

第1章

現代日本の新婚旅行報道—戦後日本の『読売新聞』より—

今井 重男

1. 緒言：論点

結婚は人類誕生以来、形を変えながら現代まで続く。しかも、一人ひとりにとって、その意味が異なる複雑怪奇なものであるにもかかわらず、時代の影響を強く受けるという不思議な儀礼を伴う。このように得体のしれないことと言えそうな結婚あるいはブライダル¹を考察対象にする場合、歴史という時間軸を含めながら、社会的要因、文化的要因など、いくつもの条件を考慮しなければならない。そして、我々のこうした認識を満足させてくれる研究資料のひとつが新聞記事であると考えている（今井、2020：1）。

新聞記事には、正史として残りそうな政治や戦争といった国家イベントを報せる役割と、他方正史として記録する者のいないような、日々の暮らしや些細な出来事についても情報提供する機能を具備すると考えている。しかも、いずれの記事もそのほとんどは速達記事で、その時、その現場にいた記者の“率直な感情”で書かれていたと理解している。また、人々が情報を得、与えること、ただちにそれは情報交換となるが、その営みは人類の発生と起源を一にするという主張がある。文字を持たない太古の時代にも新知の交換をしていたことは容易に予想でき、つまり情報交換は人間、否動物の極めて本能的な活動とも言えよう。本稿ではこうした情報をやり取りを媒介する存在としても新聞に関心を寄せる。

さて本稿がテーマとする新婚旅行について思うことを述べてみたい。旅行には様々な形態があることに異論はないだろう。両親と子どもがワイワイと楽しく行く家族旅行、幼稚園や小学校の遠足、中学校・高等学校の修学旅行や大学の卒業旅行、交際する二人で行く婚前旅行や結婚後の新婚旅行…、生まれてから死ぬまでの一生が長途の旅であるといった考えも含めれば、その種類は枚挙に暇がない。このように多種多様の旅行において、我々が本稿で取りあげるのはハネムーン、つまり新婚旅行である。

¹ 本稿では、結婚を「夫婦になること」自体、ブライダルは「(結婚に伴い)実施されるさまざまな活動」と規定して議論を進める。

そもそも結婚というものは考えれば考えるほど不思議な通過儀礼である。お互いが惹かれ、心底愛し合うとはいえ、それまで全く別の環境、家族の中で生きてきた二人が、ある瞬間を境に共同生活を開始するのである。そして新婚旅行は、その第一歩として比較的豪華な旅行に発つのであり、生涯の思い出として長く記憶に残るのは当然であろう。新婚旅行という語から連想されるのは、新婚夫婦が喜びに打ち奮え胸はずませる姿であり、こうした前提で議論を進めていく。以上のような認識に基づき、新婚旅行についてどのような報道があったのか、同時代感覚でその軌跡を追い論放する。具体的には、『読売新聞』の新婚旅行を扱った新聞記事・広告を渉猟するという作業を通じた研究である。

新聞記事は当時の記者が毎日書き続けたドキュメントであり、他方、新聞広告は広告主が読者に訴求したいことや受け入れられるであろうと予想した世相を映す鏡である。新聞記事・広告をこのように捉えることを断ったうえで、折折の新聞記事・広告を拾いながら時代の移り変わりを探索し、我が国において新婚旅行がたどり、そして向かう先の基礎研究としたい。

本稿の構成は次のようになる。この後の 2 章では、本稿で取り扱った新婚旅行記事の諸元を説明する。データベースの仕様変更により検索期間が 2 分されており、検索対象が若干異なることも補説する。続く 3 章では、我々が特徴的であると選択した 65 本の主要記事と 39 稿の広告を概観する。そして最後の 4 章では論放結果と今後の研究課題について簡単に述べる。

2. 新婚旅行報道諸元

ところで新婚旅行記事²という場合、それが何を指すかは必ずしも明確ではない。本稿に先立つ拙稿で「ブライダル記事」について「記事の標題にそれが表出している場合もあれば、内容で記されている場合もあろう。あるいは、わずかに熟語として記述されていることもある。それらのどこに線を引きブライダル記事とすることが適切なのか、悩ましい問題である」(今井、2017:322)と述べ、最終的に、『読売新聞』の記事検索サービス「ヨミダス歴史館」³の「キーワード検索」機能を判断基準としている。本稿でもこれに倣い、「新婚旅行」、「ハネムーン」を検索語に用いて、このいずれかがキーワードに該当すると判断

² 本稿では、記事以外に広告も調査対象として、双方合わせて新婚旅行記事と考えている。

³ 「ヨミダス歴史館」とは、この名称によって株式会社読売新聞東京本社が提供するインターネット上での読売新聞記事検索サービスで、1874 年の創刊以来の朝刊、夕刊、号外などのほか、地域版や同社の発行する英字新聞までを網羅している。

訪日外国人旅行者による新婚旅行の特徴と発展可能性に関する考察

されたものを「新婚旅行記事」と規定し、以外は除外した。つまり、発行者たる『読売新聞』の判断を尊重し、それに従う立場ということとなる。

本稿が通読した記事に関する諸元は図表1の通りである。調査対象とした期間は、戦後の1945（昭和20）年8月16日から、本稿入稿直前の2023（令和5）年末とした。このように期間を設定した主な理由は3つある。1つ目の理由として、新婚旅行が大衆化する「戦後復興が進み、日本の経済力が戦前のピークと同程度まで回復した昭和二十年代の後半」（白幡、1996：171）から、日本経済が年々発展し続けた高度成長期にかけていかなる変化を見せたのか興味を抱いたからである。戦前・戦中の昭和期は、「新婚旅行が大衆化する萌芽とその退行が短期間に緋い交ぜと表出する時代」（今井、2017：180）と考えられ、今回は論攷の対象外とした。2つ目は日本中が熱気を帯びていたバブル経済期とその破綻による揺り戻し、つまり経済の進捗と停滞時期にそれぞれ選ばれた新婚旅行について調べたいと思ったからである。ところで2019（令和元）年末に始まった新型コロナウイルス感染症（COVID-19）は、世界的な大流行となり、人々の生活様式はさまざまな自粛を余儀なくされた。もちろんそれは本稿が取り扱う新婚旅行も該当し、とりわけ“行動制限”は国内外への旅行をほぼ全面的に中止するに至らしめた。3つ目の理由は、“甘い旅程・演出”のもと行われる新婚旅行が、新型コロナウイルス感染症拡大前後でどのように捉えられていたのか知りたいと考えたからである。

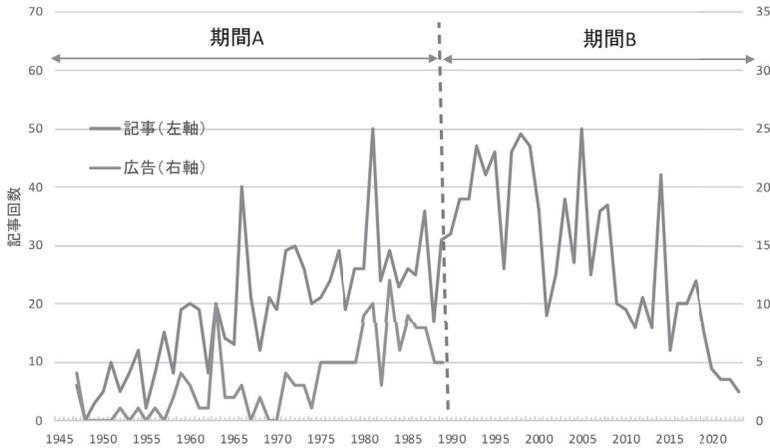
本稿の調査期間中の記事総数は約751万4千本であった。「ヨミダス歴史館」は、検索期間が、①1874（明治7）年の創刊から昭和が終了する1989年、②主に平成・令和時代の1986（昭和61）年以降に2分されており、本稿ではこの①を「期間A」、②を「期間B」と規定した。期間Aは紙面の縮尺版を、期間Bは記事が文章として表示されるという違いがある。さらに複雑なこととして、期間によって対象紙が異なり、図表2に示すように期間Bは広告の検索ができない仕様である。このような状態にあるものを、なるべく連続性を保つ情報に紡ぎ合わせた結果が、対象記事の1,775本（記事：1,627本、広告：148稿）となる。全体俯瞰してみても記事数が多い年（ヤマ）が存在する。そのうち、1981（昭和56）年は英国チャールズ皇太子とダイアナ妃の結婚とエジプトへの新婚旅行記事、1998（平成10）年は前年末に出版された吉本ばななの著書『ハネムーン』に関する論評と広告であった。

図表1 新婚旅行関連記事 諸元

調査新聞	『読売新聞』（期間A：朝刊・夕刊・号外・第2夕刊・別刷／期間B：全国版）
調査期間	戦後昭和から令和5年末（期間A：1945～1989／機関B：1990～2023）
調査対象紙	1945（昭和20）年8月16日～2023（令和5）年12月31日発行号

調査期間記事総数	記事：約 751 万 4 千本、広告（期間 A のみ）：約 105 万 1 千稿
対象記事検索法	「ヨミダス歴史館」の記事検索で、「新婚旅行」、「ハネムーン」のいずれかが検索語となっている記事
対象記事数	1,775 本（記事：1,627 本、広告：148 稿）

図表 2 新婚旅行関連記事・広告 掲載推移



3. 記事と広告から読む新婚旅行

我々が特徴的であると考えた 65 本の主要記事を図表 3 にまとめた。列記した中から、(1)新婚旅行出発のタイミング、(2)ロイヤルウエディングの影響、(3)新婚旅行の情報提供、の観点から以下に考察する。

3-1. 「大安」に挙式し、即日発った昭和時代

昭和時代の記事では、「新婚さん大混雑 大安吉日の東京駅」（1962.10.08）、「“新婚線” 大安ラッシュ」（1965.10.04）、「新婚さんは“雲の上” 13日の大安吉日、成田空港に1000組以上」（1980.04.14）のように、「大安」の結婚式集中と、挙式直後の新婚旅行出発が読める。たとえば1962（昭和37）年10月8日には「きのう七日は日曜と大安吉日がかさなって、結婚式場はどこもたいへんなラッシュ。・・・おかげでいそがしかったのが東京駅。伊豆、熱海方面行きの電車はカップルで満員。午後五時ごろには、ソワソワ、ニヤニヤ組と見送り人がホームであふれ、この混雑の中で花ムコを胴上げする組まであらわれた。」と書かれている。当時の首都圏のカップルは、結婚式後当日に電車で主に伊豆方面の新婚旅行へ

出かけたようである。1962年では電車を利用した新婚旅行であったが、1965（昭和40）年には「この日の新幹線ホームは、新郎新婦と見送り人でいっぱい、新幹線変じて“新婚線”というところだった。」となる。行き先こそ明記されていないが、利用する交通手段が電車から新幹線へ高速度化し、より遠隔地を訪ねる旅行に変貌したことが想像できる。またこれらの記事から、鉄道を利用する新婚旅行では、新婚カップルの旅たちを関係者がホームで見送っていたことも分かる。実際に筆者自身も経験があるが、新婚旅行へ向かうカップルの出発を関係者が、祝福と冷やかしとを緋交ぜに新郎を胴上げし、あるいは紙テープやクラッカーを鳴らしてホームで見送るのである。この見送りにまつわる記事には「新婚クラッカー新幹線止める テープが架線にからみ／横浜」（1972.11.26）や、「“クラッカー遅れ”も／京都市新幹線ホーム」（1977.05.18：図表3未掲）、「新婚に負けた新幹線 歓送のレイ、パンタにまきつく」（1979.05.21：図表3未掲）、「新婚さんで乱れっぱなし 架線に見送りテープ…故障／JR北陸本線魚津駅」（1996.05.19）などがあり、いずれも新幹線や電車の運行を遅延させた迷惑行為に関する報道であった。その後、1980（昭和55）年には「この日飛び立ったカップルもハワイやグアム・サイパンが圧倒的に多く、午前九時発サイパン経由グアム行き日航九四七便は乗客二百十三人中二百四人が新婚。」といった記事があり、時代とともに利用する交通手段が電車⇒新幹線⇒飛行機へとより高速な乗り物となり、旅先も比較的至近な伊豆から海外リゾート地へと遠くなっていった。

ところで「ゼクシィ 結婚トレンド調査2023」によれば、挙式を実施する暦（六輝）を重視したカップルの割合は「重視した：17.1%」、「やや重視した：36.4%」で、「大安」の挙式は32.3%となっている。他方で「仏滅」に実施したカップルも9.1%おり、極端に「大安」へ集中しているとは考えられない。また、実施曜日は「土曜日：48.1%」、「日曜日：30.6%」、「祝日（土日以外）：7.9%」ということで、全体の87%のカップルが土日祝日の挙式に集中している。こうした状況から、現代は暦よりもむしろ実施曜日を重視することが疑われる。ところで新婚旅行出発のタイミングについては、結婚「式後3か月～半年未満：19.5%」、僅差で「式後1か月～3か月未満：18.9%」、「式の翌々日から1か月未満：18.4%」が続く。すなわち新婚旅行出発は、結婚式後十分な時間を経てからとする傾向が見られ、事実、結婚「式翌日：13.2%」、挙式直後は僅か「式当日：1%」にとどまる⁴。つまり、昭和時代には「大安吉日に結婚式を挙げた即日鉄路」出発した新婚旅行が、現代

⁴ 数字はいずれも「ゼクシィ 結婚トレンド調査2023」（首都圏版）に記載のある「全国（推計値）」である。新婚旅行といえば、これまで「式後」に出発するのが一般的であったが、調査では「式前」に旅するカップルが「結婚式の前：15.8%」となっている。

では「土日祝日の結婚式後に、十分な準備時間を経たのち空路」で行くスタイルへと変化したようである。

3-2. ロイヤルウエディングと新婚旅行

結婚式や新婚旅行をはじめとするブライダルサービスは世論の影響を受けやすい。これまでも、有名人が結婚するタイミングで結婚式場が忙しくなり、あるいは芸能人がキリスト教会で挙式すればキリスト教式の、さらに和装婚をすれば白無垢に紋付き袴での挙式が増加すると語られることがあった。また、たとえば大規模な災害が発生すると、予定していた結婚式を延期または取りやめるといった状況が見られた。こうしたことは、災害による被害の直接的な有無にかかわらず、換言すると被害を受けていないカップルさえもこのように行動することが見られた。ブライダルサービスに対するこのような世論の影響の中で、最も大きなインパクトを与えるのが“ロイヤルウエディング”だと考えている。図表3に掲載した“ロイヤルウエディング”の新婚旅行の報道は、「皇太子さまの新婚設計伊勢へ新婚旅行 挙式までは電話で語らい」（1958.11.27）、「常陸宮ご夫妻 “新婚旅行”へご出発 超特急「ひかり号」で」（1964.10.06）の他、終戦2年後の1947（昭和22）年に「英王女御結婚式 祝福のバラくぐって蜜月旅行へ」（1947.11.22）というものまである。「英王女」は、結婚後にイギリスの他14か国の英連邦王国及び王室属領・海外領土の君主となり、2022年に96歳で亡くなったエリザベス2世（Elizabeth Alexandra Mary）である。太平洋戦争で敵国であったイギリスの王女の結婚と蜜月旅行（ハネムーン）の様子について、ロンドン特電として「お祝いに集った欧州各国の王様、女王様方が手に手に投げる五彩の切紙コンフェッッチとバラの葉の雨の下をくぐってバッキンガム宮を出発しロムゼーに向かわれたその瞬間こそこの日の圧巻であった。」と詳報している。

1958（昭和33）年の記事の「皇太子さま」は現在の上皇である。この結婚は皇室の旧習を打ち破ったとして、日本国民に新鮮な印象を与えた。それまでの皇太子妃の傾向や予想を裏切り、旧皇族や旧華族ではない女性が皇太子の結婚相手として決まったからである。民間企業の社長の娘である“平民”女性の正田美智子と、未来の天皇となる明仁皇太子（継宮明仁親王）が軽井沢のテニスコートで出会い結婚に至ったという物語が話題となった。婚約発表から「御成婚」まで日本を支配した歓迎ムードは、戦後の“象徴”天皇制を国民が実感するきっかけとなり、まさに国民の天皇制観を刷新した。そしてこの皇室慶事は、「美智子さん」報道に触れた当時の若い女性たちを中心に「ミッチー・ブーム」を巻き起こしたのであった。

このように世論をけん引するエネルギーを有するロイヤルウエディングであるが、とり

わけ新婚旅行の行き先として大ブームを惹起するきっかけをつくったのが、島津貴子の新婚旅行「胸にかおる花 新婚旅行へ 島津夫妻が出発」(1960.05.01) 報道である。貴子皇女(清宮貴子内親王)は、明仁皇太子の妹として1939(昭和14)年に生まれた第五皇女で、通称「おスタちゃん」と親しまれた女性である。1959(昭和34)年3月10日に、旧華族の佐土原藩島津家の家系に連なる久永と結婚する。久永は“皇室以外の一般銀行員”であり、戦中までは“^{あきつみかみ}明御神の子”であった貴子が結婚とともに皇籍を離れ、開かれた皇室、皇室の庶民化というイメージをもたらした。とくに婚約発表直前の満20歳の誕生日記者会見で貴子が発した「私の選んだ方を見ていただきたいワ」というコメントは、その発言・肉声がラジオで日本全国に流れ庶民感覚にとてもうけた。そしてこの島津夫妻の新婚旅行の行き先が、久永の故郷の宮崎であった。1960(昭和35)年に出発した二人の新婚旅行は、宮崎神宮、こどものくに、青島、サボテン公園、鶴戸神宮、えびの高原を観光し、霧島高原ホテルに宿泊するという日程をとった⁵。国民の人気を誇る貴子の新婚旅行には、多くの新聞や週刊誌記者が同行してこと細かに記事や写真で詳報した結果、それは宮崎にとって願ってもない新婚客獲得の追い風となる。そして、この時の観光ルートを指して“新婚旅行は島津ライン”というスローガンも生まれたのであった(富田、2018:534)。

この2年後の1962(昭和37)年5月に、皇太子と美智子夫妻が宮崎を訪問した。1959(昭和34年)の結婚と、翌年の浩宮親王(今上天皇)誕生を経て出発した、実質的な新婚旅行であった。観光バスで日南海岸を観光し、宮崎と霧島に宿泊する旅行は、島津夫妻の時と同じく詳しく報じられ“新婚旅行はプリンスライン”のキャッチフレーズが定着した(富田、2018:534)。こうした若いロイヤルカップルの相次ぐ訪問報道によって、宮崎は新婚旅行の人気地となっていく。これをさらにあと後押ししたのが、1965(昭和40)年にNHKの朝の連続テレビ小説「たまゆら」の放映である。川端康成がドラマのために書

⁵ こどものくには、1939(昭和14)年3月21日の春分の日に開園した遊園地である。戦中荒廃したが、終戦翌年にポート、木馬、射的場などを整備し復活した。付近の青島海水浴場とともに宮崎市民の憩いの場として人気であった。青島は日南海岸国定公園の北端にある周囲約1.5kmの小島である。鬼の洗濯岩といわれる奇岩、島の持つ自然の美しさや珍しさ、島から眺める対岸の白浜と松林などが一体となった観光地である。青島から鶴戸神宮に至る道程の中継地点にあるサボテン公園は、薬用として増殖していたサボテン200本を移植して1937(昭和12)年に開園した。本格的な観光施設として注目されるのは昭和20年代後半であった。鶴戸神宮は日向灘の海岸の絶壁に広さ300坪の洞窟の中にある。朱塗りの美しい社殿の後ろには暖帯樹が繁茂して自然美をなし、前に奇石怪岩が波に洗われ、社殿とともに自然と人工美が調和した美を備える。えびの高原は、霧島山の最高峰韓国(からくに)岳(だけ)の西部に広がる盆地性高原。地名の由来は、高原に自生するススキの群落が硫黄などの硫黄ガスの影響で赤褐色のエビ色に染まることに基づいている。こどものくに、サボテン公園については『宮崎交通70年史』(1997)に詳説があるので参考されたい。

き下ろしたこの作品の題材は新婚旅行であった。番組の始まりには橘公園⁶の風景が繰り返し映し出され、日南海岸、えびの高原、高千穂などの観光地が紹介された。このように“島津ライン”、“プリンスライン”、“たまゆら”が相乗して、1960年代中期から70年代にかけて、宮崎が新婚旅行のメッカとなったのである。白幡は当時の宮崎の様子を「たとえば昭和四十年代後半から五十年代前半、戦後のベビーブームといわれた時期に生まれた若者たちが生み出した新婚ブームの頂点の時期。この時期に生まれた新婚カップルは毎年100万組前後だった。そのうち、なんと四分の一、ときには三分の一をこすカップルが、新婚旅行で宮崎をめざした」と述べている（白幡、1996：177）。

3-3. 新婚旅行の心得と交通公社調査

情報を得る手段が限定的であった時代、新聞は貴重な情報源の一つであった。1957（昭和32）年の「新婚旅行の心得」（10.25）は、情報に乏しい読者を意識した、新婚旅行のいろはを解説した“指南書的”記事である。冒頭「新婚の旅は二人の幸福な生涯のスタートでもあるし、けわしい毎日の生活の中に一脈の美しさ、楽しさを点ずるものでありますから、出来るだけよい機会をつかんで、新婚旅行に行かれるがよいと思います。」と新婚旅行の意味やと出発時期の重要性を説く。続いて、見出しにもなっている「コース」に関して「地図と時刻表を首っ引きしてフィアンセ同士が新婚の旅のプランを練るのは楽しいきわみです。温泉、高原、峠越え、溪谷・湖水、船の旅、スキーの旅、二人の思うがままのコースを選ぶことができるからです」と記した後、「新婚の旅に北海道を一周するとか、四国、九州の旅をするとかいうことは、余りに盛り沢山のスケジュールを組まねばならなくなりますから、そうでなくとも疲労しがちな新婚前後の人たちは余り盛り沢山の行程を組まぬほうが賢明なやり方です。出来れば一カ所に何日か滞在し、付近を散歩でもしながら生活の設計を相談されるのがよいでしょう」と、趣味に合わせて行き先を決めればよいが、忙しくならない配慮が必要とのアドバイスをおく。さらに、“旅館の女中”や“ふろ番のおじさん”へ渡すチップの額と、前渡しの関西方式と後渡しの関東風の違いも示している。旅行費用とモデルコースについて「おめでたい数字の七、五、三をとって、三千元、五千元、七千円の三種」紹介している。紹介した6種のモデルコースについては、所要時間と交通手段ごとの料金が記載されており、たいへん丁寧に書かれている印象をもつ。しかし

⁶ 宮崎市中心部を流れる大淀川河畔に位置する、延長1kmほどの近隣公園である。戦災復興土地区画整理事業で造られ、1948（昭和23）年に開園した。南国宮崎を演出する公園としてフェニックスとワシントンパームが植え込まれ、樹木の剪定やプロムナード、ロンプルの維持管理を宮崎交通社が行っていた。

訪日外国人旅行者による新婚旅先特徴と発展可能性に関する考察

新聞紙上での説明には、紙面の都合や記者の知識の限界もあるようで、「新婚の旅も他の旅行と同様に、目的地、日数、予算等が必要なことは申すまでもありませんが、万事、交通公社に相談されるとよろしい。」と専業への誘導も読めた。

ところで、図表3に選択掲載した中に「日本交通公社」や「JTB」の文字が見出しに現れた記事がある。「[情報カセット]空前・新婚旅行ブーム／日本交通公社」(1971.03.13)や「海外ハネムーン96% ハワイがトップ／JTBの今春分調査」(1990.03.24)などがその記事である。記事に記された日本交通公社は、旅行・観光レクリエーション・リゾート分野に関する調査研究を行うとして設立された公益財団法人日本交通公社⁷の営利部門が、1963(昭和38)年11月に分離独立・民営化した旅行会社(株式会社日本交通公社)である。同社は創立当初より、英語名称であるJapan Travel Bureauの頭文字をとったJTBを略称として使用していたが、2018(平成30)年11月に株式会社JTBへ商号変更を行った。1994(平成6)年10月25日の記事では「ハネムーン やっぱり豪華 オーストラリア5年連続トップ／JTB調べ」とともに、「[高・遠・長]平均63万円、96%が海外で平均8日間」の見出しが読める。記事によれば、ここで記された「高・遠・長」は“高額な予算をかけて・遠くの海外へ・1週間以上の長期間、新婚旅行する”という意味であった。もっとも人気の旅行先はオーストラリアのマリンリゾートとして人気のグレートバリアリーフ地区で、2位にハワイが続き、3位には2年ぶりにヨーロッパが入った。ヨーロッパの3位浮上は「女性の間で“食・歴史・ファッション”と三拍子そろったイタリア人気」が回復の救世主になったと解説する。図表4は記事に掲載された新婚旅行先ベスト3の推移である。概観してみても言えることは、新婚旅行で人気の行き先は“暖かい土地”が多いことである。60年代と70年代に北海道や東北がベスト3にランクインした年もあるが、国内では九州や沖縄、海外ではハワイ・オーストラリアなど暖かな土地が好まれた。こうした傾向を白幡(1996)は「戦前、関東における伊豆、関西における南紀でスタートした南への憧れは、戦後さらなる南国を求め、宮崎に行き着いた。宮崎の意識的な町づくり、イメージづくりの努力がその受け皿となった」(白幡、1996:184)として、新婚旅行の南下ベクトルは70年代の沖縄を突き抜けてハワイに到達したと述べているが、我々もこの意見を支持するものである。

図表3 主要記事

発行年月日	元号	記事見出し
1947.11.22	S22	英女王御結婚式 祝福のバラくぐって蜜月旅行へ
1950.09.03	S25	“結婚の秋”ひらく

⁷ 任意団体として1912(明治45)年3月に設立され、法人となったのは1942(昭和17)年12月である。

発行年月日	元号	記事見出し
1951.07.07	S26	新宿生活館に式場 5000 円で新婚旅行まで OK 都の場合／新生活モデル町村
1951.09.28	S26	結婚ラッシュ 予約は昨年倍 目立つ“実益型”の挙式
1951.10.17	S26	“空の旅”前景気は上々 25 日に1 番機 あすから航空切符発売／日航
1957.10.25	S32	新婚旅行の心得 趣味に合うコースを チップは宿泊料の1 割
1958.11.27	S33	皇太子さまの新婚設計 伊勢へ新婚旅行 挙式までは電話で語らい
1959.03.01	S34	新婚旅行に準急こだま ご成婚の日から3 日間 熱海、伊東へ予備車を出す計画
1959.03.25	S34	ハネムーン・シリーズ 航空会社提携レコード
1959.05.05	S34	6 月から“新婚周遊券” 国鉄、東北・南近畿の2 種も
1960.01.13	S35	裕次郎・北原三枝 米国へハネムーン 出国審査すっぽかし騒動 羽田空港
1960.05.01	S35	胸にかおる花 新婚旅行へ 島津夫妻が出発
1960.08.05	S35	[わたしの苦言・みんなの感謝] 予約と違った待遇
1961.04.20	S36	新婚旅行コース 2 人で1 万円
1961.11.03	S36	結婚シーズン最高潮 新婚旅行、空も満員 披露は“リバイバル調”
1962.09.16	S37	[政界メモ] 前尾さんの欧州“新婚旅行”
1962.10.08	S37	新婚さん大混雑 大安吉日の東京駅
1962.11.06	S37	新婚旅行、予約周遊券 きょうから発売
1963.05.20	S38	月賦で海外旅行 外貨自由化あてこむ 外国航空と結んで
1964.10.06	S39	常陸宮ご夫妻 “新婚旅行”へご出発 超特急「ひかり号」で
1965.10.04	S40	“新婚線”大安ラッシュ
1966.11.14	S41	悲し、空のハネムーン 衝撃で無残な遺体 潮流で2 キロ四方に散乱
1969.09.21	S44	[サラリーマン] 新婚さん 100 万組 (年間) 時代 適齢期 ベビーブームっ子
1969.10.18	S44	あすは“新婚デー” 全国で8000 組、空の旅も超満員
1970.03.01	S45	3 W+ 1 C 40 万組“結婚の春” 2000 億円の商戦
1970.10.01	S45	グアムへ日航一番機／東京・羽田空港
1970.12.02	S45	交渉決裂 空のダイヤ止まる 全日空、国内航空スト ほやく新婚・社用客
1971.03.13	S46	[情報カセット] 空前・新婚旅行ブーム／日本交通公社
1971.03.21	S46	春の結婚経済学 1 人5、6000 円が相場 式の費用 新婚旅行は半数が飛行機
1971.08.20	S46	わたしたちの新婚旅行 アンケート
1972.11.26	S47	新婚クラッカー新幹線止める テープが架線にからみ／横浜
1974.12.26	S49	新婚旅行にカネかけるヤング 「結婚式切りつめても…」 式場業者が調査
1977.05.10	S52	旅行の平均「4 泊5 日」 交通公社の新婚調査
1978.09.29	S53	新婚さんは沖縄が好き ハネムーン・アンケート
1979.05.01	S54	結婚式一段とデラックス もう珍しくない海外ハネムーン
1979.05.06	S54	[ご存じですか] ハネムーンを豊かなものに ビルが性周期を演出
1980.04.14	S55	新婚さんは“雲の上” 13 日の大安吉日、成田空港に1000 組以上
1981.08.15	S56	「大安の休日」翌日は割高 サイパングアム線 日航が格差運賃申請
1982.04.27	S57	ハワイへ、グアムへ 成田 新婚 2200 組／黄金週間
1982.10.27	S57	二人きりで過ごしたい 新婚旅行先多様化 だれでも行く所イヤ
1984.03.17	S59	今春のハネムーン 目的地が多様化 海外組が7 割にも
1985.09.28	S60	本音は個性派結婚式 新婚さん 200 組アンケート調査 費用平均 245 万円
1987.07.16	S62	[87 夏] 国際空港発レジャー = 3 円高で高級土産せつせ (連載)
1989.08.27	H1	「新婚旅行は6 月にタイ」
1990.03.24	H2	海外ハネムーン 96% ハワイがトップ／JTB の今春分調査
1990.10.13	H2	新婚旅行は豪州に 人気、2 年ぶりトップ／JTB 調査
1991.10.17	H3	新婚旅行、海外が95% オーストラリア連続トップ／JTB アンケート調査
1993.06.26	H5	皇太子ご夫妻、伊勢路ハネムーン きょう伊勢神宮に結婚ご報告
1994.09.05	H6	眠らない関西空港 開港初日、5 万 5000 人旅立つ 夜までラッシュ
1994.10.25	H6	ハネムーン やっぱり豪華 オーストラリア5 年連続トップ／JTB 調べ
1995.10.17	H7	結婚費用 768 万円、これでも2 年連続減 挙式簡素化や不況で／三和銀行まとめ

訪日外国人旅行者による新婚旅行の特徴と発展可能性に関する考察

発行年月日	元号	記事見出し
1996.05.19	H8	新婚さんで乱れっぱなし 架線に見送りテープ…故障／JR 北陸本線魚津駅
1997.02.12	H9	[いずみ] 鹿児島・霧島路で坂本竜馬とお竜をしのぶハネムーンウオーク
1997.10.03	H9	成田結婚すっごく便利 乱立で利用客減りホテル新しのPR その足で新婚旅行
1997.12.28	H9	結婚式を挙げW杯へ行こう ホテル日航大阪が新婚旅行付き新プランを発売
1998.07.11	H10	[いずみ] 宮崎市の大淀川河畔で温泉がわき出す
1998.09.02	H10	首都圏のカップル、結婚費用68万円ダウン “地味婚”風潮強まる？
1999.07.04	H11	[おあしす] ニューゼaland行きジャンボ機内で結婚式
1999.10.24	H11	ハネムーン「安近短」志向 秋の海外平均、2人で50万円割る／JTB調査
2000.09.19	H12	関西の新婚さん、結婚費用平均646万円 3年連続減／リクルート99年度調査
2003.04.17	H15	復権 新婚旅行で済州島の人気回復／朝鮮日報紙
2006.06.28	H18	[余響]「よき時代」の象徴「宮崎交通本社ビル」の解体
2006.10.07	H18	大阪・梅田に海外挙式専門店 阪急交通社、きょう新設
2013.08.07	H25	団塊世代 懐かし旅行 修学旅行・ハネムーンの地へ再び
2019.04.03	H31	リゾート婚 韓国売り込め ワタベが進出

図表4 秋のハネムーン 人気旅行先ベスト3

年	元号	1位	2位	3位
1969	S44	九州	南紀	京都
1970	S45	九州	東北	関東
1971	S46	九州	北海道	関東
1972	S47	南九州	中国・四国	北海道
1973	S48	南九州	北海道	北・西九州
1974	S49	南九州	北海道	沖縄・奄美
1975	S50	南九州	北海道	沖縄・奄美
1976	S51	南九州	沖縄・奄美	北海道
1977	S52	沖縄・奄美	南九州	ハワイ
1978	S53	沖縄・与論	北海道	ハワイ
1979	S54	ハワイ	沖縄・与論	北海道
1980	S55	ハワイ	沖縄・与論	グアム・サイパン
1981	S56	ハワイ	沖縄・与論	グアム・サイパン
1982	S57	ハワイ	沖縄・与論	グアム・サイパン
1983	S58	ハワイ	沖縄・与論	グアム・サイパン
1984	S59	ハワイ	オセアニア	ヨーロッパ
1985	S60	ハワイ	オセアニア	ヨーロッパ
1986	S61	ハワイ	オセアニア	ヨーロッパ
1987	S62	オーストラリア	ハワイ	米国本土
1988	S63	オーストラリア	米国本土	ハワイ
1989	H1	ハワイ	オーストラリア	ヨーロッパ
1990	H2	オーストラリア	ハワイ	ヨーロッパ
1991	H3	オーストラリア	ハワイ	米国本土
1992	H4	オーストラリア	ハワイ	ヨーロッパ
1993	H5	オーストラリア	ハワイ	米国本土
1994	H6	オーストラリア	ハワイ	ヨーロッパ
1996	H8	ハワイ	オーストラリア	米国本土
1997・春	H9	米国本土	ハワイ	オーストラリア
1999	H11	ハワイ	米国本土	オーストラリア
2001・春	H13	ハワイ	米国本土	ヨーロッパ
2002	H14	ハワイ	ヨーロッパ	オーストラリア

1994年10月25日記事に、1996年10月16日、1997年3月20日、1999年10月24日、2000年4月5日、2002年11月5日記事を接続し筆者作成

3-4. 広告による新婚旅行攷

戦後から 1989 年末までの期間 A に読売新聞に出稿のあった新婚旅行関連の広告のうち、我々がユニークと感じたものが図表 5 にまとめた 39 稿である。広告主を眺めると、①ホテル・旅館、②航空会社、③旅行会社、④結婚式場、が多いことが分かる。

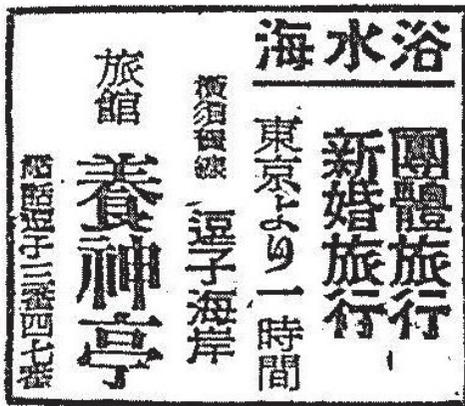
図表 5 主要広告

発行年月日	元号	広告見出し
1947.06.24	S22	海水浴 団体旅行 新婚旅行／旅館養神亭
1947.09.17	S22	映画「新婚旅行」／松竹
1952.10.21	S27	新婚旅行／川奈ホテル
1954.09.07	S29	新婚旅行に国立公園十和田へ／十和田観光ホテル
1958.10.27	S33	空の新婚旅行／日本航空
1959.02.24	S34	新婚旅行は 2 割引の空の旅で／全日本空輸
1959.09.22	S34	ハネムーンは 2 割引のプレゼント／日本の翼 皆様の翼 日本航空
1963.09.22	S38	挙式からハネムーンまで 東武結婚式場／東武デパート
1963.10.02	S38	東芝テレビ ハネムーン／東京芝浦電気 東芝商事
1965.01.21	S40	金閣寺式場／角万
1965.05.04	S40	御新婚旅行に ゴルフに／川奈ホテル
1968.10.16	S43	お支度から新婚旅行まで／神田明神会館
1971.05.15	S46	ルックハニー／日本交通公社
1971.08.16	S46	スイート・ハワイ 6 日間ハネムーン／日本航空
1971.09.12	S46	ハネムーンは海外へ／日本航空
1971.10.02	S46	便利なハネムーンセット旅行／全日空
1972.08.03	S47	ワイド化するハネムーン
1973.08.29	S48	細やかな配慮 交通公社の新婚旅行／日本交通公社
1973.09.05	S48	国内ハネムーンは赤い風船 海外ハネムーンはマッハ／日本旅行
1975.08.11	S50	ハワイ 6 日間ハネムーン／はとバス海外旅行
1976.03.13	S51	挙式からハネムーンまで／永信会館 永信観光
1977.02.28	S52	ヨロン島 6 日 魅惑の沖縄、ハネムーン 5 日／全日空
1977.08.08	S52	ジーンズプライド エースのハネムーン／日本交通公社
1978.11.26	S53	ウィンタープライダルサービス／銀座東急ホテル
1979.09.15	S54	ハネムーン・ツアー／プライダルサロンサンマルコ
1980.06.04	S55	愛の旅立ちパールハワイ 6 日間／日通航空
1981.02.05	S56	第 1 回合同結婚式・新婚旅行／ニューカレドニア・ツアーセンター
1981.08.12	S56	JALPAK で行くハネムーン／東芝ツーリスト
1981.12.10	S56	来春のハネムーン ハワイへ、ウエストコーストへ／全日空
1982.08.30	S57	中国ハネムーン／新日本トラベル
1983.02.24	S58	ジュンプライド ハワイ バリ島／シブヤ 109 プライダルカウンター
1983.06.29	S58	ハネムーン 南欧・地中海ギリシャの遺跡とアテネの旅／スイス航空
1983.07.08	S58	ノースウエストで飛ぶルックのハネムーン／日本交通公社
1985.07.04	S60	週刊明星 7 月 18 日号ハネムーン特大号／集英社
1985.07.19	S60	ハネムーンのための「ニュージーランドの夕べ」／はとバス旅行
1985.08.28	S60	ASEAN ハネムーンの夕べ、500 名様ご招待／近畿日本ツーリスト
1986.08.25	S61	パラダイス・ハネムーン プケット島 モルディブ／オーキッド・ツアー
1986.12.23	S61	87 海外ハネムーン／全日空ハローツアー
1989.05.24	H1	89JTB ハネムーンご相談会／日本交通公社

訪日外国人旅行者による新婚旅行の特徴と発展可能性に関する考察

戦後初めて新婚旅行という文字の載った広告は旅館養神亭であった（図表6）。海水浴や団体旅行とともに新婚旅行という語が読める。養神亭が立地する神奈川県逗子は、現在でこそ住宅街や海水浴のイメージを持つが、1947（昭和22）年の出稿当時は東京近郊の保養地であった。創業は1889（明治22）年で、戦前は高級旅館として名を馳せ、政治家や高級軍人、文人はじめ、戦前戦後を通じて東京の名門私学の修学旅行宿泊地として利用された。なお、徳富蘆花が書いた小説『不如帰』は、ここで執筆された。一方、川奈ホテルは「御新婚旅行は東京から二時間の川奈ホテル」（1952.10.21）のコピーで広告出稿している（図表7）。大倉財閥の別荘として建てられた川奈ホテルは、太平洋戦争開戦直後には戦時交換船で帰国するまでの間のイギリス大使館やアメリカ大使館員の抑留先となった。敗戦後は連合国軍に接収され、1952（昭和27）年に解除を受けた。

図表6・7 【広告】旅館養神亭（1947.06.24）／川奈ホテル（1952.10.21）



航空会社の新婚旅行に関する広告は、「空の新婚旅行／日本航空」（1958.10.27）に始まった（図表8）。「雲の上で二人だけの夢を語りながら美しい景色を楽しめる日航機でお出かけ下さい」のコピーと、「新婚旅行御搭乗記念」チケットの写真が掲載された。この広告の直後11月に皇太子と美智子さんの婚約が発表され、日本国中が「ミッチー・ブーム」に沸き始めると、翌1959（昭和34）年には全日空が図表9のような「新婚旅行は2割引の空の旅で／全日本空輸」（1959.02.24）を出稿した。先述の日本航空同様「白い雲海の中にお二人だけの思い出を残すチャンスです」と記した後、新たに「新婚のお二人のために2割引という素晴らしいプレゼントを用意してお待ちしています また機内では、お二人の門出を祝う美しい記念航空券に機長がサインをいたします」と現在では行われていない

航空会社に負けず劣らず、旅行会社も新婚旅行の広告を出稿した。図表5に名前がある旅行会社は、日本交通公社、日本旅行、近畿日本ツーリストなどの大手のほか、ほとんども海外旅行、永信観光、日通航空や新日本トラベルといった中規模まであった。「ルックハニー／日本交通公社」(1971.05.15)では、ハワイ(5・6・7日間、7日3島めぐり)、香港(4日間)、香港・マカオ(4日間)、香港・台北(5日間)、香港・マカオ・台北(6日間)、グアム(3・4・5・6日間)を紹介している。海外へ向かう新婚旅行の場合、今も昔も人気のハワイの他、香港やマカオあるいは当時国交のあった台湾など、アジア地域に注目していたようである。

この時代は、「金閣寺式場／角万」(1965.01.21)、「お支度から新婚旅行まで／神田明神会館」(1968.10.16)、「ウィンターブライダルサービス／銀座東急ホテル」(1978.11.26)などの結婚式場の広告にも“新婚旅行”が読める。このうち角万は、戦前の仕出し屋から始まった結婚式場で、1963(昭和38)年9月に7階建てビルの屋上階に京都の金閣寺と同

サイズで瓜二つの結婚式場を眺めた。当時のテレビCMで流れた「オオツカー、カドマーン！」を記憶されている方もいらっしゃるだろう。この式場は頻繁に新聞広告を出稿し、結婚式契約者を新婚旅行に招待する、という文脈で記述されている。一方で神田明神会館の広告(図表11)には、結婚の披露・美粧・着付・写真・式服・旅行案内と書かれており、結婚式場事業に付随するブライダルサービスとして新婚旅行をとらえていた。

図表11

【広告】神田明神会館(1968.10.16)

4. 結言

本論攷「現代日本の新婚旅行報道—戦後日本の『読売新聞』より—」は、新婚旅行研究を進めるための基礎的な作業である。したがって、この成果は我が国の新婚旅行の変容あるいはブライダル産業・文化などの研究に資することが期待される。こうした本稿での研究の性格を認識したうえで、その価値につ

いて結言として述べてみたい。

第 2 章で述べられた調査期間に対応した考察については、3 つの理由とも確証を得られない結果となった。1 つ目の理由とした戦後の復興期から高度経済成長期に至る変化について、新婚旅行の交通手段が電車⇒新幹線⇒飛行機へ高速化したことはうかがえたものの、それ以上のことは明示的には把握できなかったように感じている。次のバブル経済前後についても、たとえば増加傾向にあった費用が急に減額したなどの明確な変容は得られなかった。3 つ目のコロナ感染拡大前後の変化については、検索ヒット数が激減したことが分かった。それは、これまでも述べたように、強力な行動制限・移動制限、感染症蔓延を忌避する世論の影響と推測されるが、記事数が少なく確証は得られていない。このような期間対応の考察に新聞記事が適していないのかもしれない、論攷を継続するならば別の方法・手段を考える必要がある。

このように書くと、この論攷自体が徒労に終わると結論付けられてしまいかねないが、得られた知見もあり以下に摘記しておきたい。まず、戦後から 2023 年末までに発行された『読売新聞』に掲載された新婚旅行関連記事および広告 1,775 本をすべて通読した意味である。我々はブライダル研究をスタートさせて以来、今日までに痛感したのは、研究方法が確立していないことと既存の経営学や経済学の手法を用いて研究を進めることの限界であった。その理由はブライダルを構成する要素が多岐で複雑なことに尽きるが、ゆえに研究方法も含めて手探りで研究に向き合っている状態である。むべなるかな、全体像を把握することが困難になっている。こうした状況にあって本論攷は、戦後から現代に至る限定的な時期ではあるが、『読売新聞』掲載記事による新婚旅行に関する全体像を明らかにする野趣な試みであった。

80 年間弱の新婚旅行関連記事という立場に限定されるが、本稿が取り上げたのは焦土・敗戦からの復興を成し遂げた体験者としてその新鮮さに昂揚した新聞社と読者の記録でもある。これらは日本の現代史にとっても史料として貢献することがあるのではないだろうか。しかしそのように言っても、この時代の新婚旅行関連記事の持つ面白さをどこまで紹介できたか、いささか心もとない。ただし、たとえ研究価値という面では小さく弱くても、各記事が扱う出来事や人物について貴重な情報を提供してくれているはずである。そして我々はそれらが新しい気づきを与える可能性は高いと確信する。今回の研究を徒や疎かにせず、いずれ時期を見てさらに深く詳察したいと考えている。

【謝辞】

この論攷は、千葉商科大学経済研究所「訪日外国人旅行者による新婚旅行の特徴と発展

訪日外国人旅行者による新婚旅行の特徴と発展可能性に関する考察

可能性に関する考察」および JSPS 科研費・基盤 C (20K12432) の研究助成の成果の一部です。ここに明記して感謝します。

【参考文献】

今井重男 (2017) 「近代日本のブライダル報道—明治期の『読売新聞』より—」『千葉商大論叢』第 54 巻第 2 号。

今井重男 (2020) 「近現代日本のブライダル報道Ⅱ—大正・昭和中期の記事渉猟とヴェーバーの「資本主義の『精神』」—」『千葉商大論叢』第 57 巻第 3 号。

白幡洋三郎 (1996) 『旅行ノススメ 昭和が生んだ庶民の「新文化』』中公新書 1305、中央公論社。

富田敏之 (2018) 『地方創生の先駆者 岩切章太郎の実践観光哲学』ユーフォーブックス。

宮崎交通社史編纂委員会 (1997) 『宮崎交通 70 年史』宮崎交通。

宮崎日日新聞 1966 年 10 月 16 日号、宮崎日日新聞社。

読売新聞社「ヨミダス歴史館」。

リクルート (2023) 「ゼクシィ結婚トレンド調査 2023 首都圏」https://souken.zexy.net/data/trend2023/XY_MT23_report_06shutoken.pdf、2024 年 1 月 12 日閲覧。