

現代日本橋の表象分析

— 空の都 —

楠 田 恵 美

0. はじめに

2014年9月に東京ビッグサイトにおいて公益社団法人日本観光振興協会（日観振）と一般社団法人日本旅行業界（JATA）の共同主催で、旅の祭典「ツーリズム EXPO ジャパン」が開催された。このイベントは、昨年まで同主催者らが個別に開催していた国内観光博覧会「旅フェア日本」（日観振）と海外旅行を中心とする観光博覧会「JATA 旅博」（JATA）を統合し、かつ国土交通省観光庁日本政府観光局（JNTO）主催の「VISIT JAPAN トラベルマート（VJTM）2014」および「VISIT JAPAN MICE マート（VJMM）2014」を同時開催することで、国内外最大規模の旅の総合イベントとなった。開催報告書によると、この行事への出展者数は全国47都道府県と151カ国・地域から1129の企業・団体であり、15万7千を超える人々が来場したとされる。

国は、2007年1月施行の観光立国推進基本法に基づき、2012年3に「観光立国推進基本計画」を閣議決定した。5カ年計画で、日本人観光旅行者数と訪日外国旅行者数を増加させ、それに並行して国内での旅行消費額、国際会議の開催件数、国内観光旅行による宿泊日数、旅行者満足度を向上させる目標を具体的な数値とともに掲げている。長期的には2020年初めまでに訪日外国人旅行者数を25,000万人（2010年実績：861万人）とすることを目標しての計画である。

観光立国推進基本計画を皮切りに、また2020年に東京で開催されることが決まった夏季オリンピックの力も借り、計画に掲げられた目標の達成を目指した各種の事業が産官を中心に今後ますます推進されていくことが予想される。こうした動向を生み出す前提には、この半世紀前後の間に生じてきた観光にまつわる社会の変容が大きなウエイトを占めているといえる。これを受け、この計画の元にある2007年の法改正が、1963年に制定された（旧）「観光基本法」の改正として実行されたことから明らかなように、地域活性化や雇用機会の増大等、経済波及効果をもたらすと期待されることから、観光が、国の成長戦略の一つに位置づけられたのである。

本稿の関心も、この半世紀前後の間に特に世界規模での観光が先進国を中心に各国で行われるようになったということにある。この国際社会的な潮流を踏まえ、

世界規模での観光の広がりにより、世界の都市はいったいどのように変容しようとしているのだろうか。特に、世界規模での観光の流通や経験の機会が世界的に増えるに従って、世界の都市ではどのように従来とは異なる時間や空間が生成されてくるのだろうか。本稿ではこうした世界規模での観光の流通や経験とそれが派生させる時間や空間のあり方、それに関する人々の認識のあり方について都市の表象を手掛かりに明らかにしたい。

1. 橋の変容

はじめに、冒頭に触れた「ツーリズム EXPO ジャパン」のイベント広報に用いられたキービジュアル（図1）を見てみたい。歌川広重作「東海道五十三次」の連作の第一画「日本橋 朝之景」を現代風にアレンジしたものである。主催者は、このキービジュアルについて、「世界的に有名な日本の浮世絵をモチーフに、国内、訪日、海外旅行の三位一体感を描写表現、浮世絵を使うことで、日本独自のクリエイティブとして広告展開し」たこと、このモチーフから「新しい旅への期待感と高揚感を表現し、新生イベントとしての「ツーリズム EXPO ジャパン」への積極的な来場を促すデザインとし」たと説明している〔ツーリズム EXPO ジャパン推進室〕。

もちろん、浮世絵は旅の風景画であり、このキービジュアルのように見る者を旅に誘発しようとする直接的な目的を持たされてはいない。しかし、本稿にとって興味深いのは、この二枚のメディアの性質の違い以前に、双方に描かれた旅のスタイルに明らかな隔たりがあるということだ。



図 1

キービジュアルの日本橋の絵が、紙吹雪の舞い散るセンセーショナルな雰囲気を漂わせているのとは対照的に、オリジナルの広重の日本橋（図2）に描かれているのは、早朝の静けさのなかを出発したばかりの大名行列の姿であり、長い旅路の第一歩をまさに今踏み出した一行を凜とした空気が包み込んでいる様子である。一方で、大名行列の手前には、日本橋魚河岸で仕入れた魚をこれから市中で売り歩こうとする棒手振や野良犬の姿が見受けられる。一日の始まりの風景のなかに日常生活の始まりと旅の始まりの風景が共存するところに、時間と空間の起点として描かれた日本橋を見て取ることができる。

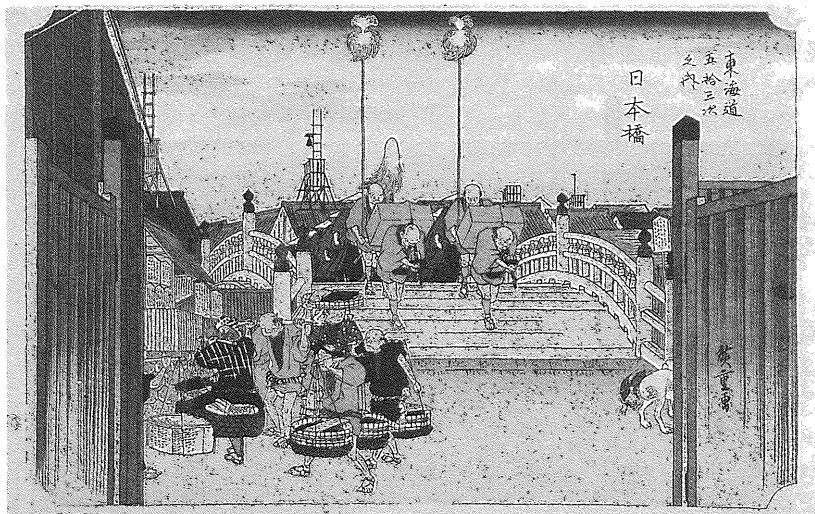


図2

南方に進む大名行列が背にする方角のはるか遠くに小さく見える山は、筑波山である。それに対してキービジュアルの日本橋図の背後には、方角的には見えないはずの富士山をバックに、クレムリン宮殿、マーライオン、ピラミッドとスフィンクス、自由の女神、ピサの斜塔、サクラダファミリア、オペラハウス、上海の東方テレビタワーが並んで描き込まれている。また、橋上と橋詰には、相互に関心を払っていないように見える各国からの（各国への）観光客らがそれぞればらばらに観光を楽しむ様子と、彼女らに混じって、オレンジの僧衣をきた僧侶の走る姿や行進する衛兵の姿も見受けられる。この日本橋図に描かれた風景は、世界の著名な観光地のどこにでもありうる観光の風景であり、見る主体と見られる対象とが入り混じった風景だ。しかも複数の出発地と目的地が一堂に会している。そして上空にはこうした世界規模での観光を可能にする交通手段である飛行機の飛び立つ様が大きく描かれている。それは、地上に沿ってつなげられ、張り

巡らせられた陸路を一飛びに超え「空」路によりつながれた世界を表している。空の旅では、出発地から目的地までの旅路が飛行機の機内で過ごされる時間にとって代わり、消え去ってしまうのだ。

かつて、地の果てと果てとをつなぐという意味で、街道の起点と終点を兼ね、水路と陸路の交差点という意味で、都市の基点（中心）として集中と拡散を担うランドマークであった橋の想像力を引き継ぎながらも、現代では、そこに空路との交差とが加わり、より広い世界と結ばれた日本橋の姿をこのキービジュアルから確認することができる。それは、水、陸、空のハイブリッドな交通が織り成す都市の想像領域である。

この水、陸、空のハイブリッドな都市の想像領域を体現する橋が、2012年、観光立国推進基本計画の出された年である2012年に架橋された東京ゲートブリッジである（図3）。

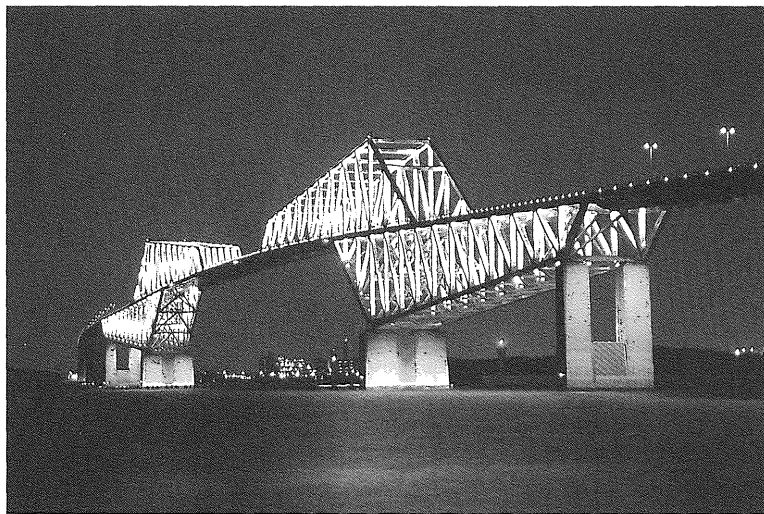


図 3

東京ゲートブリッジは、東京湾臨海道路の一部として、東京湾に浮かぶ中央防波堤外堀埋め立て地と江東区・若洲とを結ぶ全長約8kmの橋である。中央部を除き、橋の上下にジグザグ状のトラスが設けられたユニークな形をしている。その姿は二頭の恐竜の向き合う様子を彷彿とさせることから、恐竜橋とも呼ばれている。東京ゲートブリッジがこのような形に設計されたのは、ロンドンのシンボルの一つであるタワーブリッジが建設された際に、橋下を通過する船の通航を妨げないように跳ね上げ式の構造がとられたのと同じで、この東京ゲートブリッジもその下を通過する船舶のために桁下の高さを確保したものである。東京ゲートブリッジの場合には、さらに近隣の羽田空港発着の航空機の空域に位置することか

らに、上空に高さ制限が加えられたことから上部に伸びるアーチやトラスも割愛された。

下の地図（図4）を見ても明らかなように、この橋は東京の都市の外縁部に位置するため、この橋を渡るという経験を東京の都市の経験として受け止める人の数はほとんど限られている。それだけでなく、塔のように日常的に都市の視線を一点に集め、拡散することもない。だから、現時点での東京ゲートブリッジは、東京のシンボルという点ではスカイツリーやレインボーブリッジに比べると認知度が低いのではないだろうか。

しかし、東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会が現在発表している開催計画概要によると、2020年に開催されるオリンピック・パラリンピックの各競技会場は、晴海ふ頭に置かれる選手村を中心として半径8km圏内に設けられる予定とされている。そして、山の手に位置する競技場はヘリテッジゾーン、東京湾沿岸に位置する競技場は東京ベイゾーンと名付けられている（図4）。



図4

この東京ベイゾーンの重点的な開発により、今後東京ゲートブリッジに人々の視線が向けられる機会が増え、それにより羽田空港とセットで空の都・東京の観念としてのゲートや都市のアイコンの一つとしてみなされることになるかもしれない。

現在の東京ゲートブリッジや羽田空港、成田空港は、東京への空のゲートではありながらも、東京の都市の内部のイメージや経験からは切り離されて理解されている。そういう意味では、空の交通による都市への接続において、両空港は、都市にアプローチするためのゲートとして重要な位置取りを担う一方で、現時点では私たちが意識する東京の経験の外側に位置するのである。同様に都市の範囲や陸上交通網を拡張しつつ、さらには都市の外側と内側の結界を担う東京ゲートブリッジは、空や海を介して可能となる都市から都市への移動のシンボルとして計画設置されている以上、いずれその橋や羽田空港を中心に都市がイメージされる時代が来るかもしれない。かつて、都市のターミナルが橋から駅に移行したのと同じように。

2. 空港と航空の時間と空間

では、空の交通により都市から都市への接続を担う空港と航空は、どのような時間と空間を編成しているのだろうか。空港という空間をユーザーの観点から見ると、飛行機に乗るのに必要な手続きを入口から搭乗までの間に順々に進んで行く一本道である。この動線は、直感的に判別可能な記号や多言語表記の標識案内により、極めて効率的に結ばれている。これは、飛行機が到着し、降機してから空港を出るまでの道のりにおいても同様である。しかし、搭乗時間に前もって到着しておく必要がある出発空港では、このように効率的に結ばれた一本道は、実際には時間消費型の空間として経験されることが多い。通路に沿って並ぶ土産屋やブランドショップ、食品や日用雑貨、衣料品などの量販店、あるいはレストランや喫茶店、ラウンジなどの待機スペースで搭乗までの時間を調整するためだ。反対に到着空港ではそのような時間の制約が基本的にはないため、空港の外の最終目的地を目指して、空港は待機空間というよりも通過空間として経験される。すなわち往復旅行を例に考えると、行きと帰りの出発空港が待機の時間と空間として経験されることになる。出発空港においてその空港の位置する都市の終わりが味わわれ、到着空港では、その空港の位置する都市の始まりが味わわれるとすれば、空港では都市の始まりの感覚よりも、都市の終わりの感覚に費やされる時間の方が長いといえるかもしれない。特に、旅の出発地の空港でよりも旅の目的地の空港での方がそうした終わりの感覚が整合的に意識されることになるであろう。あるいは、出発空港においてはその都市の最後の時間を空港で過ごしつつ、到着都市である目的地に意志を向けるのではないだろうか。しかしその一方で空港で待機するのは、大きな荷物を預け、パスポートコントロールとセキュリティー

チェックを済ませた軽微な出で立ちの個々の身体が集まりである。飛行機を待つことのほかに共通項をもたない身体を集合を受け止めるのはその都市の出入り口（＝ゲート）であり、かつ航空機での飛行を挟んで都市と都市とを結ぶ橋（＝ブリッジ）である空港である。空港は、ある都市の端であり、ある都市とある都市との中位点でもある。それは、別の空港を彼岸として、地理的に遠く離れた都市と都市とを飛行機を介して結ぶイマジナリーな橋となる。この空を介した連結のイメージが空間的に可視化された姿を、前節で述べた2012年に架橋された東京ゲートブリッジに見ることができる。それは確かに都市の端に位置するが、その場所にいることもその場所自体も依るすべを持たない中空の（居）場所なのである。

我々の身体が中空に浮かぶことになる搭乗後の飛行機の機内は、原則として目的地まで乗務員と乗客が入れ替わることのない、一つの閉鎖空間となる。そして、乗客は各人の指定座席で飛行時間を過ごす。窓側席の乗客は移動中の機外の景色を眺めることもできるが、ほとんどの乗客の飛行時間の基本姿勢は前方方向を向いて椅子に腰かけるスタイルである。それは、一見すると小さな劇場のような座席配置である。しかし前方に舞台やスクリーンがない代わりに、個別に小さなスクリーンが設置されているため、あくまでもそれぞれの乗客は必要以上に他の乗客との一体感を感じさせられるような共同行為からは免れている。むしろ、具体的には、機内サービスとして提供される食事、視聴覚メディア、機内販売等を受容したり、各自で持ち込んだ本や雑誌を読んだり、PCで作業したり、音楽プレイヤーで音楽を聴いたり、ゲームをしたり、あるいは睡眠を取ったり、ぼんやりししたりして過ごしながら各自、退屈で窮屈な機内での移動時間を紛らわす工夫がなされる。

このように、現在では多角的な機内エンターテインメントサービスが導入されるなかで、最も早いエンターテインメントとして備えられたのが、機内誌であろう。機内誌の役割は退屈で窮屈な機内での移動時間を紛らわしつつ、さらには、そういった退屈で窮屈な機内で過ごすひと時も含めた空の旅に対する期待や高揚を促す情報やメッセージを発信することにあると言えるだろう。現在も続く機内誌の中で最も古いのは1966年に発行されたKLMオランダ航空の『Holland Herald』であると言われているが、現在ではほとんどの航空会社が独自の機内誌を月単位で発行している。最近ではオンラインでの購読が可能な媒体も多く、店頭で販売されるまでなくとも、機内以外での購読も可能である。機内誌は、飛行機会社が飛行機の乗客に向けて提供する、機内での読み物であるという、その明確な機能とターゲットにより独自の発展を遂げたメディアである。よってその内容は、退屈を紛らわし、かつ飛行機の利用促進につながるものとなる必要がある。つまり、機内誌が機内誌として成立するには、単に退屈を紛らわせるための読み物であるだけでは不十分で、飛行機を使った旅やそれに付随するものごとを読者の好奇心や欲望に訴えかけるような広告としての性質をもつことが求められる。

3. 機内誌の時間と空間

それでは、以下では、機内で過ごす時間に変換された旅路を埋め合わせるツールの一つとして機内で提供されてきた各航空会社の機内誌が、いったいどのような飛行機旅行の世界観を提示するのかを概観してみたい。

次の表に掲げるのは、主要な航空会社の機内誌20誌である。これをさらにタイトル別に分類すると表2のように整理することができる。すなわち、～Magazine や～Herald と名付けられた雑誌メディアとしてのタイトル。次に、国家名やその国家で使用される挨拶言語を用いた主体的なタイトル。そして空や翼、地球をイメージさせる空間的なタイトル。さらに、出発や寄港（escala=stop over, port of call）、途中（on the/one's way）、といった移動を表わす時間的・空間的なタイトル。そして残りの二誌のように神話上の英雄の名前や色などの抽象的なタイトルをもつものに分類される。

表 1

航空会社	機内誌名
アエロメヒコ航空	escala
アメリカン航空	American Way
アリタリア - イタリア航空	Ulisse
エア・カナダ	enRoute
エールフランス	Air France Magazine
エミレーツ航空	Open Skies
ガルダ・インドネシア航空	Colours
カンタス航空	QANTAS The Australian Way
KLM オランダ航空	Holland Herald
スカンジナビア航空	Scandinavian traveler
全日本空輸	Wingspan
タイ国際航空	Sawasdee
大韓航空	Morning Calm
中国南方航空	NiHao / Gateway
デルタ航空	Sky Magazine
日本航空	Skyward
ブリティッシュ・エアウェイズ	High Life
ベトナム航空	Heritage
ユナイテッド航空	Hemispheres
ルフトハンザドイツ航空	Lufthansa Magazin

表 2

分類	機内誌名
雑誌	Air France Magazine
	Lufthansa Magazin
	Holland Herald
主体的	American Way
	QANTAS The Australian Way
	Scandinavian traveler
	NiHao/Gateway
	Sawasdee
空間的	Sky Magazine
	Skyward
	Open Skies
	Wingspan
	High Life
	Hemispheres
時間的	Morning Calm
空間・時間的	Escala
	enRoute
	Heritage
抽象的	Ulisse
	Colours

さらに一例としてエールフランスの機内誌である『Air France Magazine』の構成を見ると、各号により若干の違いがあるものの、基本軸としては、四部構成「Ici & ailleurs (= Here and there)」、 「Boussoles (= Compass)」、 「Correspondances (= Transshipment)」、 「Air France News」で成り立っており、空の旅の指針となるような内容と構成がとられていることがわかる。

詳しく見ていくと、Here and there では、音楽や本、経済などの時事的な話題や情報が書かれている。Compass では、前半に人の特集、後半にモノの特集が組まれている。前半の人の特集では、各号で4人のデザイナーやアーティスト、ファッション業界の従事者らが登場する。まず一人目の生い立ちを紹介するページ（「Point of Departure」）があり、次に二人目の旅の目的や好きな行き先、旅行時の携帯品を紹介するページがある（「Traveling with…」）。続く残りの二人のページでは、フランス国内で開催中の展覧会やライブ・コンサートイベント等の出演者や演奏者、開催者である彼女らへのインタビューが掲載されている。

(「She & he (の複数形)」)。後半のモノの特集では、セレクトショップによるピックアップアイテムの紹介(「Around the world」)、インテリアや腕時計、万年筆などの紹介(「Styles」や「What's hot」)、そして時代を遡り、過去のファッションやモードを紐解くページや、開催中の回顧展の情報(「Cross-currents」)が掲載されている。次のTransshipmentでは、そこに旅する10つの理由、小説風、自由帳という異なる三つのスタイルでそれぞれ三つの目的地が紹介され、さらに知られざる場所や味覚についてのコーナーが続く。そして最後のAir France Newsはタイトルの通り、エールフランス社の事業史や社会貢献活動の報告、企業ニュースなどの通信欄である。

次に、大韓航空の機内誌『Morning Calm』を見てみると、エールフランス社の機内誌と同様に空の旅の指針となるような内容と構成が取られていることがわかるが、同誌の場合には、紙面で紹介される各地域への大韓航空を使った行き方が載せられるなど、より具体的な旅の指針や提案が出されている。構成は三部(TRAVEL, CULTURE, LIFESTYLE)から成り、末尾には、大韓航空のニュースや機材・空港情報などを発信するページも含まれている。また、本文の三部を束ねるようにして、AT DAWNとAT SUNSETというタイトルのつけられた写真に詩が添えられたページがある。タイトルの通りAT DAWNでは夜明けの風景写真、AT SUNSETでは日没の風景写真が見開きで掲載されているが、それらの写真が地球上のどこの風景なのかは明らかにされていない。世界のどこかにあるはずとされる夜明けと日没の風景とそれらに挟まれる、本文に登場するいくつかの具体的な目的地の風景のコントラストにより、飛行機の旅の余白部分が示されている。

つづいて本誌の本文についてみると、近景と遠景が韓国と世界の対比により設定されている。TRAVELでは、遠景から始まり、近景に焦点が移される。例えば2011年10月号のTRAVELでは、ESCAPESというタイトルで南アフリカの鉄道、シヨンゴロロ・エクスプレスの特集、次のSPECIAL DESTINATIONのページでは、中国杭州市の特集、そして、UNKNOWN WORLDでは、カナリア諸島のランサローテ島の特集が組まれている。続いてSEOULITEにおいて韓国ソウルのフリーマーケット、HIDDEN KOREAでは釜山広域市の機張郡(Giang)を紹介している。第一部のTRAVELに続くCULTUREとLIFESTYLEにおいても同様に韓国の伝統文化、食文化、イベントに対応させるようにして、世界各地の伝統文化や食文化、イベントの情報紹介がなされている。

以上にみたように、大韓航空の『Morning Calm』では、繰り返し訪れる毎日という、世界の根底に流れる時間のなかで、国内と国外の空間的隔たりが描き出されているが、ルフトハンザドイツ航空『Lufthansa Magazin』では、そういった国家的な隔たりではなく、旅が焦点化されるなかで旅と日常の隔たりが描かれている。本誌もこれまでにみた二誌と同様、三部構成が取られている。第一部のTravelは、乗客目線での空の旅に関する話題、第二部のAviationはルフトハ

ンザドイツ航空機の日線での旅案内や機内情報、そして第三部の Service では空港やルートマップ、機材情報などの技術的な情報である。Travel の内容について詳しくみると、空から見た風景 (View from above)、荷物チェック (Baggage check、著名人のバッグの中身紹介。セキュリティチェック時の荷物検査にかけていると思われる。)、旅の豆知識 (Wissen)、行き先 (Destinations)、アクセサリー (Style calendar, Good to have)、そして各号 2 つの行き先の特集 (2015 年 2 月号の場合は、USA と Leipzig の特集であった。)、俳優のインタビュー (Sky talk)、そして最後に地球上にある一風変わった場所の紹介 (Last Resort) の順に展開されている。対して Aviation では、ルフトハンザドイツ航空社の代表取締役社長からのメッセージ (Welcome aboard)、特集記事 1 (2015 年 2 月号の場合は、イギリスで開発されている世界最大の航空機 Airlander について)、今月の都市 (Snapshot)、ルフトハンザからのメッセージ (News)、特集記事 2 (2015 年 2 月号の場合は、メンバーの全員が NASA の宇宙飛行士であるバンド Max Q の紹介)、機内エンターテイメントガイド、以上の項目が取り上げられている。以上の第一部と第二部の対比からもわかるように、『Lufthansa Magazin』の第一部においては、ドイツという国家、ルフトハンザドイツ航空社やその乗客以外にも開かれた内容となっている。このことは同時にドイツという国家や自国の文化とその外側にある世界や多文化との境界線を不明瞭にしていることになる。第一部での語り口は一般誌に酷似しており、旅や旅すること、旅の目的地についての、ルフトハンザドイツ航空社から距離を置き旅全般についての『Lufthansa Magazin』のライターの視点、調査、あるいは現地からのレポートとなっている。それに対して、第二部以降ではルフトハンザドイツ航空社の視点や語り口が導入されているのである。

以上の三誌からも明かなように、各機内誌が採用する語り口や、対象とされる読者の範囲は、多様である。そのほか、スカンジナビア航空の機内誌『Scandinavian Traveler』は、狭義にはスカンジナビア半島出身の旅人、広義にはスカンジナビア航空機で旅する人たちとも取れる。中国南方航空の機内誌は英語版タイトルが『NiHao』、中国語版タイトルが『Gate Way』である。このことが示唆するのは、中国を訪れる旅客に向けての機内誌『NiHao』と中国から世界各地に旅立つ旅客へ向けての機内誌『Gateway』との明確な行く人・帰る人 (中国人)、来る人・出る人 (外国人) の明確な切り分けが設定されているということである。タイ国際航空の『Sawasdee』は『NiHaos/Gateway』のような切り分けはないものの、国際社会のなかでのタイの存在をアピールするような、タイトルである。そして、アメリカン航空やカンタス航空の『American Way』や『QANTAS The Australian Way』に関しては、航空路線が自国の延長や連続、拡大のように意味づけられているように受け取れる。

ところで飛行時間や、航空ネットワークのつくる新たな地図や距離感覚が、従来の社会の地形と必ずしも重なるとは限らない。例えば、以下のベトナム航空の

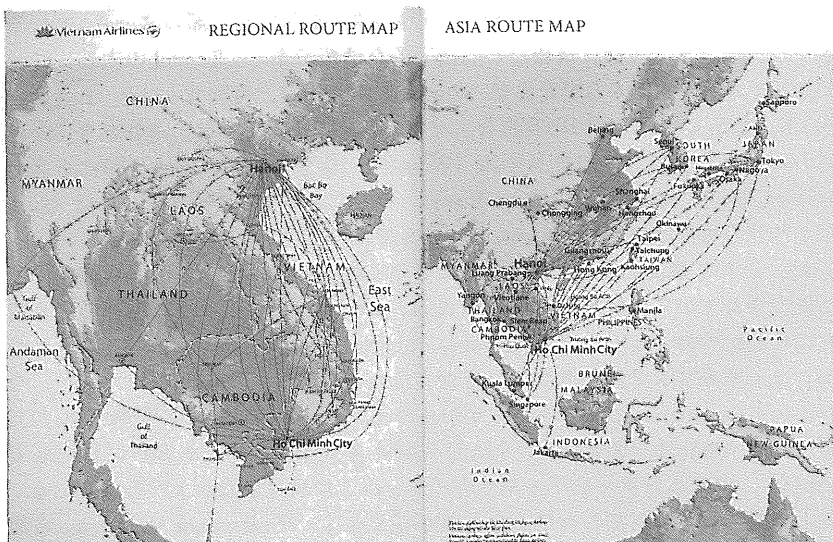


图 5

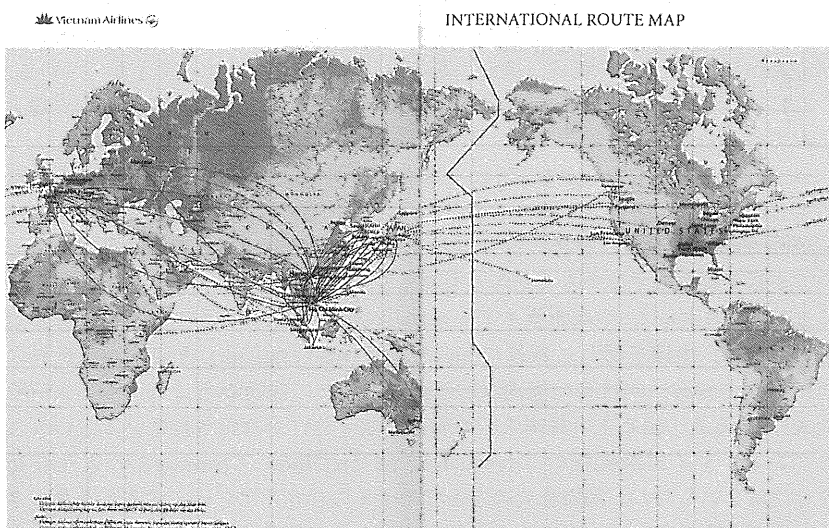
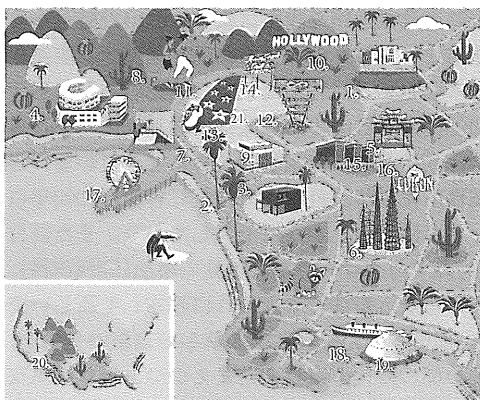


图 6

[illegible]

線の密と疎のバランスを把握することができる。

VIEW』のように、あくまでも空の交通利用は日常生活として常に既にあるものとし、その生活を陸や水の交通のみを利用した場合の生活では得られない別の新たな視点をもたしらしてくれるものであるというスタンスもあり得る。一方で、『es-



cala』や『enRoute』の誌名が示すように、空の旅それ自体は、日常でも旅の目的地でもなく、出発地から目的地へと向かう間に存在するどこかの場所であるに過ぎず、見方により出発地や目的地自体も、中間地点であったり、寄港地であったりするように流動的であるというような捉え方もある。だから、多くの行き先が機内誌では提示されている反面、出発地については、それがどこであっても構わず、

そのため、出発地と帰着地はぐるぐると連鎖を続ける。

この連鎖の構図は、機内誌でも頻繁に登場する観覧車のイメージと重ね合わせることができる。近年の多くの都市では、そのシンボルを担うランドマークの他に、それと同じぐらいの高さ大きさスケールを誇る観覧車が設置される傾向にある。各都市の案内地図（上空から見た地域を描いたもの）に描かれた観覧車を見ると、それが、あたかも飛んで行くべき先を示す的のように見える（図7，8）。その逆では、先に見た航空路線ネットワークのように、一つの空港から延びるいくつもの目的地の広がりの方

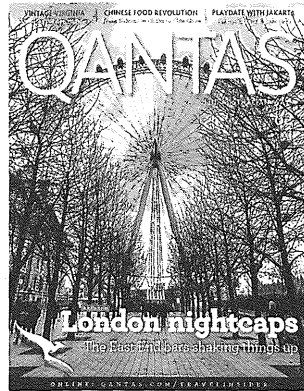


図9

に見える（図9）。観覧車の、ハブを中心にして、周囲のゴンドラが回転を続ける様は、回転木馬のように平面的な救心と遠心の移動ではなく、地球の裏まで届く立体的な救心と遠心の移動＝空の移動を表徴するかのようだ。空の移動が発生させる上空のまなざしは、遠方からのまなざしと遠方へのまなざしであり、都市にはそこに住む住民をはじめ、その近隣をはじめ遠方から訪れる一時滞在のツーリストまでを引きつけるデスティネーションが混在するようになる。そして、そうした多重化したまなざしの混在を都市の住民も内在化していく。

4. 結びにかえて

現代の都市は空路のネットワークで国内外の各都市と結ばれ、滞在の目的や期間の異なる様々な人々の往来を可能にしている。こうした空のネットワークの形成により、世界の各都市の姿は都市間交通が水路や陸路に限られていた時代から様変わりした。それは、世界中の都市から都市への人々の移動が高速化し直接化したことによってもたらされる都市の姿である。特に国家間の移動のなかでも、ビジネスや学問などの目的のほかに、観光を目的とする人々の増加により、世界中の各都市は、世界中からの訪問客を受け入れる体制が整えられてきている。日本においても1964年の海外観光渡航自由化以後、日本人海外旅行者数は2000年にそのピークを迎えながらも、傾向としては右肩上がりに上昇しており、また訪日外国人の数も年々増加の傾向にある。人々のグローバルな移動の増加にともない、新たな種類のまなざしを注がれるようになった都市ではそれに呼応して新しい姿を見せるようになる。そうした新しい都市の姿の出現による新しい表象の登場を、本稿では、水の都の時代の東京、陸の都の時代の東京を踏まえつつ、現代の東京を空の都の時代の東京として捉え、そこで経験されようとする時空の様相をいくつかの角度から描写してきた。

その過程で、江戸時代以降、日本の中心であり、起点・終点でもあった日本橋をもとに、これまでに生産されてきたいくつもの表象が記憶となり、そして「空の都」のなかで新たな出発地／到着地／経由地としてのイマジナルな表象が生み出されたことが明らかになった。都市と都市に橋を架けるかのように航路で空のネットワークが結ばれ、そのネットワークを行ったり来たりする私・私たち自身の姿、そして私・私たちの元に来ては去っていく他者の姿を日常の経験や風景として行為し受容する私たちの現代都市での生き方をこの日本橋は表象するのである。

さらに本稿では、主に各航空会社の機内誌を手掛かりに「空の都」の時間や空間のそしてイメージのあり方を明らかにしようとしたが、次なる課題としては、より東京に寄り添ったかたちで「空の都」を可能にする現代の「水の都」、「陸の都」そして「空の都」のハイブリッドな都市のあり方やそれを可能にする社会の仕組みの分析と考察を行いたい。この作業を通じて「空の都・東京」の現在に接近することができ、そして「陸の都」に対する「水の都」という問題提起により過去から東京の未来を見ようとした「水の都市・東京」というテーゼを伸張させる、「空の都」という視角を挿入することで、過去から未来につながる現在の東京の時間と空間を浮かび上がらせる契機を得ることができるだろう。

【参考文献】

- 浅羽良昌2011『国際観光論』昭和堂。
アーリ、ジョン1990-1995『観光のまなざし』法政大学出版局。
—— 1995-2003『場所を消費する』法政大学出版局。
シベルブシュ、ヴォルフガング1979-1982『鉄道旅行の歴史 十九世紀における空間と時間の工業化』法政大学出版局。
陣内秀信1985-1992『東京の空間人類学』ちくま学芸新書。
多木浩二 1996『思想の舞台』新書館。
多木浩二・内田隆三1992『零 ゼロ の修辞学』リプロボート。
保田興重郎1936-1990『日本の橋』講談社学術文庫
安村克己2001『社会学で読み解く 観光-新時代をつくる社会現象』学文社。
山口誠2010『ニッポンの海外旅行 若者と観光メディアの50年史』ちくま新書。
ロー、クリストファー1993-1997『アーバン・ツーリズム』近代文芸社。

【参考資料】

- ツーリズム EXPO ジャパン推進室「ツーリズム EXPO ジャパン2014年開催レポート」(<http://www.t-expo.jp/biz/>)

【図表】

- 図1. 「第一回ツーリズム EXPO ジャパン2014（9月25日～28日、於東京ビッグ

サイト)」同イベントA4版ちらし

図2. 「東海道五拾三次之内 日本橋 朝之景」歌川広重
江戸東京博物館所蔵

図3. 「東京ゲートブリッジ」

東京都港湾局 HP 東京港フォトギャラリーより転載

<http://www.kouwan.metro.tokyo.jp/photogallery/gatebridge.html>

図4. 「2020年東京オリンピック・パラリンピック大会概要計画図」

東京2020, 東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会 HP
(<http://tokyo2020.jp/jp/plan/outline/index.html>) を参考に作成

<http://tokyo2020.jp/jp/plan/outline/index.html>

図5. 「ベトナム航空の国内, アジア運航路線図」

図6. 「ベトナム航空の世界運航路線図」

ベトナム航空機内誌『Heritage』(第152号, 2014年11月, pp146-149「INTERNATIONAL ROUTE MAP」より) 転載

図7. 「ジャカルタ案内図」

ガルダ・インドネシア機内誌『Colours』(2015年1月号, p206-208, 「Hub Jakarta」) より転載

図8. 「ロサンゼルス案内図」 Jasmi in Evans/Art Associates Amsterdam

KLM オランダ航空機内誌『Holland Herald』「Destination Los Angeles」
(2015年2月号, p68) に掲載された地図

図9. 「ロンドン・アイ」

カンタス航空機内誌『QANTAS The Australian Way』(2015年2月号, 表紙)

表1.2. 「機内誌名一覧」

各航空会社 HP より抜粋