

消費社会のバックパッカー

日本人バックパッカーの歴史と現状

須 藤 廣

Backpackers in the Consumer Society

The History and Present Situation of Japanese Backpackers

Hiroshi Sudo

This paper aims to illustrate the history and present situation of Japanese backpacker tourism. Their presence in the late 1960s was meant as a criticism of modern mass tourism from which people could not get truly fulfilling experiences. Japanese backpackers' ideas and the ways of traveling, which were oriented toward autonomous practices independent of commercial services, were gradually taken into the consumer society. The Japanese backpacker tourism status quo is a hybrid of consumer patterns in post-modern consumer society and the autonomous practices of counter-culture from the late 1960s. The backpackers are now aiming to gain existential experiences from the various services of capitalistic companies. Their practices have been coopted by the marketplace and have now fallen into a paradoxical situation.

keywords: backpacker tourism, consumer society, existential experience, paradox

1 はじめに

先進国におけるバックパッカー・ツーリズムは、産業化された過剰なサービス消費から抜け出す自律的な旅のあり方として1960年代にカウンター・カルチャーの一つから生まれたものである。しかしながら、70年代から起こった航空機運賃の低価格化と、ガイドブック、テレビ、インターネット等、旅行メディアの発達によって、消費の対象外にバックパッカーの諸要素は、次々と消費の対象へと組み込まれて行った。すなわち、バックパッカー・ツーリズムの「真正さ」探しは、消費システムのループから脱しようという志向を持つ一方、その脱消費社志向そのものが、消費のループのなかに組み込まれる傾向にもある。消費社会のなかのバックパッカーの存在はパラドキシカルなものである。この稿では、バックパッカー・ツーリズムの持っている多層性とパラドックスについて、前半においてはその歴史を検討しながら、そして後半では主に質問紙調査から得たデータをもとに論じて行きたいと思う。

2 欧米におけるバックパッカーの歴史

バックパッカーの原点はどこにあるのだろうか。ヨーロッパにおけるその源流は二つ考えられる。一つは、17、8世紀に近代初期英国の貴族子弟に流行した欧州大陸旅行、グランド・ツアーの習慣が民衆に一般化したという説である¹。もう一つは、ヨーロッパ中世において貧困層の若者が行っていた職探しのための放浪旅行（tramp）に求める説である〔Cohen, 2003〕、ヨーロッパにおいて放浪旅行の習慣は騎士たちの間でも行われていたのであり〔本城1994：303-309飯塚信雄による解説〕、恐らく上流階級から下流階級までこのような習慣は広く行われていたのではないだろうか。現在でもヨーロッパにおいては、長期の

放浪旅行が大人になるための「通過儀礼」として受け入れられてきており、歴史文化的な文脈のなかでは、中世から引き継がれている放浪旅行の形態が、現在のバックパッカー・ツーリズムの原点として位置づけられる。

しかしながら、細々と歴史的に引き継がれていった習慣ではなく、大規模な観光現象として見たときに、バックパッカー・ツーリズムの原点はヒッピー(drifter)の放浪旅行にあると考えるのが妥当であろう [Cohen, 2003]。彼らの旅(drifting)は、60年代欧米におけるシステム化された社会に対する疎外感から実践されたものであり、それに代わる生き方を求める運動の一つだったのである²。

このように、欧米においてバックパッカー・ツーリズムは、中世、近世から引き継がれた「通過儀礼」としての伝統的要素を残しながらも、その直接の原点はシステム化された近代社会からの「脱疎外」を志向した60年代のヒッピー運動にある。とは言え現在、欧米においてバックパッキングが、長期のリゾート滞在等と同様、若者に限らず広く実践されている余暇活動の一つとして定着していることも、我々は見逃してはならない。バンコクのカオサン地区、ホーチミンシティのファンゲラオ地区等、バックパッカーが集合する都会のエリアには、必ず彼ら好みのバーやクラブが所せましと軒を並べ、タイのパーイ、ラオスのパンピエン等自然が豊かなエリアでは、ラフティング、チュービングやカヤックを楽しむ欧米系の若者の声が響き渡る。欧米人にとってバックパッカー・ツーリズムは、既存の価値観に対抗するヒッピー文化の名残は全くなくなっているわけではないものの、現在では文化消費(アジア旅行ではオリエンタリズム消費) ライフスタイル消費の一つなのである。

3 日本の国内バックパッカー

日本においてバックパッカー・ツーリズムは、いかに始まり、いかに実践されてきたのであろうか。通過儀礼としての旅の習慣であるとすれば、伊勢参り等巡礼旅にその起源を求めることもできるかも知れない。あるいは、独力で行く一人旅(あるいは少人数の旅)という習慣としては、芭蕉や山頭火のような文人の旅に当てはめ、その心情の起源を推測することもできよう。しかしながら、現在のバックパッカー・ツーリズムに直接つながる系譜は、1960年代後半から1970年代の後半に流行した「カニ族」の国内バックパッキングにあると思われる。「カニ族」の名前の由来は、当時のバックパッカーが背負っていた荷物が横長のリュックサック(たいてい黄土色だった)であり、その荷物がカニの甲羅のように大きいので彼らが列車の車内等では横向きに歩いたことによる。「カニ族」は主に夏休みの北海道で多く見られ、その流行は、帯広駅前に出現した簡易テントの無料宿泊施設「カニの家」(1971年に地元住民と駅とが協力して作ったもの)に収容しきれないほどの「カニ族」が押し寄せていたほどである。

この時代始まった国内バックパッキング・ブームの背景は何だったのであろうか。一つには、欧米における「放浪旅行(drifting)」同様、この時代のライフスタイルの価値転換とも関係していたことである。そして、もう一つは、高度成長の末の消費社会の始まりの時期と一致していることである。この二つの要因は原因と結果がともに重なり合っていると考えれば、消費社会の始まりとしての価値転換(モノの消費からライフスタイル消費への転換)と言ってもいいだろう。そして、日本におけるこの新しいライフスタイルの風は、ヨーロッパからではなく、アメリカの西海岸から吹き込んできたものであろう。ヒッピー運動に原点を持つ、アメリカ西海岸の「放浪旅行」の流行はこの頃メディアで多く報道されていた³。このことは、1965年アメリカ政府が国内観光の振興のために始めたキャンペーン「ディスカバー・アメリカ」が、この流行を消費化、大衆化させたことにもよる。このキャンペーンは、もともとは多民族国家アメリカのアイデンティティを作り出そうとする愛国的なキャンペーンであったのだが、アメリカのなかに(主に西部に)新しい開放的で人間的な価値を探そうとする国内バックパッカー旅行の大きな流れを創造していった。こうして、アメリカの開拓地、西海岸におけるヒッピー風「放浪旅行」の流行は、メディアをと

おして日本に伝わり、日本の開拓地、北海道への「放浪旅行」を実践する「カニ族」の発想につながっていったのではないかと思われる⁴。

一方「ディスカバー・アメリカ」のキャンペーンは、形を変えて日本にも輸入され、「カニ族」の流行とは対称的な旅の流行も産み出している。1970年国鉄(現JR)が始めた「ディスカバー・ジャパン」キャンペーンである。このキャンペーンはアメリカにおけるようなヒッピー・ムーヴメントとは関わりを持つことはなかった。「ディスカバー・ジャパン」キャンペーンは、この当時、経済的な余裕を持ち、また自由に目覚めていた「アン・ノン族」、すなわち「an・an」(平凡社・現マガジンハウス1970年～)と「non・no」(集英社1971年～)の読者層の旅の欲望を創出するのに寄与していった[難波功士, 2007]⁵。1970年代、この二つの雑誌は、京都をはじめとして、倉敷・萩・津和野等の「小京都」を、外国人のようなエキゾチックな視線でその旅情を彩り、女性の個人旅行をファッションナブルなものとして定義していったのである。このような女性の個人旅行のスタイルは、貧乏旅行をする「カニ族」のものとは対称的なものであり、むしろ後における女性の格安海外バック旅行客へとつながるものであった。

このように「カニ族」の流行は「ディスカバー・ジャパン」キャンペーンの影響力とはほとんど関わりを持たないとおもわれるが、実際の旅行の形においては、「アンノン族」と「カニ族」は重なる部分も持っていたのである。例えば、70年代に北海道に「幸福駅」の切符⁶を求める「アンノン族」の観光客が「カニ族」に混じって北海道に押し寄せたり、逆に「アン・ノン族」が多く訪れる京都のユースホステルにも「カニ族」が数多く泊まっていたりと⁷、「カニ族」と「アンノン族」の「生息地」はかなり重なっていたのではないだろうか。すなわち、「カニ族」の流行は、当時のアメリカのヒッピー文化のような、対抗文化的な「精神的」潮流よりも、豊かな社会が作り出した消費文化に影響を受けたものだったのであり、この当時の交通や宿泊に関する物理的条件によって促されたものでもあった。国鉄が北海道で20日間自由に急行電車を乗り降りできる周遊券を発行したこと、このころユースホステルが数を増やし、溢れかえる彼らのために比較的安くベッドを提供していたこと、中流家庭の可分所得が増えたこと等、旅行消費を促進する条件が「カニ族」の流行を後押ししていたのである。

以上述べたように、「カニ族」の流行は、アメリカのヒッピー文化がモデルであったものの、一つのライフスタイル消費として立ち上がったのである。しかしながら、彼らの旅行スタイルがすべて観光メディア産業によって用意されたものとは言えないことも、確認しておかなければならない。例えば、彼らは旅先で出会う住民や旅人との関係を、サービスの購入としてではなく、彼ら自身が自立的に作っていたことも数多くあった。当時、北海道を旅行する「カニ族」の旅行期間は大体二週間から一ヶ月程度であったのだが、多くは旅行先の住民とも交流を持ち、中には長期で農作業を手伝う者(アルバイトとボランティアの中間のシステムが各地にあった)そのまま定住を決める者までいた。これらのシステムは、今で言う「グリーンツーリズム」に近いと言える。また、宿泊するユースホステルでは毎日、ホステラー(宿泊客)の「ミーティング」があり、旅人同士の人間関係も濃厚であった⁸。「カニ族」の消費活動は当時の国鉄等、観光産業の利害と一致してはいたものの、その行動の多くは観光サービス産業の内部に包摂されているようなものではなかった⁹。このような意味においては、旅をファッションとして消費する同時代の「アン・ノン族」とは、やはり一線を画していたと見るべきである。

4 日本人海外バックパッカー前史

海外観光旅行が国民一般に解禁されたのは1964年のことである。この年の海外旅行者の総数は12万8千人であった。その後、この数は増加したものの、75年の時点でも約250万人程度であり、現在の1,700万人(2005年)にはほど遠い。また、1960年代の海外観光旅行はほとんどバックツアーであり、個人旅行の航空運賃はかなり高額であった¹⁰。航空運賃の価格を引き下げたのは1970年代のジャンボジェットの登場で

ある。ジャンボジェット（B-707）は従来機（DC-8やB-707）に比べ3倍弱、席数が増加し、航空券市場は一気に買い手市場になった。また、この期に航空会社の業界団体であるIATAが団体客用に設置したバルク運賃は、正規運賃以外の運賃設定の道を開いた。そしてまた、ドルの持ち出し制限が、1970年には千ドルまで、71年には三千ドルまでと緩和され、1978年には撤廃されたことも海外旅行の利便性増加につながっていった。そして、何よりも個人旅行者に有利に働いたのは、円高である。1970年に金本位制が崩壊、73年にはフロート制に移行し、78年に1ドルが200円を割るまで円の価値は一気に上昇している。こう考えると、日本人の若者が個人で海外旅行をする条件が整ったのは1970年代の後半であることが分かる。こうして、1970年代後半にバックパッカー海外旅行者の増加を見ることになるのだが、それをすぐに追いかけるようにして、彼らを対象とするサービス産業が台頭している。特に、バックパッカー・ツーリズムの産業化に最も大きな影響を与えたのは、1980年代前半に出現した格安航空券を専門に扱う旅行代理店であった。

1980年には格安航空券を扱う旅行代理店の代名詞にもなっているエイチ・アイ・エスの前身である秀インターナショナル（会社名はインターナショナル・ツアーズ）が新宿駅近くのマンションにオープンしている。創業者の沢田秀雄氏は、1970年代に単身でドイツ留学、4年間の留学期間中にバックパッカーとして50カ国以上を旅している〔朝日新聞、2007年11月23日朝刊〕彼が格安航空券を扱う代理店を興したのは「自分と同じような旅を他の若者たちに経験させたい」、「格安航空券はビジネスになる」〔同掲紙〕といった二つの動機からであったという。まさに沢田氏は、産業の対象外にあった領域に需要を創出し、それを産業内化するという消費社会の企業活動の典型を行っていたわけである。秀インターナショナルの創業から一年後、1981年にはマップ・インターナショナル（現在ではエイチ・アイ・エスの子会社「ATB」）が京都にて開業、また、後に航空会社に徹底した戦いを挑み倒産に追い込まれることになった後藤民夫氏率いるサカエトラベルもこの頃名古屋で開業している¹¹。その後も道祖人、四季の旅社、秘境トラベル、国際ロータリー等の格安航空券を専門に扱う代理店が次々に誕生している¹²。どの会社でもおおよそ共通して、旅行サロンのような店内に、個人旅行の書籍や案内書を置き、バックパッカー経験者の社員が、若者たちにアドバイスをしながらチケットを売るといった光景が見られた（特にマップ・インターナショナルでは旅行サロンを店内に設けていた支店が多かった）。

80年代の海外旅行バックパッカーの急増に影響を与えたのは、旅行代理店だけではない。旅行メディアの存在なければ、これほどまで広範囲な若者がバックパッキングに出かけることはなかったであろう。そのなかでも最も影響力を持っていたのは、バックパッカー用日本語ガイドブックである。日本人バックパッカーに最も広範囲に読まれているガイドブックは、ダイヤモンド社が発行する『地球の歩き方』である。1979年にヨーロッパ編とアメリカ編が出版され、80年代には世界中ほとんどの国、地域を網羅すべくタイトルを次々に増やしていった。現在では百タイトルを超えるこのシリーズは、バックパッカーのみならず、バック旅行の観光客や出張族にも役立つようなオールラウンドな情報が載せられているのだが、80年代の各シリーズにはもっぱら貧乏旅行向けの情報のみが掲載されていた。これは、80年代の『地球の歩き方』の編集方針から、訪問地域の基本情報以外のホテルやレストラン等の情報については、読者のバックパッカーから送ってもらった投稿情報を活用していたことにもよる（もちろん編集にあたる専門スタッフも極力実際に行って調査していたようではあるが、旅行者自身による情報には間違いも多かった）¹³。

『地球の歩き方』が刊行される以前には、旅行雑誌『オデッセイ』¹⁴等がバックパッカー向け旅行情報を載せていたが、旅行先別のバックパッカー用日本語ガイドブックのシリーズはなく、各地域のものが単発で出る程度であった。筆者が1970年代後半にシベリア鉄道を使ってヨーロッパ旅行をしたときには、ガイドブックは持っていらず（途中でバック旅行用日本語ガイドブックを日本人旅行者からもらったが）、着いた駅のインフォメーションのみが頼りであったことを覚えている。その頃欧米では、若者のバックパッ

キングがすでに流行していたのであるが、バックパッカー向けガイドブックがあまり普及していなかったため、どの国でも駅のインフォメーションには、安ホテルやホテルや民宿の情報を求めるバックパッカーで長蛇の列ができていた（そのころには欧米系のバックパッカーが愛用するガイドブック・シリーズ『ロンリー・プラネットlonely planet』がちょうど初めて出版される頃であった¹⁵）。70年代後半にはすでに、日本人バックパッカーは世界中主な観光地にはいたのであるが、海外で格安航空券¹⁶と旅行情報を手に入れるにはある程度の語学力と気力を要するため、一部の愛好家や、留学帰りといった語学力を持った若者たちが、あるいはアルバイトをしながら海外放浪をするといったような、ヒッピー風ライフスタイルと結びついた信条と気力を持ったかなり特殊な若者たちが彼らの主流であった。以上のように、70年代後半には既に、日本人バックパッカーは数多く出現していたのであるが、バックパッカーのハードルはまだ高く、それなりの準備と心構えが必要であったのであり、80年代に生まれた、「格安航空券」専門代理店と、バックパッカー・ガイドブックの出現なくして、広範囲の若者がバックパッカーになることはなかったと思われる¹⁷。

5 日本人バックパッカーの誕生

80年代以降、格安航空券と親切的な旅行代理店とガイドブックの情報に助けられて、大都市の大学では、夏と春の長い休みのシーズンには、アルバイトで貯めた貯金を持って気軽に海外にでかける学生が増加していった。学生以外にも、卒業後進路を決めない若者、あるいは途中で退職した若者、あるいは卒業後定職につきながら短い休みを利用し何度も海外に出かける若者（公務員、教員が多いのだが）もこのなかにいた。特に85年のプラザ合意後円が急騰し（85年プラザ合意時点での1ドル242円から87年のルーブル合意直前の120円まで、2年間で円の価値は2倍になった）安くなった格安航空券を使えば、海外へのバックパッキングは、国内旅行よりも安上がりなレジャーの一つになっていった。しかし、80年代から90年代半ばにかけて海外旅行のハードルが以前よりも格段低くなり¹⁸、バックパックを背負って海外に出る若者の数は増えたものの、60年代後半から70年代の「カニ族」のように、バックパッキングが若者文化のスタンダードになったわけではなかった。

その理由は、次のように考えられる。第一に、格安航空券を専門に扱う旅行代理店が、次第に一般的な旅行代理店と同じような業務も扱うようになり、若者がバック旅行商品を購入するようになったことである。この頃にはバック旅行も十分個人対応になっており、自分で手配した旅行と同じくらい安く設定されるようになっていた。第二に、80年代バブルに浮かれる日本の若者にとって、ヒッピー文化の匂いが染みついたバックパッキングは既に、オシャレな趣味とは受け取られなかったことである（80年代後半になるとこの傾向が強くなった）。第三に、いかに親切的な旅行代理店とガイドブックの助けがあったても、自力で旅行するためにはそれなりの知識や語学力が必要だったことである。第四に、格安で利用できる飛行機の便数も増え、成田や関空での乗り継ぎはもとより、ソウルや台北等の乗り継ぎ便もでき、地方からも海外が近くはなったものの、出発空港までの心理的距離、利用できる航空機の便数、価格は地方の学生には不利であり、バックパッキング普及の波は地方の若者には届かなかったことである。この当時実施したバックパッカーの実態調査のデータもなく、あくまで80年代にバックパッキングのリピーターであった筆者の推測でしかないのだが、この当時のバックパッカーの主流は首都圏又は関西圏の大学生、あるいはその卒業生であり、ブランドものにはあまり興味がなく、派手な遊びにもあまり興味が無いが、海外文化に対して知的関心を持ち、語学力も少しはある学生といった像が浮かんでくる¹⁹。バックパッキングが、ヒッピー風ライフスタイルを引きずってはいるものの、70年代にあったようなヒッピー風ファッションを気取る若者もこの時代の日本人バックパッカーの中にはほとんどいなかった。

一方欧米においては、対抗文化系若者文化が体制内化されつつも、次の世代に受け入れられていた。そ

して、70年代のヒッピー文化は80年代の彼らのバックパッカー文化のなかに引き継がれていたのである。この時代に日本においては、ヒッピー文化の匂いのするバックパッキングは、時代遅れの匂いのするものがあったのだが、海外のバックパッカーズ・ブレイスに行けば、それはけして場違いのスタイルではなかったのである。80年代も特に後半以降のバックパッキングは、流行の最先端にあったわけではなく、むしろ日本のバブリーな流行を好まない若者の逃避場所になっていったようにも思える。

1991年のバブルの崩壊にもかかわらず、日本人の海外旅行者数は少なくとも95年までは一挙に増加している。海外旅行者の増加にはバブルの崩壊よりも円高が勝った格好である（1995年には1ドル79円75銭まで進んでいる）。この当時、不況に加えて円高によりバック商品の価格も低下傾向にあったため、格安航空券又は低価格バック旅行での観光が急増したのである²⁰（したがって、旅行会社の利益は増えてはいない）。そのなかに狭義のバックパッカーの数がどれほどあったのかは定かではないが、80年代に比べて減りはしなかったはずである。

6 メディア消費化するバックパッキング

90年代には、バックパッキング文化は、けしてメジャーな文化としてではないが、次第にマス・メディアの世界にも登場するようになる。この時代に、最初にメディアのなかのバックパッキングを持ち込んだのは、沢田耕太郎、下川裕治、小林紀晴等のバックパッカー作家である。60年代70年代にも、五木寛之や小田実等、バックパッカーが好んで読んだ作家はいたが、彼らはバックパッカー以外の領域でむしろ有名人であり（例えば小田実は「へ平連」のリーダーとして知られていた）、貧乏旅行者のカリスマといったものではなかった。

80年代後半から90年代に台頭してきたバックパッカー作家たちは、バックパッカーの間でカリスマ化するようになる。この時代にはバックパッキングはメディアのイメージにより作られた一つのサブカルチャーになりつつあり、このサブカルチャーの静かな火付け役となったのは活字メディアではないだろうか。その中でも、サブカルチャーとしてのバックパッキングのイメージを作り出すのに最も影響力を持った「カリスマ」は、1986年から1992年まで『深夜特急』三部作を世に出した沢木耕太郎である。自身の貧乏旅行体験を著したこの三部作は96年から98年まで何度かテレビでドラマ化され、従来の活字メディアでは考えられなかった広範囲な影響力を、バックパッカー・ツーリズムが持つきっかけとなった²¹。下川裕治は『12万円の世界を歩く』（朝日新聞社、1990年）を始め、旅行記からバックパッカーについての評論²²まで数多くの著作を出している。また、本来カメラマンである小林紀晴は、『アジア・ジャパニース』三部作（情報センター出版局、1995年から2000年）のなかで、アジアをはじめ世界で単独長期滞在をする若者を、写真のイメージとともに描いている。これらの旅行作家が描く世界は、90年代のものよりも70年代から80年代前半の「貧乏旅行」の世界であり（新聞や週刊誌での連載は少し前のものが多い）、本として出版され実際に読まれたのは90年代だとしても、彼らをカリスマとするファン層も70年代80年代の知的なバックパッカーの流れを汲んでいたと考えられる。そういった意味においては、彼らの作ったイメージをもってバックパッキングを始めた若者たちは、次にあげるようなテレビ番組に影響され始めた若者とは一線を画していたと考えられる。

90年代にバックパッカーのイメージを一部の愛好者の世界ではなく一般向けに広めたのはテレビ番組である。特に、1996年に東京放送系列の番組「進め！電波少年」のなかの企画で、バックパッキングをブラウン管に載せたお笑いコンビ猿岩石の映像の力は大きかった。番組連載後にあった「やらせ」報道²³も、かえって彼らの人気を増幅させていたことからの分かるように、彼らのバックパッキングは作られたイメージでしかないということ、視聴者は知りつつ彼らの「貧乏旅行」を楽しんでいたのである。後に彼らが歌った歌「白い雲のように」（97年レコード大賞新人賞）や彼らの旅行記もよく売れ、彼らの存在は

イメージとしての「貧乏旅行」を楽しむという新しいバックパッキング像を作り上げていった。また1995年から始まったTBS系列の番組「世界ウルルン滞在記」は、訪問地住民との交流のあり方におけるある種の表象のパターンを作り上げた。さらにまた、1999年からフジテレビ系列で放送されている「あいのり」は、旅の訪問地や旅そのものよりも、旅仲間が繰り広げる「もう一つの世界」の恋愛ゲーム的楽しみ方²⁴をバックパッカーのなかに定着させていった（実際このころから、男女5、6人の集団でバックパッキングする日本人の若者を見かけるようになった）。

以上のようにテレビ番組は、バックパッキングのイメージから、汚く危険で苦しい貧乏旅行という3Kイメージを排除するのではなく、むしろそれを利用しつつ楽しむという方向に若者たちを導いていったのである。新井克弥が言う「物語消費」あるいは「メディア消費」としてのバックパッキング[新井, 2001: 111-137]「貧乏ごっこ」を楽しむ「ポスト・バックパッカー」[新井, 2000: 268-280]はこうして生まれてきたものである²⁵。また、J・アーリ (Urry, J) の言う「唯一とか正統な観光体験など一切なく、多種多様なテキストを伴ったゲームの繋がり全体」[アーリ, 1990=1995: 181]として旅を楽しむ「ポスト・ツーリスト」もこのような観光客を指している。

しかし、バックパッカーのリアリティーには、メディア消費的部分のみではなく、新しい「発見」をとおして非日常的「他者性」を求めるヒッピー系の古い層も存在していたのである。すべてのバックパッカーが「ポスト・ツーリスト」になったわけではなく、産業化されない旅を追求している「古いタイプの」バックパッカーもけて排除されたわけではない²⁶。また、新しいタイプのバックパッカー個人の内にも、メディアの表象に自分の旅の経験を当てはめようとする部分と、メディアが作りだした枠に収まりきれない部分の両方が共存しているというのが実状ではないだろうか。そもそも、バックパッキングのリアリティーを、産業がつくりだす表象が覆いつくすようなことは、「偶然性」に依存するようなバックパッキングの性格からして不可能であろう。エコ・ツーリズム、グリーンツーリズムがそうであるように、市場規模や、収益を引き出す可能性からしても、バックパッカー市場が、大手の企業がこぞって参入するほど魅力があるものとも言えない。1990年代のバックパッキングのリアリティーの実状は、メディア化した新しい層が古い層の上に被さるようになったものであると考えた方がよさそうである。

以上見てきたバックパッカーの概観を踏まえつつ、次の節では、2007年に三回に分けて行ったバックパッカーの実態及び意識調査の一部を使って現在のバックパッカーについて述べよう。

7 バックパッカーの現状

この節で報告するのは、筆者が2006年と2007年に三回に分けて行ったバックパッカーの実態及び意識調査の一部である。調査のほとんど筆者が独自に行ったものであるが、一部だがゼミ旅行として調査に同行した学生が行ったものもある。調査旅行は三回行ったが、旅行自体の目的はアジアの山岳民族の観光化に関する調査のためであり、バックパッカーを対象にした調査のためではなかった。率直に言えば、この調査は山岳民族調査の「ついでに」行ったものである。調査対象の選定、調査場所、時間等は恣意的なものであり、代表性には問題がある。また、時間や場所に統一性がなく、あまり正確な調査とは言えない。しかし、調査は筆者自身が行ったものが多かったため、調査の過程で調査対象者と対面的なコミュニケーションが持て、多くの質的情報も得られた。この報告は、質問紙調査による量的なデータから状況を説明していくが、その背後はコミュニケーションから得られた質的なものも含めていることも明かしておく。本来、質問紙調査等、量的なデータにもとづく調査の分析は、分析者の主観を極力排除して行うべきものである。しかし、この報告においては、データ自身が「客観的」なものとはいえないため、このような分析戦略をとることとする。

(1) 調査の概要

先ず、調査対象であるが、ほとんどは、筆者が「日本人ゲストハウス」で知り合ったバックパッカーである。ゲストハウスは、バンコク・カオサン地区「さくら・ゲストハウス」、ホーチミンシティ・ファングーラオ地区「ほーれん荘」、フエ「ピンジュオン・ゲストハウス」、ルアンプラバーン「コールドリバー・ゲストハウス」、大理「大理古城青年旅館」等である。ほとんどは、ゲストハウス内で調査対象が記述する形で行ったが、バスの中で、飛行場の待合室で、レストランで行ったものも含まれている。

調査は2006年8月11日から25日、タイ、2007年2月28日から3月15日、タイ・ラオス・中国・ベトナム、2007年9月1日から9月24日、ベトナム・中国で行なったものである。

サンプル数はタイ国内でとったものが109サンプル、ラオス国内が16サンプル、ベトナム国内が50サンプル、中国国内が9サンプルであり、合計184サンプルである。

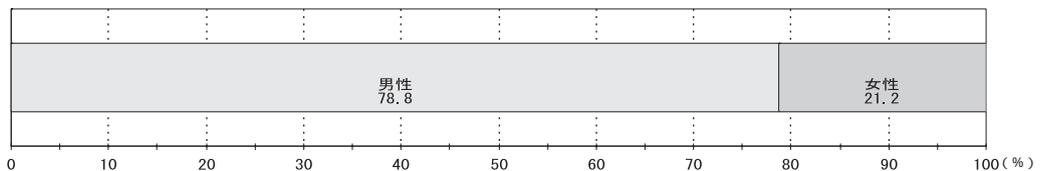
(2) 調査対象の属性

(単純集計のグラフは不明、非該当サンプルを含んでいるが、クロス集計のグラフはグラフが見にくくなるため不明、非該当サンプルを除いた数値を示した。その場合nの数値から「不明・非該当」がいくつかあるかが分かる)

*尚、職業の分類の統合を行ったデータがある。その場合、学生＝大学生＋専門学校生、正規雇用者＝会社員＋公務員＋団体職員＋教員＋自営業＋医師＋弁護士、非正規雇用者＝アルバイト・パート＋契約社員、無職＝無職＋年金生活者＋専業主婦である。

① 性別 (図1)

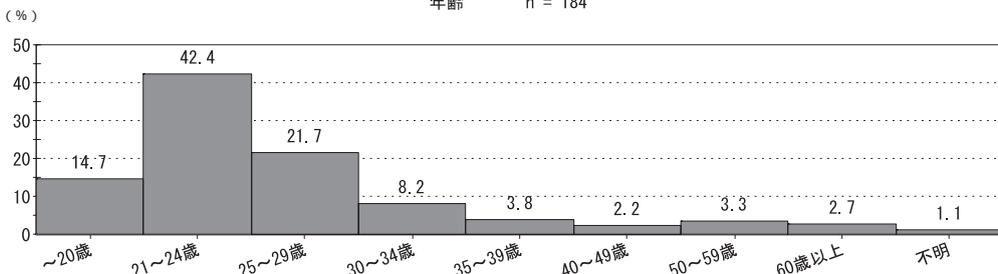
性別 n = 184



性別に関しては、男性約8割、女性約2割であり、バックパッカーは相変わらず男性が多いことが分かる(調査をした筆者が男性であるので偏りがあったかもしれない)。

② 年齢 (図2)

年齢 n = 184



年齢（表1）

年齢 × 職業2の項目

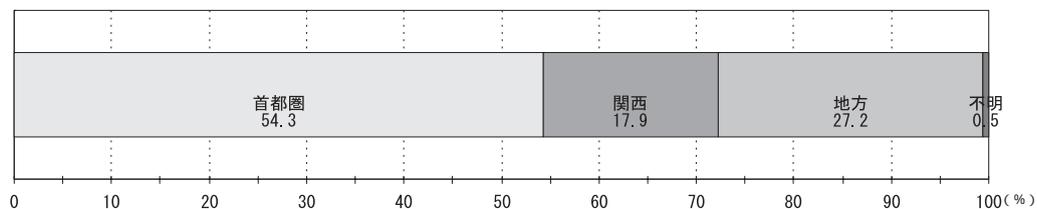
上段:度数 下段:%		年齢								
		合計	～20歳	21～24歳	25～29歳	30～34歳	35～39歳	40～49歳	50～59歳	60歳以上
職業2の 項目	合計	182 100.0	27 14.8	78 42.9	40 22.0	15 8.2	7 3.8	4 2.2	6 3.3	5 2.7
	学生	93 100.0	25 26.9	58 62.4	8 8.6	2 2.2	-	-	-	-
	正規雇用者	33 100.0	-	8 24.2	11 33.3	5 15.2	4 12.1	1 3.0	2 6.1	2 6.1
	非正規雇用者	10 100.0	1 10.0	2 20.0	3 30.0	2 20.0	1 10.0	-	1 10.0	-
	無職	41 100.0	-	10 24.4	15 36.6	6 14.6	1 2.4	3 7.3	3 7.3	3 7.3
	その他	5 100.0	1 20.0	-	3 60.0	-	1 20.0	-	-	-

3回の調査共学生の長期休暇中であるので、当然学生が多い。年齢層も20代前半に集中している。年齢と職業の内訳は以下のとおり。休暇を取って来ていると思われる正規雇用者も20代が多いが、その他の年齢層も若干であるが、いる。

(2) 調査結果の分析

① 日本の住所（図3）

今回、日本から出国する前、日本のどこに住んでいましたか。 n = 184



日本の住所に関しては予想通り、首都圏が54.3%と多かった。首都圏と関西圏合わせて約7割になる。便数、価格とも地方の空港からの便は不利であるためか。

② 職業（表 2）

現在の職業 (SA)				
No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	大学生	87	47.3	47.3
2	専門学校生	6	3.3	3.3
3	会社員(正規社員)	20	10.9	10.9
4	公務員	2	1.1	1.1
5	団体職員	0	0.0	0.0
6	教員	6	3.3	3.3
7	自営業	4	2.2	2.2
8	医師、弁護士	2	1.1	1.1
9	年金生活者	1	0.5	0.5
10	アルバイト・パート	8	4.3	4.3
11	契約社員	2	1.1	1.1
12	専業主婦	1	0.5	0.5
13	無職	40	21.7	21.7
14	その他	5	2.7	2.7
	不明	0	0.0	
	サンプル数 (有効回答)	184	100.0	184

無職になる前の職業（表 3）

無職になる前の職業 (SA)				
No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	大学生	1	2.5	2.6
2	専門学校生	1	2.5	2.6
3	会社員(正規社員)	17	42.5	43.6
4	公務員	3	7.5	7.7
5	団体職員	0	0.0	0.0
6	教員	3	7.5	7.7
7	自営業	3	7.5	7.7
8	医師、弁護士	0	0.0	0.0
9	年金生活者	0	0.0	0.0
10	アルバイト・パート	8	20.0	20.5
11	契約社員	2	5.0	5.1
12	専業主婦	0	0.0	0.0
13	その他	1	2.5	2.6
	不明	1	2.5	
	サンプル数 (有効回答)	40	100.0	39

長期休暇中の調査であるため約半数が大学生である。会社員が約1割と意外に多い。無職の者は2割いる。表3から分かるように、会社を辞めて旅に出た者がその半数と多い。次にあげた旅行期間からも、仕事をやめて旅に出た「無職者」は旅行期間が長い。

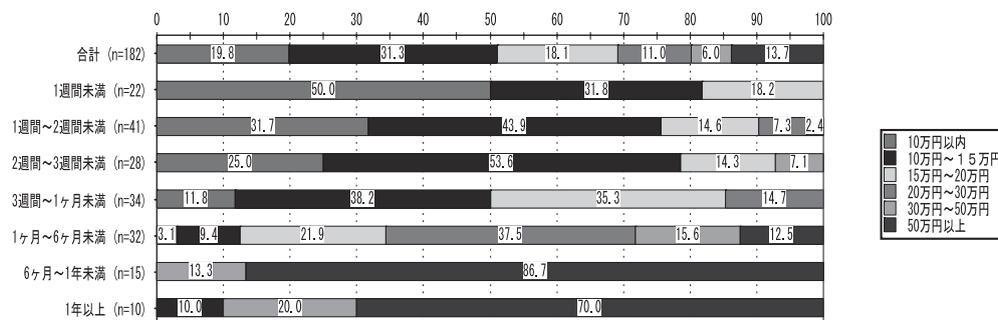
③ 旅行期間（表4）

今回の旅行は全体でどれくらいの期間の予定ですか。 ×

上段:度数 下段:%		今回の旅行は全体でどれくらいの期間の予定ですか。							
		合計	1週間未満	1週間～2週間未満	2週間～3週間未満	3週間～1ヶ月未満	1ヶ月～6ヶ月未満	6ヶ月～1年未満	1年以上
現在の職業	合計	182 100.0	22 12.1	41 22.5	28 15.4	34 18.7	32 17.6	15 8.2	10 5.5
	大学生	87 100.0	7 8.0	27 31.0	15 17.2	23 26.4	14 16.1	1 1.1	-
	専門学校生	6 100.0	-	1 16.7	4 66.7	1 16.7	-	-	-
	会社員(正規社員)	20 100.0	8 40.0	7 35.0	2 10.0	1 5.0	2 10.0	-	-
	公務員	2 100.0	-	2 100.0	-	-	-	-	-
	団体職員	-	-	-	-	-	-	-	-
	教員	6 100.0	4 66.7	1 16.7	1 16.7	-	-	-	-
	自営業	4 100.0	1 25.0	-	-	1 25.0	2 50.0	-	-
	医師、弁護士	2 100.0	-	-	2 100.0	-	-	-	-
	年金生活者	1 100.0	-	-	-	-	-	-	1 100.0
	アルバイト・パート	8 100.0	-	2 25.0	-	2 25.0	2 25.0	2 25.0	-
	契約社員	2 100.0	-	-	-	1 50.0	1 50.0	-	-
	専業主婦	1 100.0	-	-	1 100.0	-	-	-	-
	無職	38 100.0	1 2.6	1 2.6	2 5.3	5 13.2	8 21.1	12 31.6	9 23.7
	その他	5 100.0	1 20.0	-	1 20.0	-	3 60.0	-	-

学生のバックパッカーの旅行期間は一週間から六ヶ月適度まで幅がある。一方社会人の旅行期間は一週間未満が多く、長くても二週間程度である。無職のバックパッカーは期間が長い。

④ 旅行期間（図4）



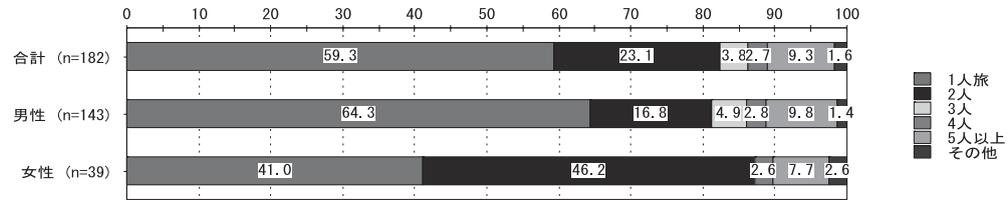
今回の旅行は全体でどれくらいのお金がかかる（旅費も含めて）と思いますか。 × 今回の旅行は全体でどれくらいの期間の予定ですか。

（グラフの数値は不明を含まず）

消費社会のバックパッカー

東南アジア方面のバックパッキングでは、3週間までは15万円以内で済む場合が多いようである（あくまでも途中での予想だが）、一日の宿泊費、食費を合わせても2,000円から3,000円程度（筆者の場合）であり、移動もバスが多く、運賃はあまりかからないので、3週間位までなら15万円以内でまかなえるようだ。日本円で買った航空券の価格が全体の経費の3分の1から、半額くらいを占めるのではないだろうか。

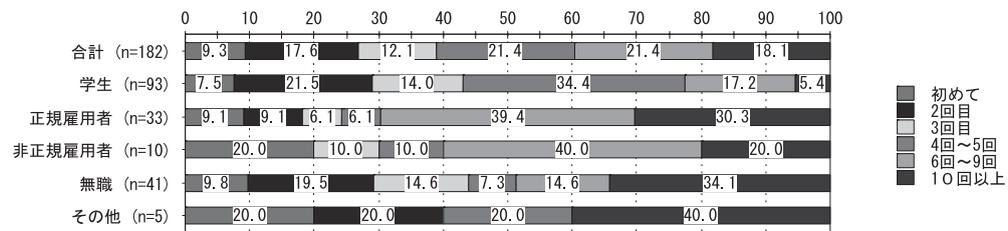
⑤ 同伴者（図5）



今回の旅行は何人（あなたもふくめて）で来ましたか。 × 性別

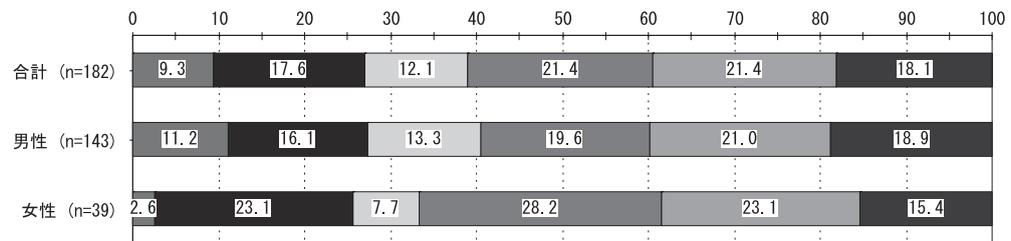
全体の約6割が一人旅であるが、男女差がある。女性も一人旅が意外に多い。

⑥ リピーター率（図6）



今回海外旅行は何回目ですか。 × 職業2の項目

（図7）



今回海外旅行は何回目ですか。 × 性別

全体的にリピーター比率が高く、7割以上が3回以上の海外旅行経験がある。正規雇用者のバックパッカーにハード・リピーターが多い。また、図7から女性のリピーター比率も高く、初めての海外旅行にバックパッキングをする女性は極めて少ないことがわかる。

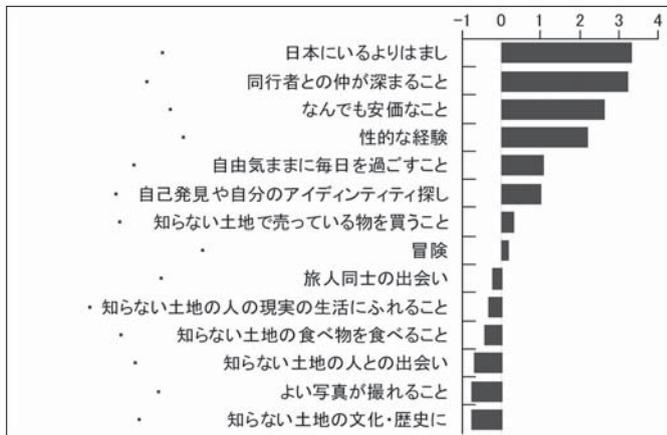
⑦ 旅の楽しみ（ランキング集計）（表5）

あなたにとって旅行の楽しさとは何だと思えますか。（MA）

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除外)%
1	知らない土地の文化・歴史	151	82.1	82.1
2	知らない土地の人の現実の生活にふれること	131	71.2	71.2
3	知らない土地の人との出会い	126	68.5	68.5
4	知らない土地の食べ物を食べる	116	63.0	63.0
7	旅人同士の出会い	109	59.2	59.2
8	自由気ままに毎日過ごすこと	72	39.1	39.1
9	冒険	55	29.9	29.9
10	自己発見や自分のアイデンティティ探	50	27.2	27.2
5	知らない土地で売っている物を買うこと	39	21.2	21.2
13	よい写真が撮れること	33	17.9	17.9
14	なんでも安価なこと	27	14.7	14.7
11	同行者との仲が深まること	21	11.4	11.4
12	日本にいるよりほま	13	7.1	7.1
6	性的な経験	12	6.5	6.5
15	その他	8	4.3	4.3
	不明	0	0.0	
	サンプル数 (96%)	184	100.0	184

旅の楽しみを複数回答で聞いたものが表5である。旅行先での新しい発見に関するものが上位を占めている。特に、「知らない土地の人の生活にふれること」や「知らない土地の人との出会い」については、他の旅行形態に比べて、バックパッキングの有利な点であり、またそれによって〈自己変容〉または〈他者性〉の経験につながる事柄である。これらに楽しさを求めていることは、バックパッカーが旅に〈実存的〉なものを求めていることの証である。しかし実施には、後述するように、「言葉」の問題が障害になりそれを実践することは簡単ではない。また、旅人同士の出会いも約60%と多いのも、日本にいる時とは違う「役割」を旅のなかで演じることを好む（〈飛び地〉における旅行者同士の人間関係を欲する）バックパッカーの特徴である。この質問項目の回答パターンを分類するために数量化三類による分析を行った。その結果最も説明力のある分類軸が下の図8とおりである。

(図8)



(固有値0.1910 寄与率 13.76% 相関係数0.4370)

図8では、上に行くほど訪問地に興味を持たない自己志向であり、下に行くほど、訪問地志向である。

(表6)

集計(1)

	件数	平均値	性別	
			男性	女性
サンプルスコア 1軸40	184	-0.18	-0.11	-0.47

自己志向を+、訪問地志向を-とする第1軸のサンプル得点の平均を見ると男性よりも女性の方が訪問地志向であることが分かる。

(表7)

集計(1)

	件数	平均値	職業2の項目				
			学生	正規雇用者	非正規雇用者	無職	その他
サンプルスコア 1軸40	184	-0.18	-0.14	-0.29	0.07	-0.29	0.13

学生よりも正規雇用者、無職のバックパッカーの方が訪問地志向である(非正規雇用者はサンプル数が10と少なくデータとしての信頼度は低い)。

また、自由回答において旅先で感動したことを聞いたところ、「貧しい生活の中でも、生き生きとし生活をしている民族の人との出会い。」(正規社員 25歳)男性現地の住民との出会い(31サンプル)や、「道に迷っているときに、米国人&日本人が助けてくれた。どの国にも親切な人はいるが、人に対して優しく接することができる人には感動するし、今回もグツときた。」(大学生 21 女性)といったような、バックパッカー同士の出会い(21サンプル)に関するものが多かった。バックパッカーにとって人との出会いが最も感動につながる経験であることが分かる。

⑧ 旅行情報入手手段(表8)

現在の訪問国の観光情報は
どこで知りましたか(1つだけ回答)

上段:度数 下段:%		現在の訪問国の観光情報はどこで知りましたか(1つだけ回答)						
		合計	インター ネット	テレビ	口コミ	ガイドブ ック	雑誌	ガイドブ ック以外 の旅行本
職業2の 項目	合計	173 100.0	28 16.2	3 1.7	45 26.0	89 51.4	2 1.2	6 3.5
	学生	90 100.0	8 8.9	1 1.1	25 27.8	51 56.7	1 1.1	4 4.4
	正規雇用者	32 100.0	10 31.3	1 3.1	6 18.8	14 43.8	-	1 3.1
	非正規雇用者	8 100.0	2 25.0	-	2 25.0	4 50.0	-	-
	無職	38 100.0	8 21.1	1 2.6	11 28.9	16 42.1	1 2.6	1 2.6
	その他	5 100.0	-	-	1 20.0	4 80.0	-	-

(表9)

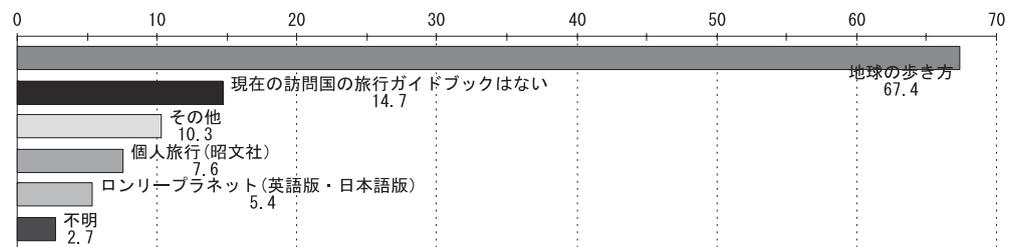
現在の訪問国の観光情報は
どこで知りましたか(1つだけ回答)

上段:度数 下段:%		現在の訪問国の観光情報はどこで知りましたか(1つだけ回答)						
		合計	インター ネット	テレビ	口コミ	ガイドブ ック	雑誌	ガイドブ ック以外 の旅行本
性別	合計	173 100.0	28 16.2	3 1.7	45 26.0	89 51.4	2 1.2	6 3.5
	男性	136 100.0	22 16.2	3 2.2	39 28.7	66 48.5	2 1.5	4 2.9
	女性	37 100.0	6 16.2	-	6 16.2	23 62.2	-	2 5.4

訪問地における観光情報の情報源で最も多いのはガイドブックである。口コミを除けば、次がインターネットなのであるが、社会人の利用は多いのであるが、学生はインターネット情報をあまり持たないことが分かる。また、男性よりも女性の方がガイドブック情報に依然する傾向がある。

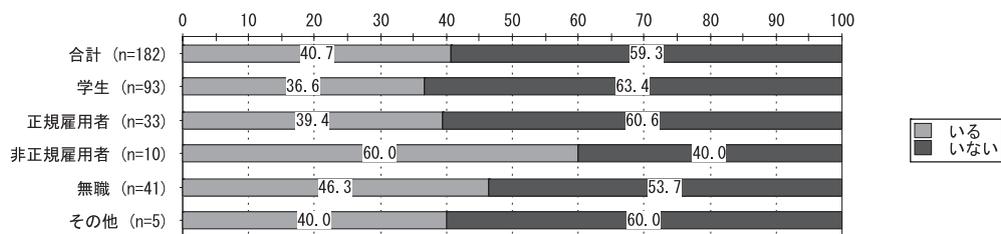
⑨ ガイドブック(ランキング集計)(図9)

あなたのもっている現在の訪問国に関するガイドブックをお答え下さい(いくつでも) n = 184



バックパッカーのガイドブックは圧倒的に「地球の歩き方」が多い。

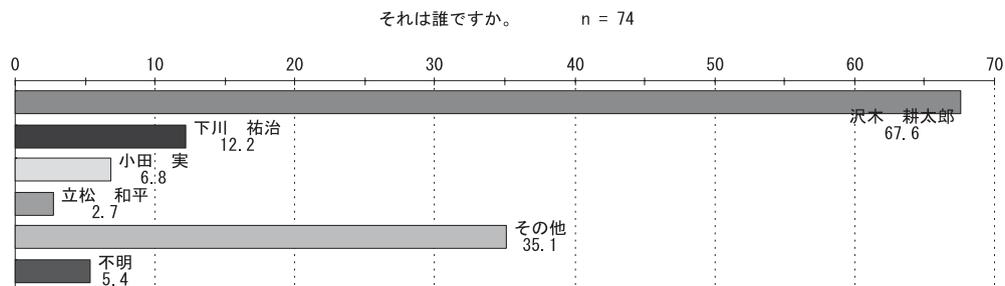
⑩ 旅行作家からの影響 (図 10)



あなたには影響を受けた旅行作家がいますか。 × 職業 2 の項目

前述したように、80年代後半から90年代に起こったことは、旅行作家をとおしてのバックパッキングのイメージ化である。現代でも、旅行作家に影響を受けてバックパッキングを始める若者は多いことが、上のグラフから分かる。

⑪ 影響を受けた旅行作家 (旅行作家に影響を受けた者のみの限定質問) (図 11)



(ランキング集計)

影響を受けた旅行作家のナンバー・ワンは沢木耕太郎である。本だけではなくテレビ化されたことも知名度をあげた原因と思われる。

⑫ 旅の苦労

「今回の旅で最も困ったこと」を自由回答で聞いたところ (三回目の調査のみの質問項目なので件数は示さない) 言葉に関することが41サンプルと圧倒的に多かった。言葉に関する苦労には二種類あり、「英語があまりしゃべれなかったので、鉄道のチケットを購入する際に困りました。」(25歳 男性 正規会社員 旅行期間 1週間未満)といったように英語が苦手であることと、「中国で英語が使えなかったこと」(22歳 男性 大学生 旅行期間 2週間～3週間未満) いうように、英語以外の現地語が分からないことである。

言語の次に多いのが「ベトナムでホテルスタッフにトラベラーズチェックを盗まれた」(25歳 男性 アルバイト・パート 旅行期間 6ヶ月～1年未満) といったような、盗難被害やぼったくりにあったということが12サンプルあった。健康上の問題も同様に12サンプルと多く、中にはデング熱にかかった学生もいた。

総じて言えば、バックパッキングはまだやはり危険が伴うものであるようだ。

⑬ バック旅行をどう見るか

バックパッカー自身がバックパッキングをどのように価値づけているのか知るために、自由回答で「パッ

ク旅行」をどう考えるか聞いた。「選択肢の一つとして良いと思う。時間がなく効率よく旅行するためや、海外に不安を持っていて、誰かに頼りたい人などは、バック旅行が都合良いのだと思う。」(28歳 男性 無職 旅行期間1年以上)「別にいいと思う。年を取ったらこんな重い荷物背負って旅したくない。」(22歳 男性 大学生 旅行期間6ヶ月～1年未満)「バック旅行も楽しそうだと思います。(23歳 男性 大学生 旅行期間1ヶ月～6ヶ月未満)「いいと思う。時間も有効に使えるし、安心感もある。バックパッカーも観光客には変わらないと思う。」(26歳 男性 無職 旅行期間3週間～1ヶ月未満)といったように、バックパッカーの旅のあり方を絶対視しているわけではなく、バック旅行も選択肢の一つとして意識されている回答が、回答全体の3分の2程度あった。

しかしながら、ただ観光地を通り過ぎるだけのバック旅行ではできない、訪問地の生活や文化に深く触れる、あるいはそこで人間関係をもととするような〈実存経験〉を追求しているバックパッカーも多いのである。「ただ高級リゾートにだけ滞在している人は、現地の人々の生活等をあまり知ることができないので、もったいないと思います。」(32歳 男性 正規会社員 旅行期間1週間～2週間未満)「楽しくないと思う。行きたいところに自分の力で苦労して行くからこそ価値があるのだと思う。」(25歳 男性 大学生 旅行期間2週間～3週間未満)「バック旅行もいいと思いますが、バックパックの方が現地の人だけでなく、旅行者同士ともふれあうことができるので、バックパックにしかない魅力もあると思います。」(21歳 男性 大学生 旅行期間2週間～3週間未満)「せっかく違う国に来て、驚きや発見がたくさんあるのに、その機会を減らしているようで、もったいない気がします。」(37歳 女性 アルバイト・パート 旅行期間1週間～2週間未満)このように、「人との出会い」「驚きと発見」といった、〈自己変容〉につながる実存的経験にこだわっている意見も三分の一程度あった。

(3) 結論、

この調査で明らかになった現在のバックパッカーの特徴は以下のことである。バックパッカーには学生バックパッカー、社会人バックパッカー、無職のバックパッカーと大きく分けて三種類がある。どのグループも、首都圏在住の若者が多い。旅行期間は、無職、社会人、学生の順で長い。共にリピーター率は高いが、学生の頃からのバックパッカー経験を、就職後も引き継いでいると思われる社会人バックパッカー、社会人をやめて長い旅を決心した無職のバックパッカーは、特に経験回数が多い。また、社会人バックパッカーや無職のバックパッカーは、訪問地のことを深く知ろうとする傾向が学生よりも強く、〈実存的〉な旅行経験を求めていることが分かる。また、男性バックパッカーよりも女性バックパッカーの方が、訪問地のことに興味を持つ傾向があるが、その情報はガイドブックから得ようとする傾向もある。

バックパッカーが求める〈実存的〉経験の中身はもちろん訪問地の文化や生活が大きいのであるが、彼らはまた訪問地の住民やバックパッカー同士の人間的な交流を求め、実践していて、それらが最も感動を生むような〈他者性〉を持つものであることが分かる。また、この〈実存的〉経験のイメージの多くは旅行作家から、あるいはガイドブックから得られていることが考えられるが、彼らはこのような表象に枠づけられながらも、特に、人間との出会いや、生活に触れることにより、〈自己変容〉の経験もしているのではないだろうか。バックパッカーがよく口にする、「発見」「驚き」という形で、旅の経験を自分独自の枠組みで意味づけようとしていると思われる。

8 まとめ

コーエンの旅行者の役割理論によれば、旅行者の経験には、自己変容の度合いが浅いものから深いものまで、「気晴らしモード」「リクリエーション・モード」「経験モード」「体験モード」「実存モード」といった5つのモードがあるという[Cohen, 1974]。このことには、旅行者の категорияが多様であることは

かりでなく、一人の旅行者もいくつかのモードを持つということも含んでいる [Cohen, 2003]。そして、さまざまな旅行経験のなかでも、バックパッカーのそれは、最も旅に「実存的」なものを求めていると言える。バックパッカーが誕生した60年代、70年代には、まさにそうであったのかも知れない。ブーアスティンの観光客批判にあるように、システム化された観光には、〈非日常性〉や〈他者性〉を経験するモードが希薄である。

システム化され「発見」がなくなった観光に代わって、旅に〈他者性〉を回復することこそヒッピー系バックパッカーが求めたものであった。初期のバックパッカーは、旅のなかで〈他者〉にふれることにより〈自己変容〉を経験し、また、訪問地での生活のなかに〈他者性〉を求めていた。そしてまた、既存のまなざしを超え出る「発見」とおして、既存の「枠組み」を壊そうとしていた。こういった〈実存的〉な古層をバックパッキングはいまだに持っているのである。

しかしながら、そのような古層の上には、消費社会の新しい層が覆い被さる。消費的「体験」の特徴は、ジェット・コースター体験やテーマパーク体験がそうであるように、まさに〈自己変容〉を伴わない〈消費〉としての〈非日常〉体験なのである。現在のバックパッキングの重要な要素である〈ゲーム〉としての旅の経験も、同様に〈自己変容〉を伴うものではない。バックパッキングには、〈自律的〉〈実存的〉経験の古層も依然存在しているとはいえ、商業的サービスに依存しない実践には、それなりの体力や旅行の知識や語学力、そして何よりも時間が必要である。特にアジアにおいては、格安航空会社、インターネットで予約できる格安ホテル、バスシステム等、バックパッキング産業も次第に増殖してきている。バックパッカーとはいえ、全てではないが、ある部分は商業的サービスに依存しているし、インターネット予約システムが進むにつれ、今後その部分も拡大することが予想される。

われわれの行った調査からはバックパッカーが〈自己変革〉を伴うような経験を求めながら、単なる「貧乏旅行」ゲームとしてバックパッキングを楽しんでいる様子も垣間見える。現代のバックパッキングはこれら2つの要素の混合系とも言える。すなわち、観光の道具を利用しながら〈実存的経験〉もする。反対にその土地でしかできない、あるいは人格的な「出会い」でしか感じるできない〈実存的経験〉もしながら、ガイドブックをそのままなぞるような「観光」もする。現在のバックパッキングは、パラドキシカルな混合的経験なのである。

システム化した現代社会の〈飛び地enclave〉(シュッツ)バックパッキングはいまだにそういう性格を持っている。〈飛び地〉がポスト・モダンの消費の〈ゲーム〉の場となるか、〈他者性〉が息づく場となるのか、今後のバックパッカー実践の創造性にかかっている。

〈註〉

¹ 英国の貴族社会では子弟を国際的に通用するジェントルマンに仕立て上げようと、1, 2年から5, 6年かけて、家庭教師、召使い付きで遊学旅行させることが広く行われた¹ [本城靖久, 1994: 15-17]。この習慣は貴族の子弟が貴族として通用するようにするための学びの場でもあり、大人になるための「通過儀礼」でもあった。この貴族の子弟の放蕩旅行とバックパッカー・ツーリズムの貧乏旅行との落差はあまりにも大きいのであるが、長期の旅が一つの「通過儀礼」として受け入れられていたという点においては共通点がある。実際、グランド・ツアーのまねごととは18世紀後半には、一般の若者にまで広まっており、たとえそれが「貧乏旅行」であっても、むしろそうであればこそ、人間的成長のための「通過儀礼」として民衆の間に受け入れられていったと考えられる [本城1994: 294-285]

- ² コーエンは、バックパッカーのモデルはdrifterにあり、またdrifterのモデルはtrampにあると言う。
- ³ 例えば、映画『イージー・ライダー』がそのなかの一つである。
- ⁴ 1970年代の学生時代、筆者も含めて旅好きの仲間は、アメリカの自由旅行に憧れていたのを覚えている。そのころの国内旅行ブームもその延長線上にあったのではないか。
- ⁵ 「an・an」(1970年～)は、フランスのファッション「elle」と提携して創刊された雑誌でありヨーロッパ志向だった。一方「non・no」(1971年～)の旅行記事に関する戦略もエキゾチックな消費志向だったので、ヒッピーカルチャーを志向するようなものではなかった[難波2007:184]
- ⁶ 帯広近くの国鉄広尾線(現在は廃線)の幸福駅がテレビ番組で放映されると、愛国駅から幸福駅への切符を求める観光客が駅に押しかけた。
- ⁷ 筆者がこれを確認している。
- ⁸ 礼文島のコース等、名物コースホステルが数多くあった(礼文島ではコースのスタッフが屋根に登って出迎える儀式があった)。このような濃厚な人間関係が、後の若者たちのコースホステル離れを引き起こす原因ともなるのだが。
- ⁹ 社会教育の施設として出発したコースホステルはこのころから観光産業化していくのだが、まだそうではない「ボランティア的」部分を残していた。実際、ペアレント(支配人)以外のスタッフはボランティアであることが多かった。
- ¹⁰ 例えば、大卒新入社員の初任給の平均が約2万円であった1968年のハワイまでの往復運賃は団体割引を適用しても35万円だった。
- ¹¹ 格安航空券の内外価格差を利用した販売方法の草分けは後藤民雄氏であろう。彼もまた、海外放浪(ヨーロッパにてホテルのウェーター等をしていた)後、旅行代理店を起業している。沢田氏とは違い彼の場合は、産業外部の領域をスマートにサービス化し内部化したというよりは、産業外部をそのまま残したビジネスを挑み(自律した旅行者の立場に立っているのだが、サービス・ビジネスとしては問題があった)それが結果的に業界との衝突を生むことになったのではなからうか。
- ¹² 格安航空券専門代理店が急増した背景には、旅行代理店出店や航空券販売、価格設定の規制緩和や、IATAの影響力低下などもあったことも見逃せない。
- ¹³ 現在でも各シリーズの巻末には投稿用紙がついているが、コラム以外には投稿者の名前があるものはほとんどない。
- ¹⁴ 筆者も時々旅行情報を投稿していた。
- ¹⁵ 『ロンリープラネットlonelyplanet』は一九七〇年後半に最初のシリーズ(東南アジア版)が刊行され、現在では600タイトルを超えている(日本語版も出ている)。
- ¹⁶ 筆者は80年代まで香港で成田経由一年オープンの格安航空券を買っていたので、いつでも東京でストップオーバーしている状態であった。価格は日本で買う半額くらいであった(しかも、航空券の冊子の最後には香港までの切符がついていた)。
- ¹⁷ この他にバックパッカーが増加したことの要因に円高がある。1985年のブラザ合意後の円高は特に、国内旅行よりも海外旅行の方が経済的だという状況を作っていた。
- ¹⁸ 1991年バブルの崩壊があったにもかかわらず、海外旅行客数は80年から95年まで一直線に増加している。
- ¹⁹ この当時はまだ女性のバックパッカーは少なく、比較的優等生風の女性が多かったようである。
- ²⁰ 旅行代理店へのインタビューによる。
- ²¹ しかし、沢木耕太郎はあくまでも活字メディアの作家であり、テレビドラマ化した『深夜特急』を見たバックパッキング愛好者はオリジナルの著作の方にも目を通しているのではないか。

²² 『幸田証生さんはなぜ殺されたのか』(新潮社、2005年)、『日本を降りる若者たち』(講談社、2007)は優れたバックパッカー論である。

²³ 映像では ヒッチハイクで陸伝いに香港からロンドンまで行ったことになっていたのであるが、実際には途中で飛行機を使ったことが後で露呈し、「やらせ」として問題になった。

²⁴ この番組にも「やらせ」説が蔓延しているが、ここにおいても、そのことがかえって番組のゲーム的面白さを膨らませている。

²⁵ 新井が呼ぶ「ポスト・バックパッカー」とは、例えば、キャミソールに厚底サンダルといったスタイルでカオサンに来といったような、「貧乏ゲーム」さえしなくなったバックパッカー、「旅スタイルのパッチワーカー」である。「あいのり」のメンバーのスタイルはこれに近い。

²⁶ 新井は「古い」バックパッカーを、旅こそ人生と悟り発見とコミュニケーションを重視するピュアー・バックパッカーと、一地点に長期間「沈没」(そこから移動しなくなる)するディープ・バックパッカーに分けている。

〈参考文献〉

Cohen Erik. (2003) Backpacking: Diversity and Change. *Tourism and Cultural Change* Vol. 1, No. 2.

——— (1974) Who is a Tourist? *Sociological Review*, 22(4), 527-552.

アーリ、ジョン. (1990=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) 法政大学出版局.

新井克弥. (2000). 『バックパッカーズタウン・カオサン探検』. 双葉社.

——— (2001). 「メディア消費化する海外旅行」『非日常を生み出す文化装置』(嶋根克己、藤村正之 編著). 北樹出版 (pp111-127)

難波功士. (2007). 『族の系譜学—ユースサブカルチャーズの戦後史』. 青弓社.

本城靖久. (1994). 『グランド・ツアー—英国貴族の放蕩修学旅行』. 中央公論社.