



『観光の世界史』のノートから（４）

マーシャルプランと国際観光

帝京大学観光経営学科
教授 石井 昭夫

マーシャルプランとは正式名称を「欧州復興計画」European Recovery Program（ERP）といい、第二次世界大戦直後、アメリカに集中してしまった富を、疲弊したヨーロッパ諸国の復興援助に使用するために実施された計画である。単発的・緊急的な経済支援ではなく、のちの国際協力の原点ともいえる総合的なものであった。当時のアメリカのマーシャル国務長官が 1947 年 6 月、ハーバード大学の学位授与式での演説で構想を明らかにし、その内容は翌 1948 年 4 月外国援助法として結実した。以来マーシャルプランの通称で通っている。

当時のヨーロッパの苦境は、1947 年 10 月 6 日、「トルーマン米大統領が、全米国民へのラジオ・メッセージの中で、迫りくる冬を前にヨーロッパの人々を餓死の危険から救うために緊急に物資が必要であるとして、火曜日を肉なしデー、木曜日を卵なしデー、そして 1 日一切れのパンを節約してほしいと訴えた」（国際観光振興会『世界旅行界の展望 1988 年版』）ほど厳しい状況だった。

ヨーロッパは、このマーシャルプランに大きく支えられて急速に経済復興を遂げたが、その中で観光が大きな役割を果たしたことはあまり知られていない。本稿では、『国際観光と経済』という文脈の中で、マーシャルプランの一環として行われた「観光によるヨーロッパ復興支援」の内容と成果について紹介したい。

1. 第二次世界大戦直後の国際観光

大戦直後は、戦争の後遺症というべき相互の不信感や猜疑心から、ジャングルのような行政障害といわれた厳しい入出国管理のゆえに国際観光旅行どころではなかった。また、戦争の被害で自国民のための食料や交通・宿泊などのサービスも欠乏していただけでなく、営業できるホテルの多くはアメリカをはじめとする連合諸国の官憲の専用になっていて、外国人観光客に回す余裕などなかった。事実、アメリカ人でさえ、観光目的で個人がヨーロッパに旅行することを認められるのは 1947 年になってからであった。

しかし、その一方で、戦争の原因は《国益の追求》という国民国家のあり方そのものにあるという認識から、観光当局は早くも 1946 年には公的観光機関国際同盟（IUOTO、現 UNWTO の前身）を再発足させ、行政権限も政治力も持たない中で、各方面に入出国手続き緩和の必要性を訴え、1947 年には国連主催による「入出国手続きに関する専門家会議」（国連観光専門家会議）の開催にこぎつけていた。迂遠のように見えても、恒久平和を実現し、再び戦争の惨禍を繰り返さないためには、国際観光を促進し、国家間の相互不信や敵意を市民レベルから軽減させていく必要があるとの考えからであった。そして、もちろ

ん、5年に及ぶ戦争の重圧から解放された諸国民の間には「貧しくても観光を！」の思いが強烈であった。

1947年の国連観光専門家会議に参加したアメリカ代表がハーバート・ウィルキンソン博士であった。博士はのちに商務省の観光担当部局の長となり、マーシャルプランの柱の一つ「ヨーロッパの観光事業復興」に力を振るうことになる人物である。

2. マーシャルプランの目的と条件

ヨーロッパ諸国は、戦勝国も敗戦国も長年の戦争で疲弊していた。そして、疲弊した国どうしが食料、石炭、敗戦国ドイツからの賠償金のシェアなどをめぐって争っていた。アメリカ政府は、連合国救済復興機関（UNRRA）その他の緊急援助によって欧州諸国の支援を行っていたが、充分の機能を果たせず、占領・駐留地域の市民の生命と生活の維持に直接係る軍は、東西対立を重視する国務省と対立してでも、直接議会に訴えて敵国だったドイツを含むヨーロッパの復興援助を要請せざるを得ない状況に立ち至っていた。

こうした状況下に発案されたマーシャルプランは、「包括的な計画であり、欧州のイニシアティブによる復興計画がスケルトンとしてあって、米国の援助はこれを助ける《補完的》性格である」とマーシャル長官は計画の趣旨を説明した（永田実著『マーシャル・プラン』、中公新書、1990、マーシャル演説が全文掲載されている）。言い換えれば、ヨーロッパ諸国が協力し合って自ら復興計画を立てかつ実行するという条件をつけたのである。援助資金は、各国がそれぞれ最も必要とするインフラの再建に供与するという観点から国別に配分されるが、ヨーロッパ諸国が主体的に作成する復興計画に参加国のすべてが同意した後に提供されることになっていた。

アメリカ議会での説明では、マーシャルプランは人道的な発想だけではなく、ひとつには、共産主義がヨーロッパ諸国間の不和・不調に乗じる危険を排除する必要があること、さらに、軍需産業一本で来た戦争中の生産力を民需に切り替えるに当り、ヨーロッパ諸国が購買力を取り戻すことが不可欠であることが強調されていた。当初はイデオロギー抜きでソ連や東欧にも参加が呼びかけられたが、ソ連・東欧はアメリカ資本による欧州支配と西欧の軍事力強化を目指すものとして参加を拒否し、結局1948年、西側16カ国（以下ERP諸国）によるマーシャルプラン受け入れのための「欧州経済協力機構」（Organization for European Economic Cooperation, OEEC）が設立された（本部パリ、のちにOECDに改組）。

結果として西欧のみを支援することになったマーシャルプランは、計画の進行につれて安全保障（軍事）的な色彩が強まり、東西対立を抜き差しならぬものしていくことになるが、それは時代の流れというものであった。

3. マーシャルプランに取り上げられた観光事業

援助を受けるヨーロッパ側がOEECを結成したのに対し、アメリカ側では同年4月、マーシャルプランの実施機関として米国経済協力局（U.S. Economic Cooperation Administration, ECA）が設立された。マーシャル国務長官のハーバード大学演説の5日後には、ハリマン商務長官が下院において、欧州諸国が旅行の障害を排除し入出国手続きを合理化する必要性を訴え、かつ、「旅行は米国の最大の輸入品目と言ってよい。大戦中外国

を旅行した米国人が使ったドルは、他のいかなる商品の輸入をも上回った。……われわれの顧客がわれわれの商品を買うためのドルを持つことが必要だ。……われわれの外国旅行は、他国が米国の商品を買ひ、それによって米国の貿易を拡大して行くためのドルを供出する最も健全な手段の一つである。……」（既出『世界旅行界の展望』1988）と述べている。このように、アメリカ側はヨーロッパにドルをもたらす手段として観光が重要であることを認識しており、実際に経済協力法第 117 節は、ECA が商務省と協力して、「官民の旅行・交通その他の機関を通じ、ERP 参加国への米国人の旅行、並びに参加国相互間の旅行を容易化し促進すること」を求めている。

ここで重要なのは、米国人の訪欧旅行の手続き容易化のみならず、ヨーロッパ諸国相互間の国際旅行容易化をも明確に要求していることである。大戦の残した敵意や不信感を払拭して国際観光旅行を容易化することこそ、あらゆることに先駆けて行ふべきことなのであった。これに対応して、ヨーロッパ側は対米観光宣伝活動の実施のために各国の政府観光宣伝機関が集まってヨーロッパ旅行委員会（European Travel Commission、ETC）を結成したが、ETC がまず最初に行ったことは、米国人観光客のためのヴィザの廃止とともに、参加国相互間の入出国手続きの撤廃ないし簡素化であった。

3. マーシャルプランによる観光事業振興策

マーシャルプランと観光については、上述の ECA が商務省観光部の協力を得て作成した『欧州復興計画における観光事業』（以下「観光事業報告」）と題する詳細な報告がある（昭和 26 年日本交通公社企画課刊『国際観光情報第 41 号』に全訳が掲載されている）。同書によれば「経済協力局と商務省は協力して、ERP 諸国が観光事業からできる限り多くのドルを得るために必要な措置を講ずることを支援奨励する」とし、その必要な措置として以下が列挙されている。

- イ. 観光施設の現状を調査し、その復興発展計画を作成する。
- ロ. 旅客往来を阻害する規則や手続きを廃棄・緩和する。
- ハ. 観光事業への投資を刺激し、事業資金が不足する場合はマーシャルプランによる援助を申請する（「見返資金」によることを強調）。
- ニ. 積極的な観光宣伝を持続的に実施し、アメリカの大衆にヨーロッパ旅行の魅力を周知させる。
- ホ. オフシーズンに特別の行事等を開催・宣伝し、年間を通じて観光客を誘致するよう観光施設の需給と観光宣伝を調整する。
- ヘ. 経済協力局の技術援助計画の力を借りて、ヨーロッパの観光施設を米国人ツーリストの嗜好にも合うように改良する。

これらの各項目に沿って ECA の「観光事業報告」がなされているのだが、本稿では対米観光宣伝活動について概要を見てみよう。

4. 自由ドルの確保

上述のとおり、国際経済協力法第 117 節は、対米観光宣伝の継続的实施を奨励しているが、国際経済協力のための予算（マーシャルプランの資金）を米国内で観光宣伝に使用す

ることは禁止されていた。その意味するところは、欧州各国が保有するなけなしの自由ドルを使用するしかないということである。差し迫って必要な諸物資の輸入を差し置いて、効果がはっきりしないと見られていた観光宣伝目的に使用することを、OEEC の閣僚会議が了承するか否かが問題であった。

そのあたりを、「観光事業報告」の《ERP 諸国の共同宣伝》という項目は概要以下のとおり説明している。まず、ヨーロッパ諸国は過去において政治にしる経済にしる、協調行動をとったことは一度もなく、そのことが観光の共同宣伝という発想をも妨げていた、と説明し、「欧州諸国が米国内で観光宣伝を実施するには難問が多々あった。中でも最大の壁はドル不足であった。ドルはヨーロッパの人々の必需品を購入するにも足りず、米国での観光広告に使ってしまうのはいかにも無駄遣いのように見えた。しかも、ヨーロッパには米国の旅行市場を開拓するという経験もノウハウもなかった」と書いている。にもかかわらず、貴重な自由ドルを観光宣伝に使う了承を OEEC の閣僚会議から取り付けるに至った裏話を、自らこの問題に深く係っていた既出の『世界旅行界の展望 1988』の著者サマセット・ウォーターズ氏は次のように語っている。

……商務省の観光担当部長室で、ウイルキンソン部長とどうすれば ETC に米国での旅行広告を実施させることができるかを話し合ったとき、部長は、自分の経験では、ヨーロッパの同僚たちに米国市場の開拓に広告が果たし得る役割を理解させることは不可能に近い難事だと言った。そこで自分は、OEEC 閣僚会議の注意を引く手段は、米国の業界人が商品を販売する上で広告にいかにも多くを投資しているかを自ら証言することであると進言し、具体的には、各業界の幹部がそれぞれ手紙を ETC 委員長に書き、それらを閣僚会議で披露させる。その手紙は、戦争中全米製造業者協会の会長を務め、その当時世界最大の雑誌出版社であった Curtis Publishing Company のウォルター・フラー社長に頼んで集めてもらうことを提案した。フラーは即座に趣旨を理解し、彼の尽力で多くの手紙が集められた。ジェネラル・モーターズ、イーストマン・コダック、SK インダストリーズ、アームコ・スチール、チェース・ナショナル・バンク、パンフィック・ミューチュアル・ライフ・インシュアランス、などなど、米国を代表する一流企業の社長クラスの手紙がどっさり集まった。これらの手紙は、OEEC をして ETC に必要資金を振り向ける決断をさせるに充分であったばかりでなく、各国の政府観光機関が自国の政府から対米観光宣伝予算を獲得するのにも役立った…。

5. 観光宣伝の効果

「観光事業報告」は、マーシャルプラン実施期間における米欧間の国際交通の発展、ヨーロッパ諸国の国内交通・宿泊産業の復興の状況を数字によって説明し、米国人のヨーロッパ旅行が 1948 年の 192,000 人から 1949 年には 252,000 人へと 32% 増加し、その消費額も 1 億 1,900 万ドルから 1 億 7,700 万ドルへ 49% へと増加したことを報告している。そしてこののち、米国人のヨーロッパ旅行は急速な増加を続け、マーシャルプラン始動後 10 年目に当たる 1958 年には、実に 5 億 3,600 万ドル（いずれも国際運賃を含まず）に達したのであった。

マーシャルプランの目標は、戦争で購買力を失ったヨーロッパ諸国にドルをもたらし、

米国の輸出と自由貿易を促進することにあった。しかも、ヨーロッパ諸国が結束して自主的に行う行動をアメリカが支援するという基本的コンセプトがあった。そうだとすれば、インフラも工場も破壊され、輸出商品どころか国民の需要にすら応えられない状況下では、観光に勝る外貨獲得手段はないというのが現実であった。結果を見れば、ERP 諸国は ETC を通じて初めて結束した行動をとり、観光による外貨収入を急速に増大させた点、観光はマーシャルプランの模範的な事業であり、成功事例であった。

にもかかわらず、ECA 作成の「観光事業報告」以外に、マーシャルプランと観光事業の係わりに言及した資料は殆ど見あたらない。参考文献に掲げた国際決済銀行の年次報告「マーシャルプランと世界経済」や永田実「マーシャル・プラン」も全く触れていない。

鉄道や道路、空海港、宿泊施設などのインフラは、社会生活全般のインフラであり、観光に特化したものではない。また、ECA が列举し、実行し、詳細を報告した観光事業の支援策は、肝心の対米観光宣伝予算が援助基金から支出されなかったこともあって、結局、観光による外貨獲得が欧州復興に果たした役割は、後世完全に見落とされたのであった。

マーシャルプランは、マーシャル国務長官のハーバード大演説によって発表され、およそ 1 年の準備期間を経て 1948 年 4 月の対外援助法の成立とともに実行に移され、1951 年 6 月 30 日をもって終了し、相互安全保障法 (Mutual Security Act; MSA) による援助に一本化された。3 年 3 ヶ月の援助総額として 125 億 3,490 万ドルが計上されたが、最も必要とされた初年度に約半分の 62 億ドルが配分された。その中で旅行のインフラでもある鉄道、道路、空港、ホテルなどの建設へ振り向けられた資金は多いが、観光の名において行われた支援は、既述の入出国手続きの簡素化、自由ドル獲得への支援から、市場調査、オフシーズン対策、土産品対策（免税枠の拡大を含む）まで、ソフトの対策が中心で目立たず、観光の重要性はこの後も長く政治経済の中核に居る人たちの注目を引くことがなかったのである。

6. 国際観光と経済に関する若干の考察（むすび）

国際観光客による消費が相当大きいであろうことは感覚的に想像できる。フランス、イタリア、スイスなどの観光国には、富裕な外国人観光客が長期間滞在し、有名観光地は大いに潤った。しかし、国際観光客がもたらす外貨収入が行政や経済学者の関心を引くようになるのは、1929 年に始まった大恐慌以降のことである。最初期の観光研究書のひとつであるエジンバラ大学経済学部オギルビー教授著「ツーリスト移動論」（昭和 9 年）によると、当時は観光統計もなく為替管理もなかったから、彼らの消費額を推計することができなかったし、やったとしても非常にラフなものでしかなかった。来訪外客数の推計は、入国外国人総数から移民の数を差し引けばよいとして、移民の数を推計把握するところから観光統計が始まったとされている。ともあれ、入出国管理の副産物からの推計か、鉄道や汽船などで入国する人数から年間の入国者を推計し、他方、ホテルでの実績から外国人 1 人当りの消費額を推計し、その数字を入国者数に掛けて求めるくらいしか方法がなかった。しかし、そのやり方自体が理論的にも実践的にも極めて難しかったから、1930 年代後半まで国際観光収入の推計値すらなかったのである。ついでながら、国際連盟が比較可能な観光統計を作成するために「観光客」の定義を初めて試みたのは 1937 年である。

国際観光客の消費額が見えざる貿易の一部としてはっきり姿を現すのは、大恐慌後の不況期においてである。南ア・プレトリア大学ノーバル教授の「観光事業論」(昭和 16 年)によると、第二次世界大戦前、多くの国家は 2 カ国間または数カ国間に通商条約を締結して通商関係を維持していた。世界恐慌前には、それらの条約の中にある旅行関係の項目といえば、相互に国内旅行の自由を認める規定と人身保護の規定があるのみで、観光収入に多くを依存していたイタリアやオーストリアも含め、観光往来による国際収支に言及している条約はひとつとしてなかったのである。

それが大恐慌による貿易縮小の中で、旅行者の往来による外貨収支が大きくクローズアップされてくる。「観光事業論」によれば、その最初の事例は 1932 年のドイツ・オーストラリア間の決裁協定であるという。2 カ国間の国際収支はオーストラリアの大きな入超になり、オーストリアが対独債権の支払いを凍結してしまったため、ドイツ側はこの債権を流動化させるために、オーストリアはドイツからの観光客による収益を対独支払いに充当するという協定を結んだのである。その額は 1932 年度だけで 1 億シリングという巨額にのぼり、観光往来が国際貿易協定上極めて大きな要素であることが証明された。

このあと次々に同様の決裁協定が締結され、その事例が紹介されているが、中には、スイスがドイツから輸入する石炭とスイスを訪問するドイツ人観光客の支出を相殺するという協定や、1933 年 9 月にウィーンで開催されたカトリックの祭典に参加するポーランド人 1 人当たり、豚 3 匹をオーストリアがポーランドから輸入するなどという協定まであったことを紹介している。このような協定が成立した裏には、第一次世界大戦後国際観光旅行者の数が著しく増加していたからである。マーシャルプランにおける観光事業の立案者は、大戦で一度途絶えた観光往来を復活させることが外貨獲得の早道であることを充分に承知していたのである。しかし、ヨーロッパが急速に経済復興を果たし、ERP 諸国が相互に重要な観光客送り出し国に転じ、マーシャルプランが MSA 援助に吸収されてしまったために、観光との係りも忘れ去られていった。

筆者にマーシャルプランと観光事業の係りについて目を開いてくれたのは、「世界旅行界の展望 1988 年版」の翻訳作業であった。著者のサマーセット・ウォータース氏は、同書の中で、ETC 設立 40 周年を回想し、「観光事業報告」をベースに個人的体験を交えて興味ある秘話を紹介してくれていた。その頃の日本は、《観光で外貨を稼ぐ必要のない黒字過剰国》として JNTO の宣伝予算は減少の一途を辿り、《海外旅行倍増計画》(1987) という、マーシャルプラン以外には例のない自国民の海外旅行を政府が推奨する国になっていた。

そして今日、日本は改めて観光立国を宣言し、「ようこそ日本キャンペーン」により訪日外客 2000 万人計画を推進している。2008 年 11 月には観光庁が誕生した。様変わりする日本の観光政策に今昔の念を禁じえない。

【主要参考文献】

1. 「国際決済銀行第 19 回年次報告 1948—49：マーシャルプランと世界経済」東京銀行調査部訳、1949、實業之日本社
2. 『欧州復興計画における観光事業』日本交通公社企画課刊「国際観光情報第 41 号」(昭

和 26 年 2 月～3 月)

3. 『世界旅行界の展望 1988 年版』(特) 国際観光振興会刊「国際観光情報第 271 号」1990
4. 「マーシャル・プラン」永田実著、中公新書、1990
5. オギルビエ著、国際観光局訳「ツーリスト移動論」、昭和 9 年
6. A.J.ノーバル著「観光事業論」、国際観光局刊、昭和 16 年