

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 —

The '*Hyuga Exposition*' Held at the *Hirakata Park, Osaka* :
Local Governments and Newspapers, Private Railways in the National
Celebration of the 2,600 years of the Imperial Era

倉 真 一

本稿では、紀元二千六百年奉祝の一環として、1940年に大阪・枚方遊園で開催された「肇国聖地日向博覧会」(日向博)をとりあげる。日向博はこれまで言及されることがほとんどない、いわば忘却された博覧会であるが、残された資料をもとに考察した結果、以下の点が明らかになった。第一に、紀元二千六百年奉祝事業をめぐる地方間、新聞社間、鉄道会社間の競争と対抗関係から、宮崎県—大阪毎日新聞—京阪電鉄の間に連携が生じ、この連携のなかで同博覧会が開催されたこと。第二に、同博覧会は「聖地巡拝」という名の観光(聖蹟観光)をテーマとしており、それは「肇国の聖地・日向」の立体パノラマによるスペクタクル化によって表象され、都市中間層を聖蹟観光に動員しようとするものであったこと。第三に、「おきよ丸」による神武東遷の再現航海事業と日向博が結びつけられていたこと。その背景には、ともに神話あるいは肇国の聖地のスペクタクル化であるという両者の共通性が存在すること。第四に、日向博における都市中間層の動員、「聖蹟観光」における皇室ブランドの活用などは、戦後の宮崎観光(新婚旅行ブーム)に姿を変えて引き継がれていった可能性が示唆されたこと。

キーワード：紀元二千六百年奉祝、博覧会、聖蹟観光、スペクタクル、皇室ブランド

目 次

- I 肇国聖地日向博覧会
- II 紀元二千六百年奉祝と「肇国の聖地」をめぐる競争～地方、新聞社、関西私鉄～
- III 聖地巡拝という名の観光～スペクタクル化される肇国の聖地・日向～
- IV 「おきよ丸」と「日向博」～むすびつく二つのスペクタクル～
- V 忘却された博覧会と戦後への連続性～聖蹟観光から新婚旅行ブームへ～

I 肇国聖地日向博覧会

筆者が宮崎県内で開催された地方博覧会⁽¹⁾についての資料収集の過程で、乃村工藝社が所蔵する「博覧会資料コレクション」⁽²⁾においてその存在を知ったのが、本稿で取り上げる「肇国聖地日向博覧会」である（以下では、原則として「日向博」と表記する）。

この博覧会は、その名称のとおり戦前の紀元節による「紀元二千六百年」、すなわち1940（昭和15）年に開催され、「肇国の聖地」（日本建国の神話と伝説にまつわる聖地、の意味）の一つとされた日向の国（宮崎県）の顕彰を目的とした博覧会であった。

主催は紀元二千六百年宮崎県奉祝会、後援は大阪毎日新聞社（現在の毎日新聞大阪支社）、開催地は関西の大手私鉄の一つである京阪電鉄の沿線遊園地である枚方遊園（現在のひらかたパーク・大阪府枚方市）であった。開催期間は1940年3月21日から5月末日まで、期間中の入場者数は、1940年の春の興行（霧島人形と建国絵巻）の入場者数として154,668人と記録されている⁽³⁾。また、宮崎新聞（昭和15年4月14日号）に掲載された博覧会の参観記事には、「枚方（ヒラカタ）の日向博覧会は連日大盛況を呈してゐる」との記述をみることができる⁽⁴⁾。

この「日向博」に関しては、すぐに次の疑問が浮かぶことであろう。なぜ日向（宮崎）をテーマにした博覧会が、1940年に大阪の枚方で開催されることになったのだろうか。しかも、同年には宮崎市で宮崎商工会議所主催の「日向建国博覧会」が開催されていたにもかかわらず、なぜわざわざ宮崎から遠く離れた関西で、同様に肇国の聖地・日向を顕彰する博覧会が開催されたのだろうか。また博覧会の開催に関わった、具体的には宮崎県、大阪毎日新聞社、京阪電鉄の三者の結びつきは、なぜ、どのように生じたのだろうか。

さらに、先述の「日向建国博覧会」は、これまでも『宮崎商工会議所四十年史』や『宮崎交通七十年史』、『みやざきの観光物語』、また博覧会の企画者であった岩切章太郎氏の自叙伝『心配するな 工夫せよ』等で幾度も言及されてきた⁽⁵⁾。それに対して「日向博」は、少なくとも筆者の知る限り、京阪電鉄の社史に開催された事実を示すわずかな記述があるのみで、ほとんど言及も回想もされたことがない。いわば忘れられた博覧会といっても、過言ではないだろう。

本稿では、まず博覧会が開催された1940年に国家的な規模で行われた紀元二千六百年奉祝をめぐって、地方間で、新聞社間で、鉄道会社間で繰り広げられた競争の構図の存在を指摘する。そうした競争の構図のなかで、宮崎県と大阪毎日新聞、京阪電鉄のつながりが生じたことを明らかにする。

次いで、日向博のパンフレット等の資料から、この博覧会のテーマが肇国の聖地・日向の顕彰であると同時に、聖地巡拝という名の観光であったことを明らかにする。こうした聖地巡拝を理由にした観光は聖蹟観光と呼ばれ、戦時体制下の当時の日本において盛んに行われていた観光形態であった。

続いて、「日向博」が別のある奉祝事業と結びついていた点を指摘する。その事業とは古代軍船

を模した「おきよ丸」による神武東遷伝説の再現航海事業である。日向博の開催地が大阪の枚方とされた理由は、ここから明らかになるだろう。

最後に、忘却された博覧会である「日向博」を通じて見えてくる、戦前の紀元二千六百年と聖蹟観光、戦後の日本社会と宮崎観光との連続性に焦点をあてて、若干の考察を加えたいと思う。それでは忘れられた「日向博」の姿を、残された記録の断片から再構成する試みを始めよう。

II 紀元二千六百年奉祝と「肇国の聖地」をめぐる競争 ～地方、新聞社、関西私鉄～

紀元二千六百年奉祝事業は、当時の日本において国家規模の巨大なイベントであり、戦時体制下において、いっそうの国民統合に向けて人々を動員するうえで極めて重要なものと考えられていた。ただし、人々は国家によって一方的あるいは強制的にこの奉祝事業に動員された訳ではなかった。ケネス・ルオフが『紀元二千六百年—消費と観光のナショナルリズム—』のなかで明らかにしたように、人々は日中戦争のさなかにおいても旅行や消費を楽しみ、むしろこうした観光や消費活動を通じて動員されていった。紀元二千六百年はそうした観光や消費の機会を増やしこそすれ、減らしはしなかったのである [ルオフ, 2010]。

また紀元二千六百年奉祝は、地方にとっては産業開発や観光の振興を図る絶好の機会だとも捉えられた。開発の遅れた宮崎県のような地方にとっては、特にそうである。日豊本線の全通が大正末期と遅く、「陸の孤島」と呼ばれた宮崎県では、昭和に入ると「祖国日向」（日本建国のふるさと）をスローガンに県民の覚醒を促し、新興県として産業開発をすすめようとする動きが県内で高まる。1933（昭和8）年には、「祖国日向産業博覧会」が宮崎市で開催され、翌1934年には「神武天皇御東遷記念二千六百年祭」が宮崎県と全国協賛会の共催で開催された。これは初代神武天皇が大和橿原で即位するにいたったとされる「御東遷」に、日向・美々津より船出してから二千六百年を記念するイベントで、これを機会に神武天皇にまつわる宮崎神宮をはじめとする聖蹟の一部整備や「祖国日向」の宮崎県の全国への宣伝が図られた。

こうした動きの延長線上に、紀元二千六百年奉祝事業がやってくる。日向博の主催団体でもある「紀元二千六百年宮崎県奉祝会」は、1938（昭和13）年に結成された県知事を会長とする組織であり、宮崎県および県奉祝会は宮崎神宮の神域拡張整備をはじめ、八紘之基柱（現在の平和の塔）の建立、神武天皇の聖蹟保存顕彰、上代日向研究所の設立などの奉祝関連事業を進めていった。

しかし、紀元二千六百年奉祝事業が地方の産業開発や観光振興に役立つ可能性があるとするれば、それは他県でも同じことであり、結果としてライバル県との競争を生じさせることにもなる。この時期、宮崎県には紀元二千六百年奉祝事業に絡むライバル県がふたつあった。一つは鹿児島県で、神話上の肇国の聖地「高千穂」の所在地をめぐり宮崎県と対立していた⁽⁶⁾。鹿児島県は宮崎県に対抗して、みずからこそ「肇国の聖地・鹿児島縣」であると主張した [ルオフ, 2010: 150]。

一方の宮崎県も、隣県へのライバル意識を背景に、肇国の聖地たる正統性を主張するためのモニュメントとして「八紘之基柱」の建設などを進めていった。先述の「日向建国博覧会」も、肇国の聖地としての宮崎県をアピールするイベントの一つだったと考えられる。

もう一方のライバルは、当時同じく「肇国の聖地」と呼ばれていた、橿原神宮を抱える奈良県であった。内閣の紀元二千六百年祝典事務局は、奉祝事業への資金提供に関連して、宮崎と奈良を「二つの主要聖蹟」と定めた〔ルオフ、2010：149〕。しかし、その決定過程では宮崎県側が奉祝事業の中心に考えていた「宮崎神宮の整備拡張」がいったんは却下されるなど、政府主催の奉祝事業の重点が奈良・橿原に傾くなか、宮崎県は中央に対する県会・知事らによる巻き返しを図っていたのである〔古川、1998：158-160〕。

実は、ここに大阪毎日新聞社と宮崎県との接点生まれる。当時、大阪朝日新聞と熾烈な部数争いを繰り広げていた大阪毎日新聞は、奈良・橿原神宮関連の奉祝事業への大阪朝日の協賛に対抗する必要から、もう一つの「肇国の聖地」宮崎県と組むことになったのである〔古川、1998：161〕。大阪毎日は、宮崎県の奉祝事業の一つである「八紘之基柱」の建設に全面的な協賛を行うとともに、後述するように、「おきよ丸」漕航事業の共同主催者として名を連ね、おきよ丸の建造費も寄付した。

「日向博」は、こうした宮崎県と大阪毎日新聞との結びつきのなかで開催されていたのである。では関西私鉄の一つ京阪電鉄の沿線遊園地であった枚方遊園が、「日向博」の会場となっていた点はどうだろうか。

地方や新聞社と同様に、鉄道会社（この場合は関西私鉄）もまた、紀元二千六百年奉祝をめぐる激しい競争を繰り広げた。「奈良と近隣の県を結ぶさまざまな鉄道会社は、何百万もの旅客をとりあう絶好の機会に恵まれ、宣伝に余念がなかった。大阪と京都を結ぶ京阪電車は、頻繁に出る特急電車を使えば、官幣大社十二社と六九皇陵を全部巡拝できると、路線沿いの巡礼コースを宣伝していた」〔ルオフ、2010：165-166〕。

このことは橿原神宮や神武天皇陵への最寄り駅をもっていた大阪電気軌道（大軌）・参宮急行電鉄（参急）の場合には、特に該当するであろう。関西大手私鉄の一つである近畿日本鉄道の前身である大軌・参急は、紀元二千六百年に先駆けて、経営方針として国策・国体との一体化を図り、「皇室ゆかり」の三神宮（橿原神宮・伊勢神宮・熱田神宮）を結ぶように路線網を拡大し、拡大した路線網を「聖地巡拝」のルートとして打ち出すことで社勢拡大を図ったのである⁽⁷⁾。近畿日本鉄道の社史によれば、紀元二千六百年にあたって、上記の三神宮への「3 聖地巡拝客のための特別大輸送を行い、画期的な営業成績を収めた」〔近畿日本鉄道株式会社、1990：85〕という。

また、大軌・参急は、紀元二千六百年記念事業の一環として、奈良県にある自社経営のあやめ池・生駒山上両遊園地を会場に開催された「航空日本大展観」という博覧会にも協賛した。当時の最新科学技術の象徴であった各種の軍用・民間航空機を展示し、テレビの公開実験も話題を呼んだ同博覧会は、150万人もの入場者を集めることに成功する。同博覧会の共催には、大日本飛行協会の

ほかに朝日新聞大阪本社（大阪朝日）が名を連ねていた。さらに同社は大阪朝日と同様に、奈良県における奉祝事業への協力として、橿原道場（現橿原公苑）建設費の寄付などを行っている〔近畿日本鉄道株式会社、1990：84-85〕。

ここから浮かび上がってくるのは、紀元二千六百年奉祝という国家主義的イベントを巡って、自らの利害の実現を図ろうとした地方間、新聞社間、鉄道会社間の競争と対抗の図式である。奉祝事業をめぐる競争において、互いのライバルに対抗する必要から地方―新聞社―鉄道会社の連携が生じたのである。具体的には、奈良県―大阪朝日―大軌・参宮の結びつきであり、宮崎県―大阪毎日―京阪という結びつきが、前者に対抗するなかで形成された。こうした競争と対抗関係が生み出した二つの地方―新聞社―関西私鉄の三者連携のもとで、それぞれ紀元二千六百年を記念する博覧会（「航空日本大展観」と「肇国聖地日向博覧会」）が開催されていたのである。

III 聖地巡拝という名の観光 ～スペクタクル化される肇国の聖地・日向～

先に「日向博」は忘れられた博覧会であると述べた。しかし、そのことは記録や資料がないことを意味するわけでない。確かに資料や記録の類は多くはないが残されている。ここではまず乃村工藝社の博覧会コレクションの所蔵資料を中心に、「日向博」が誰によって、何をテーマに、どのような形で開催されていったのか、さらに詳しく考察していきたい。

まず京阪電鉄の出した博覧会のパンフレットをみてみよう。なぜ京阪電鉄からパンフレットが出されたかといえば、会場となった大阪府枚方の「枚方遊園」（現ひらかたパーク）を沿線遊園地として所有・経営していたのが他ならぬ京阪電鉄だったからであり、また「日向博」の運営の実質的な部分を担ったのが京阪電鉄だったからである。枚方遊園の春の催し物として、「日向博」は開催されていたのである。

ちなみに鉄道会社や新聞社、百貨店が博覧会に積極的に関わる形は、大正時代にはじまり昭和初期には定着したものであり、当時の一般的な博覧会の開催形態であった。吉見俊哉によれば、「大正以降、資本主義の急速な発展のなかで成立した都市大衆社会は、新しい中間層を対象とするイベントを、より恒常的に需要」するようになり、「この動きを先導的に媒介したのが、百貨店であり、電鉄であり、新聞社」であった。それは「博覧会のなかに新たな家庭生活のイメージと娯楽の場を求めていく都市中間層の増大という観客側の変化と、他方では、博覧会を消費のスペクタクルとして演出していく百貨店や新聞社、電鉄…（中略）…という演出側の変化が結びついたなかで起きた」〔吉見、1992：176-177〕のである。

増大する都市中間層と彼らをターゲットとした百貨店、鉄道会社、新聞社による博覧会の消費のスペクタクル化としての演出は、ルオフによれば、そのまま紀元二千六百年を奉祝する様々なイベントを特徴づけるものであった。「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]。「日向博」もまた、このような都市大衆社会の成立と消費のスペクタクル化という、博覧会の変容の延長線上に位置づけることができる。

「日向博」においても、京阪電鉄は乗客という消費者を自社の沿線遊園地という娯楽の場に動員しようと、博覧会期間中の枚方駅に急行電車を臨時停車、割引乗車券も発行し、一方の大阪毎日新聞社は読者優待の割引入場券を京阪神地区の新聞販売店で発売するなど、博覧会というスペクタクル(見せ物)を読者という消費者の獲得競争のための手段として用いていたのである。

それでは消費のスペクタクルとしての「日向博」は、いったいどのような博覧会だったのだろうか。博覧会パンフレットからみてみよう。

<資料1>

會場の特徴と其概要

本會場は…神武天皇御上陸地河内青雲白肩津と傳ふ枚方の地、大淀川の畔廣三萬坪に余の大遊園地にして、園内二千余坪の菊人形本館を利用し其特異性を最も有効に生かしめ 皇祖発祥、肇国の聖地、日向の全貌を斬新、雄大なる構想の下に、豪華立体大パノラマに依って如実に描き出さんとするものにして、其の規模の雄大、変化の妙は此の種企画に於ける空前の新機構にて、神代傳説物語風俗場面に又斬新を誇るきりしま人形を配して表現し、史実の具象化は、資料の展示と相俟つて一目で日向聖地巡拝の実感彷彿たらしめんとするものであります。

パンフレット①「紀元二千六百年に輝く肇國聖地日向博覧会」京阪電鉄(所蔵：乃村工藝社)

<資料2>

本博覧會は神武天皇御東征出帆以前の肇國神話とも称せらる日向の神話と傳説を最も巧妙な方法によって場面化した豪華立体パノラマで背景には九州本場より移植せる数百株の「きりしま」を使用し、等身大の人形及大道具の精巧さは聖地「日向」の現地観光の実感を彷彿たらしめるものがあり、宮崎県下で発掘された古代文化の貴重なる出土品や風俗、風景写真等の数々は大阪では再度見る事の出来ない学術参考資料であります。

又名物十二段返しでは劇界の第一人者食満南北先生の原案脚色になる「建国絵巻」十二景を枚方遊園独特の巧妙なるドンデン返しに依って御覧に供することになつてゐます。

時恰も紀元二千六百年の新緑の候、皇祖発祥地「日向」全貌の認識を深められる事も意義あるものと存じます。

パンフレット②「聖地日向の地理と傳説がハツキリわかる ひらかた肇國聖地日向博」(所蔵：乃村工藝社)

まず<資料1>をみると、「日向博」における最大の見せ物が、枚方遊園名物「ひらかた菊人形」のための施設「菊人形本館」を利用した「豪華立体大パノラマ」だったことがわかる。この立体パノラマによって、「皇祖発祥、肇国の聖地、日向」の全体像を視覚化しながら、その各所に「きりしま(霧島)人形」を配することで日向各地の伝説、物語、風俗を表現し、入場客に居ながらにして「日向聖地巡拝の実感」を彷彿とさせることが意図されていた。また<資料2>をみると、立体パノラマにおける等身大の人形や大道具の精巧さが、聖地「日向」の「現地観光の実感」を彷彿させるとなっている。これを<資料1>と合わせて考える時、「聖地巡拝」が「現地観光」という一種の消費行為、娯楽と重ね合わされながら理解されていた点を指摘できる。

吉見が指摘するように、当時の博覧会が「帝国主義のディスプレイ」であると同時に「消費のスペクタクル」でもあったことを考慮すれば、博覧会場において「帝国日本」の「肇國聖地日向」を巡礼者のごとく一望する行為が、同時に「観光地」として日向(宮崎)を旅行者のごとく一望する行為でもあったことを理解するのは容易い。

さらに<資料2>を見ていくと、上記の立体パノラマとともに「名物十二段返し」による「建国絵巻」が上演されていたことがわかる。「段返し」とは、「さながら菊人形による芝居」であり、「幾つかの場面を単一のステージ上で、舞台背面の移動はもちろんのこと、順次に人形を移動して展開する形式」を指し、「テーマ構成の場面数が三つのものを三段返しといい、五場面のものを五段返し」と呼んでいた[枚方市史編集委員会, 1980: 673-674]。よって、ここでいう十二段返しとは、十二場面からテーマ構成された芝居だったことを示している。枚方遊園における菊人形を用いたスペクタクルは、場面ごとに配された人形を観客が見てまわる静的表現としての「見流し」と、同園得意の場面転換の早業(ドンデン返し)に象徴される動的表現としての「段返し」をその特徴としていたが[枚方市史編集委員会, 1980: 673]、「日向博」においても、その特徴が全23場面からなる立体パノラマの「きりしま人形」と「十二段返し」の「建国絵巻」上演の組み合わせという形で活かされていたことがわかる⁽⁸⁾。ただし博覧会が3月21日から5月末という開催期間だったことから、同園名物であった秋の菊人形ではなく、霧島ツツジを用いた春の霧島人形が用いられていた。また立体パノラマにおける霧島公園の場面では、実際に霧島山より移植された多数の霧島ツツジが、斜面を埋め尽くす満開のツツジという演出にも用いられていた⁽⁹⁾。

さて、それでは宮崎県側、「紀元二千六百年宮崎県奉祝会」(以下では「宮崎県奉祝会」と略記)は、どのような意図からこの「日向博」に関わっていたのだろうか。「宮崎県奉祝会」は1938(昭和13)年に結成された県知事を会長する組織であり、県および県奉祝会は宮崎神宮の神域拡張整備をはじめ、八紘之基柱(現平和の塔)の建設、神武天皇の聖蹟保存顕彰、上代日向研究所の設立などの奉祝関連事業を進めていたのは、すでに述べたとおりである。「日向博」における立体パノラマの各場面には、第1場面に宮崎神宮、第7場面に神武天皇御東遷、第14場面に八紘基柱、そのほかにも様々な日向に関わる神話・伝承の場面が設定されており、「日向博」の展示内容が、県奉祝会による奉祝事業と深く関連していたのは間違いないだろう。

宮崎県および宮崎県奉祝会による紀元二千六百年奉祝事業について、古川隆久は『皇紀・万博・オリンピック』のなかで、「宮崎神宮拡張整備や『八紘之基柱』の建設など狭義の奉祝記念事業に期待されたのは、観光資源の創出ではなく、『宮崎の百年』で指摘されたように、河川開発など、経済開発事業への県民の動員促進の一手段として県民意識の高揚をはかることであった」[古川, 1998: 161-162]と述べている。しかし、宮崎県外である大阪府枚方で開催された「日向博」の場合、その開催意図が地域開発事業への宮崎県民の動員手段としての県民意識の高揚にあったとは考えにくい。

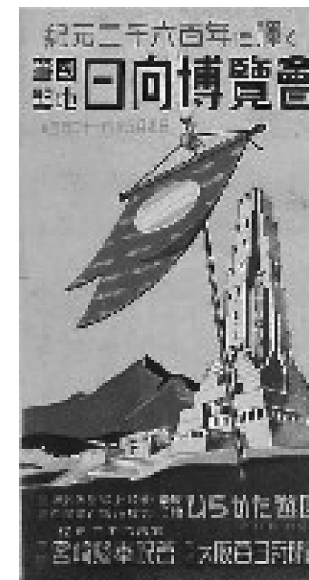
むしろ主な来場者が大阪や京都をはじめとする近畿圏の都市住民であることを考えれば、彼らへの肇国の聖地日向(宮崎県)の宣伝とその延長線上に観光客の誘致といったものが意図されていたと考えるのが無理のない推論だと思われる。この点では、先述のように「日向博」でも「聖地巡拝」が同時に「現地観光」としても理解されていたことや、立体パノラマ中の見せ物の最終盤に、21番目として関西と宮崎を結ぶ航路をもっていた大阪商船出展による「京阪地方より日向へ」や23番目の「物産館」において宮崎県特産品の陳列と即売が行われていたことも傍証となろう。

さらに、白幡洋三郎は『旅行ノススメ』のなかで、交通の不便さから旅行者はまだ少なかったものの、宮崎県の側でも観光にある程度は力を入れていたこと。さらに戦時体制下で「不要不急の旅行」の自粛が叫ばれるなか、観光客の注目を浴びた地域が檜原神宮を抱える奈良県や天孫降臨の物語や「神国」日本のふるさととされた宮崎県であり、「観光」といえば冷たい視線を浴びせられる旅行も「皇祖ゆかりの地」を訪れる、霧島神宮や宮崎神宮への参宮と言い換えればよく、昭和14年あたりから他の地域をはばかる観光客が宮崎で増加していたことを指摘している[白幡, 1996: 178-179]。まさしく「聖地巡拝」とは、「現地観光」の別名に他ならなかった。

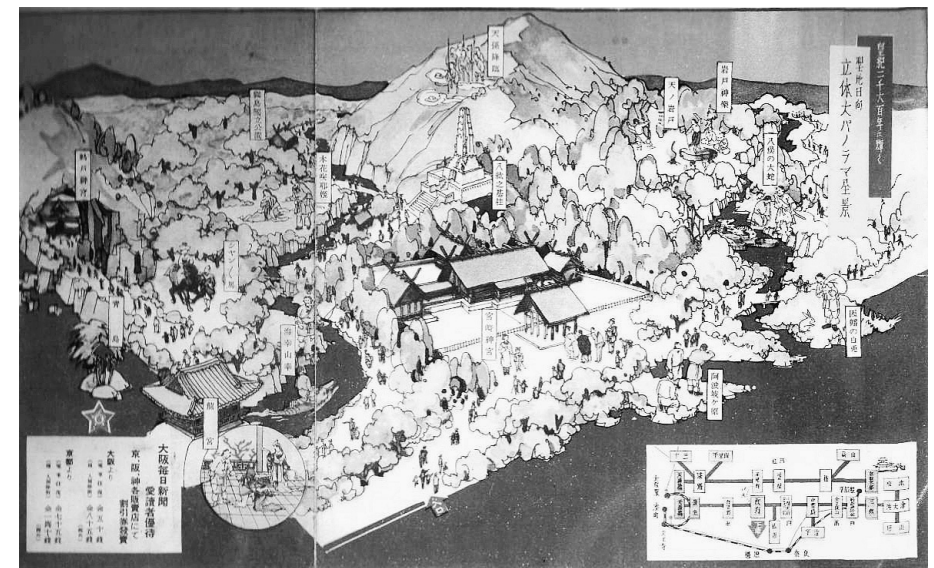
以上のことから、京阪電鉄が「乗客」を、大阪毎日新聞が「読者」という消費者を「日向博」というスペクタクルを媒介に動員しようとしたように、宮崎県もまた「観光客」という消費者を宮崎に向けて動員する機会として、博覧会というスペクタクルを位置づけていたのではないだろうか⁽¹⁰⁾。

確かに、奉祝事業計画の当初こそ、古川の指摘するように観光資源の創出ではなく、県民の経済開発事業への動員をはかるための県民意識の高揚が主目的だったかもしれない。しかし、いったん奉祝事業の中核として「八紘之基柱」の建設が決まると、それは新たな観光資源として再発見されていった。実際、日向観光協会は八紘之基柱の設計模型を絵はがきにして発行し、その機関誌『霧島』の表紙に、当時建設中だった八紘之基柱の絵を用いていた⁽¹¹⁾。「日向博」でも同様に、八紘之基柱は博覧会のパンフレットの表紙を飾り、豪華立体パノラマの中心に高々と聳えることになる(図1～図3参照)。

だとすれば、博覧会開催時はまだ建設中だった「八紘之基柱」の完成予想の姿を、パンフレットや立体パノラマの中心に据えた「日向博」とは、それ自体が「日向スピードめぐり」という娯楽・観光であると同時に、人々を肇国の聖地・日向へ旅行に誘う、読むのではなくパノラマによる一望



(図1) パンフレット表紙(左) 八紘之基柱が描かれている(所蔵: 乃村工藝社)
 (図2) 京阪電鉄の広報誌『京阪』昭和15年5月号に掲載された広告の一部(右)
 会場の立体パノラマの写真、右が八紘之基柱、左为天孫降臨の場面。



(図3) パンフレットに掲載された「聖地日向立体大パノラマ全景」(所蔵: 乃村工藝社)
 中央部分の手前から順に「宮崎神宮」、「八紘之基柱」「天孫降臨」がみえる。

によって体験する旅行案内（ガイドブック）ということになるだろう。

IV 「おきよ丸」と「日向博」 ～むすびつく二つのスペクタクル～

「日向博」が、八紘之基柱をはじめとする宮崎県による紀元二千六百年奉祝事業と深く関連していた点は、すでに指摘したとおりであるが、それとならんで当時、注目を浴びた奉祝事業に、神武東遷伝説における「お船出の地」とされていた宮崎県美々津において発議された記念事業「神武天皇御東行御順路漕舟大行軍」があった⁽¹²⁾。

この「大行軍」は、宮崎神宮から奈良県の橿原神宮までの神武東遷の順路をたどって再現しようというイベントで、宮崎県美々津から大阪中之島までの海路は、宮崎県西都原古墳群より出土した舟形はにわを模して木造された古代軍船「おきよ丸」の帆走と漕舟による航海という形で実施された。この「大行軍」は、1940年4月15日に宮崎神宮で結団式を挙行したあと美々津港に向けて行軍を開始し、4月18日に美々津を出航、瀬戸内海コースを通過して4月29日に大阪中之島に到着し、その後は陸路で奈良県橿原神宮に至った。

実は、この「大行軍」との関係から、改めて「日向博」の開催地が大阪府枚方であった理由がわかる。その答えは、博覧会パンフレットの「本会場は…神武天皇御上陸地河内青雲白肩津と傳ふ枚方の地」という表記に見出すことが出来る。日向から近畿に至ったとされるいわゆる神武東遷における近畿側上陸地を枚方とする説が当時あり、その説が枚方で博覧会を開催する根拠とされていたのである。博覧会のパンフレットには、会場からほど近い意加美神社の境内にあった、神武天皇の上陸地点とされた「神武天皇御聖蹟標柱」の写真が掲載されていた⁽¹³⁾。

「日向博」の開催期間は、おきよ丸による神武東遷の再現航海の時期をちょうど挟むような形で設定されていた。ただし、当初から意図して、開催期間と「おきよ丸」再現航海の予定が重ねられていたかは不明である。しかし、こうした时期的な重なりを「日向博」の側が積極的に利用しようとしたのは間違いないようである。

「日向博」とこの「おきよ丸」による神武東征の再現漕航事業との関連は、「おきよ丸」の大阪港到着を出迎えた船団29隻のうち、先頭から2隻目が「日向博の臼太鼓」であったことや〔黒木、1980：138〕、再現航海の終了後に相次いで、大阪毎日新聞の広告記事で、お船出伝承に由来するとされる美々津名物の「つきいれ餅」の同博覧会場での実演販売が告知されていたこと（大阪毎日新聞、昭和15年5月4日付）、「おきよ丸」に積まれていた日向米が会場において頒布されたことを伝える記事（大阪毎日新聞、昭和15年5月5日付および5月7日付）、「おきよ丸」船員の一人が「日向博」を訪れて、「ああ、くにに帰つたやうな気がする」と感嘆したとする記事（大阪毎日新聞、昭和15年5月14日付）が掲載されていたことから伺うことができる。

また「日向博」との関連は、おきよ丸漕航事業に大阪毎日新聞社が深く関与していた点からも示

される。大阪毎日新聞社はおきよ丸漕航事業に、共同主催者として海軍協会・大日本海洋少年団とともに名を連ねており、特にこの事業の実質的な企画立案者として造船費五千円を寄付、広報・宣伝にも多大な精力を注いでいた〔小馬、2002：182〕。だとすれば、「日向博」の後援も同社が引き受けたことは、むしろ自然な成り行きというべきであろう。

小馬徹は、宮崎県における奉祝事業の目玉であった八紘之基柱（この建設事業も大阪毎日新聞社は全面的に協賛、支援した）の玄室扉の図柄（＝神武天皇が美々津を発進する場面）が神話の図像化であるのに対して、おきよ丸漕舟はその受肉化ないしスペクタクル化であると述べている〔小馬、2002：198-199〕。おきよ丸の再現航海事業という「神話のスペクタクル化」によって、大和と日向という二つの肇国の聖地を心象地理的に結びつけ、神話上の航海の出発地である「肇国聖地日向」を、その到着地において「スペクタクル化」すること。「おきよ丸」とは反対に、関西の都市住民を聖地日向へといざなう消費のスペクタクルとしての「日向博」が、おきよ丸漕航事業と重なり合う本当の理由がおそらくそこにある。

V 忘却された博覧会と戦後への連続性 ～聖蹟観光から新婚旅行ブームへ～

1940年の紀元二千六百年奉祝が終わり、戦争の激化によって人々は「消費と観光のナショナルリズム」（ケネス・ルオフ『紀元二千六百年』）を謳歌することが出来なくなり、やがて日本は敗戦を迎える。戦後の一連の民主化改革のなかで、「聖地巡拝」という言葉も、「肇国の聖地」という呼称も、もはや表だっては聞かれなくなった。

単純化していえば、戦争の激化から敗戦、戦後の民主化改革といった流れの中で、「肇国聖地」日向の「聖地巡拝」をスペクタクル化した「日向博」は、忘却されていったのだということが出来るかもしれない。実際に、「日向博」はその後、当事者たちによってほとんど語られることなかった。わずかに京阪電鉄の社史のなかで、同社の紀元二千六百年奉祝事業に関連して、以下のように記載されただけである。「2600年を期して全国から伊勢神宮、橿原神宮、桃山御陵などの参拝をかねた旅行者が京都、大阪を訪れることが予想され、その対策と開業30周年の祝意を表す最小限の企画を実施し」、そうした最小限の対策、企画の一つとして「枚方公園では肇国聖地日向博覧会の開催」があったのだと〔京阪電気鉄道、1980：77〕。

しかし忘却していることは、「日向博」が開催された当時の日本社会と、戦後の日本社会の間に、深い断絶が存在することを必ずしも意味しない。そこには忘れ去られていても、確かに連続性が認められるのだ。

繰り返しになるが、吉見によれば、大正から昭和初期の博覧会の変容は、「博覧会のなかに新たな家庭生活のイメージと娯楽の場を求めていく都市中間層の増大という観客側の変化と、他方では、博覧会を消費のスペクタクルとして演出していく百貨店や新聞社、電鉄…（中略）…という演出側の変化が結びついたなかで起きた」〔吉見、1992：176-177〕のであった。

<注>

- (1) 宮崎県内で開催された地方博覧会についての研究成果は、[倉, 2006] にまとめられている。
- (2) 乃村工藝社「博覧会資料コレクション」は、同社のホームページより検索することができる (<http://www.nomurakougei.co.jp/expo/>)。
- (3) 「ひらかたパーク興行一覧」を参照 [京阪電気鉄道株式会社, 2011: 695-696]。枚方遊園の名物・秋の大菊人形展には及ばないが、春の興行としては、昭和10年頃と比較して3～4倍の入場者数であった。この時期の関西私鉄は、戦争特需による好況や観光客の増加によって、遊園地や百貨店などの関連施設も含め、利用者の顕著な増加がみられた。
- (4) 同記事では、京都祇園で「高千穂の峰」や「宮崎神宮」のテーマにした都踊りが演じられていることも伝えている。記事を寄稿した郡是製糸宮崎工場長の高山一治は、「聖地日向紹介をどりの観がある。都をどりと日向博覧会とを今宮崎縣民の一人として、嬉しくも高らかにおつたへ申す次第である」と記事を結んでいる (『宮崎新聞』昭和15年4月14日号)。
- (5) ほかに「日向建国博覧会」へ言及したものとして、例えば、[原田, 2004] や [田代, 1996] がある。
- (6) この論争は「高千穂論争」と呼ばれる。同論争の詳細については、[千田, 1999] を参照。
- (7) この時期の大阪電気軌道の経営戦略については、[原, 1998: 204-224] における分析を参考にした。
- (8) 日向博パンフレット「聖地日向の地理と傳説がハッキリわかる ひらかた肇國聖地日向博」京阪電車 (所蔵: 乃村工藝社)。
- (9) 同上、『宮崎新聞』昭和15年4月14日号の記事。
- (10) ただし観光客を宮崎へ動員する点では、日向観光協会といった観光振興を担当する組織がすでに設立されていたとはいえ、宮崎県よりも新聞社や電鉄会社の方が観光宣伝や観光客誘致のノウハウを持っていた可能性が高い。現在でも読売旅行や近畿日本ツーリストといった新聞社系や電鉄会社系の旅行会社が、旅行業界の大手・中堅の一角を占めているが、新聞社や電鉄会社こそ早くから旅行者・観光客という消費者を積極的に取り込もうとしていたのである。だとすれば、当時、宮崎県が観光客の誘致を具体化するには、「日向博」自体もそうであったように、新聞社や電鉄会社との結びつきが不可欠だったというべきだろう。
- (11) 雑誌『霧島』の表紙を飾った八紘之基柱については、[ルオフ, 2010: 158] を参考にした。
- (12) 美々津のおける一連の記念事業については、[黒木, 1980] および [小馬, 2002] に詳しい。
- (13) 日向博パンフレット「紀元二千六百年に輝く肇國聖地日向博覧会」京阪電鉄 (所蔵: 乃村工藝社) を参照。
- (14) 昭和天皇の第5皇女清宮であった島津貴子が夫とともに来宮したのは、昭和35年5月であった。その2年後の昭和37年5月には皇太子夫妻が来宮している。

また古川は、『皇紀・万博・オリンピック』のなかで、「神武天皇聖蹟」といった「皇室ブランド」を積極的に利用することによって、地方が経済開発や観光振興を図ろうとした点に、紀元二千六百年奉祝事業の特徴を見だし、それが戦後の経済成長にも引き継がれたとする [古川, 1900]。

吉見と古川の指摘を重ね合わせながら、例えば、戦後の宮崎観光を考えてみよう。吉見の指摘した「都市中間層の増大」は、復興と経済成長に伴って、戦後さらに大規模に進行していた。そこでは、ますます多くの都市新中間層は、「新たな家庭生活のイメージと娯楽の場」を求めていただろう。自由恋愛、恋愛結婚、愛情に満ちた幸せな核家族…こうした新たな家庭生活のイメージと新婚旅行 (ハネムーン) という新たな娯楽の場に「皇室ブランド」が結びつくとき、戦後の宮崎における爆発的な新婚旅行ブームの出現をみることになる。

天皇家の娘であった島津貴子や皇太子夫妻という新婚間もない若い皇族カップルの宮崎旅行を⁽¹⁴⁾、連日のようにマスメディアは取り上げ、スペクタクル化していき、人々は彼らにモデルとなるべき新たな家庭生活のイメージを投影していった。そして、若い皇室カップルの辿ったルートは、「島津ライン」「プリンスライン」と名付けられ、新婚旅行の定番ルートとなっていた [宮崎県観光協会50周年記念誌編集委員会, 1997: 41]。古川の言葉を借りるなら、宮崎は「皇室ブランド」の利用による、観光開発に成功を収めたのであった。

ここに我々は、皇室ゆかりの場所や神武天皇の足跡を「肇國の聖地」「神武天皇御聖蹟」として「聖地巡拝」する聖蹟観光の、いわば戦後バージョンをみることができる。若い皇族カップルゆかりの場所や足跡を辿るように、多くの新婚カップルが観光バスを連ねて巡っていったのである⁽¹⁵⁾。

忘却された博覧会である「日向博」を通じて見えてくるのは、戦前と戦後の間にある断絶ではなく、むしろ戦前の紀元二千六百年の延長線上にある戦後日本という、連続性にこそあると言えるのではないだろうか。

追記

本稿は筆者が宮崎公立大学地域研究センター平成17年度研究プロジェクト「国際宮崎研究(1)」の研究報告として執筆した日向博に関する考察 [倉, 2006: 163-170] を、ケネス・ルオフの『紀元二千六百年―消費と観光のナショナリズム―』 [ルオフ, 2010] をはじめとする戦時期日本の消費文化についての近年の研究成果および「日向博」に関する新資料から得られた知見を加える形で、大幅に改訂したものである。本稿における主要な改訂点は、(1) 先の研究報告において結論として述べた紀元二千六百年奉祝における地方間、新聞社間、関西私鉄間の競争の構図の存在を、本稿ではむしろ日向博を分析する際の出発点に位置づけなおしたこと、(2) 考察の結果、「日向博」がテーマとして掲げていた戦前の聖蹟観光と、戦後宮崎観光における空前の新婚旅行ブームとの連続性が浮かび上がったこと、の二点に集約することができる。

(15) 戦前の聖蹟観光のルートと戦後の新婚旅行のルートはその多くが重なっていた。山口誠は、1960年代当時人気のあった「南国」宮崎の新婚旅行のルートは、戦前の聖蹟観光用に開発された「皇国」ルートの骨組みを、戦後の「南国」ルートとしてほとんどそのまま流用したものであった点を指摘している [山口, 2007: 95-96]。

<参考文献>

岩切章太郎 2004 『心配するな工夫せよー岩切章太郎翁半生を語るー』鉾脈社。
川井ゆう 1999 『菊人形ガイドブック』ふみづき舎。
近畿日本鉄道株式会社(編) 1990 『80年のあゆみ』近畿日本鉄道株式会社。
_____ 2010 『近畿日本鉄道 100年のあゆみ』近畿日本鉄道株式会社。
倉 真一 2006 「博覧会からみた宮崎の近代」、宮崎公立大学(編)『地域を創る』鉾脈社: 53-79。
_____ 2006 「紀元二千六百年に輝く肇国聖地日向博覧会ー忘却された博覧会と紀元二千六百年奉祝をめぐる競争の構図ー」『宮崎公立大学地域研究センター 平成17年度研究プロジェクト報告書』宮崎公立大学地域研究センター: 163-170。
黒木晩石 1980 『美々津郷土誌』講談社。
京阪電気鉄道株式会社史料編集委員会 1960 『鉄道五十年』京阪電気鉄道。
京阪電気鉄道(編) 1980 『京阪70年のあゆみ』京阪電気鉄道。
京阪電気鉄道株式会社(編) 2011 『京阪百年のあゆみ』京阪電気鉄道株式会社。
小馬 徹 2002 「ニッポン オキョ! 昭和『神武の舟』大阪へ」『日向市史別編 日向写真帖 家族の数だけ歴史がある』日向市: 166~229ページ。
白幡洋三郎 1996 『旅行ノススメー昭和が生んだ庶民の「新文化」ー』中央公論社。
千田 稔 1999 『高千穂幻想ー「国家」を背負った風景ー』PHP研究所。
高岡裕之 1993 「観光・厚生・旅行ーファシズム期のツーリズム」、赤澤史朗・北河賢三(編)『文化とファシズムー戦時期日本における文化の光芒ー』日本経済評論社: 第1章。
田代 学『地図からみた宮崎市街成立史』江跡庵 1996年。
橋爪紳也 2000 『日本の遊園地』講談社。
橋爪紳也(監修) 2005 『別冊太陽 日本の博覧会 寺下 勅コレクション』平凡社。
原 武史 1998 『「民都」大阪対「帝都」東京ー思想としての関西私鉄ー』講談社。
原田 解『ひえつき節の二十世紀』鉾脈社 2004年。
枚方市史編集委員会 1978 『朝日新聞記事集成 第六集』枚方市。
_____ 1980 『枚方市史 第4巻』枚方市。
古川隆久 1998 『皇紀・万博・オリンピックー皇室ブランドと経済発展ー』中央公論社。
宮崎県(編) 2000 『宮崎県史 通史編 近・現代2』宮崎県。

宮崎交通社史編纂委員会 1997 『宮崎交通70年史』宮崎交通株式会社。
宮崎市観光協会50周年記念誌編集委員会 1997 『みやざきの観光物語ー宮崎市観光協会50周年記念誌 1947-1997』宮崎市観光協会。
山口 誠 2007 『グアムと日本人ー戦争を埋め立てた楽園ー』岩波書店。
吉見俊哉 1992 『博覧会の政治学ーまなざしの近代ー』中央公論社。
ルオフ, ケネフ 2010 『紀元二千六百年ー消費と観光のナショナルリズムー』朝日新聞出版。

大阪毎日新聞社『大阪毎日新聞』
京阪電気鉄道株式会社(編) 1940 『京阪』第15巻第1号~第5号、京阪電気鉄道株式会社。
乃村工藝社「博覧会資料コレクション」<http://www.nomurakougei.co.jp/expo/>

