例えば、パリでの［万博］（1855 年、1867 年、1878 年）への豪華寝台列車での観光であり、前述のように、まじめな関心も知識ももたず、面白おかしく見物して回る行為が、当時の有識者の顰蹙を買うほど目立つようになったということであろう[46]。こうした 19 世紀半ば頃から現われはじめたとされる「観光」に関する変化について、ブーアスティンは次のように評している。「昔の旅行は長期にわたる準備、大きな費用時間の莫大な投資を必要とした。またそれは健康の危険、時には生命の危険すら含んでいた。旅行者は能動的だった。しかし今では受け身である。旅行は自分の体を動かすスポーツから見るスポーツへと変化した」[47]。ブーアスティンにいわせれば、「旅行者の没落であり、観光客の台頭」であったが、それは観光が商品になったことを意味した。他方、時間と金銭のある上級階級は、娯楽、学習などのために旅行活動を行った。

当時の旅行は、いまだ長距離を克服するために膨大な金銭力と長期間の時間が必要であった。観光活動を行うために最初に克服しなければならないことは長距離移動であるが、19 世紀半ばの科学技術による交通革命、すなわち旅客鉄道の誕生によって、大量・迅速・安全・安価な長距離移動が可能となったが、こうしたことが「観光」の旅をこれまでの貴族的な富裕階級や知的エリートだけのものから、急激に大量に勃興してきた「新興ブルジョワ階級」にまで拡大させた。

鉄道の登場によって、「鉄道ブーム」や「旅行ブーム」が現れ、1820～40 年代にかけて「ベデガー」、「マーレー」、「ジョアンヌ」といったガイドブック・シリーズも次々と出版された[48]。鉄道網が発展すればするほど移動時間は短くなり、目的地での滞在時間は長くなる。温泉地（バース、ロイヤル・タンブリッジ・ウェル、スパ、ヴィシー、エクス＝レ＝バン、バーデン＝バーデン）、海辺（ブライトン、ブローニュ、ディエップ、ビアリッツ、ニース、スヘーヴェニンゲン、ドーベラン）、山間の街（シャモニー、ダヴォス、サン＝モリッツ）が保養地として次々と整備された[49]。人々は温泉で湯治、海辺で海水浴やヨット遊び、山間部で山登りやスケート、カーリング、スキーなどのウィンター・スポーツをそれぞれ楽しんでいた。また、昼は桟橋や遊歩道を散策し、夜は食事やコンサートに

いだろうか？）の完成と衝突する」（アンドレ・ロッシュ「ヴァカンスと自然再訪」、前掲『レジャーの誕生』、113-118 頁を参照）として、それまでの旅と近代ツーリズムの比較を行っている。

[46] ロイ・ポーター「イギリス人と余暇」（前掲『レジャーの誕生』、40 頁）は、「中産階級のスノッブな好み」として指摘している。

[47] D. J. ブーアスティン（星野郁美、後藤和彦訳）『幻影の時代―マスコミが製造する事実』東京創元社、1964 年、96 頁。ブーアスティンは、19 世紀初めまでの「旅行」に比べて、19 世紀半ば以降の「観光」は旅行経験そのものが変質し、後者は擬似イベントで経験を満たすものでしかないと主張した。

[48] 田口亜紀「旅行者かツーリストか？:十九世紀前半フランスにおける"touriste"の変遷」『共立女子大学文芸学部紀要』、60 巻、2014 年 1 月。

[49] これらの代表的な観光地は前掲『レジャーの誕生』、74-96 頁を参照した。

を楽しむような過ごし方もある。19 世紀半ばを過ぎるころには、先ず一部の熟練労働者がこうした現象に加わり[50]、80 年代以降になると、さらにより多くの比較的高い所得層の労働者層もこれに加わるようになっていった。こうなると、そうした蔑称的な用語として生じた「近代ツーリズム」もしだいに一般的な呼称に変化していくのも時間の問題であった。こうしたことを推し進めたのは、観光の主体が観光地に行って楽しむという動機を満足させるアクセス手段を主とする観光媒体としての多くの業種の画期的発展があったからであった。

4. 都市に集中した労働者たち

都市には多くのさまざまな人間が流れ込んできた。ここには 4 つの階層からなる人々がいたとされるが、どの階層の人がどのくらいいたかなどは分かっていない。大まかに分類してみると次のように言えるであろう。第 1 階層は親方層、第 2 階層は徒弟修業を終えたがなお親方に雇われているジャニーマンと呼ばれた熟練職人、第 3 階層は未熟練労働者、第 4 階層は浮浪者や乞食及びそれと区別のつかない日雇い労働者であった。都市が形成されはじめたころに流れ込んできた賃労働者は、この第 3 及び第 4 階層の部類に属していた[51]。そして彼らは、労働に対する「余暇」という概念を生み出し、労働力の再生産のための休養の時間にすぎなかった「余暇」に新たなレジャー（余暇を楽しむ）の時間を創出し、余暇の新しい秩序[52]を形成していった。

18 世紀から 19 世紀までの産業革命の進展によって、協業に基づく分業が合理的な配置が定着してくると、労働時間とそれ以外の時間が明確に区別されるようになった。イギリスの「労働法の制定」[53]はこうした労働者の意識をいっそう強めた。イギリスでは、1847 年の「工場法」で、織物工場に雇われる女子供の労働時間が 10 時間と定められると、これは少しずつ他の部門へと広がっていった。その後、土曜日の半日休暇の習慣がゆっくりと一般化していった。労働時間以外は余暇の時間とされ、個人の判断で娯楽（レジャー）を享受する時間となった。旧い共同体の農村社会が衰退していくなかで、農民から近代的な労働者としての自律した個性が生まれ、都市における人間関係が新たに構築されていった。住民の流出によって、農村社会それ自体が縮小していったことがこうしたこ

---

[50] 前掲『レジャーの社会経済史』、3 頁。
[51] 前掲『路地裏の大英帝国』、70 頁、30 頁を参照。
[52] 前掲『レジャーの誕生』、31 頁。
[53] イギリスでは、労働規律を遵守することによって、労働の合理的配置を整える上から、また労働者の健康保持の必要から、1833 年に工場法を制定し、1844 年、1847 年、1867 年、1874 年と改正してきた。労働時間に関しては、次のようであった。1833 年には、9-18 歳未満の若年労働者の労働時間が週 69 時間以内に制限し、44 年の改正で、女性労働者にもこの制限が適用されるようになり、47 年の改正では、若年労働者と女性労働者の 1 日の労働時間が 10 時間以内に制限された。67 年の改正で、50 以上の工場全部にこれが適用され、74 年改正で、週 56 時間（月曜から金曜まで、1 日 10 時間、土曜は 6 時間）に制限された。

とに拍車をかけ、伝統的な例祭行事の規模も小さくなっていった。『イギリス文化史入門』によれば、地域差はあったものの、産業革命以降、こうした伝統的な例祭行事は急速に減少していったとされる[54]。

これに代わって台頭してきたのが「合理的リクレーション」であった。よく指摘されることは、都市において、労働時間を終えた旧社会からの賃労働者が余暇の時間に求めたものは、パブ等でアルコールを飲むことであったという[55]。こうした状況のなかで、温情的な工場主をはじめ行政改革者、労働運動のリーダーや福音主義者といった社会改良主義者たちがアルコールに代わる健康的な娯楽活動、つまり「上品」で「合理的」なリクレーションを推進することに努めはじめたが、こうした大衆の娯楽を道徳的にコントロールすることは容易ではなく、期待されたほどの成果をもたらさなかった[56]。むしろ、こうした労働以外の時間をビジネスチャンスととらえ、労働者を新しいレジヤー産業[57]に結びつけていこうとする企業家が現われた。しかし、この商業的レジャーがビジネスにつながるためには、賃労働者の所得が増大しなければならなかった。

イギリスの労働者状態を検討した菊池光造によれば、1860 年代初頭以来の目覚ましい賃金上昇は、いわゆる「大不況」の始まる 1873 年までに終わり、「大不況」の到来とともに、再び顕著な落ち込みを示し、1890 年代になっても 1873 年水準を回復しなかったとされている。しかも、労働者間の階層格差は依然大きく、「世界最大、最富裕のロンドンにおいて、人口の 30.7 パーセント、労働者階級の 40 パーセントが貧困線以下の生活」状態にあり、代表的地方都市たるヨーク市において、「全人口の 27.8 パーセント、賃労働者中の 43 パーセントが貧困層であった」ことを明らかにしている[58]。アンガス・マディソンの研究によれば（表 1-1 参照）[59]、産業革命の進展とともに、労働生産性の向上がもたらされ、1820 年から 1913 年までの間に、総就業者数は 816 万人から 1982 万人と 2.4 倍に増大し、総労働時間は 245 億時間から 520 億時間に 2.1 倍に拡大した。実質 GDP は 362 億ドルか 2227 億ドルと 6.2 倍に増加し、一人当たり GDP は 1703 ドルから 4878 ドルと約 3 倍に拡大し、1 労働時間当たり実質 GDP も同様に 1.48 ドルから 4.28 ドルに跳ね上がった。労働者数や労働時間以上に、所得の伸びが著しかった。

---

[54] 井野瀬、久美惠『イギリス文化史入門』昭和堂、1994 年、155 頁。
[55] 前掲『レジャーの社会経済史』、23 頁以下参照。こうした彼らの楽しみも、1820 年代の「禁酒運動」によって、制限を受けるようになった。
[56] 前掲『レジャーの社会経済史』、32 頁以下。ロイ・ポーターによれば、「功利主義が休息の必要性」を主張したとされる（前掲『レジャーの誕生』、30 頁）。
[57] それらは、酒と演芸を売るロンドンのミュージックホール（寄席）・団体割引による日帰りの行楽（エクスカーション）・観衆を集めたプロスポーツなどであった（同上『レジャーの誕生』、33 頁）。
[58] 菊池光造「19 世紀後半イギリスにおける労働者状態」『經濟論叢』、第 120 巻第 1・2 号、京都大学、1977 年。なお、松村論文（松村高夫「タフ・ヴェイル判決とイギリス鉄道労働運動（V）」『三田学会雑誌』、慶応義塾経済学会、83 巻 1 号、1990 年 4 月）でも間接的にこうしたことが確認される。
[59] 前掲『世界経済の成長史』、表 K-1、364-365 頁。

表 1-1　イギリスの経済成長要因の基礎的構成要素

年	就業者数（千人）	総労働時間（百万時間）	実質 GDP（百万ドル）	1 人当たり実質 GDP（ドル）	1 労働時間当たり実質 GDP（ドル）
1820	8,160 (100.0)	24,480 (100.0)	36,164 (100.0)	1,703 (100.0)	1.48 (100.0)
1870	12,593 (154.3)	37,578 (153.5)	99,318 (274.6)	3,164 (185.8)	2.64 (178.4)
1890	15,361 (188.2)	43,118 (176.1)	148,977 (411.9)	3,974 (233.4)	3.46 (233.8)
1913	19,823 (242.9)	52,016 (212.5)	222,685 (615.8)	4,878 (286.4)	4.28 (289.2)

出所：前掲『世界経済の成長史』、364-365 頁。

注：( ) は 1820 年を基準にした指数（1820 年＝100.0)。

ボーリー（A. L. Bowley）による 1880 年と 1913 年の国民所得分配の分析を示した下記の表 1－2 によって、賃労働者及び中間所得者の所得水準を検討してみると、賃労働者の平均所得は 37.8 ポンドから 50.7 ポンドへと 34.1%も増加し、中間所得者の平均所得は 70.3 ポンドから 84.7 ポンドに増加した。この増加率は 20.5%で、賃労働者のそれには及ばない。しかし、賃労働者の所得総額の総所得に占める割合は、41.3%から 35.6%へと 6 ポイントも減少している（パーセンテージでは 14%）。これに対して、中間所得者の総所得に占める割合は、11.6%から 16.9%へと 5 ポイント（パーセンテージでは 45.9%）も増大している。それぞれの人数も増大しているが、賃労働者の増加率に比べると中間所得者のそれは 133%と、2.3 倍以上に人数が増えたことを示している。そのため、中間所得者の平均所得は 70 ポンドから 84 ポンドへと 20%以上も伸びたが、賃労働者の平均所得の 34%にはるかに及ばない。だが、このことは、たんに賃労働者と中間所得者との格差が縮小したことを示しているだけではない。中間所得者自身の所得が増大したというよりも、一部の賃労働者の所得が増加し、中間所得者へと階層を移動したことを意味している。人数では 185 万人から 431 万人へと 2.3 倍、総所得では 1 億 3000 万ポンドから 3 億 6500 ポンドへ 2.8 倍と、大幅に伸びていることにそのことが示されている[60]。一方、課税所得者[61]は、すなわち高所得者の割合は 2.3 ポイント減少したものの、人数は中間所得者につづき約 2 倍に増えている。

[60] 前掲『レジャーの社会経済史』、178 頁。

[61] 課税所得者は年間所得 150 ポンド以上で所得税を納めている人口、中間所得者は課税限度年間所得 150 ポンド未満から 50 ポンド以上の人口、賃労働者は年間所得 50 ポンド未満の人口。

表 1-2　イギリスの国民所得分配の変化（1880-1913 年）（単位：人数：千人、平均所得：ポンド、総所得：百万ポンド）

		賃労働者	中間所得者	課税所得者	全体に占める割合		
					賃労働者	中間所得者	課税所得者
1880	人数	12,300	1,850	620	83.3%	12.5%	4.2%
	平均所得	37.8	70.3	854.8	3.9%	7.3%	88.8%
	総所得	465	130	530	41.3%	11.6%	47.1%
1913	人数	15,200	4,310	1,190	73.4%	20.8%	5.7%
	平均所得	50.7	84.7	865.5	5.1%	8.5%	86.5%
	総所得	770	365	1030	35.6%	16.9%	47.6%
増加率	人数	23.6%	133.0%	91.9%	-11.8%	66.2%	37.0%
	平均所得	34.1%	20.5%	1.3%	29.0%	15.9%	-2.6%
	総所得	65.6%	180.8%	94.3%	-14.0%	45.9%	1.0%

出所：A. L. Bowley, The Change in the Distribution of the National Income 1880-1913,1920; R. Floud & D. McCloskey(ed.), *The Economic History of Britain since 1700*, 1981, Vol 2 pp.125-127.によって筆者作成。

次の表 1-3 は、第一次世界大戦前後の先進諸国の一人当たり GDP を示したものである。1820 年の各国の平均は 1300 ドル弱に止まり、各国間の格差も少ないが、イギリスが最も高く、ドイツとの差は約 600 ドルであった。1870 年には、各国の 1 人当たり GDP が大幅に向上され、1900 年までの 30 年間に約 1.6 倍の一人当たり GDP を実現した。1900 年から第一次世界大戦にかけて、欧米諸国の国民所得は大幅に増加したが、増加率は低下し、一人当たり GDP は 3500 ドルから 5000 ドル強の水準に達した。こうした動向から判断して、表 1-1 でみたような傾向は、ほぼ欧米諸国に共通にみられる現象であったとしてよいであろう。

表 1-3　欧米主要国の 1 人当り GDP（1820-1950）（単位：ドル）

国/年	1820	1870	1900	1913
フランス	1,218 (-)	1,858 (52.5)	2,849 (26.4)	3,452 (47.0)
ドイツ	1,112 (-)	1,913 (72.0)	3,134 (63.8)	3,833 (22.3)
イギリス	1,756 (-)	3,263 (85.8)	4,593 (40.8)	5,032 (9.6)
アメリカ	1,287 (-)	2,457 (90.9)	4,096 (66.7)	5,307 (29.6)

出所：前掲『世界経済の成長史』、294 頁、( ) は増加率%。

しかしながら、こうした経済的発展がどのくらいの大衆をどれほどに参加させる商業的レジャー現象をもたらすほどであったかについては、指摘しておかなければならないことがある。荒井政治の『レジャーの社会経済史』によれば、19 世紀中期以来のヴィクトリア時代の商業的レジャー（原書の表現によれば、「レジャー革命」）に関与できた賃労働者は、「労働者階級全般ではなく、そのなかでも比較的恵まれた階層であった」と指摘している[62]。また、関西大学経済・政治研究所の『交通経済の研究』が紹介する研究によれば、「1905 年には 500 万のイギリス人（全体の 11%）が国民所得の半分を占め、残りの半分を 3900 万人（全体の 89%）が分けあっていた」[63]とされる。

19 世紀半ばに鉄道とともに誕生した商業的レジャー現象の一部としての近代ツーリズムは、駅馬車の時代までの近代以前のそれと対比される一方で、労働者階級を含む広範に大衆が観光に参加する、第二次大戦後のマスツーリズムとも対比して使用されるが、近代資本主義社会の成立によって勃興した「レジャー革命」に深いかかわりをもつ労働者階級の多くは、いまだこうした国富の恩恵から分け前を受け取れなかったのである。年間 300 ポンド以上の年収のある上・中流階層は、世帯総数の 2%にも満たなかった[64]。残りの圧倒的な労働者階級が参加することができたツアーは、せいぜい日帰りの行楽にすぎなかったのである。その後のマスツーリズムと比較して、大多数の賃労働者にとっては、近代ツーリズムとはこうした限定的な「レジャー」の一部を形成していたにすぎないものであったというべきなのである。

5. 鉄道の役割と観光地開発

産業革命の最大の成果の一つである鉄道によって、人々の生活形態は大きく変容した。19 世紀半ばの科学技術による交通革命、すなわち陸上における旅客鉄道の誕生及び海上における蒸気船の登場によって輸送は大量、迅速、安全、安価になり、レジャーのパターンを激変させた。鉄道を利用した行楽が旅行史の中に登場し、さまざまの宿泊・娯楽施設を備えたリゾートが生まれた。「蒸気鉄道によるスピード革命、大量輸送、コストの低下は、交通革命をもたらし、上・中階級及び労働者階級の日常生活を変え、レジャーのパターンを激変させた」[65]とされる。この鉄道は、19 世紀において、社会変化の最も有力な道具であり、「その出現は、自由時間の使い方を、反論の余地ないほどに変革した」とされ[66]、鉄道を利用した行楽(長い旅にでること)が流行し、さまざまな宿

[62] 前掲『交通経済の研究（2)』、53 頁。
[63] 前掲『交通経済の研究（2)』、14 頁。この頃、1800 万人に膨れ上がっていたイギリスの人口のやく 20%の 360 万人が都市にてジュウしていたとされる（前掲『路地裏の大英帝国』、60 頁)。
[64] 前掲『交通経済の研究（2)』、14-15 頁、表 1-2、表 1-3 による。
[65] 前掲『交通経済の研究（2)』、56 頁。
[66] 前掲『レジャーの誕生』、32 頁。

泊施設や娯楽施設を備えたリゾートが作り出され、そこを中心とした商業レジャー産業が生まれた。よく紹介されるリゾートは海水浴場を備えた海浜リゾートや湯治場（スパー)、湖畔に族生したリゾートであった[67]。もともと鉄道は余暇の時間を利用した人々の移動を考えて建設されたものではなく、商品の輸送の必要に答えることを目的にしたものであった。しかし、早くからこうした余暇の人々の移動のために特別料金を設定し、廉価で観光することを促進した[68]。そのため、観光地の形成はまさしく鉄道の建設によって生み出されたものであった。まさに「大衆の増大した自由時間と消費力の利用に一つの方向性を与え、リゾートの形成やレジャー産業の勃興（レジャーの企業化、商品化）をリードしたのは、鉄道のブーム」[69]であった。19 世紀半ばには、駅馬車の平均速度は 16 キロに伸びていたが、駅馬車では数日を要した旅は、鉄度の開通によってわずか数時間に短縮された。さらに旅客にとって重要なことは旅の大きな制約条件とされたコストの問題であった。1870 年代には大幅な運賃の値下げが実現され、鉄道を利用した都市近郊への日帰り行楽が一気に広まった。徒歩ではとうてい実現できなかったレクレーションが土曜、日曜、休日に実現されたとされる。さきの『交通経済の研究（2)』によれば、1850 年から 70 年までの 20 年間に、1 等の鉄道旅客は 710 万人から 2700 万人と 3.8 倍、2 等の旅客は 2280 万人から 6670 万人と 2.9 倍に増大したが、3 等の行楽客は 2850 万人から一挙に 1 億 9480 万人と 6.8 倍に増加したとされる[70]。目的地への移動が容易になったために、必然的に目的地における宿泊・食事・現地交通をはじめとする旅客用の施設サービスが拡充され、それらが「商売」として成り立つ時代が到来したのである。

しかし、労働者たちにとっては、すでに指摘したように「日帰りの行楽客」としての旅を楽しむだけで[71]、滞在型行楽客（staying excurtionists）は、先に指摘した新興のブルジョワジーや熟練職人であった[72]。このような「スノバリ」たちが海浜リゾートに押し寄せ、さらに「世紀交替期または第一次大戦前夜」頃に一部の労働者たちがリゾートにやってくるようになると（それでも基本的な行楽は日帰り旅行であった）[73]、特権階級や上流

---

[67] 中崎茂（「リゾート地域の変遷とその要因に関する考察―イギリスのマスツーリズムの誕生とその変容を中心に―」『流通経済大学論集』、35-3、2001 年 1 月）が指摘するように、このリゾートは洗練されたデザインの高級な設備サービスがある滞在地域ではなく、水辺地域の休養地域を指すものであると考える必要がある。もともと、海浜リゾートの始まりは、特権階級（貴族たち）の人々が 18 世紀後半に精神的な病を治療するために水辺を音連れということにあった。こうしたライフを新興ブルジョワジーや親方層、熟練職人たちが模倣したのである（前掲『レジャーの社会経済史』、120-122 頁。）。

[68] 前掲『レジャーの誕生』、33-35 頁。

[69] 前掲『交通経済の研究（2)』、5 頁。

[70] 前掲『交通経済の研究（2)』、22 頁、表 1-6。

[71] ロイ・ポーターによれば、沿岸の町々にリゾートが形成されたが、「上流社会による鉄道の所有」であったと指摘している（前掲『レジャーの誕生』、鉄道の役割を参照)。

[72] 前掲『レジャーの社会経済史』、61 頁。

[73] 前掲『レジャーの社会経済史』、123 頁。

階級の人々は、彼らと区別された新たなリゾート地域の開発や海外のリゾート地域を指向するようになっていくのである。

イギリスの鉄道建設はリバプール・マンチェスター鉄道とともに始まり、幹線網の建設は19世紀半ばに終えていた。表1-4では1870年と比べて、1910年代の旅客数は2倍以上に増加し、貨物輸送量の増加よりも、旅客輸送が顕著な増加を示した。また、鉄道網建設も進み、1910年代は1870年代より6000マイル以上の鉄道を延伸した。

鉄道時代の到来以前、休暇を楽しむことは時間と経済面に恵まれた上流階層と一部中流階層の特権であった。彼らは、バースやハロギットのような内陸の湯治場や、ブライトンが代表する海浜保養地で余暇を楽しむことが流行であった[74]。鉄道時代に入り、海浜のリゾートへ労働者階級が日帰りの行楽客として押し寄せるようになり、さらに一部の人は短い滞在を楽しむようになった。それによってリゾートは大衆化し、それがリゾート都市の形成の始まりであった。たとえば、ウェストンに行楽列車で日帰り旅行を楽しむ人々の数は年々増え、1850年代半ばの年間5000人から、1870年代の1万ないし1万5000人、1890年代では約2万人であった。こうした日帰り型行楽客の激増とともに、19世紀末に、下層中産階層及び熟練職人層の短期の滞在型行楽客が増加した。これらの人たちは主に利用した移動手段が鉄道である。たとえば、1875年にウェストンに訪れた1万6000人の人のうち、1万2000人が鉄道、2750人が馬車、1250人が汽船であった[75]。鉄道利用者は20世紀に入っても、圧倒的に多く、この傾向は1920年代の自動車が台頭するまで続いていた。

表1-4　イギリスの鉄道統計（1870-1912年）（旅客数：百万人、貨物量：百万トン）

年	マイル数	増加率	旅客数	増加率	貨物量	増加率
1860	10,433	-	163.4	-	89.9	-
1870	15,537	48.9%	336.5	105.9%	-	-
1880	17,933	15.4%	603.9	79.5%	235.3	162%
1890	20,073	11.9%	817.7	35.4%	303.1	28.8%
1900	21,855	8.9%	1,142.3	39.7%	424.9	40.2%
1910	23,387	7.0%	1,306.7	14.4%	514.4	21.1%
1912	23,441	0.2%	1,294.3	-1.0%	520.3	1.2%

出所：前掲『交通経済の研究(2)』、85頁、C. Savage, An Economic History of Transport, 1959. p83を参考し、筆者によって作成。「-」はデータの欠如を示す。

[74] 平林美都子「英国の近代ツーリズム(その2) 英国海浜リゾート」『愛知淑徳大学大学院論文集』第4号、2012年、28頁。
[75] 荒井政治『ビクトリア時代の「レジャー革命」と交通革命』関西大學『經濟論集』第34巻第6号、1985年2月、26頁。

6. 観光媒体としての観光産業の展開

前近代の「旅」の範疇のなかにあった「出立」に対して、これまで述べてきたような社会条件の変化のなかで、「近代」を冠した「近代ツーリズム」、あるいは「近代社会におけるツーリズム」というのは、近代以前には少数の貴族的特権階級にのみ許されていた「居住地」を離れてさまざまな目的と動機から行われた「旅行」活動が、ある程度大衆的なレベルにまで普及したことを特徴としていた。これまでの「旅」という形での旅行には、労働時間外の余暇という概念はなかった。こうしたなかで、「余暇の時代」に旅行を楽しむというツーリズムが台頭してきたのである。こうしたことが可能にされた条件として、産業革命の最大の成果の一つである鉄道によって「旅」が物理的に容易になり、他方、フランス革命を経て市民権が確立され、新興資本家たちを含む中間所得層が観光の旅をすることへの心理的な障壁が低くなったことが上げられている。目的地への移動が容易になったために、必然的に目的地における宿泊・食事・現地交通をはじめとする旅客用の施設サービスが拡充され、それらが「商売」として成り立つ時代が到来したのである。

こうした観光の媒介手段（とくに観光産業）が「近代ツーリズム」の成立に大きな役割を果たすことができるようになった社会的条件をまずみておこう。19 世紀半ば以降の旅行商品の平準化と複製化と交通機関の進歩という 2 つの社会変化によって、より多くの人が「楽しむ商品」として旅行を買うようになった。トマス・クックが旅行業を経営し、その最初の「旅」を組織したのは 1841 年のことであった。旅行業は、「ヴィクトリア時代のレジャー革命の中から生まれた一つの新しい産業であった」[76]。トマス・クック（Thomas Cook）は、最初から熱狂的な鉄道信奉者であった[77]。クックの旅行業への動機は余暇の過ごし方を知らない人々を救うことにあったという。酒浸りになる日常からの脱却を望んでいた。鉄道会社と契約して、大観光団を組織して、各地を観光させた。3000 人の学童の日帰り見物や、労働者には 1 泊 2 日（土曜日に出かけて日曜日に帰る）のツアーが企画され、「旅」の大衆化に向けて動き出したのである。鉄道会社も営業成績の改善から、旅行業者への依存を深めた。クックは、労働者にとっては、いまだ高嶺の花の旅行により多く参加させるために「クラブ」組織を立ち上げて「積立金制度」を発足させた。その後、国内旅行からさらに海外旅行にまで営業範囲を拡大し、1855 年の「フランスの旅」では、地元のレスターからカレ間往復 31 シリングで小さなツアー団体を組織した。翌年（1856 年）のツアーは楽しい案内書と通訳付きの大規模な「大陸周遊大旅行」であったが、これは好評で追加班を組織するまでになり、このツアーに参加した人々のうちには旅行記を記す者もいて（この旅行記を書いたある旅行作家によるとこのツアーは 2 週間で約 10 ポ

[76] 前掲『レジャーの社会経済史』、93 頁。クックの生い立ちなど、クックの個人的経歴については、同書、第 3 章を参照。
[77] 前掲『レジャーの社会経済史』、37 頁以下参照。

ンドであったとしている)、これがまたクックにとっての「生きた広告」になっていた[78]。

クックが近代的ツーリズムを大衆化していくのに重要な役割を担ったことはいうまでもないことであるが、それは「中産階級の人々の外国旅行の商業化の巨人であり続けた」[79]ことに留意しなければならない。クックのツアー料金がどのような程度のものであり、いかなる社会的意義をもつものであったかを明示する資料はいまのところ管見の限り確認できないが、上述したような資料に散見される料金を当時の労働者の賃金と比較してみると（表 1-5)、労働者の平均週給は、産業で差はあるものの、週 21 シリング前後である。また、1885 年の「産業報酬会議」における報告では、「一週 15 シリング以下では我国（イギリス-引用者）の救貧院 Work house において 5 人家族を食糧だけからしても維持してゆけないという事実からみて、一週 10 シリングの農業賃金が飢餓を意味することは明らかである」[80]とされるように、最低安楽賃金でさえも 27 シリングであり、最低生存賃金は 13 シリング強とされており、当時の一般的な賃労働者がクックの組織する国内であろうと小規模であろうと、そうしたツアーに参加できるものではなかったと考えてよいであろう[81]。とはいえ、こうしたなか、人々の中に余暇とレジャーの楽しみ方の意識が定着し、ツアーを介して観光を楽しむ動きが形成されていった。それとともに、観光に関する案内書やホテルなどの観光媒体の充実とともに、観光客体における整備も進展していった。

表 1-5　1886 年のイギリスの労働者（男子労働者）の平均週給（単位：シリング）

産業別	平均週休
石炭鉱業	21.2
木工業	21.4
金属・機械・造船業	23.0
繊維	19.4
鉄道	22.0
ガス・水道	26.5
農業	16.3
最低安楽賃金	26.9
最低生存賃金	13.3

出所：前掲『レジャーの社会経済史：イギリスの経験』、176 頁より再引用。最低安楽賃金と

[78] 以上は、前掲『レジャーの社会経済史』、100-101 頁。
[79] 前掲『レジャーの社会経済史』、38 頁以下参照。
[80] 前掲『レジャーの社会経済史』、「19 世紀後半における労働者状態」参照。
[81] 前掲『レジャーの社会経済史』、176 頁以下参照。こうしたなかで、「自転車産業」の発展による近郊へのサイクリングが観光に寄与したとされている。

最低生存賃金は、村松高夫「イギリス産業革命期における生活水準論争再訪（下)」三田学会雑誌、83 巻 1 号、1990 年 4 月。

第 3 節　帝国主義と植民地時代の観光―マスツーリズムの萌芽と特徴

1. 世界市場の拡大とアメリカの台頭

世紀末の大不況期を経て、資本主義体制における大きな変化が顕著になっていった。第一次世界大戦は人類史上未曽有の打撃を与え、こうした世界経済の再編を加速させた。これまで世界経済の主力であったイギリス、ドイツを追い抜いて、アメリカ合衆国が工業生産では優位に立つようになっただけではなく、社会主義を目指すソヴィェト連邦が出現し、資本主義体制に間接的にも影響を与えた。資本主義体制では、独占的システムを駆使して体制維持を図り、植民地からの利益を獲得することを目的にするのではあるが、ソヴィェト連邦の成立とともに、資本主義は体制維持のため、そうした利益を福祉分野に回し、ある程度の労働者保護に気を配るようになったのである。

第一次大戦後、ヨーロッパの「相対的安定期」にドイツ経済が再び復活しはじめ、こうした動きに歩調を合わせるように、イタリア、オーストリア＝ハンガリー、スウェーデン、カナダ、そして日本といった国々が工業国の列に加わっていった。これら新興の工業国は先進国の仲間入りを果すなかで、後進国からの膨大な原料（棉花・羊毛・鉄鉱石・石炭・ゴムなど）に加えて、全体的な生活水準の向上によって、大量の食料品（小麦・飼料・肉・砂糖・茶・コーヒー・乳製品など）を輸入した。先進国間での鉄鋼・機械や繊維類の相互輸出入も展開され、国際的分業が展開していったが、こうした関係における後進諸国は植民地へと編成されていった。いわゆる帝国主義と植民地という体制のうちにおいて、こうした国際分業が進展していったのである。こうしたなかで、世界貿易の大半を占めたのは、アメリカとヨーロッパであり、次いで植民地市場をめぐる貿易であった[82]。

アメリカは、両大戦間期に目覚ましい発展を遂げた。1920 年代に、鉱工業生産は 1.8 倍に増大し、国民所得は年平均 4.4%の率で増加した。とくに電機・自動車産業では、大量生産システムが採用され、技術革新と合理化が推進され、それが製品の低廉化と市場の拡大をもたらして、石油・鉄鋼・機械・化学といった関連産業の拡大を刺激した。それが「高度大衆消費社会」の出現に結びついていった。

[82] これら貿易構造（国別・品目別）については、前掲『商業史』246 頁以下参照。

2. 移民とアメリカの労働者の形成

世界史上、人の移動の一つの形態である移民については、さまざまな事例をみることができるが、とくに大規模に展開されたのは、17 世紀以降のイギリスからのアメリカ新大陸への人びとの移住であった。アメリカ移民の最初の中核となったのは、WASP（「ホワイト・アングロサクソン・プロテスタント、英語表記では、White Anglo-Saxon Protestant)」）と呼ばれるイギリスからの白人移住者であったが、植民地時代以来、それ以外の多くの民族が新天地での生活を求めて移住してきた。イギリス人以外にも、フランス人、オランダ人、ドイツ人、スウェーデン人など西欧・北欧からの移民が主体であった。

18 世紀後半のアメリカ独立革命によるアメリカ合衆国の独立・建国後も積極的に移民が受け入れられ、多人種国家としての国作りが進展した。1870 年代から 1910 年代まで、非農業労働者は 600 万人から 3700 万人まで増大し、その大部分がヨーロッパからの移民とその子供であった。1910 年に移民が全米のすべての仕事の 4 分の 1 を占め、炭鉱、鉄鋼業の労働者の半分、及び紡績労働者の 7 割が移民であった[83]。

19 世紀におけるアメリカの労働者階級の形成には 2 つの要因があった。一つは 1820-1870 の産業化による奴隷から労働者への転換であり、もう一つは 1870-1910 年代の移民労働者の増加であった。アメリカでは、1820 年頃、賃金をもらって働く労働者はまだ少数派であり、支配的な労働システムは奴隷制と、家族農場や小規模作業場における自営の家族経営体であった。1870 年になると、賃労働者はアメリカ人の 3 分の 2 を占める多数派となり、自営農民と職人、奴隷とその所有者の社会は、雇う側と雇われる側の社会構成となり、急激な産業化によって、独立小生産者の社会が都市を中心として資本と賃労働関係を基軸にする社会に変容していくようになった。1787 年の独立戦争以来、アメリカでは私的利益を追求する風潮や平等主義の思想が台頭し、19 世紀以降のアメリカは、世界最大の農業国から世界最大の工業国へと転換し、農本主義の価値観に代わる産業社会の価値観が優勢になっていった[84]。

労働者階級の形成と同時に、中産階級の形成も開始された。19 世紀中頃には、アメリカ北部における製造業者や起業家、小売商店主、中西部の商業的農民や食品加工業者のほか、事務専門職や法律家、牧師などによって構成された中産階級が、一般労働者（ブルーカラー）と区別されるようになった。

19 世紀後半には黒人奴隷労働に依存できなくなったのに代わって、急増したのが中国からの移民であった。アヘン戦争に敗れた中国が 1842 年の南京条約で開国させられると同時に、中国人労働者が安価な労働者としてアメリカに連れていかれるようになっ

---

[83] 有賀夏紀、油井大三郎編『アメリカの歴史―テーマで読む多文化社会の夢と現実』、竹田有「第三章　雇われること、自立すること」有斐閣、2003 年、73 頁。
[84] 大内雅利「農本主義」（森岡清美・塩原勉・本間康平編『新社会学辞典』有斐閣、1993 年、1159-1160 頁。

た。彼らは苦力（クーリー）ともいわれ、実質的には奴隷と同様の扱いを受けた。とくに中国系の移民（苦力）は、カリフォルニアの金鉱開発や大陸横断鉄道建設の労働力として使役され、アメリカの産業発展を支え、華僑としてアメリカに定住するものも増えていった。20 世紀前半にかけてヨーロッパからアメリカ大陸への移住者数は、帝国主義時代に世界が一体化したことから急速に進み、第一次世界大戦までの約 40 年間に生じた移民約 3000 万人のうち 2000 万人がアメリカ合衆国に渡ったとされ、アメリカ移民はピークを迎え[85]、アメリカのこの時期の経済的発展を支えた[86]。こうした移民の増加は、低賃金労働力として相互に競合するようになると、移民制限の動きが強まり、1924 年の「移民法」で国別に制限されることとなった。この法律の成立によって、中国からの移民や日本人の移民は禁止され、「自由な移民の国アメリカ」が終わったことを意味していた[87]。

表　1-6　主要国・地域別アメリカ移民の推移（単位：千人）

年代	フランス	ドイツ	アイルランド	イタリア	ロシア	イギリス	中国	カナダ	中南米	世界合計
1840	75.3	385.4	656.1	1.5	0.5	218.6	0.0	34.3	252.9	1427.3
1850	81.8	976.1	1029.5	8.6	0.4	445.3	35.9	64.2	545.4	2814.6
1860	35.9	723.7	427.4	9.9	1.7	533.0	54.0	118.0	705.5	2081.3
1870	71.9	751.8	422.3	46.3	35.0	578.4	133.1	324.0	1041.2	2742.1
1880	48.2	1445.2	674.1	267.7	173.1	810.9	65.8	492.5	1479.2	5248.6
1890	35.6	579.1	405.7	603.8	413.4	328.8	15.3	2.7	550.1	3694.3
1900	67.7	328.7	344.9	1930.5	1501.3	469.5	19.9	123.1	1298.1	8202.4
1910	60.3	174.2	166.4	1229.9	1107.0	371.9	20.9	708.7	1667.1	6347.4
1920	54.8	386.6	201.6	528.1	61.6	342.8	30.6	949.3	1352.2	4295.5
1930	13.8	117.7	28.2	85.1	2.5	61.8	5.9	162.7	237.6	699.4
1940	37.0	119.4	15.7	50.5	0.6	131.8	16.1	160.9	314.0	856.6

出所：米・国土安全保障省の移民統計局が公開している移民統計のデータ（Immigration Data & Statistics）Department of Homeland Security’s Office of Immigration Statistics (download: full report, data in Excel format)

[85] 前掲『アメリカの歴史』、106-107 頁。
[86] この時期は、アメリカのフロンティアの消滅の時期とも重なっており、90 年代からは海外領土の獲得に向かうこととなる。1912 年 4 月 15 日、北大西洋で沈没したタイタニック号には、低料金の船室に多くの移民が乗船していたが、そのほとんどが犠牲となった。
[87] こうした制限が解除されることになるのは、第二次世界大戦後、アメリカが世界経済において、最大の生産力と購買力を持つことになってからであった。ようやく 1965 年の「移民法」によって国別制限と日本人移民禁止が解除されたのである。

参考：https://www.dhs.gov/immigration-statistics; http://metrocosm.com/animated-immigration-map/

20 世紀前半、とりわけ両大戦間期、アメリカ資本主義の工業化が急速に増大した。移民という人の移動が生産力の拡大に貢献しただけでなく、膨大な国内市場を提供した。それとともに、資本や物資の移動も新しい市場へと流れ込んでいった。アメリカの世界貿易に占めるシェアは、1911～13 年における輸入 8.4%、輸出 12.4%から、1926 年の輸入 13.6%、輸出 15%へと大きく拡大した[88]。こうした輸出の拡大は、経常収支の黒字をしだいに大きくしていった。そうした黒字の蓄積は、海外投資の拡大をもたらし、資金の流入に加えて、海外への直接投資を牽引するまでになった。1914 年に証券投資と直接投資はそれぞれ 8 億 6200 万ドルと 26 億 5200 万ドルであったが、1929 年には 78 億 3900 万ドルと 75 億 5300 万ドルへと大きく拡大した[89]。これに対してヨーロッパの世界経済における地位は相対的に低下した。

アメリカの 1920 年代の経済成長の中で、大量生産・大量消費が行われ、アメリカ人は物質的な豊かさを経験した。それを牽引したのが自動車産業であり、フォード社のＴ型モデルがベルトコンベアシステムで大量生産され、「フォーディズム的大量生産体制」が形成され、そのもとでの価格低下によって、一般大衆が購入できるようになった。同時に関連した石油産業が急速に成長し、道路建設やタイヤ産業も興った。都市インフラ整備も進み、高層ビル群が立ち並んだ。このような大量消費社会の形成を反映して、文化の面でもラジオや新聞などのマスメディアが発展し、音楽・演劇でジャズの流行のように大衆化が著しく、また新たな大衆娯楽として映画なども生まれた[90]。

このように、自動車が中産階級から労働者階級に浸透しはじめると、人々の生活は一変した。1920 年代には、自動車で余暇を楽しむことが広まり、1926 年には、5400 ヵ所のモーター・キャンプ場が全国に点在し、住民が自発的で自然に親しむ生活を楽しむようになり、日々の労働に満足し、余暇は歌、朗読、散歩、ハイキング、キャンプなどを楽しんだとされる[91]。J. フリンク(James J. Flink)は、「自動車の普及は階級や人種の壁を超え、金持ちと貧乏人、白人と黒人、みな平等に同じ型の車に乗ることを可能にした。……社会

---

[88] 西口清勝「1920 年代のアメリカ貿易と東南アジア-低開発経済における輸出拡大の現実-」『経営と経済』、54(4)、1975 年。なお、アメリカの輸出において、食料および原料の比重が大きいとの指摘が多くあるが、1920 年代には，製造品の輸出も急速に増加していったのであり、アメリカがイギリスに代わって、世界輸出において最大のシェアを占めるに至り、かつ第一流の工業国 ないし工業品輸出国となっていったのである。

[89] 浅羽良昌『アメリカ経済 200 年の興亡』東洋経済新報社、1996 年、130-134 頁。

[90] 関口進編著『大衆娯楽と文化』学文社、2001 年、60 頁、141 頁以下参照。

[91] Robert, S. and Lynd, H. M. Middletown, *A Study in Modern American Culture*, Mariner Books, 1959（石川和男「合衆国における耐久消費財の普及と背景（Ⅰ）―自動車社会の基盤形成と初期の自動車製造を中心に―」『専修大学社会科学年報』、第 50 号、2016 年より再引用)。

が個人に強制するのではなく、個人個人が自分の意志で行動する新しい社会的な基礎を自動車がもたらした」[92]と指摘している。

このように、自動車を利用する国内旅行が盛んになる一方、海外旅行の面では、南北戦争以後のアメリカ経済の繁栄を背景として、故郷であるヨーロッパを訪れる富裕層が増加していった。とりわけ第 1 次大戦において、若者たちが故郷の地を踏んだこともこれに拍車をかけた[93]。大戦と 1920 年代の移民制限法制定によって移民の流入が抑制されると、帰化する者が増え、こうした祖国への帰属意識は変化していった。それでも同じ祖国の者から結婚相手や政治家を選ぼうとする傾向は残り、民族的なコミュニティはこうして滅亡の危機を逃れたのであった[94]。こうして、アメリカは、海洋を渡る世界観光旅行の最大の送り出し国として成長した。トマス・クック社は、1872 年にアメリカ支社を創立して以来(アメリカでは、汽船すなわち国際交通手段の予約を行う販売代理店は早くから存在していたが、団体観光旅行を催行する旅行業社は、トマス・クック社が E.M.ジェンキンズをパートナーとして設立したアメリカ支社が最初であった、アメリカ初の旅行業者としてアメリカ人の外国旅行市場を支配し、1915 年には全米の 40 都市以上に支店を置くアメリカ最大の旅行業者になっていた[95]。

以上のように、19 世紀初期から両大戦間期までのアメリカでは、①一部の労働者が旅行に参加できるようになり、②移民の労働者までもが故郷に帰るツアーが実施され、③自動車での国内ツアーも企画されるなど、アメリカ的な特徴のある近代ツーリズムが展開された。

3. 両大戦間期におけるツーリズム

序論ですでに指摘したように、観光現象には 3 つの構成要素（観光主体、観光媒体、観光客体）があり、この 3 つの要素のいずれかに何か重要な変化が起こると、新しい観光現象がもたらされる。第 1 次大戦後（両大戦間期）には、この 3 つの要素が大きく変化し、それによって観光活動に直接な影響を与える現象が生じた。それが新たな「マスツーリズム」という現象を生み出していった。この時期には、イギリスでは、娯楽、スポーツ、ホテル、飲食等いわゆるレジャー産業における雇用がサービス産業の 31%を占め、被雇用者数も伸びて、大きな地位を占めるまでになっていた[96]。このことは、生活水準の向上

---

[92] J.フリンク(秋山一郎監訳)『カー・カルチャー：オートモビリティ小史』千倉書房、1992 年、181-182 頁。
[93] 前掲『アメリカの歴史』、110 頁。
[94] 前掲『アメリカの歴史』、106-109 頁。
[95] トマス・クック社に関しては、ピアーズ・ブレンドン(石井昭夫訳)『トマス・クック物語―近代ツーリズムの創始者』中央公論社、1995 年、荒井政治「トマス・クックによる旅行業の開拓」、『経営史学』、第 19 巻、第 2 号、1984 年 7 月、ヴィンフリート・レシュブルク（林龍代、林健生訳)『旅行の進化論』青弓社、1999 年を参照した。
[96] 前掲『レジャーの社会経済史：イギリスの経験』、196 頁。

とともに、レジャー市場が着実に拡大していたことを意味していた。

(1) 観光主体における変化

前章でみたように、20 世紀に入り、先進欧米諸国では、経済成長を反映して、観光主体は、徐々に賃労働者を含む大衆の旅行へと変化の兆しをみせていたが、A・シーグフリード（Andre Siegfried）も指摘しているように、20 世紀初期から第一次世界大戦後までの観光主体には大きな変化が見られなかった[97]。なおも、イギリスの貴族階級・王族・一部のアメリカ人など、いずれも収入と時間に十分恵まれた人たちであり、いまだ主たる観光主体は裕福な人たちであった。すでに前章において指摘したところであるが、19 世紀末頃には、一部ではレジャー産業の活況がもたらされていたが、第一次大戦前までは、一般的に賃労働者が観光を楽しむというのはきわめて稀であったといわなければならない。「大衆」と形容できる一般労働者が旅行を楽しむようになるのは、1920 年代以降の両大戦期であったといえる。以下、このことを検討してみよう。

表 1-7 及び表 1-8 は、両大戦期の実質賃金の動向と労働時間の関係をみたものである。この表 1-7 が示すように、実質賃金が増加していくのは、1920 年以降のことであった。第一次大戦後、賃労働者においても、所得水準が向上しているが、とりわけ 1930 年代には顕著にこれが上昇した。こうした労働者を含む一般大衆が主たる観光主体になるには、所得水準が向上して所得が顕著に増加するだけでは十分条件にすぎず、さらに労働時間以外の自由時間が増加しなければならなかった。すでに指摘したように、19 世紀に労働のパターンがより組織化され、日常化されていくにつれて、余暇の合理化が進められ、長い休暇が達成され、勤勉なサラリーマン（労働者上流階層）の間に一週間単位の有給休暇が広く認められるようになり、労働する以外の自由時間が増加していった。

表 1-7　イギリスの実質賃金と労働時間（一人当たり）の推移（1913-1938）
（1913＝100 とする指標）

年	年平均実質賃金	年労働時間
1913	100.0	100.0
1920	111.4	-
1923	110.0	-
1925	110.7	-
1927	115.7	-
1929	116.8	87.1

[97] A・シーグフリード（杉捷夫訳）『現代　二十世紀文明の方向』紀伊国屋書店、1967 年、96-101 頁。

1931	126.9	-
1933	130.0	-
1935	130.8	-
1937	127.3	-
1938	130.1	86.4

出所：D.H. Aldcroft, *The Inter-War Economy: Britain*, 1919-1939, 1970, pp.352, 364 及び前掲『世界経済の成長史』、364 頁を参考し、筆者作成。
注：1880-1900 年は、前掲菊池光造より採録した賃金であるか、原論文ではこれが実質賃金であることを明示していない。

また、表 1-8 にみられるように、欧米先進諸国では、19 世紀 70 年代の年間 3000 時間弱の労働時間は、1913 年には 500 時間弱を短縮して 2500 時間ほどになり、その短縮傾向はその後も継続していた。一週の労働時間の長さも短縮された。それは法律の制定や労働組合の圧力の結果であったが、週 60 時間労働は労働者を疲労させ、かえって生産性を損なうということが理解されたことにもよった。とくに、週末の休日、毎年のバカンス、さらに病気休暇などが増加し、それによって多くの先進国が 1930 年代には、年 2000 時間ほどの労働時間を達成するまでになったのである。

表 1-8　欧州各国の就業者 1 人当たり年労働時間（単位：時間）

	1870	1913	1929	1938
フランス	2,945	2,588	2,297	1,848
ドイツ	2,941	2,584	2,284	2,316
スイス	2,984	2,624	2,340	2,257
イギリス	2,984	2,624	2,286	2,267
アメリカ	2,964	2,605	2,342	2,062

出所：前掲『世界経済の成長史』、358 頁を参考にして、筆者作成。

このように、第一次世界大戦後になると、すでに指摘したように、「労働者国家」を標榜するソヴィェト国家が誕生したこともあって、労働者の地位は一段と向上し、有給休暇を与えられる労働者の層が広がった[98]。つまり、賃労働者の間に「余暇」の時間が増大したのである。例えば、イギリスでは、1919 年に大多数の肉体労働者が大幅の賃上げと

[98] こうした動きについては、前掲『レジャーの誕生』342 頁以下、363 頁以下参照。ヴェルサイユ条約とワシントン会議が 1924 年から 1 日 8 時間労働と有給休暇の問題を取り上げるようになったと指摘されている。

労働時間の短縮を獲得したほか、一部の産業界ではさらに有給休暇も与えられた。第一次大戦の戦後ブームの中で、有給休暇の団体協約はほかの産業界にも波及し、1922 年までに全国レベルで 21、地方レベルで 94 の労働協約のほか、企業または工場レベルでも多くの協約が締結され、半年または一年以上の勤続者に 3 日ないし 12 日間連続の有給休暇が与えられることになった[99]。さらに、1936 年には、フランスで「有給休暇法」が成立して有給休暇が労働者の権利として制度化され、それと同時に国際労働機関（ILO）の第 52 号条約によって休暇の国際標準が定められ、同年中に有給休暇の法制化が多くの欧州諸国に広がった。モデルとなったフランスの「有給休暇法」では、1 年以上継続して勤務したすべての労働者に年間２週間の連続有給休暇が保証された。こうしたことを象徴する動きが 20 世紀初期にアメリカで広まったとされる[100]。それは、「自由時間を、仕事によって稼いだ、あるいは節約した時間」として捉えることであった。これまで、仕事以外の時間は、休息の時間つまり「死んだ時間」として感じられていたものが、「自分の時間」として自覚されるようになっていった[101]。こうして、貧しい労働者にも余暇が接近可能な産物となり、この余暇を利用して、ツーリズムに向うという機運が生じてきた。

アンヌ･マリ･ティエッスによれば、第一次大戦直後に創設された国際労働事務局（ILO）は、その創設当初から労働者の余暇の組織を仕事にしていたとされる[102]。こうして庶民階級としての賃労働者たちに余暇活動を提供しようという現象は両大戦期にほとんどの先進諸国でみられるようになっていった。西洋諸国では、一週間ほどの有給休暇が 1930 年代に確立されたといわれている[103]。また、表 1-9 が示すように、娯楽やレクリエーションに対する消費額が増加し、1930 年代の生活水準は 1920 年代よりかなり向上していたといえる。

表 1-9　イギリスの最終消費者による娯楽・レクリエーション支出の推計（1922-1938）（単位：百万ポンド）

年	娯楽・レクリエーション支出	指数（増加率）

[99] 前掲『レジャーの社会経済史：イギリスの経験』、232 頁。ロイ・ポーターによれば、「自由時間の征服は第一次大戦の間に加速した。この間に、労働者の運動が優位に立つようになった。20 年代初頭に結ばれたさまざまな取り決めは、ほぼ百万人の手工業者に関わっていた。1934 年には、働く人間の約半数定期的に一週間の休暇をとっていたと思われる―これは第一次大戦以来の実質的増加を表している。1938 年の 4 月には、3 百万人の手工業者が有給休暇の取り決めの恩恵を得ていた」（前掲『レジャーの誕生』、31 頁。）を意味した、という。

[100] 前掲『レジャーの誕生』、13 頁。

[101] 前掲『レジャーの誕生』、16-18 頁を参照。

[102] 前掲『レジャーの誕生』、361 頁以下参照。

[103] 前掲『レジャーの誕生』、443 頁以下参照。この有給休暇について、ジャン＝クロード・リシェーズとレオン・ストロースが「労働者にとっての新しい時間」で論じている。

1922	197.6	105.8
1924	186.7	100.0（-5.7%）
1926	196.5	105.2（5.2%）
1928	210.6	112.8（7.2%）
1930	223.6	119.8（6.2%）
1932	221.7	118.7（-0.8%）
1934	225.4	120.7（1.7%）
1936	242.9	130.1（7.8%）
1938	262.5	140.6（8.1%）

出所：前掲『レジャーの社会経済史：イギリスの経験』、203 頁、Richard Stone, D. A. Rowe, *The Measurement of Consumers' Expenditure and Behaviour in the United Kingdom, 1920-1938*, CUP Archive, 1966, p192 を参考に筆者作成。

アメリカにおいては、このような傾向はいっそう顕著に現われた。大衆消費社会のなかで、家事労働を省力化する家電製品が普及し、服飾産業の個性化（スカートにストッキング、パーマなど）を促進する華やかな日常生活が開花した。とくに若者たちの間では、それまでの価値観を大きく変えるような変化がみられた。日曜日には教会よりもドライブに出かけるなど、アメリカ式生活（American Way of Life）が定着していった。表 1-10 及び図 1-1 にみるように、日常生活への支出（食料品・タバコ・衣類・アクセサリー・個人的支出）とならんで、個人交際費・交通費・リクリエーションといったレジャー関連費用が消費のなかで大きな比率を占めるようになった。平均増加率でみると、最も増加率が高かったのは外国旅行等における個人的消費の 46%増加率であり、また 1941-1943 年の間の増加率は 400%も達している。全体に占める割合の拡大とともに、実質の旅行のための支出も増大していることが分かる。

表 1-10　アメリカにおける個人的消費支出(1929-1943)（単位：十億ドル）

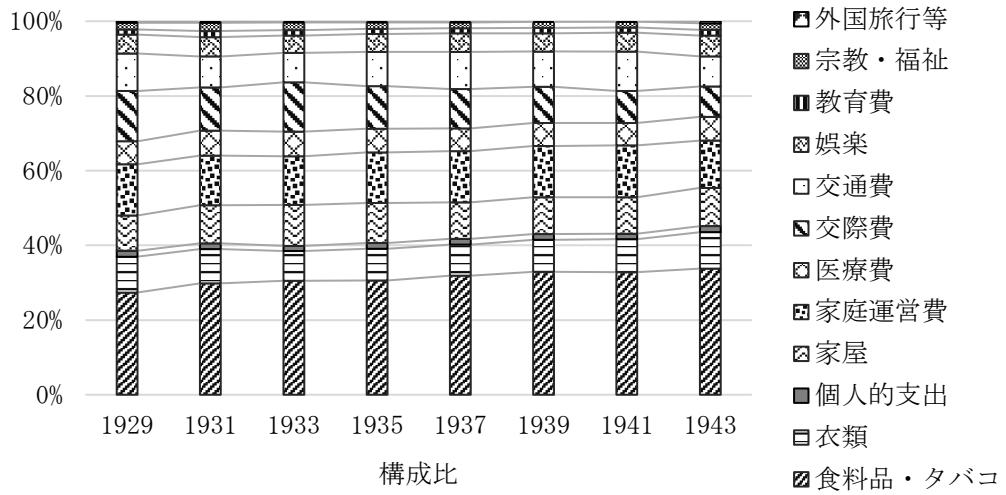
	1929	1931	1933	1935	1937	1939	1941	1943	増加率
食料品・タバコ	151.8	149.6	136.3	149.2	177.0	187.1	206.7	218.6	5.67%
衣類	53.2	45.6	35.8	41.2	45.9	48.9	55.3	63.1	3.49%
個人的支出	8.7	7.9	6.1	7.7	8.7	8.6	9.4	10.5	3.87%
家屋	52.4	51.2	49.1	52.1	54.0	56.1	61.1	66.3	3.53%
家庭運営費	76.0	66.7	58.4	66.3	76.2	78.1	87.5	81.9	1.70%
医療費	34.1	33.3	29.5	30.8	33.7	35.1	37.8	41.3	3.02%

交際費	74.7	58.0	59.0	55.5	58.6	55.1	54.2	52.4	-4.56%
交通費	55.8	41.5	35.4	44.9	55.0	53.6	66.0	52.2	1.24%
娯楽	28.1	26.1	20.7	23.2	27.4	27.7	31.9	36.2	4.59%
教育費	7.5	8.1	6.4	6.7	7.9	8.2	8.7	9.8	4.59%
宗教・福祉	10.1	10.9	9.2	8.6	8.4	9.1	9.9	11.6	2.54%
外国旅行等	2.1	2.2	1.5	1.5	1.9	1.0	0.7	3.5	46.03%
合計	554.5	501.0	447.4	487.6	554.6	568.7	629.3	647.3	2.63%

出所：DIANE Publishing Company, *National Income and Product Accounts of the U. S.：1929-58,* 1995, pp47-51, Table2.5.

注：平均増加率は2年ごとの年平均増加率。表のドル表示は1987年値で換算。

図1-1　アメリカにおける個人的消費支出の構成比(1929-1943)



出所：DIANE Publishing Company, *National Income and Product Accounts of the U. S.：1929-58,* 1995, pp47-51, Table2.5.を参照に筆者作成。

こうしたなか、観光主体に大きな変化が見られた。イギリス人の中では、「1923年には、50万人以上の観光客が汽車でイタリアに着いたが、その28パーセントは一等で旅していた。6年後、旅行社の総数は百万人近くに達していたが、一等で移動していたのは、たった15パーセントであった」とされている[104]。あらゆる余暇活動、とりわけ観光において、徐々にこれまでの高所得者層といったエリートの時代は大衆の時代に席を譲るようになっていった。先に指摘した近郊にしか行けなかったリゾートでも変化が生じてい

[104] 前掲『レジャーの誕生』、59頁。

た。ロイ・ポーターによれば、1930 年代の終わりには、近郊のリゾートへ毎年 7 百万人もの観光客が押し寄せ、「1937 年 8 月の祝日の月曜日(バンク・ホリデー)には、この海水浴場(ブラックプール―引用者)は 50 万人の観光客を迎えた。彼らは鉄道(7 百本)か車(5 万台)でやってきたのである。このような土地は飽和点に至り、この種の海水浴場が提供する愉しみは、時代遅れに見えはじめていた。ベッド・アンド・ブレックファーストの部屋や、伝統的な家具付きの貸間には飽きてしまった。ホリデー・キャンプという民主的余暇の新しいかたちの発案とともに、30 年代にはライバルが現れた。これは、近代的快適さを備え、レジャー施設のすぐ近くに居を構えた小さな家での『全部仕込み』の滞在を提案」[105]するものであったという。こうしたところには、鉄道に代わって貸し切りバスで訪れるツアーが生まれ、自動車のおかげで、団体であれば、労働者も好きなところへ(といっても、旅行業者が介在するのであるが)出かけて行けるようになったのである。マスツーリズムが大衆を巻き込んで台頭しはじめていたのである。ジュリア・クセルゴにいわせると、「ブルジョアのエリートに推進されたモデルに従って、余暇の新しい『民主的』文化に含まれる自由時間の活動は娯楽の産業的かつ商業的組織を通して制度化」[106]されていくことであった。

(2) 観光媒体における変化 (交通手段)

2 つ目の変化は、観光の媒体となる及びアクセス手段の交通機関の発展による長距離移動の利便性の向上である。イギリスにおいては、旅客鉄道のさらなる発展及び自動車の発達は、リゾート都市の形成や観光活動の拡大に対する重要の影響要因である。鉄道の面では、20 世紀に入っても、路線延長が継続され、その他、炭坑線、支線、ループ線などの拡大があったが、路線延長総計はわずかなもので、1900 年の 1 万 8680 マイルから 1913 年には 2 万 0281 マイルに増加したにすぎなかった。しかも、この増加分 1601 マイルのうち 395 マイルはスコットランドのものであった。第一次世界大戦後、イギリスは、戦時からの交通輸送の復興を図り、1921 年に鉄道法が修訂された。この新しい鉄道法によって、イギリスの鉄道は 4 つにグループ化され、国内の鉄道間の無駄な競争が排除された[107]。この頃には、イギリスの鉄道システムはほぼ完成していたということができるのである。

これに対して、イギリスの交通分野において、第一次大戦後にもう一つ革命的な発展を遂げたのは自動車輸送であった。とくに 20 世紀に入ってから、自動車はイギリスの全交通体系の中で、不可欠な部分となっていたが、その後、それがイギリスの経済社会に重要

---

105 前掲『レジャーの誕生』、61 頁。
106 前掲『レジャーの誕生』、172 頁。
107 実際は鉄道の大部分は依然として競争をつつけていた。この 1921 年鉄道法の欠点について、過去の経験化あらあまりにも多くのものを引き出しすぎていることと経済的に配慮にほとんど注意が向けられていないところに問題があるという指摘もある。

な変化をもたらした。両大戦期のイギリスでは、労働者階級の拡大によって大量の消費財を消費し、とりわけレジャーの楽しみを享受する大衆が出現した。こうした大衆の消費を担っていたのが、自動車や化学、電気などのいわゆる「新産業」であった。産業革命以来、イギリス経済をけん引してきた旧産業(繊維産業等の軽工業)の衰退が進展するなかで、多くの新産業が誕生し、発展していった。この時期の新産業の成長の程度はいまだ伝統的産業の衰退をカバーするものではなかったとされるが[108]、原田聖二によれば、こうした新産業が「両大戦間期に現われたイギリス経済の変貌を象徴的に表している」[109]としている。イギリス国内の乗用車の普及率は、1929 年の人口 40.7 人当たり 1 台が 1937 年には人口 25.7 人当たり 1 台に上昇し、乗用車利用の大衆化が進み、1930 年代には、イギリスにおいて、自動車が贅沢品から必需品に変わったと指摘されている[110]。

イギリスの自動車輸送の発達は乗用車製造企業の規模からみてとることができる。表 1-11 が示すように、20 世紀の最初の 20 年間に、自動車産業の規模が急速に拡大し、企業数は 19 世紀の 60 社未満から 113 社まで増加した。この時代では、自動車産業への参入がほとんど無制限であり、競争が激しく、倒産した会社が続出したが、いずれ新規設立の企業が増加していた。

表 1 - 11　イギリスの乗用車製造企業数（単位：社）

	設立数	増加率	1914 年に存在するもの
1900 年まで	59		21
1901－05 年	221	275%	22
1906－10 年	49	-78%	24
1911－14 年	64	31%	46
計	393		113

出所：山本尚一『イギリス産業構造論』、ミネルヴァ書房、1974 年、190 頁を参考にして筆者作成。

自動車産業の規模拡大とともに、道路旅客輸送事業も拡大した。1905 年にロンドン市内で走っていたバスは 20 台であったが、わずか三年後の 1908 年には 1000 台に増加し、1913 年には 3522 台まで増えた。第一次大戦中は、自動車の技術が進化したとともに、戦後には復員兵士による運転手の大量供給が実現され、さらに運用車両の民間使用

[108] 中本和秀「1930 年代のイギリス自動車工業：6 大企業の形成とその資本蓄積(1)」『北海道大学経済学研究』、30(3)、1980 年 11 月)を参照。
[109] 原田聖二『両大戦期イギリス経済史の研究』関西大学出版部、1995 年、103 頁。
[110] SMMT, The Motor Industry of Great Britain in 1931, p.124, and The Motor Industry of Great Britain in 1938, p.96.

などによって、バス業界の事業規模はいっそう拡大していった。このように、1919 年から 1930 年初頭の間には、長距離バスのサービス形態が確立したといえる。

観光バスは、第一世界大戦後に発展した交通手段である。機械を動力とする道路上の移動手段としては、乗用車とモーター・バイク、原付自転車が第二次世界大戦開始前にすでに登場しており、個人の観光行動にも使用されはじめていた。だが、観光の在り方を変えるほどの影響があったのは、観光バスであった。個人の乗り物と違い、バスは団体旅行の輸送に適し、とくに山岳地や地方の隅々にまで自由に行けたから、これが導入されると、広範かつ急速に発展した。観光滞在型のホリデー（バカンス）のほかに、観光バスによる周遊型ツアーも、第一次世界大戦後の新しいツアーの展開の形態であった。乗合バスの導入で都市内交通は便利になったが、次の課題はモーター・バス（以後単にバス）の観光旅行への利用である。上述のように、バスの原型が初めて現れたのが 1905～10 年であり、都市内以外でも鉄道駅から先の田舎の交通手段として路線バスが使われるようになっていく。ピエール・ドフェール「フランス観光政策論」によると、バスの観光利用の最初の例は、1913 年にイギリス一周 21 日間の旅に使用されたものとされている[111]が、いまのところ、その具体的内容はわからない。

第一次世界大戦は、ヨーロッパ大陸の鉄道に重大な被害を与えた一方で、道路交通については大重量の軍需輸送のためにむしろ改良されていた。また、大戦終了後は、上述のとおり、軍用大型輸送車をバスに転用したものを含め、ヨーロッパ全体でバス観光が急速に発展する。最初の事例は、戦場になったフランドル、シャンパーニュ、ノルマンディーなどの戦跡を巡るツアーであった。鎮魂の名目と話題の戦跡を見て回る観光にはバスが最適であったのである。大陸ヨーロッパだけでなく、イギリスからもトマス・クックによる戦跡めぐりのツアーが催行された[112]。第一次大戦後、海外旅行の制限が解かれると、クック社は 1920 年代 から 30 年代にかけて多くの戦跡見学のバスツアーを実施した。クック社はツアーの実施に前向きではなかったが、観光客は平和の到来を感謝するために行くのである、あるいは、死者の魂を鎮めるために行くのである[113]。このように第一次世界大戦中に輸送手段が急発展する中で、大型車の車体構造も駆動装置も大きく発展し、大戦後にその技術が観光バス用として活かされたというわけである。

一方、自動車大衆化の象徴は、個人利用の乗用車として 1908 年にアメリカで登場したフォード・モーター社の T 型フォードである。1913 年には、フォード・モーター社の史上初のコンベヤラインが完成し、一日に 1000 台が生産された。生産が終了した 1927 年までに、総生産台数は 1500 万 7033 台に達した。実際に各国の自動車生産台数をみると、アメリカの生産台数は圧倒的に欧州各国を超えている（表 1-12)。とくに、本土が

---

111 石井昭夫「フランス観光政策小史」、『ホスピタリティ・マネジメント』Vol.3No.1、2012 年 3 月。
112 高山陽子「戦跡観光と記念碑」、『国際関係紀要』第 20 巻第 1・2 合併号、2011 年。
113 前掲『トマス・クック物語』、436-438 頁。

戦場とならなかったアメリカでは、戦後、自動車販売が急速に拡大し、アメリカ車は黄金期を迎える。

表 1-12　主要各国の乗用車生産高（1929-49）　（単位：千台）

年	アメリカ	イギリス	フランス	イタリア	ドイツ
1929	4587	182	211	54	117
1932	1135	171	136	26	44
1937	3916	390	177	61	264
1938	2001	341	200	59	277
1945	70	287	2	2	－
1947	3558	335	66	25	10
1949	5119	412	188	65	104

出所：Silberston, A.*"The Moter Industry" in The Structure of British Industry*：A Simposium (vol.II) (ed. by D.Burn), Cambridge University Press, Cambridge ,1958, pp.4-5.

S. ページ（Stephen J. Page）は、自動車や航空輸送が普及するまで、観光旅行のパターンは直線的なものであり、鉄道路線や船を利用した目的地に限定されているとし、航空輸送と自動車によって交通はより柔軟な旅行パターンのための新しい機会を提供したと指摘している[114]。しかし、自動車の増大によって、レクリエーションおよび観光旅行は大きいな影響を受けたのは、次章でみるように、第二次世界大戦後であった。

次に、この期に注目される交通手段の画期的展開は、船舶を利用したツアーの展開であった。アメリカン・エキスプレスの歴史に、船の旅に関する以下のような記述があった。

「ヨーロッパへの旅がもっとも快適だったのは、1914 年の夏であった。こんなことはもう二度とないだろう。最新大型客船ラスティアニア号、モーリタニア号、フランス号、オリンピア号、アキタニア号に、インペラトル号、ファーターランド号というドイツの巨大客船が加わったからだ。マルコーニ氏による無線技術の発明によって外洋航海の神秘的な不安からも解放され、しかもヨーロッパへわずか 5 日の船旅となった。新鋭船の華麗さ、快適さは自宅の比ではない。ヨーロッパでの旅も便利で豪華になった。長く続いた平和のお蔭で状況は実に文明的で、ヨーロッパ経済にも、少なくともうわべだけは安定と発展の兆しがみられる。あの、啓発された年の旅行に、パスポートは必要なかった。新しいホテルや、シンプロン-オリエント、トランブルーなどの豪華列車が絶頂期を迎えて

[114] S. J. ページ（木谷直俊、松下正弘、図師雅脩訳）『観光と交通の経済学』日本経済評論社、2001 年、40 頁。

いた。……客船が蜂の群れのような観光客を満載し、15 万人のアメリカ人が海外での楽しい休暇旅行に出かけるなんて、なんと素晴らしいことだろう」[115]。

こうした観光媒体の発展が旅行形態を大きく変化させた。その一つは、大洋を越える国際観光旅行が発展したことであった。18 世紀から 19 世にかけての国際旅行は、帆船によるものであり、19 世紀後半には海洋を渡る蒸気船の開発競争に触発された大陸間国際観光であった。これまで見られなかった世界一周の観光旅行も始まった。

最後に旅行業の発展である。近隣への短距離旅行なら旅行者自身が鉄道、汽船、ホテル、レジャー活動を自ら手配し、サービスを購入して観光することもできるが、遠距離あるいは外国など未知の目的地への観光旅行となると、それなりの情報やノウハウが必要である。各種の「旅」のサービスを旅行者に替わって手配し、あるいは事前に商品化して販売する旅行業者の発展こそ、真の観光発展の最重要ポイントであった。鉄道の普及から 100 年足らずの間に、人類のモビリティは大発展を遂げ、とりわけ余暇の最も動的、かつ時間多消費型の観光旅行が特権階級だけのものから中所得者階級へ、そして、19 世紀の末頃からは上層労働者階級にも普及し、両大戦間期には、一般的な労働者たちも、さまざまな動機からこれに参加しだしたのである。

観光媒体の発展によって、もうひとつの目覚ましい変化は、ホテル業の展開であった。ホテルという施設は、観光における最も基本的な基盤施設のひとつである。ホテルは、観光移動の結節点に建設され、それらの基本的機能として宿泊・休息のための安全性や快適性が求められる。しかしながら、実際にホテルが社会的に担ってきた意味は、単なる観光のための施設・手段をはるかに越えたものであるといえる。今日、一般的に「ホテル」[116]とされる施設は、19 世紀中ごろのヨーロッパにおいて出現したいわゆる「グランド・ホテル」をひとつの原型としている。それまでの宿泊施設はすでに指摘したように「イン」と呼ばれる施設が普及していた。「グランド・ホテル」は、産業革命にともなう経済発展と技術革新の象徴ともいうべき交通機関の発達、そしてこれまで本稿で指摘してきたような旅行スタイルの変化や旅行者としての富裕層の出現を背景に、近代社会の象徴としてまずヨーロッパに出現した[117]。そして、その後、ヨーロッパを起点とした近代社会の地理的拡大にしたがってホテルという施設は地球規模で普及していった。とくにアメリカにおいては、ヨーロッパを模倣した豪華ホテルが建設されたが、他方において、移民社会の形成とともに、大規模な国内市場が生まれてくると、商用で出かける人々の移動

---

115 Alden Hach, *American Express, ： A Century of Service,* Garden City, N.Y.; Doubleday, 1950, pp.109-110、D.マキァーネル（安村克己、須藤廣、高橋雄一郎、堀野正人、遠藤英樹、寺岡伸悟訳）『ザ・ツーリスト―高度近代社会の構造分析』学文社、2012 年、69-70 頁、より再引用。

116 宿泊施設として 19 世紀では温泉地を中心に豪華な部屋や遊戯施設を備えたものが現れ、ホテルと称するようになった。

117 ホテルの歴史については、鈴木忠義『現代観光論[新版]』有斐閣双書、1984 年、162-164 頁、前掲「海外ホテルの歴史」、前掲『レジャーの社会経済史』、259 頁。以下を参照した。

が増えてきて、一般庶民も負担できるような「1 ドル半でバスつきの部屋を」を宣伝文句にする「スタットラーホテル」が登場し、庶民向けとりわけ商用・ビジネス旅行者向けのホテルが普及し、それがコマーシャルホテルのモデルとなり、チェーンホテルを生み出していった[118]。

4. 新しい観光客体としての植民地

以上みてきたように、第一次大戦後には、資本主義の発展は自由時間と所得の増加をもたらし、先進諸国において、上流階層にとどまっていた観光活動を上級労働者層にまで拡大していった。また、交通技術の進歩によって観光手段としての移動手段が利用しやすくなり、それ以降の観光大衆化とマスツーリズムの発展をもたらしたといえよう。それは、アメリカの植民地から移民社会形成を経て、大規模な国内市場の展開に基づいた経済発展は、こうしたヨーロッパ先進諸国の動きを促進し、ヨーロッパとアメリカ大陸間の人々の動きに合わせた観光の発展をもたらした。しかし、こうした先進諸国の「豊かさ」の背景には、彼らによる植民地の領有によって得られた「富」の移転が欧米先進国にもたらされたことも忘れてはならない事実である。レーニンが引用する地理学者ズーパンの指摘によれば[119]、1900 年頃には、アフリカはいうまでもなく、南洋諸島の 9 割以上が各国に分割されていた。また、ホブソン[120]によると、1884 年から 15 年間のうちに、イギリスは 300 万ないし 325 万平方マイルの地域をイギリス帝国に付加したとされている。こうした植民地の領有は、欧米先進資本主義国における一般的な状態であった。イタリア・ポルトガル・ベルギー・そしてアメリカもこうした領有地拡大の動きに参加した。それはまさに「世界の分割」であった[121]。こうしたなかで、20 世紀に入って注目されることは、植民地諸国への投資の増大であった[122]。植民地等では、鉄道をはじめ、公共インフラが整備され、宗主国の人々がその地位によって生活する条件が整えられていったが、従来の現地の住民たちの生活には何ら変化は生じなかった。

---

118 アメリカの植民地時代の「ターバン(誰にでも宿を提供したパブリックハウス)」から豪奢なホテル、さらに庶民向け「1 ドル半バス付きホテル」をモデルにした「チェーンホテル」へと転換する歴史過程とその要因の分析については、石井昭夫「アメリカ・ホテル発展史」(『ホスピタリティ・マネジメント』、Vol.6 No.1、2015 年 3 月)を参照。

119 レーニン（宇高基輔訳)『帝国主義帝国主義―資本主義の最高の段階としての』岩波文庫、1956 年、126 頁。

120 ホブスン（矢内原忠雄訳)『帝国主義論』岩波文庫、1951 年、64-67 頁。

121 こうした「世界の分割」について、レーニンは、次のような数値を挙げている。全世界の面積 133.9 百万平方キロの約 67%に相当する約 90 百万平方キロ（ペルシャ、中国、トルコ等の半植民地を含む）が先進諸国に領有され、その領有された国土の人口は約 9 億 3000 万人に上り、全世界の人口の 57%を占めるとしている（レーニン、前掲『帝国主義論』、133 頁。)

122 詳細は、The Royal Institute of Internatio nal Affairs, *The Problem of International Investment*, 1937, 王立国際問題研究所、国際連合経済問題部（楊井克己、中西直行訳)『国際投資の諸問題』日本評論社、1970 年、132-133 頁。

(1)「コロニアルホテル」の出現

より多くの人々が、海外旅行にいくことが可能となった一方、とりわけアジアの後進国は、この時期から、先進国の植民地として、観光客体となる観光目的地への変容しつつあった。オランダ商業帝国とは異なり植民地獲得を指向するイギリス・フランスの世界戦略が台頭すると、アジア諸地域も植民地そしてワールドシステムの経済分業の分担者として編入されていくことになる。J・ロックなどの理論を背景にして植民地経営が正当化され、合理的な土地経営としてのプランテーション農業を行い、本国を中心とする国際経済分業、すなわち本国工業製品の消費および原料供給の体制に組み込み、それに寄与することが目指されたのである[123]。そしてそこを「文明化」するだけでなく、本国経済のうちに吸収し、経済的に従属させることであった[124]。こうして、ポルトガル・スペイン・オランダ・イギリス・フランス・ドイツなどの列強は、植民地にその宗主国に相応しいホテルを建設した。香港のペニンシュラーホテル、ドイツのオリエンタル・ホテル、イギリスユダヤ系のジャディ・マジソンのマンダリン・ホテルのほか、ペニンシュラ社とクオクグループのシャングリア・ホテルなどがあった。

非西洋社会におけるホテルは、このようなヨーロッパを起点とする近代社会の地理的拡大、すなわちヨーロッパによる植民地主義の展開を支える施設であったといえる。このような背景から、非西洋社会におけるホテルには、以下の多義的な性格が付与されることとなった。第1は、非西洋社会におけるホテルに求められたものは、「文明化」されていない土地を「旅」する西洋人旅行者の文化的リスクを軽減し、西洋人旅行者が慣れ親しんでいる生活様式をそれらの土地においても維持するための基本的パッケージを用意することであった。第 2 は、非西洋社会におけるホテルは、西洋人旅行者が抱く非西洋社会に対するエキゾチシズムや「オリエンタリズム」[125]を充足させる空間でもある必要もあった[126]。非西洋社会の側からホテルをとらえ返すならば、ホテルとは、西洋、近代、文明、そして植民地勢力と深く結びついたものであったといえる。

アジア地域には、植民地あるいは租界地などが形成され、欧米の植民者や産業家を受け入れ、宗主国の必要に対応する経済分業を担う地域となっていった。こうしたなかで、「植民地リゾート」として、ツーリズムを発生させたと考えられる。アジア地域における

---

123 前掲「17 世紀グランドツアーの社会的基礎--ワールドシステムとナショナリズム」、25 頁。
124 エレン･メイクシンズ･ウッド（中山元訳）『資本の帝国』紀伊国屋書店、2004 年、127-128 頁。
125 エドワード・サイードは、『オリエンタリズム』(E.W.サイード、1978 年）のなかで、西洋がオリエント＝東洋を「野蛮」・「停滞」の地として差別、抑圧し、一方で過去の失われたオリエントの言語、習慣、心性までも再発見、再構成し、それによって現在の退廃からオリエントを救おうとする学問的な言語が「オリエンタリズム」であると指摘した。また、アーリのいう観光は、日常から離れた異なる景色、風景、街並みなどに対して「まなざし」をかけることとして、東洋に対する「まなざし」は、異国情緒を求めるものであるとしている。
126 オリエンタリズム及び観光の関係は吉田春生「観光とオリエンタリズム」『福祉社会学部論集』20(1)、2001 年 7 月を参考した。

西洋起源の施設としてのホテルの出現は、西洋によるアジアへの進出、植民地化と深く関係していたといわなければならない。このため、19 世紀半ばから 20 世紀初頭のアジア地域の植民地状況下に出現した歴史的ホテルは、「コロニアルホテル」と呼ばれている。アジア地域における主要なホテルについて、その設立年を見ると以下のような展開を確認できる[127]。

表 1-13　アジア海域における主要なホテル

設立年	ホテル（所在地：国・都市）
1845	New Oriental（ゴール、スリランカ）
1846	Astor House（上海、中国）
1850	Suisse（キャンディ、スリランカ）
1863	Astor（天津、中国）
1864	Galle Face（コロンボ、スリランカ）
1873	New Grand（横浜、日本）
1876	Oriental（バンコク、タイ）
1877	Mount Lavinia（マウント・ラビニア、スリランカ）
1878	Fujiya（箱根、日本）
1880	Continental（ホーチミン市、ベトナム）
1885	Eastern & Oriental（ペナン、マレーシア）
1887	Raffles（シンガポール）
1888	Savoy Homann（バンドン、インドネシア）
1890	Grand（コルカタ、インド）
1890	Imperial（東京、日本）
1895	Queen’s（キャンディ、スリランカ）
1898	Maidens（デリー、インド）
1900	Beijing（北京、中国）
1901	Strand（ヤンゴン、ミャンマー）
1901	Metropole（ハノイ、ベトナム）
1901	Saigon Morin（フエ、ベトナム）
1903	TajMahal（ムンバイ、インド）
1909	Nara（奈良、日本）
1911	Oranje（スラバヤ、インドネシア）

[127] http://www.famoushotels.org/hotels/timeline による

1911	Manila（マニラ、フィリピン）
1914	Keijo（ソウル、韓国）
1922	Dalat Palace（ダラット、ベトナム）
1923	Railway（ホアヒン、タイ）
1925	Majestic（ホーチミン市（サイゴン）、ベトナム）
1928	The Peninsula（香港）
1929	Le Royal（プノンペン、カンボジア）
1929	Peace（上海、中国）
1930	Grand（ホーチミン市（サイゴン）、ベトナム）
1931	Grand Hoteld'Ankor（シェムリアプ、カンボジア）
1932	Setta Palace（ビエンチャン、ラオス）
1936	Imperial（ニューデリー、インド）

資料：http://www.famoushotels.org/hotels/timeline を参考し、筆者によって翻訳・作成。国名は現在の呼称を用いた。

1869 年のスエズ運河の開通、そして海上交通手段としての蒸気船の導入によって、19 世紀半ば以降アジア地域への旅行者は増加し、それに伴って旅行をめぐる快適さや豪華さの水準はそれ以前とは異なる高さが求められることになった。ホテルという施設が各地に開設されたということもその現れであり、宗主国のメトロポールにあるホテルと同等の快適さ、設備、サービスの水準がアジア地域のホテルにも求められた。このようにしてアジア地域の各地にホテルが開設されていくなかで、ホテル事業をアジア地域で本格的に展開しようとする事業者が出現した。表 1-11 に登場する 1885 年のペナンにおける Eastern & Oriental、1887 年のシンガポールにおける Raffles(シンガポールを発見したラッフルズにちなんだ名前)、1901 年のヤンゴンにおける Strand の各ホテル[128]の創業者は、商才に長けた民族として知られるアルメニア人のサーキーズ兄弟 (Sarkies Brothers) である。当時のジョージタウンには数多くのアルメニア人商人が居留し、現在も通りの名(Armenian Street)として町に根付いていた。彼らはアジア地域においてホテルチェーンを形成した。1880 年代半ばから 1920 年代末にかけて、彼らはアジア地域の主要都市で９つのホテルを経営しており、アジア地域のホテル文化に大きな影響を与えたとされている[129]。

[128] 増島実『アジアのコロニアルホテル』東京研文社、2001 年では、アジアのコロニアルホテルを写真集形式で、16 軒を紹介した。
[129] 昭文社『ことりっぷ 海外版 クアラルンプール: マレーシア』株式会社昭文社、1997 年、64 頁。

(2)「植民地リゾート」の形成

山口由美によれば[130]、スリランカ、南インド、ミャンマー、マレーシア、シンガポール、インドネシア、タイ、カンボジア、ベトナムを含む熱帯の国や地域は「モンスーンアジア」であり、「アジアン・リゾート」は、「モンスーンアジア」のリゾートを指すという。これまでの先進諸国で発達した「リゾート」と違う点は、熱帯の風土が背景にあり、より開放的で、その土地の文化が西洋のライフ・スタイルの中に溶け込んでいるという特徴があるとされる[131]。例えば、泳ぐためのプールではなく、見せるためのプールという発想はこの「アジアン・リゾート」で生まれたのである。このように視覚的効果を意識したプールやヴィラスタイルの客室、開放的な建築スタイルなど、「アジアン・リゾート」が造り上げたものであり、その後のマスツーリズム時代のホテル経営にも影響を与えていると思われる。食事にしても、それまでホテルといえば西洋料理を提供するというイメージであったが、「アジアン・リゾート」では、アジアのエスニック料理を食べることであり、それが一般的なスタイルになっていった。

「アジアン・リゾート」開発に関連して、植民地から生まれた国際的観光地の事例であるあるバリ島のリゾート開発を簡単に紹介しておこう。すでに指摘したように、第一次世界大戦以降、アジア地域は植民地になり、欧米の人々の旅行先の多くもこれら植民地であった。東南アジア地域では、その観光開発は、先進帝国主義諸国（宗主国）の動向に大きく影響を受け、植民地政府も積極的に観光開発に取り組んだ。例えば、バリ島では、植民地時代から宗主国による観光開発が行われ、多くのリゾート開発は先進国住民の余暇活動及び外国資本・資源に依存する部分が大きかったとされる[132]。

バリが欧米諸国の人々に知られるようになったのは、1579 年にオランダ人がたどり着いてからである。それ以前のバリの交流は、アラブ系、インド系、インドシナ系、中国系の人々であり、欧米人にとっては、はるか離れた場所であった。欧米諸国の肉食生活に必要不可欠の高価な香辛料がインドネシア諸島にあり、オランダ政府は、直接買い付けるため 1827 年にバリのクタビーチに貿易事務所を開設した。これがオランダ東インド会社であった。その後、19 世紀中期にバリ戦争が勃発し、20 世紀初頭になってバリはオランダの植民地となった。地中海とインド洋をつなぐスエズ運河が開通し、汽船による観光が世界規模で拡大する時期に当たっていた。永渕康之の『バリ島』によると、オランダ政府はバリ全島を植民地化した後に、バリの伝統文化の基層ともいうべきヒンドゥー教文

---

130 山口由美『アマン伝説－創業者エイドリアン・ゼッカとリゾート革命』文藝春秋社、2013 年を参照。

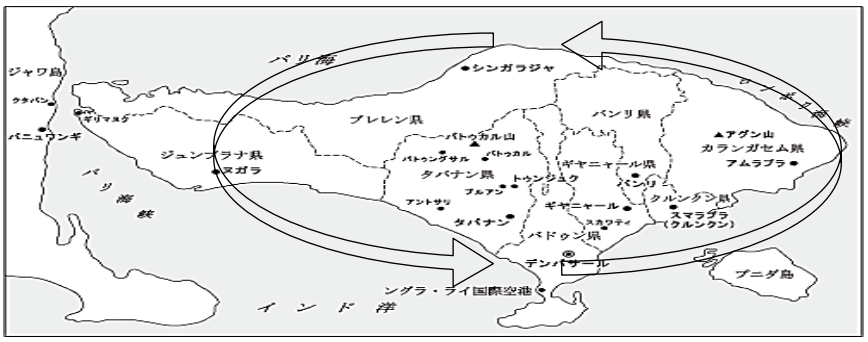
131 先進諸国におけるリゾートの展開とその意義について、中崎茂「リゾート地域の変遷とその要因に関する考察―イギリスのマスツーリズムの誕生とその変容を中心に―」『流通経済大学論集』、35-3、2001 年 1 月。

132 生田真人「東南アジアの観光開発―タイとインドネシアの４地方都市を事例に―」『立命館大学人文科学研究所紀要』98 号、2012 年 3 月

化について、オリエンタリズムの機制によって定着したのだと指摘した[133]。バリ観光は1924 年から一般に開かれ、王立郵船会社がこの年からジャワ島、スマトラ島、バリ島の3 島において組織的な観光開発を開始した[134]。当時すでに流行していた豪華客船による世界旅行に合わせ、この地域に来る観光客にさらなる旅を提供するのがこの事業の目的であった。欧米の観光客は、豪華客船でまず植民統治の中心にはいり、そこから離島に行く定期航路に乗り換え、それぞれの目的地の島へ向かった[135]。ルート沿いの観光地もこの会社が整備し、自然景観や田園風景などが整備された。

この期におけるバリ観光開発において重要なのは、このような郵船会社の観光開発を植民地政府が積極的にバックアップしたことであった。この会社は、戦争となれば政府軍の後方支援にあたるなど政府との緊密な関係性を持つ国策会社であったが、平時には、植民地政府は保養所などをこの会社を通して一般の観光客に開放した。植民地政府という支配権力を背景にすることによって、バリ観光の基礎が築かれたのである。トマス・クックは、世界一周の経由地にバリを含めたりしているが、これに参加したのはあくまでも一握りの人々であった。この時代の「植民地リゾート」のイメージが、いまなお現代の欧米社会において定着しおり、この幻影を求めて観光客はバリを訪れていると指摘されている[136]。

図 1-2　バリ島における観光ルート



出所：筆者作成。

133 永渕康之『バリ島』講談社現代新書、1998 年、66-67 頁。
134 1924 年開通した定期航路はシンガポール、スラバヤ、マカッサル、バリを結ぶ航路で、週一運航する定期便である。
135 オランダはバリを保養および観光地として売り出そうとし、航路の開設と同時に、バリ島内部においても郵船会社が観光開発を進め、バリ島南部でホテルを設立した。港から南部のホテルまで島内の西・東二本のルートがあり、この観光ルートにかつて植民地行政官のための保養所が点在し、この頃から一般観光客のために開放された（山下晋司『観光人類学』新曜社、1996 年、37 頁。）
136 宮澤光「ネオコロニアル状況における、文化接触としての観光と生成する文化」『北海道大学大学院国際広報メディア研究科院生論集』2：59-71、2006 年及び山下晋司「楽園バリの演出－観光人類学覚書」『オセアニア 3－近代に生きる』東京大学出版会、1993 年を参照した。

「コロニアルホテル」や「アジアン・リゾート」とよばれる観光地の共通性は、その成立に関わった者たちによって整えられたホテル空間に体現された植民地における「文化的複合性」にあると指摘されている[137]。そして、それこそがアジア海域が植民地化、脱植民地化、国民国家化、そしてグローバル化の過程の中で歴史的に蓄積してきた社会的、文化的特質そのものであったのである。人の移動の結節、東洋と西洋の交差点としてのアジア海域が歴史的に蓄積してきた文化的複合性は、人の移動と交流を支える基盤施設としてのホテルという空間に多様なかたちで反映されてきた。

(3) アメリカの「リゾート開発」と「楽園」ハワイ

ハワイをはじめとする太平洋の島々にヨーロッパとキリスト教が進出しはじめると、元々のオリジナリティを表現する伝統や祭りの役割が失われるという危機感が生じた。これに対して、紀行写真家たちは、衰退する伝統文化の記録や保全に自らの役割を見いだし、近代文明による伝統社会や文化の破壊に警鐘を鳴らした。これらの写真はヨーロッパ社会で大流行し、観光写真の大量販売と消費が行われるようになった。1903 年には、現在のハワイ観光局の前身となる「プロモーション・コミッティ」が設置され、各種のプロモーション活動が行われるようになった。

20 世紀に入ると、映像技術の発達により多くの映画制作者がヨーロッパ人の目線で、太平洋の島々を舞台にしたラブロマンスや冒険劇の撮影を試み、ヨーロッパ文明により衰退する先住民の伝統社会を描き、ロマン主義・ノスタルジーなどがブームになった。ここで描かれた「太平洋のたそがれ」は、後にハリウッドのハワイが舞台の映画に引き継がれ、欧米の人々へ「楽園・ハワイ」のイメージを決定づけた。また、ハワイはアメリカの支配下にあり、手頃に撮影が可能であったため、ハリウッドの映画関係者は好んでハワイを題材にした映画を撮影した。1920 年代には 19 本ものハワイ映画が撮影され、音が加わるようになってハワイの音楽や踊りが目玉になり、1930 年代には、歌や踊りがふんだんに盛り込まれたハワイ映画が公開された。写真や映画で繰り返し流れる「楽園・ハワイ」のイメージ宣伝によって、それに憧れて訪れるリゾート観光客が増加し、20 世紀には、ハワイの観光業は大いに発展した。ホテル・港湾施設の整備、客船の就航が進められ、急速に観光地として発展を遂げ、観光客が急増した。

前述したように、この期に就航した豪華大型客船は大西洋航路だけではなく、欧米の植民地へと拡大したが、ハワイのワイキキが「リゾート観光地」として開発されたのはこの頃であり、植民地として開発されると同時に、保養地としての役割が付加され、1925 年にアメリカ本土とホノルル間に定期航路が開設されると大小さまざまなホテルが建設され、ホノルルは一大リゾートに生まれ変わった[138]。

---

[137] バーレン・L・スミス（三村浩史監訳）『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、1991 年、60-61 頁、117 頁。

[138] 以上の記述については、多くは、岡本伸之『観光学入門―ポスト・マス・ツーリズムの

このように植民地における宗主国側の観光開発は進展したが、こうした植民地に観光として訪問できるクラスは、一般労働者たちではなかった。

太平洋戦争が終わってからは、ハワイは不況に陥っていたが、戦前までは富裕層向けだったリゾートを大衆向けにした再開発が行われ、航空機の大衆化とともにアメリカ本土の観光客が大量に押し寄せ、ハワイの観光業は農業を抜いて基幹産業にまで発展した。

1962 年にはハワイ州の経済開発企画担当庁などが主体となり、「ハワイ・ビジターズ・プログラム」が発足。ハワイの主要な島々に観光客を誘致する動きが強まり、カラー写真をふんだんに使ったパンフレットやマーケティング活動などが、各島の飛行場の整備と並行する形で進められた。1968 年にはヒルトン・ハワイアン・ビレッジ、1969 年には 31 階建て、客室数 1852 の超大型ホテル、シェラトン・ワイキキがオープンし、ハワイはいよいよ「ブーム」の時代を迎える。ハワイの観光発展は、①富裕層のための高級リゾートとしてのワイキキ、②戦争中の兵士向けの観光保養地、③大衆リゾートとしてのハワイの三つの段階を経てきたのである。

観光学』有斐閣アルマ、2001 年、15 頁以下に拠った。

第 2 章　戦後世界の経済成長とマスツーリズム

第 1 節　戦後世界の再編とマスツーリズムの展開

1．戦後世界の再編

第二次世界大戦の終結によって、東アジア地域を覆っていた植民地体制は崩壊した。しかし、そのことは、東アジア地域が西ヨーロッパ的な「戦後秩序」（よくいわれる IMF 体制の構築など）を回復すれば、「復興・安定」を早期に実現しえたであろうということを意味しない。歴史事実を検証してみると、アメリカ・ヨーロッパ主導の「戦後体制」は、むしろ東アジア地域（旧植民地）を排除することによって、西ヨーロッパの早期の「復興・安定」を成し遂げたように思われる[1]。もしアメリカがアジア地域の「復興・安定」をも組み込んだ統一的な戦後世界経済の復興を構想したとするならば、政治的な諸要因を一切考慮しないで想定してみても、莫大な資金が必要とされ、それを負担しうる余裕など戦後初期の世界にはどこにも存在しなかった[2]。こうしたことから、戦後の「世界経済」を「統一的な世界市場で連携された資本主義」といった概念でとらえられることはできない。戦後すぐにアメリカの絶対的な経済力に支えられた「戦後資本主義体制」も、1970 年代に入ると相当大きな歪みが出てきて（ドルの固定相場制は崩壊しており、世界的な貿易調整機能も十全に作用せず、世界的な金融恐慌がおこるようになったことなど)、「冷戦体制」にも大きな変化が現われていた。

マーシャルプランをはじめとして、戦後に構想された戦後世界の「復興・安定」は西ヨーロッパに限定された課題であり、「戦後世界の多角的貿易決済機構」を構築するという「理念」における「世界」や「国際」という概念のうちには、社会主義諸国のほか、東アジア地域を包含した「世界」は存在していなかった。戦後の「世界」や「国際」といった範囲は、植民地の崩壊によってもたらされたヨーロッパの資本主義先進諸国の世界とアメリカといったきわめて限定的な範囲であったということができる。「冷戦戦略」という新たな事態がこのことを示しているように思われるが、ヨーロッパの戦後の「復興・安定」の過程やそこに実現された仕組みを想定して、戦後世界を規制する枠組みとして捉

---

[1] 西川博史『戦中戦後の中国とアメリカ・日本』、HINAS、2014 年参照。またこうした考え方戦後世界史を展望したコメント、「政治経済学・経済史学会」の共通論題：「『第二次大戦後の復興と安定』についてのコメント―東アジアの視点から」（『歴史と経済』、2015 年、58 巻 3 号）をも参照。

[2] マーシャルプランの資金的保証をなした「1948 対外援助法」には、対中援助を組み込んだ法律も成立したが、そのプロセスはこのことを明示している（同上『戦中戦後の中国とアメリカ・日本』、参照)。

えることはできないと考える。IMF・世界銀行、マーシャルプランなどの「戦後政策」を西ヨーロッパに限定された一地域の復興政策と捉え、これに従属する形で、東アジアの戦後が始まったとみることが必要である。

こう考えてみると、アメリカであれ、ヨーロッパであれ、世界政策を立案し、国際秩序を構築し、それらを実施・推進しようとした主体の構想のうちには、多くが歴史的に植民地ないし半植民地的状態に置かれていた東アジア地域を包摂した「世界」や「国際」は存在していなかったといえる。「冷戦」体制が構築されるなかで、この構想に残された課題として与えられたものは、この東アジア地域の諸国をどちらの「体制（陣営）」がそのうちに取り込むかということであった。しかし、その過程においては、歴史的に形成されてきた従来の宗主国-植民地関係の再編などの複雑な歴史課題を解決しなければならなかったのであるが、その手段として、最も単純で、容易な手段である軍事的援助という形態が採用されたにすぎない。冷戦体制下での「熱戦」の発生という事態はこのような軍事援助という脈絡において理解されるべきものであった。他方、こうした軍事援助形態は、どの程度植民地体制の解消に貢献しえたのか、またそれが発揮した「開発」効果の経済的意義は何であり、それを「戦後の国際秩序」の形成過程にどのように位置づけるか、これまでの研究では、十分に明示されているとはいえない。

戦後の東アジア地域には、北東アジア地域における社会主義体制側に位置する社会主義中国と朝鮮民主主義人民共和国（北朝鮮）、資本主義体制側に位置する日本と分断国家としての韓国、それと政治的意図から創出された中華民国台湾が形成され、さらに東南アジア地域における未分化のままの ASEAN 諸国が存在することになった。この旧宗主国との経済関係を維持することで未分化のまま留まる ASEAN 諸国に対して軍事援助に依拠した「開発」という新方式が導入され、社会主義体制からの個別的分離がはかられていった。この東アジア地域においては、西ヨーロッパのように「統合」という概念によって「復興・安定」させるというプランは、そもそも当初から存在しなかった。こうした分断的な東アジア地域の形成には、戦後の西ヨーロッパの「復興・安定」プランをリードしたアメリカの戦中・戦後の対東アジア政策が大きく影響していたといえる。

東アジア地域には、西ヨーロッパに形成されたような「国際秩序」を作り出せるような基盤は形成されていなかった。主導国アメリカも、そうした「秩序」を構築するための努力をこの地域において行おうともしなかった（期待された「アジア版マーシャルプラン」は実現されなかったことに象徴される）。むしろ、そうした「秩序形成」を東アジア地域において回避することによって、西ヨーロッパ世界におけるマーシャルプランや IMF・世界銀行といった制度的戦後復興計画が実現されたといってもよいであろう。戦後世界は、「冷戦」という大きな枠組みのなかで、アメリカを主軸にした西ヨーロッパ地域、ソ連を中心とする社会主義地域、「開発」によって対応を迫られる地域の三極に分断化されて形成されていたといえる。

2. 戦後資本主義陣営における高度成長と観光

近代ツーリズムからマスツーリズムへの移行は、19 世紀 80 年代から徐々に条件が整いはじめ、第一次世界大戦後のおよそ 20 年の間、とくに 1930 年代後半に離陸が始まる。しかし、この流れはわずか数年で第二次世界大戦によって中断し、長い空白の後いっきに大発展に向かうという経過をたどる。端的にいえば、両大戦間期にマスツーリズム時代への準備が整い、第二次世界大戦後に発展が始まり、急速に大衆観光がマスツーリズムのレベルにまで到達した。大衆が自由に観光を楽しむマスツーリズムは、成熟した資本主義社会における産物といわなければならない。この成熟した資本主義とは、1950 年代後半に日米欧に始まる経済の高度成長によってもたらされた。戦後世界の再建の結果として、すでに述べたようなアメリカを中心とした「西側資本主義」においては、経済的豊かさが国民全体に浸透し、「大衆消費社会」が出現した。こうした高度成長の下での成熟した資本主義社会の成立がマスツーリズムの発展の背景にあった。こうした先進国では、成熟した資本主義社会の形成によって個人の社会生活は急速に変容した。しかし、本研究が取り扱うマスツーリズムの意義に関していえば、こうした戦後から 70 年代までの先進資本主義国でのマスツーリズムには、「西側」の「先進国」という枠組みがあり、しかもそれが拡大されたとはいえ、いまだグローバルな展開が実現されていないという意味で、なお限界をもつ概念であったといわざるをえない。戦後復興期を経て、旧植民地域における経済発展が実現され、「冷戦体制」が終わりを迎えるなかで、グローバルな資本主義の成熟とともにマスツーリズムが本格的に開花したと考えるのである。

既述したように、戦後の西ヨーロッパは、マーシャルプランにも支えられて急速に経済復興を果たしたが、その中で観光が大きな役割を果たしたことはあまり知られていない。1948 年 4 月 16 日、西側 16 ヵ国によるマーシャルプラン受け入れのための「ヨーロッパ経済協力機構（Organization for European Economic Cooperation, OEEC)」が設立された際、アメリカ側では、同年 4 月、マーシャルプランの実施機関として「アメリカ経済協力局（U.S. Economic Cooperation Administration, ECA)」が設立された。マーシャル国務長官のハーバード大学演説の 5 日後には、ハリマン商務長官が下院において、ヨーロッパ諸国が旅行の障害を排除し、出入国手続きを簡素化する必要性を訴え、かつ「旅行はアメリカの最大の輸入品目と言ってよい。大戦中外国を旅行したアメリカ人が使ったドルは、他のいかなる商品の輸入をも上回った。……われわれの顧客がわれわれの商品を買うためのドルを持つことが必要だ。……われわれの外国旅行は、他国がアメリカの商品を買い、それによってアメリカの貿易を拡大して行くためのドルを供出する最も健全な手段の一つである……」と述べている[3]。このように、アメリカは、ヨーロッパにド

[3] 石井昭夫「『観光の世界史』のノートから(4)マーシャルプランと国際観光」『国際観光情報』日本政府観光局監修、2009 年 4 月、19-25 頁。

ルをもたらす手段として観光が重要なチャネルであることを認識し、アメリカ人の訪欧旅行の手続きを簡易化したのみならず、ヨーロッパ諸国相互間の国際旅行の容易化をも明確に要求していた。大戦の残した敵意や不信感を払拭して、国際観光旅行を容易化することこそ、なによりも先駆けて行うべきことという認識に立っていた[4]。これに対応して、ヨーロッパ側も、対米観光宣伝活動を実施するため、各国の政府の観光宣伝機関が集まって「ヨーロッパ旅行委員会（European Travel Commission, ETC)」を結成した。ETCが最初に手がけたのは、アメリカ人観光客のためのビザの廃止とともに、参加国相互間の出入国手続きの撤廃ないし簡素化であった。

この時、欧州経済復興機構（OEEC）の「観光委員会」は、「万人に観光を！」というスローガンを掲げて、「ソーシャル・ツーリズム」を提唱した。この委員会によれば、ソーシャル・ツーリズムの基本的な目的は、「旅行資金に乏しいか旅行になじんでいない、あるいは教育の不足ないしは旅行事情にうといなどのために、今日まで観光旅行の埒外にあった国民大衆を観光に参加させるために必要な状態をつくり上げることである」[5]とされた。この「ソーシャル・ツーリズム」が目指すものは、低所得者層の休暇旅行を促進する各種の制度を包含し、大別すれば、供給側（施設サービスの整備）に係わるものと、需要側に係わるものに分けられる。この時には、連続有給休暇が保証されて時間はできたが、いまだ国民の大半は居住地以外の場所で休暇を過ごすには至っていなかった。その最大の理由は、一般大衆の所得で利用できるバカンス滞在施設が存在していなかったからである。したがって、なによりも先ず、供給面の施策によって安価で快適なバカンス施設を大量に整備することが求められ、次いで鉄道やバス、航空機などの交通機関を安価で使いやすくする工夫が求められた。これと並行して需要側に係わる改善も進められた[6]。こうして、有給休暇制度の拡充、休暇旅行の購買力の増大、施設サービスの特別割引、旅行シーズンの延長などの施策が創意工夫によって進展していくことになった。つまり、経済的理由などから観光に無縁な人びとも観光を楽しめるようにする諸施策の整備であり、フランスやスイスから始まり、ヨーロッパ全体に普及していくマスツーリズムに大いに寄与し、その後のマスツーリズムの発展に大きく貢献した。

マスツーリズムは、観光者の量的拡大による正と負の影響を内包している。プラス面では観光客のもたらす経済的効果であり、観光交流による国際親善や相互理解の前進であ

---

[4] 1948年3月13日にハーグ会議の準備のため国際委員会の経済社会委員会がヴァンゼーラント議長のもとで開催され、イギリス委員会の主張とフランス委員会の主張をもとに共通報告を作成することが合意されて、小委員会により作成され3月15日に採択された「欧州統合運動国際委員会による経済社会報告書」には、当面の方策として、「すべての西欧地域で観光客や旅行者の自由移動のための十分な措置を提供すること」が提出された。（小島健「ハーグ会議と経済統合」『東京経大学会誌』第279号、2013年12月を参照）

[5] 日本観光協会『ソーシアル・ツーリズム』、「第一章　ソーシアル・ツーリズムの概念」、日本観光協会、資料制作国立国会図書館、2011年、5-9頁。

[6] 日本観光協会『ソーシアル・ツーリズム』、「第三章　ソーシアル・ツーリズムを促進する諸要素」、日本観光協会、資料制作国立国会図書館、2011年、29頁。

る。その一方で、石森はマスツーリズムについて、「自然環境の破壊、文化遺産の劣化、伝統文化の誤用と悪用、地域社会における階層分化、犯罪と売買春の増加などのさまざまな「負のインパクト」をうみだした」と指摘した[7]。1970 年代以降における米国の人類学者を中心にした観光人類学的調査・研究によって、世界各地で展開された観光開発に伴う各種の負のインパクトが実証的に明らかにされた。とくに、航空機の発展によるマスツーリズムの国際化以降は、工業のない発展途上国に富をもたらす唯一のチャネルと認識される一方で、途上国の社会、文化、環境に負の影響ももたらすことにもなっていく[8]。

こうしたなかにおいて、先進諸国において、とくにマスツーリズムの展開に大きな影響を与えた要因は、可処分所得の増大・休暇の増加や長期化・レジャー活動を許容する社会意識などの社会的経済的要因であった[9]（観光主体の変化）。バーレン・L・スミス（Valene L. Smith）は「観光活動＝余暇時間＋可処分所得＋地域に根づいた道徳観」という図式によって観光活動を定義している。それにたいして、マスツーリズムの展開に影響した経済的要因はまさにこの 3 つの要素として現れている。すなわち、この 3 つの経済的要因が揃ったことがマスツーリズムの発生に不可欠な要因であると考えられる。もう 1 つの要因は、移動手段の発展である（観光媒体の変化）。鉄道と船舶だけが交通機関であった第二次世界大戦前と比べて、戦後には、民間航空を初め、鉄道の高速化、観光用大型バス・マイカー・レンタカーが加わり、さらに既成の交通機関も設備・能力が大幅に改良され、大量輸送の条件が整ってきた[10]。こうした鉄道、航空機、自動車の発達を背景に、第二次世界大戦以降の観光事業は先進諸国を中心として飛躍的な発展を遂げたのである。

これまでの鉄道の発展や船舶、自動車の発展に加えて、この期には航空機とりわけジェット機の出現によって、旅行の条件は変化し、とくに長距離移動の時間短縮が大幅に可能とされた。その結果、1960 年代に「マスレジャー化」、つまり「余暇の大衆化」という社会現象が現れ、先進国ではレジャー活動は個人の日常生活の一部となり、なかでも、観光は先進諸国で最も人気あるレジャー活動の一つとなった[11]。こうして、マスレジャー化からマスツーリズムの現象が生まれたのである。シャープレイ（Richard Sharpley）が指摘するように、「資本主義的な社会・経済システム」が可能にしたものであったといえよ

---

[7] 石森秀三「内発的観光開発と自律的観光」『国立民族学博物館調査報告』第 21 巻、2001 年 3 月

[8] マスツーリズムの弊害に対する指摘は、宮本佳範「“持続可能な観光”の要件に関する考察―その概念形成における二つの流れを踏まえて―」『東邦学誌』第 38 巻第 2 号、2009 年において主要な理論を整理したものを参考した。また、本論では、欧米先進国におけるマスツーリズムの弊害に関して、第四章において「オーバーツーリズム」を代表例として考察を行い、この歴史的意義を指摘したい。

[9] バーレン・L・スミス（三村浩史監訳）『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、1991 年、1 頁。

[10] 鈴木忠義編『現代観光論[新版]』、有斐閣双書、1984 年、14 頁。

[11] 余暇開発センター『７ヶ国国際比較レジャー調査』、余暇開発センター、1985 年

う[12]。とりわけ、資本主義の成熟化、すなわち第二次世界大戦後のアメリカを中心とした先進諸国の経済発展によって、それまでの小規模な近代的ツーリズムがいまやマスツーリズムとして、全面的に開花したのである。

UNWTO の統計によれば、1950 年では、全世界の主国観光客数は 2528.2 万人（延べ人数）に達し、国際観光収支は 21 億ドルにも達した。マスツーリズムの出現後、世界の観光人数は 1960 年の 6900 万人（延べ人数）から持続的に増加し、1999 年にはすでに 5.374 億人まで、約 800%の増加率を示している。このように、1950 年から 1960 年までの 10 年間では、国際観光人数と国際観光消費額がほぼ 3 倍に増大した。

表 2-1　戦後の国際観光者数と消費額の推移（1950-1990 年）

年	国際観光者数 （延べ人数、万人）	国際観光消費額 （億ドル）
1950	2,530	21
1960	6,930	69
1970	15,969	179
1980	28,484	1,023
1985	33,294	1,081
1986	34,035	1,278
1987	35,500	1,500
1988	39,000	1,950
1989	40,300	2,087
1990	41,500	2,300

出所：UNWTO 統計データを基づき筆者作成。

以上をまとめると、マスツーリズムは、第二次世界大戦後の経済復興した戦後世界の再編に参加した日米欧諸国において、1960 年代前半に発生した。第二次大戦後、経済復興した先進諸国は、1950 年代後半から高度な経済成長を遂げ、経済的豊かさが社会全体に浸透した。先進国の経済的豊かさが、「大衆の観光」を生み出したのである[13]。また、ジェット航空機が就航によって、大衆が世界中の有名な観光地を訪れることが可能となった。マスツーリズムは社会現象として日米欧の先進諸国において先ず出現したのである。

---

[12] 大橋昭一『観光の思想と理論』、文真堂、2010 年、19 頁。大橋は、これをシャープレイ（Richard Sharpley）の指摘として紹介している。

[13] 安村克己「マスツーリズムの出現とその弊害」安村克己他編著『よくわかる観光社会学』ミネルヴァ書房、2011 年、21 頁。

3. マスツーリズム時代の到来：背景と条件

(1) 戦後の経済成長及び人口の増加

戦後の世界経済の成長はマスツーリズムの出現に経済的保障を提供した。第二次世界大戦中、戦争に参加した国々の経済は大きな影響を受けていた。例えば、戦後のドイツでは、約 1.2 万の工場のなかわずか 1 割は限られた生産活動を行っている[14]。イギリスの外債は戦争前の 1939 年の 72 億ポンドから 1945 年の 244 億ポンドに増加し、輸出貿易総額は 1938 年の 4.7 億ポンドから 1944 年の 2.66 億ポンドに縮小した。世界主要国の工業生産比（表 2-2）から見るとわかるように、1938 年以降、アメリカとロシア以外の国の工業生産額が減少し、経済の再建が各国の直面する課題であった。

表 2-2　世界各国の工業生産比の推移(1800-1973 年)

年	1800	1830	1860	1880	1900	1913	1938	1953	1973
アメリカ	0.8%	2.4%	7.2%	14.7%	23.6%	32.0%	31.4%	44.7%	33.0%
ロシア	5.6%	5.6%	7.0%	7.6%	8.8%	8.2%	9.0%	10.7%	14.4%
イギリス	4.3%	9.5%	19.9%	22.9%	18.5%	13.6%	10.7%	8.4%	4.9%
フランス	4.2%	5.2%	7.9%	7.8%	6.8%	6.1%	4.4%	3.2%	3.5%
ドイツ	3.5%	3.5%	4.9%	8.5%	13.2%	14.8%	12.7%	5.9%	5.9%
イタリア	2.5%	2.3%	2.5%	2.5%	2.5%	2.4%	2.8%	2.3%	2.9%
日本	3.5%	2.8%	2.6%	2.4%	2.4%	2.7%	5.2%	2.9%	8.8%
中国	33.3%	29.8%	19.7%	12.5%	6.2%	3.6%	3.1%	2.3%	3.9%
インド	19.7%	17.6%	8.6%	2.8%	1.7%	1.4%	2.4%	1.7%	2.1%
その他	22.6%	21.3%	19.7%	18.3%	16.3%	15.2%	18.3%	17.9%	20.6%

出所：Paul Bairoch, International Industrialization Levels from 1750 to 1980, *Journal of European Economic History*; Rome, vol.11, no.2,1982.より引用。

一方、第二次世界大戦以降、アメリカでは戦争による経済損失と人的損失が最も少なく、アメリカの経済も戦争によって急成長し、経済力と軍事力は世界第一位まで成長した（表 2-2 参照）。

戦後、イギリス、フランス、西ドイツなどの国は経済回復を主要な任務とした。イギリスでは、アメリカと「米英金融協定」を結び、37.5 億ドルの借款を得られた。またマーシャルプランへの参加によって、23.5 億ドルの支援及び 3.4 億ドルの借款を獲得した。

[14] アンガス・マディソン（金森久雄監訳、政治経済研究所訳）『世界経済の成長史　1820～1992 年 199 ヵ国を対象とする分析と推計』東洋経済、2000 年、89 頁。

アメリカの援助によってイギリスの経済は困難な時期を乗り越え、回復した。フランスでは国有化と計画経済の二大措置をとり、かつマーシャルプランによる 30 億ドルの援助を獲得し、経済の回復を実現した。西ドイツでも同様に、アメリカから 36.5 億ドルの援助が提供された。

世界主要資本主義国家の経済回復とともに、他の国の経済発展も進展した。1950 年から 1973 年までの時期は世界経済発展の「黄金の時代」[15]であった。この時期では、世界の一人当たり GDP は年に 2.9%成長し、世界の GDP も 4.9%上昇し、世界の輸出額は 7%増加した[16]。戦後ではほぼすべての国が戦前より高い経済成長率を示した。経済の発展によって多くの国民の収入が増加し、それは観光に対する需要の拡大にも反映している。

もう一つ重要な変化は、二つの大戦を経験した人びとは、戦勝国、敗戦国ともに、その悲惨さを痛感し、平和の重要さを改めて認識したことである。1948 年の第 3 回国連総会は、世界大戦という人類の痛ましい体験を踏まえ、すべての人民とすべての国が達成すべき基準としての「世界人権宣言」を採択した。アメリカ独立宣言とフランス革命以来の人権思想が世界基準として示され、その第 24 条において、「すべて人は、労働時間の合理的な制限と定期的な有給休暇を含む休息と余暇ホリデーを持つ権利を有する」と明記された。それは有給休暇の保証から、有給休暇をバカンスないしホリデーとして居住地以外で過ごすことが人間の基本的権利の一つと宣言されたのである。戦後世界では、このような規則を定めていなかった国家も、この実践を自国の労働権のうちに組み込んでいった。例えば、ドイツでは、1963 年に、年に最低で 15 日間の有給休暇を義務として規定し、35 歳以上の労働者には最低 18 日の有給休暇を定めた。これに先立つ 1960 年の青少年労働法ではすでに 18 歳以下の労働者に 24 日の有給休暇を推奨していたが、1967 年末には、平均的休暇は 23 日を上回る長さになっていた。イギリスでは、すでに指摘したように、各産業で変動的であったとはいえ、戦前期 30 年代末にすでに手工業者のほとんどが有給休暇の恩恵に浴し、1963 年には、働く者は全員少なくとも 2 週間の休暇を得ることに定められた。フランスにおいても、1965 年には、有給休暇の 4 週間が一般化し、1969 年には、賃労働者の 85～90%がこの制度でカバーされた[17]。平和維持のためには、国民同士の相互理解が不可欠であり、お互いを知るためには、交流の機会を作る観光が最適であるという認識に立ち、国連は 1967 年を「国際観光年」と定め、国際観光の振興を図った。その標語は、「観光は平和へのパスポート」であった[18]。

---

[15] 前掲『世界経済の成長史』、95 頁。
[16] アンガスは「黄金時代」の西諸国の経済発展の要因を 3 つ指摘した。第 1 は西側の経済が、未曽有な明確で合理的な行動のルールをもった国際秩序を備え、国際協力のための諸制度が整備されたこと。第 2 は、先進諸国での国内政策が高水準の需要と雇用との拡大に意識的に向けられるようになったこと。第 3 は、供給面での成長の潜在能力が高かったこと。前掲『世界経済の成長史』、96 頁。
[17] アラン・コルバン（渡辺響子訳）『レジャーの誕生』藤原書店、2000 年、452-453 頁。
[18] 国土交通省『昭和 42 年　運輸白書』

こうしたなか、「自由な選択の可能性、生活タイプの根本的変化、より完全な休息の可能性」としての旅行は、「余暇時間に新しい資質を与える」ものとして期待された。しかし、「マス」を表現する大衆にとっては、「それまでごく少数の特権階級だけのものだった余暇のイミテーションとして提供された」旅行という程度にとどまった[19]。ジャン＝クロード・リシェーズ（Jean-Claude Richez）とレオン・ストロース（Léon Strauss）によれば、「幹部や技師は3週間、あるいはそれ以上の期間をまとめて休暇にする傾向があった……逆に、労働者は非常に細分化された余暇の方を好んだ。労働者の休暇の 64.5%が 1週間に満たない長さのものであった。……そのうえ、それは多くの場合、よそ者で、国に残してきた家族に会いに行くものであった」とされ、この休暇が実質的なものとして労働者に実践されるには、それに先立つ所得の増加が見込まれなければならないと社会学者ルネ・カースが指摘していることを紹介している[20]。

もう一つ重要な点は、世界人口の増加である。第二次世界大戦後、世界人口が急速に増加し、各国の都市化が進み、戦後のマスツーリズムの発展を促進した。第二次世界大戦では、約 5000 万人の犠牲者が戦争によって死亡した。戦後の世界人口が約 25 億人だったが、20 世紀 60 年代に入ると、経済発展と社会の安定によって、世界人口が急速に増加し、36 億人まで回復した。年平均人口増加率でみると、1970 年は歴史上最も高く、2.06%の増加率となる。すなわち、約 20 年間で人口が 70%増加した（表 2-3）。このような世界人口の増加はマスツーリズムの観光主体となる観光客の増加に直接な要因であると考えられる。

表 2-3　世界人口の増加

年	推計人口 （百万人）	年平均人口 増加率（%）
1955	2,756	1.82
1960	3,021	1.86
1965	3,335	1.99
1970	3,692	2.06
1975	4,068	1.96
1980	4,435	1.74
1985	4,831	1.73
1990	5,264	1.73
1995	5,674	1.51

[19] 前掲『レジャーの誕生』、458 頁。
[20] 以上の引用については、前掲『レジャーの誕生』、459-460 頁、466-667 頁を参照。

2000	6,071	1.36

出所：国立社会保障・人口問題研究所「人口統計資料集(2004)」、国連”World Population Prospects: The 2002 Revision”（中位推計）による。

(2) 戦後の交通輸送の進歩（自動車と航空）

すでに検討してきたように、マスツーリズム時代への助走は、1920 年代から 30 年代にかけての両大戦間期において、ほとんどの分野で始まっていたが、第二次世界大戦が勃発することで、観光という活動はほぼすべ停止状態になった。しかし、戦後数年でこの中断を取り返して急速な発展を始めたのである。戦後のツーリズムを大きく変え、マスツーリズムを急発展へと導いていった新しいかつ決定的要因は、交通輸送手段の進歩である。第二次世界大戦後、一部の国では鉄道と船舶は主要な旅行の移動手段であるが、世界範囲では、とくに先進国では、それらの伝統的な移動方法は次第に自動車と飛行機によって代替された。

表 2-4 が示すように、1950 年まで、アメリカの自動車生産が世界をリードし、世界 44 ヵ国の中総自動車保有台数の 40%を占めている。また、1950 年から 1970 年にかけて、世界の自動車の数は 10 年ごとにおよそ 2 倍のペースで増加し、1970 年全世界の自動車登録台数は 1970 年の 1 億台から 1987 年の 3.94 億台へ増加した[21]。また、欧州委員会（European Commission）の調査によれば、自動車はヨーロッパ人の重要な旅行の移動手段であり、約 58%を占め、飛行機は 31%、列車は 10%の割合を占めている[22]。このように、自動車は短距離・中距離旅行の最も重要な移動手段となった。

表 2-4　乗用車保有台数（1913-1973 年、単位：千台）

	1931	1950	1973
イギリス	106	2,258	13,497
フランス	91	1,500	14,500
ドイツ	61	516	17,023
イタリア	22	342	13,424
スペイン	-	89	3,804

[21] United States,Department of Commerce/Bureau of Domestic Commerce, World Motor Vehicle Production and Registration, 1970-1987, U.S. Government Printing Office, Washington, D.C.

[22] European Commission, *Facts and Figures on the Europeans on Holidays: 1997-1998,* 1998（原文：European holiday makers use their own car (58%), the plane (31%) (whether charter or scheduled flights) or the train (10%) to reach their holiday destination. ）

オーストラリア	-	678	4,520
カナダ	29	1,913	7,866
オランダ	4	139	2,957
アメリカ	1,190	40,339	101,986
日本	-	48	14,473

出所：前掲『世界経済の成長史』、95 頁。

もう一つ、観光とりわけ短期間長距離移動の国際観光に不可欠な要素は航空輸送の発展である。

大戦前にも民間航空交通がある程度発展してはいたが、まだ機体も運航の技術やシステムも初期段階であり、路線も便数も少なく、料金が非常に高かったことから、ツーリズムの交通手段として利用されるまでには至らなかった。第二次世界大戦後の航空輸送と航空産業の発達は、観光の発展にとって新しい条件である。第二次世界大戦は航空機産業に巨大なインパクトをもたらしたのである。1938 年にアメリカに存在していた航空機は 300 機に満たなかったのに、戦争末期には年間 5 万機を製造する能力を有していたとされる[23]。

ゲルドナー(Charles R. Goeldner) によれば、航空旅行の発展過程は以下の 4 つの段階に分けられるとしている[24]。

第一段階（1926-1940）：1926 年、旧米航空会社バーニースピードラインは、初めて航空サービスの提供を開始した。同年に、ウエスタン航空会社も航空サービスを開始しました。その後、バーニースピードラインと他の 3 つの航空会社はユナイテッド航空に吸収合併された。 1987 年には、ウエスタン航空はデルタ航空と合併した。この段階は小規模航空会社が統合し合理化と利便性を確立した時期である。最初の国際路線は、1927 年にパン・アメリカン航空が就航した。

第二段階（1940-1970）：アメリカの航空会社が徐々にサービスを広げ、より多くの都市と国際都市にサービスを拡大した。 1940 年代は、航空設備の発展によって旅客輸送が拡大した。1959 年にアメリカン航空がジェット機の米国初の大陸横断飛行を達成し、1970 年から、航空輸送はジェット機時代に入った。この段階は技術進歩によって時間短縮の時期である。

第三段階（1970- ）：コンコルドが超音速旅行時代の幕を開けた。1967 年、プロトタイプが発表され、1969 年に初のジェット機テスト飛行が行った。航空旅行はその速さ、快適性と安全性によって現在の公共交通機関の主要手段となっていた。この段階は航空機

[23] 宇野博二「アメリカにおける航空機工業の発達（その 2)」『学習院大学経済論集』10(3)、 1973 年 12 月

[24] Goeldner, C. R. and Brent Ritchie, J. R. *Tourism: principles, practices, philosophies*, 11th ed. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, Inc. 2009, pp. 55-57.

の成熟化時期である。

第四段階（LCC）：アメリカにおけるLCCの先駆者は、パシフィックサウスウエスト航空とサウスウエスト航空（旧エア･サウスウェスト社）とみなされる。1967年からローコストのフライトはすでに始まった。また、サウスウエスト航空は1950年から太平洋南西部におけて格安航空サービスを提供し始めた。1978年から航空規制緩和法の制定によって、アメリカ国内のLCC輸送システムは急速に発展し始めた。同様に、欧州のLCCの歴史は、欧州連合（EU）による市場開放で発展し始めた。中国と日本の航空の発展は欧米と比べて遅れている。日本におけるLCCの導入は「準LCC段階」を経て、2012年から本格的に始まった。一方、中国では、2004年に春秋航空の就航によってLCCが導入された。この段階は航空サービスの多様化の時期として位置づけられる。

マスツーリズムに不可欠な移動手段の発展要素として、第二段階と第三段階における航空輸送技術の進歩が最も重要である。とくに、第二次世界大戦後、ジャンボジェットの出現によって、航空輸送力の格段の増大を見せたことが、マスツーリズムの急成長に寄与している。機動的な航空機は第二次世界大戦で戦闘の主役となった。制空権を握った側は戦争に有利となった。こうしたなか、アメリカは圧倒的な航空機製造能力を有し、その新しい航空機技術として戦争末期に実用化されたジェットエンジンが進化した。民間航空機のジェット化はイギリスのコメットが最初であったが、次第にアメリカに圧倒された。航空機の積載重量は技術進歩によって増加し、高速・大量・長距離の輸送が可能となった[25]（表2-5）。

表2-5　航空機技術の発展（代表的な航空機）

年	航空機	積載量（トン）	時速（キロ）	乗客（人）	航続距離（キロ）
1949	ダグラスDC	13	266	32	2,420
1963	ボーイング707	41	970	200	6,920
1973	ボーイング747	100	910	500	13,450
2011	ボーイング747-8F	133	920	500	14,815

出所：ボーイング社ホームページを参考に筆者作成。

表2-6にみるように、1963年から国際航空旅客輸送が約1億3000万人、その5年後の1968年では倍増し、2億6000万人に増加した。その後も高い成長率を維持し、この十年間では年平均増加率は13.3%、キロベースの年平均増加率は14.6%である。また、利用

[25] 航空技術、輸送などの歴史は、東京大学航空イノベーション研究会、鈴木真二、岡野まさ子編『現代航空論 ： 技術から産業・政策まで』東京大学出版会、2012年を参照した。

率で見ると、50%以上の水準を維持している。

表 2-6　国際航空旅客輸送の実績（1963-1974 年）

	国際・国内旅客輸送		キロベース		利用率
	万人	増加率	億人キロ	増加率	(%)
1954	-	-	520	-	-
1963	13,229	-	1,470	-	53.5
1964	15,400	16.4%	1,710	16.3%	55.9
1965	17,700	14.9%	1,990	16.4%	56.0
1966	22,000	24.3%	2,280	14.6%	57.9
1967	23,600	7.3%	2,740	20.2%	56.6
1968	26,300	11.4%	3,030	10.6%	53.9
1969	28,900	9.9%	3,490	15.2%	51.6
1970	38,500	33.2%	4,610	32.1%	55.0
1971	40,700	5.7%	4,940	7.2%	50.0
1972	44,300	8.8%	5,550	12.3%	57.0
1973	48,300	9.0%	6,168	11.1%	61.5
1974	50,800	5.2%	6,460	4.7%	59.5

出所：国土交通省『運輸白書』昭和 39-49 年版の発表データより筆者作成。

注：ICAO(国際民間航空機関)に加盟している国に属する定期航空会社、利用率は(ロード・ファクター＝輸送人キロ/利用可能人キロ)

(3) 観光に関連する産業の繁栄と発展

マスツーリズムは、観光客の量の多さだけでなく、バカンス商品の大量生産方式による大量消費という方式に促進される。バカンス商品の大量生産とは、具体的には、集合的滞在施設と航空機のチャーターを組み合わせた「新しい旅行形態」の販売によって実現されたが、その背景にあったのは、戦後復興が成功し、生活が安定してくるにつれて、地中海岸でバカンスを過ごすという一般庶民の需要が増大したことであった。これを受け止める旅行形態が出現したのである。

遠距離移動を伴う地中海方面への休暇滞在は、大戦後の航空機の生産拡大と急速な技術革新とともに、航空パッケージ旅行というモデルが出現した。現代観光の特徴である滞在型の航空パッケージ・ホリデーは、第二次世界大戦直後のヨーロッパの地理的、社会

経済的条件のもとに誕生した。それによって新しい国際観光需要を掘り起こした[26]。

航空パッケージ・ホリデーを最初に実行したのは、英国人のウラディーミル・レイツ（Vladimir Raitz）である[27]。彼は航空機をチャーターし、コルシカ島で2週間滞在のホリデーを 35 ポンド未満で提供できると計算した後、1949 年 10 月 12 日に Horizon Holidays を設立し、「パッケージ・ホリデー」の事業を開始した。レイツの企画は全く新しい試みであり、1950 年 3 月、民間航空省が「学生と教師」専用のフライトという限定条件付で許可した。

最初のパッケージ商品は、32 席のチャーター機の借り上げ（1 往復 305 ポンド）による往復チケットに、1 週間の食事付き滞在と関連サービスを含んで 32 ポンド 10 シリングだった。当時ロンドンからニースまでの往復航空運賃が 70 ポンドだったから、1 人当たりの航空運賃部分は同距離の定期航空の 5 分の 1 程度であった。最初のシーズンは集客範囲を厳しく制限されたため赤字となったが、2 年目以降は人気企画となり、次第にライバルも増えて、このタイプの休暇滞在が英国人のバカンスの、そしてヨーロッパ全体のバカンスの主流になっていった[28]。

フランスの場合は、バカンスの過ごし方として、大都市を離れ、富裕な家庭は地中海のコート・ダジュールやスペインへ、所得のより低い人たちは田舎へ行き、家族ともどもひと夏を過ごすのが定番である。多くのフランス人にとって、バカンスは生活の大きな部分であり、病気などの特別の事情がない限り、夏あるいは冬に休みを取らず働くことは耐え難いことであった。家族構成、職業、所得、居住地域あるいは個人の趣味により、バカンスの長さあるいは過ごし方に違いはみられるが、ほぼすべてのフランス人家庭（他の EU 諸国も同様）にとって、長いバカンスをどこで、如何に過ごすかは毎年の最大の関心事であった。

1950 年代、いまだ経済危機が続き、失業率は慢性的に高いにもかかわらず、ほぼ 6 割のフランス人は夏休みをとっている。観光産業や休暇の社会的インフラが比較的に発達しているフランスでは、各地に安価な費用で過ごせる民宿、貸し別荘、キャンプ場などが存在していた。また、夏休み中に子供を預かる林間学校（colonie de vacances）なども避暑地や海辺の村で開かれた。所得が低く、社会的な扶助を受けている階層には、バカンスを享受するための交通費あるいは滞在費の補助制度も存在していた。それによって、8 月中は、のパリの学校、官庁、オフィスや工場の多くは休業している。このようなバカンスの慣習がフランスで庶民のあいだに本格的に根付いたのは、高度成長期の 1960 年代と考えられる[29]。

---

[26] Leonard J Lickorish *British Tourism : The Remarkable Story of Growth*、Routledge; 2 edition, 2007, p77-79.
[27] ibid. British Tourism : The Remarkable Story of Growth, p78.
[28] ibid. British Tourism : The Remarkable Story of Growth, p78.
[29] フランスのバカンスに関する記述は鈴木宏昌「フランスのバカンスと年次有給休暇」『日本労働研究雑誌』54(8)、2012 年 8 月を参照。

もう一つ重要な変化は、新しい支払い手段の出現である。すなわちクレジットカードが普及しはじめ、それが日常の旅行や消費を促進し、また、国際観光の重要な支払い手段として、マスツーリズムの発展に寄与していた。

クレジットの概念は、古くから存在し利用されてきた[30]。通貨が使用されるずっと以前から利用されており、紀元前 1750 年に制定されたハムラビ法典にその記述があるとされる。20 世紀のクレジットと異なるのは、利用の仕方とその度合いである。古代で利用され始めたときから、クレジットは顧客と売り手との結びつきを強め、手持ちの資金以上に多くの物品を手に入れられるようにするための販促手段として用いられてきた。

近代的なクレジットの概念は 18 世紀後半から 19 世紀前半に遡る。アメリカにおける消費者信用は、個品割賦払い方式（installment credit plan）とリボルビング払い方式（rebolving credit plan）によって、南北戦争後の工業化の時期に急速に成長した。第一次世界大戦以降、自動車、食洗器、掃除機、そのほかの高額な耐久消費財が広く販売されるようになり、クレジットの必要性が増大した。20 世紀初め、クレジットカードは、アメリカの少数のホテル、石油会社、百貨店によって発行され、比較的豊かな人々がレストランやデパートで現金を持たずに決済する手段としてスタートした。

こうしたなかで、石油系カードが自動車の販売拡大に伴い成長した。1920 年代初め、石油会社は優待カードを発行し始めた。旅行者は石油会社と提携しているところならば、どこでも付け買いで給油することができた。また、1936 年、成長を続けた航空業界は、アメリカン航空のリーダーシップによって、ユニバーサル・エア・ロラベル・プラン(UATP)という独自のクレジットシステムを開発し、世界初のチャージカード（一括払い専用のクレジットカード）を発行した[31]。

1950 年代、もう一つ別の動きが現れた。それはオープン型のカードの先駆けとなったダイナースクラブとアメリカン・エキスプレスの登場である。

ダイナースクラブは、このシステムに加わったレストランならどこででもカードで支払うことができるビジネスモデルを実現した。このモデルは旅行ビジネスにおいても成長し、ホテル、航空会社、自動車レンタルの加盟店舗どこででも共通カード一枚で決済できるようになった。このジャンルは T&E（トラベル&エンタテインメント）と称された。

アメリカン・エキスプレス社は西海岸と東部を結ぶ大陸横断駅馬車を活用して輸送事業を展開した。その運輸ネットワークは米国国内だけでなく、カナダ、メキシコまで広がった。1891 年にはトラベラーズチェックに参入して、その使い勝手の良さで、成功を収め、世界的な企業へと発展した。アメリカン・エキスプレスが国際市場に進出するきっかけになったのは、1893 年から 1894 年初頭にかけてのシカゴ万国博覧会の開催であった。1895 年、アメリカン・エキスプレスはクレジットカード事業に参入した。アメリカ最大

[30] ルイス・マンデル著、(根本忠明、荒川隆訳)『アメリカクレジット産業の歴史』日本経済評論社、2000 年、2 頁。
[31] United States. Civil Aeronautics Board, Vol.37, pp413-414.

の運送業者で中西部に拠点を持つアメリカン・エキスプレスが博覧会の貨物を扱い、万国博の業務を成功させた。万国博終了後、国際運送業務の開拓のために、1895 年、パリにヨーロッパ初の営業所を開設することになり、それとともに国際運送業務のためで、マネーオーダーやトラベラーズチェックの管理や販売も促進されていた[32]。当時のアメリカン・エキスプレスにとって、国際市場での事業の成否のカギは、ヨーロッパの運送業者によってではなく、むしろ、アメリカ人の旅行者や滞在者、そして彼らが使うトラベラーズチェックにかかっていると考えるようになった[33]。実際、1890 年代の終わり頃にアメリカン・エキスプレスの調査によれば、アメリカ人旅行者はヨーロッパで年間２億 5,000 万ドルを使い、長期滞在しているアメリカ人もほぼ同じくらいを使っていた[34]。アメリカ人の間にトラベラーズチェックの販売を拡大するためには、それを使う人たちに良いサービスを提供することこそ必要と考え、アメリカン・エキスプレスは営業所をアメリカ人旅行客に解放し、無料で旅のアドバイスを与え、無料でホテルを予約し、事務所内に読み書きのコーナーを設け、旅行者のために無料の私書箱を提供した。そのおかげで、アメリカン・エキスプレスのトラベラーズチェックの売上げは、1900 年に 640 万ドル、1905 年に 1320 万ドル、1909 年には 2300 万ドルへと急上昇していった[35]。20 世紀に入ると、アメリカン・エキスプレスの営業所では旅行の有料サービスも始められ、アメリカ行きの客船の切符の販売から、やがてヨーロッパ中の鉄道切符やホテル予約の業務を始めた。アメリカン・エキスプレスの営業所は、海外旅行に不慣れな当時のアメリカ人にとって旅行中の情報収集や案内所の役割を果たした。1914 年夏の第一次世界大戦勃発は、アメリカン・エキスプレスのトラベラーズチェックが「黄金よりも良い」国際通貨[36]として名を高めることになった。戦争が始まるとヨーロッパの銀行は取り付けを恐れていっせいに店を閉じ、長年安定していた為替レートも不安定になり、戦場ではない地域までが旅行不能に陥ってしまった。当時長期滞在や旅行者としてヨーロッパにいた約 15 万人のアメリカ人は手持ち現金がなくて立ち往生し、大勢の人がアメリカン・エキスプレスに押しかけた。アメリカン・エキスプレスは押し寄せるトラベラーズチェック持参のアメリカ人に、無制限にフラン、ポンド、マルク、リラを提供した。すなわち、アメリカン・エキスプレスが発行したトラベラーズチェックが本物の通貨以上に信用ある通貨として扱われていたといえる。このように、アメリカン・エキスプレス社は旅行業自体ではほとんど利益はなかったが、実態は増大するトラベラーズチェックとマネーオーダー（及びフローの投資）で金融会社として急成長を実現できた。また、1917 年には、日本初の営業所を横浜に設立し、日本への進出を果たしたが、当時、日本において力を入れていたのは

[32] Alden. HATCH, *American Express: A Century of Service, 1850-1950*, See Comments, 1950, p101, pp110-111.
[33] ibid. American Express, pp92-97.
[34] ibid. American Express, pp99-108.
[35] ibid. American Express, p100.
[36] ibid. American Express, ”Better Than Gold”, p97.

「旅行業」であり、訪日外国人のサポートがメインだったといわれている[37]。その後、海外旅行に行くアメリカ人をサポートする事業を強化するとして、旅行代理店の業務が主要業務となり、ロンドン、パリなどとの海外旅行ネットワークを整備した。

第二次世界大戦が終り、アメリカでは海外旅行の大ブームが到来した[38]。1945 年には、早くもトラベラーズチェックの売上げが急伸して年間 5 億 2,200 万ドルにのぼり、1947 年 8 億ドル、1952 年には 11 億ドルに達した[39]。トラベラーズチェックは世界で通用する国際旅行者の「通貨」となり、のちのクレジットカード市場における発展につながっていたのである。

このカードは、1970 年、6 分の 1 の家庭が持っていた。それが、1998 年の時点では 3 分の 2 の家庭が保有している。所得階層別の保有割合を見ても、すべての階層の家庭で普及が進んでいる。最も低レベルの所得階層の家庭でも、70 年の 2%が 98 年には 28%に普及し、最も所得レベルの高い階層の家庭では、1970 年の 33%が 98 年には 95%とほぼ 3 倍に達している。銀行型、小売店型いずれを問わず、全米の家庭の 4 分の 3 が、クレジットカード 1 枚以上のカードを保有するようになった（表 2-7 を参照)。

表 2-7　アメリカのクレジットカード保有率（所得構成別、%）

所得構成	1970	1977	1983	1989	1995	1998
第 1 階層（低）	2	11	11	17	28	28
第 2 階層	9	22	27	36	54	58
第 3 階層	14	36	41	62	71	72
第 4 階層	22	51	57	76	83	86
第 5 階層（高）	33	69	79	89	95	95
全世帯	16	38	43	56	66	68

出所：Thomas A. Durkin, ″Credit cards: use and consumer attitudes, 1970-2000″ Federal Reserve Bulletin, Board of Governors of the Federal Reserve System (U.S.), 2000.

さらに、もう一つ重要なマスツーリズムの発展に寄与した要因はホテル・宿泊施設の発展と多様化である。とくに一般大衆の旅行に対応した近代的ホテルチェーンの誕生が特徴的である。それまでは、ホテル内部の設備や装飾は、エリート層がマナーや生活用品などに求める「上品・豪華・洗練」に対応したものとなっていたが、ホテルチェーンの出現によって、高級ホテルのように富裕階級をターゲットとせず、一般大衆とくに商用・ビジ

[37] ibid. American Express, p127.
[38] ibid. American Express, pp.260-261.
[39] Peter Z. Grossman, American Express: The People Who Built the Great Financial Empire, Beard Books, 1987, p254

ネス旅行者をターゲットとして、低廉な価格で質のよいサービスが提供されるようになった。第二次世界大戦後、アメリカは世界最大の観光客贈り出し市場となり、シェラトン、ヒルトンなどのホテルチェーンが急速に世界展開を拡大していったのである。ホテルの発展と多様化に関しては、ホテルの発展史として稿を改めて論じることにしたい。

第 2 節　欧米先進国におけるマスツーリズムの発展

1. 戦後における欧米先進国の観光政策（フランスとアメリカ）

すでに論じたように、マスツーリズムは、第二次世界大戦後に経済復興した戦後世界の再編に参加した欧米諸国において、1960 年代前半に発生した。第二次世界大戦後、経済復興した先進欧米諸国は、1950 年代後半から高度な経済成長を遂げ、経済的豊かさが社会全体に浸透した。先進国のそうした経済的豊かさが「大衆の観光（観光の大衆化）」を生み出したのである[40]。また、1960 年代から 70 年代に、多くの国は観光で経済成長を図り観光立国政策に着手した。ここではフランスとアメリカの事例をあげて簡単に考察してみる。

表 2-8 の EIRO（欧州労使関係観測所）の調査によれば、EU 諸国の法定最低有給休暇は、労働時間に関する EU 指令により最低基準は年間 4 週間と定められている。法定年休においては、EU 内での年休水準の違いは最大 1 週間でしかない。労働協約上の年次有給休暇に関しては、ドイツ（30 日）、デンマーク（30 日）、イタリア（28 日）が高い水準を示している。フランスとオランダはともに 25 日と推計され、24.6 日のイギリス、24 日のアイルランドとほぼ同水準に位置づけられた。EU 先進国の平均は 25.6 日であった。なお、新加盟国はほとんどが 20 日あるいは 21 日である（ルーマニア、キプロス、エストニアなどである）。

表 2-8　EIRO 調査による EU 諸国の年休（日数、時間）

	法定年休	協約上の年休	週平均労働時間
フランス	25	25	35
ドイツ	20	30	37.7
イギリス	20	24.6	37.5
イタリア	25	28	38

[40] 安村克己「マスツーリズムの出現とその弊害」、安村克己他編著『よくわかる観光社会学』ミネルヴァ書房、2011年、21 頁。

オランダ	20	25	29.8
フィンランド	20	25	37.5
デンマーク	25	30	37
EU15	22.1	25.6	37.6
EU22	21.6	25.4	-

出所：EIRO Working time developments 2010
（https://www.eurofound.europa.eu/publications/report/2011/working-time-developments-2010#hd2.）

フランスでは、マスツーリズムの発展は1936年に「有給休暇制度」が導入されたことが契機である。この制度の導入により、旅行があくまでも贅沢であった時代は終わり、誰もが長期の休暇を取り、大衆が同時期に観光地に押し寄せる「tourisme de masse／大衆型観光」と呼ばれる新しい時代に突入した。その後、戦後復興から消費社会への移行が重なった時期、フランス観光業は大きく躍進した。こうした「大衆型観光」、つまりマスツーリズムの興隆は、大きく 3 期に分けることができる。大衆型観光の第一の興隆期は、50年代から70年代半ばにかけてである。ほぼすべての国民が夏期休暇をとり、長期の旅行にでかける習慣がフランスではこの時期に本格的に定着した。第二の興隆期は、贅沢なレジャーであった観光が大衆化した後、70年代半ばから2000年にかけて、旅行の形態（短期の週末旅行の流行）、種類（都市観光、文化的・歴史的観光、スポーツを目的とした観光などの出現）、目的地の多様化がみられ、旅行の質や価格に対しての観光客からの要求が高くなった時期である。紋切り型の「バカンス」から、さらに個性的で良質な観光へとニーズが広がった。第三の興隆期は、21 世紀に入ってからの時代である。旅行に対するさらなるクオリティが求められるだけではなく、環境や景観への配慮から違ったタイプの観光が出現した。オーダーメイドの個人旅行が増えて、サービスがより多様化し、倫理的な側面（旅行関係者・観光客のマナーなど）が重要視され、価格競争も一段と激しくなっている。

また、フランスのマスツーリズムの成長における特徴としては、社会福祉国家体制とインフラ整備の二点を指摘できる[41]。

フランスは、独自の社会福祉国家を形成してきたが、その過程の中で有給休暇制度も大きく発展してきた。制度導入の1936年以来、次第に有給休暇日数が延ばされ、1936年に2週間だった有給休暇は1956年に3週間へ、1963年に4週間へ、そして1981年には現

[41] フランスの観光政策に関する記述は鈴木宏昌「フランスのバカンスと年次有給休暇」『日本労働研究雑誌』54(8)、2012年8月、高橋伸夫「フランスにおけるヴァカンスの地理学的研究」『筑波大学人文地理学研究』16巻、1992年3月、白坂蕃「ヨーロッパの経験した観光開発と有給休暇制度」『立教大学観光学部紀要』第16号、2014年3月、廣岡治哉『観光と経済開発―西ヨーロッパの経験』成山堂書店、1992年、223頁以下を参考にした。

在のとおり 5 週間の有給休暇が全賃労働者に付与されるようになった。さらに有給休暇導入の翌 1937 年、スポーツ・レジャー担当官が設置されたことも、いっそう観光の大衆化を後押しした。戦前、1930 年末までは、大衆化されたとはいえ、いまだ大型のバカンスに出かけるフランス人は 200 万人に満たなかったが、有給休暇の日数が増加するにつれて、「栄光の 30 年（lesTrenteGlorieuses)」と呼ばれる戦後復興・経済成長期（1945 年から 1973 年の第一次石油ショックまでの時期）における経済成長・消費社会の勢いに牽引され、とくに 1950 年代から 1960 年代にかけて、急激に旅行という余暇の過ごし方が発展した。表 2-9 及び 2-10 が示すように、バカンス享受率が 1964 年の 40%台であったものが、10 年後の 1973 年には 50%近くにまで増長し、さらに 1980 年代以降は 6 割以上の国民が休日やバカンスを享受するようになった。また、階層別でみても、農業従事者と企業幹部の階層にはいまだ大きな格差が存在するとはいえ、全体的には 1980 年代以降 40%以上となった。

表 2-9　フランスのバカンス享受率

	享受率（%）	休日滞在人口（百万人）
1964	44	20.3
1973	49	24.5
1979	56	29.6
1984	57	31.1
1989	61	33.8
1994	62	34.8
1999	62	35.6
2004	65	38.2

出所：前掲『観光と経済開発―西ヨーロッパの経験』、及び前掲「フランスにおけるヴァカンスの地理学的研究」をもとに筆者作成。

表 2-10　階層別バカンス享受率（%）

	1964	1969	1975	1980	1985	1990	1994
学生	43.6	45	52.5	56.2	57.5	59.1	62
農業	11.9	8.9	14.7	16.9	22.2	36.3	38.2
商業主、家内工業主	47.5	50.6	58.1	64.8	59.2	58.2	64.9
企業幹部自由業	86.6	87.9	89.6	85.2	90.8	88.2	85.3
中間管理職	71.9	73.8	73	81.5	82.1	81.4	81.8

従業員	62.7	62.4	64.9	69.3	66.9	68.6	66.1
工場労働者	44.6	43	50.3	52.9	52	52.2	56.5
無職	31.7	30.2	34.9	40.6	43.9	44	48.4

出所：同上、前掲『観光と経済開発―西ヨーロッパの経験』及び前掲「フランスにおけるヴァカンスの地理学的研究」をもとに筆者作成。

インフラの面からみると、まず発展したのは、19 世紀にはじまる鉄道インフラの整備である。鉄道は、自動車が興隆する第二次世界大戦までほぼ 100 年の間、唯一の長距離陸上交通手段としての地位を保ち続けた。自動車の出現により交通の手段が増えたとはいえ、1981 年の TGV（フランス国鉄が運行する高速鉄道の車両こと、Train à Grande Vitesse）の開通を中心として、いまなお「速くて大量の旅客輸送手段」として発展を続けている。道路インフラは 20 世紀後半に急速に発展した。とくに 1970 年にはじまる高速道路網の発達が観光業には有利に働いた。現在、鉄道や自動車に代表される陸上交通インフラは国境を越えて整備され、明らかに近隣国への旅行を容易にする一因となっている。遠くへの移動だけでなく、地方団体のイニシアティブによる市街電車（トラムウェイ）やバスのネットワーク整備が、都市内の移動の利便性の向上に大きく貢献している。さらに航空インフラの発展が進み、航空網が整備され、さらに遠く速く移動することができるようになり、目的地の選択範囲も飛躍的に拡大された。

個人の移動能力が向上するとともに、フランスでは「バカンス・クーポン券」のような観光促進政策も打ち出された。これは本質的には低所得者を対象としたものであり、政府が観光旅行を奨励する補助であった。また、大衆リゾート施設「バカンス村」やオートキャンプ場などの宿泊施設の整備にあたっての土地の提供や補助などのさまざまなバカンス政策により、フランスの一般大衆が、廉価にバカンス旅行を楽しめる環境が整備され、バカンス旅行が大衆化していった。フランスのマスツーリズは、このようなものであった。石井昭夫によれば[42]、欧州のマスツーリズムは「最初に連続休暇ありき」で発展したとされ、以前とはまったく異なる施設が全く異なる場所に作られ、各地にマスツーリストを受け入れるリゾートが開発されていったとされる。このような休暇家族の家・家族休暇村・農家滞在など、週単位の利用、自炊設備付きの安価な施設が、最初は、非営利団体や政府の補助などで整備され、海外観光旅行に特化したような観光業の発展ではなかった。

次はアメリカの戦後のマスツーリズムと観光政策をみてみよう。

第二次大戦後、ヨーロッパは戦後復興中であったが、アメリカ経済は好調であり、国民のヨーロッパへの海外旅行も活発となっていた。アメリカ政府とフランス政府は協力し

[42] 石井昭夫「第 12 章 観光政策」・岡本伸之編『観光学入門―ポスト・マス・ツーリズムの観光学』有斐閣、2001 年、279-280 頁。

て、大西洋を跨ぐ航路及び海路に補助金を支給したほか、ホテル建設や航空機の離発着権に関する交渉、観光広報、パスポートやビザ発給に関すること等、観光復興事業を推し進め、アメリカ人のヨーロッパ観光を積極的に後押しした。

この時期におけるアメリカ政府のサポートは、第二次大戦後のフランスにおける観光復興において不可欠のものだったとも言われているが[43]、アメリカがこのようにヨーロッパ観光を後押しした背景には、アメリカ人のフランスやヨーロッパ各国への観光客の拡大によるアメリカの観光産業の支援策があったとされている。しかし、1960 年代になり、アメリカ経済が下り坂に入ると、政府は、これまでのアメリカ人の海外旅行支援の方針を転換し、国民に対して国内旅行を奨励し、ドルを国内に還流させたいと考えるようになった[44]。アメリカ政府は、1961 年、観光政策法として最初の「国際旅行法」(International Travel Act) を施行した。これは、国内観光産業の重要性を認識すること、外国人のアメリカへの海外旅行を促進すること、アメリカ国民の国内旅行を促進することを目指していた。とくに、海外における観光促進機関として「アメリカ旅行サービス」(U.S. Travel Service) を設置した。1981 年には「国家観光政策法」(National Tourism Policy Act) が施行された。これらの観光政策は、一定の観光促進効果を発揮できた。だが、アメリカのマスツーリズムの発展と成長には、労働者の量的拡大及び労働条件の改善、さらに航空産業の発展という要因が最も重要であった。表 2-11 にみるように、労働者数は、両大戦期の増大に次いで、戦後に急激な伸長をみせた。1820 年の就業者数は 300 万人台に対して、1929 年では 10 倍以上に増加し、1950 年では 6000 万人、1973 年は 8600 万人に達した。

表 2-11　アメリカの労働者の状況

年	就業者数 (千人)	1 人当たり 年労働時間	実質 GDP (百万ドル)	1 人当たり 実質 GDP (ドル)
1820	3,105 (8.0)	3,000 (115.2)	12,396 (2.4)	1,289 (24.3)
1870	14,411 (37.1)	2,964 (113.8)	98,129 (19.0)	2,459 (46.3)
1890	23,842 (61.4)	3,000 (115.5)	214,336 (41.5)	3,399 (64.0)
1913	38,821	2,605	516,472	5,312

[43] Christopher Endy, *Cold War Holidays: American Tourism in France*, University of North Carolina Press, 2004

[44] 自治体国際化協会「米国における観光政策と地域活性化観光事例」CLAIR REPORT NUMBER 324、2008 年 4 月

	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)
1929	47,915 (123.4)	2,342 (89.9)	841,849 (163.0)	6,913 (130.1)
1938	44,917 (115.7)	2,062 (79.2)	797,949 (154.5)	6,140 (115.6)
1950	61,651 (158.8)	1,867 (71.7)	1,453,351 (281.4)	9,582 (180.4)
1973	86,838 (223.7)	1,717 (65.9)	3,519,378 (681.4)	16,608 (312.7)
1992	119,164 (307.0)	1,589 (61.0)	5,510,378 (1066.9)	21,558 (405.8)

出所：アンガス・マディソン著『世界経済の成長史 1820～1992 年　199 ヵ国を対象とする分析と推計』東洋経済、2000 年、364-365 頁。
注：(　) は 1913 年を基準にした指数（1913＝100.0)。

他方、労働時間では、1820 年には年間約 3000 時間であったが、1992 年までに、1589 時間にまで短縮されてきた。1929 年恐慌後の 30 年代には、法律の制定や労働組合の圧力によって、労働日の長さも短縮され[45]、ヨーロッパと比べて、アメリカは年次休暇に関する規制が全くなく、雇用契約の一部であるベネフィットとして年休が位置づけられる場合が多かったのである。1938 年の労働基本法としての Fair Labor Standards Act(FLSA)では、雇用されている者は「最低賃金をうけ勤務時間外手当てが勤務手当ての最低 1.5 倍以上支給されない場合は､週に 40 時間以上は勤務してはならない」としていたのである。

さらに、アメリカでは 1929 年から 1970、80 年代にかけての経済成長に伴う GDP の増大によって、所得格差が是正され、平等化が大いに推進された。また表 2-12 によれば、上位 5%と最高階層のシェアは 70、80 年までに低落している。これに対して最低階層と第 2 階層のシェアは 70 年までは逆に上昇している。第 3、第 4 階層に属する中間階層も 80 年までは上昇傾向を示し、中産階級の成立につながった。

表 2-12　5 区分・上位 5%別世帯所得構成比（%）

	1929	1935	1944	1962	1970	1980	1990	2000	2004
第 1 階層	12.5	4.1	4.9	4.6	5.5	5.3	4.6	4.3	40.0
第 2 階層		9.2	10.9	10.9	12.0	11.6	10.8	9.7	9.6

[45] 「ワグナー法」の制定によって、労働者の組織県と団体交渉権を認めた。

第3階層	13.8	14.1	16.2	16.3	17.4	17.6	16.6	15.4	15.4
第4階層	19.3	20.9	22.2	22.7	23.5	24.4	23.8	22.9	23.0
第5階層	54.4	51.7	45.8	45.5	41.6	41.1	44.3	47.7	47.9
計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
上位5%	30.0	26.5	20.7	19.6	14.4	14.6	17.4	21.1	20.9

出所： U.S. Department of Commerce, Statistical Abstract of the United.

アクセス手段において、アメリカでは、ジェット航空機の就航及びLCCの出現がマスツーリズムの拡大に寄与した。アメリカの航空産業の発展は、航空規制緩和から始まった。アメリカでは1940年に民間航空委員会（Civil Aeronautics Board、以下CABと略す）が規制機関として発足した。CABは国内航空会社を公益事業として、参入及び運賃設定に関して厳しい規制をおこなった。参入については、事業および路線については免許制をとり、新規参入についてはきわめて消極的な姿勢をとっていた。その結果、40年間新規参入が認められないという状況が続いた。また、CABは航空会社の役割を大きく3つに分けた。大手の航空会社（ユナイテッド、デルタ、パンアメリカン等）は、第1レベルの幹線航空会社として国内航空輸送の大部分を担当（1970年代、約88%）させた。第2レベルの航空会社には中小都市の旅客を幹線システムまで輸送する役割を担当させ、第3レベルの航空会社には、それ以外のローカルサービスを担当させた。運賃については、合理的な運賃の登録・保持を義務づけた。航空会社が競争する分野として、運賃・路線網・サービス・安全が上げられ、運賃・路線網に関する競争は抑えられた。このため、航空会社はサービス競争に集中せざるをえなかった。具体的には、旅客が希望する日時に座席を供給するための便数競争をすることになった。その結果、利用率は低下し、平均費用が上昇し、最終的には運賃引き上げということになり、消費者に負担がかかることになっていた。

こうしたなかで、1948年、アメリカの国際線航空会社パン・アメリカン航空は、通常の運賃のほかにツーリスト・クラス運賃の導入を提案した。パン・アメリカン航空のヨーロッパ往復運賃は711ドルであったが、新たに400ドル程度のツーリスト運賃を導入しようとした。この料金は、汽船のツーリスト・クラスの往復運賃と同等で、ツーリスト・クラスの汽船は一年も前から売り切れ状態であるので、これを航空機によって代替しようというのが提案理由であった。これには汽船会社の反対だけではなく、大西洋に就航している航空各社も航空機を大量に所有するパン・アメリカンとの競合に負けることを恐れて反対した。その結果、国際航空運送協定(The International Air Transport Association、以下IATAと略す）の会議で禁止され、この提案は封じられてしまった。3年後の1951年11月7日、パン・アメリカン航空は、正式に民間航空局にツーリスト運賃の導入を申請し、IATAは11月27日にフランスのニースで開催された会議で審議した

結果、この申請を承認し、1952 年 5 月 1 日からツーリスト運賃の導入が決定された[46]。CAB の競争制限型政策に対して、1950 年代からいろいろな問題が指摘された。①CAB の生産者寄りの規制目的の合理性に関する点、②規制によって事業者の運賃やサービスの柔軟性に関する点、③市場参入と企業間の吸収合併の規制によって競争が制限された問題、といった問題点に対する指摘があげられる[47]。

1970 年代から、破壊的インフレによってアメリカの経済が悪化し、それに伴い、オイルショックとそれに伴う燃料の高騰による航空業界の経営悪化を背景に、航空規制の問題が政府でも認識されるようになった。破壊的インフレは、生産性の低下と賃金の加速的上昇をもたらした。これに対して、規制による企業の経済活動の非効率化と柔軟性の不足が認識され、規制緩和の活動が活発になっていった。

他方、経済の発展と航空需要の急速な増加によって、航空輸送産業が急速に成長し、航空市場も急速に変化した。こうしたことを背景にして、CAB の規制が変化していく市場に対応しきれなくなっていた。企業では、技術進歩（ジェット機の導入など）によって規制された以外のところでの競争が激しくなり、CAB 規制に対する改善と改革の重要性の認識が広まった。1970 年代半ば以降には、規制改革に関する検討が推進されるようになった。1975 年 2 月からのケネディ公聴会で多くの理論経済学者が規制の問題を指摘し、規制改革の必要性を認識され、その規制改革の理論的根拠は競合可能性理論であった[48]。競合可能性理論は、「競合可能な市場」においては、参入退出がきわめて自由に行われることである。競合可能性理論によって航空輸送市場での従来の政府規制の根拠が否定されることとなり、政府の規制改革の理論的推進力となった。こうした理論的根拠を踏まえて、1975 年 10 月に、「1975 年連邦航空法」が作成され、参入の自由化と運賃設定の柔軟化を中心とした規制改革が提唱された。しかし、この法案は議会を通過することなく廃案となったが、「1975 年連邦航空法」によって、規制緩和の必要性と具体化政策に関する認識が形成され、その後の規制改革の推進力となっていた。

1977 年、「1975 年連邦航空法」をベースとした「1977 年航空輸送規制改革法」が議会に提出され、当時のカーター大統領によって規制改革が進められ、割引運賃の導入と経過的に自由に路線の参入・退出を認める施策が実施された。それと共に、規制改革の法案の具体化への取り組みも進められた。1978 年、「航空規制緩和法」が可決され、発行された。この法案成立以降、徐々に料金の裁量幅が広げられていった後、1981 年には完全に料金が自由化され、1982 年には規制を行っていた CAB そのものが解散となった。

こうして、国内の航空規制緩和は徹底的かつ動態的に推移したが、これに対し、国際市

---

[46] この航空旅金をめぐる議論については、吉川貫二「国際航空運賃の決定と運賃コントロールの見通し-1-」『同志社商学』第 17 巻、第 5 号、1966 年を参照した。
[47] 佐藤治正、山内弘隆、中条潮「米国の航空市場規制をめぐる議論」『交通学研究研究年報』第 27 号、日本交通学会編、1983 年、158 頁。
[48] 増井健一、山内弘隆『航空輸送』現代交通経済学叢書第 7 巻、晃洋書房、1990 年、133-134 頁。

場での航空規制緩和は、その対象が自国と海外の航空会社であり、基本的に、運航の権益が相互に乗り入れる二国間でのフレームワークで取り決められていることから、部分的、かつ逐次的、段階的に進行せざるをえなかった。

国際航空制度の制約から国際市場での規制緩和の波及には限度があり（このことから国際市場の規制緩和は、自由化と称されることが多い)、航空輸送には、鉄道や汽船以上に国益に直結し、経済力など国力の差によって輸送力に大きな差があり、公平平等の原則が守られにくいという認識があった。航空機が交通手段として一般化すると、国際航空のルールも不可欠になる。第二次大戦が終わりに近づいてくると、軍用機の民間航空への転用が課題になり、新しい民間航空機の開発も考えられるようになり、緊急に国際民間航空の秩序を定める必要が生じていった。1944 年 11 月、シカゴで国際航空会議が開催され（連合国側の 54 ヶ国が参加)、民間航空の原則を定める「シカゴ条約」が成立した。この会議では、国際航空を扱う政府間の専門機関として国際民間航空機関（ICAO）の設立を決議した（実際の設立は 1947 年)。民間航空の秩序は 1919 年の「パリ条約」によって領空主権主義が確立されていたが、シカゴ会議では、この領空主権の確認と主権の制限についても論議された。国際航空交通は他国の領空を飛行しなければ成り立たないから、領空主権を確認した上で、その領空を飛行する自由ないし権利の内容を定める必要があった。領空主権の制限について、このシカゴ会議では、民間航空の円滑な実施と秩序ある発展のために、他国の領空を通過し、他国に着陸し、自国と他国の間の貨客の有償輸送に関するルールとして、5 つの自由（権利）について論議が行われた。第 1 の自由は領空を通過するだけ、第 2 の自由は給油、悪天候、事故など、何らかの理由で着陸する必要のある場合であるが、これらは相手国の商業権に支障を及ぼすような問題ではなかったので、多国間協定として成立した。第 3 から第 5 の自由については、国よって航空輸送力をはじめ条件に大差があって、多国間協定は成立しなかった。また、実際に航空機を飛ばすには、就航都市・便数・運賃などに関する原則を決めなければならないが、それらは関係する 2 ヵ国の航空交渉に委ねられることになったのである[49]。

---

[49] 航空機は船舶と異なり、他国領土の上空を飛行することが出来ることから、各国ともに外国の航空機の領空通過を好ましいと考えず、第一次世界大戦で航空機が兵器として使用されると、この傾向は益々強くなった。これを背景に 1919 年に作成されたパリ条約では、領空主権説を成文化し、「各国はその領空上の空間において完全、且つ排他的な主権を有する。」と規定した。1994 年のシカゴ会議では、この領空主権主義の下で、商業航空権についての原則がまとまり、国際運送の形態から 5 つの自由に分類し、5 つの自由と呼んでいる。シカゴ条約で成立した、国際航空運送協定(IATA)の第 1 条の規定では、商業航空権を次の 5 つに分類、定義している。具体的には、第 1 の自由：相手国の領域を無着陸で無害横断飛行する自由。第 2 の自由：相手国の領域に、給油、整備等の目的で離着陸する自由。第 3 の自由：自国領域内で積込んだ貨客を相手国の領域内で取りおろす自由。第 4 の自由：自国の領域に向かう貨客を相手国の領域内で積込む自由。第 5 の自由：相手国の領域内で第 3 国の領域に向かう貨客を積込み、又は第 3 国の領域で積込んだ貨客を取りおろす自由。実務界では、第 6 の自由と呼ぶものがある。米国の民間航空委員会の定義によれば、航空会社の属する国を経由して、出発地である外国内の地点から、目的地である他の外国の地点に向けて行われる運送を指して呼んでいる。一般に第 1 と第 2 の自由を、通過権(トランジット・ライト)と呼

1980 年代以降には、自由化が促進され、伝統的に「2 国間主義」を基調とする国際航空制度の変容をきたすようになっていたが、これを主導したのは、アメリカのオープンスカイ型自由化と EU の市場統合型自由化の政策であった。アメリカは国内での規制緩和と相乗的にオープンスカイによって国際市場での自由化を推進している。しかし、アメリカといえども、このオープンスカイでことごとく世界市場を席巻できたわけではなく、外貨出資制限比例の完全撤廃や海外航空会社によるカボタージュ（国内輸送権）を容認するには至っていないのである。

表 2-13 は、アメリカにおける航空規制の変容と規制緩和の経過を整理しまとめたものである。1978 年航空規制緩和法によって、徹底的な規制緩和が進められた。特徴として、航空規制緩和法は、消費者の利便性の向上と企業利益の確保、新規参入と中小企業の事業強化が競争力向上と効率向上などを含む政策目的を明示し、また、参入・撤退・運賃に関する規定の最終自由化に至るまでの段階的な移行の措置が示された。具体的には主に以下のように整理できる。①参入規制に関して、新規事業者の市場への参入及び既存事業者の新規路線への参入・撤退が自由化され、「参入・退出の自由」が実現された。②運賃規制に関して、参入規制と同様に大幅に自由化され、航空会社の運賃設定にはゾーン運賃制が採択され、標準産業運賃の上限 5%から下限 50%という範囲内で自由に運賃設定することが可能になった。

実際は、航空規制緩和によってアメリカの消費者が得た利益として、まず運賃の多様化と低下がある。航空路線の就航・維持には空港使用料やパイロット、客室乗務員の人件費、燃料費など固定費コストが高いものに対して、乗客が１人増える度にかかる費用は比較的に安価である。航空会社にとっては航空路線の維持には、集客することが一番の利益を確保できることである。そこで、大手の航空会社は１機あたりの乗客をできるだけ増やし、利益を極大化するために差別的運賃という概念を生み出した。これは、市場の需要をに合わせた、チケットを段階的に割引するという方法で、早い時期に購入する旅行客などには大幅な値引きをし、ギリギリに購入するビジネス客などには高い値段で売るといったことである。これにより運賃は多様化し、例えば、ニューヨーク～サンフランシスコのような幹線では 50 以上の運賃となった[50]。以上のように、アメリカの航空規制緩和は世界の規制緩和の潮流の端緒と考えられる。アメリカの航空規制緩和の成立によって、航空産業における自由競争の認識が広がり、その後の欧州や日本などでの規制緩和に深く影響を与え、マスツーリズムに不可欠な移動手段の発展要素となった。

び、第 3～第 5 の自由を、運輸権(トラフィック・ライト)と呼ぶ、(以上の領空主権に関しては、郭倩「観光産業における LCC の役割」、修士論文を参照した。)

[50] 運賃の種類は以下の各航空会社のホームページを参考した。ユナイテッド航空 http://www.united.com/ コンチネンタル航空 http://www.continental.com/ サウスウエスト http://www.southwest.com/ ＪＥＴ ＢＬＵＥ http://www.jetblue.com/

表 2-13　アメリカの航空規制の変容と航空規制緩和の経過

時期	法案・制度	具体的政策
1925 年	1925 年航空郵便法(Air Mail Act of 1925/ Kelly Act)	航空郵便輸送事業が郵政省から民間企業への転換 契約形式で競争を避け、輸送事業を保護
1938 年	1938 年民間航空法(Civil Aeronautics Act of 1938)	CAB 前身の CAA(Civil Aeronautics Authority:民間航空庁)の設立 政府の市場介入を重視 参入・運賃の厳しい規制・「祖父条項」
1958 年	1958 年連邦航空法(Federal Aviation Act of 1958)	航空運賃を路線ごとに個別・詳細に決定
1960 年代後半	「ルート・モラトリアム」(Route Moratorium) 「輸送力削減協定」(Capacity Reduction Agreements)	競争を制限する方向で規制を強化
1970 年代中期	1975 年連邦航空法(Aviation Act of 1975)	規制改革と規制緩和テスト
1978 年	1978 年航空規制緩和法	規制緩和を法律で制度化
アメリカ航空規制緩和の経過		
1975 年	CAB／Special Advisory Task Force の設置 議会／”Regulartory Reform”（規制改正）の検討	
1976 年	CAB／Advanced Booking Charter（事前予約を条件とする低運賃チャーター）の認可	
1977 年 1 月	Carter J.大統領就任（～1981 年 1 月）	
1977 年 4 月	アメリカン航空/”Super Saver”（最大 45%割引）の導入	
1978 年 10 月	CAB／パブリックチャーターの認可	
1978 年 10 月	Airline Deregulation Act の成立 International Air Transportation Competition Act の成立	
1980 年 6 月	ゾーン運賃の下限廃止と上限緩和	
1981 年 12 月	路線認可制廃止	
1982 年	CAB／パートチャーターの認可	
1983 年	運賃認可制廃止	
1984 年	CAB／サンセット法の成立	
1985 年	CAB 解散	

出所：Wilson, J. Q. *The Politics of regulation*, 1980, p403.及び塩見英治『米国航空政策の研究』文真堂、2006 年を参考に筆者作成。

1980 年代以降も航空需要の増大は目覚しく、表 2-14 に示すように、1990～2008 年の欧州国際線需要とアジア太平洋の国際線・国内線需要、1980～2000 年のアメリカ国内線需要は、それ以前と比べて 10 年の増加量がとくに大きくなっている。航空需要が量的に増大するだけでなく、その市場構成も、地域構成と国内線・国際線の比率構成が変化してきた。、世界の航空需要を牽引する地域が、アメリカの一極集中という状況から、欧州とアジア太平洋を加えた 3 地域に広がった。とりわけ、アメリカとアジア太平洋は対照的な変遷をみせている。全体に占める旅客需要が、1960 年代に 10%未満だったアジアが 2000 年代には 30%近くに迫る一方で、60 年代に 60%以上を占めていたアメリカが 2000 年代には 30%程度にまで減少した。世界の航空旅客需要の合計をみると、かつては国内線旅客需要が国際線需要を上回ったが、1990 年ではその差が近づいており、それ以降は逆転して国際線需要が上回っている。アメリカでは、国際線旅客需要と国内線需要の比率が 2 対 8 程度であったが、1990 年代以降は国内線が相対的に縮小して 3 対 7 に変化したが、国内線航空旅客輸送の成長が減速せず、依然としてアメリカの航空需要が国内線に牽引されていることに変わりはない。

表 2-14　航空旅客輸送実績の推移（定期輸送）と割合（単位：億人キロ）

	北米		EU		アジア太平洋		その他		世界合計	
1960	690	63%	240	22%	70	7%	90	8%	1,090	100%
国際	140	20.3%	200	83.3%	30	42.9%	40	44.4%	410	37.6%
国内	550	79.7%	40	16.7%	40	57.1%	50	55.6%	690	63.3%
1970	2,260	49%	850	19%	380	8%	330	7%	4,600	100%
国際	460	20.4%	720	84.7%	190	50.0%	230	69.7%	1,620	35.2%
国内	1,800	79.6%	130	15.3%	200	52.6%	90	27.3%	2,970	64.6%
1980	4,450	41%	2,050	19%	1,600	15%	1,180	11%	10,890	100%
国際	990	22.2%	1,750	85.4%	1,050	65.6%	780	66.1%	4,660	42.8%
国内	3,460	77.8%	300	14.6%	550	34.4%	400	33.9%	6,220	57.1%
1990	7,830	41%	3,500	18%	3,440	18%	1,760	9%	18,940	100%
国際	2,210	28.2%	2,960	84.6%	2,360	68.6%	1,230	69.9%	8,930	47.1%
国内	5,620	71.8%	540	15.4%	1,080	31.4%	530	30.1%	10,010	52.9%
2000	11,770	39%	7,620	25%	7,330	24%	3,020	10%	30,180	100%
国際	3,550	30.2%	6,620	86.9%	5,190	70.8%	2,250	74.5%	17,790	58.9%
国内	8,220	69.8%	1,000	13.1%	2,150	29.3%	770	25.5%	12,390	41.1%

2008	13,860	32%	11,510	27%	11,500	27%	5,260	12%	42,830	100%
国際	4,540	32.8%	10,460	90.9%	6,970	60.6%	4,130	78.5%	26,390	61.6%
国内	9,320	67.2%	1,050	9.1%	4,530	39.4%	1,130	21.5%	16,440	38.4%

出所：山崎文徳「民間航空機の市場構造の変化と技術展開」『社会システム研究』第 21 号、2010 年 9 月を参考し、筆者作成したものである。

注： 単位の億人キロは旅客 1 名を 1km 輸送すると「1 旅客キロ」を基づく。「国際」、「国内」は国際・国内路線の内訳及び全体に対する割合を示す。

2. グローバリズム時代の観光―欧米先進国観光形態の変容

20 世紀 70 年代から、世界の観光市場と旅行の需要が新たな変容が現れた。それは、観光の目的は今までの見物のためだけから、さまざまな目的のための観光形態が生まれた。観光客のニーズが多様化しているということを背景にして、新しい観光商品が次々と開発され、観光市場の多様化がもたされた。その中最も重要な変容は、伝統的な観光商品[51]から新たな商品が生まれることである。その代表的なのは世界遺産観光である。

世界遺産観光とは、世界遺産を観覧することを目的とした観光形態をいう。1972 年、「世界の文化遺産及び自然遺産の保護に関する条約」が第 17 回ユネスコ総会において採択・発効された。2016 年の締約国数は 191 ヵ国である。その目的は、文化遺産及び自然遺産を人類全体のための世界の遺産として損傷、破壊等の脅威から保護し、保存するための国際的な協力及び援助の体制を確立することであった。世界遺産登録は観光振興を目的とするものではないが、観光地としての知名度やブランド価値が向上し、観光客の増加につながるため、また、世界遺産と指定された風景・自然・建築物などには、観光客にとって非常に魅力的であり、「顕著な普遍的価値」が高いため、各国は世界遺産観光商品の開発に力を入れた。1990 年代に入り、世界遺産観光は新しい観光商品として、文化観光の核心的内容とされた[52]。世界遺産観光は旅行業と地域経済の発展を促進する効果があるため、世界各国は世界遺産観光をテーマとした観光開発を行った。ユネスコの調査によれば、1998 年では、約 5 億人の観光客が世界の 552 ヵ所の世界遺産を観光した[53]。

ヨーロッパでは世界遺産登録地の集積が顕著である。世界遺産化による知名度向上に

---

[51] 本章での観光商品はパッケージツアーなどの主催旅行商品のことを指す。主催旅行の定義は旅行業法（第 2 条）によって定められており、その要点は、「旅行業者があらかじめ旅行の目的地及び日程、運送または宿泊のサービスの内容、旅行の対価に関する事項を定めた旅行について計画を作成し、参加者を広告その他の方法により募集して実施する旅行」となっている。

[52] UNESCO “World Heritage Centre 1992-2016”, 2016 年時点では 1031 件の世界遺産が登録され、その中、文化遺産が 802 件、自然遺産が 197 件、複合遺産が 32 件であり、163 ヵ国に分布している。

[53] United Nations Educational, World heritage in young hands: to know, cherish and act; an educational resource kit for teachers, 2002, p101

よって、それらは訪問すべき目的地として認識がなされている。さらに，近年のマスツーリズムのグローバル化のなかで、中国人や韓国人をはじめとする大量の東アジア地域による観光者のヨーロッパ訪問が短期間に急増し、世界遺産登録地を周遊するパッケージツアーの商品化が進んでいる。Thorsell，J &Sigaty，T の調査によれば、1998 年世界 116 の世界遺産の観光地を訪れた国際観光客数は約 6 千 3000 万人であり、1998 年の世界国際観光客数は 6 億 3 千万人に対して、およそ 10 分の 1 も占めている（表 2-15)。

表 2-15　1998 年国際観光客数と世界遺産の国際観光客数

地域	国際観光客数（千人）	地域	世界遺産の観光地数	データ取得できる観光地数	世界遺産の観光地の国際観光客数（千人）
アフリカ	25,023	アフリカ	32	30	681
アメリカ	122,027	北米	17	16	40,858
		南アメリカ	10	9	2,069
		中米・メキシコ	8	7	182
ヨーロッパ	381,939	東ヨーロッパ&CIS	11	9	1,948
		西ヨーロッパ	10	9	3,131
東アジア・太平洋	87,183	アジア	13	12	1,946
		オセアニア	15	15	11,498
南アジア	5,190	南アジア	9	8	183
中東	15,314	中東	1	1	0.2
合計	636,676	合計	126	116	62,497

出所：Thorsell，J &Sigaty，T. ″Human use of World Heritage natural sites: a global overview″，1998，Working Paper 4，IUCN Gland，Switzerland、国際観光客数のデータは UNWTO より。

しかし、急増する観光客によって、世界遺産の観光地に対する「負の影響」も近年顕在化している。UNWTO が発表した 2012 世界文化遺産保護報告書（Tourism and Intangible Cultural Heritage ）によれば[54]、観光による「負の影響」のなか、14%は旅行案内、観覧施設による影響、10%は宿泊と関連する施設による影響、26%は観光客の侵入及びレジャー活動による影響である。その点に関しては、第四章において「オーバーツーリズム」として詳しく論じる。

[54] UNWTO，Tourism and Intangible Cultural Heritage，Madrid，Spain，2012

第 3 節　日本におけるマスツーリズムの発展

1. 戦前の日本の観光業

日本における近代的な旅行業はきわめて若い産業である。日本の旅行業は 1905 年に日本旅行の前身である日本旅行会が高野山や伊勢神宮の参拝などの団体旅行を組織し、旅行の斡旋業務を行うようになった[55]。これが日本近代旅行業の開始ともいわれている。一方、最初の外国人観光客に対応する旅行業務を行ったのは、1912 年 3 月設立した JTB の前身となる「ジャパン・ツーリスト・ビューロー」（以下「ビューロー」と略称）である。「ビューロー」の業務は主に外国人旅客の旅行の斡旋、海外宣伝などの事業であるが、1934 年に改組を機に、国内外旅客に対する旅行サービス及びその普及機関としての性格を明らかにし、国内各地方に支部を設け、鉄道省より移管された団体旅行斡旋業務を推進する体制が整えた[56]。

1906 年『鉄道国有法』によって、鉄道国有化が実施され、全国の主要私鉄が買収された。運輸機関の発達は旅行業の成立される一つの要因であるため、1911 年に中央線が全通して、鉄道網はほぼ全国的規模を完成すると共に国内旅行が活発になりはじめた[57]。1930 年代に入って、鉄道省は増収のため、団体旅行に力を入れはじめた。全国の各駅を主体に団体旅行を募集し、1934 年頃から全国的に普及していった。田村は団体旅行の導入によって、旅の商品化が完成し、その特徴としては、使用価値だけではなく、交換価値、つまり価格を持っていることであると指摘した[58]。1933 年の訪日外国人は 26264 人だったに対して、1934 年以降、世界的恐慌から経済が好転し、1935 年の訪日外国人が急増し、42629 人となった（表 2-16 参照）。

日本への国際観光客は大幅に増加し、旅行収入は綿織物、生糸、絹織物に次いで 4 番目の外貨獲得手段となり、大正期から昭和初期にかけての訪日外客が消費する外貨（国際観光収入）は、当時の日本経常収支の大幅な赤字の中にあって輸出額の 3～4%（綿布、生糸、人絹に次ぐ第４位）を占め、経常収支の改善に大きく貢献するに至り、外客誘致による外貨獲得と日本の国情の海外への紹介が国策として取り上げられるようになった。このような状況から、日本でも初めて観光立国政策が推進されることとなり、政府による低利融資を受けて多くの近代ホテル群が全国各地に出現することとなった[59]。

---

[55] 日本旅行ホームページ「総合旅行会社という強み」（http://nta-saiyo.jp/about/strength.html）を参考。それ以降も、1908 年には、日本初の国鉄貸し切り臨時列車による善光寺参拝団を企画し、900 人が参加した。また、5 万人規模の比叡山延暦寺の参拝や神戸から貸し切り臨時列車で行く 13 日間の北海道視察団の催行などを行った。

[56] 前掲『観光産業論』、128 頁以下参照。

[57] 田村正紀『旅の根源史―鬱出される人間欲望の変遷』千倉書房、2013 年、260 頁以下参照。

[58] 前掲『旅の根源史』、278 頁。

[59] 経済産業省「近代化産業遺産群 33～近代化産業遺産が紡ぎ出す先人達の物語～」、2007

表 2-16　戦前入国外国人数及び推定消費額（単位：百万円）

年度	人数	消費額	貿易額 （輸出入合計）	貿易出入超額 （△入超）
1926	24,706人	47.873	4682.248	△444.603
1927	26,306人	50.169	4423.986	△293.888
1928	29,800人	53.058	4410.802	△334.801
1929	34,755人	57.983	4606.126	△170.967
1930	33,572人	50.730	3198.569	△161.544
1931	27,273人	43.166	2498.429	△140.023
1932	20,960人	57.158	2981.435	△66.941
1933	26,264人	69.458	3948.450	△85.779
1934	35,196人	89.232	－	△142.000
1935	42,629人	96.019	5287.500	20.300
1936	42,568人	107.688	5796.800	△94.000

出所：財団法人日本交通公社編纂室『日本交通公社七十年史』、1982 年、50 頁。王琰「戦後日本の旅行市場と旅行業の展開過程―JTB の事例から」『現代社会文化研究』第 32 号、2005 年 3 月より再引用。

戦前の日本の旅行業では、熱海や伊豆の温泉での湯治、また伊勢神宮参拝などの信仰団体の寺参りなどに限られていた。戦後復興期になってからようやく一泊程度の旅行が行われるようになり、日本の旅行業は本格的に発展しはじめた。「ビューロー」は 1938 年から鉄道の定期券・回数券・団体券の代理販売事業を開始した。1941 年、「ビューロー」は社名を社団法人東亜旅行社に改称し、1942 年から、国鉄定期乗車券の一括発売業務を取り扱うこととなった。その時期に「東亜旅行社」は定期券の取扱額は年間 1000 万円に達し、戦争末期における代売事業の重要部門を占めていた。この時代の旅行は鉄道旅行であり、旅行業の収益源も主として鉄道の乗車券の代売による手数料である。したがって、旅行業は運輸部門の付帯事業の性格が強いものであった。1945 年、「ビューロー」は社名を「財団法人日本交通公社」と改称し、事業の目的を「国情文化の宣揚を図る」から、「国情文化の紹介、外客誘致を為す」と明確にした。1947 年から、外国人観光斡旋業務を取

年、21 頁。

り扱い、来日したアメリカの定期船に乗ってきた観光客の手配、案内を行うことであった。国内旅行が活発になるのは、1950年を過ぎてからである[60]。この時期に旅行といっても、町内の団体旅行、帰省旅行のほか、慰安旅行、児童の修学旅行、商用・業務旅行などの程度で、労働者階級などの大衆にとって旅行の余裕はなかった[61]。1952年に「旅行斡旋業法」が制定され、国鉄、他の交通機関の切符の代理販売や宿泊機関の予約を主な業務とする斡旋業として登場した。1960年代以降、第1次海外旅行ブームによって、マスツーリズムの時代の到来と共に旅行業は単なる斡旋業ではなくなり、旅行者のために代理、媒介、旅行商品を作るなどの業務を行うことになった。

2. 高度成長期の国内観光と海外観光

(1) 所得増加と余暇時間の確保

表2-17にみられるように、日本では、1960年代に入って、経済成長の伸びとともに、雇用所得も増加し、労働時間も短縮され、「マスツーリズムの条件が整った」とされた[62]。

表2-17　日本経済の発展と勤労者の生活状況（1964年＝100.0）

	GDP（千億円）	勤労者世帯実収入(円)	労働時間（年時間）	エンゲル係数（%）
1964	1046	59704	2340.4	36.0
1965	106.3	109.1	98.8	36.2
1966	118.2	119.5	99.1	35.2
1967	131.1	131.8	98.9	34.7
1968	147.9	146.4	98.2	33.6
1969	165.8	163.6	97.3	32.8
1970	179.2	189.2	96.2	32.2

[60] 以上の「ビューロー」及びJTBの歴史・沿革に関する記述は、JTBホームページの「JTB100年の歩み」（https://www.jtbcorp.jp/jp/100th/history/）を参考した。
[61] 前掲『旅の根源史』、279頁。
[62] 松鷹彰弘「日本人のマスツーリズムに関する一考察」『沖縄短大論叢』8（1）、1994年、手島廉幸「マスツーリズムの歴史的変遷と今後の行方―マスツーリズムに終焉はない―」『日本国際観光学会論文集』、第15号、2008年は、これより早く、1955年（昭和30年）にマスツーリズムの基点を置いているが、「この時期は、まだマイカー時代にはなっておらず、国内観光の主役は国鉄、私鉄であった。…コミュニティによる旅の存在が大きいが個人単90.2位の旅も経済的に余裕のある層から段々に広まっていった。…昭和39年（1964年）の東京オリンピック開催にともなう道路等のインフラが整備されたことが、それ以降の観光90.6振興に果たした役割が大きい」としているので、日本のマスツーリズムは60年代中頃からと考えてよいだろう。なお、最初の『観光白書』が刊行されたのは、1964年であった。

1971	188.5	208.6	94.6	31.4
1972	205.5	232.1	94.1	31.0
1973	215.1	277.8	92.3	30.1
1974	214.7	344.7	89.2	30.8
1975	223.3	395.5	88.7	30.0
1976	232.2	432.5	89.5	30.1
1977	243.4	479.0	89.6	29.3
1978	255.8	510.1	89.9	28.9
1979	269.8	546.0	90.4	27.9
1980	278.5	585.7	89.9	27.8
1981	287.4	614.9	89.7	27.5
1982	297.4	658.3	89.5	26.7
1983	306.4	679.2	89.9	26.5
1984	320.2	710.2	90.0	26.1

出所：生産性労働情報センター編『戦後・日本経済日誌―半世紀の歩みと今日の姿―』生産性労働情報センター、平成 8 年改訂版より。

1960 年代中頃からの GDP の伸びとともに、勤労者世帯の収入は GDP の伸びを上回って急激に増大していった。1964 年に 2340 時間もあった労働時間も 1970 年代に入って顕著に減少し、1980 年代には 2100 時間ほどになった。1970 年に導入された「週給 2 日制」は、当初、産業・企業において大きな差があり、一般的に普及するには時間がかかったが、週給以外の休日でも、国民の休日・年末年始の休日・夏期特別休暇・振替休日の実施など、休暇を取れるようになった労働者は年々増加していった。他方、労働時間の短縮は家庭生活にも影響していった。若い家族の独立世帯としての増加とともに、出生率の低下や家事省力型家電製品・冷凍食品・インスタント食品の普及によって、生活必要時間や家事労働が減少して、家族でレジャーを楽しんで旅行する時間が増大していった。こうしたなかで、エンゲル係数も低下して、家計消費に余裕が生じてきたことを看取できる。

1964 年は、アジアで初めてのオリンピックが東京で開催され、これにともなう公共投資の伸び(東海道新幹線の開通、名神高速道路の全面開通、東京国際空港の拡張など)や大規模ホテルの建設ラッシュは、所得増加とともに、勤労者世帯の家計支出に大きな変化をもたらした。

表 2-18 によれば、1964 年の人口 5 万人以上の都市勤労者世帯における 1 ヵ月当たりの平均消費支出額は 44509 円で、食料費の比率を示すエンゲル係数は 36%前後に低落し、雑費比率と等しくなり、「教養・娯楽」に対する支出は年々増加していった。増加率をみると、最も伸びが高いのは「交通・通信」及び「教養・娯楽」の項目であった。交通移動

に対する支出は 1970 年代で最も高い増加率を示し、1974 年は 90%近くの増加率であったが、そのなか、旅行や自動車購入の支出は大きな割合を占めていると考えられる。また、1960 年代から 1980 年代まで旅行やレジャーに対する支出の伸びも大きく、1970 年には 64.6%であった。それ以降、徐々に増加率は減少したが、90 年代までは 10%以上を維持していた。

表 2-18　勤労者世帯の消費構造の変化（1964-2000 年単位：円、%は増加率）

年	消費支出	食料	住居	光熱水道	家具家電	被服履物	保健医療	交通通信	教育	教養娯楽
1964	44,509	16,942	1,986	2,170	2,317	4,614	1,131	1,437	1,611	3,225
1967	57,106	21,017	2,579	2,732	2,728	5,529	1,408	2,473	2,063	4,362
	28.3%	24.1%	29.9%	25.9%	17.7%	19.8%	24.5%	72.1%	28.1%	35.3%
1970	79,580	27,109	3,873	3,496	3,978	7,528	2,123	4,137	2,174	7,182
	39.4%	29.0%	50.2%	28.0%	45.8%	36.2%	50.8%	67.3%	5.4%	64.6%
1974	136,108	44,377	6,964	5,721	7,370	13,016	3,379	7,826	3,592	11,322
	71.0%	63.7%	79.8%	63.6%	85.3%	72.9%	59.2%	89.2%	65.2%	57.6%
1977	190,615	58,696	8,954	9,176	8,603	16,447	4,856	14,166	6,171	15,748
	40.0%	32.3%	28.6%	60.4%	16.7%	26.4%	43.7%	81.0%	71.8%	39.1%
1980	230,711	66,964	10,689	13,233	9,881	18,174	5,869	18,427	8,330	19,632
	21.0%	14.1%	19.4%	44.2%	14.9%	10.5%	20.9%	30.1%	35.0%	24.7%
1984	266,484	73,007	12,496	17,543	11,114	18,528	6,780	24,185	10,676	23,364
	15.5%	9.0%	16.9%	32.6%	12.5%	1.9%	15.5%	31.2%	28.2%	19.0%
1987	281,118	73,271	14,004	16,386	11,807	20,080	7,360	26,363	12,128	25,254
	5.5%	0.4%	12.1%	-6.6%	6.2%	8.4%	8.6%	9.0%	13.6%	8.1%
1990	311,367	79,005	14,823	17,158	12,404	22,981	8,871	29,487	14,480	30,141
	10.8%	7.8%	5.8%	4.7%	5.1%	14.4%	20.5%	11.8%	19.4%	19.4%
1994	334,047	80,602	20,493	19,543	12,914	21,209	9,715	32,701	15,710	33,073
	7.3%	2.0%	38.3%	13.9%	4.1%	-7.7%	9.5%	10.9%	8.5%	9.7%
1997	333,520	78,355	22,322	21,078	12,141	19,348	10,779	34,760	15,257	32,853
	-0.2%	-2.8%	8.9%	7.9%	-6.0%	-8.8%	11.0%	6.3%	-2.9%	-0.7%
2000	317,328	73,954	20,522	21,628	11,024	16,140	11,354	36,386	13,921	32,036
	-4.9%	-5.6%	-8.1%	2.6%	-9.2%	-16.6%	5.3%	4.7%	-8.8%	-2.5%

出所：総務省統計局統計調査部消費統計課「家計調査年報」各年

他方、政府の対応においても、1962 年 10 月には、「全国総合開発計画」(拠点開発構想)が閣議決定され[63]、その第 7 章において、「観光開発」の方向が打ち出された。この構想では、所得水準の向上と余暇の増大に伴い、観光需要が拡大することが見越され、総合的な観光開発が提起された。ここでの観光開発の方向には 2 つがあるとされた。第 1 は、自然資源を中心とする低開発地域(北海道・東北・北陸等)の観光開発であり、第 2 は、政治・経済・文化の中心地としての都市及びその周辺の観光開発であった。第 1 の低開発地域の観光開発は、観光客の流入を促進して、直接地域住民の所得向上を図るとともに、地域住民の観光関連産業への就業機会を提供することを目的にするというものであった。その際、「観光開発を推進するにあたっては、その地域の農林漁業、鉱工業等他産業に及ぼす関連開発効果をあわせて考慮し、総合的にみた投資効率の向上に留意すること」とされた。他方、都市及びその周辺の観光地の観光環境は、その都市の労働者だけではなく、周辺の農漁村生活者の観光に役立つが、いまだ整備不充分であるため、内外の観光旅行者にとって必ずしも快適な観光地となっているとはいえない。したがって、この地域における観光開発は、都市生活者としての観光客に対して、都市及びその周辺における観光の過剰利用状態の緩和のみならず、快適な観光を提供することを目的にするというものであった。

このため、「国内ソーシャル・ツーリズムの普及発達等国民の観光需要の必要かと国際観光の増大に対応した道路、鉄道、空港、港湾等の観光基盤および宿泊等の観光施設の整備ならびに都市公園、自然公園等適正配置に努める」[64]とされた。

(2) 観光の状況

国内観光についていえば、表 2-19 にみるように、1965 年にすでに国内の宿泊観光者数は 5000 万人を超えていたが、1970 年の大阪万博の時を除くと、その増加率には大きな変化がなかった。1000 万人台を超えることはなく、推移してきたが、1976 年に急激に 1 億 5000 万人台に突入し、その後 80 年代に入って、国内旅行の伸び率は停滞した。

表 2-19　日本の観光客の推移

年	国内宿泊観光客数 (万人)	指数	海外旅行者数 (出国・千人)	指数
1964	5500	100.0	127.7	100
1965	5100	92.7	158.8	124.3

[63] 国土交通省『全国総合開発計画』昭和 37 年、閣議決定。
[64] 同上『全国総合開発計画』「第 7 章 観光開発の方向」。

1966	5500	100.0	212.4	133.7
1967	6000	109.1	267.5	126.0
1968	6500	118.2	343.5	128.4
1969	7500	136.4	492.9	143.5
1970	10600	192.7	663.5	134.6
1971	8300	150.9	961.1	144.9
1972	8700	158.2	1392.0	144.8
1973	8700	158.2	2289.0	164.4
1974	8600	156.4	2335.5	102.0
1975	8700	158.2	2466.3	105.6
1976	15400	280.0	2852.6	115.7
1977	15600	283.6	3151.4	110.5
1978	17800	323.6	3525.1	111.9
1979	14400	261.8	4038.3	114.6
1980	14400	254.5	3909.3	96.8

出所：日本政府観光局（JNTO）

この期間の国内観光の特徴的実態をまとめた松鷹彰弘の研究[65]によれば、観光の目的は、1966 年頃まで観光目的の 6 割以上を占めていた慰安旅行が急減して、1970 年には 39%にまで低下し、自然文化の見物や行楽を目的にする旅行が 30%強に増加した。旅行形態では、1960 年代に 5 割以上を占めていた団体旅行が 3 割弱に激減して、家族や友人との小グループでの旅行が増え、こうした傾向は 80 年代半ばまで継続していった。利用交通機関では、表 2－20 にみるように、70 年代初期まで 70%近くを占めていた鉄道利用、50%近くにあったバス利用から、マスツーリズムの最盛期には、自家用車(マイカー)を利用するものが増えはじめ、これに次いで航空機利用者が増加して、交通手段の変化がより顕著になっていった。

表 2-20　輸送機関別日本国内旅客輸送量・分担率（1955-1980 年、単位：百万人キロ）

年	合計	鉄道		自動車		旅客船		航空機	
		実数	分担率	実数	分担率	実数	分担率	実数	分担率
1955	165,826	136,112	82.1%	27,500	16.6%	1,996	1.2%	218	0.1%

[65] 前掲「日本人のマスツーリズムに関する一考察」。この論文で資料として紹介されているのは、総理府の「全国旅行動態調査」、「国民日帰りレクレーションに関する実態調査」、日本観光協会の「観光の実態と志向」などである。

1960	243,275	184,340	75.8%	55,531	22.8%	2,670	1.1%	734	0.3%
1965	382,481	255,384	66.8%	120,756	31.6%	3,402	0.9%	2,939	0.8%
1970	587,178	288,816	49.2%	284,229	48.4%	4,814	0.8%	9,319	1.6%
1975	710,711	323,800	45.6%	360,868	50.8%	6,895	1.0%	19,148	2.7%
1980	782,031	314,542	40.2%	431,669	55.2%	6,132	0.8%	29,688	3.8%

出所：運輸省『運輸経済統計要覧　昭和 55 年版』

旅客輸送の分野においても自動車の急伸が目立ち、1971 年度には 3124 億 7000 万人キロ（50.6%）に達し、鉄道のそれ（2900 億 4000 万人キロ、46.9%）を大きく上回った。他方、両者の格差はその後、年を追って広がり、鉄道輸送の後退は抑止できないものとなった。一方、1970 年代には航空旅客の増加も目立ち、輸送量と分担率も、1970 年度の 93 億 1000 万人キロ（1.6%）から 1980 年度の 296 億 8000 万人キロ（3.8%）へと、急伸することになったのである（表 2-19 を参照）。こうした変化には、新幹線の整備（72 年 3 月の大阪-岡山間の開業、75 年の博多延長）、また 1970 年から開始された「第 6 次道路整備 5 ヵ年計画」の推進によって、高速自動車道や都道府県道の整備（表 2-21）が進められることが要因と考えられる。1963 年 7 月に名神高速道路の尼崎・栗東間 71km が開通、1965 年 7 月には名神高速道路の全線 190km が、また 1969 年 5 月には東名高速道路の全線 347km が、それぞれ開通した。その後も 21 世紀初頭に国土開発幹線自動車道 11520km の供用を図ることを目途に高速自動車国道の建設及び供用は着々と進行し、2001 年 4 月現在では、供用延長は 6861km に達している。そのほか、国内航空では、1978 年に新東京国際空港（成田）が開業し、ローカル路線の拡充、ジェット化・ジャンボ化による輸送能力の増強等が大いに貢献した。

表 2-21　第六次道路整備 5 ヵ年計画（計画期間：1970-1974 年、単位：億円、倍）

	事業費	新計画/旧計画
一般道路事業	52,000	1.46
有料道路事業	25,000	1.39
地方単独事業	25,500	2.32
予備費	1,000	0.67
計	103,500	1.57

出所：内閣府『昭和 45 年　年次経済報告』

日本におけるマスツーリズム発展は、「連続休暇」を契機にしていると指摘されてはい

る[66]、勤労者に長期間の連続有給休暇を保障しなかったので、すでに指摘したような欧州のそれとは異なり、安価な従来の施設と変わらないハード施設を多くの省庁が別々に整備した以外に、「リゾート形成」つながるような関連施策の開発を生み出すことはなかった。このような勤労者に週単位の休暇をとらせない労働政策がバカンスの本隊である子持ち家族の国内における「滞在型バカンス」を不可能にし、そのための滞在施設は育たなかったのである[67]。その結果、日本では、1泊単位の宿泊施設しか生まれず、長期休暇が取れれば、外国に行くのが常識となり、連続休暇の増加とともに、国内観光産業の発展を抑えて、海外への観光旅行が増大した。1976年に国内旅行者数は1億5000万人規模に達したが、この頃から、大衆化が進む国際観光との競合問題が生じていた（前掲表2-19)。

海外観光についていえば、戦後外貨不足を理由に禁止されていた日本人の海外観光旅行は、1964年に解禁された[68]。1964年4月1日、業務渡航や留学だけに限られていた海外旅行が観光目的でも自由化された。観光渡航が解禁されたが、事前払いの渡航費以外に1人1回500ドルまでという外貨持ち出しの枠があり、帰国時の持ち込み品をめぐる厳しい規制もあった。日本の海外観光渡航は自由化されたが、個人が自由に海外旅行に出かけられるようになるにはまだまだ長い時間が必要であった。そのため、「パッケージツアー」が人気な商品となり、「パッケージツアー」の特徴は、旅行の出発前の手続きや予約手配が省かれ、添乗員付きで、安心して参加できるものであった。しかし、これらは海外観光ツアーといっても、日本旅行倶楽部の会員対象の限定された単発の団体観光旅行であって、誰でも参加できるツアーではなかった。不特定多数の個人が観光目的で海外に出かけようとすれば、海外に知人友人などがいて受け入れてくれる場合か、上述の知的エリートの冒険型個人旅行しか可能性がなかった。海外観光旅行が一般に普及するには、お金さえ払えばだれでも既成の海外旅行商品を買うことで参加できる「市場生産型」のパッケージツアーが登場し、多数の小売店舗で購入できる海外旅行商品の流通機構が整備されてからのことであった。

観光渡航自由化とともに、大西洋運賃にならって普通運賃から大幅に割り引く観光客用のインクルーシブ・ツアー（IT）運賃などのプロモーショナル運賃が導入されて、海外観光旅客が急増した。GIT(団体包括旅行運賃)またはBIT(一括包括旅行運賃)は、あくま

---

[66] 前掲『観光学入門』、279-280頁
[67] 同上『観光学入門』、279-280頁
[68] 1964年までは「外国為替及び外国貿易管理法」（現、外国為替及び外国貿易法）の規定による制限があり、民間人の海外旅行には「国益貢献」の大義名分が必要であり、それは輸出振興のための業務渡航や文化交流等に限定されていた。しかし、1964年4月1日からIMF（国際通貨基金）8条国への移行で外貨の海外持ち出しが原則的に自由化されたのに伴い、海外観光旅行も同時に自由化されることになった。それを「海外観光の自由化」及び「海外観光解禁」と表現した。この時の外貨持ち出しの解禁は、一人1年1回500ドル(18万円)であったが、国内で支払う船舶・航空運賃はこの範囲には含まれなかった。その後、この外貨枠は拡大され、1969年に700ドル、1970年には1000ドル、1971年には3000ドルとなった。1978年にはこの制限枠は廃止された。

で観光目的のツアー用運賃で、適用上の制約や条件があり、かつ目的地での宿泊や観光などの地上手配を含んだ包括運賃として導入された（個人では買えない業者向け運賃）ものであり、旅行業者はこれらを利用してパッケージツアーを「生産」したのである[69]。国内企業によって販売された「パッケージツアー」商品は、日本語対応の強みや安心感を売りに、その売り上げを順調に伸ばした。

この間、先に指摘したように、航空機の大型化にともなう輸送コストの低減、及び包括旅行割引運賃や大口団体割引運賃の導入によって、海外旅行費は相対的に安くなり、国内遠隔観光地旅行と変わらないまでになった。こうしたことが、国民の海外旅行意欲を刺激していった。表 2-22 を参考に挙げておこう。これによれば、1965 年にはアメリカの西海岸までの往復運賃と一人当たり GDP はほぼ同額であったが、1968 年には 6 割近くに低減し、1974 年以降は、20%に満たない額にまでなったのである。1964-1970 年では、海外観光旅行元年からジャンボジェット機日本初就航までの期間で、出国者数は約 5 倍に伸びた（前掲表 2-19 参照)。当初は外国航空会社を中心に、それぞれの航空便を使用するパッケージを航空代理店経由で販売したが、いまだ旅行会社が主体的にパッケージを企画し、独自の流通で販売していくまでには多少時間を要した。ただし、一方では、ビジネス国際化の波に乗って、パッケージ以外の業務渡航シェアも高かった。

表 2-22　日本からの海外旅行費用(円)

目的地 / 年	アメリカ西海岸 (A)	ホノルル	香港	ヨーロッパ	一人当たり GDP(B)	A/B
1959	316,250	250,150	94,400	466,350	119,038	2.66
1965	281,900	223,600	106,300	324,500	265,951	1.06
1968	246,250	193,600	106,450	296,750	423,126	0.58
1971	144,000	90,000	63,100	181,450	626,757	0.23
1972	133,200	91,800	63,100	152,950	709,192	0.19
1974	172,000	122,400	83,400	191,600	1,028,197	0.17
1977	163,000	124,000	92,900	213,000	—	—

出所：前掲「日本人のマスツーリズムに関する一考察」より再引用。

[69] 竹中によてば、外国航空会社では、スイス航空の「プッシュボタン」が日本初のパッケージとして 1964 年に登場し、日本国内では 1965 年に日本航空主導の「ジャルパック」が登場する。その後、1968 年には、日本交通公社（現 JTB）と日本通運などが提携し、海外旅行ホールセール商品「ルック」の発売を開始している。1969 年には、「ダイヤモンドツアー」(郵船航空)、や「ジェットツアー」の前身である「世界旅行」(6 社共同出資）が設立され、1970 年代に入ってからのパッケージ・ホールセーラーが市場参入した。(竹中正道「日本の海外パッケージツアー、その功罪と未来」『日本国際観光学会論文集』、第 18 号、2011 年 4 月）

注：ヨーロッパについては、1959 年はエコノミークラス運賃、1965 年以降は、GIT(団体包括旅行運賃)または BIT(一括包括旅行運賃)であり、その他の地域では、68 年までエコノミークラス運賃、71 年以降は、GIT または BIT である。

1971－1985 年には、出国者数が 100 万人弱から 500 万人弱まで約 5 倍に増えた(表 2-23 参照)。比較的なだらかで着実な伸びを示した。この間、2 度のオイルショックを経験したが、第 1 次オイルショック（1974 年）では、ほとんどこの数字は影響を受けず、第 2 次（1980 年）の時もわずかな減少にとどまった。1971 年からの 3 年間は、ジャンボ機利用の拡大によって、短期間で倍増の 200 万人台に急増し、海外旅行の大衆化が始まった。1970 年代には市場成長の背景に合わせて、新しいホールセール・パッケージのブランドが続々登場することになり、この傾向は同年代後半まで続いていった[70]。

表 2-23　日本人海外旅行者数と外国人観光客数の比較

年	日本人海外旅行者数		外国人観光客数		備考
	千人	伸び率	千人	伸び率	
1978	3,525	11.9%	1,039	1.0%	成田開港
1979	4,038	14.6%	1,113	7.1%	第二次石油危機
1980	3,909	-3.2%	1,317	18.3%	
1981	4,006	2.5%	1,583	20.2%	
1982	4,086	2.0%	1,793	13.3%	
1983	4,232	3.6%	1,968	9.8%	
1984	4,659	10.1%	2,110	7.2%	
1985	4,948	6.2%	2,327	10.3%	
1986	5,516	11.5%	2,062	-11.4%	
1987	6,829	23.8%	2,155	4.5%	
1988	8,427	23.4%	2,355	9.3%	
1989	9,663	14.7%	2,835	20.4%	
1990	10,997	13.8%	3,236	14.1%	
1991	10,634	-3.3%	3,533	9.2%	1 月湾岸戦争
1992	11,791	10.9%	3,582	1.4%	

[70] 新しいホールセール・パッケージというのは、廉価販売のパッケージであり、大型機材で運航する航空会社も閑散期を中心に座席消化によって組まれたパッケージツアーのこと、また、新聞雑誌メディアを主な広告媒体としたダイレクト・マーケティングのパッケージも台頭している（前掲、「日本の海外パッケージツアー、その功罪と未来」）。

1993	11,934	1.2%	3,410	-4.8%	
1994	13,579	13.8%	3,468	1.7%	関空開港
1995	15,298	12.7%	3,345	-3.5%	阪神淡路大震災
1996	16,695	9.1%	3,837	14.7%	
1997	16,802	0.6%	4,218	9.9%	アジア経済危機
1998	15,806	-5.9%	4,106	-2.7%	
1999	16,358	3.5%	4,438	8.1%	
2000	17,819	8.9%	4,757	7.2%	
2001	16,216	-9.0%	4,772	0.3%	911 事件
2002	16,523	1.9%	5,239	9.8%	
2003	13,296	-19.5%	5,212	-0.5%	イラク戦争、SARS
2004	16,831	26.6%	6,138	17.8%	
2005	17,404	3.4%	6,728	9.6%	愛知万博
2006	17,535	0.8%	7,334	9.0%	
2007	17,295	-1.4%	8,347	13.8%	
2008	15,987	-7.6%	8,351	0.0%	リーマンショック
2009	15,446	-3.4%	6,790	-18.7%	新型インフルエンザ流行
2010	16,637	7.7%	8,611	26.8%	
2011	16,994	2.1%	8,368	-2.8%	3・11 東日本大震災
2012	18,491	8.8%	8,358	-0.1%	
2013	17,473	-5.5%	10,364	24.0%	尖閣諸島問題
2014	16,903	-3.3%	13,414	29.4%	
2015	16,214	-4.1%	19,738	47.1%	パリ同時多発テロ事件
2016	17,116	5.6%	24,039	21.8%	

出所：出入国管理統計年報、外客統計年報(1981 年まで)、日本政府観光局(JNTO)

3. グローバリゼーションと日本の観光

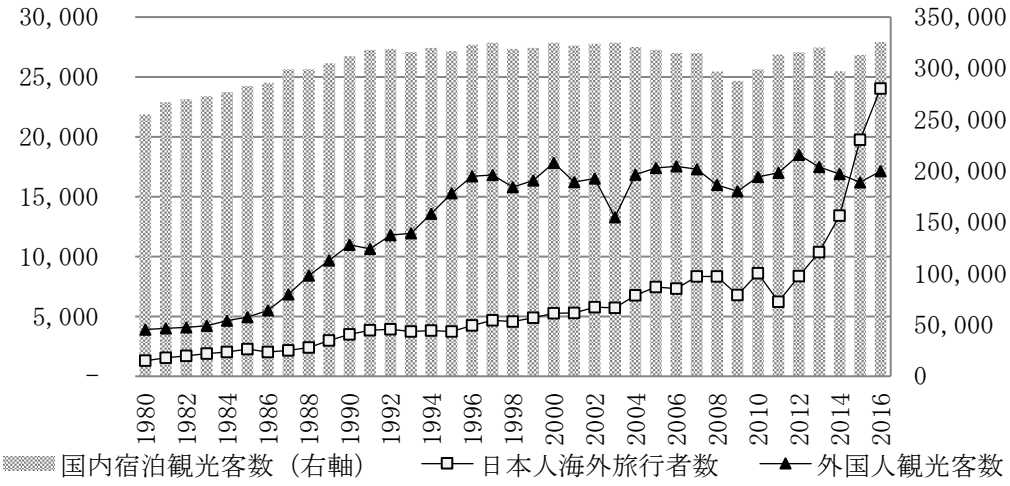
1980 年代以降は、日本の観光には新しい変化が現れ、それは新しい観光客体となるレジャー施設の登場である。最も大きなインパクトを与えたのは、1983 年に開園した「東京ディズニーランド（以下ディズニーランドと略す)」である。ディズニーランドは、それ自体が年間約 1600 万人を集めるレジャー施設である。ディズニーランドの出現は、他のレジャー・サービスに対して質的に大きな影響を与えた[71]。また、「長崎オランダ村」や

[71] 岩田隆一「なぜ東京ディズニーランドは人気があるのか。 サービス・マーケティングからの分析」『筑波学院大学紀要』第１集、2006 年。

「日光江戸村」、「リトルワールド」などのテーマパークも同じ 1983 年にオープンしている。1987 年には総合保養地整備法（通称リゾート法）が成立し、バブル経済による開発投資の増大により、全国各地にリゾート開発計画が登場した。そして、一躍、リゾート設置がブームになり、ゴルフ場、スキー場、リゾートマンションなどのリゾート開発が急増した。図 2-1 が示すように、1980 年からの約 10 年の間、国内宿泊観光客数は、2 億 5000 万人から 3 億人まで増加した。1990 年以降は 3 億人以上の水準を維持しているが、1980 年代ほどの増加率はなかった。

貿易不均衡の改善を目的として、運輸省は 1987 年に海外旅行者倍増計画（通称テンミリオン計画）を発表した。海外旅行者数を 1986 年の 552 万人から 1991 年には 1000 万人以上にすることが目標とされたが、海外旅行の潜在需要の大きく、経済成長の順調が加わり、目標よりも 1 年はやく達成できた。バブル期にはテーマパークの新設が相次ぎ、豪華レジャーが人気を呼んだが、バブル経済崩壊でリゾートブームが終焉を迎え、個人の志向性を重視したレジャーへと質的変化が進んだ。

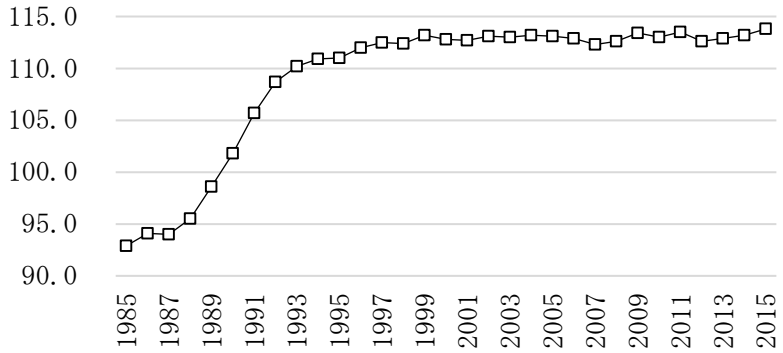
図 2-1　1950 年以降の日本の観光（単位：千人）



出所：日本政府観光局（JNTO）「法務省：外国人入国者数・日本人出国者数の推移」を参考し、筆者作成。

注：資料は 2005 年までは（財）日本交通公社推計、2006 年-2011 年は（株）ツーリズム・マーケティング研究所推計、2011 年以降国内宿泊旅行者数は、観光庁「宿泊旅行統計調査報告」によるものである。

図 2-2　労働者平均年間休日総数



出所：厚生労働省『就労条件総合調査』

図 2-2 が示すように、1985 年から 2000 年までの 25 年間で、21 日の年間休日も増加した。2000 年以降は約 113 日間の水準を維持している。また、表 2-24 が示すように 1980 年代後半から、労働者の収入が増加し、エンゲル係数も減少していた。1992 年では始めて 25%を下回り、24.7%となった[72]。2000 年代に入り、エンゲル係数が 23%台を維持し、2005 年では 23%を割り込み、22.9%の値を示した。エンゲル係数の推移から、1980 年代後半から、日本の労働者の収入が増加しつつ、安定した生活を送れるようになったと考えられる。このような休暇の時間の増加と生活の余裕の増加がともに旅行を促進する要因と指摘できる。

表 2-24　1980 年代以降の日本経済の発展と勤労者の生活状況

	GDP（十億円）	勤労者世帯実収入(円)	消費支出（円）	エンゲル係数（%）
1985	321,260.90	444,846	273,114	27.0
1986	336,287.10	452,942	276,374	26.8
1987	350,045.40	460,613	280,944	26.1
1988	376,577.50	481,250	291,122	25.5
1989	405,655.40	495,849	299,350	25.3
1990	437,022.90	521,757	311,174	25.4
1991	464,934.30	548,769	327,113	25.1
1992	477,105.60	563,855	333,661	24.7
1993	480,821.00	570,545	335,246	24.3

[72] 内閣府『平成 16 年版　国民生活白書』（資料編）、2(1)家計によれば、係数 20 以下は「すごく生活にゆとりがある」上流家庭など、25 は「生活にゆとりがある」中流家庭など、30 は「生活にややゆとりがある」、50 は「やっと生活できる」世帯とされている。

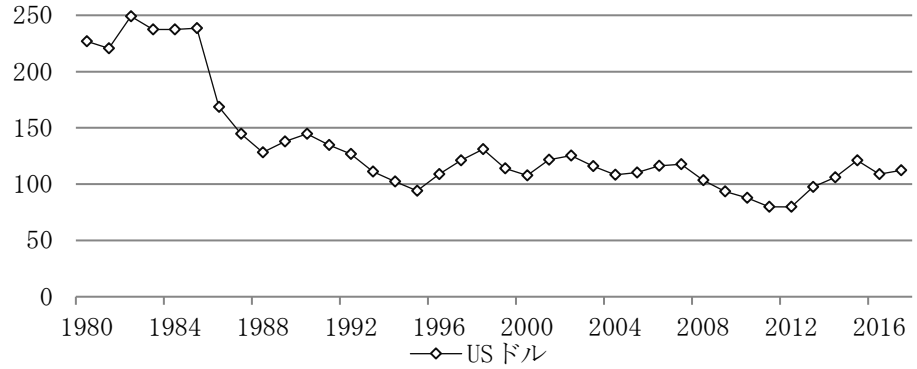
1994	486,551.70	567,174	333,840	24.1
1995	493,588.10	570,817	329,062	23.7
1996	504,261.90	579,461	328,849	23.4
1997	515,249.10	595,214	333,313	23.5
1998	504,842.90	588,916	328,186	23.8
1999	497,628.60	574,676	323,008	23.7
2000	502,989.90	560,954	317,328	23.3
2001	497,719.70	551,160	309,054	23.2
2002	491,312.20	538,277	305,953	23.3
2003	490,294.00	524,542	301,841	23.2
2004	498,328.40	530,028	302,975	23.0
2005	501,734.40	522,629	300,531	22.9
2006	508,925.10	525,254	294,943	23.1
2007	515,581.10	527,129	297,782	23.0

出所：内閣府「長期経済統計 国民経済計算」、総務省「家計調査」（全国・二人以上の世帯）を基に筆者作成。

注：1999 年以前は農林漁家世帯を除く。

前述のように、1980 年代後半から、休暇の時間の増加と生活の余裕の増加がともに旅行を促進する要因と指摘できる。1986－1997 年は、観光の第 2 次成長期であり、この期間、観光客は約 3 倍の伸び率を示し、人数ベースでは 1000 万人強も増加した。1991 年の湾岸戦争では、多少の落ち込みを経験するものの、1992 年には回復した。1994 年には関西国際空港が開港、円高も伸びを示していき、翌 1995 年には史上最高の円高を記録した（図 2-3 参照)。このような日本市場の急成長を感じた各国は、誘致合戦を展開した。また航空会社も全日空の国際線参入をはじめ路線網や便数の拡大傾向を辿り、この両者の影響を受けたパッケージの旅行スタイルも多様化となり、ラインナップが充実していった。1987 年の国鉄の民営化によって、JR の独自経営における収益増加を求め、観光事業に参入した。JR の各社はほかの旅行会社と同じく、旅行業法の定めた旅行業に登録し、旅行代理店と同じ業務を行うために「みどりの窓口」を開設し、チケット販売だけではなく、総合的な旅行事業を行うようになった。

図 2-3　US ドル/円の為替レートの推移（1980-2017 年）（単位：円）



出所：世界経済のネタ帳

注：年間の平均レート

さらにこの時期後半には、新聞雑誌メディアを主な広告媒体としたダイレクト・マーケティングのパッケージが台頭してきた。このメディア・パッケージは海外旅行の大衆化や出国者数増加に寄与したが、同時に過当競争、価格破壊、品質と信用の低下をもたらす原因ともなっていった。

1998 年には、寡占化した国内航空業界に新規航空会社が参入し、それまでの半額近い運賃設定で集客数を伸ばした。また、1990 年には、豪華列車や豪華客船が登場して話題になった。とくに、豪華客船「飛鳥」の登場により、「クルーズ元年」ともいわれたが、その後の不況下においても、時間もお金も余裕のある中高年齢層を中心に人気は衰えなかった。その後、2000 年に史上最多の 1780 万人強を記録したが、2003 年には SARS 災禍とイラク戦争で 1330 万人弱へ転落、翌 2004 年は 1680 万人強まで回復し、2005 年以降は 1700 万人台を維持してきたが、2008 年以降は 1500 万人台に落ち込んだ。2010 年は 1600 万人台に戻すが、円高の要素を考慮すると、まだまだ本格的な回復とはいえなかった。また、この期間は、パッケージツアーの流通が大きく変化していた。以前から、ホールセール・パッケージへの危機感が示されたなかで、メディア・パッケージなどの直販商品やパーツ型の個人旅行（FIT）用パッケージなどがこれを支えてきた。

21 世紀に入り、世界は「大交流時代」に突入した。世界中の人々が国境を越えて移動するグローバル化・ボーダーレス化は、今後さらに進む見通しであり、とくに近年経済成長が著しいアジア諸国の人々の動向が注目を集めている。

UNWTO によれば 1997 年の国際観光発着者数は、対前年比 3.0％増の 6 億 1284 万人を記録し、史上最高となった[73]。東アジア・太平洋地域でアジア通貨危機による経済不振で全体の伸び率が抑えられたものの、おおむね好調の内に推移しているといえる。また運輸、宿泊、飲食、娯楽、サービス等で構成される観光産業の台頭も目覚ましいものがあった。世界旅行ツーリズム協議会（WTTC）の調査では、「2017 年には、旅行・観光産業は、世界

[73] 日本政府観光局（JNTO）『国際観光白書 1999 年度版』、5頁。

各地で 2 兆 6000 億米ドルと約 1 億 1900 万件の雇用に直接貢献した」、「さらに間接的および誘発的な影響を考慮すると、2017 年に観光産業は世界経済に対して 8 兆 3000 億米ドルの貢献をし、3 億 1300 万件の雇用を支援した。これは、世界の GDP の 10.4%に相当し、全雇用の約 10 分の 1 に相当する」との調査結果を発表した[74]。M・ボワイエは観光が個別的な行為から大規模な観光（マスツーリズム）へ進展したことは、その国の社会と文化の全体的な進展を反映すると指摘した[75]。そこで、本節では、日本の海外観光において、パッケージツアーの誕生と発展及び「団体」から「個人」への変容を考察する。

現在はパッケージツアーという名称は一般的であるが、多種多様な形態があるため、パッケージは旅行業法と旅行業約款においては、「募集型企画旅行」として定義づけが成されている[76]。1964 年の自由化当初、13 万人弱であった日本人出国者数は、ピーク時の 2000 年には約 1780 万人まで伸長した。この数字の正確な内訳は出ていないが、その多くはパッケージツアーであることは容易に想像できる。

日本の航空国際路線は、1952 年の日米航空協定を機に、戦後の航空禁止から航空再開を果たせた。1954 年以降国際線が就航し、イギリス、スカンジナビア諸国、カナダなど二国間航空協定の締結とともに拡充し、しだいに太平洋線も運航されていった。国際線は 1954 年から 1960 年のわずか 7 年間に、旅客数は右上段の表に示すとおり、日本航空によって 1 万人から 10 万人へと 10 倍、旅客キロでも 6000 万人 km から 5 億人 km へ 8 倍に伸びた[77]。

海外旅行が成長しているなか、欧米の旅行市場、及び新興のアジアの旅行市場において、旅行者数が最も多いデスティネーションは、近隣諸国であった。日本の場合は、アジア各国が旅行デスティネーションとして開花する前から海外旅行が自由化されていたために、欧米や豪州などより遠くのデスティネーションへの志向が先行して形成され、近隣アジアへの関心・志向は後から高まっていくという経過をたどったのである。

表 2-25　各国・地域別日本人訪問者数と前年比（日本から各国・地域への到着者数、単位：万人、前年比：%）

訪問先 （多い順）	2011	2012	2013	2014	2015	2016

[74] 世界旅行ツーリズム協議会（World Travel & Tourism Council）「旅行・観光産業――世界における経済的影響と課題 2018」、5 頁。
[75] マルク・ボワイエ（成沢広幸訳）『観光のラビリンス』法政大学出版局、2006 年
[76] 「旅行会社が旅行者の募集の為にあらかじめ、旅行の目的地及び日程、旅行者が提供を受けることができる運送又は宿泊サービスの内容並びに旅行者が支払うべき旅行代金の額を定めた旅行に関する計画を作成し実施する旅行」（国土交通省告示第千五百九十三号、旅行業法、標準旅行業約款　募集型企画旅行契約の部　第 1 章総則　第 2 条　用語の定義）。
[77] 国土交通省航空局「航空統計年報」、日本航空協会「日本航空史　昭和前期編」1975 年。

中国	3658.169	3518.153	2877.5	2717.6	2497.657	2587.44
	-2	-3.8	-18.2	-5.6	-8.1	3.6
韓国	3289.051	3518.792	2747.75	2280.434	1837.782	2297.893
	8.8	7	-21.9	-17.0	-19.4	25
米国	3249.569	3698.073	74.063	80.859	85.886	97.85
	-4	13.8	13.9	9.2	6.2	13.9
台湾（中国）	1294.758	1432.315	1421.55	1594.911	1586.489	1841.339
	19.9	10.6	-0.8	15.5	-0.5	16.1
香港（中国）	1283.687	1254.602	1057.033	636.432	632.959	692.529
	-2.5	-2.3	-15.7	4.7	-0.5	9.4
ハワイ州	1241.805	1465.654	1523.302	1511.739	1482.303	1487.979
	0.2	18	3.9	-0.4	-1.9	0.4
タイ	1127.893	1373.716	1537.979	1254.858	1349.388	1416.903
	13.5	21.8	12	-17.2	7.5	5
グアム	824.005	929.229	893.118	810.856	773.019	745.691
	-7.8	12.8	-3.9	-9.2	-4.7	-3.5
シンガポール	656.417	757.116	832.845	824.741	789.179	783.863
	24.1	15.3	10	-1.0	-4.3	-0.7
ドイツ	642.542	734.475	711.529	670.804	647.243	545.013
	6.2	14.3	-3.1	-5.7	-3.5	-15.8
フランス	612.259	732.283	660.841	776.87	682.121	411.043
	2.7	19.6	-6.6	17.6	-12.2	-39.7

出所：日本政府観光局(JNTO)、UNWTO、PATA、各国政府観光局、各国統計局のデータによって筆者作成

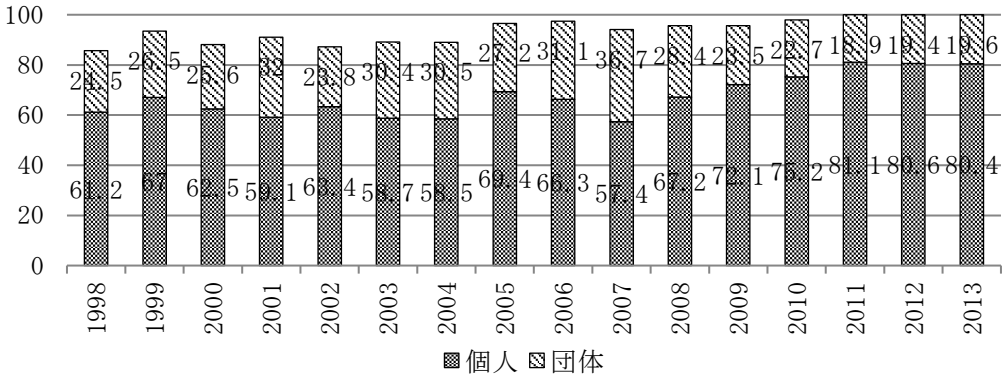
注：2011－2013 年は 2014 年集計データ、2013 年以降は 2017 年集計データである。本表には国境到着者数、ホテル到着者数などの統計が混在しており、集計基準が異なるため、同一指標としての比較はできない。アメリカの数値には、アメリカ本国（全米 50 州とコロンビア特別区）への入国者の他、北マリアナ諸島、グアム、米領サモア、プエルトリコ、米領バージン諸島などの地域への入域者が含まれる。ハワイ州の数値はアメリカの内数である。

また、第 2 次成長期後半以降、IT 技術の急速な進歩による情報化社会の出現やリピーターの増加に伴って、個人の旅行化が急速に進んだ。経済の不安定期に入ってもこの「団体」から「個人」の大きな流れは続き、現在に至っている。個人の嗜好を満たす商品は、造成サイドも販売サイドも複雑な業務やコンサル力を必要とするが、パートナーやシステムなどの援護を受けて、前向きに取り組んでいった。その結果、ダイナミックパッケー

ジを初めとして、現在ではかなりの方面で多様な選択肢を提供し、海外の都市を中心に個人旅行ニーズに対応できる基盤を作りあげた。

日本の旅行市場を「費用負担者」と「旅行形態」で区分すると、個人の費用負担による個人旅行が、国内・海外旅行とも約 7 割となっている。旅行形態で区分すると、個人旅行のシェアは国内旅行 82.7%、海外旅行で 79.5%、団体旅行[78]のシェアは国内 8.8%、海外 11.7%である。また、旅行費用の負担者で区分すると、国内旅行では 71.5%、海外旅行では 69.2%が個人負担となっている。総合してみると、2010 年以降は、個人旅行が 8 割、団体旅行が 2 割の割合が横ばいしている傾向がみられた。

図 2-4　団体旅行と個人旅行の割合



出所：日本観光振興協会編『数字でみる観光』2014 年度版、日本観光振興協会

観光産業における宿泊施設の変化は以下の 2 つがあげられる。1 つ目は販売手段の進化である。2000 年以降、インターネットの普及の拡大が著しく、2000 年に 34%であったインターネット利用率が 2001 年には 60%に急上昇し、2010 年には国民の 94%が家庭か職場でインターネットを利用するようになった[79]。旅行に関する商品の流通及び観光情報の提供・収集もインターネット利用に大きくシフトしてきた。それは、インターネット利用の普及により、旅行商品の流通構造が大きく変わり、宿泊施設から提供された客室の販売は旅行会社が行う従来のモデルと異なり、インターネット上の宿泊予約サイトに、ホテルの客室の価格と満室状況が掲載され、それをもとに消費者が予約・購入するようなモデルへの変化である。このようなインターネットを利用した宿泊予約サービスが支持され、急速に成長した。

[78] 「団体旅行」とは、①町内・農協・郵便局・信金・宗教団体・サークルなどが募集する旅行（組織が募集する団体旅行）と、②職場旅行や招待・報奨旅行など、団体で行動する旅行（会社がらみの団体旅行）であり、旅行会社のパック旅行に参加した場合は「個人旅行」に含めている。日本交通公社「旅行者動向 2013」より再引用

[79] 総務省『通信情報白書　2017 年』「通信利用動向調査」。

インターネットの普及は、新規市場の開拓力・販売力の弱い中小規模のホテルや、航空券販売を旅行会社に経由した航空会社に、旅行会社を通さず消費者に直接販売する機会をもたらした。航空会社の国内線の個人客向け販売は、現在 8 割以上がインターネットの販売となっており、旅行会社への依存度は著しく低下した。ホテルもインターネット予約サイトの活用及び自社のホームページ予約を通して、直接に客室や宿泊プランの予約・販売を行う仕組みを整えてきている。

2 つ目の変化ビジネスモデルの多様化である。日本の和式の宿泊施設は、1980 年代後半から 1990 年初頭のバブル期に大きな投資を行い、バブル崩壊後、デフレによる経営に行き詰るところが多かった。2000 年以降、バブル期の団体旅行を前提とした設備投資は、その後、個人向け化していったが、観光市場では価格志向の強まり、収益につながりにくく、宿泊施設に対する融資は不良債権化し、経営不振と資金難によって倒産する宿泊施設は後を絶たなかった[80]。

現在では投資ファンドなどが破綻した旅館を安く買い取り、それを受けて専業の旅館オペレータが進出するなど、観光地の宿泊施設にも所有と経営・運営の分離が進行している[81]。また、大江戸温泉物語、伊東園ホテルなどの今までと異なるビジネスモデルも出現した。これらに共通するのは、コストを徹底的に抑えることによって、通年で格安の宿泊料金を提供することや、夕食・朝食のバイキング方式、客室サービスの簡素化と効率化によって、人件費の抑制を行うことがある[82]。これまでになかった宿泊サービスの形態であるが、温泉に入って、部屋で休息をとることが目的で、特別に贅沢な食事などいらないという客層の人気が高く、高い稼働率を保っている。市場ニーズの変化に合わせて、いままでにない旅館商品を開発し、提供したことが成功の要因であった。

洋式のホテル業界にも大きな変化が現れ、宿泊に特化したビジネスホテルチェーンが急速に店舗を増やしていった。その代表例として、東横イン、スーパーホテル、アパホテル、ドーミーインなどがある。ホテルのデザインを統一し、備品等も大量調達するため減価償却費を低く抑えることができた。また、ビジネス客の宿泊に必要な設備やサービスは十分に提供しつつ、レジャー目的のホテルサービスを縮小し、効率化の高いオペレーションを行うことにより、安くて定額的な宿泊料金を提供するというモデルである。表 2-26 のように、約 7 割以上のビジネスホテルが 8 千円以下の客室を提供している。企業の経費削減の一環として出張時の宿泊料金が抑える需要に対応した、これら宿泊特化型ビジネスホテルはシェアを伸ばしていった。また、観光目的の旅行者も、宿泊特化型ホテルを利用することがしだいに増えてきた。観光地への旅行は、宿泊はビジネスホテルを利用し、食事は観光地の飲食店、温泉は日帰り入浴施設を利用するという、新しい旅行ス

[80] 林清編著『観光産業論』（観光学全集、日本観光研究学会監修、第 6 巻）原書房、2015 年 51 頁。
[81] 同上『観光産業論』45-49 頁。
[82] 同上『観光産業論』56 頁以下参照。

タイルが生まれ、拡大しつつある。このような旅行スタイルは周遊型であり、インターネットを利用し観光地の情報を随時に把握できることが大きな要因と考えられる。

表 2-26　日本のホテルの客室と料金の推移

	ホテル数合計	客室数	シングル客室料金別のホテル数				
			4 千円	5 千円	6 千円	7 千円	8 千円
東横インホテルチェーン	207	38954	25	104	71	0	0
ホテルルートイングループ	180	24451	3	48	65	4	9
サンルートホテルチェーン	77	11747	0	6	14	18	35
東急ホテルズ-東急イン	29	6334	0	0	6	9	14
合計	493	81486	28	158	156	31	58
シングル客室料金が 8 千円以下ホテル数の合計と割合				373		75.7%	

出所：木村五郎『旅館業の変遷史論考』福村出版、2010 年、160-164 頁。

注：元資料は 2004-2006 年各社パンフレトに基づくデータ

一方、全般的な低価格志向のなかで、近年では、高付加価値の宿泊施設も増えてきた。その代表例として、星野リゾートや北海道の鶴賀グループなどがある。これらの高級ホテルでは、高品質なサービスと食事を提供し、また、非日常的な地域性を主張した文化体験を提供することによって集客数を伸ばした[83]。

また、外資系ホテルチェーンブランドも 2000 年代から急増している。ペニンシュラ、マンダリン・オリエンタル、リッツ・カールトン、フォーシーズンズ、シャングリ・ラ、コンラッド等、国際的な高級ホテルブランドが相次いで日本に進出した。これらのホテルは 18 世紀の貴族の邸宅とそこでの社交文化を真似したクラシックなホテルは西欧の歴史的な貴族生活を体験する場として価値を提供するものである[84]。

日本の国内観光を促進したもう一つの要因は航空産業の発展及び LCC の出現である。1952 年以降日本の航空産業は全体的に大きいく発展し、航空従事者数、航空機保有数ともに増加し、国内観光のアクセスの利便性の向上に寄与した。

[83] 例えば、地元産の食材を使った料理や、デザイン性の高い外・内装、また地域の固有的生活文化（例えば北海道のアイヌ文化、沖縄の琉球文化など）を取り入れた「非日常的空間」の創出である。

[84] 前掲『観光産業論』、39 頁以下参照。

日本の LCC の出現の背景には、日本では、1998 年まで、日本の航空輸送企業は、国際線及び国内線の大部分は大手 3 社の日本航空（JAL)、全日空（ANA)、日本エアシステム（旧東亜国内航空、JAS）が圧倒的割合を占める高度な寡占体制であったが、世界の航空規制緩和の流れに影響され、1998 年にスカイマークとエア・ドゥは格安運賃の運行を開始したことがきっかけである。1997 年「利用者数で参入航空会社空数を決める」基準が廃止され、新規参入が認められた。2000 年に、航空運賃に関する規制緩和も進められ、日本の国内線が本格的な自由競争時代に入った。航空規制緩和以降、国内線では、スカイマーク、北海道国際航空（エア・ドゥ)、スカイネットアジア航空、スターフライヤーなどの新規航空会社が誕生している。エア・ドゥが民事再生法の適用を申請し、スカイネットアジア航空は産業再生支援機構からの支援をうけるなど、業績が低迷していたが、徐々に改善する傾向になる。なお、これらの 2 社は、経営悪化に伴い、全日空が資本参加することとなった。2008 年度の上記 4 社の国内線旅客数に占める割合は、合計で約 8%となっている。2012 年から、全日空の LCC 子会社のピーチ・アビエーション、全日空とマレーシアのエアアジア共同出資のエアアジア・ジャパン、JAL と豪州のジェットスター共同出資のジェットスター・ジャパン三社が市場参入した。LCC の参入は航空市場の競争の激化と市場再編をもたらし、消費者の需要拡大に促進した。また、LCC の成長が日本国内の 2 次空港の成長と観光促進、地域活性化にも寄与している。LCC の拡大は、これまで高い航空運賃がネックで旅行に行くのをためらっていた層を旅行に行く動機づけを与えるきっかけになるものと期待されている[85]。

また、政策面でも、外国人旅客の増大や地方創生の展開のため、国内外の航空ネットワークの充実が求められた。LCC の振興は航空行政上の重要施策として位置付けられ、日本政府は「2020 年の航空旅客のうち、国内線 LCC 旅客の占める割合を 14%、国際線 LCC 旅客の占める割合を 17%」[86]にするという目標の下に、さまざまな施策を行っている。具体的には、着陸料等空港使用料の軽減、空港経営改革、施設整備の 3 つの観点から検討・実施している[87]。空港使用料の軽減については、地方路線維持や LCC 支援による地域活性化実現のため、2013 年度の主に使用される機材（100t 以下）にの着陸料の引き下げ、2016 年度の引き続き実施している。また、2016 年度も前年に引き続き、成田国際空港及び関西国際空港においては、着陸料を含む空港使用料の引き下げ・見直しも実施している。

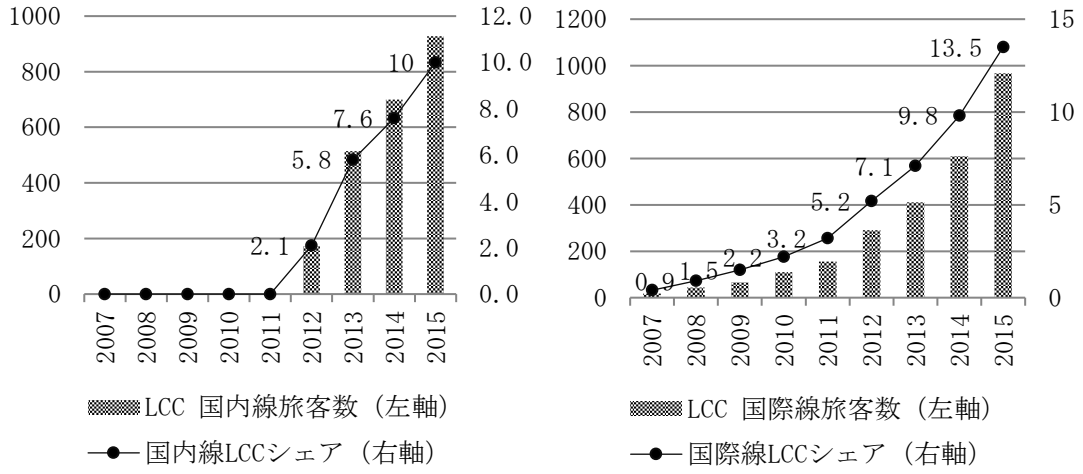
空港経営改革については、民間事業者による滑走路等と空港ビルの運営の一体化などにより、民間の知恵と資金を活用した空港の活性化を図るため、戦略的な料金体系や営業活動等を可能とする政策を積極的に推進しており、2016 年 4 月には、日本で初めて、

[85] 以上の日本の LCC の誕生及び役割に関しては、郭倩「観光産業における LCC の役割」、修士論文を参照した。
[86] 国交省「交通政策基本計画（2015 年 2 月)」(『国土交通白書平成 28 年度』）による。
[87] 交通政策審議会航空分科会基本政策部会において、2012 年 10 月より、今後の航空のあり方に関する審議が重ねられ、20146 月に取りまとめが行われた。

関西国際空港が運営の民間委託を開始し、続けて同年 7 月には、仙台空港の民間運営委託が実現した。施設整備については、LCC 専用ターミナルの整備を実施しており、2012 年度には、成田国際空港において、LCC の暫定ターミナルが供用開始されるとともに、関西国際空港において日本初の LCC 専用ターミナル（T2（国内線））が、那覇空港において既存の空港施設を活用した暫定 LCC ターミナルが、供用開始された。さらに 2015 年 4 月には、成田空港では第 3 ターミナル（LCC ターミナル）が、2017 年 1 月には関西国際空港で新たな LCC 専用ターミナル（T2（国際線））が供用開始された。また、中部国際空港でも、LCC ターミナルの整備にも着手された。

以上のような背景と促進要因によって、日本の LCC について図 2-5 が示すように、日本の 2015 年の国内航空旅客数における LCC のシェアは 10.0%となっており、国際航空旅客数における LCC のシェアは 13.5%となっている。他方、LCC にまつわる環境整備が進んでいるが、ネットワークの面では、現在の日本の LCC が国内主要路線に集中し、機材数と空港発着枠の制限によって多頻度運航が実現できない問題が顕在化している。したがって、日本では LCC と一般のフルサービス航空会社の役割分担が明確にできず、現段階では競合関係となっている。

図 2-5　日本の LCC 旅客数の推移（単位：万人）



出所：国土交通省『国土交通白書 平成 29 年度』第Ⅱ部第 6 章第 1 節（国土交通省航空局作成各年の統計）

第3章　グローバリズムの展開と東アジアの観光

第1節　東アジアにおけるグローバリズムと観光

1. グローバリゼーションと東アジア[1]

前章において検討したように、東アジアの資本主義化は、西欧諸国による植民地的状況からの脱却過程であった。もちろん、東アジアには、植民地的支配を受けなかった国々もあったし、西欧先進国を宗主国とするのでもなく、東アジアの日本に支配された国もあったが、そうした国々も西欧諸国の圧倒的経済力とそれが主導する世界市場に包摂されることによって、資本主義化への道を歩んでいった。こうした資本主義化の転機となったのは、第二次世界大戦の終結であった。戦後、植民地支配から脱していく国々が新国家を建設していった。しかしながら、その過程において、民族独立政権、軍事政権、一党独裁政権など、さまざまな形式の統治政権体制ができあがり、そのもとで種々な国民統合策が推進された。それらが経済成長に結びついて成功した国家もあれば、なおも国民統合を果たせない政権もあったが、大きく括ると、その当時の「冷戦体制」という枠組みのなかで、それら国家がいずれかの陣営に与することで、国家形成を始めたということができる。それが東アジアという地域において大きな地域統合への道を歩み始めるのは、こうした戦後の条件の下で作り上げられた「冷戦体制」の崩壊によって、世界体制の転換がもたらされたからであった。それがグローバリゼーションという大きな流れであった。このグローバリゼーションがもたらす流動化、とりわけ「ヒト・モノ・カネ」の移動は、これまでの枠組みを取り壊し、さまざまな要素（技術や制度はいうまでもなく文化という要素も含む）を流入させ、それらが混合し、また他所へと送り出されていった。国と国、地域と地域、国内における農村と都市との間で、こうした大規模な流動化が進展した[2]。

すでに述べたように、グローバリゼーションの概念を明確にして定義づけることがこの論文の目的ではないので、ここでは、東アジアにおけるグローバリズムという経済的な現象を次のような事態として理解していることを示しておこう。

---

[1] ここでいう東アジアとは、中国を含め、それ以東の地域を指している。

[2] 序章ですでに指摘したように、本論文では、グローバリゼーションを大きな変化の現象として捉えることにしている。こうしたグローバルな現象との関係において、観光形態のありようを明確にする。

第1は、これまで発展途上国といわれてきた国々が新興国として世界経済において重要な役割を演じるようになり[3]、世界は先進国が主導するG7の世界からG20という先進国と新興国の協調する時代へと転換したことである。第2は、東アジアににおける経済の高度成長が農村から都市への大規模な人の移動をうながしたことである。第3は、そうした人の移動が国内のみならず海外にまで拡大し、それが常態化し、都市の変化と農村の変化を同時進行的にもたらしていることである。こうしたことによって、ビル群の乱立が物語る都市化の急激な進展はもちろんのこと、これまで農村と思われていた各所において、あふれかえる消費物資の氾濫と結びついた生活スタイルの変化が生じ、大型パラボナアンテナの林立に象徴されるような情報革命が顕著に進行したのである。

農村から都市への人の移動は、前章で検討したような西欧諸国における資本主義化の際の規模をはるかに超えていただけではなく、スピードにおいても凄まじかった[4]。農村から都市に集まってきた新規の都市居住者たちは、いろいろな形態をとりながら出身農村との間を往き来し、都市の新しい情報や生活スタイルを故郷に運び、伝え始めていた。例えば、息子や娘の教育のために、あるいはより良い就職のために都会に住みはじめ、場合によっては、海外に赴任し、そこに親たちや親せきを呼ぶようになり、行事や祭りの際にはどっさりとお土産を携えて帰省するようになった。このような出来事が未曽有の規模で進展していたのである。

他方、農村では、過疎化と高齢化が進んでいった。都市の規模がますます拡大していくにつれて、近郊の村まで都市化の波に飲み込まれ、若者たちは都市に押し寄せ、農村に居住するものは高齢な者たちだけになっていった。この現象は、西欧諸国において100年単位で起こったものであったが、新興諸国とりわけアジア諸国では10年単位で起こったのである。つまり、グローバル化の過程において、地域と地域の空間が新幹線や高速道路で縮小していくように、急激な都市化と過疎化が同時に生じたのである。中国では、こうした現象を「未富先老（豊かになる前に高齢化社会を迎える)」と呼んでいる。しかし、このような現象は、自国の経済発展の成果である資本蓄積を待って、それによって公共インフラを整えるということで生じたのではなかった。海外の過剰資金や技術がそれを代替してくれたのである。グローバル化とは、こうしたものであった。進出してきた外国企業の諸制度が現地化していくのも当然であったから、余暇と労働のバランスもあっという間に欧米化していったのである。

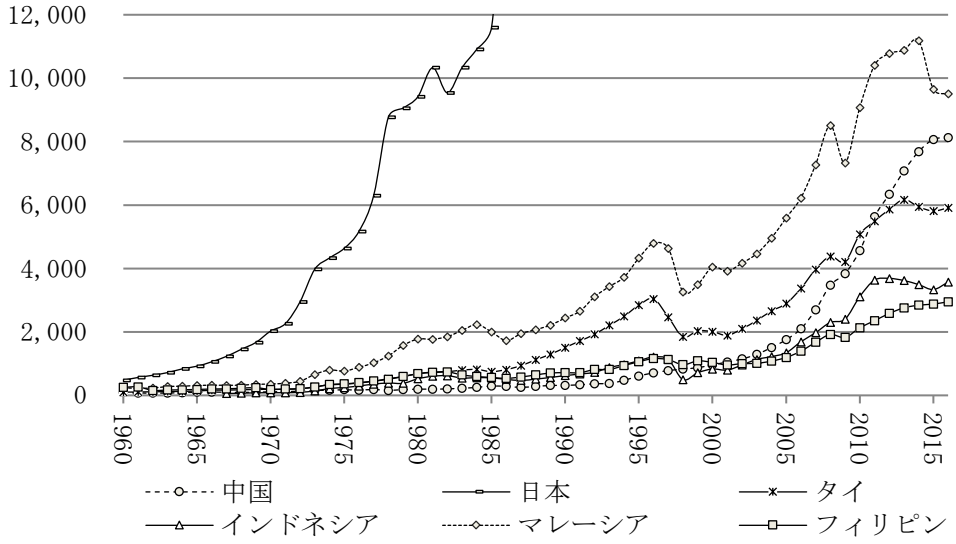
1980年代以降、東アジア諸国は著しい経済発展を遂げ、次第に大衆消費社会を形成していった。図3-1は、東アジア諸国及び日本の一人当たりGDPの推移を示したものであ

[3] 新興国とは、日欧米などの先進国に対し、現在の経済水準はまだ低いけれども、高い成長性を秘めた国々のことである。新興国は、具体的には、中南米、東南アジア、中東、東欧などの「冷戦終焉」後に急速に経済力をつけてきた発展途上国をさすことが多い。とくに、BRICs、VISTA、ネクスト11といったグループで表現される。

[4] このことの歴史的意義を検討する余裕も能力もないが、いくつかの文献をひも解くだけでも、その大きな規模と歴史的画期性の意味を知ることができよう。

る。

図 3-1　東アジア諸国の一人当たり GDP（1956-2016 年、単位：ドル）



出所：The World Bank “World Development Indicators”
(https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.CD)より筆者作成。
注：1986 年以降の日本のデータは省略する。

日本の高度成長にともなう大衆消費社会は、1950 年代から始まり、その後アジアニーズのそれが 1970 年代に始まり、中国は 1990 年代にこれに突入した。2000 年以降、これに ASEAN 諸国が加わった。ASEAN 諸国は、後述するように、ASEAN 共同体が発足して域内経済がほぼ統合された頃に、日本の高度成長が達成された水準にまでいたっている。しかも、なおも成長率は継続的に上昇している。日本の 1970 年の 1 人当たり GDP（2000 ドル台）に達した時代を東アジア諸国でみると、マレーシアが 1980 年代初めころ、タイが 1990 年代初めころ、中国、インドネシア、フィリピンが 2000 年代中ころであった。

IMF の統計によれば[5]、東アジア新興国・地域（マレーシア・ベトナム・インドネシア・台湾・香港・フィリピン・シンガポール・タイ・インド・韓国・中国）の中間層[6]は、2000 年には 2.2 億人（家計人口）であったものが、2009 年には 8.8 億人に増加した。これが 20 年には 20 億人（約 8.6 億世帯）になると予測され、さらに 2017 年版『通商白書』では、2020 年には、この中間層にプラスした富裕層は 29 億人に達すると予測し、これは

[5] IMF, World Economic Outlook Database, April 2010（経済産業省通商政策局編『平成 22 年版　通商白書』、2010 年）
[6] ここでいう中間層・富裕層は、表 3-1 にみるように、年間可処分所得が 5000 ドル以上の世帯である。

2010年に比較すると5割増になるとした[7]。イギリスの調査会社ユーロモニターによると、「アジアの中間層は2017年に6億7391万世帯となり、07年に比べ7割増え、……世帯数全体に占める中間層の割合は60%にのぼり、富裕層の9%、低所得層の30%に比べ厚みを増している」として、これは「経済成長による賃金増加が背景にある」(表3-1参照)と指摘している[8]。

表3-1　東アジア新興国・地域における中間所得層（2017年）

所得層	世帯年間可処分所得	東アジアでの世帯数
富裕層	35000ドル以上	1億379万
中間層	5000ドル以上35000ドル未満	6億7391万
低所得層	5000ドル未満	3億3794万

出所：イギリスのユーロモニター（「日本経済新聞」2018.5.18より再引用）
注：経済産業省通商政策局『平成22年版　通商白書』によれば、2009年の先進国（G7）において、約7割の所得層が35000ドル以上（Euromonitor International from National statistics 2010年）であり、また、2004-08年の日本における一人当たりGDP（5年平均）は、35000ドル（IMF; World Economic Outlook Database, April 2010）となっているとされる。

こうした中間層の拡大は、政治的な安定をもたらすほか、消費拡大をけん引する効果が期待でき、とくにレジャーや海外観光などの需要の拡大につながることは明らかである。こうしたことから、東アジア諸国においても、マスツーリズムが出現し、大規模な国際観光が発生したのである。しかし、こうした観光形態は、先進国を後追いするような形では現れなかった。東アジア新興国・地域では、技術とりわけ情報技術や移動手段において、先進諸国で経験してきたいくつもの段階を飛び越えて実現された。最先端の技術や移動手段が後進国に取り入れられ、実用化されるにともなって、東アジア諸国の新興国では、観光形態においても、先進諸国と同時発生な展開をみせたのであるが、本論文の趣旨からいえば、こうした地域では、最初から観光がマスツーリズムとして現れたということである。

東アジアの新興国・地域の観光形態の変容は、マスツーリズムが誕生した欧米や日本における歴史的過程をはるかに超越して発展している。先進国では、観光活動の出現からマスツーリズムの発展まで100年以上を経過したが、それに対して、東アジアの新興国

[7] 経済産業省通商政策局編『平成29年版 通商白書』2017年、34頁。
[8] 「日本経済新聞」2018年5月18日。「日本経済新聞」2014年3月10日の報道によれば、2013年のアセアンでは、この中間層は、3億人になると報じていた。

地域では、その過程は 50 年で完成され、将来的には成熟した欧・米・日の観光態様と異なる新しい観光態様も現れつつあると考えられる。東アジア経済においては、1960 年代に日本、1970 年代に韓国・シンガポール・台湾・香港の「アジアニーズ」、1980 年代にマレーシアやタイなどの東南アジア諸国連合（ASEAN）、1990 年代以降中国が台頭した。経済発展と個人所得の拡大とともに、1980 年代以降、東アジア地域全体の著しい経済発展がグローバル化の波に乗って実現され、次第に大衆消費社会を形成していった。こうしたなかで、これらの地域において、マスツーリズムが出現し、大規模な国際観光が発生した。こうした実態を、ここでは、中国と ASEAN を取り上げて検討してみる。

第 2 節　中国における観光の発展

1. 社会主義時代の中国の観光

1949 年、社会主義国中国が誕生し、植民地的状態にあった中国は真の独立を勝ち取った。東アジアの主要国である中国は、アメリカを基軸にする西ヨーロッパを中心に構築された「戦後の国際秩序の形成」に対抗しつつ、自国の経済発展の基礎を社会主義国の建設に置いて、新しい国家を築いていった。新中国は、世界大戦の荒廃からの復興のみならず、国民党との「解放戦争」を経て、新しい社会主義国家として、出発しなければならなかった。そのため、「社会主義的改造」と生産力の回復・復興に力を注ぎ、「計画経済」の実行を急いだので、国際・国内旅行への施策は後回しにされ、人々の旅行に関する関心事もそれほど大きなものではなかった。

1950 年代において、中国はいわゆる「低開発農業国」にすぎず、1955 年の中国の 1 人当たり GDP は、僅かに 150 元にすぎなかった(表 3-2 参照)。1950 年代から 1980 年にかけて、中国は、「ソ連型社会主義計画経済体制」を導入して、新たな経済発展のモデル構築の試みを次々と実施していったが、他の東アジア諸国とりわけアジアニーズに比較すると、その成長のテンポはきわめて低位なものであった。1978 年の国民一人当たり GDP は 385 元であり、約 30 年間に 2.6 倍になったにすぎなかった。また、1978 年の都市住民一人当たり賃金は 615 元、それに対して、農村住民の一人当たり純収入は 133 元であり[9]、わずかな成長のなかでも、都市と農村では、格差の広がりがみられたのである。

表 3-2　中国の一人当たり GDP の推移（単位：元、ドル）

[9] 中国人民共和国国家統計局, “国家数据” (http://data.stats.gov.cn/easyquery.htm?cn=C01), また、1955 年には、中国の都市人口割合は約 15%であったため、人口の都市と農村との格差はほとんどなかった。

年	一人当たり GDP	成長率(%)	ドル表示
1952	138	-	-
1955	150	-	-
1960	220	-	89.5
1965	242	17.0	98.5
1970	279	19.3	113.2
1975	332	8.7	178.3
1978	385	11.7	156.4
1980	468	7.8	194.8
1985	866	13.4	294.5
1990	1,663	3.9	317.9
1995	5,091	10.9	609.7
2000	7,942	8.5	959.4
2005	14,368	11.4	1753.4
2010	30,876	10.6	4560.5
2015	50,251	6.9	8069.2

出所：中国人民共和国国家統計局，“国家数据”
(http://data.stats.gov.cn/easyquery.htm?cn=C01)
注：ドル表示と成長率は The World Bank より、「-」はデータの欠如を示す。

中国の近代ツーリズムは、近代化を遂げた先進諸国の政治・経済・文化の影響のもとで生まれた。1840 年以降 1949 年までのほぼ 100 年の間、中国は「半封建・半植民地」の状態におかれてきた。すでにみたように、植民地及び半植民地の国においては、宗主国を主とする外来勢力がその国の近代工業・交通・国際交流・旅行に大きい影響を与えたのである。20 世紀初頭、イギリス・アメリカ・日本・フランスなどの旅行会社は、中国で中国人の海外旅行の手続を代理した。1920 年頃から多くの外国旅行会社（企業）は、上海などの大都市における観光代理機構を設立し、中国の旅行業務を管掌した。1923 年 8 月、当時の北洋政府の了解を得て、上海商業儲蓄銀行社長陳光甫は中国初の旅行会社を創設した。これは中国近代旅行業の誕生のシンボルであった[10]。その時点から 1949 年 10 月に

[10] 以上の詳細については、李长莉，闵杰，罗检秋，左玉河，马勇著《中国近代社会生活史》中国社会科学出版社、2015 年、650 页を参照。1923 年当初、陳光甫が設立したものは、本来的な旅行業務を行う旅行会社ではなく、上海商業貯蓄銀行において旅行部という新しい部門を設置し、旅客輸送、貨物輸送、旅行ガイド、出版業、旅館、車内飲食販売など様々な業務を行ったものであった。サービス対象は外国へ行く留学生や、官庁及び私営企業の会議参加者が主要であった。当時の中国では、旅行社というものに対する認識がまだ普及していなかったため、これを設置した初期、顧客はほとんどいなかったが、陳光甫はマスコミを通して旅行部を宣伝し、かつ軍閥混戦の時期に上海駅では汽車のチケットが販売できなくなったた

新しい社会主義中国が誕生するまでの間、中国における華東・華北・華南などにおける 15 の都市で旅行会社が成立した。しかしながら、受入人数あるいは旅行収入からみると、それらはいまだ小さな規模のものにすぎなかった。

1949 年 10 月 17 日、厦門で「華僑服務社」[11]が設立され、華僑の帰省や親族・親戚・縁者などの訪問・見学・遊覧にサービスを提供した。この時には、社会主義中国の建設に華僑の勢力をも取り込もうとしたことに目的があり、名称がその後「旅行服務社」に改名されても、基本的に観光旅行を主たる業務にしたものではなかった。1954 年 4 月 15 日に初めて中国国際旅行社が北京で正式に成立した。この国際旅行社は国営企業であり、この旅行社も、政治的な受入（観光旅行というよりも社会主義建設―共産党の宣伝や新国家の広報活動を含む―に関係する国家施策に関連した人の移動等である）を中心とした国際観光客を取り扱うことを主たる業務とした。一般的な観光を主業務として取り扱うことは非常に少なかった。しかし、1950 年代後半になると、新中国の実態を知ろうとして、訪中する自費の観光客の人数がしだいに増えはじめた。それでも基本的には社会主義圏からのツアー客、あるいは海外に居住する華僑等を主体に、ジャーナリストや社会主義政党やそのシンパといった「友好人士」に属する人々に限られていた。そうした限定のなかでも、観光的要素は失われておらず、1973 年、国務院は、広西チワン族自治区の桂林を中国初の「対外開放旅游都市」に認定し、ここへの外国人の立ち入りを認めた。この時期、「中国遊覧事業管理局」（中国旅游局の前身）が国務院の直属の機構として、中国の旅行事業全般を政治的に管理していた。

一方、中国国内では、1966-1976 年までの約 10 年にわたって、「文化大革命」を経験した。この時期、「観光はブルジョワ的ライフ・スタイルである」という「左派的」批判がなされ、社会的にも政治的にも、観光や旅行はタブーとみなされた。そのため、国内観光はほとんど壊滅状態となった。この時期には、歴史的遺産も、封建的人民搾取の象徴であると喧伝され、破壊と批判が繰り返され、観光対象としての価値は認められなかった。また、この時期の外国人による国際観光にもそれほどに大きな発展はなく、「革命記念地」や「革命顕彰」をめぐる「政治巡礼」といったものに限定されていた。こうしたことから、1978 年まで、中国旅行業の受入外国観光客数は 180.9 万人であり、世界の受入国際旅行

め、多くの人はこの旅行部に汽車チケット購入の業務を依頼した。業務の拡大につれ、わずか 4 年で、鉄道沿線、沿海部、沿岸部において多くの事務所が設立された。27 年 6 月、銀行から旅行部が分離され、「中国旅行社」として設立され、中国各地に「分社（支社）」も設立された。実は、陳光甫にとって、旅行社の「分社」の設立は中国各地で銀行業を展開する重要な手段であり、旅行社の業務展開によって、現地での市場調査や顧客獲得ができ、また会社の知名度も広げられるとした。そのため、旅行社の業務手数料はほとんどが無料であった。それゆえ、一般市民も利用しやすかったのである。

[11] 新中国の成立後、多くの華僑らの帰国が相次いだが、この拠点となったのは福建省の厦門・泉州であった。厦門の「華僑服務社」に続いて、51 年、泉州華僑服務社が設立された。その後、広東書、福建省の中心都市に「華僑服務社」が設置されていった。これらの「華僑服務社」は、57 年に統一的に「華僑旅行服務社」に改名され、北京に「華僑旅行服務社総社」が設立された（後掲脚注 15 参照）。

者数ランキングの 48 位、旅行収入ではわずか 2.63 億ドル（世界の国際旅行収入ランキング 41 位）という水準にとどまっていた。

2. 中国におけるマスツーリズムの出現と発展

中国では、1980 年代に入って、「革命」と「政治」が主導した紆余曲折の時代が終わり、新時代を迎えた。社会主義経済体制に市場経済メカニズムが導入され、経済成長を経済政策の重要な指導思想とする時期に入った。1978 年から 40 余年の「改革開放」を経て、中国の経済は世界で唯一の長期的な高度成長を実現した。2000 年、中国の 1 人当たり GDP は 7942 元に達した。これをドル換算でみると、1 人当たり GDP はほぼ 1000 ドルに迫っていた。これが、2005 年には、1800 ドル、さらに 5 年後の 2010 年には、4600 ドル、2015 年には、8100 ドルと急速な増加を示した（表 3-2 参照）。また、2012 年には中国の GDP 総量は日本を超え、アメリカに次ぐ世界第 2 の経済大国に成長した。

こうした動きを、2007-2013 年までの間、1 人当たり GDP が 1 万ドルに達した都市部を基準にして、その状況をみると、1 人当たり GDP が 1 万ドルを超えた都市は、北京・上海・天津などの直轄地のほか、広東省、江蘇省、浙江省、山東省、遼寧省、内蒙古自治区、福建省、湖南省、四川省、湖北省、河北省などの計 42 都市に上り、この 42 都市の人口は 3 億人を超え、全人口の約 20%を占めるまでになった（表 3-3 参照）。

表 3-3　中国の 1 人当たり GDP が 1 万ドルに到達した主要都市

1 万ドルに到達した年	主要都市名と各都市の人口（（ ）内は人口・2012 年実績、単位：万人）	人口の小計（万人）
2007	蘇州（1,055）、無錫（647）、深圳（1,055）	2,757
2008	広州（1,284）、上海（2,380）、杭州（880）、寧波（764）、オルドス（152）、包頭（269）	5,729
2009	北京（2,069）、大連（590）、常州（469）、仏山（726）、 珠海（158）	4,012
2010	天津（1,413）、フフホト（295）	1,708
2011	武漢（1,012）、瀋陽（725）、長沙（709）、青島（887）、南京（816）、唐山（767）、鞍山（350）、鎮江（315）、紹興（494）、厦門（367）、烟台（698）、威海（280）、淄博（458）	7,878
2012	済南（695）、楊州（447）	1,142

2013	南通（730）、鄭州（741）、東莞（829）、南昌（513）、福州（727）、泉州（829）、合肥（711）、成都（1,418）、ウルムチ（258）、長春（757）、撫順（219）	7,732
合計	2007～2013 年累計　42 都市	30,958

出所：瀬口清之「中国経済の構造変化と日中経済関係」財務省財務総合政策研究所　『フィナンシャル・レビュー』平成 26 年第 3 号（通巻第 119 号）2014 年 8 月、210 頁。

一方、「改革開放」政策の成功によって、中国経済は、高い成長率と持続的な高度成長を実現することになったが、世界の多くの国々と同じように、中国においても、観光業の振興が外貨獲得と社会発展及び地域開発の重要な手段として積極的に推進されるようになった。中国国家旅行局の統計資料によると、「2005 年まで、中国の入国旅行者は 1.2 億人、国民の国内旅行者は、12.12 億人、国民の海外旅行者は 3100 万人、旅行総収入は 7680 億元である」[12]とされている。2016 年の「中国政府工作報告」[13]においては、明確に「大衆旅游時代」（「マスツーリズム時代」）という概念が提出され、その振興を推進するために、有給休暇制度・観光交通整備・観光地建設・リゾートなどの施設建設、観光市場の法的整備を確実に実現させることが明記され、観光業が重点発展項目として位置づけられた。

中国における新たな観光価値観が「改革開放」政策の展開に伴って確立された。観光は愛国主義・社会主義イデオロギーの教育を行う対象としてのみあるのではなく、外貨獲得・近代化を推進する重要な手段とみなされた。「改革開放」の主な思想は、経済発展つまり「経済における現代化」の実現を図ることであった[14]。1980 年代から、既述のように「革命」と「政治」が主導とした時代が終わり、改革開放の新たな時代の中国が開かれたのである。中国における「市場経済」対「計画経済（社会主義）」を軸にした政治的な内部対立は終息し、中国は、市場経済のメカニズムを導入した経済運営に基づく高度経済成長を実現することを経済政策の重要な指導思想とする時期に入った。経済と政治は分離され、経済には、経済のための政策が独立して行われるようになった。

1980 年代初めまでは、観光に関する全ての政策は、「計画経済」という枠組の中で実施

[12] 中国国家旅游局编《中国旅游统计年鉴 2006 年版》中国旅行出版社，2006 年，1 页。
[13] 李克强《2016 年政府工作报告—2016 年 3 月 5 日第十二届全国人民代表大会第四次会议》，新华社北京 3 月 17 日电
[14] 中国は、「改革開放」政策によって、中国を世界の大国に成長させること、つまり「現代化の大門を開くカギ」を見つけ出すことであるとした。「ソ連型社会主義」の実践、計画経済や「文化大革命革」といった「カギ」では、大門は半開の状態に留まった。対外関係においても、「ソ連型社会主義」を実践してきた時には、「階級闘争を綱として、世界革命事業に奉仕する」とした。これでは誰も中国に資本や技術を提供しなかった。「改革開放」政策はこうした限界を打破したのである。これについて、中共中央宣传部理论局《新时代 面对面》学习出版社，人民出版社，2018 年参照。

されなければならなかった。すでに指摘したように、国際観光であれ、国内観光であれ、政治的コントロールの下に置かれ、中国の観光旅行業はほとんど政府の計画の下に組み込まれ、「中国国際旅行社」と先に挙げた「華僑旅行服務社総社」の別称とされた「中国旅行社総社」[15]が中国の旅行業をほぼ完全に掌握していた。しかし、改革開放を経て、中国の観光は初めて「政治観光」から経済成長の展開の場、すなわち産業としての観光へと転換し、それまでの半閉鎖状態から世界市場に向けて全面的に開放されることになった。

1979 年 7 月、「中外合資経営企業法」(《中外合资经营企业法》) が公布され、いくつかの合弁合資プロジェクトが実施されたが、そのなかで、最初に承認された 3 つのプロジェクト（北京航空食品公司・北京建国飯店公司・北京長城飯店公司）は、すべて旅行関係の事業であった。その理由は、改革開放当初、経験がないなか、どの業界からまず開放するかについて、「合弁ホテル」という旅行業は、比較的着手しやすい業種と思われていたからであるとされる[16]。

その後、外国人観光客の立ち入り制限が緩和された。1982 年 10 月に公布された「外国人の中国旅行の管理に関する規定」(《外国人在我国旅行管理的规定》) は、外国人個人の自由旅行の解禁を告知し、外国人旅行者が社会治安や国家機密の保守に与える悪影響への懸念を表明しつつも、外国人が許可なく訪問できる対外開放都市 29 ヵ所を初めて法的に明記した。この対外開放都市に指定されるには、次のような 4 つの条件が必要であった。それは、①外国人観光客を引き付ける名勝や古跡、観光名所・風景区、また対外貿易や文化科学技術交流のある大・中都市であること、②社会治安が安定し、交通事情が良好であること、③通訳やホテルなどの接待条件が整っていること、④軍事的な立ち入り禁止区域でないこと、であった。中央政府には、一方では、観光の全面的発展をめざしつつ、政治問題に配慮し、対外開放都市を慎重に選んでいる姿勢がみえるが、他方では、対外開放都市による外国人観光客の立ち入り制限を緩和したことで、初めて外国人観光客の自由な観光行動を事実上承認することになった。そのため、対外都市に指定されたことによって、観光インフラ整備が集中的に行われ、海外からの投資や観光開発への外資導入も進んだ。こうして、観光客の増加や外貨獲得による経済成長が期待され、その後の「中国観光のブーム」に途を開くことになったが、それが同時にマスツーリズへと連なっていったのである。

1980 年代の一連の観光政策を通し[17]、中央政府・地方政府及び政府各部門、外国資本、各種事業集団が旅行業に投資と経営という形で共同参加する「観光開発政策」が積極的に推進された。

---

[15] 「文化大革命」のなかで政治的排他主義が横行し、華僑の社会主義建設に対する意義が問題にされるようになった時、周恩来は、華僑の重要性を指摘して（1973 年）、この「華僑服務社」の存続を提議し、別称として「中国旅行社総社」を用いて存続された。

[16] 「【シリーズ改革開放 40 周年】手探りで踏み出した対外開放への道」『北京週報日本語版』2018 年 5 月 30 日

[17] この一連の観光政策の特徴は後述で詳しく論じる。

1990 年代後半には、国際観光（インバウンド）も国内観光も急成長した。観光開発に関する中央政府によるコントロールはさらに緩和され、多くの省級行政区が独自に観光開発計画を策定し、独自の資金で観光開発を展開するようになった。こうして、中央政府に代わって地方政府や各種の国有公司・企業、及び私企業や外資企業が観光開発に参加し、競争しあった。この頃には、観光政策は、次のような特徴を帯びるようなものになっていた。観光政策において、①市場経済を指向した観光経済政策を全面的に推進し、②「内需推進」を目的とした観光誘致政策の実施によって国民の国内観光を積極的に推進し、③地方分権と多様な非公有制経済の発展を奨励する、といった方針が堅持された。

国際観光についていえば、国際観光市場に適応するため、北京・上海・広州では免税店が出現し、中国青年旅行社をはじめとして、新たに民間の旅行社が設置されていった。1986 年から外国人の入国・滞在・観光・国民海外旅行に関する規定、例えば、「中華人民共和国外国人入境出境管理法」（《中华人民共和国外国人入境出境管理法实施细则》）などが制定され、国際観光客用のホテルに「五つ星」制度が導入され、また、観光ガイド・国際観光価格・観光開発などを管理する暫定的法律がこの時期に整っていった。

表 3-4 にみるように、中国における受入観光者数は、1980 年から急速に伸長し、1985 年には、700 万人台と倍増し、その後、ほぼ毎年 100 万人近く増加し、1990 年代に入ると、毎年 200 万人が増加するというような状況が現れ、2000 年には、3000 万人台、2004 年には、4000 万人台、2007 年には 5000 万人台を突破した。

他方、改革開放まで海外の親族・親戚訪問に限定的な旅行は国民の自費による海外観光の発展もみられた。中国国民の自費旅行は比較的自由になり、中国の海外観光[18]（アウトバウンド）は発展しはじめた。1990 年 10 月から、中国国民のシンガポール、マレーシア、タイ、フィリピンへの自費旅行が可能となった[19]。1997 年、中国政府は私費の外国旅行に関する初の法律「中国公民自費出国旅游管理暫行辦法」を策定し、政策の側面から中国の海外観光を促進しはじめた。この「暫行辦法」によって、中国政府に承認された出境目的国・地域への自費団体旅行が正式に許可されたが、同時に自費観光を行う国民を管理し、海外における観光活動を規制することも目的に含まれている。

1995 年には 450 万人にすぎなかった海外への観光旅行者数は、2000 年には 1000 万人台へと 5 年間でほぼ倍増し、2003 年には 2000 万人台になり、2005 年には 3000 万人台、2007 年には 4000 万人台、2010 年には 5000 万人台を突破し、海外からの観光客数を上回ることになった。中国は、アジア地域において、また世界的にみても、旅行客を送り出す重要な国の一つとなったのである。UNWTO の予測によると、2020 年までに、中国への海外

[18] 中国では海外観光またはアウトバウンド観光のことを「出境旅游」といい、中国国民が国境もしくは境界線を越える他国や地域で行われる観光活動、公務視察、ビジネス訪問のことを指す。（中国旅游研究院《中国出境旅游发展年度报告》2007-2008 年版，中国旅游出版社，2009 年，2 页。

[19] この自費の海外旅行は中国旅行総社と中国国際旅行総社の 2 社による団体旅行形式に限定されている。

旅行者数は１億人に上り、世界で第１位の国際観光目的地になり、同時に、世界第 4 位の海外旅行者の送り出し国になるだろうといわれている[20]。

表 3-4　中国における観光の実態

年	国際観光客数（受入・千人）		海外旅行者数（出国・千人）		国際観光収入（億ドル）		国内旅行者数（千人・伸び率）	
1978	716	－	－	－	2.6	－	－	－
1979	1,529	－	－	－	4.5	－	－	－
1980	3,500	(18)	－	－	6.2	(34)	62,000	101.6%
1981	3,767	(17)	－	－	7.9	(34)	－	－
1982	3,924	(16)	－	－	8.4	(29)	－	－
1983	3,791	(16)	－	－	9.4	(26)	－	－
1984	5,141	(14)	－	－	11.3	(21)	－	－
1985	7,133	(13)	－	－	12.5	(21)	125,000	80.0%
1986	9,001	(12)	－	－	15.3	(22)	－	－
1987	10,670	(12)	－	－	18.6	(26)	－	－
1988	12,361	(10)	－	－	22.5	(26)	225,000	－
1989	9,361	(12)	－	－	18.6	(27)	186,000	-17.3%
1990	10,484	(11)	－	－	22.2	(25)	222,000	19.4%
1991	12,464	(12)	－	－	28.5	(21)	285,000	28.4%
1992	16,512	(9)	－	－	39.5	(17)	395,000	38.6%
1993	18,982	(7)	－	－	46.8	(15)	410,000	3.8%
1994	21,070	(6)	－	－	73.2	(10)	524,000	27.8%
1995	20,034	(8)	4,520	(18)	87.3	(10)	629,000	20.0%
1996	22,765	(6)	5,061	(19)	102.0	(9)	640,000	1.7%
1997	23,770	(6)	5,324	(20)	120.7	(8)	644,000	0.6%
1998	25,073	(6)	8,426	(17)	126.0	(7)	694,500	7.8%
1999	27,047	(5)	9,232	(17)	141.0	(7)	719,000	3.5%
2000	31,229	(5)	10,473	(17)	162.2	(7)	744,000	3.5%
2001	33,167	(5)	12,133	(14)	177.9	(5)	784,000	5.4%

[20] UNWTO, *Tourism Highlights*, 1997 Edition.

2002	36,803	(5)	16,602	(12)	203.9	(5)	878,000	12.0%
2003	32,971	(5)	20,222	(9)	174.1	(7)	870,000	-0.9%
2004	41,761	(4)	28,853	(7)	257.4	(7)	1,102,000	26.7%
2005	46,809	(4)	31,026	(6)	293.0	(6)	1,212,000	10.0%
2006	49,913	(4)	34,524	(6)	339.5	(5)	1,394,000	15.0%
2007	54,720	(4)	40,954	(6)	419.2	(5)	1,610,000	15.5%
2008	53,049	(4)	45,844	(6)	408.4	(5)	1,712,000	6.3%
2009	50,875	(4)	47,656	(5)	396.8	(5)	1,902,000	11.1%
2010	55,664	(3)	57,386	(4)	458.1	(4)	2,103,000	10.6%
2011	57,581	(3)	70,250	(3)	484.6	(4)	2,641,000	25.6%
2012	57,725	(3)	83,182	(2)	500.3	(4)	2,957,000	12.0%
2013	55,686	(4)	98,185	(1)	516.6	(4)	3,262,000	10.3%
2014	55,622	(4)	116,593	(1)	1054.0	(2)	3,611,000	10.7%
2015	56,886	(4)	127,860	(1)	1141.0	(2)	4,000,000	10.8%
2016	59,270	(4)	135,130	(1)	1200.0	-	4,440,000	11.0%

出所：世界銀行 https://www.globalnote.jp/post-1543.html、ソース元は UNWTO。国内旅行者数のデータは、中国人民共和国国家統計局、国家数拠（http://data.stats.gov.cn/easyquery.htm?cn=C01）及び https://d.qianzhan.com/xdata/details/b94142da30e95a0e.html より筆者作成。
注：() 内の数字は世界ランキングの順位である。「-」はデータの欠如を示す。

国内観光についてみると、1988 年、中国が「改革開放」を実行してから 10 周年を迎えたが、この間の「改革開放」政策は、中国に経済の高度成長をもたらし、それにともなう国民の所得増加を実現した。また、そうした経済的な発展は、同時に、後述するような労働者の権利保護政策を実施する根拠ともなり、その結果、労働以外の休暇の時間を大きく伸長させた。このため、このような余暇の時間を利用した観光客が増加しはじめた。1993 年には、国務院は、国家旅游局の「積極的に国内旅行業を発展させることに関する意見」(《关于积极发展国内旅游的意见》) を発表し、国内観光を重点的に発展させる「市場の活性化、指導の正確性、管理の強化、品質の向上」(搞活市场、正确领导、加强管理、提高质量) の「十六字方針」を打ち出した。1994 年、国内旅行業の統計が初めて国家統計体系に含まれ、国内旅行者数や旅行収入などのデータが集計され、旅行業の産業としての地位が明確になった。

前掲表 3-4 でみたように、1985 年に 1 億人を超えた国内観光者は、1990 年には 2 億人を超え、1995 年には 6 億人を超え、1999 年に 7 億人台になると、2002 年には 8 億 7000

万人になり、2004 年には 10 億人台を記録した。1990 年から 10 年間で 3 倍強になったが、その後も、10 年間に倍増する勢いをみせ、2015 年には、40 億人にまで達した。

すでに前章で指摘したように、マスツーリズムの発展には、国民の所得水準の上昇と「労働者の休日に関する保障」も必要であった。中国では、「改革開放」政策が実施されるまでは、「計画経済」の枠組みにおいて、労働は労働者の当然の義務とされ、国家というよりも「単位（ダンウェイ）」が労働者に職や生活を保障するという社会主義的「単位」制度が定着し、この「単位」が各種生活物資や住宅の提供、医療・年金などの社会保障のほか、食堂・浴場・保育園・学校・商店・理髪店・娯楽施設などの社会サービスを「単位」の従業員に提供し、「ゆりかごから墓場まで」を丸ごと「単位」が面倒をみる社会主義的システムが機能していた。こうしたシステムが実現可能であったのは、農村からの人口移動が「戸籍制度」によって厳しく制限され、一定の労働人口のみを都市という空間で維持すれば事足りたからであるとされている[21]。「改革開放」後、都市のうちに「農民工」とされる農村から流入してきた労働者による労働市場が形成され、労働関係は労働者とその使用者が労働契約を締結することで、行われるようになった。こうしたなかで、労働者の権利と義務の保障と使用者の責任を明確にする必要が出てきたのである。

「中華人民共和国労働法」は、1994 年 7 月 5 日、「中華人民共和国主席令第 28 号」として、成立・発布された。この第 4 章「労働時間と休息休暇」の第 36 条において、「労働者の労働時間は毎日 8 時間を超さず、毎週 44 時間を超さない労働時間制度を実行する」とした。次いで、1995 年 3 月 25 日、国務院は「労働者の労働時間に関する国務院の規定改訂についての国務院の決定」（《国务院关于修改<国务院关于职工工作时间的规定>的决定》国务院令第 174 号））を発布し、1995 年 5 月 1 日から 1 日 8 時間労働、週 40 時間労働の新しい労働時間制度を実行するとした[22]。1997 年 4 月 24 日には、労働部は「企業における新しい労働時間制度の全面的実施に関する労働部の通知」（《关于职工工作时间有关问题的复函》劳部发〔1997〕271 号）を発して、「1 日 8 時間、週 40 時間の労働制」の実行を通知した（表 3-5 参照）。

表 3-5　中国・日本・アメリカの都市労働者平均労働時間の推移（単位：時間）

年	中国	日本	アメリカ
2001	44.9	42	34
2002	45.2	42	33
2003	45.4	42	33

[21] 高見澤麿・鈴木賢著『叢書中国的問題群 3 中国にとって法とは何か　統治の道具から市民の権利へ』岩波書店、2010 年、鈴木賢第 8 章「現代中国における市場経済を支える法」、210 頁。

[22] 当面この実行が困難な企業は、遅くとも 97 年 5 月 1 日には実行すべきであるとされた。

2004	45.5	42	33
2005	47.8	42	33
2006	47.3	41	33
2007	45.5	41	33
2008	44.6	40	33
2009	44.7	40	33
2010	47.0	40	33
2011	46.2	40	—
2012	46.3	40	—
2013	46.6	39	38
2014	46.6	39	38
2015	45.5	39	38
2016	46.1	39	38

出所：中国のデータは、国家统计局人口和就业统计司《中国人口和就业统计年鉴》（2005-2017 年版），《中国历年城镇就业人员调查周平均工作时间统计》（2001-2016 年版）中国统计出版社、日本・アメリカのデータは https://www.globalnote.jp/p-data-g/?dno=6271&post_no=7518（IL0 より）より筆者作成。

1999 年 9 月 18 日、国務院は「全国祝日休暇辦法」（《全国年节及纪念日放假办法》）（これは、正式には、《国务院关于修改〈全国年节及纪念日放假办法〉的决定》である）を発布して、「法定祝日」を決定した。これによれば、「春節」・「五一（5 月 1 日・メーデー）」・「十一（10 月 1 日・国慶節）」が法定祝日とされ、毎年 2 回の「ゴールデン・ウィーク」が設定され、合計 10 日間の「法定祝日」が実施された。その後、2007 年に「大晦日（旧暦の除夜）」・「正月望月（旧暦の元宵節）」・「清明節」・「端午節」・「中秋節」が祝日として追加された[23]。また、2006 年から、翌年の祝祭日に対して、政府が振替調整法案を発表し、各省・市・区政府に伝達された。振替調節方案によって、多くの祝祭日は一日の休みにとどまるものではなく、最短 3 日間、最長 8 日間の連続的休暇に調整された。「振替調整法」による連休の日数には、土日休日が含まれる。2009 年、2012 年、2018 年は、中秋節と国慶節の「ゴールデン・ウィーク」が重なる年であるため、二つの祝日を合わせて 8 日間の連休となった（表 3-6 参照）。このような連続休暇日が形成され、中国国民の旅行活動や消費活動にも大きな影響を及ぼした。

[23] 《全国年节及纪念日放假办法》（国务院令第 513 号）

表 3-6　毎年の振替調整法案による連休の日数

年	元日	旧正月	清明節	メーデー	端午節	中秋節	国慶節	合計
2007	3	7		7			7	24
2008	3	7	3	3	3	3	7	29
2009	3	7	3	3	3	8		27
2010	3	7	3	3	3	3	7	29
2011	3	7	3	3	3	3	7	29
2012	3	7	3	3	3	8		27
2013	3	7	3	3	3	3	7	29
2014	1	7	3	3	3	3	7	27
2015	3	7	3	3	3	2	7	28
2016	3	7	3	3	3	3	7	29
2017	3	7	3	3	3	8		27

出所：「国務院弁公庁の 2007 年からの祝祭日の振替方案に関する通知」(《国务院办公厅关于 2007 年部分节假日安排的通知》) から毎年発布される「通知」をもとにして、筆者作成。

こうしたなか、次項で検討するような「観光年テーマ」を設定する観光政策が中国の「改革開放」以後の観光ブームを経て、マスツーリズの発展を後押ししていった。中国政府は、観光産業を第三次産業の「重点発展産業」に指定（1992 年）し[24]、さらに「第 9 次 5 ヵ年計画（1996-2000 年)」と「2010 年長期計画の最優先発展産業」に観光産業を掲げた[25]。これは、中国がマスツーリズムの拡大を推進する世界最大の受入国というだけでなく、マスツーリズムの拡大を世界的に推進する大国になるであろうということを示している。実際、表 3-4 でみたように、1990 年に中国への海外からの旅行者数は 1000 万人を突破し、2000 年には 3000 万人を超え、2004 年には 4000 万人を超えた。また、2002 年までの「中国国内旅行者は 8.78 億人に達し、国内旅行収入は 3878.36 億元に達し、世界で最も大きな国内旅行市場を形成した」[26]とされる。「2001 年の中国の国際旅行者の受入数と旅行収入は世界ランキングの 5 位に入り、2003 年には、受入の旅行者は延べ 9791 万人に達した。このうち、外国人旅行者は延べ 1344 万人、旅行収入は 204 億ドル」[27]であった（ここの数値は中国国家旅行局が発表した数値であり、表 3-4 と誤差がある)。

[24] 《中共中央、国务院关于加快发展第三产业的决定》(中发〔1992〕5 号)
[25] 1995 年 9 月，中共中央十四届五中全会で提出された《关于制定经济和社会发展“九五”计划和 2010 年远景目标纲要的建议》において観光産業を最優先発展産業と指定した。
[26] 中国国家旅游局编《中国旅游年鉴 2003 年》中国旅游出版社，2003 年，1 页。
[27] 同上《中国旅游年鉴 2003 年》，1-8 页。

3. 中国の観光政策の特徴と観光業の発展

中国においては、すでに指摘したように、国や中央政府が主導的・積極的に観光政策を推進して、観光活動を誘発しようとした。一定の志向性のある観光政策によって、観光活動の方向性と範囲が規定されるものとなっていたのである。観光政策は観光産業の振興を目的とするものであり、観光政策には、外貨獲得・地域振興・国威発揚・国際親善などの目的もある[28]。

2009 年 12 月に中国国務院が発表した「観光業の加速発展に関する国務院の意見」(《国务院关于加快发展旅游业的意见》国发〔2009〕41 号) において、「観光業は国家戦略の産業として、消費資源が少なく、他産業との連動性が高く、雇用を多く創出でき、総合的な経済効果が高い。中国は、2020 年には、観光業の規模、品質、効率ともに世界の観光大国の水準をめざす」という目標が示された[29]。ここでは、1992 年から 2017 年までの 25 年間に中国政府が毎年設定した「観光年テーマ」[30]に着目し、政府主導の観光政策を考察し、その目的と役割を考察する。

(1) 改革開放と観光政策

1978 年の「改革開放」政策の展開に伴い、中国においても新たな観光価値観が確立されることになった。すでに指摘したように、「改革開放」以後、観光は、愛国主義・社会主義イデオロギーの教育を行う対象からいまや外貨獲得・近代化を推進する重要な手段とみなされるまでになり、改革開放以後、観光業は外貨の獲得及び中国の近代化を促進する産業の一つとして位置づけられ、国が主導的に取り組んでいたのである[31]。

既述したように、1982 年 10 月に公布された「外国人の中国旅行の管理に関する規定の通知」(《国务院、中央军委批转公安部、总参谋部、外交部、国家旅游局关于外国人在我国

---

[28] アルトウル・ボールマン (国際観光局訳)『観光学概論』橘書院、1989 年、第五章を参照。こうした宣伝効果のほかにも、「組織に関する問題、社会的意味を持つ問題、行政上の問題」が含まれ、それは「対外政策と国内政策に区別できる」と指摘している。

[29] 中国国家旅游局编《中国旅游年鉴 2010 年》中国旅游出版社，2010 年，16 页。

[30] 「観光年テーマ」は中国語では「旅游主题年」である。毎年、国家旅游局によって公表され、国家通知として各省・市・県の地方政府や各級の行政機関、及び企業にまで伝達される。この通知によって、商品開発、市場プロモーション、経営管理、消費誘導などの分野で徹底的に実行することが強いられている。

[31] 1978 年 11 月初め、鄧小平はシンガポール、マレーシア、タイを訪問した。鄧はこれらの国々における観光産業の発展を目のあたりにして、観光産業は中国の外貨不足を補う方法の１つになることに思い至った。帰国後、鄧小平が「観光事業には工夫すべき余地が大いにある。最優先してやり、加速してやらなければならない」、あるいは「観光は都市建設と総合的に考慮して発展させなければならない。初めは国家が都市建設に多めに投資しなければならないが、観光で稼げるようになれば都市建設に回すことができる」と述べたことはよく知られている。(中共中央文献研究室編『鄧小平年谱 1975－1997 (上)』中央文献出版社、2004 年、465 頁、石原享一「中国の観光産業政策と観光統計の整備――“土標準”(自国基準) と“洋規矩”(国際基準) とは折り合えるか――」『アジア研究』(13)、2018 年 3 月より再引用)

旅行管理的規定的通知》）によって、外国人観光客の入国制限が緩和され、外国人観光客の自由な観光行動が認められ、1984 年頃から、観光業における中央集権的管理システムから各省・市･自治区よる旅行管理機関の設立という地方分権的管理システムへの転換が始まり、政府は、経済利益と効果という理由から、中央政府・地方政府・外国資本・中央官庁の各部門・地方の各集団が旅行業への投資と経営に共同参加するという観光開発政策が提出され、1986 年から中央･地方政府の観光業投資と同時に、積極的な大規模な外資導入によって、東沿海部と都市部を中心にした大量の観光インフラの整備が進展した。

表 3-7　改革開放後の中国の観光政策

年	発布部門・機関	改革開放後の観光政策に関連する法律・規定
1982	国務院、中央軍委、公安部、総参謀部、外交部、国家旅游局	「外国人の中国旅行の管理に関する規定の通知」
1985	国務院	「全国観光事業発展計画（1986-2000 年）」
1992	中共中央・国務院	「第三次産業の発展を速めることに関する決定」（観光産業を第三次産業の「重点発展産業」に指定した）
1993	国務院弁公室	「国内観光を積極的に発展させることに関する意見の通知」
1995	中共中央	「第九次五ヶ年計画（1996-2000 年）」、「2010 年長期計画の最優先発展産業」（観光産業を最優先発展産業とした）
1997	国家旅游局・公安部	「中国公民自費出国観光管理暫行辦法」
2006	国家旅游局	「農村観光発展の促進に関する指導意見」
2007	国家旅游局・農業部	「全国における農村観光の発展を強力に推進することに関する通知」
2007	国家旅游局	「インバウンド観光を大いに発展させることに関する指導意見」
2009	国務院	「観光業の加速発展に関する国務院の意見」
2010	国家旅游局・農業部	「全国にレジャー農業地区と農村観光モデル県及び地区を創設する活動を展開することに関する意見」
2013	農業部	「全国のレジャー農業と農村観光のレベル向上活動推進実施プラン」
2015	国務院	「観光業の改革発展の促進に関する若干の意見」

出所：前掲「中国の観光産業政策と観光統計の整備」を参考し、筆者作成。

表 3-7 は改革開放後の中国の観光政策を整理したものである。観光政策の特徴としては、改革開放初期の段階では、観光開発と観光市場の経営・管理は基本的に中央政府によって独占されていたが、高度な中央集権から多様な観光投資・経営体制への転換が展開されはじめた。それと同時に、政府は、経済利益と効果を重視して、中央政府・地方政府及び政府各部門、外国資本、各種事業集団が旅行業に投資と経営という形で共同参加する「観光開発政策」を積極的に推進した。90 年代に入り、計画経済と市場経済を併存させるいわゆる「双軌制」のもと、観光インフラ整備は依然として計画経済が主体の位置を占めていたが、多様な観光インフラ整備に対する投資の市場構造が形成され、東沿海部や都市部が観光開発の中心になっていった。また、観光に関する国民に対する啓蒙活動は国が主体として率先して行っていた。2000 年代から、観光と農業を結合させ、観光を農村開発の重要な手段として取られた。

(2)「観光年テーマ」の変遷

1990 年代から、鄧小平の「先富論」[32]をできるだけ早く実現するため、観光業にも大きな経済利益の獲得を保証するとともに、1992 年に、中国政府は、観光産業を第三次産業の「重点発展産業」に指定し、さらに「第 9 次 5 ヵ年計画（1996-2000 年)」と「2010 年長期計画」において、最優先発展産業に掲げた。それを契機として、中国国家旅游局は「国内観光を積極的に発展させることに関する意見の通知」を発出し、1993 年に国務院によって全国に貫徹するように通達された[33]。また、1992 年から、国家旅游局は、年ごとに大規模な観光プロモーションキャンペーンにテーマを設定し、これを「観光年テーマ」として、重要な観光政策として開始した。こうした一連の活動によって、中国の旅行業が発展し、観光・旅行に対する意識が広まり、旅行市場も拡大した。

表 3-8 は、中国の暦年の「観光年テーマ」を一覧したものである。中国では、観光資源の所有権・経営権・管理権・開発権は、国家・各自治体政府・国有企業に属し、これらによる観光資源の独占が中国の政府主導型の観光マネジメント体制の特徴の一つである。国家旅游局が毎年設定した「観光年テーマ」は、主に各時期の「5 ヵ年計画」や中国共産党の「全国代表大会」に基づいて設定されたものである。しかし、近年では、一定の市場

---

[32] 改革開放が開始された初期、鄧小平は「先富論」を提出し、「一部の人、一部の地域から豊かになる」と述べた。改革開放初期に、平均主義が流行するなか、国民経済全体はまだ貧困な状態において、「共同富裕」の目標を実現するために提出した理論である。1980 年代末期、ポーランド選挙におけるポーランド「連帯」の当選、およびソ連の「8・19」事件によって、国際共産主義運動は大きな挫折を受けた。この国際背景だけではなく、中国国内においても、経済体制改革の経験が欠如し、加えて当局が功を焦り、マクロコントロールが偏るなどの不利な要素が生じていたため、経済のインフレおよび政治危機などの大きな混乱がもたらされた。その後、1992 年、鄧小平は武漢・深圳・珠海・上海などを訪問し、「南巡講話」という重要な声明を発表し、「外資導入による経済建設を大胆に推進すること」として、の後に開催される「中国共産党第 14 期全国代表大会」において「改革開放の深さと広さ」をいっそう促進させる大きな転換点となったのである。

[33] 《国务院办公厅转发国家旅游局关于积极发展国内旅游业意见的通知》国办发〔1993〕75 号

の動向とニーズを取り入れつつあり、2006 年には「公開募集」の試みもあった。

表 3-8　中国暦年観光年テーマ（1992-2017 年）

年	観光年テーマ（中国語）	観光年テーマ（日本語訳）
1992	友好观光年	友好観光年
1993	山水风光游	山水風光観光
1994	文物古迹游	文化遺産・遺跡観光
1995	民俗风情游	民俗風情観光
1996	度假休闲游	リゾートレジャー観光
1997	中国旅游年	中国観光年
1998	华夏城乡游	伝統的都市・農村観光
1999	生态环境游	生態環境観光
2000	神州世纪游	中国世紀観光
2001	体育健身游	スポーツ観光
2002	民间艺术游	民間芸術観光
2003	烹饪王国游	グルメ王国観光
2004	百姓生活游	庶民生活観光
2005	红色旅游年	革命記念観光年
2006	中国乡村游	中国農村観光
2007	和谐城乡游	調和的都市農村観光
2008	奥运旅游年	オリンピック観光年
2009	生态旅游年	エコ・ツーリズム年
2010	中国乡村游	中国農村観光
2011	中华文化游	中華文化観光
2012	欢乐健康游	快適・健康観光
2013	海洋旅游年	海洋観光年
2014	智慧旅游年	スマート観光年
2015	丝绸之路旅游年	シルクロード観光年
2016	丝绸之路旅游年	シルクロード観光年
2017	丝绸之路旅游年	シルクロード観光年

出所：中国国家旅游局编《中国旅游年鉴》（1993-2017 年版）中国旅游出版社を参考し、筆者が作成・翻訳した。

これらの「観光年テーマ」には、中国の観光政策の特徴が示されている。1992 年は、

友好をテーマとして、中国の「開放」の姿勢を世界にアピールする政策意図が含意されていた。1993 年から 1995 年までは、既存の観光地や観光資源（風景・遺跡・文化）が「観光年テーマ」となり、観光ブームの基礎を作ろうとした。この頃は、観光開発の初期段階であり、既存の観光資源による観光開発と観光地整備が行われた時期であった。

1996 年には、レジャー観光の開発に力が注がれ、リゾート地の整備が開始された。

1998 年、中国で初めて「農村観光」がテーマとして定められ、観光は農村開発の重要な手段として認識されることになった。1999 年も、引き続き「エコ・ツーリズム」がテーマとされて、観光を手段としての農村開発が拡大された。中国経済が急速に発展し、農村・都市間の格差の拡大とともに、農村開発・農民生活の改善がまた重要な課題となった。そのため、2006 年、2007 年、2009 年、2010 年と、連続して「農村観光」や「エコ・ツーリズム」が観光テーマに設定された。とくに 2007 年の「調和的都市農村観光」のテーマは、農村と都市の格差を縮小し、バランスを図るという政策意図が含まれていた。

2000 年以降、国民生活と緊密に関係する「スポーツ」、「庶民生活」、「食・グルメ」などが次々に観光テーマとなり、観光が国民生活を豊かにする重要な手段として認識された。2005 年に「革命記念観光」が設定された背景には、この年に制定された「反分裂国家法」があった。国民に対して、「共産主義革命（紅色革命）」を再認識させることによって、国家統一意識及び国家主権意識の教育的意義を持たせたのである。2013 年、「尖閣諸島事件」が日中間において勃発し、海洋安全が意識されたことから、「海洋観光年」がテーマとして設定された。翌 2014 年には、社会的にスマートフォンが急速に普及し、ICT（情報通信技術）の進歩が注目されたことから、それを活用した「スマート観光」がテーマとなった。また、近年は「一帯一路」戦略が中国の対外・対内政策の中心となり、2015 年から 3 年連続して、「シルクロード」がテーマにされた。

(3)「観光年テーマ」の役割

中国の「観光年テーマ」の第 1 の役割は、政府によるマクロ面で行われた観光のプロモーションである。その目的は、外国に対して中国観光のイメージを構築し、外国人観光客の訪中観光を誘致することにあった。とくに毎年のテーマ設定は、インバウンド観光における役割が明確である。国家旅游局が 2007 年 1 月 9 日に発表した「国家旅游局によるインバウンド観光を大いに発展させることに関する指導意見」[34]では、「観光年テーマのイベントを真剣かつ積極的に行い、主要観光客市場となる国、地域及び都市では、影響のあるプロモーションイベント開催を推進させ、観光市場での影響力を拡大する」と指摘した。このように、中国の豊かな観光資源を発掘し、中国観光のイメージを統合し、それを世界に向けて宣伝することから、外国人観光客の中国に対する理解を深め、インバウンド観光を促進することが目的であった。

[34] 中国国家旅游局《国家旅游局关于大力发展入境旅游的指导意见》(2007 年 1 号文件)。

第 2 の役割は、重要な観光資源の形成である。中国における観光は「政府主導型」の発展戦略を実行しているため、国家旅游局が発表する「観光年テーマ」は、強力な「志向性作用」を発揮した。例えば、2006 年の「農村観光」がテーマとして発表されると、「農村観光」が地方観光の重要な観光資源の位置におかれ、各地で「農村観光」に関する展示会や商談会が開催され、UNWTO などの国際機構も中国の農村観光に注目した。2006 年、貴陽で開催された「農村観光国際フォーラム（International Forum on Rural Tourism in Guiyang)」では、世界銀行が貴州の農村観光プロジェクトに対して 6,000 万ドルの投資を発表した[35]。

第 3 の役割は、ミクロの面では、消費者の消費動機が刺激され、旅行会社による主要旅行商品の開発・設計の重要な指針となったことである。

(4) 農村開発と観光政策

すでに指摘したように、中国の「観光年テーマ」を設定する主体は、中国国務院の直属機構である国家旅游局であった。テーマの設定には、中国の発展戦略や対内・対外政策が反映されたのである。こうしたことを「農村開発と観光」との関係を例として、少し検討してみる。「農村観光」が観光政策として位置づけられるにつれて、「農村観光」は農村地域の新しい収入源となり、農村地域における経済発展に寄与した。

1990 年代初頭、中央政府は、各省級政府に対して、「貧困対策」を講じるよう要求した。この時、河北・四川・雲南・貴州等では、観光地として整備したエリア付近の農家を観光事業に従事させ、貧困から脱出を図るという方策をとった。1996 年、国家旅游局と国務院扶貧指導辦公室（国内の貧困救済の支援機構）は、観光を通じた貧困救済自立支援に関する全国会議を湖南省張家界で開催した。各省から報告された数字によれば、1996 年までに、全国で 1 万村余、300 万人ほどの農民が貧困から脱出したとされた[36]。この成果を受けて、1998 年には、農村における事業をツーリズムの対象にした「農業ツーリズムモデル地区」が選定された。これによって、「全国農業ツーリズムモデル地区（中国語では、「全国旅游示範点」)」の評価制度が導入され、全国の観光行政部門に通知された[37]。2004 年 7 月にモデル地区の第一陣が公表された。村を単位とした取り組みもあったが、多くは地方政府やさまざまな企業等による投資に依拠した「ハイテク農園」など、「農のテーマパーク」的な場所が多く選定された。

---

[35] International Forum on Rural Tourism: Final Report – Guiyang, Guizhou Province, China, 4 – 6 September 2006.

[36] 高舜礼《中国乡村旅游现状与发展新思路》(张广瑞, 刘德谦主编《旅游绿皮书 中国旅游发展分析与预测》) 社会科学文献出版社, 2008 年, 221-232 页を参照。

[37] 同上《中国乡村旅游现状与发展新思路》。モデル地区は、評価点 1000 点満点とし、700 点以上で、モデル地区認定を受ける。評価基準は、経済効果 200 点、社会効果（雇用創出度や納税額等）150 点、観光インフラ整備（施設・道路・アクセス等）140 点、経営効果（経営組織・接客・顧客満足度等）130 点などから構成された。

こうした「農村観光」のテーマに応じて、2006 年には、再び農村を観光テーマにした「農村への旅」が取り上げられた。この年のゴールデン・ウィーク期間中、観光客はこぞって「農村観光」に集中した。それに対して、各旅行会社は、農村観光ルートの増設や農村観光商品の開発に重点を置き、既存の観光商品に農村観光の要素（農業体験・農家食事・農家民泊など）を加えることに集中した。同年、国家旅游局は、「農村観光発展の促進に関する指導意見」(《国家旅游局关于促进农村旅游发展的指导意见》2006年8 月）を公表し、当時、農業政策として打ち出された「社会主義新農村建設」の政策に呼応した。この時に提示された数値目標は、農村で新たに増加する観光業就業者を 35 万人、観光業に関連する就業者を 150 万人、観光業に従事する農民の平均所得を 5%増加させるというものであった。この他にも、全国で 100 の「農村観光特色県、1000 の農村観光特色郷鎮、10000 の農村観光特色村」を建設することも数値目標に掲げられた[38]。

2007 年の「観光テーマ」は、「都市と農村の調和の旅（和諧游）」であった。この時には、国家旅游局と農業部の共同した取り組みが展開された。国家旅游局・農業部合同の「全国における農村観光の発展を強力に推進することに関する通知」(《国家旅游局农业部关于大力推进全国乡村旅游发展的通知》）が発せられた。この通知によって、「農村観光」を実行するための組織を作り上げること、それには農村行政サイドと観光業サイドの役割（分業と協業）を明示することが指示された。次いで、2010 年には、国家旅游局・農業部は共同して「全国にレジャー農業地区と農村観光モデル県及び地区を創設する活動を展開することに関する意見」(《关于开展全国休闲农业与乡村旅游示范县和全国休闲农业示范点创建活动的意见》）を発出し、今後 3 年間にモデル県 300、地区 300 の育成を推進した。なお、この活動はさらに 2013 年以降も継続して 3 年間の目標を設定して続けられた。また、農業部は、「第 12 次 5 ヵ年計画（2011-2015 年)」に呼応して、この計画期間に全国的にレジャー農業を発展させる計画を策定して、その発展目標を提示した（2011 年)。それは、主要な任務として、農業の合理化・経営規模の拡大であり、小規模なものは付近の大型観光地との連携を進んで求めることであるとして、年間の営業収入 500 万元以上の経営体を 20%増加すること、入込客及び営業収入を平均 15%以上増加させるというものであった。2013 年には、これに関して、農業部の農村社会事業発展センター（农业部农村社会事业发展中心）は「全国のレジャー農業と農村観光のレベル向上活動推進実施プラン」(《全国休闲农业与乡村旅游推进提升行动实施方案》）を作成し、全国範囲でレジャー農業及び農村観光を推進することをし、これを規範的・健全的な発展にしていくことを企図した。このように、中国の観光政策は、2000 年代中頃から、「新農村建設」政策と結合して、展開されていたと指摘できる。最近では、2018 年に、文化旅游局及び農業部をはじめとする 17 の国家部門[39]が合同して「農村観光の持続的可能な発展

[38] 2007 年国家旅游局と農業部が北京で「社会主義新農村建設と農村観光発展を促進する協力合意書」にサインし、「百千万プロジェクト」を起動した。
[39] この 17 の国家部門は以下である。文化和旅游部、国家发展改革委、工业和信息化部、财

を促進する指導意見」(《关于促进乡村旅游可持续发展的指导意见》中发〔2018〕1号) を発表した。このことから、現在の中国では農村観光を重要な観光産業として、国全体をあげて農村観光の発展を促進しているということが指摘できよう。

こうした「農村観光」の主体となった農民は、地域固有の自然環境や文化を観光資源として観光客に提供するようになり、一定の経済効果もみられた。これによって、「農村観光」が「三農問題（農業の低生産性・農村の荒廃・農民の貧困といった「農」が抱える3つの問題)」の解決に寄与することが図られた。「農村観光」を通して、地域の自然環境や文化の保全、農民の生きがいの創出、誇りの醸成などにたいする効果も考えられる。

北京市農村工作委員会、北京レジャー観光農業協会、北京市旅游局の調査[40]によると、2006年末、全市において一定の規模を持っている観光農園は1100ヵ所、土地の使用は45万亩（約3万ヘクタール）を占めている。北京市は12の区、県の321村にこれを展開し、農村観光の観光客を受け入れている。市認定の民俗観光村[41]は 110 で、現有の民俗村の34%を占めており、「民俗旅游戸」は1.7万戸に達し、市認定民俗観光村の農家戸数は8726戸で、現有民俗観光受け入れ戸の41%を占めている。経営状況は、2006年末に総収入14億元に達した。発展状況についは、農村観光の観光者数は延べ 2193 万人となっている。また、表3-9にみるように、2006年には、北京市の「農村観光」の規模は大いに拡大され、「農村観光年」のテーマによる観光振興の効果は顕著に現れた。

表3-9　農村観光発展の状況

年	自治体や村数	農園法人数	農家数（戸）	従業員数（人）	観光総収入（億元）	受入人数（万人）
2005	497	1,012	7,268	14,070	11	1,651
2006	630	1,230	8,726	18,253	14	2,193
2007	-	1,302	10,323	20,750	18	2,614
2008	-	1,332	9,151	19,421	19	2,704
2009	-	1,294	8,705	-	21	2,991
2010	-	1,303	7,979	-	25	3,329
2011	-	1,300	8,396	-	30	3,512
2012	-	1,283	8,367	-	36	3,636
2013	-	1,299	8,530	-	38	3,751

政部、人力资源社会保障部、自然资源部、生态环境部、住房城乡建设部、交通运输部、农业农村部、国家卫生健康委、中国人民银行、国家体育总局、中国银行保险监督管理委员会、国家林业和草原局、国家文物局、国务院扶贫办。

[40] 北京市统计局编《北京统计年鉴》(2007年版）中国统计出版社，2007年,377页。

[41] 北京市農村工作委員会と北京市旅游局が認定した「北京市民俗旅游村」のこと。

出所：北京市统计局编《北京统计年鉴》中国统计出版社，2007-2014 年版各年のデータをもとに筆者作成。

4. 中国の大衆旅游（マスツーリズム）時代の特徴と発展

これまで検討してきたように、中国における観光政策は、インバウンドのみならずアウトバンド、さらに国内観光を推進する役割を果たしてきた。それは、中国の経済政策や課題を巧みに取り入れて、観光産業の発展を促進してきた。ゴールデン・ウィークの設定や「観光年テーマ」の設定はそうしたことの表れであった。「改革開放」政策の着実な進展によって、中国の観光業は大きく前進した。大衆を巻き込んだマスツーリズムが地方や農村においても発展した。こうしたなかで、沿海部大都市を中心とした富裕層は、金銭的にも時間的にも余裕を持っていることから、観光資源に新しい価値をみいだし、テーマ性を強調した観光形態を選択しはじめ、政府の観光政策とマッチして、マスツーリズの波を地方へと導く役割を果たしていたのである。

他方、中国においては、2010 年以降、海外旅行者が急速に増加し、それによって、中国は「大衆旅游時代」、すなわちマスツーリズムの急成長段階に入ったということができる。中国では、いまや観光産業が経済発展の大きな柱になり、国家旅游局は、観光がすでに中国の第三次産業のうち、最も活力と潜在力のある新興産業であり、経済の新しい成長分野であるとみなしている。「人民網」によると、中国の観光は、国際メディアにおいても中国 9 大分野の 1 つとして、中国は世界観光市場最大のけん引力と指摘された[42]。

中国では、マスツーリズの展開とともに新たな観光形態が同時に発展している。それが近年のインターネットや SNS の普及によってさらに急速に進展している。現在の中国の海外観光発展の特徴として、SNS が大きな役割を果たしている。かつては、インターネットはパソコンで利用するものであり、この場合、利用者は自宅や宿泊ホテルでインターネットを利用して観光情報を入手したのである。それがインターネットはスマートフォンで利用することが当たり前になり、観光情報はどこにいても入手できるようになった。しかも、観光情報の入手だけの手段ではなくなった。観光スポットでの遺跡の見学、レストランの食事、アウトレットでの買い物など、その場で自らの感動したことや経験したことを、即座にネットに発信し、同時に、仲間が発信する情報を閲覧するという双方向の利用が重視されるようになったのである。

SNS とスマートフォンの組み合わせによって、新しい観光情報の受発信が可能にされた

[42] http://j.people.com.cn/94475/7104387.html（「中国　海外メディアに称賛される 9 分野」2010 年 8 月 13 日）、同記事では、国際メディアは、「中国人は観光業にとって真のエンジンと証明されている」と指摘した。また、同年の調査では回答したアジア人の 33%、そして中国人のわずか 14%が、観光計画は金融危機の影響を全く受けていないとした。（記事より再引用、調査資料は不明）

のは、ここ数年の出来事であった。観光における人気のスポット、レストラン、ショッピングは、従来の旅行ガイドの情報よりも、観光客自身により SNS やブログにアップされた情報が、大きな意味を持つようになった。こうしたことが世界中の観光客の行動パターンを大きく変えただけではなく、観光の同時展開をも可能にしたのである。どこかで発生した観光形態は、こうした情報手段を通して、即座に拡散し、相互に影響を与え合うのである。中国からの観光客の動向は、日本のインバウンドにも大きな影響を及ぼしているが、この中国人旅行者に絶大な影響力を持っているのは、現在ミニブログと呼ばれる「新浪微博（シンランウェイボー)」である。同サイトは 2009 年 8 月にスタートした。また、SNS の普及は先進観光国に限ったことではない。台湾では、2012 年 10 月時点で、利用者数は 1290 万人で普及率は 56%であるとされている[43]。後述するように、外国人観光客が急増している東南アジアでも例外ではない。観光の発展は、もはや段階的発展を経るとはいえないのである。

他方、外国人観光客に対しては、前節で指摘したように、すでに欧米をはじめとする先進国等で展開されはじめたマスツーリズムの発展形態としての「SIT 型（Special Interest Tour、特別な目的に絞られた旅行)」戦略も登場しはじめた。中国では、こうした新しい観光としての SIT 型観光形態がマスツーリズムの出現・発展と同時に展開されているところにその特徴がある。中国の観光は国内に限らず、国際的にも期待されている。中国政府は、2020年に観光業の規模・品質・効率ともに世界の「観光強国」の水準を目指すという目標を示している。経済成長が著しい中国は、2010年代後半にアジア諸国で起こると予想されている「第4次観光革命」[44]を先導する国の1つとされている。UNWTOの予測(1997年)によると、「中国は2020年に、世界で最も多い１億3710万人の外国人観光客を受け入れる国になり、世界で4番目に多い1億人の中国人観光客を送り出す国になる」と予測し、世界中から広く注目された。これは、中国が国内マスツーリズムの拡大を推進する世界最大の受入国だけでなく、マスツーリズムの拡大を世界に推進する大国になろうとしていることを示している。

中国の高速鉄道（いわゆる新幹線）の建設と発展は、2004 年に国務院によって可決された「中長期鉄道網計画」(《中长期铁路网规划》发改基础〔2016〕1536 号）に基づき、2006 年の「鉄道『第 11 次 5 ヵ年計画』」(《铁路“十一五”规划》铁计〔2006〕173 号)、2012 年の「高速鉄道技術発展『第 12 次 5 ヵ年計画』国家プロジェクト計画」(《高速列车科技发展“十二五”专项规划》国科发计〔2012〕230 号)、2016 年の「鉄道『第 13 次 5 ヵ

[43] コムスコア・ジャパンの調査による（http://cmmninc.com/taiwan-snshttp:/mkt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights12enhr.pdf#search='September+2012%2C+UNWTO+Highlights'）

[44] 石森によれば、経済成長が著しい中国は、2010 年代後半には、アジア諸国で起こると予想されている「第 4 次観光革命」を先導する国の 1 つとされている。石森秀三「観光立国時代における観光創造」石森秀三編『大交流時代における観光創造』北海道大学大学院メディア・コミュニケーション研究院、2008 年、1-20 頁。

年計画』」（《铁路“十三五”发展规划》发改基础〔2017〕1996 号）によって、設計・計画されている（2020 年までの目標は表 3-10 参照）。

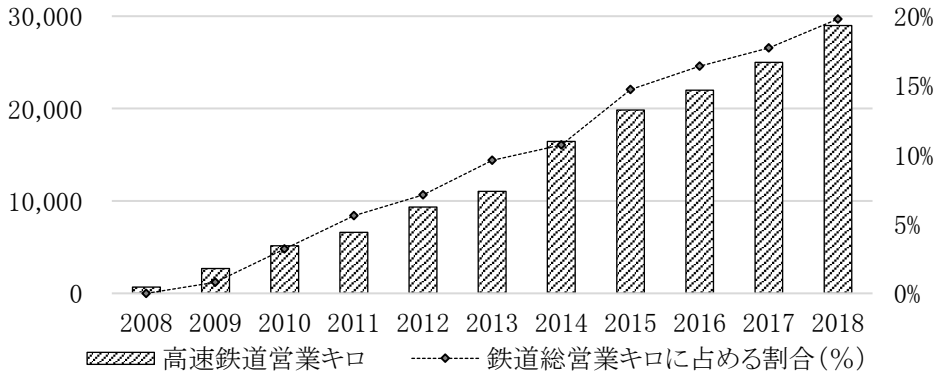
表 3-10　「第 13 次 5 ヵ年」期間中の中国鉄道発展の主要目標（旅客輸送）

指標	2020 年	5 年間の増加量	年間増加率（%）
営業キロ数（万キロ）	15	3	4.8
高速鉄道の営業キロ数（万キロ）	3	1	11.6
複線化率（%）	60	7	＞2.0
電化率（%）	70	9	＞2.5
旅客輸送量（億人）	40	15	9.5
旅客回転量（億人）	16,000	4,040	6.0

出所：鉄道「第 13 次 5 ヵ年」計画（《铁路“十三五”发展规划》发改基〔2017〕1996 号）

これらの中長期の計画をもとに、中国では、2008 年に高速鉄道の第一号として北京-天津線が開業し、2009 年、鉄道建設に 6 千億元を投じ、600 万人の雇用を生み出し、2012 年まで投入する資金は 8 千億元を超えている[45]。2018 年までの 10 年間で、「四縦四横」（南北方向、東西方向各 4 路線）と呼ばれる高速鉄道網の骨格がほぼ完成し、「八縦八横」（南北方向、東西方向各 8 路線）と呼ばれる高速鉄道幹線網の主要ルートの整備も進められた。2018 年末の供用区間総延長は 2.9 万キロメートルに達し、中国以外世界各国の高速鉄道を合わせた総延長の 2 倍以上の規模となっている。

図 3-2　中国高速鉄道の発展



出所：国家发展和改革委员会,交通运输部,国家铁路局编《中国交通年鉴》2008-2018 年,中国

[45] 中国交通年鉴编辑部《中国交通年鉴》（2011 年）中国交通出版社，2011 年，19-23 页。

交通出版社、各年のデータをもとに筆者作成。

2010 年、中国の高速鉄道は供用区間総延長が約 7000 キロメートルとなり、中国は、高速鉄道の総延長が世界最長、運行スピードが世界最速、建設中の規模が世界最大の国となった。また、2010 年の平均乗車率は 101.7%と高く、とくに甬台温（寧波-台州-温州）線、滬昆（上海-昆明）線、合寧（合肥-南京）線、合武（合肥-武漢）線では 160-180%の乗車率、滬寧（上海-南京）線では 121.7%の乗車率、武広（武漢-広州）線では 101%の乗車率を示した[46]。こうした各路線の利用状況を考えると、社会的需要に対応したさまざまな種類・等級の列車が提供されているといえよう。

2015 年には、28 省・市・自治区の 160 都市が高速鉄道網に組み入れられ、2018 年末に高速鉄道の営業距離は 2 万 9000 キロメートルに達し、世界の 3 分の 2 を上回り、旅客輸送量は延べ 90 億人を突破し、中国の鉄道旅客輸送のメインルートとなった。中国は、高速鉄道の営業距離が最長の、運輸密度が最高の、ネットワーク運行が最も密集した国となり、中国の高速鉄道の安全性・信頼性・運輸効率も世界のトップレベルである[47]（表 3-11 を参照）。

表 3-11　2018 年主要国の高速鉄道区間延長と走行時速（単位：キロメートル）

順位	国	開通区間	工事区間	計	最高時速
1	中国	22,000	18,155.50	38,155.50	350
2	スペイン	3,100	1,800	4,900	310
3	ドイツ	3,038	330	3,368	300
4	日本	2,765	681	3,446	320
5	フランス	2,658	135	2,793	320
6	スウェーデン	1,701	0	1,706	205
7	トルコ	1,420	1,506	2,926	250
8	英国	1,377	0	1,377	300
9	イタリア	923	125	1,048	300
10	韓国	880	552	1,432	305

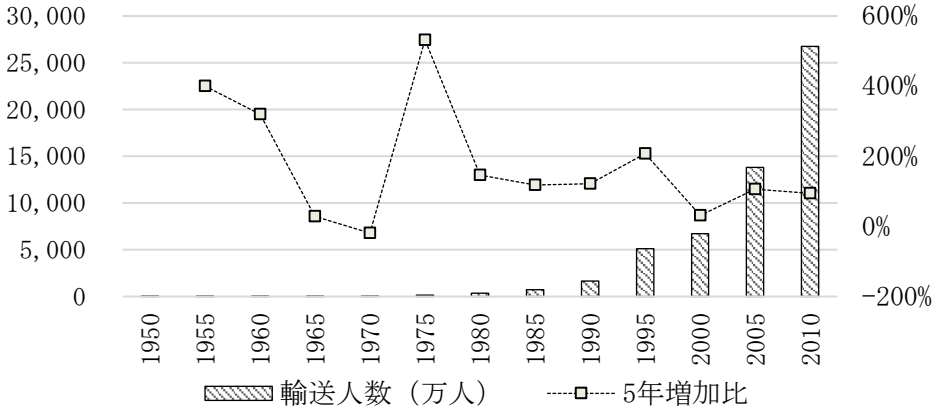
出所：国家统计局综合司《新中国成立 70 周年经济社会发展成就系列报告之一》2019 年 7 月。

マスツーリズムの発展は、広大な土地面積を有する中国では、鉄道建設と同時に、交通

[46] 同上《中国交通年鉴》，63-68 页。
[47] 国家统计局综合司《新中国成立 70 周年经济社会发展成就系列报告之一》2019 年 7 月（http://www.stats.gov.cn/tjsj/zxfb/201907/t20190701_1673407.html）

手段としての航空機の発展によっていっそう促進された。図 3-3 は、中国の航空機利用の旅客人数の変化である。1990 年代に入って、航空機利用者が急激に増大していることを確認することができる。また、この航空機利用者数の 5 年毎の増加比率から、急増期が始まる前の 1975 年頃から増加傾向がみられ、その勢いが 1990 年代の増加期をもたらしていったことが分かる。

図 3-3 中国の航空機利用者数の推移（1950-2010 年）



出所：中国民用航空总局规划科技司编《从统计看民航》(2002-2012 年) 中国民航出版社各年のデータをもとに筆者作成。

中国における交通手段としての航空機利用は、欧米の数倍の速さで発展したが、こうした発展の背景には、規制緩和を中心とする制度上の要素、個人所得の増加に伴う余暇時間の増加に依拠した需要の要素、さらに LCC といった新しいビジネスモデルが人々に容易に受け入れられたといった要素を挙げることができる。これらはいずれも、これまで指摘してきたような、中国の観光業の発展に関連していた。

中国の航空機利用については、新中国建国後、1950 年代に中央軍事委員会に属する「中国民用航空総局（民航総局)」が設立され、その管理下に 6 つの「地区民航管理局」、23 の「省級民航管理局」、78 の「基層航站」が配置された。このような管理体制において、参入規制・運賃規制・便数規制などのすべての航空事業が規制され、1978 年の「改革開放」政策が始まるまで、中国の航空機利用については、一切が空軍に隷属したまま、国家によって直接管理されていた[48]。1978 年、民用航空機産業（公司）が軍隊から脱離し、国務院に直属する機構に移行し、交通部の「民航総局」所属になった。1980 年には、民用航空機数は 140 機に増え、民用空港も 79 ヵ所に増加した。

[48] 中国の航空政策の沿革の詳細については、李军编《中国民航年谱 1949-2010》中国民航出版社，2012 年を参照。本論文の記述は、多くをこれに依っているので、本文献による際には、とくに注記しない。

その後、「改革開放」政策が本格的に展開された 1987 年以降になって、航空機利用の規制緩和が検討され、中国の民用航空の企業化（公司化）が開始されていった[49]。

2000 年代初期、「中国民用航空総局」に属する国営 6 大航空会社（中国国際航空公司・中国東方航空公司・中国南方航空公司・中国西南航空公司・中国西北航空公司・中国北方航空公司）が設立され、これらの公司に独立採算制と損益自己負担が義務付けられた。一方、空港管理体制も改革され、航空会社と空港の経営分離が開始された。

こうしたなかで、2001 年 4 月、「民航管理体制改革及び直属企業の再編に関する案」（《关于深化民航体制改革总体框架及指数航空运输企业重组方案》）が提出された（2002 年 2 月、国務院の承認）。この改革の内容は「市場化を進める観点から、行政と企業の分離、行政による独占の打破、過度の分散の是正、市場競争ルールの確立、市場に応じた経営資源の配置を行うことによって、社会主義市場経済に対応できる新しい民間航空事業体制を確立する」ことを指針とした画期的なものであった。従来は「民航総局」が航空会社を傘下において民間輸送業務を直接執り行い、路線の計画や国際航空協議にも臨んできたが、これを取りやめ、「行政」の一部である「民航総局」と「企業」の部分である各航空業界関係会社を分離するいわゆる「政企分離」が実行されたのである。国有企業の改革及び「政企分離」は、1992 年 10 月に「中国共産党第 14 回全国代表大会」において、「国有企業は市場の基本経済単位であり、競争主体である」とされ、翌 1993 年 11 月の「第 14 期 3 中全会」の「社会主義市場経済体制を建立することについての若干の問題に関する決定」において、「国有企業が公司制を実行することは、現代的企業制度を確立していくうえでの重要な方策である」として、国有企業を①国有独資公司、②有限責任公司あるいは株式制公司に改組するとした。これを受けて、1993 年 12 月に「中華人民共和国公司法」が成立した。これまでの「政企分離」の実行策としての「放権譲利」や「経営請負制」では実効が上がらず、国有資産の流失や欠損がさらに増幅されたことを総括した結論であった。こうした試行は、1994 年 11 月頃から 3 年かけて行われ、中央に所属する 100 企業が改組されたが、そのうち 69 企業が国有独資公司への改組であった[50]。

さらに、2002 年 3 月、国務院は、「民航体制改革方案を印刷して配布することに関する通知」（《国务院关于印发民航体制改革方案的通知》国发〔2002〕6 号）を発出して、中国民航の体制改革を決議した。具体的な改革内容（重点）は、次の 2 点であった。

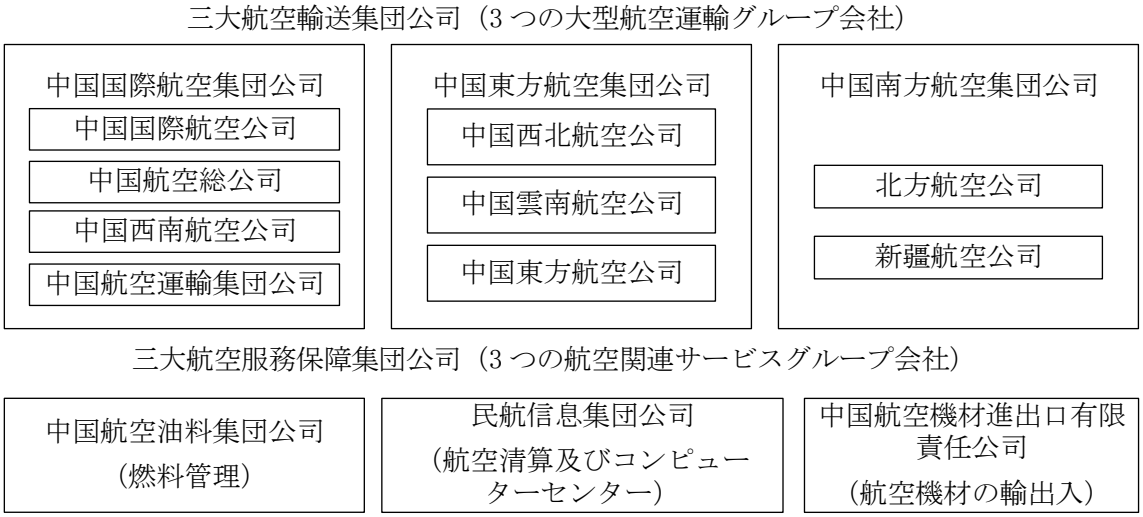
第 1 は、「民航総局」に直属していた 6 社の航空企業を 3 つの大型航空運輸グループに再編したことであった。これによって、民間航空会社の「三大航空輸送集団 9 公司体制」が形成された。同時に、航空産業関連のサービス業においても、企業再編が行われ、3 つの航空関連サービス・グループ会社が設立された（図 3-4 参照）。

---

[49] 白抒梅「国営企業から株式会社への中国の国有企業改革」『一橋研究』25（4）、2001 年参照。

[50] 国有企業の改革（政企分離）については、剧锦文《改革开放 40 年国有企业所有权改革探索及其成效》，《改革》292 期，2018 年 6 月参照。

図 3-4　中国の航空産業における６つの民用航空集団公司（六大グループ）



出所：刘亚洲，姚俊主编《中国航空史》第二版湖南科学技术出版社，2007年，953 页。

以上の「三大航空輸送集団公司」（中国国際航空グループ・中国東方航空グループ・中国南方航空グループ）と「三大航空服務保障集団公司」を合わせて、6 つの中国民用航空集団公司が成立し、これによって、これらの企業は「民航総局」から完全に離脱し、企業及びグループ会社は自主経営を行い、政府はそれを監督するという運営体制が構築された[51]。

改革の第 2 は、空港管理体制の改革であった。2004 年 7 月、「民航総局」は、従前、直接管理あるいは地方政府や軍と共同管理していた空港の管理運営権や資産を一括して地方政府に委譲した（北京首都空港とチベットの空港は対象外）。これによって、地方空港の運営状況が直接地方における経済活動に与える影響が増大し、管理にあたる地方政府が空港の設備拡大やエアポートセールスに積極的に取り組むことができるようになった。この改革が実施されるまでは、行政機関である「民用航空総局」は、表 3-12 のような直属の企業を有して、航空業界を管理・運営していた。

表 3-12　改革前の政府管理体制の状況

管理局	華北管理局	華東管理局	東北管理局
	中南管理局	西南管理局	西北管理局

[51] これ以外の企業については、自らの意思で、この「三大グループ」に参加することも可能とされ、また単独で業務を行うことも可能とされた。

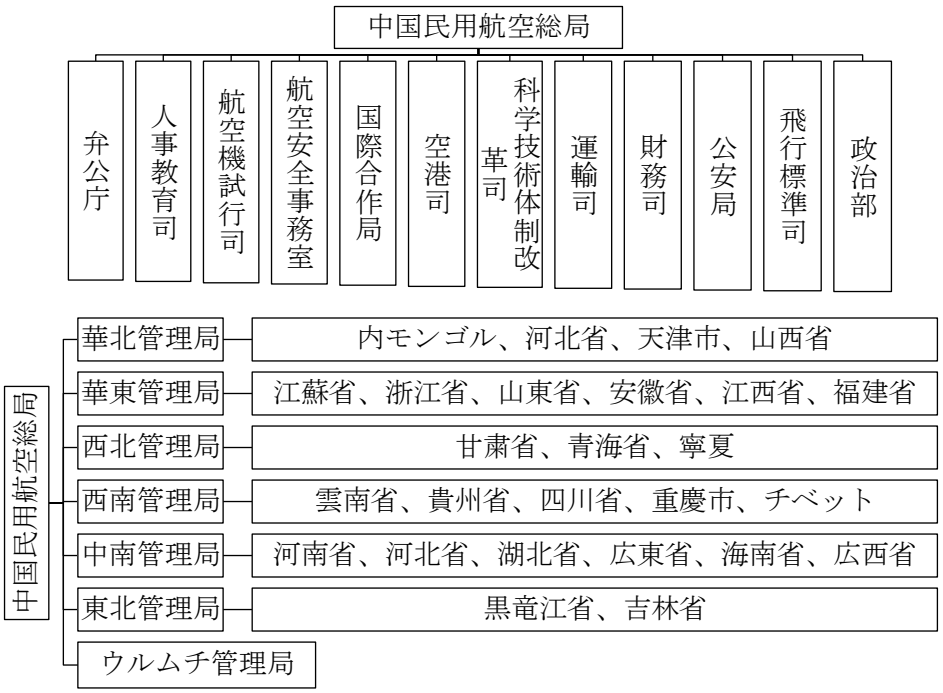
	ウルムチ管理局		
企業単位	中国国際航空公司	中国南方航空公司	中国東方航空公司
	中国西南航空公司	中国西北航空公司	中国北方航空公司
	雲南航空公司	新疆航空公司	中国航空集団公司
	北京首都国際機場	広州白雲国際機場	中国航空油料総公司
	中国航空器材公司	民航実業開発総公司	民航機場建設工程公司
	民航物資設備公司	金飛民航経済発展中心	民航快梯有限公司
	中国民航工程諮詢公司	中国航空結算中心	民航計算機信息管理中心
事業単位	空中交通管理局	民航総局機関服務局	航空安全技術中心
	中国民用航空学院	中国民用航空飛行学院	中国民航管理幹部学院
	中国民用航空総医院	民航北京上海広州中専	民航総局培訓中心
	中国民航第二研究所	中国民航出版社	中国民航報社
	国際合作服務中心	民航総局適航中心	民航会計師事務所
	民航総局外航服務中心	民航総局档案件館	

出所：図 3-4 と同じ。

改革後には、「民用航空総局」においても「政企分離（行政と企業の分離)」が進展し、内部組織と地域別管理局は、図 3-5 にみるように、「1 つの庁、7 つの司、1 つの部、2 つの局、1 つの室」を有する本部体制と「七つの地方管理局」に分けられた。企業は、すでに述べたように、分離されて、独立の経営主体を有する公司となったのである。

2004 年、空港管理の体制改革も終わり、市場参入と運賃設定などの規制緩和が開始され、2005 年には参入規制の多くは廃止された。規制緩和を機に 2005 年に大手旅行会社上海春秋国際旅行社が中国初の LCC 航空会社（春秋航空）を立ち上げ、上海発の国内チャーター路線の運行を開始した。2010 年には、春秋航空は中国民間航空業界初の国際航路、上海･茨城路線と上海･香港路線を就航させた。

図 3-5　改革後の「民用航空総局」の管理体制



出所：図 3-4 と同じ。

また、近年では、中国政府はいっそうの改革を進めており、オープンスカイ政策、外資規制緩和、完全民営化された航空会社の設立などに関する政策を採っている。表 3-13 は、これまで指摘してきた中国の航空政策と管理体制の変容を整理しまとめたものである。

表 3-13　中国の航空政策と管理体制の変遷

時間	法案・制度	具体的政策
1949 年 11 月 2 日	中国民用航空局が設立	中共中央政治局会議：人民革命軍事委員会―民用航空局（空軍指導）
1958 年 3 月 19 日	交通部に属する局に移る	国務院通知（全国人大常務委員会第 95 回会議が批准）
1960 年 11 月 17 日	名称を交通部民用航空総局に変更	国務院編制委員会が決定
1962 年 4 月 13 日	名称を中国民用航空総局に変更	第 2 回全国人民代表大会常務委員会第 35 回会議が決定
1962 年 4 月 15 日	交通部から国務院に移る	事業・党政・人事など空軍が直接管理
1980 年 3 月 5 日	国務院直属機構に	企業管理：「政企合一」（中国民航局＝民航事務

	変更	を管理する政府部門＋「中国民航」の下に航空業務を経営する企業と、北京・上海・広州・成都・蘭州・瀋陽の 6 つの地区管理局が設立
1987 年	航空会社と空港を分離	航空会社 : 6 つの基幹航空会社に転換、経営自主・損益自己負担・平等競争の実現。空港管理 : 地区管理局（民航事務政府部門＋企業）を設立
1993 年 4 月 19 日	名称を「中国民用航空総局」に変更	国務院直属機構
1993 年 12 月 20 日	副部級から正部級に変更	
2002 年 3 月から 2004 年 7 月 8 日まで	体制改革	「六大グループ」の形成:中国航空・東方航空・南方航空・中国民航信息・中国航空油料・中国航空機材進出口。 管理機構 : 7 つの地区管理局、26 つの省級安全監督管理処。空港管理 : 属地化管理改革。

出所：刘亚洲，姚俊主编《中国航空史》第二版湖南科学技术出版社，2007 年付録年表を参考に筆者作成

以上のように、中国の民用航空は、中国経済の飛躍的な成長にともなってめざましい発展を遂げた。その特徴として、以下の 4 点が挙げられる。

1）運輸網の拡大化

2003 年末に定期国際航空路線は 115 本に達し、総通航キロ数は 237 万キロメートル。世界の 32 国家 72 都市に通航している。

2）空港の建設・整備

2003 年末までに、中国国内の民用航空定期航空便の通航空港は 126 箇所。うち、ボーイング 747 型航空機が離着陸できる空港は 25 箇所を実現した。

3）関連インフラの整備

空港以外にも、航空管理、通信、航空便標識、気象保障システムにかかる技術改革が時に応じて行われ、北京・上海・広州の 3 地点に大がかりな区域管制センターを設置する計画（2005 年では上海管制センターのみ運営）がある。そのほか、航路確保のために以前設置した一連の航空指揮制御タワー等の設備が年数を経て老朽化しているためこれを増改築する「航路二期プロジェクト」など航空管理にかかる施設建設も行われており、これに伴いサービスの内容は著しく向上した。また経済効果も大きいものとなり、国際競争に対応できる実力を有するようになってきている。

4）運輸能力の向上

中国民用航空の主要な航空会社は、世界の航空業界の最先端の規格を維持できるようになっている。随時、新しい技術が採用され、航空機の使用年数も比較的短い。このため、航空機の安全性、快適性および経済性が確保されている。

航空の旅客数は、中国の民用航空事業開始当時の 1950 年には 1.04 万人に過ぎなかったが、2003 年には 8759 万人にまで増加した。とくに「改革開放」政策が始まった 1978 年頃からの発展は著しく、とりわけ近年の経済発展に伴い、航空業界はなおいっそう発展を加速している。2005 年の旅客輸送実績は 1 億人を超えるまでになり、貨物輸送量も 300 万トンにまでに成長した（表 3-14 参照)。「中国民航総局」のデータによれば、「第 7 次 5 ヵ年計画（1986～90 年)」の成長率は、総輸送量で年率 14.5%（旅客輸送 17.2%、貨物輸送 17.2%）であったが、「第 8 次 5 ヵ年計画（1991～95 年)」には、それが年率 23.5%（旅客輸送 25.3%、貨物輸送 22.3%）というきわめて高度なものとなっている。「第 9 次 5 ヵ年計画（1996～2000 年)」には、安定成長を続けているとされるが、それでも総輸送量で年率 18.2%（旅客輸送 13.8%、貨物輸送 26.6%）を記録している。

表 3-14　中国民用航空の発展推移

	総就航距離（キロメートル）	旅客運輸量（万人）	貨物郵便運輸量（トン）
1950	157	1.04	767
1960	4,045	20.73	31,788
1970	4,822	21.73	36,891
1980	42,935	343.12	88,866
1990	249,951	1,659.61	369,722
1998	929,736	5,754.82	1,400,566
2003	1,708,000	8,759.00	2,190,000
2005	2,020,000	13,800.00	3,067,200
2009	2,345,085	23,052.00	4,455,347
2010	2,765,147	26,769.00	5,630,371
2013	4,106,000	35,397.00	5,941,000
2015	5,317,230	43,618.00	6,293,000
2017	7,483,033	55,156.00	7,059,000

出所：中国民航総局発表データ（中国航空运输发展报告 http://www.caac.gov.cn/XXGK/XXGK/TJSJ/index_1214.html）をもとに筆者作成。

第 3 節　ASEAN の国際観光市場への登場

前章で指摘したような「コロニアルホテル」や「アジアン・リゾート」と呼ばれた観光地の形成は、東アジア地域における脱植民地化、国民国家の形成にともなって変化し、観光・リゾートの社会的意味も変化した。アジア海域の脱植民地化過程で新たに誕生した国家にとって、観光事業の振興は、外貨獲得の手段として重要な政策的意味をもち、また、新興国家の国家的アイデンティティの確立とその表明においても重要な意味をもった。このようななか、各国固有の歴史的施設・空間は、象徴的な意味をもつものとなった。

1. 東アジアの経済成長と ASEAN 経済共同体の発足

20 世紀末から、東アジア地域の新興国の経済成長は著しく、世界銀行は東アジアの経済発展に対して、1993 年に出版された「東アジアの奇跡」と題する報告書において、アジアの 8 つの高成長経済体の経済的成果を説明した[52]。その結論として、政府の役割と東アジア諸国の経験として、公平な経済成長を実現するために、基礎的な条件整備を着実に実行し、政策金融、輸出振興のための政府介入などの施策が有効であったと指摘した[53]。2000 年以降も、東アジアの経済成長は依然として顕著な成長を示し、中産階層が生まれ、この地域全体の経済改革が進展していることを証明した。このような状況に対して、2007 年、世界銀行はまた「東アジアのルネッサンス―経済成長の理念」と題する報告書を発表した[54]。そこで、東アジア地域では、製品や部品の域内貿易が拡大し、域内統合が強化され、さらに「第 3 の統合」[55]へ変化していること、経済成長とともに、環境汚染・格差問題・政治的腐敗などの問題が発生しているが、東アジア諸国は、グローバルな統合とともに、地域的統合を進め、経済成長の優位性と競争力を保持していること、また、東アジアの「ルネッサンス」には、欧米先進国からの急激な知的吸収、生活改善への願望及び情報収集を容易にした IT の普及が進行していること、等々の諸特徴を指摘した[56]。

こうした世界銀行の「報告書」で指摘されたように、地域的な統合が東アジア地域の経済成長の重要な要因であった。その地域的な統合の代表的事例は、東南アジア地域における ASEAN 経済共同体の形成であった。戦後の東南アジアは、歴史的に刻印された、長期間の植民地支配の影響を受けて、「対立と分裂」を繰り返す時代を経てきた[57]。ASEAN（アセアン）の成立の背景には、EEC（欧州経済共同体）の成立(1959 年 1 月)の発足を参考に

---

[52] 世界銀行（白鳥正喜監訳、海外経済協力基金開発問題研究会訳）『東アジアの奇跡――経済成長と政府の役割』東洋経済新報社、1994 年、1-2 頁。
[53] 同上『東アジアの奇跡』、394-395 頁。
[54] 都野尚典「世界銀行「東アジアのルネッサンス――経済成長の理念」翻訳」『九州情報大学研究論集』第 10 巻、第 1 号、2008 年 3 月を参照した。
[55] 「第 1 の統合」はグローバルな統合、「第 2 の統合」は地域的な統合、「第 3 の統合」は社会的結束を保つための国内レベルでの統合のことをさす。(同上、参照)
[56] 同上「世界銀行「東アジアのルネッサンス――経済成長の理念」翻訳」。
[57] 黒柳米司「ASEAN における制御された対立」(岡部達味編『ASEAN をめぐる国際関係』日本国際問題研究所、1977 年)。

した「統合化」の動きがあり、さらにインドシナ情勢の悪化（ベトナム戦争の勃発）に加えて、シンガポールの左傾向化やアジアにおける共産主義勢力の拡大を防御しようという政治的意図が作用していた。しかし、米・中・ソが激しく対立する当時の国際環境に対処するには、そうした政治的作用をむしろ排除する形で、「表面的には経済・社会文化・技術協力など、非政治的分野の協力を強調」する必要があった。こうして、「平和・自由・中立を基軸とするASEAN（以降はASEANと表示)」が成立した[58]。ASEANの正式名称は東南アジア諸国連合（Association of South East Asian Nations）であり、1967年8月8日にバンコクで発足した。東南アジアの友好と経済発展、政治的安定を目的として設立された東南アジア初の地域協力機構であった。成立当初のASEANは、いまだ国際協力機構としては不安定な存在であったが、1971年11月に開かれた第1回特別外相会議によって、大きな転換がもたらされた。この会議で採択された「グアラルンプール宣言」は、「東南アジア中立地帯構想」を提示し、「平和・自由・中立」の基本理念を再確認した際、これを当時の域外の大国（米・中・ソ及び西欧各国）が承認する形で、さらに非政治分野での連携に弾みがついたのである。1976年のASEAN首脳会議（第1回）で、「ASEANの協力体制の構築」を進める「ASEAN協和宣言」（バリ宣言）と善隣友好と紛争の平和的解決を約束した「東南アジア友好協力協定（TAC)」が調印され、「地域協力機構としての組織と機能が強化されて」いった[59]。その後、ASEAN相互の産業連携の基盤づくりが進展し、1984年にブルネイ、1995年にベトナム、1997年にミャンマーとラオス、1999年にカンボジアがこれに加盟して、「ASEAN10」としての「ASEAN共同体機構」が完成された[60]。

さらに、2007年には、「ASEAN物品貿易協定」、2010年には、「ASEAN6」間で「ASEAN自由貿易地域（AFTA)」協定が実現され、事実上の経済統合にまで進展していった。こうした過程を経て、2015年12月31日、「ASEAN共同体（AEC)」が成立したのである。ASEANにおけるこうした発展は、経済のグローバル化の結果であった。

2000年以降、世界経済のグローバル化という条件に支えられて、多くのアジア地域における新興国は著しい経済発展を遂げた。とりわけ、1990年代に「東アジアの奇跡」と賞賛された「アジアニーズ（韓国・香港（中国)・台湾（中国)・シンガポール)」に続いて、改革開放の成果を取り入れた中国がすでに顕著な経済発展を遂げ、その後を追うようにASEANが世界経済の重要な地位を占めるまでに成長した。表3-15にみるように、1990年では、ASEANの世界に対する輸出割合は、0.5%にすぎなかったが、2016年になると、それが7.3%へと増大した。この年、世界市場における「三大市場（アメリカ・EU・東アジア地域)」のうち、東アジア地域は世界輸出市場のほぼ25%を占めたが、そのうち

[58] 唱新『AIIBの発足とASEAN経済共同体』、晃洋書房、2016年、4頁。
[59] 同上『AIIBの発足とASEAN経済共同体』、8頁。なお、この過程については、前掲『ASEANをめぐる国際関係』を参照。
[60] 山影進「新アセアンの課題と日本」、NIRAモノグラフシリーズ、2008年3月、8頁を参照。

の半分を中国が占め、さらにその半分をASEANが占めたことが確認できる。

表3-15　世界貿易マトリクスにおける主要地域の輸出額と割合（単位：10億ドル）

輸出元	1990年	1995年	2000年	2005年	2008年	2011年	2014年	2016年
世界合計	3,382	5,078	6,389	10,394	16,018	17,785	18,401	15,845
米国	393	583	772	904	1,300	1,481	1,623	1,454
	2.5%	3.7%	4.9%	5.7%	8.2%	9.3%	10.2%	9.2%
EU	1,514	2,097	2,409	3,984	5,913	5,823	5,922	5,375
	9.6%	13.2%	15.2%	25.1%	37.3%	36.7%	37.4%	33.9%
日本	288	443	478	595	783	825	690	645
	1.8%	2.8%	3.0%	3.8%	4.9%	5.2%	4.4%	4.1%
中国	63	149	249	762	1,484	1,901	2,343	2,137
	0.4%	0.9%	1.6%	4.8%	9.4%	12.0%	14.8%	13.5%
ASEAN	86	194	267	420	1,032	1,275	1,301	1,151
	0.5%	1.2%	1.7%	2.7%	6.5%	8.0%	8.2%	7.3%

出所：ジェトロ世界貿易投資報告 2017年版　世界貿易マトリクスより。
注：輸出先は対世界である。

ASEANは、地域経済統合及び単一市場の形成によって、6億の人口を持つ巨大な新興市場へと成長していった。これまで、ASEANは新興経済体として、持続的成長を維持し、図3-6、表3-16にみるように、経済成長とともに都市人口がしだいに増加し、確実に1人当たりGDPを伸ばして、中間層・富裕層を拡大してきた。アジアニーズの成長と中国の高度成長がこうしたASEANの成長を支持した。地域消費市場の規模や購買力及び消費構造は、基本的には、1人当たり所得水準・地域人口・都市化率などの要素によって決まるが、ASEANでは、この3つの要素はともに増加しており、しかも、所得水準の上昇にともなって、消費財への需要が拡大しただけでなく、観光を中心とするレジャー産業に対する需要も増加し、消費構造の高度化も進展しつつあった。

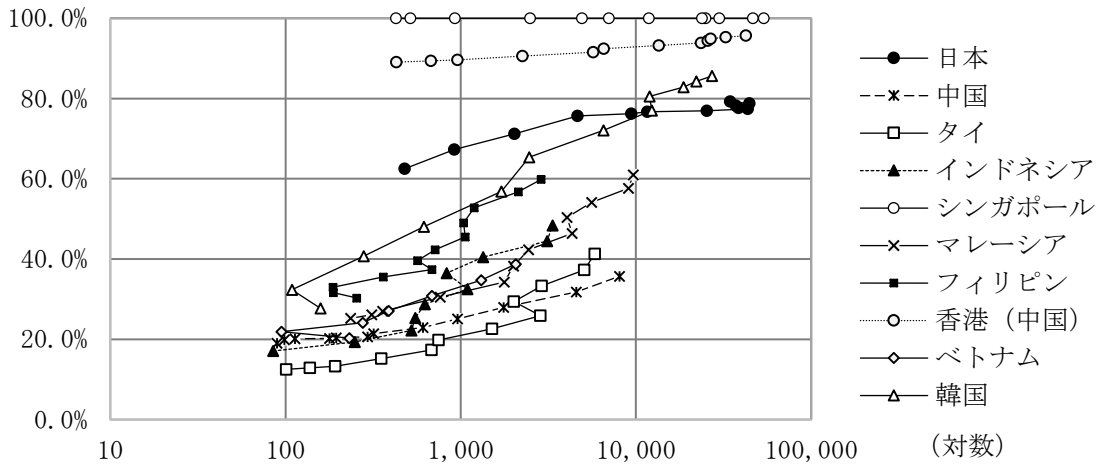
ユーロモニターの統計によれば、2013年、ASEANでは、年間可処分所得が5000ドルを超える中間層の人口は、約3億人に達したとされている[61]。このような中間層・富裕層の急速な拡大は、個人消費に量的・質的変化をもたらした。こうしたなかでの「AEC（ASEAN経済共同体）」の発足は、ASEANにおける大衆消費社会の形成を加速させたといえる。

こうしたなか、1人当たりGDPが1万ドルに迫る大都市が出現しはじめ（表3-15参照）、これらの大都市は、近年、消費市場として注目を集めているが、観光市場としても成長し

[61] Euromonitor International from National statistics 2015.

ているのである。

図 3-6　都市化率と人口 1 人当たりの GDP の関係（1960-2015 年、データは 5 年毎、単位：ドル）



出所：人口 1 人当たりの GDP のデータは“World Development Indicators”
(https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.CD)より、都市化率のデータは財団法人アジア人口・開発協会（APDA）発行『人口開発シリーズ 14　アジアの人口都市化―統計集―』1991 年 2 月、18-27 頁より筆者作成。

表 3-16　ASEAN の都市化発展（単位：百万人、ドル）

国・地域	人口	都市化率（%）			1 人当たり GDP
	2007 年	1950 年	2005 年	2015	2007 年
シンガポール	4.6	99.4	100.0	100.0	35,165
タイ	65.2	16.5	32.3	41.3	3,894
マレーシア	27.2	20.4	54.1	61.0	6,894
インドネシア	219.9	12.4	40.5	48.4	1,845
フィリピン	85.3	27.1	52.8	59.8	1,658
ベトナム	85.2	11.6	30.8	38.7	809

出所：人口は ADB：Key Indicators 2008、 都市化率は財団法人アジア人口・開発協会（APDA）発行『人口開発シリーズ 14　アジアの人口都市化―統計集―』1991 年 2 月、18-27 頁、一人当たり GDP は The World Bank のデータ。

ASEAN 諸国の都市化率の上昇及び国民所得の増加とともに、労働環境に関する法整備が

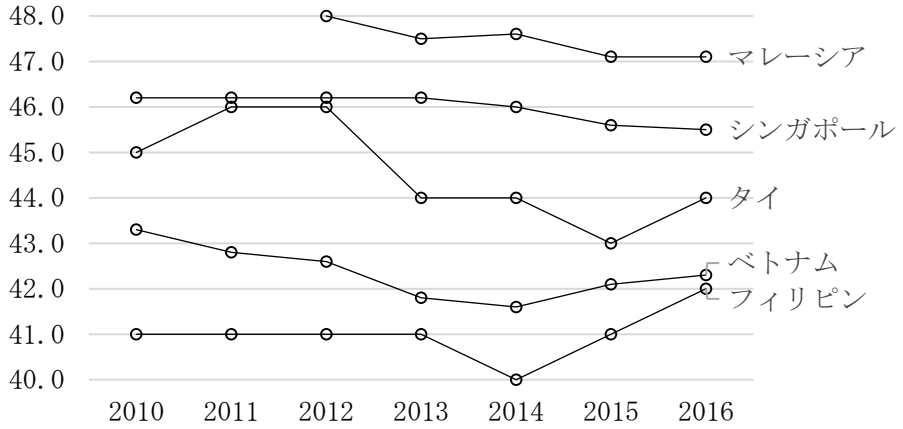
進み、先進国ですでに起きた労働時間の短縮と休日の増加は ASEAN 諸国でも同様な状況として起きている（表 3-17、図 3-7 参照）。

表 3-17　ASEAN 諸国の労働時間及び休日（労働に関する法律規定）

	労働に関する法律	労働時間（日/週）	年次休暇	祝日
タイ	労働者保護法 仏暦 2541 年（1998 年）	8 時間/48 時間	6 日	13 日
ベトナム	ベトナム労働法典（1992 年）	8 時間/48 時間	12 日	10 日
インドネシア	インドネシア労働基本法（2003 年）	8 時間/40 時間	12 日	16 日
マレーシア	法律 265 号 EMPLOYMENT ACT 1955 年雇用法	8 時間/48 時間	8 日	11 日
シンガポール	EMPLOYMENT ACT 雇用法（CHAPTER 91）（1968 年）	8 時間/44 時間	7 日	14 日

出所：国際労働財団（JILAF）「アジア労働法データベース」の各国の労働法（翻訳文）に基づいて筆者作成したもの。（https://www.jilaf.or.jp/asia_laborlaw/）
注：年次休暇は満一年間労働の場合の最低年次有給休暇のこと。

図 3-7　ASEAN 諸国の平均週間労働時間の推移（単位：時間）



出所：労働政策研究研修機構『データブック国際労働比較 2005』、『データブック国際労働比較 2011』、『データブック国際労働比較 2018』、マレーシアのデータはパーソル総合研究所『マレーシア労働市場』2019 年 6 月より筆者作成。

2. ASEANにおけるマスツーリズムの展開

ASEAN諸国は、現在、東アジアの先進国・地域である日本、韓国、台湾、香港などと比べると大きい経済格差が存在するにもかかわらず、急速に発展してきた大都市の所得水準の向上や消費額において、先進国との差を縮小しつつある。それは単に贅沢品（高付加価値商品）への需要が増加しているだけではなく、レジャー、娯楽、海外観光旅行などの需要も増大しているのである。

こうしたなか、UNWTOの「報告書」は、世界の観光目的の旅行者（観光目的地到着者数）は、2012年に延べ10億人を超え、2020年には13.6億人になると予測している[62]。同時に、2012年の観光産業は世界のGDPの9%、雇用の9.1%、輸出額の6%、サービス貿易輸出額の30%に相当する一大産業部門になるとしている。この重要な役割を果たしているのが、いうまでもなく中国・ASEANを主体とする新興諸国であった。こうした観光産業の実態について、ASEANを中心に考察してみる。

すでに指摘したように、観光市場は経済の発展とともに変化し、それが観光形態の変遷をもたらすが、またそれが経済発展の要因にもなるのである。いまやASEANの観光産業は、域内の経済成長を支える原動力の一つになっている。そうしたことから、ASEANは、地域全体の「観光戦略計画」を策定しているだけではなく、観光産業の振興を地域統合の重要な政策課題ともしているのである[63]。2002年にはASEAN首脳レベルで「ASEAN観光合意（ASEAN Tourism Agreement: ATA)」が署名され、2004年には、「観光に関するASEAN分野別議定書」の「観光分野の統合に関するロードマップ」(Appendix 1 Roadmap for Integration of Tourism Sector)、次いで2011年には、2010年の「ASEAN連結性マスタープラン（MPAC)」に基づく、「ASEAN観光戦略プラン（ASEAN Tourism Strategic Plan)」が策定された。この「観光戦略プラン」は、増大するASEAN地域への旅行者に真正かつ多様な旅行商品、強化された連結性と安全・安心な旅行環境及び質の高いサービスの提供などの観点から、観光の持続的可能性の高い観光開発を目標に掲げた。この目標のもとで、「域外からASEANへの、及びASEAN域内での旅行の促進」を図るために、共同の商品開発やマーケティングを内容とする「旅行商品開発・マーケティング」、共同の基準の策定や観光専門職の資格の相互承認等を内容とする「人材・サービス及び施設の質の改善」、「ASEAN住民のビザ手続きの緩和」等を内容とする「旅行促進と連結性強化」といった3つの戦略的方向性を打ち出し、この戦略に基づく行動・活動を提起したのである[64]。ASEAN

---

[62] UNWTO, Tourism Highlights, 2015 Edition, pp.14-15.

[63] 前掲『AIIBの発足とASEAN経済共同体』、174頁。なお、この「ASEAN連結性マスタープラン」については、ASEAN日本政府代表部の「ASEAN2025を実現するための日本の協力（連結性)」」を参照。

[64] 国交省「ASEAN（Association of South East Asian Countries）の運輸事業」3頁。この具体的な内容については、20頁以下参照。なお、「ASEAN観光合意」・「観光分野の統合に関するロードマップ」・「ASEAN観光戦略プラン」の概要について、57頁以下参照。このプランでは、

は、このような加盟国相互及び域外から域内への国際旅行者数の増大を目指した戦略的方向に向けて行動と活動を展開している。とくに観光マーケティングに関しては、ASEANを大衆旅行・体験型観光・創造的観光・探検型観光・ロングスティ・業務関連旅行などのターゲット市場として設定し、そのブランド化を図っている。下記の表 3-17 と表 3-18 にみられるように、急速に拡大している観光市場においても、ASEAN 域内観光が圧倒的なシェアを占め、これが ASEAN 地域観光市場の特徴であった。

表 3-18 によれば、1997 年以降、ASEAN 地域からのアウトバウンド旅行者数は、約 10 年間に倍増しているが、そのうち 8 割近くは、域内での旅行者が占めていた。この他、中国への旅行者が伸びており、約 2.5 倍になっているが、その他は、伸び率はともかく絶対数はきわめて少ない。しかし、この表から、ASEAN のアウトバウンドが、近隣地域から始まって、徐々に同心円的に拡大していることを看て取ることができる。ASEAN のグローバリズムは、その地理的特徴から、またこの地域の経済発展の特徴（経済成長が早いというだけではなく、各国の経済成長自体が経済のグローバリズムという条件下において実現されていること[65]）から、国内旅行が域内旅行に代替され、今後、さらにその範囲を拡大していくことが予想される。

表 3-18　ASEAN4 国の主要観光目的地別アウトバンド旅行者数（単位：千人）

目的地	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
合計	15,111	14,017	17,258	19,694	21,724	22,548	19,599	26,876	28,805
日本	225	172	219	255	251	269	287	323	352
米国	386	256	315	369	285	251	218	264	286
EU	407	270	394	437	384	388	367	409	431

2011 年から 2015 年にかけて、次の三つの戦略的な方向性、及びその行動と具体的な活動を示した。戦略的方向性（一）：旅行商品、マーケティング及び投資戦略の開発。行動①、観光マーケティング戦略の作成・実施。行動②、投資戦略と一体化した地域周遊旅行商品の開発。行動③、域外との関係強化。戦略的方向性（二）：人材・サービス及び施設の質の向上。行動①、認定手続きと一体化した観光関連基準の整備。行動②、観光関連専門職の資格の相互承認の実施。行動③、地域・技能の向上の機会の提供。戦略的方向性（三）：旅行の円滑化と連結性の強化。行動①、単一ビザの推進。行動②、交通の連結性強化のための他のセクターとの連携強化。

[65] ASEAN には、製造業を中心に多くの日本をはじめ中国等の企業がコスト削減や国内市場の獲得を目的に進出しており、アセアン域内において、それぞれの大規模な生産ネットワークが構築されている。各国企業は、こうしたネットワークを駆使して、どこの国で何を生産するのが最も効率的なのかを考えながら、資源の最適な配分を実施しながら、経済活動を継続している。地域の成長率でみると、2014 年初めの政治不安によって 2 桁成長が続いたタイが 7%を減じたが、その他の国は勢いのある成長を継続した。マレーシア、インドネシア及びカンボジアでは 7%以上の増加を示し、ミャンマーは 51%の顕著な増加を示した。

中国	994	865	1,115	1,302	1,406	1,751	1,315	2,193	2,619
台湾	313	313	188	208	203	223	183	257	323
香港	1,097	858	1,039	1,230	930	953	606	1,024	1,197
韓国	208	222	234	290	258	301	308	343	353
ASEAN	10,353	10,120	12,662	14,407	16,336	16,631	14,597	20,100	21,581

出所：アジア太平洋観光交流センター（APTEC）『世界観光統計資料集』（2003、2005 年版）によって筆者が作成したもの

https://nippon.zaidan.info/seikabutsu/2006/00395/mokuji.htm

注：ASEAN とはマレーシア・インドネシア・シンガポール・タイの四国の合計

また、表 3-19 が示すように、2010 年に、ASEAN の出国者数の世界合計に占める割合が 8.7%になってから、中国（5.0%）とアメリカ（5.4%）を超えて急拡大し、ASEAN が観光やビジネスなどあらゆる分野で活発な人的移動を展開していることが看取できる。

表 3-19　国・地域別アウトバウンド出国旅行数と世界合計に占める割合(延べ人数、千人)

	1995	1998	2001	2004	2007	2010	2013	2016
EU	271,421	322,777	340,738	378,799	414,455	394,320	393,425	466,939
	43.1%	44.7%	40.6%	41.4%	38.8%	34.7%	30.2%	32.0%
米国	51,285	55,696	59,442	61,809	64,049	61,061	61,344	80,226
	8.1%	7.7%	7.1%	6.8%	6.0%	5.4%	4.7%	5.5%
日本	15,298	15,806	16,216	16,831	17,295	16,637	17,473	17,116
	2.4%	2.2%	1.9%	1.8%	1.6%	1.5%	1.3%	1.2%
中国	4,520	8,426	12,133	28,853	40,954	57,386	98,185	135,130
	0.7%	1.2%	1.4%	3.2%	3.8%	5.0%	7.5%	9.3%
ASEAN5	26,944	32,605	46,914	44,496	18,266	99,028	130,642	145,018
	4.3%	4.5%	5.6%	4.9%	1.7%	8.7%	10.0%	9.9%
NIEs	9,008	56,573	74,333	85,510	102,971	106,345	110,313	128,730
	1.4%	7.8%	8.9%	9.4%	9.6%	9.4%	8.5%	8.8%
世界合計	629,991	721,786	838,345	914,515	1,068,408	1,137,241	1,302,591	1,458,776

出所：The World Bank “World Development Indicators”, International tourism, number of departures (https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.DPRT) を基づき筆者作成。

注：ASEANはタイ、インドネシア（1995、1998欠）、マレーシア（2007欠）、フィリピン（2010、2013、2016欠）、シンガポールの合計値、NIEsは台湾（中国）、香港（中国）、韓国の合計値。シンガポールのデータはすでにASEANに含まれているため、NIEsではそれを除いた。台湾（中国）のデータは台湾内政部移民署公表データ（https://stat.taiwan.net.tw/outboundSearch）。香港（中国）の1995年のデータは欠。

次はASEANの国際観光市場（インバウンド観光市場）を考察してみよう。インバウンド、あるいは国際観光客の受け入れ数は、その国の経済、社会、文化、環境を総合的に反映するものであり、前述したように、ASEAN諸国は経済の活発化を促すための重要な対策としてインバウンドに積極的に取り組んでいる。表3-20が示すように、2010年には、ASEANの国際観光客数は6000万人を超え、アメリカと同様に世界国際観光客合計の6.3%を占めている。その後も高い増加率を維持し、2013年には、ASEANの国際観光客は7500万人を超え、世界に占める割合は7.0%を占め、アメリカ（6.3%）を上回った。このように、2010年代からASEANはEUに次ぎ、世界第二位の国際観光地域となったのである。

表3-20　ASEAN・中国・韓国・台湾・香港・アメリカ・EU・日本の国際観光者数と世界合計に占める割合（1995-2016年）（延べ人数、千人）

	EU	アメリカ	日本	中国	ASEAN5	NIEs	世界合計
1995	258,800	43,318	3,345	20,034	26,575	6,085	524,006
	49.4%	8.3%	0.6%	3.8%	5.1%	1.2%	100.0%
1998	297,044	46,377	4,106	25,073	25,271	13,686	602,202
	49.3%	7.7%	0.7%	4.2%	4.2%	2.3%	100.0%
2001	320,374	46,927	4,772	33,167	35,715	16,856	678,164
	47.2%	6.9%	0.7%	4.9%	5.3%	2.5%	100.0%
2004	337,254	46,086	6,138	41,761	41,605	22,423	761,455
	44.3%	6.1%	0.8%	5.5%	5.5%	2.9%	100.0%
2007	385,690	56,135	8,347	54,720	51,992	27,318	920,180
	41.9%	6.1%	0.9%	5.9%	5.7%	3.0%	100.0%
2010	371,843	60,010	8,611	55,664	60,197	34,450	955,861
	38.9%	6.3%	0.9%	5.8%	6.3%	3.6%	100.0%
2013	421,266	69,995	10,364	55,686	77,644	45,853	1,104,606
	38.1%	6.3%	0.9%	5.0%	7.0%	4.2%	100.0%
2016	484,642	75,608	24,040	59,270	89,687	54,485	1,244,961

	38.9%	6.1%	1.9%	4.8%	7.2%	4.4%	100.0%

出所：The World Bank “World Development Indicators”, International tourism, number of arrivals (https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.ARVL) を基づき筆者作成。

注：ASEAN5 はタイ、インドネシア、マレーシア、フィリピン、シンガポールの合計値、NIEs は台湾（中国）、香港（中国）、韓国の合計値。シンガポールのデータはすでに ASEAN5 に含まれているため、NIEs ではそれを除いた。台湾（中国）のデータは台湾内政部移民署公表データ（https://stat.taiwan.net.tw/inboundSearch）。香港（中国）の 1995 年のデータは欠。

国際観光客数が急増するとともに、東アジアの重要な観光地として、ASEAN 地域における国際観光収入も目覚ましいものである。1995 年、東アジア地域においては、ASEAN の国際観光収入が中国と日本の合計の 2 倍と同等な値が確認できる。それから 2016 年までの約 20 年間をみても、中国と日本の合計値に当たるかまたは上回る水準を維持している。すなわち、東アジアの国際観光市場においては、ASEAN 諸国は他の国を凌駕しているといえよう。表 3-21 によれば、2013 年の ASEAN の観光収入は 1080 億ドルで世界全体の 7.9%を占めている。この割合は小さいようにも思えるが、GDP の大きさでは、ASEAN は、世界全体の約 3.3%を占めるにすぎないので、それを考えると、観光収入の割合は、それを大きく上回っていることになり、観光収入が ASEAN 地域の重要な収入源となっていることも考えられる。2004 年、ASEAN 地域の観光収入が先進国及び国際的観光地となるフランス、イギリスを上回り、約 10 年後の 2016 年では、後者の倍まで成長している。

表 3-21　国際観光収入と世界合計に占める割合の比較（1995-2016 年）（単位：百万ドル）

	ASEAN6	中国	日本	フランス	イギリス	アメリカ	世界合計
1995	28,282	8,730	4,894	31,295	27,577	93,743	484,905
	5.8%	1.8%	1.0%	6.5%	5.7%	19.3%	100.0%
1998	21,480	13,229	5,664	29,490	31,658	105,095	528,514
	4.1%	2.5%	1.1%	5.6%	6.0%	19.9%	100.0%
2001	28,934	19,006	5,750	38,385	26,137	109,103	562,232
	5.2%	3.4%	1.0%	6.8%	4.7%	19.4%	100.0%
2004	36,880	27,755	14,343	52,108	37,166	115,689	769,414
	4.8%	3.6%	1.9%	6.8%	4.8%	15.0%	100.0%
2007	62,743	37,233	12,422	63,902	51,345	144,223	1,022,580

	6.1%	3.6%	1.2%	6.3%	5.0%	14.1%	100.0%
2010	71,635	45,814	15,356	56,187	40,526	167,996	1,098,726
	6.5%	4.2%	1.4%	5.1%	3.7%	15.3%	100.0%
2013	109,620	51,664	16,865	66,060	56,368	218,496	1,380,259
	7.9%	3.7%	1.2%	4.8%	4.1%	15.8%	100.0%
2016	116,850	44,432	33,428	62,965	61,894	246,172	1,422,150
	8.2%	3.1%	2.4%	4.4%	4.4%	17.3%	100.0%

出所：The World Bank “World Development Indicators” (International tourism, receipts、https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD) より筆者作成。
注：ASEAN はインドネシア、マレーシア、フィリピン、シンガポール、タイ、ベトナム 6 ヵ国の合計。

表 3-22 の観光収入の対 GDP 比から、観光産業の発展がどれだけその国の経済発展に寄与しているかが知ることができる。ASEAN 各国で観光収入がどの程度自国の経済にとって影響があるのかを比較するために、2015 年の各加盟国の観光収入に占める対 GDP の大きさを調べると、大きい国としては、カンボジア 17.4%、タイ 11.3%があげられる。例えば、タイに関していえば、ASEAN のうちで資本蓄積が最も進んでいる工業国であるが、前述のように、さまざまな観光資源も有している。これに次ぐ経済発展国として、マレーシア、シンガポールがあるが、対 GDP 比は、カンボジア、タイと比較すると、かなり小さく、観光国としては、やや劣る印象である。ただ、観光収入では、世界的にみても、上位に位置しているので、アジアの代表的な観光国であるといってさしかえなかろう。

一方、観光収入のランキングが上位に入っていない国は、ラオス、ベトナム、ミャンマー、フィリピンである。この内、対 GDP 比は、ラオスが一番大きく、1998 年は 7.6%であり、それ以降も 4.5%以上の高い水準を維持している。ラオスは、人口が少ないことで本格的な製造業立地には適していないことから工業化が進展していないため、結果として、観光の割合が相対的に高くなっていると思われる。ただ、カンボジアのアンコールワットのような有名な遺跡が存在しないことや、ラオスへのアクセスやラオス国内での観光地へのアクセスが不便なため、観光収入は伸びず、対 GDP 比の推移は横ばいな状態となっていると思われる。ベトナムは 4%台、ミャンマーは 3%台に留まっており、他の国と比較してあまり観光に依存していない。フィリピンも、2.1%と小さな数値となっており、観光の寄与率は小さい。これは、治安の悪さやセブ島以外に有名な観光資源がないことが影響していると思われる。

このインバウンドという観光客の受け入れ増大に基づく国際観光収入の増大は、外貨獲得及びそれによる資本蓄積の促進、雇用の創出・貧困の撲滅といった政策課題の実現に大きな役割を果たしている。

表 3-22　国際観光収入対名目 GDP 比

	中国	日本	インドネシア	マレーシア	フィリピン	シンガポール	タイ	ベトナム	カンボジア	ラオス	ミャンマー
1995	1.2%	0.1%	2.6%	5.7%	1.5%	8.7%	5.5%	0.0%	2.1%	2.9%	-
1998	1.3%	0.1%	4.5%	4.5%	2.0%	5.4%	7.0%	0.0%	4.1%	7.6%	-
2001	1.4%	0.1%	3.3%	8.2%	2.6%	5.2%	7.8%	0.0%	10.8%	6.1%	2.0%
2004	1.4%	0.3%	2.0%	7.4%	2.6%	4.6%	7.6%	3.7%	12.6%	5.2%	0.9%
2007	1.0%	0.3%	1.3%	9.3%	3.7%	5.0%	7.8%	4.8%	13.5%	4.5%	0.5%
2010	0.8%	0.3%	1.0%	7.1%	1.7%	5.9%	7.0%	3.8%	14.9%	5.4%	0.2%
2013	0.5%	0.3%	1.1%	6.7%	2.1%	6.3%	10.9%	4.2%	19.0%	5.1%	1.6%
2016	0.4%	0.7%	1.3%	6.1%	2.1%	6.0%	12.7%	4.1%	17.6%	4.5%	3.6%

出所：The World Bank “World Development Indicators”より筆者が算出したもの（International tourism, receipts (current US$)、GDP (current US$)）

表 3-23 が示すように、2013 年の ASEAN への海外旅行者数は初めて 1 億人に達し、2015 年は 1 億 800 万人に達した。また、UNTWO の報告書によれば、2017 年 ASEAN 域内での海外旅行者数が全体の 42%を占め、平均滞在日数も伸びており、2017 年は 7.98 日であり、観光による経済効果は 930 億ドルに上ると試算されている[66]。ASEAN 観光大臣会合では、「ASEAN 観光戦略計画（ATSP）2016-2025」を着実に実行し、今後も「Visit ASEAN@50」キャンペーンのもと、ASEAN 域内の観光人口の増加、域外からの観光客の誘致に共同で取り組んでいくことを確認した[67]。

表 3-23 にみるように、2015 年における ASEAN への外国人観光客数を多い順番でみると、タイ 3000 万人、マレーシア約 2600 万人、シンガポール約 1500 万人、インドネシア約 1000 万人などとなっている。ASEAN 地域のマスツーリズの観光形態及び観光資源をそれぞれ見ると、タイはアユタヤ遺跡などの世界遺産のほか、プーケット、パタヤ、サムイなど有名ビーチ、そして、ニューハーフショー、ムエタイ観戦、古典舞踊鑑賞などを含めバンコク市内における様々なエンターテインメントなどがあるため、世界の人々を引き付けていると思われる。また、スワンナプーム国際空港からは、ヨーロッパやアジアの他地域への直行便が数多く就航しておりアクセスの良さも魅力となっている。

マレーシアは、首都クアラルンプールのブキビンタン地区、世界遺産マラッカ、コタキ

[66] UNWTO, Tourism Highlights, 2018 Edition.
[67] ASEAN-Japan Centre “Global Value Chains in ASEAN Tourism” 2018 年 6 月。

ナバル、ペナン島、ランカウイ島などのビーチリゾートの他、蛍鑑賞ツアー、自然アクティビティツアーなどエコ・ツーリズム、技術レベルの高い病院を有する医療ツーリズムなどで外国人を呼び込んでいる。また、クアラルンプールの国際空港は、シンガポールやタイほどの大きさではないが、ハブ空港として機能しており、観光産業を後押ししている。

シンガポールでは、IR（Integrated Resort）としてもMICE施設が整備されており、その代表としてMarina Bay Sandsがある。IRとは日本語では「統合型リゾート」と呼ばれる。MICE[68]施設はもとより、ホテルやショッピング・エンターテインメント、スポーツ施設やスパ施設、そしてカジノ施設が一体となったもので、ビジネス客や観光客、ファミリー層やシニア層など幅広い客層が滞在するレジャー施設となっている。そのほか、ユニバーサル・スタジオ・シンガポールを有する「リゾート・ワールド・セントーサ」や、医療ツーリズムを目指した高品質の医療サービスの提供など、観光資源の多様化が進んでいる。また、チャンギ国際空港の立地やインフラが極めて利便性が高いため、タイのスワンナプーム国際空港と並んでハブとして利用する人が多いことも、外国人集客に貢献している。

インドネシアは、代表的ビーチリゾートであるバリ島の他、世界遺産のボロブドゥール寺院、貴重な南国植物が残るボゴール植物園、ジャカルタ、バンドン、スラバヤなどの都市がある。また、ビーチリゾートはMICE施設となる国際会議開催場所としても利用され、外国人観光客の集客に大きく寄与している。

ミャンマーの場合は、2011年から5年間に約82万人から約470万人と約5.7倍の大幅増加となっている。これは、2011年以降の民主化の動きの中で対外開放が進んだことが大きな要因である。ミャンマー以外の国は、ラオス、カンボジア、タイ等が高いグループに属するが、ミャンマーほどの増加率ではない。2011年以降ということで言えば、ミャンマーが極めて特殊な動きだったといえるであろう。

表3-23　ASEANへの外国人観光客数の推移2011-2015年（単位：千人）

		カンボジア	インドネシア	ラオス	マレーシア	ミャンマー	フィリピン	シンガポール	タイ	ベトナム	ASEAN
2011	域内	1,101	3,258	2,191	18,885	100	332	5,372	5,530	838	37,733
	域外	1,781	4,391	532	5,829	716	3,586	7,799	13,568	5,176	43,496
	全体	2,882	7,650	2,724	24,714	816	3,917	13,171	19,098	6,014	81,229

[68] ASEAN地域においては、MICEの施設整備や人材育成に関して、政府や行政を中心に積極的に推進している。ASEAN諸国のMICE産業は、地理的交通の利便性や観光業における充実な人材などによって国際競争力を強化している。このことはASEAN地域のマスツーリズの発展にも大いに寄与すると考えられるが、別稿で論じることとする。

2012	域内	1,514	2,608	2,712	18,810	151	375	5,733	6,463	1,364	39,845
	域外	2,070	5,437	618	6,223	908	3,898	8,758	15,891	5,484	49,380
	全体	3,584	8,044	3,330	25,033	1,059	4,273	14,491	22,354	6,848	89,225
2013	域内	1,832	3,516	3,041	19,106	219	422	6,115	7,410	1,440	46,154
	域外	2,379	5,286	738	6,610	1,826	4,259	9,453	19,136	6,132	56,045
	全体	4,210	8,802	3,779	25,716	2,044	4,681	15,568	26,547	7,572	102,199
2014	域内	1,992	3,684	3,224	20,373	1,598	461	6,113	6,620	1,495	49,223
	域外	2,511	5,752	935	7,064	1,483	4,372	8,982	18,160	6,379	55,861
	全体	4,503	9,435	4,159	27,437	3,081	4,833	15,095	24,780	7,874	105,084
2015	域内	2,098	3,861	3,589	19,147	1,763	482	5,748	7,886	1,301	45,992
	域外	2,677	6,546	1,096	6,575	2,918	4,879	9,483	21,995	6,643	62,912
	全体	4,775	10,407	4,684	25,721	4,681	5,361	15,231	29,881	7,944	108,904

出所：The World Bank “World Development Indicators”, International tourism, number of arrivals (https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.ARVL) を基づき筆者作成。

3. ASEAN における観光媒体の整備――交通整備

ASEAN 地域では、半島や島嶼が複雑に入り組んでおり、陸運よりは海運・空運が利用しやすい地理的特性が存在する。ASEAN 域内では、重層的な地域開発の枠組みによって交通インフラの整備がおこなわれている。すなわち、「ASEAN 経済共同体ブループリント」[69]という長期計画があり、交通整備計画の下で進められている。他方、主に 1990 年代から複数の地域開発が並行しておこなわれている経緯があり、むしろ後者が先行しており現在のインフラ整備の基礎となっている[70]。代表的なのはアジア開発銀行に主導された拡大メコン経済圏プログラムであり、そのインフラ投資はメコン地域における越境交通網、いわゆる「経済回廊整備」に集中的に投下された。これによる陸の ASEAN における越境道路（およびメコン架橋）は、ミャンマー区間を除いたハード建設として、かなりの部分が完成に至っている。

ASEAN の経済発展と都市化にともなう都市交通整備、とくに各国の大都市における整備

[69] ASEAN は 2015 年末に ASEAN 経済共同体（AEC2015）を創設した。ASEAN 事務局の公表した AEC2015 の目標の実施率は優先分野を主に対象としたもので 93.9%、全分野を対象とすると 82.3%であり、実現していない目標が残っている。2015 年末の AEC 創設は「通過点（milestone)」であり、ASEAN は 2015 年に 2025 年を目標年次とする ASEAN 経済共同体 2025（AEC2025）創設を目指すことを明らかにし、そのためのマスタープランである「AEC ブループリント 2025」を発表した。

[70] 前掲『AIIB の発足と ASEAN 経済共同体』、127-132 頁。

事業は年々緊急課題となっている[71]。

表 3-24　ASEAN における主な交通プロジェクト

	短期	中期	長期
高速鉄道	マレーシア―シンガポール高速鉄道（350 km） タイ・高速道路（４路線 140 km）		ベトナム・高速鉄道（1600 km）
都市鉄道	インドネシア・ジャカルタ都市鉄道 ベトナム・ホーチミン都市鉄道１号線	ベトナム・ハノイ都市鉄道１号線・２号線 ミャンマー・ヤンゴン都市鉄道	
高速道路 幹線道路	ベトナム・ファッバン―カウゼー高速道路	インドネシア・チマラヤ新港アクセス道路	インドネシア・高速道路（3100 km） ベトナム・高速道路（5900 km） ミャンマー幹線道路
バス事業 物流事業	ASEAN・コールドチェーン対応物流施設 インドネシア・首都圏物流施設	ASEAN・都市バス、高速バス ラオス-タイ国境・ドライポート	ASEAN／鉄道／空港フィーダーバス
船舶 海洋開発		インドネシア・内航海運	タイ・内航タンカー ミャンマー・内陸水運
港湾 ターミナル	インドネシア・タンジュンプリオク港 ベトナム・ラックフェン港 ベトナム・カイメップ・チーバイ港 ミャンマー・ティラワ港		インドネシア・パティンバン新港
空港 ターミナル	ミャンマー・マンダレー国際空港 インドネシア・ジャカルタ首都圏空港	ベトナム・ロンタイン空港	

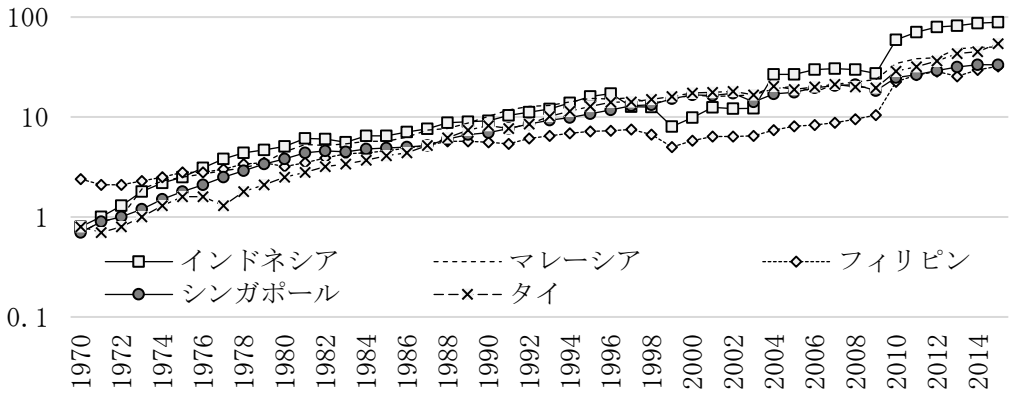
出所：国際協力機構（JICA）、国際協力総合研修所『開発課題に対する効果的アプローチ　運輸交通』2005 年を参考。

[71] 国際協力機構（JICA）、国際協力総合研修所『開発課題に対する効果的アプローチ　運輸交通』2005 年

ASEAN 諸国の航空輸送は、1990 年代以降から急成長を示している。島嶼国の多い ASEAN 地域であるため、航空利用が増加している。図 3-9 がをみるように、ASEAN 諸国の航空旅客輸送の成長が類似的であり、同時進行な成長がみられている。また、域内利用が多いため、各国間では大きいな格差はないと考えられる。

ASEAN の航空輸送の成長においは制度整備が重要である。ASEAN 地域の航空自由化については、①ASEAN 各地域グループ、または経済発展地域において競争的な航空サービスを実施すること、②ASEAN 全体において航空自由化向けた取り組みを促進すること、③ASEAN 諸国間の定期外航空サービスの運輸権について複数の国の合意を取り付けるとの項目が盛り込まれた[72]。1997 年に行われた「第 2 回 ASEAN 交通首脳会談」においては、段階的な航空自由化を通じて、ASEAN 域内の航空輸送の競争環境を整備する旨が確認された。この決定は、1998 年に提出された「ASEAN 交通アクションプラン」のなかにも含まれ、同年に開催された「第 3 回 ASEAN 交通首脳会談」において正式に承認されるに至った。

図 3-9　ASEAN の航空旅客輸送（国内外合計、1970-2015 年、単位：百万人）



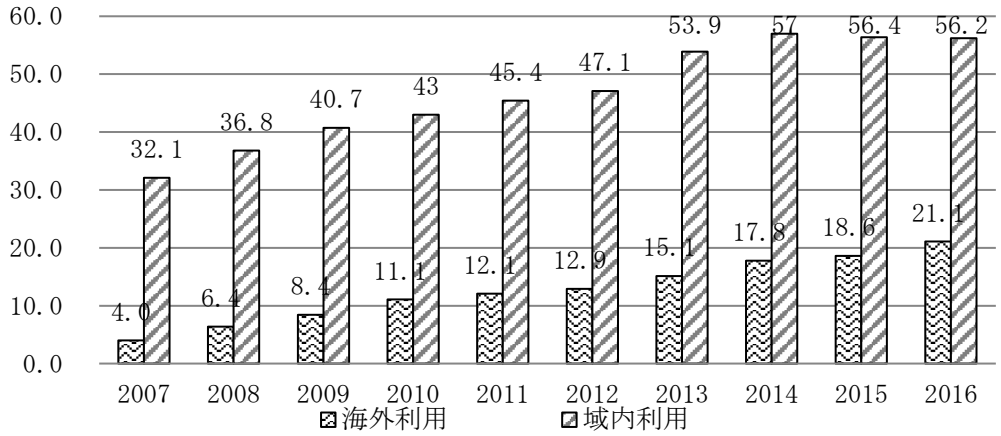
出所：梶原弘和、藤本耕士、河口和範著、拓殖大学アジア情報センター編『東アジア長期経済統計 8　インフラストラクチュア』勁草書房、2019 年 11 月、54 頁及び巻末統計より再引用。
注：縦軸は対数

航空旅客輸送の成長とともに、ASEAN 域内で LCC が急成長している。先述したように、ASEAN においては、所得水準の向上とともに交通・宿泊施設容量の拡大や費用の低廉化などが進み、観光交流は大きく発展し、ASEAN において休日や週末を利用した域内の気軽な観光交流が LCC の台頭を受けて拡大している（図 3-10 参照）。ASEAN の航空自由化方針の

[72] なお、1996 年の ASEAN 交通首脳会談では航空自由化の推進に加え、①マルチモーダルな交通の形成と貿易の促進、②固定電話、携帯電話、データ通信などのコミュニケーションネットワークの整備、③ASEAN 道路交通法の検討、④空域の見直し、⑤海上交通の安全と環境汚染の削減、⑥交通、コミュニケーションにおける人的資源の活用も提案されている

下で LCC の成長が進んでいるこの地域においては、拠点都市であるシンガポール、バンコク、クアラルンプールから飛行機で 3 時間以内の範囲に約 5 億人の人口が居住している。近年の経済成長に伴い中産階級が拡大しており、余暇時間・可処分所得が増加しているだけではなく、ASEAN 域内での国境を超える交通手段において LCC と競合する交通手段が未発達であること等を考慮すると、LCC の発展にとって好条件が揃っていると考えられる。

図 3-10　東南アジアにおける LCC の利用率（座席数%）



出所：CAPA 報告書「LCC models in Southeast Asia evolve as growth slows、 though outlook remains bright」2016 年
（https://centreforaviation.com/analysis/reports/lcc-models-in-southeast-asia-evolve-as-growth-slows-though-outlook-remains-bright-281589）
注：東南アジアはマレーシア、フィリピン、タイ、シンガポール、インドネシア、ベトナム 6 ヵ国、21 社の LCC 航空会社の数値である。

しかし、ASEAN における航空自由化及び LCC の設立が相次いでいるのもここ数年内のことである。欧米と比較すれば、その歴史は浅いが、2002 年にマレーシアを本拠地とするエアアジアが創設されて以降、先に指摘した航空自由化の進展とも相まって ASEAN には次々と LCC が開設されている（表 3-25 参照）。

表 3-25　ASEAN 地域の LCC 航空会社

航空会社	国	運航開始年	主要路線
セブ・パシフィック	フィリピン	1996 年	国内・近距離国際線 47 路線
ライオンエア	インドネシア	1999 年	国内 30 路線

シティーリンク	インドネシア	2001 年	国内 7 路線
エアアジア	マレーシア	2002 年	国内・近距離国際線 52 路線
ワン・ツー・ゴー	タイ	2003 年	国内 11 路線
タイガーエアウェイズ	シンガポール	2003 年	近距離国際線 17 路線
タイ・エアアジア	タイ	2003 年	近距離国際線 22 路線
ノックエア	タイ	2004 年	国内 7 路線
ジェットスター	シンガポール	2004 年	近距離国際線 15 路線
インドネシア・エアアジア	インドネシア	2005 年	国内・近距離国際線 17 路線
エアアジア X	マレーシア	2006 年	近距離・長距離国際線 5 路線
ジェットスター・パシフィック	ベトナム	2008 年	国内 7 路線

出所：各航空会社のホームページ

東南アジアにおいては、これまで航空輸送サービスの利用が大衆的なものとはなっていなかったが、エアアジアは、‘Now everyone can fly’（「誰でも飛行機を利用できる」）をキャッチフレーズに圧倒的な低運賃を設定し、徹底的な生産性向上と低運賃追求のビジネスモデルによって、これまで鉄道、バスを利用していた人々の航空利用への転換を進めるなど、新規の航空需要創出を積極的に行っている。2006 年 5 月までに、70 都市に就航し、マレーシア国内線の 35%、タイ国内線の 22%のシェアを有し、両国においてそれぞれ第 2 位の航空会社となった（表 3-26 参照）。好調な業績を背景に、2005 年には、運航開始 4 周年を記念した 200 万座席の無料提供キャンペーンを展開し[73]、さらなる認知度の向上を目指して、顧客層の拡大を図っている。

表 3-26　エアアジアの事業拡大の推移

	2001	2002	2003	2004	2005	2006
路線数	6	6	11	26	52	70
利用者数（千人）	291	611	1,481	2,839	6,289	9,311
機材数	2	3	7	17	27	42

出所：エアアジアホームページ

最後に、ASEAN 地域のマスツーリズムの特徴として、以下の 4 点を指摘する。第 1 は、地理的要素から、利便性の高い安価な航空サービスの LCC が急成長し、マスツーリズムの主要移動手段になっていることである。第 2 は、海外旅行、とりわけ ASEAN 地域内に

[73] エアアジアホームページ

おける国際観光が急速に発展し、世界上位の観光市場となっていることである。第 3 は、中間所得層の拡大によって、レジャーや海外旅行に対する需要が拡大しつつあり、観光市場の成長が経済発展の原動力となっていることである。第 4 は、ASEAN 諸国においては、域内のインフラ整備や経済開発について、共同開発の認識が形成されているため、観光開発政策が各国間での協力によって行われていることである。

本論の第 1 章においては、ASEAN 地域は、かつて、植民地観光として欧米先進国の観光客を受け入れる観光地として考察したが、わずか 100 年の発展を経て、現在はマスツーリズムに参加する重要な観光主体へと役割を変化しているのである。

以上みてきたように、従来、発展途上国とされてきた、中国・ASEAN は、新興国として、世界経済の生産拠点に成長しただけではなく、巨大な消費市場に成長している。こうしたことを反映して、レジャー娯楽、海外旅行など、先進国が長い期間をかけて実現してきた過程を短期間で実現し、いまや世界で EU を越える観光市場に成長しているのである。

終章　「新しい観光の在り方」の意義

第 1 節　観光社会学が指摘するマスツーリズの問題点

ヨーロッパでは、社会学において、社会現象としての観光に関する研究が 1960 年代ごろから創立・形成されている[1]。

本論文の第一章と第二章で論じたように、近代観光の原型は、19 世紀半ばに、労働活動（労働時間）の成立にともない、それまでの時間と富と身体的頑丈さを持つ人だけに可能な伝統的な「旅」とは異なる、労働と対立する余暇としての「近代ツーリズム」が誕生した。その後、両大戦間の資本主義の成熟、とりわけ第二次世界大戦後におけるアメリカ及び西欧諸国の経済発展と交通手段の飛躍的な発展によって、それが「マスツーリズム」として、拡大・成熟していった。

観光社会学は、社会現象としての「ツーリズム現象」を研究対象とするものであり、とりわけ観光客とその活動が観光対象としての観光地と観光地で生活する住民に与える影響を研究対象とし、観光活動は文化に変容をもたらす主要な要因であるかどうかに関して問題提起をしている[2]。初期の研究は、イギリスの産業化と労働者の労働・生活状況をめぐる余暇・観光に関する研究にみられるように、歴史社会学的研究が多くを占めていた。しかし、1980 年代以後、グローバル規模の観光現象を対象にするようになり、バリやラテン・アメリカの事例研究が増えている。こうした傾向に対して、本論文の第三章においては、比較的研究の手薄なグローバル規模のマスツーリズムの展開を発展途上国の中国と ASEAN 地域に焦点を合わせて考察した。

観光社会学の創立・形成に貢献した代表的研究者として、J. アーリ（John Urry）、D. マッカネル（Daniel MacCannell）、ブーアスティン（D. J. Boorstin）の三人を挙げることができる[3]。アーリは、著書『観光のまなざし』において、1980～90 年代に社会の産業社会化を観光の視点から分析した。その後の観光社会学研究は、アーリが提唱した産業化社会における観光という主題の下で発展していったといえる。マッカネルは、観光における「真正性（authenticity）」について論じ、この時に提出された「真正性」を巡る視点は、その後の観光社会学・観光人類学の分野に大きな影響を及ぼしていった。ブーアスティンは 1962 年出版の『幻影の時代―マスコミが製造する事実』において、1950 年代の黄金時代のアメリカ社会を消費社会論の視点から批判したものであるが、第三章「旅

---

[1] 安村克己編著『社会学で読み解く観光』学文社、2001 年、26 頁。
[2] バーレン・L・スミス（三村浩史監訳）『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、1991 年、8-11 頁。
[3] Stephen Williams, *Tourism geography: a new synthesis*, 2nd ed., Routledge, 2009, NY.

行者から観光客へ―失われた旅行術」は、のちの観光社会学研究に大きな影響を与えた。ここでは、以上の三人の理論を整理し、観光社会学における「観光」という概念を明示し[4]、観光の社会現象の一つとしてのマスツーリズとその問題点に対する指摘を整理する。

アーリは、観光は余暇活動であり、消費行動であり、非日常である、と唱えた。『観光のまなざし』のなかで、余暇とは、イギリスで産業労働・労働者階級というものが作り出されたことにともなって作りだされたものであると指摘し、社会の工業化により、それまで明確な区分がなかった「労働」とそれ以外の活動との区分が明確化され、その際、労働活動に対する明確な対象物としての余暇活動が生み出されたとしている[5]。こうした工業化にともなって生まれた労働活動に対比されるものとしての余暇活動である「近代観光（近代ツーリズム）」は、労働活動や日常生活で通常遭遇するものとは別の、新しい体験ができる場として想定された。大衆旅行のツーリストは、広告やその他のメディアが発信する「記号群」に徹底的に依拠した経験を消費するという仕組みが作り上げられていたのである。この「記号」を通して構築される視覚的に対象化されたものを、アーリは「観光のまなざし」と呼び、観光はその「記号」の集積であると論じた。また観光は近代の社会現象であると主張し、「社会の観光化」を指摘した。

『観光のまなざし』の第 2 章において、アーリは、イギリスの海辺リゾート地の発展経緯を整理し、その発展の重要要因の一つをアクセス手段である鉄道の発展と指摘した。鉄道の発展によって、移動の時間・コストが短縮・低減され、一般大衆が利用する大量輸送の移動が可能となり、これによって海辺リゾートが急速に発展したと指摘した。しかし、やがてそれが「非日常」性の欠如によって衰退し、上流階級の海外リゾートへの移転が開始されたというのである。

また、観光地社会に外的要因としてのマスツーリズムは、犯罪や買春の社会問題を誘発し、文化変容や環境問題ももたらしたとして、この現象を考察した[6]。他方、国や地域が主体的に観光開発に取組む観光地の内発的な地域社会振興の事例として、マスツーリズムによる、とくに発展途上国の観光地の文化や自然の崩壊問題が 1960 年代から 70 年代にかけて深刻となっている。しかし、アーリはこのような観光による社会的関係の変化は、必ずしも観光の結果とはいえないと述べている[7]。また、スミスも「社会の衰退の責

---

[4] 観光社会学の理論を整理する際、以下の文献を参考した。大橋昭一『観光の思想と理論』文眞堂、2010 年、Melanie Smith, Nicola Macleod, Margaret, Hart Robertson, *Key Concepts in Tourist Studies,* SAGE, 2010, (小槻文洋、原一樹、伊多波宗周『観光研究のキーコンセプト』現代図書、2014 年)、遠藤英樹、堀野正人『観光社会学のアクチュアリティ』晃洋書房、2010 年、須藤廣『観光化する社会―観光社会学の理論と応用』ナカニシヤ出版、2008 年である。

[5] J・アーリ(加太宏邦訳)『観光のまなざし―現代社会におけるレジャーと旅行』(増補改訂版) 法政大学出版局、2014 年、6 頁。

[6] 同上『観光のまなざし』、103 頁以下、339 頁以下を参照。

[7] 同上『観光のまなざし』、105 頁。

任をなにもかも観光活動や観光客そのものに押し付けるべきではない」としている[8]。このような観光を含めた社会全体の問題には、地球規模の南北問題と環境問題という「近代世界システム」の難題が投影されているとしたのである[9]。

ブーアスティンは1962年出版の『The Image（幻影の時代）』において、1950年代の黄金時代のアメリカ社会を消費社会論の視点から批判し、第三章「旅行者から観光客へ―失われた旅行術」では、「観光客は戯画化されたものを探し求めるし、旅行代理店も外国の観光案内機関もすぐにそれを与えてくれる」と変質された観光の本質を指摘した[10]。ブーアスティンは、19世紀初めまでの「旅行」に比べて、19世紀半ば以降の「観光」は旅行経験そのものが変質し、後者は擬似イベントで経験を満たすものでしかないと主張した。ブーアスティンによれば、鉄道やガイドブック、ガイド付き団体旅行が登場した19世紀半ば過ぎごろから、旅行経験が変質したというのである。このような変化は、一言でいうならば、「旅行者」の没落、「観光客」の台頭である。旅行者は能動的であったが、観光客は受け身であるとして、かつて旅行は一つの活動、経験、仕事であったが、それに対して観光は商品になったとしたのである。19世紀半ば以降の旅行商品の平準化と複製化と交通機関の進歩という2つの社会変化によって、より多くの人が楽しむ商品として旅行を買うようになった。現代の観光客は、移動では列車や飛行機、宿泊ではホテルのなかに隔離され、観光地の文化からも隔離されていると指摘した[11]。

交通機関の進歩についていえば、19世紀後半の鉄道と汽船の発展によって旅行に伴う不便さと危険は減少し、また、長距離交通機関の大量生産によって、より多くの人々が安価にアクセス手段を利用できるようになった。また1950年代以降、高速道路網や飛行機路線が整備され、その結果、観光客は目的地へ着くまでの途中では危険がなく、なにも経験せずに到着してしまい、目的地へ着いてからの経験が空虚で、無意味なものに変質していたと指摘した。

以上のように、ブーアスティンは、旅行の本質、旅行経験の変質においては、移動手段の発達が大いに影響しているとした。すなわち、真の観光に対しては、移動手段におけるたんなる利便性と安全性の追求は、観光客の旅行経験の空虚をもたらす可能性があるので、これからの方向性としては、目的地までの利便性と安全性以外に、観光地の魅力に相応する価値づくりが重要であると主張したのである。

マッカネルは『ザ・ツーリスト―高度近代社会の構造分析』のなかで、社会構造としての観光を考察し、現代人を「観光客（tourist）」として捉える研究を進めた。マッカネルによれば、観光は現代人の宗教活動みたいな儀式であると考え、観光客は日常生活に欠

---

[8] 前掲『観光・リゾート開発の人類学』、24頁。
[9] K・ポメランツ（川北稔訳）『大分岐―中国、ヨーロッパ、そして近代世界経済の形成―』名古屋大学出版会、2015年を参考。
[10] D. J. ブーアスティン（星野郁美、後藤和彦訳）『幻影の時代―マスコミが製造する事実』東京創元社、1964年、77-117頁。
[11] 同上『幻影の時代』、103頁以下を参照。

如している「真正性（Authenticity)」を探求する人々であると指摘した。マッカネルの定義では、20 世紀に大衆化した観光は、巡礼のような宗教的移動に宿るアウラ（aura）とは異なり、「標識づけられた名所（sight)」を移動するアトラクションであり、ツーリストたちは、たんに疑似イベントでは満足せずに「真正性」を求め、結果的には擬似的で人工的な複製品に満ちた「表舞台」と、「真正性」に満ちた「裏舞台」が交差する、ねじれた空間を旅しているとするのである。また、ツーリストたちは、観光地においてさしあたり提供されるものに「偽物くささ」を感じながら、それでもなおその先に本物らしい「他者的なもの」を投射して欲望するとする。アウラと観光対象について、マッカネルは、「複製品≠アウラ」は近代社会の芸術的対象を含む観光対象の構造であると指摘し、ガイドブックには観光対象が社会的な素材として扱われ、近代社会それ自身が根本的な観光対象とされているとした。

マッカネルの理論では、観光の大衆化によって、文化と生活の区分、ハイカルチャーとローカルチャーの区分、アウラ的芸術と大衆芸術の区分、エリート消費と大衆的消費の区分等が崩壊し、観光対象の独自性が喪失すると指摘した[12]。すなわち、観光の大衆化を大きな背景として、観光対象の本来のアウラと独自性が喪失されたのは、近代社会自体という観光対象にとっては、移動手段の進歩と大衆化が重要な要因であったと指摘しているのである。それに対して、観光対象のアウラが喪失せず、なおかつ、観光の大衆化を果たせる観光の在り方として、移動手段を含む地域開発の必要性を上げ、その一つとして体験に付着した観光があると指摘している。マッカネルによれば、現在の「グローバル社会」は、資本主義経済が世界中に浸透して「歪んだ形」で形成された「近代世界システム」であり、こうした近代世界システムから産み出される構造的問題として、南北問題と環境問題があげられるとしている。高度近代化の産物であるマスツーリズムにも、南北問題の変形としての格差問題と環境問題が内在する。それ故、観光の「ホスト―ゲスト」関係には、貧しい観光客の受入国と豊かな観光客の送出国という南北問題の構図が投影され、とくに開発途上国の観光地は、まさに近代世界システムの縮図であるということになるのである。また、観光産業が資本によって観光地の外部から支配される場合は、観光活動は帝国主義の形態をとるようになり、それが新植民地主義へと発展していく可能性も懸念されている[13]。

第 2 節　オーバーツーリズムと「新しい観光の在り方」の意義

[12] D.マキァーネル（安村克己、須藤廣、高橋雄一郎、堀野正人、遠藤英樹、寺岡伸悟訳）『ザ・ツーリスト―高度近代社会の構造分析』学文社、2012 年を参照。
[13] ナッシュ「帝国主義の一形態としての観光活動」、前掲『観光・リゾート開発の人類学』、12頁、55頁より再引用。

オーバーツーリズム（Overtourism、日本語では「観光公害」ともされる）は、2016年頃から使われるようになった、比較的新しい造語で、UNWTOの2018年の『報告書』では、以下のように定義されている[14]。

“The impact of tourism on a destination, or parts thereof, that excessively influences perceived quality of life of citizens and/or quality of visitors experiences in a negative way”（観光が、訪問先またはその一部に対して、市民生活及び（あるいは）観光客の体験の質に過度の悪影響を与えるような効果をもたらすこと）。

オーバーツーリズムの原因は、民泊の普及や格安航空会社の進出、新興国の経済発展などにより観光客の絶対数が増えていることに加え、特定の場所に観光客が集中しやすいことなどが挙げられている。オーバーツーリズムが生じるなかで、以下のいくつかの問題が発生している。

まず、オーバーツーリズムにおいて問題視されているのことは、環境汚染の問題である。これは、先に述べたように、「近代世界システム」から産み出される構造的問題としても指摘されている。観光資源に関連するものであれば、「ゴミのポイ捨て」などによる自然や景観の毀損が深刻になっている。例えば、国連環境計画（UNEP）は、2016年12月11日の「国際山岳デー」を機に「山岳地帯の廃棄物管理の展望―発生源と解決策」と題する『報告書』を公表し、都市の拡大、採鉱による汚染、観光業等により悪化する山岳地帯のゴミ問題に解決策はあると報告した。また、重要な収入源である観光業は、大量の固形廃棄物（例えば、エベレスト山岳地帯では1964～2012年に14万トン超）を残すため、登山者団体内部で廃棄物管理を促進すること等を提言した。もう一つ、環境公害を被っているのは海浜や島の観光地である。南太平洋から東アフリカに至る観光地の水資源、エネルギー、下水処理設備が圧迫され、例えば、チュニジアでは旅行者の水需要のため地下水の水位が下がり、多くの家庭で一日数時間水枯れ状態を生じているとされる。また、カリブ海地域の多くの砂浜は、下水による汚染のため海水浴に不適となっているとも報告されている。

次は、治安悪化及び観光客によるマナーの問題である。人が多く押し寄せるということはそれだけ人的トラブルも増加する。観光客のマナーが悪いことにより、地元の住民だけでなく他の観光客にも迷惑をかけることになる。例えば、日本では、京都を訪れる観光客が芸者や舞妓を追いかけたり、店の敷地内に踏み込んだりする迷惑行為が続出している。鎌倉でも、同様な観光客の迷惑行為が発生している。文化財や観光資源への落書きや食べ歩きによるゴミ問題も各地で発生している。北海道では、畑や田んぼに観光客が入り込み、写真撮影することも近年とくに増えている。

さらに、オーバーツーリズムがもたらす問題として、深刻化する交通渋滞の問題もあ

[14] 国連世界観光機関(UNWTO)の報告書「オーバーツーリズム、都市観光の予測を超える成長に対する認識と対応」2018年。

る。観光客はバスや電車などの公共交通機関を利用することが多く、観光地のキャパシティを超えた観光客が押し寄せると、公共交通期間の混雑が深刻になっている。また、公共交通機関に限らず、レンタカー・自家用車の集中的移動による道路混雑も問題となっている。それによって、交通機関の利便性が低下・悪化し、観光客の観光体験及び地元住民の日常生活にともに悪影響を及ぼしている。例えば、バルセロナでは、オリンピックを境に観光都市として発展し、いまでは、人口 160 万人のバルセロナに年間 3200 万人もの観光客が訪れている。人口の 20 倍もの観光客の到来によって、交通渋滞や騒音問題は顕著な問題になっている。

最後に、文化の変容の問題も無視できない。文化の変容に関する指摘は近年のみならず、古くから研究されている問題である。コーエン（Erik Cohen）は、社会学の概念的枠組みを用い、1970 年代後半から 1990 年代前半にかけて、当時、人類学の研究対象とされていた東南アジアのタイ北部山岳地帯の少数民族社会に対して、初めて観光産業が与える影響の観光学社会の研究をおこなった。コーエンによれば、タイの山岳地帯において、近代化開発によって、西欧の文化や価値観が広まっていると同時に、「少数民族文化」と「少数民族」自身は観光資源化されているとした[15]。また、山岳少数民族の村人には「少数民族イメージ」づくりに参加する機会がなかったため、本来の地域固有文化を代替する希薄的な「イメージ」が形成されるにいたっているとした。コーエンの研究の焦点は、原住民の「観光的イメージ」に絞られているが、オーバーツーリズムということに関連させて考えると、こうしたことは、少数民族や原住民に限らず、すべての観光地にも生じうる問題である。UNWTO は、観光におけるキャリング・キャパシティ（収容限度）を「物理的、経済的、社会文化的環境を破壊することなく、また、訪問者が許容できないほど満足度を低下させることなく、1 か所のデスティネーションを同時に訪れることができる最大人数」と指摘している[16]。上記の三つの問題（環境汚染・治安悪化・交通渋滞）は「物理的、経済的」な問題であるに対して、文化の変容の問題は「社会文化的環境の破壊」の問題である。これは、とくに観光が主要産業であり、かつ地域固有文化が主要な観光資源となっている地域では、重視すべき問題である。こうした混雑による観光地の収容限度を超えた事態は、地域住民の感情に悪い影響を与えるだけではなく、地域の伝統や風習を失わせてしまう可能性を持っているのである。例えば、北海道のニセコ地域では、近年急増する外国人観光客によって、町中至る所に英語（あるいは他の言語）の看板が設置され、スキーシーズンは外国人観光客が飲食店を占領するといった事態になっている。また、ニセコでは富裕層を観光ターゲットとしたことによって、飲食店・ホテル・スキー場等は高額な料金を設定すことになり、元々利用していた周辺地域の住民がこれらを利用できなくなっているのである。これまでの観光の歴史経験からすれば、交通アクセスの

[15] Erik Cohen, Authenticity and Commoditization in Tourism. *Annals of Tourism Research*, vol. 15, no. 3, 1988.
[16] 前掲「オーバーツーリズム、都市観光の予測を超える成長に対する認識と対応」

利便性が高まれば高まるほど、貧富の如何に係わらず観光地を訪れる人々が増大し、これまでの観光ターゲットとされた人々の感情的対立を産むことも想像に難くないといえる。

ニセコ地域はよく観光地の成功事例として捉えられているが、このような地域文化の変容もオーバーツーリズムの一つの側面として考えなければならない。本論の第三章で指摘したように、現在のグローバリズムの世界では、新興国や発展途上国のマスツーリズの発展と拡大はもはや動かせない潮流となっている。これらの国・地域の観光客を大量に受け入れる際に、観光客のニーズと地元住民のニーズを一致させることは困難であり、より大きいな文化の変容が生じる可能性がある。また、同じく北海道では、アイヌ民族の文化を観光資源として、各地域が観光開発を行っている。そのなか、近年増加している外国人観光客に対応するために、アイヌ族の住民が流暢な英語や中国語で観光客を接客し、マニュアル通りにアイヌ民族に関する説明を行うようになっている。それは、本来のアイヌ民族の伝統的生活様式を伝達するものではなく、観光に対応するために変容された文化と考えざるをえない。このような文化の変容は、アイヌ民族の文化の伝承になんらかの影響を及ぼすと考えられる。

以上のように、オーバーツーリズムに関するさまざまな問題が指摘されているが、UNTWO の『報告書』において、対策として提示された 11 の戦略を以下に示しておく（表 4-1 参照)。

表 4-1　都市における訪問客の増加に対応するための戦略と対策

戦略 1	都市内外での訪問客の分散を促進する
戦略 2	時間による訪問客の分散を促進する
戦略 3	訪問客の新たな旅行ルートと名所を活性化させる
戦略 4	規制を再検討し、調整する
戦略 5	訪問客のセグメンテーションを強化する
戦略 6	確実に地域のコミュニティが観光から利益を得られるようにする
戦略 7	住民と訪問客双方の利益になる都市体験を創出する
戦略 8	都市のインフラと設備を改善する
戦略 9	地域の利害関係者と意思の疎通を図り、関与してもらう
戦略 10	訪問客と意思の疎通を図り、関与してもらう
戦略 11	モニタリングと対策の手段を定める

出所：国連世界観光機関(UNWTO)報告書「オーバーツーリズム、都市観光の予測を超える成長に対する認識と対応」2018 年

しかし、すでに論じたように、マスツーリズムの出現と発展は、資本主義の成立・発展・成熟によって生みだされてきたものであり、マスツーリズの成熟によって生み落とされているオーバーツーリズムが引きこ起こす観光地の文化や自然の破壊あるいは崩壊問題には、地球規模の南北問題と環境問題という「近代世界システム」における難題が反映されているのである。そのため、文化の変容のような問題は、観光開発における対策だけでは不十分であり、根本的な解決策にはなりえないと考えている。オーバーツーリズムの問題は、かつても、これからも、グローバル化が進んでいるなかで、政治的意図や経済的統合などをめぐる問題とともに存在しつづけると考えられる。本論の第三章で論じたように、従来、発展途上国とされてきた中国・ASEAN は、新興国として、世界経済の生産拠点として成長しただけではなく、いまや巨大な消費市場に成長している。こうしたことを反映して、レジャー娯楽、海外旅行など、先進国が長い期間をかけて実現してきた過程を短期間で実現し、世界で EU を越える観光市場に成長している。もちろん、いくら経済が発展してきた新興国といっても、先進国との間ではいまだ大きな格差が存在し、「中所得の罠」などのような経済成長の問題に直面している。しかし、観光に限ってみると、現在は発展途上国や新興国と先進国の間の格差は縮小しつつあり、また、先進国を超越した成長を実現しているところもある。多くの国では、経済発展を支える重要な要因として観光活動をとらえているが、観光はたんなる経済活動ではなく、グローバル規模の人的交流や文化的交流（これには衝突・融合が含まれる）をともなっている活動であるからこそ、現在の「世界システム」の難題を解決する突破口になれると信じたい。

こうした状況において、観光地、観光産業、また観光客自身としては、オーバーツーリズムのような「観光の現場」で生じる問題に対する対策はもちろん重要であるが、「新しい観光の在り方」を考える際に、観光は、人間性の確保、貧困の克服にこそ意義があることを考えてみる必要がある。一方、環境問題においては、とくに観光産業では、過剰開発によって環境が悪化し、そのため観光産業自体が衰退を始めた観光地の事例もある。環境資源が観光を支える最も重要な要素であり、環境の保全は観光の促進でもあることを考えるべきであろう。資本主義発展の歴史には、これまで経験してきたような環境の「破壊-再生」の過程があるが、観光活動が「教育」的性格を強く帯びているという特性（人的交流や自然との交流を主体にしている）を利用し、世界規模に拡大したマスツーリズを環境保全活動の「教育実習の現場」として拡大させることが、「新しい観光の在り方」の今後の重要な意義であると考えているのである。観光と環境保全を融合させることが、少なくともその方途を模索することが、喫緊に必要なものとなっていることはまちがいない。

実際、環境改善の行動として強調されていることは、自然志向かつ低収容の観光「ニューツーリズム」（いわゆるエコ・ツーリズムやグリーン・ツーリズム）であるが、現在の世界観光市場においてみると、エコ・ツーリズムの市場比率は全体の 7%と推定されてい

る[17]。また、エコ・ツーリズムなどについての定義は十分ではなく、実体をともなわない理念のみが先行している感が強い。とくに、エコ・ツーリズムなどを推奨するとき、マスツーリズとの違いないしマスツーリズムに対する批判が大大的に提出されているが、実際の観光の現地では、その理念が十分に実現されているかどうか疑わしい。さらに、その実現のための方策とはなにかといった問題はいまだ十分に検証されていない。本論の序章で述べた観光の定義を考えると、ビジネス、社交、文化、宗教、リクリエーション、レジャーなどを目的とする国際、国内旅行の全体を含めている意味から、エコ・ツーリズムなどに焦点を限定することは、環境改善に貢献するマスツーリズの大きいな可能性を見落とすことになる。すでに成熟段階に入り、貧富を問わず、誰でも参加できるマスツーリズだからこそ、世界規模の環境問題の改善に貢献できる活動に最も適していると考えられるのである。近年、マスツーリズにおいて、観光主体となる観光客、観光媒体となる観光産業、観光客体となる観光地、それぞれの分野において、環境問題に取り組む姿勢と意識が向上しつつある。このようなマスツーリズの方向転換は、政府主体の観光政策の制定（中国の事例）や地域の協力・交流・統合（ASEAN の事例）を通して実現されていることが理解される。これこそは「新しい観光の在り方」の意義であり、今後、より根本的な転換が期待できる事態であると考えている。

第 3 節　結語

近代の観光活動は、人間が文化の境界を越える世界の歴史のなかで唯一にして最大の平和的行為である[18]。そして現代人はみな観光の主体でありながら、観光の客体と観光の媒体の役割を少なからず何らかの形で果たしている。現在の観光活動の発展は現代社会のシステムの隅々と関連し、人類の発展にも直接につながっている。如何なる形態の観光活動にも、またこれから出現するであろう「新らしい観光の在り方」にも、人々の知恵や努力、また矛盾と衝突が含まれている。そうしたなかにおいて、最も規模の大きい観光現象となるマスツーリズの出現と発展、及び将来の変容に関して、これまでの研究成果を踏まえ、絶えず検証し、研究をかさねることが、社会、文化、経済、さまざまな分野における研究の手がかりになると考えられる。本論文のこのような試みを、今後のマスツーリズのさらなる変容と発展に対する研究の礎石としたい。

---

[17] Roy Ballantyne, Jan Packer, *International Handbook on Ecotourism,* Edward Elgar Pub, 2015, p57.
[18] ジェームズ・レット「人類学から展望する観光活動の研究」、前掲『観光・リソート開発の人類学』382 頁。

文献目録

英文文献・資料

A. L. Bowley, *The Change in the Distribution of the National Income 1880-1913*, 1920.

Alden. HATCH, *American Express: A Century of Service, 1850-1950*, See Comments, 1950.

CAPA LCC models in Southeast Asia evolve as growth slows, though outlook remains bright, 2016.

Christopher Endy, *Cold War Holidays: American Tourism in France*, University of North Carolina Press, 2004.

Cohen, E., Toward a Sociology of International Tourism, *Social Research*, 1972, Vol.39, pp.164-182.

Cohen, E., Authenticity and Commoditization in Tourism. *Annals of Tourism Research*, vol. 15, no. 3, 1988.

DIANE Publishing Company, National Income and Product Accounts of the U. S.: 1929-58, 1995.

Euromonitor International from National statistics 2010.

Euromonitor International from National statistics 2015.

European Commission, *Facts and Figures on the Europeans on Holidays: 1997-1998*, 1998.

Goeldner, C. R. and Brent Ritchie, J. R., *Tourism: principles, practices, philosophies*, 11th ed. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, Inc. 2009.

Leonard J Lickorish, *British Tourism : The Remarkable Story of Growth*, Routledge; 2 edition, 2007.

Melanie Smith, Nicola Macleod, Margaret, Hart Robertson, Key Concepts in Tourist Studies, SAGE, 2010.

Michael French, Commercials, careers and culture: travelling sales men in Britain 1890s-1930s, *Economic History Review*, 58(2), August 2008.

Paul Bairoch, International Industrialization Levels from 1750 to 1980, *Journal of European Economic History*; Rome vol.11, no.2, 1982.

Peter Z. Grossman, *American Express: The People Who Built the Great Financial Empire*, Beard Books, 1987.

R. Floud & D. McCloskey (ed.), *The Economic History of Britain since 1700*, Vol 2, 1981.

Roy Ballantyne, Jan Packer, *International Handbook on Ecotourism*, Edward Elgar Pub, 2015.

Silberston, A. *"The Moter Industry" in The Structure of British Industry: A Simposium* (vol.II) (ed. by D.Burn), Cambridge University Press, Cambridge, 1958.

SMMT, The Motor Industry of Great Britain in 1931, p.124, and The Motor Industry of Great Britain in 1938.

Stephen Williams, *Tourism geography: a new synthesis*, 2nd ed., Routledge, 2009, NY.

Thomas A. Durkin, Credit cards: use and consumer attitudes, 1970-2000. *Federal Reserve Bulletin*, Board of Governors of the Federal Reserve System (U.S.), 2000.

Thorsell, J &Sigaty, T. "Human use of World Heritage natural sites: a global overview", Working Paper 4, IUCN Gland, Switzerland, 1998.

Richard Stone, D. A. Rowe, *The Measurement of Consumers' Expenditure and Behaviour in the United Kingdom, 1920-1938*, CUP Archive, 1966

United Nations Educational, World heritage in young hands: to know, cherish and act; an educational resource kit for teachers, 2002.

United Nations, Department for Economic and Social Information and Policy Analysis Statistical Division and World Tourism Organization, Recommendations on Tourism Statistics, Series M No. 83, United Nation, New York, 1994.

United States. Civil Aeronautics Board, Vol.37.

UNWTO Tourism and Intangible Cultural Heritage, Madrid, Spain, 2012.

UNWTO, Tourism Highlights, 1997 Edition.

UNWTO, Tourism Highlights, 2015 Edition.

UNWTO, Tourism Highlights, 2018 Edition.

Wilson, J. Q. *The Politics of regulation*, New York, Basic Books, Inc., 1980.

和文文献・資料

A・シーグフリード（杉捷夫訳）『現代　二十世紀文明の方向』紀伊国屋書店、1967年

D. J. ブーアスティン（星野郁美、後藤和彦訳）『幻影（イメジ）の時代』東京創元社、1964年

D.F. ラック、S.H. ナスル著（中村元著、訳、高山宏訳）『東方の知』（叢書 ヒストリー・オヴ・アイディアズ：5)、平凡社、1987年

D.マキァーネル（安村克己、須藤廣、高橋雄一郎、堀野正人、遠藤英樹、寺岡伸悟訳）『ザ・ツーリスト―高度近代社会の構造分析』学文社、2012年
J.フリンク(秋山一郎監訳)『カー・カルチャー：オートモビリティ小史』千倉書房、1992年
J・アーリ(加太宏邦訳)『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、1995年
K・ポメランツ（川北稔訳）『大分岐―中国、ヨーロッパ、そして近代世界経済の形成―』名古屋大学出版会、2015年
S. J. ページ（木谷直俊、松下正弘、図師雅脩訳)『観光と交通の経済学』日本経済評論社、2001年
アラン・コルバン（渡辺響子訳）『レジャーの誕生』藤原書店、2000年
アルトウル・ボールマン（国際観光局訳)『観光学概論』橘書院、1989年
アンガス・マディソン（金森久雄監訳、政治経済研究所訳）『世界経済の成長史　1820～1992年　199ヵ国を対象とする分析と推計』東洋経済、2000年
ヴィンフリート・レシュブルク（林龍代、林健生訳）『旅行の進化論』青弓社、1999年
エドワード・W. サイード（今沢紀子訳)『オリエンタリズム』平凡社、1993年
エリック・リード（伊藤誓訳）『旅の思想史ーギルガメシュ叙事詩から世界観光旅行へ』法政大学出版会、1993年
エレン･メイクシンズ･ウッド（中山元訳）『資本の帝国』紀伊国屋書店、2004年
グリニス・チャントレル編（澤田治美監訳）『オックスフォード英単語由来辞典』柊風社、2015年
バーレン・L.スミス、ウィリアム・R.エディントン編著（安村克己他訳）『新たな観光のあり方　観光の発展の将来性と問題点』青山社、1996年
バーレン・L・スミス（三村浩史監訳）『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、1991年
ピアーズ・ブレンドン(石井昭夫訳)『トマス・クック物語―近代ツーリズムの創始者』中央公論社、1995年
ホブスン（矢内原忠雄訳)『帝国主義論』岩波文庫、1951年
マルク・ボワイエ（成沢広幸訳）『観光のラビリンス』法政大学出版局、2006年
マルコ・ポーロ著（愛宕松男訳）『東方見聞録』平凡社東洋文庫、2000年
ランデス（石坂昭雄、富岡庄一訳）『西ヨーロッパ工業史』Ⅰ、みすず書房、1980年
ルイス・マンデル著、（根本忠明、荒川隆訳)『アメリカクレジット産業の歴史』日本経済評論社、2000年
レーニン（宇高基輔訳)『帝国主義―資本主義の最高の段階としての』岩波文庫、1956年
ロバート・W. マーカムソン（川島昭夫他訳）『英国社会の民衆娯楽』平凡社、1993年
蔡昉（西川博史訳）『中国の経済改革と発展の展望』現代資料出版、2020年
荒井政治「トマス・クックによる旅行業の開拓」『経営史学』、第19巻、第2号、1984年

7 月
荒井政治『レジャーの社会経済史：イギリスの経験』東洋経済新報社、1989 年
荒井政治、原田聖二『交通経済の研究―鉄道と自動車―（2）』関西大学経済・政治研究所、研究叢書第 57 冊、1985 年
有賀夏紀、油井大三郎『アメリカの歴史　テーマで読む多文化社会の夢と現実』有斐閣、2003 年
浅羽良昌『アメリカ経済 200 年の興亡』東洋経済新報社、1996 年
生田真人「東南アジアの観光開発―タイとインドネシアの４地方都市を事例に―」『立命館大学人文科学研究所紀要』98 号、2012 年 3 月
石井昭夫「『観光の世界史』のノートから(4)マーシャルプランと国際観光」『国際観光情報』日本政府観光局監修、2009 年 4 月
石井昭夫「アメリカ・ホテル発展史」『ホスピタリティ・マネジメント』、Vol.6 No.1、2015 年 3 月
石井昭夫「フランス観光政策小史」『ホスピタリティ・マネジメント』、Vol.3、No.1、2012 年 3 月
石坂昭雄、壽永欣三郎、諸田實、山下幸夫『商業史』有斐閣、1980 年
石森秀三編『観光の 20 世紀　20 世紀における諸民族文化の伝統と変容』、ドメス出版、1996 年
石森秀三編『大交流時代における観光創造』北海道大学大学院メディア・コミュニケーション研究院、2008 年
石川和男「合衆国における耐久消費財の普及と背景（Ⅰ）―自動車社会の基盤形成と初期の自動車製造を中心に―」『専修大学社会科学年報』、第 50 号、2016 年
石原享一「中国の観光産業政策と観光統計の整備――“土標準”（自国基準）と“洋規矩”（国際基準）とは折り合えるか――」『アジア研究』(13)、2018 年 3 月
今井宇三郎著『新釈漢文大系 24　易経』上、下、明治書院、1993 年
井野瀬、久美惠『イギリス文化史入門』昭和堂、1994 年
上田卓爾「観光学における『観光』の歴史的用例について―『観光丸』から『観光』を見直す」財団法人アジア太平洋観光交流センター『第 11 回観光に関する学術論文入選論文』、2005 年 12 月
宇野博二「アメリカにおける航空機工業の発達（その 2）」『学習院大学経済論集』10(3)、1973 年 12 月
遠藤英樹、堀野正人『観光社会学のアクチュアリティ』晃洋書房、2010 年、
大橋昭一『観光の思想と理論』文眞堂、2010 年、
王立国際問題研究所、国際連合経済問題部（楊井克己、中西直行訳）『国際投資の諸問題』日本評論社、1970 年
岡部達味編『ASEAN をめぐる国際関係』日本国際問題研究所、1977 年

岡本伸之編『観光学入門―ポスト・マス・ツーリズムの観光学』有斐閣アルマ、2001 年
小槻文洋、原一樹、伊多波宗周『観光研究のキーコンセプト』現代図書、2014 年
角山栄、川北稔『路地裏の大英帝国』平凡社、2001 年
川北稔『「非労働時間」の生活史―英国風ライフ・スタイルの誕生』リブロポート、1987 年
木村五郎『旅館業の変遷史論考』福村出版、2010 年
菊池光造「19 世紀後半イギリスにおける労働者状態」『經濟論叢』、第 120 巻第 1・2 号、京都大学、1977 年
林清編著『観光産業論』（観光学全集、日本観光研究学会監修、第 6 巻）原書房、2015 年
近藤和彦『民のモラル　ホーガースと 18 世紀イギリス』筑摩書房、ちくま学芸文庫、2014 年
近藤和彦『民のモラル―近世イギリスの文化と社会―』山川出版、1993 年
佐藤治正、山内弘隆、中条潮「米国の航空市場規制をめぐる議論」交通学研究研究年報第 27 号、日本交通学会編、1983 年
塩見英治『米国航空政策の研究』文真堂、2006 年
白坂蕃「ヨーロッパの経験した観光開発と有給休暇制度」『立教大学観光学部紀要』第 16 号、2014 年 3 月
白川静『字通』平凡社、1996 年
新居洋子『イエズス会士と不変のテイコク在華宣教師による文明の翻訳』名古屋大学出版会、2017 年
新城常三『庶民と旅の歴史』NHK ブックス 143、日本放送出版協会、1971 年
唱新『AIIB の発足と ASEAN 経済共同体』晃洋書房、2016 年
昭文社『ことりっぷ 海外版 クアラルンプール: マレーシア』株式会社昭文社、1997 年
須藤廣『観光化する社会―観光社会学の理論と応用』ナカニシヤ出版、2008 年
鈴木宏昌「フランスのバカンスと年次有給休暇」『日本労働研究雑誌』54(8)、2012 年 8 月
鈴木忠義編『現代観光論[新版]』有斐閣双書、1984 年
菅原秀二「民衆文化とその変容」（岩井淳、指昭博編『イギリス史の新潮流―修正主義の近世史―』彩流社、2000 年）
瀬口清之「中国経済の構造変化と日中経済関係」財務省財務総合政策研究所『フィナンシャル・レビュー』平成 26 年第 3 号（通巻第 119 号）、2014 年 8 月
高橋伸夫「フランスにおけるヴァカンスの地理学的研究」『筑波大学人文地理学研究』16 巻、1992 年 3 月
高見澤麿、鈴木賢著『叢書中国的問題群 3 中国にとって法とは何か　統治の道具から市民の権利へ』岩波書店、2010 年
高山陽子「戦跡観光と記念碑」『国際関係紀要』第 20 巻第 1・2 合併号、2011 年
高田眞治、後藤基巳訳『易経』下、岩波文庫、1969 年
田口亜紀「旅行者かツーリストか？:十九世紀前半フランスにおける"touriste"の変遷」

『共立女子大学文芸学部紀要』、60 巻、2014 年 1 月
田村正紀『旅の根源史――映し出される人間欲望の変遷』千倉書房、2013 年
手島廉幸「マスツーリズムの歴史的変遷と今後の行方―マスツーリズムに終焉はない―」『日本国際観光学会論文集』第 15 号、2008 年
東京大学航空イノベーション研究会、鈴木真二、岡野まさ子編『現代航空論 ： 技術から産業・政策まで』東京大学出版会、2012 年
中崎茂「リゾート地域の変遷とその要因に関する考察―イギリスのマス・ツーリズムの誕生とその変容を中心に―」『流通経済大学論集』、35-3、2001 年 1 月
中本和秀「1930 年代のイギリス自動車工業：6 大企業の形成とその資本蓄積(1)」『北海道大学経済学研究』、30(3)、1980 年 11 月
永渕康之『バリ島』講談社現代新書、1998 年
西川博史「政治経済学・経済史学会」の共通論題：「『第二次大戦後の復興と安定』についてのコメント―東アジアの視点から」『歴史と経済』、58 巻 3 号、2015 年
西川博史『戦中戦後の中国とアメリカ・日本』、HINAS、2014 年
西口清勝「1920 年代のアメリカ貿易と東南アジア-低開発経済における輸出拡大の現実-」『経営と経済』、54(4)、1975 年
根橋正一「17 世紀グランドツアーの社会的基礎―ワールドシステムとナショナリズム」『流通経済大学社会学部論叢』、第 16 巻第 2 号、2006 年
白抒梅「国営企業から株式会社への中国の国有企業改革」『一橋研究』25（4）、2001 年
原田聖二『両大戦期イギリス経済史の研究』関西大学出版部、1995 年
羽田正『東インド会社とアジアの海』講談社学術文庫、2017 年
長谷政弘編『観光学辞典』同文館、1999 年
廣岡治哉『観光と経済開発―西ヨーロッパの経験』成山堂書店、1992 年
堀井令以知編『語源大字典』東京堂出版、1988 年
増井健一、山内弘隆『航空輸送』現代交通経済学叢書第 7 巻、晃洋書房、1990 年
増島実『アジアのコロニアルホテル』東京研文社、2001 年
有賀郁敏他著『スポーツ　近代ヨーロッパの探究 8』ミネルヴァ書房、2002 年
松村高夫「タフ・ヴェイル判決とイギリス鉄道労働運動（Ｖ）」『三田学会雑誌』、慶応義塾経済学会、83 巻 1 号、1990 年 4 月
松鷹彰弘「日本人のマスツーリズムに関する一考察」『沖縄短大論叢』8（1）、1994 年
宮本佳範「“持続可能な観光”の要件に関する考察―その概念形成における二つの流れを踏まえて―」『東邦学誌』第 38 巻第 2 号、2009 年
宮澤光「ネオコロニアル状況における、文化接触としての観光と生成する文化」『北海道大学大学院国際広報メディア研究科院生論集』2: 59-71、2006 年
森岡清美・塩原勉・本間康平編『新社会学辞典』有斐閣、1993 年
溝尾良隆編著『観光学の基礎』（観光学全集、日本観光研究学会監修、第 1 巻）原書房、

2009 年
山影進「新アセアンの課題と日本」、NIRA モノグラフシリーズ、2008 年 3 月
山下晋司「楽園バリの演出－観光人類学覚書」『オセアニア 3－近代に生きる』東京大学出版会、1993 年
山下晋司『観光人類学』新曜社、1996 年
山下徹『国際観光論』白桃書房、2004 年
山口由美『アマン伝説－創業者エイドリアン・ゼッカとリゾート革命』文藝春秋社、2013 年
山口祐司「海外ホテルの歴史」『東京短期大学紀要』、第 20 巻、2012 年 3 月
山崎文徳「民間航空機の市場構造の変化と技術展開」『社会システム研究』第 21 号、2010 年 9 月
山本尚一『イギリス産業構造論』ミネルヴァ書房、1974 年
柳田国男『青年と学問』岩波文庫、1976 年
柳父章『「ゴッド」は神か上帝か』岩波文庫、2001 年
安村克己他編著『よくわかる観光社会学』ミネルヴァ書房、2011 年
安村克己編著『社会学で読み解く観光』学文社、2001 年
吉川貫二「国際航空運賃の決定と運賃コントロールの見通し-1-」『同志社商学』第 17 巻、第 5 号、1966 年
吉田春生「観光とオリエンタリズム」『福祉社会学部論集』20(1)、2001 年 7 月
国際協力総合研修所『開発課題に対する効果的アプローチ――運輸交通』国際協力機構（JICA）、2005 年

中国語文献・資料

高舜礼《中国乡村旅游现状与发展新思路》（张广瑞，刘德谦主编《旅游绿皮书 中国旅游发展分析与预测》）社会科学文献出版社，2008 年
李军编《中国民航年谱 1949-2010》中国民航出版社，2012 年
李长莉，闵杰，罗检秋，左玉河，马勇著《中国近代社会生活史》中国社会科学出版社、2015 年
刘亚洲，姚俊主编《中国航空史》第二版湖南科学技术出版社，2007 年
国家统计局人口和就业统计司《中国人口和就业统计年鉴》（2005-2017 年版），中国统计出版社
国家统计局人口和就业统计司《中国历年城镇就业人员调查周平均工作时间统计》（2001-2016 年版），中国统计出版社
国家统计局综合司《新中国成立 70 周年经济社会发展成就系列报告之一》2019 年 7 月
北京市统计局编《北京统计年鉴》（2007 年版）中国统计出版社，2007 年

中共中央宣传部理论局《新时代 面对面》学习出版社，人民出版社，2018 年
中国交通年鉴编辑部《中国交通年鉴》（2011 年版）中国交通出版社，2011 年
中国国家旅游局《2010 年上半年旅游经济运行报告》2010 年 7 月
中国国家旅游局编《中国旅游统计年鉴》（2003 年版）中国旅游出版社，2003 年
中国国家旅游局编《中国旅游统计年鉴》（2006 年版）中国旅行出版社，2006 年
中国国家旅游局编《中国旅游统计年鉴》（2010 年版）中国旅游出版社，2010 年
中国民用航空总局规划科技司编《从统计看民航》（2002-2012 年版）中国民航出版社
李克强《2016 年政府工作报告—2016 年 3 月 5 日第十二届全国人民代表大会第四次会议》，新华社北京 3 月 17 日电

その他の資料

運輸省『運輸経済統計要覧　昭和 55 年版』
国土交通省『国道交通白書　平成 28 年度』
国土交通省『国土交通白書　平成 29 年度』
国土交通省『全国総合開発計画』昭和 37 年
国土交通省『運輸白書』昭和 39-49 年版
国土交通省航空局「航空統計年報」
一般財団法人運輸政策研究機構「交通経済統計要覧」
厚生労働省『就労条件総合調査』
国立社会保障・人口問題研究所「人口統計資料集(2004)」
国連 World Population Prospects: The 2002 Revision
国連世界観光機関(UNWTO)報告書「オーバーツーリズム、都市観光の予測を超える成長に対する認識と対応」2018 年
観光庁「宿泊旅行統計調査報告」
経済産業省通商政策局編『平成 29 年版 通商白書』2017 年
財団法人アジア人口・開発協会（APDA）発行『人口開発シリーズ 14　アジアの人口都市化—統計集—』1991 年 2 月
世界旅行ツーリズム協議会（World Travel & Tourism Council）「旅行・観光産業——世界における経済的影響と課題 2018」
生産性労働情報センター編『戦後・日本経済日誌—半世紀の歩みと今日の姿—』生産性労働情報センター、平成 8 年改訂版
総務省『通信情報白書　2017 年』「通信利用動向調査」
総務省統計局統計調査部消費統計課「家計調査」「家計調査年報」各年
内閣府「長期経済統計 国民経済計算」

内閣府『昭和 45 年　年次経済報告』
日本観光協会『ソーシアル・ツーリズム』日本観光協会、資料制作国立国会図書館、2001 年
日本観光振興協会編『数字でみる観光』2014 年度版、日本観光振興協会
日本交通公社「旅行者動向 2013」
日本政府観光局（JNTO）『国際観光白書 1999 年度版』
法務省「外国人入国者数・日本人出国者数の推移」
余暇開発センター『７ヶ国国際比較レジャー調査』余暇開発センター、1985 年
労働政策研究研修機構『データブック国際労働比較 2005』、『データブック国際労働比較 2011』、『データブック国際労働比較 2018』
アジア太平洋観光交流センター（APTEC)『世界観光統計資料集』
ジェトロ『世界貿易投資報告 2017 年版』
パーソル総合研究所『マレーシア労働市場』2019 年 6 月
国際労働財団（JILAF）「アジア労働法データベース」
(https://www.jilaf.or.jp/asia_laborlaw/)
中国人民共和国国家統計局，“国家数据”
(http://data.stats.gov.cn/easyquery.htm?cn=C01)
ユナイテッド航空 http://www.united.com/
コンチネンタル航空 http://www.continental.com/
サウスウエスト http://www.southwest.com/
ＪＥＴ ＢＬＵＥ http://www.jetblue.com/
ASEAN-Japan Centre “Global Value Chains in ASEAN Tourism”
「【シリーズ改革開放 40 周年】手探りで踏み出した対外開放への道」『北京週報日本語版』2018 年 5 月 30 日

謝辞

本日博士論文を提出するにあたり、お世話になった方々にこの場を借りてお礼申し上げます。指導教授であり主査でもある西川博史教授には、この 8 年間の研究・生活全般にわたってお世話になりました。ご多忙の中お時間を割いていただき、物事の考え方・見方から、図表の作り方や文章の書き方の基本に至るまで、本研究のほとんどすべての部分を指導いただきました。博士論文にとどまらず、西川教授から、中国人としても知りえなかった中国の歴史・文化についても色々教えていただきました。今後も、孔子の云う「子絶四。毋意、毋必、毋固、毋我。」を目標として、学者として研鑽を積んでいきたいと思います。

本論文の副査として伊藤昭男教授に、お忙しい中で貴重な時間を割いていただき、深く感謝致します。伊藤教授の中国に関する関心と研究に対する姿勢から、多く啓発を受けました。また、同じく本論文の副査として佐藤博樹教授にお忙しい中でお時間を割いていただき、感謝を申し上げます。佐藤教授は修士 1 年目から統計学の基本知識や論文の基礎などを色々教えてくださり、多くの有益な助言もいただき、大変お世話になりました。また、修士課程及び博士課程で多くのご指導、ご助言をいただいた中鉢令児教授、田辺隆司教授、阿部秀明教授、石原享一教授、加藤由紀子教授、蘇林教授に感謝を申し上げます。修士課程では、論文指導や学会での研究発表は、中鉢令児教授に多くご指導を頂き、中鉢教授のご指導なくしては到底成りしえなかった業績であり、感謝の言葉もございません。

事務室の柴田敬司課長と HINAS の渡邊聡様には、社会生活でも親切に面倒を見ていただき、非常にお世話になりました。すばらしい研究環境を整えて下さったことに深く感謝致します。

最後に、これまで自分を育ててくれた両親と常に支え続けてくれた夫に深く感謝致します。

在此，感谢父母多年的养育之恩，让我可以自由的选择自己喜欢的生活方式，并永远在大后方给予我最大的支持。