

現代ツーリズムの6つのとらえ方

—1980年代後半～1990年代前半の論争点を中心に—

大橋 昭一

I. 序—本稿の課題

現在ツーリズムの本質は、本来、どのようなものであるかについて、これまで多くの見解が示されてきた。その一端は、すでに拙著(参考文献Ω1)や拙稿(参考文献Ω3)で取り上げ、考察を試みている。ちなみに、このような発展過程のなかで、1980年代後半～1990年代前半において、直接的にはツーリズム理論の対象として、ツーリズムはどのようなものとしてとらえられるべきかについて論争が起きている。本稿は、この論争に関連して、当時どのような論議が展開されたかについて概観し、そこでは、現代ツーリズムのとらえ方として6つの原型というべきものが看取されることを示そうとするものである。

この論争は、直接的には、1988年、タッカー (Tucker, K.) / サンドバーグ (Sundberg, M.) が、通常のサービス産業体とは異なって、「ツーリズムは、1つの単独の生産過程ではなく (no single production process)、生産物に多様性があり (no homogeneous product)、かつ、地域的に限定されたマーケットをもつものではない (no locationally confined market) から、1つの産業とはいえない (not an industry)」と述べたことに関連しておきたものである。さらにツーリズム生産物 (tourism products) の定義をめぐって、レイパー (Leiper, N.) とS.L.J.スミス (Smith, S.L.J.) との間で同趣旨の論争が展開されている (参考文献T2,S1,L1,L2,L3,cited in S2, p.229)。

ところで、1980年代後半～1990年代前半は、世界的にみると、1970年代のオイルショックや、種々な形の反体制運動が一応終息し、再び経済発展の時期になったもので、これに照応してツーリズムも活発なものとなっている。しかしこの時期は、時代的風潮としては、何よりも1980年代におきたネオ・リベラリズム思想の台頭・実践を特色とするものであり、経済成長も、例えば日本の場合、1991年にすでにバブル崩壊がおき、今日に至る経済活動低調の始まりとなったものである。

こうした背景において、あるいはこうした背景があればこそ、1980年代後半～1990年代前半は、ツーリズム論では、現代ツーリズムの本質がどこにあるかが活発に論じられた時である。その論点は、結局、ツーリズムはどのような生産物であるかという点にあり、それがさらに進

んで、ツーリズムは生産物であるとしても、「商品としての生産物である」という点に達するものであった。少なくとも「ツーリズムは商品」という命題は、この頃に確立したものと考えられる。

本稿は、この点を問題意識として、当時のこうした論争点に関連したと思われる所説について、歴史的観点にたつて、すなわち、原則として時間的経緯においてフォローし、当時における現代ツーリズム論の原型を析出ししようとするものである。その際まず最初に問題となるものは、現代社会ではそもそもツーリズムは、一般に人々においてどのようなものとしてとらえられているかという、社会一般的なツーリズム観といった事柄の究明である。この観点に基づき、本稿では1988年のオールコック (Allcock, J.B.) の所説 (参照文献A) からレビューを始める。それは、結論を先に示すと、現代ツーリズムについてそれを何よりも一般の人々における集団的行為の現象としてとらえ、その意味の解明にはデュルケム (Durkheim, E.) の宗教論的アプローチがとられるべきことを提起したものである。

なお、参照文献は末尾に一括して記載し、典拠個所は文献記号により本文中で示した。

II. ツーリズムの宗教論的アプローチ

1. 宗教論的アプローチの提起

オールコックの出発点になっているのは、デュルケムがいう、今日の世俗化された物事には、宗教 (的なもの) になぞらえて解明できる部面が多くあり、ツーリズムも例外ではないということである。このデュルケムの命題は、その後、ベラー (Bellah, R.) により「市民宗教 (civil religion)」として展開される一方、ラックマン (Luckmann, T.) により「見えざる宗教 (invisible religion)」の主張が唱えられ、さらに「暗黙の宗教 (implicit religion)」という見解が提起されているが、オールコックは、現代ツーリズムの本質はこうした宗教論的アプローチにより解明されることができるといっているのである。

ここで宗教というのは、いうまでもなく、きわめて広義なものである。宗教は、通常、信仰の土台となる中核的な教義、当該教義の信奉者の集まりとしての教団、そこで行われる儀礼、および、礼拝などの経験的行為の4者から成るといわれるが、ここでいう宗教は、これよりも広く、例えばベラーがいう市民宗教は、アメリカでは自由と正義のためには死をもいとわず闘うという、信仰心にも似た市民精神、市民文化があることをいうものである。

それ故、オールコックがそもそもツーリズムを宗教にたとえて、とらえようとするのは、ツーリズムについてそうした市民文化・市民常識があることに考え方の力点を置くものである。ただし、オールコックによると、宗教に関するデュルケムのアプローチでは、宗教的シンボルが、人間行為のうちでも意味のレベルで作用するものであるという点が、軽視もしくは看過されている問題点がある (A.p.330)。

ちなみに、ツーリズムの普及・盛行を宗教にたとえてとらえる見解は、トライブ (Tribe, J.) にもみられる。トライブは、マルクスが宗教を阿片みたいなものだったことを引用したうえで、「現在ではレジャーとツーリズムが (このような意味における) 人々の阿片であるということが出来るかもしれない。というのは、それらのものは、辛いことの多い現実から目をそらし、それに対し肯定的な考えを持たせる機会となるからである」と述べている (T1,p.457)。

オールコックに戻ると、その出発点になっているものは、次の3点である。第1に、オールコックが前提にするツーリズムは、あくまでも現代における産業社会の産物としてのツーリズム、すなわち、19世紀中葉以降勃興し、とりわけ1945年の第二次世界大戦終了後爆発的に広まったツーリズムをいうものである。

第2に、しかし、この現代ツーリズムは、経済学では顕著な取り組みがなされてきているが、社会学ではそれほど取り上げられてきていない。オールコックによれば、このため現代ツーリズムについて支配的な考え方となっているものは、目下のところ、経済学のコスト・収益の考え方である。確かにそれ以外でも、例えばネオ・マルクス主義では、ツーリズム振興は、第三世界の発展に有益であるという観点から、理論的取り組みがなされている。また人類学では、ツーリズムは「伝統的文化の商業化 (commercialisation of traditional cultures)」を惹き起こすなどの視点から研究がなされているし、ツーリズムに関してポスト構造主義論 (post-structuralist mode) 的展開がなされている。しかし、オールコックによると、ツーリズムについて、それが現代文化の特徴的事柄をなすものとして、「より一般的な理論 (more general theories) の樹立を目指す社会学的研究」はほとんどなされていない。オールコックは、それがこの問題について「学問的にテイクオフできない理由の1つである」と位置づけている (A.p.327)。

第3に、現代ツーリズムは何よりも大量の人 (mass) の移動現象である。経済学などではそれは単なる1つの量としかとらえられていないが、少なくともそれは、どのような量のものであるかが解明されなくてはならない。ここに現代ツーリズムの社会学的分析の意義があるが、これを行いうるためには、デュルケムのフレームワークに依拠し、宗教論的アプローチをとること、すなわち、一種の宗教的行為にたとえられるような集団的行為としてとらえることが、さしあたり、有用な方法であるというのである。

以上のオールコックの問題意識は、約言すれば、現代ツーリズムの盛況をまえに、例えば経済学により「ツーリズム商品説」が唱えられ、主流の見解となりつつあることを目前にして、ツーリズムの社会 (学) 的分析の必要を強調し、社会 (学) 的にはそれは、1つの宗教 (的なもの) としてのみ解明されうることを提起したものとみることが出来る。その際このことを行なうために、オールコックが直接的な手掛かりとしたものは、マキアーネル (MacCannell, A.) の所論 (参照文献M1,M2) と、ベラーの市民宗教に始まる暗黙的宗教の考え方である。

この場合、マキアーネル説は、主として批判の対象という位置づけであるが、暗黙的宗教論等は主張の主軸という位置にある。そして結論を先に示すと、オールコックは、これらのうえ

にたつて、ツーリズムは「現代文化における私有化(privatisation),あるいは私生活主義(privatism)の進展」の過程としてとらえられるべきものであると主張するのである。まず、オールコックによるマキアーネル説批判からみてみよう。

2. マキアーネル説の要約と批判

オールコックによると、マキアーネル説で土台となっているのは、要するに、代表的理論(representation)と、デュルケムの宗教的理論である。特に後者についてみると、象徴的な個所として、例えばマキアーネルが「公共の場では(今日でも)伝統的な社会の道徳的土台として役立ってきた神聖な指導基準(text)が通用し、それがモダン社会では人間一般(modern man in general)に対して善と悪を示す代表的なもの(representation)となってきた」(M2, pp. 39-40)と記述している点が挙げられている。

オールコックによると、ここで言われている指導基準とは、宗教的テキスト(religious text)のことであって、それは、マキアーネルではツーリズムが「組織された宗教に相当する世俗的代替物(secular substitute for organized religion)」と位置づけられていることを端的に示すものである。しかもその場合、その対象は「モダン社会の人間一般」である、とされているというのである(A, pp. 328-329)。

このうえにたつて、オールコックは、マキアーネル説に対して次のように批判を展開する。まず第1に、マキアーネル説は多くのツーリズム論者により言及、引用されているものではあるが、しかし、基本的には同じ理論ベースに立つホーン(Horne, D.)の、1984年の博物館理論(参考文献H::詳しくは後述)では全く無視されている。これは、根本的原理におけるマキアーネル説の理論的限界を示すものである。

次に、マキアーネルの1976年の主著(参考文献M2)について、これを全体としてみると、同書における「主張のフレームワークを提示した序章(introduction)を除いた以下の諸章は、多くの点で序章ほどの印象がなく(less impressive)、序章部分のコメントか方法論的補充を試みたパッチワーク的なもの」となっているにすぎない(A, p. 329)。それ故、一言でいえば、「マキアーネルの同書は、その目指すところが極めて野心的なもの(ambitious)であり、かつ、それを読むことは魅力あるものであるが、しかし同書は、その初志を全うするものとはなっていない」(A, p. 328)。さらに、マキアーネルの同書では初版の1976年以来基本的内容について改訂らしい改訂もなしに刊行されていることについて、オールコックは、結局、マキアーネルでは記号論的進展のみが志向されたためである、と評している(A, p. 329)。

内容的に言えば、マキアーネルの観光誘引物(attraction)に関する理論で中心をなすものは、オールコックによると、そうした物に対して顧客たるツーリストが優越性あるいは決定力(superiority)を持つことを主張しているところと、そうした観光誘引物について「本物・実物性(authenticity)」を提示することの重要性を主張しているところにある。オールコックによる

と、このこと自体は注目されるべき点であるが、しかしマキアーネル説では、肝心なこの2点について、1つの共通的事柄の要因として相互に関連づけて説明するということがなされていない、という決定的な難点がある。従って「マキアーネルの著作はツーリズム論の体系的発展に寄与することが相対的に少ない。そしてこのことがマキアーネルの著作の弱さを示す決定的な点である」と、オールコックは評している (A.p.329)。

これに対して、こうしたマキアーネル説の足らないところを補い、そうした角度からツーリズム論を進展させたものに、オールコックによると、ホーンの「博物館中心」の理論がある。さらに、オールコックの「現代ツーリズムは労働時間私有化論的宗教の現れ」という観点からは、ベラーの市民宗教論や暗黙的宗教論等が注目されるものである。これらについてのオールコックの所論を次に管見する。

3. 「ツーリズムは (労働時間の) 私有化論」の主張

ホーンの所説 (参照文献H) は、思想史的には、グラムシのヘゲモニー理論に立脚したものと いわれるが (A.p.331)、博物館を中心にした、いわばケーススタディ的なものであるが故に、マキアーネル説にくらべると、対象は狭い。しかしオールコックによると、「マキアーネル説の弱さになっている点が、ホーン説の強さになっている」と位置づけられるものである (A.p.330)。すなわち、マキアーネル説で問題であったところの、ツーリズムは結局ツーリストが優越性を持つというツーリズム構造と、本物・実物性の問題とを相関連した形で説明するという点において、ホーン説では答がなされている。というのは、ホーンが対象にしている博物館では、例えばその時々々の政治権力のいかに問わず、結局、「本物・実物性に基づいて、博物館愛好家たちの一定のカリスマ性に基づいたものを展示しているからである」 (A.p.331)。

ちなみに、本物・実物性は、多くの論者のいうように、蒸気機関でいえば「ワットが作ったようなもの (the kind of)」ではなく、「ワットが作ったもの」であって、それは、今や博物館でのみ観賞可能なものであり、本物・実物性をクリアーできるものである。このうえにたってオールコックは、いわば本題であるところの、市民宗教論・暗黙的宗教論について論じる。この点でオールコックが何よりも強調するのは、次の点である。

第1に、マキアーネル説やホーン説では、現代ツーリズムにおけるツーリストの量 (マス) 性は問題として取り上げられることがない。故に現代ツーリズム論では、何らかの集団的行為を前提とする宗教論的アプローチが必要である。しかしそれには、「市民宗教的アプローチ」と「暗黙宗教的アプローチ」とがあって、両者は必ずしも明確に区別されていないが、現在のツーリズムで主要な部面をなすものは、経験ないし体験 (experience) であることからいえば、少なくとも今日のツーリズム論で立脚点になるものは、後者の暗黙宗教的アプローチである。

オールコックによると、この考え方は、ラックマンが1970年代に提起して以来、社会学でも必ずしも強く注目されてきたものではないが、要するにそれは、組織的制度的な宗教 (教団)

以外においても、宗教に似た集団的な経験・体験をもたらすものがあることをいうものである。暗黙宗教論は、いうまでもなく、市民宗教論に源流がある。しかし、現代ツーリズムの本質をとらえるためには、両者を区別し、暗黙宗教論を立脚点にすることが必要であると、オールコックはいうのである。特にオールコックでは、ツーリズムは私生活主義（正しくは労働時間私有化主義）の現れとして規定されるものであるから、なおさらそうである。この点について、オールコックは次のように説明している。

まずオールコックによると、一般に使われることの多いprivatism（私生活主義）は、正しくはprivatisation（私有化）とよばれるべきものであるが、この点についてオールコックは、ハーバースらによってprivatismという言葉が用いられ、例えば「市民的な私生活主義（civil privatism）」と「家族的な余暇中心的な私生活主義（familial-vocational privatism）」との区別が論じられていることに言及したうえで、しかし、この場合も含めて、privatismは、正しくはprivatisationと理解されるべきものであり、本来はこの言葉が用いられるべきものであることを力説している。というのは、それは何よりも、いわゆる経済の私有化により、経済体制や経済組織に脱構造化（disestablish）がおきて、関係する人々の仕事や生活の状況に多様化が生まれ、労働時間を私有化している（私的に管理している：労働時間では例えば裁量労働制の場合）人々が生まれてきていることに立脚するものであるからである。

オールコックによると、このことは、ハーバースらによるprivatismという言葉では表現できない。それは本質的には、あくまでも「レジャーの私有化（privatisation of leisure）」をいうものであって（A.p.334）、privatisationと表現されるべきものなのである。ただし、privatisationは、全くの自由（freedom）をいうものではない。時間の自己管理化であるから、自由の表面的拡大がある場合でも、内容的にストレスの強度化等を含むことが多いものである。このことを示すためにも、privatismは、正しくはprivatisationといわれるべきものであり、ツーリズムの盛況は、何よりもこうした意味でのprivatisation、すなわち私有化に根源があると理解されるべきものである、とオールコックは強調するのである。

次に、現代ツーリズムが今日一般的な人々も含めて広く普及し、日常生活の一端となりつつあることをどのようにとらえるかについてである。オールコックの考え方によれば、ツーリズムは「私的管理時間」の過ごし方の問題であるから、それは宗教的なものといっても、「見ざる宗教」、「暗黙宗教」として考えられるべきものである。というのは、「市民宗教」では、オールコックのみるところ、まだ組織的制度的な宗教が暗黙の前提になっているからである。ちなみに、これに関連していえば、マキアーネル説やホーン説も、基本的には宗教論的アプローチに立つものと規定されうるが、しかし、それらは制度化された公共的施設などを前提にしており、市民的宗教説に立つものという位置づけになる。

以上のようなオールコックのいうツーリズムの宗教論的アプローチは、ツーリズムの本質を論じるものなかでも、ツーリズムの顧客であるツーリストの側、需要の側に視点を置いたも

のである。これに対して、ツーリズムの本質について、ツーリズムの提供者側と供給側とともに視野に入れてとらえ、その本質的特徴は(原則として複数の)「ツーリスト誘引システム」(tourist attraction systems)にあることを前面に押し出したものに、1990年のレイパーの所説(参考文献L1)がある。このレイパーの所説は、一部をすでに拙著(Ω1)で紹介しているので、ここではできる限り重複を避け、エッセンスのみをレビューするにとどめる。

Ⅲ. ツーリスト誘引システム論

ここでレイパーがツーリスト誘引システムというのは、ツーリズムのエッセンスは、要するに、次の3要素から成るものであることをいうものである。それはツーリスト、ツーリズム中心要素(nucleus)およびマーカー(marker)の3者である。ツーリズム中心要素は、ツーリズム活動の中核となるツーリスト用の各種の施設・設備やいわゆる観光資源などをいい、マーカーは端的には情報をいう。ツーリズムのエッセンスは、ツーリスト自身を含め、これら3要素にあるというのである。

ここでまず述べておきたいことは、レイパー自ら断っているように、これと同様なことがすでに1976年の前記マキアーネルの著作で提示されていることである。マキアーネルは同書において、「ツーリスト誘引(システム—大橋補足)とは、ツーリスト・ツーリズム目的物(sight)・マーカーの間における経験的な関係である」と規定している(M2,p.41)。

レイパーは、マキアーネルのこの定義を引用、紹介し、他の多くのツーリズム論者ではこの点について単独の要素しか注目されていないこととくらべて、マキアーネルの功績は大であるとしている。この点をはじめとしてレイパーは、オールコックとは異なって、一般的にマキアーネル説を評価しているところが多い。ツーリスト誘引システムでも同様な態度をとりつつ、そのうえにたって、さらに注目すべき分析を試みている。

例えば3要素の1つであるツーリストについてみると、ツーリストではツーリズムに出たいとするニーズ(needs)と、それをどのようにして充たすかのウォンツ(wants)とを区別すべきことを指摘している。前者はニーズとして各人共通のものであるが、後者は人により異なる。例えば宿泊(ニーズ)の場合、それを低料金で済ましたい人もあれば、豪華にしたい人もある(ウォンツの違い)。ツーリズムでは、このようにウォンツが多様であるため、施設や設備なども多様になることを明らかにしている。

ツーリズム中心要素についてみると、ツーリズム目的物について、ツーリズム目的のいかんにより優先順位(hierarchy)の付けられることが多いことが指摘されている。すなわち、通常の場合、主たるツーリズム目的であるものと、ついでに観賞したり見物するといった二次的意義しか有しないものとの順位上の区別がある。さらに当該観光地に来て初めて知り、見聞するものもある。これはいわば三次的なものである。こうしたこともあり、ツーリズム目的地では

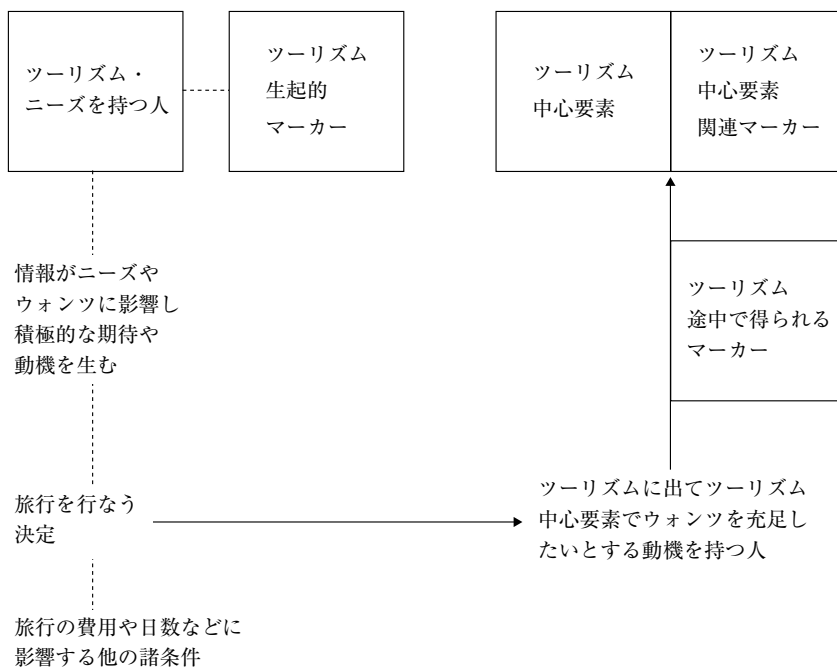
ツーリズム目的物（観光資源）をいくつか揃えるようになるし（観光資源ミックス：nuclear mix）、いくつかのツーリズム目的地が協同してツーリズム目的物を形成するようになる（観光地クラスター：clustered nuclei）。さらに直接のツーリズム目的地以外の周辺地でも必要に応じて整備され、ツーリズム目的地のシステム化が進む。

さらに注目されることは、「ツーリズム中心要素の周辺環境（surrounds）」について言及し、ガン（Gunn, C.：参照文献G）によって、ツーリズム目的地では周辺環境が汚染されていない地帯（inviolable belt）になっていることが肝要と指摘されていることを引用し（L1,p.254）、ツーリストの便宜のためという名目に隠れて、施設や設備が乱設され、商業化（commercialization）の象徴になっていることがあるが、ツーリストの気持ちを害するようなものは慎むべきであると論じている。すなわち、ツーリズムの商業化に対して批判的立場が表明されている。

レイパーのフレームワークでは、ツーリストとツーリズム中心要素とを結び付け、ツーリズム志向を生起させ、かつ、ツーリストを導き、ツーリストの行動を意味あるものとするのがマーカーであるが、そうしたマーカーの働きをも視野に入れて、ツーリスト誘引システムを図示すると、レイパーによると、図表1のようになる。

1990年論文におけるレイパー説の概要は以上であるが、これで見ると、この時点でのレイパーのツーリスト誘引システムは、プロセス的には、〔ツーリズム生起的マーカーによるツーリ

図表1：ツーリスト誘引システム



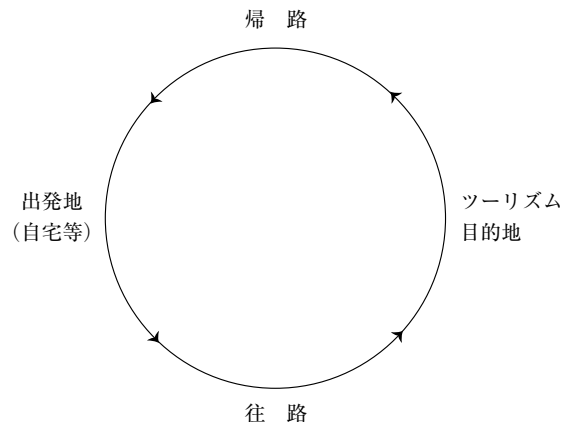
ズム動機の醸成] → [ツーリストにおけるツーリズム行為の決定] → [ツーリズム行為 (とりわけツーリズム目的地での滞在)] となる。ただしこの場合レイパーは、ツーリズム分野では全分野を包括した「全体的ツーリズム・システム (all whole tourism system)」があり、上記のツーリスト誘引システムはそのサブシステムをなすに過ぎないという位置づけのものであることを付記しているが、このツーリズム全分野を包括したツーリズム・システム・モデルは、完全には、後に、例えば2008年のニール (Neal, D.) / ガーソイ (Gursoy, D.) の論考で提示されている。それとくらべると、1990年論文におけるレイパーの試みは未完成で、萌芽的なレベルにとどまるものである。

すなわち、ニール / ガーソイ (参照文献N: 詳しくはΩ 1,118-119頁) によると、ツーリズム・システムは、何よりもまず、[自宅 (類する所を含む) における準備過程] → [ツーリズム目的地への往路過程] → [ツーリズム目的地での滞在過程] → [ツーリズム目的地からの帰路過程] → [自宅での総括・整理過程] から成るものである (これをムント (Mundt, J.W.) は図表2のように図示している)。その際、これらの部分過程は基本的には独立の過程として存在し、対応するツーリズム業 (者) も異なる。従って、顧客が感じる満足・不満もそれぞれの過程で独立している。ツーリズムはそうした部分から成るシステムの過程として存在する。

さらにその場合、第1に、それぞれの部分過程は相互に独立なものであるが故に、相互に効果を相殺することがありうる。例えば、準備過程 (例えば旅行取扱店業務) で不満があっても、他の、例えば目的地への往路過程 (例えば航空機輸送サービス) が満足であった場合、準備過程の不満は消え、相殺されることがある。また、旅行終了後に形成される全体的満足・不満は、必ずしも各部分過程の満足・不満の単なる総和であるとは限らない。

以上が、少なくともニール / ガーソイにより提示されたツーリズム・システム過程の概要である。ここには、1990年のレイパー論文以後の理論的發展の姿が示されているが、ここで述べ

図表2：ツーリズム・システム



出所：M3.S.2.

ておきたいことは、このことをもってレイパーの1990年論文の不完全性を指摘したりすることではなく、ツーリズムの本質が問われていた1980年代後半～1990年代前半において、レイパーがそれをツーリスト誘引システムとして提示したことの意義を示すことである。本稿では、それがその後におけるツーリズム・システム論の萌芽になったものであることを示そうとするにとどまるものである。

当時、ツーリズムの本質をめぐってどのような論議がなされたかをフォローするという本稿の課題からすると、レイパーの1990年論文で注目されることは、「ツーリズムの商業化」を意識し、それに対して警告的立場がとられていることである。これは、当時の一般的用語では「ツーリズムの商品化 (commodification)」といわれた状況に対するレイパーの見解表明であったとみることができる。

そこで、当時、ツーリズムの商品化についてどのような論議があったかをみるために、地理学の立場からツーリズムの商品化問題について論じた1991年のブリトン (Britton, S.) の所説をレビューする。それは、本稿冒頭で述べた論争点のうち、現代における「ツーリズム生産過程」のあり様について直接論じたものでもあった。

IV. 資本主義的ツーリズム生産システム論

ブリトンの問題意識は、「ツーリズム研究関連の地理学者は、一般的には、ツーリズム事象の資本主義的性格を認めることをしてこなかったが、……しかし、ツーリズムの地理学的理論を、より強固な中核的命題のうえに置くためには、ツーリズムが資本主義的蓄積、経済ダイナミックス性、そして地域の物的特性・社会的意義を創り出すうえで果たす役割を十分に認識しておくことが不可欠である」(B,pp.137-138)というところにある。そこでかれは、まず、資本主義社会におけるツーリズムの存在形態・役割の考察から論を始める。

1. 資本主義社会におけるツーリズムの位置

この問題の解明のためブリトンは、余暇 (レジャー) 時間といわれるものの資本主義的性格についての考察から始めている。

そもそも余暇時間は、増加傾向にあるといわれるが、しかしこれは、結局、いわゆる正規労働時間の減少だけを視野においたもので正しくない。それ以外の労働、例えば家事労働などのいわゆる非正規労働時間のことが視野に入っていないし、失業などの「強制された余暇時間」の問題なども考慮されていない。もともと余暇を示すleisureという言葉は、ラテン語のlicereから来たもので、それには「法的に許されたもの」という意味があり、少なくともleisure時間は、絶対的意味での自由時間をいうものではなく、許された時間であることを含意したものであると、ブリトンは指摘する。

そのうえにたって、ブリトンは、資本主義のもとでは労働者は、商品としての労働力の所有者として一定時間の労働提供を行う者と規定されるから、資本主義のもとでは正規労働時間以外の時間（余暇時間を含む）は、「労働時間からやむを得ず分離された時間（forced segregation）」という意味をもち、余暇時間の過ごし方は、逃避と息抜きの時間であるにすぎない。しかも資本主義社会では、それが自由と自己勝手な時間という幻想になって現れるものと規定する。すなわちブリトンによれば、この幻想は何よりも「資本主義的社会関係・生産関係から生み出されたものである」（B,p.139）。その際ブリトンは、特にツーリズムに関しては、次の3点が注目されるべきものであるとする。

第1に、近代化とともに、少なくとも欧米社会では個人化が進み、例えば祭礼などのイベント等では、多くの者は、主体的参加者であるよりは、単なる制度上の利害関係者（interest group）になっているが、そうした形で社会関係のコントロールと維持に役立つものとなっている。すなわち「余暇の制度化と、祭礼等の役員となることは、今日の社会の基本的特色（generic feature）」と断言している。

第2に、特にツーリズムについていえることであるが、消費の文化の進展として、それがますます商品化していることである。ここで商品化とは、商品生産の論理と合理性、すなわち商品生産にかかわる法則が、ツーリズムはじめ余暇活動の場にも浸透し、使用価値ではなくて、交換価値が主役となって、資本による利潤獲得の場となっていることをいう。これを文化産業（culture industry）とよぶものもあるが、産業は永続性、すなわちゴーイング・コンサーン性を求めるから、文化産業を特徴づけるものは、娯楽やツーリズムの制度的再生産、質的量的拡大・拡張、すなわち、レジャー的楽しみについて絶え間なく珍しさを求めてゆく需要（novelty）を充たすことや、似非個人主義化（pseudoindividualisation）の進展に対応するところにある。

第3に、ツーリズムの商品化では、次の点が看過されてはならない。第1点は、それには有形物（交通手段、建物、土産品等）および無形物（サービス労働行為）の再生産が前提になることで、このことはツーリズム目的地の物的資源・人的資源の維持・再生産・革新が必須の課題となることを意味する。第2点は、これに伴い観光資源の本物・実物性はどうなるかという点である。文化の消費、ツーリズムの商品化によって本物・実物の観賞を本質とするツーリズムは、利潤獲得という目的のための手段になってしまう。顧客であるツーリストにとってそれは、例えば文化的シンボルの取得という目的のための手段となることである。それ故、結局、「ツーリストは、真の本物・実物ではなくて、文化モデル的なもの、演出されたパフォーマンスやライフスタイルを見せられるだけのものとなる」（B,p.142）。

2. ツーリズム生産システム論

資本主義において以上のような商品としてのツーリズムを生み出す機構や制度を、ブリトンはツーリズム生産システム（the tourism production system）と名づけている。かれの言葉によると、

「それはツーリズムを商品として売り出すために標準化し、資本主義的生産技術に照応したものにするものである。そこではこの基準から逸脱することはほとんど許されない。旅行の進め方やロジスティクスもそうであるし、ツーリズムの経験・体験にしてもそうである。これら両者は、資本主義的生産システムと社会関係によって、可能な限り完全な姿で作り出されることを必要とする」(B,p.142)。一方、顧客であるツーリストも、これによって何をどのように経験できるかを予定し期待できるものとなる。

ブリトンのいうツーリズム生産システムの考え方は、概ね以上であるが、具体的にそれに含まれるものには、①ツーリズムという生産物を生み出し、かつ販売する経済的諸活動、②これに関連する社会的グループ、文化的諸手段、物的諸手段、③これに関連した代理店や諸機関などがあり、ツーリズム生産システムは、確かに1つの産業というのではなく、いくつかの産業にまたがるものではあるが、しかしブリトンによれば、それらは、ツーリストの求める1つの全体的行為としてのツーリズムを実現するために、あたかも1つの産業、1つの生産システムかのように有機的統合的結合的に機能すると把握されるべきものである。このことはブリトンがこのシステムのことをわざわざ「the tourism production system」と、単数で表示していることからはっきり読み取ることができる。ここに、ツーリズム生産システムの本質的特徴があるとブリトンはいうのである。

ただしブリトンは、こうしたツーリズム生産システムには次の2大種別があるとしている。1つはいわば純粋な資本主義的システムで、ここでは資本のための剰余価値 (surplus value) や地代 (rent) の獲得が使命になる (とブリトンはマルクス主義理論の用語をそのまま使って論述している)。今1つは家庭経済や単純商品経済的色彩の濃いものである。これに対応して、ツーリストの側でも主として前者に依存することを好むものと、主として後者に依存することを好むものがある。後者は「産業依存度の低いもの (low index of industrial dependency)」といわれる。

こうしたこともあり、ツーリズム生産システムは、代理業者 (intermediary) を含め、内容的には実に多種多様で、実際には個片化 (fragmentation) の程度が高いものとなる。それ故、競争が激しい一方、協力の程度も高い場面が結構ある。

このためツーリズム生産システムでは、政府機関が果たす役割が大きい。政府機関の役割は主として次の2点にある。第1は調整機能で、競争の適正化などが主たる役割となる。第2には支援やリーダーシップ的機能などである。ツーリズム振興は地域単位で行う必要がある場合が多いから、国単位のツーリズム生産システムでは国の行政機関が、地域単位のそれでは地域の行政機関が、リーダーシップをとったり、支援活動を行なう必要が大となる。このなかには国や地域の知名度を高めるため、外部からの投資を刺激し、助成する措置等も含まれる。

3. 地域の商品化とリストラクチャリング

ここで地域の商品化とは、当該地域を何らかの余暇活動用の土地 (leisure space) として売り

出すことや、ツーリスト誘引アトラクションを設けてツーリストの吸引を図ることをいう。

前者の土地売り出しについて、まずブリトンが指摘していることは、それもツーリズム生産システムの一部をなすということであるが (B.p.153)、その場合この問題では、余暇用土地にはいわば庶民向けのキャンプ場に代表されるようなものと、高級別荘地のようなものとの二重性分化、すなわち「休日用スペースにおける上下関係」があることである。

これはいうまでもなく、社会関係・階級関係を反映したものである。それ故それは、ブリトンによると、余暇用土地における「現代資本主義社会の社会的スペース上の分業 (socio-spatial division of labour)」の1要因と規定されるものである (B.p.152)。ただしその際、ブリトンは、こうした土地には、何らかの形で商業用ないし私用に供されているものと、国所有などの形でそれが制限されたり排除されたりしているものがあることを指摘している。しかしこれも、私見によれば、現代資本主義の社会スペース上における二重性の1つの現れとみることができる。

後者のツーリスト誘引アトラクションは、ツーリズム生産システムの中心要素をなすものであるが、ブリトンでは社会的なものとの統合体と規定される。それがツーリズム商品として有効性を持つためには、すなわち、多くの顧客を吸引するためには、ブリトンは広告・宣伝が必要であるとする。このことは、レイパーではマーカーとよばれているものの意義を認めることであるが、こうした広告・宣伝の運営体 (企業) は基本的には資本主義的に運営されているものであるが故に、ツーリスト誘引アトラクションはこの点においても資本主義的メカニズムに組み込まれたものとなる。このため、例えば発展途上国のツーリズム・アトラクションが大々的に宣伝されると、それは植民地主義的なものとなる恐れがある一方、一般的にいても「資本主義的蓄積の公然たる意識的な方策となる」(B.p.155) ことがあると、ブリトンはいう。このような意味でも「ツーリズムは、資本主義の決定的ダイナミクスを反映したものであり、地域や領域をこのダイナミクスに同化させ、ダイナミクスさを取り入れざるを得ないものとする」と規定される。

そこで、ツーリズムによる地域発展、その一形態としての地域リストラクチャリングの解明が課題となる。この種の問題では、必然的に経済的観点からの分析が中心になるが、ブリトンは、そうしたアプローチでは、ツーリズムと地域的問題との関連が見落とされる危険があると指摘し、要するに、地域的競争に伴い地域的に不均等な発展がおこることを解明することが課題であるとする。

ここにおいてブリトンは、ブルデュー (Bourdieu, P.) に始まる「シンボリック資本もしくは文化資本 (symbolic or cultural capital)」の概念を援用し (cited in B.p.160)、そうした資本は、確かに投下された地域や空間に対する固着性や埋め込み性をもつものではあるが、他の資本とは異なって可動性が高く、国内的国際的に新しい投下場所を求めて動くことがより容易なものであると論じ、消費 (者) もそれに照応した社会空間的可動性をもつものと規定する。というのはそこでは、地域発展の鍵になるもの、すなわち、社会変化の直接的な要因となるのは、サービ

ス行為であり、その根源をなすものは文化あるいはシンボルなどであるからである。

こうした社会発展の考え方は、ブリトンによると「文化資本により決まる発展の型 (cultural-capital-driven development complexes)」といわれるものであるが (B,p.161), こうした発展のいかんにより、地域・場所に栄枯盛衰がおきる。そのなかでツーリズムは、地域競争の有力な手段となる。その際主要なキーワードとなるものは、ブリトンによると、①建築物の状況・環境 (built environments), ②スペクタクル (spectacles: 当該地域が与えるインパクト), ③不動産市場 (property markets), ④フェスティバル (イベント) 市場 (festival markets) である。

以上が、ブリトンの資本主義的ツーリズム生産システム論の概要であるが、それは、約言すれば、レイバーにより提起されたツーリズム・システム論を、資本主義という体制に関連させてとらえ直すべきことを主張したものとみることができる。ところで、こうした論争のプロセスにおいて、1994年、本稿冒頭で述べた直接的な論争の一方の当事者であるS.L.J.スミスが、ツーリズム論で究明すべきものは、ツーリズムのなかにおける個別の生産物 (the tourism product) であることを主張した論考 (参照文献S2) を発表した。次にその概要を概観する。

V. 個別的ツーリズム生産物論

S.L.J.スミスは、ツーリストの需要を充たすためには、ツーリズムという「生産物の発展 (product development)」を図ることが不可欠であるが、それは、理想的には、コスト効率が良く、ツーリズム目的地の文化的自然的資源 (resources) を有効に使用することを土台とするものである、という命題を出発点にする。それ故、その場合の生産物とは、あくまでも、ジェネリック (generic) な意味のものであると断っている。ジェネリックな生産物とは、かれの定義によると、「1つの産業によって生み出される概念的商品 (the conceptual commodity produced by an industry)」をいうものであって (S2,p.229), ツーリズムのなかでも、例えば、航空機産業による輸送行為や、ホテル宿泊行為などの個々の (業種ごとの) 行為をいうものである。

これに対して、前述のレイバー等では、ツーリズム生産物は、こうした個々の (業種ごとの) 行為の系統的な集まりをいうものであって、個々の (業種ごとの) 行為をいうものではない。これに対しS.L.J.スミスは、ツーリズム論としては、こうした系統的集まりのなかの個々の (業種ごとの) 行為が、それ自体として、まず論究されるべきであるというのである。

そこでS.L.J.スミスは、一方では、メディク (Medik, S.) / ミドルトン (Middleton, V.T.C.) などによって、ツーリズムはいくつかの構成要素から成るもの (構成要素説: components model) として主張されてきたことに対して、こうした構成要素説では「1つのジェネリックな生産物としてのツーリズム生産物」があることが解明できないと批判する (S2,p.231)。

他方において、例えば、ノーマン (Norman, R.) らのサービス行為理論によると、1つのサービス行為には中核サービス (core service) と周辺サービス (peripheral service) とがある。例えば、

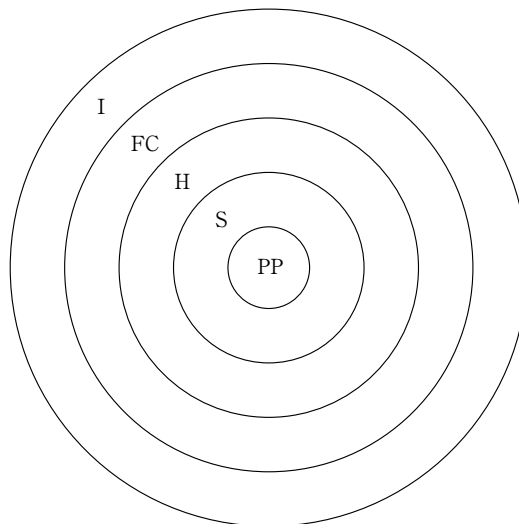
旅客航空でいえば目的地まで輸送する中核サービスと、予約による座席の指定・確認、チェックイン業務、機内サービスなどの周辺サービスとがあり、これらはいくつでも1つの生産物である。このことは、いうまでもなく、ツーリズム行為にも妥当するものであり、ツーリズム生産物もこうした考え方をもって、個別の(業種ごとの)事柄について、これを1つの生産物としてとらえ、説明すべきものであると、S.L.J.スミスは主張するのである(S2,p.231)。

ただしこの個別のツーリズム生産物も、前記のように1つのサービスが中核サービスと周辺サービスから成り、それを生み出すためのいくつかの要素があるように、いくつかの要素(elements)から成るものと規定される。ジェネリックなツーリズム生産物の場合、それには次の5者がある(図表3参照)。

①最も中核的な部分をなす物的プラント(physical plant)、②物的プラントを取り囲み、物的プラントの実効ある稼働に必要なサービス(人間労働)行為(service)、③そのサービス行為を補強し補足する、例えば顧客に対する親切な歓迎的行為であるホスピタリティ(hospitality)、④これらを含めて、顧客の側で取捨選択する自由(freedom of choice)、⑤そのうえで顧客が当該生産物の一部として包み込まれること、すなわち顧客なしではツーリズム生産物は成り立たないから、顧客がその一部となること(involverment:参加性)である。

この場合、①の最も中核的部分をなす物的プラントとは、自然景観を含む、観光資源、ホテル・旅館、交通手段などをいう。②のサービス行為は、ホテル・旅館でいえば、フロント業務、ルーム準備・サービス行為などをいう。このサービス行為はホテル運営あるいはホテル宿泊上

図表3：ジェネリックなツーリズム生産物の構成



注：PP=物的プラント、S=サービス(人間労働)、H=ホスピタリティ、
FC=選択の自由、I=顧客の参加性。

出所：S2,p.234.

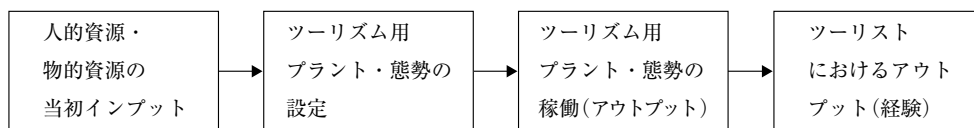
不可欠な人間労働としてのサービス行為であって、その意味ではそれ相当の技術や熟練を伴うものであり、一般的には事柄が注文通り正確・迅速になされることを必要とするものであるが、ホスピタリティは、そうしたサービス行為に際して顧客への態度や感受性において良さがあることをいうものである。そういう意味ではホスピタリティは、サービス行為に付加的なものであり、サービス行為担当者のかかなり个性的部分である。S.L.J.スミスによれば、ツーリズムは要するに経験であるから (S2,p.236)、時には事務的なものとなりやすいサービスにおいて、良きホスピタリティをもってなされることが肝要な点である。

④の顧客における選択の自由は、特にレジャー的ツーリズムでは重要な要素で、そのツーリズム生産物を購買(実行)することについて、顧客に自由選択権があり、強制されたものではないことをいう。これにより顧客の自発性も高まるが、こうした点はバックツアー等でも重要な意味をもつ。このうえにおいて顧客は、バックツアーにおいても自発的な一員としてそれに包み込まれ ⑤、当該ツーリズムの楽しみを享受できるものとなる。

ただしS.L.J.スミスによると、ツーリズムにはこれらの5要素から生み出されるプロセスがあって、生産物はその結果生じるものである。それをかれは「ツーリズム生産プロセス (the tourism production process)」とよんでいる。それは、一言でいえば(図表4参照)、当該ツーリズム生産物を生み出すのに必要な資源や労働力などを本源的にインプットして(primary input)、具体的なツーリズム・プラントを作り、それが顧客に対する実際の用役(services)として提供されて、最後に顧客においてツーリズム経験として最終的アウトプット(output)となることをいうものである。このことは、サービス生産物としてのツーリズム生産物が、ホテルなどの物的施設(プラント)の使用と人間労働(サービス行為)から生み出されるプロセスを描いたもので、あくまでも、サービス生産物論としての分析である(Ω2参照)。

それ故、S.L.J.スミスの以上の説は、レイパーらのシステム論とくらべると、ツーリズムの本質を衝いたものではないかのごとき印象を与えるが、しかし、S.L.J.スミスの言わんとするところは、個別のツーリズム生産物の生産・提供(ツーリズム・コンテンツ)という観点からすると、当該ツーリズム生産物の生産個所(例えばホテル)にとっては、顧客がどこから、どのようなルートで、すなわちどのようなシステム過程を経て、当該ホテルに来たものかということや、そのホテル滞在後、どこへ、どのようなルート(システム過程)で行くものかは、直接的には関係ないことである。それは、あくまでも、顧客側の事情であって、宿泊サービスの提供者であ

図表4：ツーリズム生産プロセス



出所：S2,p.238.

るホテルとしては、そのいかに問わず、宿泊行為の良さのみが問われるものである、ということである。

このことは、やや範囲を広げて考えると、例えば1つの観光地等についてもいえる。ある観光地にとって、そこを訪れる観光客が、どこから、どのようなシステムの過程を経て来て、観光後、どこへ、どのようなシステムの過程をとって行くものであるかは、当該観光地の観光コンテンツには、直接関係のないことである。このことは、実際にも、観光地の観光コンテンツに関する多くの研究や調査でとられている考え方であり、日本で「着地型観光」といわれているものの考え方でもある。

そしてこれは、基本的には、商品としての物品やサービス行為の（複数の場合もある）販売を事業とする一般諸企業のマネジメントやマーケティングの考え方と同じものであり、マーケティング理論の応用である観光地マーケティング（destination marketing）なども、この立場を出るものではない。この場合、観光客誘致のため宣伝先をどこにするかといった問題も、当然、個別ツーリズム企業もしくは観光地のマーケティング問題の一環という位置づけになる。

以上のような意味でも、S.L.J.スミスの所説は、ツーリズム供給側にたつものであり、その真義を明確にした意義は大きい。これに対していえば、レイパーらのシステム論は、顧客側の要因を入れないと成立しない。しかし、ツーリズムの供給側では個々の供給者は、別々の産業部門に属しており、顧客の行動が他の産業部門とシステムの関連にあるものであることは、供給物コンテンツとしては、基本的には考慮され難いことである。S.L.J.スミスは、このことを主張しているのである。それは、まさに、ツーリズム供給側理論として1つの原型を示したものであるが、それは、これらの個々のツーリズム商品供給経営体（観光地を含む）も、要するに、通常的一般経営体と異なることがないことを示したものの以外の何物でもない。

本稿の課題としては、次に、S.L.J.スミスの論考と同じく1994年に発表されたワトソン（Watson, G.L.）／コパチェフスキ（kopachevsky, J.P.）の所説（参照文献W）が目されるべきものである。それは、ツーリズムを直截的に商品（commodity）であるとする説を前面においたものである。次に、それを管見する。

VI. 現代ツーリズムの資本主義的商品論

1. ツーリズムの商品性の進展

ワトソン／コパチェフスキの所説は、次の諸点を立脚点としている。第1に、現代ツーリズムは、現代資本主義体制に関連づけてのみ解明されることができる。第2に、これまでのツーリズム研究の根本的問題点は、その理論化レベルが低いこと（undertheorized）であって、一部論者のいうように理論化がないところに（athereotical）あるのではない。第3に、ツーリストは多様なもので、一様なツーリスト経験というようなものはない。第4に、それ故、ツーリ

ズムは、1つの社会的な関係という意味では、社会生活の多様な領域の複合的な事象 (complex phenomenon) である。第5に、しかし、ツーリズムを社会的な事象として研究する方向は、盛んなものではなかった。第6に、まとめていえば、ツーリズムは、資本主義の本質的論理 (essential logic) に基づき形成される現代消費者文化、すなわち商品化のなかにおける1分野である。

一言でいえば、ツーリズムは、以上のような意味における商品であるが、ただしその場合、ワトソン／コパチェフスキは、それがサイン先導的 (sign driven) あるいはメディア先導的な側面の強いものであることが何よりも特徴であるとする。そしてツーリズムは、こうした特色を持つが故に、ますます規格化され、標準化され、パック化されて、マスのなものとなっていると特徴づけ、一部論者のようなツーリストの「自由選択」とか「自発性」といったものは、基本的にはないと主張する。ツーリストは、規格化された日常労働からの逃避を図って、ツーリズムに出るが、そこでも今1つの規格化を強いられるものになるとワトソン／コパチェフスキは論じる。

これからも明らかなように、かつ、かれら自身が認めているように (W.p.266)、ワトソン／コパチェフスキのいうツーリズム商品説は、マルクス主義的理論に立脚した意味のそれであり、ツーリズムは商品といっても、マルクスの『資本論』の原基となっているものという意味での商品である。それ故、ワトソン／コパチェフスキは、まず、次の点を強調する。つまり、一部の論者では、ツーリズムは欧米文化の特色である自由と個人的選択の凝縮された存在とみなされ、もてはやされているが、しかし、現代ツーリズムは資本主義的商品として存在し運動しているものであって、このことは妥当しない、という点である (W.p.266)。

一部論者により、現代ツーリズムにはツーリスト側に選択の自由があると主張されている点についていえば、ワトソン／コパチェフスキは、それはマルクスのいう商品の物神崇拜性論や、ルカーチなどの物象化論 (reification) で指摘されている「魔法」の現れにすぎないと批判する。商品の物神崇拜性、物象化により、商品はすべて貨幣で購入できるものとなって、その本質となっている人と人との関係は消え去り、貨幣で自由になるものとして現象する。ツーリズムにおける人と人との社会的関係は、商品と貨幣との関係として現れるから、それは貨幣による自由選択であるが、これが人による自由選択として現れる、というのである。

また、一部論者で唱えられている、ツーリズムの宗教的比喩については、それは、要するに、商品の物神崇拜性に関連して、マルクスが「日常生活の宗教」とよんだものに通じるものであると、ワトソン／コパチェフスキは指摘する。かれらによれば、「商品の世界においては、人間の主体的存在とその生産物との分化がおきるから、人間は自己の生産物により支配されたものとなる。それは、あたかも宗教により支配されたものとみえるのと同様である」(W.p.269)。それ故、多くのツーリズム誘引物 (観光資源等) は、宗教的シンボルのようなものとなる。事物は、商品化が進むと、それに費やされた労働をもって表象化されることが少なく、イリュージョンや見栄えで価値が測られることが多くなるが、ツーリズム商品でも、サイン商品化、メデ

イア商品化により、これが強まる。

ワトソン／コパチェフスキの現代ツーリズム論は、内容的には、ツーリズム商品のサイン性、メディア性を強調するところに特色があるが (W.p.270ff.)、かれらによれば、もともと広告・宣伝 (現在ではさらにブランドも含む—大橋) は、物品・商品のサイン・シンボル性を強化するものであるとともに、何よりも消費の促進を図るところに意義があるものである。ただしその消費は、「見せびらかし (vicarious)」の消費を含んだものであって、消費自体の促進を使命とするものであり、広告・宣伝の進展により消費は進むが、それに応じて、少なくともツーリズムでは、演出性 (staged) が高まることになる。

ツーリズムにおけるツーリストの目的・効用は、多くの見解によると、その際の経験にあるとされているが、それは、ワトソン／コパチェフスキによれば、要するに貨幣の支出による (消費の) 経験以外の何物でもない (W.p.251)。かれらのみるところ、ツーリズムの効用について、それは経験にあるという見解は、社会学的見解に多いが、かれらによれば、それは、多分に、貨幣の意義が考慮されていないことに基づくものである。しかしかれらによれば、ツーリズムに関連したものを含め、商品化のもとでは「すべての文化的なものは、交換価値の法則下におかれ、均質化され、墮落させられる。……その原理となるものは利潤極大である」 (W.p.271)。このことは、ポスト・モダン現象といわれるものにも妥当する。その現象について、旧来体制とは「本質的に異なった」多様性があると種々論じられているが、しかし、その行き着く先は、要するに、私有化 (privatization) と管理されたコンシューマーニズムにある、とワトソン／コパチェフスキは論じている。

2. ツーリズムにおける社会的関係

ここでツーリズムにおける社会的関係とは、例えばV.スミス (Smith, V.) らによる「先進国 = ゲスト、発展途上国 = ホスト」とする所説や、ターナー (Turner, L.) / アッシュ (Ash, J.) の「発展途上国 = 先進国のための快樂提供地」とする説などにおいて問題となってきた、地域の実質的な支配・従属の関係で、それをワトソン／コパチェフスキは「商品としてのツーリズム」の観点から解明すべきものとするのである。

ワトソン／コパチェフスキの主張せんとするところは、商品としてのツーリズムの進展により、社会的関係の不均等・非対等性 (asymmetry) が深化するということである。人と人の関係は人と物との関係、人と商品との関係になることによって本質性が失われたものとなる。かれらはいう。「ツーリズムは特別なタイプの社会的関係を生む。それはホストとゲストという「強制された関係」 (forced interaction) に基づくものであり、……商品化の原則により規定されたものである」 (W.p.275)。

しかもそれは、かれらによると、少なくともホストにとって経済的に不利益になることが多いものである。というのは、その背後には先進国と発展途上国との経済的格差があり、ホスト

国は経済的不利益の関係を強制されざるを得ないからである。それは基本的には従属関係 (dependency relationships) にたつものであり (W,p.274), 先進国, ゲストのコンシューマーニズムは「ひとりよがりのコンシューマーニズム (entrenched consumerism)」となり (W,p.277), そうしたイデオロギー的かつ心理的背景をもったものとなる。

それ故, ワトソン/コパチェフスキは, 総括的には次のように書いている。力 (power) に対する依存関係が, 結局, 社会的支配の基である。一定の社会的関係, 文化的な操作, そしてイデオロギー的物象化が, 資本主義体制を継続的に維持するために必要な個々の特徴的な構造と集团的意識状態を形作るのである。それは, 人間のすべてのニーズと社会的経験が商品という世界のうえで可能になるようにすることである。それ故, ツーリストの行動も資本主義の論理の枠外にあるものではない。それは, 資本主義体制の再生産という目的から外れたものではない (W,p.276)。

そのうえでワトソン/コパチェフスキは, 最後に, 基本的にいえば, 現代ツーリストの多く, 特にマス・ツーリストの多くでは, そのツーリズム行動において, しばしば言われているような自由と個人的選択の余地があるものではない。これが現代ツーリズムの本質にかかわる特性である, と繰り返し力説している。

Ⅶ. 結—現代ツーリズムとらえ方の6つの原型

以上, 本稿で取り上げた論者の所説をみると, 現代ツーリズムをどのようにとらえるかについて, まず, それを需要サイドからみるものと, 供給サイドからみるものとに大別される。例えば, 最初に取り上げたオールコックの宗教論的アプローチは, 需要サイドにたつて, 需要者すなわち一般の人々がツーリズムをどのように考えているかに視点を置いたものである。これに対し, S.L.J.スミスのツーリズム生産物論や, ワトソン/コパチェフスキのツーリズム商品論は, 供給サイドにたつてツーリストに提供されるツーリズムの (生産物もしくは商品としての) 特質に視点を置いたものである。このなかでもワトソン/コパチェフスキのツーリズム商品論は, 資本主義体制関連性が根本原理になっている。

こうした点からみると, レイパーのツーリスト誘引システム論(端的にはツーリズム・システム論)は, 需要サイド的視点と供給サイド的視点とを結び付けようとする (少なくとも結びつけることができる) 見地にたつものであり, それを資本主義体制関連的視野のもとにとらえようとしたものが, ブリトンの所説と位置づけることができる。

これらをまとめていえば, ツーリズムのとらえ方には2つの軸がある。1つの軸は, それを需要サイドに置くか供給サイドに置くかにより分けるものである。今1つは, 資本主義に代表される体制関連性を強く意識するか, ほとんど意識せず, いわば体制無関連的に一般的に論じるかにより分けるものである。ただし, 後者の体制関連的という場合には, モダン=ポスト・

モダンといういわば時代思想的相違についてもこれに入るものとする事ができるが、本稿では資本主義体制に限定したものとしている。

以上の2つの軸により本稿で取り上げてきた所説をマトリックスで示すと、図表5のようになる。ただし、このなかで「体制関連的で需要サイドの視点を置いたもの」は、本稿で取り上げた所説のなかには適当なものが見当たらないので、これだけは例外的に2009年のポンス(Pons, P.O.)らの説（参照文献P：パナル・マスツーリズム論：大要はΩ4をみられたい）を当てている。

図表5：現代ツーリズムの6つのとらえ方

Allcockの 宗教的アプローチ	Leiperの システム論的アプローチ	Smithの 供給側単独生産物論	弱 体制 関連性
(Ponsらのパナル・ マスツーリズム論)	Brittonの資本主義的 ツーリズム生産システム論	Watson/Kopachevskyの 資本主義的ツーリズム商品論	
需要サイド的	システムの 需要サイド・供給サイド性	供給サイド的	強

これらは、現代ツーリズムのとらえ方の6つの原型ということができる。本稿の課題はこの6つの原型を提示するところにあるが、この6つの原型についての本稿筆者の評価を付言的に述べれば、本稿筆者としては、ツーリズム理論の原理的類型（prototype）は、資本主義体制関連のもとに需要サイドと供給サイドとを結合してとらえうるシステム論的アプローチが望ましいものと考えられる。

この方向について一言補足すると、そのなかでも体制無関連的な形態は、前記のように、ニール／ガーソイの所説に示されているから、それを基盤としつつ、体制関連的なものとする事ができる。体制関連性は、本稿で取り上げたなかではブリトンの説で考慮されているものであるが、しかしこれでは、ツーリズム関連産業やツーリストの運動が資本もしくは家庭の運動としては展開されていない難点がある。本稿筆者としてこの点を補い、さしあたり簡潔に体系的に展開したものを、直近の拙稿（Ω5）で提示している。それを見ていただくようお願いし本稿の結語とさせていただきます。

【参考文献】

- A： Allcock, J.B.(1988), *Tourism as a Sacred Journey, *Loisir et Société**, vol.11. reprint in: Williams, S.(ed.) (2004), *Tourism: Critical Concepts in the Social Sciences*, vol.1, London: Routledge, pp.325-338.
- B： Britton, S.(1991), *Tourism, Capital and Place, *Environment and Planning D: Society and Space 9**. reprint in: Williams, S.(ed.) (2004), *Tourism: Critical Concepts in the Social Sciences*, vol.1, London: Routledge, pp.137-173.
- G： Gunn, C.(1972), *Vacationscape: Designing Tourist Regions*, Austin: University of Texas.

- H** : Horne, D.(1984), *The Great Museum: The Presentation of History*, London: Pluto Press.
- L1** : Leiper, N.(1990), Tourist Attraction Systems, *Annals of Tourism Research*, vol. 17. reprint in: Williams, S.(ed.) (2004), *Tourism: Critical Concepts in the Social Sciences*, vol.1, London: Routledge, pp.244-263.
- L2** : Leiper, N.(1990), Partial Industrialization of Tourism Systems, *Annals of Tourism Research*, vol. 17, pp.600-605.
- L3** : Leiper, N.(1993), Industrial Entropy in Tourism Systems: Rejoinder to Smith, *Annals of Tourism Research*, vol.20, pp.221-225.
- M1** : MacCannell, D.(1973), Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings, *American Journal of Sociology*, vol.79, pp.589-603.
- M2** : MacCannell, D.(1976), *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*, Berkley: University of California Press, 1st ed. (1999年版について安村克己/須藤廣/高橋誠一郎/堀尾正人/遠藤英樹/寺岡伸吾訳『ザ・ツーリスト：高度近代社会の構造分析』学文社, 2012年がある)
- M3** : Mundt, J.W.(2001), *Einführung in den Tourismus*, 2. ergänzte Aufl. , München: R. Oldenbourg Verlag.
- N** : Neal, J.D. and Gursoy, D.A.(2008), Multifaced Analysis of Tourism Satisfaction, *Journal of Travel Research*, pp.53-62.
- P** : Pons, P.O., Crang, M. and Travlou, P.(eds.) (2009), *Cultures of Mass Tourism*, Fahnham: Ashgate.
- S1** : Smith, S.L.J.(1993), Return to the Supply-side, *Annals of Tourism Research*, vol. 20, pp.226-229.
- S2** : Smith, S.L.J.(1994), The Tourism Product, *Annals of Tourism Research*, vol. 21. reprint in: Williams, S.(ed.) (2004), *Tourism: Critical Concepts in the Social Sciences*, vol.1, London: Routledge, pp.229-243.
- T1** : Tribe, J.(2011), *The Economics of Recreation, Leisure and Tourism*, 4th ed., Amsterdam: Elsevier.
- T2** : Tucker, K. and Sundberg, M.(1988), *International Trade in Services*, London: Routledge.
- W** : Watson, G.L. and Kopachevsky, J.P.(1994), Interpretations of Tourism as Commodity, *Annals of Tourism Research*, vol. 21. reprint in: Williams, S.(ed.) (2004), *Tourism: Critical Concepts in the Social Sciences*, vol.1, London: Routledge, pp.264-282.
- Ω1** : 大橋昭一(2010)『観光の思想と理論』文真堂
- Ω2** : 大橋昭一/渡辺朗(2001)『サービスと観光の経営学』同文館
- Ω3** : 大橋昭一(2010)「観光の本義をめぐる最近の諸論調」『和歌山大学・経済理論』第353号19-47頁
- Ω4** : 大橋昭一(2011)「現代マストツーリズムの特性についての一考察」『関西大学・商学論集』第56巻第2号 69-93頁
- Ω5** : 大橋昭一(2012)「批判的観光学の形成」『関西大学・商学論集』第57巻第1号61-84頁