

第2章 第二次世界大戦後のツーリズムの展開

戦火による過剰な惨禍と引き換えに、戦争は科学技術と軍需を通じて産業を大きく発展させる基盤をつくっていた。戦後の復興は予想外に早く、復興後はかつてない豊かさをもたらした。新しい社会の中で初めてマス・ツーリズムが実現する。すでに見てきたように、両大戦間の20年間にすでに土台はできていた。この時代までに、旅に欠かせない鉄道網やバス、汽船などの交通手段は整備され、需要側では有給休暇が法制化されて、労働者が観光に出ることはすでに社会的に認知されていた。残る最大の課題は、低所得者層が可処分所得の範囲内で利用できる低廉なバカンス施設を配備し、ソフト面でも旅行しやすい制度をつくることであった。その実現のための運動が官民協力のもとに進められる。

第二次世界大戦後のまったく新しい展開といえば、航空旅行の大発展である。戦後すぐに余剰の軍用機が民間航空に転用される一方で、ただちに民間航空用の航空機の開発が始まる。1960年代にジェット旅客機が空を飛び始めると、定期路線を引退したプロペラ機はチャーター航空、すなわちバカンスの交通手段として使われるようになり、チャーター航空の可能性が初めて観光商品の^{マスプロダクション}大量生産化へと向かわせる。陽光豊かな地中海の海岸や島々が観光開発され、豊かな層から中所得者層まで、その足はどんどん遠距離に延びて行った。戦争は外国に関する知識を増やし、平常なら外国へは行かなかったであろう人々をも外国の戦線へと駆り出して外国を体験させることにもなり、外国へ行くことへの抵抗感はずでに薄れていた。本格的な国際観光時代が目前であった。

他方、マスツーリズムの時代には、観光による弊害も目立って来る。観光地では下水やごみ処理に悩み、途上国への観光は目的国に富をもたらす一方で、現地の自然、社会、文化を変容させることにもなった。個別の観光地の劣化だけでなく、観光開発が観光客さえ来なければ荒らされることのない僻地や孤島にまでおよび、観光は特異な形で地球環境問題に係わることになる。

以下、第二次世界大戦後の国民観光の発展、国際観光の発展、観光の流通機構、観光発展がもたらす諸課題について、順次採り上げて概観する。

1. 国民観光の促進：マスツーリズム時代の到来

1948年の第3回国連総会は、世界大戦という人類の痛ましい体験を踏まえ、すべての人民とすべての国が達成すべき基準として「世界人権宣言」を採択した。アメリカ独立宣言とフランス革命以来の人権思想が世界基準として示され、その中の第24条は「すべて人は、労働時間の合理的な制限と定期的な有給休暇を含む休息と余暇^{ホリデー}を持つ権利を有する」と明記した。単なる有給休暇の保証から、有給休暇をバカンスないしホリデーとして居住地以外で過ごすことが人間の基本的権利の一つと宣言されたのである。

第二次世界大戦は、産業や社会のインフラを破壊し、ホテルなどの観光施設も大きな被害を受けた。余暇と観光の権利を享受するためには、戦前の観光施設の復興のみならず、

存在していなかった低所得者のためのバカンス施設を新たに、しかも大量に創設する必要があった。戦争が終わって人々は開放感に溢れ、お金がなくても、物がなくても、海や山や田園へと繰り出した。

ヨーロッパ各国の政府は、過酷な戦争を戦った国民に酬い、戦後の復興のために労働者の努力を新たに求めるためにも、労働再生産に必要なバカンスを可能にする施策に着手したのであった。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、戦前に獲得した有給休暇の権利を前提に、「貧しくても観光を！」の想いが強烈であった。

ソーシャル・ツーリズム運動：「万人に観光を」

英米両国は個人の自主性を尊重する国柄で、自由時間の在り方に政府が介入することには消極的であった。これに対しヨーロッパ大陸諸国では、先述したように、全体主義国家が第二次世界大戦前に国民の余暇と観光を支援する試みを行っていた。政府の望む方向に国民を誘導するという裏の目的もあったにしろ、国民大衆が初めて大量に余暇と観光をエンジョイする道筋をつけたことに違いはなかった。

世界大戦終結後は、西ヨーロッパ各国では国民の心身の健康維持を目的としてマスツーリズムを促進する政策がとられるようになり、その実現のための施策や運動はソーシャル・ツーリズムと呼ばれた。

ソーシャル・ツーリズムとは 今日ではソーシャル・ツーリズムという言葉聞くこともほとんどなくなったが、第二次大戦後この言葉はツーリズムとバカンスを労働者階級に普及させるための理論と実践を意味し、平和の喜びと明るい未来への高揚した気持の中で語られていた。「世界人権宣言」第24条に謳われたように、誰しも等しく人間らしい暮らしができる時代の到来を喜び、政府も積極的に国民の自由時間を豊かにする努力を始めたのであった。

大戦前にもホリデーキャンプ、コロニー・ド・バカンス、休暇家族の家、ユースホテル運動など、先駆的な人々によって青少年や恵まれない層のための観光促進活動が始まっていた。戦後そうした経験を引継いだ活動は、運動の目標をストレートに、「大衆観光」^{ポピュラーツーリズム}とか「万人のための観光」**tourism for All**、あるいは「大量観光」^{マスツーリズム}のような言葉で表現していた。国民大衆に観光を可能にしようとする施策ないし運動を《ソーシャル・ツーリズム》と命名したのは、ベルギーの観光庁長官でソーシャル・ツーリズムの生みの親、育ての親といわれるアルチュール・オーロー（1913～2005）であった。1947年に彼は大衆観光や大量観光、万人のための観光などを促進するという表現について、〈労働者を貶めるニュアンスを含む言葉〉と批判し、今風に言うなら「上から目線の言い方ではなく、ソーシャル・ツーリズムという表現としたい」という趣旨の発言をした。結果として、意味に明快さを欠くことにはなるが、より強い思いを込めて、国民大衆が誰しもバカンスと観光を楽しめる社会を作ることを目指す運動を名づけて「社会観光」^{ソーシャルツーリズム}という言葉を選択したのであった。以後観光界ではこの言葉が使用されることになり、フランスが第2次総合開発5か年計画

(1954～58)の中で公式に使用し、後述の1956年の第1回ソーシャル・ツーリズム国際大会の名称によって世界に広まったのであった。

ちなみにアルチュール・オーローは、戦前1938年にベルギー観光庁 *Commisariat Général au Tourisme* を創設し、以来33年間にわたって長官を務めることになる人物で、とりわけソーシャル・ツーリズムの推進に貢献した人とされている。観光庁ができてまもなくベルギーはドイツ軍に占領され、彼も対独レジスタンスを戦い、ゲシュタポに捕えられて収容所で過ごした経験をもっている。戦時中の体験から、彼は国際観光こそ国際理解と平和のために不可欠であるとの信念に基づいて行動した。

後述の欧州経済復興計画（通称マーシャルプラン）の受け皿として設置された欧州経済復興機構（OECE）の観光委員会は、ソーシャル・ツーリズムについて次のように説明した。

「ソーシャル・ツーリズムの基本的な目的は、旅行資金に乏しいか旅行になじんでいない、あるいは教育の不足ないしは旅行事情にうといなどのために、今日まで観光旅行の埒外にあった国民大衆を観光に参加させるために必要な状態をつくり上げることである」。

ソーシャル・ツーリズムとは、観光政策であり、社会政策であり、青少年の教育政策であり、生産性向上運動でもあるという、前例のない政策として登場したのであった。

ソーシャル・ツーリズム運動の内容

ソーシャル・ツーリズムが目指すものは、低所得者層の休暇旅行を促進する各般の制度を包含するが、大別すれば供給側（施設サービスの整備）に係わるものと、需要側に係わるものに分けられる。連続有給休暇が保証されて時間はできたが、まだ国民の大半は居住地以外の場所で休暇を過ごすには至っていなかった。最大の理由は、彼らの所得で手の届くバカンス滞在施設が存在していなかったからである。したがって、第一に、供給面の施策によって安価で快適なバカンス施設を大量に整備することが求められ、次いで鉄道やバス、航空機などの交通機関を安価で使いやすくする工夫が求められた。

並行して需要側に係わる改善も進められた。有給休暇制度の拡充、休暇旅行の購買力の増大、施設サービスの特別割引、旅行シーズンの延長、などの施策が官民の創意工夫によって進展していく。国民大衆がどのようなバカンスを過ごしたいかを繰り返し調査し、施設の現状調査を行う一方で、将来どのような施設を作っていくべきか、円滑な運営のために政府や民間は何をなすべきかについて、官民合同で討議が重ねられた。

低廉なバカンス施設を大量に整備するといっても、当面民間企業に依存することは無理であった。数多くつくるためには集合型施設にせざるを得ず、高額投資が必要であった。しかし、バカンス施設は実態として夏場の4～6か月しか稼働できず、シーズンオフには閉鎖せざるを得ない。半年の稼働で採算をとろうとすれば割高になり、労働者階級向けの低廉な施設づくりは、当面コマーシャルベースでは成り立たなかったのである。

戦前にも各種の組合やスポーツや余暇の団体などが旅行を扱うケースがみられたが、戦後各種の非営利の協会や団体が観光促進のために多数誕生した。政府の政策や企業の行動を待っていては時間がかかるから、自分たちで作りはじめたのであった。それぞれが会員

向けに低所得者用のバカンス施設を整備し、条件によって政府が補助金等によって支援した。フランスではそれらの団体はすべて 1901 年の「協会法」の非営利団体として登録されたから、ソーシャル・ツーリズムは協会ツーリズム *tourisme associatif* とも呼ばれることになった。有産階級のバカンスが個人的であるのに対し、労働者階級のバカンスは集合的、集团的にならざるを得なかったのである。

ソーシャル・ツーリズム国際大会 低所得者層のバカンスについては、各国が国情に合わせて様々な施策を展開した。地続きのヨーロッパでは観光の国際展開は必至であるから、相互に情報交換し、協力し合う国際的な場が必要であることは早くから共通の認識となっていた。1956 年西ヨーロッパ 17 か国の余暇推進目的の全国組織がブリュッセルで会合してそれを確認し、ソーシャル・ツーリズムに係わる諸々の課題を検討するために、同年 5 月、第 1 回ソーシャル・ツーリズム国際大会がスイスのベルンで開催された。この国際大会はソーシャル・ツーリズムの課題を洗い出し、6 分野合計 21 項目の決議を採択した。

この時期のヨーロッパのマスツーリズムがどのような問題を抱えていたかを知るために、日本観光協会編「ソーシャル・ツーリズム」(内部資料)に掲載されている決議文から、主たる項目とその概要を紹介すると、以下の通りである。

決議 1 休暇と休暇旅行について

- 1) 現在 3～4 週間またはそれ以上の有給休暇を保証されているが、労働のテンポの上昇を考えれば、有給休暇は贅沢ではなく、正当なものである。慰安と楽しみは生活にとって不可欠であり、有給休暇は雇用者、被雇用者双方にとっての利益である。
- 2) 家族の人数を差し引くと、休暇の権利者は国民の半分である。そのうち自分の居住地以外で休暇を過ごしているのは、まだ全人口の 3 分の 1 か 4 分の 1 に過ぎない。この数字を上昇させるには広報・啓蒙活動が必要であるが、その前提として、供給を需要に対応させていかなければならない。
- 3) 休暇取得の時期が 7 月、8 月に集中する傾向があるが、ピーク時は輸送・宿泊の供給が不足し、価格も高い。休暇をずらしてシーズンの前後にすれば安いし、供給者にとっても好都合である。就学児童のいない家庭や独身者はシーズン外を選び、都市と地方で休暇をずらし、シーズンを延長するよう啓蒙活動を行うべきである。また、商業、工業の一斉休業は個人の希望を入れる余地がないのでできるだけ避け、また同一地の各種商業の休暇閉店は協議によって時期をずらすべきである。

決議 2 旅行経費について

休暇旅行のための種々の信用制度や分割払い制度はソーシャル・ツーリズムの諸問題の解決にそれほど有効ではないが、いくつかの国で成果を上げている旅行貯蓄制度は推進されるべきである。そうした制度は行政、雇用者団体、被雇用者団体、または交通機関、観光企業等との協力のもとに行うべきである。制度の推進には特に行政の

積極的支援を必要とし、また、休暇旅行に関心の高いユネスコ、ILO、OEEC、AIT（国際観光同盟）などが促進のための行動をとることを期待する。

決議3 輸送について

- 1) ソーシャル・ツーリズムにおける輸送問題は、①輸送価格、②シーズンによる価格差、③スピードと快適さの3点である。
- 2) 行政は運賃を高くするような税や手数料を廃止する。
- 3) 子供料金の制限年齢を統一する。
- 4) シーズンによる価格差は望ましい。
- 5) オールインクルーシブ（包括料金）による低価格の活用。旅行業、宿泊業と運輸業が協力して売上げも収益も増えるやり方を工夫する。シーズンの価格差はとくに重要である。
- 6) ソーシャル・ツーリズムも国際的發展を見せつつある。運輸業が価格を上げずに快適さとスピードアップを実現することを期待する。鉄道に関しては、寝台車の普及と自転車やバイクの持ち込みを容易にする。

決議4 宿泊・食事・滞在施設

- 1) 休暇旅行者は増加しているが、まだ金銭的余裕のない者が多い。キャンプ、休暇家族の家、民宿、ユースホステルなどの補助的宿泊施設を休暇者の需要に応じて配置することが必要であり、行政にはソーシャル・ツーリズム推進に有効な施設の開発と整備を求める。
- 2) リーズナブルな価格で快適な休暇施設を提供する。そのため、集散的な施設でありながら質的要請をも充足する。
- 3) 休暇施設は快適であると同時に、美的要請をもみだし、文化的育成にも資するものでなくてはならない。
- 4) 現在の宿泊施設全体の国際的リストを作成し、国際交流を活発化すべきである。

決議5 関係機関への勧告

- 1) ソーシャル・ツーリズムの進展のためには、関係機関がその意義をよく理解し、積極的に広報・啓蒙活動に努めねばならない。
- 2) 休暇はただの遊びの連続ではなく、精神的肉体的健康に資するものであるから、オールインクルーシブ旅行にプランを詰め込み過ぎてはいけない。
- 3) 往復のオールインクルーシブの団体旅行には、自由選択による個人的滞在を意識的に計画に含ませる。
- 4) 選択肢を多くすることを心がける。文化交流や学生の国際交流などにより観光を質の高いものにする。国際交流の妨げになるパスポートやヴィザなどの障害を軽減する。
- 5) 青少年のソーシャル・ツーリズムの発展に努力する。

- 6) 旅行やバカンスはすでに習慣になっているが、まだその楽しみを知らない者も多い。1日か2日の小旅行をさせることがきっかけになるかもしれない。とはいえ、旅程を楽しくするためであっても、忙しすぎて疲れるようなものにしてはならない。

決議6 広報・啓蒙

- 1) 広報と啓蒙は、休暇を与えられても高額ゆえに居住地にとどまっている人たちをもバカンスに出られるようにすることが社会的義務であるとする思想からきている。あらゆる階層の人たちがバカンスに出かけられるよう、行政と民間の協力が必要である。
- 2) ソーシャル・ツーリズムの広報には以下を含めなければならない。
 - イ 人間には楽しむ権利があること
 - ロ 休暇や自由時間は今日では贅沢ではなく、肉体的、社会的、文化的必要にもとづくものであること
 - ハ 国民経済は、国民の精神的ストレスや肉体的疲労からの解放によって恩恵をうけており、その解放は労働者の休暇の普及によってもたらされること

3年後の1959年、第2回ソーシャル・ツーリズム国際大会がウィーンで開催された。第1回の決議を確認するとともに、第1回を質量ともに上回る決議を行った。第1回以後それぞれの項目について一定の進展が見られるが、とくに「観光企業の新しい仕事」として民間企業の取組みに大きく期待を寄せていること、および「国際間の協力体制の強化」をクローズアップした内容になっている。前者については、団体で予約することによって個人では得られない割引を確保すること、輸送と滞在を組み合わせることによってバカンスの価格を引き下げること、自炊のできる施設を増強すること、ジェット航空機の時代にはプロペラ機を団体輸送のチャーターに回し、国際協力によって繰り返し満員で飛ばせば極めて安価なバカンスを提供できる、など具体的な指摘が行われ、バカンス滞在の商品化とその大量生産を促している。また、国際協力の一つとして、「ヨーロッパでは学校年度が春季に始まるのは4か国のみであるから、秋季に移すのが適当である」といった勧告も含まれている。

このあと第3回(1962年)会議がミラノで開催され、1963年には常設事務局としてブリュッセルに国際ソーシャル・ツーリズム協会 **Bureau International de Tourisme Social** が設置された。ソーシャル・ツーリズムは集団的なバカンスが特徴であるが、そうであっても可能な限り個人の自由を尊重し、選択肢を増やすことを基本的方針とすることも宣言された。交通機関や滞在施設に対しては団体料金で、参加する客にとっては個人旅行であるというパッケージ・ホリデーが推奨され、大衆向けのバカンス商品が多数つくられるようになっていった。

1970年にはILO第137号条約によって有給休暇は最低3週間とされ、1972年にはBITSが戦後の総決算ともいえるべき12項目からなる「ソーシャル・ツーリズム憲章」(ウィーン

憲章)を採択した。この頃がソーシャル・ツーリズム運動の最盛期で、少なくとも西ヨーロッパ諸国においては、運動の成果として勤労者のバカンスは定着した。その後ソーシャル・ツーリズムは身体不自由者、高齢者、真の低所得者などの社会的弱者のためのバカンスへの配慮が新しいテーマとされ、事業は継続しながら表舞台からは消えて行った。

初期のソーシャル・ツーリズムの施策 ソーシャル・ツーリズムの目的は、単に有給休暇が保証され増やされるだけでなく、休暇を利用してバカンス滞在や観光に出かけられる状況を作り出すことであった。政府がそのための政策を講じることを促し、実際に各国政府は様々な施策を実行した。

最大の課題であった低廉なバカンス施設の整備については、フランスの例が興味深い。フランスは地中海岸と大西洋岸に長い海岸線を有し、アルプスとピレネーの山岳地帯には夏冬のバカンス滞在に適したリゾート向きの土地がいくらかでもあった。これに対し、北ヨーロッパ諸国民は、マスツーリズムが進展するにつれて自国内のリゾートよりも地中海岸をはじめとする陽光豊かな南方でのバカンスを希望したから、むしろ施設づくりよりもソフト面の対策の方を重視した。1960年代に安価な航空機利用のバカンス商品が誕生すると、イギリス、ドイツ、北欧諸国人などは、大挙してそちらに移行したから、国内での大型施設の開発には力が入らなくなった。その意味で、バカンス自給自足国のフランスは、外国人バカンス客の来訪促進をも視野に入れてリゾート開発に熱心であり、った。

フランスの家族休暇村 フランスのソーシャル・ツーリズム推進政策の一環として整備された施設としては、古い家やや館、立ち行かなくなったホテルなどを補助金によって低所得者のバカンス用に改造した「休暇家族の家」、農家民宿などがあるが、代表的な施設として「家族休暇村」(VVF: Villages, Vacances, Familles)について紹介する。

家族休暇村は、1959年に設立されたソーシャル・ツーリズムのための非営利組織で、公的補助金をうけて国内各地に低廉なバカンス用施設を整備していった。名前の通り家族でバカンスを過ごすための「村」であり、もう一つの「休暇家族の家」が25家族100名までを限度として休暇の「家」と呼ばれたのに対し、こちらは200ベッド以上ある大型の施設で「村」と呼ばれた。最初は1室ないし複数の寝室と浴室をもつ100~150家庭分のユニットで構成され、三食とレジャー・スポーツ施設の使用料を含む週単位の包括料金の施設であった。中央管理棟に事務室、大食堂、スポーツ・遊戯室などが置かれ、野外には野外スポーツの施設があった。村長がおり、郵便局があり、子供を預かる保育所があり、救護室あり…といったように、人々はここでバカンスの数週間を村人として過ごし、隣人との交流を楽しんだ。その後できるだけ長く休暇滞在したい人のために、キッチンと自炊施設(食器等を含む)のある集合住宅(ジート gite)のシステムが加わった。VVFの発展に沿って、各村がそれぞれ需要に対応しつつ質を高めて行った。

ちなみに休暇村 Village de Vacances という呼称は、大戦直後に米軍の使い残しのテントや防水布を扱っていた商人がこれらをフランス・ツーリング・クラブに持ち込み、同クラ

ブが 1948 年に 6 か所にバカンス用のテント村を設置し、休暇村 *Village de Vacances* と名付けたことに始まっている。「宿泊施設」ではなく、多数の家族と一緒に休暇を過ごす村とする発想であった。中央管理棟と食堂だけが固定施設の夏だけの仮設の村で、レジャーといってもあるがままの自然だけであった。テントはやがて仮設のバンガローに、バンガローだけでなく集合住宅的な固定施設をも採り入れて行った。1968 年 5 月 28 日付政令は、ホテル以外の補助的宿泊施設の定義の中で、休暇村と呼ぶ施設の条件を次のように定めている。「非営利団体のもの、営利企業のもの問わず、宿泊と食事、共用のレジャー・スポーツ用施設の使用料等を包括料金で提供するバカンス用施設を休暇村と呼ぶ」と規定し、ソーシャルツーリズム目的の非営利休暇村 (VVF) の場合は、200 ベッド以上のものと定めたのであった。200 ベッド未満のものは「家族休暇の家」MFV であることは既に述べた。

VVF の設置個所は中央政府と地方政府の協議により、過疎地や他の産業を興すことが困難な地域が選ばれた。休暇村が設置されれば、消費・雇用の両面で地域開発上のメリットがあるから、地元町村は土地を 60 年間無償貸与し、その後は施設ごと地方に譲渡されるなどの相互協力によって拡大していった。運営に当たっては村長を委員長とする運営委員会が設置され、当該コミュニティの代表が委員として参画する体制であった。また資金調達のために他団体の資金を受け入れる代わりに、一定数のユニットの優先使用権を供与するなどの制度もあった。全体的に海浜地区には少なく農村に多い。低所得者層のための施設であるから、同じユニットの利用料金でも利用者の年収によって差がつけられ、所得が極めて低い人には大変有利な料金が設定されていた。利用者統計でも、40～50%が所得税非課税家庭になっている (1968 年統計)。1970 年現在 40 か所合計 2 万ベッドほどが設置されていた。

私事ながら、パリ在住中に VVF を体験利用しようと申し込んでみたが、補助金を受けている組織であり、所得税を支払っていない外国人は利用できないと断られた。パンフレットで研究したところでは、民間の休暇村に引けを取らない立派な施設が多かった。少なくとも、当時 (1970 年代前半) 日本で知っている施設のどれよりも立派なものに見えた。VVF のコンセプトや事業内容については、日本観光協会の月刊「観光」1973 年 11 月と 1974 年 1 月号に分載されている「フランスの家族休暇村について」(松平誠) が施設内容や利用状況などを詳細に紹介している。

ただし、公的な施設であるために利用面では資格その他いくつか制約もあり、休暇村をはじめとする民間の施設が充実し、それらがリーズナブルな価格で提供されるようになると次第に意義が薄れて行った。フランスのソーシャル・ツーリズム政策は、1982 年の地方分権法によって観光行政の一部が自治体に移管され、VVF の管理も中央政府の手を離れ、地方政府の所管となった。中央政府の補助金が廃止されると、他のソーシャルツーリズム施設とともに自立の道を歩むことになり、設置の場所も過疎地対策より採算中心に選ばれるようになった。全体として、労働者階級のバカンス参加を目的としたソーシャル・ツーリズム運動は役割をほぼ終わったといえよう。その後はハードの施設への補助に代わって

身障者、高齢者、貧しい個人への直接支援の方法に変わり（バカンス小切手制度の導入など）、観光政策の表面からは退いていった。

もう一つの柱がユースホステルである。家族で良好な自然環境で過ごす滞在型のバカンスと違い、ユースホステルは周遊型の若者向けの宿泊施設（といってもだれでも利用できる）である。日本観光協会の「ソーシャル・ツーリズム」が1954年頃の各国のユースホステルの収容力を挙げている。これによると、多い順にドイツが700ホステル合計67,000ベッド、英国461ホステル計25,000ベッド、スウェーデン270ホステル計10,000ベッド、スイス160ホステル計10,000ベッド、などとなっている。フランスとイタリアでもユースホステル運動は活発であったが、この資料には記載がない。

なお同書には、施設整備のほかの供給サイドの取組みとして、鉄道や宿泊施設などの割引制度なども紹介されている。

需要面の施策例 日本観光協会の「ソーシャル・ツーリズム」は、1950年代後半の各国の施策を紹介している。これを中心に需要面での施策を見てみよう。有給休暇の日数増加は1950年代にはまだ進行中で、国によって異なる様々な優遇制度が紹介されているが、これは省略し、休暇日数の拡充以外の方策について見てみよう。

まず、旅行購買力の増強方策について。休暇期間中の給与は働いていれば得られる額と同一とするのが原則であるが、旅行に出やすいように割り増し分を支払う制度をとっている国がかなりある。例えばベルギーの休暇手当は定額賃金の2倍を支払うとしているし、ドイツでは定額賃金に加えて特別休暇手当を支給している。

また、労働者が休暇旅行の経費を積み立てることにより、これを購買力のアップにつなげる「休暇旅行貯蓄」として制度化している国もある。休暇旅行貯蓄銀行のような特殊な銀行が政府、観光機関、労働組合などの協力のもとに設けられ、運営費の一部を補てんされている。例えば、オーストリアの休暇旅行貯蓄金庫の場合、額面5シリングの旅行貯蓄切手を発行する。勤労者はこれを4.85シリングで購入し、旅行するとき制度に参加している施設・サービスで額面5シリング分の支払いに充てることができる。つまり、旅行する際3%分の購買力の増加となるわけである。この旅行貯蓄切手の売り上げは1953年に84,724シリングだったものが、1957年には2,891,740シリングへと30倍に増えている。イタリアでは、イタリア旅行クラブが1949年に旅行貯蓄銀行を設立し、1954年に加入者が10万人に達している。同銀行は2%割引で旅行クーポンを販売し、さらに、制度に参加している企業（ホテル500、旅行業10、国鉄自動車会社120、旅行用具店300など）は、クーポン使用者に対して3%、5%、8%などの割引でサービスを提供している。

スイスは最も早くソーシャル・ツーリズム促進の取組みを始めた国であった。有給休暇が導入され、労働者階級のバカンスが可能になる状況の中で、早くも1939年に政府、使用者団体、労働組合団体、消費者団体の支援のもとに、スイス旅行金庫（REKA: Reise Kasseの略称）が設立された。REKAはソーシャル・ツーリズム推進を目的とする非営利組織で、REKAの旅行小切手はソーシャル・ツーリズムの取組みの中でも最もよく知られた事業の

一つである。金融機関としてだけでなく、非営利のバカンス施設の整備にも大きな力を発揮した。REKAの旅行小切手制度は、企業が従業員のバカンス用に平均10%（企業によって3～20%）安く小切手を販売し、スイスに所在する約2000軒のホテルのほか、鉄道、船会社、郵便バスで額面の支払ができるというものである。REKAの旅行小切手は今日も健在で、2003年の実績は、85万家庭の250万人弱がこの小切手を余暇やバカンス目的に使用し、第二の通貨と見做されるほど流通している。2013年には小切手の販売個所が8,700に及んでいるという。

フランスは、1980年代にバカンス施設整備への補助金を停止した代わりに、個人への直接補助政策としてバカンス小切手制度を *Chèque de Vacances* を始めた。やはり企業や非営利法人が額面より安く小切手を販売し、差額を負担するコンセプトは同じである。

ソーシャル・ツーリズムの「万人にバカンスを！」という精神は変わっていないが、少なくとも国内観光のレベルでは、西ヨーロッパ諸国の労働者のバカンス旅行への参加は初期の目的を達成したといえる。そのことは私自身、1970年6月から1974年11月まで日本政府観光局（JNTO）パリ事務所に勤務し、観光分野の研究者として見たり聞いたり調べたりした結果納得したことでもあった。この時期にはすでに、ヨーロッパ庶民のバカンスは国内観光だけでなく、地中海から北アフリカ、大西洋の島々にまで広がっていた。マスツーリズムの第二段階といえる国際観光化は1960年代に大きく展開する。以下、大戦後の国際観光の発展を見てみよう。

2. 第二次世界大戦後の国際観光

第二次世界大戦は多くの非戦闘員を巻き込み、社会のインフラを破壊して1945年に終結した。二度とこのような戦闘を繰り返してはならない。国際連盟の失敗を踏まえ、1945年10月、より強力な平和維持機関として国際連合が結成された。国際連合憲章には「国際間の平和と安全を維持し、平等と民族自決の原則にもとづき、諸国間の経済・社会・文化・人道的問題を解決するために国際的に協力する」ことが謳われた。

戦争を引き起こした欧州では、未曾有の荒廃の中で欧州諸国の和解という課題に直面していた。1946年9月英国首相ウィンストン・チャーチルが、チューリヒ大学での講演において、欧州合衆国の創設とその前段階としての欧州評議会の設立を訴えた。1948年5月ハーグに關係国が集まって意見を交換し、1949年ロンドン条約（欧州評議会規定）に欧州主要10か国が署名して「欧州評議会」が設立された（西ドイツは翌1950年に加盟）。他方1946年、武器の製造に欠かせない鉄鋼と石炭を共同管理する「欧州石炭鉄鋼共同体」が結成され、これを出発点としてEEC（欧州経済共同体）からEU（欧州連合）へとクーデンホーフ＝カレルギーの唱えた汎ヨーロッパの実現へと歩み始めている。

国際観光の容易化 一方、各国とも戦後すぐに対外観光宣伝を担当する政府観光局（NTO）を復活させ、早くも1946年に公的観光機関国際同盟 *International Union of Official Tourist Organization*（IUOTO、現UNWTO）が結成された。IUOTOは行政権限も政治力

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）の開催にこぎつけた。迂遠に見えても、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。同会議にもとづき、戦時の名残の〈ジャングルのような〉と形容された面倒な入出国手続きの緩和への努力に着手した。

1949年に設立された欧州評議会は、1957年に「欧州評議会加盟国間の人の移動に関する欧州協定」を締結し、3か月以内の滞在（観光）については、相互にパスポートもヴィザもなしに入出国できることを協定した。戦争に明け暮れた国々によるこの協定は、西ヨーロッパ内の国際観光往来に大いなる進展をもたらし、戦争が遠のく思いが切実であった。この動きを意図的に刺激したのがアメリカによる欧州復興計画（マーシャル・プラン）であった。

1) マーシャル・プランと国際観光

マーシャル・プランとは マーシャル・プランは正式名称を「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事業である。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施策であった。当時のアメリカのマーシャル国務長官が、1947年6月に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」に結実し実行に移された。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の緊急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」ほど厳しい状況だった（国際観光振興会『世界旅行界の展望 1988年版』）。

ヨーロッパは、このマーシャルプランにも支えられて急速に経済復興を果たしたが、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。以下、国際観光と経済の文脈の中で、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する。

大戦直後のヨーロッパは、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が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国官憲の専用になっていて、外国人観光客に回す余裕がなかった。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。前述の1947年の国連観光専門家会議に参加したアメリカ代表はハーバート・ウィルキ

ンスン博士であった。博士はのちに商務省国際貿易局観光課長となって、マーシャルプランの柱の一つである「ヨーロッパの観光事業復興」に力を振るうことになる。

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、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、十分に機能を果たせなかった。占領・駐留地域の市民の生命と生活の維持に直接関わっていた米軍は、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たされていた。

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』、マーシャル演説の全文が掲載されている）。言い換えれば、米国が支援するために、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全参加国が同意した後に提供されることになっていた。

アメリカ議会への説明では、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、軍需産業偏重だっ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を呼びかけたが、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た。かくして、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にしていくことになるのだが、それは時代の流れというものであった。

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簡素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』）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なチャネルであることを認識しており、実際に経済協力局（ECA）設置法第 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 諸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う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、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。ETC が最初に手がけたのは、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。

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 が商務省国際貿易局観光課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（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 諸国が観光事業によってドルを得るために必要な措置を講ずることを支援し奨励する」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止・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催事を開催・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、本稿では主として対米観光宣伝活動について概要を見ることとする。

自由ドルの確保 上述のとおり、経済協力局設置法第 117 節は、対米観光宣伝の継続的実施を奨励しているが、これとは別に「外国援助法」は対外経済協力のための米予算を米国

内での観光宣伝に使用することを禁止していた。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（外貨）を観光宣伝のために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」は《ERP諸国の共同観光宣伝》の章で、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『世界旅行界の展望』の著者サマセット・ウォーターズは次のように語っている。

……商務省の観光課長室で、ウイルキンソン課長とどうすれば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、課長は、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。そこでわたしは、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、と進言した。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、当時世界最大の雑誌出版社であったカーティス出版社 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、パシフィック・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、各国の政府観光局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…。

観光宣伝の成果 「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%増加したと報告している。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のがその基本的コンセプトであった。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かったというのが現実であった。結果を見れば、ERP 諸国は ETC（欧州観光委員会）を通じて初めて結束した行動を取り、観光による外貨収入を急速に増大させた点、観光振興はマーシャルプランの模範的な事業であり、成功事例での一つであった。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。参照し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、観光には一言もふれていなかった。

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「外国援助法」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。理由は、東西対立が悪化する中で、大戦後初の本格的戦争となった朝鮮戦争が勃発（1950）し、安全保障政策を優先せざるを得なくなったからであった。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。鉄道や道路、空海港、宿泊施設など、観光に直結するインフラに多額の投資が行われたが、これらは社会生活全般のインフラでもあるために、観光の名前は出る余地がなかった。「観光事業報告」も、予算については、ECA が商務省の観光事業振興計画に約 10 万ドルの特別枠を計上したことと、1950 年度にホテルの新築と再建目的にマーシャルプランの見返資金が 8,200 万ドル計上されたと述べているだけである。

観光の名において行われた支援は、前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なかった。マーシャルプランは MSA 援助に吸収されて観光との係りを失ったが、その後も米国人訪欧客が落とすドルは増加の一途をたどっている。しかし、ヨーロッパが急速に経済復興を果たしたのちは、米国からの観光客以上に ERP 諸国相互の観光客の往来が活発化し、いつしかマーシャルプランが観光に果たした役割も忘れ去られていった。観光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。経済統計上観光という名の産業を持ち得ないことが観光の重要性が理解されにくい理由であり、それが複合産業である観光の宿命でもあった。観光の経済効果に関する統計を含む観光統計の諸問題については、帝京大学経済学研究第 44 巻 1 号（2010 年 12 月）の「観光統計の話し」（石井昭夫）を参照願いたい。

それでも、東西対立が深まる中、1963年には国際観光の促進を目的とする国連主催の国際旅行・観光会議（通称「観光ローマ会議」）が開催され、国際観光の現状と将来について多角的な議論が行われた。1967年は国連によって「国際観光年」に指定され、「観光は平和へのパスポート」というスローガンが掲げられた。国際観光は年を追って増大し、その経済的社会的影響についての認識が高まって、1975年には国連のB級諮問機関であったIUOTOが、国連の専門機関（政府間機関）「世界観光機関」(World Tourism Organization)に格上げ改組された。以後世界観光機関(WTO)は、1978年に「航空と観光に関する国際会議」の開催、1980年に「世界観光会議」を開催して多くの決議を行い、観光産業の数量把握のための観光統計の改善充実に努めるなど、戦後の観光史に残る数多の事業に取り組んできた。戦後40年を経て、1980年代に観光は世界最大の産業といわれるまでに拡大したのであった。

なお、1995年1月ガットGATTが国際貿易機関World Trade Organizationに改組され、WTOの略称の使用をあくまで主張し、世界観光機関は略称をUNWTOへと変更させられた。政治・経済における観光の弱い立場を象徴する措置であった。

2) 国際バカンス商品の誕生

有給休暇を利用する旅は、海浜や山岳地などでの滞在型バカンスだけではなく、名所旧跡や自然景観を訪ねる周遊型の旅があり、友人・知人訪問目的の旅もある。しかし、後の二つの旅の展開は本質的に世界共通であって、観光先進地域ヨーロッパに特有の特徴や課題は少ない。これに対し、滞在型バカンスは、北から南への流れというはっきりした傾向、ヨーロッパにのみ認められたインクルーシブ・ツアー・チャーター(ITC)という航空輸送形態によって、ヨーロッパ固有の現象として発展した。それゆえ、マスツーリズムを代表する滞在型バカンスの展開について見て行きたい。

北ヨーロッパの冬は概して天候が悪く、寒くて夜が長い。晴れても陽射しが弱く、南の空を低く東から西へと移動し、早朝はそのまま黄昏へと移行してしまう。日本とヨーロッパを緯度で比較すると、パリはサハリンの中央部、ロンドンカムチャッカ半島の南端に当たる。逆に、東京は地中海を通り越してアルジェやチュニスより南になる。日光の有難味を忘れていた日本人でも、ロンドンやパリで太陽の薄い冬を二度、三度と過ごす（日光に飢える）感覚がわかりかけてくる。

国民が有給休暇を利用してバカンスに出かけるようになったとき、最初こそ国内の近間の海岸へ、山岳地へ、田園へと向かったが、間もなく鉄道やマイカー、バスなどを利用して長距離を移動し、陽光豊かな地中海へと南下し始める。並行して余剰航空機の貸切り(チャーター)による安価なバカンス滞在商品が作られるようになると、地中海滞在が急速にヨーロッパのバカンスの最大潮流になっていく。

フランス人やイタリア人なら、海岸に住む親許や親戚・知人を頼って出かければいいし、そうでなくても、自国内の海岸なら自前で宿を含む情報を収集して手配することも可能で

ある。これに対し、イギリス、ドイツ、北欧諸国などの北方の諸国民は、地中海岸でのバカンスを希望しても、親戚知人はおらず自前で探すことは困難である。その需要に素早く対応したのが旅行業者であり、戦後間もなくチャーター航空による低価格の地中海方面へのバカンス商品を生み出していった。1960年代にはDC8やB727などのジェット機が飛び始めると、プロペラ機は定期路線から引退してチャーター航空に回り、いっきに航空旅行商品が増大する。やがてバカンスの足にも新鋭ジェット機が投入されるようになり、1970年にジャンボジェットB747や中近距離用のA300などの広胴機が登場して座席供給力が急増すると、定期航空会社も団体包括（GIT）運賃などの観光用運賃を導入し、本格的な航空機による国際観光の時代が到来する。航空機の発展は次項にまとめて採り上げるとして、まず国際バカンス商品の登場を見てみよう。

非営利法人から営利企業へ：事例「地中海クラブ」

ヨーロッパ人にとって、地中海が最初で最大の国際的なバカンス目的地であった。マストゥーリズム・タイプの地中海の休暇施設の歴史を辿ると、その先駆は1935年、パリ在住の亡命ロシア貴族でウォーター・ポロ・チーム《ウルス・ブラン（白熊）》の選手だったディミートリ・フィリップフ（スポーツ誌記者でもあった）が、コルシカ島北端のカルヴィにチームのホリデー・キャンプ《ウルス・ブラン》を開設したことに行きつく。第二次世界大戦勃発によってこのクラブは閉鎖されたが、戦後1949年に《カルヴィ・オリンピック・クラブ》と名前を換え、一般客向けのバカンス用テント村として再開した。林の中にテントが点在し、食事は共同の大テーブルで供した。名前のとおりスポーツが売り物のクラブだったから、様々なスポーツや余暇がキャンパーたちを楽しませるよう準備されていた。最初のシーズンの客はフランス人とベルギー人だけであった。

生まれたばかりのこのテント村に、起業精神旺盛な二人の人物が訪れたことによって、ヨーロッパ人のバカンスが二つの方向で大きな進展を見せることになる。一人はこのテント村の経営者の友人で、ロンドンのロイター通信に勤務していたロシア系イギリス人ウラディーミル・レイツである。彼は友人に招待されてこのテント村に2週間滞在して大いにエンジョイしたあと、友人からイギリス人の送客を依頼された。イギリスからコルシカ島への航空便はなく、ロンドンから鉄道と船を乗り継いで行くと片道36時間もかかり、価格も高く、問題外であった。レイツは翌1950年夏、カルヴィにチャーター航空機を毎週ピストン往復させ、航空機による安価な地中海バカンスを〈発明〉し、航空バカンス商品の生みの親となった。

もう一人はベルギーのダイヤモンド商で、やはり水球の選手だったジェラルド・ブリッツである。彼はこの《オリンピック・クラブ》を訪ねて大いに刺激を受け、翌1950年、非営利法人のクラブを設立し、「地中海クラブ」と名付けることになる。二人は正反対の方向で、それと意識せずにヨーロッパ人のバカンスの発展を刺激する役割を果たすことになった。ブリッツはフランス人として国際客を受け入れる事業、すなわち休暇村の経営者とし

て、もう一人は送り出す市場側においてツアー・ホールセーラーという新職種を生み出し、バカンス商品の大量生産に道を開いたのであった。

ドイツによる航空機利用の滞在型バカンス誕生と発展の物語は、テーマ別論集「航空パッケージ・ホリデーを始めた男」に詳述したので、そちらを参照して頂くことにして、ここでは地中海クラブの誕生について紹介する。

地中海クラブ誕生 カルヴィ・オリンピック村のようなテント村の設立を思い立ったブリッツは、早速戦争前の水泳仲間やレジスタンス仲間へ声をかけ、スペインのマジョルカ島北端のアルクーディアの小漁村付近の水道も電気もない土地を借り上げ、ここに 200 張りのテントを並べて第 1 号テント村を開設した。テント入手のために接触した相手がテント商であったトリガノ家の長男ジルベール・トリガノであった。トリガノは 1954 年に地中海クラブ入りし、1963 年以降会長としてクラブを大発展に導くことになる人物である。

ブリッツらはテント村設立に当たって、キッチン用品その他の必要資材はドイツ駐屯米軍の余剰物資を入手し、はるばる列車でスペインまで運んだという。たまたま同じ 1950 年、モード雑誌「エル Elle」(創立 1945 年) が 500 人収容の大型キャンプをオーストリアのチロールとイタリアのシシリア島に設立し、これを《魔法の村》Village Magique と名付けて開放していた。このバカンス村に映画スターその他のセレブが集まり、様々なエンタテインメントを催して人気を集めていた。この魔法の村とスポーツ中心のブリッツのテント村が合体して「地中海クラブ」という魅惑的な名前の休暇村チェーンが誕生したのである。

安価なバカンスを提供する非営利法人としてスタートした地中海クラブだったが、1954 年にテント村を固定施設に変え、1958 年には豊かな将来性を見越して株式会社に転換する。しかし、そううまくは行かず、その後の経営は苦しく破産寸前に陥ってしまう。1960 年、エドモン・ロートシルト(ロスチャイルド)の資本を受入れ、以後むしろ豊かな階層の顧客をターゲットとする戦略に切り替えて成功した。1967 年に休暇村の数は 31 か所に増えていた。前年 1966 年、アメリカの雑誌『ライフ』が地中海クラブを大々的に特集して地中海クラブのバカンス・ライフを紹介した。それまで客はほぼフランス人だけだったが、これを機会にアメリカ市場へのアプローチを開始し、さらに 10 年後にはオーストラリアと日本の市場開拓にも着手した。

地中海クラブの世界展開 トリガノの地中海クラブ発展の戦略は「三湖の戦略」Trois Lacs と言われた。ヨーロッパ人には地中海、アメリカ人にはカリブ海、日本人とオーストラリア人には東南アジアの海があり、それぞれの海域に休暇村を展開していった。そのために 1972 年に米国法人を設立し、1979 年には地中海クラブ・ジャパン設立した。世界展開を始めると、間もなく顧客はフランス人より外国人のほうが多くなった。現在 34 国計 120 か所に休暇村を経営し、休暇村だけで合計 75,000 ベッド、その他同クラブが経営するコンドミニアム、ヴィラ、シティ・クラブなどを合計すると、120,000 ベッドを所有する大観光企業になっている。ちなみに、日本ではカピラ(石垣島)とサホロ(北海道)に休暇村があ

るほか、東南アジアではプーケット（タイ）、バリ島（インドネシア）、ビントラン島（シンガポール&インドネシア）、チェラティン・ビーチ（マレーシア）に設置されている。当初から地中海の休暇村は新時代のバカンスの理想形とされ、その成功にならって多くの観光企業が参入し、大量の営利的バカンス施設が誕生していった。

地中海クラブのコンセプト 地中海クラブは《クラブ MED》の愛称で知られる。同クラブが世界に提示したバカンス村のコンセプトは、日常を離れた楽しい空間を演出することであった。イギリスのバトリン・ホリデー・キャンプに勝るとも劣らないシステムと方法で村人たちを楽しませた。簡単に紹介してみよう。休暇村は広々とした空間を囲って他人が入ってこない村人だけの空間をつくる。クラブ専用のプライベート・ビーチがあり、海に行くのに休暇村の外に出る必要もない。必ず三食付の包括料金だから、食堂での飲食や酒類も含まれていて、村内では現金は不要である。ただし、バーなどの追加支払いは通常の通貨ではなく、クラブ MED 専用の支払い手段（首飾り式のビーズの綴りとか、チケット冊子とかいろいろある）を購入して支払いをする。裸で海に出かけるときにはビーズの首飾り（珠が通貨代わり）を下げて行き、財布などを持参する必要がない。国際色豊かな村であることも売り物のひとつで、多様な国籍の人々が集まってくる。食事はすべてビュッフェ・スタイルで、食卓でいつも同じグループが集まらないよう、大きいテーブルに多様な人々が着席するよう GO（接客要員）がアレンジする。自然に村人の友好や国際交流を生み出す仕組みである。スポーツや遊びは何でも体験でき、初めての人はインストラクターに教えてもらう。美容院やマッサージ、エクスカッションなど特別のもの以外無料である。

GM と GO 独特なのはクラブの接客要員と客との関係である。客は英語で言えばジェントル・メンバー Gentle Member（GM）、接する係りは GO（Gentle Organizer）と呼ばれる。GO は従業員ではない。半分お客 Customer で半分従業員 Personnel というサービス・マーケティングの戦略を追求した面白い制度である。客と同じ宿舎内のユニットに住み、食事客と一緒に取る。バーやディスコで客と一緒に楽しみ、時間が来れば諸々の遊びやスポーツのリーダーないしインストラクターに変身する。労働時間は朝 7 時から深夜まで、月給は住居と三食付で 400~600 ドルほど。彼らは一か所にとどまらず、原則 6 か月ごとのローテーションで他の休暇村へ移転して行く。

エンタテインメントも見ただけのものは少なく、ほとんど GO が演じ客も参加する仕組みである。スポーツでもダンスでも、舞台上のパフォーマンスでも誰でも参加できる。子供が大切にされていて、夜は両親のもとに帰るが、日中はキッズ・クラブに預けられ、GO のリードで子供たちだけで遊ぶ。したがって、子供の世話から解放された大人は自由に楽しむことができる。

地中海クラブのバカンス・ライフとその仕組みについては、中村かつろう「リゾート革命：体験的地中海クラブ論」に詳しく紹介されている。私自身もいくつかの休暇村を体験し、マーケティング論的にもなるほどと思わされるが多かった。

マスツーリズム最大の受入国スペイン

地中海全体が目的地ではあったが、マスツーリズムのリゾートとして大戦後新規に登場したのはスペインであった。近代ツーリズムを準備したグランドツアーの時代から 19 世紀末にかけて、ヨーロッパ域内の人気観光地といえばイタリアであり、フランスであり、スイスであって、スペインはギリシャやエジプトにも後れをとっていた。理由は道路の整備不良、旅行施設の未整備、宗教裁判の悪いイメージ（とくにプロテスタンにとって）、山賊の跋扈など、旅行目的地として魅力に乏しく、輝かしい歴史と文化遺産をもつスペインとしては不本意な成り行きであった。有産階級だけの避暑避寒の保養地はフランスとイタリアだけに展開していた。そして、マスツーリズム時代になって、突如としてスペインの地中海の沿岸や島々が注目を集め、大発展を始めるのである。

スペインの国際観光事始め M. Barke 他による「スペイン観光の課題」*Tourism in Spain: Critical Issues* によると、著名なベデカー旅行案内シリーズの英語版「スペイン案内」が初めて刊行されたのは 1898 年である。1863 年に初版が出た「スイス案内」はこの時点で 19 版を重ね、1867 年に初版が出た「イタリア案内」が 13 版を数えていたことを考えれば、ずいぶん遅い登場である。1914 年に初版が出た *Queen Newspaper Book of Travel* が各国に割いているページ数を比較すると、フランスが 64 ページでトップ、以下スイス 53 ページ、ドイツ 35 ページ、イタリア 21 ページ、オーストリア/ハンガリーとスカジナヴィアがそれぞれ 20 ページで、その後来るのがスペインの 19 ページであった。これは当時のイギリス人の外国観光に対する関心度を反映したものであると「スペイン観光の課題」は述べている。

さらに、発展期にあったトマス・クックがフランス以外の外国に初めてパッケージツアーを送り出した年を見ると、スイス 1863 年、イタリア 1864 年、アメリカ 1866 年であり、1869 年にはエジプトや中東にまで行っているのに、スペインは初の世界一周旅行と同年の 1872 年であった。それもスペインは《知られざる大地》という扱いであった。

マスツーリズムの準備期であった両次世界大戦の間に、ミゲル・プリモ・デ・リヴェラの独裁政権（1923～30）は、鉄道や道路等の産業のインフラを改善し、観光外貨の獲得のために国際観光振興に着手した。1928 年にはバルセロナ万国博覧会を開催し、関連して同年国家観光支援機関 *Patronato Nacional de Turismo* (PNT) を設置している。これがスペイン初の国家による観光振興組織である。PNT は政府主導下に国営のパラドール（ホテル）とアルベルゴ（宿屋）の整備計画を立て、1928 年に第 1 号のパラドールをアヴィラ州グレドスに設置している。パラドールは景勝地にある城や修道院、宮殿などを宿泊施設に転用したものが多く、後年スペイン独自の宿泊施設として注目を集めることになる。整備の財源は鉄道および船舶に科した旅行税であった。続く第二共和政（1931～36）も国際観光振興政策を引継ぎ、パラドールも増えているが、この時代はスペイン内戦（1936～39）に向かう不安定な時代で、スペインを訪れた外国人数は 1930 年の 44 万人をピークに 1934

年には19万人にまで減少していた。内戦に突入したあと、そのまま第二次世界大戦が始まったため国際観光は中断した。

大戦終結後、フランコ独裁政権下に国際観光の振興が再開されるのだが、1950年まではさしたる進展がなかった。1950年に地中海クラブがスペイン領マジョルカ島にテント村を開設し、1951年にウラジーミル・レイツのホライズン・ホリデーズがコルシカに続いて同じマジョルカ島への航空パッケージ・ホリデーを開始する。これらが北ヨーロッパ人のためのバカンス滞在地スペインの発展をつげる狼煙であった。

航空バカンス商品の大量生産 マスツーリズムの第一段階は、1950年代に国内観光の大衆化として始まったが、並行して国際化への動きもあったことは先述したとおりである。マスツーリズムとは観光客の量の多さだけでなく、大量生産方式による大量消費というバカンスの新しい流通機構によって実現する。バカンス商品の大量生産とは、具体的には集合的滞在施設とチャーター航空（ITC）の組み合わせによって行われる。背景にあったのは、戦後復興が成り、生活が安定してくるにつれて、バカンスは太陽がいっぱいの地中海で過ごしたいという一般庶民の思いが表に出てきたことであった。航空機の誕生と発展は次項で採り上げるので、ここではヨーロッパに限定された ITC による商品づくりを中心に試みよう。

ウラディーミル・レイツが初めて試みて以来、次々に誕生したヨーロッパのホールセール旅行業者が、航空機をチャーターして満杯にして飛ばせるメリットと、大量仕入れによる廉価な滞在施設を組み合わせ、シーズン中繰り返して飛ばすことによって大量のバカンス客を地中海方面に送り出すようになった。特徴は航空機や滞在施設などサービスのサブライヤーに対しては団体客であり、参加する客の一人一人は赤の他人という、団体旅行と個人旅行の両方の長所を集め、短所を捨てたまことに巧みな配合であった。手段さえ与えられれば、それ以上刺激する必要もないほど強い潜在性をもっていた北方人の太陽観光は、これによって火がついた。1960年代中期に北から南に向かう ITC は、年平均 60%増という急上昇ぶりを示したが、その大半がスペイン向けだったのである

伊藤良平「チャーター航空運送論」が、1962年から1967年の定期航空とチャーター航空の伸びを比較している。これによると、ヨーロッパの二大国際観光客送り出し国のうち、まずイギリスを見ると、スペインへの定期航空の旅客は1962年の26.7万人から1967年の41.5万人へと5年間で1.6倍の伸びにとどまっているのに対し、チャーター航空の方は同じ時期に15.8万人から110.9万人へと7倍に急増している。絶対数も定期航空の4倍になっている。次に西ドイツ（当時）からは、定期航空が4.9万人から12.3万人に伸びたのに対し、チャーター航空は7.1万人から60.9万人へと8.6倍に激増している。こちらも絶対数でチャーターが定期の4倍である。この数字は、同時期の両国からイタリアへの航空旅客と比較してみると、イギリスからスペインへの定期航空客が27.7万人から37.4万人、チャーター航空は15.8万人から35.1万人へと伸びたものの、絶対数では定期旅客の方が多

い。同様にドイツ～イタリア間では定期航空が13.5万人から27.7万人へと伸びたのに対し、チャーターは1.4万人から17万人へと伸びているが、やはり定期便客の方が多い。

個別の路線についての数字は見当たらないが、ECAC（欧州民間航空会議、後述）によれば、1970年代初めのマジョルカ島パルマ空港の発着旅客数は年間560万人に及び、欧州の大空港をしり目に第7位の地位を占め、ロンドン、パリ、フランクフルトの空港にはさすがに及ばないが、ローマ、コペンハーゲンを上回り、アテネやストックホルムの2倍もあったのである。マジョルカ島がいかに大量のバカンス客を受け入れていたかを示す数字である。

リゾート大国スペインへ 大戦前の地中海岸のリゾートはフランスであれ、イタリアであれ、有産階級の個人的な滞在地として発展してきた。1960年代に爆発的に伸長するマスツーリズム時代のリゾートは、裕福な人たちの注文生産的な滞在とは全く異なる集合的なバカンスであった。そうした時代の要請に最もよく応え得たのは、スペインの未開発の海岸地帯と島々であり、1960年から1970年代を通じて他国の追随を許さぬ世界最大のリゾート王国になっていった。

大戦前の訪スペイン外客数は、内戦によって減少する前の最も多い時期で40万人を少し超える程度でしかなかった。それが1951年には130万人を超え、1955年には2,522,402人に達している。この1955年を起点(100)としてその後の発展を見ると、1960年6,113,255人(242)、1965年14,251,428人(565)、1970年24,105,312人(956)、1975年30,122,478人(1,194)、1980年38,022,816人(1,505)、1985年43,235,362人(1,714)と増加の一途をたどっている(「観光と経済開発」第3章『スペイン』)。なぜスペインがこれほど大々的なバカンス滞在地となり得たのか。ワルター・クリスタラーは、リゾート観光は辺境に発展すると論じたが、1950年代から60年代にかけてのヨーロッパの辺境はスペインであった。ヨーロッパの後進地域であり、開発されずに放置されていた長大な地中海岸の浜辺や島々が絶好のリゾート適地だったのである。先行していたリヴィエラやトスカナの海岸は昔から開発が進み、未開発地は少なく、マスツーリズムのために安価な土地を大量に提供できなかった。その上、スペインは産業開発が遅れていたために物価が安く、通貨交換レートも観光客に有利であったから、安上りのデスティネーションであった。フランコ独裁政治のもとで政治も安定しており、マスツーリズムにとって好条件が揃っていたのである。

1975年に実施されたスペイン訪問の動機調査によれば、全体の86%を占める四大動機とは、①「太陽・気候・好天」51%、②「スペインが好き」16%、③「安い」11%、④「海浜と海水浴」8%であった。安価な海浜リゾートが魅力というわけである。スペインの国際観光は、ほぼゼロからの出発し、航空機の発達でアクセスの距離と時間が短縮され、北方の豊かな国の勤労者階級の夏期リゾートとしていっきに開発されることになったのである。

観光開発の負の影響 スペインの海浜リゾート開発は、本土の地中海岸の北のコスタ・ブラバ、中央部のコスタ・ブランカ、南端のコスタ・デル・ソルなど、そして地中海のバレアレス諸島、イビサ島、大西洋のカナリア諸島に集中した。かくして、1960年代から70年代にかけてリゾート大開発が行われたスペインは、1980年代半ばに伸び悩みが始まる。過剰な開発の弊害も世界に先駆けて体験することになる。例えば、1950年代は小漁村に過ぎなかったコスタ・ブランカのベニドルムやコスタ・デル・ソルのトレモリノスなどの海岸は、急速な開発のために定住人口の数倍の宿泊ベッド数が建設され、シーズン中ごみ処理や下水がパンクし、道路は渋滞するなどの負の影響に悩まされることになる。それまでの漁業や農業などのローカルの産業と生活は破壊された。ベニドルムの例では、1980年代末に定住人口が33,700人まで増えた一方で、宿泊施設のベッド数は125,000ベッド（内ホテルが33,000ベッド）に達し、ピーク時には一度に30万人の観光客が滞在する大リゾートになっていた。（「観光と経済開発」）

島リゾートの過剰開発の典型とされたバレアレス諸島の首島マジョルカ島の例を少し詳しく見てみよう。スペイン観光が最盛期にさしかかる1986年の欧州発パッケージ・ホリデーの対象地は、スペインが全体の56.2%を占め、2位のギリシャは遠く離れて14.1%に過ぎなかった。そのスペインの中でバレアレス諸島が全体の43.5%と圧倒的なシェアを占め、第2位が大西洋上のカナリア諸島の27%、3位がコスタ・デル・ソルの7%という順であった。そして、バレアレス諸島の4分の3が首島マジョルカ島であったから、いかにマジョルカ島がバカンス島となっていたか想像できよう。

マジョルカ島は面積3,460 km²（奈良県よりやや大きく、埼玉県よりやや小さい）、バルセロナ南方の海岸から250キロほどのところに位置している。1992年には、人口60万人の島に年間600万人の滞在客を迎え、一人当たりGDPではスペイン随一の12,500ドルを誇り、地中海の島々にあって最高の生活水準を達成していた。国際マスツーリズム発展の先頭をきり、1950年（この年に地中海クラブの第1号テント村ができていた）に10万人に過ぎなかった来訪客が1965年には100万人、1981年に400万人、1987年には700万人へと次々大台を突破して急成長し、1988年をピークに停滞期に入っていた。マジョルカ島を中心とするバレアレス諸島の第一次発展期（1960-1973）には、年率60%もの高率で来訪客が増えつづけ、急増する滞在客を迎えるために急激な開発が行われた。例えば1964年には、2日と4時間48分に1軒の割合で新ホテルが誕生する勢いだったという。このような急激にして無秩序な大開発ゆえに、早くも80年代の初期には、収容力拡大の制限や質の管理を行わなければ、長期的に衰退へ向かうことが危惧される状態に陥っていた。地理学者ピエール・ドフェールやワルター・クリスタラーに始まり、リチャード・バトラーが集大成した「観光地^{ライフサイクル}発展段階論」の最適の見本を提供し、バレアレス大学観光学部などを中心にしてその対策が真剣に立てられることになるのである。（テーマ別論集「観光開発と地球環境」参照）。

個人的バカンス体験

ヨーロッパ人は4~5週間の有給休暇と、ヨーロッパでのみ認められていたインクルーシブ・ツアー・チャーター（ITC）によって、地中海方面への安価なバカンス商品が中低所得者層にまで普及していた。私はITC全盛期の1970年代前半をパリで過ごし、様々なタイプのリゾートライフを体験した。日本にはない形態のバカンスなので、帰国後この体験を書いたり話したりする機会があった。それらを振り返りながら、ヨーロッパのバカンスの一端をご紹介します。

最初の滞在型バカンスの体験は1973年6月であった。ルーブル美術館の近くにあったJNTOのオフィスの周辺には沢山の旅行業の店舗があり、棚にぎっしりバカンス商品のパンフレットが並べられていた（当時日本には旅行商品はまだなかった）。旅行商品は夏期（4月~9月）、冬期（10月~3月）に分かれ、夏期商品が店頭に見えるのは1月末から2月初めで、皆が待ちかねたようにパンフレットをもらいに来て、条件のいいものから売り切れていく。現物を見て買うわけにはいかないからパンフレットが勝負である。バカンス商品の種類は多いが、フランスの場合航空機で行くか車で行くかがポイントで、フランス国内はもちろん、スペインやイタリアへも車で容易に行けるから、好みの場所と施設をパンフレットの中から探し出せばよい。多分これはフランス市場の特徴で、英独はじめ北ヨーロッパの国々では、ほとんどの場合地中海方面のバカンスは航空機利用になるだろう。旅好きなドイツ人の中にはスペインやイタリアまで車で移動する人もいるが、90%は航空パッケージ・ホリデーを購入する。

品定めは周遊型の場合に比べて簡単である。なぜならリゾート地の選択とその中の滞在施設の種類の種類と質だけが問題だからである。コスタデルソルにしろマジョルカ島にしろ、パンフレットを集めて商品を比べてみると、海岸を選べばあとは旅行業者（生産者）によって契約施設が違うだけである。施設の種類の種類は大別すると、3食付の従来タイプのホテル、キッチン付のホテルのようなアパートホテル（後述）、コンドミニウム型（リゾートマンション）、別荘タイプ、休暇村タイプがある。休暇村は規模が大きいから村の中に種類の異なる宿泊施設が混在しているところが多い。

マジョルカ島のアパートホテル 最初に選んだのはマジョルカ島北端の小さな漁村から1km程離れた海岸の松林の中に建てられた5階建てのアパートホテルであった。後で知ったことだが、地中海クラブの第1号テント村が誕生した場所の近くだったようだ。アパートホテルというのは、スペインがリゾート用に開発したアパートとホテルを組み合わせたような施設で、ホテルの1室に相当する部分がアパートのような構造になっているものである。豪華さは違うが、ホテルのスイートルームにキッチンが付いているようなもので、自炊ができるし、フロントがあってホテルのサービスも受けられる。海岸リゾートの開放的な空間にはふさわしい作りである。その点コンドミニウム・タイプやタイムシェアの別荘を借りる感覚と違って、いたって便利であった。私の場合は1歳半の幼児と3人だけだから、日本風にいえば1LDKすなわち1寝室2ベッド、ソファ兼用のコンバーティブルベ

ッドを入れたリビングルームがあった。5階建て40ユニットほどのこじんまりとしたアパートホテルの最上階であった。下に行くほど部屋数が増え、順に2LDK、3～4LDKなど、大家族用になっていた。居間のコーナーが小さなキッチンになっていて、冷蔵庫はもとより、鍋釜、包丁などの料理用具に、ナイフ、フォーク、皿やグラス類など自炊と食卓用具が完備していて、身一つで来ればそのまま休暇生活に入れる仕組みであった。ホテル内に小さなスーパーがあって食料品はそこで調達する。部屋の掃除やゴミ捨てなどは、ホテルと同じで係員がやってくれた。ただし、借りるのは週単位なので、シーツの取り換えは原則週1回である。

窓の外のテラスは、テラス・セットを置いてなお子供が存分に動き回れるスペースがあり、目の下のプール、ミニ遊園地、あずまや風の喫茶・バーなどの向こうに簡単な木柵があった。その先には砂浜と松林が左右にどこまでも広がっており、テラスから眺める地中海の紺碧の海は解放感を満喫するに充分だった。プールサイドや砂浜で子供と遊び、木陰の椅子に寝そべって本を読み、気が向けばレンタカーを借りて島めぐりをした。近所に似たような施設が2、3か所あり、歩いてすぐのところ共用のレンタカー店があって、いつでも時間単位で借りられた。多忙な日常から解放されて過ごした1週間は実際以上に贅沢で豊かなものに思われ、こんなバケーションもあったのかという思いとともにあっという間に過ぎた。帰る頃には完全にヨーロッパ型バカンスのファンになっていた。

ちなみに、資料を紛失して確かな数字はわからないが、ブルジェ空港からマジョルカ島のパルマ空港へのチャーター機の往復と、1週間の滞在、北端の滞在施設までの往復トランスファー付きで1人1200フランほどで、こんなに安くいいのかなという値段だった。

コスタ・ブラバ 同じ年の9月、今度は車で行くことにし、フランス国境から比較的近いスペイン本土のコスタ・ブラバの休暇村を選択した。子供が小さいので3食付よりもキッチン付で自由に食事を準備し（電気がまを持参）、面倒な時や気が向いたときにはレストランで食べられる施設を選択した。行きは南フランスのどこかで1泊し、帰りは余裕を見て2泊までできるような日程を組んだ。この休暇村は中程度のクラスで、海浜から2km程内陸に入った松林の中に200m四方くらいの土地を塀で囲み、中に村の街区が作られていた。海岸との間にはシャトルバスが30分くらいの間隔で動いていた。休暇村の中には普通のホテルもあり、戸建てのタイプ（ヴィラという）、2階建てのアパートのような施設もあった。今回はこのアパート風の2階建ての1階の1LDK相当の部屋を借りた。目の前にプールがあり、青い目の子供らが大勢いて東洋人の家族を珍しがってくれ、2歳前の子供を遊ばせてくれた。規模が大きいだけに、初体験のマジョルカの海浜リゾートより、施設サービスは豊かだった。レストラン、スナック／バー、スーパーマーケット、保育室、駐車場、美容院などのほか、スポーツやレクリエーション施設（プール、テニスコート、バレーコート、幼児用プール、遊戯室など）があった。借りたのは自炊タイプの施設だったが、レストランもあり、入り口の前に高さ2メートル以上ある大きな看板に写真のメニューが掲示されていた。番号で注文し、鍋などを持参して自分の部屋に持ち帰って食べてもよし、レ

ストランの中で食べてもよかった。マイカーで行ったから、マジョルカ以上に安上りの滞在だった。物価が安く、ここで4週間も滞在すれば、パリで同じように生活する経費で往復の経費も入れてお釣りがきそうな感じであった。もっとも、われわれはそんなに長く休暇は取れないから1週間だけの滞在ではあったが。

コスタ・ブラバへのマイカー往復の旅も楽しかった。アルル、アヴィニョン、ニーム、ポン・デュ・ガール、カルカッソヌ、カップ・ダグド、モンペリエなどなど、観光客になりきってエンジョイし、大変楽しく充実したバカンスであった。

このほかトスカナの海岸の別荘タイプの施設でバカンスを過ごしたときも車で行った。ピサやフィレンツェなどの著名な都市観光のほか、ナポレオンが流されていたエルバ島にも行った。スペインではもっぱらプールで遊び、海では泳がなかったが、トスカナの海岸はきれいで海水浴を満喫した。ほかには農家民主というのも体験した。友人の伝手で紹介してもらったモンブラン直下のイタリア側のクルマイユールで涼しい夏を過ごした。最後の年の1974年には、北部イタリアのガルダ湖畔の傾斜面のまばらなオリーブの木の林の中にバンガローが点在するタイプの休暇村で、ゆったりとした敷地の中で遊びと遊んだ。観光研究者の目でみると、ここもまたマジョルカやコスタ・ブラバの海岸同様、観光以外に使い道のなさそうな場所だった。ガルダ湖の休暇村では初めて2週間のバカンスを過ごし、ヴェローナやヴェネチアなどへもドライブに出かけて行った。

冬のバカンス 1982～87年には二度目のヨーロッパ勤務をジュネーブで体験した。子供たちも大きくなっていたので、研究とバカンスを兼ねていろいろな体験をした。夏冬の地中海クラブ、子供だけの地中海クラブなどの他、スイスという土地柄年末年始期はスキー場でのバカンスを楽しんだ。毎週土曜日は、イギリスからチャーター機がスキー客を満載して次から次に飛んできて空港はいたく混雑した。使用する滞在施設は夏の海岸と違い、ホテルかコンドミニウム・タイプの施設がほとんどで、地元のわれわれはフリー・バカンス（施設だけを借りて自前で往来する施設）をパンフレットで探す。パンフレットにはコンドミニウム・タイプの別荘が満載されていて条件を検討して選ぶ。利用したのはどれも2寝室、ロビーは広々としていて、自炊・食卓用具はもちろん、大型テレビや電気掃除機、皿洗い機など何から何まで完備している。こういう施設は誰かが別荘用に購入し、自分が使わない10か月ほどは市場に出し、それらを旅行業者がパンフレットに掲載して販売するシステムである。大型の立派なノートが備えてあって、このユニットを使用した客があれこれ感想を書き残すようになっていた。ドイツ語は読めなかったが、英語と仏語で書かれた滞在の感想は面白かった。われわれも一筆書き残したのはもちろんである。なお、このタイプの別荘は、しばらく前から北海道のニセコでオーストラリア人が始めている。どう成長していくか興味深いところだが、これは観光の日本史のほうで採り上げてみたい。