

日本クルーズ&フェリー学会
論文集 007
April
2017



日本クルーズ&フェリー学会
The Academic Society for Cruise & Ferry, Japan

■ Contents

1. リバー・クルーズにおけるスペクタクルとしての空間と再魔術化
—ライン川・ドナウ川を事例に—
藤井 秀登

Space as Spectacle and its Re-enchantment on River Cruises : A Case Study of the Danube and the Rhine
by Hideto FUJII

20. Wi-Fi 環境に対するクルーズ関係者の意識調査
～金沢港に寄港したクルーズ旅客・船員を対象として～
藤生 慎 大澤脩司 松田耕司 中山晶一朗 高山純一

Survey on Wi-Fi to the cruise passengers —A Case study of Kanazawa Port—
by Makoto FUJIU Shuji Osawa Koji MATSUTA Shoichiro NAKAYAMA Jyunichi TAKAYAMA

日本クルーズ & フェリー学会論文集 第7号
発行日 平成29年4月
発行 日本クルーズ & フェリー学会
〒599-8531 堺市中区学園町1-1 大阪府立大学内
TEL&FAX 072-254-9343

Journal of The Academic Society for Cruise & Ferry, Japan No.7
April, 2017
1-1 Gakuen-cho, Naka-ku, Sakai, Osaka 599-8531 Japan
(in Osaka Prefecture University)
Phone & Fax 072-254-9343

リバー・クルーズにおけるスペクタクルとしての空間と再魔術化 —ライン川・ドナウ川を事例に—

Space as Spectacle and its Re-enchantment on River Cruises:
A Case Study of the Danube and the Rhine

藤井秀登*

Hideto Fujii

ライン川、ライン・マイン・ドナウ運河、およびドナウ川を航行するリバー・クルーズを事例に、旅行商品としてのリバー・クルーズにおけるスペクタクルについて、空間と再魔術化の視点から考察した。まず、リバー・クルーズの台頭をポスト・モダン社会のなかに位置づけ、立体的な空間の認識とスペクタクルとの関係を確認した。次にスペクタクルとしてのリバー・クルーズ商品の構成要素とその運航会社の特徴を理論的に検討した。最後にライン・マイン・ドナウ運河の完成によって一つに結ばれたライン川とドナウ川を航行の空間とするリバー・クルーズについて、運航会社2社に焦点をあて、そのスペクタクルと再魔術化の具体的な構造を分析した。その結果、考察対象のリバー・クルーズにおいて、空間のスペクタクルと再魔術化が検証された。

1. はじめに

本稿は、1980年代以降に台頭してきたリバー・クルーズを対象に、空間の生産と再魔術化という2つの視点から考察していく。第1に、空間の生産はH.ルフェーブル(Henry Lefebvre)¹⁾によって1974年に著された『空間の生産』に依拠していく²⁾。なぜなら、空間の三重化に着目したH.ルフェーブルの着想が、第2の視点で述べる再魔術化の概念と整合性をもっているからである。空間の三重化とは、物理的空間に心的空間と社会的空間が重なる状態を認識した概念である。物理的空間は自然空間に、心的空間は思索空間に、社会的空間は生産・再生産空間に、つまり自然を介した資本と労働の三重性で空間を把握している。こうした空間認識はリバー・クルーズにもあてはまる。ただし、そこでは文化・政治・経済の諸領域が融合している。それゆえ、消費を中心の現代社会においてリバー・クルーズにおける空間の三重化を考察するためには、こうした空間における再魔術化を読み解く必要がある。ここで再魔術化とは、システムの合理性を覆い隠しながら、イメージによって世の中を動かす仕組み、特にスペクタクルによってそれはもたらされると考えていく概念である³⁾。

第2に、G.リツツア(George Litzter)⁴⁾によって2010年に公刊された『消費社会の魔術的体系(第3版)』を立論の基礎におく⁵⁾。空間も視野に入れながら、再魔術化という概念から現代の消費社会を分析しているからである。同書で、G.リツツアは再魔術化の技法としてスペクタクルを創出する方法を3つ挙げている⁶⁾。それは、シミュレーション⁷⁾、内破、時間と空間の操作である。まず、シミュレーションは現実と虚構や真実と虚偽の間における区別の融解のことである⁸⁾。次に、内破(implosion)はそれまで区別されていた境界が融解すること、ある現象が別の現象へ凝縮されることである⁹⁾。最後に、時間と空間の操作は内破を時間と空間に適用すること、さまざまな時間や空間を凝縮することである¹⁰⁾。これら3つの技法を使いながら、スペクタクルが創出されていく。

さて、管見の限り、再魔術化という視点からリバー・クルーズ¹¹⁾を研究した事例はない。ただし、シー・クルーズに関する先行研究は存在し、そのなかでもシー・クルーズを再魔術化の視点から考察したものとして、先に挙げたG.リツツアの『消費社会の魔術的体系(第3版)』が挙げられる。

たとえば、同書において「クルーズ船は多様であるが、最も人気のあるクルーズ船は、はるかに大型で豪華になった。また、カジノ、ナイトクラブ、ヘルススパ、ショッピングモール、バーなどのほかの消費手段を備

*正会員 明治大学商学部

えるようになった。これらの消費手段の各々は現代のクルーズ船を人々に多額のお金を使わせ、一連のサービスと商品を消費させるきわめて効果的な手段にするうえで一役買っている」¹²⁾という説明がなされている。

しかしながら、それはリバー・クルーズよりもマーケット・シェアの大きい、シー・クルーズに対する分析である。果たして、シー・クルーズと同じく、リバー・クルーズでも空間における再魔術化の技法としてスペクタクルの創出が行なわれているのであろうか。確かにリバー・クルーズにも合理的なシステムが貫徹している。だが、リバー・クルーズ船をみると、娯楽施設の種類や規模がシー・クルーズ船よりも劣る傾向にある。航行する河川や運河の大きさに合わせて、主に小型船を使用しているためである。これはリバー・クルーズ航路の固定化にもつながる。また、シー・クルーズのなかでもプレミアム客船やラグジャリー客船といった高価格帯の商品に、リバー・クルーズ商品の価格は相当している。リバー・クルーズでは規模の経済が発揮できないからである。ゆえに、システムの合理性がイメージとしての表象によって実際に覆い隠されているのかが問われる。そこで、以下において再魔術化の論理を支えているスペクタクルを基軸にしながら、リバー・クルーズにおける空間の在り方を各章で考察していく。

2. ポスト・モダン社会とリバー・クルーズ

(1) 脱物質主義化と欧洲におけるリバー・クルーズの台頭

1980年代に入ると、1960年代から一部の知識人の間で共有されていたポスト・モダニズム¹³⁾の思想状況は変容し、社会や文化が全般的にポスト・モダン的な状況になっていった。ポスト・モダンには、さまざまな定義があるが、そのなかでも哲学・思想上の標準とされている『ポスト・モダンの条件』を著したJ.-F. リオタール¹⁴⁾に従うと、ポスト・モダンとは、近代的システムにとって不可欠な生産力になり得る知と、あらゆるシステムへの回収の試みを阻むような知とを区別する、モダンの思想とは異なっている。なぜなら、モダンの解釈は「それが解決しようとしている二者択一の問題を再生産しているに過ぎず、しかもこの二者択一の問題そのものが、いまわれわれの研究対象となっている社会に対してはもはや有効性を失っており、またその問題の立て方自体が、もはやポスト・モダンにおける

知のもっとも生き生きとした様態に適合しない、対立による思考に属していると思われる」¹⁵⁾からである。

ここでポスト・モダンは、二項対立という一定の秩序に従って価値を絶対化していく旧来の合理的な方式ではなく、すべての対象を並列におき、それらの価値の相対化を図っていくものと捉えられている。つまり、ポスト・モダンでは、消費者が流動的な生活空間のなかで生きるゆえに、個人単位の生活様式を生み出していくことになる。換言すれば、伝統的な文化的価値が生み出す、事象の安定した指標が消し去られるゆえに、事象相互の結びつきが希薄化・空洞化してくることになる。その際、情報が事象間の隙間を埋めていく役割を果たす。各種のメディア¹⁶⁾が発するこうした情報を自分で加工しながら、現代人は自身の不安定な日常生活の場所を確定させていくのである。多くの場合、メディアが発する商品的な価値の差異を基準に消費者は自らの価値基準をゆだね、流動的な日常生活の空間を固定的・安定的なものへと作りかえていく傾向をもつ。なぜなら、商品的な価値をもつ財は、すでに社会によって共有された象徴的価値の秩序に従って市場に位置づけられているからである¹⁷⁾。なお、ポスト・モダンにおける消費傾向として、脱合理主義(遊戯的・審美的な行為を重視)、脱構造化(価値観や規範の流動化)、シミュラークルの優越化(大量の模倣や複製化)が指摘されている¹⁸⁾。

ポスト・モダンは消費文化とも結びついている。公的部門や営利部門と比べて、消費という行為は日常生活において管理が弱く、自由な分野であることから、ポスト・モダンと消費が整合性をもちやすいからである¹⁹⁾。現代の消費文化をみると、物質主義と脱物質主義が共存する社会状態にある。この状況は大別して、2つの過去に起きた社会状況に起因すると考えられている。1つには、1960年代から1970年代にかけて起きた、ベトナム戦争、石油危機、公害問題の深刻化などといった産業文明の負の側面が顕在化してきたことが挙げられる。これを受けて、物質主義への反省が社会に生じ、脱物質主義²⁰⁾へと価値観の変容が生じてきた。そこでは、物がもつ機能的価値よりも、必ずしも物と結びつかない文化的価値が重視されるようになってきていた。2つめには、1980年代に入って米英日などで実施された新自由主義政策が挙げられる。これによって経済が安定し、再び物質主義がよみがえり現

在にまでその影響を及ぼしている²¹⁾。このため、現代の消費社会では、物質主義と脱物質主義とが共存しながらポスト・モダン的状況と結びついている²²⁾。

こうした社会状況を踏まえて、欧州におけるリバー・クルーズの展開をみると、主に1980年代以降に事業が活性化してきていることが読み取れる（図表1）。リバー・クルーズでは、食事や買い物といった物質を乗客は消費するが、そのほかに河川や運河沿いの景観、

寄港地の景観や文化の享受もする。つまり、物質主義と脱物質主義の消費文化における事例の1つとして、欧州におけるリバー・クルーズの台頭は認識できる。では、こうしたリバー・クルーズの消費文化は、ポスト・モダン的状況をいかに反映しているのであろうか。これについて、スペクタクルの視点から考察していきたい。

図表1. 欧州におけるリバー・クルーズ略史

西暦	主な出来事
1947年	第二次世界大戦で中止されていた定期運航をKDライン社 (KD Rhine Line) が再開。
1948年	ドナウ川の航行に関して、ソ連と沿岸諸国の代表によってベオグラード協定を調印。1921年の協定は破棄され、航行可能なドナウ川全域にドナウ委員会による規制が開始。
1960年	最初のリバー・クルーズのパッケージ商品がライン川のバーゼルとロッテルダムとの間を対象にKDラインによって造成。同社はリバー・クルーズ専用の新造船を導入。
1964年	モーゼル川とライン川の合流点に位置するコブレンツとトリールの間でリバー・クルーズを開始。モーゼル川の運河化を実施。
1967年	ケルン&デュッセルドルフ株式会社 (the Cologne & Düsseldorf joint-company) がKDライン社に統合。
1976年	ユニワールド (Uniworld) がS.イリイチによってカリフォルニアで創設。特にアメリカ人の乗客の好みに照準を合わせ、ボルガ川やそのほかのロシアの水路にてロシアで製造された船舶を使用しながらリバー・クルーズを開始。
1978年	イギリスのツアー・オペレーターであるアバクロンビー&ケント社 (Abercrombie & Kent) が、特にアメリカ人向けのリバー・クルーズを欧州で取り扱い開始。
1979年	ウィーンのハンデルスカイで新生KDライン社の総本部の建築開始。
1983年	ピーター・デイルマン・リバー・クルーズ社 (Peter Deilmann River Cruises) がドナウ川でリバー・クルーズを開始。
1987年	ピーター・デイルマンが、世界で最も豪華なクルーズ船の1つともいわれるモーツアルト号を竣工。
1992年	9月25日にライン・マイン・ドナウ運河がついに完成。この結果、最大で3,300トンまでの船舶ならば、北海から黒海までをライン川、マイン川、ドナウ川経由で航行可能。
1994年	ヴァンテッジ・デラックス・ワールド・ツアーズ社 (Vantage Deluxe World Tours) が欧州のリバー・クルーズを特にアメリカ人を対象に提供するため、ボストンで業務を開始。
1995年	KDライン社がはじめて数ヶ国の総代理店と提携し、リバー・クルーズ商品の提供を開始。航空運賃や鉄道運賃、宿泊代などすべての代金を包括した、オール・インクルーシブの統合型旅行商品を造成。
1996年	組織再編に伴い、KDリバー・クルーズ社 (KD River Cruises) が創設。同社はフル・サービス型のツアー・オペレーターで、世界規模でリバー・クルーズ商品を提供。ドイツのシー・クラウド・クルーズ社のために、リバー・クラウド号を建造。これが1930年代の装飾様式とともに豪華リバー・クルーズ船の新基準へ。
1997年	バイキング・リバー・クルーズ社 (Viking

	River Cruises) がノルウェーの起業家 T. ハーゲンを中心とする企業家集団によって創設。ロシアのリバー・クルーズ船 4 隻から運航開始。		ルーズ船の運航を管理するため、グローバル・リバー・クルーズ社 (Global River Cruises) を創設。
1999 年	1913 年製造で世界最大の外輪式蒸気船・ゲーテ号を徹底改修した後、ノスタルジア・クルーズとしてドイツのライン川にて夏期限定で運航を開始。	2004 年	ピーター・デイルマンがライン川に豪華クルーズ船 (ハイデルベルク号) を投入。
2000 年	KD リバー・クルーズ社はリバー・クルーズ事業の開始 40 周年を迎えた後、バイキング・リバー・クルーズ社に桟橋を含めて売却。	2005 年	バイキング・リバー・クルーズ社がイギリスのリバー・クルーズ専門のツアー・オペレーター、トラベル・ルネッサンス社 (Travel Renaissance) を買収。
2001 年	9. 11 の影響で海外旅行者数が劇的に落ち込んだ煽りを受けて、スイスのリバー・クルーズ会社 (Mittelthurgau) が倒産。	2006 年	バイキング・リバー・クルーズ社は全長 132 メートルある細長いクルーズ船をライン川に投入。
2002 年	アメリカのユニワールド社が欧州におけるク		

(出所) Bell, B. (ed.) (2008), *Great River Cruises: Europe & the Nile*, London: APA Publications, pp. 21-22.

(2) リバー・クルーズにおける空間とスペクタクル

リバー・クルーズは、空間における場所的な移動でもある。リバー・クルーズにおける場所とは、個々の寄港地や市内観光地が並列的に秩序だって配置されている状態を指す。その際、原則として同一の場所には 1 つの観光対象が対応する。寄港地や市内観光地は隣接関係におかれ、それぞれが適正な個所に位置づけられている。一方、リバー・クルーズにおける空間とは、方向、速度、時間という変数を、場所に組み込んだものである。旅行内容を示す行程に相当し、空間の自由度は高い。逆にいえば、こうした行程や空間には一義性や安定性がないことになる。つまり、リバー・クルーズの寄港地や市内観光地は場所に相当し、場所を巡っていく行程は空間として認識できる。したがって、リバー・クルーズにおける空間や行程は、そこから最大限に利益を生み出したい運航会社にとって戦略上の重要な要因となる²³⁾。

こうした空間の意義について、空間の実践、空間の表象、表象の空間という 3 つの観点から立体的に考察した囁矢は、H. ルフェーブルである。これは E. W. ソジャ (Edward W. Soja)²⁴⁾ によって空間性の 3 元弁証法²⁵⁾ と呼ばれるものである。労働 (空間の実践) と資本 (空間の表象) という二項対立に自然 (表象の空間) を入れることで、自然を媒介とした労働と資本との関係が認識される、3 元弁証法で空間が把握されていく手法である。

第 1 に、空間の実践とは、人々が行なう社会的な行為である。それは「社会に空間を生産するだけではなく、その空間における社会制度をも生産する。社会に空間を生み出し、空間で社会を変容していく」という相互作用の関係である。それゆえ、空間の実践は、社会変容における力の源として認識できる。現代における空間の実践は、人々によって知覚された空間のなかで行なわれている。すなわち、習慣化された日常の行為と、勤務先、自宅、余暇の場所に至る経路やネットワークとの結びつきにそれは依存している。そのため、社会構成員の空間的な実践力によっては、空間の実践が日常行為と経路やネットワークとを結合するだけでなく、分離をもたらす可能性をもつ。つまり、空間の実践には、社会構成員の空間的な実践力に応じて差異が生じる。なお、こうした空間の実践は、日常生活という対象の空間を事後的に分析することを通じて解読できる経験的なものである²⁶⁾。

第 2 に、空間の表象とは、思考される空間である。それは、科学者、社会・経済計画の立案者、都市計画家、技術官僚、社会工学者、芸術家の空間でもある。これらに共通する点として、現実の空間と観念上の空間とを同一視することが挙げられる。さらに、こうした観念上の空間が都市空間の設計に反映されているため、それが社会や生産様式における支配的な空間を規定していく点も指摘できる。したがって、空間の表象における諸概念は、観念と結

びついた抽象的な記号の体系と整合性をもちやすい²⁷⁾。そして、空間の表象は、物理的な建築ではなく、そこに組み込まれた観念性において、つまりイメージや象徴を介しながら、たとえばリバー・クルーズにおける空間の生産に影響力を発揮していく²⁸⁾。

第3に、表象の空間とは、物理的な空間に施されたイメージや象徴を介して、住民や利用者、芸術家、作家や哲学者などが直接に生きられる空間である。これは建築を象徴的に利用した、支配された空間であり、受動的に経験された空間でもある。ただし、そこで日常生活を過ごす人々の想像力はこの空間に対して変革や領有を試みる。つまり、表象の空間は、生活者による空間に対する能動的な象徴や記号の創出をある程度まで受容している²⁹⁾。したがって、一部の象徴的で美的な方向性を規定する建築作品を除いて、表象の空間には資本の力がおよぶ限界がある³⁰⁾。その一方で、リバー・クルーズ運航会社は、こうした表象の空間をスペクタクルとして利用している。そこでは、人々の出会い、夢や想像力が資本、すなわち私的な投資活動の対象として捉え直されている³¹⁾。

ここでスペクタクルとは、政治や経済、生産や消費のような社会構造から、主体である個人の生活や趣味、人間関係に至るまで、すべてのものを動かす仕組みとして、イメージという表象の支配により、20世紀後半以降の資本主義社会を根底から支える本質的構成原理を指している。こうした表象は記号として、人々の眼前に現れてくる。現在では、さらにその妥当性が高まっていると考えられる³²⁾。こうしたスペクタクルを1967年の時点で理論的に提示したG. ドゥボール (Guy Debord)³³⁾によると、「近代的生産条件が支配的な社会では、生活全体がスペクタクルの膨大な蓄積として現れる。かつて直接に生きられていたものはすべて、表象のうちに追いやられてしまった」³⁴⁾とされる。そのため現代では、実質的な商品の所有に先行して、その商品に付着している情報という記号がもつイメージが商品選択において消費者が避けて通れない社会的な仕組みとなっている。

こうしたイメージは、人間生活におけるさまざまな局面から切り離されたうえで、情報という共通の受け皿に注がれる。現実が部分的に考察され、その部分を普遍化して展開される。だが、この普遍化はそれだけ別に取り出された擬似的な世界である³⁵⁾。それは全体から切り離された部分を、つまり細部に分け入ることを重視する現代社会が、本来は総体としてとらえる必要がある人間活動を、

専門化された個別科学へとゆだねているからである。結果として、それぞれの個別科学からみたイメージを通じて人間が表象される事態をもたらした。人間の一面だけが表象されるため、全体性は個別イメージ、すなわち個別スペクタクルの寄せ集めという擬似的なものに留まらざるをえない。それでもかかわらず、スペクタクルを介さなければ、現代人はもはや人間の生を感じできない。スペクタクルが世界を覆っているからである。スペクタクル社会では商品の物神化³⁶⁾が果たされているゆえに、「感じしるけれども感覺を超えたさまざまなモノ」、つまり情報が社会を支配していく³⁷⁾。

スペクタクルの起源は世界の統一性の喪失に求められる。情報化、商品経済化が世界的規模で展開している現代では、スペクタクルも同様に拡散している。これは、そうした統一性の喪失が全体的であることを意味している。「スペクタクルのなかには個々の労働すべての抽象化と集団的生産の一般的抽象化とが、完璧なかたちで表されている。というのも、スペクタクルの具体的存在様態とは、抽象化にほかならないからである。スペクタクルにおいて、世界の一部がこの世界の前で演じられ〔代理-表象され (se represente)〕、しかもそれはこの世界よりも優れたものなのである。スペクタクルとは、この分離の共通言語にほかならない」³⁸⁾。スペクタクルとは、メディアが操作する情報の表象があたかも商品として現象し、その物神化が交換価値をもつようになったものである。スペクタクルとしての商品の交換価値は、その使用価値に対して無差別となっているため、「世界の領土を正確に覆う地図」となっている³⁹⁾。一方、消費者どうしはスペクタクルに向けて不可逆的な関係で結びつくだけで、孤立状態におかれている。スペクタクルは分離された消費者を1つに結び合わせる観念上の場を提供するが、実際には、消費者は分離されたままの状態である。

スペクタクルには現実の社会関係が付与されている。なぜなら、現実を転倒する商品としてのスペクタクルはメディアによって情報として現実に生産されているからである。同時に、そのスペクタクルは生きた現実のなかに物質的に浸透し、現実はスペクタクル的な秩序を取り込むからである。物的世界の觀念化、觀念的世界の物質化という双方向の影響が存在する。こうして暫定的に固定化された各々の概念は、反対物への移行だけを自身の基盤としている。すなわち、「現実はスペクタクルのなかに生起し、スペクタクルは現実である。この相互的な疎外

こそが現実の社会の本質であり、それを支えるもの」⁴⁰⁾となる。したがって、スペクタクルは、商品の情報として表象であると同時に物質であることから、媒介項であると同時に現実の社会関係でもある。なお、現代のスペクタクルが支配する社会では、あらゆるもの歴史が消し去られ、スペクタクルがもっていた歴史も失われている⁴¹⁾。スペクタクルは交換価値、量的尺度であるゆえに、質の不变性を前提とするからである。そこでは、商品的な価値の質に代わって、その量的規定という差異が示されていく。

3. スペクタクルとしてのリバー・クルーズと運航会社の特徴

(1) リバー・クルーズ商品の構成要素

ほかの旅行商品と同じく、リバー・クルーズ商品にも3つの特徴がある。それは、異質性、非弾力性、そして相補性である。異質性とは、さまざまな流動的な要素の組み合せが商品として個々の乗客にとって唯一の体験を創出していくことである。クルーズ運航会社が管理できない天候のような自然条件や航路上の地理的景観などと、その会社が管理できる複数の定型的なサービス、クルーと乗客との相互関係で生み出されるホスピタリティなどの融合が異質性を演出していく。非弾力性とは、リバー・クルーズ商品が生産者と消費者との共同生産、すなわち財の即時性に起因しており、生産・消費される時点で商品が販売されていなければ、損失に直結するということである。これは運航会社の視点からみたもので、短期的には販売の価格や時期をレヴェニュー・マネジメントで、中期的には運航経路や運航期間で調整し、長期的には新造船の発注時の収容定員で供給量と需要量との整合性をはかることで解決していく。

水上に浮かぶ、プティ・ホテルともいえるリバー・クルーズは、交通、宿泊、食事、市内観光などが相互に連携しながらシステムとして乗客にクルーズ体験を商品として提供していく。こうしたシステムを指して相補性と呼ぶ。それらのうち1つでも不具合があれば、つまり相補性が損なわれれば、リバー・クルーズ商品に対する乗客の満足度は下がり、商品価値が下がってしまう。通常の旅行商品であるならば、交通、宿泊、飲食、市内観光はそれぞれ異なる事業者によって担当されている。だが、リバー・クルーズ商品では、それらが一体化したものが商品になっているため、相補性の欠如はリバー・クルーズ運航会社の責任にそのまま転嫁してしまう。そこで、リバー・クルーズ

運航会社は商品の各構成要素に細心の注意を払うため、それらを自らの管理下におくことでそうしたリスクを回避しようとしている⁴²⁾。

さて、リバー・クルーズ商品の構成要素を、宿泊、食事、市内観光、交通の順にみてみよう⁴³⁾。まず、宿泊についてである。現在、ヨーロッパでは、主に2デッキと3デッキのリバー・クルーズ船が運航されている。上下の移動のために、エレベーターが備えつけられている船種もある。いずれも上層デッキにスイート・ルームやデラックス・ルームの高価格帯商品が、中・下層デッキにはスタンダード・ルームなどの低価格帯商品が配置されている。キャビン(客室)はホテルの宿泊部屋をコンパクトにしたものに類似している。狭いキャビン空間を最大限に活用できるように、シャワー、トイレ、テレビ台、机や椅子、クローゼット、ミラー、冷蔵庫やミニバー、金庫、電話、空調などといった設備の設置場所には工夫がなされている。人気のあるキャビンは、船外の風景が眺められるバルコニーワンのものである⁴⁴⁾。なお、予約の時点で決めたキャビンのグレードは乗船後に変更できない。水漏れや電気系統の故障が万が一発生した場合の予備キャビンを除き、各グレードのキャビンは上記の非弾力性のため完売されているからである。

次に、食事について概観しておく。リバー・クルーズ船のレストランは通常1ヶ所で、船首または船尾に設かれている。朝食はセルフ式のビュッフェ、昼食はセルフ式のビュッフェないしコースの選択、夕食はコースで提供されることが多い。朝食(午前7時から9時頃)と昼食(正午から午後1時半頃)の時間は90分から120分以内であれば原則として自由となっている。一方で、夕食(午後8時頃)の開始時間は決められていることが一般的である⁴⁵⁾。1つのテーブルは、最低4人から最大で6人ないし8人掛けを標準としている。このため、2人席は希少となる。テーブルの座席は運航会社によって指定されている場合と、乗客が自由に選べる場合がある。また、夕食にはドレッシー・カジュアルやフォーマルといったようなドレスコードが決められているものもある。リバー・クルーズ運航会社は、船内で提供する料理の水準を高級ホテル並みに設定している。だが、厨房が狭いため、完全に同じものとはいえない。料理の種類は基本的に和洋中にわたっているが、訪問国や地域の料理を提供することもある。ただし、クルーズ代金の価格帯によっては、食材の一部に冷凍品が使われている。一方で、新鮮な魚介類や高級な肉

類、遺伝子操作されていない食材を調達するために、リバー・クルーズ運航会社は食品卸売業者と連携している。

市内観光は、通常の市内散策に加えて、ヘリコプター・ツアーや熱気球体験、ワインの試飲、乗馬体験、サイクリング・ツアー、音楽会などと寄港地の特徴によって多岐にわたっている。リバー・クルーズ運航会社は、乗客が初めてその場所を訪れる想定し、制約された時間内に最重要箇所を、適切な方法と手ごろな価格で巡れるように留意しながら、自社で市内観光ツアーを造成している。リバー・クルーズ運航会社にとって、市内観光は副収入源となるだけでなく、乗客にとっても旅行に付加価値を加える体験となるからである。そうした市内観光ツアーは、リバー・クルーズの申込時あるいは船内の専用デスクで販売されている。寄港地から市内の目的地までの往復は、主に貸切バスで移動する。バスを使う利点としては、乗客の交通費が節約できること、安全管理に役立つことが挙げられる。その際、博学で数ヵ国語を流暢に話せる現地ガイドを同行させることで、乗客とのコミュニケーションも重視されている。ただし、市内観光ツアーは、リバー・クルーズ運航会社が経営するツアーオペレーター⁴⁶⁾や第三者のツアーオペレーターを利用する場合もある。

最後に交通であるが、これは船舶としてのリバー・クルーズ船に相当する。リバー・クルーズ船は、河川にかけられた橋の下や運河の閘門（ロック）を航行するために、航行する河川や運河によって、船体の長さ、高さ、幅、喫水に一定の制約が生じる。それゆえ、同じ河川を航行するリバー・クルーズの船体は、運航会社が異なってもほぼ同じ規格で、細長い船形となっている。なお、主要な都市空港近くの港でリバー・クルーズが出航・到着する場合、リバー・クルーズ商品の料金に、出航地や到着港の最寄り空港と自宅近くの空港との往復航空運賃が含まれている場合がある。その際、指定された航空会社や出発時刻を乗客は原則として変更できない。

以上のようにリバー・クルーズは、複数の構成要素がシステムとして合理化され、その機能を果たしている。一方で、現在、販売されているリバー・クルーズ商品は、文化、政治や経済、生産や消費のような社会構造から、主体である乗客の生活や趣味、人間関係に至るまで、多くの領域を動かす仕組みとしてのイメージという表象、すなわちスペクタクルを活用している。こうしたイメージは、人間生活のさまざまな局面から切断されたうえで、情報によって発信されている。詳しくは、次節において、リバー・ク

ルーズ運航会社の事例を挙げながら説明していく。

（2）リバー・クルーズ運航会社の特徴とスペクタクル

世界の主なリバー・クルーズ運航会社をまとめたものが図表1である。そこには20社以上が掲げられている。本節では、わが国でリバー・クルーズ商品を販売している代表として、クロワジューロップ・リバー・クルーズ社、ユニワールド・ブティック・リバー・クルーズ社、およびバイキング・リバー・クルーズ社の3社を取り上げて、それぞれの特徴をまとめておく。

まず、クロワジューロップ・リバー・クルーズ社（CroisiEurope River Cruises）はフランスの会社で、1979年にG.シュミテル（Gérard Schmitter）によって設立されたものである。それ以来、その家族が経営を続いている。クロワジューロップ・リバー・クルーズは、リバー・クルーズ船舶の所有と運営に責任をもっており、現在、45隻を保有している。さらに、造船、メンテナンス、仕入れ、社員養成など船舶の運航に関する事項を自社で一括しながら、コスト・パフォーマンスの改善に努めている。ストラスブルに本部をおき、パリとリヨンに支社がある。クロワジューロップ・リバー・クルーズ社はフランス語圏の乗客を専門にしたリバー・クルーズ会社であるが、ほかの言語を使用する乗客も取り扱っている。クロワジューロップ・リバー・クルーズ社の特徴として、年に数回実施される美食をテーマとしたリバー・クルーズが挙げられる。そこでは、フランス美食の伝統を忠実に守った料理を、ミシュランの星つきシェフの協力によって実現している。

クロワジューロップ・リバー・クルーズ社は、30本以上の欧洲の有名な河川や運河に500ヶ所以上の出港地を設定し、100本以上の行程を提供している。なかでもライン川やその支流、ドナウ川は依然として欧洲における主要なリバー・クルーズの目的地であるゆえに、クロワジューロップ・リバー・クルーズ社は、そこにリピーター客を魅惑し続けるため、新規客を獲得するため、美食に加えて、サービスや行程（世界遺産や歴史地区を含む）に工夫を凝らしている。同様に、セーヌ川やローヌ川、ハンガリーのティサ川、スペインのグワダルキビル川、ポルトガルのドウロ川、ベトナムのメコン川やミャンマーのイラワジ川などにもリバー・クルーズの目的地を開拓している。さらに、創業者のパイオニア精神を受け継いで、アルザス-ローヌ地方、ブルゴーニュ地方、プロヴァンス地方、シャンパーニュ地方の隠れた宝を乗客に発見してもらうため、

図表2. 主なリバー・クルーズ運航会社一覧 (ABC順)

会社名
A-Rosa Cruises
Albercrombie & Kent
AmaWaterways
APT (Australian Pacific Touring)
Avalon Waterways
CroisiEurope River Cruises
Detour Cruises
Emerald Waterways
Excellence River Cruises
Grand Circle Cruise Line
Lüftner Cruises
Nicko Tours
Noble Caledonia
Phoenix Reisen
Premicon
Scenic Tours
Scylla Tours
Tauck Tours
Transocean Tours
Travelmarvel River Cruises
Uniworld Boutique River Cruises
Vantage Deluxe River Cruises
Viking River Cruises

(出所) Ward, D. (2014), *River Cruising in Europe* (1st edn.), London: Berlitz, pp. 32-35 に一部加筆。

フランスの運河クルーズの魅力を伝えるツアーも実施している⁴⁷⁾。

次に、ユニワールド・ブティック・リバー・クルーズ社 (Uniworld Boutique River Cruises) は、ユーゴスラビアの起業家S. イリチ (Serba Ilich) によって1976年に創設され、1994年から欧洲で、1996年から中国でリバー・クルーズ事業をしている。2004年からは、世界的規模で旅行事業を展開しているアメリカのトラベル・コーポレーション社 (The Travel Corporation) 傘下にある⁴⁸⁾。トラベル・コーポレーション社は、ユニワールドの船舶、クルー、スタッフに対して出資することで、忘れられない六つ星の経験 (Six-Star Experience) を乗船客に提供できるような戦略をとっている。六つ星を構成する6つの要素は、専門的知識や技術、サービス、豪華で独創的な

デザインの船舶、料理、選択、そしてオール・インクルーシブ料金である⁴⁹⁾。

専門的知識や技術とは、自社でクルーズ船内の運営を行なっている点にある。多くのリバー・クルーズ運航会社が船内の運営を別会社に委託している一方で、ユニワールド・ブティック・リバー・クルーズ社はトラベル・コーポレーション社の傘下にある五つ星ブティック・ホテル⁵⁰⁾のレッド・カーネーション社 (The Red Carnation) と連携することで船内の自社運営を可能にしている。サービスは乗客1人に対するスタッフの人数が3.0人以上であり、きめ細やかなサービスが実現できるということを謳っている⁵¹⁾。豪華で独創的なデザインの船舶とは、特に内装に配慮がなされている点を指す。調度品は修復したアンティークや有名工房の作品、美術品は自社オリジナルを使用している。料理は、寄港地の市場などで調達した新鮮な食材を使用し、多彩な種類の料理をする。選択とは、料理を始め、歴史地区や旧市内の観光に複数の選択肢が用意されていることである。そして、事前に支払うツアーフィー料金ですべてのサービスを乗客が享受できるように、オール・インクルーシブ方式を採用している。

最後に、バイキング・リバー・クルーズ社 (Viking River Cruises) は、船舶会社と関係のあったT. ハゲン (Torstein Hagen) とC. サレン (Christer Salen) を中心にスカンジナビアとオランダの企業連合が、1997年に創設した小規模な会社から始まったものである。事業開始当初は、ロシアから4隻を購入し、欧洲の人々を対象にロシアでリバー・クルーズを展開した。2000年になると、バイキング・リバー・クルーズはアメリカ市場に参入したのを契機としてロサンゼルスに本部をおき、同年には欧洲のリバー・クルーズ運航会社の老舗KDリバー・クルーズ社 (KD River Cruises) を、2005年にはイギリスのリバー・クルーズ運航会社トラベル・ルネッサンス社 (Travel Renaissance) をそれぞれ買収し、急速な事業規模の拡大を同社は遂げてきている。現在では、欧洲、ロシア、中国、南アジア、エジプトでリバー・クルーズを展開している⁵²⁾。

バイキング・リバー・クルーズ社は、寄港先で多くの場所を乗客が巡り、訪問先をより深く探求できるように留意した行程を作成している。これは商品差別化の一環でもあるが、港に停泊する時間を競合他社よりも長くすることで実現されている。たとえば、歴史地区や旧市内を巡る観光の途中で地元の料理を食べられること、シェフと一緒に市場を散策することが挙げられる。さらに、船内に

おいても、寄港予定先の歴史や文化を事前に学習や体験できる、会話教室、料理教室、エンターテイメントショーといった講座（Viking Culture Curriculum Program）も開設している⁵³⁾。

このように3社を比較すると、有名シェフが調理する美食、高級ホテルに匹敵するサービス、独創的な船舶デザイン、多彩な選択肢や徒歩で巡る市内観光などの文言から連想されるイメージに、造成するリバー・クルーズ商品の差異はある。だが、そこに共通項もある。つまり、各社ともに相補性という合理的なシステムがリバー・クルーズを作り立たせているにもかかわらず、これを覆い隠すために不可欠な表象としてイメージが作り出されている。現実と想像の区別が融解したシミュレーション、それまで区別されていた境界が融解した内破、さまざまな時間や空間を凝縮した時間と空間の操作がスペクタクルを創出している⁵⁴⁾。G. リツツアによると、そうしたスペクタクルは「高度に合理化されたシステムに付随する短所、とりわけ脱魔術化を克服する」⁵⁵⁾ことに目的があるとされる。

商品としてのリバー・クルーズ船から、現代社会の典型例、すなわち社会のスペクタクルが読み取れる。第1に、美食、高級、独創、多彩といった表象による本物の現象のシミュレーション化が挙げられる⁵⁶⁾。第2に、各社で特徴を打ち出しているリバー・クルーズ商品であっても、交通、宿泊、飲食といった商品の構成要素が別の業者によって担当されるのではなく、逆にクルーズ運航会社によって提供されている点が挙げられる。複数の業種における空間的障壁が取り払われた結果、消費環境が比較的狭い空間内に集約されている⁵⁷⁾。多様な内容をもつ行程を組むことで、乗客の時間感覚を忘れ去れる工夫もなされている。リバー・クルーズ運航会社が世界の主要な河川にさまざまな行程をもつ商品を造成するのは、物理的な空間を拡大することで商品の品揃えを増大し、消費者としての乗客を自社で囲い込むための戦略ともいえる⁵⁸⁾。

4. リバー・クルーズと空間の再魔術化—ライン川・ドナウ川を事例に—

(1) 航路・寄港地と観光資源

リバー・クルーズは、欧州、ロシア、中国などで主に行なわれている。以下では、そのなかでも欧州のライン川とドナウ川を航行するリバー・クルーズについて、ユニワールド・ブティック・リバー・クルーズ社（Uniworld Boutique River Cruises）とバイキング・リバー・クルーズ社（Viking River Cruises）の2社が販売している商品を題材に検討していく⁵⁹⁾。

まず、ユニワールド・ブティック・リバー・クルーズ社のライン川・ドナウ川クルーズは、European Jewels（珠玉のヨーロッパ）というテーマで、ラグジャリ一船を使いながら、アムステルダムからブダペストまで4ヶ国を14泊15日で移動するものである（図表3・4参照）。

ユニワールド・ブティック・リバー・クルーズ社のライン川・ドナウ川クルーズについて、図表3の行程表からわかる特徴は、2つある。第1に、2つ以上の選択肢が市内観光に用意されていることである。1回のリバー・クルーズについて最大で130名から150名が乗船できる船舶を使用していることから、1ヶ所にまとめて市内観光を催行する場合よりも複数に分けて実施する場合には移動手段、見学先やガイドの手配に若干の手間と費用がかかると考えられる。だが、選択肢の存在がリバー・クルーズのスペクタクルを増して、乗客にリバー・クルーズ全体に対する期待度を高めていく。第2に、多くの寄港地には、世界遺産があるということである。世界遺産は世界遺産委員会で顕著な普遍的価値が認められた文化遺産、自然遺産、複合遺産から構成されている。このため、世界遺産には、登録された遺産の特質を保証する機能と象徴性を付与する機能、すなわちブランド力がある⁶⁰⁾。つまり、世界遺産は決して商品ではないにもかかわらず、リバー・クルーズ商品のスペクタクルを構成する要素としての役割を果たしている。

次に、バイキング・リバー・クルーズ社のライン川・ドナウ川クルーズをみると、Grand European Tour（グランド・ヨーロッパ）というテーマで、新造船を使いながら、アムステルダムからブダペストまでオランダ、ドイツ、オーストリア、ハンガリーの4ヶ国を14泊15日で移動するものである（図表5・6参照）。

バイキング・リバー・クルーズ社のライン川・ドナウ川クルーズについて、図表5の行程表からわかる特徴は、2つある。第1に、2都市を除き、市内観光が寄港地ごとに1つだけ用意されていることである。1回のリバー・クルーズについて最大で190名まで収容できる船舶を使用していることから、団体行動の効率性を考えて、徒歩かバスによる団体行動を市内観光に採用していると考えられる。ただし、すべてが団体行動ではなく、一度、ガイドの説明を受けた後に自らの好みに応じて行き先を選択できる自由時間が設けられている。つまり、寄港先で多くの場所を

図表3. ユニワールド・ブティック・リバー・クルーズ社（ライン川・ドナウ川）の行程表

日程	都市	行程			
1	アムステルダム	乗船			シュテファン大聖堂見学、オルガン・コンサート、または②ドナウ川沿いをガイドとサイクリング。
2	ケルン	ケルン市内徒歩観光、世界最大のゴシック建築の傑作ケルン大聖堂。	1 2	ヴァッハウ渓谷	ヴァッハウ渓谷クルーズ後①ヴァイセンキルヒェン市内徒歩観光、フルーツ・ブランデー蒸留酒製造所で試飲、または②ぶどう畑ハイキングとワイン試飲、または③メルク修道院と図書館見学
3	リューデスハイム	ゴンドラでぶどう畑一望、ニーダーバルト記念碑見学。ライン渓谷中流上部クルーズ。		ヴァイセンキルヒェンまたはメルク	ヴィーン歴史地区①市内徒歩観光と冬の宮殿見学、または②バスで美術の都ヴィーン市内観光、ヴィーン美術史美術館見学
4	フランクフルト または ハイデルベルク	①ハイデルベルク城と市内終日バス観光（昼食各自）、または②フランクフルトを地元の目線で市内徒歩観光	1 3	ヴィーン	ブダペストのドナウ河岸①ブダペスト市内バス観光、または②地元の目線で、グルメと庭園のブダペスト市内徒歩観光、または③自転車ツアー。
5	ヴェルトハイム	ミルテンブルクからヴェルトハイムへ移動後、旧市内徒歩観光。ベルリンの一流ホテルにも宿している柔らかなプレツエルベーカリー見学、個人経営のワイナリーで試飲。	1 4	ブタペスト	朝食後、下船。
6	ヴェルツブルク	ヴェルツブルク市内バス観光。ヴェルツブルク司教館見学。	1 5	ブダペスト	(出所) ユニワールド・ブティック・リバー・クルーズ（発行年不明）『2016 ユニワールド・リバークルーズ』株式会社オーシャンドリーム、8頁。
7	マイン川クルーズ	終日			乗客が巡れるように、そこをより深く探求できるように配慮しているといえる。図表3と5を比べると、ユニワールド・ブティック・リバー・クルーズ社とは異なり、バイキング・リバー・クルーズ社には、終日クルーズ船内で過ごす日程がない。これは港に停泊する時間が長いこと、逆にいえば、訪れた都市を散策できる時間が多いことを意味する。事実上、乗客には無数の選択肢があることになり、幻想を抱かせるスペクタクルの機能を果たすに違いない。第2に、寄港する都市の多数に、世界遺産が含まれている。先にみたユニワールド・ブティック・リバー・クルーズ社と同じように、顕著な普遍的価値をもつ文化遺産、自然遺産、複合遺産の象徴性、すなわちスペクタクルの構成要素としての世界遺産を活用して過去を現在に凝縮しながら、リバー・クルーズ商品のイメージ操作が行なわれていると考えられる。
8	バンベルク	①バンベルク市内徒歩観光、または②フランケン地方の村を見学。			
9	ニュルンベルク	①中世の街ニュルンベルク市内バス観光、または②バスで第二次世界大戦歴史観光、ナチス党大会会場跡見学、ニュルンベルク裁判所600号法廷見学			
10	レーベンスブルク	①レーベンスブルク旧市街徒歩観光、または②ビール工房バス観光、または③BMW工場見学			
11	パッサウ	①パッサウ市内徒歩観光、聖			

図表4. ユニワールド・ブティック・リバー・クルーズ社（ライン川とドナウ川・アムステルダム⇒ブタダスト14泊15日：世界遺産8）



(出所) un_european_jewels_2016_1000X1385.jpg、2016年8月26日取得。

図表5. バイキング・リバー・クルーズ社（ライン川・ドナウ川の行程表）

日程	都市	行程		
1	アムステルダム	夕方、乗船。	7	バンベルク ブルク市内観光。
2	キンデルダイク	キンデルダイクの風車群 をバスで観光後、クルーズ。	8	ニュルンベルク バンベルク市内徒歩観光 (自由時間)。
3	ケルン	ケルン市内徒歩観光（聖マ ルティン教会、ケルン大聖 堂見学、自由時間）。	9	レーゲンスブルク ニュルンベルク市内徒歩觀 光（裁判所、旧市街）。ま たは、オプショナル・ツア ー:ナチの第二次世界大戦 歴史ツアー、自由時間。
4	コブレンツ	マルクスブルク城バス観光。 ライン渓谷中流上部クル ーズ。	10	レーゲンスブルク 中世の街レーゲンスブルク 市内徒歩観光（13~14世紀 の教会の尖塔、12世紀の石 橋、聖ペテロ教会など、自由 時間）。
5	ミルテンブルク	ミルテンブルク市内徒歩観 光（ガラス細工制作の見学）。		
6	ヴェルツブルク リーテンブルク	ヴェルツブルク司教館見学。 オプショナル・ツア:-ロ マンチック街道のローテン		

		ユテファン大聖堂でコンサート鑑賞、自由時間)。 世界最大のバロック建築メルク修道院バス観光。ヴァッハウ渓谷クルーズ。	1 3	ウィーン	終日、ウィーン自由時間(美術館巡り、カフェで名物のウィンナー・コーヒーとザッハトルテの飲食など)。夕方、出向。
1 1	メルク	クレムス到着後、自由時間。	1 4	ブダペスト	ドナウ河岸とブダ城周辺の市内バス観光(国立オペラハウス、英雄広場、鎖橋、漁夫の砦、マーチャーシュ教会など)。午後は自由時間。
1 2	ウィーン	ウィーン市内半日バス観光(リンク通り、オペラハウス、聖シュテファン教会、ホーフブルク宮殿など)。午後は自由時間。夜はオプショナル・ツアー:クラッシック・コンサート。	1 5	ブダペスト	朝食後、下船。
		(出所) バイキング・リバー・クルーズ(発行年不明) 『バイキング・リバー・クルーズ 2016—ヨーロッパ／ロシア』株式会社オーシャンドリーム、12 頁。			

図表6. バイキング・リバー・クルーズ社(ライン川とドナウ川・アムステルダム⇒ブダペスト 14泊15日:世界遺産9)



(出所) vikingrivercruises.com/images/MAP_2016_GrandEuroBelgium_956X690_tcm21-24394.jpg、2016年8月26日取得。

(2) リバー・クルーズのスペクタクルと再魔術化

第1章第2節でみた、H.ルフェーブルの『空間の生産』における、空間の実践(労働)、空間の表象(資本)、表象の空間(自然)という空間性の3元弁証法の客觀性をライン川・ドナウ川のリバー・クルーズを通じて検討していきたい。

第1に、ライン川・ドナウ川リバー・クルーズにおける空間の実践(労働)をみておきたい。リバー・クルーズの行程に乗客が参画することで、商品としてのリバー・クルーズにおける再生産過程に乗客は組み込まれていく。そこでは、運航会社の空間の表象(資本)とスタッフの空間の実践(労働)とが生産諸関係を取り結んでいる。空間の表象(資本)、空間の実践(労働)、および労働対象としての乗客は、物理的空間である表象の空間(自然)を介して再生産を行なっている。ただし、表象の空間(自然)には、空間の表象(資本)や空間の実践(労働)がもたらす空間の均質化とは異なる、固有な歴史が存在している。そこにはリバー・クルーズ運航会社に管理されない地域社会があり、地域住民が生活を営んでいる場所がある。したがって、乗客の習慣化された日常の行為⁶¹⁾、すなわち乗客の空間的な実践力によって、空間が不均等化する可能性もある。

第2に、ライン川・ドナウ川リバー・クルーズの空間の表象(資本)をみてみよう。ライン川とドナウ川は、それぞれ北海と黒海に流れる河川で、自然の造形物である。だが、各々には固有の観念が注ぎ込まれている。そこで、ライン川、ドナウ川、ライン・マイン・ドナウ運河の順でその特徴をまとめておく。

ライン川は全長約1,300kmで、スイス・アルプスを源流とし、ドイツ国境やスイスを蛇行し、最終的にはドイツを経て北海に流れいく。ライン右岸はドイツ、ライン左岸はフランス、ルクセンブルク、ベルギー、オランダの国境と接している。さて、ライン川がドイツの河川になったのは、925年に東フランク王国がロタリンギア(中部フランク王国)を獲得してからである。対して、フランスにとって、ライン川は自国の防衛において重要な機能を果たしていく自然の国境と認識さ

れていた。その後、ライン川の東西においては、ドイツとフランス両国の政治的・軍事的な衝突が長きにわたって続いてきた。だが、1950年5月のシューマン・プラン⁶²⁾、続く1963年1月にドイツとフランス間で調印されたエリゼ条約⁶³⁾を節目として欧州統合の機運が前進し、ライン川はヨーロッパの河川と位置づけされることになった⁶⁴⁾。

一方、ドナウ川は全長約2,900kmで、西のシュバルツヴァルト(黒い森)から東に位置する黒海へと欧州を横切るように流れている。交通や交易の要路として、沿岸諸国において古くから重要な機能をもっていた河川である。このため、ドナウ川における船舶の航行を管理するために、ドナウ川の沿岸諸国が国際組織としてドナウ委員会(Commission du Danube)を創設した。その最初の試みとして、1856年のパリ条約で、ドナウ川を国際的な水路と位置づけ、沿岸諸国がドナウ川を協同管理する組織、すなわちヨーロッパ・ドナウ委員会が設立された⁶⁵⁾。この結果、沿岸諸国に対してドナウ川の自由航行が認められた。1921年になると、ヨーロッパ・ドナウ委員会がその使命を終えたとして、国際ドナウ委員会が新設された⁶⁶⁾。国際ドナウ委員会はドイツのウルムからルーマニアのビライラまでのドナウ川流域の管理を対象としていた。

第2次世界大戦後になると、東西両諸国がドナウ川の法的地位について争った。この結果、1948年7月には、ソ連、ハンガリー、ブルガリア、チェコスロバキア、ルーマニア、ウクライナ、ユーゴスラヴィアといった沿岸諸国がドナウ川の自由で平等な航行に関する、ベオグラード協定を調印した。新ドナウ委員会の誕生である。つまり、同協定には、イギリス、フランス、アメリカといった西側諸国が参加していない。逆に、ソ連を中心とする、沿岸の東側諸国間の社会的関係性が構築されたのである。ただし、その後、各国の民間船舶会社がドナウ川の商業利用で合意をしたため、オーストリアとドイツの船舶会社も同協定に参加することになった。政府レベルでも、1960年にオーストリアが正式に加盟し、1963年にドイツが新ドナウ委員会に才

ブザーバーとして加盟し、新ドナウ委員会はドナウ沿岸諸国による国際的な組織となった⁶⁷⁾。その後、1989年秋にベルリンの壁が崩壊するまで、ソ連の商船隊がドナウ川の航行で多くの輸送量を支配していた。

ライン川とドナウ川が接続されたのは、ライン・マイン・ドナウ運河が完成した、1992年であった。同運河によって、北海から黒海までの約3,500kmを1,500トンの船舶が航行できるようになった。同運河の工事は1921年に着工され、1926年から1962年まではライン川の297kmが運河化された。1950年からはドナウ川の運河化が、1960年からはマイン川とドナウ川間の運河化が開始され、ライン・マイン・ドナウ運河は1992年9月に完成するのであった⁶⁸⁾。北海から黒海まで、ライン川、ライン・マイン・ドナウ運河、およびドナウ川経由で結ばれたことは、沿岸諸国の計画による思考された空間である。特に、ライン・マイン・ドナウ運河が、こうした空間の表象（資本）を典型的に示している。また、同河川はリバー・クルーズにおける行程と軌を一にする点で、その生産の空間にも作用していく。

第3に、ライン川・ドナウ川リバー・クルーズの表象の空間（自然）をみてみよう。これは、本章第1節でみた、ユニワールド・ブティック・リバー・クルーズ社とバイキング・リバー・クルーズ社におけるライン川・ドナウ川クルーズの行程に相当する。表象の空間とは、物理的な空間に観念が反映できる領域であるゆえに、生きられる空間ともいわれている。先にみた、空間の表象（資本）が知的で抽象的で距離をとった、思考される空間であるのと対照的である⁶⁹⁾。つまり、表象の空間（自然）は、メディア発の情報によってリバー・クルーズ商品のイメージやシンボルが形成され、それを介して人々がライン川・ドナウ川クルーズに対して抱く、スペクタクルの空間（行程）として現象する空間、物理的空間である。一方、空間の表象（資本）は、特にライン・マイン・ドナウ運河の場合、その計画従事者などが表象し、思考し、設計した空間、心的空間である。リバー・クルーズの行程には、船舶を使った、ある場所からほかの場所への船舶や徒歩などの移動によって空間が

構築されている。その行程には、社会的空間と心的空間が反映されている。つまり、表象の空間（自然）は、空間の実践（労働）と空間の表象（資本）を媒介する点で、空間の生産において調整役となっている。ただし、表象の空間は受動的な空間である。それゆえ、その空間で能動的に作用できる、空間の実践に着目し、それがいかなる意義をもつかを実践の主体がもつ、文化の視点から確認しておきたい⁷⁰⁾。

そもそも文化とは社会を基礎に生成・発展してきたものである。その社会は自然を基礎に生成・発展してきている。それゆえ、自然と社会との結びつきがなくなければ、文化は衰退せざるを得ない。文化は人間を包含する自然や社会の活動領域と関連しているからである。換言すれば、実践主体の文化が自然や社会から分断されてしまうと、力の源を失うために、文化的価値は固定化され、次第に形式化していく。そのうえで、実践主体の文化が社会のなかの市場と連続すると、文化的価値と市場的価値との同質化が進行する。こうした文化的価値と市場的価値との無差別性は、市場的価値と文化的価値との連動を文化の実践主体に引き起こし、ポスト・モダンと呼ばれる状況を創出する。

だが、本来、市場的価値と文化的価値は同じ価値基準ではない。極論すれば、市場がなくても文化は存在できるからである。市場は文化と重なる部分もあるが、市場と区別される領域を文化は有している。文化的価値と市場的価値とを無差別化すれば、たとえばライン川やドナウ川に沿った都市の見学、それら河川周辺の景観のような必ずしも市場で取引される必要がない観光資源まで商品化してしまう。つまり、実践主体の文化が市場と一体化してしまえば、市場的価値では測定できない文化的価値の領域が矮小化され、文化的価値の存在理由が損なわれてしまう。

市場という合理的なシステムがポスト・モダン社会の文化と融合することによって、市場は交換される商品を再魔術化してしまう。再魔術化とは、イメージを介して世の中を動かす仕組み、すなわちスペクタクルがシステムの合理性を覆う現象を指す。再魔術化によ

って、これ以前の市場に備わっていた、流行に左右されにくいという意味での商品交換の規則性が、不確実性や偶発性に転化していく。それゆえ、絶対的な商品交換の基準を喪失した消費者は、メディアによって与えられた情報に自らの価値基準を重ね合わせる傾向になりやすい。そこでは、商品の交換において、市場の外部から一定の基準を与えていた文化的価値が相対化され、商品交換の基準が失われているからである。換言すれば、モダン社会の文化がもっていた象徴的な秩序が、ポスト・モダン社会ではスペクタクルな市場における商品コードに代替されているからである⁷¹⁾。

ライン川・ドナウ川のリバー・クルーズは、市場という舞台のうえでスポット・ライトを浴びるスペクタクルにおける1つの事例として認識できる。前述のように、シミュレーション、内破、時間と空間の操作が行なわれているからである。こうした外部操作によって相対化されたリバー・クルーズ商品は、伝統的な文化的基準の継承を欠落した消費者ないし乗客の欲求⁷²⁾と整合性をもちやすい。それは、リバー・クルーズ商品の造形者によって意図的に仕掛けられた再魔術化といえるであろう。一方、市場の外部にある伝統的な地域固有の文化を乗客が享受できる可能性は、寄港地での市内観光において残されている。特に、地域住民と乗客との間で相互交流の余地がある自由時間がそうである。その際、旅行ガイドブックに頼りすぎると、同じく再魔術化に乗客は同調してしまうかもしれない。操作された情報ではなく、主体的な情報の取捨選択に基づく行動がとれるか否かがその分水嶺になるであろう。つまり、実践主体としての乗客には、伝統的な文化基準が内在化されていること、対象の享受能力が備わっていることが求められる。

5. むすびにかけて

現在では、自然（物理的空間）が資本（心的空間）によって利用され、労働（社会的空間）も資本（心的空間）によって管理されている。換言すれば、表象の空間（自然）が空間の表象（資本）によって利用され、空間

の実践（労働）も空間の表象（資本）によって管理されている。だが、人々の生きられる空間、すなわち表象の空間が、空間の実践と空間の表象との媒介項、あるいは自然が労働と資本との仲介役として機能することで、資本の力がおよぶ領域を操作できる可能性を残している。なぜなら、表象の空間は資本蓄積過程に組み込まれる側面をもつ一方で、自然（物理的空間）でもあるため、そこには芸術家や生活者の日常生活がある。それゆえ、その物理的空間を構成する場所において、彼らは固有の歴史を形成できるからである。つまり、表象の空間には、資本に抗する場所から成る空間を構築できる余地も残されている⁷³⁾。

資本によって創出された自然、その自然を介して資本の生産要素として作用する労働、すなわち商品としてのリバー・クルーズにおいて、リバー・クルーズの乗客は、疑似イベント⁷⁴⁾から本物⁷⁵⁾を求めるものまで、各人の異なる価値観に基づいてそれぞれの観光経験を欲している⁷⁶⁾。こうした視点から、バイキング・リバー・クルーズ社とユニワールド・ブティック・リバー・クルーズ社の行程をみると、確かに多少の相違があった。これは、現代観光に特徴的な疑似イベントと聖地巡礼に典型的な本物とを各社の意向で行程に組み込んだことの反映と捉えられる。すなわち、バイキング・リバー・クルーズ社には本物志向が、ユニワールド・ブティック・リバー・クルーズ社には疑似イベント志向がやや強いように各社の行程から認識できる。

そのうえで、ライン川とドナウ川でリバー・クルーズを設定している点を考慮すると、それら河川のイメージが商品に及ぼす影響、想像と現実との融解を両社は考慮していると考えられる。なぜなら、ドイツ文化はライン渓谷の景観が生み出したライン・ロマンティズム⁷⁷⁾を、一方、中欧文化はドナウ川のネットワークを通じてさまざまな文化がウィーンに集まり、逆に沿岸各都市へ波及することで生まれた全体として普遍的な文化を体現した歴史的建造物やオペレッタ⁷⁸⁾をそれぞれイメージさせるからである。また、合理的なシステムとして連携する、交通、宿泊、飲食といった複数

の業種における空間的障壁を、クルーズ運航会社が動くホテルとして再構成した結果、乗客の消費環境が比較的狭い空間内に集約されている。さらに、現実の市内観光に歴史地区や旧市街、世界遺産などといった過去の観光資源が凝縮してもいる。つまり、シミュレーション、内破、時間と空間の操作によって、リバー・クルーズのスペクタクルが創出されている。このようにリバー・クルーズでは、シー・クルーズと同様にスペクタクルがクルーズ船に用いられているだけでなく、寄港地での市内観光や航行空間にもスペクタクルが組み込まれ、その相乗効果を際立たせていると考えられる。ゆえに、リバー・クルーズは商品として再魔術化され、システムの合理性を覆い隠しているといえよう⁷⁹⁾。

しかし、乗客が、たとえリバー・クルーズ商品の購入に際して再魔術化にかかっていたとしても、実際のクルーズで訪問先における過去の歴史から、あるいは自由時間から、歴史意識を必要に応じて取り戻すことは可能である。そのためには、事前に、主体的に訪問先の現在を過去の歴史から、発生史的に捉え直す作業が乗客には求められる。もちろん、すべての乗客にその過程は課されない。本物志向を希求する乗客にこそ、少なくともそうした作業があるにすぎない。なぜなら、リバー・クルーズ商品における表象の空間（自然）は、伝統的な文化的基準を切断したスペクタクルだけなく、こうした文化的基準を継承した歴史性をもつ自然の空間でもあるからである。つまり、こうした二重性をもつリバー・クルーズの自然空間から場所に固有な価値を志向する乗客には、スペクタクル空間から歴史的な空間を識別し、後者からその場所に固有な価値を捉え直せる能力の涵養が望まれる。換言すれば、交換価値と使用価値を区別でき、市場化の範囲に疑問を抱ける能力の開発がこうした乗客には不可欠となる。ただし、個人の能力開発は社会との相互作用で形成される⁸⁰⁾。それゆえ、ポスト・モダンが優位である一方、そこにモダンも混在している現代社会の在り方が問わされることになる。

- 1) H. ルフェーブルは、フランスの哲学者、社会学者であつた。パリ第10大学ナンテール校社会学部教授やパリ都市計画研究所教授などを歴任した。
- 2) Lefebvre, H. (1974), *La production de l'espace*, Paris: Anthropos (斎藤日出治邦訳(2000)『空間の生産』青木書店) .
- 3) Ritzer, G. (2010), *Enchanting a Disenchanted World: Continuity and Change in the Cathedrals of Consumption* (3rd edn.) , California: Pine Forge, p. 96.
- 4) G. リツツアはメリーランド大学名誉教授。アメリカの社会学者で、社会学理論、消費理論、経済社会学からグローバル化やポストモダン社会などの現代社会の現象に至るまで広範な領域を専門とする。社会の合理化や効率化をマクドナルド化 (McDonaldization) と呼んだ。
- 5) 同書 (Ritzer, G., *Enchanting a Disenchanted World: Continuity and Change in the Cathedrals of Consumption* (3rd edn.) , California: Pine Forge) の初版は1999年に、第2版は2005年に出版されている。2010年に刊行された第3版では、第2版刊行以降における世界的な景気後退を反映した内容にするため、第2版までの最終章が書き改められ、さらに書籍タイトルの副題が変更されている。
- 6) 園部雅久 (2014)『再魔術化する都市の社会学』ミネルヴァ書房、40-43頁の「リツツアの再魔術化論」も参照されたい。
- 7) シミュレーションとは、実在のモデルで形づくられているが、現実性をもたないものを指す (Baudrillard, J. (1981), *Simulacres et simulation*, Paris: Éditions Galilée, p. 10、竹原あき子邦訳 (2008)『シミュラークルとシミュレーション』法政大学出版局、1頁)。
- 8) Ritzer, G., *op. cit.*, p. 103.
- 9) *Ibid*, pp. 118-120.
- 10) *Ibid*, p. 130.
- 11) リバー・クルーズの主な特徴として、100人から190人程度が乗船できる小型客船で大河を航行すること、乗船と下船の港が異なっていること、運航期間に季節性があること、運航地域が限定されることが挙げられる。一方、シー・クルーズの主な特徴としては、600人から800人前後の乗客を収容できる中型客船、あるいは2,000人や6,000人が乗船可能な大型客船で海洋を航行すること、乗船と下船の港が同じであること、通年を通じて運航できる地域と運航期間が限定される地域があること、船舶の配置転換によって運航地域が変更できることが挙げられる。
- 12) Ritzer, G., *op. cit.*, p. 17.
- 13) そこでは大きな物語の解体、すなわち社会を統合する基本理念が弱体化し、歴史意識の希薄化と空間の平板化が現れる。
- 14) フランスの哲学者で、ポスト・モダンの提唱者とされる。
- 15) Lyotard, J.-F. (1979), *La condition postmoderne: rapport sur le savoir*, Paris: Éditions de Minuit, p29 (小林康夫邦訳 (1989)『ポスト・モダンの条件—知・社会・言語ゲーム—』水声社、41頁) .
- 16) ここでメディアは、活字メディアと視覚メディアに分けられる。活字メディアには自分のペースに合わせて言葉で論点を概念化できる点に、一方、視覚メディアにはメディアのペースに合わせて映像でイメージをドラマ化させる点にそれぞれ特徴がある。視覚メディアには伝達の即効性があるにもかかわらず持続性は弱い。対して、活字メディアにはその逆の効果がある (Bell, D. (1976), *The Cultural Contradictions of Capitalism*, New York: Basic Books, pp. 107-108、林雄二郎邦訳 (1976)『資本主義の文化的矛盾(中)』講談社、53-55頁)。
- 17) 新睦人 (1995)『現代社会の理論構造—ポストモダンへの傾斜—』恒星社恒星閣、407-431頁。
- 18) 間々田孝夫 (2007)『第三の消費文化論—モダンでもポストモダンでもなく—』ミネルヴァ書房、16頁。なお、シミュラークルとは、実在のモデルなしの複製を意味する。
- 19) 同上書、33-40頁。
- 20) 脱物質主義とは、物質に重きをおいた日常生活を見直すだけでなく、非物質的な日常生活の諸側面をも重視しようとする価値観や生活態度のことである。
- 21) 間々田、前掲『第三の消費文化論』238-256頁。
- 22) 今日の社会状況は、ポスト・モダン的状況が支配的である。だが、モダンの思想が完全に衰退した訳ではなく、それはポスト・モダンの思想と共存しながら残存している。
- 23) De Certeau, M. (1980) , *Arts de faire*, Paris: Union Générale, pp. 208-210 (山田登世子邦訳 (1987)『日常的実践のポイエティック』国文社、242-245頁) . M. ド・セルト一是、パリ第7大学教授やパリ社会科学高等研究院教授などを歴任した。フランスの歴史学者であるが、フロイトをはじめ、記号学や民話研究にも関心をよせていた。
- 24) E.W. ソジャは、カリフォルニア大学ロサンゼルス校名誉教授。アメリカのポスト・モダン政治地理学者、都市理論家である。H. ルフェーブルの著作を通じて、独自の空間論を構築した。
- 25) Soja, E.W. (1996), *Thirdspace: Journeys to Los Angeles and Other Real-and-Imagined Places*, Oxford: Blackwell, pp. 64-65 (加藤政洋邦訳 (2005)『第三空間—ポストモダンの空間論的転回』青土社、85頁) .
- 26) Lefebvre, H., *op. cit.*, p. 48 (斎藤、前掲邦訳『空間の生産』82頁) .
- 27) *Ibid*, pp. 48-49 (同上邦訳書、82-83頁) .
- 28) *Ibid*, pp. 52-53 (同上邦訳書、87頁) .
- 29) *Ibid*, p. 49 (同上邦訳書、83頁) .
- 30) *Ibid*, p. 53 (同上邦訳書、87-88頁) .
- 31) 斎藤日出治 (2005)『グローバル市民社会論序説—帝国を超えて—』大村書店、170頁。
- 32) 以下の叙述は、木下誠 (2000)『秘密言語の共同体—スペクタクルの社会におけるドゥボールの闘争の戦略—』『現代思想』第28巻第6号、87-100頁に負う。
- 33) フランスの社会批評家・映画作家で、1957年にシチュアシオニスト・インターナショナルを結成した。現代の高度資本主義社会を批判し、それと闘争するために『スペクタクルの社会』を理論的な支柱として著した。メディア社会や情報消費文明といった視点から社会批判を行なった。そこでは、労働と生産よりも余暇と消費を重要な闘争の場と位置づけていた。J.-F. リオタールやJ. ボードリヤールのポスト・モダニズムにも影響を与えた。

- ³⁴⁾ Debord., G. (1992), *La Société du Spectacle*, Paris: Gallimard, p. 3 (木下誠邦訳 (2003) 『スペクタクルの社会』筑摩書房、14 頁). ただし、H. ルフェーブルは、同書の問題点として、「空間の政治や国家政策への配慮がまったくなく、グローバル化した資本の増強する力に気づかない社会主義の染みついた」ものという点を指摘している (Lefebvre, H. (1975), *Le Temps des meprises*, Paris: Stock, p. 161).
- ³⁵⁾ Debord, G., *op. cit.*, p. 3 (木下、前掲邦訳『スペクタクルの社会』14 頁).
- ³⁶⁾ 人間でもない事物が社会的規定を付与され、社会関係を取り結んで、ほかの事物や人間を支配するように現れてくることを指す。そこでは、人間関係が物の関係に置き換えられて認識されている。
- ³⁷⁾ Debord., G., *op. cit.*, p. 21 (木下、前掲邦訳『スペクタクルの社会』32 頁).
- ³⁸⁾ *Ibid.*, p. 15 (同上邦訳書、27-28 頁).
- ³⁹⁾ *Ibid.*, p. 16 (同上邦訳書、29 頁).
- ⁴⁰⁾ *Ibid.*, p. 6 (同前邦訳書、17 頁).
- ⁴¹⁾ Debord, G. (1992), *Commentaires sur la société du spectacle*, Paris: Éditions Gallimard, pp. 28-30 (木下誠邦訳 (2000) 『スペクタクルの社会についての注解』現代思潮社、26-29 頁).
- ⁴²⁾ Gibson, P. (2012), *Cruise Operations Management: Hospitality Perspectives* (2nd edn.), Oxon: Routledge, pp. 34-35. 著者のP. ギブソンは、プリマス大学ビジネス学部教育・学習専門員。イギリスの研究者で、ホテル、機内ケイタリング、クルーズ船などのサービス産業におけるマネジメント業務に従事していた経験をもつ。なお、食事代、宿泊代、娯楽費やレジャー代、市内観光費、交通費などは基本的にリバー・クルーズ商品の価格にすべて含まれている。さらに、追加料金を支払えば、乗客はそれ以外のサービスも受けられる。
- ⁴³⁾ Ward, D. (2014), *River Cruising in Europe* (1st edn.), London: Berlitz, pp. 16-23; Gibson, P., *op. cit.*, p48.
- ⁴⁴⁾ スライド式の窓を開ければ部屋がバルコニーになるフレンチ・バルコニーと、窓が開かないバルコニーの2種類がある。
- ⁴⁵⁾ ほぼ24時間体制で、レストランは稼働している。
- ⁴⁶⁾ ツアー・オペレーターとは、地域にある各種の旅行素材を組み合わせて旅行商品を造成する事業者のこと。
- ⁴⁷⁾ <http://www.croisieurope.rivercruises.com/croisieurope-river-cruise-line-about-us>、2016年8月24日取得; <http://www.rivercruiseadviser.com/cruise-companies/croisieurope/>、2016年8月24日取得; Bell, B. (ed.), *Great River Cruises: Europe & the Nile*, London: APA Publications, 2008, pp. 32-33.
- ⁴⁸⁾ ユニワールド・ブティック・リバー・クルーズ社はロシアのリバー・クルーズ船を借りて改装後、現地企業に運航を委託して、2011年からロシアでリバー・クルーズも実施している。
- ⁴⁹⁾ <http://www.ttc.com/brands/uniworld>、2016年8月23日取得。
- ⁵⁰⁾ 外観・内装のデザイン性に優れた、小規模で個性的な高級ホテルのこと。
- ⁵¹⁾ 2015年3月時点での数字である。
- ⁵²⁾ Ward, D., *op. cit.*, p. 35.
- ⁵³⁾ <http://www.vikingcruises.com/about-us/history.html>、2016年8月23日取得。
- ⁵⁴⁾ Ritzer, G., *op. cit.*, chapter 5, chapter 6; Debord., G. (1992), *La Société du Spectacle*, Paris: Gallimard, p. 8 (木下誠邦訳 (2003) 『スペクタクルの社会』筑摩書房、19-20 頁).
- ⁵⁵⁾ Ritzer, G., *op. cit.*, p. 96.
- ⁵⁶⁾ *Ibid.*, p. 106.
- ⁵⁷⁾ *Ibid.*, pp. 120.
- ⁵⁸⁾ *Ibid.*, p. 145.
- ⁵⁹⁾ ライン川とドナウ川のリバーコースト・クルーズ商品を取り扱うリバー・クルーズ運航会社には、アマウォーターウェイズ社 (AmaWaterways) やクロワジユーロップ・リバー・クルーズ社 (CroisiEurope River Cruises) 、ドイツ語圏の地元客を主な対象としたルフトナー・クルーズ社 (Lüftner Cruises) がある。
- ⁶⁰⁾ 藤井秀登 (2014) 『現代の観光事業論』税務経理協会、91 頁。
- ⁶¹⁾ 「一般的にみて、一度ならず繰り返された行為というものは、すべてある程度習慣化される傾向をもっている」 (Berger, P. L. and T. Luckmann (1966), *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*, New York: Anchor Books, p. 57、山口節郎邦訳 (1977) 『日常世界の構成-アイデンティティと社会の弁証法』新曜社、99 頁)。
- ⁶²⁾ フランスと西ドイツの石炭・鉄鋼産業を共同管理するというものの、欧州統合の実現に寄与した。
- ⁶³⁾ 両国民の和解を確認し、欧州統合の基礎を構築した条約。
- ⁶⁴⁾ ライン川東西の歴史的展開については、加藤雅彦 (1999) 『ライン河—ヨーロッパ史の動脈—』岩波書店を参照した。
- ⁶⁵⁾ オーストリア、フランス、大英帝国、プロシヤ、ロシア、サルジニア、トルコの7ヶ国が同委員会の設立に参画した。
- ⁶⁶⁾ オーストリア、ブルガリア、チェコスロバキア、フランス、大英帝国、ハンガリー、ユーゴスラビア、ルーマニアやドイツなどが参画した。
- ⁶⁷⁾ ドナウ委員会については、坂田正顕 (1997) 「ドナウとハンガリー」 浜口晴彦編『ドナウ河の社会学』早稲田大学出版部、143-169 頁に詳しい説明があるので参照されたい。
- ⁶⁸⁾ 坂田「ドナウとハンガリー」 浜口編、同上書、133-138 頁。
- ⁶⁹⁾ Soja, E. W., *op. cit.*, p30 (加藤、前掲邦訳『第三空間』42 頁) .
- ⁷⁰⁾ そうした空間的な実践力は、身体化された文化資本であり、家庭環境や学校教育、職場内教育などがその力の源である。身体化された文化資本の詳細は、Bourdieu, P. (1979), "Les trois états du capital culturel", *Actes de la recherche en science sociales*, No. 30, pp. 3-6 (福井憲邦訳 (1986) 「文化資本の3つの姿」『アクト』No. 1, 18-28

頁) を参照されたい。

71) 佐伯啓思 (1989) 『産業文明とポスト・モダン』筑摩書房、143-171 頁。

72) 欲求とは、人間的な成長や発達にとっての自然的必要と社会的必要な客観的基礎とする欲望が、具体的な財やサービスの有用性として社会的・文化的な影響を受けながら現れたものである (藤井、前掲『現代の観光事業論』42 頁)。

73) 斎藤日出治解説 (2000) 「《空間の生産》の問題圈」斎藤日出治邦訳『空間の生産』青木書店、638 頁。

74) この考え方には、シカゴ大学歴史学部元教授の D. J. ブーアスティンが提唱したものである。アメリカ文明の意味の再発見と再解釈に彼の研究は特徴をもつ。なかでも Psuedo-event (疑似イベント) という言葉を造語した点は注目される。疑似イベントとは、メディアによる報道が現実の事件や出来事の社会的な関係をきめていくことを意味する

(Boorstin, D. J. (1962). *The Image: or What Happened to the American Dream*, New York: Atheneum, pp. 11-12.、星野郁美・後藤和彦邦訳 (1974) 『幻影の時代—マス・コミが製造する事実—』東京創元社、19-20 頁)。

75) この考え方には、カリフォルニア大学デービス校名譽教授の D. マキャーネルが提唱した。社会学、人類学、民俗学、哲学などの広範な学問領域に基づく、理論的な観光社会学に彼の研究は特徴をもつ (MacCannell, D. (1999), *The*

Tourist: A New Theory of the Leisure Class, London: University of California Press, chapter 5, chapter 8、安村克巳ほか邦訳 (2012) 『ザ・ツーリスト—高度近代社会の構造分析—』学文社、第 5 章、第 8 章)。

76) 観光社会学者の E. コーエンは、観光経験を疑似イベント志向から本物志向へと順に、レクリエーション・モード、気晴らしモード、経験モード、体験モード、実在モードに類型化している (Cohen, E. (1979), “A Phenomenology of Tourist Experiences”, *Sociology*, Vol. 13, No. 2, pp. 179-201)。

77) 加藤、前掲『ライン河』69-78 頁。

78) 加藤雅彦 (1991) 『ドナウ河紀行—東欧・中欧の歴史と文化—』岩波書店、62-71 頁。

79) さらに、スペクタクルというイメージの生産は、とりわけ視覚メディアの場合に消費者への訴求性が強く、販売力がある。つまり、スペクタクルは資本の回転に要する時間を加速化できる (Harvey, D. (1989), *The Condition of Postmodernity: An Enquiry into the Origins of Cultural Change*, Oxford: Basil Blackwell, p. 290、吉原直樹監訳 (1999) 『ポストモダニティの条件』青木書店、373 頁)。

80) 伊原亮司 (2014) 「市場主義時代における能力論」高橋弦・竹内章郎編『なぜ、市場化に違和感をいだくのか?』晃洋書房、第 7 章。

Wi-Fi環境に対するクルーズ関係者の意識調査

～金沢港に寄港したクルーズ旅客・船員を対象として～

Survey on Wi-Fi to the cruise passengers
—A Case study of Kanazawa Port—

藤生慎**・大澤脩司*・松田耕司*・中山晶一朗**・高山純一**

by Makoto FUJIU *・Shuji Osawa **・Koji MATSUTA *・Shoichiro NAKAYAMA **・Jyunichi TAKAYAMA **

2014年に金沢港に寄港したクルーズ旅客に対して実施したアンケート調査では、クルーズ旅客の金沢市内のWi-Fi環境に対する満足度が低く、不満が多いことが報告されている。そこで、金沢市内におけるWi-Fi環境を改善するため、2015年7月31日に金沢港に寄港したダイヤモンド・プリンセスの乗客を対象に、Wi-Fiに関するアンケートを実施した。アンケート結果からは、クルーズ船内のWi-Fiは有料であるために不人気で、特に外国人のクルーズ旅客は快適なWi-Fi環境を求める傾向にあることなどが判明した。このことから、金沢市内で現在提供されている無料Wi-Fiについて、より快適な環境を整備することが望まれる。

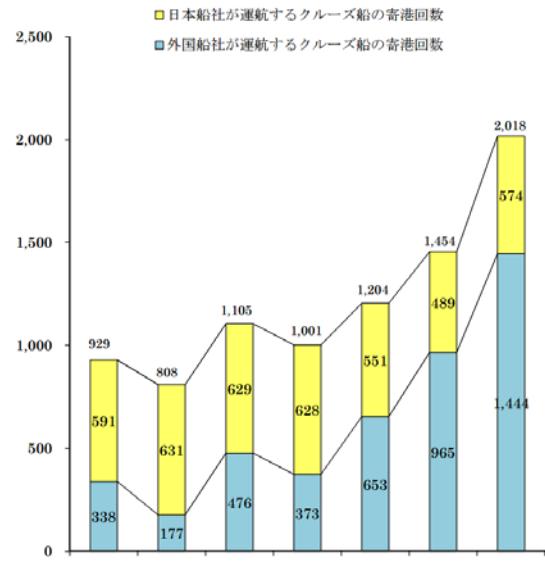
キーワード：Wi-Fi, クルーズ観光, 金沢港, ダイヤモンド・プリンセス

1. はじめに

日本へのクルーズ船の寄港回数は近年大幅な増加傾向にある。国土交通省は、2016年のクルーズ船の寄港回数は前年比38.8%増の2,018回であるとの速報値を発表している¹⁾。2010年から2016年までの日本へのクルーズ船の寄港回数の推移を示した図1からも、日本への寄港回数が年々増加していることが確認できる。特に、外国船社の寄港回数が大幅に増加していることから、訪日クルーズ旅客数も増加傾向にあり、2016年には前年比78.5%増の199.2万であった。

これまでの金沢港へのクルーズ船寄港回数は2014年に16回、2015年に20回、2016年には30回であり、2017年には50回以上の寄港が予定されている。このように、日本へのクルーズ船の寄港回数の増加に伴い、金沢港へのクルーズ船の寄港回数や金沢を訪れる外国人観光客も増加することが期待されている。

一方で、観光庁が実施した訪日外国人観光客を対象とした観光における満足度調査からは、訪日外国人が旅行中に最も困ったと感じたことは無料公衆無線LAN環境であることが明らかとなっている²⁾。このことから、今後も金沢港へのクルーズ船の寄港回数増加



注) 2016年の値は、港湾管理者からの聞き取りによる速報値であり、今後、変動する可能性がある。

図1 我が国へのクルーズ船寄港回数の推移¹⁾

が期待される中で、より多くのクルーズ旅客に金沢市内観光を満足してもらうために、無料Wi-Fi環境の整備が不可欠であると言える。そのためには無料Wi-Fi環境の整備実態の把握及びその評価が必要である。

本研究では、Wi-Fi環境に対するクルーズ関係者のニーズを調査し、金沢市におけるWi-Fi環境の改善点を検証することを目的とする。

* 金沢大学大学院自然科学研究科環境デザイン学専攻

** 金沢大学理工研究域環境デザイン学系

そこで、2015年7月に金沢港に来港したダイヤモンド・プリンセスの乗客を対象に、Wi-Fiをどれくらい必要としているか、どのように使いたいかなどのアンケート調査を実施した。また、アンケート調査と同時に金沢港で臨時の無料Wi-Fiスポットを用意し、利用したクルーズ旅客やクルーズ船の船員の反応を調査した。また、クルーズ旅客にGPSロガーを装着してもらい、金沢市内に複数存在する無料Wi-Fiスポットにどの程度の外国人観光客が訪れているかを分析した。

2. Wi-Fiに関するアンケート調査の概要

(1) 寄港クルーズ船の概要および調査方法

Wi-Fiに関するアンケート調査は、2015年7月31日に金沢港に寄港したクルーズ船、ダイヤモンド・プリンセスの乗客と船員に対して実施した。ダイヤモンド・プリンセスはアメリカのプリンセス・クルーズ社が運航するクルーズ船で、全長は290メートル、乗客定員数は2,670人となっており、2015年に金沢港に寄港したクルーズ船の中で最大級の規模を誇る。

2015年のダイヤモンド・プリンセスの寄港地は、横浜、長崎、釜山、舞鶴、金沢、青森、横浜の順番で、金沢港へは7月31日の7時に入港し、同日17時に出港した。その間に金沢港ではパンフレット配布や物品販売、船内見学、出港イベントなどが行われた。

アンケート調査は観光を終え港へ戻ってきた乗客及び船員に対して依頼し、実施した(図2)。また、クルーズ船内では多くの場合、有料のWi-Fi環境が提供されているが、このようなサービスは使用時間に対して安価ではなく、航海中にはWi-Fi環境を利用できないという乗客も少なくないことが想定される。そこで、Wi-Fiに対するニーズ調査の一環として金沢港において臨時の無料Wi-Fiスポットを設置し(図3)、利

便性をアンケートによって調査した。



図2 アンケート調査風景



図3 無料Wi-Fiの利用

(2) アンケートの内容

アンケートは、英語版と日本語版を用意し、質問の内容は同一とした。設問には「金沢でWi-Fiを利用したいか」、「Wi-Fiを何に利用したいか」といったクルーズ旅客の利用意志を問うもの(図5)と、「クルーズ船内でWi-Fiを使ったか」、「金沢以外の都市でWi-Fiを使ったか」、「Wi-Fiを何に使ったか」といったWi-Fiの利用状況を問うもの(図6)、そして年齢などの個人属性を問うもの(図7)を用意した。

<u>5.Did you use Wi-Fi in cruise ?</u>	Yes / No
<u>6.Did you use Wi-Fi outside of Kanazawa City ?</u>	
Yes (Please answer (6-a),(6-b)) / No (Please answer (7))	
<u>6-a:Where did you use Wi-Fi?</u>	Yokohama / Nagasaki / Maizuru / Busan
<u>6-b:What did you do with your phones?</u>	Search for tourism area / Search for restaurant / Map / Translation / SNS The others []

図6 Wi-Fiに関するアンケート（利用状況）

(Q2) Question about "Personal attributes"

<u>(a) Are you a traveler or a crew?</u>	cruise traveler / crew
<u>(b) What is your nationality?</u>	
<u>(c) What city do you live in?</u>	
<u>(d) What is your gender and age?</u>	Male / Female () years old
Thank you for your cooperation!! Please give us your comments and suggestions. Please feel free to write them following blank.	

図7 Wi-Fiに関するアンケート（個人属性）

表1 2015年 Wi-Fiアンケート回収枚数

回収枚数		
英語版	日本語版	合計
115	16	131

(3) アンケートの回収枚数

表1に示すように、2015年7月31日に実施したWi-Fiに関するアンケートの回収枚数は、英語版が115枚、日本語版が16枚の合計131枚であった。英語版に比べ日本語版の回収枚数が少ない結果となった理由として日本人クルーズ旅客の多くは日本国内の携帯電話会社と回線契約を結んでおり、携帯電話各社の提供する回線を利用できる場合が多く、無料Wi-Fiを利用する必要が必ずしもなく、無料Wi-Fiに対する興味が薄いことが考えられる。一方で、アンケートに回答した日本人クルーズ旅客の多くはWi-Fiに興味・関心がある人であったとも考えられることから、配布方法や質問内容について更なる検討が必要であるといえる。

3. Wi-Fiアンケートの分析

(1) アンケートの回答者属性

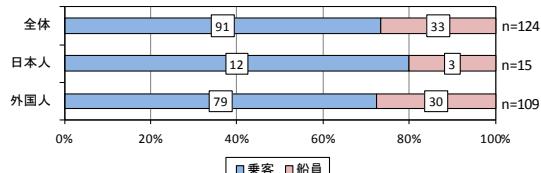


図8 アンケート回答者属性構成

図8にアンケート回答者の属性構成を示す。これより、アンケート回答者の内、20%を超える人がクルーズ船の船員であった。船員の割合が高くなった理由として、ダイヤモンド・プリンセス内のWi-Fiは有料サービスであるため船員も航海中は実質的にWi-Fiを利用できない環境にある人が多く、今回の調査で港に設置した臨時の無料Wi-Fiスポットは旅客に比べ自由な時間の少ない船員でも利用しやすく、休憩時間等に利用するために訪れる、調査に協力頂いたものと考えられる。この結果から、無料Wi-Fiに対する需要は乗客だけでなく船員にもあるとわかる。

図9に回答者の性別構成を、図10に国籍構成を、図11に年齢構成をそれぞれ示す。図9より、回答者の性別構成に男女の偏りはほとんどないことがわかる。図10からは回答者の国籍はオーストラリアが最も多く、地域

としてはオセアニアに次いで日本を除くアジアが多く、これら2地域が回答者の半数以上を占めていることがわかる。図11より、60代以上の回答者が最も多いことが分かる。これは調査対象が横浜発着の旅行期

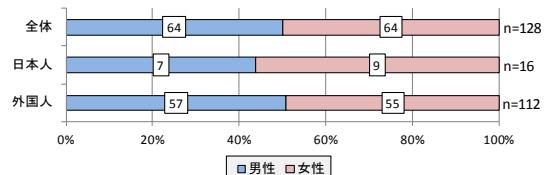


図9 アンケート回答者性別

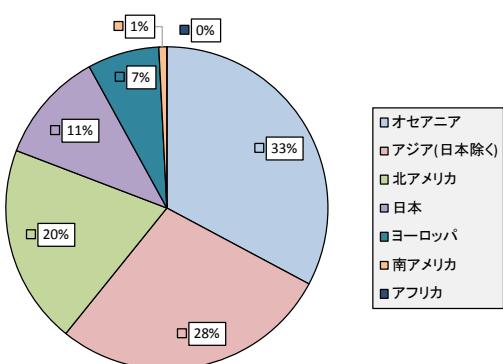
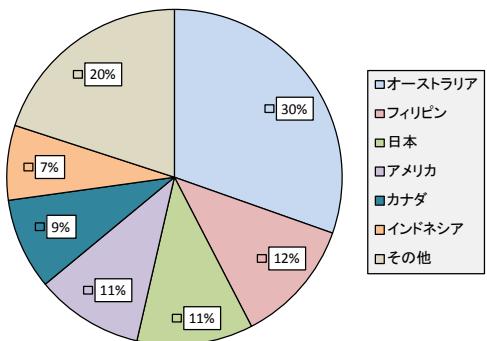


図10 国籍

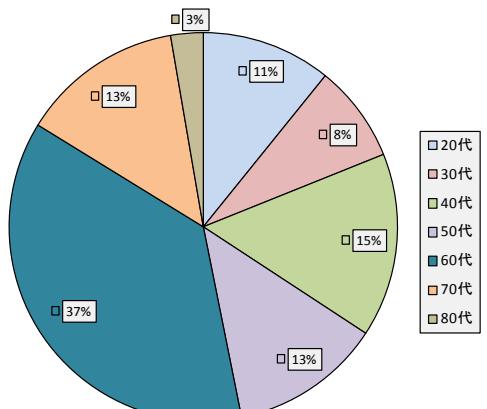


図11 年齢層

間が1週間程度のクルーズであり、まとまった自由な時間を取りやすい年齢層であるためだと考えられる。

(2) Wi-Fiの利用意志に関する分析

本項では、金沢市内の一覧地に整備されている無料Wi-Fi環境について、クルーズ旅客がその利便性についてどのような感想を抱いているかを分析する。

図12に旅行中にインターネットにつなぐ必要が生じたかについて、図13に金沢市内でWi-Fiを利用したかについて、図14にWi-Fiは便利だと思うかについてそれぞれ集計結果を示す。図12および図13より、アンケート回答者の大部分がインターネットにつなぐ必要性を感じており、金沢市内でWi-Fiを利用したいと思っていることがわかる。しかし同時に、日本人と外国人では差があることもわかる。この差はWi-Fiなしでインターネットに接続できるかどうかが要因であると考えられる。一方で、図14からはWi-Fiを利用したいかどうかに差はあるが、Wi-Fiを便利だと思う気持ちは国籍問わず共通であることがわかる。このことはクルーズ観光においては、観光地でインターネット(Wi-Fi)に接続できるかどうかが、観光満足度に影響する1つの要因であることを示唆していると考える。

図15にWi-Fiを具体的に何に使用したいと考えているかについて集計結果を示す。図15からは、観光地検索が最も多くの用途であり、次いで地図が多いことがわかる。これらはガイドブックやパンフレット等で代替可能な用途である。しかし、スマートフォン等では手軽に観光地の情報を検索できることに加え、調べた観光地までのナビゲーションサービスも利用できることなどが要因であると考えられる。その他の回答としては「メールの確認」や「家族との連絡」が多い。航海中にクルーズ船内でWi-Fiを利用できない場合、これらの行動は長期間制限するために用途としての要望があると考えられる。以上より、生活にスマートフォン等が浸透しつつある近年、クルーズ旅客は一般観光客に比べてその使用が制限される時間が長いために、寄港地でインターネットへ接続したいという要望は強く

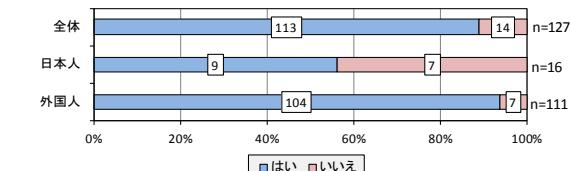


図12 旅行中にインターネットにつなぐ必要が生じたか

あり、クルーズ振興のためには無料の Wi-Fi 環境の整備が重要であることを示していると考えられる。

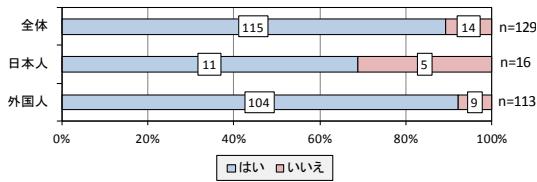


図 13 金沢市内で Wi-Fi を利用したいか

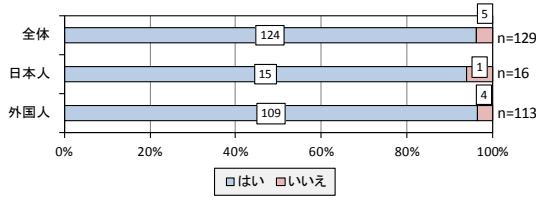


図 14 Wi-Fi は便利だと思うか

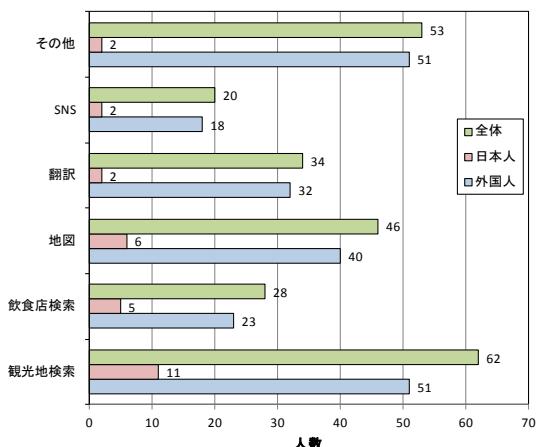


図 15 Wi-Fi を何に使いたいか

(3) Wi-Fi の利用状況

本項では、実際にクルーズ旅客が Wi-Fi をどこでどのような用途で使用したのかについて分析する。図 16 にクルーズ船内で Wi-Fi を使用したかについて、図 17 に金沢以外の都市で Wi-Fi を使用したかについて、図 18 に金沢以外で Wi-Fi を使用した都市について、図 19 に Wi-Fi を何に使ったかについて、それぞれ集計結果を示す。図 16 より、ダイヤモンド・プリンセス内の有料 Wi-Fi を使用した回答者は全体で約半数という結果となった。Wi-Fi に対する利用意思が高い中で、半数程度しか利用していないという結果からは、船内の有料の Wi-Fi サービスは使用をためらう旅客・船員も多く存在することが伺える。このことからも、寄港地にお

いて無料 Wi-Fi へ接続できることの重要度は高いと言える。また、図 17 より金沢以外の寄港地での Wi-Fi 使

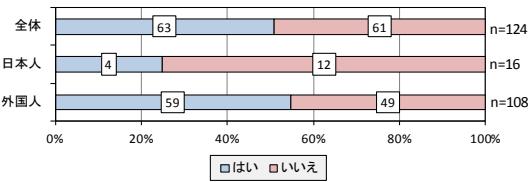


図 16 クルーズ船内で Wi-Fi を使ったか

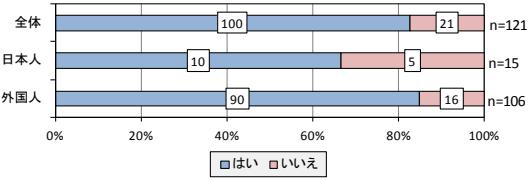


図 17 金沢以外の都市で Wi-Fi を使ったか

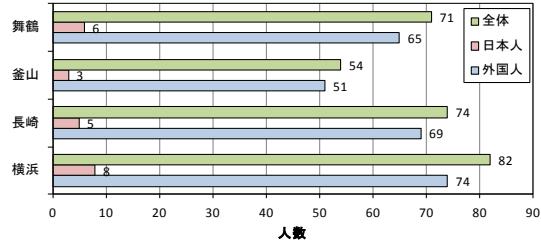


図 18 金沢以外で Wi-Fi を使った都市はどこか

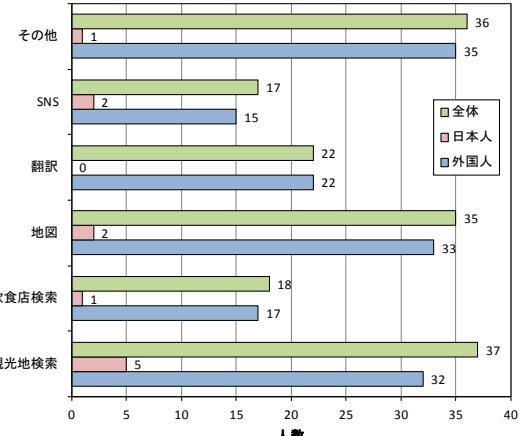


図 19 Wi-Fi を何に使ったのか

用者は全体で 80% を超えることがわかる。図 18 からは特に横浜での利用者が多くなっていることが分かる。観光地での Wi-Fi 利用意思については、寄港地ごとに使用用途が異なるということは考えにくいことから、寄港地ごとの利用意思に差はないと仮定すると、特に横浜では無料 Wi-Fi 環境の整備が進んでいると推

測される。図19より、実際のWi-Fiの利用用途としては観光地検索と地図利用が多く、その他に多いものはメール確認や家族の連絡であった。この結果は前項に示した「Wi-Fiを使って何をしたいか」の結果と一致する。

4. 金沢市内のWi-Fi環境

(1) 金沢市内におけるWi-Fiの整備実態

金沢市内で使用できる無料Wi-Fiとして「金沢市公衆無線LAN（KANAZAWA FREE Wi-Fi）³⁾」がある。表2に本Wi-Fiの利用可能エリアを示す。2015年現在12か所で利用可能である。2015年10月8日から、金沢市の主要な観光地であるひがし茶屋街及び長町周辺でも運用が開始された。本Wi-Fiを利用するためには氏名・メールアドレスの登録が必要で、登録情報は30日間有効である。1回あたり20分間接続でき、何度も利用できる。他にも、サービスの補完・面的拡大を図るため、店舗等の民間施設を中心に「KANAZAWA FREE Wi-Fi Lite」が運用されてている。こちらは1回あたり15分、1日当たり4回までとなっている。

現在、無料Wi-Fiの利用可能エリアなどの情報は、金沢市のHPで公開されているものの、市街地や観光地などで十分な告知がなされているとは言い難く、クルーズ旅客が無料Wi-Fiに接続可能なスポットの情報を得るのは容易ではないと推測される。金沢市では無料Wi-Fiの整備を進めており、クルーズ旅客はそれを利用することを求めていることから、利用可能スポットの拡大に加え、クルーズ旅客が接続可能スポット・接続方法などの情報を容易に入手でき、簡単に利用できるような情報の周知が必要であると言える。

図20に金沢大学無料Wi-Fi（臨時Wi-Fiスポット）の利便性に関する集計結果を示す。これより、本研究の調査として金沢港で提供した臨時のWi-Fiスポット「金沢大学無料Wi-Fi」は利用者の大部分から利便性を認められており、クルーズ旅客・船員が立ち寄る可能性のある主要なスポットへ無料Wi-Fiを整備することの重要性が示唆されたと考える。また自由記述として調査した意見の中には無料Wi-Fiの充実性を訴えるものもあり、今後のさらなるWi-Fi利用環境の充実が望まれる。

表2 KANAZAWA FREE Wi-Fi 利用可能エリア

(1) 金沢駅東広場 (もてなしドーム地上部)	(7) 香林坊アトリオ周辺
(2) 金沢駅東広場 (もてなしドーム地下部)	(8) 片町一丁目交差点周辺
(3) 金沢21世紀美術館	(9) 香林坊大和 (1階と8階の一部)
(4) 金沢市役所前広場	(10) 片町スクランブル 交差点周辺
(5) 近江町市場入口 (武蔵ヶ辻バス停)	(11) ひがし茶屋街
(6) 香林坊バス停 (アトリオ前)	(12) 長町周辺

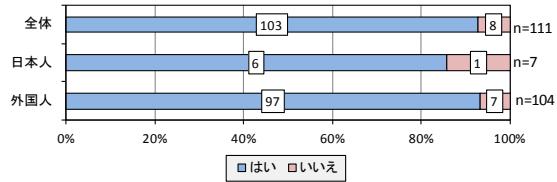


図20 金沢大学無料Wi-Fiは便利だったか

(5) 低速移動地点とWi-Fi利用可能エリア

ここまでに、クルーズ旅客・船員の無料Wi-Fiに対する需要が非常に高いことを示した。クルーズ旅客は、寄港と同時にほぼ一斉に市内観光へ出発するため、クルーズ船が寄港しない場合に比べ、市内の観光地が混雑することが予想される。この場合、無料Wi-Fiを同時に利用する観光客数も多くなることが想定される。Wi-Fiに接続可能なエリアは限定されているため、観光地の無料Wi-Fi接続可能箇所周辺で、特に混雑が発生することが懸念される。実際に、金沢港に設置した臨時の無料Wi-Fiスポットでは、複数の同一人物が長時間接続することで滞留が発生し、利用者の増加に伴って混雑が発生し、Wi-Fiへ接続できない旅客・船員も発生した。観光地におけるこのような混雑はクルーズ旅客のみならず、一般観光客へも影響を与え、双方の観光満足度を低下させる要因となるおそれがある。そこで、まず金沢市内におけるWi-Fi環境の現状のもと、いくつかのKANAZAWA FREE Wi-Fiの利用可能エリア³⁾とクルーズ旅客の移動範囲とを比較することで、混雑状況の分析を試みる。ここで、旅客の移動データとして使用するのは、本研究のアンケート調査と同様に金沢港に寄港したクルーズ旅客に対して実施した、GPSロガーを用いた調査で得られたクルーズ旅客の移動情報である。2014年と2015年に寄港したダイヤモンド・プリンセスの乗客53人に協力を依頼し、金沢市内観光時の移動経路と移動速度を記録している。

図22から図24にこれらGPSロガーから取得した被

験者の移動軌跡と、KANAZAWA FREE Wi-Fi の利用可能エリアを示す。図中において、利用可能エリアが青色の図形、移動軌跡は緑色の線である。なお移動軌跡は時速 3km 以下で移動している区間のみを抽出し示している。これら図より、移動速度が遅い地点は兼六園など主要な観光地に密集していることが観察される。

KANAZAWA FREE Wi-Fi 利用可能エリアの混雑度を比較するため、無料 Wi-Fi エリア内で、クルーズ旅客の移動速度が 0 の記録地点数を面積で割り、算出された値の中で、他の観光地に比べクルーズ旅客が密集し過ぎておらず、混雑度が低い 21 世紀美術館の無料 Wi-Fi 利用可能エリアを基準の 1.00 としてそれぞれ補正し、表現する。すなわち、単位面積あたりの観光客数をスポットごとの混雑度を示す指標（Wi-Fi スポット混雑指標）とする。図 21 に同指標値の計算結果を示す。長町周辺、香林坊バス停、ひがし茶屋街、近江町市場、金沢駅では利用可能エリア内で滞在位置に偏り

が見られるものもあるが、移動速度が遅い部分と Wi-Fi 接続可能エリアが重なっていることから、Wi-Fi の利用者が増えると混雑度が高くなり、観光行動の妨げとなる可能性が指摘される。特にひがし茶屋街は混雑が激しく、図 23 では Wi-Fi の利用可能エリアがほとんど見えないほどとなっている。クルーズ旅客の移動範囲とクルーズ旅客以外の観光客の移動範囲・滞在時間帯は必ずしも同一ではなく、クルーズ旅客の Wi-Fi 接続可

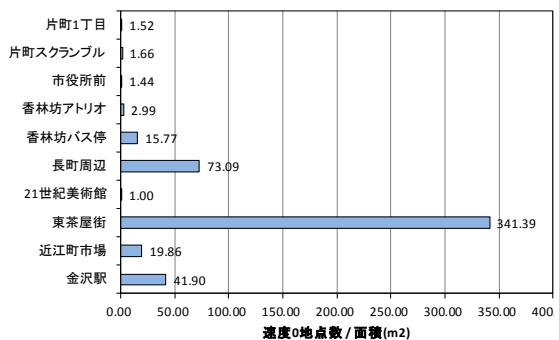


図 22 金沢駅付近



図 22 金沢駅付近



図 23 近江町市場・ひがし茶屋街

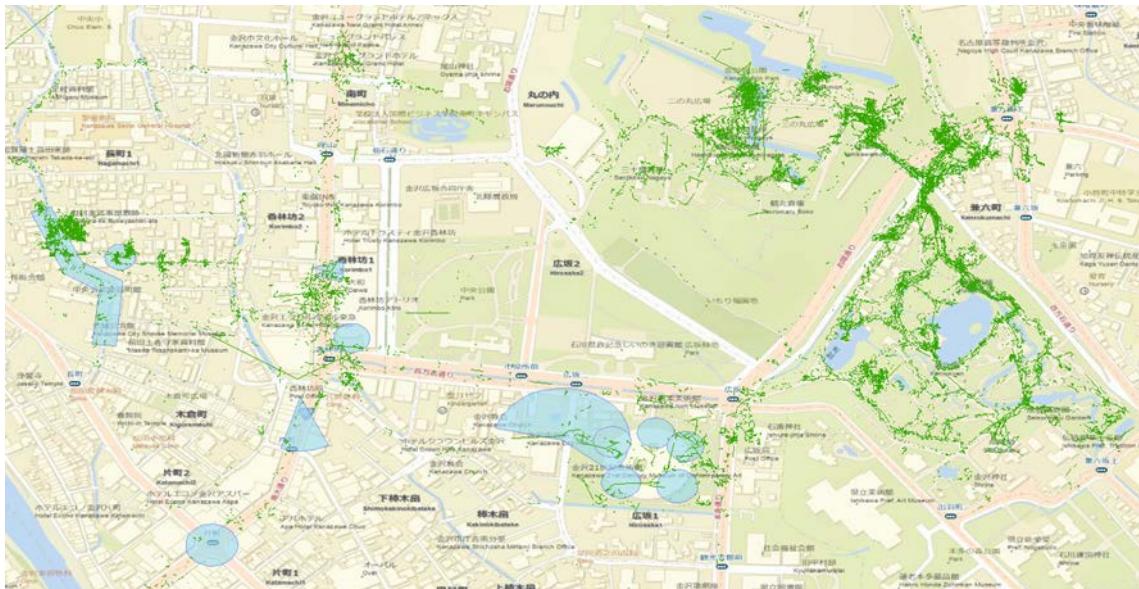


図 24 兼六園・21世紀美術館・市役所・長町・香林坊・片町

能エリア周辺への密集が観光行動の妨げとなる、すなわちひがし茶屋街など、観光地面積が狭く、混雑が発生しやすい場所では、対策として、Wi-Fi 接続用のスペースを観光客の動線から分離する、同一観光地内に複数の接続可能スポットを設けるなどの対策が必要となると考えられる。無料 Wi-Fi に対するクルーズ旅客の需要は非常に高いことから、利用可能エリアや使用方法などといった無料 Wi-Fi を利用するための情報の伝達、快適な利用環境づくりは今後のクルーズ観光振興の重要な課題の 1 つであると言える。

5.まとめと今後の課題

2015 年 7 月に金沢港に寄港したクルーズ船、ダイヤ

モンド・プリンセスの乗船者を対象に、金沢港に臨時の無料 Wi-Fi スポットを提供し、無料 Wi-Fi に対するニーズを調査するとともに、無料 Wi-Fi の利用環境に関するアンケートを実施した。本調査からは、特に外国人クルーズ旅客が無料 Wi-Fi に対して強い要望を持っていることが明らかとなった。利用用途の中には観光地の検索や地図アプリの使用など、観光行動に密接に関連する用途、メールの確認・家族との連絡など、長期間インターネットを利用できない環境におかれれるクルーズ旅客にとっては切実である用途など、無料 Wi-Fi の整備状況がクルーズ旅客の満足度に影響する要因の 1 つである可能性が指摘できる。また、本研究で実施した臨時の無料 Wi-Fi は大変盛況で、特に携帯回線が使えない外国人旅客・船員が多く利用していった。一方で、長時間利用する人

が多くなることで混雑が発生し、無料 Wi-Fi へ接続できなくなるという問題も指摘できる。このことから、Wi-Fi 利用者の滞留が Wi-Fi 接続可能エリア周辺の混雑にも影響することが想定された。そこで、クルーズ旅客の観光行動を記録した GPS データと無料 Wi-Fi の接続可能エリアとを比較し、各観光地の Wi-Fi 接続可能スポット周辺の混雑度に関する分析を実施した。その結果、観光地面積の狭いひがし茶屋街では他の観光地に比べ混雑度が高いことが明らかとなった。このような観光地では対策として、Wi-Fi 接続用のスペースを観光客の動線から分離する、同一観光地内に複数の接続可能スポットを設けるなどの対策が必要となると考えられる。

本研究ではクルーズ旅客の寄港地における無料 Wi-Fi に関するニーズの把握を試み、無料 Wi-Fi 環境の整備は今後のクルーズ観光振興のための重要な課題の 1 つであることを示した。一方で、クルーズ旅客と船員、更には同じ旅客でも日本人と外国人とではそれぞれニーズが異なる可能性も見えてきた。今後の Wi-Fi 環境整備にあたっては、どの層をターゲットするのかにより整備戦略が異なることが想定されることから、これらクルーズ関係者の属性別にニーズを分析する必要があると考える。また、今回実施したアンケート調査における回答者の年齢構成に着目すると、これまで日本のクルーズでは 60 代以下の年齢層が少なかったが、本調査では半数以上を 60 代以下が占めており、クルーズ旅客の年齢構成に変化が見られた。この点については、無料 Wi-Fi に限らない、年代別の観光行動やニーズの差異など多角的な分析を行う必要もあると考える。これらは今後取り組むべき重要な課題であろう。

参考文献

- 1) 2016年の訪日クルーズ旅客数とクルーズ船の寄港実績（速報値）, 国土交通省：
http://www.mlit.go.jp/report/press/port04_hh_000163.html
(2017.04.1閲覧)
- 2)Wi-Fi整備についての現状と課題
http://www.soumu.go.jp/main_content/000322502.pdf
- 3)金沢市公式HP, 金沢市公衆無線LAN「KANAZAWA FREE Wi-Fi」
<https://www4.city.kanazawa.lg.jp/11010/wif>