

# 観光文化

Tourism Culture

217  
April 2013

特集

## ホテル・旅館の歴史に見る交流機能と文化表現の変遷

巻頭言

おもてなし大国、日本へ。 小田 禎彦……1

特集

1 宿屋とヨーロッパ文明 下田 淳……2

2 フランスにおけるテロワールの再発見

— 徒歩から馬車、鉄道、車、そして徒歩への回帰 北山 晴一……7

3 近代社会におけるホテル・旅館の誕生 大野 正人……13

4 近代旅館の発展過程における接遇(もてなし)文化の変遷 大久保 あかね……17

特集テーマからの視座 ホテル・旅館の交流機能と文化表現の変遷と将来 大野 正人……21

自主研究報告

観光地回生に関する研究

— 観光地ライフサイクルを使った試み 柿島 あかね……24

財団活動のいま……27

連載

I あの町この町 第53回

水界のほとり — 三重県桑名市 池内 紀……29

II ホスピタリティーの手触り 74

ベッドの悦楽、昼の美学 山口 由美……34

旅の図書館 掲示板

出版物のご案内・当財団からのお知らせ



## 酒屋の駕籠・奈良橿原

江戸時代には豪商が軒を並べたと伝えられる奈良県橿原市  
今井町は歴史の息づく古き良き街並みで、素晴らしい光景を  
醸し出す。

私が訪れた時、快青の空と白壁が見事にマッチして、  
心躍る取材ができた。現在、東西六百メートル、南北三百十  
メートルの範囲に五百棟に及ぶ建造物がある。そのうちの九  
軒は重要文化財に指定されていて、実に見応えのある風情を  
感じさせる。国の重要伝統的建造物群保存地区に指定され  
たのは一九九三年である。今回お伝えする「駕籠」であるが、約  
三百年前の元禄時代から上品寺屋じょうぼんじやという屋号の造り酒  
屋で重文に指定されている河合家は、現在の当主、健志さん  
(七十一歳)で十七代目を数える。その由来を「上品寺村の  
出身でしたから、屋号に名乗ったようですよ。以後、今日ま  
で続いています。当時は駕籠がいくつもあったと聞きました。  
今のは母親が嫁入り道具として乗ってきたものです」と語る。  
当時の嫁入りの光景が浮かび、ほほ笑ましい。

(写真・文 樋口健二)

中世ヨーロッパのホスピス(送)と並び、日本の旅館文化にも千年以上の歴史があります。旅館は、日本のツーリズムの始まりといわれる「お伊勢参り」や「湯治文化」を支えながら発展してきました。お客さまを家族同然のように迎え入れ、大切にしてきたことが日本のおもてなし文化の原点だったのかもしれません。

豊臣秀吉が君主織田信長の草鞋(わらじ)を抱いて温めたという逸話のように、相手が何を求めているのか、心をよみ、先に動くという独特のホスピタリティが旅館で育まれ仲居という仕組みを生み出していったのでしょう。また、朝夕二回の食事において、その土地の旬の味覚を提供したことが日本料理という豊かな食文化につながりました。旅館は、畳、襦袢(じゆばん)、浴衣等、目に見えるものに加え、日本文化そのものを継承してきたといえます。

しかし、明治以降、生活様式が急速に西洋化した結果、現在では日本人にとっても日本文化が非日常となってしまうしました。たくさんの方々が日本文化を求めて日本を訪れます。しかし、その欲求を満たす場が非常に少なくなりました。幸い、数は少なくなりましたが、志ある旅館は連綿と文化を継承しています。フランスの作家マルローは「文化とは人をつくる装置である」と言っています。まさしく、日本文化とは日本人をつくる装置です。その意味においても、旅館は凝縮した「日本のかたち」を外国人が早く正確に体験でき

## おもてなし大国、日本へ。

和倉温泉 加賀屋会長 小田 禎彦

る場所といえるでしょう。

二一世紀に入り情報の流通が加速して、居ながらにしてさまざまなことを知り得る環境が拡大しました。すると、ウェブで知ったものを実際に体験したいという心の満足を求められるようになりました。世界で交流人口が増加している要因は、ビジネスのグローバル化だけではなく個人の体験欲求が旅に駆り立てる部分も大きいと感じています。われわれ旅館には、この欲求に正対しReal Japanを提供し続ける義務があります。それができれば、世界大交流時代の中心となるアジアで旅館の存在価値が認められ勝ち組になれると思います。二年前に台湾北投温泉(北投)で日本旅館を開業し、海外で日本のおもてなし文化を体験してもらおうという挑戦をしています。事業として成功の域には到達していませんが、日本のおもてなしが世界に通用するということだけは確信しました。

国内で宿文化を守り、地域に眠っているユニークな文化を発見、保全、育成、発信して交流を促していくことは重要です。これに加え、日本固有のソフトウェア「おもてなし力」を輸出することが、ものづくりの頼り過ぎていた日本を浮上させる一助になるかもしれません。

世界で一番人を幸せにできる国、おもてなし大国、日本へ。

(おだ さだひこ)

(注) 中世の初めヨーロッパ西部で巡礼や旅行者、病人たちを休ませた宿泊施設を意味している。(公益財団法人笹川記念保健協賛財団ホームページより)

特集

# ホテル・旅館の歴史に見る 交流機能と 文化表現の変遷

## 宿屋とヨーロッパ文明

宇都宮大学教育学部教授

下田 淳

1

宿屋とヨーロッパ文明を結びつけるなんて、少し大きなタイトルと思われるだろう。宿屋というとなんとなく貧相なイメージである。ホテルといえは文明と似合うだろうか。ホテル（フランス語のオテル）はもともと宿屋の意であった。一九世紀以降になると豪華で高価な宿泊施設の代名詞として世界中で使用されるようになり、近代ヨーロッパ文明の象徴となった。ヨーロッパでも庶民は二〇世紀後半になるまでめったに宿泊できなかった。今では貧相なホテルも多いが。

### 宿屋と居酒屋

それでは庶民はどこに宿泊したのか。ヨーロッパの庶民が旅行（観光）を本格的に楽しめるようになったのは二〇世紀以降である。だから庶民には旅先の宿泊施設などほとんど必要なかった。ただ庶民も、商売や巡礼などで遠出することもあったから宿泊施設と無縁であったとはいえない。イギリスでは二世紀ころに成立したインと呼ばれた宿屋があった。フランスではオーベルジュ（あるいはオテル）、ドイツではガストハウスなどと呼ばれた。ヨーロッパの宿屋

は居酒屋を兼ねていた。居酒屋はイギリスのエールハウス（注1）を代表に諸国でさまざまな呼び方があったが、一般に一階が飲食・賭け事（テーブル）・ピン倒しゲーム・演芸の場などとなっており、二階に客は泊まった。だから居酒屋も宿屋であった。あるいは宿屋が居酒屋であった。この二つに基本的にそんなに差はない。どちらをメインにするかで呼び名が変わっただけである。ここでは宿屋で統一して話を進める。ヨーロッパの都市に宿屋が成立するのは一二〜二三世紀ころ、農村では一六世紀以降のことである（図版1）。

旅人は、宿の食事や住民との交流を通じて地域の食文化や住民の考え方を理解し、また、滞在を通じて寝床や入浴の習慣などの生活文化を吸収できました。

住民は、旅人との触れ合いを通じて外の世界の異文化を吸収することができました。

それまでは安全な寝床と腹いっぱいのおいしい食事を提供するだけだった宿屋は、交流の場、文化体験の場として付加価値を獲得し、近代のホテル・旅館が成立しました。その役割は社会環境により大きく変化しつつあります。本特集では、ホテル・旅館の歴史の変遷をたどることにより、今後の宿泊施設の在り方を考えます。

## いろいろな機能を担ってきた教会

ヨーロッパの教会は、もともと宗教以外にもさまざまな機能を果たしていたことを確認しておきたい。

### 宿屋としての教会

宿屋がなかった時代あるいは宿屋がなかった地域で、宿屋の機能を引き受けたのが教会や修道院、あるいは教会（または都市）が設立した救貧院であった。いわゆる聖なる施設が、無償で人々を泊め、飲食させ、貧者や病人を看病した。キ



図版1 15世紀の宿屋のスケッチ。19世紀後半に描かれた印刷物。Über Land und Meer, 1887-88/III. (Fränkisches Freilandmuseum Bad Windsheim)

リスト教の慈善行為として認識されていた。教会や修道院が金銭を取って客を泊めたという記録はあまりない。だから有償接待の宿屋とは異なる。

### コミュニケーションセンターとしての教会

教会は礼拝の場であると同時に俗的世界の場でもあった。町や村のさまざまな規則を決める集会の場、商取引の場（市場）、知人とおしゃべりして暇つぶしする場、子供たちの遊び場、領主による裁判の場、職人の仕事場、芸人が芸を披露する演

芸場、乞食の物乞いの場（これは本来教会の機能でもあるが）であった。また、祭りや冠婚葬祭時には酒を飲んで大騒ぎをする宴会場であった。要するに地域共同体のコミュニケーションセンターであった。共同体の大きな建物は、特に農村では教会くらいだった。だから、あらゆることをそこで行った。

### 銀行としての教会

貨幣経済が発展すると教会は貸し付けも行った。いわゆる銀行である。利子を取る場合もあった。キリスト教会は元来利子を取る行為を認めなかったが、実際は在地の多くの教会は利子付き貸し付けを行っていた。要するに、聖なる空間に世俗の世界が持ち込まれていた。聖俗は混淆（まじり）していた。これはどの文明圏でも見られた現象であった。

### 聖なる場所としての教会へ

聖俗混淆した宗教施設への批判は、すでに二世紀ころから存在していた。その批判を決定的にしたのが一六世紀前半の宗教改革であった。

ルターやカルヴァンは、教会（あるいは礼拝空間・時間）を、純粹に礼拝だけの場と時に変えようと努力した。礼拝空間・時間に、世俗世界の「不純物」を混入させないよう努めた。カトリックの改革（トリエント公会議（注2））も同様の論理を採った。宗教改革の最大の成果は聖的世界から俗的世界を分離させる試みであった。これを「聖俗の棲み分け」と呼ぼう。聖なるものは聖なる場所へ、俗なることは俗の世界へそれぞれ棲み分けさせるのである。聖とは

正統な教義に基づく礼拝、典礼、祈り。俗はそれ以外のあらゆることを指す。

### 教会から宿屋への

#### 俗的機能の移行

聖なる空間あるいは時間から分離された俗的部分はどこへ行ったのだろうか。俗的部分が移った場所の一つが宿屋である。特に農村では宿屋が俗的部分の多くを引き受けた。

前述のとおり宿屋は一二〜十三世紀から存在していたが、一六世紀の宗教改革をきっかけに激増した。ヨ

ロッパでは、一六世紀以降、都市だけではなく農村にも必ず宿屋が成立したのは「聖俗棲み分け」の結果である。冠婚葬祭の宴、集会、商取引、芸人の活動、医療行為、裁判など、かつて教会で行われていた行為が宿屋にその場を移した。

### 都市と農村部における

#### 宿屋の機能分化

都市では、すでに二三世紀以降、市庁舎など公的建物が建てられるようになったので、集会や裁判などの場としての宿屋を必要とはしなかった。しかし、農村部では、集会や裁判の場として、封建制が解体されるまで宿屋が使われた。宿屋の引き受けた俗的機能の一つに金融業がある。これには少し説明が必要である。都市では、すでに一三世紀後半のイタリアで専属の銀行業が登場していたので、宿屋だけがその機能を引き受けたわけではなかった。

農村部では、貨幣経済の本格的な浸透が一六世紀以降なので、先述のとおり教会が金貸しを行うようになったと同時に、その機能が徐々に

宿屋に移っていく。専門的職業としての銀行が農村に浸透し、宿屋から棲み分けしていくのは一九世紀の資本主義社会に入ってからである。こうして教会で行われていた俗的機能のいくつかは、都市では、宿屋を経由せずに、それぞれ専属の場所が成立し、そこで行われるようになった。それに対して、農村では教会の俗的機能を宿屋が丸ごと引き受けた感がある。

### コミュニティセンター

#### としての宿屋

だから、農村の宿屋は、教会に代わって共同体のコミュニティセンターとなっていた。イギリスで居酒屋や宿屋がパブリックハウス（現在のパブの語源）と呼ばれるようになったのは、そのことを象徴している。とはいっても、教会から宿屋への俗的機能の移行は徐々に進化したから、両者は、しばらく農村共同体の二つの中心地として共存した。この宿屋が、資本主義の成立に絡んでいったら、冗談もほどほどにせよと怒られそうであるが、続けよう。

## 資本主義って何？

資本主義は、通常、封建制が崩壊し、誰もが自由に職業を選択し自由に商売できるようになり、いわゆる「産業革命」による大量生産・大量消費の一九世紀以降の現象と見なされる。しかし、資本主義を、「ある社会あるいはある文明下のあらゆる人間が貨幣を媒介として日常的に売買関係を結ぶシステム」と定義してみると、こういった社会は、すでに、一七世紀ころのヨーロッパに出現していた。私はこれを「貨幣関係のネットワーク」と呼んでいる。

### 貨幣を媒介とした

#### 農村と都市の関係

貨幣関係のネットワークは、古代からどの文明圏でも都市部では展開されていた。しかし、これが農村を含む文明圏一律に生じたのはヨーロッパの一七世紀以降の現象であった。なぜヨーロッパなのか？ 農村にまで貨幣関係のネットワークが成立する前提は、ある文明圏内に局地的市場が多く、それに関わる多くの人々

が存在し、そこから富（貨幣）を農村にまで持ち込めるチャンスが多いことである。詳細は省くが（五月刊行予定の『ヨーロッパ文明の正体』筑摩選書で詳述する）、これが存在したのがヨーロッパであった。さらに重要な前提がある。農村にいわゆる農民以外に、農業に従事しない職業、例えば鍛冶屋や織物屋など、日用品を扱う職人（手工業者）や商人が居住していることである。こうなると、農民は、例えば鍛冶屋、織物屋あるいはパン屋が作った農具、衣服、食料品を商品として貨幣で買うような関係が成立しやすい。また、農村商人は、農民の生産物を都市市場に運び、それを貨幣に換え、農村に貨幣をもたらす役割を持つ。このような農村での農業従事者と各種手工業者や商人が分化して、彼ら相互の売買（交換）関係の成立した状態（最初は物々交換でもよい）を、農村内分業と呼んでおこう。

**農村における貨幣経済の浸透**  
 まず、商品・貨幣経済の初期段階は、都市内あるいは都市間を結

ぶ街道沿いの宿駅で貨幣が使用される程度である。農村は自給自足と物々交換の世界に生きている。しかし農民が貨幣と全く無関係であったわけではない。彼らに余剰生産物があれば、それを都市市場へ持っていく貨幣を手に入れることができる。さらに手に入れた貨幣を使って都市市場で買い物することもできる。しかし農村に戻れば、貨幣は「不要」となる。近隣都市市場では価値があった貨幣は、農村内では完全に価値を失う。農村に貨幣関係のネットワークが成立・浸透していないからである。農村内はまだ貨幣関係のネットワークが浸透した社会は、単に農民が近郊の市場で時折貨幣を使用するといった程度のもではない。農村で「皆が日常生活必需品を貨幣で交換するようになった段階」である。

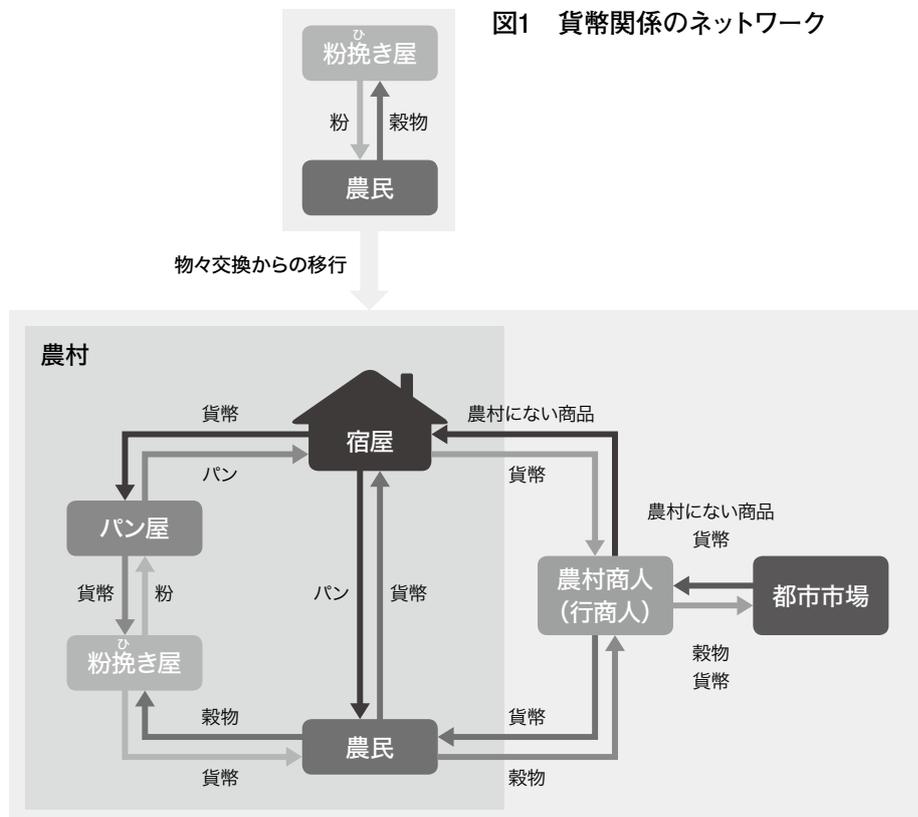
### 農村の宿屋は雑貨店

農村における貨幣関係のネットワーク作りには宿屋が一役買っている。農村の宿屋は、農民が日常生活必需

品を購入する場であった。いわば雑貨店である。一六〇一八世紀の過程で、ヨーロッパの農村の宿屋では、ビール、ブランドー、パイプ、たばこ、パン、食料品、穀物、タール（黒油）、

鯨油（灯りに使う）、石鹼、シヤベル、犁、鉄製・鋼鉄製器具、家畜、木材など諸々の日用品を販売するようになっていく。そこで農民は必要な日常生活必需品を貨幣で入手した。

図1 貨幣関係のネットワーク



## 登場の経緯

宿屋Ⅱ雑貨店の登場の経緯はこうである。例えば、農民は穀物を粉挽き屋に持っていき、次に挽いてもらった粉をパン屋で焼いてもらって食料としていたとしよう。それがパンを宿屋が売るようになる。農民は宿屋でパンを買う。粉挽き屋は粉をパン屋に売る。パン屋は焼いたパンを宿屋に売る（あるいは宿屋がパンを焼く）。農民の穀物は、一部は農村の粉挽き屋に売り、一部は農村商人（行商人）に売られ、農村商人は都市市場でそれを販売し、貨幣を農村にもたらす。また農村商人は、宿屋に、その農村にない商品を持ち込む。これは一例にすぎない。また、領主の規制があるので、このように図式的（5ページ図1）にもいかないが（ここが身分制的規制の廃棄された一九世紀以降と違う）、こうして宿屋Ⅱ雑貨店を中心に貨幣関係のネットワークが農村中に浸透する。

## 宿屋が貨幣関係の

## ネットワークの中心に

聖俗の棲み分けの影響で、一六世

紀以降は宿屋Ⅱ雑貨店が農村にまで成立する。教区教会のあった中心村には必ず存在するようになった。一七世紀以降には、中心村のみならず枝村にも宿屋Ⅱ雑貨店が成立していった。こうして、一八世紀になると、辺境の農村部に至るまで、貨幣関係のネットワークが浸透していくこととなる。また一六世紀以降、こういった農村の宿屋Ⅱ雑貨店の風景は絵に多く描かれるようになった。挿入絵は、ヒエロニムス・ボス（二四五〇ころ〜一五二六年）という絵描きによるものである（図版2）。

農村の宿屋Ⅱ雑貨店は、在地のマーケット、金貸し、両替の機能を持ち、一八世紀後半までには辺境の農村（辺境の枝村）にまで広がった。現在でいえば「スーパーマーケット」と銀行を兼ね備えたような存在である。木材まで売らるなら「ホームセンター」といつてもよい。農村部に「スーパーマーケット」ができた文明はヨーロッパだけであった。宿屋Ⅱ雑貨店の広がり、農村での貨幣関係のネットワークの浸透を強力に促進した。

## これからの旅館・ホテル

こうして、ヨーロッパ文明の最大の所産である資本主義の成立には宿屋の存在が少なからずあった。時代が移るにつれて、「貨幣関係のネットワーク」の中心的存在であった宿屋から、物流機能や金融機能などが失われていった。現在、宿屋つまり旅館やホテルは、まさに自分の作り出したシステムに翻弄されていることになるが、逆に、本来持っていた宿屋の「多機能性」を回復するのも



図版2 農村の宿屋から出立する行商人。ボスの意図は不明。16世紀の知識人によって悪の巣窟と非難された宿屋を代弁したものか。行商人は当時乞食と同一視される場合もあった。彼を巡礼者ととらえるキリスト教的解釈も成り立つ。  
H. Bosch, 1510? Courtesy Museum Boijmans Van Beuningen, Rotterdam.

## 一つの戦略かもしれない。

（しもだ じゅん）

（注1）エール（aile）は上面発酵させるイギリスのビールで、もともとはホップを入れなかった。  
（注2）トリエント公会議は一五四五〜六三年に断続的に開かれ、ルター主義を批判し教皇権の強化などを確認した。

下田淳（しもだ じゅん）

一九六〇年埼玉県生まれ。歴史家。博士（歴史学）。現在、宇都宮大学教授。著書に『ドイツ近世の聖性と権力』、『歴史学「外」論（以上青木書店）』、『ドイツの民衆文化（昭和堂）』、『居酒屋の世界史（講談社現代新書）』など。

# フランスにおけるテロワールの再発見

—— 徒歩から馬車、鉄道、車、そして徒歩への回帰

## 2

立教大学名誉教授

北山 晴一

### フランス・ガストロノミーの外延の広がり

欧州におけるフランス料理の名声は一七世紀から顕著であった。フランスの料理人が欧州各地の宮廷に招聘されて腕を振るった歴史があった。しかし、一九世紀になるとフランス・ガストロノミーのさらなる発展を促す契機が二つあったと思われる。

#### 鉄道網の整備

その一つが、鉄道の発達である。一八四〇年代には、フランスでは、

上流階級だけでなく職人や商人階層の上層部分にもヴァカンスの習慣が広まりつつあった。とりわけパリから馬車で往復してもそれほど大変ではなかったノルマンディーの沿岸都市は保養地としてのにぎわいを見せていた。ノルマンディーの海浜での避暑は、すでに一八二〇年代に始まっていたが、鉄道の発達は、こうしたノルマンディー・ブームをさらに加速させた。

具体的には、一八四三年には、パリ・ルーアン間の鉄道が開通する。パリ・ヨーロッパ駅（今のサンラザール駅）を起点とするこの路線は、

#### 豪華ホテルの登場

二つ目の契機は、高級レストラン

を併設する豪華ホテルの登場である。とりわけ第二帝政期以降になると、ヨーロッパ内での経済交流が盛んになるにつれて、欧州各地に豪華ホテルが出現した（宮殿や貴族の邸宅の様式を模したスタイルでパラス・パレスと呼ばれた）。パリの豪華ホテルのはしりは、ル・ムーリス<sup>1)</sup>（Maurice）（一八三三年）、ル・ルーヴル（Le Louvre）（一八五五年）であろうが、その後、オペラ座近くにル・グランホテル Le Grand Hotel（一八六二年）が建てられた。ジャン・ロベール・ピット『フランス・ガストロノミー』（一九九一年）（注）によれば、商用あるいは観光で欧州各地を往来する内外の富裕階級を顧客として狙う豪華ホテルが、その流行を迎えたのは一八八〇年代だという。ロンドン、バーデン・バーデン、パリ、リヴィエラ、ル・トゥーケ、トルーヴィル、ドーヴィル、カブール等の地に続々とパラスが出現したのである。こうしたホテルは当然のことのようにフランス人によってデザインされ経営されていた。

そうしたフランス人の代表格がセ

ザール・リッツとオーギュスト・エスコフィエのコンビではないかと思う。一九世紀から二〇世紀にかけてのフランスの食文化の栄光はその多くをこの二人に負っているとさえいえる。

オーギュスト・エスコフィエ（一八四六―一九三五）は、ニースのクラブ・マセナやパリのプティ・ムラン・ルージュなどで修業した後、当代随一の仕出し店シユヴェ、そしてレストラン・メールに入店。その後、南仏に戻り、モンテカルロのグランドテルへ。そこでスイス出身のセザール・リッツと出会ったのである。一八九〇年には、二人でロンドンのサヴォイ・ホテルの再建を請け負い、成功に導いた。ローマのグラントテルにも手を貸し、一八九八年にはパリにホテル・リッツを、ロンドンにカールトン・ホテルをつくった。いずれの場合も、セザール・リッツがホテル経営のノウハウを、エスコフィエがレストランと料理の責任者として知恵を絞るといふ絶妙の役割分担が功を奏したのである。

## 大都会や有名保養地 以外の場所での旅は？

モーパッサン作『女の一生』（一八八三年、杉捷夫訳、岩波文庫、一九七九年版、一部表記を変更）は、気の滅入る作品ではあるが、それでも生きる喜びの充溢する場面を描いた箇所が数ページある。コルシカへの新婚旅行を描いた箇所がそうだ。小説のなかで時代設定は一八一九年夏となっているが、実際の描写は、作者が一八八〇年九月から十月にかけて経験した旅行の見聞をもとに描かれている。

コルシカ南部の港町アジャチオ。ジャーヌとジュリアンの新婚カップルは、「青々とした湾の奥にかくれたこの小さな町、……山々のとばりのうしろにかくされた、かまどのように暑い町に、三日間滞在した」あと、コルシカ特有の荒々しい自然のなかを、いまの地図でいえば県道D81号線に沿ってピアナまで行く旅行の準備をする。

それから二人の旅のために  
旅程が立てられた。どんな困難

な通路でもしりごみしないために、二人は馬を借りることにきめた。そこでかんの強そうな眼をした、やせた、疲れることを知らぬコルシカの小さな種馬を二頭手にいれて、ある朝、日の出に出発した。驟馬に乗った案内人が二人に同行して食料品を運んだ。この未開の地方には旅籠などというものはないのである。

宿屋もホテルもない土地を旅する人は、食べ物も自分で持参したとしても、いったいどこで夜を過ごせばよいのか。フィリップ・ジレ『旅人たちの食卓』（邦訳一九八九年）（注）は、かつての宿泊手段について「土地の住民に招待されない場合はだいたい、旅人たちの宿泊先は宿屋であった」と書いているが、当時のコルシカでは町を外ればその宿屋がなかったのである。二人は、絶壁の多い山岳地帯を抜け、馬にまたがり、サゴースの湾を回りながら下り始め、夕方になってカルジエーズを通ったと書かれている。その先が、

ピアナである。

ピアナに着いて、遠い昔の時代にやったような、またへんぴな地方でやるようなやり方で、一夜の宿を乞わなければならなかった。ジュリアンの叩いた戸口が開くのを待ちながら、ジャーヌは嬉しさのあまりからだが震えた。ほんとに！これこそたしかに旅であった！人の足跡のまれな往来の予期しないことがことごとくお膳立てされているではないか。

ちょうど相手も若い夫婦であった。神から送られた客人を家長たちが迎えたに相違ないやり方で二人を招き入れた。二人はとうもろこしの藁の上で眠った。虫の食い荒した古い家であった。

幸せいつぱいのジャーヌの様子が  
伝わってくる一節である。

ところで、モーパッサンは、この『女の一生』の二年後に発表した作品『ペラミ』では、パリの食事風景



二人は山岳地帯を抜けて  
ようやくピアナにたどり着いた  
Alamy/JTB Photo



現在のピアナ（コルシカ）  
世界自然遺産  
ピアナのカランケ、ジローラータ湾、  
スカンドーラ自然保護区を含む  
ホルト湾  
AGE Fotostock/JTB Photo

を詳細に描いて興味深いのが、『女の一生』では、幸せな食事風景どころか、食事の場面そのものがほとんど見当たらない。あたかも、食べる喜びはパリのような大都会やノルマンディーのような保養地に特有のものだとも言いたげな扱いなのである。

## 二〇世紀初頭から 第二次世界大戦後の ヴァカンスの変化

一家全員が車に乗り込んでヴァカンスに出発、道々、地方料理を賞味していく、というのは、現代フランスの最も一般的な余暇利用形態である。この習慣が始まったのは、第二次世界大戦の終わったころからである。

### 車の登場が生む

#### 地方料理との出会い

国道沿いの、あるいは国道から村の道に入ったところにあった、かつての宿駅を引き継いだようなオーベルジュは「村の結婚式や宴会、あるいは商用で移動する人たちを相手に辛うじて命脈をつないでいたが」、

車でどこにでも入ってくる旅行者の到来は、「天からの贈り物」であった（前出『フランス・ガストロノミー』）。都市の人間が、こうしてようやく自分の舌で、地方料理に接するようになったのである。

しかし、こうした車での食べ歩き  
の習慣は、最初は実業界や政界、または弁護士、医者といった自由職業の人々など、金と時間に余裕のある上流階級の人々の間からであった。車はまだ超贅沢品だったし、ヴァカンスなど一般庶民には手の届くものではなかったからである。車と旅と食事の三位一体が一般の家庭生活に入り込むのは、おそらく戦後の一九五〇年代のことであろう。

ところで、このような地方料理の発見に最も貢献したのはキュルノンスキー（一八七二―一九五六、本名モリス・サイアン）である。彼は、一九〇七年、タイヤ会社ミシユラン社（注3）の依頼で後に同社のマスコット人形（タイヤをかたどった太った大男）となるビベンドゥムなる人物を創造した。そして、同年、大部数を誇る当時の大衆紙「ル・ジュール

ナル」に「ミシユランの月曜日」なる車札賛のコラムを連載し始めた。これが大受けして、車と食事の結びつきに先鞭をつけることになったのである。

### 「食」がフランスの国民文化に

以後、二十五年以上にわたって、彼は自ら車を運転してフランス各地の郷土料理を探索、その間『フランス食べ歩き』（二十八巻）を書き続けた。一九三三年には、これらを一巻にまとめて『フランス料理の宝庫』として出版した。凝り性の彼は、南仏カステルノーダリで町の名物料理カスレー（白いんげん豆と豚肉、羊肉、フォアグラの脂などが主体）を注文、一〇〇%昔ながらの調理法を要求したために十四時間も待たされることになったという話を書いている。この話は大変に有名になり、彼の名声をさらに高めた。

こうして、車での旅行の流行が、一九世紀以来の食文化の伝統を新時代のエリートたちの嗜好へと結びつけ、ひいては「食べること」への関心をフランス人全体の国民文化として

定着させることに貢献したのである。

エリート階級の観光行動とは別に、一九三六年の有給休暇法の成立によって年間数週間の長期ヴァカンス（当初は二週間、現在では約四週間）を取得する習慣が国民的規模で定着した。以来、労働者階層を含む一般の人々のヴァカンス消費も確実に成長し定着した。豪華レストランで食事はしなくても、地方の小都市の隠れた美食を発見する喜びを、少

しの努力で誰もが享受できるようになったのである。例えば、ピエール・ブノアのベストセラー小説『スーセイラックでの昼食』（一九三一年）（注4）。サスペンス仕立てのこの小説はすでに発表直後からベストセラーに入るほどの人気作（後に一九九〇年にテレビ映画化）であったが、作中、パリから車でやってきた二人の男が、フランス中央山塊南側の険しい山中を通る街道で車が故障し、仕方なく街道筋にあるホテル・レストランで昼食をとったところ、田舎料理と馬鹿にするなかれ、これがすごい料理だった、という場面がある。

小説が発表されたのは一九三二年

のことだから、フランスの多くの民衆がヴァカンスを享受し、地方の食文化を礼賛する以前のことではあるが、こうした作品の出現が現在のフランス人のテロワール（注5）志向を深層で醸成し続けていることは確かである。

人知れず存在する地方の宿とそこで出される昔ながらの素材で実質的な料理、そうした隠れた宝物を発見するという筋書きは、それを私なりに「オーベルジュ幻想」と呼びたいが、そうしたオーベルジュ幻想はフランス人の魂のなかに確実に根付いているといえよう。とはいえ、不思議なことに、オーベルジュを語るまともな文献はほとんどないか、あっても断片的なものしかない。この事実をどう解釈したらいいのか。おそらく、だからこそ幻想を生み出す酵母になっているとでも考えておこう。試みに、ネットでオーベルジュ Auberge を検索してみると、Auberge de la Diligence があった。これは、ロワレ Loire という町にあるレストランで、かつては長距離馬車 Diligence の馬を替えるための宿

駅だったのかもしれない(とわれわれの幻想を募らせる)。ミシュランガイドで星一つ、別のガイドブック「Petit Futé」でも評価の高い店であった。

## 「ガストロノミー」から 遠く離れて テロワールと グリーンツーリズム、 巡礼の旅の時代に

最近、ますます人気を伸ばしているヴァカンス形態を二つ紹介しておきたい。いずれも、ある意味でコラム「オーベルジュ考」の「アナログ性」を求める欲望傾向に沿った形態だといえよう。

### 農村民宿

一つは、農村民宿 *gîte rural* とこの宿泊形態の発展についてである。フランス版 B & B (ベッド & ブレックファースト) とはいわれるこの農村民宿が誕生したのは、一九五五年のこと。その後、順調に利用客を伸ばして、現在では、契約貸主数(農村民宿数) 四万四千件、延べ利用日数

### オーベルジュ考

オーベルジュの語がその鄙びた語感とともに流行になったのは、おそらく戦後の1950年代のことである。

料理人の歴史を社会的な観点から研究した数少ない研究者ドゥアル Alain Drouard の論文(注6)を読むと、「1952年、アンドレ・ギヨー(イタリア大使館付き料理人、文学者レイモン・ルーセル家のシェフ) がオーベルジュ・デュ・ヴィユ・マルリを取得」とあった。同じ1952年には、「ジャン・ドゥラヴェヌがブーヅヴァルのカメラを取得。その後、自分の名前を店につける動きが強まった」ともあった。ブーヅヴァルはパリとヴェルサイユの間に位置するおしゃれな町で19世紀半ばからパリの遊び人たちのピクニックの場所だったが、今は高価なレストランやクラブがたくさんある。一方フランス料理界の帝王と呼ばれるポール・ボキューズも、同じころ中仏モンドールにあったオーベルジュ・デュ・ボン・ドゥ・コロンジュを取得、店名には自分の名前をつけて開店した。こうして見てくると、オーベルジュの名前を残すか、残さないかの差はあっても、かつての宿駅やオーベルジュのあった場所と建物、そこに漂う何ともいえない雰囲気、そうしたものが表現する何ものかにフランス人は心惹かれているようなのである。「食べる」という、私たちの誰ひとりとして欠かすことのできない行為の持つ究極的な「アナログ性」といったもの、それが「何ものか」の実体なのかもしれない。

三千五百万日、売り上げ四億五千万ユーロ。年間占有率(貸出期間/開設期間)は四三・四%となっている。家具つき家屋の棟数は一万二百棟、年間増加数は五百棟(約一千五百部屋)、棟あたりの貸出期間は年平均十六週。一人平均三泊となっている。そうである。宿泊料金(二人分)は

朝食付きで五十四ユーロ。かなりの安さである。夕食メニューは十七ユーロと表示してあった。私自身、一九八〇年代初めにたまたま取材で訪れたノルマンディーの酪農農家が、屋敷の一角を農村民宿に改修してヴァカンス客に提供しているのを見て感心したことを思い出

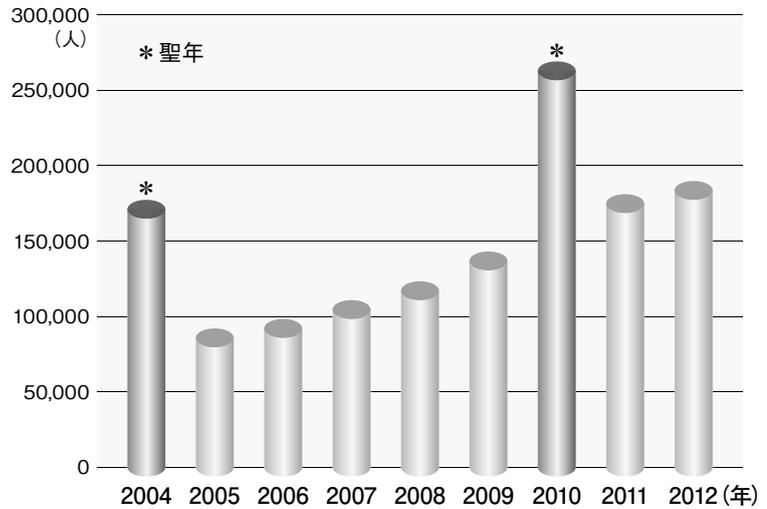
す。こうした農村民宿の売り物はどこにあるのだろうか。フランス版 B & B の全国組織 GDF (注7) のホームページを見ると、以下のように書かれている。やはり売り物は、地方料理、地元の手作りの味覚であることが分かる。

朝食 豊富な朝食(宿泊料金に込み)はその土地でしか味わえない名物を知る絶好のチャンス。自家製ジャム、焼きたての田舎風パン、ヴィエノワズリー(菓子パン)、自家製ケーキ、地域名産のチーズ、乳製品あるいはハムソーセージ類など。休暇の一日は、朝食とともに楽しい会話と共生の雰囲気のなかで始まる。

### 現代人にとっての巡礼の旅

さて、二つ目の例は、巡礼と巡礼ビジネスの普及である。巡礼の旅は、宗教を問わず、日本でも、インドでも、イスラム圏でも、フランスを含むヨーロッパでも、中世以前からず

図1 サンティアゴ・デ・コンポステラへの巡礼者、年間到着者数推移(注8)



つと行われてきたものであり、これをヴァカンスや食文化と結びつけて考察すること自体が、不謹慎だとそのしりを招く恐れがあるが、ここ二十年ばかりの巡礼者数の増加は、魂の救いを求める行為と観光あるいはヴァカンスの習慣とがうまく調和する状況が生まれてきたことを示している。

図1は、最近では日本でも話題になる

この多いスペインの巡礼地サンティアゴ・デ・コンポステラへの巡礼者の増加を示すものである(二〇〇四年と二〇一〇年の突出は聖年のため)。このグラフは到着者数を表すものであるが、いうまでもなく巡礼の道は、フランスからの道ばかりではなく幾筋もある。しかし、最近の経路別内訳(二〇一二年)を見ても、フランスから出発する人の数が最も多く(七〇・二%、前年七二・三%)、次いでポルトガルから(一三・三%、前年二%)、北道(バスクの海岸沿いの道。六・七%、前年六・四%)、ラプラタ道(セヴィリアからの道。四・二%、前年同率)などとなっている。

フランスからの巡礼者の割合が少し減っているが、これはポルトガルからの人数が増えたから相対的

に下がっただけで絶対数は減っていない、とホームページには注意書きしてあった(注8)。

### 徒歩旅行から生まれる究極のガストロノミー

ジャン＝ロベール・ピットは、フランスのガストロノミーの特色を説明にするにあたって、「(フランスの)ガストロノミーは、風景や環境との相補関係を維持してきた」と言っていて、食材や料理法と並んで文脈や言説の重要性を指摘しているが、その文脈でいえば、ここで挙げた二つ

の事例は、まさしくフランス風ツーリズムの原型をよく表すものだといえよう。そして、とりわけ巡礼者の増加は、旅する者の移動の手段が、かつてからの徒歩、馬、馬車、鉄道、自動車を経て、再び徒歩へと回帰してきたことを示すシンボルのように思えてならない。自分の足で歩いて確かめ、共に艱難(かんなん)辛苦の道を歩んできたことを語り合い、共にその土地で供される食べ物を心おきなく味わう。これぞ、旅の醍醐(だいご)味だと彼らは言いたいかもしれない。

(きたやま せいいち)

北山晴一(きたやま せいいち)

1944年東京都生まれ。東京大学大学院博士課程満期退学。パリ第三大学専任講師、立教大学教授等を経て大阪樟蔭女子大学教授、立教大学名誉教授。社会デザイン学会会長。著書に『おしゃれの社会史』『美食の社会史』『世界の食文化16 フランス』ほか多数。

- (注1) Jean-Robert Pitte, 1991, *Gastronomie française*, Fayard, Paris
- (注2) Philippe Gillet, 1985, *Par Mets et Par Vins*, Editions Payot, Paris (邦訳:フィリップ・ジレ『旅人たちの食卓』1989年)
- (注3) ミシュランガイドのはじまりと発展  
1900年、万国博覧会を記念してミシュラン社がタイヤ購入者2,400名に旅行案内書(広告)を進呈したのがミシュラン緑本の原型。以後1920年にレストラン案内が挿入された。  
1907年、『Le Journal』にキュルノンスキーが食べ歩きを連載、これがミシュラン赤本の原型となった。  
1926年、緑本を地域別に編纂して刊行。  
1926年、優良店に星印を付す。  
1931年、星1、2、3による格付けが導入された。
- (注4) Pierre Benoît, 1931, *Le Déjeuner de Sousceyrac*, Albin Michel, Paris
- (注5) 「テロワール」の意味は、地方あるいは地方色といったところ。「テロワールの味」といえば産地特有の味、といった意味になる。
- (注6) Alain Drouard, 2003, *Escoffier, Bocuse et (surtout) les autres... Towards a History of Cooks in France in the Nineteenth and Twentieth Centuries*, in *Eating out in Europe* Edited by Marc Jacobs and Peter Scholliers, under the Auspices of the International Commission for Research into the European Food History, BERG, Oxford / New York, 2003
- (注7) GDF (Gites de France) <http://www.gites-de-france.com/>
- (注8) 巡礼案内サイト Les Chemins vers Compostelle <http://www.chemin-compostelle.info/informations-pratiques-pelerinage-compostelle/statistiques-sur-compostelle.html>

# 近代社会における ホテル・旅館の誕生

高崎経済大学地域政策学部教授  
公益財団法人日本交通公社上席客員研究員

大野 正人

3



ホテルインペリアル（オーストリア・ウィーン）  
1863年にビュルテンベルク公夫妻の都市宮殿として建てられたが、  
夫妻は住まいとして気に入らなかつたため3年後には引っ越した。  
その5年後に売却され、1873年に改装されてホテルになった。  
Alamy/JTB Photo

一八世紀の産業革命と続く市民社会の形成により、それまでは家業として居酒屋や卸売業・運送業との兼業が多かつた宿屋は大形化・専門化し、宿泊産業としての発達が始まった。その時の付加価値となつたのが近世の王侯貴族の邸宅における生活様式と社交文化であつたが、その変化は市民社会の形成が早かつた西欧とそれが遅れた日本では異なる軌跡をたどつた。

## 貴族の接待文化・ 生活文化を付加価値 とするホテルの成立

一八〜一九世紀のパリでは都市住民の増加と流入する旅行者により外食と宿泊の需要が増大したが、これに対して食事を提供する施設は居酒屋、カフェ、仕出し屋程度しかなく、いずれも旧態依然とした営業形態であつたため、新たに成長しつつあつた新興ブルジョアジーにとつて満足のいくものではなかつた。このような不満のなかで一八世紀中ころに登場したレストランという業種

## 貴族の邸宅のコンバージョン(用途変更)と ホテル客室・室料の成立

グランドホテルはいわば、貴族の邸宅のレプリカであったが、初期には実際に邸宅そのものの用途変更によっても生まれた。セザール・リッツがパリに開業したリッツ・パリ(1898年)はグラモン公爵の邸宅を用途変更したものであり、また、現在もウィーンの5ツ星ホテルとして有名なホテルインペリアル(1873年)も宮殿を用途変更したものである。しかし、貴族の邸宅の客間からホテル客室への変遷にはもう一段の変化が必要であった。当時の邸宅では、寝室(客間)と浴室や居間は別々に配置されていたため、初期のホテルでは客室とは別に、宿泊客が共用する浴室や談話室を複数備えていたのである。1890年に開業した帝国ホテルの図面を見ると、60室の客室に対して5室の共用浴室、4室の共用談話室が配置されている。また、1854年のロンドン・グレートノーザンホテルの料金表(表1)を見ると、Bedroom(寝室)の他に共用のSitting room(居間)、Dressing room(化粧室、洗面、トイレ)が別料金で販売されており、また、Fire(暖炉代)、Wax light(照明代、ろうそく代)が別途料金となっている。分散していた生活機能とそれに合わせた料金体系は、やがて配管技術や電気技術の進歩により19世紀末には寝室内にバス、トイレやリビングスペースがパッケージされるにつれ、料金もパッケージされるようになり、それまでの「寝床代+個々のサービス・物品代」という料金体系に代わって、すべてのサービスと機能を包含する「室料」という商品概念が成立したのである。

はアラカルト料理の提供、相席ではなく同行者別のテーブル案内や個室による会食時のプライベート確立、明朝会計というサービスを提供した。この上流階級の会食による社交の場というコンセプトが宿泊と組み合わせられてホテルという新しい業種が誕

生したのであるが、その手本となつたのが貴族の邸宅である。近世には貴族は都市に住むようになり、宮廷文化や社交文化が発達した結果、貴族の邸宅には多数の客間(客室)と客人をもてなす食堂や談話室等が設けられ、料理人、給

仕、メイド、執事などのサービスの専門職が発達しており、無償の歓待ではあつたが宿泊客をもてなすシステムが確立されていたのである。このような近代ホテルの代表例が特集2でも触れられているロンドンのサヴォイ・ホテルとその後に各地で

表1 1854年のロンドン・グレートノーザンホテルの料金表

種別	サービス項目	料金(単位: シリングs & ペンスp)
宿泊料	Sitting room(居間)	4s.0p
	Bed room (large Bed-2名 ダブルルーム)	3s.0p~2s.6p 上層階のほうが安い
	Bed room (single-1名 シングルルーム)	2s.6p~2s.0p 同上
	Bed room (2beds-2名 ツインルーム)	3s.0p
別途	Dressing room(化粧室、洗面、トイレ)	1s.6p
	Servant's bed(召使い寝床代)	1s.6p
	Fire(暖炉代)	1s.6p(1日)~1s.0p(半日)
	Wax light(照明代、ろうそく代)	1s.6p
	Hot bath(客室への湯のサービス?)	2s.0p
食事	朝食	1s.6p~卵肉付2s.0p

特別請求 アテンダントチャージ(手荷物運搬他)が初日1s.6p/人、2日目以降1s.0p、3日目以降の家族は半額  
Oliver Carter『An Illustrated History of British Railway Hotels 1838-1983』(1990, Silver Link Publishing Ltd. Liverpool) 9ページを基に筆者作成

誕生したグランドホテルであり、これらのグランドホテルは貴族の邸宅様式(注1)とその食文化(フランス料理)、会食のルール、それらを支えるサービス組織、さらには名称注2をも借用して、新興資本家階級に提供し、彼らが憧れる「貴族の社交文化」を表現する宿泊施設(注3)を創造したのである。以降、ホテルは新興資本家階級の旺盛なビジネス旅行需要と社交需要を背景として、都市における国家外交の場のみならず経済外交(商談)の場として、都市の迎賓館の役割を果たすようになっていったのである。

## 和洋の文化表現を 咀嚼した旅館の成立

明治維新による、それまでの本陣・旅籠(はたご)という主に身分制度により規定されていた宿屋は廃止され、旅籠にもホテルと同様に上流階級の生活文化の商業化が進行した。同時に西欧文化の流入により、衣食住すべてにわたって西洋式であることが進歩的、上流階級であるという価値観

表2 1903(明治36)年発行の鉄道時刻表広告ページの旅館の屋号とセールスポイント  
(28ページにわたって記載された166軒の旅館広告に見る屋号)

屋号	軒数	(%)	備考
旅館「〇〇館」	34軒	20%	
「〇〇旅館」	33軒	20%	「〇〇屋旅館」7軒含む
旅館「〇〇屋」「旅館〇〇」	27軒	16%	経営者(宿主)の名前を屋号としたものが多い
「〇〇屋」	18軒	11%	一部、「〇〇や」「〇〇家」もあり
「〇〇屋 本店」	18軒	11%	
「〇〇屋 支店」	12軒	7%	停車場前(駅前)に支店を出している例が多い
「〇〇楼」	10軒	6%	
「ホテル〇〇、〇〇ホテル」	5軒	3%	ホテル〇〇2軒、〇〇ホテル3軒
その他	9軒	5%	旅店、園、旅舎、舎、新宅、軒、亭、庵、日本旅館
合計	166軒	100%	

広告のキャッチコピーに見るセールスポイント

- ・茶代謝絶を明示した宿が多く、この傾向は大正初期まで続く。また、芸妓娼妓出入り禁止をうたった宿もある。
- ・改良旅館として近代性を明記している旅館も多い。そのセールスポイントは、各室錠付き、茶代謝絶、玉突き台あり、入浴早朝より可能、などである。
- ・景色と交通条件(停車場より〇分)のコピーが多く、食事の有無はほとんど記述されておらず、あっても「賄い付き・賄い無し」程度の記述である。
- ・新聞閲覧可能、室内電話電鈴あり、などのビジネス客向けのコピーも散見される。
- ・皇族御用達、日本陣、高等旅館、軍馬購買官御用達、軍用宿舎などの表現もあり、華族と役人と軍人が上客であったと考えられる。
- ・宿泊料金の案内はほとんどないが、一等〇〇圓(円)・二等〇〇圓(円)など汽車の料金に倣った事例も見受けられる。
- ・外国荷物扱い、汽船荷物回漕業、米・織物買い次ぎ商店、リンゴ売買など問屋と運送業等の表記も多く、江戸時代から続く「問屋・運送業と兼業の宿」からの進化過程をうかがわせる。

表3 1904(明治37)年の草津温泉の  
宿泊施設案内による施設区分

区分	軒数	(%)	備考
旅館	10軒	27%	うち、温泉旅館8軒
旅舎	16軒	43%	うち、温泉旅舎6軒
旅人宿	6軒	16%	
木賃宿	3軒	8%	
その他	2軒	6%	宿屋1、下宿1
計	37軒	100%	

山村順次『草津温泉観光発達史』(1992、草津町)  
129ページを基に筆者作成

が浸透した。そして、ホテルという西洋の宿泊施設が導入されたことにより旅館は新しい価値の創出を迫られた。この旅館から旅館への時代の過程については特集4で詳細に語られることとし、ここでは、旅館という業種名が誕生した過程に触れてみたい。旅館が武士・公家という上流階級の生活様式と、西欧文化を新しい付加価値として取り込むにつれて、大きく近代的な宿屋の通称として、旅館という業種名が駅前立地の宿屋から市場に浸透しはじめた。

振興に大きく貢献した鉄道時刻表が発行されたが、その一八九九(明治三十二年)の広告ページに初めて旅館という言葉が登場し、一九〇三(明治三十六)年の鉄道時刻表広告ページ(表2)では、各地の百六十六軒の旅館広告のなかで五六%が旅館という言葉を使用しており、それまで屋号のみであった宿屋が旅館という新しい業種名を主張するようになっていった経過がうかがわれる。同時に屋号も、〇〇館、〇〇楼など規模が大きいことを表す言葉が使われている。なお、この変化は時刻表広告という性格上、駅前旅館の変化であり、温泉地では表3にあるように旅人宿・旅舎・旅店・木賃宿等の江戸時代の呼称も散見される。

このような業種名の混在は大正から昭和初期まで続いたと考えられるが、この業種名の変化過程は、大きな建物を表す「館」が大型化・近代化を表現するために着目され、新聞小説や文学作品で浸透した等(注4)により、駅前立地の宿屋から徐々に温泉地の宿屋にも浸透し、最終的には昭和初期に市場に定着したと考えられる。

## ホテルと旅館の 交流機能の差異

さて、ホテルと旅館の差異を語る時に必ず出てくるのが、なぜ、ホテルは外来客や地域住民を受け入れるコミュニティセンターとしての機能を獲得し、旅館は宿泊客だけの閉ざされた世界となったかという疑問であるが、その背景は近世にまでさかのぼる。市民社会の形成が早かった英国の宿屋<sup>イン</sup>(<sup>注5</sup>)の歴史を見ると、一八世紀には大規模なインでは多数の人々を収容できる大広間 (long room) が設けられ、ダンス会場等の住民の社交の場のみならず、行商人の展示即売会等の商品取引や情報交換の場、果ては郵便局機能や巡回裁判の場などに利用され、また中庭はイン・シアター (野外劇場) としてシエクスピア劇や闘鶏などが開催され、娯楽と賭博の場としても利用されていた。このように、当時のインは小規模ながらも近代ホテルに受け継がれる地域住民のコミュニティセンターとしての役割を果たすようになっていたのである。

これに対して、江戸時代の宿場町では、旅人の宿泊は原則二泊のみ、また藩によっては宿場町を町の中心部から離れた立地に制限するなど、旅人と住民の交流を制限する施策がとられていた。そして、旅籠は外来食事を取ってはいけない、また茶屋(飲食店)は宿泊をさせてはいけないと決められていた。この施策は旅籠組合と茶屋組合というギルドによる独占保護という側面もあったものの、その基本は治安維持政策であったことは明らかである。革命思想を持ち込むよそ者と地域住民の交流を制限するこのような姿勢は、程度の差こそあれ明治政府にも引き継がれ、当時の宿屋取り締まり規則(旅館業法の前身)の管轄は警察であった。実際、戦前のホテル・旅館では宿泊客名簿を毎朝晩、警察に届け出ることが義務づけられたし、さらには治安維持法の成立過程にあつた一九三二(大正十二)年には、警視庁保安部長名で旅館は料理店を兼業してはならないという通達が出されており、国際観光振興の見地からホテルのみ例外が認められていたのである。

もちろん、戦前の旅館が地域のコミュニティセンターとならなかった要因はこのような市民社会形成の遅れだけではなく、就寝と食事の生活習慣、家屋構造の差異も挙げられる。西欧では就寝と食事がベッドルーム、ダイニングルームと分化しつつあったのに対して、布団という収納便利な寝具を発明した日本では食事の場と就寝の場の兼用が可能であったことにより、その習慣がそのまま旅館に引き継がれたと考えられる。また、冠婚葬祭の場としてのキリスト教と神道・仏教の差異も一つの要因である。コミュニティセンター機能の代表例である婚礼披露宴を見ると、西欧では中世までは婚礼とそれに続く宴会はいずれも教会内で行われていたが、宗教改革による聖俗分離により、巡礼宿の門前宿への移行に伴って宴会機能が宿泊業に移行して、インで行われるようになったのに対して、日本での婚礼と宴会(披露宴)は近世までは自宅の神棚の前で行われており、宴会の機能は住宅内や社寺、料亭内にとどまっていたことが挙げられる。<sup>(注6)</sup>

このような、市民社会形成・生活様式・冠婚葬祭文化という三つの要素がホテルと旅館の交流機能の差異に影響したと考えられ、このうち生活様式の問題が、戦後の生活習慣の洋風化により都市旅館がホテルに取って代わられる遠因となったといえるよう。<sup>(注1)</sup>

<sup>(注1)</sup> 現代のホテルで使われるダイニングルーム、ドローイングルーム、バーラー等の施設名はさらにバトラーやメイドなどの職種名は貴族の生活文化に由来している。

<sup>(注2)</sup> ホテルという言葉は一九世紀フランス語では貴族の邸宅や執務場所(宮殿、それが変化した市民ホール、さらには大きな建物を示す多義語として使われていた。岡本伸之はこのような変化を『現代ホテル経営の基礎理論』9ページの中で「上流階級の生活様式の商業化」と呼び、この時代をランドホテルの時代と称した。

<sup>(注3)</sup> 本誌特集4・大久保あかね論文「近代旅館の発展過程における接遇(もてなし)文化の変遷」

<sup>(注4)</sup> 『イン・イギリスの宿屋のはなし』(白田昭) 95ページ、196229、2471249、『インの文化史』(社本時亨)

<sup>(注5)</sup> 日本の社寺仏閣が婚礼儀式の取り込みを始めるのは明治維新後であり、一八九三(明治二十六年)年に初の仏前結婚式、一九〇〇(明治三十三年)年に初の神前結婚式が行われる。

<sup>(注6)</sup> 大野正人(おおの まさひと)

一九五三年東京生まれ。高崎経済大学地域政策学部教授。公益財団法人日本交通公社上顧客員研究員。一九七六年東京大学農学部林学科森林風致研究室卒業後、JTBグループ会社入社。一九九一年より財団で宿泊産業・観光施設・温泉地の調査研究、二〇一三年三月まで理事。同年四月より現職。日本観光研究会会員。

# 4

## 近代旅館の発展過程における 接遇（もてなし）文化の変遷

常葉大学経営学部教授

大久保 あかね

旅館は江戸時代に発達した各種の「宿」が保持していた機能を統合して明治期に完成した、日本独自の宿泊ビジネスモデルである。

そのビジネスモデルが確立した背景には、江戸から明治というドラスタックな社会変革と、明治政府が推し進めた近代化、特に鉄道敷設と外国人対応の必要性、またそれに伴い進められた旅行業による旅館の商品化などがある。

またその後も度重なる戦争や経済状況の変化など、社会からの需要の変遷に合わせて旅館はそのビジネスモデルや接遇の形態を大きく変化

させてきた。

明治期に旅館が新たなビジネスモデルとして成立した後、現代に至るまでの機能と形態の変化、特に旅館の「もてなし」文化に焦点を当てる。

### 近代旅館の発達過程

明治維新以前、江戸時代には、政治の長期安定を背景に、多くの旅人が街道を往来して、庶民に至るまで豊かな旅文化が発達した。その旅人のための「宿」は幕府の政治的意図から、立地や用途に合わせて細かな規制が行われていた。

例えば主要な街道には大名による参勤交代を主に受け入れる「本陣」と、下級武士や庶民のための「旅籠」が存在したが、「本陣」は門・玄関などを備えた格式高い設備を提供するだけで、宿泊者である大名への食事や人的接待は基本的に大名側で賄われていた。一方「旅籠」では、一七世紀中ころから一泊につき二食（夕・朝食）を提供しており、それが旅の楽しみの一つとされていた。さらに江戸時代後期には、酒食の接待役として「飯盛女」を抱える旅籠も登場している。

また湯治場には、療養を目的とし

た「湯治場宿」が存在し、そこでは身分の区別なく自炊をしながら長期滞在するための仕組みが作られていた。

そのほか厳密には「宿」ではないものの、都市では飲食を提供する場としての「料亭」や「茶屋」が発達し、高級な酒食が庶民の楽しみに加えられていた。

図1 各種の「宿」から「旅館」に引き継がれた機能

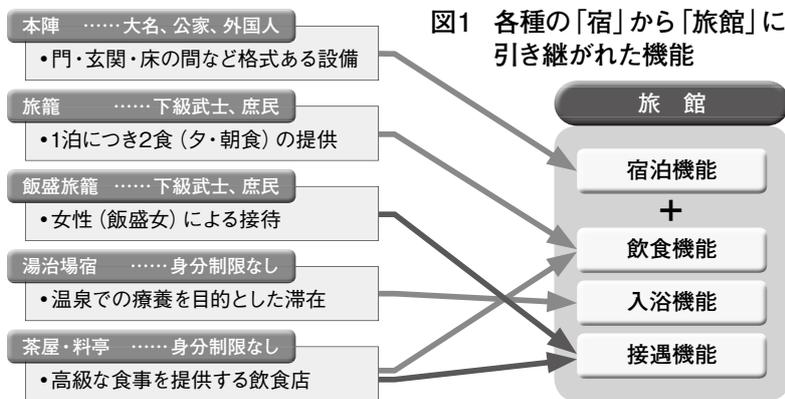
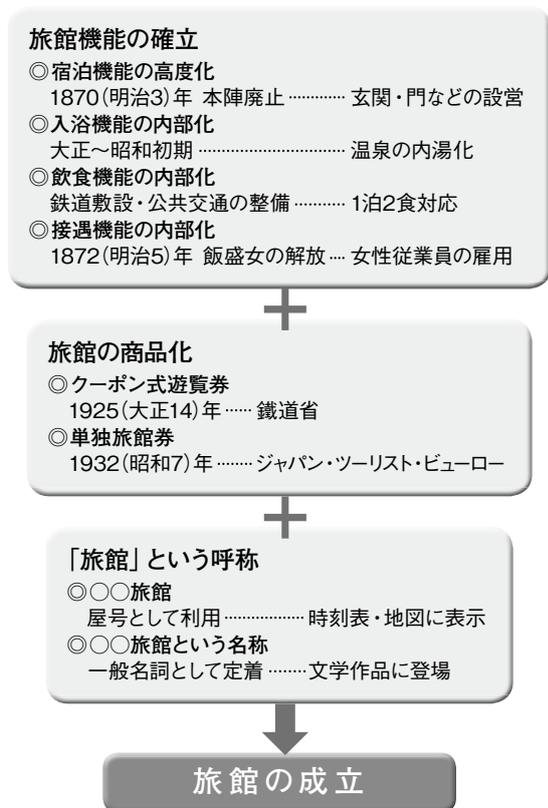


図2 旅館の成立過程とその社会背景



江戸幕府によって細かく統制されてきたこれらの「宿」に対する規制が、明治維新によって解放されたことにより、各々が保持していた機能が図1のように集約され完成したのが、近代の旅館である。

その成立背景には、江戸時代の街道が鉄道敷設によって衰退し、本陣・旅籠の経営が成り立たなくなることが大きく影響している。街道から、新たな流通拠点を鉄道駅に移した際に、新たなビジネスモデルとして生まれ変わったのが旅館であり、その営業スタイルが温泉地の宿泊施

設に波及したと考えるのが妥当であろう(図2)。

## 温泉地における旅館の接遇態勢の変化

明治後期、鉄道が全国に普及し始めたころから大正・昭和初期に至る約五十年の間、多くの温泉地では、利便性を高めた新交通を利用して一泊、二泊の短期滞在を楽しむ遊覧客と、療養のため長期滞在する湯治客が混在するようになった。そこで温泉地の宿ではどちらのタイプの顧客

にも対応できるように、新たな旅館式ビジネスモデルを取り入れ始めた。温泉地での旅館の誕生である。

### 新たなビジネスモデルによる役割の変化

そのころ発行された旅行案内書『療養本位温泉案内』(一九二七〇昭和二年)や『伊豆の温泉』(一九三〇昭和五年)、『鐵道省旅客課・名勝旅程案内』(一九三七〇昭和十二年)などには、「一泊」「二泊二食付き」「三泊三食付き」など多様な料金形態に加え、身の回りの世話をする「女中」の契約料金も表示され、この時点の「接遇機能」は希望者に対する個別契約であることが読み取れる。

江戸時代から湯治場宿では客の到着を出迎えて挨拶し、お茶とお菓子を呈し、館内を案内するという接遇行為が行われていた。その接遇を担当したのは、宿の主人または番頭、小僧などである。特に宿の主人の人は、宿の経営を左右するため、主人が接遇の中心を担っていたとされている。

一方、女性は宿の経営者家族であつても宿の表には出ることがなく、客とは接点を持たないのが一般的であつた。そこで客の身の回りの世話をする職業として、草津では「老女」<sup>ばば</sup>、熱海では「地元」の年を取つた女性を紹介する「雇い女」と呼ばれる「女中」が存在していたのである。旅館は女中を紹介するだけにとどまり、契約は顧客と女中との間で直接交わされていた<sup>(注1)</sup>。

また常連になると、客は旅館ではなく女中と直接連絡を取り、宿泊手配を女中経由で依頼することも多かつたようだ。

女中たちは常連客の体格に合わせた専用の浴衣を縫い、好みに合わせた料理を手配するなどきめ細やかに接遇した。<sup>(注2)</sup>

つまり、この時代の「接遇機能」の主役は旅館の従業員ではなく、必要とする顧客が手配する女中であつた。またその報酬は「茶代」もしくは「心付け」として旅館を通さず直接支払われていたと考えられる。

### 接客機能と女性の役割

「茶代」とは、宿泊料金以外に接待する担当者に渡すものであり、位置付けとしては海外におけるチップに相当するものである。大正期に入ると旅行案内書や鉄道時刻表に「茶代廃止」という表現が登場する。これは、良い接遇を促すために支払われていた「茶代」がなくても良い接遇を約束する、また、客を公平に扱うことを意味していたとも考えられる。

もちろん、「茶代廃止」が宣伝文句として利用されるということは、それが新しい概念で、顧客訴求力があると判断された社会背景があったのだろう。いずれにしても「茶代廃止」は徐々に一般化し、並行して「接客機能」が旅館に組み込まれていった。

ところで宿の仕事のうち顧客接点を持たない掃除、洗濯、食事の支度などは従前から女性が担当していたと考えられる。城崎温泉（兵庫県）西村屋には、従業員を娘のようにかわいがり、嫁入りの時には嫁入

り道具を贈っていたとの記録がある（注3）。同様のエピソードは熱川温泉（静岡県）旧福島屋旅館などでも語られ、一定以上の格式を持つ旅館は家事や作法見習いの場としても位置づけられていたようだ。

またこの時の花嫁修業は女性従業員の教育や指導を含め、旅館のバックヤードを取り仕切る女将の存在がうかがえる。

花嫁修業は隠居女将おかみが担当し、それはそれは厳しいものだった。（注2）

このような社会変化のなかで、旅館の機能を踏まえたビジネスモデルが確立されるに従って、旅館のバックヤードにいた女性たちが表舞台で顧客接遇を担う役割を果たすようになってきたのである。

### 旅館における「もてなし」の構造

新たなビジネスモデルとして確立した旅館の機能を、「もてなし」と

いう視点で組み替えると、そこには「支度」「しつらい」「仕掛け」（注4）という三つの柱（図3）が見えてくる。

#### 支度

「支度」とは、客を迎えるための準備である。「誰でも喜ぶもの」ではなく、「想定された客のためだけ」に準備を整えることに価値を置くのが、日本のもてなしの原点であろう。かつて顧客専用の浴衣を縫った女中のように、客が「自分のため

図3 旅館の「もてなし」の担い手の変化

	明治～戦前 業態の成立	高度成長期 大衆化&大型化	現在 個性化&多様化
支度 (客を迎える準備)	女中 (客に合わせた個別対応)	女将 (接客対応のシンボル化)	システム化 (顧客の期待に合わせて2極化)
しつらい (空間設計)	主人 (土地・建物、食材の調達)	女将 (生け花、清掃など施設の内装)	主人 (再び地域性が重視されつつある)
仕掛け (客と主人が楽しむゲーム)	主人 (女将を含め、女性は裏方)	主人 + 女将 (表舞台に)	主人 + 女将 (新たな仕掛けの開発・温泉再発見など)

に」と喜ぶことを考え、準備することが第一と考えられる。京都などで現在も「一見さんお断り」という慣習がある。これには「初めての客は、(知らない)ので好みに合わせてもてなせないため断る」という意味が含まれていると説明される。旅館では「もてなせない」と客を断ることはほとんどないものの、「客を知って、もてなすべき」という考え方は共通している。

#### しつらい

次に「しつらい」、つまり客を迎える空間（アメニティー）を作ることが二本目の柱である。地勢や気候を含め、その土地ならではの季節ならではの感覚を表現することで「もてなし」の舞台設定を整えることが重視されている。利休七則（注5）の「花は野にあるように」にあるように、できるだけ作爲なく見せることが望ましい。由布院温泉（大分県）由布院玉の湯は現在の場所に移転する際、自然そのままの雑木林を再現するために深さ三メートル分の土を入れ替えているが（注6）、これも

空間形成のための投資といえよう。

## 仕掛け

最後の「仕掛け」はいわゆるコンセプト・マーケティングである。ゲームや謎解きのように、客と一緒に仕掛けを楽しむことで、つまり仕掛けを理解できる（楽しめる）客を絞り込むターゲットイングにもつながる。

玄関やロビー、廊下の掛け軸や絵画、陶器、花にも意味があり、謎解きを楽しめるように配置している。<sup>〔注7〕</sup>

有馬温泉（兵庫県）陶泉御所坊では、まさにゲームを楽しむ感覚である。

しかしながら、「支度」「しつらい」「仕掛け」という「もてなし」の構造は、絶対的なものではない。時代背景や経営形態、顧客の変化、ニーズの変化等に応じて変化する。

## 女将の存在と

### 「もてなし」の変化

旅館が最も大きな変化を遂げた

のは、昭和三十年代～四十年代のいわゆる高度経済成長期である。この時期には好景気を反映して、企業の慰安旅行という団体旅行が急増し、拡大した旅行マーケットニーズの受け皿として旅館は大きな変革を求められた。

団体旅行を前提とした旅館は、二百人～三百人の団体客を想定して設計された。当時の団体旅行は全員が同時に到着し、短時間で入浴を済ませ、宴会、その後二次会、就寝、早朝バスで出発という画一化された形式であった。しかも膨大な市場が予測されたため、旅館は団体旅行のオペレーションに合わせた施設を考案した。

顧客層もそれ以前の常連客を中心とした個別対応から、膨大な数の初回訪問客に変化したため、接客も顧客のスケジュール管理が重視された。大勢の「同質な顧客」に対して「同じタイミングで平等に接客する」という接遇形態である。

### 女将の役割が表舞台に

一方で「旅館の女将」に対する期

待が醸成されたのも同時期である。一九七〇年にテレビ放映された『細うで繁盛記』（よみうりテレビ制作、主演・新珠三千代）の影響で、旅館女将が接客応対を象徴するイメージが固定化された。

旅館女将への調査（二〇〇二年実施<sup>〔注8〕</sup>）によると、『細うで繁盛記』のみならず、一九八〇年代に量産されたテレビ旅行番組で女将がクローズアップされたことで、それまで縁の下の力持ち的存在だった「女将」が表舞台に出ざるを得なくなつたとの返答も多かった。

### もてなしの主役

その一方で、旅館成立時には接客の中核を担っていた女中の役割は、団体旅行の拡大以降、接客要員としての期待が二極分化しつつある。個人客に対するより個別化された丁寧な接遇と、最低限の需要を満たす均一化（平等）に徹した接遇である。顧客の期待をどちらにコントロール

するかは、旅館全体のコンセプトや、宿泊料金体系などの諸条件と連動する。例えば和倉温泉（石川県）の加賀屋では、徹底して前者の接遇にこだわることで旅館の評価を確立することに成功したといえる。

（おおくぼ あかね）

〔注1〕草津町史、熱海市史などより。

〔注2〕二〇〇四年八月に伊東温泉暖香園社長、北岡貴人氏に実施したヒアリングより。

〔注3〕神戸新聞但馬総局編『城崎物語』と、西村屋社長（当時）西村肇氏へのヒアリング（二〇〇二年十月実施、西村氏からご提供いただいた資料より）。

〔注4〕詳細は、リクルートワークス編集部編『おもてなしの源流』65ページ参照。

〔注5〕茶の湯を学ぶ者にとって基本となる七つの心得。

〔注6〕ゆふいんと玉の湯の歩み 溝口薫平が語る第三話より。

http://www.famanyu.co.jp/magazine/back/history/03\_avunt\_3.html

〔注7〕二〇〇七年八月に陶泉御所坊社長、金井啓修氏に実施したヒアリングより。

〔注8〕詳細は、前田勇編著『21世紀の観光学』223～226ページ参照。

大久保あかね（おおくぼ あかね）

常葉大学経営学部教授。名古屋出身。奈良女子大学卒業後、株式会社リクルート勤務を経て一九九八年立教大学大学院観光学研究科に入学。二〇〇三年博士号取得。研究テーマは観光文化論・宿泊産業論。日本観光研究学会等所属。

# ホテル・旅館の交流機能と文化表現の変遷と将来

高崎経済大学地域政策学部教授  
公益財団法人日本交通公社上席客員研究員

大野 正人

## ① ホテル・旅館の交流機能の変遷と将来

宿屋の多機能性の喪失と交流機能の低下

近世の宿屋は特集1でも述べたように、宿泊に居酒屋や雑貨店・問屋果ては銀行まで兼ねた多機能性を有していた。そして、そのなかの食事

の場の存在により、旅行者同士、旅行者と住民、あるいは住民同士の交流が形成されてきた。しかし、近代社会に入ると、宿泊のなから長期滞在は不動産賃貸業へ、小売業は流通業へと分離していく一方で、宿泊に最も関連性の深い料飲機能のみがさらに発展して、ブランドホテルや旅館という人々の交流を軸とする宿泊産業へと発展したのである。

しかしながら、あらゆる産業の分業化・専門化が進む現代では、この料飲機能自体も宿泊産業から切り離されつつある。米国では一九八〇年代、日本では一九九〇年代から進んだホテルの料飲部門からの撤退やアウトソーシングは、宿泊特化型・宿泊主体型ホテルと呼ばれる業態を生み、現代では「二つ屋根の下で、同じ事業者が、旅行者に宿泊と食事を提供する」という宿泊産業のビジネスモデルは「外食産業、健康リラククス産業等のさまざまなサービス業との相互補完、相互依存モデル」に変化している。この傾向はサービス業の分業化・専門化が著しい都市で顕著であるが、観光地においても、滞在型への対応として料飲機能を縮小した一泊朝食付き旅館やサービスアパートメントのような泊食分離販売の業態が求められつつある。

旅行・観光におけるさまざまな交流パターンとホテル・旅館の交流機能への影響

交流を旅行・観光という視点から見ると、A：旅行者と住民、B：旅行者同士、C：住民同士という主体による区分と、1.見知らぬ人同士が集う、2.仲間同士や構成員が集う、という相手との関係性の区分により、図1のように分類できる。そして、宿泊施設の特異性、優位性は、A：旅行者と住民の交流の場、B：旅行者同士の交流の場に表れる。それ故に、マストツーリズムの時代には米国の都市ホテルはコンベンション産業にまで発達し、また日本の団体旅館は大きな成長を遂げたのである。しかし、交流の規模が拡大し、ホテル・旅館が大規模化したことで、かつての宿屋が有していた旅人と住民、見知らぬ旅人同士のパーソナルな交流機能は低下し、現代では一人旅を受け入れる小規模なゲストハウスや民宿等に継承されているにすぎない。この背景には人々の観光旅行の主目的が、見知らぬ人々との出会いよりも仲間内での親睦とリラククスとなったことでもある。

食事の場での交流を  
仲立ちする館主・女将の  
もてなしの変化

交流の場であった料飲機能の

図1 ホテル・旅館における交流の分類軸 ～旅行者と住民、人との出会いと仲間内の親睦～

		交流相手との関係性	
		1 見知らぬ人同士が集う	2 仲間同士や構成員が集う
主体	A 旅行者と住民	A1 *広域のコンベンション、会議や大会、展示会等 *広域のスポーツイベントや同好の人々の大会等 *観光旅行者と住民との出会い、文化体験等	
	B 旅行者同士	B1 *リゾートや観光地でのコンベンション *単身旅行者の新たな出会いや情報交換 *同好者との宿での出会い・情報交換	B2 *会社や学校等の構成員の慰安旅行、報奨旅行、会議研修旅行 *友人とのグループ旅行や家族・親族の旅行
	C 住民同士	C1 *地域内でのコンベンション、展示会等 *地域内でのスポーツイベントや同好の人々の大会等	C2 *婚礼披露宴等の冠婚葬祭行事、さまざまな住民組織の会議や大会、親睦宴会 *地域内での会社や諸団体構成員による会議研修や親睦宴会

# 視座

## 特集テーマからの

変化により、その交流を仲立ちする主人役の役割も変化を迫られている。この館主・女将の役割は、かつては自身による旅人や滞在者へのもてなしが原点であったが、宿屋が商業化し、ホテル・旅館へと大型化したことで、バトラ、コンシェルジュ、仲居等々のホスピタリティ専門職へと分化・分業が進んだ。その結果、特集4でも述べたように、そのもてなしの形態も「大勢の同質な顧客に對して、同じタイミングで平等に接客する」という接遇形態に変化し、館主・女将と旅行者の二対一のもてなしは失われてきた。そして、前述の宿泊施設の料飲機能縮小の傾向は、料飲部門を内包することで「おもてなし」の仕組みを形成してきた観光地の旅館のホスピタリティの在り方にも影響を及ぼしつつある。

### ① これからのホテル・旅館の交流

「みなさん、いらつしやい」ではなく、あなた、いらつしやい」と言える別荘守でありたい」。これは由布院亀の井別荘の中谷健太郎氏の言葉（第三回温泉まちづくり研究会、二〇一三

年三月八日）である。自分の宿は旅館ではなく、人々がたびたび訪れて滞りする別荘であり、別荘守である自分の役割は多様な人々を二対一でおもてなしすることである、との主張である。このような考え方は宿屋の原点、あるいは人々が滞在する温泉地の原点を見つめ直す経営の哲学に基づくものであり、さらに、その哲学は単なる一旅館ではなく、地域全体でいかにして旅人と住民の交流の場を高めていくかという地域経営の哲学である。したがって、交流の場は必ずしも旅館内でのご馳走攻め（ちそうこうめ）の場ではなく、外湯に旅人と一緒に入ることでの温泉という場を介しての交流。果ては、映画祭や音楽会を通じての観客とアーティストの交流にまで広げられている。宿屋と地域が一体となつて、滞在してもらう、あるいはたびたび訪れてもらうために地域の魅力を高めていくこのような考え方は、観光旅行市場が成熟し、リピーターが市場の多くを占める現代ではますます重要となつている。

このような宿屋の原点に立ち返った二対一の交流は必然的に小規模宿ということになるが、では、低価格で大規模となり、料飲機能を持たなくなったホテル・旅館では、交流機能は備えられないのであろうか。この問いに對するヒントは一九八〇年代の米国のオールスイーツホテル（注1）に見ることができる。そこでは、「夕食はセルフサービスレストランや外でご自由に」という代わりに、ロビーを多目的サロンと位置付けて、無料ドリンクとオードブルを供したレセプションイベントが支配人により開かれ、旅行者がホスト、ホステスと接する場が設けられていた。このコンセプトは現代のホテルブランドにも受け継がれ、ロビーをギャザリングスペース（集いの場）とも呼んで、サロン風の設置と大テーブルや絵葉書のテイクアウトが可能なキオスク（フロントと売店）とテイクアウト食品売り場の混合）が設けられ、旅行者は飲食をテイクアウトして勝手に席に着き、仲間や他の旅行者との交流が行えるようになつている。このようなロビーラウンジを交流サロンとする位置付けは、観光地のホテル・旅館でも地域住民が行う語り部の会や女将の読み聞かせイベント、地域文化紹介イベントとして導入されており、今後の交流機能の一つの側面であろう。このような館内交流の場づくりとともに、旅館の館主・女将が果たすもう一つの役割は「旅行者と住民との交流の橋渡し」であり、それを行う場は主に、住民の生活の場である集落の街並みやそこでの

歴史文化施設、農業や地場産業等の生産生活の現場となる。これは、旅行者を案内して農家を訪問したり、古い伝統芸能を鑑賞する手助けをする、そこでの軽食とおしゃべりをセツとする、あるいは住民行きつけの居酒屋やカフェを案内する等のさまざまな地域体験ツアーであり、その過程で館主・女将は地域固有の文化を語る住民と旅行者の交流を仲介するインタープリター（通訳）としての役割を果たすこととなる。このような住民の立場でのホスピタリティが可能なのは地域に根付いている館主・女将・従業員のみであり、それ故にチェーン化されたホテル旅館では実現困難な付加価値なのである。

## ② ホテル・旅館の文化表現の変遷と将来

生活の価値観変化、観光旅行とリゾート滞在による文化表現の変遷  
一九世紀末の西欧のグランドホテル、日本の旅館は、当時のブルジョワジーの憧れのライフスタイルであった貴族の生活様式・社交文化を提供することで新たな付加価値を獲得した。しかし二〇世紀後半の成熟の時代に入ると、人々の願望は過去の貴族階級の生

活様式ではなく、おしゃれでセンスの良い生活、エコロジーや健康に配慮した生活、文化や趣味におけるこだわりなど、さまざまな価値観に基づくライフスタイルが求められるようになった。このような「上流階級の人々ではなく、センスがある人々、自然や環境に配慮した人々」と呼ばれたいという価値観は主に、団塊ジュニア世代（米国ではY世代）が先導したが、これを受けて、一九八四年に登場したニューヨークのモーガンホテル（一三三室）は、モダンで先鋭的なインテリアデザイン、健康的で伝統にとられない食文化、そしてファッション、ミュージック、アートを融合して訴求し、ホテルの文化表現に新たな潮流をもたらした。このタイプのホテルは以降、ライフスタイルホテル、ブティックホテルと呼ばれて、多くの新ブランドの追随を生み、日本の旅館にも影響を与えた。そしてホテルが衣食住を包含するライフスタイルのシヨールームとして認知されたことで、同じライフスタイル提案業を目指すファッション業界との提携（注2）も始まった。一方、観光地でもマストリゾートから個人旅行への変化の過程で、地域固有の文化を体験する価値観が高まり、地域固有の文化を現代人のセンスでアレンジし、周囲の地域

景観も取り込んだバリ島のアマンリゾートや、京都の貴族文化ではなく地域固有の農家の田園生活文化を表現する由布院の玉の湯、亀の井別荘などが高い評価を受けるようになっていった。このような人々の価値観の変化は食文化にも影響を与え、特集2でも述べたように宮廷の食文化であったフランス料理では地方の郷土食を提供するオーベルジュがもてはやされるようになり、また、ヌーベルキュイジーヌ (Nouvelle cuisine) として伝統的なコース料理のルールや食材に縛られない料理が生まれ、ホテル・旅館の食文化表現にも新しい動きをもたらした。

**文化表現の2つの軸**  
↓  
**憧れのライフスタイルと**  
**地域固有の文化の体験**

文化は人々の旅と交流を通じて伝播してきたが、その舞台となったのが食文化と住文化を表現した宿屋であった。そしてその伝播は中央の文化が地方の文化に浸透することから始まった。現代の旅館で当然のこととして設えてある床の間、数寄屋造りや書院造り、そして懐石料理はもともと宮廷のフォーマルな接遇様式であり、これが文化交流により地方に浸透したものである。しかし、その中央の文化が地域固有の文化を無視して導入され

ると、それは単なる借り物の文化ということになる。高度成長期の旅館は競って懐石料理・数寄屋造りという中央の上流階級文化を導入し、どの地域の旅館に泊まっても同じ作法、同じ設え、同じ懐石料理という均質化が進出し、地域固有の文化表現は失われていった。その見直しで現代の地域のローカルな文化を表現する動きであり、雪国生活の文化、稲作農家の集落の文化、漁師の食文化、あるいは町家（町屋）の生活文化などを発掘して表現することが旅館に求められている。しかし、単に伝統を守ることだけで地域固有の文化として付加価値を高めることができるのか。現代の都市住民の生活文化が欧米の生活文化をスタンダードとするグローバルな文化となりつつあるなかで、伝統というローカルな文化を守るだけでは新しい価値は生まれないと考えるべきである。したがって、観光地では、地域固有の文化に加えて、外の文化であるアート、音楽、都市の食生活や住生活の価値観を組み合わせ、昇華した文化表現、すなわちローカルな文化とグローバルな文化を組み合わせたグローバルな文化表現が求められるといえよう。そして、過去の貴族階級の文化を表現するホテル・旅館は、出現当時こそ「最先端の憧れ

のライフスタイル（注3）」であったものが、現代ではむしろ「知的刺激としての珍しい観光体験、異文化体験」の場、すなわち、クラシックなホテル・旅館としての位置付けに変化しているのである。

以上のように、ホテル・旅館が表現する文化の付加価値には、「憧れのライフスタイルの価値」と「異文化体験の価値」という2つの軸があり、前者は、立地に汎用性はあるが時代とともに変化する流行の文化、後者は地域固有の伝統として、立地に汎用性はないが時代の影響を受けない不易の文化であるといえよう。

（おのおの まさひと）

（注1）全室スイートルームで客室水準は四ツ星ホテル以上だが、料飲機能はクラブラウンジと称する多目的空間でのセミセルフサービスとし、宴会場を持たない中規模・宿泊主体型ホテルの総称。

（注2）二〇〇一年にブルガリはマリオットとともにブルガリホテル&リゾーツを設立し、ミラノ（二〇〇四年）、パリ島（二〇〇六年）にオープン。また、ベルサーチは一九九九年にゴールドコーストでパラッツォベルサーチを開業。

（注3）現代では伝統的旅館として表現されている数寄屋造りは、室町時代に婆娑羅大名と呼ばれた佐々木道譽が始めたといわれる。婆娑羅とは、派手で見栄を切る人、伝統を破る人を表す当時の流行語であり、数寄屋は当時の最先端のモダンファッションであった。



図2 Aグループの観光地とCグループの観光地の推移 (イメージ) JTB宿泊白書等のデータをもとに筆者作成

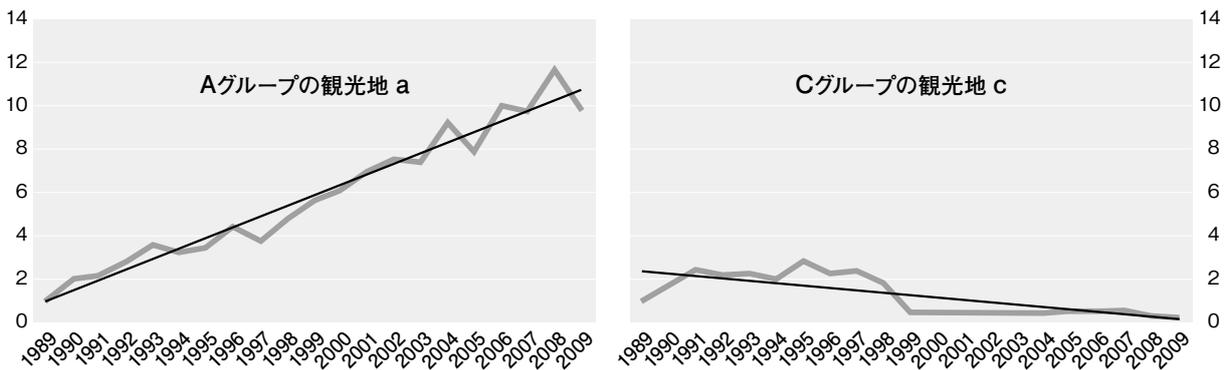


表1 グループ分けの結果

	Aグループ	Bグループ	Cグループ
地域数	22	68	55
地域数シェア	15.2%	46.9%	37.9%
送客数 (千人/1997年)	2,686	8,094	6,237
送客数 (千人/2009年)	3,997	7,628	3,590
送客シェア (1997年)	15.8%	47.6%	36.7%
送客シェア (2009年)	26.3%	50.1%	23.6%

出典: Akane KAKISHIMA, Yuichi YAMADA: A study about destination rejuvenation (2012), TTRA 2012 Annual Conference

観光地について、各観光地の延べ人泊数を被説明変数、時間（一九九七（二〇〇九年）を説明変数として回帰分析を行った（図2）。

この結果、回帰係数aの値が正の場合（直線が右上がりの場合）は延べ人泊数が増加傾向、負の場合（直線が右下がりの場合）は減少傾向として、各観光地の中長期的な傾向を把握した。また、aの値の大小は直線の傾きの大きさを示すことから、延べ人泊数の増減の度合い（大幅なのか、緩やかなのか）も併せて把握した。

これらを踏まえ、中長期的に延べ人泊数が増加傾向にあるグループを「Aグループ」、減少傾向にあるグループを「Cグループ」として分類した。なお、曲線的な変化をしており増減の度合いを把握することが難しいBグループについては、今回の分析の対象外とした（表1）。

### 観光地と市場の関係における「好調」な観光地と「低調」な観光地の差

表1の結果から、中長期的に延べ人泊数が増加している「好調」な観光地（Aグループ）は全体の二五％程度であることが分かった。こうした「好調」な観光地と「低調」な観光地（Cグループ）に分かれてしまった理由には、さまざまな要因が複合的に関係し合っていると考えられる。

観光地ライフサイクル研究においては、停滞期から回生するためには観光地としての新たな魅力発掘や価値創造を継続的に行うことや、一つのマーケットセグメントではなく、

異なるマーケットセグメントをターゲットにすることが重要であるという結果が確認されている。これらの主張の共通点は、単独のライフサイクルではなく、複数のライフサイクルを継続的に生み出すことによって、中長期的に「好調」な観光地になり得るという点である。以上を踏まえ、「国内旅行市場の縮小」という観光地にとつての危機的状況（停滞期）において、回生できた観光地は、ある時点で何らかの策を講じて、従前とは異なるライフサイクルを生み出すことに成功し、中長期的に「好調」な観光地となったのではないかと仮定し、観光地と市場の関係において三つの観点から検証した（表2）。

- (1) 観光地は市場全体のトレンドに対応した方がよいのか？  
対応しない方がよいのか？

観光地が市場全体のトレンドに対応していくべきなのか、または、市場のトレンドとは関係なく、独自の取り組みをすべきなのかという観点から検証を行った。例えば、観光地が市場全体のトレンドに対応する場

表2 分析結果

	グループ	地域数	平均	標準偏差	標準誤差
β値 (1997～2009)	A	22	1.524	1.32493	0.28248
	C	55	0.4996	0.71804	0.09682
観光客数 (1997)	A	22	122.07	160.928	34.310
	C	55	113.39	61.366	8.275
団体客割合の変化 (1997～2009)	A	14	-0.004	0.0221	0.0059
	C	27	-0.011	0.0067	0.0013

出典：Akane KAKISHIMA, Yuichi YAMADA: A study about destination rejuvenation (2012), TTRA 2012 Annual Conference

合、旅行する人が増加すると観光地も多く、観光客を受け入れることができるが、旅行する人が減少した場合は観光地を訪れる観光客も減少するため、観光地として影響を受けやすくなる。しかし、市場全体のトレンドに対応せず観光地が独自の取り組みを進められれば、こうした影響を受けにくいものと考えられる。そこで、中長期的に「好調」な観光地は市場全体のトレンドにどのよう

に対応しているかについて検証した。なお、検証に際しては、市場全体の変化に対する個別の観光地の運動度を表す指標であるβ値(まご)を用いた。その結果、AグループとCグループのβ値の平均に有意な差が見られ、AグループとCグループを分ける一つの要因であることが確認された。

(2)一九九七年時点の観光客数が少ない方がいいのか？  
多い方がいいのか？

一九九七年時点の観光客数が多い観光地の方がプロモーションコストを投入しやすい一方で、観光客数が少なければ、地域独自の魅力を差別化しやすいものと考えられる。以上のことから、観光客数に着目した結果、AグループとCグループの九七年時点の観光客数平均に有意な差は見られず、AグループとCグループを分ける要因ではないことが確認された。

(3)団体客を確保した方がよいのか？  
個人客に移行した方がよいのか？  
今回の調査対象となる期間(一九七〇～一九九九年)においては団体

型中心から個人型中心へ旅行形態が移行した時期であることを考慮し、団体客と個人客の割合に着目した。観光地が時代の流れに沿って、団体客から個人客にマーケットセグメントを移行していくのか、引き続き団体客を確保した方がよいのか、という観点から検証を行った結果、AグループとCグループに団体客の推移の平均に有意な差は見られず、AグループとCグループを分ける要因ではないことが確認された。

## 考察

観光地は市場全体の旅行者数に常に注目し、それに対応していくことが中長期的に好調に推移する要因の一つであることが確認された。

この結果から、旅行者数が増加した場合に観光地も積極的に観光客を取り込み、減少した場合は、たくさん観光客を受け入れることに注力するのではなく、観光地の受け入れ容量に見合った観光客数を着実に受け入れていくことが重要である。これと並行して、観光地は複数のライ

フサイクルを生み出すことを心がけることも重要であると考えられる。

観光地と市場との関係においては、地域資源を活かした根本的な魅力を変えることなく、マーケットセグメントごとに分かりやすい「見せ方」や「伝え方」を検討し、短期間でメインターゲットとするマーケットセグメントを入れ替えることや、同時に複数のマーケットセグメントをメインに据え、多面的にマーケティングしていくことが重要であると考えられる。

なお、本研究は、(株)ジェイティービーの送客データをもとに分析を行ったため、人気観光地に送客が集中している可能性は排除し切れない。より普遍的なデータでの分析が今後の課題となる。

(かきしま あかね)

(注1) JTBが契約する宿泊施設への宿泊券販売データをもとに観光地単位で集計されており、毎年、延べ宿泊数で二千万人程度の規模で実施されている調査。

(注2) マーケット全体の動き(トレンド)に各観光地が対応した方がいいのか、マーケットの動きに対して独立した対応をした方がいいのかを検証するための指標。例えばβ<sub>1</sub>・マーケット全体の動きと同じであり、β<sub>1</sub>・1・マーケット全体が10%増加する(減少する)と、観光地は2%増加する(減少する)ことになる。

# 財団活動のいま……

## 公益財団法人日本交通公社「'22ビジョン」について

当財団では、二〇二二年（平成二十四年）四月の「公益財団法人」への移行を機に、役員全員参画のもと、十年後の組織の姿を見据え、その実現を目指す長期計画「'22ビジョン」を取りまとめました。

### ● 創発的進化への決意

「研究員相互の連携・協力による創造性のさらなる発揮への挑戦」

当財団は一九六三年（昭和三十八年）十二月に調査研究専門機関となり、観光・旅行の健全な発展を目指した観光文化振興のためのさまざまな活動、調査、研修を行ってきました。「公益財団法人」への移行後も、社会的に意義のある調査研究事業を積極的に進め、旅行・観光を通じ

た人々の豊かな生活の実現と魅力的な観光地域づくりに、将来にわたって貢献していく所存です。

本ビジョン期間（二〇三〇～二〇三五年）を、研究員のさらなる専門性向上と、研究員相互の強固な連携・協力により創造的な成果を生み出すことができる組織への進化期間（創発的進化期間）と捉え、目標を共有し、切磋琢磨して能力向上に努め、当財団を取り巻く諸課題の解決と観光文化の振興に向けて、果敢に挑戦していきます。

### ● 当財団の経営理念および行動指針

新たな法人として出発するにあたり、経営理念および行動指針を策定しました。

### ● 「'22ビジョン」における当財団の目指すべき姿および基本方針

十年後の目指すべき姿およびそれを達成するための基本方針を定めました。

### ● 十年後の当財団の姿

#### 研究員

研究員には、「観光分野の学術領域における研究能力と、観光政策への具体的な提言や観光現象の諸課題を解決する実践力を持ち合わせた専門家」となることが期待されます。

そのためにも、本ビジョン期間において、自主事業への主体的な取り組みおよびそれをもとにした論文等の執筆・発表を積極的に行うとともに、受託事業への取り組み等を通じて国や地域に貢献していきます。また、調査研究活動で得られた知見や成果を広く社会に発信していきます。

#### 組織

当財団は、「旅行・観光分野における実践的な学術研究機関」として社会的に認知され活動する組織となることを目指します。

そのためにも、本ビジョン期間中、調査研究活動に積極的に取り組むとともに、低金利状態の継続が想定される厳しい経済情勢のなか、柔軟な財産運用や経費削減等による安定的な組織運営に努めます。

（企画課長 牧野博明）

## 公益財団法人日本交通公社 経営理念・行動指針および「'22ビジョン」

### 経営理念

私たちは、「観光文化の振興」を担う公益財団法人として、調査研究事業を進めることにより、観光を通じた豊かな社会の実現に貢献します。

### 行動指針

#### 1. 公益性の発揮

私たちは、社会的に意義のある調査研究事業を積極的に進めることにより、広く社会的に認知され、信頼され、真に必要とされるような組織を築きます。

#### 2. 専門性の発揮

私たちは、旅行・観光の調査研究分野の専門家として、観光の複雑化、多様化が進む状況において「観光の本質」を常に自問しつつ、ひとつひとつの事象に丁寧に向き合い、課題を解決します。

#### 3. 組織力の発揮

私たちは、互いの専門性を尊重し、多様な価値を認め合いながら、研究領域、研究方法、ネットワークなどの拡充に取り組み、社会環境の変化にも敏感に対応しうる専門家が集う創発的な研究組織を構築します。

### '22ビジョン

旅行・観光分野における実践的な学術研究機関として、社会的信頼感と高い競争力を備え、国や地域の諸課題に対する解決力を発揮できる組織となる。

### 基本方針

1. 観光分野を代表する研究機関として、積極的な政策提言を行う。
2. 観光文化の振興に資する具体的な成功事例を創出し、地域の活性化に寄与する。
3. 「旅の図書館」が実践的な学術研究機関の一組織として、効果的に機能する。
4. 職員一人ひとりが自立して協働する。
5. 公益財団法人としての安定的な運営を行う。

## LCCのインパクトに関する研究

当部では二〇一〇年度からLCC（ローコストキャリア）が旅行市場等に与える影響に関する研究に取り組んでいます。当初の研究は、海外のLCCの日本乗り入れ構想が続々と発表されていたことを背景に始まりました。そして研究の視点は、長らく低迷が続いてきた日本人の海外旅行市場に対し国際線LCCの就航がどのようなインパクトを与え得るか、というところに置かれていたのです。具体的には、当時既に日本とオーストラリアの間に就航していたジェットスターの影響について日豪双方の旅客データ等から分析するとともに、LCCや旅行会社へのヒアリングおよびLCCユーザーへのインタビュー調査などを進め、二〇一二年二月に中間報告書を当財団ホームページで発表しましたが、翌月に東日本大震災が発生。これを受け、二〇一〇年度の研究については最終報告まで至らずに終了することになりました。

ところが、その後もLCCに対するマーケットの注目度は国内線へのLCC参入が現実のものとなったことなどから一層高まり、こうしたなかで、二〇一二年年度、改めて研究を進めることとなったのです。二〇一二年年度の研究においても、まずはLCCが旅行市場に与える影響度が重要な研究課題となりました。二〇一〇年度の研究では、先行事例のレビューから学ぶことが少なくなかったため、二〇一二年年度の研究では、海外で書かれたLCCの影響に関する学術論文などの文献調査を精力的に行うとともに、オンラインでの旅客統計等の公開が進んでいるイギリスとオーストラリアについてLCC参入以降の市場動向を分析、これらの結果を踏まえて、二〇一二年七月に東京と大阪で専門家などを招いたパネルディスカッションを実施しました。このような調査と議論を通じて、LCCのインパクトは市場の特性によ

って異なる一方、ある程度の共通性が認められ、今後日本で起こり得る変化についても一定の類推ができることが分かってきました。

研究はここから大きく方向転換します。LCCのインパクトを議論すればするほど、マーケットへの影響だけでなく、それが最終的に地域（デステイネーション）とWIN-WIN

の関係を築くことができるか、という点が重要な課題としてクローズアップされてきたためです。この課題については、解決策そのものの提示は困難ながら、LCCそのものが多様化してきている（「LCCのハイブリッド化」ともいわれる）ことが、将来的な解決の糸口となる可能性があると、本研究では考えています。本研究は二〇一二年年度のプロジェクトであり、



当財団主催の「海外旅行動向シンポジウム」(2012年7月 東京)で行われたディスカッション風景

本稿を執筆している三月は研究の最終月です。現在、この最後の課題に取り組みため「ハイブリッド」型のLCCについて調べ、中国、韓国などに向いてLCC会社ヒアリングなどなどの詰めを行っているところですが、本誌が発行される四月には研究が終了し、報告書が公開されていることでしょうか。

(岡田美奈子)



連載 I  
あの町この町  
第53回

## 水界のほとり——三重県桑名市

ドイツ文学者・エッセイスト

池内 紀  
(イラスト＝著者)

JR桑名駅のやや北寄りを起点にして、八間通りがまっすぐ揖斐川の河口に向かつてのびている。名前のとおり広い道路で、歩道もゆつたりとつてある。マンホールにマンガチックな蛤はまぐりが刻んであった。帆を張った船をレリーフにしたタイルもある。東海道の宿駅桑名は「七里の渡」の船着場として栄えた。名物が焼蛤。

十返舎一九の『東海道中膝栗毛』では第五編の冒頭に出てくる。弥次郎兵衛・喜多八の道化コンビは第四編のしめくりで、熱田神宮のお膝元、宮の宿でひと騒動をしかしたあと、渡し舟で桑名に着いた。五編目は東海道を中断して伊勢参宮寄り道の顛末である。さすがに出だしは悪ふざけをつつしんだようで、当時の浮世絵の第一人者、歌川豊国の絵が始まり。蛤に松が配してある。貝合わせに使われる蛤は松と同じく縁起物である上に、桑名名物の焼蛤は松かさで焼いたからだ。一九の賛がついていて、「名物をあがりなされとたび人にくちをあかするはまぐりの茶屋」。

第五編の刊行は文化三年（一八〇六）のこと。一九は先立って取材にきて、二週間あまりかけて伊勢路を歩いた。桑名にはもう一つ絵がついている。「御やすみ所」の看板をかかげた茶屋の前で、女が破れうちわで煽きながら蛤を焼いている。わざわざうちわで煽ぐのは、匂いで旅人を誘いこむ算段らしい。こちらの賛は「はまぐりの茶屋は同者を松かさ

にいぶせく世話をやく女ども」。

二〇〇年あまり前の風景は、むろん夢まぼろし。通りは広く、空も広く、車が疾駆するだけで人がかげがほとんどない。近年だけでも桑名は二度、大きな災害を受けた。昭和二十年（一九四五）、終戦まぎわの大空襲で市街地の大半が焼けた。戦後の復興が軌道にのった矢先、昭和三十四年（一九五九）九月の伊勢湾台風で河口部が壊滅した。

八間通りから北側の参宮町へ入ったところで、四層の基台をもつ立派な常夜燈と行き合った。前の太い石柱に雄渾な文字が刻まれている。

右 みのだ度みち

左 すてん志ようみち

たしかに道が左右に分かれており、一方は北の旧多度町（現・桑名市多度町）へとつづく美濃街道だ。その多度大社は伊勢参りの人が必ず訪れるところとして知られていた。だから「みのだ度みち」はわかるが、左の「すてん志ようみち」とは何だろう。ステーションを昔の人は「すてんしょう」と言ったから、駅を指示したのだから、建立の年号は明治以前である。何かの理由で道標の差し替えがあつて、一方の刻み文字が変わつたのだろうか？

すぐ南の道路わきに石組みの井戸が残されている。北桑名総社の入口にあたり、キヨメの水場だったようだ。「持統天皇御舊跡」の碑が示す

とおり、由緒をたどると七世紀の昔にさかのぼる。河口の町は古くから人と物の行き来があった。

二度の大災害で過去がすっかり失せた町と思いきや、とんだ早合点である。旧来の生活道には、しっかりと歴史の証人が根を張っている。和菓子屋さんの横手の戸口に、まっ白な紙がペタリと貼ってあった。

「宅急便 無 です」

店に来て、その日のできたてを、その日に食べるお客さまだけで十分、それ以上の商売はしない。「無」の一字が無言のうちに商いのモラルを告げていた。

通りの向こうが北寺町の海蔵寺。ここにも立派な石柱があつて、「寶曆治水薩摩義士之墓」。墓地の二画に二十四基がコの字型に並んでいる。すべて割腹した武士たちである。

歴史書には「宝曆治水事件」として出てくる。宝曆三年（一七五三）、幕府は薩摩藩に木曾・長良・揖斐川の治水工事を命じた。木曾山脈に発する三つの川は濃尾平野を貫流して伊勢湾に注いでいる。下流部は土砂が積もって河床が高く、しばしば大洪水をおこした。当時の官僚用語では「御手伝普請」といったが「手伝」とはいえ、工事の人も費用もすべて下命を受けた藩が受けもつ。薩摩藩は家老平田鞆負以下九百五十名の藩士を送って工事にあたった。現在の地図には「油島千本松締切堤」としてあるが、油島から堤を築いて揖斐川と長良川を分離させる。

川は道路工事とちがいで、工事中通行止めというわけにいかない。水はたえまなく流れてくる。とくに油島南端は三つの川がぶつかるところで工事は難渋した。鋤、鍬、モッコだけで川の流れを変えようというのだ。工事費は四十万両にのぼり、財政難の薩摩藩には大きな負担になった。国元の藩主や家老たち、お目付役の幕吏、どちらからも無理難題をいわれ、抗議の自殺者があいついで、最終的には五十一名にのぼった。さらに水にのまれたり病死した者三十三名。

即如傳代居士 (茂木源助)	宝曆四年	六月 十七日
實田法允居士 (濱島喜左衛門)	宝曆四年	八月 二十七日
實傳要貞居士 (永吉惣兵衛)	宝曆四年	四月 十四日
桂林智昌居士 (崎元才右衛門)	宝曆四年	九月 十六日
月庭慧天居士 (藤崎伊右衛門)	宝曆四年	七月 八日
本室智空居士 (川上右衛門)	宝曆四年	十月 十九日
高元院殿 節本了操大居士 (平田初貞)	宝曆五年	五月 二十五日 割腹
大連玄道居士 (家村源左衛門)	宝曆四年	十月 二十四日
青岳徹齋居士 (伴間長助)	宝曆四年	十月 二十四日
功岩良露居士 (野村八郎右衛門)	宝曆四年	八月 十四日
本室要源居士 (四本平兵衛)	宝曆四年	十月 七日
悦岩共折居士 (山元八兵衛)	宝曆四年	十一月 二十一日
高雲青峰居士 (水山孫市)	宝曆四年	八月 二十九日

海蔵寺 墓碑案内板(一部)

墓所の入口の案内板に戒名、氏名、没日がしるしてある。宝曆四年の工事の始まりから、四月の二名を皮きりに、六月二名、七月二名、八月八名、九月二名、十月四名……。すべて没日の下に「割腹」の二字が添えられている。最後が宝曆五年五月二十五日平田鞆負で、歯をくいしばって部下の死を見送ったのち、幕吏の立ち会いで工事成検分をすませるから切腹した。戒名は高元院殿節本了操大居士。節操きよらかな、高い識見の人だったのではなからうか。ほかの戒名も堅心元固居士、高雲青峰居士、提岩智全居士……。節を曲げず、責任感の強い人ほど、幕府と藩の勝手な言い分に苦しんだにちがいない。

油島は岐阜県海津市にあつて、美濃である。どうして二十四名が北勢・



六華苑洋館

桑名の寺に葬られたのか。複雑な政治事情から割腹者の遺骨の行き場がないのを見てとって、海蔵寺の和尚が申し出て引き取ったのだろうか。

そのまま川をめざしていくと水路ぎわに出た。住吉入江といって、揖斐川の水を市中に引きこみ、水運にあてていたのだろう。水の帯が九〇度曲がったところから古風な赤レンガ塀が始まり、これにそっていくと豪壮な大門の前に出た。以前どこかで江戸時代の「十萬石以上の石高の大名屋敷門」というのを見たことがあるが、それとそっくり。最盛期の桑名藩は十一萬石だったというから、てっきり旧藩主の屋敷跡と想像したが、ただ造作が新しいし、門構えはあきらかに市民風のつくりなのだ。

諸戸家といって、山林王といわれた桑名の実業家の屋敷である。黒い

ナマコ塀の上から太い見越しの松がのぞいている。赤レンガ造りの大きな蔵が三連式につらなり、さらにうっそうとした屋敷林。これは初代諸戸清六邸で、裏手に二代目の邸宅と庭がひろがる。こちらは「六華苑」といって、市の管理のもとに一般公開されている。なにげなく門を入って目を丸くした。イギリスの建築家で、明治政府の招請で来日、鹿鳴館ニコライ堂、三菱二号館などを建て、辰野金吾ら代表的な日本人建築家を育てたジョサイア・コンドル設計の美しい建物があるではないか。

二階建て洋館自体はイギリス中流ブルジョワの家といった感じで、淡いセリアンブルーの壁と、玄関、窓、ベランダ、サンルームの白で統一されていて清々しい。これに寄りそい四階建ての塔屋がついているのが珍しい。丸い壁面に曲面ガラスがはめこまれ、まるで巨大な望遠鏡を立てたぐあいだ。実際、塔にのぼると大きなレンズをあてたように、長良川、揖斐川の広大な水域が眼下に望めたのだろう。

内部が展示室を兼ねていて、初代・二代の諸戸家のことを知ることができる。建物以上に興味深いのだが、初代清六は十八歳で借金まみれの米屋を継ぎ、「生来の商才と際立った努力」で巨額の借財を三年で完済。その後、つぎつぎに事業をひろげ、明治二十一年（一八八八）には所有する土地の評価額で、有名な秋田の本間家を抜いて日本一になった。略年譜を見ながら首をひねった。しがない家業を継いでから、わずか二十年あまりで、どうして日本一の金満家になることができたのだろう。はたして商才と努力だけで、そんな離れワザができるものか？ 大いなる飛躍の鍵は、説明文のなかの次のくんだり、「明治維新という時代の変化を乗り越え、県令や政府高官の知遇を得て」にあるようだ。

「時間は金也」

初代の筆跡が残されている。説明には、初代清六が時間をムダにするのを嫌い、食事のときのおかわりの時間を省くため一度に二杯分をよそったとか、人力車は飛び乗ると同時に走り出さないと機嫌が悪かったと

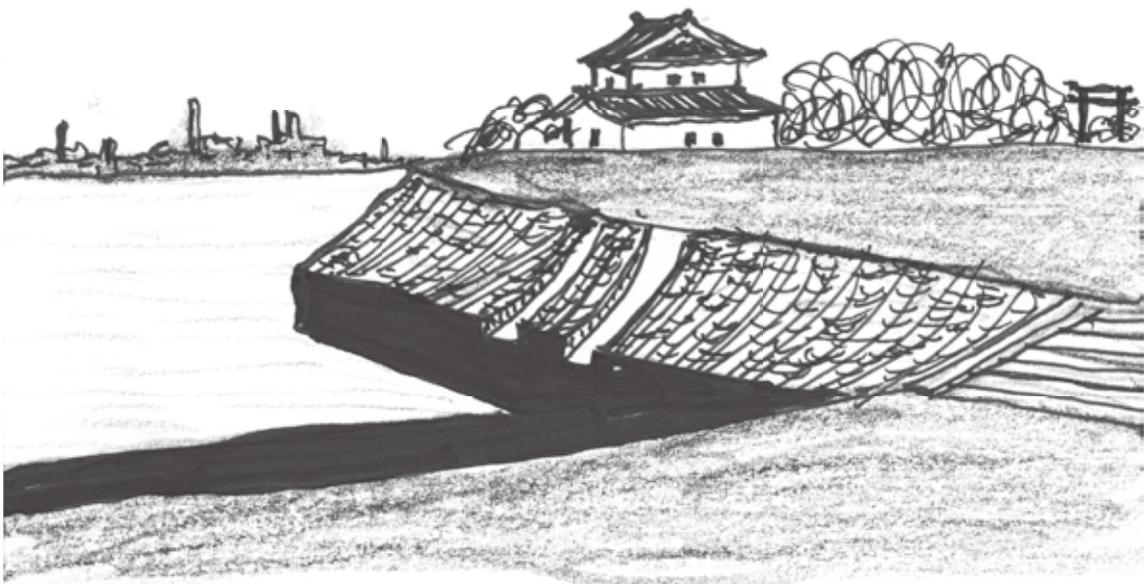
か述べてあるが、おそらくそんなタイム・イズ・マナーではないだろう。しかるべき筋から、いち早く情報を得て、着々と手を打っていく。時間に先んじる者が金銭を手にするこの処世術を含んでいると思われる。私のごく身近にいるが、おかわりの手間や車のモタつきにイラ立つような人は、まずもって金袋と縁がないものである。

すぐ前方が揖斐川で、水の神さま住吉神社がまつられている。水路の向こうが七里の渡跡。東海道唯一の海路は七里（約二十八キロ）あることから、この名がついた。東から来ると桑名は伊勢国の入口であつて、天明年間（一七八一〜八九）に伊勢神宮の一の鳥居が建てられた。記録によると、船着場の西側に舟番所、高札場、脇本陣、本陣があり、南側に舟会所、人馬間屋などが設けられていた。東海道、また伊勢街道は、もともと人馬の往きかう幹道であつて、その二つが合わさる桑名の宿の賑わいと華やきがしのばれる。

現在は絶壁のようなコンクリートの堤防がとり巻いている。料理旅館も海からへだてられて、こころなしかわびしげだ。昭和三十四年の伊勢湾台風は死者・行方不明五千余名を数え、東日本大震災までは戦後最大の大災害だつた。「想定外」の高潮と水害にみまわれて以来、尾張から伊勢にかけての海岸部には、いっせいに万里の長城のような堤防が築かれた。コンクリートの壁の向こう、長良川と合わさる揖斐川の川幅と水量ときたら、あきれれるばかりだ。さらに細い帯状の長島をはさみ大河木曾川が下っていく。満々と水をたたえた水界は海とまちがえるほど広大で、その存在そのものが鬱然とした自然のエネルギーを伝えてくる。

水の威力に全身が怯えていたのかもしれない。城の内堀にあたる水路沿いの旧色街に来て、一気になごんだぐあいだ。「歌行燈」といった泉鏡花の小説にちなむ風雅な看板も見える。小説に出てくる料亭船津屋は今も健在で、おつとめの人らしい品のいい和服の人が小路へ入っていく。

元松平家の城下町だつたころの桑名は、もの静かな町だつたのだろう。



七里の渡跡

明治末年に訪れた北原白秋は『邪宗門』に収めた詩「桑名」で、「零落の戸」を下ろした廃市のような町並みを語っている。

「参宮の衆にかあらむ、旅びとの

ふたりみたり  
二人三人はささきのほどひそかに過ぎぬ。

貸旅籠札のみ白き壁つづき

ほとほと遠く、物ごゑの夜風に消えて

……」

町並みのつきるあたりの老舗の戸が少し開いていて、明かりが洩れていたそう。通りすがりにチラリとのぞいたらしい。「行燈のかげに清き女の童物縫ふ」姿が目をかすめた。

詩人のロマン趣味が見つけた桑名である。おりしも同じ町で諸戸家の猛烈な蓄財がピークに達していた。二代目がコンドル設計の建物に着手したのも、このころである。初代は低地桑名の水の悪さに上水道建設を思い立ち、独力で水道施設を完成、町内五十カ所に給水栓を設け、無料で水を供給した。ただの金満家ではなく、「富者の義務」を知る近代の産業人だった。

八間通りに出る手前で道が分かれ、旧東海道は一路南下していく。美濃街道は西へ向かい、「右 みの多度みち」の道標に至るわけだ。

桑名市は戦後の復興にあたり、八間通りと平行して中央通りをつくり、東西の二本軸に南北の国道、県道を交差させて町づくりをした。中央の四辺形をかこむかたちで市役所、郵便局、体育館、市民会館ホール、中央公民館、ショッピングストア、銀行などがかたまっている。市民生活には、きわめて効率のいい配置である。

「桑名の近代建築物をめぐるスタンプラリー」

観光案内所でいただいたスタンプ台紙兼観光チラシには、コンドル設計の六華苑洋館のほか、洋式・和式とりまぜて明治・大正・昭和初期の建物が示してある。空襲と台風を生きのびた強者たちだ。そのまん中の

ヘソのような位置が寺町通り商店街。関西ではよく真宗の別院が巨大な堂を並べているが、桑名別院もその一つで、おのずと門前町ができた。三八市といつて、三と八のつく日は朝市が立ち、地元の産物が並べられる。寺と門前町の習わしにコマージュリズムを結びつけ、早くに地産地消を実践してきた。それもあつてかアーケードの寺町通りはシャッター街にならずに頑張っている。

「老舗が守る相伝の味」、これは和菓子。「桑名のみなさまのかかりつけ」、これは薬局。「おいしい交差点」、これはレストラン。「学芸向上・商売繁昌・縁結び・交通安全」、これは浄土宗のお寺。「ビジネスからファミリーまで」、これはホテル。多少欲ばりすぎもまじっているが、キャッチフレーズ一つにも苦心のあとが見てとれる。

一日がかりで町を一巡して、物産観光案内所にもどってきた。JR駅舎と渡り廊下で直結するかたちで、朝は改札を出たとたん、イッパイ飲み屋のある飲食街に入ったぐあい。ヘンなくあいだだったが、夕刻になると同じところがピツタリ駅前合っている感じである。

「やきはまぐりはいかがでした？」

案内所の女性に問われて、少し困った。せつかく名物の町に来たのに、残念ながらこちらは生来、貝類は大の苦手ときている。

「中原中也も焼蛤を食べに来たんですよ」

そういえば駅舎のかたわらに桑名をうたった中也の詩碑があった。ほんの十メートルばかり渡り廊下をもとると、赤提灯がぶら下がっていて、すでにでき上がりきみのおじさんがすわっていた。もとより蛤がメニューにある。

「その手は桑名の焼蛤」

なぜか急に古い言いまわしが頭をかすめた。調子のいい名コピーとともに水界の小さな生き物が、名物となつて全国へひろまった。

(いけうち おさむ)



連載Ⅱ  
ホスピタリティーの  
手触り74

# ベッドの悦楽、畳の美学

旅行作家

山口 由美

## ホスピタリティー産業で新たな融合のステージへ

旅に何を持って行くかは、旅のスタイルや、旅人の信条ばかりでなく、旅の背景となる時代を鮮明に映し出すことがある。

一八七八年（明治十一年）、まだ「江戸」と呼ばれていた東京から東北さらに北海道を目指して旅立った英国の女性旅行家、イザベラ・バードが『日本輿地紀行（Unbeaten Tracks in Japan）』に記した旅支度には、興味深いものがいくつか登場する。なかでも目を引くのがこの記述だ。

そして最後に最も大切な寝台。これは軽い柱をつけたキャンパス台で二分間で組み立てることができる

なんと、折り畳み式の寝台を持って旅していたのだ。これは、彼女がことさらに神経質だったからではなく、当時の西洋人の、西洋式の宿が望めない地域の旅行では標準的な装備だった。それでも、食料は現地調達を基本とした彼女の旅支度は、同時代のほかの旅人に比べれば、ずいぶんと身軽なものといえた。それでも、これだけは欠かせないという必需品が寝台、すなわちベッドだったのだ。

いつだったか、旅行かばんのブランドとして有名なレイ・ヴィトンの

ビンテージ商品の一覧の中に、折り畳み式ベッドというのがあって驚いた記憶がある。かつて異文化の土地に旅立つ時、西洋人は、何はさておきベッドを持参したのである。

裏を返せば、西洋人を相手にした宿、すなわちホテルにおいて、何よりも必要なものはベッドだったことになる。

イザベラ・バードは北に向かう旅の途中、日光で一軒の家に滞在した。その美しい竹<sup>たけ</sup>まいを彼女が絶賛した屋敷の主は、東照宮で雅楽の奏者をしてきた金谷善一郎という、サムライであった。

近ごろ彼は、収入を補うために、これらの美しい部屋を紹介状持参の外国人に貸している。彼は外国人の好みに応じたいと思うが、趣味が良いから、自分の美しい家をヨーロッパ風に変えようとは思わない

『日本輿地紀行』に「金谷家」と記されたこの家が、日光金谷ホテルの前身、金谷カッタージインであった。

金谷カッタージインの創業、すなわち善一郎が外国人に部屋を貸し始めたのは一八七三年（明治六年）である。その年をもって、しばしば金谷ホテルを日本最古のホテルと呼ぶことがある。

だが、ベッドがあることをホテルの条件とするならば、イザベラが部

屋の美しさを絶賛しながらも、これだけは譲れないと折り畳み式ベッドを上げたのであろう金谷家は、やはりホテルではなかったことになる。

そうした歴史を考えると、一九三〇年（昭和五年）開業の甲子園ホテルに登場した畳のある和洋室は、いかに画期的な発想だったかが分かる。甲子園ホテルとは、わずか十四年で短い歴史を閉じ、今は武庫川女子大学のキャンパスとして保存されている伝説のホテルである。

アイデアを思いついたのは、開業時の総支配人、林愛作であった。帝国ホテルの中興の祖として辣腕を振るった林は、旧ライト館の設計者、フランク・ロイド・ライトを招聘した人物でもあった。甲子園ホテルは、ライトの弟子として帝国ホテルに関わった建築家、遠藤新と組んだプロ



「豊年虫」8客室のうちの1つ「蘭」

(写真提供：  
信州戸倉上山田温泉 笹屋ホテル)

ジェクトだった。

林は、甲子園ホテルを「日本人による、日本人のためのホテル」と位置づけたという。そのコンセプトの表れが、洋室のリビングに畳敷きの和室を組み合わせた和洋室だったのだ。昭和初期、都市部のモダンな住宅には、洋室の客間やリビングが設けられるようになったが、プライベートな寝室などは畳の和室というのが一般的だった。林は、そうした時のアップミドルの日本人が居心地よく過ごせるホテルを目指したのである。

この部屋は評判を呼び、信州戸倉上山田温泉の笹屋ホテルという旅館が、遠藤新に新館の設計を依頼した。現在も、「豊年虫」という名称の登録有形文化財として現役で使われているこの部屋が、後に日本の近代旅館における客室のひな型になったといわれている。畳の座敷に板の間のリビングを組み合わせた部屋は、私たちが日本各地で当たり前に目にする、典型的な旅館のスタイルである。だが、江戸時代にこんな部屋はなかったわけで、これは林と遠藤による革新だったのだ。

かつて西洋人は、生活の基本としてベッドにこだわり、一方、日本人は畳にくつろぎを感じてきた。しかし、ライフスタイルが欧米化した今、日本人もベッドのほうが楽になり、一方、日本文化に対する興味と理解が成熟した外国人は、むしろ、畳の部屋に寝ることにエキゾチシズムを感じている。時の流れとは不思議なものである。

そして、旅館における和と洋のコラボレーションは、今、むしろリビングを和室とし、寝室をベッドにするのが主流となっている。日本文化を演出する客室に畳の美学は不可欠だが、寝室はベッドのほうが快適ということなのだと思う。かつてホテルと旅館に一線を引くものであったベッドと畳は、日本のホスピタリティー産業で、新たな融合のステージに入ろうとしている。

(やまべち ゆみ)



### 新着図書紹介



四六判 240ページ  
定価 2,100円  
学芸出版社

「日本でも最も美しい村連合」という組織があるのをご存じだろうか。二〇〇五年十月にスタートした同連合は、小さくても素晴らしい地域資源を持つ村の存続や美しい景観の保護など、失ったら二度と取り戻せない農山村の景観・文化を守る活動を行っている。イタリアでは二〇〇一年に「イタリアの最も美しい村協会」が発足し、グリーンツーリズムを中心に多くの旅行者を集めてきた。本書『なぜイタリアの村は美しく元気なのか』市民のスロー志向に応えた農村の選択』（宗田好史著、学芸出版社）では、こうした田園観光振興のベースとなっているイタリアの村について、アグリツーリスト協会の誕生や地方都市におけるスローシティ運動、欧州連合（EU）による農業政策の転換など、「美しく元気な村」を支えているさまざまな事象を歴史とともに詳細に紹介している。農村と農業が大きな転換期を迎えている今、本書を通じて「日本の美しい村」の未来を思い描くこともできるに違いない。



四六判 236ページ  
定価 1,600円  
青弓社ライブラリー

寺山修司はかつて「日本の近代が路地をほとんど無用化し封鎖してしまい、道は人間中心から車中心になって、散歩という思想を切り捨ててしまった」と語ったことがある。本書『路地裏が文化を生む！／細街路とその境界の変容』（増淵敏之著、青弓社ライブラリー）では「路地、路地裏、もしくは細街路」と表現されるバックストリートを「あくまでもコミュニケーションの性格を有するもの」と定義し、東京、京阪神、札幌、広島、福岡で、その諸相を時代とともに検証する。都市開発の波によって次第に姿を消していったバックストリートこそ、日本のポップカルチャーが生成された場だったと考える著者は、本書を通じて再確認を試みている。寺山が晩年に住居侵入で略式起訴された『事件』の現場も路地裏だが、その背景には日本の社会構造の制度化や硬化もあった。寺山没後三十年の今、本書は改めて「境界線のない曖昧さ」を失ってきた社会のありようも問うている。（挑全）

### 利用状況

**ベストリーダー**（2012年12月～2013年1月）

当図書館への来館者によく閲覧されている本を紹介。

#### 【旅行ガイドブック部門】

海外旅行では、

- ・『地球の歩き方イスタンブールとトルコの大地2012-13』（ダイヤモンド・ビッグ社）
- ・『地球の歩き方ベトナム2012-13』（ダイヤモンド・ビッグ社）
- ・『地球の歩き方ラオス2013-14』（ダイヤモンド・ビッグ社）

国内旅行では、

- ・『るるぶ日光 那須 鬼怒川 塩原2013』（JTBパブリッシング）

#### 【一般読み物部門】

- ・『JTBグループ100年史 1912～2012』（ジェイティービー）
- ・『徹底調査！ 本当に安い、本当に快適！ 使えるエアライン』（宝島社）
- ・『マレーシアで暮らしたい！ マレーシア「ロングステイ」公式ガイドブック』（山田美鈴著、講談社）

### 館長のつぶやき

日本で最も長く続いた旅行雑誌『旅』の1974年以降のデジタル化を検討している。1924年からの50年分はすでに完了しており、残りの30年分についてである。デジタル化の利点は、省スペース、貴重な本を傷めず閲覧、そして検索可能であることだろう。ばらばらめくるのも本の楽しみだが、キーワードから情報を探し出すには検索のかかるデジタルに分がある。とはいえ、デジタルも、ソフト・ハードの変更等により再作成が必要となれば、結局一番大事なのは紙の本そのもの、ということにかえてくる。

### 特別展示のご案内

#### 観光学を考える

2013年4月1日(月)～2013年5月31日(金)

観光に関する学、すなわち「観光学」を発展させることは、わが国の観光研究の重要な課題といわれている。しかし、今日までに多数の観光研究の成果が蓄積されてきているものの、①研究対象である「観光」が学際的なアプローチ（地理学・社会学・経済学等）を許容する総合的現象であること、②わが国の観光学が比較的新しい学問分野であること、③観光の原論（principles）および理論（theories）に関する研究が途上にあること等の理由から、いまだなお、観光学は学問体系として確立されるには至っていない。

近年、観光は、国家・地域レベルの重点政策の一つとして取り上げられ、それと同時に、観光学部・観光学科を有する大学も全国に多数設置されるようになってきた。観光を通じた豊かな国づくり・地域づくりを担う人材の育成を図る上で、その基礎となるべき「観光学」を確立していくことの重要性はこれまで以上に高まっているといえるだろう。

そこで本展では、「観光学を考える」をキーワードに、国内外の観光学の原論および理論を扱う図書および研究論文等、観光学を考える上でのさまざまな資料を展示します。ぜひ多くの方が当館を訪れ、わが国の観光学のあり方について考える機会にさせていただきたいと思えます。

\*詳細は、ホームページ<http://www.jtb.or.jp/>へ。旅の図書館特別展示で検索

■自主研究レポート2011/2012

当財団が取り組んでいる自主研究の成果をまとめた論文集。温泉地の住民意識を通して今後の温泉地の在り方を探る研究や、観光地を訪れた観光客の「感情」や満足度の調査を競争力の高い観光地づくりにつなげる研究など、新しいアプローチを試みた研究を収録。併せて当財団が主催するセミナー、シンポジウムや出版物の概要についても紹介。二〇二二年八月発行。



■旅行年報2012 最新刊

直近二年間の旅行・観光市場にまつわるあらゆる出来事について、数多くのデータ資料を基に分析。日本人の国内・海外旅行、外国人の訪日旅行、観光産業、国内観光地、観光政策など、さまざまな角度から旅行・観光市場の現状を望める一冊。二〇二二年九月発行。



■旅行者動向2012 最新刊

最新の旅行の実態や旅行者の意識に関する全国アンケート調査結果を、当財団独自のさまざまな切り口で分析。グラフや図表を多用して分かりやすく解説。政策立案や事業展開などに幅広く活用できるマーケティングデータ集。二〇二二年十月発行。



■観光実践講座 講義録 最新刊

人を活かし、まちを活かす観光の考え方  
「見えない価値を見せる「まち歩き」の実践  
毎年十一月に当財団が主催している二日間間の講座講義録。今回は各地で人気の「まち歩き」に着目。「長崎さるく博」の総合プロデューサーで「大阪あそ歩」の仕掛け人、茶谷幸治氏が、人を活かし、まちを活かす「まち歩き」の思想と哲学を熱く語ったほか、各地の事例から実践的なノウハウも多数。また六月開催の基礎講座より、(株)四万十ドームの畦地履正社長の基調講演も収録。二〇二三年三月発行。



※当財団出版物の注文はホームページからお願います。  
担当：公益財団法人日本交通公社 観光文化事業部  
電話 03-5225-6073 <http://www.jtb.or.jp>

次号予告

●団塊世代、さらにその上の世代の人々がアクティブシニアといわれて、いろいろなマーケットとタケツトとされてきました。アクティブシニアは本当に「アクティブ」だったのでしょうか。また、次の世代がシニアの仲間入りすることで何が変わっていくのでしょうか。次号特集では、今後十年間におけるシニアマーケットの変化について、専門家に「執筆いただいた」とともに、旅行・観光産業における開発・実践例や先行的研究について取材を行い、今後のシニアマーケットにおける旅行需要がどのような方向に変化していくかを考察します。

当財団からのお知らせ

「2013年度シンポジウム・セミナー」

当財団では今年度も恒例のシンポジウム・セミナーを主催する予定です。

- 六月 観光基礎講座
  - 七月 海外旅行動向シンポジウム(東京)
  - 十一月 観光実践講座
  - 十二月 旅行動向シンポジウム
- 最新情報詳細については、準備ができ次第、当財団ホームページのインフォメーションでご案内します。

「研究員コラムの紹介」(二〇二二年十二月〜二〇二三年二月)

- 行く先々で見て触れて、そして地元の人たちと語り、感じたこと。世相のなかに見た観光の未来像など、各研究員が独自の経験と視点に基づいて、ホットな雑感を綴ります。当財団ホームページ「研究員コラム」に掲載した三カ月分をご紹介します。
- 181 続・観光地の「断る力」  
——オーストラリア・ロード・分島の事例から—— (菅野正洋)
  - 182 2012年を振り返って  
——観光産業のイノベーションの芽を育てよう—— (大野正人)
  - 183 年頭コラム「小さな幸せ」探し  
——歩いてわかった「まち歩き」の進化—— (小林英俊)
  - 184 VFRがひらくツーリズムの未来  
——Duty Freeからみた国際競争力—— (黒須宏志)
  - 186
- 当財団ホームページURL <http://www.jtb.or.jp/> 研究員コラム で検索

編集後記

◆遠く長い道のりを経てようやく宿にたどり着き、仲居・女将らに迎えられ、差し出された茶と地元菓子にいただきますながら宿帳に記載を済ませます。ようやく自分の空間になった部屋で今宵の宿に在るといふ安心感と安堵感に浸りながら旅具を解き始める。

◆この感覚は今や昔の話になってしまったのでしょうか。短時間で空間を移動してしまふ移動手段の発達で、泊まる場所、宿への私たちの感覚に影響を及ぼし、自身の身体と心を休める場所へようやくたどり着いたという印象が薄れてきたのかもしれません。ホテル・旅館に求められることはなんなのでしょうか。

◆宿屋が地域コミュニティと外界との接点としての役割を担ってきたことが世界共通だと分かりました。流行に合わせることに気を取られるよりも、固有の地元力を背景に宿泊者・地元業者や住民にとって「地域交流の場」となる、持続可能な開かれたホテル・旅館の在り方が今後の鍵になりうると気づかされました。(片桐)

観光文化編集室メールアドレス: [kankoubunka@jtb.or.jp](mailto:kankoubunka@jtb.or.jp)

【観光文化216号 お詫びと訂正】  
二カ所誤りがありました。以下のように訂正させていただきます。ご迷惑をお詫び申し上げます。

- ・表紙・1ページ 巻頭言の英文標題  
Implementation (正) Implementation (誤)
  - ・43ページ 連載II 下段後から6行目  
Everything's gonna be OK (OKを追加)
- (観光文化編集室)



Cover Story

春爛漫、桜の満開に彩られた小幡城下（群馬県甘楽町）の商家や養蚕農家が立ち並ぶ雄川堰沿いの光景を映像化。町の丘陵地から望む浅間山の風景もまた美しいものだった。  
(Photo and Words by 樋口健二)

機関誌

## 観光文化 第217号

第37巻2号通巻第217号

発行日：2013年4月10日

●  
発行所：公益財団法人 日本交通公社  
東京都千代田区大手町2-6-1  
朝日生命大手町ビル17F  
〒100-0004 ☎03-5255-6071  
<http://www.jtb.or.jp>

編集室：東京都千代田区大手町2-6-1  
朝日生命大手町ビル17F 観光文化事業部内  
〒100-0004 ☎03-5255-6090  
<http://www.jtb.or.jp/publishing/>  
[kankoubunka@jtb.or.jp](mailto:kankoubunka@jtb.or.jp)

編集人：片桐美徳

発行人：志賀典人

●  
制作・印刷：株式会社 REGION

禁無断転載

ISSN 0385-5554