

「観光化する鉄道」と鉄道愛好文化

関西大学大学院 塩見 翔

1 目的

本報告では、現在の日本社会において一定の広まりをもっている「鉄道愛好」という文化、すなわち鉄道を単に移動手段と認識するのみではなく、鉄道に乗ること自体を目的として旅行することや、写真に撮るべき対象として鉄道をまなざす、といったふるまいに特徴づけられる文化が、ごく少数の「趣味者」による文化からより幅広い担い手をもつ文化へと変貌していくなかで、現在の鉄道に広く見られる「観光化」とどのように関わってきたのかを明らかにする。

2 方法

戦後の鉄道愛好文化に大きな変化が生じた 1960 年代以降を対象期間として設定する。この時期以降には「SL ブーム」(1960 年代後半～70 年代前半)、「ブルートレインブーム」(1970 年代後半～1980 年代前半) という鉄道愛好ブームが連続し、1970 年代後半以降には「鉄道に乗ること」そのものを旅行目的とする鉄道旅行愛好も広まっていった。「SL ブーム」直前にあたる時期を含めた 1960 年代以降の鉄道趣味・旅行関係の雑誌記事、鉄道愛好・保存活動・観光化に関する新聞・一般雑誌記事の文献調査の結果を示す。

3 結果

「SL ブーム」では大手マスコミから地方自治体までが関与する大規模なブーム現象が生じたが、こうした「国民的」な人気を背景として鉄道事業者による蒸気機関車保存運転などの観光化戦略が現れてきた。戦前からの歴史をもち、男性たちを主な担い手としてきた従来の鉄道愛好文化では知識や経験の多さや深さが重視されていたが、「SL ブーム」では従来の鉄道愛好者とは異なった、いわば「ライト」な鉄道愛好者たちが多数参入していった。彼らは従来からの鉄道趣味者に動揺を与えつつも存在感を増し、鉄道愛好市場を拡大させた。続いて 1970 年代後半以降に鉄道旅行が新たな鉄道愛好領域として浮上した後、第 3 セクター化などによって経営基盤が地域化・脆弱化した地方鉄道の沿線自治体・住民たちによって鉄道の観光化を模索する事例が増加した。2000 年代には JR によるローカル線の観光化も急速に進み、各地の「鉄道博物館」施設の開設と合わせて鉄道の観光化の動きがますます顕著になった。こうした「観光化する鉄道」は、鉄道がより直接的に「人々の役に立つ」存在である点を重視する、いわば「伝統的」な鉄道愛好者から車両が「見世物化」されることへの違和感や、観光化による「日常」からのかい離という側面からの慎重な態度の表明を受けてきた一方で、「ライト」な鉄道愛好者たちをひきつけてきた。

4 結論

1960 年代後半以降の鉄道愛好文化を代表する存在となったのは蒸気機関車、ブルートレイン、ローカル線などであるが、それらはいずれも「無用」とされてしまったものや有用性の度合いが相対的に低いものであった。これらの「無用」なモノは観光というそれ自体が無用の行為と結びつくことで延命され、新たな「有用性」を付与されていった。鉄道に新たな意味が付与され、それが社会的に受容されていくことに対して「伝統的」な鉄道愛好者はある程度の抵抗を示しもしたが、むしろ 1960 年代後半以降の鉄道愛好の担い手は全体として、観光化した蒸気機関車やローカル線を積極的に消費し、「観光化する鉄道」を生み出していったといえよう。