

近代スイス観光史研究の課題と展望

—大衆化と観光業をめぐる試論—

森 本 慶 太

1. はじめに

文化人類学者の石森秀三は、1990年代半ばに、観光の歴史を旅行の大衆化の観点から、四次にわたる「観光革命」という画期で区分した¹⁾。それによると、「第一次観光革命」はヨーロッパで生じた国内旅行の大衆化と富裕層による外国旅行ブームを契機として1860年代に起こった。「第二次観光革命」(1910年代)は、第一次世界大戦を契機に、アメリカ合衆国を中心とする中産階級の旅行ブームがきっかけで生じたとされる。そして、「第三次観光革命」とは、1960年代以降の、とくにジャンボ・ジェット機就航にともなう世界規模での、おもに北半球から出発したマス・ツーリズムの展開をさしている。こうした流れの先に、2010年代のアジア人観光客の爆発的急増＝「第四次観光革命」が展望されていた。

2020年夏時点で、新型コロナウイルス感染症の世界的流行による打撃を受けているとはいえ、上記の第四次観光革命が現実となっていた近年の日本では、観光地への大量の観光客到来から生じる弊害、すなわち「オーバーツーリズム」や「観光公害」への批判的論調が目立ちつつあったが、19世紀半ばにトマス・クックを嚆矢とする旅行業が確立して以来、観光の大衆化に対する批判はメディアや知識人を通じて繰り返し行われてきた。それは往々にしてステレオタイプな観光客像に依拠したエリート主義的な批判であったが、近年の社会学や人類学によるアプローチでは、単純な図式にとらわれない理論が提示されている。しかし、歴史学からの「観光史」研究においては、観光の大衆化の歴史的

意義について、いまだ十分に議論されているとはいえない²⁾。本稿の目的は、こうした問題意識のもとに、20世紀前半のドイツ語圏に関するいくつかの研究を取り上げたくて、筆者がこれまでに進めてきた研究の位置を再確認することである³⁾。

具体的には、石森のいう「第二次観光革命」と「第三次観光革命」のはざまにあって、観光のあり方が根本的に問われた戦間期のドイツ語圏、とくにスイスに注目し、研究動向の把握と今後の研究課題を展望したい。戦間期の西ヨーロッパ諸国では、大衆消費社会の萌芽があらわれつつあり、観光旅行も中間層から労働者層の一部を含む大衆の消費対象になりつつあった。その動きは第二次世界大戦で断絶するが、戦後の経済成長の過程で旅行の普及が進み、1960年代以降大多数の人びとが観光を消費対象とする、マス・ツーリズムの形成へとつながる⁴⁾。本稿の問題関心は、戦間期のドイツ語圏における観光の大衆化に、同時代人がどのように対応したかにある。筆者の研究対象であるスイスは、19-20世紀転換期に「ヨーロッパの行楽地 (The playground of Europe)」と呼ばれ、おもにイギリスやドイツからの富裕層の集客に成功したが、戦間期、とくに1930年代以降の時代状況のなかで、観光のあり方についての再検討を迫られた。中立国スイスで生じた、1930年代から戦後にかけての一連の出来事を検討することは、ヨーロッパにおける19世紀以来の観光の大衆化と戦後のマス・ツーリズム現象との間、換言すれば、観光の「近代」と「現代」との間をつなぐ、過渡期の様相を示すことにつながると思われる。本稿はそれに向けた試論である。

以下の本論では、おもに第二次世界大戦後に生じた典型的なマス・ツーリズム批判と、近年の観光研究の議論を概観する。つぎに、ヨーロッパ、とくにドイツの戦間期を取り上げた研究を援用し、大衆消費社会形成との関連において観光史研究の視座を探る。そのうえで、スイスに焦点をしぼり、近代観光史研究の動向を把握する。最後に、以上の検討を踏まえて今後の課題と展望を述べることにしたい。

2. 観光の大衆化をめぐる議論

観光の大衆化をめぐっては、その発生が認識された19世紀のうちに、弊害を説く主張がみられるようになった。イギリスの福音主義者で禁酒運動家であったトマス・クックが、ギャンブルにふけりがちな労働者への「健全な」余暇の提供をめざして、1841年に禁酒運動大会参加者を対象に、鉄道による団体旅行を組織したことは、近代観光の嚆矢となる出来事として広く知られる。その後クックは、第1回ロンドン万国博覧会（1851年）を契機に事業としての旅行業を確立し、イギリス人の観光の大衆化を促進した⁵⁾。クックの企画したツアーは、すでに同時代のマス・メディアによる辛辣な風刺の対象になっている⁶⁾。

20世紀以降、観光に参加する社会層がいっそう拡大するにつれて、大衆社会論との関連で、観光がいっそう批判的に論じられるようになった。ここでは、第二次世界大戦後の代表的な議論を二つ紹介したい。ひとつは、ドイツの詩人で批評家のH・M・エンツェンスベルガーが1958年に『メルクーア』誌で発表した評論「観光の理論」であった⁷⁾。それによると、観光とは消費社会に生きる人びとが自ら作りだした現実からの「逃避」行動である。しかし、それは産業世界の外への逃避ではなく、あくまでその枠内で生じるものにすぎないという。こうした資本主義批判の文脈で展開された彼の議論は、同時代のフランクフルト学派の批判理論とも共鳴するものであり、ドイツ語圏における観光批判の典型として大きな影響を与えた⁸⁾。

アメリカの文化史家D・J・ブーアスティンが展開した「擬似イベント論」も、こうしたマス・ツーリズム批判の系譜に位置づけられる。彼は、観光がガイドブックをはじめとするマス・メディアによって編まれたイメージによって構成されており、人びとは、「本物」の経験としての「旅」ではなく、そのイメージを再発見するだけの、「まがいもの」である「旅行」しかできなくなったと主張し、現実をみようとしないう「観光客」と、未知を探求する「旅行者」を区別した⁹⁾。

こうした知識人によるマス・ツーリズム批判，とりわけ日本でも知られたブーアスティンの議論に対しては，すでにさまざまな反論が提起されている。現代の旅行の意義を積極的にとらえようとする立場からは，ブーアスティンの議論は社会現象を批判的にとらえる学者間の悪しき「了解」を前提にした，エリート主義的な見方であると指摘されている¹⁰⁾。さらに，近年の社会学や人類学を基盤とする観光研究では，ブーアスティンらを批判的に乗り越えるように議論が深められている¹¹⁾。例えば，観光現象の「オーセンティシティ本物性」をめぐる議論では，「本物」をたえず探求する行為として，観光をより積極的にとらえる見方（D・マキアーネル）が提示されたほか，「本物性」への問いを越えて，イメージや表象のリアリティを問うポストモダニズムの議論（U・エーコ/J・ボードリヤール）や，観光現象を人びとの言説や表象をめぐる実践のなかで絶えず構築されるものとして把握する構築主義の議論（E・M・ブルーナー）へと展開している¹²⁾。さらには，イギリスの社会学者J・アーリの「観光のまなざし」論¹³⁾などの成果を踏まえ，観光の近現代史を描く試みもなされている¹⁴⁾。

大衆批判としての観光論を克服する研究が，社会学や人類学で先行するなかで，歴史学には時代や地域ごとの経験的事実を踏まえて大衆化の実像を明らかにすることが求められるだろう¹⁵⁾。その際，近代観光の歴史を，19世紀のトマス・クックの登場から1960年代のマス・ツーリズムへといたる大衆化の歴史として単線的に捉えることには慎重でなければならない。トマス・クック社の例をあげると，その事業開始当初は，慈善事業に根差した，国内観光の大衆化への志向が強かった。しかし，トマスの息子ジョン＝メイスン・クックが経営に加わると大衆化路線を放棄し，エリートのための娯楽提供を念頭にエジプトや中東といった新たな観光地を開拓し，個人旅行や海外旅行の販売に傾注するようになる。井野瀬久美恵は，この父子の対立を一企業の経営方針の変化としてだけではなく，「大衆化」と「差別化」の間を揺れ動く，20世紀に顕在化する観光のパラドックスを先取りしていたと指摘している¹⁶⁾。

H・ベルクホフも，イギリスの近代観光史を展望する論稿で，エンツェンス

ベルガーに代表されるマス・ツーリズムに対する批判的議論は、19世紀後半のトマス・クックへの非難に依拠したナイーブなものであるとする。当時のイギリスでは、実態として団体旅行以上に個人旅行が大きく発展していたこと、さらに、やり玉にあげられた当の団体旅行の参加者たちには、旅行前の語学学習や旅日記の作成にみられるように、20世紀の知識人が批判した典型的な観光客像とは異なり、単に受動的とはいえない側面があったこともあわせて指摘している¹⁷⁾。

「近代観光の創始者」トマス・クックの評価に関わるこうした議論を一瞥するだけでも、近代観光の歴史を大衆化の過程として一面的に描くことは適切でなく、「大衆化」と「差別化」のせめぎあいの歴史として描くことの必要性が認められる¹⁸⁾。さらに井野瀬は、このせめぎあいを『『観光の一九世紀』のパラダイム』と表現する。このパラダイムは、20世紀にはいり加速度的に大衆化が進むなかで顕在化し、1960年代頃まで持続しているという¹⁹⁾。本稿はこうした展望を踏まえたうえで、戦間期の西ヨーロッパ社会に注目したい²⁰⁾。戦間期は、このせめぎあいの様相が政治とも絡んで変化する時代であり、第二次世界大戦後のマス・ツーリズム形成を理解するうえで重要な事例を提供している。しかし、社会学などによる観光研究では、この時代・地域の意義が看過されているように思われる²¹⁾。戦間期に注目することで、井野瀬の示唆した「観光の19世紀」と「観光の20世紀」とのつながりをより明確にできるのではないだろうか²²⁾。次章では、この点を踏まえつつ戦間期のドイツを中心に、関連する研究を整理する。

3. 戦間期における観光の大衆化——ドイツの事例を中心に

本章では、戦間期ドイツを対象とした研究を参照することで、本稿の問題関心を深化する手がかりを得たい。なぜなら、ドイツの事例研究はスイス観光史の研究を進めるうえで有益な視点を提供していることと、同時代のスイス観光を取り巻く状況が隣国としてのドイツから強い影響を受けていたためである。

さて、第二次世界大戦後のマス・ツーリズムとは、社会の圧倒的多数の人びとが消費の対象として観光旅行に参加したという意味で、大衆消費社会を象徴する現象の一つであったといえる。観光史における大衆化を問題にする際には、消費史研究の視点が参考になるだろう。斎藤哲は、西ヨーロッパにおいては1960年代末までに消費社会化が完成するとして、その形成を20世紀中葉の現象であったとしながらも、第二次世界大戦以前から徐々に形成されていたと指摘し、分析の始点を1920年代のドイツに置いている²³⁾。本稿でも、同時期以降の観光をとりまく社会状況の変化に注目したい。同時に、後述するように、戦間期は観光の普及が政治的課題に浮上した時代でもある。雨宮昭彦は、先にあげたH・ベルクホフらによって進められてきたドイツの消費史研究の動向を紹介し、消費の視点から20世紀の政治経済史にアプローチすることを提唱しているが²⁴⁾、後述するように、観光も大衆消費社会の形成と政治史との関連を探るうえで好適な対象であるといえよう。

すでに戦間期の政治史の文脈では、労働者を対象とする余暇政策に注目した研究が蓄積されて久しい²⁵⁾。例えば、イタリアやドイツの政治体制分析のなかで、余暇に着目した研究がある。イタリアについては、ファシズム体制下の余暇団体「ドーポラヴォーロ (Dopolavoro: 労働の後)」による、労働者の余暇組織化の試みが明らかにされている²⁶⁾。さらに、ドーポラヴォーロを範として、ナチ党の「ドイツ労働戦線」が設置した「歓喜力行団 (Kraft durch Freude: 喜びを通じて力を)」による、労働者層をはじめとする人びとへの観光旅行普及策は、大規模海水浴場の建設や豪華客船によるクルーズ旅行にみられるように、国内外でセンセーションを巻き起こし、歴史研究でも、ナチズムによる大衆動員の成功例として注目されてきた²⁷⁾。また、ドイツやイタリアの施策に対抗する立場から実施された、同時期のフランスの余暇政策も広く知られており、戦後のヴァカンスの隆盛を展望しつつ、人民戦線内閣による余暇の組織化を論じた研究や、当時追求された「民衆ツーリズム」の実態を具体的事例に即して検討した研究が存在する²⁸⁾。

以上の研究は、「余暇の組織化」や「旅行の民主化」といった表現に見られるように、政治史への関心のかぎりで見られることが多かったが、Ch・カイツによる研究は、「社会構造と社会変動の歴史としての観光史」を標榜し、マス・ツーリズムの起源への問題関心からヴァイマル期ドイツの観光を主題とした点で注目される。彼女は、マス・ツーリズムが形成される前提として、労働者層の参加、個人による旅行の計画、交通機関や宿泊施設などのインフラ整備、休暇や収入、それに宿泊者数の増加といった社会経済的要因をあげる。カイツは、ヴァイマル期をこれらの諸要因が相互に作用しはじめた時代であると見、これをもってマス・ツーリズムが形成されたと結論づけている²⁹⁾。

こうした見方に対し、W・ケーニヒは、カイツがマス・ツーリズムの質的側面ばかりに注目し、観光客数という量的側面を軽視することで、恣意的な議論に陥っていると批判している。後者を重視するケーニヒは、ヴァイマル期ドイツはマス・ツーリズムの前史にあたる時代であり、それが実際に形成されるのは第二次世界大戦後であると主張する³⁰⁾。確かに、観光客の爆発的な増大という意味でのマス・ツーリズムの形成は、第二次世界大戦後の「経済の奇跡」や、自動車の普及や商用航空事業の成長による交通機関の革新などの社会経済的要因と密接に関わっていることは否定できない。ドイツ語圏でも「マス・ツーリズム (Massentourismus)」という言葉は、一般的に1960年代末に地中海沿岸などの地域に大量の観光客が出現したことをさす量的概念であり、労働者層など特定の社会層と結びつけて定義されているわけではない³¹⁾。本稿でもさしあたり、マス・ツーリズムを1960年代以降の現象として用いている。

むしろ、カイツの研究の意義は、歓喜力行団が出現する前のヴァイマル期に、第二次世界大戦後のマス・ツーリズムを支える諸要素、すなわちパック・ツアーを提供する旅行代理店、交通手段、宿泊客、有給休暇などの、観光の需要と供給に関わる双方のアクターが出現し、相互に関連しはじめた歴史的事実を指摘した点にある。当時は、第一次世界大戦による富裕層の没落を背景に、労働者層の一部を含むさまざまな階層に観光へ参加する機会が広がっていた。こ

うした新たな需要を背景に、観光業が組織化され、低所得層も対象としたそれまでにない新たな旅行団体が出現したことをカイツは明らかにしている。当時の観光をめぐる変化は、消費史研究の視点から、大衆消費社会の萌芽を示す事例としてとらえることもできるだろう。

ナチ期については、先述のように余暇や観光の領域に政治が密接に関わるが、消費史と関連させて、文化・消費政策に注目した研究も近年あらわれている。そこでは、歓喜力行団が旅行や娯楽の提供を通じて、大衆消費社会へ向かう未来を人びとに意識させたことを指摘している³²⁾。ここでいう大衆消費社会が、戦後の資本主義国における個人主義的なそれと同質であったのか、また、それに連なる面があったのかは議論を深める必要があるが³³⁾、こうした研究が、休暇の拡大や労働力の再生産といった社会政策面だけでなく、消費史の文脈から歓喜力行団に注目することは、戦後史とのつながりを考察するうえでも意義がある。

ドイツ人は19-20世紀転換期以来、スイスへやってくる主要な観光客であり、第一次世界大戦後には、国際観光の復活に向けてドイツ人をはじめとする外国人への観光振興がスイスの観光業界の大きな課題となっていた。同時に、先に紹介した歓喜力行団の出現をはじめとするドイツの動向は、業界にさまざまな意味で衝撃を与え、従来軽視されてきた国内向け観光事業など、新しい方向性を模索するきっかけを与えている。次章では、このことを踏まえて、スイスを事例とする研究動向を整理したい。

4. 近代スイス観光史の研究動向

山岳地域を主たる観光資源として、ヨーロッパの富裕層の保養地となったスイスは、高度な政治的・社会的安定のもとで順調に観光業を発展させた、「観光の19世紀」を象徴する国である。しかし、第一次世界大戦の勃発による国際観光の停止、1930年代の政治的・経済的危機、そしてスイスや周辺諸国の社会における大衆化の進行といった事態は、従来の観光のあり方を根底から変容さ

せる可能性をもっていた。スイスの特徴は、そうした課題への対応が、先にみたドイツやフランスなどと異なり、政府や政治団体ではなく、観光業界によって主導された点にある。また、中立国ゆえに第二次世界大戦に参戦しなかったことで、スイスは観光のあり方について戦後を意識しつつ継続的に構想する場にもなった。スイスを対象に、観光のあり方の転換、観光と政治との関係、さらには戦後復興と観光との関係といった問題を検討することで、観光の近代と現代をつなぐ過渡期について考えるための示唆を得たい。

スイス観光史に関する先行研究は多くない。日本では一般的に「観光立国」のイメージが強いスイスだが、経済史研究では経済発展の基盤に注目して、製造業をはじめとする工業が重視されるため、発展を先導するほどの位置を占めなかった観光業の意義は議論されることが少なかったのである³⁴⁾。同時に、観光業が旅行業や宿泊業をはじめとする複数の産業に関わる複合的な産業のため、経済史の分析対象としてなじみにくかったことも背景にあると思われる。

そのようななかでも、19-20世紀転換期を対象にした歴史研究には比較的蓄積がある。まず、P・ピュンテナーの論文は、19世紀後半から第一次世界大戦直前までの宿泊業の規模を検証し、この時期にスイスがマス・ツーリズムを迎えることになったと指摘している³⁵⁾。しかし、この研究からは「マス・ツーリズム」のさす意味が明らかではなく、当時の観光業の経済的な規模の確認にとどまっており、観光の社会的意義についても看過されている。

他方で、当時の個々の観光地に焦点を当てた、社会史や文化史に関わる研究もいくつか存在する³⁶⁾。L・ティソは、19世紀のイギリス人によるスイス旅行がきっかけとなって、旅行ガイドブック、鉄道などの交通機関、それに旅行代理店が整備されていく過程を明らかにした³⁷⁾。ティソの関心は、のちにスイスの観光業へ向かい、鉄道建設を契機とするベルナーオーバーラントの観光地開発や、宿泊業に焦点を当て、観光業の発展モデルを提示している³⁸⁾。近年では、スイス・アルプスの観光地化について、そこで確立したモデルが世界各地に普及したという見解を提起するなど³⁹⁾、スイス観光のもつ歴史的意義を広い視野

から展望しており、学ぶべき点は多い。ただし、ティソの事例研究の対象は、スイス観光業が黄金時代を迎えた19世紀から20世紀初頭までが中心であり、第一次世界大戦以降については関心の外にある。ベルナーオーバーラントにおける観光業の発展に関しては、A・シェルリによる事例研究もあるが、これも1880年から1914年までを対象にするものである⁴⁰⁾。

第一次世界大戦を通じて大打撃を受けたスイス観光業であったが、1920年代には周辺諸国の政治・経済・社会状況が「相対的安定」を迎え、観光業もある程度復調していく。しかし、それも1930年代にはいと世界恐慌の余波で再び危機に見舞われる。ただし、この危機は景気悪化が直接の原因であることは確かだが、観光の需要動向に関わる社会的な構造変化が背景にあることは、すでに同時代人の一部にも意識されていた。例えば、19世紀末からのスイス観光の動向を分析したH・ゲルデンによる博士論文（1939年）は、大衆化を含む構造的変化をいち早く指摘した研究として、依然重要である⁴¹⁾。

歴史研究として、戦間期を観光業の危機の時代ととらえ、それを取り巻く状況の変化を描いたのが、M・シュヴァイツァーの未公開修士論文である⁴²⁾。彼の研究は、観光客の増減や自動車をはじめとする新しい交通機関の登場、さらに連邦政府や観光業界による危機への対応まで網羅的に検討している。それによると、第一次世界大戦後に生じた観光業の危機の要因は、それをとりまく政治・経済・社会の変動以上に、業界自体の構造に帰せられる。危機に対する連邦政府の政策は、宿泊業界の救済に的をしぼった時限的な非常措置にとどまり、積極的な観光政策の形成は、戦間期の末を待たなければならなかった。戦間期に採られた政策は、危機の根本的解決に導くものではなかったが、連邦政府による介入を一定程度許容する第二次世界大戦後のスイスの経済政策に先駆けたものとして意義があるとされる。スイス観光業は、戦間期の危機によって構造的に変化したとはいえないが、戦間期の終わりにマス・ツーリズムの萌芽がみられ、第二次世界大戦後の飛躍的発展の兆候を認めることができると結論する。彼の研究は、戦間期の観光業にかかわる対象を網羅的に扱っているた

近代スイス観光史研究の課題と展望
—大衆化と観光業をめぐる試論— (森本)

め、個別の論点に関する実証分析が不十分ではあるが、視野の広がりという点ではきわめて有益な研究である。

前章でも紹介した W・ケーニヒは別の著作で、科学技術史への関心から、スイス・アルプスの山岳鉄道やケーブルカーなどの新技術を導入した観光地開発と、自然保護運動との間に生じた摩擦について、開発が活発化する1870年から1939年にかけての時代を対象に論じている。本研究は、観光地における開発への反発と受容のありようを解明し、技術史・交通史・環境史の視点から、第一次世界大戦をはさんで観光のあり方が変化することを明らかにした貴重な成果といえるが、観光業界による大衆化を意識した対応については論究されていない⁴³⁾。

スイス人の余暇の歴史を検討する過程で、戦間期の観光業界に注目したのが B・シューマツハの研究である。彼女は、1930年代以降の危機の時代における観光業界、とくに宿泊業界の対応について具体的に論じ、世界恐慌の到来によって、観光業界が従来の業界の構造維持を図るのか、または新しい方向性を探るのかという選択肢の間で揺れる過程を描いている⁴⁴⁾。彼女は、既存の観光業界の外部にも目を向けて、「ホテルプラン協同組合」(後述)という大衆化に積極的な事業者に注目し、戦間期にそれまでのスイス観光のあり方が問われたことを明らかにしている⁴⁵⁾。さらに、観光業界が主導して1939年に設立された、「スイス旅行公庫協同組合」とホテルプラン協同組合の観光に対する姿勢を比較している⁴⁶⁾。

1930年代以降のスイス観光業の変化を明らかにしたシューマツハの一連の研究は、筆者の問題関心と多くの面で重なり、これまでの研究でも参考にしてきた。ただし、スイス人の余暇の歴史に関心をもつシューマツハは、観光の発展に先駆的役割を果たしたというスイスのイメージが、スイス人の余暇経験の歴史を描くうえでむしろ妨げになるとして、観光史の視点を退けている⁴⁷⁾。また、その問題関心からすれば当然ではあるが、考察の範囲がスイスにとどまるため、ときには観光客の出身国として、ときには観光業の競争相手としてあら

われてくる、ドイツをはじめとする周辺諸国との関係については考慮されていない。

5. 課題と展望

筆者の関心は、戦間期、とくに1930年代から戦時中にかけてのスイスで、観光と観光業がいかなる社会的文脈でどのように変容し、戦後のマス・ツーリズム状況へ向かっていくのかを探ることにある。第2章で述べたように、19-20世紀の観光史を1960年代のマス・ツーリズムを到達点とする単線的な歴史観を前提にすると、その間にあった大衆化と差別化をめぐるせめぎあいがみえなくなってしまう。シューマツハが従来 of 観光史に示した批判も、この点と関係しているように思われる⁴⁸⁾。本稿を閉じるにあたり、前章の冒頭に提示したスイス観光史研究の課題と展望について、上記の視点から、筆者のこれまでの研究を土台に考えてみたい。

先行研究が示唆するように、1930年代はスイス観光の転換期であった。とくに経済的危機にともなう観光客数の激減は、業界や連邦政府に政策的対応を迫る動因であったことは確かであり、その経済史的検討は必要である。19世紀末以来、国内の地域間競争が激しかったため、国家レベルの観光局の設置すらスムーズに進まなかったスイスで⁴⁹⁾、業界が結束するきっかけになったという点でも経済的要因は無視できない。

しかし、本稿の問題関心からすれば、より重要なのは、カイツの研究が注目したような、広い社会的文脈のなかでの観光の変化である。観光業界は、国内観光客の割合増加や、観光形態の変化（滞在日数の短期化や冬季観光におけるスキーの浸透など）、そして国内外の大衆化の兆候といった観光に直接関わる変化に対応するなかで、1932年に業界団体「スイス観光連盟」を組織し、さらにはより広い階層への余暇普及という課題を意識し始めた。一つの産業として「観光業」が認識され、組織化されたことは、大衆化を中心とする変化への対応であり、戦後のマス・ツーリズム形成の前史として積極的に位置づけるべき

近代スイス観光史研究の課題と展望
—大衆化と観光業をめぐる試論—（森本）

出来事であると考え⁵⁰⁾。

国内外の政治的文脈にも留意する必要がある。隣国ドイツの歓喜力行団の事業は、スイスの観光業界にも強い衝撃を与えており、大衆化への対応をより深刻に検討させることになった。業界団体に批判的だったG・ドゥットヴァイラーが1935年に設立したホテルブラン協同組合は、歓喜力行団に刺激され、大衆化を積極的にとらえて観光業の復興をめざした動きである⁵¹⁾。スイス最大の小売事業者「ミグロ」の創業者であり、政界にも進出したドゥットヴァイラーによる取り組みと、それに対峙した観光業界の反応を再検討することで、消費対象としての観光と政治との接点を明らかにしたい。

観光業界の取り組みとしては、スイス旅行公庫協同組合の設立（1939年）を通じて、国内の中間層から労働者層にいたる余暇の社会的普及（「ソーシャル・ツーリズム」）をめざした⁵²⁾。この団体の性格については、活動が戦時中に始まっていることにも鑑みて、さらなる検討を要する。他国の事例でみられるように、本来余暇の普及は労働者の生産性向上（さらにいえば体制への統合）を目的に構想された国家による社会事業の一環であり、経済政策としての観光振興とは位相が異なる。戦間期の他国では政府・政党が主導して余暇の組織化を試みているが、スイスの場合は観光業界が主導した点に、観光の大衆化と差別化のせめぎあいを探る糸口があると思われる⁵³⁾。

スイスでは、戦間期から戦時中にかけて、大衆化を意識するなかで、文字通り一つの産業として観光業が確立すると同時に、観光を一つの現象として把握しようとする動きが活発化した。この事例は、戦後のマス・ツーリズム現象を前に、観光の社会的意義が現在につながるものへと変化しつつあったことを示している。今後もより広い文脈に留意しつつ、ヨーロッパの観光史に新たな展望を開いていきたい⁵⁴⁾。

注

- 1) 石森秀三「観光革命と二〇世紀」同編『観光の二〇世紀（二〇世紀における諸民族の伝統と変容3）』ドメス出版、1996年、11-26頁。
- 2) 第二次世界大戦後のアメリカに焦点を当てた研究動向の整理としては、長濱幸一・石原駿「観光学・観光史の研究動向把握——環境と大衆消費社会との関係に着目して」『長崎県立大学経済学部論集』第49巻第4号（2016年3月）、235-265頁がある。
- 3) あらかじめ断っておくが、本稿はドイツ語圏観光史の研究動向の網羅的紹介を意図していない。現代史を中心とした研究動向については、Rüdiger Hachtmann, "Tourismusgeschichte – ein Mauerblümchen mit Zukunft! Ein Forschungsüberblick", in: H-Soz-Kult 06.10.2011, <<http://hsozkult.geschichte.hu-berlin.de/forum/2011-10-001>> (2020年8月16日閲覧)を参照。
- 4) 「マス・ツーリズム」の含意する内容については後述する。
- 5) 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。
- 6) ブレンドン『トマス・クック物語』、第5章、Hartmut Berghoff, "From Privilege to Commodity?: Modern Tourism and the Rise of the Consumer Society", in: Hartmut Berghoff/Barbara Korte/Ralf Schneider/Christopher Harvie (eds.), *The Making of Modern Tourism: the Cultural History of the British Experience, 1600-2000*, Basingstoke 2002, pp. 172-173.
- 7) Hans Magnus Enzensberger, "Vergebliche Brandung der Ferne: Eine Theorie des Tourismus", in: *Merkur*, 12 (1958), S. 701-720. のちに *Einzelheiten I: Bewußtseins-Industrie*, Frankfurt a. M. 1962, S. 179-205（石黒英男訳『意識産業』晶文社、1970年、221-254頁）に収録。エンツェンスベルガーの議論については、大橋昭一「第二次世界大戦後ドイツ語圏における観光概念の展開過程——観光事業経営学のための特徴的諸論点を中心に」『大阪明浄大学紀要』第2号（2002年3月）、17-30頁も参照。
- 8) ただし、エンツェンスベルガーはエリート主義的な観光批判について、自らが観光客であることを忘れた無理解にもとづく意見であると辛辣に批判しており、ある意味では観光客を擁護している。この点については以下も参照。Hasso Spode, "Zur Geschichte der Tourismusgeschichte", in: *Voyage: Jahrbuch für Reise- & Tourismusforschung*, 8 (2009), S. 12-13.
- 9) ダニエル・J. プーアスティン（星野郁美・後藤和彦訳）『^{イタリヤ}幻影の時代——マスコミが製造する事実』東京創元社、1964年、89-128頁。
- 10) 白幡洋三郎『旅行ノススメ——昭和が生んだ庶民の「新文化」』中央公論社、1996年、249頁。
- 11) 社会学による観光現象への理論的アプローチについては、遠藤英樹『『観光社会学』の

近代スイス観光史研究の課題と展望
—大衆化と観光業をめぐる試論— (森本)

- 対象と視点——リフレクシヴな観光社会学へ」須藤廣・遠藤英樹『観光社会学2.0——拡がりゆくツーリズム研究』福村出版, 2018年, 41-62頁を参照。
- 12) 同, 48-58頁。
 - 13) アーリは, M・フーコーの議論を手がかりとして, 観光する主体としての「観光者」(観光客)が観光の対象に向ける「まなざし」に着目し, 観光を視覚的現象としてとらえる立場から, 社会的文脈と観光地形成との相互関係を論じている。ジョン・アーリ/ヨナナス・ラースン(加太宏邦訳)『観光のまなざし』増補改訂版, 法政大学出版局, 2014年, 第1章。
 - 14) 須藤廣「観光の近代と現代——観光というイデオロギーの生成と変容」須藤・遠藤『観光社会学2.0』, 63-107頁。
 - 15) この点に関しては, Christine Keitz, *Reisen als Leitbild: Die Entstehung des modernen Massentourismus in Deutschland*, München 1997, S. 20を参照。また, ウルリケ・シャパー(阿部尚史訳)「グローバル・ヒストリーから見た観光史研究」羽田正編『グローバル・ヒストリーの可能性』山川出版社, 2017年, 161-181頁は, 観光の価値をめぐる議論自体の歴史化を主張する。
 - 16) 井野瀬久美恵「旅の大衆化か, 差別化か?——トマス・クック社発展の影で」石森編『観光の二〇世紀』, 27-42頁。
 - 17) Berghoff, “From Privilege to Commodity?”, pp. 172-173.
 - 18) 井野瀬「旅の大衆化か, 差別化か?」, 33-42頁。
 - 19) 同, 39-42頁。
 - 20) 植民地観光のように, 「差別化」を帝国史の文脈で議論することも可能だが, 主題からはずれるため, 本稿では扱わない。
 - 21) 例えば, 須藤「観光の近代と現代」においても, 産業化・システム化へ向かう近代観光の創生期として19-20世紀転換期に注目するが, 戦間期について特段の言及はない。
 - 22) 目的論的な観光史叙述への批判として, Rüdiger Hachtmann, *Tourismus-Geschichte*, Göttingen 2007, S. 20, ジョン・ブルーア(大橋里見訳)「ヴェスヴィオに登る——ツーリズムの歴史を読み直す」草光俊雄・眞嶋史叙監修『シリーズ消費文化史 欲望と消費の系譜』NTT出版, 2014年, 61-91頁も参照。
 - 23) 斎藤哲『消費生活と女性——ドイツ社会史(1920~70年)の一側面』日本経済評論社, 2007年, 3-4頁。日本史でも大衆消費社会の形成プロセスへの関心から, 戦前期を対象にした研究が現れている。満園勇『日本型大衆消費社会への胎動——戦前期日本の通信販売と月賦販売』東京大学出版会, 2014年。
 - 24) 雨宮昭彦「最近のドイツにおける『消費史』研究と消費の観点から見た『帝政期ドイツの新中間層』」『歴史学研究』第768号(2002年10月), 88-96頁。
 - 25) フランスを中心としつつも西ヨーロッパ諸国の事例を広く取り上げたものとして, アラ

- ン・コルバン（渡辺響子訳）『レジャーの誕生』藤原書店，2000年がある。
- 26) ヴィクトリア・デ・グラツィア（豊下楯彦・高橋進・後房雄・森川貞夫訳）『柔らかいファシズム——イタリア・ファシズムと余暇の組織化』有斐閣，1989年，井上茂子「余暇の組織化の政治学——デ・グラツィア『柔らかいファシズム』によせて」『大原社会問題研究所雑誌』第391号（1991年6月），37-45頁。イタリアの余暇政策がナチ・ドイツに与えた影響については，Daniela Liebscher，“Faschismus als Modell: Die faschistische Opera Nazionale Dopolavoro und die NS-Gemeinschaft »Kraft durch Freude« in der Zwischenkriegszeit”，in: Sven Reichardt/Armin Nolzen (Hgg.), *Faschismus in Italien und Deutschland: Studien zu Transfer und Vergleich*, Göttingen 2005, S. 94-118を参照。
- 27) 歓喜力行団に関しては一定の研究蓄積があるが，さしあたり以下の文献をあげるにとどめる。Hasso Spode，“»Der deutsche Arbeiter reist«: Massentourismus im Dritten Reich”，in: Gerhard Huck (Hg.), *Sozialgeschichte der Freizeit: Untersuchungen zum Wandel der Alltagskultur in Deutschland*, 2. Aufl., Wuppertal 1982, S. 281-306；井上茂子「ナチス・ドイツの民衆統轄——ドイツ労働戦線を事例として」『歴史学研究』第586号（1988年10月），196-207頁，田野大輔『魅惑する帝国——政治の美学化とナチズム』名古屋大学出版会，2007年。
- 28) 広田功「フランス人民戦線の〈文化革命〉の一側面——有給休暇と〈余暇の組織化〉」中央大学人文科学研究所編『希望と幻滅の軌跡——反ファシズム文化運動』中央大学出版部，1987年，167-196頁，廣田明「両大戦間期フランスにおける余暇の組織化——フランス余暇政策史における有給休暇法の意義」権上康男・廣田明・大森弘喜編『20世紀資本主義の生成——自由と組織化』東京大学出版会，1996年，73-110頁，平松佳子「フランス人民戦線期：CGTが模索した民衆ツーリズムについての一考察——ツーリズム団体『万人のための観光・ヴァカンス』Tourisme, Vacances Pour Tousの成立に託した夢」『学習院史学』第45号（2007年），94-108頁，渡辺和行『フランス人民戦線——反ファシズム・反恐慌・文化革命』人文書院，2013年，第6章。
- 29) Christine Keitz，“Die Anfänge des modernen Massentourismus in der Weimarer Republik”，in: *Archiv für Sozialgeschichte*, 33 (1993), S. 179-209; Id., *Reisen als Leitbild*, S. 9-20.
- 30) Wolfgang König，“Massentourismus: Seine Entstehung und Entwicklung in der Nachkriegszeit”，in: *Technikgeschichte*, 64-4 (1997), S. 305-322. なお，ケーニヒはマス・ツーリズムの前段階をヴァイマル期ではなくナチ期であるとして，歓喜力行団の意義を強調している。
- 31) Hachtmann, *Tourismus-Geschichte*, S. 69.
- 32) 歓喜力行団に対する民衆の態度については，山本秀行『ナチズムの記憶——日常生活からみた第三帝国』山川出版社，1995年，148-166頁を参照。消費の観点からの研究として，

近代スイス観光史研究の課題と展望
—大衆化と観光業をめぐる試論— (森本)

- Shelley Baranowski, *Strength through Joy: Consumerism and Mass Tourism in the Third Reich*, Cambridge, 2004がある。本書については、米澤理奈による書評も参照（『パブリック・ヒストリー』第5号（2008年），72-76頁）。最近の邦語研究としては、田野大輔「消費がつくりだす『民族共同体』——国民的社會主義者ドレスラー＝アンドレスと国民受信機・国民車計画」『ゲシヒテ』第9号（2016年3月），49-65頁がある。同時代の日本について、消費と観光に注目した研究として、ケネス・ルオフ（木村剛久訳）『紀元二千六百年——消費と観光のナショナリズム』朝日新聞出版，2010年も参照。
- 33) 例えばハファトマンは、Barranowski, *Strength through Joy* が歓喜力行団の性格をフォーディズムと区別して論じることに批判的であり、休暇の面で幅広い社会階層に大量消費をもたらした歓喜力行団のフォーディズム的側面を強調している。Hachtmann, “Tourismusgeschichte – ein Mauerblümchen mit Zukunft! Ein Forschungsüberblick”, S. 10-11.
 - 34) スイス経済史における観光業の位置づけについては、黒澤隆文『近代スイス経済の形成——地域主権と高ライン地域の産業革命』京都大学学術出版会，2002年，4頁を参照。経済史の手引書における観光の概観としては、Laurent Tissot, “Der Tourismusstandort Schweiz”, in: Patrick Halbeisen/Margrit Müller/Béatrice Veyrassat (Hgg.), *Wirtschaftsgeschichte der Schweiz im 20. Jahrhundert*, Basel 2012, S. 553-567がある。
 - 35) Peter Püntener, “Der Beitrag des Fremdenverkehrs zur Entwicklung der Schweizer Wirtschaft (1850-1913)”, in: Andreas Ernst et al. (Hgg.), *Kontinuität und Krise: Sozialer Wandel als Lernprozess*, Zürich 1994, S. 51-59.
 - 36) 英語圏での先駆的研究として、Paul P. Bernard, *Rush to the Alps: The Evolution of Vacationing in Switzerland*, Boulder/New York, 1978がある。
 - 37) Laurent Tissot, “How did the British conquer Switzerland?: Guidebooks, Railways, Travel Agencies, 1850-1914”, in: *The Journal of Transport History*, 16 (1995), pp. 21-54; Id., *Naissance d'une industrie touristique: les Anglais et la Suisse au XIXe siècle*, Lausanne 2000.
 - 38) Id., “À travers les Alpes: Le Montreux-Oberland Bernois ou la construction d'un système touristique, 1900-1970”, in: Thomas Busset/Luigi Lorenzetti/Jon Mathieu (éd.), *Tourisme et changements culturels/Tourismus und kultureller Wandel (Histoire des Alpes, Nr. 9/2004)*, Zürich 2004, pp. 227-244; Id., “Tourism in Austria and Switzerland: Models of Development and Crises, 1880-1960”, in: Timo Myllyntaus (ed.), *Economic Crises and Restructuring in History: Experiences of Small Countries*, St. Katharinen 1998, pp. 285-302.
 - 39) Id., “From Alpine Tourism to the “Alpinization” of Tourism”, in: Eric G. E. Zuelow (ed.), *Touring Beyond the Nation: A Transnational Approach to European Tourism History*,

Farnham 2011, pp. 59-78.

- 40) Arthur Schärli, *Höhepunkt des schweizerischen Tourismus in der Zeit der „Belle Epoque“ unter besonderer Berücksichtigung des Berner Oberlandes: Kulturgeschichtliche Regionalstudie*, Bern 1984. 同時期の冬季観光の形成に焦点を当てた最近の研究として, Susan Barton, *Healthy Living in the Alps: The Origins of Winter Tourism in Switzerland, 1860-1914*, Manchester/New York 2008がある。
- 41) Hubert Gölden, *Strukturwandlungen des schweizerischen Fremdenverkehrs 1890-1935*, Diss., Zürich 1939.
- 42) Markus Schweizer, *Krise und Wandel: Der schweizerische Fremdenverkehr in der Zwischenkriegszeit 1918-1939*, Liz., Zürich 1989.
- 43) Wolfgang König, *Bahnen und Berge: Verkehrstechnik, Tourismus und Naturschutz in den Schweizer Alpen 1870-1939*, Wien 2000.
- 44) Beatrice Schumacher, “Krise im Reiseland par excellence: Zum Umgang mit Krisen von Hotellerie und Fremdenverkehr in der Schweiz”, in: *Traverse: Zeitschrift für Geschichte*, 10 (1997), S. 81-96.
- 45) Id., “«Genuss in Überfluss»: Entwürfe von < Massentourismus > in der Schweiz 1935 bis 1948”, in: *Voyage: Jahrbuch für Reise- & Tourismusforschung*, 1 (1997), S. 120-135.
- 46) Id., “Ferien für alle: Konsumgut oder touristische Sozialpolitik?: Die Ferienentwürfe von Hotelplan Reisekasse Ende der 30er Jahre”, in: Jakob Tanner et al. (Hgg.), *Geschichte der Konsumgesellschaft. Märkte, Kultur und Identität*, Zürich 1998, S. 257-275.
- 47) Id., *Ferien: Interpretationen und Popularisierung eines Bedürfnisses Schweiz 1890-1950*, Wien 2002. ここでは, S. 9-26を参照。
- 48) *Ibid.*, S. 10-11.
- 49) 拙稿「1910年代スイスにおける観光政策の形成——ホテル業界と観光局の設立」『二十世紀研究』第12号 (2011年12月), 21-38頁。
- 50) 業界団体の組織化と対応策の一端については, 拙稿「1930年代スイスにおける観光業の危機と再編——スイス観光連盟の設立と事業内容を中心に」『パブリック・ヒストリー』第14号 (2017年2月), 1-16頁を参照。
- 51) 拙稿「両大戦間期スイスにおける観光業の危機と革新——ホテルプラン協同組合とマス・ツーリズム」『待兼山論叢』史学篇第44号 (2010年12月), 61-85頁。
- 52) 設立までの過程については, 拙稿「現代スイスにおけるソーシャル・ツーリズムの誕生——スイス旅行公庫協同組合の設立 (1939年) とその背景」『旅の文化研究所研究報告』第21号 (2011年12月), 49-58頁で検討した。
- 53) 同時に, 観光業と余暇との関連で注目したいのが, 1941年に複数の大学で設立された観光の研究・教育機関である。この点については, 拙稿「第二次世界大戦期スイスにお

近代スイス観光史研究の課題と展望
—大衆化と観光業をめぐる試論— (森本)

る『観光論』の形成——W・レブケとの関係性を手がかりに』『ゲシヒテ』第11号(2018年4月), 31-40頁を参照。

- 54) グローバルな文脈での観光史の必要性については, シャパー「グローバル・ヒストリーから見た観光史研究」を参照。

付記

本稿は JSPS 科研費17K13307による研究成果の一部である。