



# 宮崎の旅路はバスに乗って

## 昭和戦前期および戦後復興期における宮崎バス（宮崎交通）リーフレットの考察

### Bus Tourism in Miyazaki:

### A Study of Miyazaki Bus Company's Leaflets from the 1930s to the 1950s

倉 真 一 ・ 長谷川 司

本稿は、1931（昭和6）年に運行を開始した宮崎バス（現在の宮崎交通）の旅行者向けリーフレットを主な資料として用い、宮崎という地方社会におけるバス・ツーリズムの形成と変容に関して、戦前期から戦後復興期に至る時期について考察したものである。リーフレットのタイトルや表紙デザイン、記載内容等の分析により、以下のことが明らかとなった。第一に、リーフレットにみられる旅の概念が、「名勝」「名所」の「遊覧」という枠組から、「参宮」と「観光」という枠組に変容していった。第二に、こうした旅概念の変容の背景に地方社会の近代化＝観光化があり、戦時体制下における聖蹟観光のブームに対応する形でルート変更や「参宮バス」への名称変更が行われた。第三に、新たな旅概念としての聖蹟観光は、ツーリズムとマスメディアの複合体を通じて新たな郷土意識を醸成し、1940（昭和15）年の時点で、宮崎における戦後観光を構成することになった諸要素（神話、南国、ロマンスとしての恋愛や結婚など）がリーフレット上にほぼ揃っていた。第四に、戦前期すでに現れていた新しい観光要素や郷土意識が、戦後社会の文脈に適應することで形を変えながら、昭和20年代の戦後復興期のリーフレットに引き継がれていったのである。

キーワード：遊覧バス、参宮バス、聖蹟観光、南国情緒、宮崎バス（宮崎交通）、岩切章太郎

## 目 次

序.

I 宮崎の定期観光バス小史

II 宮崎バス（宮崎交通）の定期周覧案内リーフレットの概要

III 名勝・遊覧から参宮・観光へ

IV 戦後復興期における定期遊覧バスの「復活」

結.

## 序.

宮崎市は最も古い町で最も新しい町だとよく申します。(『遊覧説明 昭和七年一月』)

ここに『宮崎の御遊覧』というリーフレットがある。「宮崎バス株式會社」の配布した一冊である。

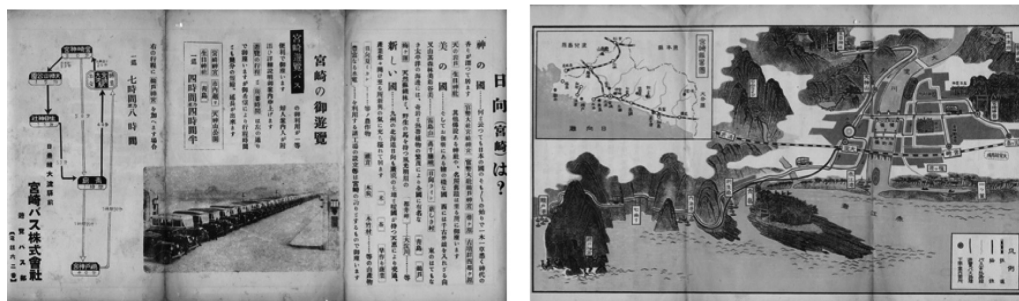


図1 宮崎バスの遊覧バス・リーフレット「宮崎の御遊覧」(昭和8年頃)

このバス遊覧に趣を添えたのが「婦人案内人」である。彼女たちが添乗し、「神の国」「美の国」「新しい国」である「宮崎(日向)」を詳細説明した。宮崎神宮、市内回り、天神山公園、生目神社、青島をまわる遊覧バスの案内が書かれている。一巡すれば、4時間もしくは4時間半、鶴戸神宮を加えれば7時間ないし8時間の行程であった。

裏面には、鳥瞰図が添えられている。ちょうど、太平洋上空から魚眼レンズで宮崎県の南部を斜めに見下ろしたように描かれ彩色されている。手前の宮崎市街と県南の周覧ポイントが拡大され、それ以外の部分は捨象されている。リーフレット発行時の行路とツーリストの心象地理を画像化している。

1931(昭和6)年11月1日、「宮崎遊覧バス」の定期運行が始まった。遊覧バスは新しい経験をもたらすものであったに違いない。女性車掌の声を耳にしながら、映っては通りすぎる車窓に眼をやった。アーリにしたがえば、「まなざし」をそそいなのである。遊覧バスという旅の様式は、日本国内における「ツーリストのまなざし」の発達と深い関係がある [アーリ, 1995]。

こうしたバス旅行の登場に、ブーアスティンの示した、“traveler”から“tourist”へ、という旅の経験の変容を見ることもできる。未知の冒険的な旅は、既知のイメージ確認の快適な楽しい観光旅行に変わった [ブーアスティン, 1964]。白幡によれば、大正末期から昭和期をつうじ、憂いっらい“旅”とは異なる、“旅行”という移動の楽しみが新文化として生まれたという [白幡, 1996]。

バスに乗り、人々は宮崎を遊び覧（み）た。遊覧バスは、“旅行”という楽しみとしての移動であった。

「宮崎遊覧バス」の登場を可能にするような前提条件が整えられていった。モータリゼーションの先駆として、昭和初期の日本国内に、バスすなわち乗合自動車（omnibus）が浸透していく〔中川，1986〕。バス移動は「遊覧バス」という娯楽商品にもなった。1925（大正14）年には東京乗合自動車、1928（昭和3）年には京都名所遊覧乗合自動車が定期遊覧バスを始めた。同じく、1928（昭和3）年、宮崎の隣県大分で、油屋熊八の亀の井自動車が地獄めぐりの遊覧バスを始め、少女車掌の五七調の流麗なリズムの案内説明が人気を博していた。このように、宮崎遊覧バスの旅を可能とするような前提条件が整えられていったのである。

また、宮崎バスの定期遊覧は、1930年代前半、日本国内の地方社会で起こっていた知覚変容を示す文化現象でもあった。宮崎の定期遊覧バスを考える際においても、吉見の指摘するように、観光が大衆化していく19世紀後半の多くの同型的な文化現象にも注目する必要があるのだろう〔吉見，2007〕。

たとえば、いくつか挙げられる。日豊本線の開通後の都市計画によって近代都市の相貌を整えつつあった宮崎市。昭和初年代は、1934（昭和9）年の再置県50年を前に、宮崎という地方都市において急速に近代化が進められていた。電気、ガス、水道といったインフラ整備がすすむ。橋樑、県庁舎といった鉄筋コンクリート造の建物が落成しつつあった。百貨店、映画館ができた。宮崎の県勢を示す博覧会が開催されようとしてもいた。同時期に多発していたさまざまな出来事は、いずれもが近代性を象徴するものであった。そして、これらの近代の文化装置は、いずれもが観光的なるものという性質をもっていた。宮崎の定期遊覧バスは、19世紀以降の観光的なるものの爛熟のなかで生まれたのである。

そして地方宮崎の観光化は、近代化のきわめて重要な一側面であった。1960年代後半から1970年代において、宮崎は県の政策アイデンティティとして「観光立県」を標榜し、観光の名のもとにさまざまな政策、事業が展開されていった。地方宮崎の近代化は、観光事業と不可分な関係にある。現代宮崎の観光は、この昭和期の遊覧バスの延長線上にある。遊覧バスの歴史的展開の分析をつうじ、われわれが知りたいのは、宮崎観光の隆盛や衰退ではない。そうではなく、宮崎という地方の地域社会の近代、観光化としての近代化として捉えてみたいのである。

## I 宮崎の定期観光バス小史

### （1）最も古く最も新しい町―「九州の北海道」

ありふれた地方が、バスを媒介に、遊客のまなざしの対象に仕立て上げられていった。遊覧バスに乗ることは、活動写真、百貨店、博覧会と同じく、新たな文化的経験の一つであった。宮崎にお

ける遊覧バスの登場を論じる上で前提となるのは、近代における知覚変容の諸相である。その際、シヴェルプシュの鉄道旅行の社会史は多くの示唆に富んでいる。鉄道はその移動速度によって新たな時空間意識を導入していった。国有鉄道と大手私鉄会社が鉄道を中央、大都市を中心にのばしていった。鉄道網が拡大すればするほど、陸上交通の重要性は高まり、新たな空間的秩序を創り上げていった [シヴェルプシュ, 1982]。

ただし、鉄道は新たな速度空間を社会に導入していったが、その導入過程は不均質なものであった。なぜなら、古厩も指摘するように、鉄道の敷設は、本州においては太平洋側を中心に、九州においては日本海側を中心に集中して進められていったからである。鉄道が早くに敷設された地域には、進んだ都市を創り上げた。だが、それだけではない。同時に、鉄道敷設の遅れた地域においては、遅れた辺境地方をも生み出した [古厩, 1997]。

宮崎は、鉄道が生んだ「陸の孤島」のひとつであった。九州の鉄道は、主に西側の鹿児島線を中心に敷設されていく。こうした中で、宮崎のある九州東側は、「裏九州」とも呼ばれることになった。さらに、日豊本線の開通が遅れたことは宮崎に「陸の孤島」「裏九州」という劣等的なイメージを植え付けることになった [総合文化協会, 1997: 20-21]。

遊覧案内には、宮崎の見どころが記されている。ただし、ふと目をやると、宮崎を遊覧するバスの案内リーフレットでありながらも、どこか後ろめたさの残る地方宮崎の劣等意識がかいま見えてもいるのである。たとえば、1930年代のリーフレットにおける説明文には、次のように書かれている。

九州の北海道日向も廣漠の土地と暖國が持つ天恵により交通、産業愈々開け至る所新興の氣に充ち溢れて居ます

ここでは、宮崎が「九州の北海道日向」と説明されている。いまでは驚くような差別的な表現であるが、1930年代当時において「北海道」は辺境の代表地であった。このことは、遊覧車掌をつとめた「婦人案内人」によって車内でも表現されてもいた。出発した遊覧バスの車内では、遊覧車掌が次のように口上を述べた。

宮崎市は最も古い町で最も新しい町だとよく申します。我日本の国のそもそもの始まりで御座いますから、これより古い町はない譯で御座いまして色々古跡がございます。丁度市の真中を流れて居る川が大淀川で御座いますが、其大淀川の川下は神代の物語や祓の祝詞で有名な筑紫の日向の小戸の橘の阿波岐原でございます。此の阿波岐が原と申すのは伊弉諾尊が黄泉の国からお帰りになって禊祓を遊ばした處でございまして又、天照大神や月読命、須佐之男命がたの御生れになりました靈地で御座います。又之から参拝いたします宮崎神宮は神武天皇御宮居の跡で御座いまして此の宮崎市の一帯は一木一草悉くに神代の香りがただよって居

ると申してもよろしい程に由緒ある尊い土地柄でございます。然し神武天皇御東征の後は年と共に中央から離れる事になりまして。遂には日本の北海道とまで云はれる程になって仕舞って居たのでございますが、最近になりまして再び非常な進歩を致しまして市内到る所新興の気に充ち溢れて居ります。どうぞ皆様には古い宮崎を御覧下さると同時に新しい宮崎いや是から発展いたそうとする、宮崎をも併せて御覧下さいますようお願い致します。

（『遊覧説明 昭和七年一月』宮崎交通所蔵および〔長谷川，2011〕）

宮崎は、「最も古く最も新しい町」である。日本神話の故事が引かれ、ここ日向が日本国の起源地であることが示される。ここが日本の始まりだとすれば、国内で「最も古い」。ただし、神話にしたがえば、神武天皇は「日向」を後にし、東へと旅立つ。「中央」が東に移動することになった。このことにより、中央であったはずの日向すなわち現代の宮崎は西の隅となってしまったというのである。神話故事の語りを通じ、日向・宮崎が中央から遠く離れてしまったと説かれる。さらに、その際にも「北海道」を例にしながら、宮崎が辺境になってしまったとの嘆きがふくまれている。

日向・宮崎が中央であった「神代」は今昔、辺境となり「北海道」と言われるほどの宮崎が新たな運命を迎えた。交通が発達し、産業が栄えようとしている。宮崎はこれから未来に向けて発展しようとしている「最も新しい町」であるというのである。まず、1931（昭和6）年に始まる遊覧バスの旅で展開されたのは、「最も古く最も新しい町」という近代の宮崎の物語であった。

## （2）岩切章太郎—パノラマとしての遊覧バス

バスという装置越しにものを見る。こうしたバスの移動の体験を先取りしていたのは、鉄道である。鉄道の登場によって、可視的世界の対象が魅力あるものとなる。導入された速度が、それまでの景色を一変させていったのである。シヴェルブシュは、前景の喪失、パノラマ的眺望と説明している〔シヴェルブシュ，1982：78-81〕。進行方向に対し、側面に窓のついた車室の構造は、旅人の視界から前景を奪った。さらに速度は、旅人の視界から近景を奪う。すばやく移り変わる近景に目が追いつかないのだ。失われた前景、近景に代わり、視界には遠景が広がる。そして、鉄道旅行を印象づけたのが沿線風景を一望するような全景的展望の経験であった。いわばパノラマ的眺望である。そして、鉄道の届かない場所においても、パノラマ的視覚を経験させたのがバスであった。宮崎において定期遊覧バスをはじめた。その際、宮崎の風景は、パノラマ化していったのである。

「観光宮崎」といわれるように、宮崎県は、観光を県の重要産業として位置づけてきた。こうした宮崎観光の歴史には、宮崎交通（通称、「宮交」）という地元バス会社が深く関わっている。観光宮崎の歴史は、「宮交」とその創業者、岩切章太郎（1893. 5. 8-1985. 7. 16）の名声とともにある。

県行政の中核である県庁が宮崎市内に置かれた。南北に橋通り、東西に高千穂通り、2つの通り

を中心に、近代都市の相貌を整えつつあった。宮崎市街地の新たな交通機関として、1924（大正13）年、臼井自動車の乗合自動車が登場したが、乗客数が伸び悩み経営不振に陥った。そこで、市内の若手有力の有志があつまり、1926（大正15）年5月5日、宮崎市街自動車株式会社が誕生した。この地元バス会社の社長となった青年こそ、若き岩切章太郎である。「宮崎市街自動車」は1929（昭和4）年に「宮崎バス」と改称、そして1942（昭和17）年には現「宮崎交通」となった。宮崎交通は戦前から築き上げた基盤をもとに、戦後、宮崎観光における主導的役割をはたしていく。

岩切・宮交の観光事業の足がかりとなったのが、宮崎バス時代である1931（昭和6）年の「宮崎市内名勝遊覧バス」の運行であった。人力車や馬車が行き交った市街を遊覧バスがはしる。宮崎市内の風景は、遊覧バスの登場によって一つの商品となったのである。では、遊覧バスにおいて岩切・宮交は、宮崎をどのようにして観光客のまなざしの対象に仕立て上げていったのか。

岩切・宮交は新たな観光地を創り上げたのではなかった。宮崎市内名勝遊覧バスは、市内の名勝地を周覧コースとしてまとめあげ、組織化していったのである。かれは既存の要素群を用いて、周覧のプログラムを組み立てた。バスの生み出す風景、宮崎のパノラマ的風景を加工し、「遊覧バス」という商品に換えたのである。広大な風景を一望的に視野におさめるバスのパノラマ、この遊覧バスの視覚経験に合わせプログラムが組まれた。

岩切の念頭には、少女車掌の説明による大分・亀の井自動車で定式化された「遊覧バス」の型があった。亀の井のような「遊覧バス」を宮崎で実現する。そのためには、宮崎ならではの遊覧説明が必要になる。

始まったばかりの周覧は、大淀駅前を出発し、市街地を通過し、宮崎神宮へ向い、天神山公園、生目神社を経て、青島を巡るものであった。ただし、ここで指摘しておくべきは、こうした宮崎の周覧風景が、来訪者たちにとってなじみがなかったであろうことである。先に述べたように、宮崎市は辺境であった。近代化が進むが、大都会とは違う。宮崎市街の風景は国内地方ではありふれたものであったにちがいない。世に知れ渡る名所は乏しかった。「遊覧」とはいえ、遊覧者の視線を向けるべき対象が少なかったのである。

そこで、岩切みずからが筆を取り、遊覧説明のスク립トを「一卷の書物」のごとく編みあげていった〔岩切、2004：92〕。歴史の記述については、岩切と旧知の間柄であった郷土史家、日高重孝が監修した。さらに、岩切は市内の各所をまわり、エピソードをあつめ、宮崎の政治、経済、産業、文化のことが分かるようにテキストを組み上げていった。バスに乗れば、宮崎のことが一通り分かる「地方のダイジェスト」を創り上げた。

一巡すれば、宮崎のことが一通り分かる。こうした遊覧説明用のスク립トは、一冊に世界中の事物についての知識をおさめた百科事典のような構成をもっていたといえ、言い過ぎだろうか。しかし、できあがった遊覧説明は、宮崎を一望するバスのパノラマ的視覚に対応する宮崎を概観する構成をもっていたのである。その際、周遊旅行のテーマとして設定されたのが「三千年の建国の歴史と南国情緒」であった〔岩切、1990：121〕。「三千年の建国の歴史」とは、記紀の日本神話

のことであり、「南国情緒」とは青島のビロー樹に代表される熱帯を想わせる情趣のことであった。「建国の歴史」と「南国情緒」とは、とりもなおさず、宮崎のもつ2つの観光表象である。

「最も古く最も新しい町」は、宮崎の過去／現代の「時間旅行」というテーマを与えた。これに対応するように「空間旅行」という要素も付け加えられる。周覧コースには、宮崎神宮と青島がある。一方の宮崎神宮は、人皇第一代の神武天皇をまつる神社であり、もう一方の青島は亜熱帯植物の自生する島で「南洋」の異国情緒を漂わせる景勝地であった。最も日本的でありつつ、最も異国的だったのである。「最も遠く最も近い」という宮崎の遠／近の空間的な構成も付け加えられた。

遊覧バスの旅は、「最も古く最も新しい」「最も遠く最も近い」という時空間的に構成された舞台を設定し、訪れる旅人たちに“宮崎”の姿を見せつけたのである。

### （3）動く地域の教室

宮崎はツーリストに発見されようとしていた。辺境であり、有名性にとぼしかった宮崎は、人々に知られる必要があった。来訪者は宮崎を訪れ、ツーリストになっていったとも言えるのかもしれない。1930年代はじめの宮崎は広く知られてはいなかった。遊覧バスは、宮崎とは何か、を伝えるものであった。岩切の『遊覧説明』は、宮崎とは何かを人々に教えるためのものであった。このように捉えれば、遊覧バスは、学校の教室のようなものであった。遊覧バスが観光の大道具とすれば、案内リーフレットは小道具である。リーフレットは旅の参考書として活用された。案内説明する女性車掌は教師、バスの大窓は黒板やパワーポイントのスライドショーである。この遊覧バスに乗ることで、来訪者たちは宮崎のツーリストになっていったのだ。

ここでは、遊覧バスのリーフレットを手がかりにしつつ、乗客たちを“宮崎のツーリスト”たらしめていった遊覧バス世界を再構成していくことにしよう。

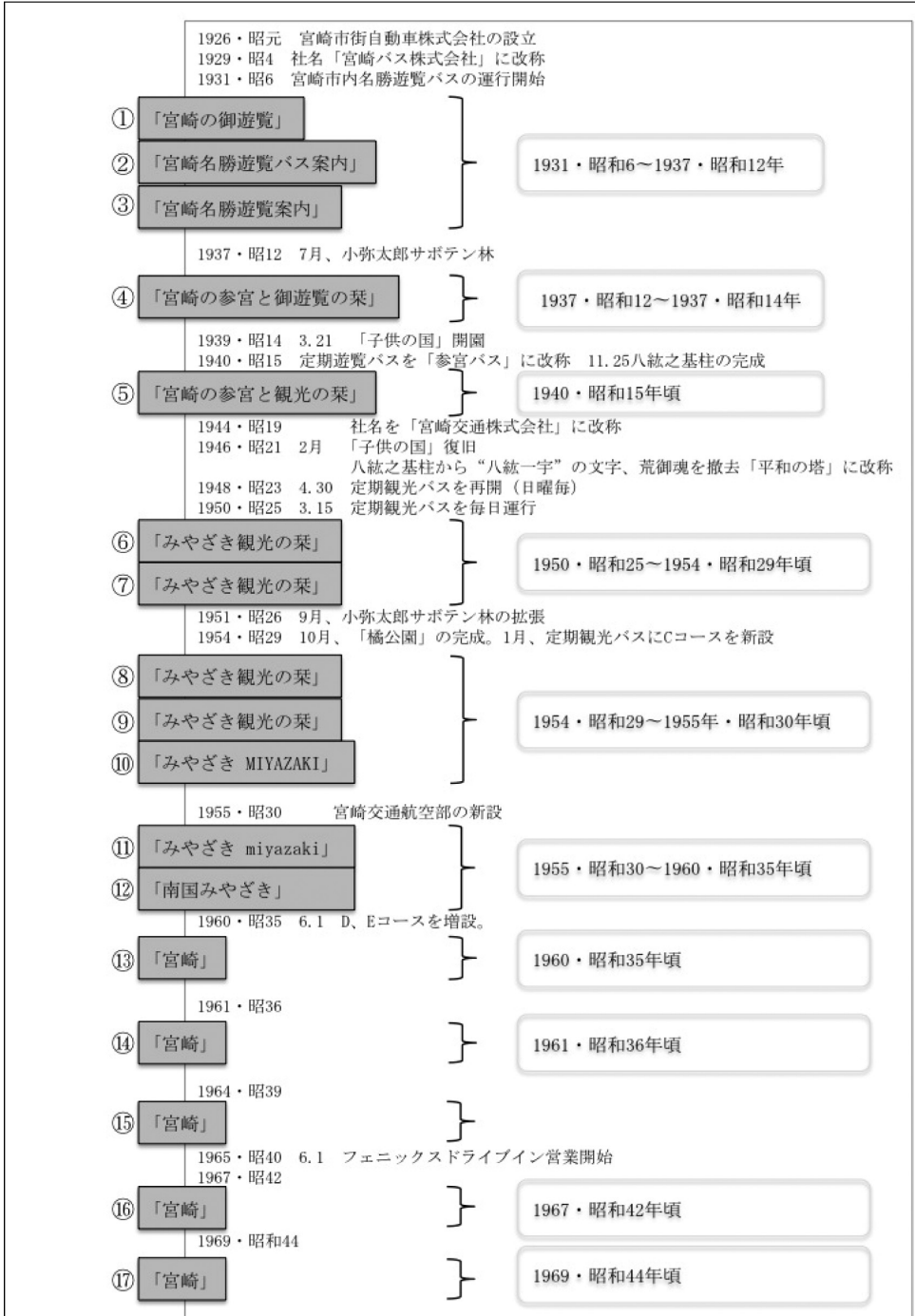
## II 宮崎バス（宮崎交通）の定期周覧案内リーフレットの概要

宮崎交通の定期観光バスは、宮崎バス時代の1931（昭和6）年に「宮崎市内名勝遊覧バス」としてはじまり、1940（昭和15）年には「参宮バス」に名を変え、そして戦後復興期において「観光バス」として再開された。

本稿では、「名勝遊覧バス」として運行を開始し、「参宮バス」を経て、戦後「観光バス」として再開された昭和20年代までの、筆者らが収集あるいは確認している同社のリーフレットを資料として用いる。現在までに収集・確認しているリーフレットの一覧は、表1のとおりである。なお、宮崎バスおよび宮崎交通のバス案内リーフレットについては、発行時期と各時期のリーフレットに共通してみられる特徴、例えばリーフレットの判型やデザインなどから、大きく以下の4つの時期に分けて考察することとしたい。



表1 宮崎交通（宮崎バス）のリーフレット一覧



※主要指標として判型、デザインの特徴で整理し、さらに記載内容については『宮崎交通七〇年史』を参考に分類した。

- 第1期 戦前の宮崎バス時代に発行されたリーフレット
- 第2期 戦後の昭和20年代に発行されたリーフレット
- 第3期 昭和29年から昭和35年までに発行されたリーフレット
- 第4期 昭和35年から昭和44年までに発行されたリーフレット

本稿においては、上記の第1と第2の時期、戦前の宮崎バス時代と戦後の昭和20年代に発行されたリーフレット（表1のリーフレット①～⑨）を考察対象としている。それ以降のリーフレット（表1のリーフレット⑩～⑰）に関しては、また機会を改めて論じることにしたい。

第1の時期は、戦前の宮崎バス時代に発行されたリーフレットであり、表1のリーフレット①～⑤が該当する。この時期のリーフレットの特徴は、リーフレット①「宮崎の御遊覧」を除き、折りたたんだ場合に縦長となり（タテ約19.4cm、ヨコ約9.0cm）、表紙のデザインも青島の全景が描かれている点で共通している。



図2 第1期のリーフレット表紙（左から表1の②、③、④、⑤の順）

第2の時期は、戦後の昭和20年代に発行されたリーフレット⑥～⑨が該当する。この時期の特徴は、折りたたんだ場合にやや縦長のコンパクトなサイズ（タテ約13.0cm、ヨコ約9.4cm）になり、表紙のデザインはビロー樹と青島の岸辺の写真あるいは同モチーフを描いた絵となる。リーフレットの名称は、すべて「みやざき観光の栞」となる。



図3 第2期のリーフレット表紙（左から表1の⑥、⑦、⑧、⑨の順）

第3の時期は、1954（昭和29）年から1960（昭和35）年頃に発行されたリーフレット⑩～⑫が該当する。この時期の特徴は、サイズの違いはあるものの、折りたたんだ場合に縦長になり、これまで一貫して表紙を飾っていた青島が消える。代わって表紙を飾るのは、ピロー樹のシルエットとシャンシャン馬の夫婦のイラスト、平和の塔（戦前の八紘之基柱）と民俗芸能（臼太鼓踊り）のイラスト、堀切峠のフェニックスと若い女性二人の写真であった。リーフレットの名称については、宮崎のひらがな表記とローマ字表記が併記されている。「南国」という表記が名称に現れたのも、この時期の特徴であろう。



図4 第3期のリーフレット表紙（左から表1の⑩、⑪、⑫の順）

第4の時期は、1960（昭和35）年から1969（昭和44）年にかけての時期に発行されたリーフレット⑬～⑰が該当する。この時期のリーフレットには、折りたたんだ場合に、やや横長（タテ約17.2cm、ヨコ約18.5cm）になるものと、やや縦長（タテ約18.5cm、ヨコ約17.5cm）になるものがある。名称はすべて漢字表記の「宮崎」となっている。表紙のデザインは、横長のものがサボテンのアップ、陽光を浴びるピロー樹と青島の海岸、堀切峠とフェニックスというように、日南海岸沿いの景観が用いられている。縦長のものは、宮崎市大淀川畔・橋公園のフェニックスとワシントン・パームの並木の景観となっている。



図5 第4期のリーフレット表紙（上部左から表1の⑬、⑮、⑰。下部左から⑭、⑯の順）

### III 名勝・遊覧から参宮・観光へ

宮崎バス会社の定期遊覧バスが1931（昭和6）年11月1日に始まった。その後、1940（昭和15）年に至るまで、複数のバージョンのリーフレットが制作されていった（表2参照）。

表2 戦前期（宮崎バス会社）リーフレットの名称の変遷

①宮崎の御遊覧（昭和8年頃）
②宮崎名勝遊覧バス案内（昭和10年頃）
③宮崎名勝遊覧案内（昭和12年頃）
④宮崎の参宮と御遊覧の栞（昭和13年頃）
⑤宮崎の参宮と観光の栞（昭和15年頃）

\*（ ）内は記載内容や日付印などによって推定される配布時期

戦前期のパンフレットは、その時々、宮崎の旅先としての魅力、出発時刻と帰着時刻、コース、周覧地の見所を伝えている。さらに、鳥瞰地図がそえられており、手前の宮崎市街と県南部の周覧ポイントが拡大して描かれ、コースが強調的に示されている。太平洋上の視点から、宮崎県南部を中心に南九州の東沿岸の地形が描かれる。こうした宮崎市を中心とした県南部の海岸沿いを見下ろす鳥瞰図の基本デザインは一貫している。

これら戦前のパンフレットの主要な構成要素のうち、まずパンフレット全体のタイトルと定期遊覧バスの「営業案内」の記載の変化に注目したい。1931年から1940年までの間に、営業案内において「名勝」「名所」「参宮」「観光」といった旅の概念が変遷を遂げていったことが分かる。ここでは、名勝遊覧バスが、1940（昭和15）年に参宮観光バスへと変容していったことを確認する。

### （1）リーフレットにみる旅概念の変遷

「観光」という言葉は、いまでは卑近な日常用語である。ところが、1930年代後半までのリーフレットには、「観光」という言葉は使われていない。1930年代のキーワードは「遊覧」である。当時は「名勝遊覧」であり、目的は遊び覧（み）ることにあつた。名指された車窓風景や降車場所の景勝地に視線を向け楽しむことこそ、旅の様式であつた。宮崎バスのリーフレット（表1の②「宮崎名勝遊覧バス案内」および③「宮崎名勝遊覧案内」）における、営業案内の文面をみてみよう。

#### 宮崎の御遊覧には

**遊覧バス**—宮崎名所の御遊覧には何を措いても先づ宮崎バスの遊覧バスを御利用下さる事が一番御便利で御座います。遊覧バス婦人案内人の明朗懇切なる説明振りは既に定評が御座います。神の國、美の國而して新しい國日向を語つて十二分であるばかりでなく、恍惚として旅の疲れを御忘れになるほどのサービス振で御座います。

いまのわれわれにとっては奇妙であるが、そこでは「観光」という言葉に出会わないのである。こうした状況は1930年代半ばまでつづいた。

名所を遊覧するという旅は、1940（昭和15）年を前にして変わる。ここでの変化は「名所」という言葉が消え、その代わりに「参宮」が登場したことである。「宮崎名所の御遊覧」が「宮崎の参宮と御遊覧」に変わった。宮崎バスのリーフレット④「宮崎の参宮と御遊覧の栞」の営業案内をみてみよう。

#### 宮崎の参宮と御遊覧には

**遊覧バス**—宮崎の参宮と御遊覧には何を措いても先づ宮崎バスの遊覧バスを御利用下さる事が一番御便利で御座います。遊覧バス婦人案内人の明朗懇切なる説明振りは既に定評が御座います。神の國、美の國而して新しい國日向を語つて十二分であるばかりでなく、恍惚として旅の疲れを御忘れになるほどのサービス振で御座います。

定期コースには、宮崎神宮と生目神社、青島神社があった。さらに、鶴戸神宮が周覧地として定着するなかで、名所遊覧だけではなく、バス周覧が「参宮」でもあることが強調された。

「名所」がなくなり、「参宮」が加えられた。こうした傾向は、つぎに「遊覧」という旅の概念にも影響していった。1940（昭和15）年、宮崎バスは「遊覧バス」の名を「参宮バス」に改めた。このことはバス周覧が「名所遊覧」から「参宮と遊覧」へ変化したことに対応したものである。

しかし、ここでは旅行様式の問題上として注目すべきことがらがある。それは意外にも、1940（昭和15）年のリーフレットにおいて、はじめて「観光」が登場したことである。リーフレット⑤「宮崎の参宮と観光の栞」の営業案内をみてみよう。

#### 宮崎の参宮と観光には

**参宮バス**—宮崎の参宮と御観光には何を措いても先づ宮崎バスの参宮バスを御利用下さる事が一番御便利で御座います。参宮バス婦人案内人の明朗懇切なる説明振りは既に定評が御座います。神の國、美の國、而して新しい國日向を語つて十二分であるばかりでなく、恍惚として旅の疲れを御忘れになるほどのサービス振で御座います。

「遊覧バス」は「参宮バス」に変わった。「名所」の遊覧が「参宮」となったことに応じた動きである。さらに「参宮と遊覧」であったのが「参宮と観光」になっている。1931（昭和6）年に始まったバスでの「名勝の遊覧」は、「参宮と遊覧」を経て、1940（昭和15）年において「参宮と観光」に変容したというわけである。このことは表1および表2にみるように、宮崎バス時代のリーフレット名称の変遷からも容易に理解することができるだろう。

### （2）聖地巡拝という名の観光—聖蹟観光と宮崎—

では、1940（昭和15）年までに名勝・遊覧から参宮・観光へと旅概念の変化が生じ、「遊覧バス」

から「参宮バス」への名称変更が行われるに至ったのはなぜか。

1930年代の後半、白幡およびルオフが指摘するように、天皇家ゆかりの聖蹟をめぐる旅が人気を集めるようになっていった。この時期、「肇国の聖地」と呼ばれた奈良県や宮崎県には、「聖地巡拝」を目的とした旅客が集まり、聖蹟観光ブームの様相を呈していたという〔白幡, 1997〕〔ルオフ, 2010〕。こうした聖蹟観光の展開にともなう変化を、宮崎バスの周覧コースの変化に見ることができる。

具体的には、1931（昭和6）年の開業から1940（昭和15）年までに、当初は宮崎市内から青島までであった主要コースに、“官幣大社” 鶴戸神宮が徐々に組み込まれていく。

まず、最初期のリーフレット（表1の①「宮崎の御遊覧」昭和8年頃）および昭和10年頃～昭和12年頃のリーフレット（②「宮崎名勝遊覧バス案内」と③「宮崎名所遊覧案内」）では、宮崎市内から青島への「普通遊覧」とは別に、鶴戸神宮へのコースが提示されている、あるいは「一部遊覧」コースの一つとして鶴戸神宮をまわらないコースが設定されている等、乗客が鶴戸神宮を選択しないことも可能であった。鶴戸神宮を選択しない場合は、景清伝説で有名であり眼病に御利益があると古くから民間信仰を集めていた生目神社を選択することになっていた。

ところが、昭和13年頃のリーフレット④「宮崎の参宮と御遊覧の葉」になると、全4コースすべてに鶴戸神宮が組み込まれるようになる。その延長線上に1940（昭和15）年「参宮バス」へと名称変更が行われていった（リーフレット⑤「宮崎の参宮と観光の葉」）。

以上のことから、聖蹟観光のブームに対応する形で、宮崎バスが主要コースのなかに鶴戸神宮を「聖地巡拝」ルートとして組み込んでいった様子を伺うことができる。ここで、宮崎バスのリーフレットの名称から「名勝」や「遊覧」の文字が消え、「参宮」と「観光」にとってかわり、定期周覧バスの名称も「参宮バス」に改称していったのはなぜなのか、改めて考察してみたい。

この時期、戦時下という時局において経済が軍需を中心に計画され、生活にも統制が及ぶようになっていった。このことは旅行も例外ではなく、戦時体制下において団体旅行が制限されていた。こうした状況と連動して、リーフレットの内容も変更されていくこととなった。享楽性を連想させる「名勝」や「遊覧」といった表現が、戦時体制下で忌避されるようになったのである。

白幡も指摘するように、「名勝」地への「遊覧」というと後ろめたさが残る。ともすれば物見遊山、不謹慎な行為として糾弾されかねない。ただし、それを「宮崎へ行く」と告げる。宮崎神宮、鶴戸神宮のある宮崎への旅となれば、「肇国の聖地」の“官幣大社”への「参宮」と受け取られる〔白幡, 1997〕。武運長久を祈り、皇国の隆盛を祈る、敬神崇拜としての「参宮」であれば、戦時下においても旅行することの大義名分になりえたというわけである。

こうした形での旅行およびその正当化は、旅行者個人によってなされる私的なものというより、様々なアクターによって推進される、集合的かつ公的な性格を持っていた。ルオフによれば、紀元二千六百年奉祝に関する様々な事業において、「鉄道会社と百貨店、新聞社は、政府とは別に、数え切れないほどの文化事業を展開する三大スポンサーだった。そして当時の中間階級にとって

は、こうした文化事業が一種のレジャーとなっていたのである」[ルオフ、2010：166-167]。

宮崎への旅行という一種のレジャーにおいても、状況は似たり寄ったりであった。宮崎県および県奉祝会は、大阪毎日新聞社などをスポンサーとして、八紘之基柱の建立など奉祝事業を進めていったが、その一環として京阪電車の遊園地であった大阪・枚方遊園において「紀元二千六百年に輝く肇国聖地日向博覧会」を開催した。同博覧会は、「肇国聖地・日向」への「聖地巡拝」という「現地観光」をテーマとしていた[倉、2011]。博覧会において謳われていたように、紀元二千六百年において光輝く「肇国の聖地・日向」を観ることは、単なる世俗的なレジャーではなく、「(肇国の聖地の)光を観る」行為＝(聖地巡拝という)「観光」として、公的な意味を与えられていたのである<sup>(1)</sup>。

以上のように、聖蹟観光は宮崎を旅行しようとする者に対して、「観光」という名の新たな旅概念を、旅行という一種のレジャー(遊覧)を正当化する公的な意味として、付与するものであった。では、旅行者を迎える側、宮崎の地元の人々に対してはどうであろうか。

ここでは聖蹟観光のブームが到来する以前、宮崎への旅行がまだ「遊覧」という旅概念で捉えられていた1932(昭和7)年、宮崎県青島で行われたとある座談会を取り上げてみたい。宮崎高等農林学校(現・宮崎大学農学部)の教授・日野巖の司会で始まった座談会は、最後に、青島神社の社掌・長友千代太郎の発言で終わる。以下、引用しよう。

**日野** 本日は御多忙中御出席下さいまして有難う存じました。實は、この春、博覧會もありますので、遠方からの客も多からうと存じますが、その方々に青島をよく見て戴きたいと考えてゐます。就いては、私どもの雑誌で青島特輯號を出して、青島を正確に詳細に紹介いたしまして、これらの訪客の利便に供したいと存じます。青島は青島の人々が一番よく御存じでありますから、ここにお集まりを願ひまして、お話を承りたいと考へたのでございます。御遠慮なく、お話を願ひます。

…(中略)…

**長友** よく参詣客が、青島は有名なので知つてゐたが、ここに神社のあることは知らなかつたと申されます。この間も青島遊覧客の數を知りたいなどと申してきましたので、参詣客はあるが遊覧客はないと申してやりました。青島は神社の境内であることを忘れて居られる方々の多いのには驚きます[日向郷土會、1933：201-211]

座談会の冒頭、司会の日野からは博覧会(宮崎市で開催された祖国日向産業博覧会のこと)が開催されることから遠方からの来客の増加が予想されるとし、そうした来客への便宜のために青島特集号を出版すること、そのために地元の人々から青島の話詳しく伺いたい旨が語られる。要するに、この座談会の目的は、青島への来客に便宜を供するためということになる。その便宜を供されるべき来客に対する――神社の境内である青島への「参詣客」ではなく、自らを「遊覧客」と



見なしている彼らへの——長友自身の戸惑いや嘆きあるいは憤りから、彼の座談会における最後の発言がなされているのは間違いないだろう。

ベンヤミンの言葉を借りるなら、長友千代太郎の発言は、地元の人々も含めた参詣客にとっては神聖な信仰対象＝礼拝的価値を持つ青島が、多数の遊覧客によって美的な観賞の対象＝展示的価値に依拠する一種のオブジェへと貶められたことへの、不安や不満を表明したものといえよう<sup>20</sup>。

「聖地巡拝という名の観光」（聖蹟観光）という新しい旅概念は、礼拝的価値から展示的価値へという変化に戸惑う地元の人々にとっては、貶められた礼拝的価値を回復するものとして映る。なぜならば、それは「聖地巡拝」という形での礼拝的価値の称揚と「観光」という形での展示的価値の徹底を、「聖地巡拝という名の観光」という形で両立可能にするものだからである。多数の「遊覧」によって貶められる青島の礼拝的価値は、むしろ展示的価値の徹底として多数に「観光」されることを通じて回復されるのである。

このように地元の側も受容可能な新たな旅概念としての「観光」は、同時に新たな郷土意識をも醸成していった。高岡によれば、1930年代における「観光事業の拡大は、観光宣伝の活発化を通じてツーリズムを促進」し、「具体的手段としては、新民謡や小唄の創作をはじめ、観光宣伝映画の制作、ラジオによる郷土番組の放送などマスメディアの積極活用」が図られていった〔高岡, 1993: 13〕。こうしたツーリズムとマスメディアの複合体のうちに、我々は宮崎バスによる「遊覧バス」の開始から「参宮バス」への展開、という一例を加えることが出来るだろう。

### （3）宮崎バスのリーフレットにみる「青島」

すでにみたように戦前・宮崎バス時代のリーフレットの表紙は、青島がモチーフとなっている。その理由は、「遊覧バス」の周遊コースのテーマとして掲げられたものが、「三千年の建国の歴史と南国情緒」だったからに他ならない。「三千年の建国の歴史」と「南国情緒」という二大テーマを同時に満たす見所（名所）が青島であり、それは「遊覧バス」から「参宮バス」へとバスの名称が変更になっても変わることはなかった。青島は「遊覧バス」でも「参宮バス」でも、その主要な目的地であり続けたのである。

では、その青島は宮崎バスのリーフレットにおいて、どのように表象され語られているのだろうか。まず②「宮崎名勝遊覧バス案内」（昭和10年頃）における、青島の説明文をみてみよう。昭和8年頃に製作された①「宮崎の御遊覧」において、「奇岩と熱帯植物の繁茂により全国に有名」とのみ紹介された青島は、以下のように説明される。

#### 青島

青島の名は餘りにも有名で御座います、ピロー樹の茂る岸邊、彦火々出見命と御后豊玉姫の美しき御物語は若人の血をいやが上にも燃え上がらせませす、美しき青島、伝説の青島、南洋の懐趣溢るゝ青島は誠に都塵にまみれし人々のオアシスで御座いませう。

この説明文は、その後もそのままの文章で継続して用いられていく（戦後の昭和20年代後半の⑧「みやざき観光の栞」まで）。すでにこの時点で、「三千年の建国の歴史」を偲ばせる神話（伝説）の舞台として青島が語られ、その舞台こそ「ビロー樹の茂る岸邊」、すなわち「南国の懐趣溢るゝ青島」である。こうした「南国情緒」が想起させるのが、「若人の血をいやが上にも燃え上がらせ」る、「彦火々出見命と御后豊玉姫の美しき御物語」（男女のロマンス＝恋愛）なのである。注目すべきは、「美しき青島、伝説の青島、南洋の懐趣溢るる青島」は、「誠に都塵にまみれし人々のオアシス」として語られている点であろう。青島に美的な観光のまなざしを向ける主体は、他ならぬ「都塵にまみれし人々」＝外部から宮崎にやってくる都市住民なのである。

次いで、リーフレットの表紙のデザインをみてみよう。リーフレットの表紙に青島がモチーフとして描かれたのは、上記の青島説明文が最初に掲載されたのと同じく、②「宮崎名勝遊覧バス案内」からである。

その②「宮崎名勝遊覧バス案内」の表紙では、手前に大きく南国情緒をかき立てるビロー樹とハマオモト（ハマユウ）の花が描かれ、その横を「遊覧バス」が走っている。バスの車内には「婦人案内人」（バスガイド）の姿も描かれている。背景として青島全体のシルエットが描かれるが、ここでは当時青島の島内にひときわ高く聳えていた老松や島に架かる弥生橋のシルエットもしっかりと描かれていた。要するに、遊覧バス自体と遊覧バスのテーマの一つである「南国情緒」を亜熱帯植物によって強調しつつも、その背景にある青島のシルエット自体は必ずしも「南国情緒」を強調するものにはなっていないのである（図6参照）。

その表紙のデザインが変化するのが、次のリーフレット③「宮崎名勝遊覧案内」（昭和12年頃）からであり、その後の④「宮崎の参宮と御遊覧の栞」（昭和13年頃）と⑤「宮崎の参宮と観光の栞」（昭和15年頃）においても、同一のデザインが継続して使用されていく。

③「宮崎名勝遊覧案内」以降のリーフレットにおいて、表紙の青島のデザインはどのように変わったのであろうか。まず青島が背景に描かれ、その手前に小舟に乗り釣り糸を垂れる古代装束の男性の姿を配したイラストとなっている。この古代装束の男性のイラストからは、容易に古事記に登場する山幸彦（彦火々出見命）を想像することが出来るだろう。さらに背景としての青島の描かれ方も変化している。青島は亜熱帯植物のビロー樹に一面覆われた島として描かれており、以前のリーフレットで青島のシルエットの一部として描かれていた老松や弥生橋はまったく描かれていない（図6参照）。要するに、老松や弥生橋といった「南国情緒」と関係のないものはイラストから排除されたうえで、「南国情緒」がより強調された青島が描かれ、その前面に神話の一場面を配することで「三千年の建国の歴史」がより強調されるという構図になっている。

ここまで、宮崎バス時代のバス案内文では、1930年代後半（昭和10年以降）、案内文や表紙のデザインにおける青島が、「三千年の建国の歴史」と「南国情緒」の二つを、より純粋な形で表象するようになっていったことを確認した。そうした変化は、外部（都市住民）からの観光のまなざしに対応するものであったことも確認しておこう。

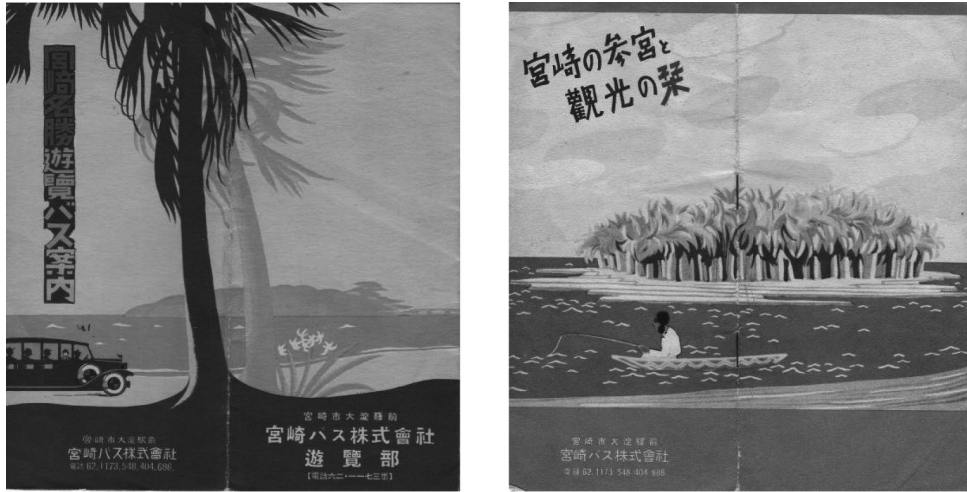


図6 「遊覧バス」から「参宮バス」へ：表紙における青島の変遷  
左が表1の②「宮崎名勝遊覧バス案内」（昭和10年頃）、右が表1の⑤「宮崎の参宮と観光の葉」（昭和15年頃）

最後に、1930年代後半の延長線上にある1940（昭和15）年において、具体的にはリーフレット⑤「宮崎の参宮と観光の葉」において、新たに加えられた説明文を取り上げてみたい。

### 名物シャンシャン馬

昔宮崎地方の若者達は新妻を迎えると夫婦はわらじ脚絆の装ひで相携えて七浦七峠を越えて鶴戸詣りをしたものです。歸り路には親族一同が途中で出迎へ花嫁には盛装させ鈴を付けた馬に赤布を敷いて乗せ新郎はその手綱を取りシャンシャンと鈴の音も楽しく我が家に歸るのでした。

戦前の聖蹟観光が頂点を迎えた1940（昭和15）年、紀元二千六百年奉祝の年にバス案内のリーフレットに最後につけ加えられたのが、「宮崎地方の若者が新妻を迎える」と「夫婦」で「鶴戸詣り」を行うという習俗「シャンシャン馬」であった。この新婚旅行を想起させる「シャンシャン馬」のリーフレットへの追加は、宮崎神宮から青島へのルートを延長して、宮崎神宮と鶴戸神宮を結ぶルートを、「参宮バス」という形で強化していった過程とも対応していた。

青島の説明文において語られた、「南国情緒」を舞台にした神話上の「美しき御物語」（男女のロマンス＝恋愛）は、こうして「参宮」バスによる「聖地巡拝」のルートによって、「鶴戸詣り」の「シャンシャン馬」という結婚習俗（＝新婚旅行）と結びつけられる<sup>9)</sup>。戦後の宮崎観光にみられ

る「南国」と「神話」、「恋愛」と「結婚」、「新婚旅行」という要素群は、すでに1940（昭和15）年の紀元二千六百年奉祝という戦前の聖蹟観光の頂点において、ほぼ出揃っていたといえよう。戦前の宮崎バスによる宮崎神宮－青島から先の鶴戸神宮へのルート延長と「聖地巡拝」ルートとしての強化・一体化は、「南国」を舞台とした「恋愛」という名のロマンスをその延長にある「結婚」という名のロマンスと結びつけていく、そうした可能性を拓くものでもあったといえよう。

#### IV 戦後復興期における定期遊覧バスの「復活」

##### (1) 「日向（宮崎）は？」－神の国・美の国・新しい国

昭和戦前期の遊覧バスの初期段階から、リーフレットの冒頭には「日向（宮崎）は？」として次

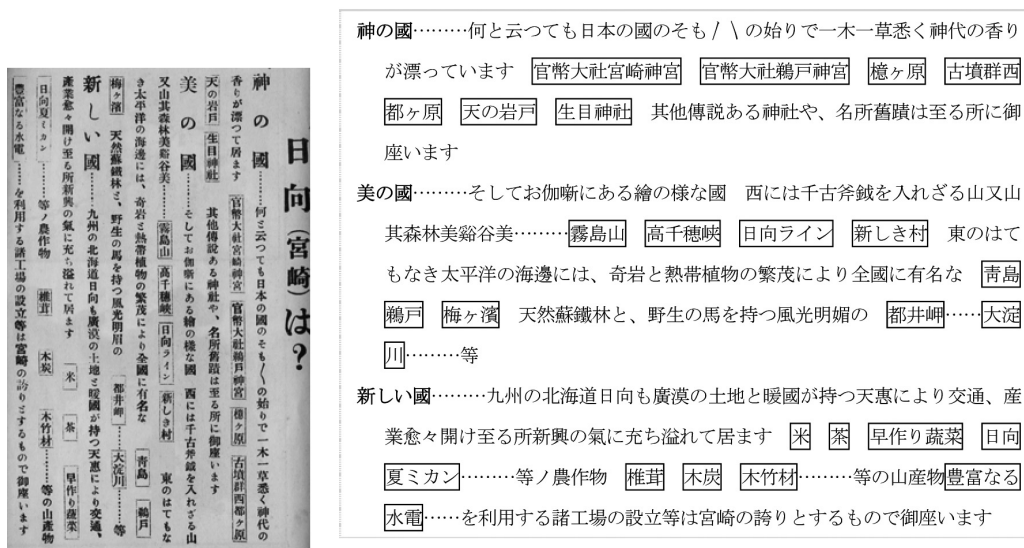


図7 「宮崎の御遊覧」（表1のリーフレット①）

のような文章が添えられていた。

日向・宮崎という地域社会の像が3要素の重層的な構成によって立ち現れる。日向・宮崎は「神の国」「美の国」「新しい国」という要素群をあわせもつ。さらに、「日向（宮崎）は？」は、1930年代を通して、リーフレットの常套句となっていく。

そして、1940（昭和15）年前後の時期において、定型化したものと見なされる。

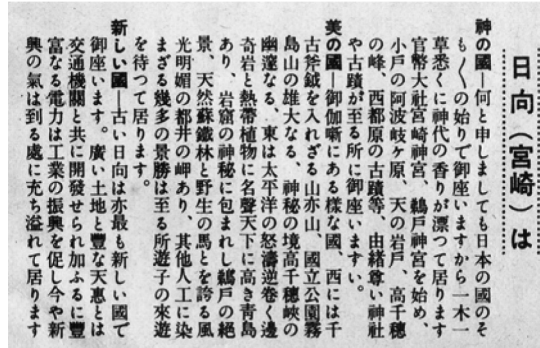


図8 「宮崎の参宮と観光の榮」（表1のリーフレット⑤）

**神の國**—何と申しまでも日本の國のそも / \ の始りで御座いますから一木一草悉くに神代の香りが漂つて居ります、官幣大社宮崎神宮、鵜戸神宮を始め、小戸の阿波岐ヶ原、天の岩戸、高千穂の峰、西都原の古蹟等、由緒尊い神社や古蹟が至る所に御座います。

**美の國**—御伽噺にある様な國、西には千古斧鉞を入れざる山亦山、國立公園霧島山の雄大なる、神秘の境高千穂峽の幽邃なる、東は太平洋の怒濤逆巻く邊奇岩と熱帯植物に名聲天下に高き青島あり、岩窟の神秘に包まれし鵜戸の絶景天然蘇鐵林と野生の馬とを誇る風光明媚の都井の岬あり、其他人工に染まざる幾多の景勝は至る所遊子の來遊を待つて居ります。

**新しい國**—古い日向は亦最も新しい國で御座います、廣い土地と豊かな天恵とは交通機關と共に開發せられ加ふるに豊富なる電力は工業の振興を促し今や新興の氣は到る處に充ち溢れて居ります。

戦前の遊覧バスは、「神の国」「美の国」「新しい国」、これら3つによって、「日向（宮崎）」を形象している。こうした戦前期に現れた3つの要素のそれぞれは、今日の宮崎においても容易に見出されるものである。神話が語られ、自然の美が賞賛され、地域資源の活用による経済発展が目指されてもいる。これらの各要素はいまだにその効力を失ってはいない。

では、戦前に生まれた宮崎の定型句は、敗戦という契機をへて、どのような変容をとげることになったのだろうか。ここでは、戦後にも見出される「宮崎・日向は？」という記述を手がかりに考えてみたい。

つぎに挙げるのは、戦後の宮崎交通が定期観光バスを再開した1950（昭和25）年頃に配布されて

いたリーフレットである。簡略された鳥瞰図、営業案内があり、内側には、平和台、宮崎神宮、青島、鶴戸神宮、さらには橋橋を渡るバスの写真が掲載されている。



図9 「みやざき観光の葉」(表1のリーフレット⑥)

**傳説の國**—何と申しましても日本の国のそも / \ の始りで御座いますから一木一草悉くは神話の香りが漂つて居ります。宮崎神宮、鶴戸神宮を始め、小戸の阿波岐ヶ原、天の岩戸、高千穂の峰西都原の古蹟等、由緒尊い神社や古蹟が到る所に御座います。

**美の國**—お伽噺にある様な国、西には千古斧鉞を入れざる山亦山、国立公園霧島山の雄大なる、神秘の境高千穂峽の幽邃なる、東は太平洋の怒濤逆巻く辺奇岩と熱帯植物に名聲天下に高き青島あり、岩窟の神秘に包まれし鶴戸の絶景、天然蘇鉄林と野生の馬とを誇る風遊光明媚の都井の岬あり、其他人工に染まざる幾多の景勝は至る所遊子の來遊を待つて居ります。

**新しい國**—古い日向は亦最も新しい国で御座います 広い土地と豊かな天恵とは交通機関と共に開発せられ加ふるに豊富なる電力は工業の振興を促し今や新興の気は到る処に充ち溢れて居ります。

ここにも、「日向（宮崎）は」という文章がある。戦前とおなじく3つの要素で宮崎の概要が説明されている。3つに連なる文章には、さほど変化はないような印象を受ける。

とはいえ、よく見ると項目に変更があることが分かる。戦前期においては、「神の国」「美の国」「新しい国」であったものが変更され、この戦後期の文言では「伝説の国」「美の国」「新しい国」として構成されている。「日向（宮崎）」を構成する要素の一つである「神の国」が「伝説の国」に変わっているのである。

「神の国」から「伝説の国」へ、このことは戦前から戦後への変化を象徴するものであったと言える。さらに、文中では「官幣大社宮崎神宮」「官幣大社鶴戸神宮」とされていたものも、戦後は「宮崎神宮」「鶴戸神宮」となっている。これは戦前の国家近代社格制度の廃止を反映したもので

あったと考えられる。

「神の国」にしても「伝説の国」も、いずれも日本神話をもとにした宮崎の観光表象である。その意味では変化することはない。ただし、「神」そのものではなく神話をふくめた「伝説」の国とすることで、“戦前”の語り口をそのまま利用しつつ“戦後”という社会の文脈に合わせたのである。戦前からの連続性を形式の残存として確認できる。それに加えて、形式を保持しつつ、時代状況にあわせ内容を変化させることにあまりに戦後的な文脈を読み取ることもできるのである。

さらに、リーフレットの変遷から言えるのはそれだけではないのだろう。現代の宮崎観光においても「神話のふるさと」や「伝説の国」といった言い回しがなされる。そうした語り口の時間的な流れをたどれば、いずれも戦後において「神の国」の言い換えとして登場した「伝説の国」にその範型をみることが出来るのかも知れない。たとえ、それらの言説が「神代」といった神話的時間を語るものであろうとも、「現代的」という修飾語がなされようとも、そうした語り口自体は、戦前と戦後の連続性の中から生まれたものであった。そうした意味において遊覧バスの語り口を借りれば「最も古く、最も新しい」。最も古いものと語られつつも、つい最近において語られたものである。ホブズボームがいうところの創られた、新しい伝統の産物なのである〔ホブズボーム、1992〕。

## (2) 遊覧バスの再開と観光日向・宮崎の復活

1945(昭和20)年8月15日以降、宮崎観光も戦後を迎えることになった。そして早くも同年10月12日、宮崎の地元紙、日向日日新聞において、県内観光産業の復興についての特集が組まれている。この特集は「観光日向再建の構想」と題された。戦後、宮崎県産業界における第1の課題は、戦前中の観光を「再建」することにあつたのである。

ここでは、都井岬のゴルフ場化が語られ、1940(昭和15)年に紀元二千六百年を奉祝して建てられた「八紘之基柱」周辺の公園化、さらには県内名産品の開発の展望が熱く語られている。

岩切章太郎も「遊覧バスも当然復活」と言葉を寄せ、遊覧バスの復活がさほど遠くではないことを構想として述べている。1940年をピークに整備された戦前の宮崎観光の「復活」、これは岩切・宮交にとっては「参宮バス」の復活を意味した。1948(昭和23)年に、遊覧バスは「毎週日曜毎」ではあつたが再開、さらに1950(昭和25)年には毎日運行されることになった。

では、こうしたバス観光の復興とはどのようなものであつたか。ここでは主に、定期周覧が再開、「毎日運行」の始まった1950(昭和25)年から1955(昭和30)年頃までの戦後復興期におけるリーフレットの記述をみる(表1:⑥、⑦、⑧、⑨)。

戦前1940(昭和15)年の参宮バスはその名を変え、「観光バス」になった。ただし、「平和台」をのぞけば、宮崎神宮・青島・鶴戸神宮という周遊は、参宮バスそのままであつたことが分かる。コースは平和台・宮崎神宮・青島・鶴戸神宮、戦前のコースにはなかつた「平和台」が追加された。「平和台」とは戦前期に作られた「八紘之基柱」のことである。意外にも、参宮バスのコース

になかったものが戦後復興期において、はじめて定期周覧に定着していく。これは、他の施設についても言える。サボテン林、子供の国といった遊園地が、この戦後復興期において、定期周覧のコースには組み込まれていくのだ。

戦後において、宮崎のバスによる定期周覧は、変容を遂げた。ただし、この変容とは、定期遊覧のテーマが大きく変わることを意味しなかった。ましてや、新しい観光の要素が創り上げられたものでもなかった。「復活」と言われたように、参宮バスの周覧コースで定期周覧は再開されることとなった。さらには、戦後復興期を通して、定期周覧コースに加味されていったものもある。それらはサボテン公園、子供の国といった亜熱帯植物の南国情緒豊かな施設、さらには八紘之基柱といった参宮バス期にすでに用意されつつもコースに包含できなかった要素であったのである。

以上のことをもとに次のように言うことができる。戦後復興期における定期遊覧バスの「復活」や「再開」は、既存であった観光要素を利用しつつも、むしろ戦前「参宮バス」がなしえなかった観光事業の構想を実現していったのである。

## 結

これまでの各章における論証により、戦前1930年代から戦後1950年代前半、すなわち昭和20年代にかけての宮崎バス（宮崎交通）の定期周覧バス案内リーフレットの変遷が明らかになった。宮崎の遊覧バスの名称は「名勝遊覧バス」に始まり、「参宮バス」（1940年）そして戦後に「観光バス」（1948年）に変えていった。こうした宮崎におけるバス・ツーリズムの変化に合わせて、リーフレットの形や内容も変遷してきた。

こう言えば、直線的で発展していく定期観光バスの歴史プロセスを思い描くかも知れない。しかし、本論であきらかにしてきたのは、そうした歴史が実は直線的ではなく、さまざまな曲線の織りなした結果だということである。

戦前から戦後にかけてのリーフレットの変遷をどのように整理することができるだろうか。ここで援用したいのが、B・アンダーソンがナショナリズムの歴史分析において用いた「モジュール化 [規格化され独自の機能をもつ交換可能な構成要素]」という工学設計の概念である [アンダーソン, 2007 : 22]。

宮崎バス会社の遊覧バスの運行は1931（昭和6）年にはじまり、戦前期をとおして洗練され1940（昭和15）年の紀元二千六百年奉祝期の「参宮バス」時代に一定の様式が整えられていった。そして戦時期に中断されつつも戦後1940年代後半には「復活」し、高度経済成長期のマストツーリズムの中で隆盛を極め現在にいたる。

戦前期にバス旅行の様式がモジュール化され、戦後に適用されていく。戦前そして戦後、宮崎は二度の旅行ブームを経験した。一度目は、1940（昭和15）年前後の「聖蹟観光ブーム」であり、二



度目は1960年代後半から1970年代にかけての「南国宮崎ブーム」それにとまなう「新婚旅行ブーム」であった。

このようにしてみると、宮崎は戦前の「聖地」から戦後の「南国」へと大きく変容していったように捉えられる。たしかに、「南国」とは作られたものである。「南国」とは表象であり、人々によって想像されたものである。「南国」とは現実の反映ではなく、表象という性格をもつ。本物の「南国」も、偽物の「南国」もいずれも実像ではなく虚像であり等しく表象なのである。このことは戦前の「聖地」についても言える。

すでに、戦前1940（昭和15）年前後において、「聖地」「南国」を演出していくモジュール化が完了していたのである。ただし、戦後の「復活」は、戦前バス旅行の単なる再開を意味しなかった。かといって、新しいものを始めるというものでもなかった。変わったもの、変わらないものがある。むしろ、戦前に成し得なかった観光構想の完全なる再現というかたちで「復活」は果たされていくのである。

戦前期から戦後のリーフレットの記述内容には、あきらかに連続性がある。「宮崎」についての語り口、見所を伝える表現方法はまったく同じものであった。しかし、その内容は戦後という「新しい」時代に適応する内容に変更されていることが分かる。だとすれば、この戦後の「新しさ」とは、戦前の「古い」ものが変容することの現れであったといえよう。

本稿では取り上げなかったが、昭和30年代以降のバス・リーフレットからも、おそらく戦前期と戦後復興期との間に存在したのと同様に、戦前期や戦後復興期との連続性を読みとることができるだろう。そこに私たちは「古い」ものの変容としての「新しさ」という皮（表象）を見出すことになるかもしれない。私たちは「南国宮崎ブーム」や「新婚旅行ブーム」のうちに、どのような形で連続性と変容、「古さ」と「新しさ」を認めることができるだろうか。

さらに、昨今の記紀編纂千三百年で盛り上がりを見せている「神話ブーム」のうちに、私たちは戦前の紀元二千六百年奉祝や「聖蹟観光ブーム」からの連続性と変容を、あるいは突拍子もないと思われるかもしれないが、戦後の「南国宮崎ブーム」「新婚旅行ブーム」からの連続性と変容を見出すことができるだろうか。

## 注

- (1) 「観光」の語源は、『易経』にある「觀国之光」にあるとされる。藤巻によれば、第二次世界大戦前の日本における「観光」は「国の光を觀せる」ための観光であった。歴史学や地理学、社会学の先行研究を引きながら、当時は国際ツーリズムの振興や近代観光の推進が図られたこと、そうした観光政策が外国人や植民地代表住民に対して日本の「光」（一等国ぶり）を誇示するものであったこと、同時に日本人（内地人）に対しては、「美し国」への憧憬を促すことで愛国心や郷土愛を醸成するとともに、満州や台湾などの植民地周遊観光により

「帝国日本」の国威を観せることを企図した国家的プロジェクトであった点を指摘している  
[藤巻, 2011:115]。

- (2) 礼拝的価値および展示的価値については、[ベンヤミン, 1995: 599-600]を参照。
- (3) 1937（昭和12）年頃の遊覧説明のバスガイド用テキスト（『廿八號』宮崎交通所蔵）では、すでに「鶴戸詣り」の説明として、「ロマンスカーの遊覧バス」「新婚旅行としての鶴戸詣りは、七浦七峠の昔を語る、美しきロマンス」「何という絵の様なロマンス」という記載がみられる。

## 引用参考文献

アーリ, ジョン 1995 『観光のまなざし—現代社会におけるレジャーと旅行』加太宏邦訳、法政大学出版社。

アンダーソン, ベネディクト 2007 『定本 想像の共同体—ナショナリズムの起源と流行』白石隆・白石さや訳、書籍工房早山。

岩切章太郎 1990 『自然の美 人工の美 人情の美—岩切章太郎講演集』鉾脈社。

岩切章太郎 2004 『心配するな工夫せよ—岩切章太郎翁半生を語る』鉾脈社。

倉 真一 2011 「大阪の枚方遊園で開催された日向博覧会—紀元二千六百年奉祝と地方・新聞社・鉄道会社—」『宮崎公立大学人文学部紀要』第19巻第1号、宮崎公立大学：1-15ページ。

シヴェルブシュ, ヴォルフガング 1982 『鉄道旅行の歴史—19世紀における空間と時間の工業化』加藤二郎訳、法政大学出版社。

白幡洋三郎 1996 『旅行ノススメ—昭和が生んだ庶民の「新文化」』中央公論社。

千田 稔 1999 『高千穂幻想—「国家」を背負った風景』PHP研究所。

総合文化協会（編）1997 『日向の風土と観光』鉾脈社。

高岡裕之 1993 「観光・厚生・旅行—フェシズム期のツーリズム」『文化とフェシズム—戦時期日本における文化の光芒—』日本経済評論社：第1章。

東京都江戸東京博物館 2005 『美しき日本—大正昭和の旅展』東京都江戸東京博物館。

中川浩一 1986 『バスの文化史』筑摩書房。

長谷川司 2011 「<資料紹介>宮崎バス『遊覧説明』（昭和7年）—遊覧バスの乗務員テキスト」『KGPS Review院生論文集』No. 14、関西学院大学総合政策研究科：29-44ページ。

長谷川司 2011 「黎明期の遊覧バス旅行における「ものがたり」の生成」『ものがたり観光』No. 2、ものがたり観光行動学会：66-78ページ。

日向郷土会（編）1933 「青島座談会記事」『日向（郷土志資料）』第11, 12合輯（青島號）、文華堂：201-211ページ。

ブーアスティン, ダニエル 1964 『幻影（イメージ）の時代—マスコミが製造する事実』星野郁美・

後藤和彦訳、東京創元社。

藤巻正己 2011 「観光と政治」『観光研究レファレンスデータベース：日本編』ナカニシヤ出版：  
113-123ページ。

古厩忠夫 1997 『裏日本—近代日本を問い直す』岩波書店。

ベンヤミン, ヴァルター 1995 「複製技術時代の芸術作品」『ベンヤミン・コレクション① 近代  
の意味』浅井健二郎編訳、久保哲司訳、筑摩書房：585-640ページ。

宮崎交通社史編纂委員会 1997 『宮崎交通70年史』宮崎交通。

吉見俊哉 2007 「観光の誕生」、山下晋司（編）『観光文化学』新曜社、第2章：8-13ページ。

ルオフ, ケネス 2010 『紀元二千六百年—消費と観光のナショナリズム』朝日新聞出版。

