論文内容要旨

博士（学術）

論　題

昭和前半期における修学旅行と旅行文化

都市社会文化研究科都市社会文化専攻

学位申請者氏名：　太田　　孝（115062）

審査委員

主査　山田俊治　教授

副査　倉持和雄　教授

副査　高橋寛人　教授

副査　木村琢郎　教授

副査　小野寺淳　教授

副査　本宮一男　教授

副査　柿崎一郎　准教授

本研究は，昭和前半期[1]に実施された修学旅行が，戦後日本のツーリズム[2]形成に対して与えた影響について考察したものである。

戦後のツーリズムは，1960 年代にはマスツーリズムと表現される状況を迎えた。20 世紀終盤に,「旅行」は「昭和が生んだ新文化」という指摘がなされた（白幡 1996. 108-109 頁)。マスツーリズムの旅行形態の特色は「団体型周遊駆け足旅行」であると表現されることが多い。

日本人の旅行行動の特性について，好き勝手に見物したい旅人を「自律的旅行者」，どこまでも案内人の指示を要求する旅人を「他律的旅行者」とし，前者は欧米のそれであり，後者は日本人のそれであるとするとらえ方が示された（荒木 1973. 10-21 頁)。団体旅行やパッケージ旅行の隆盛という現象を示した日本における戦後マスツーリズムの成立と旅行会社数の増加[3]を可能にしたのは，他律的旅行者という特性と無縁ではないとの仮説設定のもと論考を進めた。

従来の研究では，この「新文化」の成立要因を経済・社会環境の変化という外的環境の側面に重点をおいて説明されてきた。しかし，それだけではなく，他律的旅行者という特性が具体的旅行行為として現われる「団体型周遊駆け足旅行」というスタイルが，大きく関係したのではないかという仮説である。すなわち,「団体型周遊駆け足旅行」を好むという日本人の特性があったからこそ，マスツーリズムが成立したという立場に立ち，この特性の成立要因を解明することとした。これによって，昭和初期から現在にいたるツーリズム研究の新しい視点を得ることができると考えたからである。

先行研究では，観光客行動について，旅行関連メディアのコンテンツから旅行者の特性を読み取ったり，旅行先での旅行者へのアンケートや訪問個所調査などの行動分析をもとにして観光客の動態を論じたものがある。しかし，現状の分析に終始し，なぜそのような行動特性を持つにいたったかは解明されていない。

日本人の観光旅行の特色とされる団体形態の理由を講の伝統に求め，複数の場所をできるだけ数多く巡回するという行為を「目的地複数主義」とし，その背景を巡礼に求めた指摘がある（加藤 1977. 141-155 頁)。しかし，これだけではこの特性と「団体型周遊駆け足旅行」の関係を充分には論証できない。

従来の研究では提示されてこなかった，本稿における旅行文化研究の新視点は，まず第一に，日本におけるマスツーリズムの成立要因について,「旅行者動機」[4]に目を向けたことである。

第二に,「団体型周遊駆け足旅行」を好むという日本人の特性があったからこそ，マスツーリズムが成立したことを論証するために，その特性の形成過程を明らかにすることに着眼したことである。

第三に，形成過程を考察するにあたり「ひとりの人間の生涯経験」に目を向けた。その結果，日本人の多くが経験し，一種の通過儀礼ともいえる修学旅行に着目することとなり，旅行文化研究の新機軸となる可能性を持つこととなった。

第四に，旅行の一形態である修学旅行を的確にとらえるために，受け入れる目的地における観光事業者（供給側）と，送り出す学校・地域（需要側）の両面からの考察を行った。

さらには，第五として，子どもたちの修学旅行という「体験」そのものと，体験者がもたらす「情報」の地域社会への影響に目を向けたことである。地域文化形成をとらえるために「接する情報の量」という概念を取り入れ，学校と地域の関係を学校行事という側面から重層的に明らかにすることにより，影響の大きさをはかった。

考察にあたっては，旅行文化研究の新しい進路を切りひらくことをめざし，「社会的顕微鏡」[5)]という方法で具体的事例に観察を集中した。この方法による，一つの事例から得た結論が一般化されうるのかという点については「典型性の概念」[6)]が有効であった。

昭和前半期において，わが国の地域社会においていち早く組織的に「旅行」を経験し，「外の世界」に触れたのは子どもたちであった。修学旅行に関する先行研究は蓄積が多く，大きく類型化すると，その歴史に関するもの，教育課程としての教育学的観点からのもの，地域振興（産業としての修学旅行誘致），国際交流・青少年交流の側面からの研究という大きく４つのタイプに分けられるが，それぞれが判然と区別できるものではなく，お互いが関連しあっている。研究蓄積が多いにもかかわらず，本研究のめざす「旅行文化」「日本人の旅行行動特性」の形成への修学旅行の影響という視点での研究は，管見の限り見当たらない。

以上の問題意識と見取り図で，本論文は全 8 章で構成される。その特色は，フィールドに出向き，足でかせいだ資料調査とインタビューによる社会的顕微鏡研究で得た知見を示すことを第一義とし，次いでその延長線上につながる研究の発展性をも提示する。

Ⅱ章は，いわば次章以降の，具体的フィールドを対象とした社会的顕微鏡による考察の前提としての環境整備をはたす総論的な記述である。昭和前半期の教育と社会環境を，既存の研究をベースとして俯瞰した。特に，Ⅲ章以降の考察にあたり，戦前・戦中において，教育の精神的背景となった天皇制・国家神道と学校行事との関連を，戦後復興期については，ＧＨＱの教育改革による価値観の大転換の中での教育制度と教育現場について整理したものである。

Ⅲ章では，昭和戦前期の戦時体制下においても，「実施の許される特例の修学旅行」として全国的に広がりを見せていた，「伊勢参宮修学旅行」の実態を分析した。日本人の旅行文化を考察するにあたり格好の研究対象である。受け入れ側の伊勢をフィールドに地元観光事業者（「勢乃國屋」）に残されていた資料を研究対象としたが，この資料の存在が本研究全体を可能ならしめるものとなった。

先行研究では，国体観念の養成を目的として強行され，特に昭和期の旅行は天皇制イデオロギーの注入という目的と積極的に結びつけ，旅行そのものを，この目的のために利用したという指摘がされているが（山本・今野 1986），旅行文化論的視点での考察はなされていない。

子どもたちが経験した旅行そのものの実施形態・内容と受け入れ側・送り出し側の活動

を詳細分析することにより，戦後日本のツーリズム発展の基盤となったと考える「日本人の旅行行動の特性＝他律的旅行者」および「団体旅行事業基盤」の戦前期における形成について論じた。

「伊勢参宮修学旅行の栞」による旅行目的と行程の分析から，「本音と建て前の旅行文化」の存在を論証した。江戸時代の「お伊勢参り」において指摘されているが，昭和戦前期の伊勢参宮修学旅行でもその存在が明らかになった。戦時体制下という事情とともに，日本人の余暇観・労働観が旅行行動の意識の根底にあるものである。戦後の旅行文化研究でも，この余暇観・労働観という視点での考察の必要性を示している。

そして，この「本音」を具現化した，盛りだくさんな見学箇所と時間の取り方や駆け足旅行が，戦後の「団体型周遊駆け足旅行」の原型であった。子どもたちに「旅行とはこういうものだ」という観念を植えつけ，団体型の行動や旅行に慣れていった。この経験が，団体旅行等の旅行形態と，それを歓迎する（好む）旅行行動の意識形成につながっていった。

また，伊勢参宮修学旅行が目的の一つとする団体訓練による集団行動の習得が，結果として団体行動の習性を形成した。この習性は，修学旅行によるものだけではなく学校行事におけるあらゆる場面の訓練でも育まれていった。これらが複合的に作用し，団体行動をごく普通のことと感じる「他律的旅行者」を誕生させ，「お仕着せパック」とも表現された高度経済成長期パッケージ旅行の隆盛や，多人数での職場旅行などの団体型旅行の需要を支えた。背景には，日本企業の休暇制度により，短期間の効率的パッケージ旅行が消費者から要請されていたという点や，福利厚生と，団体意識・仲間意識の形成を目的とした職場旅行という側面にも目配りが必要である。戦後の旅行文化研究にあたって，戦前期に誕生していた「他律的旅行者」の存在からの考察が，新視点での進路を切り開くことになる。

さらには，「勢乃國屋」の顧客カード・予約ハガキの分析によって，昭和戦前期の伊勢において，誘致から受け入れにいたる地域旅行事業基盤が成立していたことが明らかになった。旅行という消費現象は需要側と供給側の相互作用によって創造されていくものであり，この供給側の活動が需要側の旅行に対する動機を喚起するとともに，日本人の団体型旅行の原基形態をになってきた。

現在，マスツーリズムの弊害が問題にされ，それに代わる形態としての「着地型旅行」[7)]の議論が盛んだが，すでに昭和戦前期に伊勢においてそのモデルができあがっていたことが実証された。加えて，この経験をした子どもたちが成人し，戦後復興期をにない，生活文化形成の中心的年齢層となったことも見逃せない。

以上のごとく，従来の修学旅行研究とは異なった視点でのアプローチを行った結果，伊勢参宮修学旅行が，戦後日本のツーリズム形成にもたらした影響の一つとしてのひろがりが明らかになるとともに，戦後旅行文化研究に関する多くの示唆を得た。

次いで，修学旅行を送り出す側に観察の目を転じた

Ⅳ章では，愛知県新城小学校に保管されている「学校日誌」などの文書の分析で，戦前・

戦中・戦後にわたる小学校と地域の関係について把握した。

「学校行事」と「学校を会場として開催される地域行事」の側面から，学校と地域の濃密な関係を描き出した。具体的事例で検証を積み重ね「学校」と「地域」の関係をとらえることで，これらの行事が地域文化形成に大きな影響があったと確信される地域環境が明らかになった。小学校における行事と地域とのつながりは，さまざまな地域団体の活動とも関連が強く，外部情報を得る機会が少ない中で，学校行事を通じて得る情報による影響の大きさを示すものであった。

このような地域環境で，旅行文化がどのように形成されていったかを考察するために，特に旅行的要素の強い遠足と修学旅行に注目して詳細分析した。戦前の遠足は，団体行動と神を敬うという文化形成に大きな影響をおよぼしていたことが読みとれ，戦後に入り，「社会見学」と「行楽的要素」をもつように変質し，遠足が「旅行的文化」を形成する大きな要素となった可能性を指摘した。修学旅行に関する詳細分析では，Ⅲ章で得た知見を，修学旅行送り出し側の学校・地域から裏付けするものであり，戦後の旅行文化形成へのつながりを実証したものでもあった。

Ⅴ章では，前章で行った学校側からの検証に加えて，典型性の一般化を担保するため，地域側の視点からの考察を行った。

三重県玉城町は 1955（昭和 30）年 4 月 10 日，1 町 2 村が合併して誕生したが，その 1 村である「東外城田村」の役場関係文書を研究資料とし，昭和前半期の農村における行政施策を仔細に検討しながら，関係者インタビューも加えて社会的顕微鏡研究を行った。青年団活動を取り上げ，「地域文化」や「行楽・旅行文化に関する住民意識の形成」の過程を検証したが，Ⅲ・Ⅳ章の知見をさらに地域側から裏づけするとともに，戦後旅行文化研究へのアプローチの方法を得ることができた。

戦前から戦後直後に修学旅行で非日常を経験した人びとが，卒業後連続して青年団活動という濃密な人間関係の中で，地域文化形成に大きな役割を果たしていた。そして，彼らの戦後における宗教ツーリズムへの関わりと，地縁・血縁とは性格の異なる「旅縁」とも表現できるものが地域社会に根づいていた事実が明らかになった。「旅による縁（えにし）グループ」の形成は，昭和後半期の会員型募集旅行に継承されていると考えられ，今後の研究のヒントを与えるものである。以上のごとく，Ⅳ・Ⅴ章は，「接する情報量」という観点からの地域社会の観察である。

旅行文化形成に関する全く新しい視点からのアプローチの結果，他律的旅行者の誕生の要因の一つを解明するとともに，戦後復興期の早い時期からツーリズムが復活し，マスツーリズムが成立していった要因の一つを示すことができた。加えて，戦後の旅行文化研究で取り組むべき多くの課題が発見された。社会的顕微鏡で観察を行った成果と位置づけることができる。

さて，次の課題は，前章までの延長線上につながる研究の発展性である。得られた知見が戦前からの連続性の中で，戦前・戦後の価値観激変と生活困窮という社会情勢を乗り越

えて，戦後日本にどのように継承されたのか。さらには高度経済成長期から現在にいたる過程で，他律的旅行者という特性が，どのような経緯で現在の日本人の旅行行動意識になったのか。その変化した要因は何なのかを明らかにするという課題が待ち受けている。

しかし，戦後復興期に関する資料探索では大きな壁が存在した。混乱期の中で資料保存がされていない例が多く，探索は困難を極めた。「新城小学校文書（Ⅳ章）」や「東外城田村役場関係文書（Ⅴ）」がその役割の一部を果たしたが，戦後復興期のツーリズム研究の新しい進路を切り開くために乗り越えなければならない課題である。

このような状況ではあっても，戦後復興期に関して，筆者の研究目的に少しでも近づくことが必要である。社会的顕微鏡研究で得られた知見が，戦後日本にどのように継承されたかの考察が，マスツーリズムが成立していった要因を明らかにする新しい視点の提示につながる。

太平洋戦争の敗戦によって，戦後は外圧よる価値観の大変換が起こった。修学旅行も例外ではなかったが，その帰趨はどのようであったのか。修学旅行は，戦後の荒廃の中でもいち早く復活をみせた。子どもたちを修学旅行に行かせることが，父兄のそしてムラ・マチの大人たちの，戦前・戦後を通じての熱い思いであった。修学旅行が戦後早い時期から，戦前からの歴史を踏まえて顕在需要として全国的に存在したことは，戦後日本の旅行文化形成をとらえるにあたり注目すべき事実である。この顕在需要は，旅行会社のビジネスを支える柱となって財務力を強化し，事業発展の基礎力を形成し，日本独特ともいえる複数の大規模旅行会社を育てていく一つの大きな要因になった。数多い大規模旅行会社の存在が，戦後日本の旅行文化形成に大きな力を発揮した。

Ⅵ章では，まず戦後復興期の修学旅行がどのような位置づけになったのか，いわば「社会的望遠鏡」[8)]による考察を行った。修学旅行復活の状況と，伊勢参宮修学旅行の盛衰を軸としてとらえ，「戦後旅行業の黎明期と修学旅行」の関係を解き明かしていくこと，さらに，そこで，「他律的旅行者」という特性がどう作用したかを解明していくという研究の入り口に立つことができた。

では，戦前・戦後の制度やイデオロギーの激変の中で，人びとの生活観も激変したのだろうか。戦前に修学旅行を経験した子どもたちが成人し，戦後文化形成の中心的役割をになった。Ⅲ章で指摘したが，大衆現象としての旅行文化を考察するには，その時代の人びとの労働・余暇に関する意識をとらえることが必要である。

Ⅶ章では，戦後日本人の労働観・余暇に関する意識と旅行文化を，休日制度を軸として俯瞰し，次いで，庶民生活に密着している記事が多い地方新聞(三重県)を通して 労働観・余暇観を検証した。

以上の考察の結果，この時期において研究すべき具体的な対象が抽出された。会員募集型バス旅行，スキー修学旅行とスキー観光，郵便局簡易保険旅行会，農協の貯金旅行・共済旅行，昭和における講方式の宗教ツーリズム等々である。これらの資料探索を行い「ひとりの人間の生涯経験」という観点から，社会的顕微鏡によって高度経済成長期以降のマ

スツーリズム研究の新しい進路を切り開いていくのが今後の筆者に課せられた課題である。

本研究では，これまでの修学旅行史とは異なった視点でのアプローチを起点として，日本人の旅行行動特性としての「他律的旅行者」の形成要因を明らかにし，学校・地域社会と情報という側面から，戦後日本のツーリズム形成にもたらした影響の広がりを解明することができた。研究対象としたのは昭和前半期であるが，特に高度経済成長期以降のツーリズム形成について，ここで採用した研究方法を継続してさらなる旅行文化研究の新しい進路を切り開いていきたい。

---

[1] 本稿では，「昭和前半期」を所得倍増計画を池田内閣が閣議決定した 1960（昭和 35）年まで，「戦前期」を太平洋戦争開戦前，「戦中期」を太平洋戦争開戦から終戦まで，「戦後復興期」を終戦から 1960(昭和 35)年までとする。

[2] 「ツーリズム」を，観光，レクリエーション，保養・休養を目的とした旅行として使用。

[3] 旅行会社数：一般旅行あっ旋業者は，1954 年 16 社，1963 年 46 社，邦人旅行あっ業者は，1954 年 930 社，1963 年 2,064 社。（佐藤 2008．20 頁）。

[4] 動機は行動を引き起こす心理的要因で，観光旅行の動機はいくつかの特性が組み合わさって成り立っている。質・量の両面で差異があると考えられ，旅行者行動を予測するための重要な情報である。（佐々木 2007．70 頁）。本稿はこの考え方によった。

[5] 有山（2009 5-6 頁）は，過去の社会を研究する歴史研究では，現に生きている社会を調査する人類学者などと同じ研究方法というわけにはいかないが，特定の地域社会を微視的に分析する研究，「社会的顕微鏡」を使った「微視的歴史」は一つの潮流となっていると位置づけている。

[6] 事例の質的な典型性を考慮することが，分析の有効性をいっそう高められる。典型性をもった事例では「平常な」事例においては，アイマイなままに潜在化したり，中途半端なあらわれ方をしたり，相殺し合ったりしている諸要因が，より鮮明なかたちで顕在化している。このような事例を通じて，諸要因の質的な構造連関を,いっそう明確に把握することができる（見田 2012． 157 頁)。

[7] 着地型旅行は，到着地（目的地）で企画され販売される形態をいう。これに対して，発地型旅行は，旅行会社が立地する地域で旅行を販売する形態で，目的地までの交通機関も含めて旅行商品が造成される。代表例としてパッケージ旅行がある。

[8] 前掲 5）の「社会的顕微鏡」に対する概念を表す言葉として使用した。

文献

荒木博之 1973 『日本人の行動様式』 講談社現代新書 講談社。

有山輝雄 2009 『近代日本のメディアと地域社会』 吉川弘文館。

加藤秀俊 1977（初版 1969） 『都市と娯楽』 鹿島出版会。

佐々木土師二 2007 『観光旅行の心理学』 北王路書房。

佐藤喜子光 2008 「マスツーリズムの時代・マスツーリズムの行き詰まり」井口貢編 『観光学への扉』 学芸出版．18-51 頁。

白幡洋三郎 1996 『旅行ノススメ 昭和が生んだ庶民の「新文化」』 中公新書 中央公論社。

見田宗介 2012 『定本 見田宗介著作集Ⅷ 社会学の主題と方法』 岩波書店。

山本信良・今野利彦 1986 『大正・昭和教育の天皇制イデオロギー Ⅰ 学校行事の宗教的性格』 新泉社。