

# 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 橋 昭 一

## I. ま え が き

ドイツ語圏において観光が広く一般的に盛んになって、今日のような観光活動の発端になったのは、20世紀初頭のころであるが、多少とも本格的に学問的研究が進められたのは、概ね第一次世界大戦後の1920年代になってからである。観光概念としては、1927年モルゲンロート (Morgenroth, W.) がまとめた規定が1つの礎石となり、1939年のポザー (Poser, H.) の試みなどをへて、古典的規定といわれるものが1942年フンチカー (Hunziker, H.) により提起された。これらが善きにつけ悪しきにつけ観光概念に関する論議の土台となってきた<sup>1)</sup>。

第二次世界大戦後になると、西ドイツでは1950年代に「奇跡の経済発展」があり、経済活動が高揚した。これを背景に観光は一段と盛んになって、いわゆる観光の大衆化が進んだ。観光の普及はすでに1967年を国連が国際観光年と指定するほどのものとなっているが、第二次世界大戦以降において以上のような状況のもとに観光について改めて理論的取り組みを行う動きが高まった。

当時盛んになった観光の大衆化は、それまで社会的ツーリズム (Sozialtourismus) とよばれていたものと基本的に同一の範疇のもので、フンチカーのように観光の民主化 (Demokratisierung des Tourismus) と特徴づける者もいたが<sup>2)</sup>、多くの場合大衆観光 (Massentourismus) とよばれた。それは他面において、観光の組織化 (organi-

sierter Reiseverkehr) であり、産業化 (Industrialisierung des Reiseverkehrs) であった<sup>3)</sup>。そこで、当時、こうした観光がどのような社会的経済的意義をもち、一般大衆が観光をこころみる動機はどのようなものかを解明することが、学問的にも大きな課題となった。

本稿は、以上の事情をふまえ、ドイツ語圏における観光経営学研究の一環という立場において、第二次世界大戦後のうち1950年代末から1970年代末ごろまでを主たる対象として、当時、大衆観光の高揚という状況のもとにおいてドイツ語圏で観光の社会経済の本質や本質の特徴、ないしは観光にたいする根本的動機についてどのような論議が行われたかを解明しようとするものである。

ちなみに、1954年から1991年までの西ドイツの休暇旅行 (Urlaubsreise) の数的概要は図表1の通りで、休暇旅行者は1990年にいたるまで全体としては持続的に増加をつづけ、人口の7割弱に達する規模のものとなった。しかし、その間において1960年代後半および1970年代後半～80年代前半において停滞したものとなっている。また、1960年代後半には旅行先について国内旅行と外国旅行とが逆転し、それ以後外国旅行が多くなっている。

こうした推移は、何よりもその時々々の西ドイツの社会的諸要因、とりわけ経済的諸要因の影響をうけたものであるが、国際的要因の影響もある。こうした観光の実際の推移を含めたその時々々の全般的な社会経済的事情は、その時々々の論者の主張に意識的ないしは無意識的に反映

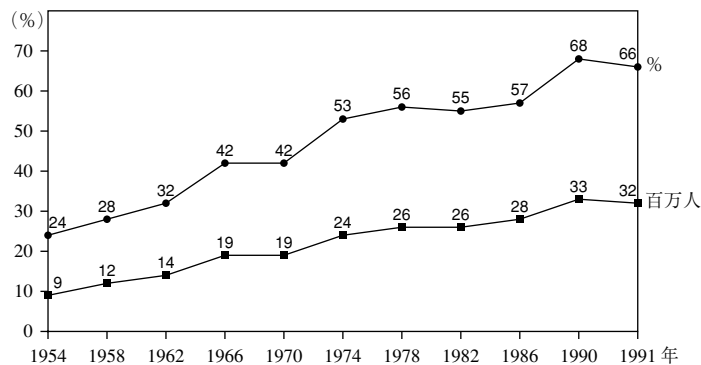
1) これら1950年代ごろまでの過程については以下で考察している。大橋昭一「ドイツ語圏における観光概念の形成過程——ドイツ観光経営学研究の1章——」『大阪明浄大学紀要』第1号、2001年3月、11-21ページ。

2) Hunziker, W., *Fremdenverkehr, Handwörterbuch der Sozialwissenschaften*, 4. Bd., Gustav Fischer usw.: Stuttgart usw. 1965, S. 154.

3) Prahl, H./Steinecke, A. (Hrsg.), *Tourismus*, Philipp Reclam jun.: Stuttgart 1981, Vorwort, S. 6-7.

図表 1 西ドイツの休暇旅行者数の推移

## (1) 休暇旅行者の推移

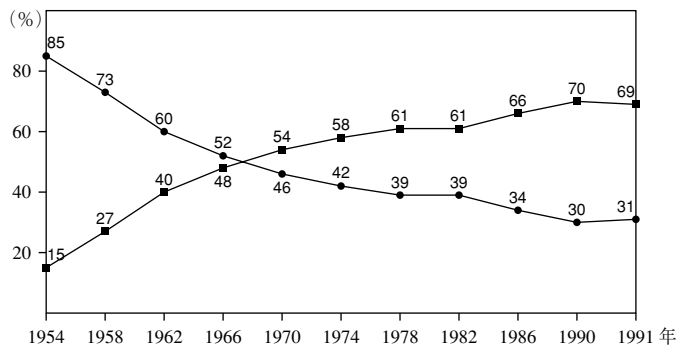


(注 1) 東西ドイツ統一後も西ドイツのみを対象にしたもの。

(注 2) ■—■ は人数。単位百万人。

●—● は西ドイツ全人口あたりの割合。単位%。

## (2) 国内旅行と外国旅行の割合 (%)



(注 1) 東西ドイツ統一後も西ドイツのみを対象にしたもの。

(注 2) (1) の人数の旅行先による割合。

(注 3) ■—■ 外国旅行者割合

●—● 国内旅行者割合

(出所) (1) (2) とも Wohlmann, R., *Entwicklung des Tourismus 1954–1991*, in: Hahn/Kagelmann (Hrsg.), *Tourismuspsychologie und Tourismussoziologie*, S. 11, 12.

している。少なくともそれが基盤となっている。

なお、本稿で取り上げている論者では、直接的対象が日本語で表現した場合観光、ツーリズムないしは休暇旅行等として区別すべきところがあるが、以下ではそれらは原則としてすべて観光と表記している。

## II. 観光の社会経済的本質をめぐって

ドイツ語圏では、1950年代以降のドイツを中心とした大衆観光の高揚に関連し、そうした観光の本質的特性をどのように理解するかについて、それを一般大衆が経常的・日常的・通常的な日々の仕事や家庭生活から一時的に離れるもの、あるいはそこから脱却するもの、ないしは

逃避するものにとらえる考え方が比較的多くの論者にみられる。本節ではまず、この考え方のうえにたつて観光の社会経済的本質を究明しようとした試みについて考察する。

1950年代末から1960年代初頭においてこの問題を何よりも日常生活からの逃避としてとらえ、資本主義体制のもとにおけるそうした逃避の可能性を追究して、資本主義体制の特性そのものから観光の本質を論じ、今日にいたるまでドイツ語圏の観光理論に強い影響を与えてきた代表的試みに、エンツェンスベルガー (Enzensberger, H. A.) のそれがある。まず、それからみてみよう<sup>4)</sup>。

### (1) エンツェンスベルガーの「資本主義的観光の本質論」

エンツェンスベルガーの主張は、結論を先にしていえば、現代の観光 (Tourismus)、少なくとも大衆観光は、大衆が日常生活からの逃避 (Flucht) をはからんとするものであるが、しかしそれは結局不可能で、逆に観光企業による観光事業の対象という形で、自由時間についても日常体制に、つまり資本主義経済体制に包摂されたもの (Eingeholtsein) になるということであり<sup>5)</sup>、要するに、資本主義のもとにおいて人は、資本の支配から脱却する試みを行うが、それは所詮不可能で、改めて資本支配のもとにおかれるという資本主義社会全般にみられる矛盾が、観光においても貫徹するということである。

エンツェンスベルガーは、それを資本主義のもとにおける自由の理念から論じる。かれによれば、資本主義革命により一般大衆にも自由の観念が生まれたが、しかしそれは現実には成就されることがなく、自由は一般大衆には閉じられたものとなった。しかしそうした自由の観念は、意識のレベルにおいてロマン主義によって展開され、文学や絵画などの領域において、つまり現実生活から離れたところで表現され、追求されるものとなった。自由はいわばロマン主義的自由あるいはロマン主義的境地として、たとえば空間的には文明化されていない自然のなかで生きることであり、時間的には現在から離れた歴史のなかで、具体的には史跡や民俗的伝承のなかで過ごすことであると提示された。

資本主義のもとでの自由は、一般大衆にとって現実には挫折したものであったが故に、こうしたロマン主義的観念にたって空間的・時間的に現実から離れたなかで追求され体験されるものとされ、そうしたものを訪れたり接したりすることとされるようになった。そしてそれが技術的にも近代における鉄道など交通手段の開発・進歩・発展・普及により容易なものとなり、そうした技術進歩を基盤とする資本主義体制の発展によって促進され、観光として広く普及するものとなった。

観光は、日常的环境から離れた風物や歴史にひたることを可能にし、自由の境地を提供するものであった。事実それは、実際的にも日常の仕事や家庭生活からの自由という意味をもち、現実からの脱却であった。しかし他面において、現実には、資本主義経済の必然性をもって動き、多くの一般大衆をそこで働く者として拘束し、その点では自由をつねに挫折させるものであった。ここに、資本主義的観光の本質を規定する根本的矛盾がある。というのは、資本主義の原則のもとで自由を追求すればするほど、後で (もしくは前で) 必要な労働に従事する必要性、つまり拘束は大になるからである。エンツェンスベルガーは資本主義的観光の第1の特性がここにあるとする。

それだけではない。第2に、観光、とくに大規模な集団的観光は、観光企業つまり観光資本によって組織されることによって可能になるから、というよりは多くの場合それによってのみ可能になるから、資本に下属したものとなる。資本主義的現実からの脱却・逃避は現実には資本への下属によって可能になる。エンツェンスベルガーはここに資本主義的観光の最大の矛盾があるとする。この点についてかれは、資本主義では観光が工業などと同様に企業により商品として大量生産され、顧客はそれに合わされ、観光商品を強要されるものと主張し、その主たる方法は観光の規格化 (Normung)、組み立て (Montage)、ロット別生産 (Serienfertigung) であるという。

規格化の典型は名所など観光目的地についてなされるもので、すでに1836年マレーのレッドブック (Murrays Red Book) にその例がみられる。観光業者によって選ばれ高い評価を得た観光地は、観光客にとっては単に訪問に値いするという意味だけではなく、訪れることが義務といわんばかりに強要される。というのは、観光客としても社会からの逃避の証しとして訪問することが義務のようなものとなるからである。

他方において、このため観光地では自然的遺産や文化

4) ここで対象とするエンツェンスベルガーの論文は最初下記の①の形で発表された。その後1962年自著書に収録されたが(②)、アスモディによると、その際同書あとがきで現代観光にたいする急進的批判を意図するものではない旨の断り書きがなされた。そして直接的には同書収録のものが1987年リプリントされているが(③)、しかしこのあとがき部分までは収録されていない。本稿は直接的原文としては③によっているが、アスモディの論評的論文(④)も参考にした。

①Enzensberger, H. M., Vergebliche Brandung der Ferne: Eine Theorie des Tourismus, *Merkur*, 12. Jg., 8, 1958, S. 701-720.

②Enzensberger, H. M., Eine Theorie des Tourismus, in: Enzensberger, H. M., *Einzelheiten I, Bewußtseins-Industrie*, Suhrkamp: Frankfurt/M 1962, S. 147-168.

③Enzensberger, H. M., Eine Theorie des Tourismus, *Universitas*, 42. Jg., 7, Juli 1987, S. 660-676.

④Asmodi, K., Eine Theorie des Tourismus—die Enzensberger Studie, in: Hahn, H./Kagelmann H. J. (Hrsg.), *Tourismuspsychologie und Tourismussoziologie*, Quintessenz: München 1993, S. 583-586.

5) Asmodi, a. a. O., S. 585.

的遺産を観光用にアレンジしたり、行事なども観光用に特別に開催したりして、人為的、人工的、つまり資本的な修正が加えられる。動物園等でも本来の野性のものが少なくなって、人工化される。かれはいう。「19世紀では、博物館にしても動物園にしても実際のオリジナルなものを前提にしていたが、今日では需要に応じて合成された見せ物 (*synthetische Sehenswürdigkeiten*) が作り出されている」<sup>6)</sup>。

そのうえで、観光目的物は組み立てが行われ、パック化される。その創始者はイギリスのトーマス・クック (Cook, T.) で、すでに1868年に始まっている。これによって観光全体についても規格化が進んだが、その基礎にあるのは、通常的大量販売の商品のように観光目的物を仕込み生産的に大量生産することで、観光目的物は、要するに「存在しているのが見られる」というものから、「見られるように予め用意される」ものになる。こうした近時の観光は、資本が用意した商品を一般観光客に買わせるという意味において、観光客を資本支配のもとにおくものとなる。つまり、「観光の進展は、同時に観光〔資本〕による観光客の支配の進展であり、それはすべての大工業の発展にとって不可欠であった3つの方法、すなわち規格化、組み立て、ロット別生産によってなされる」<sup>7)</sup>。

大要以上のような所論についてエンツェンスベルガーは自ら、それが資本主義的観光の廃止 (*Liquidierung*) や革命 (*Revolution*) を志向したのではなく、修正 (*Revision*) を主張せんとするものであることを断っている<sup>8)</sup>。かれが究明しようとしたものは何よりも現代の観光の特殊性、その社会経済的意義である。

かれは *Tourismus* (観光ないしツーリズム) と *Reise* (旅行) とを区別する。*Reise* は大昔からある旅、旅行である。近代以前においては多くの場合それは移住や遠征や行商などなんらかの止むを得ざる必然的事由により行われるもので、圧倒的に多くの場合内容的には苦行の連続であり、楽しみというものではなかった。楽しみのなものになったのは近代産業の生成以後、資本主義時代になってからで、ここに *Tourismus* が生まれたとする<sup>9)</sup>。

*Tourismus* は *Reise* の資本主義的形態であり、典型的には大衆観光であって、それは資本主義的産業化の進

展とともに発展してきた。こうした大衆観光は組織的な形でまずイギリスにおいてすでに1800年代後半トーマス・クックにより始められたが、それはイギリスにおける資本主義の先進的発展と照応したものであった。ドイツでは、資本主義発展の後発性に基つき、そうした試みはまず19世紀の終わりにおきているが、一般労働者を対象としたものが生まれたのはようやく第一次世界大戦以後のことであった。

次項では、その後1978年においてエンツェンスベルガーと同様な観点において観光の社会経済的本質について論じたアルマンスキ (*Armanski, G.*) の所説を簡単にとりあげておきたい<sup>10)</sup>。

## (2) アルマンスキの「観光産業本質論」

ここでは、アルマンスキが観光産業 (*Tourismusindustrie*) の性格について論じている点を取りあげる。かれによれば、観光 (*touristischer Vorgang*) は資本主義社会では商品の生産と交換という性格をもつもので、基本的には資本活動として行われる交通と変わらない。観光業務は、商品として生産され販売されるが故に、通常資本主義経済の諸条件に下属したのものとなる。つまり、観光業は利潤追求のために資本投下がなされたものであって、観光は資本にとっては投下領域の拡大を意味する。そこで行われるサービス労働は観光資本のための賃労働 (*Lohnarbeit*) という性格をもつ。

一方、観光は一般大衆によって労働力の回復を目的に購買される。それは直接的には自由時間の消費のためで、それは、資本のもとでの労働力行使により必要となるものであるから、資本主義的原則のもとにおかれ、観光では、エンツェンスベルガーのいう規格化・組み立て・ロット別生産が進み、集団的なパック旅行 (*Pauschalreise*) が進展する。しかし実は、そうした観光だけではなく、休暇の過ごし方すべてが規格化された大量的現象となる。

休暇産業は利潤追求の法則のもとにあり、観光客に提供される観光商品の使用価値 (*Gebrauchswert*) は、交換価値 (*Tauschwert*) の担い手である限りにおいて意味あるものとされる。このように使用価値が捨象されたところで交換価値の交換関係が成立する。つまり、「生きた

6) Enzensberger, *Universitas, a. a. O.*, S. 671.

7) *ebenda*, S. 670. [……] 内は大橋で補足したもの。以下同様。

8) 1962年自著書 *Einzelheiten I* に収録の際同書あとがきで述べられているもの。zitiert aus, *Asmodi, a. a. O.*, S. 583.

9) Enzensberger, *Universitas, a. a. O.*, S. 664–666.

10) Armanski, G., *Die kostbarsten Tage des Jahres: Massentourismus—Ursachen, Formen, Folgen*, Rotbuch: Berlin 1978; zitiert aus, *Prahl/Steinecke (Hrsg.)*, a. a. O., S. 89–92.

〔人間としての〕観光需要とその充足という社会運動は、貨幣・商品の世界において物の運動の形をとる。宣伝がこの物の転化過程に特別な輝きを与え、需要を充たすよう喚起するものとなるが、観光願望は、需要と供給との関係、したがって売買の関係のもとにある商品という形で具体化することが根本にあり、それが観光の経済的原点である<sup>11)</sup>。そして観光資本の利潤の根源は、雇われた労働者の搾取(Ausbeutung)にあると主張した。

このうえにたって、観光が国際的の広がりをみせていることに言及し、観光目的地が発展途上国などに比較的集中する傾向を指摘して、高度産業化諸国と発展途上国とで観光上の世界的分業(Weltarbeitsteilung)が進んでいるとする。今や、こうした国際的世界的関連のもとにおいては、かつてクリスタラー(Christaller, W.)が主張した周辺地(Peripherie)<sup>12)</sup>は発展途上国に求められる。この点に関してアルマンスキは、これらの観光目的地諸国は、気候上立地上の利点や未開の自然や風物などの利点をもつものが多いが、そうした諸点以外においても生活費の安価など一般的なソーシャルコストの低廉性という利点もあることを指摘する。

この点からいえば、周辺地志向には自然的諸条件だけではなく、経済的合理性も働く。かくてアルマンスキは、近時における大衆観光では、その参加者は、多くが賃金労働者であるが、「客観的にみれば、帝国主義的観光(imperialistischer Tourismus)に参加してその不平等な交換関係から利得を得ている者たちである<sup>13)</sup>とし、周辺地志向では単に地理的ないし社会的な分析が行われるだけではなく、経済的内実についての分析が決定的に重要であることを強調した。

エンツェンスベルガーとアルマンスキの所論の基礎にあるのは、観光を日常生活からの逃避ないし脱却とする考え方である。これにたいし、すでに1959年エンツェンスベルガーとほぼ同じごろ、この考え方を根本的出发点としつつも、アメリカを中心に展開されていたメイヨー(Mayo, J. E.)らの人間関係論の主張をも視野に入れ、観光の発展のなかには、強いストレスを生む現代の高度労働社会体制を維持・発展させる方策の1つがあると主張した者に、スイスのロイッガー(Leugger, J.)

がある<sup>14)</sup>。

### (3) ロイッガーの「現代高度労働社会における観光の積極的役割論」

ロイッガーは、観光(Fremdenverkehr)は人間が自由時間において日常的な仕事や家庭生活から一時的に離れること(ein vorübergehendes Abstandnehmen von der Alltagsumwelt)と規定するが、仕事の場合での労働時間と家庭等での自由時間との根本的対比を出発点とし、合理的機能性(funktional)と人間性(human)との2大原理のもとに分析を行う。

企業などの仕事の場合は、本来、機能性合理性を基本とするものであるが、近時においてはそれとらんで、人間性に配慮した管理が進んでいる。それは主として直接的にはメイヨーらによって推進されてきた人間関係論の方策をいうが、ロイッガーは、企業ではそれらのものが実際には機能的合理的な意味で用いられ、単に機能的なもの拡大となっているだけで、人間性確保の方策にはなっていないと批判する。

一方、自由時間について、それは仕事(労働)の世界(時間)とは反対の極にあるものであり、しかも近年では自由時間(Freizeit)は単なる休息時間(Ruhezeit)と同義のものではないと強調する。昔のように労働時間が長い時代には、労働と休息はいわば一対<sup>いつい</sup>のもので、労働のない時間すなわち自由時間は労働力回復のための休息時間の意味をもっていて、単に労働のない時間という意味をもつだけであり、根本的には労働に下属した時間であった。

しかしロイッガーによると、近時における自由時間はそうした休息時間よりももっと積極的な意義をもつものである。「自由時間は近年の概念であり、単なる労働の補償としての休息にとどまらず、それ以上の人間にとって主体的に有意義なものを生み出す時間である<sup>15)</sup>。

つまり、かれによれば、近代において技術や制度の進歩・発展により労働の機能化が著しく進展し、疎外が進んだりして、それに対処するため人間性回復が叫ばれたりしてきたが、しかし、労働の場合においてはメイヨーらの人間関係論の方策をもってしてもそれにたいして

11) ebenda, S. 90.

12) Christaller, W., Beiträge zu einer Geographie des Fremdenverkehrs, *Erdkunde*, Bd. 9, Februar 1955, S. 1-19. 概要は大橋昭一前掲稿をみられたい。

13) Armanski, a. a. O., S. 92.

14) Leugger, J., Fremdenverkehr in der modernen Arbeitsgesellschaft, in: *Fremdenverkehr in Theorie und Praxis*—Festschrift für Walter Hunziker, Verbandsdruckerei AG: Bern 1959, S. 97-108.

15) ebenda, S. 100.

十分に対処することができない。真に人間性を確保し仕事に意欲がもてるようにするためには、人間は自由時間において日常的な労働の場から一時的に離れ、芯からリフレッシュすることが必要である。このような意味で自由時間は単なる休息時間ではなく、もっと積極的な機能をもちうるものでなくてはならない。自由時間の過ごし方としても観光はこれに役立つものであり、結局において仕事の場での機能性を高める役割をはたす。

ただし、ロイッガーによれば、機能的合理的なものとの人間的なものとの対比は、自由時間の過ごし方についても現れる。自由時間ではもとより人間的なものの追求が前面にたつが、しかし自由時間の過ごし方においても一般に「最小の犠牲で最大の効果を得る」といわれる経済原則が適用され、合理性や機能が追求されることは結構あるし、また、それが否定される必要もない。それはいわば自由時間の効率を高めるものであって、自由時間の根本的意義をなくすものではない。

そこでロイッガーは、自由時間の機能化によりたとえ自由時間としての意義が弱くなっても、そうした自由時間の方が、労働時間における休憩や人間関係論の方策あるいは仕事そのものの遂行から得られる仕事のやり甲斐といった内面的な意義以上に、人間性回復や仕事への意欲を向上させるものであると強調する。

このことは、自由時間がたとえ旅行業企業（観光資本）によるお仕着せの規格化されたパック旅行の形で過ごすものとなって、機能化されたものとなっても、自由時間の積極的利用として十分意義あるものであると主張することである。ここには、エンツェンスベルガーの説にたいする批判があり、観光にそれ相当な積極的な意義を見出そうとする意図をみることができる。

それ故、ロイッガーによれば、当時からメリット・デメリットが問題になっていた大衆観光についても、それは肯定し推奨すべきものとなる。大衆観光が大量観光となる問題点を十分認識したうえで、社会の全体的発展の見地から大衆観光のメリットを認め、「旧来の伝統的な観光と〔新しい〕社会的〔大衆的〕観光とでは、機能的合理的な仕事の遂行という観点から期待されうるものに関しては、社会的になんの違いもない。両者とも仕事の場では得られないものを与える」<sup>16)</sup>という。

当時、観光の大衆化との関連において、一般大衆も旧来の上流階層による観光レベルを希求する傾向が強く、観光の大衆化により観光ステータスの平準化が生じてい

る問題が1つの論点になっていたが、この問題についてもロイッガーは肯定的で、観光地における風物などが人々にとって観光の大きな意義となるのと同様に、こうした平準化は人々のリフレッシュの一大要因であると主張している。こうした平準化がなく、観光に格差があるものであるならば、芯からのリフレッシュにならないであろう、と。

#### (4) 若干のコメント

以上本節でとりあげた所論は、広い意味での観光の社会経済的側面に重点をおいたものである。そのうちエンツェンスベルガーとアルマンスキの所論は根本的に同一方向のものといえることができるが、両者の方法論において特徴的なことは当時の経済学、とりわけ政治経済学の理論を土台として観光現象を究明しようとしていることである。両者は、ロイッガーの説とくらべると何よりもここに特色があり、端的には観光の政治経済学として特徴づけられることができる。これによりこの両者において観光の社会経済的本質、端的には資本主義的本質が究明されうるものとなった。

これは、旧来の観光理論では多くが、経済的側面に重点をおくものであっても、経済的な側面や関連についての事実説明的な、その意味では技術紹介的な記述に終始してきたことにくらべると、根本的に深いレベルでの学問的考察ということができるのであって、たとえばエンツェンスベルガーの所論が今日でもドイツ語圏の観光理論に大きな影響を与え、「ドイツの観光関係教科書でエンツェンスベルガー説に言及しないものはほとんどない」<sup>17)</sup>といわれるほどのものになっているゆえんである。

ただし、観光の本質を、エンツェンスベルガーのように、資本主義的現実からの逃避であり、かつ資本の包摂・支配の一段の進行であるととらえることについては、その鋭い洞察や上記のような学問的画期性はこれを十分認めつつも、さらにそれが今日でも根本的妥当性をもつことはこれを十分認めつつも、少なくとも今日では、今少し広い、かつ積極的な観点が必要なように思われる。

まず、人間には観光において、単に労働（仕事）に備えてリフレッシュし充電するだけではなく、もっと広い視野において理性的存在として自己形成・自己発展に務め自己実現をめざすために、「楽しみたい」「学びたい」

16) *ebenda*, S. 106.

17) *Asmodi, a. a. O.*, S. 586.

という欲求の1つとして「観光をしたい」という基本的欲求があると考えられる<sup>18)</sup>。これは、ロイッガーのいう観光動機よりも広いものである。

そうした人間としての欲求や、その充足による人間としての成長も、資本主義社会では所詮資本に利用されるものであり、資本に利用される限りにおいて、端的にはその限りにおいてのみ、基本的には実際の有効性をもつことは否定しがたいところであり、全くその通りである。しかし、人間の誕生以来の成長・発展は根本的にはこうした性質のものであって、ここに人間の根本的矛盾があることが銘記されるべきである。資本主義においては人間の成長の果実は、すべて結局は資本に利用されるものではあるが、それにもかかわらず人間の人間としての成長の意義は決して否定されるものではない。

ただし、エンツェンスベルガーの説にたいする批判にあたっては、その所論が直接的には1950年代末～1960年代初頭の西ドイツの思想的、学問的および社会経済的な状況を背景にしたものであることが十分考慮されなければならないであろう<sup>19)</sup>。そうでなければ、それは一種の外在的批判に終わるものである。それ故、上記で展開した筆者の批判も、それが根本的には今日の観光事情を含めた社会経済的状况を背景にしたものであり、エンツェンスベルガー説とは異なった社会経済的基盤にたつものである限りにおいては、外在的批判あるいは限定的批判という域を出ないものである。

ちなみに、エンツェンスベルガーがさしあたり観光の根源を自由への憧憬としてとらえていることは、1927年モルゲンロートが観光の根源を人間の遍歴(Wanderung)への願望に求めていること<sup>20)</sup>に通じるものがある。両者とも他者や他所への憧憬として類似性をもつ。強いて言えば、エンツェンスベルガーの自由への憧憬論が、ロマン主義的な考えのもので、現実からの逃避という意味を強くもち、抽象的で観念の世界のものである性格を強くもつのにたいし、遍歴は、それにくらべれば具体的現実のものである。ここに1920年代後半のドイツを中心とした社会経済的状况と、第二次世界大戦後の1950年代西ドイツのおかれていた社会経済的状况の相

違をうかがうことができる。

また、エンツェンスベルガー／アルマンスキの試みにくらべると、ロイッガーのそれは同じ経済理論的なものではあるが、経営(経済)学ないしは経営管理学を土台としており、そういう意味では経営経済的ないし経営管理的な志向のものと位置づけることができる。エンツェンスベルガー／アルマンスキでは観光は社会的にとらえられ、その社会経済的本質を解明しようとするところに焦点がおかれているとするならば、ロイッガーでは経営の管理的立場において観光の意義を考察し、組織や企業などの経営上において一般的に果たす役割を明らかにしようとするところに焦点がある。ただしそれは、従業員・労働者が行う観光を受け入れそれを運営する観光企業の主体的経営の理論ではない。その意味ではこれもやはり全般的な社会経済的レベルでの観光理論であり、観光の本質についての社会経済的考察である。

### III. 「デモンストレーション的経験」 のテーゼをめぐって

以上で概述した1950年代末のエンツェンスベルガー説から始まる資本主義的観光の社会経済的本質をめぐる理論展開のなかにおいて、1960年代には観光の基本的動機を観光客がもつデモンストレーション的経験(demonstrative Erfahrung)に求める試みが主張され、そしてそれを批判するものも現れている。デモンストレーション的経験は、端的にいえば、ヴェブレン(Veblen, T. B.)がかれのいう有閑階級を特徴づける特性の1つとして提示した誇示的消費(conspicuous consumption)<sup>21)</sup>、みせびらかしの消費の考え、さらにはオールポート(Allport, F. H.)らが指摘した、他人が見ていたりそばに居ることや共同で行うことによる行動の促進的機能である観客(見物)効果(audience effect)や共行動効果(co-acting effect)の考えに通じるものである<sup>22)</sup>。

本節は、このデモンストレーション的経験についての論争の過程を考察するが、まず、デモンストレーション的経験のテーゼを提起した1960年のクネーベル(Kne-

18) 詳しくは大橋昭一／渡辺朗『サービスと観光の経営学』同文館、2001年、5、152ページ。

19) 当時の西ドイツの社会経済的状况については下記で論述している。大橋昭一「第2次大戦後西独経営経済学的发展」、海道進／大橋昭一編著『ドイツ経営学の展開』第1章、千倉書房、1986年。

20) Morgenroth, W., Fremdenverkehr, *Handwörterbuch der Staatswissenschaften*, 4. Aufl., 4. Bd., Gustav Fischer: Jena 1927, S. 394. 概要は大橋昭一「ドイツ語圏における観光概念の形成過程——ドイツ観光経営学研究の1章——」をみられたい。

21) Veblen, T. B., *The Theory of Leisure Class—An Economic Study in the Evolution of Institutions*, 1899. (小原敬士訳『有閑階級の理論』岩波文庫、第4章)

22) Allport, F. H., *Social Psychology*, Boston: Houghton Mifflin, 1924. Blascovich, J./Mendes, W. B./Salomon, K./Hunter, S. B., Social "Facilitation" as Challenge and Threat, *Journal of Personality and Social Psychology*, 77, 1999, pp. 68-77.

bel, H.) の主張からみてみよう<sup>23)</sup>。

### (1) クネーベルの「デモンストレーション的経験論」

クネーベルのいわんとすることは、結論的に一言でいえば、観光 (Tourismus) が社会交際のシンボル (Sozialisierungssymbol) となっていて、観光は、観光で得た経験や体験を誇示し、他人から社会的声望 (soziales Ansehen) を得る源泉となっているということである。

クネーベルはまず、現代〔当時〕の社会が理解し合うことから共に語り合いたいとする (Mitredenwollen) 時代に移行しているとして、当時西ドイツで本格的に始まった労働者・従業員の経営参加 (共同決定・共同関与) をも引き合いにだし、今日では共に語る能力が社会的に必要とされ、個人においては共に語りたい意欲が高まっているとする。

共に語りうる事柄は、個人的経験の領域のものが主となるが、しかし労働 (仕事) の場での事柄は必ずしもそれに適していない。好んで話題とされるものは、休暇や自由時間における事柄である。というのは、そういう話し場では通常でない経験や体験の話が最も多く注目を浴び声望的になるからである。労働の場での事柄にはこうした話題性をもち声望的となるものが少ない。これはすでにヴェブレンが有閑階級について、その社会的声望を得る手段として物財消費を誇示することが行われると指摘していることに通じる。

観光は消費過程の事柄であり、観光先における日常とは異なった自然や風物や民俗は多くの人にとって通常のものではないが故に、他の人々の声望を得る有力な誇示的手段となる。クネーベルは「他人によるこの声望の価値づけは、市場社会の諸法則に従うもので、そうした話しの供給と需要、頻繁のか希少的か、最新のものが古くさいものかに依存している。観光の話しは、観光の大衆性にもかかわらず、魅惑の深さや印象の強さなどにおいて通常性を越えるものであるが故に、自由時間での経験の話題として最高の位置を占める」<sup>24)</sup>と述べている。

しかも観光での経験は、単に帰宅後しばらくの間だけデモンストレーション的価値をもつのみではなく、それ以後でもそうであって、事柄によると生涯続くものもある。そのことは観光の記念品や記録を確保し長く維持しようとするところに現れている。

この点に関連してクネーベルは、観光の大衆化とともに

に記念品も大衆化したことを指摘する。観光の大衆化以前では、記念品は多くの場合自然的ないし美的に価値の高いものが選ばれ、しかもそれは原則としてオリジナルなものであった。しかし観光の大衆化とともに、そうした記念品にたいする需要が供給を上回り価格が騰貴する一方、一般観光大衆はそうした高価なオリジナルな品を入手する経済力がなく、またその意向も少なく、オリジナル品に代わって大量生産された安価なみやげ品が記念品となるようになった。観光みやげ品産業の生成である。

こうした大量生産的な誰でも買うことができる記念品が広まるとともに、他方において誰でも買うことができるものではない、たとえば高級ホテルの宿泊客だけのグッズや貼付用のラベルやレッテル等も登場してきた。これらの物は概ね 20 世紀初頭のころに現れたが、観光客のステイタス誇示に有用なものであって、観光のデモンストレーション的価値に役立つものであった。

さらにクネーベルによると、観光の大衆化とともに、絵はがきが多用されるようになり、現在におけるデモンストレーション的価値の実現の手段になっている。これは郵便の普及とも関連しているが、昔は観光先から、あるいは観光後手紙をしたためたものであるが、今や絵はがきを出すことで済まされている。しかも絵はがきでは実質的な通信文はほとんど記載されず、単にその観光地にいることを記述しただけのものが圧倒的に多い。絵はがきは発信人のデモンストレーション的機能を果しているものであるが、クネーベルによるとその受取人側でも同様な機能をもつ。そうした絵はがきは発信人にとって価値ある人物に出されるから、受取人の側でもその社会的価値を表現するのである。

### (2) ケントラー／ライトホイザー／レッシングによる「デモンストレーション的経験論の批判」

以上のようなクネーベルの所論にたいし、1965 年ケントラー (Kentler, H.)／ライトホイザー (Leithäuser, T.)／レッシング (Lssing, H.) は、そのような現象は現在の観光 (Tourismus) のなかで確かに認められるが、しかしそれはクネーベルのように解釈すべきものではない。そうすることは調査や研究によりまだ実証されないと批判した<sup>25)</sup>。

第 1 に、たとえば観光において写真をとったり記念

23) Knebel, H., *Soziologische Strukturwandlungen im modernen Tourismus*, Enke: Stuttgart 1960; zitiert aus, Prahl/Steincke (Hrsg.), *a. a. O.*, S. 132–136.

24) *ebanda*, S. 133.



品を買ったりする場合、それが他人へのデモンストレーションのためであることも多いが、純粹に自己自身のためである場合も結構ある。観光にあたっての物質的ないし非物質的な思い出のものがすべて他人にたいするデモンストレーションのためか、自己自身のためかは簡単には決められないことである。

第2に、観光についてのデモンストレーション的行動はいうまでもなく最近の現象ではない。観光が一部の上流階層だけのものではあった時代でも、観光はステータスを表現するものとして誇示的消費の大きな対象であった。この点からいえば、観光は大衆化とともに誇示的価値が小さくなったというべきである。

それにもかかわず、観光にデモンストレーション的意義があるとすれば、ケントラーらによると、それは次の2つの要因のためである。第1は、上流階層志向性というべきもので、一般大衆が観光において上流階層の行動パターンをできる限り模倣しようとするためである。これはすなわち、一般大衆には自己独自の観光パターンができていないためである。第2は、パフォーマンス志向性(Leistungsorientiertheit)で、観光にあっても自分が有能であって成果の多い過ごし方をしてきたことを、つまり他人に誇示できるような過ごし方をしてきたことを示さんとするためである。

ここでケントラーらが強調するのは第2の要因である。人が観光で経験したところのものを同僚など他人に話したりするのは、みせびらかしのためではなくて、集団的組織的労働機構のなかで働いている者として、休暇や自由時間でもそうした仕事(労働)のことを全く忘れて過ごしたのではないことを、このような形で示すことを必要とするためである。観光についてのデモンストレーション的行為は、クネーベルのように解釈するのではなく、集団的な労働の一員たることの証明的行為と考えるべきものである、と。

この違いは要するに、クネーベルがどちらかといえば、雇われた仕事についている人間についても、労働時間中の場合と休暇など自由時間中の場合とでははっきり分離できるし、両者においていわば別々の人間として行動しうるものと考えているのにたいし、ケントラーらが、両者の場合において人間は根本的には区別できない

もので、休暇など自由時間中においても結局は仕事(労働)のことから離れることができず、その継続という意味しかもちえないと考えているところにある<sup>26)</sup>。

ケントラーらはいう。「休暇は、一方では、日常生活にたいする彼岸にあるものであって、社会からの一時的な脱却(Auszug)を可能にするものであるが、しかし同時に他方では、日常生活の補足的次元のものである。これによって休暇でなければ満たされない欲求を補足的に充足することができるものとなって、人々の欲求充足を可能にして社会機構につなぎとめる。社会機構は人々の抑圧機構であり、休暇はその存続を可能にする支配用具の1つである。……休暇は自由という隠れ蓑のもとで行われる抑圧の継続である」<sup>27)</sup>。

### (3) 若干のコメント

本節でとりあげたクネーベルとケントラー/ライトホイザー/レッシングにおいては、観光にデモンストレーション的意義があることでは意見を同じくするが、それがどのような要因により生じるかについては見解を異にする。いずれにしろ、観光にデモンストレーション的意義のあることは観光の意義・本質等を考える場合の重要な1要素である。ただしその場合、観光のデモンストレーション的意義は、何よりもまず、観光を経験した本人自体にあるものと考えべきであろう。

すでに一言したように、人間には観光をしたいとする基本的欲求があると考えべきであるが、それについてマズロー(Maslow, A. H.)の欲求5段階説をもとにして考えれば、デモンストレーション的経験として観光を論議する場合、少なくとも第4段階の承認の欲求段階と、第5段階の自己実現の欲求段階とを区別することが望ましい。前者は、観光が他人にたいして承認を求めるデモンストレーション的意義をもつという意味のものである。後者は、それからさらに高まって観光がその人本人の人間としての完成に寄与し自己に誇りをもって生きてゆく力を与える意義である。それは観光の自己実現的効果とよびうるものであるが、観光にはこうした意義・役割があると考えられる。

観光において人が、ケントラーらのいう上流階層志向性とパフォーマンス志向性を持ち、時には後述のように

25) Kentler, H./Leithäuser, T./Lessing, H., Forschungsbericht Jugend im Urlaub: II: *Der moderne Tourismus*, München 1965; zitiert aus, Prahl/Steinecke (Hrsg.), a. a. O., S. 137-140.

26) 自由時間のこの2つの考え方はドイツ語圏では1950年代ごろからハーバーマス(Habermas, J.)らも加わって種々論じられてきたものである。以下で考察している。大橋昭一「労働時間と自由時間——観光理論のための原理的予備的考察——」『大阪明浄大学紀要』開学記念特別号、2000年4月、17-24ページ。

27) Kentler/Leithäuser/Lessing, a. a. O., S. 139.

虚栄心的行動にでるのも、単に他人の承認を求めみせびらかしのためだけではなく、自らの尊厳を維持したいとする自己実現的なものであるためというべきである。このことはいうまでもなく、ケントラーらのように観光が根本的には、あるいは究極的には日常生活の広い意味での一環であって、人間は所詮それから逃れることができないことと矛盾するものではない。人間は、日常の仕事や家庭生活においても根本的には自己実現性を追求するのであって、自由時間の活動である観光でもそうである。

ただし、クネーベルやケントラーらが主張を展開した1960年代では上記のような観光の自己実現性はまだ社会経済的に条件がなかったかもしれない。そういう意味では、上記の筆者の論述は、クネーベルやケントラーらの所説にたいする批判・論評としては、前節のそれと同様限定的なものである。

ちなみに1960年代は、社会経済的には、西ドイツでは1950年代の「奇跡の経済発展」の反動もあって、企業経営などにおいて集約的な整理や調整が行われた時代である。当時はフォートランやコボルなどのコンピュータ言語が開発され実用化が進んで、生産のコンピュータ化が始まり、産業用ロボットの萌芽的な登場も行われて、生産の高度化自動化が緒についた時期であった。労働力の削減が進んで機械など資本設備への切り換えが進行した<sup>28)</sup>。こうしたことを反映して休暇旅行は1960年代前半には急増しているが、後半には停滞している。ただし、この時期には国内旅行から外国旅行への切り換えもおきている。

観光のデモンストレーション的価値は外国旅行の方がはるかに高い。しかも当時は、外国旅行は、今日ほど広まった一般的なものではなく、他人にたいするデモンストレーション的価値は大きかったであろう。こうした点が、クネーベルやケントラーらの所論に反映している。

なお、観光のデモンストレーション的意義については、ヴェブレン的意味における誇示的消費という面ばかりではなく、今日一般にデモンストレーション効果(demonstration effect)といわれる面が重要性をもつ。これは観光の話しを聞いた人が刺激をうけ、観光需要をもって具体的实际的にその充足に動くことなどをいう。い

わば呼び水の効果である。観光が今日まで全体としては高度な持続的発展を遂げてきたのには、こうした要因の作用が大きい。

もとよりこうしたデモンストレーション効果は、クネーベルらのいうデモンストレーション的経験の働きと一体のものであり、メダルの裏表的関係にある。クネーベルらのいうデモンストレーション的経験が主観的側面に志向しているのにたいし、デモンストレーション効果は客観的側面に志向している。デモンストレーション的機能は両者一体のところて成立する。

#### IV. 真の休暇旅行動機を求めて

観光、その基礎にある休暇をはじめとする自由時間をもつ機能・意義・過ごし方の動機について、既述のように、それを日常生活からの脱却に求める論者が当時比較的に多くあり、エンツェンスベルガー、アルマンスキ、ロイッガーのみならず、ケントラーらもそれを土台にしている。とくにロイッガーは、今や自由時間が単なる休息時間ではなくて、もっと積極的意義をもつ時間であると主張している。

そうした考えにたつて1972年ショイヒ(Scheuch, E. K.)が直接的には休暇の意義について、日常生活から離れるところにあるという主張を改めて行ったのにたいし、1979年プラール(Prahl, H.) / シュタイネッケ(Steinecke, A.)は休暇など自由時間の過ごし方や休暇旅行の動機についてこのように特定化することは難しいとして、休暇旅行に関する実態調査によると、自由時間の意義をそうしたところに認める者は少なく、それを肉体的精神的力の回復である休養(Erholung)や休息(Ausruhen)に求める者が多い結果になっていると主張した。

本節は、両者の見解を軸にこの点について考察するものである。まず、ショイヒの主張からみてみよう<sup>29)</sup>。

##### (1) ショイヒの「日常生活からの脱却論」

ショイヒはいう。「現代において休暇の根本的動機となっているものは、通常環境から離れること(Distanzierung zur gewohnten Umgebung)である」<sup>30)</sup>。もとより

28) Institut für Marxistische Studien und Forschungen (IMSF), *Staatsmonopolistischer Kapitalismus der Bundesrepublik Deutschland in Daten und Fakten*, IMSF: Frankfurt/M 1981, S. 18. Zschoke, H., *Kapitalstruktur und Kapitalverwertung in der BRD-Industrie, IPW-Forschungshäfte*, 1974 Heft 2, S. 26.

29) Scheuch, E. K., *Ferien und Tourismus als neue Formen der Freizeit*, in: Scheuch, E. K./Meyersohn, R. (Hrsg.), *Soziologie der Freizeit*, Kiepenheuer & Witsch: Köln 1972; zitiert aus, Prahl/Steinecke (Hrsg.), *a. a. O.*, S. 140-142.

30) *ebenda*, S. 140.

通常環境から離れる度合いや行き先等は人によって違う。根本的に考えれば、それはその人の日常生活がどのようなものかによってかなり影響される。その意味では、日常生活からの脱却は、日常生活を否定することではなく、離れることであり、端的に言えば日常生活の継続である。

それ故、まず第1に、日常生活からの脱却としての休暇の過ごし方や休暇旅行の動機は日常生活の性質等によって影響をうける。たとえば、日常生活が文明的に快適な者にとっては野性的なものや未開のものとの接触が好まれるし、他方、3度の食事を提供されることがすでに動機となる者もある。

第2には、日常生活の長さが関係する。たとえば、日常生活の経験が短い若者は、それが長い年長者よりも、休暇や観光で自由に振る舞う度合いが高い。それは、若者では休暇等でそれまでにない経験をして、いわば自己の可能性に挑戦したりしようとするからである。年齢が高まるとそうした欲求は小となり、日常生活で得た経験を基礎にしてせいぜいそれから多少越えるようなことのみを求めようとする。

## (2) プラール/シュタイネッケの「真の休暇旅行動機論」

ショイヒの主張にたいし、プラール/シュタイネッケは一般大衆の休暇の過ごし方や休暇旅行動機(Reisemotive)の調査ではそれは実証されていない。それは研究者や学識者などが言っているだけのもので、それが一般大衆にも投影したものであると批判した<sup>31)</sup>。

プラール/シュタイネッケは、当時行われていたシュタルンベルク・ツーリズム研究会(Studienkreis für Tourismus Starnberg)による西ドイツ成人を対象にした休暇旅行動機についての調査によると、旅行客本人についての動機を質問した回答では、最も多かったのが休養、第2位が日常生活からの脱却、第3位が教養の向上等であったこと、これにたいし、同調査で他の人が何故旅行に出ると思うかの質問にたいする回答では、第1位が教養の向上等、第2位が休養、第3位が日常生活からの

脱却であったことを紹介している<sup>32)</sup>。

この調査結果においてプラール/シュタイネッケが関心をもち問題にせんとするところは、実は、休暇旅行の動機が日常生活からの脱却であるのか休養にあるのかという点ではなく、旅行客が自己自身の動機としてあげているものと、他の旅行客について動機となっているであろうとしてあげているものが食い違っていることである。これは本来ならば同じとなっているものである。

そこで、プラール/シュタイネッケは、休暇旅行動機がどこにあるかという問題以前に、観光や休暇旅行では真の動機が必ずしも前面に出てこない問題があるという。そうしたものは人は種々の要因を考えて意識的ないし無意識的にそれを理想化したり規範化する傾向があるからである<sup>33)</sup>。上記の調査では、かれらによると、他人の動機の見方においてこうした理想化が現れており、自己の動機との食い違いはこうした理想化によるものである。休暇旅行は理想的には教養の向上等のために行われるべきものであって、自分の場合はそうならないが、他の人はそうなのであると考える者が多いというのである。

しかし、こうした理想化は作られた偽りの(falsch)動機であって、真の(echt)動機ではないというのがプラール/シュタイネッケのさしあたりの主張である。かれらによると、こうした理想化は、客観的にみると研究者や学識者などの言説や、それに基礎をおく観光業者の宣伝活動等により影響されたものである度合いが強い。かれらはいふ。「大衆観光の動機について経験的に得られた調査結果からみると、そこにはマスメディアや業者の宣伝や教育機関により広められた意識内容を反映するものや、それぞれにおいて用いられた研究技術(Forschungstechniken)の産物であるものも示されている」<sup>34)</sup>。

ここにはまず、観光(休暇旅行)では、そもそも動機にはじまって、観光の行動様式や経済的レベルなどについて観光業関係者により観光客の意識に操作(Manipulation)が行われ、人々において観光について理想化や虚栄化、つまり他の者への誇示的作用を考えて考え方に变化がおりうることが示されている。この問題は、既述

31) Prah, H./Steinecke, A., *Der Millionen Urlaub—Von der Bildungsreise zur totalen Freizeit*, Luchterhand: Darmstadt/Neuwied 1979; zitiert aus, Prah/Steinecke (Hrsg.), *a. a. O.*, S. 73–78, 143–149.

32) *ebenda*, S. 74–75.

33) これはサービス企業の顧客アンケート調査などで「満足回答インフレーション」といわれるものに通じるものがある。満足回答インフレーションとは、その企業のサービスで満足であった人は多くの場合熱心に答えるが、不満足であった人は調査に答えることを無益と考え、そもそも調査に答えなかつたりすることなどから生じる調査結果上の歪みである。大橋昭一/渡辺朗『サービスと観光の経営学』42ページ参照。

34) Prah/Steinecke (Hrsg.), *a. a. O.*, S. 76.

の観光のデモンストレーション的経験の問題に通じるものであるが、しかしプラール／シュタイネッケは、さらに進んで、こうした理想化あるいは虚栄化ないしは観光客の操作化は、観光が社会的な場で行われることからくる社会的必要性に照応するものであって、必ずしも悪ではなく否定すべきものでもないという。

つまり観光は、もともと個人の単独的行為だけでできるものではなく、多かれ少なかれ他の人々の介入・協力のもとではじめて可能となるものであり、なんらかの直接的に社会的な連鎖や協働のなかで行われるものであるが故に、観光という形で休暇を過ごす場合には、個人的に家庭で過ごす場合とは異なって、多かれ少なかれ社会的な規制ないしは作用のもとになされるという特徴をもつ。これによって観光では、個人的願望を自分の好きなように充たすことができなくなり、意識においても社会志向的な変化が生まれる。しかし他方において自分だけである場合の危険や不安が少なくなり、休暇行動や観光行動に社会的安全性や安定性が与えられる利点がある。

それ故、一般大衆が観光をしたいとする願望も持ちそれを実現しようとすることは、プラール／シュタイネッケによれば全く当然のことであり、促進すべきことであって、その動機を日常生活からの脱却とか教養の向上とかに認めて、ことさら美化する必要はないし、しかもそれがいわゆる大衆観光の形で団体的集团的に実行されることは全く肯定されるべきことである。

一般大衆の観光にたいする動機や需要についていえば、「それは、生まれつき生物的に必然的なものではなくて、社会的に生み出されてきたものであって、……後期資本主義の政治状況・生活状況・労働状況のもとでは一般大衆観光需要はなくなることはない<sup>35)</sup>。さらに大衆観光を日常生活からの一時的逃避(脱却)と考える見方についていえば、それは結局社会からの逃避であって、社会的変革への期待を喚起するものではあるが、社会変革がなければ一般大衆は救われないことを意味するものであって、現実における観光の意義の解明には役立つところが少ない、と。

その大衆化、集团的実行についていえば、「われわれは一般的に言えば、観光の大衆化大量化を遂には受け入れなければならない<sup>36)</sup>。その代わりになるものは所詮存在しない。観光にあたっては個人別個別的な需要の分析が

望ましいが、しかしそれによって、参加者の個人主義が通用するようなものとなってはならない。それは個人主義の悪用であって、かえって観光の大量性(Massenhaftigkeit des Tourismus)を促進するものである。これにたいし、大衆観光は大量の休暇生活中の者の連帯性(Solidarität der massenhaften Urlauber)に立脚すべきものである。これは、観光客同士の社会的階級的同質性のうえにたつもので、観光客同士が利己主義的競争を行って、ある観光客が他の観光客を差別的に扱ったりしないものである。

### (3) 若干のコメント

プラール／シュタイネッケの所論は、一般大衆の観光について資本主義を基盤としてその社会経済的要因から生起してくる必然性を主張し、さらにそれが大衆的集团的な形をとる根拠・意義を明らかにした点で注目すべきものである。しかもその場合、観光がもつ意義を日常生活からの脱却(逃避)としていわば消極的にとらえるのではなく、さらに積極的意義があるものとして肯定的に把握しようとしている。

かれらは、観光があくまでも社会的なものであって、観光願望は資本主義経済のもとでは一般大衆(実際には労働者大衆)に必然的に生まれるものとし、観光が一般大衆の生活向上・活動向上に役立つものとして主張している。このことはかれらが、観光企業についても計算的關係と同様に具体的内容の側面を重視すべきとし、「使用価値・交換価値の關係が観光市場の分析の概念として有用であるとする場合でも使用価値の問題が捨象されてはならない<sup>37)</sup>」旨述べているところにはっきり現れている。

かれらの主張は、一般大衆による集团的観光についての、全面的とはいえないまでも、擁護論であり、推進論であると位置づけうる。それが展開されたのは1970年代末のことであったが、1970年代は1973年末と1979年末の2度にわたり石油危機があり、世界的に激しい体制反対運動が展開されたまことに不安定な時期であった。西ドイツは1974～75年工業生産が2年つづきで純減という大恐慌に見舞われた<sup>38)</sup>。観光では国内旅行・外国旅行とも1970年後半～80年代前半は停滞となっている。プラール／シュタイネッケが当時、観光につい

35) ebenda, S. 146.

36) ebenda, S. 144.

37) ebenda, S. 148-149.

38) Arbeitsmappe — Sozial- und Wirtschaftskunde, Erich Schmidt Verlag: Berlin Juni 1998, S. 394-015 (6/98). IMSF, a. a. O., S. 19, 110.

て日常生活からの脱却とか教養の向上とかなどと美化することなく、一般大衆の連帯主義的精神のある団体的観光として推進すべしとしたのも、こうした時代的社会経済的背景のものとしても十分理解できるものである。

なお、同じ1970年末においてアルマンスキにより既述のような主張がなされているが、これは観光の資本主義的本質を改めて提示することによって、プラール/シュタイネッケ説にたいして1つの批判的見地を対置させるという意味をもっていたであろう。

## V. あとがき

本稿は、1950年代～70年代ドイツ語圏における観光概念についての特徴的理論動向を解明しようとしたものであるが、それぞれの説にたいする筆者のコメントはすでに述べている。なお、若干の点を補足的に述べておきたい。

まず第1に、本稿で論じた主題について、本稿でとりあげたもの以外においても、たとえば地理学や観光地理学の分野等で種々の理論的試みが行われている<sup>39)</sup>。本稿ではそれらは割愛していることをお断りしておきたい。

本稿でとりあげた諸論者・諸論議でみると、それらには、1950年代以降盛んになった大衆観光を視野に入れて、それを踏まえ、端的には大衆観光に実質的な照準において観光理論、観光の本質的規定について理論的試みを行わんとする共通性が、まず認められる。そしてそれは、多かれ少なかれ観光を日常生活からの逃避ないし脱却と考えることを基本線としている。

この場合、それを単に日常生活から離れるだけのものとするか、脱却と考えるか、あるいは逃避と考えるかによって意味合いにかなりの相違が生まれる。この点について本稿では深く究明をしていないが、総括的にいえば、一般大衆にも観光の積極的意義を認めようとする論者では、日常生活から離れるものというニュアンスが強い。これにたいし、それを資本主義的観光として批判的見地をとる論者には、資本主義の現実からの逃避ないし脱却と考える者が多い。最近ではしかし、観光の積極的意義を認める論者を含め、一般的に逃避というものが多

い。

筆者は、そうした逃避ないし脱却を認めたいうえにおいて、観光には一般大衆にとって自己実現的価値があるものとする。つまり、人間は日常生活においても観光においても自己実現を究極の理念とする。ただし、観光では同じ自己実現でも、日常生活におけるそれとは具体的な内容や発現形態に違いがある。ここに、観光では日常生活にはない独自性が生まれる根拠がある。

この独自性は、まず、その自己実現欲求の充足にいくつかの前提的条件があるところにある。まず第1に時間の余裕であり、第2に資金(所得)の余裕である。それ故、観光が一般大衆に広まるには自由時間の増加と所得の増加が必要である。経済水準が低い段階では自己実現欲求の充足としての観光は困難であろう。所得の面では、観光は原則としてなんらかの社会的な協働の連鎖のなかで行われるものであるから、それ相当のコストの支払を必要とする場合が圧倒的に多い。ある程度の経済力が前提になる。経済水準の低い段階では今日のようなレベルを伴った一般大衆による観光は不可能であったであろう。既述のように、そうしたものを今日の水準や状態を前提に批判的に論じたりするのは一種の外在的批判である。

このような条件づきのものであるが、本稿でとりあげた問題に関連した最近の理論動向について付言すれば、1993年オパショウスキ(Opaschowski, H. W.)は、ここ30年間において人々の自由時間志向性(Freizeitorientierung)がますます広がり、ほとんどすべての階層の人々のものとなっている。生活態度(Lebensstil)をもってその人のアイデンティティの表現とみるならば、それを自由時間に求めている人が増加していると述べている<sup>40)</sup>。

観光動機に関しては、ドイツ民俗学会観光研究部会(Deutsche Gesellschaft für Volkskunde—Kommission Tourismusforschung)の1994年度集会報告論文集の序文においてカントウ(Cantauw, C.)は、今日では「休暇中の者が毎年大衆的移動をする理由として、スポーツ的活動、名所訪問、休養や休息を挙げることはもはや説明にならない。このことは、観光研究者ではすでに常識になっている」<sup>41)</sup>と論じている。

39) たとえば次のような文献資料がある。Ruppert, K./Maier, J., Zum Standort der Fremdenverkehrsgeographie—Versuch eines Konzepts, in: Ruppert, K./Maier, J. (Hrsg.), *Zur Geographie des Freizeitverhaltens—Beiträge zur Fremdenverkehrsgeographie*, Kallmünz/Regensburg 1970. Matznetter, J., Differenzen in der Auffassung einer Geographie des Tourismus und der Erholung, in: Uhlig, H./Ehlers E. (Hrsg.), *Tagungsbericht und wissenschaftliche Abhandlungen, 40. Deutscher Geographentag Innsbruck 1975*, Wiesbaden 1976.

40) Opaschowski, H. W., Lebensstile, in: Hahn/Kagelmann (Hrsg.), *a. a. O.*, S. 177.

しかし、日常生活からの逃避のテーゼについては、同報告論文集においてケストリン (Köstlin, K.) はそれが今日でも観光盛行の有力な説明根拠の1つとなっておりとし、エンツェンスベルガーの説はまだ有効性をもって、しかも多くの一般人は現在の観光がエンツェンスベルガーの主張したような性質のものであることを十分意識していると述べている<sup>42)</sup>。

それ故ケストリンによれば、今や、多くの人は休暇のなかに日常生活を、しかも真正な (authentisch) 生活を求めているとする主張が生まれている。つまり、今日のような多大な精神的肉体的負担が求められる日常の労働生活などには真の生活はなく、それは自由時間・休暇にあるとするものである。「日常生活としての休暇」(Urlaub als Alltag) といわれる主張であるが<sup>43)</sup>、かくて上記の自己のアイデンティティを自由時間に求める傾向は、逃避のテーゼからも導き出されるのである。

しかしこのことは、他方において、休暇など自由時間の過ごし方や観光において直接的動機となるものが、日々の労働のための休養や休息にあるという主張が決して否定されるものでないことを意味する。たとえば1987年デンキンガー (Denkinnger, J.) は、1984年に行われた調査によると休暇旅行動機は図表2のようであった

図表2 西ドイツにおける主たる休暇旅行動機 (1984年) (%)

順位	動機	%
1	緊張の除去 (Abschalten, Ausspannen)	65
2	日常生活からの脱却 (Aus dem Alltag herauskommen)	58
3	肉体力精神力の充電 (Frische Kraft sammeln)	47
4	休息専念 (Viel ruhen, nichts tun, nicht anstrengen)	43
5	自然の体験 (Natur erleben)	38
6	食事を楽しむ (Gut essen)	36
7	お互いのための時間をもつ (Zeit füreinander haben)	35
8	楽しみや娯楽 (Viel Spaß und Unterhaltung haben)	34
9	日光浴のため (In die Sonne kommen)	32
.	.	.
.	.	.
.	.	.

(注) 複数回答。ここでは順位10以下は省略。

(出所) Studienkreis für Tourismus Starnberg の調査。zitiert aus, Denkinnger, An der Schwelle zur weltweit mobilen Freizeitgesellschaft?, *Universitas*, Juli 1987, S. 678.

ことをあげ、休暇の過ごし方等について積極的に楽しみに行く (Hin-zu) という動機よりも、休養や休息はじめとにか日常から離れる (Weg-von) という動機の方がはるかに強いものであると主張している<sup>44)</sup>。

こうした最近の動向については、稿を改めて論じるよう考えている。

41) Cantauw, C. (Hrsg.), *Arbeit, Freizeit, Reisen—Die feinen Unterschiede im Alltag—*, Waxmann: Münster/New York 1995, Vorwort, S. vii.

42) Köstlin, K., Wir sind alle Touristen—Gegenwelten als Alltag, in: Cantauw (Hrsg.), *a. a. O.*, S. 6.

43) *ebenda*, S. 4.

44) Denkinnger, J., An der Schwelle zur weltweit mobilen Freizeitgesellschaft?, *Universitas*, 42. Jg., 7, Juli 1987, S. 678–679.