

近代フランスにおける観光旅行の 受容についての一考察 —ヴィシーを例として—

梶谷彩子

1、はじめに

現代における観光旅行の形態は多様である。旅行サイトやガイドブックでは、現地の特徴や歴史、最新の観光スポット、その土地特有の文化や食をはじめとする様々な情報が提供され、素晴らしい体験への期待を大いに高める。そしてこれらの情報は同時に、広告の役割を果たしている。

フランスは、年間を通して多くの観光客が訪れる国の一つであるが、今からおよそ130年前は「観光旅行」という考え方そのものが先鋭的で、「どのようにして客を惹きつけるか」がまさに模索されている頃であった。それでは、観光旅行の受容前後において、各地が「観光地」として機能するまでにどのような過程を経たのだろうか。また、どのような事物を「観光資源」として活用したのだろうか。本論文では、フランスにおける観光旅行がどのように定着したかを明らかにするとともに、フランス有数の温泉地であるヴィシー（Vichy）を例として、19世紀末のフランスにおける「観光地」や「観光資源」について検証することを目的とする。

2、「旅」に対するまなざしの変化

「旅」そのものは古代から実践され、様々な意味が付されてきた。現代人にとっての「旅」はレジャーの要素が強く、非日常の空間で過ごす時間をいかに快くするかということに重きを置いている。しかし古代人にとっての「旅」は人間としてのあり方を問い、答えを見つけ出すための行いの一つであった¹⁾。現代のように旅を余暇の過ごし方の一つとして数えるようになったのは、19世紀に入ってから定着した新しい観念だった。遠く離れた地へ出かけるには明確な目的が必要で、その目的を無事に遂行して家に帰ることが至上命題だったのである。本節では「旅」に対するまなざしの変化を追い

ながら、旅が娯楽として再受容されるまでの過程を確認する。

2-1、「風景」に価値を見出す

「旅」(voyage)について、『20世紀ラールス』(*Larousse du XX^e siècle*, 1927-1933)では、「自分のいる国から多かれ少なかれ遠く離れた別の場所へ行くこと²⁾」や「どこかに滞在すること³⁾」とかなり簡潔に定義した上で、詳細な解説が加えられている。同項目の「百科記事」によると、人類の「旅」の起源は、食糧資源を求めて居住地を移動することから始まり、その後は侵略の目的での遠征が中心で、好奇心を満たす目的での旅は紀元後に表れたという⁴⁾。その後、巡礼と商売のための移動も「旅」とされ、コロンブス(Christophe Colomb, 1451-1506)やマゼラン(Fernand de Magellan, 1480-1521)に代表される新大陸発見や世界一周を目的とした陸海を移動する大がかりな「旅」も出現した。18世紀になると測量を目的とした科学的な旅、そして好奇心を満たすことや教養を目的とした旅が主流となり、現代の旅のあり方へとつながっていく。ただしその頃の旅路における「風景」、すなわち山や海などの自然は「脅威」であり、「趣」あるいは「旅の楽しみ」とは捉えられていなかった。

しかしながら人間の「風景」に対する視点には、様々な意味が込められてきた。例えば信仰における一つの表象としてのあり方や、信仰そのものにおけるモチーフが最も象徴的である。17世紀には風通しの良いことが健康につながるとして、大きく開けた場所に注目が集まり、遊歩道や並木道、浜辺が健康増進の舞台となった⁵⁾。浜辺の健康効果は海水浴による治療行為、そして「海」が生命の源であるという考え方も相まって、浜辺の風景を愛でることもまた健康な体へのステップとされた⁶⁾。ここまでの段階ではまだ、風景は旅を彩る要素ではなく、あくまでも宗教的、医療的な効果を期待した要素であると考えられる。人間が生活する空間において当たり前のように存在してきた風景の価値が見直されるのは、芸術全般の新たな思潮であった「ロマン主義」(romantisme)と、「趣のあること」を示す「ピトレスク」(pittoresque)という概念、そして旅そのものの意味合いが19世紀において変化したことにある。

「ロマン主義」とは、19世紀初頭に発現した文学や思想における新たな潮流のことで、それまで主流であった「古典主義」(classicisme)への反動として生まれたものと位置づけられてきたが、近年の研究においてはフランス革命を経て近代を迎えたことによるヨーロッパ意識の危機の表れとされている⁷⁾。つまり従来の文学や哲学において評価されてきた価値観から脱却し、

近代へと移行する流れの中で新たなあり方を各分野が模索した結果が「ロマン主義」であり、これを土台とする発想の転換こそ、近代フランスを形成する礎となったという見方である。風景が高く評価されるようになったのも、ロマン主義が台頭した時代の文学者や画家が、モチーフとしてではなく描き出された場面そのものにストーリーを与え、文学においては登場人物の心を動かす存在として用いたところにある⁸⁾。先述したように、風景は長きにわたり、旅人を危険にさらすものと考えられてきた。現代において「手つかずの自然」は旅行者に喜ばれる観光要素となりうるが、鉄道が開通するまでは徒歩、馬、あるいは馬車しか移動手段がなかった当時の旅人たちにとって、自然の風景は脅威だった。気候、天候、起伏の激しい道、そしてその陰に潜む犯罪者たちなど、目的地に辿り着くまでに注意すべきことが多すぎて、旅人達が目的を果たすことだけに注力せざるを得なかったことは想像に難くない。また、「古典主義」における「風景」は、田園や港といった人間と調和する範囲で描かれてきた⁹⁾。先述した「開けた場所が健康増進に役立つ」という点も、遊歩道などあくまでも人がコントロールできる範疇を想定していたと考えられる。しかし「ロマン主義」の時代に入ると、こうした評価を打破し「手つかずの自然」を始め、古代建築の廃墟などが作り出す風景は見る者に畏怖の念を抱かせるとともに崇高ですらあると唱えられるようになった¹⁰⁾。この時に定義されたのが「ピトレスク」であり、ほどなくして風景の観光地化に大きな影響を与えることとなる。

『19世紀ラールス』(*Grand Dictionnaire universel du XIX^e siècle*, 1873)における「ピトレスク」の主たる意味として、絵画を評価する際の形容詞であるとの記述がある¹¹⁾。『20世紀ラールス』においてもその定義はほぼ変わっていないため、「ピトレスク」の語と使い方は19世紀に定義されたものが定着したと言える。さらにこれら2種類の『ラールス』においては、すでに風景に関する記述が存在している。両者ともほとんど同じ文言で「その配置によって、絵画やその他の芸術的作品の主題を提供するものとして極めて適している事柄¹²⁾」とした上で、『20世紀ラールス』では用例として「ピトレスクな眺望¹³⁾」と掲載している。『19世紀ラールス』ではより多様な用例が掲載され、すでにこの時から様々な事物に対して「ピトレスク」を用いていたことがわかる。また、大まかな語義の最後には、こちら各『ラールス』共通で「画家にとって有用な情報を提供する人やもの¹⁴⁾」と定義し、用例として『19世紀ラールス』では『ピトレスク・ガイド』(*Guide PITTORESQUE*)や『ス

イスやイタリアへのピトレスクな旅』(Voyage PITTORESQUE en Suisse, en Italie) といった書名まで挙げられている。これらは「ピトレスクな」光景を求めて各地方、各国へ旅に出るための、画家向けのガイドブックであった。つまり風景は、19世紀の「ロマン主義」によって美的価値を与えられ、『ラルース』によって絵画や版画の題材となるにふさわしいものと定義されたのである。さらに、この時代には絵画の他にも、ジオラマという形でより奥行きのある風景の再現が登場するようになり、見る者の想像を掻き立て、実物を見たいという人々の欲望に火をつけていった。このようにして「脅威」の存在から「美的価値を持つ」存在へと評価が変わった「風景」は、ほどなくして旅の目的として定着し、フランスにおける「旅行ガイドブック」の主要な構成要素としても書き綴られることとなる¹⁵⁾。

2-2、鉄道という新しい「足」と鉄道旅行

フランスにおいて初めて蒸気機関車が走ったのは、1832年、サン＝テチエンヌ (Saint-Étienne) とリヨン (Lyon) の間であり、主に商品の運搬のために敷設した実験的鉄道だった。人を乗せる旅客列車は1837年、パリとサン＝ジェルマン (Saint-Germain) との間を結ぶ19kmのものが開通したところから始まる¹⁶⁾。余暇を過ごすために移動するという考え方が定着するには、行き先が魅力的であるということだけではなく、交通手段が安全かつ快適であることが求められる。遠出には最高でも馬車を用いるしかなかった当時において、天候に左右されることもなく、近代的な動力を用いて素早く移動できる鉄道は、ロマン主義の台頭によって美的価値の高まった「風景」や、後述する温泉リゾートなどへと多くの人をいざなった。しかし、鉄道の座席にはれっきとした棲み分けがあり、旅先での長期滞在は費用がかかる。このような印象を払拭し、現代の「団体旅行」や「バックツアー」を企画して低価格で旅行を楽しむことを初めて形にしたのが「観光旅行の父」と称されるイギリスのトーマス・クック (Thomas Cook, 1808-1892) であった¹⁷⁾。

家具職人を生業としていたクックは、19世紀イギリスにおいて精神的に展開された禁酒運動に熱心に参加し、そのボランティア活動や会合に積極的に出席していたが、移動はほとんど徒歩であった。1839年、その年の会合の会場となったイングランド中心部の都市レスター (Leicester) に鉄道が敷かれたことを知ったクックは、禁酒運動の参加者たちに1841年の大会へは鉄道を利用することを提案した。クック自らが鉄道会社と掛け合って通常料

金の半額で乗ることができる臨時列車を出してもらい許可を取り、道中の食事などはすべてクックが手配した。これが世界初の日帰り団体旅行と言われており、この後から労働者たちに健全な娯楽として少しずつ提供されるようになる。その後1850年代に向かってイギリス各地へと旅先が拡大され、1855年には中流階級に向けパリ万博見学を含む2週間のヨーロッパ周遊ツアーが組織されたが、これを実施できたのはわずか2回であった。パリへの団体旅行はその後、入念な計画と根強い交渉によって中小ブルジョワジーや労働者階級にも徐々に普及した。この頃にはイギリス国内発のツアーの種類はかなり多彩で、史跡を巡る小学生相手のものや、貸切夜行列車を利用した格安のもの、さらに教養を目的とした諸外国への旅もあった。どのツアーにも共通しているのが、クック自身による入念な下調べである。訪れる価値のある名所旧跡があるか、安い値段のレストランや、団体が入ることのできる宿泊施設があるかなど、ツアーの企画に十分な魅力とキャパシティのある場所なのかということを手がかりに調査し、ツアーのパンフレットへ情報を織り込んだ。この点は、クックによる団体旅行誕生とほぼ同時期にフランスで発行され始めた旅行ガイドブックの書き方と類似している。旅行ガイドブックも当初は、執筆依頼を受けた作家が現地取材を行い、それに即した内容が書かれていた。その他にもクックは団体旅行のメリットを増やすため、現代の旅行における「ミールクーポン」や「一泊朝・夕食付プラン」の原型となるようなシステムを積極的に導入した。

フランスにおける観光旅行もまた、鉄道の普及と後述する観光地の開発とが相まって大きく展開していた。海や温泉といった治療と娯楽を同時に享受できる場所を目指す者、「ピトレスクな」風景を目指す者、パリ万博を見物に地方から出てくる者など、出かける人の層や目的が多様化する中で、鉄道は人々の活発な往来を後押しする存在であった。ベル・エポック期（1890頃-1914）の終盤、1906年夏の「国鉄」（Chemin de fer de l'État）のパンフレットの内容を参照すると、海沿いの駅を結ぶ鉄道を利用した往復券の案内の他に、様々なオプションツアーや追加購入のチケットが紹介され、チラシの表紙には「割引切符」（billets à prix réduits）や「全等級の特急列車」（train rapide de toutes classes）などの宣伝文句も見られる¹⁸⁾。鉄道のチケットには、予定通りに旅行できなかった場合でも追加料金を支払えば約1ヶ月間有効期限を延長できるものと、延長期限がない代わりに料金を割り引いたものがあり、客は予算に合わせて選択ができる。また、別料金にて海水浴場の利用

予約をしたり、途中下車をして郊外を巡る小旅行のプログラムを申し込んだりと、鉄道のチケットを申し込みながら旅程をカスタマイズすることも可能だった。この点は個人旅行として申し込む形の旅の特徴が強く出ている。さらに、里帰りをする家族専用の鉄道チケットも販売された。出発日を含めずに33日間有効で、所定の範囲内（パリから125km以内または、パリ以外の各駅から100km以内）であればどこにでも行くことができるものであった。いずれのチケットも、乗車券は1等席用から3等席用まで用意され、予算によって選択が可能だった。

そして、このように鉄道旅行のあり方が拡大する頃、各地の風景や特徴的な場所はガイドブックやポスターの中で積極的に描写されるようになり、宣伝効果を発揮し始める。

3、「観光地」の誕生

自然の風景の再評価、「パックスツアー」の誕生、そして多くの層が利用しやすい「鉄道」での移動の普及によって、「観光旅行」は新たな余暇の過ごし方として受容されていった。「旅」が持つ意味が拡大される中で、フランスの各地方では「観光地」として発展する場所が現れた。その筆頭となったのが、鉱水がとれる山地や海水浴の出来る海辺であった。以下では、温泉地を中心に扱う。

3-1、温泉地今昔

ここまでの検証を通し、旅の意義や目的は、時代が進むにつれ必要から娯楽に変わっていったことが明らかとなった。食物を求めて移動することから始まり、徐々に未知のものを知りたいという好奇心を満たすことが主目的になっていく過程は「必要を娯楽に変える」ことにはかならない¹⁹⁾。19世紀のフランスにおいて、にわかにはブームとなる観光旅行の前身として大きな役割を果たしたのが、「温泉療養」である。温泉は紀元前から信じられてきた最も原始的な健康法の一つであり²⁰⁾、日本においても非常に馴染み深い。古代ローマ帝国では、公衆浴場が整っていることが市民生活が正常であるかのバロメーターであるとともに、帝国末期には温泉を中心に居住地域と観光地域とが整備されていた²¹⁾。

フランスにおいては中世の頃、風紀が乱れるとの理由から温泉治療が下火になったが、ルネサンス期を迎えたことによって古代模倣の一環として復活

し、その後は主要な療養方法として主に貴族に定着していった。しかしこの頃の温泉での逗留は、治療ということもあって過ごし方が決められており非常に単調で、賞賛すべきなのはその風景だけであるという書簡が残されている²²⁾。18世紀に入ると貴族らの需要を当て込んで鉱水が取れる場所を中心に温泉施設の建設が積極的に行なわれ、施設の統括をするため王立医学委員会も設置された。その一方で温泉療養の信頼性についての論争が起り、さらにフランス革命の影響で、貴族の来訪が途絶える事態に陥った。大規模な社会変革に伴って主要な顧客を失った温泉は衰退の一途を辿るかと思われたが、19世紀に入り第一帝政（1804-1814）から第二帝政（1852-1870）にかけては温泉の開発や管理が郡と県に一任され、国の手を離れた施設を個人が買い戻したことで再度発展し、来訪者の数を回復させた。この時多くの施設において見られた変化が「リゾート化」であり、この変化が「温泉は治療のために訪れる場所である」という社会的イメージを払拭した。当時、温泉のシーズンは6月1日から10月1日までとされており、この時期だけは施設内でのギャンブルが許可されるようになった²³⁾。療養や治療だけではなく娯楽の要素を取り入れたことに加え、道路網の整備による温泉地までのアクセスが改良されたことも、客足を伸ばす一因となった。この「温泉リゾート」ブームは当時のヨーロッパ全体の傾向でもあり、イギリス、ドイツ、オーストリアなど各地の温泉リゾートで過ごすことが上流階級の間で流行していた²⁴⁾。

現代のフランスでも、温泉での療養はいくつかの疾患に対して正式な医療行為として健康保険が適用される²⁵⁾。近世ではその効能を疑われることもあった温泉だが、19世紀に入って娯楽の要素も含める形で再ブームとなり、ほどなくして広く利用される場所となった。

3-2、ナポレオン3世の温泉愛好

19世紀フランスにおける温泉地の発展は、ナポレオン3世（Charles Louis-Napoléon Bonaparte, 1808-1873）の政策と温泉愛好も大きく関わっている。彼の功績は、セーヌ県知事オスマン（George-Eugène Haussmann, 1809-1891）に一任して行ったパリの整備や、鉄道の積極的な敷設など、フランスの近代化を推し進める大きな一歩として歴史に位置づけられているが、温泉に対しても、観光資源として注目され源泉の奪い合いが起こっている状態を是正する目的で法整備を行なった。国家も含む源泉所有者の権利を守り、公共の天然資源である湯を枯渇させないために、国の許可なく掘削作業をする

ことを禁じたのである²⁶⁾。これは、ナポレオン3世が温泉療法の効能を信頼していたことを示すとともに、のちのリゾート化に際しても一つのルールを与えたという点において大きな意味を持つ。一方で、ナポレオン3世自身が温泉リゾートの宣伝役を担っていたのではないかという見方もある。実はナポレオン3世本人は体が小さく、虚弱体質であったため、侍医の勧めでフランス国内の様々な温泉に若い頃から足しげく通っていた。本論文で扱うヴィシーには、1861、1862、1863、1864、1866年と5回訪れた記録がある²⁷⁾。古来より人々を癒してきた温泉が、彼のおかげで「君主が通う治療」というイメージを獲得し、再びブームを迎えることとなった。さらにナポレオン3世は、療養中でも国政と外交とを怠ることはなく、療養先でも大臣たちと面談して首都パリの情報収集に努め、温泉リゾートにやってきた他国の君主や大臣たちのことも積極的に自分の元へ招いて交流を深めた²⁸⁾。

時の皇帝が選んで通った温泉地は、とりわけ急速にリゾート化が推し進められた。中でもオーベルニュ地方の都市ヴィシーは、多くの援助を受け町全体として「温泉リゾート化」した代表的な場所である。道路網の整備によるアクセスの改良の他、温泉施設を中心に道路や公園、鉄道駅、教会、商店街、要人のための別荘、劇場やカジノなどといった娯楽施設など、あらゆる場所が整備され、現代もフランスにおける温泉地の代表格であり続けている。ヴィシーは古代ギリシャ・ローマ時代から温泉の出る土地として栄えてきたが、国の力を借り、ただの保養地からリゾート地へと変貌を遂げたことで、近代以降も存続する力を得たのである。

4、ヴィシーにおける観光資源の活用

本節からは、現在もフランス有数の温泉地であるヴィシーに視点を移し、「観光地としての温泉」のあり方を検証する。ヴィシーは現在も保養地としての役割を果たしながらも、観光の要素としても温泉を活用している。これまでの検証からこの傾向のルーツを、19世紀末のヴィシーに求めることができる可能性を見出した。

4-1、「温泉ガイドブック」が示すもの

ヴィシーは多くの人々が訪れる、高い効能を持つ温泉地であったことを示す文献が残っている。薬剤師のマラー (A.Mallat, 生没年不明) という人物が著した『ヴィシー温泉の医学的ガイド』 (*Guide Médical aux eaux de Vichy*,

1888)である。前書きにおいて著者のマラーは、次のように述べている。

ヴィシーは、ただ単に流行、すなわち評判に殺到する人々によってその人気と成功を得ているだけの湯治場のひとつではない。広告が、世界中の人々を温泉町にいざなうことにとって最も確実な手段となる一方で、存在理由のない湯治場を生み出すことにとっても最も確実な手段となってしまうはるか昔から、ヴィシーの温泉はヨーロッパにおける名声を得ていた。そして、当時は現代的な快適さというものにはなかつたけれども、ヴィシーには外国人が養生と健康回復のために訪れていたのである²⁹⁾。

このガイドブックが著された1888年の時点において、ヴィシーはすでにナポレオン3世の愛顧を受けて国家から多額の資金援助を得て発展し、十分な設備は整っていたと考えられる。しかしこの序文は、それ以前からその効能の高さによってフランス国外から多くの湯治客を集めてきたことを強調する。著者はあくまでもヴィシーには療養地としての価値があり、決して温泉ブームに乗ってにわかには出来上がったリゾート地ではないことをまず第一に明言したのである。このガイドブックは大きく分けて2つの章からなり、第1パートではヴィシーの温泉水の用法、成分、効果のある病気について、第2パートでは温泉シーズンにやって来る外国人向けの実用的な情報について書かれている。また、的確な事実だけを掲載するともマラーは明言しており、『医学的ガイド』というタイトルではあるが、その構成から温泉療養地としてのヴィシーを網羅的に紹介した一種の旅行ガイドブックと捉えることもできる。

ガイドブックの後半、実用的な情報を集めたページでは、郵便局の所在地と集荷時間、料金の案内や、各宗派の教会、銀行、領事館の所在地など滞在全般に必要なものを中心に掲載されている。それに加えて、ヴィシー滞在の主目的である温泉や、19世紀から認可されたカジノなど娯楽施設についてかなり詳しい記述がある。例えば温泉についてマラーは、各施設の所在地だけではなく、その成り立ちについても述べた。

1785年までヴィシーには、施設としては、王の邸宅しかなかった。その内部には入浴、シャワー、サウナのためのあらゆる設備が揃っていた。
[...] 1814年から1829年のあいだに、[...] 現在のような温泉施設が建

てられた。[...]

現在では、1階に一等の浴場、2階には未使用の広い部屋があるヴィシーの大規模な温泉施設は、57×60メートルの長方形の建物である。

新しい施設（二等、三等の浴場）は、1858年に建てられ、[...] 古い施設の西側数メートルのところのところに位置する。[...]

ヴィシーの温泉施設は1年を通して開業している。湯治期間は5月1日から10月1日まで³⁰⁾。

一般向けの温泉施設がヴィシーに建てられたのは19世紀であったが、ナポレオン3世の愛顧以前から王の療養地となっていたことから、効能が豊かな場所として評価されてきたことがわかる。同時に、ヴィシーの温泉の価値を読者にアピールしている箇所とも言える。一方で、引用部の後の説明では娯楽施設であるカジノについて書かれ、1865年にこの大きな温泉施設の向かいに建設されたことや、カジノ以外にも宴会場、劇場、読書室、婦人用サロン、遊技場などを備えた複合施設であったことが記されている³¹⁾。開業期間や開業時間、料金といった基本的な情報から始まり、各施設における細かいルールが掲載され、かなり管理の行き届いた施設であったことがわかる。劇場は禁煙とするなど、健康増進のための温泉のイメージを逸脱しない配慮も見られる。また、カジノの開業期間は5月1日から10月1日までとし、国からの取り決めを守り湯治客に加え、娯楽や気晴らしを求める客を集めるのもこの期間だけに限定している。

4-2、温泉地における観光資源：塩

このガイドブックの記述から、ヴィシーは19世紀末も療養地としてのイメージが最も強かったと考えられる。しかし一方で同書には、ヴィシーの温泉に由来する資源、すなわち温泉から採ることのできる「塩」が、商品としてすでに販売されていた記録が残っている。序文よりも前のページで、「ヴィシーの製品」(Produits de Vichy)として、以下のような形で商品が紹介されている。

ヴィシーの塩で作った消化剤、500グラム3フラン、250グラム1フラン50。

ヴィシーの塩で作った消化剤、大箱入り1フラン、小箱入り0フラン

60. [...]

ヴィシーの天然塩（飲用）、50 袋入り、4 フラン。

ヴィシーの人工水を作るには、真水 1 リットルに 1 パック分の塩を溶かしてください。

ヴィシーの天然塩（飲用）、ガラス瓶入り、2 フラン。

こちらの塩で作る場合は、真水 1 リットルにスプーン一杯の塩を溶かしてください。

入浴用ヴィシーの塩、筒入り、1 フラン。

ヴィシーのリウマチ用溶液（リウマチと痛風に効きます）、一瓶 2 フラン 50。

ヴィシーの緩下剤溶液（便秘に）、目盛り付き瓶入り、1 フラン 50³²⁾。

薬としての用途の商品ばかりではあるものの、ヴィシー産の塩が、健康を増進するものであることを暗に伝えている書き方であると同時に、近年の旅行ガイドブックによく見られる、お土産の「特産品」をまとめたページを想起させる内容である。ヴィシーの塩を購入することで、帰宅後も自宅でヴィシーの温泉を再現できたり、効果の高い消化薬によって健康増進が期待できたりすることを読者にイメージさせ、購買意欲を高めていると考えられる³³⁾。同書の本文中でも「ヴィシーの製品」というページを設け、これらの製品に解説を加えている。例えば、飲用の塩と水に溶かして入浴用にする塩とはどのように違うのか、なぜヴィシーの塩で作った消化剤が認知されるようになったのかといったことである。そして、製法や販売価格について詳しく記述した上で、著者自身が作っている消化剤などは、高品質なものを購入しやすい価格で提供していると書き、さりげなく再度製品を宣伝している³⁴⁾。また、同ページでは消化剤の味についてもふれられている。プレーンだけではなく、ミント、シトロン（レモン）、バニラ、アニス（八角）、オレンジの花の風味を付けたものも販売していたようで、このようにバリエーションを作っていた点も、強く読者（購買層）を意識していることの表れであろう。

今回の検証に用いた『ヴィシー温泉の医学的ガイド』については、類似のガイドブックの存在の確認も含めさらなる精査が必要であるが、少なくともこれは単に歴史を説明する解説本ではなく、観光地における商業的目標を達成することも念頭に置いたガイドブックであり、この頃からすでにヴィシーの温泉水から採れる塩は観光資源として活用されていたことを示す書籍であ

るといえよう。「塩を飴にして販売する」ことは現在も継続され、「パステュー・ド・ヴィシー」(Pastille de Vichy) という塩を使ったミントタブレットが人気を集めている。さらに、温泉が湧き出ている公園では蛇口から温泉水を飲むことが可能で、ボトルなどに汲んで持ち帰ることもできる。

このような、いわば「温泉らしい」観光資源としての活用の他にも、「キンキナ」と呼ばれるリキュールにこの塩を混ぜ、ヴィシー独自の風味のものを販売していたと見られる広告が、本研究の調査中に発見された³⁵⁾。



ヴィシーキナの広告 (1899)
「キナ」(ポリビア、ペルーなどを中心に自生するアカネ科の常緑樹の総称)をベースに作る

この酒は、もともとは兵士の滋養強壮剤として用いられた気付け薬のようなものであったが、19世紀末から20世紀初頭にかけて食前酒として作り替えられた。土地によって好まれる味を合わせて原料を調合するのも特徴であったことから、地域色豊かなお酒として人気を集め、ヴィシーのキナはやはり温泉由来の塩が使われていることが謳われた。

ポスターの図像に着目すると、大きく商品名を書いたそのすぐ下に「ヴィシーの塩を入れて製造」(PRÉPARÉ AVEC LES SELS DE VICHY)と明記され、食べ物とともに「ヴィシーキナ」をたしなむ女性が描かれている。女性の服装は、当時流行のスタイルに近いものが描かれており³⁶⁾、構図上もこ

の女性と製品のボトルが目を引く。しかし女性の後ろに描かれた建物に着目すると、次節で扱うホテルの宣伝ポスターに描かれた建物と類似した建物が描かれていることがわかる。原材料の元である「温泉」を想起させるものを描きこんでいるところに、この酒が「ヴィシーキナ」と名乗っているゆえんの強調を読み取ることができよう。

4-3、近代化するヴィシー：最新設備と社交場としてのPR

本節では、「温泉」ではなく「リゾート」の様相を呈するヴィシーについて、2種類のポスターを中心に考察する。

一点目はヴィシーにおいて新しいホテルが竣工した際のポスターである³⁷⁾。

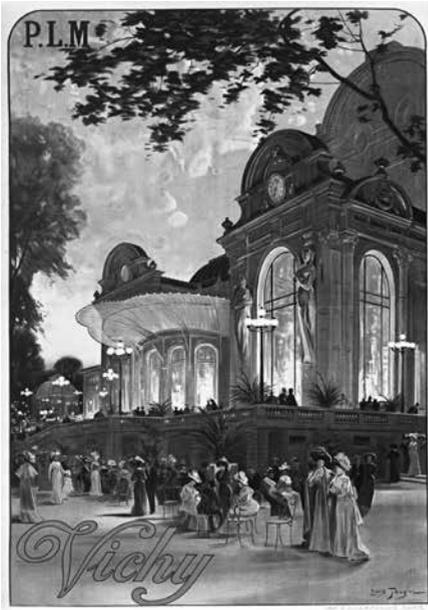


「ギリエマンの新しいホテル」のポスター（1894）
「公園の向かい」（SUR LE PARC EN FACE）にあること、一流の温泉施設であることが図の中心あたりで描かれている。

このポスターに書かれた様々な表現に注目すると、「一級の浴場」（les Bains de 1^{re} Classe）、「電話」（TÉLÉPHONE）、「エレベーター」（ASCENSEUR）、「ホテルの庭からの眺め（電気の光による照明）」（VUE DU JARDIN DE L'HÔTEL（Éclairage à la Lumière Électrique））とあり、ヴィシーが本来持ち合

わせている温泉の特性を押し出すよりは、快適さ、最新性をアピールする内容になっている。電話や電気はこの時代を象徴する発明であり、1900年のパリ万国博覧会では「電気館」が建設され、その正面に灯された光が来場者たちの目を惹きつけた³⁸⁾。この広告は万国博覧会よりも先駆けて、電気が通っていることをPRしている。

同じ傾向が、2点目のポスターにも見られる³⁹⁾。



鉄道会社「パリ・リヨン地中海鉄道」のポスター（1910）
華やかな社交場の印象が強く描き出されている。

この鉄道会社のポスターは1910年のものだが、照明に、温かい光の漏れる大きなガラス窓、そして女性たちの華やかな服装から、社交場的な印象で描き出されていることが読み取れる。この光が電気によるものかどうかは判別できないが、19世紀末までには多くの都市でガス灯から電気照明に変わっていった⁴⁰⁾ことから、このポスターの中で表現されている光も電気によるものがイメージされた可能性がある。

これらの広告の表象から、第一印象が重要となる外向けの宣伝としては、「近代的な観光地」であることを強調したり、「リゾート地」であることを示したりする方が効果的であって、マラーのガイドブックにおいて強調されたよう

な歴史ある温泉療養の地としての存在感はあえて示さない傾向があった可能性を指摘できる。しかしその一方で、お土産品として温泉から取り出した塩を用いた製品を中心に展開していたと見られる点を考慮すると、すでに温泉療養の評判は十分であったからこそ、むしろ新規顧客獲得のために近代的に変わったということをアピールすべき時代だったのではないかと思われる。

5、「観光地」として、そして「温泉地」として

本論文 4-3 にて言及したようなポスターが描かれた背景には、温泉と観光を結び付けようとする業界レベルでの取り組みの影響も考えられる。

先述した『ヴィシー温泉の医学的ガイド』が発刊された 19 世紀末は、フランスの温泉開発事業が観光事業と密接に結びつく時代であり、利益を高めるために各温泉地が組合を組織して地域的・国家的なシステムを構築していく頃にあたる。まず 1894 年には温泉地で勤務する内科医たちが業界の労働組合へ加入し、温泉施設やミネラルウォーターの事業者はパりに広告用のオフィスを設けた。1905 年には「温泉町会議」(Congrès des Villes d'Eaux) が発足し、温泉関連産業全体が協議する場ができたことを皮切りに、温泉を持つ地域がそれぞれに連盟を作った⁴¹⁾。1923 年には「フランスの温泉保養地全国連盟」(Fédération Nationale Thermale et Climatique Française) が組織され、観光産業における温泉地の立場を明確にし、フランスの経済活動における重要性を主張した。このような動きを背景にナポレオン 3 世の時代以来公共事業の一つであった温泉開発は、観光業の一翼を担う分野として「ツーリング・クラブ・フランス」(TCF) にも特別委員会が設けられた⁴²⁾。地域や産業としてまとまろうとする動きは、当時のナショナリズムに端を発する社会的ムーブメント⁴³⁾ に呼応していた可能性も指摘できるが、温泉地が団結した最も大きな理由は、正式な医療行為を受けられる場所としての温泉地のイメージを失わせることなく、かつ、温泉療法そのものを広める目的を達成することであった。元来王族や貴族を含む上流階級が主要な顧客層であった温泉地のリゾート化は、客の目的を療養から娯楽へと変化させ、ビジネスモデルの一つとして他国にも模倣された。しかし、『ヴィシー温泉の医学的ガイド』で指摘された⁴⁴⁾ ように、広告を打って客を集めることは、同時に利益だけを追求した「偽の」業者が地域にあふれるリスクも伴う。そこで、温泉地側としては医療を受けられる場所としての役割を強調するため、宿泊施設やインフラの整備等を行なうかわら、鉱水学を学ぶための本格的な学校を

設立し、温泉療法の有効性を別の形で示すことも実践した⁴⁵⁾。ヴィシーにおける温泉の併設娯楽施設を利用する際の細かいルールを作成やカジノの開業期間を限定するといった動きからもわかるように、観光客を取り込みながら健康のための療養地としてのイメージを傷つけないようにすることが、19世紀から20世紀にかけての温泉地のテーマであったと言える。バカンスに訪れた客だけを引き付け、リゾートとしての役割のみを果たした他国の模倣施設は世界恐慌（1929）以降需要が激減したが⁴⁶⁾、フランスの温泉施設は現代に至るまで一流の療養施設として残っている。フランスの温泉は、高級感のある療養に娯楽・観光のエッセンスを加えることに成功し、訪れる人々を魅了し続けているのである。なお、ヴィシーは2021年にユネスコ世界文化遺産「ヨーロッパの大温泉都市群」(the Great Spa Towns of Europe) のうちの一つとして登録され、名実ともにますます価値ある温泉と認定された。

6、結論

本論文では、レジャーとしての「旅」が確立された背景を確認した上で、19世紀以前から「保養地」として一定の評価がある温泉地のヴィシーに着目し、観光のニーズに応えるべく温泉水や塩という天然の産物を観光資源として活用する例を中心に考察してきた。ヴィシーにとっての近代とは、温泉施設としての機能とリゾート地としての機能との両立を模索したタイミングであり、その新たな活用の仕方を見出しながら現代のあり方へ続く基盤が出来上がった頃と位置付けられるのではないだろうか。しかし今回の調査の段階では、フランスにおける「観光地」「観光資源」という認識の始点を明らかにするまでには至らなかった。今回の考察の結果をもとに、ヴィシーにおける観光誘致への取り組みについて更なる調査を進めるとともに、同時代における他の地域の観光のあり方との比較も視野に入れながら「観光資源」や「観光地」が確立されていく過程をより明確に示していきたい。

注

- 1) エリック・リード『旅の思想史 ギルガメシュ叙事詩から世界観光旅行へ』伊藤誓訳、法政大学出版局、「叢書・ユニベルシタス」、1993、p.9。
- 2) « Le fait d'aller d'un pays dans un autre plus ou moins éloigné :[...] » (Paul Augé, *Larousse du XX^e siècle tome 6*, Paris, Librairie Larousse, 1927-1933, p.1047)
- 3) « Le fait de séjourner quelque part :[...] » (*Ibid.*) この他にも、voyage を用いる様々な

- 用例が掲載されているが、「旅」そのものの定義は本文で挙げている 2 項目である。
- 4) *Ibid.* 紀元後最初の「好奇心を満たす」目的での旅の例として、フェニキア人のアフリカ探検などが挙げられている。
 - 5) Alain Corbin, *L'Homme dans le paysage*, Paris, Textuel, 2002, pp.63-72 [アラン・コルバン『風景と人間』小倉孝誠訳、藤原書店、2002、pp.60-71]。風景に関する研究は専門的に研究が進められている。例えば、以下を参照のこと。Alain Roger, *Court traité du paysage*, Paris, Gallimard, 1997 ; François Dagognet (dir.), *Lire le paysage*, Paris, Champ Vallon, 1982.
 - 6) 温泉と同様に、水と触れ合うレジャーとしてブルジョワジーを中心に多くの人々を惹きつけたのが海水浴であった。元々は海水浴も上流階級が享受する医療行為の一つであったが、近代以降はその役割に加え、余暇を過ごす場所として一大ムーブメントとなり、開発が進められた。保養を主目的とした海水浴場は 18 世紀末からフランスに先駆けてイギリス、プロイセン、オランダに出現しており、フランスでは 1820 年代からドーバー海峡に面した都市のブローニュ＝シュル＝メール (Boulogne-sur-Mer)、ノルマンディー地方のコミュンであったディエップ (Dieppe) やドーヴィル (Deauville)、ブルターニュ地方、スペインとの国境付近であるピアリッツ (Biarritz) などが次々に開発されていった (小倉孝誠『挿絵入新聞「イリュストラシオン」にたどる 19 世紀フランス 夢と創造』、人文書院、1995、p.79)。
 - 7) ブリュノ・ヴィアール『100 語でわかるロマン主義』小倉孝誠・辻川慶子訳、白水社、「文庫クセジュ」、2012、p.9 ; 161-162。
 - 8) 小倉、前掲書、pp.67-70。
 - 9) Corbin, *op.cit.*, 2002, pp.86-87 [コルバン、前掲書、2002、p.79]。
 - 10) 「ピトレスク」(英ピクチャレスク)に本文で言及したロマン主義的定義を与えたのは、イギリスのウィリアム・ギルピン (William Gilpin, 1724-1804) とされる。ギルピンは「ピクチャレスクな」風景を求めイギリスの湖水地方を中心に旅をし、多くの紀行文を残した。『版画論』(*An Essay upon Prints*, 1768)において、絵画と版画における「ピクチャレスク」とはその作品において見る者に快を与える美的要素であると定義し、自然はありのままに描かれるべき、また模倣されるべきものであるとした。しかしながら同時に、描かれた作品は作品として「ピクチャレスク」であるとされるために画家が工夫を施しているため、実際の風景を眺める時には、「ピクチャレスク」を感じ取る感覚を持っている必要があるとも説いている (参照：岩井茂昭「ウィリアム・ギルピンの『湖水地方紀行』と「ピクチャレスク」の概念」『生駒経済論叢』、第 15 巻 1 号、pp.127-142、2017; 今村隆男「ピクチャレスクの変遷——ギルピン『ワイ川紀行』と『ニューフォレスト森林風景』——」『彦根論叢』、第 346 号、pp.17-33、2007)。
 - 11) Pierre Larousse, *Grand Dictionnaire universel du XIX^e siècle : français, historique,*

géographique, mythologique, bibliographique, littéraire, artistique, scientifique, etc. tome 12, Paris, administration du grand dictionnaire universel, 1873, p.1090.

- 12) « Se dit d'un objet qui, par sa disposition, est éminemment propre à fournir un sujet de tableau ou autre composition artistique : » (*Ibid.*)
- 13) « Site PITTORESQUE. » (Augé, *op.cit.* (t.5), 1927-1933, p.610)
- 14) « Qui fournit, qui contient des renseignements utiles aux peintres : » (*Ibid.*)
- 15) 交通網の発展とともにツーリズムの受容が進んだフランスでは、19世紀後半にアドルフ・ジョアンヌ (Adolphe Joanne, 1813-1881) による旅行ガイドブックの出版が始まった。しかしその内容は、現代の旅行ガイドブックのように、観光スポット、ホテルやレストランの詳しい案内、お土産品の紹介等をふんだんに含んだ内容というよりは、その当時「見るべき」ものと位置付けられていた「ビトレスクな風景」を余すところなく見て回り、無駄のないすばらしい旅行を実現することを目指すものであった。
- 16) 小倉、前掲書、p.20。
- 17) トーマス・クックについては、次の文献を参照した。アラン・コルバン『レジャーの誕生 (新版) (上・下)』渡辺響子訳、藤原書店、2000；本城靖久『トーマス・クックの旅 近代ツーリズムの誕生』、講談社、「講談社現代新書」、1996、pp.29-186；ジェリ・クインジオ『鉄道の食事の歴史物語 蒸気機関車、オリエント急行から新幹線まで』大概敦子訳、原書房、2021、p.26。禁酒運動とは、アルコール飲料の製造販売と輸送の禁止を求める運動を指す。アルコールは家庭や社会の荒廃、無駄な出費の元になっていることや宗教的規範に背くと訴えた (本城、同書、pp.27-28)。
- 18) *Chemins de fer d'État : plages & bains de mer de l'océan*, 1906.
- 19) 「必要を快楽に変えること」という表現は20世紀初頭の美食家であるキュルノンスキー (Curnonsky, 1872-1956) が自身の著書の中で明言したものである (Curnonsky et Marcel Rouff, *La France gastronomique : guide des merveilles culinaires et des bonnes auberges françaises*, Paris, F.Rouff, 1921, p.8)。フランスにおける食文化の豊かさを表現したものであるが、食に限らず、必要で始まった様々な生活行動に娯楽の要素を加えていくことは、同じような意味を持つのではないだろうか。
- 20) フィリップ・ランジュニニュー＝ヴィヤール『フランスの温泉リゾート』成沢広幸訳、白水社、「文庫クセジュ」、2006、p.14。
- 21) ヴァージニア・スミス『清潔の歴史 美・健康・衛生』鈴木実佳訳、東洋書林、2010、pp.120-123。
- 22) Monique Madier, *La France et ses trésors : Auvergne*, Paris, Librairie Larousse, 1988, pp.135-136。この書簡を残したのは、セヴィニエ公爵夫人 (Marie de Rabutin-Chantal, marquise de Sévigné, 1626-1696) であった。
- 23) ヴィヤール、前掲書、p.30；Larousse, *op.cit.* (E), 1873, p.35.
- 24) スミス、前掲書、pp.321-324。

- 25) リウマチなど、温泉での治療が有効とされる 12 の指定疾患において適用。その期間は年間 3 週間までで、同じ温泉地に日曜を除く 18 日間滞在することなど細かい条件があるが、保険を適用すれば 65 パーセントが還付される。しかし、年々この制度の利用者は減りつつある。
- 26) ヴィヤール、前掲書、pp.34-35。
- 27) 同上、p.36。
- 28) 同上、pp.36-37。
- 29) « Vichy n'est pas une de ces stations thermales dont la vogue et le succès tiennent seulement à la mode, cette grande faiseuse de renommée. Bien avant que la réclame fut le plus sûr moyen non seulement d'amener du monde dans les villes d'eaux, mais aussi de créer des stations dont l'existence n'a pas sa raison d'être, les eaux de Vichy avaient déjà une réputation européenne; et, quoique à cette époque il n'y eût pas ici le confortable qui existe de nos jours, bien des étrangers venaient s'y soigner et s'y guérir. » (A.Mallat, *Guide Médical des malades en traitement aux eaux de vichy*, Vichy, C.Bougarel, 1888, p.3)
- 30) « Jusqu'en 1785 il n'y avait à Vichy, comme tout établissement, que la Maison du Roi, qui contenait dans son intérieur tout l'appareil balnéaire des bains, des douches et des étuves. [...] de 1814 à 1829, [...] l'établissement thermal tel qu'il est actuellement. [...] Aujourd'hui, le grand établissement thermal de Vichy, qui contient au rez-de-chaussée les bains de première classe, et au premier de vastes salles qui ne sont pas utilisées, est un rectangle qui mesure 57 mètres de largeur sur 60 de longueur.
- Un nouvel établissement (Bains de 2^e et de 3^e classe), a été construit en 1858, [...] Il est situé à l'ouest de l'ancien établissement et à quelques mètres de lui. [...]
- L'établissement thermal de Vichy est ouvert toute l'année. La saison commence le 1^{er} mai et finit le 1^{er} octobre. » (*Ibid.*, pp.77-78)
- 31) *Ibid.*, pp.84-87.
- 32) « Pastilles digestives aux Sels de Vichy, 3 fr. les 500gr. et 1 fr. 50 les 250 gr.
- Pastilles digestives aux Sels de Vichy, en boîte de poche : la grande boîte, 1 fr. et 0 fr. 60 la petite boîte. [...]
- Sels naturels de Vichy pour boissons, la boîte de 50 paquets, 4 fr.
- Pour faire de l'eau artificielle de Vichy, faire dissoudre un paquet bleu de ce sel dans un litre d'eau ordinaire.
- Sels naturels de Vichy pour boissons, le flacon en verre blanc, 2 fr.
- Pour faire de l'eau artificielle de Vichy, faire dissoudre une cuillerée à bouche de ce sel dans un litre d'eau ordinaire.
- Sels de Vichy pour bains, le rouleau, 1 fr.
- Solution antirhumatismale de Vichy (spécifique du rhumatisme et de la goutte), 2 fr. 50 le flacon.

Solution laxative de Vichy (spécifique de la constipation) 1 fr. 50 le flacon gradué. »
(*Ibid.*, p.2)

- 33) 18 世紀以降、ヨーロッパでは香水や白粉など様々な化粧品が登場し、時にそれは体臭などをごまかすものとして位置づけられるために、当時は清潔や衛生に対する観念が低かったという印象が強い。しかし一方で、18 世紀以降の貴婦人の間では身支度としての沐浴が定着しており、大理石など贅沢な材質でしつらえられた風呂を所有していたという (スミス、前掲書、p.254)。この指摘は同時に、ヴィシーの温泉の主要顧客層が一定程度財力がある層であった可能性を示唆している。
- 34) Mallat, *op.cit.*, pp.64-65.
- 35) *Vichy quina, vin apéritif tonique et fortifiant* [affiche], Pichot, Paris, 1899. (BNF 蔵)
- 36) 宮後年男監修『パリ 1900 年の身装文化 ベル・エポックの百貨店カタログ』、アートダイジェスト、2007。
- 37) *Nouvel hôtel Guillaermen, Vichy, ouvert du 1^{er} mai au 15 octobre* [affiche], Chaix, Paris, 1894. (BNF 蔵)
- 38) 福井憲彦『世紀末とベル・エポックの文化』山川出版社、1999、p.38。
- 39) Louis Tausin, *P.L.M. Vichy* [affiche], Champenois, Paris, 1910. (BNF 蔵)
- 40) 福井、前掲書、p.39。
- 41) George Weisz, Spas, mineral waters, and hydrological science in twentieth-century france, « *Isis* », 2001, p.458.
同論文においては 1909 年のオーベルニュ温泉連盟、1913 年のサン・ピレネー温泉連盟発足等が指摘されている。
- 42) 「ツーリング・クラブ・フランス」(TCF) は 1890 年から 1983 年まで活動していた団体で、あらゆる形式での観光旅行の発展を目標に掲げ、地図やガイドブックのシリーズを独自に刊行した。
- 43) ここでの「社会的ムーブメント」とは、「地方主義」(レジオナリズム) のことである。「地方主義」は、フランスにおいて地方のあり方を明らかにしようとする活動に端を発する。19 世紀後半、「ル・プレー学派」(l'École de Le Play) と呼ばれる社会学者たちによる一連の調査によって、社会生活を営む上では地域や職場等、社会活動を共にする集団が重要であると説かれた。1900 年前後からは地方ごとに地元産業や地元文化を擁護しようとする動きが活発となる等、全国的に地方への意識がにわかになら高まっていた。もう一つの地方主義とも言うべきこの運動は、地元の住民に自らが住まう地域の良さを再認識させる狙いから始まり、のちに観光資源として広くフランス全土へ伝播される土台を築くこととなった。
- 44) 本論文 4-1、注 29。
- 45) Weisz, *art.cit.*, p.460.
- 46) *Ibid.*
- 本論文は、JSPS 科研費 22K18099 の助成を受けたものである。