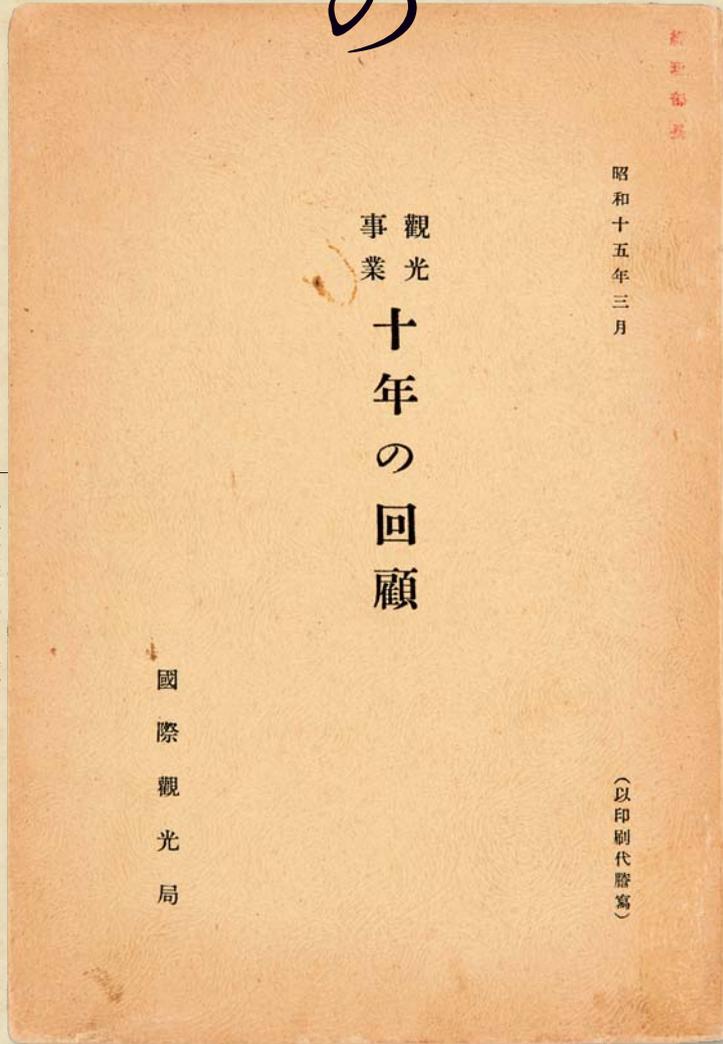


【特集】... ⑤

国際観光局の10年

立教大学
観光学部 交流文化学科 准教授
千住 一



『観光事業十年の回顧』国際観光局、1940年



千住一(せんじゅ・はじめ)

立教大学大学院観光学研究科博士課程後期課程満期退学。博士(観光学)。奈良県立大学地域創造学部准教授を経て、2015年より現職。歴史学の立場から近代期における観光の意味や役割を検討している。主な研究テーマは、近代日本における植民地と観光の関係性、近代日本における観光政策の史的展開。

座右の書

いつから手元にあるのか思い出せない。古書店から購入したのは間違いないが、それが大学院生の時だったか、奈良の大学で働いていた頃だったか、ましてやいくらで求めたのか、すっかり記憶から抜け落ちてしまっている。要はどこを探しても見付からない、欲しくて欲しくて仕方ない古書ではなかったのである、少なくとも当時の私にとって。

しかしここ数年、戦前期日本の観光政策について少々、と専門を自称するようになつてからこの本は文字どおり座右の書となつた。当時の観光政策のありようを概観する上で、国際観光局が1940年3月に発行した『観光事業十年の回顧』(以下、『回顧』)——1930年に鉄道省の外局として設置された国際観光局の10年を振り返ることをコンセプトに編まれたであろうことは容易にうかがえる——以上に有益な史料を私は知らない。

書棚に埋もれかけていたこの本とじっくり向き合うようになったのは、かつて勤務していた大学で「日本近現代

観光史」なる科目を担当したのがきっかけである。今でも大して変わりはないが、戦前期日本の観光に関する記述を既存研究になかなか見出せずウンウン唸りながら授業準備をした挙句、20名ほどの受講者にほぼ毎回『回顧』の一部をコピーして配布したことが、今となっては懐かしい。

対外宣伝

前置きが長くなったが『回顧』の面白さは、国際観光局が何を重視して当時の観光政策の柱たる外客誘致に取り組んでいたのかがよく分かることにある。1930年に国際観光局が設置されて日本における観光の国策化が始まったという理解は概ね了解されているが、この組織が具体的にどのような活動を行ったかについては、国際観光ホテル整備をめぐる動向などを除いて実のところあまりよく知られていない。その一端を垣間見るため、開局から10年の歩みをまとめた本書を繙いてみよう。

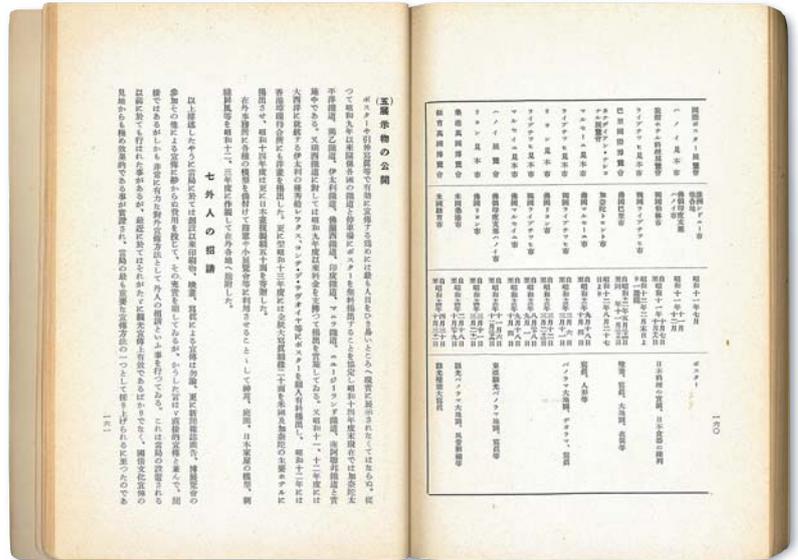
国際観光局が最も力を入れていた活動は「対外宣伝」、すなわち海外への日本の宣伝であった。なかでもアメリカ

「観光事業十年の回顧」
国際観光局
1940年

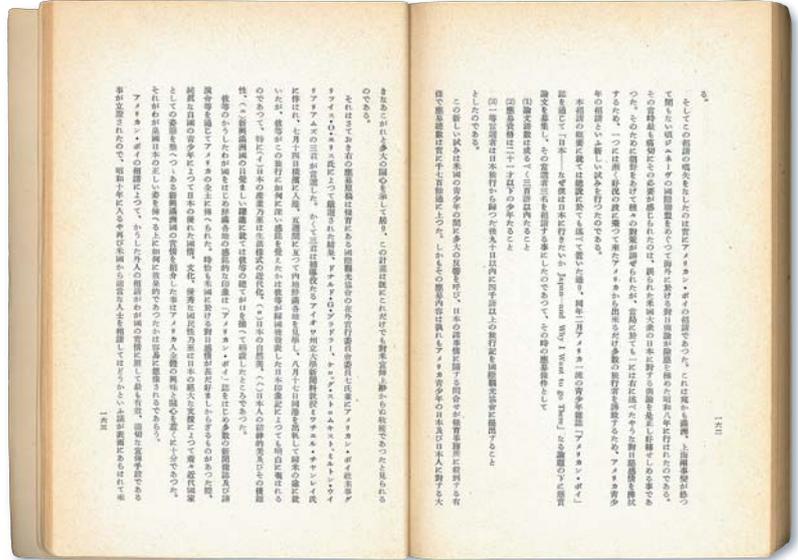
目次

第一篇 総説
その一 国際観光局の創立まで
その二 戦時下の観光事業
その三 観光事業の発展
その四 観光事業の発展
その五 観光事業の発展
その六 観光事業の発展

第二篇 機構
その一 国際観光局
その二 国際観光局



力を当初から主要ターゲットに据えており、開局の翌年にはニューヨークで、またその翌年にはロサンゼルスでそれぞれ事務所を開設しただけでなく、1932年にロサンゼルスで開催されたオリンピック、1939年にニューヨークとサンフランシスコで開催された万国博覧会といった巨大イベントでも積極的に日本の姿を喧伝している。そして、これら一連の宣伝活動には

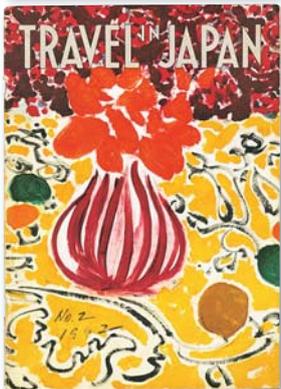
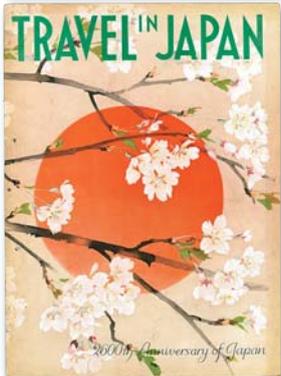
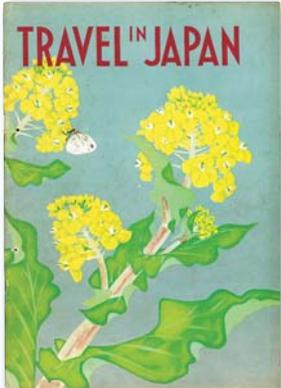


多様な媒体が動員された。ポスター、絵はがき、地図、パンフレットはもちろんのこと、写真をふんだんに使用した定期刊行物『トラベル・イン・ジャパン』や、日本の文化や風物を紹介する叢書『ツーリスト・ライブラリー』が万単位で印刷され、旅行会社、ホテル、教育機関、マスコミなどに配付されたのである。また、国際観光局が映画製作に取り組んでいた点も見逃せない。

「外人の招請」

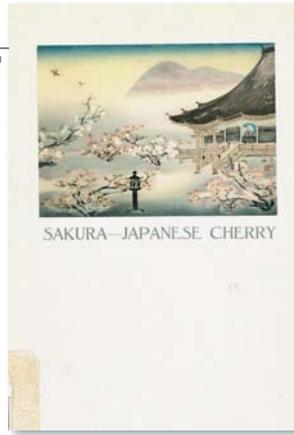
しかし、国際観光局が活用したメディアのなかで最も特徴的なのは「人

い。日本の名所、風景、四季、風俗、伝統などを題材にした映画のフィルムは各在外事務所へ常備されただけでなく、アメリカの映画会社パラマウントに配給された。



「間」であった。すなわち国際観光局は、アメリカを中心にそれ以外の国と地域からも「外人の招請」を頻繁に行っている。その嚆矢とされるのが1933年に企画された雑誌「アメリカン・ボイ」での懸賞論文「日本——なぜ僕

『Tourist Library』
国際観光局 1934年創刊



は日本に行きたいか」であった。当選した3名の少年は、7月14日に横浜へ入港して日本内地、朝鮮、満洲各地を訪問し、8月17日にふたたび横浜から出港しているが、注視すべきは『回顧』に伝えられる帰国後の彼らの動向であろう。曰く、「わが国をはじめ鮮満各地の感銘的な印象は『アメリカン・ボイ』誌をはじめ多数の新聞雑誌及び講演会を通じてアメリカの全土に伝へられた」（163頁）。

こうした目論見は以降も継続され、例えば1936年からは「米國太平洋沿岸ハイスクール女教員」が招待されて「内鮮満」を見て回っているし、ほかにもカナダ、オランダ植民地、インド、ブラジル、アルゼンチン、ウルグアイから教員を招いたり、アメリカ、オーストラリア、フィリピン、中国などから作家、新聞記者、政府関係者らを招請したりしている。その数は19

は日本に行きたいか」であった。当選した3名の少年は、7月14日に横浜へ入港して日本内地、朝鮮、満洲各地を訪問し、8月17日にふたたび横浜から出港しているが、注視すべきは『回顧』に伝えられる帰国後の彼らの動向であろう。曰く、「わが国をはじめ鮮満各地の感銘的な印象は『アメリカン・ボイ』誌をはじめ多数の新聞雑誌及び講演会を通じてアメリカの全土に伝へられた」（163頁）。



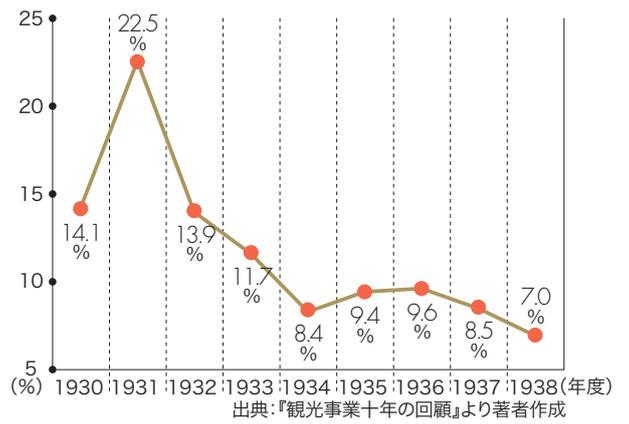
『TRAVEL IN JAPAN』
国際観光局 1935年創刊

このような国際観光局の取り組みを見ていく上で、避けて通れない団体が存在する。国際観光協会である。国際観光局とよく似た名を冠するこの財団法人は、国際観光局による「指導監督の下に对外観光宣伝の実行に当る」

国際観光協会

39年度において「四百名に余る多きに達した」（60頁）とされるが、国際観光局が帰国後の彼／彼女たちに期待した役割については言うまでもない。

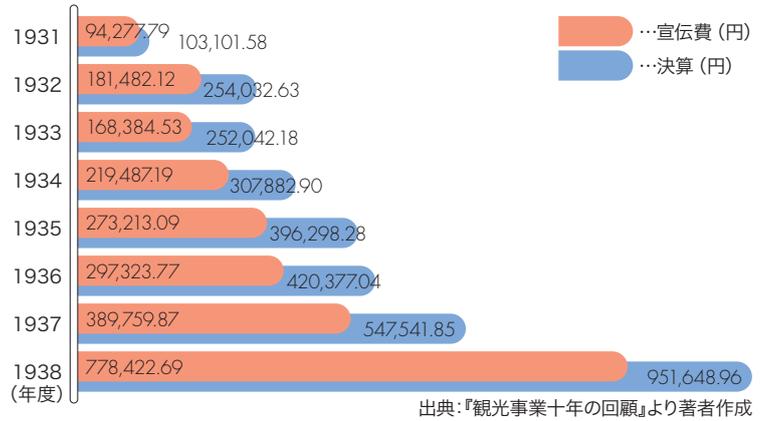
図1 国際観光局決算に占める「宣伝費」の割合



（はしがき2頁）機関として、会長を鉄道大臣に委嘱するかたちで1931年12月9日に設置された。柴岡信一郎は、著書『報道写真と対外宣伝——15年戦争期の写真界』（日本経済評論社、2007年）のなかで国際観光局と国際観光協会は「表裏一体」の関係にあったと指摘する。

確かに『回顧』を読んでいると、主語が国際観光局なのか国際観光協会な

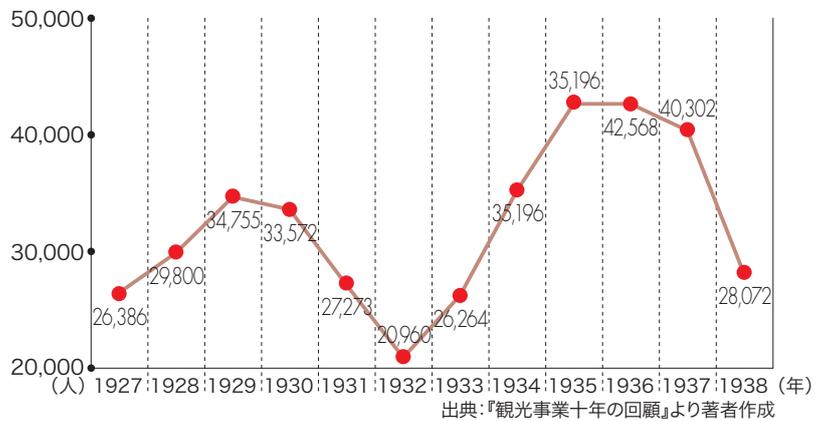
図2 国際観光協会決算における「宣伝費」の額



のか判別しがたい場面にはしばしば出くわす。しかしその書きぶりは何かを隠蔽するような意図を感じさせず、実際に書き分けが難しかったのだろうと夢想できるほどだ。いずれにせよ、「対外観光宣伝」のあり方を国際観光局が立案し国際観光協会がそれを実行していった、という理解に誤りはなからう。

『回顧』所収のデータから作成した図1および図2からも分かるとおり、国

図3 訪日外国人の数



「外客は斯く望む附日本旅館に外人を迎えるには」
国際観光局、国際観光局、1933年



「外客誘致の話」
国際観光局、国際観光局、1932年



「国際観光事業概説」
国際観光局、国際観光局、1933年



「国際観光事業の趨勢」
国際観光局、国際観光局、1933年



際観光協会設立以降、国際観光局決算における宣伝費の割合が縮小傾向にある一方、国際観光協会の宣伝活動費は拡大の一途をたどっている。

「事変下の日本を正しく宣示する」

では、なぜ国際観光局と国際観光協会の二人三脚は対外宣伝に邁進したのであろうか（あるいははしたとされるのだろうか）。『回顧』から読み取れるひとつのこたえは、1931年の満洲事変と翌年の上海事変を契機に国際社会で悪化した日本イメージの是正である。図3にあるように、当時は訪日外国人の減少が目立っていた。こうした状況を『回顧』は次のように振り返る。「むしろかうした際にこそ大いに海外宣伝の拡充をはかり、たゞに外客誘致のためにする宣伝のみでなく、事変をめぐる海外諸国の対日謬論を是正し、好転せしめる意味に於て国情文化宣伝の方面にも十分力を注ぐ必要があった」（28―29頁）。

観光宣伝は国際社会で醸成された日本に対する誤解を取り除くのに役立つた、という説明はその後も散見される。

例えば、先述した『アメリカン・ボーイ』誌における取り組みは「他の如何なる国情、政治宣伝にもましてわが国の正しい姿、正しい意図を知らしめるに役立つた」（36頁）と評価され、帰国後のハイスクール女教員たちについても同様に「正しい日本、優れた日本の宣伝紹介に少なからぬ寄与をした」（51頁）と記されている。特に前者に關しては、日本の国際連盟脱退の一因となつた「満洲国」を訪問した意図を以下のように解説する。「日本の絶大な支援によつて着々近代国家としての姿態を整へつゝある新興満洲国の実情を紹介した事はアメリカ人全体の興味と関心を惹くに十分であつた」（163頁）。国際観光局によつて招聘された外国人の多くが内地だけでなく鮮満もあわせて周遊していた理由が、ここにある。

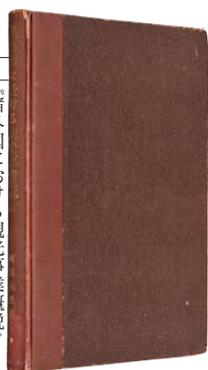
1937年に日中戦争が勃発し戦線が拡大すると、こうした表現はより直截的になっていく。見出しに掲げた「事変下の日本を正しく宣示する」（60頁）は前述した1939年に開催されたふたつの万博での宣伝に關して記された文言であるし、上で詳しく述べた「招請外人」については、「聖戦

に処するわが国の真姿態を正しく海外に伝えるに資するところが少なくとも」（59頁）とその意義がまとめられている。そして開局から10年が経過した1940年における国際観光局の立ち位置は、次の一文で締めくくられる。「今や東亜の新秩序を目指して太平洋に雄飛せむとしつゝあるわが国の真姿態をあますところなく世界に顕揚すべく万般の準備を整へてゐる」（74頁）。

対外宣伝史観を越えて

約200頁からなる『回顧』は、そのほとんどが対外宣伝に関する記述やデータで占められている。時局柄、国際的な日本イメージの是正に力を尽くす存在であることをアピールする必要があつたにせよ、さながら国際観光局は開局以降海外への宣伝活動に終始していたと宣言しているかのようである。しかし本当にそうなのだろうか。残念ながら国際観光局にまつわる史料の発掘状況は芳しくないが、開局から1942年の閉局に至るまでの歩みとその意味を対外宣伝史観とは異なる視角から描けないだろうか、と改めて『回顧』を読み返しながら空想した。

参考文献



『諸外国における観光事業概説』
ハーバード・エム・ブラター,
国際観光局, 1930年