

Title	1930年代スイスにおける観光業の危機と再編 : スイス観光連盟の設立と事業内容を中心に
Author(s)	森本, 慶太
Citation	パブリック・ヒストリー. 2017, 14, p. 1-16
Version Type	VoR
URL	https://doi.org/10.18910/66565
rights	
Note	

Osaka University Knowledge Archive : OUKA

<https://ir.library.osaka-u.ac.jp/>

Osaka University

1930年代スイスにおける観光業の危機と再編

スイス観光連盟の設立と事業内容を中心に

森本慶太

はじめに

グローバル化の進行する現在、国境を越える人びとの移動の規模は年々大きくなっている。なかでも重要なのは、観光旅行にともなう移動である。観光業は「世界最大の産業」と呼ばれるほどに成長し、世界各国では観光客の増加を競って、自国の魅力を向上させようと躍起になっている。日本でも近隣諸国の経済発展や格安航空会社の相次ぐ進出によって、東アジアを中心に観光客が急増し、「インバウンド」という言葉も人口に膾炙しつつある。しかし、日本側の受け入れ体制はいまだ十分なものとはいえず、ハードとソフト両面でのインフラ整備が急務となっているほか、景気変動や国際情勢に左右される観光業の不安定な構造や、大量の観光客受け入れにとまどい、反発する人びとの存在とそこに起因する文化摩擦が大きな課題になっている。こうした課題への取り組みは決して新しいものではなく、19世紀の欧米で観光業が形成されて以来繰り返し試みられてきた。ヨーロッパでいち早く国際観光地に成長したスイスも例外ではない。スイス観光業の歴史をたどることで、観光業という産業の特質とそれが抱える構造的な課題に迫ることはできないだろうか。この問題意識から、本稿では、1930年代に危機的状况に陥ったスイス観光業に注目し、その復興を模索する過程を検討するなかで、業界の再編とそれがもたらした影響の解明を目的とする。

1920年代後半に第一次大戦による打撃を克服し、回復基調に戻ったかに見えたスイス観光業は、世界恐慌の影響を受け、1931年以降再び深刻な景気後退を経験した。それは観光業界に改革の必要性をいっそう意識させる契機となった。第一次大戦前から観光業界は、宿泊施設への過剰投資と「観光業」界としての一体性の欠如という構造的課題を抱えていたのだが、大戦後には、観光をとりまく社会的環境の変化が顕著となり、それにいかに適応するかという課題が加わるのである。

この課題への対応をめぐる業界内部にさまざまな模索が行われた。その際にこの危機をどのように理解するのかが、観光業の将来像を構想するうえでの分岐点となった。すなわち、眼

前の危機を第一次大戦以前の「平時」からの一時的な逸脱ととらえ、そこへの復帰を志向する方向と、観光業とその周辺で生じた構造転換に着目し、そのあり方を根本から見直すというもう一つの方向である⁽¹⁾。

本稿では、後者の立場に着目したい。1920年代までは、スイスで観光政策が議論される場合、その内容はもっぱら、外国人を対象とした観光宣伝を指しており、前者の立場からの関心はこの面に偏っていた。しかし、この間に上述の構造転換によって、観光業界は広範な領域にわたる振興策の必要性を認識する人々が現れた。それは観光宣伝にとどまらず、国際経済や外交に直接かかわる分野を含むことから、業界が結束して影響力を強めることで、連邦政府へより広範な施策の実施を迫ったのである。

スイスでは、元来、連邦国家は経済への介入に消極的であった。スイスにおける経済と政治の関係は、1848年の連邦国家成立以来長らく、古典的な自由主義を基調として展開してきた⁽²⁾。戦間期になると状況は変化する。経済団体が具体的な政策を提案し、連邦政府はそれを議会に諮るといふ、政策決定のあり方が定着し、国政に大きな影響力を持つようになるのである。とくに主要な4つの経済団体は、自らの利益を国政に反映させるため、レファレンダム（国民投票制度）を利用できるほどの力をもっていた。それゆえ、連邦政府が法律の作成に際して、議会審議に先立ち、それらの団体と事前に協議する手続き（意見聴取手続）が形成され、第二次大戦後の制度化につながった。

世界恐慌後、経済への政策的介入の要求がいつそう強まるなかで、全国レベルで組織化した経済団体の政治的影響力は、州レベルで分立し相対的に弱体な政党を補完する形で、さらに強まった。1930年代にはいと、それまで重視されてきた営業の自由に代わり、「経済の政治化」ならびに「政治の経済化」ともいべき動きが加速した。これにより、民間、あるいは半官半民勢力が国家と立法過程に強い影響力を及ぼすといふ、「自由主義的コーポラティズム」と呼ばれるシステムが形成された。経済団体の国政への参入は、第二次大戦後の1947年に、国民投票による可決を経て、連邦憲法に盛り込まれた。コーポラティズム的な経済政策立案の手法は、こうして正式に承認され、現代スイスの経済体制を規定するにいたったのである⁽³⁾。

観光業界でも「経済の政治化」という文脈に沿う形で、業界の再編が展開した。1930年代初頭には、連邦政府への発言力を強化するために、観光関連業界の結集の動きが見られ、1932年にスイス観光連盟（Schweizerischer Fremdenverkehrsverband、以下、観光連盟）が設立された。

(1) Beatrice Schumacher, “Krise im Reiseland par excellence: Zum Umgang mit Krisen von Hotellerie und Fremdenverkehr in der Schweiz”, in: *Traverse: Zeitschrift für Geschichte*, 10 (1997), S. 82-83.

(2) 黒澤隆文「アルプスの孤高の小国 スイス」渡辺尚編『ヨーロッパの発見——地域史のなかの国境と市場』有斐閣、2000年、191-193、198-201頁。

(3) Jakob Tanner, “Staat und Wirtschaft in der Schweiz: Interventionistische Massnahmen und Politik als Ritual”, in: Brigitte Studer (Hg.), *Etappen des Bundesstaates: Staats- und Nationsbildung der Schweiz, 1848-1998*, Zürich 1998, S. 237-260; ハンス・チェニ（小林武訳）『現代民主政の統治者——スイス政治制度とロビイストたち』信山社、1999年、53-57頁；独立専門家委員会スイス＝第二次大戦編（黒澤隆文編訳、川崎亜紀子・尾崎麻弥子・穂山洋子訳著）『中立国スイスとナチズム——第二次大戦と歴史認識』京都大学学術出版会、2010年、52-53頁。

ここに、スイス観光業は、ようやく国政レベルで利益を代表する機関をもつことができたのである。

さらに、第一次大戦前への復帰をめざす動向や、観光連盟に代表される業界内での新たな動きとも異なる立場から、観光業の復興を目指す第三の試みも存在した。小売業ミグロ (Migros) の創業者 G・ドゥットヴァイラーが 1935 年に設立したホテルプラン協同組合 (以下、ホテルプラン) の活動がそれである。⁽⁴⁾ 小売業で業界団体と激しく対立したドゥットヴァイラーは、観光事業においても観光業界とは距離を取り、大衆化を促進する立場から独自の観光振興策を提起した。ホテルプランの登場を契機に、観光業の構造転換のなかでも大衆化への対応がもっとも深刻な課題となるのである。

本稿では、こうした観光業が転換を迫られた時代に設立された観光連盟とその事業活動の歴史的意義を考察する。

戦間期に、スイスの観光業界が危機的状況に陥ったことは、これまでの研究でも指摘されてきた。経済史の立場から戦間期のスイス観光業に注目したシュヴァイツァーの修士論文は、戦間期に直面した危機について、その要因を説明している。それによると、危機の多くは、政治的、社会的、経済的変動や旅行習慣の変化だけではなく、観光業界に内在していた。すなわち、問題は観光施設の融通性のなさや観光の持続的成長への根拠のない期待感にあった。観光業の危機的状況に対し、連邦政府は宿泊業界への介入を始める。ただし、連邦政府主導による観光政策はいまだ問題になりえず、介入は時限的な非常措置と理解されていた。ほかの経済分野と同様に、戦間期の末にようやく、長期的な展望に立ったより積極的な観光政策が形成されてくるといふ。⁽⁵⁾

シュヴァイツァーは、戦間期全体をスイス観光業の危機の時代として把握した。それに対し、世界恐慌がスイスに到来した 1931 年以降の動向に注目したのが、余暇の社会史を研究したシューマッハである。彼女は、危機が深刻化した観光業界において、19 世紀末以来先頭に立ってきたスイスホテル協会 (Schweizer Hotelier-Verein, 以下、ホテル協会) に代わり、観光業界全体の利益を代表する団体として観光連盟が結成され、新しい観光業の方向性を模索する動きが生まれたことを指摘した。そのなかで、観光連盟が、団体の名称に「外来者の往来」(Fremdenverkehr) という表現を採用し、その概念の明確化に努めた点、それに、外国人観光客のみならず、スイス人観光客の開拓に取り組み始めた点に注目している。⁽⁶⁾

以上のように、程度の差はあれ、戦間期、とりわけ 1930 年代に入ると、観光業のなかでそれまでに代わる新しい動きが生じてくるといふ点で、両者の研究は一致している。

しかし、観光業界が危機への対応策として採用した戦略の具体像については、これまでの研

(4) ホテルプランについては、以下を参照。拙稿「両大戦間期スイスにおける観光業の危機と革新——ホテルプラン協同組合とマス・ツーリズム」『待兼山論叢』第 44 号 (史学篇) (2010 年 12 月)、61-85 頁。

(5) Markus Schweizer, *Krise und Wandel: Der schweizerische Fremdenverkehr in der Zwischenkriegszeit 1918-1939*, Liz., Zürich 1989, S. 182-185. 例として、1939 年の観光宣伝組織の統一が挙げられる。

(6) Schumacher, "Krise im Reiseland par excellence", S. 81-92.

究も詳細に検討しているわけではない。業界団体に着目したシューマッハの研究は、観光業界における主要業界団体として、ホテル協会と観光連盟の方向性のちがいを対比的に論じており、本稿の考察においても大いに参考となる。しかし、彼女の研究では、観光連盟によるスイス人観光客の開拓という側面が強調されるあまり、当時の観光業が直面した課題とそれへの対応策については、十分に検討されていない。

観光業界の再編は、上記のとおり、連邦政府への発言力を強めていく経済団体一般の動向と切り離すことはできない。観光連盟を核として、スイスの観光業は、全国レベルの振興体制を整備していく。他の経済部門と同様に、この時期に定着した観光振興のあり方は、第二次大戦を経て、現代に継承されるのである。観光連盟とその事業への着目は、現代スイス観光業の原点を解明するうえで必要である。

以下、本論では、紹介した先行研究を踏まえつつ、第一次大戦後のスイスで生じていた観光業の構造転換について確認したうえで、観光業界がひとつの団体として結集し、スイス全体にかかわる観光振興策を提起していく過程を検討したい。とくに、観光連盟の設立にみられる観光業界の再編とその事業活動に焦点を当て、1930年代に危機に直面した観光業界と連邦政府の対応策を検討する。まず、第1章では、観光業界に生じていた構造転換の諸相を概観する。つづく第2章では、1930年代以降の危機の深刻化に対する観光業界の対応にかんして、第一次大戦前への復帰をめざしたホテル協会の動向と、新たな方向性の提示を試みた観光連盟の設立を中心に検討する。第3章では、観光連盟が取り組んだ観光振興策の内容とその意義を考察する。

1 戦間期におけるスイス観光の変容

第一次大戦の勃発によって、19世紀から持続していたスイス観光業の隆盛は、いったん幕を閉じた。大戦後の1920年には宿泊数が約1557万泊と、2000万泊を超えた戦前の水準から大幅に落ち込んでいる。しかし、1920年代後半に入ると、観光業は回復基調を示した。1928年には約1945万泊を記録し、その量的規模についてだけを見れば、徐々に第一次大戦前の水準へ戻りつつあったといえる。⁽⁷⁾

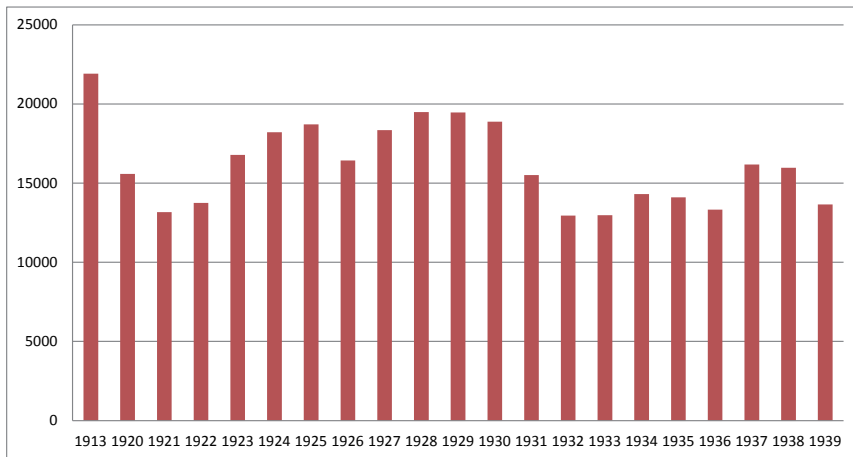
しかし、1931年以降、世界恐慌の影響がスイスにも及ぶと状況は一変した。1920年代後半にはいり、ようやく回復への軌道に乗ったスイス観光業は、観光客の激減によって、再度の苦境に陥った。そのことは、宿泊数の変遷をみれば明白である。1932年には、宿泊数が約1300万泊となり、1929年と比べ、約700万泊も減少している(図1)⁽⁸⁾。1932年のスイス連邦鉄道の利用客数も、前年から約840万人減少した(1億1580万人)⁽⁹⁾。シューマッハは、1914年から

(7) A. Koller, "Entwicklung und Umfang des Fremdenverkehrs in der Schweiz", in: *Zeitschrift für schweizerische Statistik und Volkswirtschaft*, 77 (1941), S. 40-64. 統計については、S. 54を参照。

(8) Ebd., S. 54.

(9) Nationale Vereinigung zur Förderung des Reiseverkehrs, *Jahresbericht* (1932), S. 7.

図1 スイスのホテルにおける宿泊数の変遷：1913-39年（単位：1000泊）



出典：A. Koller, “Entwicklung und Umfang des Fremdenverkehrs in der Schweiz”, in: *Zeitschrift für schweizerische Statistik und Volkswirtschaft*, 77 (1941), S. 54 をもとに筆者作成

1950年にかけての時期を指して、スイスにおける観光の「暗黒時代」と呼んでいるが、なかでも恐慌を経験した1930年代こそが、「暗黒」と形容するにふさわしい時期であったといえよう⁽¹⁰⁾。

ただし注意すべきは、こうした量的な増減の背後で生じていた戦間期の観光業の質的な変化である。ここでは、シュヴァイツァーの研究にもとづいて、19世紀から現代にいたるスイス観光業の特徴をまとめ、とくに戦間期に顕著に生じた変化を確認しておく⁽¹¹⁾。

まず、スイスへやってくる外国人観光客の出身国・地域の割合についてである。19世紀以来、スイスは外国人向けの観光地として発展してきた。19世紀末以降は、ドイツをはじめとする周辺諸国からやってくる旅行者が最も多く、それにイギリス、北米、ベネルクス諸国が続いた。戦間期に限定してみても、出身地域の割合は、ドイツが最大であり、その傾向は、戦間期を通して変わることがない（表1）。北米からの旅行者も次第に増加してくるが、その規模は一割を超えることはなく、西ヨーロッパ出身の旅行者が大半を占めていたといえよう。観光業界が外国人を対象とした観光振興を図る際には、主にこの地域の動向を注視する必要があったのである⁽¹²⁾。他方で、第一次大戦を境として、さらに恐慌の影響を受けて、外国人の入国が減少したことにより、スイス人の割合が大戦前の全体の約20%から半数を占める規模にまで上昇していくことになる。

次に、観光のシーズンと観光地の変動、それに滞在期間の変化について検討しよう。これらは、第一次大戦前から表れていた傾向で、戦間期に変化が加速していく。戦間期は、まず観光のシーズンにおいて変化がみられる。19世紀のスイス観光は、夏季が中心であったが、スキー

(10) Schumacher, “Krise im Reiseland par excellence”, S. 81-82.

(11) Schweizer, *Krise und Wandel*, S. 182-185.

(12) Ebd., S. 183-184.

表1 観光客出身国の割合（1894-1930年）（％）

出身国・地域	1894年	1910年	1913年	1925年	1930年
スイス	18.9	17	20.5	42.5	41.2
ドイツ	30.27	26.3	28.4	22.2	22.1
フランス	10.8	14.3	11.7	4.8	6.5
イタリア	2.7	3.1	2.6	1.8	2.7
イギリス	14	13.2	9.6	9.6	8.2
ベルギー、オランダ	2.4	4.1	4.8	3.5	4.5
スペイン、ポルトガル	0.2	1.3	1.1	0.7	0.5
オーストリア＝ハンガリー帝国(*)	2	2.6	3.8	3.6	3.2
スウェーデン、ノルウェー、デンマーク	-	0.7	0.7	0.8	0.8
バルカン諸国	-			0.7	0.9
ロシア、ポーランド	2.1	3.2	3.8	0.4	0.6
北アメリカ	6.6	11.9	10.5	7.9	7.5
その他の国々	9.6	2.3	2.5	1.5	1.3

*1925年と1930年については、オーストリア、ハンガリー、チェコスロヴァキアの合計

出典：Hubert Gölden, *Strukturwandlungen des schweizerischen Fremdenverkehrs 1890-1935*, Diss., Zürich 1939, S. 116-117
をもとに筆者作成

やそりなどを利用したウィンタースポーツの浸透により、冬季の観光の比重が徐々に高まりつつあった。たとえば、スイス南東部のグラウビュンデン州サン・モリッツやダヴォスは、冬季観光によって発展した代表的観光地である。⁽¹³⁾ここでは、第一次大戦の直前に、冬季の客数が夏季と同等の水準に達し、1930年代後半になるとそれを大幅にしのぐにいたった。しかし、この傾向はいくつかの観光地に限られたものであり、スイス全体でみれば、全宿泊数の半分に達する規模にとどまった。⁽¹⁴⁾

滞在期間についてみると、短期化の傾向が顕著となる。すなわち、長期滞在を前提とした保養地への観光旅行という、それまでの旅行スタイルが変容するのである。その原因については、観光旅行に参加する社会層の変化（客層の下層への拡大）、旅行のおもな目的が保養から娯楽へと変化したこと、スポーツ目的の旅行の増加、経済状況の変化による長期滞在の困難化、スイス国内の旅行者の増加、週末観光などの新しい旅行スタイルの登場、自動車旅行の登場、などが挙げられる。⁽¹⁵⁾

宿泊業においては、第二次大戦後に本格的な変化が生じた。すなわち、1930年代末には、一割程度であった簡易型宿泊施設（Parahotellerie）が、1980年代後半には、宿泊施設の75%まで急増し、観光の大衆化をいっそう推し進めることになる。⁽¹⁶⁾

運輸面では、それまでの主要交通機関であった鉄道に加えて、自動車の重要性が高まり、業

(13) Wolfgang König, *Bahnen und Berge: Verkehrstechnik, Tourismus und Naturschutz in den Schweizer Alpen 1870-1939*, Frankfurt a. M. 2000, S. 214.

(14) Schweizer, *Krise und Wandel*, S. 125-126, 184.

(15) Ebd., S. 119-125.

(16) Ebd.

表2 連邦鉄道観光関連乗車券販売の等級別割合（1903-35年）（%）

年	一等車	二等車	三等車
1903	7.7	48	44.3
1905	7.4	46.4	46.2
1910	9.2	41.6	49.2
1913	8.9	38	53.1
1925	9.9	32.8	57.3
1930	4.7	24.5	70.8
1935	2.3	22.6	75.1

出典：Hubert Gölden, *Strukturwandlungen des schweizerischen Fremdenverkehrs 1890-1935*, Diss., Zürich 1939, S. 140 をもとに筆者作成

界内でも自動車を利用する観光客への対応が意識されることになる⁽¹⁷⁾。すでに第一次大戦前から、自動車でスイスを訪れる外国人は存在していた。多くのホテル経営者も、自動車の重要性に着目し、車庫や駐車場の整備を進めた。他方で、一部の地域では自動車への反感が残っていた。代表的事例として、グラウビュンデン州の出来事が挙げられる。ここでは、1911年に自動車の完全禁止が、住民投票で可決された。しかし、このような自動車の増加に対する反対行動は、一部の地域に限定された現象にとどまり、グラウビュンデン州の規制も1925年に廃止された⁽¹⁸⁾。

戦間期には、観光に参入する社会層も拡大した。そのことは、鉄道の利用者層の変化から理解できる。スイス連邦鉄道の統計に見られるように、1930年代になると、観光客の一等車と二等車利用の割合が、第一次大戦前と比較してほぼ半減している。それと反比例するように、三等車利用の割合が急増していた⁽¹⁹⁾（表2）。ただし、これは大衆化の全面的展開を意味するわけではない。自家用車でスイスにやってくる旅行者が、全体の3分の1を占めていたことから明らかのように、スイスは富裕な旅行者もつなぎとめていた⁽²⁰⁾のである。

以上のように戦間期のスイスでは、「旅行様式の多様化」と「大衆化」という二つの変化が進行しつつあった。鉄道では一等車を利用し、長期滞在地としてスイスを選ぶ富裕な観光客は相対的に減少し、観光業界は新たなニーズの把握とそれへの対応を迫られることになったのである。

では、こうしたスイスの観光業の周囲に生じていた一連の変化に、観光業界はどのような対応を採用したのだろうか。次章以下で検討する。

(17) Ebd., S. III, 117.

(18) メルキは、グラウビュンデン州で自動車への反感が高まった要因を、現地住民の「反進歩的な」心理にではなく、社会的費用負担への抵抗に見出している。Christoph Maria Merki, “Den Fortschritt bremsen? Der Widerstand gegen die Motorisierung des Straßenverkehrs in der Schweiz”, in: *Technikgeschichte*, 65-3 (1998), S. 233-253.

(19) Hubert Gölden, *Strukturwandlungen des schweizerischen Fremdenverkehrs 1890-1935*, Diss., Zürich 1939, S. 140.

(20) Ebd., S. 36, 39; König, *Bahnen und Berge*, S. 145.

2 ホテル協会の危機対応と観光連盟の設立

先述のように、19世紀末以来、宿泊業界は、観光業界の利益代表として、観光局の設立などさまざまな局面で存在感を発揮した。⁽²¹⁾ 1930年代の宿泊数の激減という危機に直面して、この業界が採用した方策は、連邦政府に対して、業界保護策を要求することであった。おもに中・上級ホテルを代表する経営者団体であるホテル協会は、連邦政府に補助金による支援を求め、⁽²²⁾ 1932年2月に、緊急の請願を政府に提出した。こうした動きの背景には、19世紀後半以来スイスで発展してきた、外国人富裕層を対象とした高水準の観光を維持しようという、宿泊業界の思惑があった。

ホテル協会の求めを受けて、連邦政府も対策に乗り出す。第一次大戦で苦境に陥ったホテルの経営体質改善のために、国庫から融資をおこなっていたスイスホテル信託会社 (Schweizerische Hotel-Treuhand-Gesellschaft) は、本来であれば1931年に役目を終えて解散する予定であった。しかし一転して、300万フランの補助金を拠出して信託会社を存続させる法案が、1932年8月に連邦議会に提出のうえ可決された。⁽²³⁾ 議会での議論の中で、ホテル協会側は、宿泊業に従事する従業員の数、運輸業や農業など関連産業への影響、ホテルへの投資額、さらに貿易赤字を相殺する水準にあった観光収入の規模を論拠として、国によるホテルへの援助を「国民の利益」⁽²⁴⁾ にかかわる問題だと主張した。さらに、1935年4月の連邦決議によって、ホテルの建設と拡張を規制した1924年の連邦法が1940年12月末まで延長された。これは、ホテルの経営立て直しに向けた支援策を補完するものであった。⁽²⁵⁾

このような一連のホテル協会の姿勢からは、それまでの経営モデルを維持しようという意図が見出される。すなわち、連邦政府から引き出した危機への対応策は、第一次大戦以前の状況を基準として、そこへ復帰することを目的としたものであった。すでに1915年には、大戦の勃発による観光客の激減にともない、ホテルへの過剰投資と軒数の急増が問題化していた。この際にも、宿泊業界は連邦政府にホテル建設禁止令を制定させることで対応した。さらに1921年には、先述のホテル信託会社を設立し、大戦後の業界の苦境に対する連邦政府からの法的・財政的援助を勝ち取っていた。1930年代の危機への対応策もこうした連邦からの補助

(21) 拙稿「1910年代スイスにおける観光政策の形成——ホテル業界と観光局の設立」『二十世紀研究』第12号(2011年12月)、21-38頁。

(22) Schumacher, “Krise im Reiseland par excellence”, S. 85.

(23) “Botschaft des Bundesrates an die Bundesversammlung betreffend Hilfsmassnahmen des Bundes zugunsten des notleidenden Hotelgewerbes (vom 8. Aug. 1932)”, in: *Bundesblatt* 1932, Bd. 2, S. 341-373; Schumacher, “Krise im Reiseland par excellence”, S. 86.

(24) Ebd., S. 85-87.

(25) こうしたホテルへの規制は、必ずしも厳格ではなかった。スイス商工業連盟の年次報告書によれば、1924年の救済措置開始以降1935年まで、1489のベッド数の増加が認可されてきた。 *Bericht über Handel und Industrie der Schweiz im Jahr 1935*, erstattet vom Vorort des Schweizerischen Handels- und Industrie-Vereins, S. 228.

金政策の延長線上に位置づけられるものであったといえよう。⁽²⁶⁾

ただし、ホテル協会によるこれら一連の動きを、単純に宿泊業界の防衛策として理解するのは早計である。当時の観光にみられた大衆化の傾向は、スイスへの外国人観光客数を回復させる可能性を秘めた一方で、対策を誤れば、高級観光地としての質を悪化させ、過度の俗化を招く可能性があったのである。同時代の経済学者が肯定的に論じたように、ホテル規制と補助金による支援の継続というホテル協会の主張と、それを認めた連邦政府の対応からは、観光政策としての一定の戦略性を読み取ることもできる。⁽²⁷⁾

もっとも、ホテル協会による一連の対応からは、前章でみた観光業界の質的变化よりも、宿泊業界内部の問題を優先しようとする姿勢が見て取れる。V・エッガーが指摘したように、第一次大戦前からの投機によって生じた、新規のホテル建設や拡張は、部屋の供給過剰を招き、1930年代に入っても問題は解決されていなかった。同時に、専門的能力を有したホテル経営者の人材育成も課題として指摘されていた。⁽²⁸⁾このうち、ホテル協会が連邦政府に実行させたのは、供給過剰に対する直接的な救済策のみであり、大衆化をはじめとする変化に適応した、新たな観光振興を志向する動きは鈍かったといわざるをえない。

この間に、観光業の組織化は、国政レベルですでに先行して進められていた。連邦議会内には、1930年に自由民主党の国民院議員A・メウリ（Anton Meuli）を中心に、「観光、ホテル、交通にかんする議会集団」（Parlamentarische Gruppe für Touristik, Hotellerie und Verkehr）が結成され、国政への影響力強化を図っていた。⁽²⁹⁾

1932年6月9日、メウリら議会集団のメンバーや観光業界関係者による協議がベルンで行われ、観光連盟の設立構想が提起された。構想の実現に向けては、とくに観光業界で発言力の強かった銀行家で複数の鉄道会社の経営者でもあった、F・エーレンシュペルガーが精力的に動き、21日に準備委員会の発足にこぎつけ、新団体への参加を呼びかけた。⁽³⁰⁾

その呼びかけは、スイス経済の最重要部門のすべてが、主要な団体や政治党派のなかに、強

(26) Schweizer, *Krise und Wandel*, S. 182-183; Schumacher, “Krise im Reiseland par excellence”, S. 87. 第一次大戦前の宿泊業の特徴については、Laurent Tissot, “Tourism in Austria and Switzerland: Models of Development and Crises, 1880-1960”, in: Timo Myllyntaus (ed.), *Economic Crises and Restructuring in History: Experiences of Small Countries*, St. Katharinen 1998, pp. 285-302 も参照。

(27) Gölden, *Strukturwandlungen des schweizerischen Fremdenverkehrs*, S. 367-368.

(28) Victor Egger, *Strukturwandlungen in der Schweizer-Hotellerie*, Diss., Bern 1935, S. 191-192.

(29) メウリはクール・アローザ鉄道会長。他のメンバーには1935年から観光連盟第二代会長となるM・ガフナー（Max Gafner）、モントルー・オーバーラント鉄道会長J・ミュラルト（Jean de Muralt）、ルツェルン市長J・ツインメルリ（Jacob Zimmerli）がいた。Schumacher, “Krise im Reiseland par excellence”, S. 93, Anm. 12.

(30) *Zehn Jahre Schweizerischer Fremdenverkehrsverband: Referate an der Generalversammlung 1942 des Schweizerischen Fremdenverkehrsverbandes mit anschließendem Tätigkeitsbericht 1941/42* (Nr. 18 der Publikationen des Schweizerischen Fremdenverkehrsverbandes), Zürich 1942, S. 27-30; エーレンシュペルガーは、観光連盟発足にあたり初代会長に就任し、1935年までその座にあった。当時の彼は、チューリヒのグイヤー＝ツェラー銀行頭取で、ヴェンゲンアルプ鉄道とユングフラウ鉄道の会長であった。1938年に死去するまで、同時代の観光業界を代表する人物として、鉄道経営にとどまらず、スイス観光業のあり方全般について発言し、多岐にわたる業績を残した。Schweizer Fremdenverkehrsverband (Hg.), *Dr. Fritz Ehrensperger zum Gedächtnis*, Zürich 1938; Beatrice Schumacher, *Ferien: Interpretationen und Popularisierung eines Bedächtnisses. Schweiz 1890-1950*, Wien 2002, S. 288, Anm. 8.

力で実行力のある組織を有しているのに、観光業にかかわる個々の業界の組織には、広範な基盤と力が欠けており、これらを統一することになるであろう観光連盟は、観光業という重要な産業部門の利益を代表することができると主張している。観光連盟は、次の4つの点で、観光業の利益代表となることをめざしていた。第一に、当時の業界が分裂した状態に代わり、国家組織に対する共通の利益を一体的に確保すること。第二に、他の経済グループとの交渉。第三に、スイスのなかで観光のもつ意味にかんする理解と関心を呼び起こすために、世論を計画的に啓蒙すること。そして第四に、宣伝組織を効果的に作り上げること。以上の目標を掲げた観光連盟は、準備作業を経て1932年7月16日に発足した⁽³¹⁾。

観光連盟の組織について、規約をもとに整理しておく。連盟の目的は、「スイス観光に関心をもつすべての人びとを、彼らの共通の経済的利益を確保・支援するために、組織的に統一すること」にあった⁽³²⁾。観光連盟は、ホテル協会のように観光にかかわる業界個別の利益代表という立場を越えて、スイス観光業全体の利益を代表した。エーレンシュペルガーは、この点について、個々の経営者団体が観光業界を代表することの限界を以下のように述懐している。

観光にかかわって、多岐にわたるすべての利益を代表する団体が必要なことを、本気で疑う者は誰もいない。なぜなら、〔引用者注——観光業にかかわる個別の業界による〕専門の諸団体は、たとえそれがなおも重要であり、これまで称賛に値する仕事をしてきたとしても、決して業界全体の利益を代表することはできないからである。こうした全体の利益と私経済上の対立は、しばしばあまりに大きいものがある⁽³³⁾。

こうした認識が業界に広く共有されていたことを示すように、観光連盟には観光関連の団体が結集した。観光連盟を構成したのは、①スイス全国レベルの中央諸団体、②中央の被傭者諸団体、③中央団体に不参加、あるいは中央団体が認めた地域・地方レベルの諸団体、④国有企業ならびに私有企業、⑥私人、⑦州と地方自治体、であった⁽³⁴⁾。具体的には、おもに交通機関や宿泊施設、それに観光宣伝にかかわるスイス全国レベルの団体や職業組合が参加していたが、自治体や個人の立場で参加した連邦議會議員もいた⁽³⁵⁾。

観光連盟という観光業界全体を代表する組織が必要とされた背景には、国内外において観光業の振興が経済的・政治的課題として重要性を増していたことがある。ホテル協会も設立当初から観光連盟に加盟しており、ホテル協会会長で国民院議員だったH・ザイラーは初代の副会

(31) *Zehn Jahre Schweizerischer Fremdenverkehrsverband*, S. 21-22.

(32) *Schweizer Fremdenverkehrsverband, Statuten genehmigt von der Generalversammlung vom 29. September 1932*, Art. 1.

(33) Fritz Ehrensperger, "Probleme und Ausgaben der schweizerischen Fremdenverkehrspolitik", in: *Sonderabdruck aus der Festgabe für Ernst Scherz, Direktor der Kantonbank von Bern, zum 60. Geburtstag*, Zürich 1937, S. 29.

(34) *Statuten*, Art. 3.

(35) 1932年7月の設立時点で、メンバー数は75であった。設立後10年間のメンバー数の変遷については、*Zehn Jahre Schweizerischer Fremdenverkehrsverband*, S. 36を参照。

長に就任している。⁽³⁶⁾既存の観光関連団体との関係では、むしろ連邦鉄道や観光局との観光宣伝をめぐる役割分担が問題となった。協議の結果、1933年の春に、観光連盟、連邦鉄道、観光局の三者間で紳士協定が結ばれ、宣伝分野での役割分担が明確にされた。観光宣伝は、観光センターの業務として、観光連盟のおこなう宣伝活動は団体の目的や観光業の重要性の周知に限定された。⁽³⁷⁾

ホテル協会の要求に応じる形で、連邦政府がおこなった対策は、その対象が宿泊業界の枠を越えるものではなかった。観光を取り巻くさまざまな変化に取り組むには、個別の業界を越えて、観光業全体を見据えたレベルでの対応が必要だった。⁽³⁸⁾このことが、観光連盟が設立された背景であるといえる。

3 観光連盟の事業展開

観光連盟初代会長をつとめたエーレンシュペルガーは、1937年の段階で、連盟が取り組むべき具体的課題を以下の8点にまとめている。⁽³⁹⁾①国内の他の経済集団や国家に対して、観光に携わるあらゆる領域についての業界全体の利益を擁護すること。②外国で生じたあらゆる措置とそれがわが国の経済におよぼす影響を把握し、連邦が攻守それぞれの措置を採ることを要求し、さらには国家レベルの交渉に協力することによって、諸外国の動向からスイス観光業の利益を擁護すること。③観光業の利益に沿った交通政策の改善への協力。④観光振興にかかわるあらゆる措置が、国内外に与える影響を経済的・統計的に把握すること。すなわち、鉄道運賃やガソリン価格の割引、査証や税金の緩和、通貨や価格から得られる利益、集団旅行、安価な大量移動の与える影響の把握。⑤パック旅行などのように、国内外でさまざまなグループが共同で参加する価格協定がもたらす影響の調査と評価。⑥経済領域ごとに区切った景気の把握によって、外国人がどれほど旅行できるか調査すること。⑦職業教育にかかわらない範囲での、観光業に携わる人材育成の支援。それに、⑧観光振興局（Zentrale für Verkehrsförderung）と合わせた〔観光宣伝にかんする〕共通機関の再編、である。

①にかんする国内向け活動としては、「スイス観光会議」の開催が挙げられる。1933年から35年にかけて、計3回開かれた一連の会議は、連邦議会、連邦政府などに対してスイス経済と財政における観光業の重要性を訴えた。1933年3月30日から4月2日にかけて、チューリヒで行われた第1回会議（名称は「スイス観光・交通会議」）では、「スイスの旅行における自然、気候、文化、スポーツ面での諸条件」、「宣伝」、「旅行の発達にかんする交通面の諸条件」、

(36) Ebd., S. 37.

(37) Ebd., S. 31-32; *Schweizerischer Fremdenverkehrsverband 1932/33*, S. 9.

(38) Schumacher, "Krise im Reiseland par excellence", S. 81-82; ただし、シューマツハが主張するように、観光にかかわる団体・組織が観光連盟に結集した要因を、単純に大衆化への対応だけに帰することはできない。この点は後述する。

(39) Ehrensperger, "Probleme und Ausgaben", S. 29-30.

「スイスにおける旅行の経済的影響と成果」の4部会に分かれ、22の講演が行われた。⁽⁴⁰⁾この第1回会議の内容は、学術的な性格の強いものであった。引き続き、翌34年の5月に、世界経済情勢の変化を受けて、ベルンで開催された第2回会議では、観光政策のあり方がおもな議題となった。⁽⁴¹⁾さらに、1935年にモントルーで開催された第3回会議は、観光業の現場での実践について議論が交わされた。演題には、「観光関連企業の運賃政策」、「スイスの飲食業の特色」、「外国での交通宣伝」などが並んでいた。⁽⁴²⁾

スイスをとりまく国際環境の変化も、観光連盟が対処すべき重要な問題であった。エーレンシュペルガーの提起した課題②に見られるように、連盟への観光業界の結集が実現した直接的な背景として、ヨーロッパの周辺諸国が恐慌をきっかけに政策を転換したことが挙げられる。それまで、スイスに観光客を送り込んできた周辺諸国は、自国民の外国旅行を規制し、逆に自国内へとどまらせる政策を採った。また、ドイツの歓喜力行団やイタリアの全国余暇事業団にみられるように、観光旅行を政治的イデオロギーと結びつけた、半官半民組織による振興策が出現した。さらに、通商政策面についても転換が起こった。スイスは、ドイツやイタリアをはじめ、周辺諸国での保護主義の台頭にともない、それまで観光客送出国として重要な存在であったこれらの国々などと、個別に二国間為替清算協定を締結するよう提案した。この二国間決済の方法（クリアリング）が導入されたことで、観光業から生じる支払いもこの清算システムによって決済されることになった。⁽⁴³⁾以上のような背景のもと、スイス観光業界を代表して諸外国との交渉に臨むことのできる団体が、必要とされたのである。観光連盟とは、まさに経済と政策の両面において、「ナショナリズム・保護主義・干渉主義」が顕在化した「時代の所産」であった。⁽⁴⁴⁾

外国人観光客の減少だけが課題であったわけではない。観光連盟はスイス国民による外国旅行の増加を問題視し、その国内への引き戻しを図っている。この背景には、諸外国で外国人を対象とした特別料金が設定されたことがあった。こうした方策によって、1933年7月には、スイス人の国外旅行が急増した。観光連盟は、連邦政府や州政府、それに関係する事業者に、この問題を周知した。世界恐慌以降、外国人観光客数が回復しないなかで、国内の旅行者まで

(40) *Schweizerischer Fremdenverkehrsverband 1932/33*, S. 10-11; この会議の内容は以下に収録されている。Schweizerischer Fremdenverkehrsverband (Hg.), *Der Fremdenverkehr in der Schweiz: Vorträge, gehalten anlässlich des I. Schweizerischen Kongresses für Touristik und Verkehr in Zürich (30. März bis 2. April 1933) = Le tourisme en Suisse: Conférences prononcées à l'occasion du Ier Congrès suisse du tourisme à Zurich (30 mars - 2 avril 1933)*, o. O., [1933].

(41) *Schweizerischer Fremdenverkehrsverband 1932/33*, S. 14-15; この会議の内容は以下に収録されている。Schweizerischer Fremdenverkehrsverband (Hg.), *Der Fremdenverkehr in der Schweiz: Reden, Vorträge und Diskussionsvoten, gehalten am Schweizerischen Verkehrskongress 1934 in Bern (25. bis 27. Mai 1934) = Le tourisme en Suisse: discours, conférences et rapports du Congrès suisse du tourisme 1934 à Berne (25 à 27 mai 1934)*, o. O., [1934].

(42) *Schweizerischer Fremdenverkehrsverband (Hg.), Tätigkeitsbericht über das Jahr 1935*, S. 24-25.

(43) 二国間協定については、独立専門家委員会編『中立国スイスとナチズム』、44-45頁を参照。当時のスイスは、このように保護主義に立つ諸国との二国間協議をおこなう一方で、国際通貨体制の維持を志向するという、二段構えの戦略を講じていた。

(44) *Zehn Jahre Schweizerischer Fremdenverkehrsverband*, S. 45-47.

も外国に奪われるという状況は、観光連盟にとって脅威に映ったのである。⁽⁴⁵⁾ こうした国内観光客の重視は、1937年以降に具体化する、自国民であるスイス人を対象とした余暇団体設立構想にもつながるものであった。

観光連盟の事業活動の前提として注目すべきは、第1章で検討したスイス観光に生じていた構造転換を設立当初から認識していたことであろう。1932 / 33年度の観光連盟の活動報告書では、次のような点が指摘されている。恐慌にともなう富裕層の減少、あるいは冬季観光への移動が生じた一方で、夏季観光では、安価なパック旅行が増加していた点。また、それとともに長期滞在の旅客が減少し、自動車を利用してスイスを通過していく旅行者が増加した点などである。こうした構造転換への適応が求められていることを観光連盟の関係者は理解していたのである。⁽⁴⁶⁾

観光連盟は、スイス観光業界の利益を代表し、連邦政府とも協力して、観光業界の現状把握とそれに基づいた観光振興策を立案することに主眼を置いていた。観光連盟が観光にかかわる業界のさまざまな利害を束ねて、観光業界を全国レベルで統一したことには、大きな意味があった。ただし、ここで問題とすべきは、観光連盟が業界利益をどのように代表したのか、観光宣伝の重視など主張の重なるホテル協会とのちがいは何か、さらには、観光連盟において構想されたスイス観光業の将来像がどのようなものであったのかという点である。

ホテル協会とは異なり、観光連盟は旅行様式の変化についての具体的対策を提起している。たとえば、自動車による観光については、その振興を図る立場から、アルプスの道路改修と進入路の整備を主張し、ガソリン価格や税金についても慎重な考慮を政府に求めている。⁽⁴⁷⁾

また、夏季のアルピニズムの振興とならんで、観光連盟は冬季観光を重視し、「スキー学校」を通じたスキースポーツの振興に取り組んだ。これは、それまでに事故が相次いだことで、スキーとスキー教育の技術水準の統一が課題となっていたことが背景にある。1933年11月には、中央スイス、オブヴァルデン準州のエンゲルベルクでスキー指導者の講習会が開かれ、同年の冬には50のスキー学校が設立されている。⁽⁴⁸⁾

観光連盟が主導した、長期的視点に立脚した観光振興策としては、エーレンシュペルガーの掲げた課題⑦に関連して、「観光学」研究の推進と人材育成が挙げられる。それまで、観光業にかかわる人材育成機関としては、職業教育を目的としたホテル専門学校しかなかった。19世紀後半のスイス観光業の成長にともない、1893年にホテル協会は、ローザンヌにホテル専門学校を設立し、宿泊施設の現業に携わる人材を輩出してきた。しかし、戦間期に入ると、ホテル業界や現業にとどまらず、広く「観光業」に携わる専門的能力を有した人材育成が必要とされたのである。⁽⁴⁹⁾

この構想は、大学での研究・教育機関の整備という形で具体化されることになった。観光連

(45) *Schweizerischer Fremdenverkehrsverband 1932/33*, S. 12.

(46) *Ebd.*, S. 14.

(47) *Ebd.*, S. 16-18.

(48) *Ebd.*, S. 13.

(49) 同時代のドイツでも、ヴァイマル期に設立されたホテル専門学校で、ホテルの経営管理に携わる人材育成のための職業教育が行われていた。南直人「ホテル・飲食業における資格化と職業教育」望田幸男編『近代ドイツ＝資格社会の展開』名古屋大学出版会、2003年、262-268頁。

盟は、連邦工科大学チューリヒ校（ETH Zürich）への観光講座設置に向けた準備を進め、1937年11月にこれを連邦政府に申請している。しかし、翌年3月にスイス教育庁は、観光の学術的基盤の拡充の必要性に同意したものの、観光講座を設置する場合に、研究と教育を明確に分離するように提案した。観光連盟は教育の場の創出を優先したため、連邦工科大学への講座設置構想は実現にいたらなかったが、それは二つの州立大学の場で実を結ぶことになる。⁽⁵⁰⁾

1941年にはいり、ベルン大学に観光研究所（Forschungsinstitut für Fremdenverkehr）が、ザンクト・ガレン商科大学（現ザンクト・ガレン大学）に観光講座（Seminar für Fremdenverkehr）がそれぞれ設置された。いずれも、観光連盟による後援のもとで設立、運営された組織である。⁽⁵¹⁾ベルン大学観光研究所は、教授A・ヴァルター（Alfred Walther）の指導のもと、おもに研究に重点を置いていた。それに対し、ザンクト・ガレン商科大学は、教育に重点を置いており、「観光論」が学生の必修科目となった。教授には、観光連盟の事務局長W・フンツィカー（Walter Hunziker）が就任し、同じく観光連盟の科学・統計部長であったK・クラップ（Kurt Krapf）が私講師として、講座運営に当たった。この二人は、スイスにおける「観光学」のパイオニアとして、旺盛な研究活動を続けることになる。⁽⁵²⁾観光は、学術的研究の対象となり、その知見にもとづいて、大衆化をはじめとする新たな現象に対処する体制がここに整備されたのである。⁽⁵³⁾

観光連盟のおこなった以上のような諸施策は、観光の動向が変化したことを認識した上での対応策であった。これらは、ホテル協会に代表される従来の業界が行ってきた、ホテル支援や観光宣伝にほぼ限定される振興策と比較して、観光業界全体を視野に入れたという点で、はるかに包括的なものであったといえる。

観光連盟は、観光を広範な領域にわたる現象としてとらえ、個別の業界を超える立場からの観光振興に取り組んだ。そのなかで、観光連盟設立から数年を経て取り組まれたのが、エーレンシュペルガーの挙げた課題の⑤、すなわち、観光の大衆化にかんする問題であった。

その契機になったのがホテルプランの活動であった。ホテルプランは大衆化の傾向を積極的にとらえ、価格を抑えたパック・ツアーの提供を通じて国内外の観光客を誘引し、スイス観光業の復興を企図した。しかし、「安価なスイス」を掲げたこの事業は、観光地としてのスイスの価値を低下させるものとして受け止められ、価格の引き下げ強制を危惧したホテル協会をは

(50) Schweizer Fremdenverkehrsverband (Hg.), *Tätigkeitsbericht über das 1937-1938*, Zürich 1938, S. 74-76.

(51) *Zehn Jahre Schweizerischer Fremdenverkehrsverband*, S. 59-60.

(52) Ebd.; Theo Keller, "Professor Hunziker und das Seminar für Fremdenverkehr an der Handels-Hochschule St. Gallen", in: *Fremdenverkehr in Theorie und Praxis: Festschrift für Walter Hunziker*, Bern 1959, S. 78-82; 同時期にフンツィカーとクラップにより出版された『一般観光論概説』は、ドイツ語圏観光学の標準的なテキストとなる。Vgl. W. Hunziker/K. Krapf, *Grundriss der Allgemeinen Fremdenverkehrslehre* (Schriftenreihe des Seminars für Fremdenverkehr an der Handels-Hochschule St. Gallen / hrsg. von W. Hunziker: Nr. 1), Zürich 1942; Hasso Spode, "Zur Geschichte der Tourismusgeschichte", in: *Voyage: Jahrbuch für Reise & Tourismusforschung*, 8 (2009), S. 11.

(53) いずれの組織も第二次大戦の勃発後に整備されていることに注目したい。戦時中もザンクト・ガレン商科大学は「観光講座シリーズ」(Schriftenreihe des Seminars für Fremdenverkehr an der Handels-Hochschule St. Gallen)と題する文献を出版し、先述のテキストをはじめ、フンツィカーら観光学者の研究成果や観光業界関係者の講演録が公表された。なお、スイスにおける観光学の形成にかんしては、別稿を予定している。

はじめとする業界の強い反発を招き、観光連盟も協力を拒否した。結果、ホテルプランは当初の構想に基づいた事業の継続を断念した。この事件は、観光連盟に大衆化の流れを直視し、対策を考えるきっかけを与えたという意味で重要である。⁽⁵⁴⁾

ホテルプランの事業がきっかけとなったことを示すように、1937 / 38年の活動報告書では、従来の報告書では取り立てて論じられることのなかった、「大衆の旅行」(Massenreiseverkehr)にかんする一節が置かれている。このなかで、幅広い階層が参加することで旅行の集団化が進み、構造転換が生じている現状が認識されている。⁽⁵⁵⁾さらに、ドイツの歓喜力行団など、諸外国で取り組まれている事例を紹介したうえで、スイスも新しい客層に無関心な態度をとることなく、研究の対象にすべきであると主張した。⁽⁵⁶⁾そのうえで、観光国スイスの立場から、大衆化がもたらす問題をいかに解決するかが問われていた。その際に、対応策の基底にある考え方を端的に表現したのが、同じ報告書のなかの次の文章である。

スイスでも大衆の往来がますます拡大しているという事実は、もはや変えることができない。それゆえ、この新たに加わってきた往来が、上質な旅客の往来のもっとも大規模となる月間に殺到しているという危機に立ち向かうことが必要なのである。起こることの避けられない混雑には、場所や時間といった面から大衆旅客の往来を管理することで、対応するほかはない。それゆえに、旅客動向全般における組織的な緊急の措置は、〔引用者注——旅行を普及させるという〕社会的目的とならぶ、重要な問題なのである。⁽⁵⁷⁾

以上の記述には、マス・ツーリズムへ向かう傾向への危機感が率直に述べられている。観光連盟は、「上質な」観光客が訪れる季節・場所に、大衆化が持ち込まれることを恐れた。大衆化を現実として受け入れつつ、従来からある「高級観光」を維持するにはどうすればよいのか。観光業界は、1930年代末になると、先述の余暇団体設立を通じてこの両立困難な課題に取り組むことになるのである。⁽⁵⁸⁾

おわりに

第一次大戦後に顕著となった、旅行様式の変化と大衆化は、世界恐慌を契機として、観光業

(54) 拙稿「両大戦間期スイスにおける観光業の危機と革新」。観光連盟によるホテルプランへの対応については、*Tätigkeitsbericht über das Jahr 1935*, S. 29-30も参照。

(55) *Tätigkeitsbericht über das 1937-1938*, S. 64.

(56) Ebd., S. 64.

(57) Ebd., S. 64-65.

(58) フンツィカーをはじめとする観光連盟の関係者が中心となり設立された余暇団体、スイス旅行公庫協同組合(Schweizer Reisekasse)については、以下を参照。拙稿「現代スイスにおけるソーシャル・ツーリズムの誕生——スイス旅行公庫協同組合の設立(1939年)とその背景」『旅の文化研究所研究報告』第21号(2011年12月)、49-58頁。

界が取り組むべき最重要の課題となった。観光局の整備で存在感を示したホテル協会は、宿泊業界の利益擁護に傾き、上記の課題に対して、積極的な振興対策を示すことはできなかった。観光連盟の設立は、ホテル協会のような個別業界を越えた「観光業」の結集を示すものとして、注目に値する。

観光連盟は、1930年代の国際環境において、宣伝だけでは振興策として不十分であることを認識していた。周辺諸国との国際関係や流行の変化を視野に入れながら、観光連盟は、諸外国との交渉、交通機関の価格の引き下げ、国内観光客への着目、観光業界の人材育成などといった、多岐にわたる課題に取り組んだのである。確かに観光連盟が採用したこれらの対策は、ホテル協会とは異なり、観光業界全体を視野に入れたものであった。

しかし、観光連盟が大衆化という残された課題に向き合うには、1930年代末まで待たなければならなかった。観光連盟を中心に浮上してくる、1930年代末から第二次大戦中にかけての、戦後マス・ツーリズムをみすえた観光振興構想の展開については、今後の検討課題としたい。