

【審査論文】

新聞広告にみる小笠原諸島のクルーズ船観光と観光地イメージ

山崎真之

Cruise Ship Tourism and Images of Ogasawara Islands, from the Cases of
Advertisement in Newspaper

YAMAZAKI Masayuki

要旨

本稿の目的は、1970年代、1980年代における小笠原諸島の新聞広告の事例よりクルーズ船観光の分析及び観光地としての小笠原イメージを明らかにすることである。小笠原諸島は東京本土より1,000km離れており、飛行機によるアクセスはなく定期船おがさわら丸もしくはクルーズ船というアクセス方法に限られている。本稿では、対象とした1970年代から1980年代にかけて掲載された観光に関連する小笠原諸島の新聞広告の事例127点に基づき、小笠原諸島へのクルーズ船観光商品及び観光地としての小笠原イメージを論じる。本稿では、クルーズ船観光商品が夏季及び年末年始を中心に4泊5日もしくは5泊6日で催行されることを提示した。そして、クルーズ船観光商品においては、そのアクセス方法であるクルーズ船それ自体が広告のコピーにおいて強調されることが考えられる。クルーズ船観光商品の特徴を提示した後、広告に掲載されている情報をテキストとして観光地としての小笠原諸島のイメージの分析をおこなった。本稿の事例より、「楽園の島」、「亜熱帯の島」、「夏の島」といった観光地としての小笠原諸島のイメージがあげられ、これらのイメージには国内にありながらの異国性が紐づけられていると考えられる。結論として、国内にありながらの異国性というイメージは船旅（クルーズ船及びおがさわら丸）といったアクセス方法を介することによって、より強固に異国性が演出される点が考えられ、新聞広告においても異国性が紐づいた小笠原イメージが表象されていると論じる。

キーワード：観光・Tourism、クルーズ船・Cruise Ship、イメージ・Image、小笠原諸島・Ogasawara Islands

1. 序論

本稿の目的は、1970年代、1980年代にかけて掲載された小笠原諸島の新聞広告の事例よりクルーズ船観光の分析及び観光地としての小笠原イメージを明らかにすることである。

本稿で取り上げる小笠原諸島は、東京本土より1,000km離れており亜熱帯海洋性気候に属している。小笠原諸島へのアクセスは海路のみであるため、竹芝港から定期船「おがさわら丸」で24時間の航海を経て父島二見港まで乗船するか（観光ピークシーズンを除き原則6日に1便出航。母島へは二見港から母島港まで「ははじま丸」に乗船する）、東京や横浜から出発するクルーズ船に乗る必要がある。小笠原諸

島は19世紀より定住が開始され、1876年に日本領となったが、第二次世界大戦後から1968年までアメリカ合衆国の統治下となった。1968年の日本への返還以降、小笠原諸島は自然資源を対象とした観光業が活用され、1980年代にはエコツーリズム先進地域としての評価、2011年には世界自然遺産に登録された¹⁾。昨今の小笠原観光においては、観光客がホエールウォッチングやドルフィンスイムといった観光経験が堪能できる点、ならびに世界自然遺産登録地としてのアピールに重点がおかれ、ガイドブックやパンフレットにおいては「世界自然遺産」といったコピーに加え小笠原諸島の風景や海、動植物の写真が掲載されている。エコツーリズムならびに世界遺産の島としてのイメージが強く表象されているといえる。特に、世界自然遺産登録を契機として小笠原諸島の観光経験やイメージは変容したことが考えられる。そこで、世界自然遺産もしくはエコツーリズムの島として表象される以前の小笠原観光には、いかなる観光経験やイメージが表象されていたのかを明らかにするために1970年代、1980年代における小笠原観光に関連する商品の広告に注目していく。

小笠原諸島への定期船は1972年4月より椿丸（所要時間44時間）、1973年4月より父島丸（所要時間38時間）が運航しており、1979年4月に就航したおがさわら丸の所要時間は28時間とそれまでの所要時間が大幅に減少した²⁾。おがさわら丸就航により所要時間が短縮し、観光がより容易になったことは広告からもその一端がうかがえる。1979年4月1日に掲載された広告（資料番号48）には「国立公園小笠原父島母島へいま、小笠原がぐーんと近くなりました。/一挙に12時間短縮/ 4月2日東京・父島航路に堂々就航/豪華高速船おがさわら丸」というコピーが飾られ、おがさわら丸就航の説明とともに新造船就航記念ツアーとして4泊5日の「小笠原ツアー」が募集されている。本稿では、このようなアクセス方法もふまえ広告の事例に注目していくが、小笠原諸島へのアクセスは海路のみであることからクルーズ船及びおがさわら丸というアクセス方法も含めた観光地イメージを明らかにする視座は軽視できないといえよう。

2. クルーズ船と観光地

本稿で対象とするクルーズ船に関する先駆的な研究として、国内のクルーズ船動向を論じた市來（1992）の研究をあげることができる。市來は、1960年代以降のアメリカやカリブ海におけるクルーズ船の動向を整理し、日本国内でクルーズ船が相次いで就航した「客船（クルーズ）元年」と呼ばれる1989年以降の「飛鳥」や「にっぽん丸」などのクルーズ船の概要や設備、運航ルートなどを提示する。同様に飯田（2011）は、1989年より本格化する日本のクルーズ船動向を整理したうえで、今後クルーズ船市場が発展するための課題を示している。これらの研究の様に海外におけるクルーズ船の状況をふまえ、国内のクルーズ船普及の課題や施策、観光振興との関連性を論じる研究アプローチが展開されている。

クルーズ船は、目的地までの単なる交通手段だけではなくクルーズ船それ自体が人々を惹きつけることから、観光資源としての側面も有する。水野（2017）は、「フライ&クルーズ」³⁾の定着により、クルーズ船は移動手段からアミューズメント施設へと変容し、クルーズ船に乗ることが観光の目的となったと位置づける。ならびに水野は、クルーズ船に併設されているプールやカジノ、レストランといった施設から、「海のテーマパーク」というクルーズ船の特徴を指摘する（水野 2017：122）。成実（2021：119-120）もシアターやプールといった施設がクルーズ船内に多数存在していることから、クルーズ船を動くテーマパークと示している。このようにクルーズ船におけるエンターテイメントの要素は軽視できないといえよう。クルーズ船はただ乗客を目的地に運ぶだけの交通手段とは限らず、船内の様々なエンターテイメントもクルーズ船の重要な構成要素であることが考えられる。

クルーズ船自体を論じる研究がある一方、クルーズ船の寄港に伴い生じうる経済効果や観光振興を論じる研究がみられる。たとえば、藤生・高田（2012）は、クルーズ船には宿泊施設が備わっているため新たな宿泊施設を整備することなく観光客を誘致することが可能となる点から、クルーズ船寄港による観光振興の可能性を論じる。このような観光振興の視座よりクルーズ船を論じる研究として、海外のクルーズ事情をふまえ国内におけるクルーズ船と観光振興に関する施策の提言（鷲頭 2017）やクルーズ船産業の普及策や法整備についての提言（西田 2016）、地方自治体によるクルーズ船誘致にむけたマーケティング活動（ポートセールス）の効果分析（遠藤・小川 2020）、といった研究をあげることができる。

上記のようなクルーズ船誘致による観光振興が論じられるなか、酒井（2017）、湧口・酒井（2018）らは、クルーズ船誘致は必ずしも地域に望ましい経済効果をもたらされない点を論じる。酒井（2017）は、クルーズ船誘致による地域社会への負のインパクトが十分に認識されていない問題点を指摘し、クルーズ船誘致における課題を提示している⁴⁾。ならびに水野（2018）は、単にクルーズ船の寄港回数及び寄港地を増加させるのではなく、寄港地への経済効果が顕著にみられる工夫が必要であることを論じている。

本稿で注目する小笠原諸島のような島嶼部とクルーズ船の関係性について、宮古島におけるクルーズ船寄港による島社会の変容を分析した圓田（2018）の論考に注目したい。圓田は、宮古島における急速な観光開発により産業及び雇用が創出した側面とともに、観光客と地域社会の軋轢や島内の観光業者の形態変化、地域住民の対応、といったクルーズ船と地域社会の関係性を論じている⁵⁾。本稿では圓田の論考をふまえ、クルーズ船と寄港先である地域社会との関係性に着眼し、クルーズ船と地域社会の関係性の1つとしてクルーズ船寄港による観光地表象を捉えていく。つまり、クルーズ船観光によって観光地小笠原はいかにして表象されているのか、というクルーズ船と地域社会の関係性を分析する視座である。

以上の議論を整理すると、これまでの研究ではクルーズ船の動向や特徴、観光振興の視座よりクルーズ船が論じられている⁶⁾。本稿では、圓田の視座をふまえクルーズ船と地域社会の関係性に注目し、クルーズ船観光によっていかにして観光地のイメージが表象されているのかを明らかにする。小笠原諸島の観光に関連する新聞広告の事例よりクルーズ船観光を分析し、観光地としての小笠原イメージ表象を考察する。その際、クルーズ船の事例のみならず定期船おがさわら丸の事例も内包したうえで、観光地としての小笠原イメージを考察していく。

3. 小笠原諸島への観光広告

新聞広告には紙面の限りがあることから、端的に観光地の魅力やイメージがキャッチコピーや写真（イラスト）が組み合わさって表現されていることが多くみられる。そして、新聞広告にはパンフレット同様、観光商品についての情報を伝達する機能を有する（谷口 2017）。本稿では広告に掲載されている情報をテキストとして観光商品のコピーや日程、催行時期を分析し、クルーズ船観光の特徴及び観光地としての小笠原イメージを分析する。本章では、1970年代から1980年代にかけて朝日新聞及び読売新聞に掲載された小笠原観光に関連する広告127点（観光商品196点）を取り上げていく⁷⁾。

はじめに、新聞広告の概要を提示する。広告主をみていくと、127点の内、小笠原海運が47点とおおよそ3分の1を占めている。次いで、ナショナルランド（22点）、東邦トラベル（21点）による掲載が多いことがわかる（表1）。時系列に広告主をみていくと、1970年代序盤から中盤は東邦航空サービスもしくは東邦トラベルの広告が相次いで見られ、1970年代終盤にはナショナルランドや大島運輸による広告が散見される。1979年4月には新型定期船おがさわら丸が就航した背景もあり、徐々に小笠原海運による広告が多く掲載され、1980年代中盤以降は小笠原海運による広告が大半を占めるようになる。

次に、小笠原諸島への観光商品が催行される出発時期を整理していく⁸⁾。夏季の観光ハイシーズンにあたる7月(37点)、8月(53点)及び、正月を小笠原諸島で迎えるための12月(31点)出発の商品が多くみられることから、夏季及び年末を中心に催行されることがわかる。なお、出発時期に加えて「お正月初泳ぎ/小笠原船の旅」(資料番号64)、「今年の春休みは、一足お先の夏気分!」(資料番号119)、「ゴールデンウィーク特別企画/南へ1,000キロ小笠原の旅」(資料番号53)、「夏休みは小笠原へ」(資料番号57)といったように、休暇時期(正月や春休み、ゴールデンウィーク、夏休み)が強調される広告86点の内、正月が33点、春休みが3点、ゴールデンウィークが21点、夏休みが29点と、出発時期同様に夏季及び年末年始を小笠原諸島で過ごす観光経験を誘致する広告が多いことがわかる。さいごに観光商品の日程を示していくと、本稿で事例とした観光商品196点の内、5泊6日が107件ともっとも多く、次いで4泊5日が82件と、大半の商品が4泊5日か5泊6日の日程で催行されることがわかる⁹⁾。

表1 1970年代、1980年代小笠原諸島観光関連広告一覧

資料番号	掲載日	広告主	見出し	渡島手段	日程(期間)	新聞名/発行形態/頁
1	1972.2.18	東邦航空サービス	小笠原諸島の旅	—	3月29日-4月3日(5泊6日)	読売/夕刊/12
2	1972.2.24	東邦航空サービス	小笠原諸島の旅	—	3月29日-4月3日(5泊6日)	読売/夕刊/10
3	1972.4.6	東邦航空サービス	小笠原船の旅	I	5月1日-5月6日(5泊6日)	読売/夕刊/10
4	1972.4.12	東邦航空サービス	小笠原バカンス	I	5月1日-5月6日(5泊6日)	読売/朝刊/15
5	1972.4.17	東邦トラベル	小笠原バカンス	I	5月1日-5月6日(5泊6日)	読売/朝刊/15
6	1972.6.29	東邦トラベル	小笠原バカンス	I	7月8日-7月13日(5泊6日)	読売/朝刊/14
7	1972.7.18	東邦トラベル	小笠原バカンス	I	8月14日-8月19日(5泊6日)	読売/夕刊/9
8	1972.12.7	東邦トラベル	小笠原諸島の旅	I	12月30日-1月4日(5泊6日)	読売/夕刊/10
9	1972.12.14	東邦トラベル	小笠原諸島の旅	I	12月30日-1月4日(5泊6日)	読売/朝刊/23
10	1972.12.15	東邦トラベル	小笠原諸島の旅	I	12月30日-1月4日(5泊6日)	読売/夕刊/10
11	1973.05.18	日新航空	小笠原・グアム・サイパン船の旅	I	8月17日-8月28日(11泊12日)	読売/夕刊/10
12	1973.7.4	東邦トラベル	小笠原船の旅	I	8月15日-8月20日(5泊6日)	読売/夕刊/10
13	1973.7.5	実業之日本社	ブルーガイドパック 伊豆七島小笠原	—	—	読売/朝刊/4
14	1973.7.10	東邦トラベル	小笠原船の旅	I	8月15日-8月20日(5泊6日)	読売/夕刊/10
15	1973.7.24	東邦トラベル	小笠原船の旅	I	8月15日-8月20日(5泊6日)	読売/夕刊/11
16	1973.7.31	東邦トラベル	小笠原船の旅	I	8月15日-8月20日(5泊6日)	読売/夕刊/11
17	1973.8.1	東邦トラベル	小笠原船の旅	I	8月15日-8月20日(5泊6日)	読売/夕刊/9
18	1973.11.1	東邦トラベル	小笠原諸島の旅	I	11月24日-11月29日(5泊6日)	読売/夕刊/10
19	1973.11.8	東邦トラベル	小笠原諸島の旅	I	11月24日-11月29日(5泊6日)	読売/夕刊/11
20	1973.11.12	ボンボヤージュクラブ 事務局	ボンボヤージュクラブの 6日間小笠原の旅	I	11月24日-11月29日(5泊6日)	読売/夕刊/10
21	1974.4.9	東邦トラベル	小笠原船の旅	I	4月27日-5月2日(5泊6日)	読売/夕刊/6
22	1974.7.1	東邦トラベル	小笠原船の旅	I	7月20日-7月25日(5泊6日)	読売/夕刊/10
23	1974.7.10	東邦トラベル	夏休み船旅	I	7月20日-7月25日(5泊6日)	読売/夕刊/10
24	1974.10.14	東邦トラベル	小笠原船の旅	I	11月14日-11月20日(6泊7日)	読売/夕刊/9
25	1975.3.26	東邦トラベル	小笠原船の旅	I	4月29日-5月5日(6泊7日)	読売/夕刊/7
26	1975.7.9	東邦トラベル	小笠原船の旅	I	8月11日-8月16日(5泊6日)	読売/夕刊/9
27	1975.11.13	東邦トラベル	小笠原船の旅	I	12月29日-1月4日(6泊7日)	読売/夕刊/11
28	1976.6.17	大島運輸	小笠原サマークルーズ	I	7月17日-7月23日(6泊7日)	読売/夕刊/10
29	1976.6.28	大島運輸	小笠原サマークルーズ	I	7月17日-7月23日(6泊7日)	読売/夕刊/9
30	1976.7.14	東興トラベル	小笠原へ…豪華船の旅	I	8月17日-8月22日(5泊6日)	読売/夕刊/8
31	1976.7.29	東興トラベル	小笠原へ…豪華船の旅	I	8月17日-8月22日(5泊6日)	読売/夕刊/3
32	1976.11.9	大島運輸	新春小笠原クルーズ	I	12月27日-1月1日(5泊6日) / 1月1日-1月6日(5泊6日)	読売/夕刊/8
33	1976.11.10	日本旅行	新春小笠原	—	12月27日-1月1日(5泊6日) / 1月1日-1月6日(5泊6日)	読売/夕刊/3

資料番号	掲載日	広告主	見出し	渡島手段	日程（期間）	新聞名/発行形態/頁
34	1976.11.17	大島運輸	新春小笠原クルーズ	I	12月27日-1月1日（5泊6日）/ 1月1日-1月6日（5泊6日）	読売/夕刊/3
35	1976.11.29	東邦トラベル	小笠原豪華船の旅	I	12月30日-1月3日（4泊5日）	読売/夕刊/10
36	1976.11.30	大島運輸	新春小笠原クルーズ	I	12月27日-1月1日（5泊6日）/ 1月1日-1月6日（5泊6日）	読売/夕刊/10
37	1976.12.1	東興トラベル	小笠原豪華船の旅	I	12月30日-1月3日（4泊5日）	読売/朝刊/23
38	1977.4.15	アロートラベル	小笠原豪華船の旅	I	5月3日-5月8日（5泊6日）	読売/夕刊/10
39	1977.6.16	大島運輸東京客船サービス	島の旅	I	7月19日-7月23日（4泊5日）/ 8月19日-8月25日（6泊7日）	読売/朝刊/22
40	1977.6.23	アイランダー	夏休み特別企画 小笠原ロマンの旅	I	7月19日-7月23日（4泊5日）/ 8月19日-8月25日（6泊7日）	読売/夕刊/10
41	1977.7.3	アイランダー	夏休み特別企画 小笠原ロマンの旅	I	7月19日-7月23日（4泊5日）/ 8月19日-8月25日（6泊7日）	読売/朝刊/22
42	1977.11.17	アイランダー	お正月特別企画 小笠原船の旅	I	12月30日-1月3日（4泊5日）	読売/夕刊/10
43	1977.12.8	大島運輸	新春小笠原クルーズ	I	12月27日-1月1日（5泊6日）/ 1月1日-1月6日（5泊6日）	読売/朝刊/22
44	1978.3.28	アイランダー	ゴールデンウィーク 特別企画小笠原船の旅	I	4月28日-5月2日（4泊5日）	読売/夕刊/10
45	1978.3.30	大島運輸	ボニーアイランド 小笠原船の旅	I	4月28日-5月2日（4泊5日）	読売/夕刊/11
46	1978.6.27	ナショナルランド	小笠原船の旅	I	8月10日-8月15日（5泊6日）	読売/朝刊/22
47	1978.11.16	ナショナルランド	お正月小笠原	I	12月30日-1月3日（4泊5日）	読売/朝刊/22
48	1979.4.1	小笠原海運	国立公園 小笠原父島母島	II	4月28日-5月2日（4泊5日）/ 5月3日-5月7日（4泊5日）/ 6月7日-6月11日（4泊5日）	読売/朝刊/9
49	1979.6.21	ナショナルランド	夏休み小笠原へ	I	8月6日-8月10日（4泊5日）	読売/朝刊/22
50	1979.7.2	Aラインクルーズ	太陽と海と島の旅	I	8月19日-8月23日（4泊5日）	読売/朝刊/23
51	1979.7.9	ナショナルランド	夏休み小笠原へ	I	8月6日-8月10日（4泊5日）/ 8月19日-8月23日（4泊5日）	読売/夕刊/10
52	1979.9.4	小笠原海運・ 東京都観光連盟	小笠原観光ツアー	II	9月29日-10月3日（4泊5日）	読売/夕刊/10
53	1980.3.8	ナショナルランド	小笠原の旅	I	4月26日-4月30日（4泊5日）/ 5月1日-5月5日（4泊5日）	読売/朝刊/22
54	1980.3.26	ナショナルランド	小笠原の旅	I	4月26日-4月30日（4泊5日）/ 5月1日-5月5日（4泊5日）	読売/朝刊/22
55	1980.5.19	日本交通公社	初泳ぎ、島の旅	—	6月出発（4泊5日）計4件/ 7月出発（4泊5日）計3件	読売/夕刊/9
56	1980.6.17	国際ロータリー旅行	小笠原豪華船の旅	I	7月出発（4泊5日）計3件/ 8月出発（4泊5日）計5件	読売/夕刊/14
57	1980.7.9	小笠原海運	夏休みは小笠原へ	II	—	読売/朝刊/23
58	1980.7.23	国際ロータリー旅行	豪華客船で小笠原の旅	I	8月14日-8月19日（5泊6日）	読売/夕刊/11
59	1980.10.26	ナショナルランド	小笠原の旅	I	12月30日-1月3日（4泊5日）	読売/朝刊/22
60	1980.11.20	小笠原海運	お正月は小笠原へ	II	12月30日-1月4日（5泊6日）	読売/朝刊/22
61	1981.3.16	日本交通公社	常夏の沖縄3日間、 小笠原	—	3月25日-3月30日（5泊6日）	読売/夕刊/10
62	1981.6.14	ナショナルランド	外航客船で小笠原の旅	I	8月4日-8月9日（5泊6日）	読売/朝刊/23
63	1981.7.1	小笠原海運	夏休みは小笠原へ	II	7月出発（4泊5日）計4件/ 7月出発（5泊6日）計1件/ 8月出発（4泊5日）計4件/ 8月出発（5泊6日）計2件	読売/朝刊/11
64	1981.9.28	国際ロータリー旅行	小笠原船の旅	I	12月30日-1月3日（4泊5日）	読売/夕刊/7
65	1981.10.27	ナショナルランド	小笠原で初泳ぎ	I	12月30日-1月3日（4泊5日）	読売/朝刊/23
66	1981.10.27	国際ロータリー旅行	お正月小笠原船の旅	I	12月30日-1月3日（4泊5日）	読売/夕刊/14
67	1981.11.4	小笠原海運	お正月は小笠原へ	II	12月30日-1月4日（3泊4日）	読売/朝刊/3
68	1982.3.21	ナショナルランド	ゴールデンウィーク 小笠原の旅	I	4月30日-5月5日（5泊6日）	読売/朝刊/23
69	1982.4.2	小笠原海運	ゴールデンウィークは 太平洋最後の楽園 小笠原へ	II	4月25日-4月30日（5泊6日）/ 5月1日-5月5日（4泊5日）	読売/朝刊/20

資料 番号	掲載日	広告主	見出し	渡島 手段	日程(期間)	新聞名/発行 形態/頁
70	1982.4.4	ナショナルランド	ゴールデンウィーク 小笠原の旅	I	4月30日-5月5日(5泊6日)	読売/朝刊/23
71	1982.4.20	国際ロータリー旅行	小笠原船の旅	I	4月30日-5月5日(5泊6日)	読売/夕刊/10
72	1982.6.6	ナショナルランド	夏休み小笠原船の旅	I	7月17日-7月22日(5泊6日) / 8月4日-8月9日(5泊6日)	読売/朝刊/23
73	1982.6.10	小笠原海運	夏休みは太平洋の楽園 小笠原へ	II	7月出発(4泊5日)計6件/ 7月出発(5泊6日)計2件/ 8月出発(4泊5日)計5件/ 8月出発(5泊6日)計3件/ 9月出発(4泊5日)計1件	読売/朝刊/23
74	1982.6.13	ナショナルランド	夏休み小笠原船の旅	I	7月17日-7月22日(5泊6日) / 8月4日-8月9日(5泊6日)	読売/朝刊/23
75	1982.6.29	国際ロータリー旅行	小笠原船の旅	I	8月4日-8月9日(5泊6日) / 7月17日-7月22日(5泊6日)	読売/朝刊/23
76	1982.6.30	近畿日本ツーリスト	小笠原豪華客船の旅	I	7月17日-7月22日(5泊6日)	読売/夕刊/2
77	1982.10.17	ナショナルランド	水着で迎えるお正月	I	12月30日-1月4日(5泊6日)	読売/朝刊/23
78	1982.10.24	ナショナルランド	水着で迎えるお正月	I	12月30日-1月4日(5泊6日)	読売/朝刊/23
79	1982.10.25	小笠原海運	お正月は亜熱帯の島	II	12月30日-1月4日(5泊6日)	朝日/夕刊/7
80	1982.10.29	小笠原海運	お正月は亜熱帯の島	II	12月30日-1月4日(5泊6日)	読売/朝刊/23
81	1983.3.27	ナショナルランド	小笠原の旅	I	5月3日-5月8日(5泊6日)	読売/朝刊/22
82	1983.3.29	小笠原海運	小笠原へ南へ1,000km	II	4月29日-5月4日(5泊6日) / 5月5日-5月9日(4泊5日)	読売/朝刊/23
83	1983.5.30	近畿日本ツーリスト	豪華客船「ニューゆう とびあ」で行く、5泊6 日小笠原	I	8月1日-8月6日(5泊6日)	読売/夕刊/10
84	1983.6.26	ナショナルランド	祝返還15周年	I	—	読売/朝刊/22
85	1983.7.2	小笠原海運	小笠原へ行こう	II	7月出発(4泊5日)計5件/ 7月出発(5泊6日)計1件/ 8月出発(4泊5日)計3件/ 8月出発(5泊6日)計3件	読売/朝刊/23
86	1983.11.2	小笠原海運	トロピカル・アイランド 小笠原	II	12月30日-1月4日(5泊6日)	読売/朝刊/23
87	1984.3.30	小笠原海運	ゴールデンウィークは 南海の楽園で	II	4月28日-5月2日(4泊5日) / 5月3日-5月7日(4泊5日)	読売/朝刊/23
88	1984.4.7	小笠原海運	ゴールデンウィークは 南海の楽園で	II	4月28日-5月2日(4泊5日) / 5月3日-5月7日(4泊5日)	読売/朝刊/23
89	1984.6.19	ナショナルランド	夏休み小笠原の旅	I	8月14日-8月19日(5泊6日)	読売/朝刊/23
90	1984.7.12	小笠原海運	夏の小笠原	II	—	読売/朝刊/23
91	1984.8.3	三洋トラベル	CRUISING IN 小笠原	I	8月14日-8月19日(5泊6日)	読売/朝刊/23
92	1984.10.23	小笠原海運	Tropical Island小笠原	II	12月30日-1月4日(5泊6日)	読売/朝刊/23
93	1984.10.26	小笠原海運	Tropical Island小笠原	II	12月30日-1月4日(5泊6日)	朝日/夕刊/10
94	1985.2.15	小笠原海運	春、来たりなば… 小笠原は、もう夏!	II	3月20日-3月25日(5泊6日) / 3月26日-3月31日(5泊6日)	読売/朝刊/23
95	1985.3.28	小笠原海運	RESORT小笠原	II	4月26日-4月30日(4泊5日) / 5月1日-5月6日(5泊6日)	読売/朝刊/23
96	1985.5.27	小笠原海運	夏の小笠原	II	—	読売/朝刊/23
97	1985.7.7	ナショナルランド	夏休み小笠原	I	8月15日-8月18日(3泊4日)	読売/朝刊/22
98	1985.10.21	小笠原海運	元旦が海開き!	II	12月30日-1月4日(5泊6日)	読売/朝刊/23
99	1985.11.6	ナショナルランド	お正月小笠原	I	12月30日-1月3日(4泊5日)	読売/朝刊/22
100	1986.2.18	小笠原海運	南の島で、 ハレーウォッチング	II	3月14日-3月19日(5泊6日) / 3月20日-3月25日(5泊6日) / 3月26日-3月31日(5泊6日)	読売/夕刊/8
101	1986.2.24	小笠原海運	南の島で、 ハレーウォッチング	II	3月14日-3月19日(5泊6日) / 3月20日-3月25日(5泊6日) / 3月26日-3月31日(5泊6日)	読売/夕刊/11
102	1986.2.28	小笠原海運	南の島で、 ハレーウォッチング	II	3月14日-3月19日(5泊6日) / 3月20日-3月25日(5泊6日) / 3月26日-3月31日(5泊6日)	朝日/夕刊/17
103	1986.3.13	小笠原海運	野生の夏を、放し飼い。	II	3月出発(5泊6日)計3件/ 4月出発(4泊5日)計1件/ 4月出発(5泊6日)計1件	読売/朝刊/23

資料番号	掲載日	広告主	見出し	渡島手段	日程（期間）	新聞名/発行形態/頁
104	1986.4.7	小笠原海運	ハレーすい星、さよならウォッチング	Ⅱ	4月25日-4月29日（4泊5日）/ 4月30日-5月5日（5泊6日）	読売/夕刊/3
105	1986.5.21	小笠原海運	野生の夏を、放し飼い。	Ⅱ	—	読売/朝刊/23
106	1986.5.29	小笠原海運	野生の夏を、放し飼い。	Ⅱ	—	朝日/夕刊/6
107	1986.6.13	小笠原海運	野生の夏を、放し飼い。	Ⅱ	—	読売/朝刊/23
108	1986.6.30	ナショナルランド	夏休み小笠原	Ⅰ	9月14日-9月17日（4泊5日）	読売/朝刊/23
109	1986.6.30	小笠原海運	小笠原	Ⅱ	—	朝日/夕刊/17
110	1986.7.3	小笠原海運	小笠原	Ⅱ	—	読売/朝刊/23
111	1986.10.13	小笠原海運	元旦が海開き！	Ⅱ	12月30日-1月4日（5泊6日）	読売/朝刊/23
112	1986.10.26	ナショナルランド	お正月小笠原	Ⅰ	12月31日-1月4日（4泊5日）	読売/朝刊/23
113	1987.2.2	小笠原海運	春、来たりなば… 小笠原は、もう夏！	Ⅱ	3月14日-3月19日（5泊6日）/ 3月20日-3月25日（5泊6日）/ 3月26日-3月31日（5泊6日）	読売/朝刊/23
114	1987.3.18	小笠原海運	南海の楽園は、もう夏 まっ盛り！	Ⅱ	4月25日-4月30日（5泊6日）/ 5月1日-5月5日（4泊5日）	読売/朝刊/23
115	1987.4.7	小笠原海運	南海の楽園は、もう夏 まっ盛り！	Ⅱ	4月25日-4月30日（5泊6日）/ 5月1日-5月5日（4泊5日）	読売/朝刊/6
116	1987.6.1	小笠原海運	エメラルドの海	Ⅱ	—	読売/朝刊/23
117	1987.6.24	小笠原海運	エメラルドの海	Ⅱ	—	読売/朝刊/27
118	1987.10.6	小笠原海運	元旦が海開き！	Ⅱ	12月30日-1月4日（5泊6日）	読売/朝刊/27
119	1988.2.16	小笠原海運	祝返還20周年	Ⅱ	3月21日-3月26日（5泊6日）/ 3月27日-4月1日（5泊6日）	読売/朝刊/27
120	1988.3.17	小笠原海運	祝返還20周年	Ⅱ	4月27日-5月2日（5泊6日）	読売/朝刊/31
121	1988.5.31	小笠原海運	祝返還20周年	Ⅱ	—	読売/朝刊/31
122	1988.7.6	小笠原海運	祝返還20周年	Ⅱ	—	読売/朝刊/31
123	1988.10.6	小笠原海運	元旦が海開き！	Ⅱ	12月30日-1月4日（5泊6日）	読売/朝刊/31
124	1989.2.10	小笠原海運	南海の楽園で ホエールウォッチング	Ⅱ	3月22日-3月27日（5泊6日）/ 3月28日-4月2日（5泊6日）	読売/朝刊/31
125	1989.4.3	小笠原海運	南海の楽園で ホエールウォッチング	Ⅱ	—	読売/朝刊/31
126	1989.5.23	小笠原海運	小笠原	Ⅱ	—	読売/朝刊/31
127	1989.6.21	小笠原海運	9月も真夏。 南海の楽園小笠原へ	Ⅱ	—	読売/朝刊/31

注）Ⅰ：クルーズ船 Ⅱ：おがさわら丸 —：不明

（1970年代、1980年代読売及び朝日新聞に掲載された小笠原諸島観光に関連する広告を対象に筆者作成）

3-1. クルーズ船と小笠原観光

小笠原諸島への観光には、クルーズ船もしくは定期船おがさわら丸という2つの選択肢に大別されるため広告においてもその差異に注目していく。本稿でとりあげた新聞広告の事例127点の内、クルーズ船73点、おがさわら丸48点と（判別不能6点）、クルーズ船による小笠原観光が定期船おがさわら丸よりも多く占めることがうかがえる。本稿の事例からは、おがさわら丸が就航する1979年4月以前はクルーズ船による小笠原観光が大半を占めていたと指摘できる（表1）。1979年以降はおがさわら丸を用いた観光商品の割合が増えていくが、クルーズ船による小笠原観光はおがさわら丸就航後も継続されている。

新聞広告127点でみられた観光商品（196点）に注目していくと、8月に出発するクルーズ船観光は32点と最も多く、次いで12月出発が20点と夏季及び年末に多く催行されることがわかる。クルーズ船観光商品の日程は、5泊6日をもっとも多く50点、次いで4泊5日が32点、6泊7日が8点と、クルーズ船観光の日程は5泊6日と4泊5日で大半を占めていることが提示できる¹⁰⁾。

次に、クルーズ船での小笠原観光の概略を資料番号76（1982年6月30日、商品名「小笠原豪華客船の旅6日間」）に注目し整理していく。広告には「サンゴ礁の海、白いビーチが広がる小笠原で夏を謳歌しよう！/南へ1,000km、白い外航客船につぼん丸で行くハッピーアイランド」、というコピーが飾られている。このコピーで注目したいのは、「白い外航客船につぼん丸で行く」というクルーズ船によるアクセ

ス方法が強調されている点とともに、クルーズ船の詳細が小笠原観光及び小笠原諸島に関する説明より多く紙面がさかれている点である。目的地よりもクルーズ船がより重点的に広告で表象されているといえる。このようなクルーズ船の行程として、本事例より以下のように示せる。1日目東京晴海港17:00出航、出航後はウエルカムパーティー開催。2日目洋上で船内にて各種催物開催。3日目小笠原到着、到着後、海水浴、島めぐり等自由行動。4日目小笠原滞在後出航、出航後は船上バーベキューパーティー開催。5日目洋上で船内にて各種催物、サヨナラパーティー開催。6日目東京晴海港に8:00着、という5泊6日の行程となる（4泊5日の行程の場合は、概ね小笠原諸島での滞在が一日短縮される）。

にっぽん丸にはプールやサロン、ラウンジ、バー、診療所、図書室、理容室、談話室などの施設が備わっている点及び、(日替わりで和食、中華、洋食といった)豊富な食事が楽しめる点が広告内で強調されている。もう一つ強調される点は、船内での催物(アクティビティ)である。にっぽん丸乗船後は、船長主催のウエルカムパーティーが開催され、映画上映、カラオケ大会、ビンゴ大会、ディスコパーティーなど多様な催物が洋上で開催される。このような設備や食事、催物により乗客は船内で飽きがこない点が広告にはアピールされている。

他のクルーズ船、さくら(資料番号29)やひかり(資料番号44)、さんふらわあ7(資料番号53)、さっぽろ丸(資料番号77)、ニューゆうとぴあ(資料番号83)の広告においても、概ね同様な船内設備や催物に関する説明がされている。出航後、乗客は船内各種の催物(現地滞在に関する説明会やウィンドサーフィン・シュノーケリング教室、カラオケ、ディスコ、宝さがし、ブリッジ見学、映画、寄席、正月には餅つきなど)や食事を船内で楽しみながら過ごし、小笠原諸島到着後は各々が自由行動で現地2日間もしくは3日間マリンレジャーや島内観光を行い(現地滞在時は船内にて宿泊)、小笠原諸島出航後の帰路においても船内各種の催物を楽しむ、という行程の流れである。小笠原諸島を訪れる事だけではなく、その道中、クルーズ船での洋上経験を楽しむことが広告内で強調されている。

一方、定期船おがさわら丸をアクセス方法として用いている観光商品の広告48点に着目していくと、小笠原諸島への道中、洋上での経験に関連する言及は資料番号113「船上カルチャー 星座教室・操舵室見学・ロープの結び方教室」を除くとほぼみられない。おがさわら丸の事例の多くには、「小笠原クーポン(B・Iクーポン)」といった5泊6日(もしくは4泊5日)の観光商品に関する情報(往復2等船賃費、催行時期、ホテルシップ、食事、島内バス)及び、「マリンレジャーを思う存分に楽しみましょう」(資料番号98)といった現地ではダイビングや海水浴といったマリンレジャーを満喫できる観光経験のコピーに加え、「南海の楽園」(資料番号127)や「夏で泳げば熱帯魚 トロピカルアイランド/白砂にたたずみ、眺めるエメラルドグリーン海/南海の楽園は、トキメキという言葉がふさわしい」(資料番号90)、という現地に関するコピーや説明が広告に飾られている。つまり、おがさわら丸をアクセス方法として用いた広告には、クルーズ船とは異なり洋上での催物や船内(おがさわら丸)経験より、目的地である小笠原諸島での観光経験や現地を表すコピーが広告内で強調されていることが考えられる。

3-2. 小笠原観光の広告コピー

前節では、クルーズ船で訪れる小笠原観光の概略を提示した。次に、クルーズ船観光商品には、いかなるコピーが掲載され小笠原観光もしくは観光地小笠原としてのイメージが表象されているのかを整理する。「小笠原へ・・・豪華船の旅」(資料番号30)や「小笠原豪華船の旅5日間」(資料番号56)、「豪華客船で小笠原の旅」(資料番号58)というように、クルーズ船観光の広告には「豪華客船」というテキストが頻出することからも、クルーズ船(豪華客船)で小笠原諸島にむかうそのアクセス方法が強調されている。

そして、クルーズ船それ自体や設備、各種のアクティビティが強調され、クルーズ船の煌びやかさが存分に広告内でアピールされている。

寄港地である小笠原諸島に関しては、資料番号83（商品名「豪華客船「ニューゆうとぴあ」で行く、5泊6日小笠原」、広告主近畿日本ツーリスト）には、「感動のアドベンチャーアイランドへ/いま、サマーリゾートとして脚光を浴びているのが、太平洋上に浮かぶ小笠原。コバルトブルーの海は、まぶしいほど美しく、ウィンドサーフィンやシュノーケリング、フィッシングなど遊びのメニューも盛り沢山です。楽しい船旅、ときめきの島々。あなたもこの夏、ほんとうの夏と出逢いませんか。」といったコピーが掲載されている。「コバルトブルーの美しい海」や「サマーリゾート」、「ほんとうの夏」といったコピーにおけるテキストに注目し、以下の節では観光地としての小笠原イメージを分析していく。その際、クルーズ船とおがさわら丸の広告には洋上経験の強調の差異はあるものの、目的地である小笠原諸島を表すコピーには共通点がみられることから上記のクルーズ船の事例のみに対象を限定するのではなく、定期船おがさわら丸を用いた観光商品も内包しより俯瞰的に観光地としての小笠原イメージを提示していく。

3-2-1. 楽園としての観光地小笠原

「未開の楽園」（資料番号12）といったコピーをはじめ、小笠原諸島への観光を誘致するコピーとして「楽園」という表現が目立つ。第二次世界大戦後から1968年の日本返還まで父島を除く母島や硫黄島は無人島となり、唯一の有人島であった父島でさえ島の大部分に居住がみられなかったことから、未開というような表現が用いられたと考えられる。未開の楽園というコピーは1973年7月、8月に5点、翌年7月に1点みられたが、それ以降未開という表現は見られなくなる。一方、楽園といったテキストに注目していくと、「太平洋の楽園」（資料番号33）や「太平洋最後の楽園」（資料番号69）、「日本最後の楽園」（資料番号63）、「南海の楽園小笠原」（資料番号61）といった表現で観光地としての楽園らしさが強調されている。

楽園を満喫できる観光地として小笠原のイメージが表象されていたといえる。ならびに、「太平洋最後」や「日本最後」といった表現からその希少性も強調されていると指摘できる。

3-2-2. 亜熱帯としての観光地小笠原

小笠原諸島は東京本土より1,000km離れていることから「南へ1,000km」（資料番号40）や「小笠原へ南へ1,000km」（資料番号82）、「南へ、南へ、クルージング」（資料番号89）といった「南」へと誘うコピーがみられる。立地条件に関連するコピーとして、「亜熱帯」というテキストもしばしば強調されている。「亜熱帯の島」（資料番号60）やトロピカルという表現を用いた「トロピカルアイランド小笠原」（資料番号86）、「春、来たりなば…小笠原は、もう夏！今年の春休みは、パスポートのいらぬトロピカルアイランドへ！」（資料番号94）といったように、小笠原が亜熱帯の島であることが強調されている。とくにトロピカルを用いた表現には、「Tropical Island小笠原」（資料番号92）、「トロピカルリゾートOGASAWARA」（資料番号95）、「トロピカルなこんがり愛ランドへ」（資料番号114）といったバリエーションが用いられている。

上記の事例における亜熱帯やトロピカルといったテキストより、日本本土とは異なる異国性がアピールされていることが考えられ、「パスポートのいらぬ」といった表現から日本国内にありながらも亜熱帯の島を満喫できる点が見いだされているといえる。

3-2-3. 夏の島としての観光地小笠原

楽園や亜熱帯といった特徴に加えて、「この夏の思い出に海の青さを」（資料番号26）や「本当の夏との出逢い」（資料番号39）のように「夏」に関連する表現のコピーが特徴として提示できる。コピーだけに限らず、「小笠原サマークルーズ」（資料番号28）といった商品名及び、11月の広告（1973年11月）では「小笠原は夏、十分泳げます」（資料番号18）というように夏季以外でも夏のイメージが付与され小笠原観光がアピールされている。夏を主題にしたコピーとして、「野生の夏を、放し飼い。/けっして上品じゃないけれど、ワイルドな夏がいっぱいの島「おがさわら」。サマータイムの好奇心をたくさん連れて、ぜひ。」（資料番号105）に注目すると、本事例における「野生の夏」、「けっして上品じゃない」、「ワイルド」といった表現からは観光地としての整備が進んでいないことを逆手にとり、「野生の夏」や「ワイルド」といったコピーで表現することにより他の観光地と差異化を図る意図が考えられる。

このような事例からは夏の島としての小笠原イメージが考えられる。次節で注目していくが、夏季に限らず年間を通じて夏の島としてのコピーが用いられていることが指摘できる。

3-3. 休暇時期と小笠原観光広告コピー

本節では休暇時期（正月やゴールデンウィーク、夏休み）に注目し、上記の「楽園」や「亜熱帯」、「夏の島」といった小笠原諸島の立地条件や観光資源を強調するコピーの特徴を整理していく¹¹⁾。

まず、正月を小笠原で過ごす観光商品の広告には、「水着で迎えるお正月」（資料番号77）や「お正月は南海の楽園で初泳ぎ/碧く透明なサンゴ礁で初泳ぎ。元旦が海開きという小笠原で存分にマリンレジャーを楽しもう」（資料番号86）、「元旦が海開き！お正月は南海の楽園で」（資料番号111）といったように、正月を南海の楽園及び海で過ごす観光経験がアピールされている。また、「トロピカルアイランドの珍味をオセチがわりに、マリンレジャーを思う存分お楽しみください。」（資料番号123）、「海開き、初泳ぎ、初詣で、お餅つき」（資料番号67）といったように、海開きや初泳ぎを小笠原で経験することに加えて、正月料理や正月行事を小笠原で経験することが表されている。正月であるのにも関わらずマリンレジャーを満喫できることや水着で正月を過ごすといった、季節を先取りした観光経験が表現されている。さらに、正月に南海の美味や珍味を食べる、といった東京本土とは異なる非日常的な正月経験を楽しむ観光経験がアピールされていることがわかる。

次に、ゴールデンウィークのコピーで注目したいのは、「ひと足早い夏へ」（資料番号25）や「一足お先に小麦色」（資料番号68）、「水着ですごく豪華な連休！ゴールデンウィーク」（資料番号71）、というような夏を先取りするコピーである。同様に、「ゴールデンウィークは南海の楽園で/島はもう夏！まっ黒に日焼けして夏を先取りしませんか。」（資料番号87）や「南海の楽園は、もう夏真っ盛り！ゴールデンウィークはハートもからだもトロピカルなこんがり愛ランドへ！」（資料番号114）、といったようにゴールデンウィークでは小笠原諸島はすでに夏であること、南海の楽園やトロピカルといった表現もあわさって夏を先取りした小笠原諸島で夏らしさを満喫することが強調されるコピーが用いられている。

さいごに、夏休みでは「いま夏真っ盛り!!亜熱帯の島、珊瑚礁が輝く南海のオアシス」（資料番号85）や「サンサンと降り注ぐ太陽のもと、エメラルドの海で魚たちと戯れ遊ぶ夢のパラダイス/夏休みはトロピカルアイランドでエンジョイバケーション!!」（資料番号121）、「今年の夏休みは、本格的な外洋航海で「南海の楽園」へお出かけになりませんか。エメラルドグリーンに輝く海、サンゴ礁に囲まれた白い砂浜のトロピカルアイランドがあなたをお待ちしています。」（資料番号126）といったように、「エメラルドの海」や「トロピカルアイランド」、「サンゴ礁」といった表現から亜熱帯の島で小笠原諸島の観光資源を満喫する夏休

みがアピールされていることが考えられる。

休暇時期に注目すると、夏休みにおいて夏もしくは夏の島での観光経験を満喫することが表象されているのはもちろんのこと、正月やゴールデンウィークにおいても季節を先取りした小笠原諸島の夏の島らしさや海を満喫する観光経験が強調されているといえる。

4. 観光地小笠原イメージと異国性

前章では、新聞広告よりクルーズ船観光及び小笠原観光のコピーについて記述してきた。新聞広告の事例よりクルーズ船観光の概要の特徴として、4泊5日もしくは5泊6日の日程で夏季及び年末年始を中心に催行されている点を提示できる。そして、広告においては、目的地に関する情報も掲載されているが、それよりもクルーズ船自身の豪華さに関するコピーや船内設備、催物に関する情報が多く掲載されている。水野（2017）らが論じたようにクルーズ船におけるエンターテインメント性は重要な構成要素であり、本稿で取り上げた広告の事例からも同様にクルーズ船におけるエンターテインメント性の重要性が分析できる。

クルーズ船及びおがさわら丸の事例もふまえ、新聞広告における観光地小笠原のイメージとして、楽園、亜熱帯、夏の島といった特徴をあげた。東京本土より1,000km離れ、1968年までアメリカ統治下であった小笠原諸島の立地条件及び社会背景から「日本最後の」、「太平洋最後の」といった希少性も用いられながら国内でありながらの楽園、亜熱帯（トロピカル）、夏の島といったイメージが用いられたと考えられる。

休暇時期ごとにおけるコピーを見ていくと、そこには季節ごとに強調される観光経験やコピーに大きな違いはなく、年間を通じて上述したイメージにもとづく（もしくは組み合わせた）コピーが用いられている。たとえば、夏季における「夏の島」といったイメージが用いられるのはもちろんのこと、正月及びゴールデンウィークにおいても季節を先取りした夏らしい観光経験が強調されている。年間を通じて同一の夏の島といったイメージに基づくコピーや観光経験が広告内で表現されているとさえいえる。したがって、年間を通じて楽園や亜熱帯、夏といった国内にありながらの異国性が観光地小笠原のイメージに用いられていると考えられる。

5. 結論

本稿の事例より観光地としての小笠原イメージには、楽園の島、亜熱帯の島、夏の島といった観光地イメージが表象されていると考えられる。圓田（2018）の論考をふまえ、クルーズ船と地域社会の関係性の1つとしてクルーズ船を介して表象される観光地イメージに着目すると、年間を通じてこのようなイメージが表現されていることから、国内にありながらの異国性が紐付けられたイメージを読み解くことができる。その異国性が紐付けられた観光地としての小笠原イメージには、小笠原諸島へのアクセス方法も関連すると考えられる。小笠原諸島への観光アクセス方法として空路はなく（クルーズ船もしくはおがさわら丸といった）船旅を介する必要がある、船旅という過程を経ることにより非日常的な観光経験及び異国性がより一層演出され、国内であるにも関わらず異国性に関連する小笠原イメージが新聞広告に表象されていると考えられる。

注

- 1) 近年の小笠原諸島を訪問するクルーズ船の年度別の動向をみていくと、2011年度は15便であったが世界自然遺産登録を契機に2012年度は32便と急増し、その後2013年度26便、2014年度14便、2015年度9便と減少した後、2016年度12便、2017年度14便、2018年度13便、2019年度12便と、例年度10便程度のクルーズ船が小笠原に寄港する傾向である。なお、新型コロナウイルス感染症流行の影響により2020年度及び2021年度はすべて欠航となった（東京都小笠原支庁 2022）。
- 2) 1979年に就航したおがさわら丸に続き、1997年に二代目おがさわら丸（所要時間25時間30分）、2016年に三代目おがさわら丸（所要時間24時間）が就航し、東京・父島間の所要時間は短縮されている。

- 3) フライ&クルーズとは、乗船地まで飛行機で移動しクルーズ船で寄港地を巡った後、下船地より飛行機で帰宅するクルーズ船の形態である。
- 4) 酒井（2017：43）は、クルーズ船上陸後、下船した乗客はランドオペレーターが手配した貸し切りバスに乗車するため空間的にも時間的にも完全に隔離されるという、「囲い込み」現象を指摘する。寄港先の地域社会とクルーズ船乗客の隔離により、経済効果がわずかにしか寄港先に還元されないという。さらには、クルーズ船寄港による大気、水質汚染といった環境汚染が見落とされている点を危惧する。
- 5) 圓田は、中国人観光客へのビーチパラソルレンタルの事例より、観光客とレンタル業者（地域社会）における軋轢を描き、レンタル業者にとって中国人観光客は「望まざる観光客」であり、観光サービス業にとっては「クルーズ船観光は歓迎できない」といったクルーズ船観光の位置づけを提示している（圓田2018：27-32）。
- 6) 昨今のクルーズ船の研究動向として、クルーズ船を宿泊療養施設活用としての検証（糸澤 2021）やクルーズ船寄港地における感染症対策（武者 2021）、クルーズ船寄港地へのアンケート調査を基にした新型コロナウイルス感染症終息後のポートセールスに関する提言（遠藤 2023）、といった新型コロナウイルス感染症流行にともなう研究動向をあげることができる。
- 7) 本稿で対象とした新聞広告は、ヨミダス歴史館 <https://database.yomiuri.co.jp/> 及び朝日新聞クロスリサーチ <https://xsearch.asahi.com/> を参照した（最終閲覧2023年7月10日）。
- 8) 1つの広告内に複数の観光商品が掲載される事例もあるため、1事例につき1つの観光商品を選択するのではなく、本稿ではそれぞれの観光商品を計上する（計196点）。
- 9) 観光商品の金額（大人1名）をみていくと、4泊5日の最高価格は62,800円、最低価格は38,000円、平均価格は49,414円となる。5泊6日の最高価格は82,000円、最低価格は29,800円、平均価格は52,851円である。なお、同一な観光商品であっても利用する船室の等級（クラス）によって金額が異なる。たとえば、1982年7月17日から7月22日のクルーズ船にっぽん丸（資料番号76）では、Sクラスは158,000円（ツインベッド・専用シャワー・トイレ付・窓有）、A2クラスは128,000円（2段ベッド・3-4人部屋・共有シャワー・トイレ付・窓有）、B・C4クラスは82,000円（2段ベッド・4人部屋・共有シャワー・トイレ付・窓有）と、滞在する船室によって値段に差が生じている。本稿においては、同一の広告に複数の金額プランが掲載されている場合は、広告内でもっとも強調されている金額のプラン（概ね最も安価な金額）、また、先着順で金額が通常金額より安価に記載されている場合は、通常金額を対象として計上する。
- 10) クルーズ船商品の金額として、4泊5日の最高価格が62,800円、最低価格は38,000円、平均価格49,123円、5泊6日では、最高価格82,000円、最低価格29,800円、平均価格52,547円である。
- 11) 休暇時期に関するコピーが掲載されている事例86点の内、春休みのコピーが掲載されていたのは3点と事例数が他の時期と比べて少ないため、正月、ゴールデンウィーク、夏休みの3つの時期の事例を提示する。なお、春休みにおける観光商品のコピーは、「春、来たりなば・小笠原は、もう夏！（資料番号94、113）、「今年の春休みは、一足お先の夏気分！」（資料番号119）といったように、夏の季節を先取りした小笠原観光がアピールされているといえる。

参考文献

- 飯田芳也（2011）「わが国におけるクルーズ発展の可能性——旅行会社の中核ビジネスとなり得るか」『城西国際大学紀要』19（6）：1-28。
- 市来清也（1992）「クルーズの動向と課題」『流通問題研究』19：1-32。
- 糸澤幸子（2021）「コロナ禍におけるクルーズ船多角的活用の可能性——シンガポール港の宿泊療養活用の事例から」『日本観光学会誌』62：26-33。
- 遠藤申明（2023）「わが国のクルーズポートセールスについてのアンケート調査の報告」『東京海洋大学研究報』19：78-84。
- 遠藤申明・小川雅史（2020）「わが国地方自治体の外国クルーズ船寄港にかかわるマーケティング活動の効果についての考察」『交通学研究』63：87-94。
- 酒井裕規（2017）「地方港におけるクルーズ船誘致に向けた課題」『運輸と経済』77（7）：42-49。
- 谷口知司（2017）「観光情報とメディア」谷口知司・福井弘幸編著『これからの観光を考える』晃洋書房、101-122。
- 東京都小笠原支庁（2022）『管内概要——令和4年版』東京都小笠原支庁総務課。
- 成実信吾（2021）「クルーズ船によるオーバーツーリズム問題、その緩和策の考察」『東洋大学大学院紀要』57：117-136。
- 西田玄（2016）「クルーズの更なる振興に向けて——観光立国実現に向けたクルーズの重要性」『立法と調査』380：98-112。
- 藤生慎・高田和幸（2012）「我が国におけるクルーズ客船の寄港特性に関する基礎分析」『日本クルーズ&フェリー学会論文集』2：1-6。
- 圓田浩二（2018）「沖縄県宮古島におけるクルーズ船観光の現状と地域社会の変容」『沖縄大学法経学部紀要』28：25-38。
- 水野英雄（2017）「アジアにおけるクルーズ市場の拡大による外航クルーズ客船の日本への寄港のクラスター分析」『椋山女学園大学研究論集社会科学篇』48：121-130。
- 水野英雄（2018）「地方港湾への外航クルーズ客船の寄港による地方創生」『海事交通研究』67：3-14。
- 武者加苗（2021）「北海道の港湾におけるコロナ・ショック以後のクルーズ船対応」『経済と経営』51：43-50。
- 鷲頭誠（2017）「日本人によるクルーズ観光の振興に向けて」『運輸と経済』77（7）：12-20。
- 湧口清隆・酒井裕規（2018）「外航クルーズ客船の寄港の集中がもたらす負の影響に関する考察」『交通学研究』61：85-92。

山崎 真之（和洋女子大学 国際学部 国際学科 助教）

（2023年11月14日受理）