

## 宮崎観光の社会学 (1)

——1930年代から1950年代の宮崎における「観光」概念の変容——

宮崎公立大学 倉 真一

### 1 目的

本報告の目的は、1930年代～1950年代の宮崎における「観光」概念の成立と変容を明らかにすることにある。宮崎という地方社会において、「観光」概念が普及していった1930年代から1940（昭和15）年の紀元2600年に至る戦前期と、「観光」概念が改めて定着していった戦後復興期から1950年代の二つの時期について分析する。

### 2 方法

宮崎における「観光」概念の変容を示すデータとして、当時のガイドブックやパンフレット・リーフレット、絵葉書などの観光資料を主に用いて、その記載内容や図像のテキスト分析を行った。また宮崎県などの行政資料および観光事業者の資料についても検討を行った。

### 3 結果

1930年代初頭の宮崎は、地方近代化の一手段として「観光」を発見する。しかし、当初はまだ「名勝」の「遊覧」という認識枠組が主流であった。こうした状況は、「祖国日向」「肇国の聖地」といった記紀神話に由来する地域表象と結びつくことで変化し、「肇国の聖地」日向の聖蹟を「巡拝（巡礼）」する行為を指す言葉として「観光」が頻用されていく。聖蹟観光は「聖地巡礼」という名の「現地観光」として、ルオフ（2010）も指摘するように、1940（昭和15）年の紀元2600年奉祝を頂点とする観光ブームの一角をなしていた。また、聖蹟観光は戦時体制下において、庶民の旅行を正当化するものだった。しかし、聖蹟観光の頂点は、同時にその限界点でもあった。理由の一つは、戦時体制による統制強化である。もう一つは、聖地としての神聖さが強調されるほど、まなざしを向ける行為である「観光」は、神聖さへの侵犯としてタブー化される可能性が出てくるからである。実際、タブー化の兆候は、聖蹟観光の頂点である1940年作成のリーフレットにこそ認められる。

その後の敗戦と戦後復興期をへて、「肇国の聖地」という地域表象が後退したことは、「聖地」からの「観光」概念の離床＝自立を可能にした。例えば、絵葉書は1940年の「聖地観光の宮崎」から、1950年代の「観光の宮崎」へと交替した。1954（昭和29）年に開催された南国宮崎産業観光博覧会では、「肇国の聖地」のモニュメントとして1940年に建てられた八紘基柱は、平和の塔として会場の背後にひかえるオブジェとして視覚的に利用された。

### 4 結論

戦前期の宮崎観光は、1940年の聖蹟観光において頂点＝限界点に達する。それは、聖蹟観光が「聖地」としての神聖さを強調する観光であったがための、「観光」としての限界点であった。敗戦と戦後復興期を通じて、観光概念が神聖さの観念から離床し、戦前の「聖地観光の宮崎」は戦後の「観光の宮崎」へと変貌する。こうした神聖さからの離床こそ、戦後の観光開発の条件となるのである。

### 文献

ケネス・ルオフ、2010、『紀元二千六百年—消費と観光のナショナルリズム—』朝日新聞出版。  
倉 真一・長谷川司、2013、「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」『宮崎公立大学人文学部紀要』Vol. 21 No. 1