

# 「交通・旅行代理店・動機の3つの切り口から見た日本国内旅行の変遷史-今後進むべき方向の提案-」

慶應義塾大学法学部政治学科 32255595 佐藤杏太

## 目次

### はじめに

第1章 江戸時代以前の歴史の概略、旅行形態の変化、および近年のトレンド

第2章 交通手段から見る旅行の変遷—アメリカと比較しながら

- (1) 日本における馬車・人力車の普及
- (2) 日本における鉄道の普及
- (3) 日本における乗用車の普及
- (4) 日本における旅客飛行機の普及
- (5) アメリカにおける交通手段の発展

第3章 旅行代理店から見る国内旅行の発展

第4章 旅行の動機・目的から見る国内旅行

結論—今後進むべき方向の提案

参考文献

---

## はじめに

旅行は余暇の過ごし方の主要な例であり、一大産業として日本、世界の経済を支えている。近年はQOL(クオリティー・オブ・ライフ)という言葉が常識になりつつあることから分かる通り、いかに余暇の時間を有意義に過ごすかが大切にされている。このような時代背景の中で本論文では、旅行という行為についてマクロかつミクロな視点でその変遷を辿ることによって日本における国内旅行の特徴、国内旅行を促進してきた特異な契機を明らかにし、その結果として、日本の今後の旅行産業の展開を予測し、発展を促す要素を新たに指摘したい。

旅行と言っても、日本人による国内旅行・海外旅行、外国人の日本国内における旅行、外国人によるその国の中での旅行、外国人の日本以外における海外旅行など様々な主体、旅行先が存在するが、本研究では日本人による国内旅行を主な研究対象とする。日本経済新聞 2025 年 11 月 7 日によると、高市早苗首相による台湾が中国から武力攻撃を受けた場合は存立危機事態にあたる可能性が高い、との発言が議論を呼び日中関係は悪化した。その影響は民間部門にまで広がっている。観光業界においては、これまで国内の旅行業を支える大きな主体であった中国人の来訪が急速に減少したことにより各業者が大きなダメージを受ける可能性も大きい。それは、中国人旅行客が日本人の国内旅行客全体の 9%ほどを占めていることからわかる。日本政府観光局によると、2024 年の中国人の訪日観光客は 2,500 万人を超えており、国別の訪日旅行客数で最も多い。観光庁のデータによると 2024 年の日本人国内旅行者数は宿泊に限ると 2 億 9,000 万人程であった。

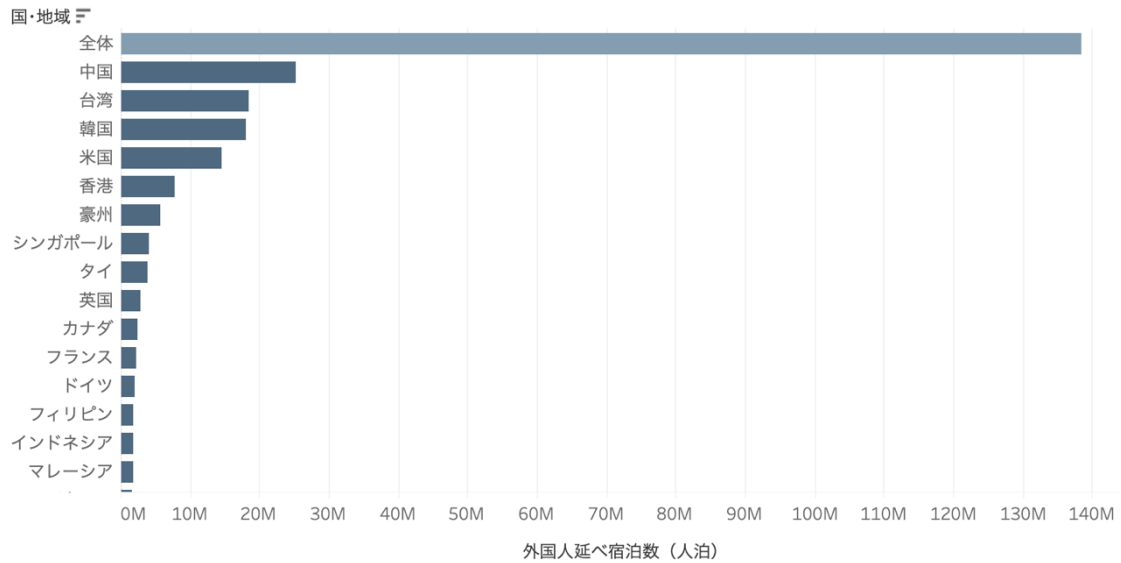


図1：2024年 都道府県別外国人延べ宿泊数（観光庁「宿泊旅行統計調査（2011～2024年）」より、日本政府観光局（JNTO）が作成）（日本政府観光局）

観光業界がこのような地政学的リスクにさらされている中で、もちろんインバウンド層の取り込みも重要であるが、より安定的な旅行業界の発展を形作っていく中では日本人の国内旅行需要を増幅させ、取り込む必要がある。そこで、本研究がこれまでの国内旅行の発展パラダイムを整理、明確化することにより、今後の国内旅行産業の発展に繋がりうるキーワードを導き出し、日本の旅行産業のより安定的で強固な基盤を形成していきたい。

本研究が対象とする時期は江戸時代（1603年）から現在に至るまでである。その理由として、近代型の国内旅行が江戸時代に形成された歴史的事実がある。具体的には、現代の個人旅行のもととなった「講」が江戸時代に形成された。本研究はこの「講」を起点にして現代に至るまでの国内旅行の変遷を辿っていく。

本研究の最終目的は国内旅行の新たな分析枠組みを提案することにより、今後の国内旅行産業がどのように発展していくのかというトレンドを予測すること、そしてさらに発展していくためにどのような要素がキーとなっていくのかを考えることである。こうした目的のために、以下において日本の国内旅行産業の発展を整理・分析するにあたり、3つのテーマを国内旅行の発展に大きく寄与する項目として設定した。すなわち、「交通手段」、「旅行代理店」、「旅行の動機・目的」という3つの視点である。これらは、旅行という行為自体が成立する条件を供給側・需要側双方から説明する際に有効となる項目である。第一に、交通手段は旅行の供給側として、物理的に旅行を成立させる。旅行は人の

移動を前提としているため、まず旅行を成立させる条件として交通手段を取り上げた。第二に、旅行代理店は供給側として、交通手段や宿と旅行者を結びつけるいわば中間的主体である。旅行代理店こそが旅行を産業たらしめているという点で分析視点の一つに選定した。第三に、旅行の動機・目的は需要側の決定要因である。旅行者側の需要の変化により、旅行は様相を大きく変えうる。

## 第1章 江戸時代以前の歴史の概略、旅行形態の変化、および近年のトレンド

本章では、日本の国内旅行産業について考える際の土台となる、江戸時代以前を主なターゲットとした国内旅行産業の歴史概略、旅行形態の変化、さらには近年の国内旅行産業のトレンド・課題をまずまとめる。

時代	旅行文化形成に関連する事項
大和朝廷時代	道路整備、天皇の行幸
平安時代	行幸、お宮参り
鎌倉時代	東海道の整備
室町時代	宗教布教や和歌などを目的とした旅行
戦国時代	伝馬の整備、僧侶などの遍歴、庶民の勢力強化、貨幣経済の普及
江戸時代	五街道の整備、宿駅の整備と管理、伝馬役や助郷役の導入、関所の設置、一里塚や並木の設置

図2：江戸時代以前の旅行文化形成に関連する事項のまとめ（青木真美(2010)を参照し筆者が作成）

まず江戸時代以前の国内旅行産業の歴史概略である。青木真美によると、国内旅行の形成は大和朝廷時代に遡る。道路整備、天皇の行幸が旅行文化の基礎を形作った。ただこの時代には一般の個人が旅行に出かけるという文化は見当たらなかった。平安時代になると行幸、お宮参りなどが行われ、天皇以外の主体も旅行に近いお宮参りを行っていたことがわかる。鎌倉時代には、引き続き朝廷のある京都と幕府のある鎌倉をつなぐ東海道が重要となり、整備が進んだ。室町時代にかけて、宗教布教や和歌など旅行自体が目的化されるようになり、この時代近辺から、生きていく上で欠くことの出来ないものとしてではなく、余暇としての要素が加わった旅行が形成されていった。戦国時代には伝馬の整備、僧侶などの遍歴、庶民の勢力強化、貨幣経済の普及などにより旅行の可能性が拡大した。

江戸時代は五街道の整備、宿駅の整備と管理、伝馬役や助郷役の導入、関所の設置、一里塚や並木の設置が実施された。これらは主に参勤交代が目的であったが、一方でお伊勢参りは段々と旅行的要素が強まった。（青木、210-216頁）

次に、旅行形態の変化に関してである。江戸時代には「講」という旅行のシステムが存在した。これは、ある社会の集団の中で一人もしくは少数がその集団を代表してお伊勢参りをすることから始まったシステムであり、この「講」によって団体旅行が身近になった。青木によると、「一生に一度しか行くチャンスがない、ということから伊勢神宮ばかりでなく時には畿内や四国の金毘羅さままで足を延ばすような周遊型の旅行につながった」（青木、217頁）。温莉莉によると、富士山信仰の一般大衆化においても講が大きな役割を果たしていた。「『講』を代表する代参であったために、御札やお守りを講の構成員に持って帰らなくてはならなかったことから、浮世絵などのかさばらないお土産も生まれ、現在でもお土産好きといわれる日本人の旅行につながったと考えられている」（217頁）とあるように、お守りやお土産といった日本独特の旅行文化もこの過程で形成していったことが分かる。また、この団体旅行は明治時代には個人旅行へと形を変えていったと考えられている。具体的には、講がもととなって修学旅行や職場の慰安旅行が始まり、大人数での行動をあまり好まないという日本人の文化人類学的な特性から、5人ほどの個人旅行が主流になっていったと考えられる。

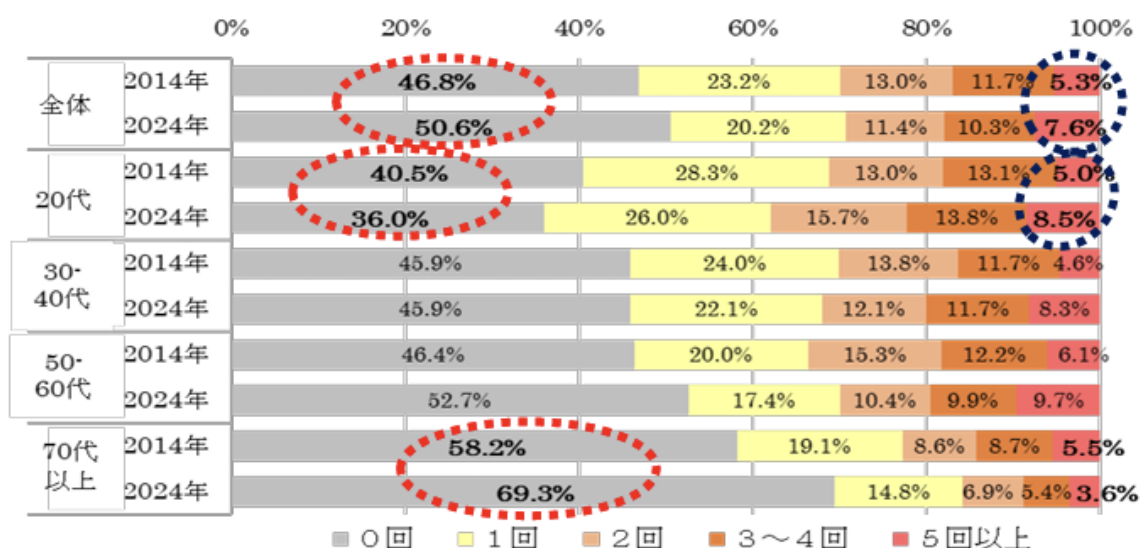


図3：国内宿泊旅行回数の構成比の推移（年代別）

（観光庁「旅行・観光消費動向調査」観光・レクリエーション目的）

国内旅行産業の未来を考える上で近年の国内旅行産業のトレンドは重要な指標となる。観光庁による2014年と2024年の国内宿泊旅行回数の割合を比較したグラフ(図3)によると、旅行に行く人と行かない人の二極化が進行し、同産業を担う各業者にとってはいかにリピーターを増やすかがより重要になってきていると言える。しかし、国内旅行産業がより発展していくためには旅行に行く層の裾野を広げていくことが必要不可欠であるため、そのための措置を行政も含めて考えていく必要があるだろう。

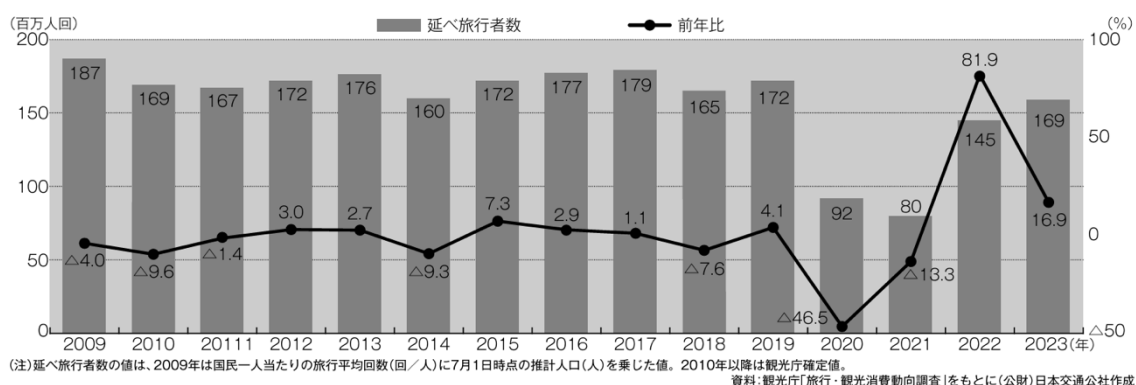


図4：日本人の国内宿泊観光・レクリエーション延べ旅行者数の推移(日本交通公社2024)

また、図4を見てわかる通り、国内旅行者数としては現状維持が続いている状態である。コロナ禍の時代に一気に旅行者数が減少し1億7,200万人から8,000万人にまで至った。2022年には大きなV字回復を見せ、2023年にはコロナ禍以前の水準を取り戻し1億6,900万人まで到達したが、それ以降は大きな成長は見られない。将来の人口減少が決定的となり旅行可能な人口も減少することが想定される中、この旅行者数をいかに増加させられるかが国内旅行産業の今後の鍵となってくる。

日本の国内旅行産業の発展を整理・分析するにあたり、以上のような日本における国内旅行の歴史とトレンドを踏まえた上で、以下において、3つのテーマから日本の旅行産業の歴史をたどりながら、その特徴を整理・分析する。

## 第2章 交通手段から見る旅行の変遷—アメリカと比較しながら

まず交通手段という切り口で江戸時代から現代までの日本の国内旅行産業を分析する。交通手段を切り口の一つ目として選んだ理由は、観光・旅行とは要するに人の移動であり、それを可能とするのは交通手段の発達だからである。21世紀以降は、人が実際に移動せずともバーチャル空間での移動によって旅行を完結できてしまう時代がやってくる可能性も高そうであるが、現在のところそれは大衆にとって実現していないため、交通手段を観光・旅行の根幹として、分析の切り口のうちの一つに設定した。図5は距離帯別にどのような交通手段がよく用いられているかを示すデータである。それによれば日本人が移動に用いる主な手段は鉄道、乗用車、飛行機の3つである。本章では、乗用車や鉄道、飛行機、そして乗用車以前に都市内での移動手段として用いられていた馬車・人力車を取り上げ、それぞれが日本に導入され、一般大衆に受容されるまでの変遷を分けて整理していきたい。

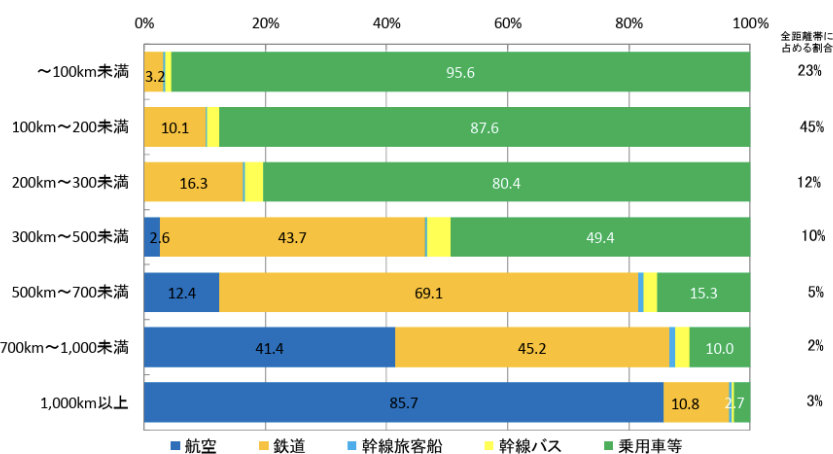


図5：距離帯別代表交通機関別分担率（年間/平日・休日）（国土交通省「幹線旅客流動の実態」2010, p.8）

### （1）日本における馬車・人力車の普及

江戸時代における道路に関しては、「街道では徒歩交通が多く、西欧で見られるような馬車は全く使われていなかった。日本は峠が多く、馬が単独で通ることはできても、馬が車を引いて通るのには向いていないからである」（太田, 52頁）。また、「人の陸路での移動は徒歩によるものであり、江戸から仙台へは8～9日程度かかっていた」（前掲書, 52頁）そうだ。対して明治時代（厳密には幕末ごろ以降）からは馬車を中心とした車が利用

されるようになっていった。西洋から馬車が導入され、広く受容されたのである。明治元年（1868年）には一般の日本人も馬車を利用できるようになった。そして同年に東京横浜間を繋いだ乗合馬車も開通し、徒歩では1日もかかっていた東京横浜間が4時間で移動できるようになったことは大きな進歩である。馬車の普及によって、長い距離の移動がかなり短時間でできるようになったと言える。この交通革命は短時間の長距離移動という点で、物理的に旅行を可能なものにした。また、同時期に馬車が由来となって誕生したとされる人力車も大きな広がりを見せる。人力車は原動力が人間であるため長い距離を移動する手段としては適していないが、都市内や遠征先の街の中で移動する手段として有効であると考えられる。馬車と人力車の普及は、長距離の移動、そして短距離の移動をより容易にし、遠くへ旅行して旅先でも細かい移動を伴う観光を楽しむという現代の旅行様式を物理的に可能にする土台が完成した。

## （2）日本における鉄道の普及

鉄道に関しては、「明治2年11月、東京と京都を結ぶ幹線と、東京・横浜間、京都・神戸間及び琵琶湖畔から敦賀までの三支線、計四路線の鉄道を建設するという政府決定がなされ」（国土交通省2012, 4頁）た。「政治制度の全国的統一、軍事力の強化及び近代諸産業の育成等いわゆる富国強兵、殖産興業政策を推進するため、その媒介となる近代的輸送機構の確立を急務とし、この意味で鉄道は陸運における重要な輸送手段としての役割を担わされた」（前掲書, 4頁）のであり、旅行の手段としての鉄道はこの副産物であった。明治5年には新橋・横浜間において日本初めての鉄道が開通した。「その後、西南戦争等の国内の混乱による財政上の問題から次の京都・神戸間の開通（10年2月）をもって鉄道建設は停滞し、政府決定から20年後の22年7月、東海道線の全線開通により、ようやく予定線の全部が完成するに至った」（前掲書, 4-5頁）。明治14年には日本初めての私鉄である日本鉄道会社が設立された。上野・青森間の鉄道敷設が進められ、この私鉄の収益獲得が順調であったことが影響して、明治20年代には「私設鉄道ブームが訪れ、25年までには、全国各地に50社近い私設鉄道が発足した。」（前掲書, 5頁）

このように、明治時代中頃には政府主導で鉄道の敷設が行われ、民間の鉄道会社が次々と設立されたことにより、鉄道の敷設ブームに拍車がかかった。官民双方の取り組みにより、物資や人を大量かつ長距離にわたって運ぶことのできる交通網が強力に整備されていた。

太田によると、「明治時代の特急列車は、一般大衆には手の届かないものだったが、大正時代に3等車のみの特急列車ができたことで、一般大衆にも特急列車を含めた鉄道の利用が定着した。これにより、長距離移動の際、これまでよりも時間距離を大幅に短縮できるようになったと考えられる」（58頁）。そして須田によると、明治期には主要路線は完成し、大正時代には北陸、北海道、九州における鉄層敷設も進み、幹線の建設はここで一つの区切りとなり、複線化や各路線の拡張・改良が進められた(38頁)。大正時代には、明治時代に導入・発展した鉄道網が拡張・強化され、さらには一般大衆にも利用されやすい交通手段として成立するに至ったことがわかる。これにより、より多くの人々が金銭的なハードルを抑えながら移動できる条件が整備され、旅行に参加する主体の裾野が急激に広がったと考えられる。

また、太田によると「大正末期には東京・大阪間が特急列車で11時間かかっていたが、1930（昭和5）年には、8時間20分にまで短縮されて」（60頁）おり、昭和時代にも引き続き鉄道の改良が続けられ、鉄道の利便性向上、一般大衆化が進んだと考えられる。そして、人口増加により都市間や都市内での移動ニーズも上昇し、日常的な鉄道の利用増加が、さらなる鉄道の改良を促したとも考えられる。

年代	交通手段	所要時間
江戸時代	徒歩（東海道）	約2週間
1889	鉄道（蒸気機関車）	19時間
1926	鉄道（特急列車）	11時間
1930	鉄道（特急・停車駅限定）	8時間20分

図6：東京都大阪の所要時間の推移（太田，61頁）

第二次世界大戦時は鉄道は物資、兵士等の輸送の担い手として大いに活躍した。国土交通省（2022，9頁）によると、政府は国有鉄道の輸送力拡充に関する4ヵ年計画を策定し、貨物予想能力を高めることを試みた。車両の新造や線路増設などの改良はこの目的のためであった。この計画を全国の鉄道において遂行するため、多くの路線が国によって買収され、鉄道の国有化が進んだ。（前掲書，9頁）鉄道は戦争の道具として、国有化などにより大きく経営母体を変え、戦争により車両や線路には大きな被害が出た。しかし、結果として戦争を契機として日本の鉄道の発展・拡充が急速に進んだ。戦後には戦後復興と並行して鉄道の復旧が優先事項として取り組まれ、国有化されていた鉄道も民営鉄道として再編成されるに至った。旅客鉄道としての発展として大きな意味を持っているのは、新

幹線の誕生であろう。東京オリンピックの開催を前に東海道新幹線は「39年10月、東京・新大阪間『ひかり』4時間、『こだま』5時間の営業を開始することとなった」（前掲書、21頁）。

### （3）日本における乗用車の普及

大正時代初期に乗用車が日本で普及し始め、1929年の関東大震災をきっかけに、「鉄道と路面電車を失った大震災直後の復興輸送において、自動車の利便性がつよく認識され、これ以後、東京は勿論のこと全国スケールにおいて乗合バスと貨物自動車を道路交通の中で使用しようとする気運が高まった」（奥井、31頁）。同時期にアメリカのフォード社が大衆向けの自動車を開発して多く普及したことにより価格もそれなりに低くなったが、図8にある通り、昭和時代には約8割が営業用車であった。自家用車を持つことは富豪でなければなかなか難しい世の中であった。

運輸省発行の「昭和51年度運輸白書」によると、「乗用車の増加を営業用、自家用別にみると、営業用は40年度末から50年度末の10年間に1.6倍になったにすぎないが、自家用は8.0倍と急増し、50年度末には1,713万4,000台と自家用だけで全自動車保有台数の58.8%を占めている」とあるように、1975年あたりには自家用車が一般の大衆にも広く用いられるようになった。

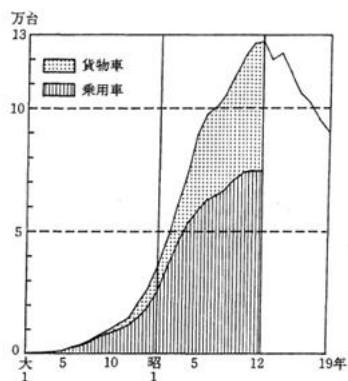


図7：自動車保有台数の推移（奥井1988，p.31）

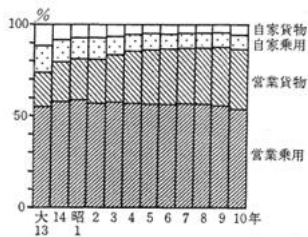


図8：車種別構成の推移 (奥井, p. 31)

(4) 日本における旅客飛行機の普及

次に、一般大衆が飛行機を利用するようになるまでの変遷を辿る。国立国会図書館によると、第一次世界大戦時に航空機の軍事的利用が制度的に試みられるようになり、大正時代の1922年には民間会社が初めて定期航空路線を開通させた。この路線において、旅客だけでなく郵便や貨物輸送も行われた。その後、東西定期航空会による東京・大阪間路線、川西清兵衛の日本航空株式会社による大阪-別府間路線の開設が続き、民間企業による航空路線網が拡大していった。昭和時代初頭である1929年には、官民が合同で設立した日本航空輸送株式会社により、定期郵便・貨物輸送と同時に定期旅客輸送が本格的に開始された。この時代には、航空機による旅客移動が都市間で制度化され、新たな移動手段として確立されたと言える。戦後にはGHQによる占領が終了したのちに旅客輸送が解禁され、復活した。国土交通省の航空100年史資料では、1950年代以降、航空路線整備や空港建設、航空機の性能向上などが民間航空利用の条件や制約を大きく変えたことが示されている。戦後の復興需要と継続的な経済成長により、地方空港や主要都市間の航空路線網が全国に広がり、貨物輸送の手段として大量輸送時代を支え、長距離移動の際には旅行者にとって重要な移動手段の一つとなった。

(5) アメリカにおける交通手段の発展

ここで、アメリカにおける国内旅行について日本のそれと比較するため、アメリカの交通手段の変遷に関して整理・分析する。1830年にはアメリカで最初に鉄道の営業が始まり、1869年には大陸横断鉄道が完成した。宗像俊輔によると、これは増加した人口の受け皿として西部への移住者、開拓者を増加させること、貿易のためにアジアへの最短ルートを確保すること、ゴールドラッシュに伴い増加した移動需要の担い手を確立すること、などの目的を持って進められた(4頁)。単なる交通手段ではなく国内の長距離での移動を

日常的に可能にする基盤が整えられた。日米の交通手段の発展を比較すると、日本で政府主導のもと富国強兵と殖産興業を実現するための土台として物資を輸送できる鉄道が発展していった事例とは異なり、アメリカの鉄道普及は、マーケットの拡大を主要な目的としており、人を移動させることが第一に考えられていたことが分かる。

20世紀に入ると、自動車の普及及び道路の整備が進み、今までは中心部から地方への線的な移動であったが、自動車の普及により短距離での自由な移動が可能となり、面的な移動となった。具体的には、1920年代にフォード社がベルトコンベア方式の生産を取り入れ、T型フォードの大量生産を実現した。これにより自動車は、富裕層のみが持つ娯楽ではなく、一般市民が必需品として保有するものへと変化を遂げた。実際に、石川によると、アメリカ合衆国における自家用車世帯普及率は1920年に26%、1935年には55%となった（石川、25頁）。アメリカでは日本に半世紀ほど先行する形で自動車の一般大衆化が達成された。

第二次世界大戦後、航空は、国土が広い米国において長距離移動の時間距離を一気に縮め、国内旅行を「点」と「点」を結ぶ高速移動として成立させた。上田慧によると、1978年の米国航空規制緩和法が航空輸送の大きな転換点となった。運賃体系の柔軟化や競争の導入を通じて、利用者が価格・利便性に応じて航空を選びやすい環境を作り、国内旅行における航空の位置づけを強めた。

### **第3章 旅行代理店から見る国内旅行の発展**

国内旅行の分析と旅行代理店の変遷は切っても切り離せない関係である。なぜなら、旅行代理店は、近代以降の日本において旅行者と宿・交通機関を繋ぐ、いわば架け橋的存在として旅行産業全体を支えてきた主体であるからだ。本章ではその旅行代理店という存在がどのような背景のもとに誕生し、いかなる発展を遂げてきたのかを辿る。

郭倩によると、「1905年に日本旅行の前身である日本旅行会が高野山や伊勢神宮の参拝などの団体旅行を組織し、旅行の斡旋業務を行うようになった」（96頁）。この日本旅行会によるビジネスが近代の旅行業の始まりとされており、これが1900年初頭であることを鑑みると、かなり若い産業であるといえる。江戸時代後期から明治時代初期に発展した繊維産業をはじめとした製造業と比較すると、産業としての旅行ビジネスの歴史は浅い。

ここからは、旅行産業が交通や余暇、金銭的な生活の余裕が生まれて初めて成立する、生活にプラスアルファを与えてくれる産業であることが読み取れる。

一方で外国人向けの旅行斡旋等をはじめに行ったのは1912年3月設立したJTBの前身となる「ジャパン・ツーリスト・ビューロー」である。この組織の業務は、「主に外国人旅客の旅行の斡旋、海外宣伝などの事業」（郭，96頁）であった。王琰によると、1930年には日本政府が国際観光局を設立し、国際観光協会という民間の組織も設立された。それによりジャパン・ツーリスト・ビューローは、「これまで行われてきた外国人旅客の誘致と海外宣伝の事業を国際観光局に譲り、外国人旅客の斡旋、さらに日本人旅客の斡旋に力を注ぐようになった」（王，71頁）。

そして1934年には、「改組を機に、国内外旅客に対する旅行サービス及びその普及機関としての性格を明らかにし、国内各地方に支部を設け、鉄道省より移管された団体旅行斡旋業務を推進する体制を整えた」（郭，96頁）。ジャパン・ツーリスト・ビューローが国内旅行の普及、発展を担う存在となったことがわかる。また、初めは鉄道省がその役割を担っていたことからわかる通り、旅行産業は外貨を稼ぐ一大産業として政府の肝煎りで進められ、その機能が民間の組織に移されてから全国に支店が配置され、全国各地の宿や交通機関、そして旅行者の対象となる一般大衆へのリーチ力を高めていったことにより近代日本の旅行産業が大きく成長したと考えられる。

王によると、戦後日本において旅行業が本格的に拡大した背景には、高度経済成長に伴った大衆の所得水準の向上、交通インフラの整備、といった経済的、社会的条件の大きな変化があった。これにより旅行が一部の特定層ではなく一般大衆にとっても享受できる活動となり、旅行代理店がその需要を一手に引き受ける役割を担った。主な役割としては、個々の旅行者が直接行うには困難な手配業務を代行する存在としての機能であった。修学旅行、職場旅行、地域団体による慰安旅行など、長らく大きい比重を占めてきた団体旅行も、この旅行代理店の機能を前提として成立した。現代においては、ホテルや航空会社などと提携して宿泊や移動の販売代理や個人旅行のパッケージ販売など旅行代理店の機能は多角化し、その担い手もJTBに限らず多くの民間企業が勃興し、日本の旅行産業を支えている。なお、図9はジャパン・ツーリスト・ビューローから日本交通公社、JTBへの組織の変化を示している。1963年にはジャパン・ツーリスト・ビューローの系譜である財団法人日本交通公社から営利団体を切り離して、日本交通公社が成立した。これがJTBと名前を変えて現在に至る。

1912年	ジャパン・ツーリスト・ビューロー創立
1943年	名称を財団法人東亜交通公社と変更、併せて国際観光協会の事業を継承
1963年	株式会社日本交通公社設立
2001年	名称を「株式会社ジェイティービー（英文名称 JTB Corp.）」と変更

図9：ジャパン・ツーリスト・ビューローから日本交通公社、JTB への組織の変化（JTB ホームページ掲載「沿革」をもとに筆者作成）

アメリカにおける旅行代理店の成立、発展と比較する。アメリカの旅行代理店は旅行商品を生産して販売する形態ではなく、鉄道や蒸気船、航空会社などの旅行の手段を提供する企業の代理販売としての機能を持って成立した。今西珠美によると、20世紀前半ごろから仲介者がホールセラー（卸）/リテーラー（小売）を含むトラベル・エージェンシーとして把握され、さらにツアーオペレーター等との区別も議論されるなど、戦後の大衆観光の進展に伴って旅行代理店業界内部における役割分担が進んだ（95-97頁）。集団単位の旅行を支える中核的主体として発展してきた日本の旅行代理店に対し、アメリカのそれは比較的早い時期から分業化し、個人旅行者のニーズに応じた仲介や助言機能へと特化して発展していったと言える。

#### 第4章 旅行の動機・目的から見る国内旅行

日本交通公社による2018年のデータ（図10）によると、現代の日本人の旅行の動機として一番多いのは「旅行先の美味しい食べ物」であり、アンケートに回答した旅行者の64.3%が該当する。次点は、「日常生活から解放されるため」といった現実逃避的な理由であり、61.7%が該当する。3位以降も「思い出を作るため」、「保養、休養のため」と、働き詰めで疲れる日常から一度距離を置いて、リラックスするという目的のもとに旅行をしている人が多いことがわかる。

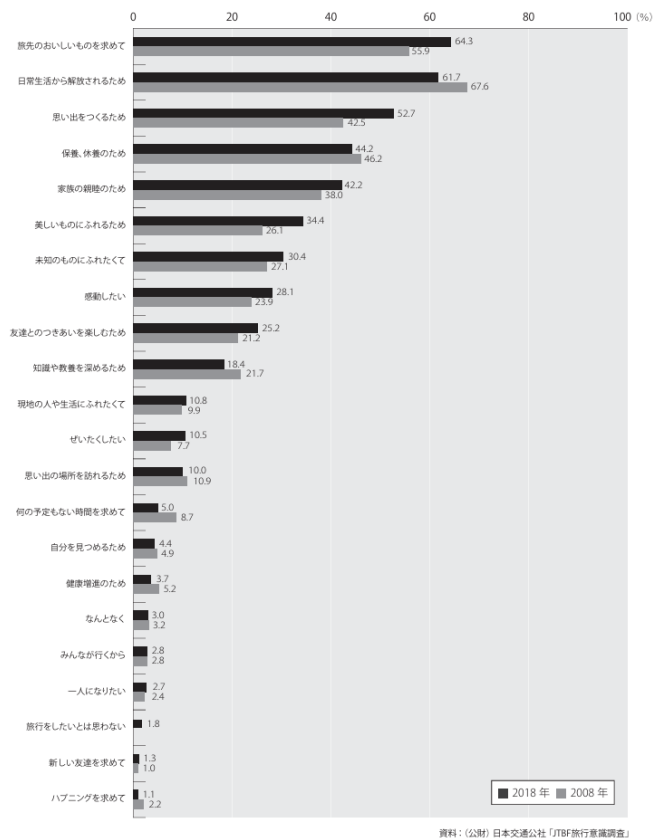


図 10：旅行の動機（日本交通公社 『旅行年報』，2018，p. 63）

本章では、このような現代における旅行の動機、目的に対してかつての旅行の動機、目的はどのようなものだったのか、そして現代に至るまでどのように変化してきたのか考える。

江戸時代における旅行の主な目的は宗教的動機を背景とした参詣であった。お伊勢参りや金比羅参詣などのように、旅行は信仰の一環として捉えられており、純粋な娯楽としての性格は限定的であった。この段階では、旅行の動機は個人的な感情や欲求というよりも宗教的な価値観や共同体の慣習的な行動として規定されていたと考えられる。明治・大正時代以降、交通インフラが整備され、旅行代理店というビジネスモデルが確立する中で、旅行の動機は大きく変化していった。日本旅行会やジャパン・ツーリスト・ビューローによって団体旅行が組織化されたことにより、旅行が単なる宗教的な行為から教育や慰安、親睦といった世俗的な目的へと変化した（郭，98-100 頁）。戦後の高度経済成長期以降、日本社会において余暇に用いることのできる時間が拡大し、旅行は個人消費として定着していった。林は、国内旅行の実施には所得や時間的制約といった経済的要因だけでなく、

旅行に対して各個人が持っている意識や価値観が大きな影響を与えていることを示している（66-68頁）。つまり、旅行は義務的、慣習的な存在から、個人の自己実現や欲求充足を目的とした存在へと性格を変えていった。だからこそ旅行の二極化や旅行の行き先、楽しみ方などの多様化が進んでいると捉えることができる。

先にも示した通り、日本交通公社（2024）によると、現代における旅行の動機・目的は「旅行先の美味しい食べ物」「日常生活からの解放」「休養・リラックス」といった心理的・情緒的価値が上位を占めている。これらの動機は、現代において旅行が単なる移動や観光地の訪問ではなく、生活の質（QOL）向上を目的とした行動であることを示していると考えられるだろう。一方で、旅行の目的が社会規範ではなく個人的なものに変化したからこそ、旅行の動機が全ての人に当てはまるわけではなくなり、積極的に旅行する層と、ほとんど旅行しない層の二極化が進行している。その一方で旅行の目的の多様化に合わせて観光地も様々な変化に挑んでおり、この流れが、現在あまり旅行に行っていない層にアプローチし、旅行に行くインセンティブを与えることになる可能性も十分にあると考える。

次に、アメリカにおいて国内旅行の動機・目的がどのように変化してきたのか整理する。日本と同様に、旅行の動機は不変ではなく、社会構造、交通手段、国家政策の変化と密接に結びつきながら変化してきた。

19世紀前半までは開拓・探検・交易などといった生業や国家的拡張に直接的に関連する移動が主であった。片瀬葉香は、図11の通りアメリカ北西部に広がり、現在は人気観光名所としても知られるイエローストーン地域を例に、この地が発見された当初（19世紀初頭）から観光地として認識されていたわけではなく、毛皮猟師や探検家による活動の過程で偶発的に「発見」されていったことを示した（264-265頁）。この段階では移動の目的が余暇的なものではなく、あくまで実利に沿ったものであったことがわかる。

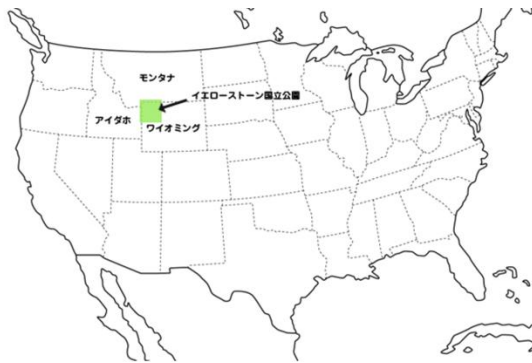


図 1 1 : イエローストーン地域の地図 (SEKAI ISAN)

その後の 19 世紀後半になると自然的景観が見るべき対象として認識されるようになるなど、ある対象を目的として旅行に行くという考え方が定着していったと考えられる。その裏付けの一つとなるのが 1872 年のイエローストーン国立公園設立である。この段階において、旅行の動機は、国立公園の観点から見ると、「移動の結果としての訪問」から、「自然を体験・鑑賞するための訪問」へと認識が変化したと理解することができる。

20 世紀初頭には、国内旅行は単なる個人の関心にとどまらず、国家的・社会的に奨励される行動として位置づけられるようになる。財団法人自治体国際化協会はその具体例として、1905 年に始まった“See America First”キャンペーンを挙げている。旅行の動機は、個人的好奇心に加えて、国家や社会への帰属意識を内包し始めたと考えられる。旅行を通してアメリカ国内の様々な場所について知ることによって、自分がアメリカ国民であることを再認識し、それがアメリカへの帰属意識の向上、国民としてのより強固なアイデンティティの形成へと繋がったと理解できる。これは、19 世紀半ばから 20 世紀初頭にかけて移民が多く流入したことにより国家国民のアイデンティティ不安が増大し、そうした多様な国民をまとめ上げて「アメリカ人」を作り出すために“See America First”キャンペーンが実施された側面が強いと推察できる。

### 結論—今後進むべき方向の提案

本研究では、日本の国内産業の発展を「交通手段」、「旅行代理店」、「旅行の動機・目的」という 3 つの観点から整理しその歴史的展開を理論的に説明してきた。本論文で明らかになったのは、国内旅行の発展が、3 つのうちの一つによって決定するのではなく、3

つの要素が全て相互に補完・制約し合う中で成り立ってきたということである。すなわち、交通手段は移動の可能性を規定し、旅行代理店はそれを商品化・組織化する中間主体として旅行の実現をサポートし、旅行の動機・目的は需要側から旅行の意味と正当性を与える。三要素が同時に揃うことで初めて、国内旅行は「個人の移動」ではなく「産業」として持続的に拡大し得た。

日本の国内旅行の特徴として重要な一点目は、「共同体的・慣習的」性格を色濃く持っていたことである。すなわち、日本では旅行が早い段階から、個人の自由な移動というよりも、一定の集団性を含んだ行動として社会に成立していた。それは江戸時代に「講」というシステムのもとグループの代表として旅行へ行ったり、その後このシステムが基となって修学旅行や職場の慰安旅行という形が主流になったりといった例からもわかる。第二に、日本の国内旅行の発展は、交通手段の大衆化が進むにつれて「時間距離の短縮」と「移動の標準化」が、旅行代理店の発展により旅行の商品化・組織化が進んだことにより、旅行が計画可能性を持つ行為へと進化を遂げた。第三に、旅行の動機・目的は宗教的動機から世俗的な動機へ、さらに個人の心理的・情緒的価値へと変化してきた。

次に、アメリカとの比較から見える差異を整理する。アメリカでは初期の移動が開拓・探検・交易など実利的目的に強く結びつき、自然景観の価値化や国家的な国内旅行奨励を経ながら、戦後には自動車所有の一般化によって個人旅行が拡大した。他方、日本では江戸時代から「講」を通じて、旅行が共同体的に組織化されるという伝統的な形態を持っていた。この動機に係る違いは、その後の制度形成に差をもたらしたと考えられる。すなわち、アメリカの旅行代理店が比較的早期から分業化し、個人旅行者のニーズに応じた仲介・助言へと特化しやすかったのに対し、日本の旅行代理店は、集団単位の旅行を成立させるための調整主体として社会的役割を担い、その役割が旅行の大衆化を支えた。

本論文の最後に、今後の日本の国内旅行産業の変化を予測・展望する。上記の分析では日本の国内旅行がこれまでどのような特徴を持って変化してきたのか捉えることができたため、その上で、今後の当該産業がどのような道を進んでいくのか、どのような施策を打つことによってより多くの日本人を国内旅行者として囲い込むことができるのか考えていく。

第一に、需要側では旅行動機の個人化が進み、旅行に行く人と全く行かない人における二極化が現在以上に拡大する可能性がある。国内旅行産業としては、旅行しない層にアプローチすることにより、持続可能性を国内旅行産業にもたらすことができるのではな

かろうか。そのために、旅行に社会的な意義を付帯させることが重要になってくると考える。日本の旅行はこれまで社会慣習的、義務的なものからより個人的な動機をインセンティブとする行為へと変化し、それゆえに旅行に対するインセンティブを持たない層が増え、二極化が惹き起こされている。そのため、再び旅行に慣習的、社会的な意味を与えることにより、より多くの人に旅行へ行くインセンティブを与えることが重要になる。現代の旅行への個人的なインセンティブに社会的な意味を付与する主体として、旅行代理店や旅行先でのサービスを展開する主体、飛行機や鉄道を運営する企業等の働きやクリエイティビティがますます重要になっていくことは容易に想像できる。

このように旅行の二極化が進む現代だからこそ、第二に、旅行代理店が多様化した旅行の需要に対応した調整主体としての役割を全うできるかが大事になってくると考えられる。旅行に行こうとしない層の関心を惹く旅行を企画し、それぞれの個人に対して実現可能な形でそれを提供することにより、国内旅行がより活発になり、本産業も持続可能な形で更なる発展を迎えられる。

今後の展望を考える上で注目すべき第三のポイントは、移動そのものが変容する可能性があるという点である。本研究で見てきたように、交通手段の発展は国内旅行の促進に重要な役割を果たす。ところが、こんにち、急速な情報技術革命によって、物理的な移動を伴わないバーチャル空間における移動によって旅行を完結する世の中の実現も近い。明治時代には国を近代化させるための手段として、戦争時には物資や兵士をより素早く大量に輸送する手段として交通手段が進展を遂げ、それが結果的に旅行産業の発展にもつながってきた。今後もこの流れと同じように、遠くにいる人々をつなぐためのバーチャル空間の発展により、結果的に旅行産業がこれまで以上のさらなる進展を実現することが考えられる。このとき、交通手段という供給側の前提が部分的に弱まり、旅行代理店や観光産業は「移動の提供」から「体験の提供」へと重心をシフトすることになる。ただ、仮に物理的な交通が相対化されたとしても、旅行の成立には、(1) 体験に到達するための手段（交通に代替するアクセス）、(2) 体験を設計・編集する中間主体（代理店機能）、(3) 需要側の動機の三要素が必要である。そのため、交通手段の部分が大きく変容したとしてもこの三つの要素が影響し合うという旅行成立の条件は維持される。今後の国内旅行産業は、この三要素の関連しあうプロセスを「移動中心」から「体験中心」へと組み替えながら、国内需要の安定化と裾野拡大を同時に追求していくことが大切になると考えられる。

## 参考文献

### [書籍]

須田寛. 『昭和の鉄道 近代鉄道の基盤づくり』. 交通新聞社. 2011.

### [電子媒体]

以下の資料はすべて 2026 年 1 月 13 日に参照。

・青木真美. 「わが国における国内旅行についての考察」. 『同志社商学』. 2010, 60(6), p. 209-219.

<https://doshisha.repo.nii.ac.jp/record/15164/files/017060000013.pdf>.

・石川和男, 「合衆国における耐久消費財の普及と背景 (I) —自動車社会の基盤形成と初期の自動車製造を中心に—」. 『社会科学年報(専修大学社会科学研究所)』. 2016,

50, p. 23-46. chrome-

extension://efaidnbmnnnibpcajpcgiclfindmkaj/https://www.senshu-

u.ac.jp/~off1009/PDF/160310-nenpo50/nenpo50.pdf.

・今西珠美. 「米国旅行業界の構造と発展」. 『流通科学大学論集』 流通・経営編.

2010, 22(2), p. 93-114. [https://ryuka.repo.nii.ac.jp/record/224/files/093-](https://ryuka.repo.nii.ac.jp/record/224/files/093-114imanishi.pdf)

114imanishi.pdf.

・上田慧. 「アメリカ航空事業の規制緩和と国際戦略提携」. 『同志社商学』. 1998, 49(5-6), p. 631-665.

<https://doshisha.repo.nii.ac.jp/record/14698/files/017049050601.pdf>.

・運輸省. 「昭和 51 年度 運輸白書」.

<https://www.mlit.go.jp/hakusyo/transport/shouwa51/ind020301/frame.html>.

・王琰. 「戦後日本の旅行市場と旅行業の展開過程」. 『現代社会文化研究』. 2005, 32, p. 69-86. 2005,

[https://niigata-u.repo.nii.ac.jp/record/7767/files/18\\_0182.pdf](https://niigata-u.repo.nii.ac.jp/record/7767/files/18_0182.pdf).

- ・太田貴之. 「近代日本における陸上交通網の発達と近代化に関する考察 ―ネットワークの視点をふまえた社会科教育の再構築に向けて」. 『千葉大学大学院人文公共学府研究プロジェクト報告書』. 2020, p. 49-64. <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://opac.11.chiba-u.jp/da/curator/107507/357-P049.pdf>.
- ・奥井正俊. 「大正・昭和戦前期における自動車の普及過程」. 『新地理』. 1993, 41(2), p. 13-20. [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.jstage.jst.go.jp/article/newgeo1952/36/3/36\\_3\\_30/\\_pdf](chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.jstage.jst.go.jp/article/newgeo1952/36/3/36_3_30/_pdf).
- ・温莉莉. 「富士信仰の大衆化に対する一考察：江戸時代における富士講を中心に」. 『東アジア文化研究』. 2016, 1(1), p. 143-162. [https://k-rain.repo.nii.ac.jp/record/1560/files/higashiajia\\_01\\_11.pdf](https://k-rain.repo.nii.ac.jp/record/1560/files/higashiajia_01_11.pdf).
- ・郭倩. 「観光発展史におけるマストゥリズムの意義」. 北海学園大学博士論文. 2020. <http://hokuga.hgu.jp/dspace/bitstream/123456789/3954/1/GU0%20QIAN%E3%83%BC%E5%8D%9A%E5%A3%AB%E8%AB%96%E6%96%87.pdf>.
- ・片瀬葉香. 「アメリカのツーリズムに関する歴史的考察」. 『ソシオサイエンス』. 2007, 13, p. 263-271. [https://waseda.repo.nii.ac.jp/record/16261/files/SocioScience\\_013\\_00\\_018\\_Katase.pdf](https://waseda.repo.nii.ac.jp/record/16261/files/SocioScience_013_00_018_Katase.pdf).
- ・観光庁. 「旅行・観光消費動向調査 2024 年 年間値（確報）」, 2025-04-30. <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/001864689.pdf>.

・観光庁. 「令和7年版観光白書について」. 2025-5.

<https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/001890451.pdf>.

・国土交通省. 「幹線旅客流動の実態」. 2010. chrome-

extension://efaidnbmnnnibpcajpcgiclfindmkaj/<https://www.mlit.go.jp/common/001005632.pdf>.

・国土交通省. 「特集『鉄道先進国日本』」. 国土交通. 2010, 105, p.18-19. chrome-

extension://efaidnbmnnnibpcajpcgiclfindmkaj/<https://www.mlit.go.jp/common/000124911.pdf>.

・国土交通省. 「日本鉄道史」. 2012-07-25. chrome-

extension://efaidnbmnnnibpcajpcgiclfindmkaj/<https://www.mlit.go.jp/common/000218983.pdf>.

・国立国会図書館. 「ようこそ、空へ-日本人の初飛行から世界一周まで-」. 本の万華鏡. 2010-10. <https://www.ndl.go.jp/kaleido/entry/5/2.html>.

・財団法人自治体国際化協会（ニューヨーク事務所）. 「米国における観光政策と地域活性化観光事例」. CLAIR REPORT. 2008, 324, p.1-28, chrome-

extension://efaidnbmnnnibpcajpcgiclfindmkaj/[https://www.clair.or.jp/j/forum/c\\_report/pdf/324.pdf?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.clair.or.jp/j/forum/c_report/pdf/324.pdf?utm_source=chatgpt.com).

・「イエローストーン国立大学」. SEKAI ISAN. 2022-09-26. <https://the-world-heritage.com/2020/02/yellowstone-national-park/>.

「台湾有事の存立危機認定、踏み込んだ高市首相 歴代政権は明言回避」. 日本経済新聞. 2025-11-08, <https://www.nikkei.com/article/DGXZQ0UA073CJ0X01C25A1000000/>.

