

日本における LGBTQ ツーリズムの 歴史と現状をめぐる基礎的知識の蓄積

齊藤 巧弥

1. はじめに — 研究の背景と目的

本研究では、日本における LGBTQ (性的マイノリティ) の観光の歴史と現状を明らかにし、今後の LGBTQ と観光の関係性について考えるための基盤的知識を提示することを目的とする。

LGBTQ の社会的認知が向上し、制度的にも当事者らが暮らしやすい社会の形成を目指して取り組みがされている現在において、LGBTQ をターゲットとした観光にも注目が集まりつつある。例えば、沖縄のホテルである「ホテルパームロイヤル NAHA」は 2013 年に日本のホテル業界で初めて LGBT フレンドリー宣言をおこなっている¹。2019 年には「百人百様の生き方を尊重し、人種や国籍、宗教、セクシュアリティにとらわれず、全ての人に寄り添う」をコンセプトとする「CEN DIVERSITY HOTEL & CAFÉ」が東京で開業している²。実施されているのは個別の観光施設の取り組みだけではない。大阪観光局は 2018 年に IGLTA (国際 LGBTQ+旅行協会) に加盟し、LGBTQ をターゲットにして大阪の魅力を PR する「VISIT GAY OSAKA」というウェブサイトを立ち上げている。また札幌でも 2022 年 2 月 25 日には、国土交通省北海道運輸局と札幌市国際観光誘致事業実行委員会の主催による「LGBT ツーリズムセミナー」がオンラインで開催されている。ホテルなどの個別の観光施設のみならず、自治体など行政が積極的に LGBTQ ツーリズムに乗り出しているのは、昨今の顕著な出来事である。

このように様々な取り組みが生まれつつあるにもかかわらず、マイノリティに関する現象ということからこれまでの日本においては LGBTQ と観光の関係は全く注目を浴びることがなかった。また LGBTQ の問題のみならず、より広くジェンダーと観光という視野から見てみても、関連する研究はほとんどなく、日本における体系的な研究として存在してい

¹ 「始まりは LGBT。全国初のフレンドリー宣言ホテルが、ダイバーシティを掲げるワケ」 (https://note.com/naha_jyosei/n/na6ed8eabf39a : 2023 年 5 月 30 日閲覧)

² 「レジデンストーキョー 日本初のダイバーシティホテル* 「CEN DIVERSITY HOTEL & CAFÉ」 2019 年 夏 開業！」 (<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000024.000021339.html> : 2023 年 5 月 30 日閲覧)

るのは、管見の限り 2003 年に発行された『国立民族学博物館調査報告 No.37 観光とジェンダー』のみである。そのため現在の日本において、LGBTQ と観光に関する基礎的研究と知識は全く蓄積されておらず、その必要性は今後より求められるようになることが想定される。

本研究が必要な理由のひとつは、生き方や観光形態が多様化する現代において、マイノリティと観光の関係を研究することは、今後の観光学部の発展には必要不可欠であるからである。たとえば、マーケティングのためや、特有の社会環境に置かれてきた人々のニーズを満たすサービスを提供するためにはこうした知識が欠かせない。よって本研究では、LGBTQ の観光の歴史と現状の一端を明らかにすることで、今後の議論の土台を作ることを目指す。

2. LGBTQ ツーリズムとは

本研究が扱う「LGBTQ ツーリズム」とはどのような事象を指すのか、いくつかの定義を確認しておく。「LGBTQ ツーリズム」は「LGBT ツーリズム」や「ゲイ・ツーリズム」とも言われることがあるが、定義の仕方はさまざまである。JTB 総合研究所ではこれを次のように定義している。

LGBT ツーリズムとは、LGBT、いわゆるレズビアン（女性同性愛者）、ゲイ（男性同性愛者）、バイセクシュアル（両性愛者）、トランスジェンダー（心と体の性の不一致）それぞれの人同士の旅行のこと。LGBT に関しての社会的認知が進むにつれ、そのマーケット性に関心が集まり、訪日外国人旅行拡大の一つの要素として注目され始めている。（JTB 総合研究所 n. d.）

この定義においては、LGBTQ の当事者同士が二人以上の集団をなして行う観光という点にポイントが置かれている。Vorobjovas-Pinta はよりマーケティングや産業という点から定義している。

〔ゲイ・ツーリズムとは〕ニッチ・ツーリズムの一つであり、レズビアン、バイセクシュアル、トランスジェンダー、クィア／クエスチョニング、インターセックス、そしてその他の〔性的マイノリティの〕人々に向けた観光製品・サービスの開発・マーケティングのことである。（Vorobjovas-Pinta 2021:1）

Ooi は提供される商品という点から定義をしている。

ゲイ・ツーリズムとは、同性愛者が他者と社会的または親密に旅行をしたり交流をしたりできる安心安全な環境を提供したり、彼ら・彼女らが自由になることができ、自分ら

しくあることのできる観光形態のことである。(Ooi, 2021:24)

Ooi の定義を参考とするのであれば、LGBTQ ツーリズムにおける当事者のニーズとは、旅行中に差別を経験しないこととなるだろう。LGBTQ 当事者が観光に関する選択（旅行するかしないか、どこに行くのかなど）をするとき、差別を受ける可能性、つまり異性愛規範によって影響を受ける（Usai & Wassler 2022）可能性を避けようとする。よって、Shahani (2020)も指摘するように、ゲイ向け観光の成功は「差別を経験せずに観光できるサービス」を謳っていることにある。本調査が扱っている事例は、これらの定義の最大公約数的な意味合いに当てはまる事例であると言えるだろう。

3. 調査概要

本研究では二つの調査を実施した。一つは今回メインの調査である（第3節）、LGBTQ と観光の歴史の記述である。今回は1970年代という時代を取り上げ、過去にいかなる男性同性愛者向けの観光・旅行が実施されていたのかを記述した。ここで男性同性愛者のみを取り上げたのは、レズビアンやトランスジェンダーの観光に関連する歴史資料はほとんど残されていないという、資料的な制限による。よって歴史記述において今回は男性同性愛者の観光という点に絞ることとした。ここでは、どのような観光行動が男性同性愛者のあいだで生じてきたのか、というのが中心的な問いである。注意しなければいけないのは、LGBTQ は「一般」の人々とは異なる観光をしてきた、という想定である。人はその人の性のあり方に関わらず、たとえば世界遺産へ観光に行く。しかしそれと同時に、旅行し地元を離れることによって地元のしがらみから解放されたり、訪問地において同じ当事者との出会いを楽しむという行動も見られる（石田 2019）。こうした点はこれまでの研究において断片的には言及があるものの、その全体像については明らかにされていない。

二つ目（第4節）は、現在のLGBTQ と観光についての記述である。ここでは現在の日本においてLGBTQ の代表的なイベントであり社会運動と言えるプライドパレード・フェスタを取り上げた。1990年代以降、LGBTQ の権利獲得運動が日本でも登場し始めたことで、自らの性に誇りを持って人生を送る人々が多く登場し始めた。この時代以降、社会運動と結びつき大きな観光資源となっていくのが、プライドパレード・フェスタである。現在日本で最大規模のプライドイベントである「東京レインボープライド」は、日本各地から20万人以上が参加する巨大イベントと化している（特定非営利活動法人東京レインボープライド 2019）。社会運動でもあるこのイベントの商業的側面は批判されることもあるが（吉田 2015）、多くのLGBTQ 当事者がこの運動／イベントを目指し全国各地からやってくるということは事実である。今回はコロナ禍においても開催／再開されつつあるパレードに焦点を絞り、観光資源としての役割について分析をする。現在は全国各地で同様のイベントが30近く開催されており、今回取り上げた二つの事例からわかるのは非常に限定的である。よってこの記述に関しては事例紹介としての性質が強いことを断っておく。

以上二つの調査は時代的隔たりがあるため、両者の調査の目的や結論は必ずしも接続されるものではないが、歴史的視点からの研究、そして現状の研究という必要不可欠な研究の指向性を示すことを意図して実施した。

4. 研究の方法・データ

歴史研究のパートに関しては、歴史資料としての男性同性愛者向け雑誌『薔薇族』を扱った。1971年の創刊号から1979年12月号までを扱い、時期としては10年間の歴史を記述した。読者やレポーターによる言説の分析と、企業としての薔薇族が実施してきた観光プランについての言説を分析した。現状分析のパートに関しては、2022年10月8-9日に大阪で開催された「レインボーフェスタ！」と同年11月12日に東京で開催された「東京トランスマーチ 2022」においてフィールドワークを実施した。前者はよりフェスティバルとしてのイベントに近く、後者はより政治的デモ・集会としての性質が強いと言えるため、現代のLGBTQのプライドパレード・フェスタのバリエーションを検討するには適切であると考えられる。

5. 1970年代の男性同性愛者の観光³

5-1 『薔薇族』について

まず本節の調査でデータとして扱う『薔薇族』について簡単に確認をする。『薔薇族』とは1971年に伊藤文学（創刊者・編集者）によって創刊された、男性同性愛者向けの商業誌である。大きく形態を変え、時に休刊を挟みつつ2023年4月まで発行され、444号をもって休刊となった雑誌である。日本初の男性同性愛者向けの商業誌であり、国会図書館にも所蔵されていることから、これまで多くの研究が歴史資料として扱ってきた。男性同性愛の歴史を辿るときには欠かすことのできない資料であり、現存するものの中で最も豊富な歴史資料としての価値を持っている。本研究でも以上の理由から本雑誌の創刊を起点として歴史の記述をすることとした。

5-2 観光情報としてのゲイバー

「観光情報」としてははじめに薔薇族に掲載されたのは、各地の「裸祭り」の情報であった。1972年7月号では「特集 祭り」が生まれ、東北から九州までの裸祭り11の「全国お祭りガイド」が掲載された。この特集ではあわせて裸祭りを舞台とするポルノ小説が掲載されていることからわかるように、裸祭りを同性愛的な性的ファンタジーとして楽しむための記事であったと言える。ゲイバーなどの情報が少ないこの当時において、裸祭りという公的な場は同性愛的な欲望を満たしてくれるかもしれない場として特にイメージされていたと言えるだろう。

³ 本節の内容は論文として投稿を予定しているため、概要のみの報告とする。

その後、同性愛者が集まる場所として掲載されてきたのは、ゲイバーやハッテン場⁴についての情報であった。1972年9月号には編集人の一人が、東京内のとある屋外ハッテン場についての記事を載せている。しかしここで注目したいのは、その内容よりも、文末に置かれている次の文章である。

さて、きみの地方の愛の場所はどんな場所ですか。全国の読者に詳しく教えてあげてください。旅行した折にでも安心して出かけられるように、アドバイスを含めて。(薔薇族 1972.9 : 27)

もちろんゲイバーやハッテン場の情報は、その地元の人が利用できるよという意図があったことは想像にたたくないが、旅行で、あるいは旅行のついでに訪れるための場所として積極的に読者から情報を募集し、掲載していたのだ。

5-3. 企画される読者の集い・旅行

『薔薇族』が読者の旅行会をはじめて企画したのは1973年のことだった。(第一回)第二書房・読者親睦会(1973年11月、静岡県・熱海)、第2回愛読者旅行会(1974年6月29日、長野県・女神湖々畔)、第3回愛読者旅行会(1974年11月9-11日、長野県・女神湖々畔)、第4回愛読者旅行会(1975年3月22-23日、石川県・金沢)、アメリカ西海外の旅(1976年2月6-15日)と、1973年から76年までのあいだに5回開催されていた。

この旅行を企画するに至った背景、また企画を可能とした背景は3点あり、(1)読者が企画した読者会に触発されたこと、(2)1974年に創刊されたゲイ雑誌『アドン』に対抗するための企画であったこと、(3)伊藤の知人にホテルの支配人がいたということが雑誌内の記述から確認できる。

この企画は都会からは離れたリゾート地で開催されたり、ホテルを貸切にすることで他の客や従業員との接触を最小限に抑えることで、Ooi(2021:24)がゲイツーリズムの定義で触れていた、安心安全な場の提供になっていた。そしてそれは紛れもなく、薔薇族という一つの企業の商業的なイベントという側面も持ち合わせていたのであった。

しかしながら、この愛読者旅行会はこれらの会を最後に開催がされなくなる。その理由を考察するためには、以降の伊藤が注力するようになる談話室「祭」について考えなければいけない。そして並行して目立つようになる、旅館「千雅」への肩入れと、海外旅行記事について検討をしたい。

5-4 「祭」への注力

伊藤文学は1976年5月18日に新宿に談話室「祭」を開店した。その理由は、「あまりの

⁴ ハッテン場とは、主に男性が他の男性との匿名の性的接触を求め集う場や施設のことである。詳しくは石田(2019)参照。

盛況に続行を断念した読者座談会の熱気を忘れることができなかつたので、読者の集まれる場所を、もう一度作りたいと考えた」(伊藤 2001:194) からであるとされている。伊藤は愛読者旅行会のみならず、出版元の第二書房の社屋を会場とした座談会を開催もしてきており、それが大盛況であったことは度々報告されていた。そうした交流の場を新たに作りたいとの思惑のもと、「祭」は立ち上げられた。

ただこうした「祭」といった場は、同性愛者の集いの場所として最も代表的なゲイバーとは差異化された場所でもあった。たとえば伊藤は、「祭」にきて欲しい人について、次のように語る。

一度も行動を起こさなかつた人もぜひきてください。オネエ言葉なんか使ってもらいたくないし、キイキイ、キャア、キャア騒ぐんだったらバアに行ってもらいたいのです。そんな人には来てもらいたくない。まじめに話しあいたい人だけが、きてほしいのです。(薔薇族 1976.7:162)

この語りからは、オネエ言葉といった一種の逸脱や、騒ぐという遊び方を遠ざけ、祭を「まじめ」な人たちの交流の場にしようとする意図が読み取れる。つまり伊藤にとっては、ゲイバーとは違う、明るい、真面目な交流の場所を作ることが目的であり、それは必ずしも旅行という形態である必要はなかつたと考えられる。事実、愛読者旅行会が開催されなくなった時期は「祭」の開店時期でもあったということからは、旅行の役割を「祭」が場たすようになっていったと考えることができるだろう。

5-5 旅館「千雅」への肩入れ——清潔さとエリートさ

関連して伊藤が積極的に雑誌内で取り上げてきた旅館に「千雅」がある。千雅は東京都渋谷区に 1975 年 3 月に開店した「ゲイ・ホテル」である(薔薇族 1975.6:71)。ただこれは一般的なホテルというよりは、その当時から淫乱旅館と呼ばれていたものの一つであった。淫乱旅館に関しては、石田仁による一連の研究がある。石田によると、「淫乱旅館」とも呼ばれるこうした施設は、「待ち合わせをしていない男性同士が部屋を自由に行き来し同衾することが可能な旅館」(石田 2015:122、傍点原文)と定義される。本節で見ていきたいのは、千雅がどのようなホテルとして取り上げられていたのか、なぜ薔薇族が千雅に肩入れしていたと言えるほど、雑誌内で取り上げられていたのかということである。

まず千雅がどのような旅館として宣伝されていたのかは、薔薇族内に掲載されている広告から見て取れる。

千雅は豪華な雰囲気につつまれ一流紳士と美青年が兄弟のように仲よく語りあい、たのしい一夜をお過ごしになっています。日本中はもとより世界中のハイクラスの方々が、毎晩大勢お見えになっております。(薔薇族 1978.7:n.pag)

清潔で、優雅に、浴室も、室内も、踊り場も、スナックも、すべての施設がゆったりとしたムードで完備した、一流紳士の素敵な夜にふさわしい、格調ある旅館です。(薔薇族 1978.12 : n.pag)

いずれの広告文でも、千雅は一流さ、清潔さ、優雅さ、ハイクラスといったイメージで語られている。ただこれは広告における誇大宣伝ではなく、実際にこれらのイメージ通りのホテルであったことが薔薇族内の記事から読み取ることができる。

このようなイメージによって語られる千雅を積極的に取り上げる理由を知るためには、伊藤がいかなる意図を持って雑誌作りをしていたのかを検討しなければいけない。伊藤は千雅を取り上げることにに関して、次のように語っている。

ぼくがこの雑誌を始めた、その根本の目的は、今まで薄汚いところで、まるで虫けらのように世間の目を隠れてこそこそとしていた、その種の人々の行為を、もっと明るい環境の下で堂々とできるようにしたいということでした。(…) なにも『薔薇族』が、特定の店に理由もなく肩入れしているわけではありません。(…) 暗いきたならしいものだ、と思われていた、この世界のイメージを一日も早く世間からなくし、健全な市民権の得られる愛にするため、みなで努力していこうではありませんか (薔薇族 1979.2 : 36-37)

以上の語りからわかることは、伊藤の雑誌制作の目的は同性愛者を取り巻く社会的環境をより良くすることであり、それは同性愛者が利用するさまざまな施設のイメージを良くすることでもあったということだ。つまり、旅行といえる行動と、同性愛者の社会的イメージの向上という両者は、接続されていたのだ。

5-6 マニラへの海外旅行

この千雅に関してもう一点特記すべきことは、千雅はマニラへの海外旅行を積極的に企画していたことである。少なくとも、1978年4月、1978年10月(2度)、1979年4月の4度の開催が確認できる。資料から確認できる企画に至るまでの詳細は不明だが、協力や主催が朝日観光社、協力が薔薇族と記載されることもあり、その後触れる記事の内容からも、ガイド付きのパッケージツアーだったと思われる。また少なくとも、千雅が1978年4月に第一回のマニラ旅行を企画する前の1987年1月号で「マニラセクシーナイト」という特集記事が組まれており、これに触発されるように企画されたのが第一回の旅行だったと思われる。この内容を確認することで、マニラ旅行が持つ意味合いについて考察したい。

この記事では、たか志と三彦の二人組のマニラ旅行が描かれており、「二人ともちゃんとした仕事を持つ、社会の中流というよりは、むしろ上流といってよい世界にいる紳士たち」

と言われるように、千雅のイメージと結びつく人物でもある。この記事では、この両者がセックスツーリズムとロマンスツーリズムの側面を持ち合わせている旅行を行う様子が描かれる。たか志は現地でできるだけ多くの人とセックスをし快楽を追求する一方で、三彦は現地の「愛人」に会いに行く目的のもと、「肉体よりもむしろ精神の愛をだいじにする」とされている。

類似する記事は「マニラ・プレイスポット・ガイド」として1979年3月号にも掲載されている。内容から窺うに、この記事は千雅によるツアーを申し込んだと思われる人物によるルポである。ここにおいても、マニラにおいて性的な快楽を求めるさまざまなツアーの様子が描かれる。

これらのマニラツアーは、その大部分においてはセックスツーリズムとしての側面を持ち合わせていると言わざるを得ない。つまり、非対称的な権力関係や経済力のある国家間において生じる、性の売買である。しかし同時に理解しなければいけないのは、そうでもしなければ自身の性的欲望を確認したりそれを満たしたりすることが困難であったという社会的状況ではないだろうか。

5-7 小括

1970年代は、男性同性愛者の旅行の黎明期であったと言える。薔薇族が携わっていた旅行形態は、特定の行動様式（真面目さ、清潔さ、エリートさ）と結びついており、旅行による男性同性愛者のイメージの変革であり、かつあるべき同性愛者像を社会に提示することと地続きであった。また、今と比べても圧倒的に当事者同士での集いの場が少ないからこそ、同性愛者は移動・旅行によって集いの場へ出向かなければいけなかった。ここでは旅行という行動に特化して論じたが、しかし男性同性愛者のニーズというのを考えるのであれば、それは同じ当事者との交流であったり性的欲望の充足であったと言えるため、それが満たされるのであれば必ずしもそのための行動が旅行である必要はなかったとも言える。

以上から、1970年代は男性同性愛者が一つの層として共通のニーズを持ち、出会いや性交渉のきっかけを求めていたと言える。同様のニーズが現代において消滅したとは言えないものの、出会いがこれまで以上に容易になっている現在において、LGBTQ ツーリズムが果たす役割いかなるものかより注意深く考える必要があるだろう。つまり、現代において男性同性愛者、あるいは「LGBTQ」という層が共通して求めるニーズがあるのだろうか？ 観光形態のみならず、さまざまな商品やサービスが多様化・細分化する中で、LGBTQ という一つの層の共通ニーズをどれほど想定できるのか？ LGBTQ を一枚岩的に考えて特定の目的地に誘致することは効果的ではない（Hattingh 2021: 83）と指摘されるように、今後は歴史の変容のより詳細な分析が求められる。

6. 観光資源としてのプライドパレード・フェスタ

続いて本節で取り上げる LGBTQ のプライドパレード・フェスタに関して、日本の事例

を取り上げ分析した研究は限られている。しかしそれらの研究が論点として取り上げており、観光という視点において重要なのは、それが「祭」なのか「デモ」なのかという議論が歴史的にされてきたという点である（堀川 2015, 2018；齊藤 2021）。つまりプライドパレード・フェスタとは、多分に観光資源としてのイベントという性質を伴ってきたのである。例えば札幌におけるプライドパレードは、近畿日本ツーリストと連携して北海道外からのツアー客を誘致する試みが行われたことがあるなどしている（石田ほか 2023）。本節では、2022年10月8-9日に大阪で開催された「レインボーフェスタ！」と同年11月12日に東京で開催された「東京トランスマーチ 2022」を取り上げ、それらがどれほど観光的な要素を持っているのかを記述する。

6-1 「レインボーフェスタ！」の概要

大阪で開催されてきた「レインボーフェスタ！」は、2006年に「第1回 関西レインボーパレード」として始まっており、17年の歴史のあるイベントである。2022年10月8日（土）と9日（日）には、大阪市の扇町公園において開催された。この年の開催には、二日間で過去最多の2万人の動員があったとされている⁵。当日配布のパンフレットによると、このイベントは「ステージ」「ブース」「関西レインボーパレード」の三つのイベントによって構成されており、「ハレの日」に「私たちひとりひとりが持つ「性の多様性」を祝福し、分かち合う場です」、「情報発信や参加者同士の交流、ネットワークづくりのきっかけを提供」するものであると謳われている。

図1 レインボーフェスタ！2022の会場の様子（筆者撮影）



⁵ 「大阪で開催の「レインボーフェスタ」に過去最多の2万人 学内での取り組み紹介や情報収集で参加する学生たちも 変わりつつある「当たり前」 (<https://www.ktv.jp/news/feature/221010-1/> : 2023年5月30日閲覧)



6-1-1 ブース

公式リーフレットを確認すると、会場には 50 を超えるブースが出展されている。それらのブースは飲食、物販、体験・サービス、相談・サポート、展示・上映・発信の 5 つのカテゴリーに分けられている。これは単に出展希望者のみならず、参加者の多様なニーズに応えることのできる場を作り出すことに繋がっている。ある人は主に食事のために訪れることもでき、またある人は LGBTQ に関する具体的な生活に関する法律相談のために訪れることのできる場になっている。

6-1-2 ステージ

ステージでは二日間にわたって、歌や音楽、ダンスをメインとするステージパフォーマンスが繰り広げられた。大物ゲストとして歌手の島谷ひとみによるパフォーマンスが実施されたが、それよりも特徴的と感じられたのは、関西圏で活動をする LGBTQ のアーティストやパフォーマーを積極的に取り上げていることである。例えば LGBTQ の当事者であることに拘らず、「ケチで下品でやかましい。けれど人情深くて義理堅い。そして何より最高におもしろい。そんな大阪のオバチャンたち」によるコンセプト集団「オバチャーン」⁶によるパフォーマンスは、このイベントが関西という地域のイベントあること、あるいは関西という地域の地域性をアピールする実践となっている。

6-1-3 関西レインボーパレード

メインイベントとも言えるパレードは 1,150 人が参加をし、会場周辺の市内を 1 時間程度かけて行進をした。USEN-NEXT HOLDINGS、Bell System24、OUT JAPAN といった企業によるフロート（山車）が出展されており、それらが参加者の行進を先導した。参加者はメッセージの書かれたプラカードを掲げながら沿道の人々に思いを発信したりすることで社会変革を目指したり、行進することによって自身のアイデンティティを確認したりする。2022 年に関しては当日が雨天であったためパレードのパフォーマンスには自ずと制限がかかってしまっていたように思われるが、人々はその場をデモの場として利用したり、祭としての場として利用していたと言えるだろう。

6-2 「東京トランスマーチ」の概要

東京トランスマーチは 2021 年から始まったイベントであり、2022 年は 2 回目の開催である⁷。2022 年は東京都の新宿中央公園水の広場を会場に実施され、約 1,000 人が参加した

⁶ 「オバチャーン：プロフィール」(<https://www.obachaaan.com/プロフィール/>)：2023 年 5 月 30 日閲覧)

⁷ 詳細な経緯は「東京トランスマーチ 2022 の始まりと行方」(<https://tktransmarch.wp.xdomain.jp/2022/11/03/東京トランスマーチ2022の始まりと行方/>)を参照。

8. レインボーフェスタ！と違い、LGBTQ の中でも特にトランスジェンダーに焦点化したイベントであり、公式リーフレットではトランス・プライド／マーチに関して、「トランスジェンダーのコミュニティを構築し、人権擁護・啓発に取り組み、トランスジェンダーなどのジェンダーマイノリティの認知度を高めるために、当事者コミュニティによって実施されているイベント」と紹介されている。昨今の日本をはじめ世界ではトランスジェンダーに対するヘイトスピーチが増大していることから、LGBTQ という括りでは後景化してしまう各アイデンティティに焦点を当てた運動が求められることもある。

東京トランスマーチもイベントの基本構成は大きく変わらず、ステージ、ブース、マーチの三つによって構成されている。レインボーフェスタ！とも比較しながらその内容について以下でまとめる。

図2 東京トランスマーチ 2022 の様子（筆者撮影）



8 「レポート：東京トランスマーチ 2022」 (https://www.outjapan.co.jp/pride_japan/features/2022/48.html : 2023年5月30日閲覧)



6-2-1 ステージ

トランスマーチのステージイベントでは、レインボーフェスタ!のような歌やダンスといったパフォーマンスは限定的であり、支援団体や関連団体の人物らによるメッセージの発信が主に行われていた。レインボーフェスタ!はステージがそれ自体で独立した一つの「祭」のようになっていたとも言えるが、トランスマーチにおいてはそれぞれの団体が持つ活動に対する思いの共有、またその後に実施されるパレードに向けての団結のためのメッセージの共有としての側面が強かったと言える。

6-2-2 ブース

トランスマーチには22のブースが出展されていた。それぞれのブースはレインボーフェスタ!のようにカテゴリー分けされているわけではないが、その特徴はおおよそ類似して

いる。例えば、「世界の LGBTQ+関連書籍を翻訳出版している出版社」であるサウザンブックスによるチラシ配布、書籍販売、「誰でも 1 人でも加入できる労働組合プレカリアートユニオンの LGBTQ+労働相談ブース」、「X ジェンダーのための会員制自助コミュニティ」である Label X による、「自分のジェンダーについて考えるワークショップ」などの企画を実施するブースが出展された（公式パンフレット）。

6-2-3 マーチ

マーチは 4 つの梯団に分かれて会場周辺を 1 時間ほどかけて行進した。主催者の Transgender Japan の人らによって主に構成される梯団、「ジェンダー、セクシュアリティ、人種、年齢などにかかわらず、オープンで他者と寄り添う気持ちのあるさまざまな人が安心して楽しめるセーフスペースを、参加者とともに作り上げていくこと」⁹を目指しクラブイベントを開催する団体 WAIFU（ワイフ）による梯団、トランス女性が「女の子らしくなる」¹⁰ことを支援する乙女塾とトランス女性などの起用支援をする「スタジオさつきぼん」による合同の梯団、性のあり方やトランスジェンダーに関する不当な国家の介入を問題し活動する団体「#ありえないデモ」による梯団によってマーチが行われた。

6-3 考察——差異化と地元性

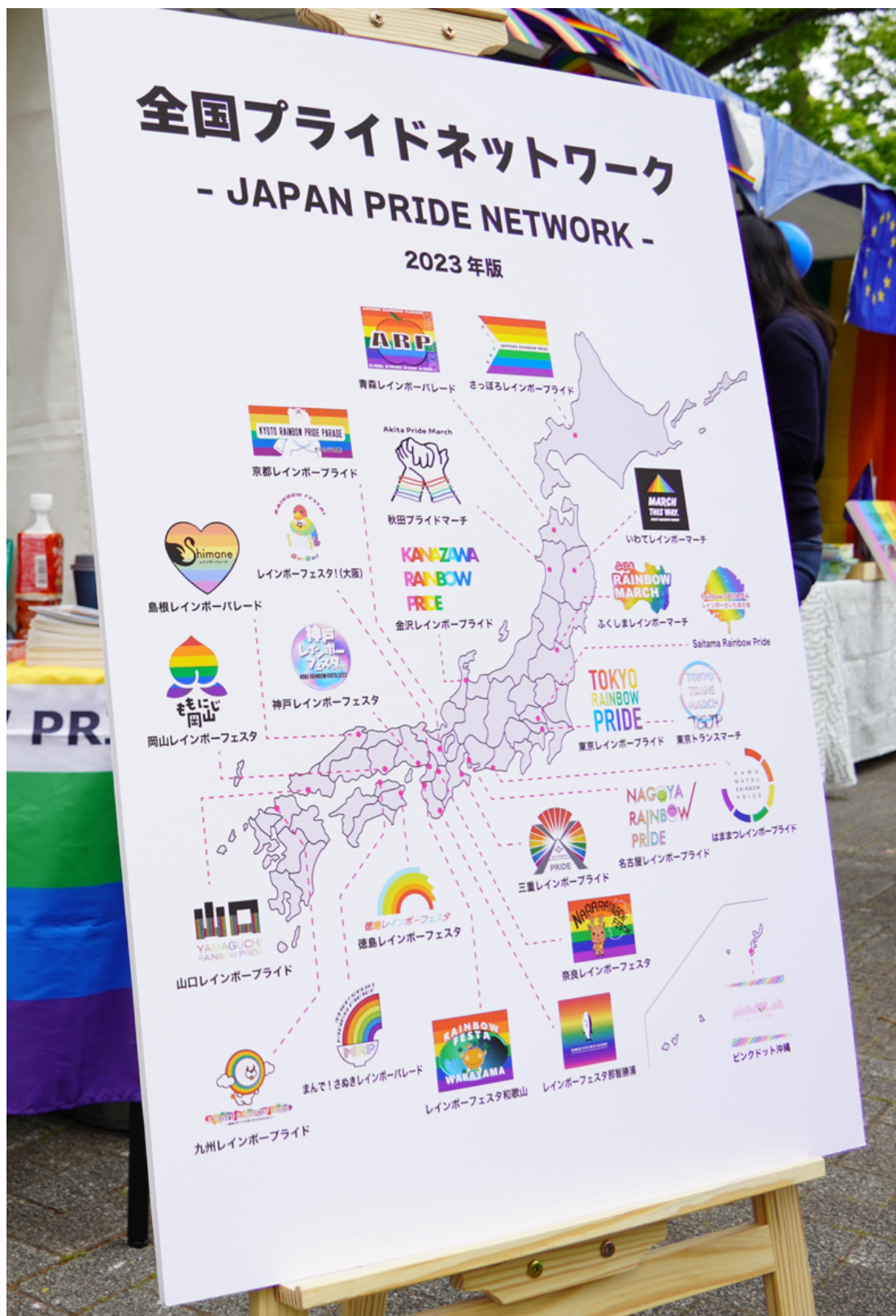
本節の最初でも触れたように、プライドイベントを論じる際に従来論点とされてきた代表的な点は、それが祭かデモかという点であった。そして今回の事例においても、レインボーフェスタ！は名称にも含まれているように、またステージパフォーマンスの性質からも祭りとしての性質が強いイベントであるということができ、トランスマーチに関してはマーチという名称のみならず、会場におけるもイベントからもレインボーフェスタ！とは異なる実践がされており、デモとしての性質を比較的強く持ち合わせているイベントであると言えるだろう。しかしこれらのイベントを観光資源として論じるにあたっては、これらのポイントだけを見ていては、イベントの性質について多くを見落としてしまうのではないだろうか。

今回のフィールドワークによって浮かび上がってきたポイントは、イベントと地元性の結びつきである。レインボーフェスタ！においては、このイベントが関西で実施されているものであるという関西アイデンティティのようなものが演出されていた。それは例えば、「オバチャーン」をパフォーマーとして起用することのみならず、イベントの公式キャラクターのクィクィがたこ焼きを抱えていることなどにも表れている。一方でトランスマーチに関してはそれが東京のイベントであるという理由からも、そこに

⁹ 「自分たちの居場所を作ること：LGBTQ の遊び場に選択肢を増やす「WAIFU」にインタビュー」（<https://www.timeout.jp/tokyo/ja/lgbt/interview-waifu>：2023 年 5 月 30 日閲覧）

¹⁰ 「乙女塾について」（<https://otomejuku.jp/about/>：2023 年 5 月 30 日閲覧）

図3 ジャパン・プライド・ネットワークのリスト



撮影場所：東京レインボープライド 2023 (2023年4月22日、東京都代々木公園。筆者撮影)

地域性というものを見出すことは困難であった。

参考として、日本全国のプライドイベント・フェスタのネットワークである「ジャパン・プライド・ネットワーク」の参加団体についても見てみよう。図3は2023年の東京レインボープライドにおいて設置されていた看板である。特筆すべきは、多くの団体がそのロゴに地域の名産品や代表的なシンボルを用いているという点である。例えば「青森レインボーパレード」ではリンゴが用いられ、「まんで! さぬきレインボーパレード」は讃岐うどんをモチーフとしている。

同様のイベントが日本各地で行われるようになったのは、比較的最近の出来事で、少なくとも2015年以降に顕著に増加していった。仮にこれらのイベントがLGBTQといったマイノリティの差別解消、人権主張のみを目的に実施されるのであれば、必ずしも地域性を取り込んだイベントを企画する必要もないし、それによって他団体によるものから差異化する必要もない。しかし実際にそれが行われているのであれば、それはプライドイベント・フェスタが観光のためのイベントとしての特徴も強く持ち合わせているからであると言えるだろう。

従来の研究は、パレードやマーチに焦点が当てられていたが、ステージパフォーマンスやブースなどの催し物も含めた総合的なイベントとして、地域性との関連から分析をすべき必要性が浮かび上がってきた。

7. 結論

本研究では、1970年代の男性同性愛者の観光と2022年におけるプライドパレード・フェスタの分析を通して、LGBTQツーリズムの基礎的知識を蓄積することを目指した。一つの研究として扱うには時間的スパンが長いため、現段階での分析には試論的な側面も多い。しかしこれらの分析を通して、いくつかの論点も析出された。

一つに、LGBTQの人々らが持つ観光のニーズについてのより詳細な分析という点である。1970年代までは、同じ当事者との出会いやアイデンティティの形成などが共通のニーズとして形成されていたと言えるが、しかしそれが現代においてどれほど強いニーズとして存在しているのかは今後の調査によって明らかにされるべき課題である。プライドパレード・フェスタにはそうしたニーズを満たす役割があることは間違い無いが、しかしそれを実際に求める人がどれほどいるのかは今回のデータからは見出すことはできない。

二つ目に、ある特定の地域（性）というのがLGBTQツーリズムにおいてどれほど重要な役割を果たすのかという論点である。1970年代においては、どこに行くのかということは必ずしも重要ではなく、同じ当事者と出会えたり自身の欲望を肯定できるのであれば、旅行先の地域性は選択の際の決定的な要因とはならなかったと言える。一方でプライドパレード・フェスタがそれぞれの地域性を打ち出し、集客を図っているのであれば、コンテンツとしてのLGBTQ向けのイベントがいかにして地域と連携しているのか(いくべきなのか)という論点の重要性が浮かび上がる。つまりこの点においては、LGBTQツーリズムは

LGBTQ に特異な観光形態というよりは、さまざまな地域の文化などを楽しむ一般的な観光に近付いているとも言えるのではないだろうか。

LGBTQ ツーリズムというのを LGBTQ に特徴的な観光形態として捉えると同時に、一般的な観光という側面も多分に持ち合わせた事象として扱うことで、今後の一層の研究の蓄積を目指していく。

8. 研究成果

第3節の内容は2023年3月5日(日)に、以下の北海道大学大学院文学研究院応用倫理・応用哲学研究教育センター主催の「第27回 応用倫理・応用哲学研究会：日本の「LGBTQ ツーリズム」の過去・現在」において口頭発表として報告をした。

【開催概要】

第27回 応用倫理・応用哲学研究会：日本の「LGBTQ ツーリズム」の過去・現在

日 時：2023年3月5日(日) 14:00-16:00

形 式：対面・オンライン(ZOOM)併用

会 場：北海道大学人文・社会科学総合教育研究棟 W103 室 (定員 200 名)

参加費：無料

趣 旨：LGBTQ に対する社会的認知が広がる中で注目されるようになってきているのが、観光との関わりです。「LGBTQ ツーリズム」とも呼ばれる中、観光領域における当事者への「配慮」や LGBTQ という新たな消費者層についての議論がされ始めています。本研究会では、日本の過去と現在における広い意味での「LGBTQ ツーリズム」の一端に焦点を当てることで、今後の学術的議論を促すことを目指します。

講 演：満島てる子(7丁目のパウダールーム)「LGBTQ ツーリズムとドラッグクィーン」

齊藤巧弥(札幌国際大学)「1970年代における男性同性愛者の観光・移動」

コメント：木村育恵(北海道教育大学函館校)

参考文献

Hattingh, Christiaan (2021) “Understanding African LGBT Traveler Motivations: A Non-Westernized Perspective”, in Vorobjovas-Pinta, Oscar (ed.), *Gay Tourism: New Perspectives*. Channel View Publications.

堀川修平 (2015) 「日本のセクシュアル・マイノリティ運動の変遷からみる運動の今日的課題：デモとしての『パレード』から祭りとしての『パレード』へ」『女性学：日本女性学会学会誌』23: 64-85.

堀川修平 (2018) 「セクシュアル・マイノリティ運動論における《デモ／祭》枠組みの再考：砂川秀樹による『00年パレード』の理論に着目して」『部落解放研究：広島部落解放研究所紀要』24: 111-31.

- 石田仁 (2015) 「いわゆる淫乱旅館について」 井上章一・三橋順子編『性欲の研究：東京のエロ地理編』平凡社：122-141.
- 石田仁 (2019) 「安全な自由：ハッテン場に夢を託した時代における」北海道大学大学院文学研究科 応用倫理・応用哲学研究教育センター 編『公開シンポジウム 「『LGBT』はどうつながってきたのか?」 記録』.
- 石田仁・斉藤巧弥・鹿野由行・三橋順子 (2023) 『躍動するゲイ・ムーブメント：歴史を語るトリックスターたち』明石書店.
- 伊藤文学 (2001) 『編集長「秘話」』文春ネスコ.
- JTB 総合研究所 (n. d.) 「LGBT ツーリズム」 (<https://www.tourism.jp/tourism-database/glossary/lgbt/>) 2023年2月27日閲覧.
- Ooi, Can-Seng (2021) “Gay Tourism: A Celebration and Appropriation of Queer Difference”, in Vorobjovas-Pinta, Oscar (ed.), *Gay Tourism: New Perspectives*. Channel View Publications.
- 斉藤巧弥 (2021) 「〈自由な自己主張の場〉としてのセクシュアルマイノリティのパレード：集合的アイデンティティと経験運動の視点から」『新社会学研究』(6), 194-214.
- Shahani, Nishant (2020) “Featured Lecture: Safe in the City: Gay Tourism and the Politics of Worlding”, in AISRD(ed) *Theorizing Gender and Race in Historical Contexts: Invisibilities, Transboundary Imagination, and Post-Colonial Futures beyond ‘the Veil’* (pp. 14-27). (=2021. 箕輪理美訳「都市での安全：インドにおけるゲイ向け観光と世界化のポリティクス」荒木和華子・福本圭介編『帝国のヴェール：人種・ジェンダー・ポストコロニアリズムから解く世界』明石書店)
- 特定非営利活動法人東京レインボープライド (2019) 『東京インボープライド 2019 報告書』
- Usai, R., Cai, W., & Wassler, P. (2022). A queer perspective on heteronormativity for LGBT travelers. *Journal of Travel Research*, 61(1), 3-15.
- Vorobjovas-Pinta, Oscar (2021) “Gay Tourism: New Perspectives”, in Oscar Vorobjovas-Pinta, (ed.), *Gay Tourism: New Perspectives*. Channel View Publications.
- 吉田道代 (2015) 「同性愛者への歓待：見出された商業的・政治的価値」『観光学評論』3(1): 35-48.