

## 現代日本の旅行文化における詩的表現とエキゾチシズム

岩田晋典

本研究の目的は、現代日本社会の「海外旅行」の在り方を詩的表現という切り口から考察し、「海外旅行」というエキゾチシズム実践を理解することにある。

具体的には、今日日本を代表する旅行案内書の一つである『地球の歩き方ガイドブック』シリーズに焦点を当て、同書で用いられる詩的表現を、その他の表象形態と比較対照しかつその推移をたどりながら分析することを研究目標としている。

詩的表現の創造において旅行が少なからずの役割を果たしてきたことについて議論の余地はない。日本に関して言えば、日本最古の和歌集として知られる『万葉集』（7世紀に編纂）の中に旅行を内容にした歌が少なからず含まれているし、18世紀初頭に松尾芭蕉によって発表された『おくの細道』は句集であると同時に紀行文であった。そして今日では日々の旅行広告には、旅行先の魅力のリズムよく歌う詩的表現があふれている。本研究が取り上げるのも、そうした現代日本社会の旅行メディアにあらわれる詩的表現である。

旅行と詩の関係については、その密接な関係性からすれば当然のこととして、多くの先行研究が存在しており、おもに文学研究の立場から研究が進められてきたといっても過言ではなからう。対照的に、本研究の特徴は、本研究が「海外旅行」の理解を目的にしている点、また、調査対象が特定の詩人の作品や詩集として創造されたものではなく、営利企業に雇われた無名の作り手が毎年のように生産してきた旅行案内書である点にある。

本研究の学問的背景および研究の意義について、日本の「海外旅行」と旅行案内書という二者に分けて言及しておきたい。前者については、すでに研究が蓄積されつつあるものの、「海外旅行」が日本社会に世界をどのように経験させたのかという根本的な問題は十分に追求されているとは言い難い状況にある。また旅行案内書については、それが今日でも多くのツーリストが利用するものであり続けているにもかかわらず、その実情に比して内外のアカデミズムで研究が進んでいない分野と言ってよい。本研究ではこうした両分野でいっそうの発展を促すことを目指している。さらに本研究が文学と現代ツーリズムの関わりや文学表現と広告産業の関係性を考察する営みの一つとして、一定の寄与を果た

す可能性もはらんでいる。

本研究の分析で対象の中心に位置づける『地球の歩き方ガイドブック』シリーズは、1979年にダイヤモンド・ビッグ社が出版を開始した旅行案内書シリーズである。ヨーロッパ編・アメリカ編・インド編の3編から始まり、現在では119のデスティネーション（国家、地域、都市）をカバーする大シリーズとなっている。

当初は、若者個人自由旅行者向けであった内容がじょじょに読者対象を広げ、今日ではとくに世代やジェンダーを限定しないオールマイティな旅行案内書として定番化している。なお、同社は同シリーズの他に観光ツアー参加者や女性など特定の旅行スタイルに対象を絞ったいくつかのシリーズも刊行してきている。

本研究では同シリーズのうち、地球上の全大陸をカバーする計49のデスティネーションをピックアップし、そのうち1991年～2010年の20年間に刊行された合計約1000巻を調査対象とする。この20年間は、シリーズが扱うデスティネーションが揃い、史料としても充実する時期に当たる。

同シリーズでは、創刊から2002年の大リニューアルまでの間表紙にデスティネーションを謳う詩的な散文が記載されていた。また、各巻の特集のタイトルやリード文でも観光対象を美化するための定型的な表現が多用されている。これらの詩的表現が主要な分析対象となる。当面は、1) デスティネーションの地理的・文化的特性からみて詩的表現に特徴はあるか、あるとすればどのようなものか、そして2) その他の表象・言説（表紙絵、扉写真、特集内容など）と比較した場合、詩的表現に特徴はあるか、あるとすればどのようなものか、さらに3) 上記二つの推移はどのようなものか、というリサーチクエッションの解明を目標に研究を進める。