

《書評》

田中孝枝 『日中観光ビジネスの人類学——多文化
職場のエスノグラフィ』

東京：東京大学出版会、2020年、320頁

日野 みどり*

TANAKA Takae, *Anthropological Research on Tourism Between Japan and China: An Ethnography of a Multicultural Workplace – A Japanese Travel Company in Guangzhou*, 2020, Tokyo: University of Tokyo Press, 320p.

HINO Midori

1. 本書の概要

本書は田中孝枝氏による文化人類学研究であり、2018年に東京大学より学位を得た博士論文に加筆修正して2020年に刊行された。研究対象は日本・中国を商圏とする旅行業界における観光ビジネスのリスクとその管理で、中国南部の大都市・広東省広州市に所在する日系旅行会社の中国拠点・美高旅行社(仮名)のオフィスでフィールドワークが行われた。著者は2010-12年に、前後2回、計11か月ほどにわたり、同社の無給研修生という身分で勤務しながら調査を行ったという。

本書の構成と概要を記す。

序章

第I部 日中間における観光と観光ビジネスの展開

第1章 日本から中国へ、中国から日本へ

第2章 中国日系旅行社という職場

第II部 観光ビジネスにおける日常的なリスク管理

*愛知大学国際問題研究所

『東北アジア研究』26号(2022年)、57-67頁、doi: <https://doi.org/10.50974/00134015>

© 2022 Midori HINO

本著作物は、特に記載がない限り、クリエイティブ・コモンズ 表示 4.0 国際 (CC BY 4.0) ライセンスの下で提供されています。 <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ja>



第3章 観光ビジネスの不確実性

第4章 観光ビジネスにおけるリスクの回避

第5章 日本のサービスのためのリスク管理の受容

第III部 観光危機からのレジリエンス

第6章 東アジアにおける観光の政治化

第7章 震災という観光危機

終章

序章は本書の目論見として、1)「観光ビジネスの現場」を題材とし、観光ビジネスに生じるリスクとその管理を分析対象とする、2)観光ビジネスの文化仲介者役割に着目する、3)日系企業の中国拠点として日中間国人のスタッフを擁する「多文化職場」における営みを民族誌として記録する、4)文化人類学の社会貢献という課題に取り組む、の4点を挙げる。リスクの定義について著者は「日中間の観光ビジネスの現場で何がリスクと認識され、リスクをコントロールするための経験的知識や技能がいかに蓄積されているのかを微視的に分析するため」市野澤潤平の定義に倣うとし、市野澤がルーマンの議論(注1)を土台に論じる「危険のリスク化」(制御不能な「危険」を「自らの決定において能動的に対応できるリスク」と読み替える運動)の概念に依拠する立場が示される[7](注2)。

第I部は、フィールドにまつわる情報で構成される。第1章は文献に基づいて中国建国以降の日中間旅行業の歴史を概観する。題材を扱う上で必須の基礎調査だが、資料的価値の高い内容になっている。著者はまた、日中観光ビジネス業界には「エスニックな分業・ネットワーク」が形成され、他方、この過程で構築された日中間のミクロな人間関係はビジネス環境の変化にあってもなお連続性を保つ(かつて日本人のインバウンドを担った中国の人材が、近年は中国人の日本へのアウトバウンドを担う)と述べる[68]。この連続性が日中観光ビジネスの現場を底流で支えるインフラだとする著者の指摘は、続く各章への効果的な導入だと言えよう。第2章は美高旅行社の概要および日々の業務の内実を記述する。会社のオフィス業務の細部を記述して目新しいことがあるのだろうか、と疑問に思う向きもあるかもしれない。だが、「異文化に立地する」外資(日系)企業の「多文化職場」における業務の詳細や、そこでのスタッフ相互および顧客とのやり取りの実相には、「細部に宿る真実」が豊かに潜む。さらに、企業活動はその立地する都市および国家の政治・経済を映し出す鏡ともなる。著者も言及する王向華による香港の日系スーパーの調査[Wong 1999; 王 2004]が示すように、グローバル状況にある企業は興味深いフィールドであり、民族誌を書く価値は高い。

第II部は、観光ビジネスのリスクとその管理を扱う。著者は「観光ビジネスの営みが(中略)リスクやリスク管理を資源化し、それを販売するものである」[124]との観点に立ち、「旅行会社で働くスタッフたちが、何をリスクと認識し、それをどのように管理しようとするのか、そして客に対して何を資源化しているのかを考察する」[125]ことを目指す。

第3章は、旅行の手配業務を対象に、スタッフが直面するリスクの性質とリスク対策の技法を

論じる。スタッフ各人が何をリスクと認識するかは文脈依存的であり、多文化状況にある美高旅行社では各人の文化的背景・経歴・職務経験などを背景としてそれぞれのリスク対策にずれが生じ得ること、スタッフ個人の採るリスク対策と会社が行うリスク管理との間にも齟齬が生じ得ることが示される。第4章は、旅行催行中のトラブルやクレームを対象に、スタッフが向き合うリスクとその解決を論じる。責任の所在は自社か他社か、自社である場合は誰の責任に帰着するか、といったポリテイクスおよびそれら进行操作する諸技法の問題は、組織内で働いた経験の持ち主ならば実感しうるだろう。著者は分析を通じて「誰が、何のために行うリスク対策であるのかによって、それに伴う責任意識も異なる」ことを確認し、スタッフが習得するリスク対策に多次元性・多様性があることを明らかにする[189]。第5章は、美高旅行社が中国人アウトバウンド客に「日本的サービス」を提供する新たな路線を題材に、同社のリスク管理の仕組みが変動するダイナミズムを論じる。具体的には、同社が従来日本人客に提供してきたサービスのリスク管理システムが中国人向けに調整される過程、この過程で日本人管理職が日本の組織文化の社内への導入を図ると中国人スタッフが緩やかな反発を示した現象、中国人観光客が日本のサービスのためのリスク管理の対象となった過程が取り上げられる。多文化マーケティング論、多文化組織運営論とも接合する内容である。

第III部は観光ビジネスの「危機」を主題とし、制御不能な「危機」を制御可能な「リスク」に変えて管理を図る営為、および「危機」がレジリエンスの発揮を促す現象が論じられる。第6章は、観光ビジネスを焦点とする2010年代中国・台湾間の政治的角逐を取り上げる。中国政府の外交カードとして観光客の送出国を止められた台湾の観光業者たちは「リスクの個人化」を図って他の市場を開拓するレジリエンスを示したと、著者は論じる。第7章は、四川大地震という観光危機を経験した中国の災害・復興ツーリズムが題材である。そこで展示されるのは震災に対処し勝利した中国共産党の功労であり、観光危機後のレジリエンスが愛国プロパガンダとして表出したことが指摘される。

終章では、本書が論じた4つの問題領域「観光ビジネスにおけるリスク管理の実践」「観光ビジネスのレジリエンス」「リスク管理と文化」「文化人類学的実践の可能性」が再度整理される。

2. 本書の意義・貢献

2.1. 民族誌としての魅力

本書を一読して、魅力的な民族誌という感想を持った。記述がリアリティに富み、読んでおもしろい。企業のオフィスに勤務して行う参与観察という容易ならぬ調査の成果が、ユニークな都市型民族誌として結実している。美高旅行社のオフィスでのスタッフの会話やふるまいの記述には厚みがあり、職場の音やにおいのようなものまでが立ち上がってくる。

経済成長を遂げた中国・広州市における「ホワイトカラーの職場文化」の実態の記述は、評者にとって特に興味深い。私事だが、評者は1985年および1989-90年に広州市に隣接する仏山市に

駐在し、1995年と2000年には広州・仏山両市で就職・転職を題材とする修士論文・博士論文のためのフィールドワークを行った。ゆえに、広州はなじみ深い都市である。かつ、就転職の次の段階である就労の現場空間を、しかも2010年代というより新しい時期に掘り下げた民族誌は、評者には貴重な記録として刺激的であった。広州市は1998年に「一年一小変、三年一中変、十年一大変(1年で小さく、3年で中規模に、10年で大きく変わろう)」というスローガンを掲げて都市整備に邁進し、2010年アジア競技大会のホストを務めた。著者が調査を始めたのはこの年である。携帯電話とチャットが業務の最も重要な連絡手段だという2010年代初頭のオフィス風景は[112]、評者が研究した就転職において2000年前後に「インターネットの導入が始まった」[日野2004：88, 129, 174, 176]ことと比べれば、なるほど「10年で大きく変わった」と実感させる。評者が調査を行った2000年前後には、求職／採用の方法も、オフィスのありさまやそこで働く人々の服装・行動などの「見た目」も、変わり始めるかすかな兆しを感じられようかという段階だったが、本書が描くそれらはすっかり変貌を遂げて垢抜け、感慨を覚える。なお中国全体も、2001年のWTO加盟前後の時期に狭義の市場移行を完成し[加藤2016：16]、2010年にGDP世界第2位の経済大国となった。こうした背景を踏まえると、民族誌としての本書の意義はより鮮明になる。

「現代日中旅行業界史」ともいべき第1章は、中国の経済発展とともに人々の消費行動が自由化・多様化・高額化した過程を跡付ける。再び私事で恐縮だが、ここでも評者の個人的記憶がよみがえる。駐在員時代は「外賓」として地方政府の接待の会食や旅行を経験し、日本の家族や友人が訪ねてくると中国国際旅行社に受け入れを依頼した(注3)。この章を読んで記憶の奥底が刺激され、評者はパソコンのフォルダから1枚の写真を探し当てた。2001年3月、広州から南120キロほどの新会市(現在の江門市新会区)を訪れた際に見かけた「日本桜花五天団(日本・お花



(図1) 「日本桜花団(日本へのお花見ツアー)」広告
2001年3月19日、広東省新会市。日野みどり撮影。オリンパスCAMEDIA C-900 Zoom使用。

見 5 日ツアー)』の手書き広告を撮ったものである。本書によると「2000 年には日本への団体観光ビザが解禁され、中国から日本への観光が急速に動き出した」というから[40]、このツアーはその直後、最初の桜の季節に合わせて「造成」[16・脚注 19])された商品なのだろう。私的な記憶・記録が本書を通じて整理され、新たな知識となった。ちなみに、この時携えた撮影用機材はコンパクトデジタルカメラで、この写真のファイルサイズは 58KB である。

2.2. 議論・知見における貢献

本書が示す議論・知見につき、評者の関心に沿って 2 点指摘する。第 1 に、調査データを先行研究の理論に適用して論じる手腕が光る。ギアツによる「バザールの商人」理論をスタッフの行動に適用する説明[142, 151]、リスク対策の多次元性・多様性という知見を導くに際しコラードの研究との共通点を挙げる議論[189]など、いずれも説得的である。また、分析の枠組として設けられる「(制御可能な)リスク」と「(制御不能な外的要因としての)危険・危機」、「(会社が方針として行う)リスク管理」と「(スタッフが個人で行う)リスク対策」などの対比構造も、議論の効果を上げている。

第 2 に、著者の議論には中国地域研究など隣接領域と共有しうる知見が少なくない。例を 3 つ挙げる。まず、旅行会社の中国人スタッフに「個人事業主的な」働き方・価値観を読み取ったことは重要である[125, 165]。日系企業の中国人社員を対象とする人事管理論の研究には数多の蓄積があるが、管見の限り「愛社精神」など日本企業に自明の価値観を現地社員に涵養したいとの動機によるものが多い。中国人社員の「個人事業主のように働く」傾向という著者の発見は、それら従来の研究関心の限界を示す。この知見はまた、評者がかつて研究した中国人高学歴者層の「敬業」概念(仕事に愛着を持ち職務に全力で取り組む姿勢)をめぐる議論とも重なる[日野 2005; 2008]。著者の「中国人スタッフたちは、会社のリスク管理との関係においてリスク回避的な責任意識を持つが、顧客との関係においては、リスクを引き受け、それを果たそうとする責任意識を示している」[189]という指摘は、高学歴者層が共有する「敬業」概念の特徴と見事に一致する。彼らが身を粉にして仕事に打ち込むのは、会社のためではないのだ。さらに、この知見は中国経済学者・加藤弘之による「曖昧な制度」論[加藤 2013; 2016]との関連で考察を深めることも可能かもしれない。

次に、「関係(guanxi)」論をめぐっても同様である。中国における人々の社会的関係を考える際、「関係(guanxi)」論は言うまでもなく重要であり、著者も先行研究レビューの上、スタッフの行動原理や日中スタッフ間の文化摩擦を解釈する[18-22, 131-141, 157-162]。ギアツの「バザールの商人」論を「関係」論に援用する議論は、「関係」研究の新たな展開を予見させる[139]。

最後に、震災復興を論じる第 7 章の記述には、現代中国における政策の経路依存現象が多々認められる。「対口支援」[267]はその起源を 1960 年にさかのぼる政策手法であるし[加藤 2016: 152-157]、「移転型復興」[277-278]についても「移転」は長征以来の中国共産党の「お家芸」とも言え、いずれも中国研究者にはなじみ深い。

3. 若干の議論——本書に触発されて

3.1. 「日本的サービス・おもてなし」論をめぐって

日本人を顧客としてきた美高旅行社が新たに中国人向けの高品質サービスを模索する過程は、評者には興味深い。中国人顧客の好むサービスと日本人向けのそれとの「ずれ」が判明し戦略を再考する箇所では、1990年代より中国に進出した日系大手スーパーの事例を思い出した。客へのお辞儀を恥ずかしいと嫌がる現地採用の店員たちを「改造」した逸話だ[湯谷 2013]。この企業がお辞儀という日本的サービスの典型をあくまで完遂したことの正当性はどこにあり、その果実は何で、代償はいかなるものだったかなど、本書と対照すると、改めて一連の問いが浮かぶ。

「日本的サービスとは何か」を中国人スタッフに説明することになった美高旅行社の日本人総経理の最初の反応は、「日本では常識だから、何を教えればいいのかわからない」というものだった[207]。彼はその後、日本のサービス企業の台湾展開を紹介する NHK テレビの番組に触発され、日本的サービスの根幹は「おもてなしの心」だとの論を導く[208]。彼が最大限の努力を払ったであろうことはよくわかる。が、日本人が「常識」と見なす日本的サービス・おもてなしの理念を言語化して定義を与え、中国人スタッフが腹落ちするように共有し、さらに現場での実践に落とし込む設計まで行うのは、容易ではなかろう。マニュアルや手配基準といった管理のシステムではなく、心の持ちようの問題[208]という枠組みを採用したなら、なおさらである。言語化・系統化・一般化などは、研究者が担うべき仕事ではないかとも思える(注4)。

「日本的サービス・おもてなし」とは、あるいは「屏風の虎」のように、眼に見えるようでも追い出して捕まえることのできないものかもしれない。それを見て触れて実感するには、つまり異文化の機微を把握するには、文化論に習熟する必要がある……そのような理路が、「職場におけるスタッフたちの文化の語りには、アカデミズムを超えて市場に流通し、人々に消費されている文化論や異文化マネジメントの知識が影響を与えている[208・注13]」という現象を支えるのではなかろうか。日系旅行社勤務が長い美高旅行社の中国人顧問が、日本的サービスの根幹を日本的組織文化の特質に見いだし、中根千絵の「タテ社会」をその説明に用いたことも[208]、この指摘を支持する。また、著者が引く「ビジネス書市場で文化論が消費される」との吉野の主張[235]をも裏付ける。この点は、著者の目論見の一つである「文化人類学の社会貢献」論につながる[295-296]。

3.2. 「東アジアにおける観光の政治化」をめぐって

本書を読み、評者は別な民族誌を想起した。台湾の観光ガイドを調査した陳建源の研究で、本書と同じく博士論文に基づく著作である[陳 2019]。本書とは着眼点や議論の枠組を若干異にするが、ともに観光業界でフィールドワークを行い、かつ、日本を含むアジアに視野を広げて観光ビジネスの文化論を考察している。

陳はガイドの役割・機能を論じる際、一部の先行研究がガイドの仲介者役割を過度に単一化・

均質化していることに疑問を呈し、ガイドは実は「語り」の技巧を通じて多彩な役回りの変化を操っていると論じる。中国大陆からの観光客の台湾旅行をめぐる議論においても、「中国の対外政策の延長として的大陸観光客」「その被害者たる台湾観光業界と台湾民衆」などの政治性を帯びた役割に基づく図式化に懐疑的で、そうした論理による主張を批判し、反証を行う[90-94]。ガイドは単に旅行会社の代理人であったり国家を背負う民間大使であったりするだけでなく、一国の国民であり、自己実現を追い求める一個人でもあると、彼は強調する[265]。

もとより、陳と本書著者では、扱う対象も論点も異なる。陳はガイドを扱い、彼らが抱える「焦り・葛藤」に向き合う。そのことは、ガイドの「政治的立場性」と個人としての存在の両者をとともに重視する姿勢に通じる。対して、本書著者は旅行会社およびそのスタッフを扱い、彼らにとっての「リスクとリスク管理」に着目する。政府が繰り返す政策は会社や業界にとってリスク要因となりがちであり、従って著者の議論の枠組みはいきおい政治的立場に依拠する図式化に親和的なものとなろう。どちらが正しいかということではなく、本書と併せて陳の著作を読むと、東アジアの観光ビジネスの人類学的研究についてより多角的な理解を得られると考える(注5)。

3.3. 観光危機、レジリエンス、「コロナ禍／ポストコロナ」をめぐる

観光危機について、著者は「破壊をもたらす一方で、それを契機として新たな創造を生み出す側面を持つ」[288]と述べる。それはもっともだろう。例えば第6章の台湾の事例に「生計戦略としてリスク分散を図ることで、観光危機を飼いならそうとするレジリエンス」[257]を読み取ることが可能だし、それを戦略の果実と見なすにせよ結果論と考えるにせよ、議論は成立しよう。ただ、レジリエンス論についての評者の理解が不十分なためか、残念ながら「その議論はどれほど有効か」があまり腑に落ちない。ツーリズムに特化したレジリエンス論の研究は世に出ており(注6)、評者の理解不足はもっぱら評者の問題である。ただ、台湾の事例を「リスクの個人化」によるレジリエンスの発揮と捉えるならば、コロナ禍に見舞われた2020年の台湾で起きたことは、政府が(おそらく観光業界のみならず国民生活そのものの)危機を「自分事」として受け止め、観光ビジネス従事者に「リスクの個人化」を求めるのではなく国家政策として対応したということだろうか。「ネオリベラリズム的価値観」[254]に基づく個人責任論はコロナ禍にあってどうなったのか、という問いが浮かぶ。

あるいは視点を変え、本書に言うレジリエンスとは、『易経』にある「窮則変、変則通(窮すれば即ち変じ、変じれば即ち通ず)」と共通点を持つとは言えないだろうか。関連して、老荘思想(道家思想)の言う「陰陽のバランス」論もこれと通底しないだろうか。レジリエンス論はこれら中国古代思想の論点と対話や融合を行いうるか、という問いは荒唐無稽かもしれないが、著者に教を請いたい点である。

さて、「観光ビジネスにおけるリスクとその管理」を主題とする本書の読者は、2020年初頭以来の新型コロナウイルスの世界的パンデミックを想起せずにはいられない。著者は「あとがき」でこの「危機」に触れている。この件はもとより本書の枠組みを超えており、本文に言及がないこと

は決して本書の瑕疵ではない。評者としてはこの点をまず確認し、しかしそれでもコロナ禍ないしポストコロナ段階の観光ビジネスに思いを巡らざるを得ない。

コロナ禍が世界の観光ビジネスに壊滅的な被害を与えていることは、言を俟たない。2021年5月現在、前年から続く各国の渡航制限・入国制限、航空便の大幅な減便、貨物輸送の途絶・遅延などが解消せず、旅行業界の雇用は深刻な打撃を被っている。著者は「あとがき」でもレジリエンスの蓄積に肯定的な立場を示すが[313]、評者の素朴な疑問は、こうした危機のもとでレジリエンスの作用に期待する議論はどの程度有効だろうか、という点である。

東日本大震災以来、美高旅行社は「旅行らしくないもの」を売る方向に傾斜したという[258]。観光・レジャー以外の用務による移動や滞在の案件が増えたというほどの意味であろう。それは、「コロナ禍のツーリズム」と重なる。著者が引用する Gale の議論を借り、非日常性の減衰による「観光の終わり」が「ポスト観光のツーリズム」をもたらすとの理論を適用しうるかもしれない[258, 289]。しかし、そこで「観光ビジネスのレジリエンス」の効用を言いうるのだろうか。言いうるとして、その効用とはどれほどのものだろうか。「これまで通りのビジネスをできない以上、できることをするしかない」という枷のかかった状態のあらわれかもしれない、「物は言いうよう」なのかもしれない。

コロナ禍の日本では、旅行者に新たな需要が生じ、それに応える供給が出現している。例えば、海外からの帰国者(注7)に対して政府厚生労働省は「空港から自宅までの交通手段(自家用車、レンタカー等)をご自身で確保して(中略)公共交通機関を使用しないよう、強く要請」し、そうできない場合は「ご自身で空港周辺の宿泊施設等を確保して、そこで待機いただく」とする[「水際対策の抜本的強化に関する Q & A(令和3年3月21日時点版)」。当然ながら、その通りにできる人ばかりではない。そのうち、評者の印象では2020年夏ごろから、「帰国者専用ハイヤー」や「隔離パッケージ(14日間滞在プラン、空港送迎付き)」が売られ始めた。移動を制約される帰国者に切実な需要が生じ、それが知られるに至って供給が行われる。これをレジリエンスと呼ぶなら、その通りだろう。しかし、旅行業界にとってこれはどれほど期待に値するものだろうか。この需要は本質的に一過性のものである。その上、「隔離パッケージ」の売り手として不動産業者が参入している。居住用賃貸物件を投入し、「ホテルより快適」と謳う。これでは、旅行業界にとっては新たな競合の出現に過ぎないのではないか。

本書第6章の要点「政治と観光」に即して再考するなら、コロナ禍の現状は、著者が挙げる政治・観光の二者に加えて、科学および公衆衛生という新たな変数を投入すべき事態かもしれない。COVID-19 ワクチン接種済の証明を出入国の要件とする「ワクチンパスポート」制度が、一部の国家や国家共同体を中心に議論され始め、その国際的枠組み構築という課題が浮上している。それは容易な道のりではないが、しかしポストコロナ期のツーリズムには、例えばこうした新たなインフラを加えねばならない可能性がある。著者はツーリズムの歴史的展開を回顧する中で、いみじくも「マストツーリズムの展開は国家によるボーダーコントロールの組織化・整備と相互影響関係にある」[257]と述べる。著者には今後、コロナ禍がもたらす変数を組み込んだ新たなパラ

ダイムの構築、そしてポストコロナ期の観光ビジネス研究の展開を期待したい。

コロナ禍を考えると、私たちはスペイン風邪が猖獗を極めた 100 年前を思わずにいられない。著者によれば、「組織された資本主義」の成立・マスツーリズムの組織・イギリスにおける公的なパスポート導入が、いずれも 1915 年のことだという[257]。けだし画期と言えよう。その 3 年後に、人類はスペイン風邪の世界的流行に直面した。では、100 年後の現在、高度に集約化されたツーリズムという産業ないし娯楽を得て以来の人類が初めて遭遇したコロナ禍という危機は、観光業にとっていかなる画期となりうるだろうか。

2020 年夏、台湾の航空各社が「偽出國(なんちゃって海外旅行)」「微出國(ちよい海外)」と銘打ち、空港での出国手続きや免税店での買い物・国内線フライトなど疑似海外旅行を体験する企画を売り出して、好評を博した[「微出國」風潮席捲全台！4 大航空公司参戦…誰は好感度冠軍?]。これを聞いた評者は、大正期の大阪・道頓堀で旦那衆が「洋行ごっこ」という遊びに興じた話を思い出した(注 8)。まごうかたなき「なんちゃって海外旅行」の 20 世紀初頭版である。偶然の産物かもしれないが、歴史の反復性がここに現れてはいないだろうか。

今後、人類は VR(バーチャルリアリティ)などの ICT(情報通信技術)をツーリズムに応用するのだろうか。あるいは、全過程でコロナウイルスから守られることを保障する、つまり「安全な空港・安全なフライト・安全な車両・安全な宿・安全な観光体験・安全な訪問先の人々」などの一切を「トラベルバブル」内に完備するような旅行商品が造成されるのだろうか。素人である評者の空想はさておき、旅行を楽しめる状況を人類が何らかの形で取り戻せること、旅行業界が復活し従事者たちが再び活躍できることを、祈らずにいられない。

執筆に際し、David Y. H. Wu 教授との議論に示唆を得た。記して感謝する。

注

- (1) 「リスク」を「個人や組織の決定の結果として生じる未来の不利益の可能性」、「危険」を「意思決定に参加できない者の認識であり、「外部的に引き起こされると見なされる」もの」とし、両者を区分する議論[7]。
- (2) []内数字は書評対象書のページ数。以下同。
- (3) 本書が記すように多数の旅行会社が競合する状況は、評者の見聞の限り、この当時(1990 年前後)には生じていなかった。
- (4) 「日本式おもてなし」の正体を明らかにする研究はあるのだろうか。評者のごく限られた文献渉猟では、ホスピタリティ・マネジメント、観光ホスピタリティ教育などの分野で論文の蓄積を確認した。だが管見の限り、多くは日本を対象に日本の文脈で日本人研究者が定性的方法で行った研究であるようで、多文化状況に適用可能な知見を提供しているか否かは疑問である。これらと別に、「おもてなしを構成する要因」を収集・整理して体系化し、それに基づき「おもてなし」の達成度を評価するツールを開発する経営工学分野の論文がある[長尾・梅室 2012]。この定量的手法は、「おもてなし」をめぐる異なる文化の価値基準と対話を重ねる上で有効かもしれない。
- (5) なお、著者は本文中で触れる 2016 年 9 月 12 日のデモについて「台湾において、観光ビジネス従事者によってデモが行われるのは、歴史上初めてのことであった。」と記すが[247]、陳はその 2 年前の 2014 年 8 月 28 日のデモにも言及している。台湾全土のガイド 500-600 名が台北・中正紀念堂前に集結後、旅行業界の監督官庁である政府交通部前まで行進したものだという[陳 2019 : 63, 75-77]。ならば、著者の記述は正確を欠くのではない

か。

- (6) 例えば、Cheer *et. al.* (eds.) [2018], Lew *et. al.* (eds.) [2018].
- (7) 再入国・入国の外国人を含む。ただ、2021年5月現在、日本政府の水際対策は外国人の再入国・入国を例外的にしか認めていない。
- (8) 「時代は大正、だと思ふ。ある夏の日の夕方、戎橋の北詰から「祝洋行何某君」と書いた幟に送られて、一人の男が川岸に繋いであるランチに乗り込んだ。幟を立てた見送り人は、宗右衛門町の芸者、幫間など、送られる何某君は五つ紋の紋付に仙台平の袴という正装である。万才万才の声にランチが道頓堀の川下へ向かって滑り出すと、ソレッとばかりに、見送り人一同は宗右衛門町の河岸を西へ向かって走り出す。大黒橋の袂に着いた一同が掲げた幟には、こんどは「祝婦朝何某君」。やがて橋際に着いたランチから何某君が、いつの間に着がえたのかモーニング姿で颯爽と降り立って、一同とともに帰朝歓迎会の宴席の設えられたお茶屋へ繰り込む……。さる通人が考えついた“洋行ごっこ”という遊びである。][三田 1975 : 58]。

引用文献

【日本語】

王向華

2004 『友情と私利——香港一日系スーパーの人類学的研究』東京：風響社。

加藤弘之

2013 『「曖昧な制度」としての中国型資本主義』東京：NTT 出版。

2016 『中国経済学入門——“曖昧な制度”はいかに機能しているか』名古屋：名古屋大学出版会。

長尾有記・梅室博行

2012 「おもてなしを構成する要因の体系化と評価ツールの開発」『日本経営工学会論文誌』63(3) : 126-137。

日野みどり

2004 『現代中国の「人材市場」』東京：創土社。

2005 「現代中国の職業観に関する予備的考察——『敬業』概念をめぐって」『金城学院大学論集社会科学編』2(1) : 67-80。

2008 「現代中国の職業観に関する一考察——「敬業」概念をめぐって」西村成雄・許衛東編『現代中国の社会変容と国際関係』、31-47 頁、東京：汲古書院。

三田純市

1975 『道頓堀——川・橋・芝居』京都：白川書院。

湯谷昇羊

2013 『「いらっしゃいませ」と言えない国——中国で最も成功した外資・イトーヨーカ堂』東京：新潮社(新潮文庫)。

【英語】

Cheer, Joseph M. and Alan A. Lew (eds.)

2018 *Tourism, Resilience and Sustainability: Adapting to Social, Political and Economic Change*. London: Routledge.

Lew, Alan A. and Joseph M. Cheer (eds.)

2018 *Tourism Resilience and Adaptation to Environmental Change: Definitions and Frameworks*. London: Routledge.

Wong, Heung Wah

1999 *Japanese Bosses, Chinese Workers: Power and Control in a Hongkong Megastore*. Richmond: Curzon Press.

【中国語】

陳建源

2019 『從サクラ到プロ：台湾導遊的專業化之路』新北：稻鄉出版社。

【ウェブサイト】

「水際対策の抜本的強化に関する Q & A(令和 3 年 3 月 21 日時点版)」『厚生労働省』、<https://www.mhlw.go.jp/stf/sei->

sakunitsuite/bunya/kenkou_iryoyou/covid19_qa_kanrenkigyoyou_00001.html#Q4-1(2021年5月16日閲覧)
[[「微出國」風潮席捲全台！4大航空公司參戰…誰是好感度冠軍？]『經濟日報』(2020年8月11日付)、<https://money.udn.com/money/story/5648/4773002>(2021年5月16日閲覧)

