

2

【座談会】

節目旅行を考える 節目旅行の「これまで」と「これから」

旅の文化研究所 研究主幹 **山本 志乃**

獨協大学外国語学部交流文化学科 教授 **山口 誠**

株式会社JTBコミュニケーションデザイン 常務取締役 **大塚 雅樹**

株式会社JTB首都圏 マーケットビジネス推進センター 仕入販売課長 **細川 典子**

[コメンテーター]

公益財団法人日本交通公社 会長 **末永 安生**

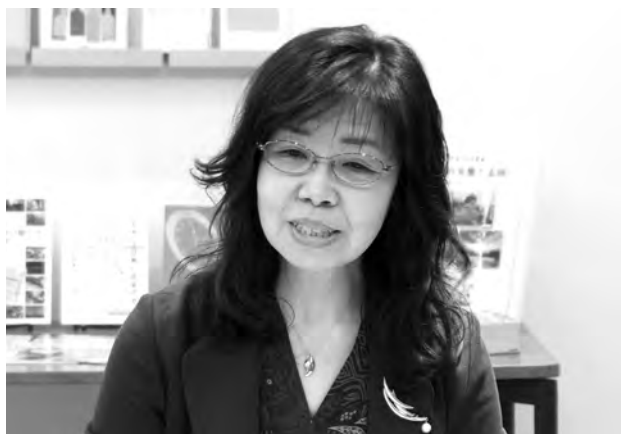
[司会]

公益財団法人日本交通公社 理事・観光政策研究部長 **梅川 智也**

座談会コーディネート・コラム取材：柿島あかね・福永香織



人生の節目を理由に旅行する時代から、旅行したことを理由に節目を作る時代へ。
人生の節目と旅行の関わりの「これまで」をひもときながら「これから」を考える。



山本 志乃 (やまもと しの)

1991年筑波大学大学院環境科学研究科修了。博士(文学)。専門は民俗学。法政大学文学部兼任講師。定期市や行商に携わる人たちの生活誌、庶民の信仰の旅などについて調査研究を行っている。主な著書に『行商列車—カンカン部隊を追いかけて』(創元社、2015年・第42回交通図書賞[歴史部門]受賞)、『女の旅—幕末維新から明治期の11人』(中公新書、2012年)など。

小さな卒業旅行で自ら「節目を作る」若者たち

梅川 今回の「節目旅行を考える」をテーマに、皆さんにお話をうかがいたいと思います。人生にはいろいろな節目がありますが、そうした節目に旅行する意義や、今後どういう節目旅行が考えられるかなど、さまざまな角度から議論できればと思います。まずはご自身の節目旅行体験についてお聞かせください。

山口 節目旅行の一つに、大学生の卒業旅行があると思います。私は大学で15年ほど仕事をしていましたが、学生の卒業旅行の形も大きく変化しており、最近の傾向は「多・小・写(た・こ・しや)」と表現できると思います。

今の卒業旅行は、日帰りや国内1泊など小規模の旅行をそれぞれ違うメンバーで行うことが多いです。その分回数も多く、卒業旅行を7回くらいする子もいます。自分たちで小さな節目を多く作り出しているという印象が強いです。

そして何よりも「写真映え」や「インスタ映え」を重視します。海外に行く場合もソウルかグアム、台北などの

近場が多く、行き先よりも誰と何をするかをより重視していると感じます。

大塚 私の長女が大学4年生で、就職が内定したら小学校時代の友人とシンガポールへ行き、その後には中高時代の友人とカナダにオーロラを見に行き、その後は大学のサークル仲間と沖縄へ1週間行っていました。同行する友人がそれぞれ違う階層に属していて、まさに山口先生のお話に通じると感じました。

細川 今の大学生が自分で節目を作っているという話がありました。が、私自身もそうだと聞いていて思いました。

夫婦二人の時は結婚1年目、2年目、子どもが生まれた後も1歳、2歳と節目で旅行し、小学校に上がる前は大きい旅行をしました。家族旅行だけでなく、自分自身が30代を迎えた時も、一つの節目として同級生とヨーロッパに行きました。40代の節目は無理でしたが、50代を迎えたらまた旅行に行こうと友人と計画を立てています。

梅川 末永会長はご自身の節目旅行体験はありますか? またここまで皆さんのお話をうかがっていかがでしょうか。

末永 私も三十数年前、ヨーロッパに新婚旅行に行きました。旅行会社の社員とは名乗らずパッケージツアーに参加したのですが、ドイツでコースには全くない小さな村の農家にガイドさんの機転で立ち寄ることができました。そうした偶然、今で言うサプライズな体験は今でも鮮明な記憶として残っています。

それから、「何年目」だけでなく、「何日目」という節目も考えられます。私は結婚27年目を迎えた時、「結婚1万日記念」と称して妻と記念旅行をしました。生まれて1万日目は27歳、2万日は54歳、3万日が82歳にあたります。節目というのは、いろいろな切り口から考えられ、潜在的な需要は無限だと思っています。

節目は「あやうい」からこそ乗り越える行事や経験が必要

梅川 それでは節目旅行の意義について、まずは歴史的な文脈から振り返ってみたいと思います。民俗学の視点から日本人の旅行の研究をされている山本先生から、お話をいただけますか。

山本 生活と密接に結びつく節目に節

供があります。古くは節日せちじちと言い、暦の上の変わり目にあたります。この場合の暦というのは月の満ち欠けを元に作られ、明治の改暦まで使われていた太陰太陽暦（旧暦）を意味します。

そうした節供の一つに三月三日の「上巳じょうしの節」があります。この日は身の穢けがれを人形ひなごたに託して水に流す風習があり、それがのちにひな祭りとなり、水辺で穢れを祓はらう習慣は潮干狩りへと変化しました。

なぜ水辺が関わるかという点、旧暦の三月三日は大潮と言つて、干満の差が最も大きい日だからです。今でも沖繩などでは、この日に潮が引いた海辺に出掛けて飲食を楽しむ「浜下り」という行事を行う地域がたくさんあります。海という大きな生命体の節目に人間の節目を重ね合わせることで、人間の命を再生させ、生命力を強化させるといった感覚があるのではないかと思います。

このように暦の節目と、人間の成長過程の節目が重なるものに山開きがあります。旧暦の六月一日は富士山の山開きの日ですが、この日は農村地域で「きんぬぎ（衣脱ぎ）のついたち」と言われ、蚕や蛇が脱皮するように人間も生まれ変わる特別な日だとされてい

ます。

この時期は1年のちょうど真ん中あたり、梅雨時ですから体力が落ちる頃でもあります。その節目に、生命力の再生や更新につながる山登りという行事が重なるわけです。山開きを若者の成人儀礼にしている地域もあります。

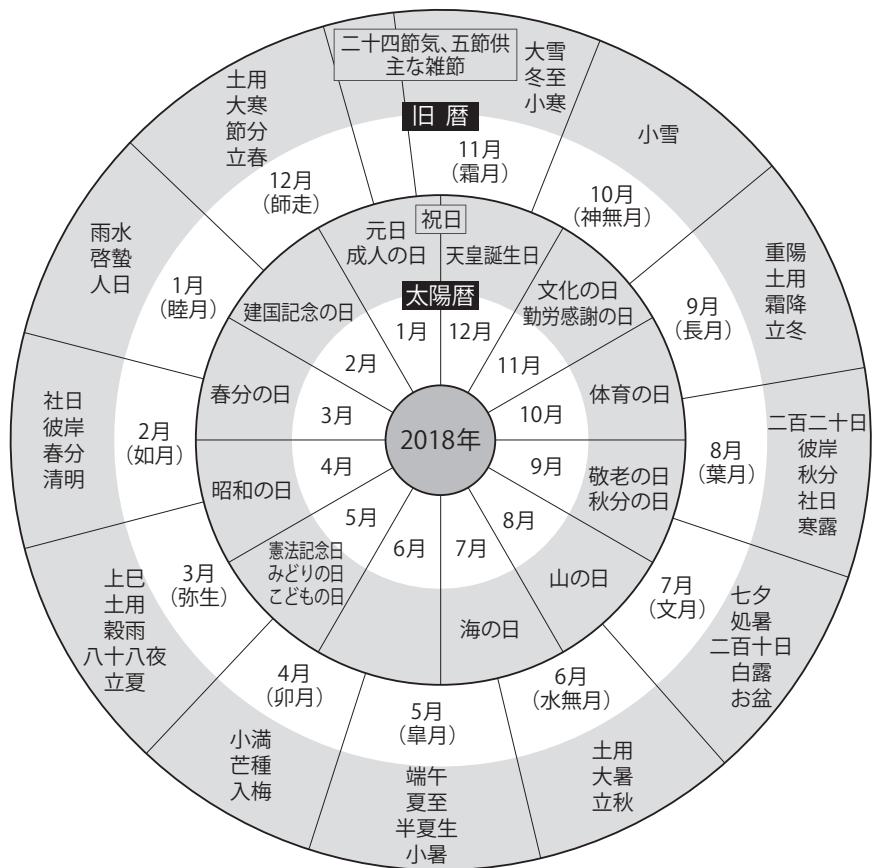
梅川 確かに、旧暦というのは自然の営みと密接に関わりますね。伊勢暦などはまさに農業暦としても有名ですね。

山本 時間的にも空間的にも、境界領域すなわち境目には非常に不安定でやうい感覚があります。そこに悪いものや邪気が入らないよう、例えば村境に道祖神を置くなど、日本人は古くから生活のいろいろな場面で目に見えない力を借りて境目の補強を行っていました。

節目というのはまさに境目であり、季節および人間の成長過程における変わり目にあたります。そこを無事に乗り越えるため、特別な力をもらえる場所に行つて生命力を更新、再生させる行為が日本人の生活で長らく行われてきました。

現代の我々は「旅はリフレッシュや

新暦旧暦対照図



気分転換になる」という言い方をしますが、ライフサイクルにおけるこうした更新や再生の感覚はとても重要で、生きていくために必要なものです。そう考えると、節目旅行というのは旅の本質であり、日本人にとって旅の本来の意義を考かんえる上でも、とても重要なテーマだと思おもいます。

梅川 節目はあやうい、だからこそあやうさを補強するために何か新しいものを見たり体験したりするというのは、すごく腑に落ちると感じました。末永会長はいかがでしょう。

末永 日本では、季節ごとの行事や儀礼などの節目がたくさんあると感じます。民俗学的に見ても、四季の変化が

国立天文台「暦要項」などをもとに（公財）日本交通公社作成



山口 誠 (やまぐち まこと)

東京大学大学院人文社会系研究科博士課程修了。博士(社会情報学)。専門は観光研究、メディア研究、歴史社会学。主な著書に『ニッポンの海外旅行』(筑摩書房、2010年)、『グアムと日本人』(岩波書店、2007年)、『英語講座の誕生』(講談社、2001年)、『地球の歩き方の歩き方』(共著、新潮社、2009年)など。

はつきりしているだけに他の国に比べて多いのかもしれませんがね。

現代の日本人の生活から失われた節目が求められている

山本 暦の上での節供などは、主として中国の影響によるものですが、他にも日本独自のさまざまな年中行事があります。ただ、韓国や中国、台湾では今も生活の中で旧暦が生きていますが、日本だけは旧暦がほとんど忘れ去られてしまったので、そこは少し残念に感じます。季節感や肌で感じる自然の中の節目は、旧暦のほうがしっくりくるように思います。

山口 東アジアの文化圏で何千年か生きてきた日本ですが、1945年(昭和20年)の敗戦を機に旧暦の節句をはじめ、いろいろなものを捨ててきてしまいました。その一つが節目かもしれません。

山本 今は影をひそめたけれど、かつては暦の中などに自然に組み込まれていた節目は、やはり生きる上で必要なものかもしれませんね。

山口 かつては成人すると名前も変わるなど、たくさん節目がありました

が、近代の日本は墓場など死の匂いのするものを追出したように、あやうさを排除してデオドラントされた無臭な国になっていき、その中で節目もどこかに追いやられてしまったと言えます。

たしかに節目が少ない人生のほうがあやうい境界を踏まなくて済みますが、しかし安定幻想は息苦しさを生み出します。節目があるほうが、かえって生きやすくなることもあるのではないかと思います。

梅川 あやういかもしれませんが、節目が多いほうが豊かな人生と言えるかもしれませんね。

山口 今の日本は「節目下手」になっているというか、もつと節目をうまく活用してもいいと思います。個人レベルでも、社会レベルでも節目によって生活にメリハリをつけるといいのではないのでしょうか。

中でも旅行は、節目を作るのに最適だと思います。身体的に移動し、非日常の空間に一時的に身を置くことでいろいろなことをリセットできる。旅行ほどきれいに節目をつけられる社会的行為は他にあまりない気がします。

山本 ずっと同じ生活を続けている

と、心身ともに停滞したり疲弊したりしますが、そこで何か変化をつけ、新しい風を入れられる行為が旅だと思えます。

昔の伊勢参りは、地域でグループを作ってみんなでお金を出し合い、そのお金を持ってくじで選ばれた代表者が行っていました。行く人は毎年変わりますから、人間関係にも流動性が生まれます。旅先で新しい知識を得ることも大切で、西日本で行われていたお茶の生産が東日本に伝わるなど、産業も旅を通じて変化した面がいろいろあります。

大塚 そう考えると、節目旅行は目的ではなく、手段だと思います。節目旅行を使って日頃の生活を変え、違う空気を吸って違う人と会い、人間関係や自分自身を更新させる。節目旅行を目的化してしまうと、意外に想像力が乏しいものになってしまうかもしれませんね。

事業としての観点から見た個人、法人の節目旅行

梅川 では、最近の節目旅行について考えたいと思います。我々は節目旅行



大塚 雅樹 (おおつか まさき)

1986年JTB入社後、東京新宿支店営業課で法人向け国内海外団体旅行を担当。同課で企業向けインセンティブ(褒賞)旅行の営業を手掛けたのち、社内公募にて本社市場開発室へ異動。海外研修などを経て、JTBモチベーションズ設立の企画を通し社長に就任。JTBコーポレートセールス(法人営業)常務取締役を経て、2016年より現職。主な著書に『明日の会社が楽しくなる本』(オーエス出版社、2003年)『成功するビジネスマンの仕事術』(共著、ドリムワークス社、2000年)『やる気を科学する』(共著、河出書房新社、1998年)など。

には、「ライフステージが変わるタイミングで行う旅行」と「人生の中であえて自ら節目をつけるために行う旅行」の2種類があるのではと考えました。

前者は卒業旅行やハネムーン、後者は還暦祝いや誕生日などです。今回、節目旅行の経験について調査をしたところ、一番多いのが新婚旅行で39・7%、次が大学の卒業旅行で28・6%と、この2つが圧倒的に多くなっています。

こうした状況を受け、節目に関連する今の旅行商品はどうなっているのか、まずは個人向けの旅行商品について細川さんからお話いただけますか。

細川 婚姻数自体は減っていますが、ハネムーンの行き先は今も8割は海外で占められています。王道のハワイなどの他、ハネムーンだからこそ思い出に残る体験をということで、オーロラやマチュピチュ遺跡を見に行く、クルーズといった旅行形態も出てきています。

直近の海外旅行形態は個人手配旅行(FIT)が55%以上で、インターネット需要も増えていますが、ハネムーン旅行に行く方の約78%は旅行会社が取り扱いをしているパッケージツアーを選んでいくというデータがあり

ます。理由としては失敗したくない、忙しいので手間をかけたくないなどがあり、私たち旅行会社にとってはここにビジネスチャンスがあると感じています。

この他、退職や還暦などを家族や仲間です。せつなくならアップグレードして、いつもより少し贅沢な旅をしたいという傾向があり、クルーズなど、普段はなかなか体験できない旅行の需要も増えている気がします。退職世代のシニア層もモノからコト消費に興味に移り、体験型を求める方が多くなっているため、お客様の目的に合う商品提案していく必要があると思っています。

梅川 ハネムーン以外では、通常のパッケージツアーと節目旅行の違いは特にないですよね。同じ内容でも何か思い出に残るような経験をつける工夫をするということでしょうか。

細川 還暦や誕生日を記念した旅行といったことが分かれれば、宿泊施設でちよつとしたギフトなどを提供していただくことが多いです。そのためには旅行会社側がお客様の真の旅行目的を把握しておく必要があります。そうし

た情報を宿に伝えるためには、旅行会社側のお客様対応力を上げていく必要があると思います。

ハネムーンで旅行会社を選ぶ理由は何かと考えると、旅行パンフレットの説明に加え、サービスや気遣いといった、対人ならではの付加価値が求められているからではないかと思っています。お客様とコミュニケーションする中で真の目的を聞き出し、付加価値を提供できるのは、オンライン旅行会社(OTA)ではなくリアル店舗だからできることだと思います。

そうした節目旅行をきっかけにお客様との接点を増やし、お客様との関係を構築することも大切です。お客様のライフスタイルを把握し、節目節目に提案をしていくといったコンシェルジュのような役割が求められているように思います。

梅川 現在、お客様のライフステージに合わせて、旅行会社側から提案はしていますか。

細川 今までの旅行会社ではお客様に対して「待ち」の姿勢でしたが、今後は積極的に提案をしていくべきだと考えています。「今年は息子が受験なので旅行に行かない」という話を聞いたら、

コラム 新婚旅行

“手取り足取り”新婚旅行

新婚旅行という言葉は1880年代後半(明治20年代)には登場していたが、実際に経験できるのは一部の上流階級に限られていた。昭和に入ると庶民にも少しずつ認知、実施されるようになった。

1936(昭和11)年には、雑誌『旅』において「新婚旅行の恰好な旅行地」という記事が登場し、「伊豆めぐり」や「箱根・伊豆廻遊コース」、遠方では「京都・桃山・奈良・琵琶湖・叡山・和歌浦廻遊コース」など7つのコースの旅程と費用が紹介されている。1959(昭和34)年には新婚旅行特集も組まれている。同特集には、新婚旅行の平均宿泊日数は2.4日で、戦前戦後変わらず圧倒的に支持されているのは箱根・伊豆を含む一帯であるとの記述もある。

同年には日本交通公社から新婚旅行専用のガイドブック『新婚旅行案内』も発行された。各地の観光情報に加え、旅館の選び方や持ち物、留意点などについても解説されている。

1958(昭和33)年には日本航空が「新婚旅行割引」を導入し、翌年には日本交通公社が新婚旅行向けの割引周遊券「ことぶき周遊券」を発売。1967(昭和42)年には国鉄が新婚旅行専用列車「ことぶき号」を運行するなど、旅行会社や鉄道会社の動きもあり新婚旅行は定着化していった。1960年代後半から1970年代後半にかけては宮崎、1980年代以降はハワイを中心とした海外も人気を博し、旅程や目的地は多様化していった。



『新婚旅行案内』
日本交通公社、昭和35年版



雑誌『旅』新婚旅行特集
日本交通公社、1959年4月号

<参考資料>

- 今井重男(2017)「近代日本の新婚旅行 ―その解明の基礎研究―」千葉商大論叢p165-182
- 山本志乃(2011)「新婚旅行とアンノン族 ―戦後における若い女性の旅をめぐって―」旅の文化研究所研究報告No.20 戦後日本における旅の大衆化に関する研究

受験が終わった時期で声をかけた。お客様にとつてちょうどいいタイミングでご案内ができるような提案型スタイルに変えていく必要があると感じています。

梅川 それをきっかけに旅行に行こうという気持ちになることもあるでしょうし、そういった提案はA-Iに負けないうような旅行会社としても今後重要になつていくかもしれませんね。人間と同じように、企業にも節目があるということ、法人の節目旅行について、大塚さんにお話を伺いたいと思います。

大塚 一般企業の節目旅行というと創立10周年、100周年などの周年旅行が思い浮かびますが、企業の節目は成熟した企業が歴史を振り返るイベントだけではないと思います。

例えば、これから新規上場しようと考えているITベンチャー企業の幹部は最近、上場前にシリコンバレーに行くことが多いです。このような将来に向けた旅行も節目旅行の一つだと思います。

ただし、彼らにとつてはシリコンバレーに行くことが旅行の目的ではありません。上場という大きな目的を前に

違うメンバーで何度も行きたい!? ～最近の卒業旅行事情～

大学生や専門学校生が社会人になる前に行う「卒業旅行」。かつては、就職活動を終え、卒業論文を提出し、アルバイトで貯めたお金で社会人になる前に一番仲の良い友達とヨーロッパやアメリカへ旅行する学生が多かった。しかし、最近では、その様相が変わりつつある。

近年はサークル、ゼミなど、自分が所属するコミュニティ別に何度も卒業旅行を実施する学生が多く、その行き先も一緒に行くメンバーによって異なることが多いようだ。仲良し小グループの場合は従来の卒業旅行と同じく、ヨーロッパを2～3カ国周遊するコースを、サークルなど、大人数の場合は、国内ではテーマパークや沖縄、海外ではソウル・台北など「安・近・短」の旅行を希望する学生が多い。また、最近では、クルーズも人気が出始めている。社会人になってからはまとまった休みが取りにくくなるため「今しか行けない」旅行であること、旅行代金の中に船内の滞在費が含まれる、いわゆる「オールインクルーシブ」であることも魅力的なようだ。

また、写真共有アプリケーションInstagram（インスタ）に写真をアップした際の見栄えの良さ、通称「インスタ映え」も昨今の卒業旅行において重要なキーワードである。鮮やかにペイントされた壁や「船が浮いて見える」ほどの透明度を誇る高知県の「柏島」など、インスタの写真を見せながら「ここに行きたい」とカウンターに駆け込む学生も増えているようだ。



<取材協力>

高澤美紗氏（株式会社JTB首都圏トラベルゲート横浜海外旅行フロアグループリーダー）

河辺弘子氏（株式会社JTB首都圏トラベルゲート新宿販売担当課長）

したようなベンチャー企業の節目旅行は、旅行会社が十分関わっていないのが現状なので、こちらから企画提案などをできるようにしていかなければと考えています。

梅川 例えば、企業の周年旅行などを受け入れる地域側に、こういうことをしてもらえたらいいということはありませんか。

大塚 以前、地域で廃校を借りてある企業の周年旅行を行いました。昼間は教室の小さいいすに座ってみなでディスカッションをしたり、校庭で綱引きをしたり、最後は黒板にみんなでの会社はこうしようとメッセージを書いたりしました。

地域側からは「食事は給食のおばさんを呼んで、こういう地域の食材を

使ってこういうことができる」などといったアイデアもいただき、いろいろな企画が実現できました。地域側もそういうニーズがあると意識して、どんな資源があるかを情報発信することが必要ですね。今後はDMOがそういう役割を担っていくと思います。

「節目だから旅に出る」ではなく「旅に出るから節目ができる」

梅川 それでは、山口先生から現代の若者の節目と旅行という観点について、お話しただけだと思えます。

山口 25～30年ほど前の卒業旅行は、ヨーロッパなどに長い期間旅行するのが主流で、バックパッカーが若い人の



細川 典子 (ほそかわ のりこ)

1998年JTB入社後、赤坂支店で店頭営業や法人営業などを経て、2001年新宿支店にて個人向け店頭営業を担当。2013年JTB首都圏本社販売チームでエリア販売マネージャーとして販促や本社窓口を担当したのち、2014年JTB首都圏成長事業課(現:マーケットビジネスユニット)にて首都圏のプライダル、クルーズ、富裕層、シニア事業の本社担当マネージャーを経て、2017年より現職。

間でも流行しました。1984年(昭和59年)に沢木耕太郎の「深夜特急」の新聞連載が始まり、通過儀礼の疑似体験として、若い男性を中心に今度は東南アジアで同じような旅をする人がたくさん出現しましたが、最近はそのような旅行をする学生はとも少なくなり、いるとしても女子学生が多い印象です。

では、どういう旅行が増えているかというと、冒頭にお話ししたように異なるメンバーと何度も思い出を作りに行くというものです。旧暦の節句のように文化的な意義に裏打ちされた節目としては弱いものかもしれませんが、次のスタートを切るために、彼らはいろいろな旅行をすることで自ら節目をたくさん作っていると言えるかもしれません。

先ほど、節目旅行の種類についてお話がありました。私も節目というのは2種類に分かれるのではと考えています。1つは還暦、成人式など社会が個人に要請する節目です。もう1つは、個人が自分に作る節目で、こちらは旅行と親和性が高く、最近の若者たちは個人的な節目をうまく取り入れているのではないかと思います。

例えば1995年(平成7年)に誕生したプリクラは、個人が作る節目の1つだと思えます。新しいクラスメイトや同じ部に配属された新入社員同士で撮ることで、コミュニティや団結を体感するツールとなっています。

観光においては、パワースポット巡りが個人の節目にあたるのではと思います。出雲や京都などでパワースポット巡りをしている人たちは神社の教義や歴史そのものにはあまり興味がなく、自分にスイッチが入るかどうかが重要で、自分の中で節目を作る1つのボタンとして機能しているのではと思います。

さらに言えば、「節目があるから旅をする」のではなく、「旅をするから節目ができる」という逆転現象が起きている気がします。自分たちで境界や節目を作り、生きていく意味を作る、そのための最適な方法として観光旅行が利用されているのかもしれない。

決して、最近の若者はバックパッキングの旅をしなくなったから元気がなくなつたというわけではなく、むしろ今までは違う形で旅行を楽しんでいます。その体験の変化を引き受ける形で日本各地の観光地は何ができるかを

考えていかないと、生産的な議論ができないのではと思います。

梅川 我々は節目があるから旅行に行くと思いますが、今の若い人たちは発想が逆なんです。旅に行くことで節目を作っていくと。それはある意味、生きていくための知恵、工夫かもしれないですね。

細川 若い女性同士のお客様が出雲のパワースポットに行きたいということで、旅行の予約手配をしたことがあります。お客様の話を聞いていくと、実は失恋をしたので恋愛成就祈願をしたというのが本当の目的だったりします。そこで「旧暦十月は神無月というけど、出雲に神々が集まるので出雲では神在月という」と言うと、とても興味を示してくれます。そうした旅行機会に歴史や地域に関する情報を提供することで、旅の目的も広がり、旅が何倍も楽しくなるのではと考えています。

山口 海外旅行に行く若者の数は全体的に減っているのですが、国内旅行は意外に堅調で、若い人たちのモチベーションは非常に高い気がします。データの裏付けがないのですが、大学で教えていると最近ではインスタグラム

(写真共有のSNSサービス、通称はインスタ)の影響力はとても大きいと感じます。

例えば友人同士でどこかに行くという場合、行き先を決める情報源は、情報誌やガイドブック、そしてクチコミ・サイトも重要ですが、中でもインスタの訴求力は群を抜いています。この時「私たち」というコミュニティが形成でき、思い出と証拠写真が撮れば、行き先はどこでもよく、どこに行くかよりも誰と何をするか、そして何を体験できるのがポイントになっています。

今まではテレビや新聞などのマスメディアがブームをつくり、人々が動くという構図でしたが、今はインスタなどソーシャルメディアを通じて、人々がお互いに真似をし合って楽しんでいる状況だと思います。どこかに仕掛ける人がいるのではなく、もつとフラットな関係で、新しい旅行の形を楽しむ人々が突然フラッシュモブのように出現したり、もともとは観光地でないところが突然注目されたりするといった現象がいろいろなところで多発しています。

そういう中で、若い世代は、行き先や着地に興味があるというより、行く

ためのプロセスや訪れるという行為そのもの、つまり行き方に対する興味が強くなっていると思います。

先ほど細川さんのお話でクルーズが人気という話がありましたが、クルーズというのは目的地より、船での移動の体験が重要ですよ。そう考えると、旅行においてDESTINATIONと同じか、それ以上にプロセスへの興味が高まっているのは若者だけではないかもしれません。

しかし、プロセスを楽しむ旅行商品は開発がまだあまりされておらず、学術の分野でも意外に研究されていないと感じます。

梅川 大学生をはじめとした若い世代が旅行経験の中で、特に惹きつけられる要素としては何が考えられるでしょうか。

山口 よく言われるのは、SNSの「いいね」の数です。他者承認、自己承認という言い方をしますが、もう少し深く見ていくと、それよりも重要なのは、自分の中でこうありたいと思う理想のイメージを自分が期待通りに体現できているかどうか、です。例えば自分が理想的と思う大学生活や恋愛やバイトを体験し、そう思える仲間たちと一緒に

に自撮りできているか、つまり「自分のイメージ」を間違いなく自分で体験できているかが重要なのだと思います。

今はイメージが氾濫する一方、伝統的な強いコミュニティが作りにくい時代でもあります。しかし若者たちは彼らなりのやり方で新しいコミュニティ、自分の味方や居場所を作ろうとしています。そういう中で旅行に出て、一緒に写真を撮ることで「わたし」や「仲間」を作る、という体験に惹かれるのではないのでしょうか。

梅川 こうした若い世代のコミュニティについて、我々の時代とはかなり変化していますね。末永会長はどうお感じになりますか。

末永 まさに大きく変化したのだと思います。若い世代のコミュニケーションの範囲は以前より狭まったり、偏ったりしているのかどうか、そのあたりの具体的な変化が気になります。

山口 むしろ薄く広がっているのは、ひとつひとつのコミュニケーションは、ひとつひとつのコミュニケーションにかける労力は少なめですが、とても広がっているイメージがあります。

大塚 継続性、持続性は間違いなく薄いですよね。インスタを一緒に撮った仲間と10年一緒にいられるわけではない。

でも、そうした価値観を否定するのではなく、提供側がそれに合った旅を作る必要があると思います。

山本 少し前の時代の日本社会の話を大学生にすると、人と人とのつながりの強さや、コミュニケーションが密なことにとっても敏感に反応するんですね。高度経済成長期以降、それまで日本を支えていた地縁や血縁といった地域社会の連携が急速に失われましたが、今の若い人たちは、これに代わる結びつきをどこかに求めている気がします。

山口 その通りだと思いますね。
大塚 コミュニケーションの仕方などは違っていても、我々の世代が求めていたものと精神性は一緒で、螺旋的に回帰しているのではないのでしょうか。

山本 条件などは違うけれど、求めているものは共通するのかなと私も思います。

大塚 私は以前、学生旅行を担当していた時にある大学で、入学した学生は全員海外に行くという制度を作りました。パスポートを持たない学生もいて、当時の学長が「このまま社会に出していいのか」と危惧したのがきっかけです。学校がそうした制度を作ることによって保護者も「自分たちが言っても行かな



末永 安生 (すえなが やすお)

1979年株式会社日本交通公社入社後、東京新宿支店長、株式会社JTB首都圏常務取締役部長を経て、2009年株式会社ジェイティービー人事企画部長、取締役総務部長(人事企画担当)、2014年常務取締役、2015年～2016年まで専務取締役として、総務、ブランド戦略推進、広報などを担当。2017年より現職。

いから」と、非常に賛同しました。

節目には自分で決めるものと社会で作るものがあるという話がありました。が、このように何か仕組みを作って、若い人たちを海外に出すというのも節目旅行の1つなのかもしれないと思いました。

多様化の可能性を秘める 女性の節目旅行

梅川 女性には男性と比べ、多くの人生の節目があると思います。山本さん、女性と節目旅行という観点からお話いただけますでしょうか。

山本 江戸時代は歩いて旅する時代だったので、女性は全然旅をしなかったのではと思われがちですが、実際には旅をたくさんしています。ただ、旅の仕方が男性とは異なります。

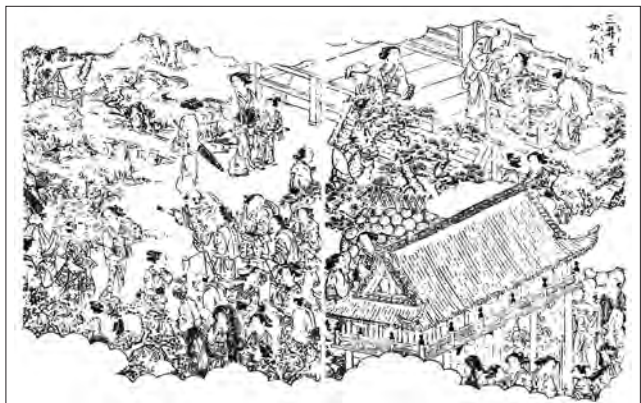
男性の多くは講(こう)というグループを作ってみんなでお金を出し合い、そのお金で代表者が伊勢参りなどに行くというシステムができていたのですが、女性の場合はそういうシステムの外にあり、自費で行く場合が多かった。で記録に残りにくかったのではないのでしょうか。

また、旅ができた女性はある程度条件が限られ、年代にも偏りがあります。江戸時代に女性が書いた旅日記を見ると、子育てを終え、主婦の権限をお嫁さんに譲り渡し、姑さんになったあたりの年代が、金銭的な余裕もあって一番旅をしています。

明治になって鉄道などの近代的な交通手段が整ってくると、女性の旅の形も変わり、それまでにはなかった一人旅という旅行形態が登場します。例えば歌人の与謝野晶子は、一人で汽車に乗って新潟まで行き、そこから船でウラジオストクに渡って、シベリア鉄道でヨーロッパへ旅をしています。

新婚旅行も近代になって生まれた新しい文化の1つです。当初は一部の上流階級の人たちのみが体験していたのですが、戦後の昭和30年代以降に大衆化しました。とはいえ、女性は結婚後、出産・子育ての期間は物理的に旅に出にくいので、新婚旅行が「旅行らしい旅行の仕納め」であるという捉え方がされていたようです。

しかし最近では、子育て中でも旅をする女性が増えています。従来は旅がしにくかった年代も、旅が可能になる条件がどんどん整ってきて、公共の場



江戸時代の女性の旅の様子「伊勢参宮名所図会」

でのいろいろなサポートも増えていると思います。

女性の場合、子どもの成長が自分のライフステージにも重なりますし、ライフステージが自分の身体感覚と直接結びつくところにも特徴があるので感じます。旅の手段や行き先の条件さえ整えば、女性の節目旅行はどんどん多様化し、さまざまな形に展開する可能性があると思います。

細川 自分自身のライフステージと子どもの成長が重なるというのは、まさにその通りだと思いました。

山本 細川さんが自分で節目を作って旅行に行くとおっしゃっていたように、女性は自分自身や子どもの節目を明確な身体感覚として実感しやすいのだと思います。その節目が今後はより多様化していくのでは。それに合わせたきめ細かい企画提案が旅行会社から行われれば、女性の旅行はもっと活性化していくのではないかと思います。

これからの節目旅行で重要な役割を占める「写真」

梅川 最後になりますが、今後の節目旅行の可能性についてそれぞれお話しただければと思います。

大塚 今は「タビマエ」「タビ아트」とよく言われますが、節目旅行は個人も法人もそうしたエッセンスを取り入れやすい旅行だと思えます。旅行会社は「タビマエ」「タビ아트」の要素をもっと充実させて、節目商品を商品にしていけばいいのではないかと思います。

さらに次につながるような何かを旅行中に仕掛け、点ではなく線や面の時間軸でつなげていくことで、節目旅行をより際立たせられるのではないかと思います。

山口 「タビマエ」「タビ아트」は、観光研究においても非常に重要だと思えます。1つの旅の終わりは次の旅の始まりであり、次の旅への準備につながりますから。あるパワースポットに行つて面白かつたら、他のパワースポットにも行くはずですし、卒業旅行で海外の楽しさを覚えた人は、就職後も一人で有休を取つて海外に行つたりするかもしれません。

しかし、観光研究は1つの旅や1つの DESTINATION を切り取り、単独で研究してしまうんですね。旅を一連の流れ（フロー）で研究していくと、また違うものが見えてくるはずなので、そういう研究の可能性もあると思えます。

そういう中で「タビマエ」「タビ아트」を考えると、私は写真が観光の形を変えてきていると思つています。例えば中国や韓国の訪日客は旅行中にたくさん写真を撮っています。彼らは1つの旅が終わると、オンラインなどの写真サービスを使ってフォトブックなどを作っています。台湾の新婚旅行者が、カメラマンを連れてきて日本でたくさん写真を撮っている姿なども結構見かけます。



「写真」がこれからの旅行のキーワードになるかもしれない

こういう需要を、日本の旅行会社もより掘り下げたらいいのではないのでしょうか。例えば旅行会社がカメラマンを派遣し、フォトブックを作る会社と連携して新しい「写真観光」を創り出したり、各観光地に写真のマスターを配置し、節目旅行でいい写真を撮ることにコミットしたりするなど、写真をキーワードにするという可能性が広がるのでは。こうした「写真観光」はインバウンドの外国人に限らず、ブライクラやインスタを楽しむ日本の若者にも訴求できると思えます。

梅川 写真は旅行にとって重要な体験であり、節目旅行においてもポイントになると思いますね。

山口 今は写真を撮ることで旅が成功し、旅が存在した証拠になっています。特に節目旅行に関しては「撮る」という行為の可能性について、もう少し掘り下げることが重要かもしれません。

梅川 写真と言えば、我々の世代はまず風景にカメラを向けますが、今の若い人たちはカメラの向きが反対で、風景の中の自分を撮ることが多いと感じますね。

山口 自分を自分で撮影する「自撮り」では、文字通り観光対象に背を向けて自分を撮影するわけですが、その前後にできることはいろいろあるのではないかと思います。観光地に写真を撮つてあげるボランティアのガイドが常駐して、撮影の前後に現地の歴史や文化を解説したり、独自の観光文化を紹介したりするのもいいのでは。そうして写真を通じて「タビサキ」や「タビアート」とともに、旅行の感動を増幅する「タビイマ」の体験をつくることも可能だと思えます。

梅川 先日、アメリカのスキーリゾートに視察に行つたのですが、スキー場



梅川 智也 (うめかわ ともや)

1981年財団法人日本交通公社入社。以来、観光リゾートを主体とする都市・地域振興計画の策定に携わる。筑波大学大学院客員教授、立教大学観光学部非常勤講師。技術士(建設部門/都市および地方計画)。主な著書に『観光地経営の視点と実践』(共著、丸善出版、2013年)など。

内にお客さんの写真を撮ってくれるス

キーガイドさんがたくさんいました。

美しい山々が背景になるよう、いい撮

影場所を選んで撮ってくれて、あらか

じめスキー場に登録したメールアドレス

に写真データがあとで送られてくる

のです。とても優れたサービスで、まさ

に今の話につながるなど感じました。

山本 先ほど、山口さんから若い人た

ちが海外より国内によく行くという

話がありました。彼らにとつてはむ

しろ日本が異文化なのかなと感じま

した。日本列島は地域ごとに自然環境

や文化が多様で、日本に住んでいな

が知らないこともたくさんあります

から。

旅人が旅で何を得られるかというこ

とはよく論じられますが、私がこのこ

ろ考えるのは、旅人が旅先に対して果

たす役割です。旅はもともと、生活の

糧を得るためにやむにやまねずなされ

るもので、誰かのサポートを必要とし

ました。そして、旅をさせてもらった返

礼として、訪れた土地に何かを残すと

いう文化がありました。

旅人が訪れた土地に果たす影響は実

はとても大きく、その土地に何らかの

福や幸を与えることが旅人の役割では

と思います。

現代の観光旅行であつても、単純に

お金を落とすだけではなく、旅人が旅

先でどんなものを残せるのか、旅先も

また旅人に何を与えられるのか。相互

に考えることが新しい旅の形を生み出

していくのでは。こういうことは宿泊

客数や経済効果などとは異なり、なか

なかに目に見えませんが、大事な指針で

はないかと思えます。

最後に1つご紹介したい言葉があり

ます。江戸の年中行事を描いた『東都

歳事記』に、潮干狩りについて「三月三

日を節とす」と書かれています。節に

「ほどよし」というふりがながついてい

るのです。とても響きの良い言葉です

よね。タイミングが良い、目的に合う

など、さまざまな意味を含んだ「ほど

よし」旅というのが、まさにこれからの

節目旅行なのではないかと思えます。

梅川 「ほどよし」という、最後に大変

いい言葉をいただき、他にもヒントや

キーワードをたくさんいただきました

。末永会長、最後に御礼も含めてコ

メントをお願いします。

末永 節目旅行のマーケットは、まさ

にゆりかごから墓場まで人生そのもの

で、その中には誰もが通る節目もあり、

個人が作る節目もあるということ、

マーケットとして非常に大きいことが

改めて確認できたと思えます。

今の10代後半〜30代のミレニアル世

代人口があと10年くらいで世界の25%

を占め、日本でも17〜18%に達すると

予想されています。今後、社会の中心

となるこの世代の節目旅行を考えるこ

とは大切な課題だと感じました。

最後にロシアの作家で『かもめ』で

有名なアントン・チェーホフは、人生

を竹に見立ててこう言ったそうです。

「大きな出来事は竹の節目であり、節と

節の間にある生活の連続こそが人生で

ある」と。いつか、自分の人生を振り返

った時、節が多く、丈夫な竹であるよ

うに、大切な今を過ごしていきたいも

のですね。今日はどうもありがとうございました。

ございました。

編集協力…井上理江