

- : Central place preference by social geographic groups – with reference to the tributary area of Shibuya, South-west Tokyo. In: *Geojournal* Bd. 4, Nr. 3, 1980.
- HATTORI, KEIHACHIRŌ: Sakariba to inshoku sābisugyō no ritchi („Sakariba“ und Standorte des Restaurations-/ Dienstleistungsgewerbes). In: *Risshō daigaku ronsō*, Nr. 54, Dez. 1975, S. 17–55 (J).
- : Toshika no chiri (Geographie der Verstädterung). Tokyo 1976 (J).
- HAYASHI, IKUO: Tōkyō no kinō bunsan oyobi kōtsū mondai (Probleme der Funktionsverlagerungen und des Verkehrs in Tokyo). Tokyo 1979 (J).
- HEINRITZ, GÜNTER: Zentralität und zentrale Orte. Stuttgart 1979.
- HOMMEL, MANFRED: Zentrenausrichtung in mehrkernigen Verdichtungsgebieten an Beispielen aus dem rheinisch-westfälischen Industriegebiet. Paderborn 1974. = Bochumer Geographische Arbeiten 17.
- Kokudo-chō* (National Land Agency): Daisanji shuto-ken seibi kihan keikaku (Dritter Rahmenplan zur Konsolidierung der Hauptstadtregion). Tokyo 1976 (J).
- KŌSAKA, HIROYUKI: The internal structure of city level trade area; an analysis of consumer shopping behavior in Kazo-shi, Saitama-ken. In: *Chirigaku Hyōron* 45, 1972, S. 756–773 (J, e).
- LINHART, SEPP: Arbeit, Freizeit und Familie in Japan. Eine Untersuchung der Lebensweise von Arbeitern und Angestellten in Großbetrieben. Wiesbaden 1976. = Schriften des Instituts für Asienkunde Hamburg, Bd. 43.
- SCHÖLLER, PETER: Unterirdischer Zentrenausbau in japanischen Städten. In: *Erdkunde* 30, 1976, S. 108–125.
- : Tokyo: Entwicklung und Probleme wachsender Hauptstadt-Konzentration. In: Leupold, W. und Rutz, W. (Hrsg.): *Der Staat und sein Territorium. Beiträge zur raumwirksamen Tätigkeit des Staates*. Wiesbaden 1976, S. 86–105.
- : Centrality and Urban Life. In: *Geojournal* Bd. 4, Nr. 3, 1980.
- Sōrifu tōkei-kyoku* (Bureau of Statistics, Office of the Prime Minister): *Jigyōsho tōkei chōsa hōkoku* (Establishment Census of Japan), Tōkyō-to 1969 und 1978.
- Tōkyō shōkō kaigi-sho* (Industrie- und Handelskammer Tokyo): *Toshin tsūkō sarariiman no shoppingu kōdō* (Einkaufsverhalten des „salaryman“ in seiner Rolle als City-Pendler). Tokyo 1969 (J).
- Tōkyō-to*: *Shōgyō tōkei chōsa hōkoku* (Untersuchungsbericht zur Handelsstatistik), 1970 und 1976 (J).

## TRADITION UND MODERNE IM INNERJAPANISCHEN TOURISMUS

Mit 6 Abbildungen, 6 Photos und 1 Tabelle

PETER SCHÖLLER

*Summary:* Tradition and modernity in inner-Japanese tourism

An enquiry into spatially related forms and processes of social life in which Japan has shaped, maintained and further developed its own and specific features, will have to consider leisure activities, recreational traffic and tourism as a significant, increasingly important factor in it. On the one hand intensive commercialisation of mass tourism engaged in a competitive struggle with large Kanko companies increasingly leads to the destruction of landscapes, the endangering of the environment and to over-development of leisure facilities; on the other hand an adaptation of life forms takes place within the rapidly expanding inland tourism. Age groups and macro-regional differentiations become more important than specific class differences in attitudes to travel and leisure. Another social leveller is the continuing dominance of short journeys, which combine experience, change and mass organisation with education and community feeling. The increase in motorisation and the opening up of new destinations for nature, high altitude and sport-based tourism promote the transition to – albeit still brief – family-related recreational holidays.

In spite of these tendencies specific features of traditional Japanese social attitudes remain alive in the principle of group travel and in the concentration on traditional destinations for visits to places such as spas with hot springs (Onsen), temples, shrines and famous viewpoints. Even in the modern forms of landscape and urban tourism and in the attractions of tourist pleasure life or socially obligating and value-related traditions remain alive. The openness to traditional landscape

impressions, the will to be educated, and the identification and ability to be impressed continue to be determining elements, which link this modern society with its historical past.

### 1. Ausgangslage und Aufgabenstellung

Der moderne Massentourismus Japans gehört zu den faszinierenden Erscheinungen des Insellandes, die Tradition und Moderne in vielschichtiger Weise verbinden. Wenn man nach raumbezogenen Formen und Prozessen gesellschaftlichen Lebens fragt, in denen Japan eigene und spezifische Züge ausgebildet, bewahrt und weiterentwickelt hat, dann bilden Freizeitverhalten, Erholungsverkehr und Tourismus dafür einen bedeutsamen, zunehmend wichtigen Lebensbereich. Bisher ist das der Forschung noch kaum bewußt geworden. Im Gegenteil: Die oberflächlichen Eindrücke kurzer Japanreisen führen bei Ausländern meist zu Mißverständnissen und Fehlbewertungen, weil ihnen die Japanliteratur kaum Hilfen bietet, die Bedingungen und Hintergründe des innerjapanischen Tourismus zu verstehen<sup>1)</sup>.

Denn der Fremde erlebt zunächst Ungewöhnliches und manch Befremdliches: Scharen, ja Herden von

<sup>1)</sup> Eine sehr bemerkenswerte Ausnahme bildet das von einer Gruppe junger Fachwissenschaftler erarbeitete Buch: *Reisen und Leben in Japan*, hg. D. STUCKENSCHMIDT (1976).

Schulkindern und Touristen, die ergeben dem erhobenen Fähnlein ihrer Reiseführerinnen folgen; lange Kolonnen von Touristenbussen auf herrlichen Ausichtsstraßen, deren Insassen pulkweise bestimmte, genau vorgezeichnete Aussichtspunkte überfluten; Massenpicknicks in der Natur und unter Blüten zwischen Bergen von Unrat; Vergnügungsparks in schützenswerter Landschaft; lärmend aufdringlicher Vergnügungsbetrieb an Tempeln und Schreinen; Menschenballungen auf engstem Raum auch in Badeorten, beim Wassersport, beim Angeln und Bergsteigen, bei Besichtigungen und Wanderungen, während benachbarte Gelände von nicht geringerem Reiz fast menschenleer bleiben; dazu dauerndes gegenseitiges Photographieren und ungehemmtes Einkaufen von Andenken und Geschenken an allen Touristenplätzen.

Der folgende Beitrag stellt sich die Aufgabe, derartige Erscheinungen des japanischen Binnentourismus auf ihre Grundlagen zu prüfen, sie in ihrem Wandel sozialgeographisch zu analysieren und ihre kultursozialen Hintergründe anzusprechen. Dabei wird sich erweisen, daß manches zunächst Unverständliche klare historische Wurzeln hat und sich in traditionelle Verhaltensmuster einfügt, die auch in einer modernen Großstadtgesellschaft noch positive gesellschaftliche Werte darstellen. Gewiß, der innerjapanische Tourismus bleibt Massenbetrieb, bedingt durch Lage, Relief, Nutzungsgefüge und überstarke Bevölkerungsballungen in den seegerichteten Becken und Küstenbändern des Inselreiches. Aber als Massenerscheinung ist er keineswegs amorph, sondern in sich *strukturiert, hochorganisiert* und – im Rahmen traditioneller Normen – *diszipliniert*; vor allem aber: Er ist bei allem Wandel in einem freiheitlich-liberalen Gesellschaftssystem noch immer erheblich *wertbezogen*.

## 2. Literatur- und Quellenlage

J. YAMAMURA hat 1976 die lange Vernachlässigung der Fremdenverkehrsgeographie in Japan in Beziehung gesetzt zur relativ späten Entwicklung des Tourismus als gesellschaftliches Massenphänomen und entsprechend fehlenden statistischen Grundlagen. Immerhin sind seit S. KRUCHIS Pionierarbeit über die japanischen Heißequellen-Badeorte (Onsen) und ihre Klassifizierung beachtenswerte Ansätze zur systematischen Weiterarbeit und viele regionale Untersuchungen zu nennen. Systematisch-umfassender hat freilich erst YAMAMURA selbst durch eigene Arbeiten die Entwicklung einer Geographie des Tourismus in Japan gefördert und das erste Lehrbuch dieser Disziplin zusammen mit Y. ASAKA verfaßt.

J. YAMAMURA verdankt auch diese Arbeit ganz wesentliche Anregungen und den Zugang zu wichtigen Quellen und Befragungen. Eigene Beispielsuntersuchungen konzentrierten sich seit 1959 zunächst auf Tempelzentren, Badeorte und großstädtische Ausflugszonen; sie führten erst 1975 und 1978 zu umfassende-

ren Fragestellungen im Tourismus. Mit Hilfe der Kollegen und Freunde M. ISHII, H. KOBAYASHI, T. UKITA und S. YOKOYAMA konnten moderne Formen des innerjapanischen Reiseverkehrs studiert und diskutiert werden. Einen wesentlichen Überblick der Gesamtsituation und ein Korrektiv zu fachlich spezialisierten und regionalen samples bot der im Herbst 1977 von der Kanzlei des Ministerpräsidenten herausgegebene „Umfragebericht zum Tourismus und zur Erholung des japanischen Volkes“.

## 3. Zur Entwicklung des Reisens in Japan

Die Tradition freien Reisens in Japan ist kaum älter als einhundert Jahre. Bis zum Ende der Tokugawazeit entsprach der strengen Abschliessung des Landes nach außen eine strikte öffentliche Überwachung des Lebens nach innen. Erst 1864 wurden die staatlichen Kontrollstellen entlang der Reichswege aufgehoben; wenig später, 1871, fiel der Paßzwang für alle privaten Reisen außerhalb der Territorialgrenzen<sup>2)</sup>.

Bis zu dieser Zeit waren Fernreisen im wesentlichen auf drei Hauptkategorien beschränkt: die vom Shogunat angeordneten Jahreszüge der Territorialfürsten mit einem großen repräsentativen Gefolge an den Hof in Edo, dem späteren Tokyo; sodann die vor allem für die Hauptstadt bestimmten Transporte lizenzierter Kaufleute, die aber auch entferntere Regionen besuchten und dort als Händler und Überbringer von Nachrichten und Neuigkeiten dienten<sup>3)</sup>; schließlich Pilgerreisen zu berühmten Schreinen und Tempeln, die vornehmlich in Gruppen unternommen wurden und in ihrer Tradition weit ins Mittelalter zurückreichen. Wanderungen zum Neujahrsfest und zum buddhistischen Allerseelenfest im August in die Heimatgemeinden der Stadtbevölkerung sowie Reisen zu Heißequellen führten in dieser Zeit meist nur über kürzere Distanzen.

So bot die Pilgerschaft in einer Epoche sehr beschränkter Freizügigkeit für die Masse der Bevölkerung die einzige legale Reisemöglichkeit. Durch die Einrichtung lokaler Gemeinschaften (Ko-Gruppen) mit eigenen Spar- und Reisekassen konnten auch Vertreter bäuerlicher Schichten daran teilnehmen. So wuchs der Umfang religiös bestimmter Reisen. Gleichzeitig veränderte die Kombination verschiedener Zwecke und Ziele den Charakter der Pilgerzüge. Viele machten Umwege, um Kyoto oder berühmte landschaftliche Schönheiten zu besuchen und schlossen auch Vergnügungsaufenthalte ein.

Diese Entwicklung zur touristischen Vielfalt des Pilgerwesens erweiterte sich gegen Ende des 19. Jahr-

<sup>2)</sup> Vgl. K. YANAGIDA (1957), S. 136. – Zum Pilgerverkehr der folgenden Absätze: S. 127–134.

<sup>3)</sup> Zur Wirtschaftsgeschichte des Reisens kann hier nur ein Standardwerk genannt werden: T. TOYODA (1969).

hundreds mit dem Bau der ersten Eisenbahnen. Schreine und Tempel, Heißquellen-Badeorte sowie landschaftliche und historische Anziehungspunkte wurden zu komplexen, sich ergänzenden Zentren des Tourismus. Nach 1934 schuf die Ausweisung der Nationalparks neue Ausgleichs- und Ergänzungsräume zu den sich rasch verstärkenden Großstadtballungen und Industriezonen. Doch blieb auch hier der Ausflugs- und Erholungsverkehr kurzfristig auf wenige Tage begrenzt.

Diese Tradition wirkt bis in die Gegenwart hinein. Längerer, zusammenhängender Urlaub und mehrwöchige Erholungsaufenthalte haben sich in Japan nicht eingebürgert. Zwar waren Mehrwochenaufenthalte in ländlichen Badeorten mit Selbstversorgung der Besucher im Winter oder nach der harten Arbeit des Reisausflanzens nicht völlig unbekannt; in bäuerlichen Zonen Nordjapans haben sich derartige einfache Erholungsformen teilweise bis heute erhalten. Doch insgesamt blieb der gruppenbezogene Kurtourismus strukturbestimmend.

#### 4. Probleme des Urlaubs- und Freizeitverhaltens

Dieser besondere Stil des Reisens und der Erholung erhielt sich selbst in der Nachkriegszeit, als Japan mit der Beschleunigung seines Wirtschafts- und Städtewachstums und schnell zunehmenden Wohlstands mehrere sich steigernde Wellen moderner Freizeitaktivitäten entwickelte. Mit mehr freier Zeit, höherem Einkommen, besserer Ernährung, weniger familiären Verpflichtungen bei beengten Wohnverhältnissen und einer fast unbegrenzten Wahlmöglichkeit von innerstädtischen und landschaftlichen Attraktionen bildete sich in der Verbindung von Vergnügen, Unterhaltung und Erholung ein „Leisure-Boom“ und ein Konsumfieber, das alle gesellschaftlichen Schichten erfaßte. Heute gehören die Japaner zu den Völkern, die am meisten Geld für Unterhaltung und Freizeit ausgeben.

So bleibt es ein erstaunliches Phänomen, daß längere Ferienreisen mit stationären Erholungsaufenthalten bisher nicht üblich geworden sind. Im Gegenteil: Alle erreichbaren Statistiken beweisen, daß zwar die Zahl der Reisen mit Übernachtungen pro Person von 0,36 im Jahre 1961 auf 0,96 im Jahre 1976 gestiegen ist, daß aber die durchschnittliche Reisedauer im gleichen Zeitraum von 3,3 Tagen auf 2,9 Tagen abgenommen hat. Diese Verkürzung der Reisezeit, sicher mitbedingt durch schnellere Verkehrsmittel, scheint sich fortzusetzen: Von 1972 bis 1976 nahmen Reisen von 3 und mehr Tagen weiter ab, während Zweitagesreisen auf über 60% aller Reisefälle stiegen<sup>4)</sup>.

Eine räumliche Aufschlüsselung der Übernachtungszahlen pro Person (Abb. 1) zeigt dabei nicht unerhebliche regionale Unterschiede: Vor allem tritt ein – nur

in Nordjapan uneinheitliches – Kern-Peripheriegefälle heraus, das sich weitgehend mit der höheren Reise- mobilität in Großstadtballungen und industriellen Wachstumszonen deckt. Denn hier sind durch den höheren Anteil an industriellen Großbetrieben auch die Urlaubsbedingungen günstiger: In der untersten Freizeitkategorie mit weniger als 69 arbeitsfreien Tagen pro Jahr rangieren nämlich nur 4,6% aller Großbetriebe (über 1.000 Beschäftigte), aber 32,2% aller Kleinbetriebe mit 30–99 Beschäftigten und sicher weit über die Hälfte aller Kleinstbetriebe<sup>5)</sup>.

So liegt es nahe, den Urlaubs- und Freizeitbedingungen nähere Aufmerksamkeit zu widmen. Generell ist sicher der Trend zur Verkürzung der Arbeitszeit auch in Japan deutlich. So nahm zwischen 1961 und 1976 die wöchentliche Arbeitszeit von 44,3 auf 42,8 Stunden ab; gleichzeitig stieg die Zahl der Beschäftigten mit einer Fünftagewoche von 22% auf 69%, und die durchschnittliche Zahl der arbeitsfreien Tage (Sonn- und Feiertage, Urlaub) erreichte eine Zunahme von 73 auf 86 Tage. Doch wenn man nach Unterlagen des Arbeitsministeriums die realisierte Dauer der Sommerferien prüft, dann zeigt sich Erstaunliches: Noch 1976 wurden in der Hauptreisezeit des Sommers in 71,6% aller Betriebe von den Beschäftigten nur drei oder weniger Urlaubstage genommen<sup>6)</sup>!

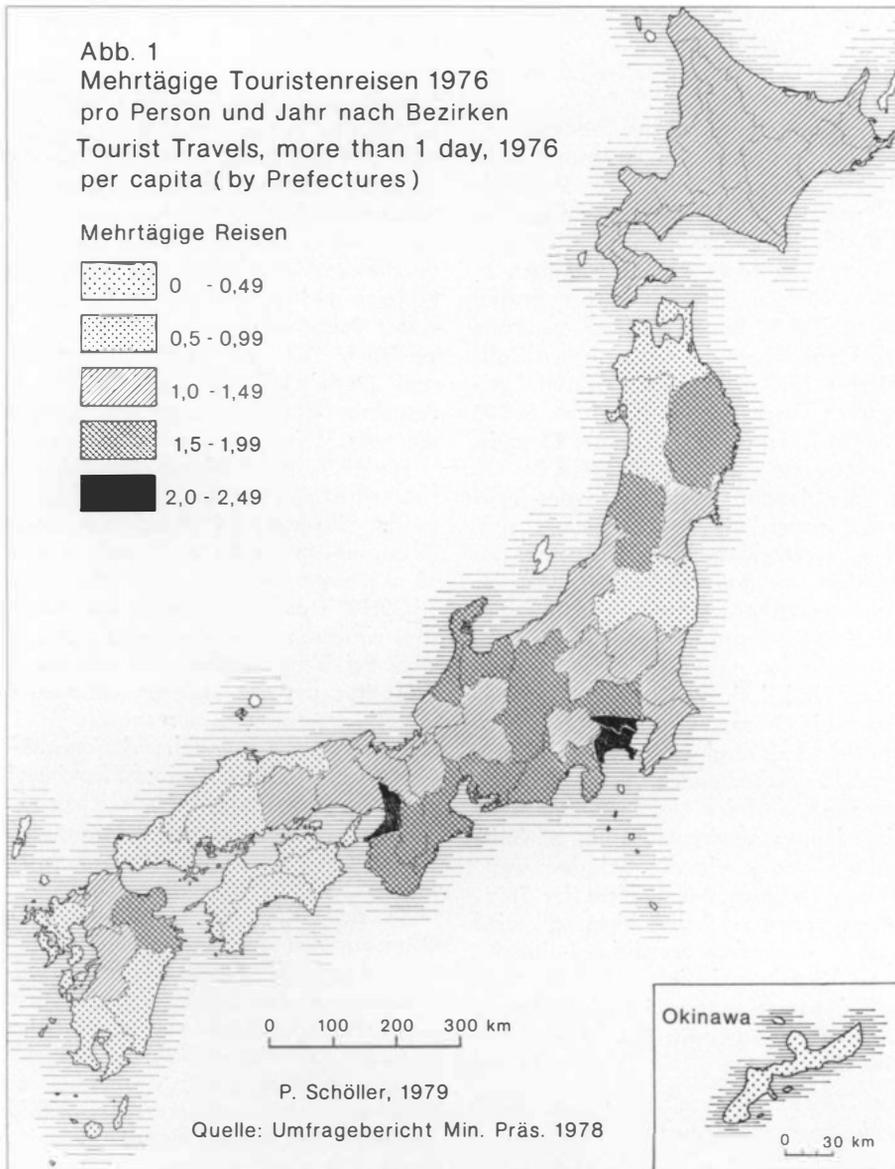
Diese für uns unverständliche Zurückhaltung, einen gesetzlich zustehenden Urlaub auch zu realisieren und Familienferien zu machen, ist nur aus sozial-psychologischen Traditionen erklärbar. Es gehört sich nicht, den Betrieb oder die Dienststelle längere Zeit zu verlassen; es gilt als unkollegial den Arbeitskollegen und als illoyal den Vorgesetzten gegenüber. Außerdem schafft es Unsicherheiten im sozial fein abgestimmten, hierarchisch gegliederten Aufgabenfeld. Es wird auch kein Vorteil darin gesehen, den Urlaub im Zusammenhang zu nehmen; erlebnisreicher scheint seine Aufgliederung in mehrere Kurzabschnitte. Europäische „Langzeiterholung“ gilt den meisten Japanern als „erstaunlich langweilig und einfalllos“. Ihre eigenen Bedürfnisse sind primär: Abwechslung, Erlebnis, Betriebsamkeit.

Auf den ersten Blick scheint die in den letzten Jahren schnell um sich greifende Mode, Zweithäuser in landschaftlich schönen Feriengebieten zu erwerben, einen Wandel der Bedürfnisse anzudeuten. Doch bei näherer Prüfung erweist sich eine solche Annahme als Täuschung. Auch im eigenen „Besso“ bleibt man kaum länger als zwei bis drei Tage hintereinander. Das Zweithaus ist damit mehr Wochenend- als Ferienwohnung. – In einem anderen Sinne reflektiert freilich die „Besso-Bewegung“ sozialen Wandel: Sie entspricht dem Übergang von einem primär gruppenbestimmten zu einem mehr familienbezogenen Freizeitverhalten.

<sup>5)</sup> Tourismus in Zahlen (1978). – Die Unterschiede scheinen eher zu wachsen als abzunehmen.

<sup>6)</sup> Nach Unterlagen des Arbeitsministeriums 1977.

<sup>4)</sup> Umfragebericht (1977), S. 84.



### 5. Aufschwung und Grenzen des Auslandstourismus

Um das Ausmaß und die besonderen Formen des japanischen Massentourismus der Gegenwart zu verstehen und bewerten zu können, ist ein kurzer Ausblick auf die Auslandstouristik der Japaner unerlässlich. Bis in die Mitte der 60er Jahre war sie reglementiert und fast bedeutungslos. Im Jahre 1964 reisten 129 000 Japaner, in der Mehrzahl Geschäftsleute, in fremde Länder. Erst nach Aufhebung restriktiver Paß- und Devisenbestimmungen und mit wachsendem Wohlstand schwoll der Auslandsverkehr schnell an: Die Halbmillionengrenze wurde 1970, die Millionemarke 1972 überschritten. Ein Jahr später, 1973, war mit

64% Jahreswachstum bereits ein Rekord von 2,3 Millionen Auslandsreisen erreicht<sup>7)</sup>.

Nach kurzer Stagnation in den Jahren der Wirtschaftsrezession ist seit 1976 wieder ein stetiger Aufwärtstrend zu verzeichnen. 1977 registrierte das Justizministerium 3,2 Millionen Auslandsreisen, davon etwa 80% als „Pleasure Travel“. Hauptreisegebiete sind zu etwa gleichen Teilen: Hawaii, Taiwan, Süd-Korea und Hong Kong. Abgestuft folgen Guam, Kalifornien und das übrige Nordamerika, sowie mit 10% Europa. Eine

<sup>7)</sup> Diese und die folgenden Angaben zum Auslandstourismus wurden entnommen den Statistiken im *Weekly Travel Journal (J)*, Tokyo, 12. 12. 1977.

soziale Aufgliederung zeigt Ungleichgewichte: 74% der Reisenden sind männlich, und der Anteil der Familienreisen ist erst in den allerletzten Jahren auf 37% (1977) gestiegen.

Besonders bezeichnend, aber nach dem vorangehenden Kapitel wohl verständlich, ist die durchschnittliche Dauer der meist mit Gruppentarifen oder Pauschalarrangements durchgeführten Reisen: Sie liegt bei asiatischen und pazifischen Zielgebieten bei 5,5 Tagen. Besuche auf dem amerikanischen Kontinent dauern im Mittel 9, in Europa 13 Tage. Ungewöhnlich hoch sind dagegen Umfang und Wert der im Ausland gekauften Geschenke. Nach Feststellungen der japanischen Zollbehörden im Herbst 1978 bringt jeder Auslandsreisende durchschnittlich Geschenke im Wert von 76 000 Yen (700,- DM) für Verwandte, Bekannte, Freunde, Kollegen und Vorgesetzte zurück in die Heimat<sup>8)</sup>.

Versucht man die Zukunftsperspektiven des japanischen Auslandstourismus zu überblicken, so sind künftig weitere ganz erhebliche Steigerungsraten zu erwarten. Vor allem die touristische Öffnung der Volksrepublik China wird Ströme japanischer Besucher ins Land ziehen. Auch der südostasiatische und süd-pazifische Reiseverkehr hat noch erhebliche Ausweitungsmöglichkeiten. Und doch werden bei einem solchen Überblick auch die Grenzen und Hürden im Auslandsverkehr deutlich. Aufgrund seiner geographischen Lage, die jeden grenzüberschreitenden Verkehr zu 99% aufs Flugzeug verweist, wird der Auslandsreiseverkehr Japans trotz seiner innovationsfreudigen und erlebnishungrigen Großbevölkerung nie die Relation westeuropäischer Staaten erreichen. Hemmnisse der Sprache und Lebensform treten zusätzlich hinzu. So wird dieses Land stärker als andere westliche Industriegesellschaften auch künftig auf die touristische Nutzung des eigenen Lebensraumes angewiesen sein. Damit wird der Inlandstourismus zu einem Zukunftsproblem von weittragender Bedeutung.

## 6. Zur Struktur des Binnentourismus

Schon von seinem Umfang her hat der Ausflugsverkehr Japans keine Parallele in anderen Staaten der Erde. Wenn man bedenkt, daß jährlich weit mehr als 500 Millionen Reisen in einem kleingekammerten, konzentriert besiedelten, gebirgigen Inselland unternommen werden, dann setzt das leistungsfähige Massenverkehrsmittel voraus. Tatsächlich trägt der Eisenbahnverkehr bis heute den Hauptteil der Transportleistungen auch im Ausflugs- und Erholungswesen. Doch ist sein Anteil nach offiziellen Schätzungen von 79% im Jahre 1967 auf 46% im Jahre 1976 zurückgegangen. Im Umkreis der großen Stadtregionen war der Rückgang der Verkehrsleistungen der Staatsbahn

zugunsten privater Bahngesellschaften besonders hoch<sup>9)</sup>.

Der – freilich nur relativ zu verstehende – Bedeutungsrückgang der Eisenbahn geht vornehmlich auf das Konto des privaten Kraftfahrzeugverkehrs, der seinen Anteil trotz überfüllter Straßen und hoher Autobahngebühren in zehn Jahren von 20 auf 35% steigerte. Mit dieser Zunahme verbindet sich ein Strukturwandel des Reiseverkehrs: Eine von Jahr zu Jahr deutlichere Verschiebung von Großgruppen zu Kleingruppen und Einzelfamilien. Zahlenmäßig ist ein genauer Jahresvergleich schwierig, weil die Gruppengrößen in fast jeder Statistik unterschiedlich definiert sind. Doch wird man von 1967 bis 1976 mit einer Abnahme der Gruppenreisen mit mehr als 30 Personen um etwa 30% zu rechnen haben.

Für 1976 haben Befragungen des japanischen Touristenverbandes genauere und sichere Angaben erbracht. Gliedert man danach in Kleinstgruppen bis 5, Kleingruppen bis 30 und Großgruppen mit mehr als 30 Personen, so liegt mit einem Verhältnis von 52:29:19% das Übergewicht bei Mehrtagesreisen bereits eindeutig beim Individual- und Familientourismus. Bei Tagesausflügen ist mit einer Relation von 75:16:9% das Zurücktreten der Gruppenreisen verständlicherweise noch ausgeprägter<sup>10)</sup>. Trotzdem: Der Umfang und die sozialpsychologische Prägung von Gesellschafts- und Gemeinschaftsreisen bleiben so bedeutsam im Rahmen des innerjapanischen Tourismus, daß den mit ihnen verbundenen spezifischen Formen und Folgen im Sozialverhalten später ein eigener Abschnitt gewidmet werden soll.

Zu den bis heute grundlegenden, „klassischen“ Gruppenreisen gehören vor allem Schulexkursionen und Betriebsausflüge. Nach Unterlagen des Japanischen Erziehungsministeriums nahmen schon vor 10 Jahren fast 100% aller Grundschüler, 96% der Mittelschüler und 87% der Schüler Höherer Schulen an regelmäßigen Schulfahrten teil<sup>11)</sup>, die meist zu traditionellen Reisezielen führen und integrierende Bildungsaufgaben haben. Da derartige Schulreisen im Durchschnitt erheblich teurer sind als etwa Studentenexkursionen in Deutschland<sup>12)</sup>, besteht neben öffentlichen Zuschüssen

<sup>9)</sup> Umfragebericht (1977), S. 21, 70, 152. – Eine relativ genaue, durch Wiederholungen bestätigte Touristenstatistik von Kyoto läßt erkennen, daß zwischen 1969 und 1971 eine echte Zäsur im innerjapanischen Tourismus liegt: Sprunghaftes Ansteigen der Reisen, relative Abnahme der Großgruppen, schnelle Zunahme der Pkw-Anteile auf Kosten von Gruppenbus und Staatsbahn, während die Privatbahngesellschaften in Zentraljapan ihre Bedeutung noch steigern konnten.

<sup>10)</sup> Umfragebericht (1977), S. 22, 154f.

<sup>11)</sup> Japan Nat. Tourist Organ. Kanko Yorin 1969, S. 314.

<sup>12)</sup> So kostete im Herbst 1978 eine viertägige Schulexkursion von Tokyo nach Kyoto und Nara mit Eisenbahn und Bus, 3 Übernachtungen in 8-Personen-Zimmern und Essen je Oberklassen-Schülerin 45.000 Yen = 400 DM.

<sup>8)</sup> Agenturmeldung, Japan Times, 20. 11. 1978.

des Erziehungsministeriums an jeder Schule ein System von Spareinrichtungen, in das die Schüler bestimmte Beträge monatlich einzahlen. Die Tradition der Gruppenfahrten setzt sich im Berufsleben fort. Über 90% aller japanischen Betriebe veranstalten jedes Jahr ein- oder mehrtägige Ausflüge für ihre Beschäftigten, um Sozialkontakte, Gruppenloyalität und die positive Einstellung gegenüber dem Betrieb und den Vorgesetzten zu stärken. In den letzten Jahren hat dabei die Aufgliederung in kleinere Gruppen zugenommen; häufig sind aber auch zusätzliche Kurzexkursionen von Abteilungen oder Sektionen der Betriebe.

Neben die mehr oder weniger verpflichtenden Schul- und Betriebsreisen treten zunehmend andere gemeinschaftsbezogene Gruppenreisen veranstaltet von Frauenvereinen, bäuerlichen Genossenschaften, Sportverbänden, Rentnervereinigungen, Kleinhändler- und Verkäufergruppen, die von Firmen oder vom Großhandel eingeladen werden; vor politischen Wahlen gehören auch Wählerausflüge dazu. Zurückgegangen, aber immer noch wichtig, ist der religiös bestimmte Tourismus, die moderne Pilgerfahrt zu Tempeln und Schreinen. Hauptreisezeit ist für alle Reisearten die Ferienzeit des Hochsommers von Mitte Juli bis Ende August. Sekundäre Reisespitzen liegen im Oktober und im Frühjahr.

Die Organisation der Gruppenreisen und des Massentourismus insgesamt wird zumeist von großen Unternehmen übernommen, die diese Fahrten als Pauschalreisen vorbereiten, durchführen und die Teilnehmer intensiv betreuen. Weiterhin beliebt sind Busreisen, deren Anteil am gesamten touristischen Verkehrsaufkommen von 18% im Jahre 1972 auf 21% 1976 gestiegen ist<sup>13</sup>). Großunternehmen unterhalten neben einer Flotte von Bussen häufig eigene oder ihnen verbundene Reisebüros, Hotels, Restaurants, Souvenir- und Geschenkläden, Versicherungsgesellschaften, Druck- und Werbefirmen und verschiedenartige Transporteinrichtungen<sup>14</sup>). Sie kaufen und erschließen Grundbesitz und Heißquellen, parzellieren Neulandflchen, bauen Zweirhuser und Supermärkte, legen Aussichtsstraen und Sportanlagen an, gründen Vergnügungsparks und Kinderspielplätze und verdienen an allen Angeboten und Bedürfnissen, die sie wecken.

Gewinnbringender sind heute jedoch Investitionen in Grundbesitz und die Erschließung von Parzellenflchen, wobei die Spekulation bereits alle Regionen und potentiellen Ferienggebiete des Landes erfaßt hat. Das Kanko-Geschäft, die Entwicklung und Organisation des Massentourismus, gehört zu den wichtigen expansiven Geschäftszweigen und Industrien Japans<sup>15</sup>).

<sup>13</sup>) Umfragebericht (1977), S. 70. – Andere Statistiken zeigen freilich eher Stagnation, bzw. leichte Abnahmen.

<sup>14</sup>) Weekly Travel Journal (J), Tokyo v. 16. 1. 1978 u. 13. 2. 1978.

<sup>15</sup>) In einer wichtigen Untersuchung zeigte J. YAMAMURA beispielhaft den Konkurrenzkampf großer Kanko-Gesell-

## 7. Gruppenreisen und Sozialverhalten

Durch die Häufigkeit und Verbindlichkeit vieler Gruppen-Exkursionen hat der größte Teil der japanischen Bevölkerung mindestens einmal in seinem Leben die wichtigsten und schönsten Sehenswürdigkeiten des Landes kennengelernt und ist damit in die Natur, Kultur und Geschichte verbindende Tradition seines Volkes einbezogen. Nicht unberücksichtigt bleiben sollten aber auch die sozial-psychologischen Wirkungen und Prägungen. Gruppenreisen verstärken den Sozialzwang und die Gruppendisziplin, die vom Japaner auch in anderen Lebenssituationen täglich immer wieder gefordert werden.

Ebenso trägt die Übernachtungsmöglichkeit in Hotels und Herbergen mit größeren Schlafslen und das stets gemeinsame Essen dazu bei, daß kaum ein Ausweichen aus der Gruppensituation möglich ist, auch bei abendlichen Vergnügungen nicht. Man kann immer wieder in Japan beobachten, daß diese enge Form des Zusammenlebens so prägend wird, daß sie selbst dann vollzogen wird, wenn es dafür keine Notwendigkeit gibt. Viele Japaner werden unselbständig und oft hilflos, wenn in einer Situation plötzlich ein Reiseplan selbst entschieden oder verändert werden muß.

Andererseits verstärkt die in einer Gruppe notwendige Rücksichtnahme auf die Interessen der Gemeinschaft das kollektive Bewußtsein, schafft durch gemeinsames Erleben auch ein Gemeinschaftsgefühl. – Eine solche Erkenntnis darf jedoch nicht dazu führen, daß die kollektivistischen Züge des japanischen Lebens überbewertet werden. In seiner Wohnung und in seinem privaten Leben ist der Japaner ausgesprochen individualistisch. Nur durch den häufigen Zwang, in Gruppen arbeiten, leben und reisen zu müssen, lernt er in steter Disziplin sich einzufügen, seine eigenen Wünsche und Ansprüche zu unterdrücken oder doch zurückzustellen.

Ein weiteres wichtiges Element von Gruppenreisen ist das gemischte Programm. Reiseveranstalter müssen versuchen, im entworfenen Tagesablauf ganz unterschiedliche Interessen in einer Gruppe Rechnung zu tragen; sie werden also ein möglichst buntes, gemischtes und abwechslungsreiches Programm anbieten. Das trifft sich mit ihren eigenen Interessen, möglichst viele Attraktionen, Ziele und Angebote in einer Gruppenreise zu kombinieren, wobei der Reiseunternehmer durchaus verschiedene Subunternehmer einschalten kann, das große Geschäft aber fest in der eigenen Hand behält.

Einen erheblichen Umfang im binnenjapanischen Tourismus und seinen Zentren hat das Andenkengeschft. Das Kaufen von Andenken ist eine alte japanische Sitte. Jeder japanische Tourist kauft an allen berühmten Orten eine große Zahl kleiner Geschenke,

schaften mit ihren Investitions- und Entwicklungsrumen und ihre Vormacht gegenüber lokalen Entwicklungstrgern: Karte in Asaka-Yamamura, S. 53:

Tabelle 1: *Japanischer Binnentourismus 1976 / Inner-Japanese tourism*  
 Art/Zweck/Ziel von Mehrtagesreisen (Anteile, mit Mehrfachnennung)

	Onsen	Natur	Religion	Kultur	Stadt	Wasser- sport	Ski- u. Bergsport	Autofahren
Insgesamt	32,7	22,0	15,0	13,5	9,1	7,4	6,5	6,2
<i>Sozialgliederung</i>								
1. Bauern, Fischer	48,5	22,6	19,9	15,5	12,6	1,1	1,6	2,2
2. Hd., Ind., Dienstl.	42,7	20,9	15,1	13,4	8,5	3,6	5,3	4,6
3. Freie Berufe	40,0	14,4	21,0	9,3	6,8	3,2	3,4	3,2
4. Manager	38,6	19,6	12,0	12,9	3,4	4,6	3,6	5,9
5. Beamte u. Angst.	30,1	23,7	12,1	14,7	7,1	7,1	9,7	7,8
6. Techniker	28,0	18,3	11,4	9,5	6,4	5,2	6,8	9,0
7. Arbeiter	40,3	22,9	15,0	13,3	10,8	5,9	2,7	8,6
8. Stud. u. Lehrlinge	13,7	24,8	12,2	15,1	10,9	15,7	14,4	7,0
9. and. u. o. Beruf	35,5	20,5	17,7	11,9	9,2	7,0	2,9	5,9
<i>Regionalgliederung</i>								
1. Hokkaido	37,9	20,4	4,2	5,9	18,0	2,9	2,8	4,7
2. Tohoku	38,1	17,9	11,9	10,2	10,7	4,1	3,6	4,6
3. Kanto	37,5	22,2	11,1	11,3	1,9	9,2	9,1	7,3
davon:								
Tokyo	33,9	20,7	10,5	9,1	1,0	10,8	10,4	7,6
4. Hokuriku u. Tozan	40,8	19,5	13,4	13,9	11,5	4,2	6,5	6,4
5. Tokai	28,5	21,2	19,6	14,4	6,6	5,6	6,5	7,1
6. Kinki	29,1	23,7	17,7	14,4	8,0	14,3	8,8	5,6
7. Chugoku	23,0	27,6	21,7	20,8	19,3	4,2	3,8	4,4
8. Shikoku	23,6	28,9	28,8	20,1	19,2	2,0	3,8	4,3
9. Kyushu	23,2	21,1	15,6	15,2	16,3	5,2	3,3	6,6

Quelle: Umfragebericht, Kanzlei d. Min. Präs., Tokyo 1977.

mit Vorliebe lokale Produkte für Familienangehörige, Verwandte, Nachbarn, Vorgesetzte und Untergebene. Dabei hat er – besonders bei größeren Reisen – an alle die zu denken, die ihm zum Abschied ein Reisegeld gegeben haben. Die Art und der Wert des Souvenirs wird mitbestimmt durch die Höhe des Reisegeldes und das persönliche Beziehungsverhältnis zwischen den Personen.

Für den Kauf von Andenken werden sehr erhebliche Beträge aufgewandt. So haben Untersuchungen in Kyoto ergeben, daß die durchschnittliche Ausgabe für Souvenirs 54 DM pro Person betrug. Dabei ist auffällig, daß männliche Touristen und die Altersgruppen zwischen 30 und 50 Jahren besonders viel Geld ausgeben, weil sie mehr Verpflichtungen persönlicher Art zu berücksichtigen haben. Wichtig ist, daß die mitgebrachten Geschenke einen besonderen Bezug zum Besuchsziel haben oder einen erkennbaren Wert darstellen und in ihrer äußeren Verpackung Herkunft und Wert ahnen lassen<sup>16)</sup>.

<sup>16)</sup> In Kyoto ist durch Befragungen im Auftrag der Stadtverwaltung festgestellt worden, daß 89% der Touristen lokale Süßwaren-Geschenke und 75% andere Kyoto-Souvenirs einkaufeten.

Eine große Rolle spielt das Photographieren; neben zahlreichen Gruppenaufnahmen wird vor allem Wert gelegt auf Bilder, die den einzelnen in Beziehung setzen zu einem historischen Bauwerk, einem religiösen Symbol, einer landschaftlichen Szenerie. Denn der Kultur- und Landschaftseindruck ist auf bestimmte, als wesentlich erscheinende Formen und Inhalte bezogen; die Plätze besitzen symbolische Bedeutung. Die Identifikation mit diesen Symbolen ist das Entscheidende; alles andere, was sich darum herum abspielt, ist unwesentlich und wird hingenommen. Selbst wenn die Ansprechbarkeit durch Natur- und Kunsteindrücke fehlt, entzieht sich der Zeremonie des traditionellen Gruppenbesuches nicht. Für ihn ist die Identifikation mit Familie oder Gruppe bei diesen Besuchen das Entscheidende.

#### 8. Traditionelle Reiseziele

Bis heute ist zu berücksichtigen, daß der japanische Tourismus eine stark rituelle Komponente erhalten hat: das Aufsuchen traditionell vorgegebener Ziele zu festliegenden Zeiten in vorgezeichneten Sozialbindungen. Tradierte Orte, ausgewählte Objekte, bestimmte Stimmungen gelten als berühmt und sehenswert. Es gehört



zum Bildungswillen auch einfacher Bauern und Arbeiter, daß derartige Erlebniswerte als Aufgaben angenommen werden. Das Bedürfnis nach Anteilnahme an sozialverbindlichen Erlebniswerten führt im Ergebnis über die Identifizierung des Bürgers mit seiner traditionellen Kultur und Landschaft zur Selbstbestätigung.

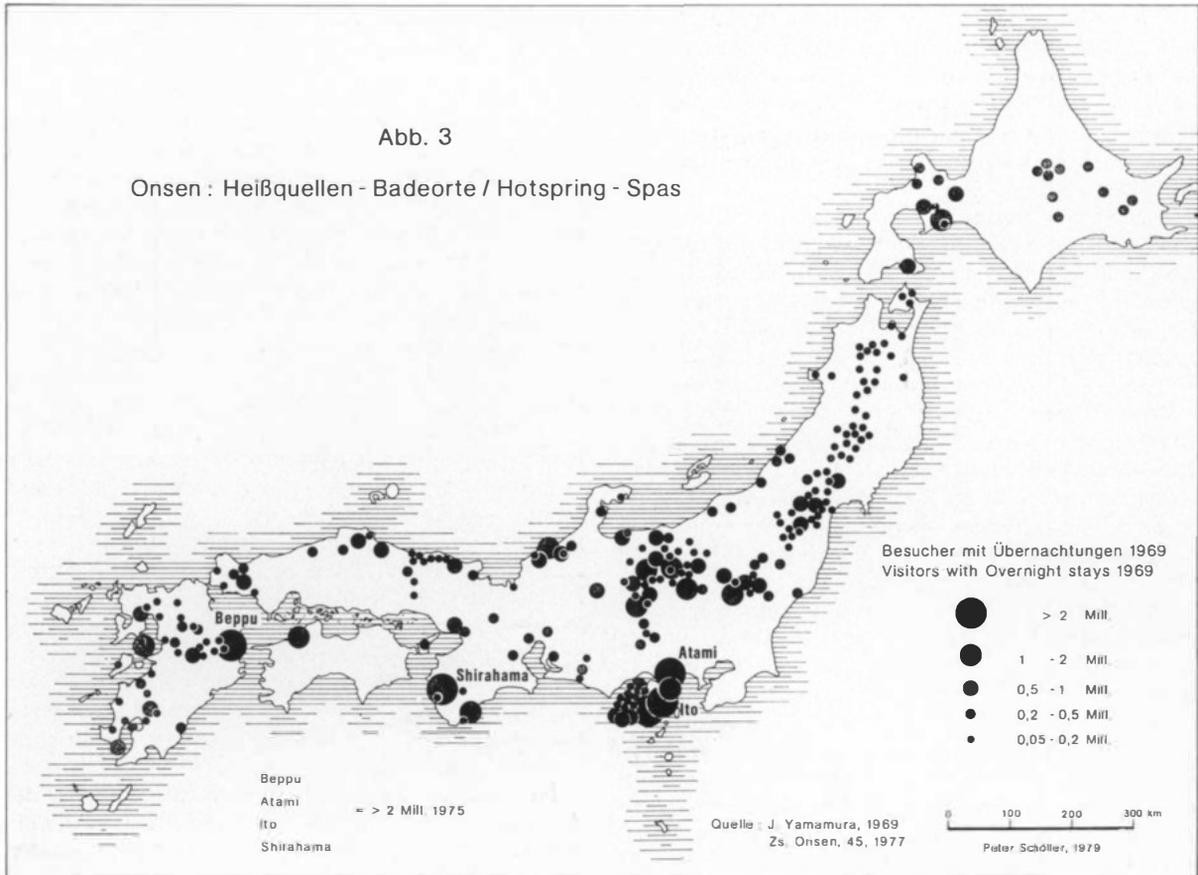
Nur so wird es voll verständlich, daß bis zur Gegenwart, wie die Statistiken zeigen (Tab. 1), die traditionellen Reiseziele Tempel und Schreine und Heißquellen-Badeorte etwa 50% aller Besuchsreisen bestimmen. Unübersehbar ist freilich ein Rückgang des religiös bestimmten Reiseverkehrs, vor allem seit dem Ende des Krieges. Kaum 10% der Reisen in dieser Gruppe wird man als „modernen Pilgerverkehr“ bezeichnen können. Andererseits ist in Rechnung zu stellen, daß

die meisten der auf der Karte „Traditionelle Reiseziele“ (Abb. 2) verzeichneten Örtlichkeiten auch als religiöse Traditionszentren und Anziehungspunkte zu bewerten sind: landschaftliche Höhepunkte wie etwa Fuji-san oder die Insel Miyajima westlich Hiroshima als Shinto-Heiligtümer sowie historische Städte wie Kyoto, Nara, Kamakura, Nikko, aber durch berühmte buddhistische Tempel und Schreine auch Tokyo und Osaka. Vor allem Kyoto mit seinen zahlreichen Kultbauten, Tempelgärten und Parks gehört zu den bedeutendsten und vielfältigsten Tempelstädten der Erde.

Ebenso wichtig scheint freilich, daß sich alle bedeutenden religiösen Zentren dem, was die japanische Gesellschaft jeweils als „modernes Leben“ empfindet

Abb. 3

Onsen : Heißquellen - Badeorte / Hotspring - Spas



und verlangt, seit jeher voll angepaßt haben: Durch ihre Struktur als „*Monzen-machi*“ (Tempelstadt) mit einer auf das Heiligtum ausgerichteten Einkaufs- und Andenkenstraße, zahlreichen Herbergen, Restaurants-, Dienstleistungs- und vor allem Vergnügungsbetrieben. Diese Verbindung von Tempeln und Vergnügungsbetrieb geht in ihren Wurzeln auf die Reisebeschränkungen zur Tokugawazeit zurück, als nur religiös motivierte Reisen erlaubt waren. Pilger aber hatten nach strengen Reinheitsgeboten bis zum Besuch der Heiligtümer abstinenz zu leben; später waren sie frei von einengenden Vorschriften. So bildeten sich in allen großen Wallfahrtsorten und auch bei innerstädtischen Tempelzentren ausgeprägte Amüsier- und Prostitutionsviertel, die sich bis heute oft nur in ihren Erscheinungsformen gewandelt haben.

Die Persistenz derartiger Vergnügungsfunktionen wird durch die liberale Einstellung, aber auch den Geschäftssinn der Priester gestützt; da es keine Kirchensteuer oder regelmäßige Tempelbeiträge gibt, ist das Management der Tempel an den Geschäftseinnahmen und der intensiven Nutzung des eigenen Grundbesitzes besonders interessiert. Das einzige öffentliche „Sex-Museum“ Japans wird von und an einem Shinto-Schrein geführt (Uwajima). Viel wichtiger freilich als

derartige Sonderattraktionen werden heute moderne, familienbezogene Vergnügungsparks, Kinderspielgelände, Tierparks sowie Blumen und Pflanzenausstellungen, die sich mit traditionellen Blütenkulturen verbinden und immer populärer werden.

Mehr landschafts- als stadtbezogene Bergtempel und Klöster wie Hiei-san und Koya-san, vor allem aber die in die Natur einbezogenen Heiligtümer des Shinto-Kultes, wie die berühmten Stätten von Ise und Izumotaisha haben es zunehmend schwer, ihre alte Überlegenheit gegen die Zentrenattraktionen populärer *Monzen-machi* zu behaupten, zumal nach dem Kriege die sozial verpflichtende staatlich-nationale Shinto-Tradition abgebaut oder doch gemindert worden ist. Häufig werden derartige Stätten nur noch auf Tagesausflügen für wenige Stunden besucht. Dieser Rückgang des Übernachtungsverkehrs gilt selbst für Ise; von 6,3 Millionen Besuchern übernachteten 1972 nur 288 000 in Uji-Yamada<sup>17)</sup>; zahlreiche alte Hotels und Herbergen sind heute bereits geschlossen, Teile des alten *Monzen-machi* abgestorben. Der Hauptteil der Übernachtungsgäste fährt weiter in die modernen Touristengebiete von Toba und Isejima.

<sup>17)</sup> Nach Auskunft der Stadtverwaltung am 25. 4. 1975.

Eine führende Rolle im Binnentourismus Japans spielen die „Onsen“ genannten Heißquellen-Badeorte, wo auch die größten Übernachtungskapazitäten angeboten werden. Die Karte J. YAMAMURAS (Abb. 3) zeigt<sup>18)</sup>, wie ihre Verbreitung an die natürlichen Ressourcen vorwiegend in den inneren Gebirgsregionen Nordjapans gebunden bleibt, wie aber in der touristischen Nutzung Großstadtbezüge spürbar werden, wobei medizinische Indikationen des Badebetriebes ganz stark zurücktreten. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer beträgt zwei Tage. So sind japanische Onsen weit mehr Vergnügungs- als Kurorte. Eine Erholungsfunktion kann ihnen deshalb unter japanischen Bedingungen jedoch nicht abgesprochen werden.

Gliedert man touristisch, so lassen sich fünf Haupttypen unterscheiden: 1. *Kleine ländliche Badeorte* von lokaler Bedeutung ohne Großhotels und städtische Einrichtungen. – 2. Kleine und mittlere Onsen, teilweise mit *medizinischer Badefunktion* und regionalem Tourismus bei durchschnittlich geringen Pro-Kopf-Ausgaben. – 3. *Mittelgroße Onsen* mit mehr als 50 000 Übernachtungen pro Jahr, mit Großhotels, ausgeprägtem Vergnügungsleben und großregionalem Einzugsbereich. Zu dieser Gruppe gehört mit Dogo, heute Ortsteil von Matsuyama, einer der ältesten und berühmtesten Badeorte Japans. – 4. *Groß-Onsen* mit mehrkernig *disperser* Siedlungsentwicklung, bei überregionalem Einzugsbereich mehr als 2 Millionen Übernachtungen; dominierend sind Landschaftstouren, Sport- und Vergnügungseinrichtungen. Beispiele: Shirahama (Hauptausrichtung auf Osaka) und Hakone-machi (Hauptausrichtung auf Tokyo, Yokohama). – 5. *Groß-Onsen konzentriert städtischen Charakters* mit mehr als 3 Millionen Übernachtungen, meist in Großhotels; überregionale Bedeutung und internationales Image verbinden sich mit großstädtisch differenziertem Vergnügungsleben und hohen Pro-Kopf-Ausgaben; dominierend sind Kongreß- und Bankettfunktionen. Beispiele: Atami, Beppu.

Mit verbreitertem Angebot suchen Onsen-Gemeinden und Kanko-Gesellschaften den Trend der modernen Entwicklung des Tourismus in Japan zu nutzen und mitzugestalten. Der Badebetrieb mit seinen verschachtelten öffentlichen und privaten Wasserrechten, komplizierten Quellenleitungen, Pumpstationen und Nachheizungssystemen ist dabei nur Grundbedingung. Als zukunftsweisend gelten der Bau von Betriebsheimen, Zweithäusern und Zweitwohnungen; die Erweiterung familienbezogener Angebote mit Kinderparks, Spiel- und Sportanlagen; die Ausweitung des touristischen Aktionsraumes durch Aussichtstraßen, Vergnügungsparks, Sport- und Wandergelände mit vielfältigen Dienstleistungseinrichtungen.

## 9. Kontinuität und Wandel im Stadt- und Landschaftstourismus

Eine ganze Reihe touristischer Ziele in Japan lassen sich nicht einfach zwischen Tradition und Moderne aufgliedern. Besonders der *innerstädtische* Tourismus vereint beides: Standortkontinuität bei historisch-kulturellen Sehenswürdigkeiten und Wandel der Ausrichtung auf neue attraktive Ziele des Massenverkehrs. Wie sich das quantitativ abstuft und verbindet, zeigt das Beispiel der mit 38 Millionen Besuchern (1977) größten Touristenstadt Japans, Kyoto (Abb. 4).

Zwar ballen sich die Hauptbesuchsziele vorrangig in zwei großen randlichen Tempelzonen, dem östlichen, vom Hauptbahnhof zu Fuß erreichbaren Higashiyama-Bezirk und dem nordwestlichen Arashiyama. Aber es sind neben Tempeln, Gärten, Schreinen, Parks und Bergen auch eine Reihe moderner Attraktionen mit sehr hohen Besucherzahlen vertreten: Kyoto Tower, Zoo und Botanischer Garten, Kunst- und Gewerbemuseen, Ausstellungen und – alles überragend – das Stadtzentrum Kawaramachi selbst mit seinen Einkaufs- und Andenkenstraßen, Restaurant- und Vergnügungsvierteln, das in seiner standörtlichen Vielfalt und bunten Mischung auch für den Ausländer trotz vieler Bausünden und starker Verkehrsbelästigungen zu den reizvollsten Großstadtzentren der Erde gehört.

Noch stärker verschiebt sich verständlicherweise die Ausrichtung auf moderne Ziele bei anderen Großstädten. Nimmt man etwa in Tokyo an einer normalen Bustour für Besucher aus der Provinz teil, so halten sich zwar traditionelle und moderne Sehenswürdigkeiten zahlenmäßig etwa die Waage. Notiert man jedoch die Aufenthaltszeiten und beobachtet man Zuwendung und Interesse der Teilnehmer, so verschiebt sich das Gewicht eindeutig zur Moderne; nicht der Kannon-Tempel, sondern das Kino- und Show-Viertel in Asakusa, nicht der Meiji-Schrein, sondern der Fernsehturm mit seinem technischen Museum finden längere und stärkere Aufmerksamkeit. Hier wie in anderen Städten treten neben die engeren Attraktionen des Zentrums als Besuchsziele auch moderne Großbauten und Brückenkonstruktionen, Sporthallen, industrielle Großbetriebe, Universitätsneubauten und immer wieder Aussichtspunkte.

Die Betonung von Panoramablickern bei innerstädtischen Exkursionen leitet über zu gleichartigen Höhepunkten im *Landschaftstourismus*. Hier treffen heute die Gegensätze unmittelbar aufeinander: Kaum beschreibbar schöne, kleingegliederte und doch harmonische Landschaftsbilder und hochkommerzialisierte Rummelplätze mit einem Übermaß an Freizeiteinrichtungen für Kinder, Erwachsene und Gruppen. Die fast formelhaft symbolbezogene Bewertung des Landschaftlichen führt ja zu einer weithin traditionell festgelegten Selektion von Plätzen und Standorten mit Massenfrequenz. Doch die stete Überfüllung derartiger Aussichtspunkte, Zentren, Touristenbahnen und Touristen-

<sup>18)</sup> Ergänzt für die Großzentren nach Zs. Onsen 45, Nov. 1978, S. 28.

gebieten wird in Kauf genommen; sie ist kaum Abschreckung, eher soziale Bestätigung.

Für jede Region Japans könnte man Ausflugsziele nennen, die objektiv kaum geringere Kultur- und Landschaftseindrücke vermitteln können, aber nicht derartig überlaufen sind, wie die meisten der besuchten Ziele. Damit soll nicht gesagt sein, daß das Bedürfnis nach individuellem Erleben, nach Stille und Einsamkeit in der Natur dem Japaner fremd sei. Aber seine Lebensbedingungen haben dazu geführt, daß er es kaum noch realisieren kann. Gruppen- und Massensituation sind die Regel. Ihnen hat er sich angepaßt

und versucht in bewundernswerter Konzentration wenigstens kurzfristig die Eindrücke zu erleben und nachzuvollziehen, die Tradition und Erziehung, Kunst und Kultur seines Landes ihm aufgezeigt haben. Ist dieses Bildungserlebnis vollzogen, dann fühlt er sich frei zur Abwechslung und Vergnügen, wie einst seine Vorfahren nach einem Tempelbesuch.

#### 10. Aufkommen neuer Reiseziele

Die wohl wichtigste moderne Entwicklung im japanischen Binnentourismus ist die Verstärkung und räum-



1



4



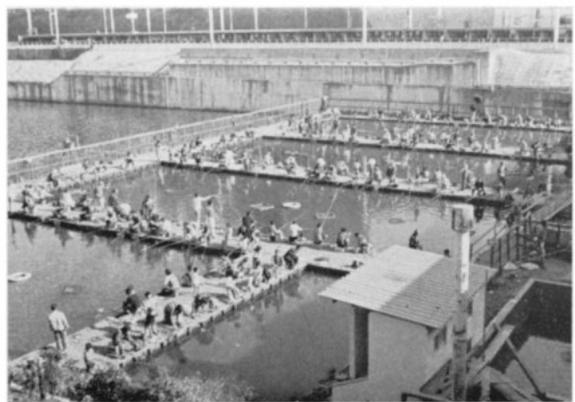
2



5



3



6

liche Ausweitung des großstädtischen *Ausflugsverkehrs* mit der Erschließung neuer Besuchsziele und Freizeitaktivitäten. Im Nahbereich der großen Bevölkerungsbildungen haben sich schon früh spezialisierte, aber auch komplexe Ausflugszentren herausgebildet. Im Norden Osakas etwa hat die Hankyu-Bahngesellschaft schon 1918 mit der Gründung einer Musik- und Opernschule für Mädchen in Takarazuka eine einzigartige Theatertradition eingeleitet, die später durch Opernhaus, Zoo, Aquarium, Botanischer Garten, Luna-Park und viele andere Einrichtungen zu einem modernen Kinder- und Familien-Tagesausflugszentrum erweitert wurde.

Im Raum Tokyo-Yokohama hat sich die Hauptentwicklung seit jeher auf den westlichen Großraum im heutigen Nationalpark Fuji-Hakone-Izu mit seinen Küstenorten und Onsen, Berglandzentren und Wassersportplätzen konzentriert. Im Rahmen dieses Beitrages muß darauf verzichtet werden, die typologische Vielfalt und ihre Wandlungen unter dem Einfluß von Freizeitaktivitäten, Massenverkehr und Wohngebietentwicklung darzustellen. Hervorzuheben bleibt nur, daß es gerade hier im Konkurrenzkampf großer finanzkräftiger Erschließungs- und Entwicklungsgesellschaften zu flächenhafter Landschaftszerstörung und

Überentwicklung kommt. Die Küstenzone Kamakura-Inoshima sei dafür als Beispiel genannt.

Ähnlichen Gefährdungen sind aber heute auch fast alle der seit 1934 ausgewiesenen *Nationalparks* ausgesetzt. Denn nur sehr begrenzte Kleinareale stehen unter wirklich strengen Schutzbestimmungen. Es wird deshalb hier – soweit ich sehe, erstmalig – in einer Karte (Abb. 5) versucht, die Flächen der National- und Quasi-Nationalparks<sup>19)</sup> in Beziehung zu setzen zu ihren von den Behörden nach Stichzählungen geschätzten Besucherzahlen. Selbst wenn man von den Millionenangaben erhebliche Abstriche macht und aufgrund der Lage und des Durchgangsverkehrs wohl auch machen muß, die Stärke der Besucherströme bleibt erstaunlich; sie betrug im Jahre 1976 606 Millionen.

Dabei darf die Dynamik der Entwicklung nicht außer acht bleiben. Von 1964 bis 1975 stieg die Zahl der Besucher in Nationalparks von 89,8 auf 280,8 Millionen, in Quasi-Nationalparks von 163,9 auf

<sup>19)</sup> Dabei soll hier kartographisch nicht verschleiert werden, daß die Gebiete wirksamer Schutzbestimmungen, die „special areas“, sehr klein sind. Unterlagen dafür und Besucher-Statistiken stellte die Environment Agency der Staatsregierung am 25. 11. 1978 zur Verfügung.

#### Ziele des Tourismus / Aims of tourism

##### Photo 1:

Der Nationalpark Unzen-Amakusa im nordwestl. Kyushu mit seinen Vulkanplateaus, Schwefelquellen und Sommerhotels gehört zu den früh entwickelten Großlandschaften des japanischen Binnentourismus. (Nov. 1962)

The Unzen-Amakusa National Park in north west Kyushu with its volcanic plateau, sulphur springs and summer hotels is one of the long developed major regions of Japanese inland tourism. (Nov. 1962)

##### Photo 2:

Die konzentrierte Hotellsiedlung von Izaka-Spa bei Fukushima repräsentiert die für Nord-Honshu typischen mittelgroßen Heißquellen-Badeorte (Onsen) traditioneller Struktur für kurze Gruppenaufenthalte (Nov. 1959)

The concentrated hotel settlement at Izaka Spa near Fukushima represents the medium sized hot spring spa (Onsen) of traditional structure; intended for short group stays, it is typical for northern Honshu. (Nov. 1959)

##### Photo 3:

Shirahama auf der Kii-Halbinsel südl. Osaka stellt als Groß-Onsen einen anderen, modernen Standorttyp dar: disperse Siedlungskerne, mehrere Hotelkomplexe, Angel- und Badebuchten, Golfplätze, Panoramastraßen, Betriebsheime, Zweithäuser. (Okt. 1978)

Shirahama on the Kii Peninsula south of Osaka, a greater Onsen, presents another modern type of location: dispersed settlement cores, several hotel complexes, angling and bathing coves, golf courses, panoramic routes, recreation centres for industrial employees, second homes. (Okt. 1978)

#### Formen des Tourismus / Forms of tourism

##### Photo 4:

Asakusa im Osten Tokyos zeigt mit seiner belebten, linear auf das Tempeltor führenden Tempelstraße den modernen Geschäfts- und Vergnügungsbetrieb eines innerstädtischen Monzenmachi (Tempelzentrums). (Okt. 1978)

Asakusa, east of Tokyo, with its busy temple street leading straight to the temple gate shows the modern pleasure and business bustle of an inner-city Monzenmachi (temple centre). (Okt. 1978)

##### Photo 5:

Gruppenbilder vor symbolträchtigem Hintergrund zur Gruppen-Identifikation gehören – wie hier bei den Felsen von Shirahama – zum festen Ritual jedes Betriebs- und Schulausfluges. (Okt. 1978)

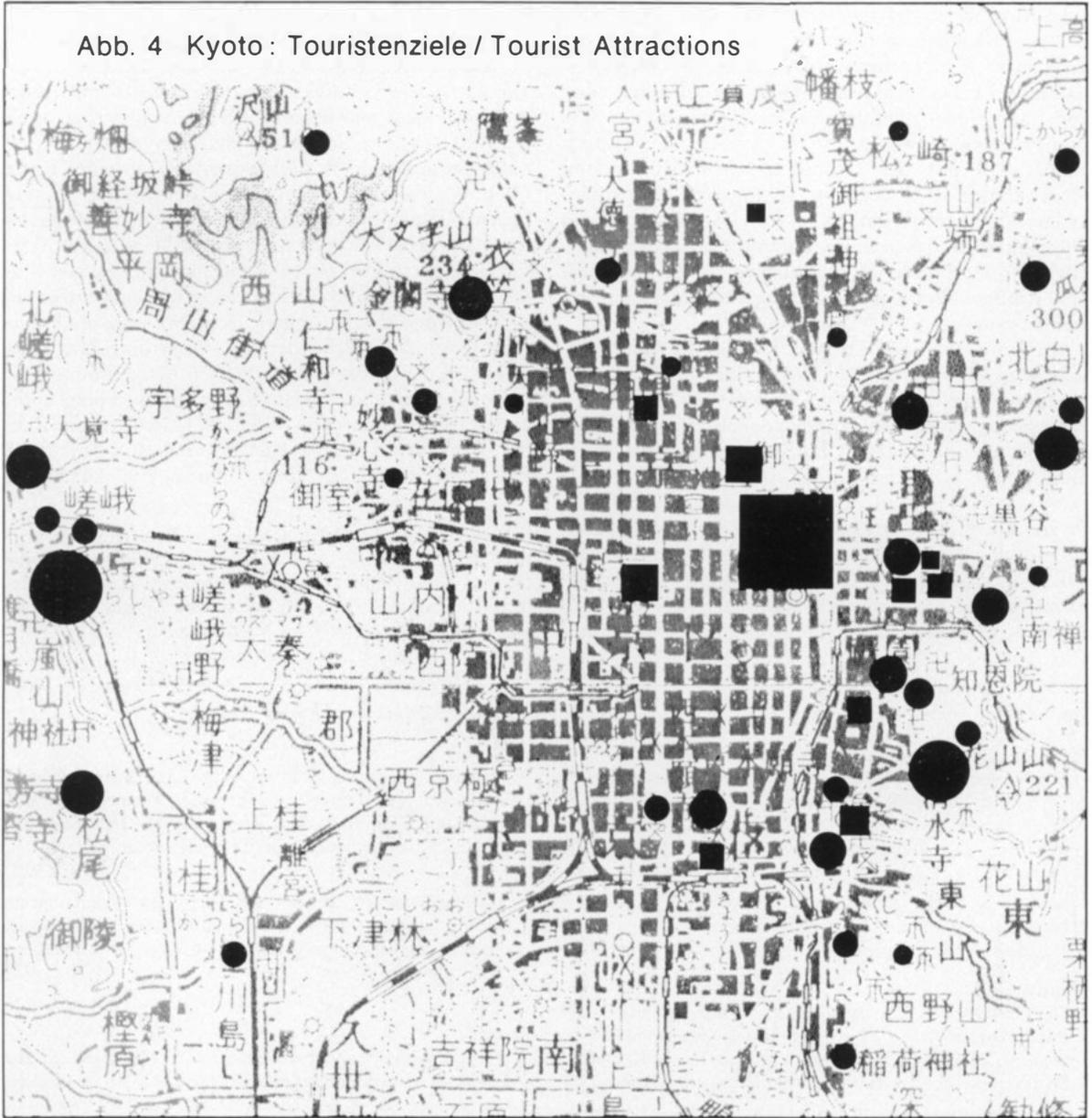
Group photographs in front of a symbol-laden background for group identification belong – as here at the Shirahama Rocks – to the time-hallowed ritual of every school or firm outing. (Okt. 1978)

##### Photo 6:

Angeln als kommerzialisiertes Massenphänomen gehört zu den innerstädtischen Freizeitvergnügen. Sonntagsbild am ehemaligen äußeren Schloßgraben von Tokyo vor der S-Bahn-Station Ichigaya. (April 1975)

Angling as a commercial mass phenomenon is one of the inner-city leisure activities. Sunday scene at the former outer palace moat of Tokyo in front of the rapid transit system station Ichigaya. (April 1975)

Abb. 4 Kyoto : Touristenziele / Tourist Attractions



Touristenziele / Tourist Attractions :

- Stadtbezogen ( Museen, Zentren, Paläste, Zoo )  
Urban
- Natur - und religionsbezogen ( Tempel, Shrine, Gärten, Parks )  
Nature and Religion

0 1 2 km

P. Schöller, 1979

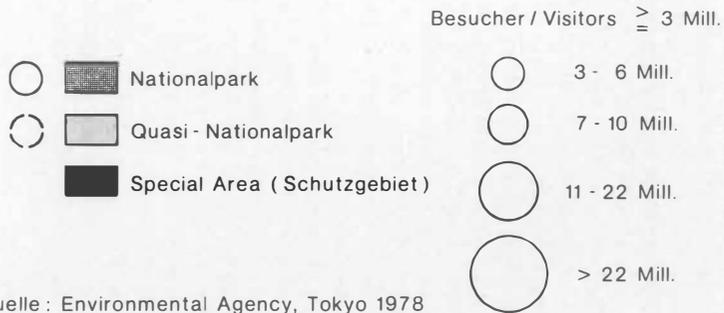
Größenabstufungen nach Besucheranteilen 1976 - 1977  
Size of Signatures by Percentage of Visitors 1976 - 1977

Quelle :  
Kanko Dep., Stadt Kyoto 1979

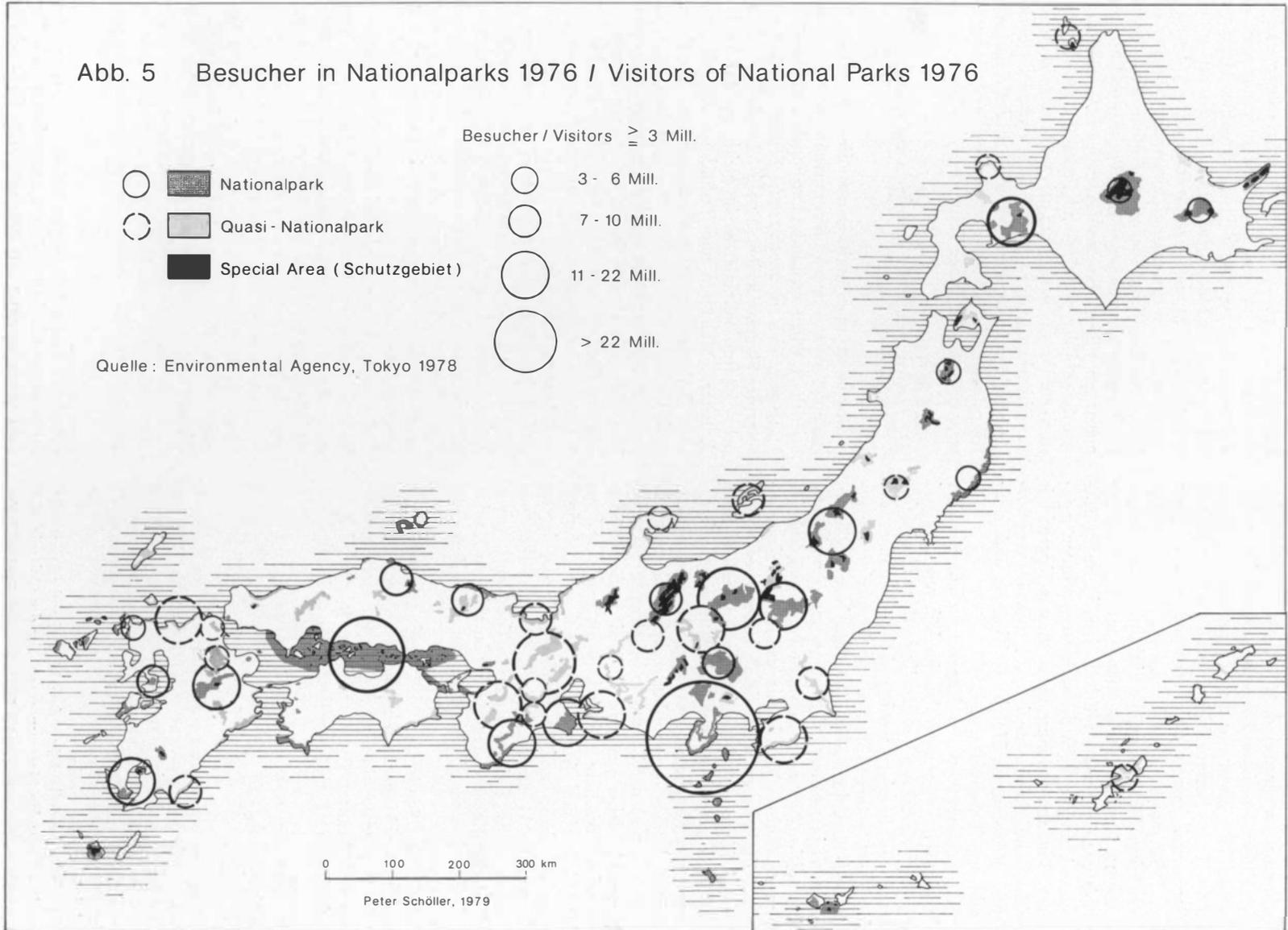
325,2 Millionen! Ein derartiges Wachstum wird nur verständlich, wenn man über den Rahmen der Nationalparks hinaus zwei grundsätzliche Wandlungen berücksichtigt: Die Ausbildung zweier neuer Haupttypen

des Massentourismus, des *Hochflächen-(Kogen-)* und *Sporttourismus*. Beide haben auch in Japan alte Wurzeln, wurden jedoch erst seit dem Ende der 60er Jahre zur Massenbewegung, denen 1976 bereits etwa ein

Abb. 5 Besucher in Nationalparks 1976 / Visitors of National Parks 1976



Quelle : Environmental Agency, Tokyo 1978



Peter Schöller, 1979

Viertel bis ein Drittel des gesamten innerjapanischen Tourismus zuzuordnen sind.

Der Kogen-Tourismus hat seinen Vorläufer in *Karuizawa* im Bergland vor dem Asama-san am Nordrand des Kanto-Beckens. Hier begann die Entwicklung als Sommerfrische von Ausländern und reichen Leuten schon 1892 mit *Sommerhäusern* auf großen Waldgrundstücken. Starke westliche Einflüsse auf Siedlungsbau, Sport, Geschäftsleben, Anbau und Waldnutzung sind bis zur Gegenwart spürbar; doch heute ist Alt-Karuizawa nur Teilkern des weit ausgedehnten japanischen Sommererholungsraumes Asama-Kogen mit Betriebs- und Schullandheimen, Zweithäusern, Busplätzen, Restaurants, Hotels, Golfkursen und einer Unzahl von Tennisplätzen.

Diesem Sommertyp des Kogen-Erholungsverkehrs steht ein Winter-Sommer-Typ im höheren Bergland gegenüber, wie er etwa von *Norikura-Kogen* im Bezirk Nagano repräsentiert wird<sup>20)</sup>. Hier dominiert der *Wintersport*, während im Sommer Bergsteigen, Wandern und Radfahren den Familienurlaub ergänzen. Unterkunft in all diesen Erholungsorten ohne längere Reisetradition bieten neben Jugendherbergen und einzelnen staatlichen Volkshotels zahlreiche Privatpensionen, Minshuku genannt, die als bäuerlicher Neben- oder auch Haupterwerb geführt werden und das durch traditionell geforderte hohe Dienstleistungsaufwendungen teure Hotelangebot wesentlich erweitern<sup>21)</sup>.

Stärker in den Tagesausflugsverkehr einbezogen ist der *Wassersport* der Küstenlandschaften. Strukturbestimmend ist dabei weniger der auf die heißesten Sommerwochen begrenzte Badeverkehr als Segeln und vor allem Fischen und Angeln. Die Zahl der „Marina“ genannten Yacht- und Bootshäfen ist in den letzten Jahren auf 231 angewachsen<sup>22)</sup>. Noch stärker und schneller wächst freilich der *Auto-Tourismus*; „driving“ ist eine eigene Kategorie der japanischen Kanko-Statistik, mit etwa gleicher Bedeutung wie Berg- und Wassersport.

Eine junge Sonderform des Ausflugsverkehrs, die Tradition und Moderne in besonderer Weise verbindet, ist das Aufsuchen *historischer Orte* mit alter Bausubstanz und Struktur. Bis vor wenigen Jahren blieb die Anziehungskraft traditioneller Samuraiviertel, Tem-

pelstraßen und kleiner Rastorte sehr begrenzt. Zum Massenphänomen wurde der Besuchsverkehr erst, als mit dem Erwachen des Umweltbewusstseins auch die weltweite Nostalgiewelle Japan erreichte. Denn nun nahmen sich die Massenmedien des Themas an, und sie setzten sofort Hunderttausende in Bewegung. Fernsehberichte im Kulturprogramm, historische Novellen mit Orts- und Landschaftsbezug, vor allem aber Artikel mit Bildserien in den populären Wochen- und Monatsmagazinen mit Millionenaufgaben machten schlagartig alte Stadtbilder populär und ließen sie attraktiv erscheinen. Da gleichzeitig die private Motorisierung die Erreichbarkeit auch entlegener Orte entscheidend verbesserte, wurde der Besuch von Stadterhaltungsgebieten zu einer echten Massenbewegung mit Modecharakter, vor allem für junge Leute.

### 11. Tendenzen sozialen Ausgleichs und räumlicher Differenzierung

Überblickt man noch einmal die Gesamtheit der Ziele des japanischen Binnentourismus und untersucht bei den Anteilen soziale und regionale Aspekte (Tab. 1), so zeigt sich ein unerwartetes Ergebnis: Die Rangfolge der Hauptreiseziele (Onsen – Landschaft – Tempel – Kulturdenkmale) bleibt gleich bei Bauern und Arbeitern, Managern und Technikern. Auf den weiteren Rängen treten verständlicherweise bei Bauern und Fischern alle Formen des Sporttourismus weit zurück, während sie bei Büroberufen nach vorn rücken. Vergleiche mit älteren Statistiken deuten darauf hin, daß die Tendenzen *sozialer Angleichung* zunehmen.

Größere und wachsende Unterschiede sind dagegen zwischen den *Altersgruppen* festzustellen. Studenten und Schüler betreiben immer mehr aktive Erholung mit Wasser-, Berg- und Wintersport, ältere Bürger nennen Onsen und Tempel, die bei den Jungen nur 20% insgesamt ausmachen, zu 78% aller Reiseziele. Auch Gruppenreisen mit dem Kanko-Bus werden überdurchschnittlich stark von älteren Personen oder Schülern unternommen.

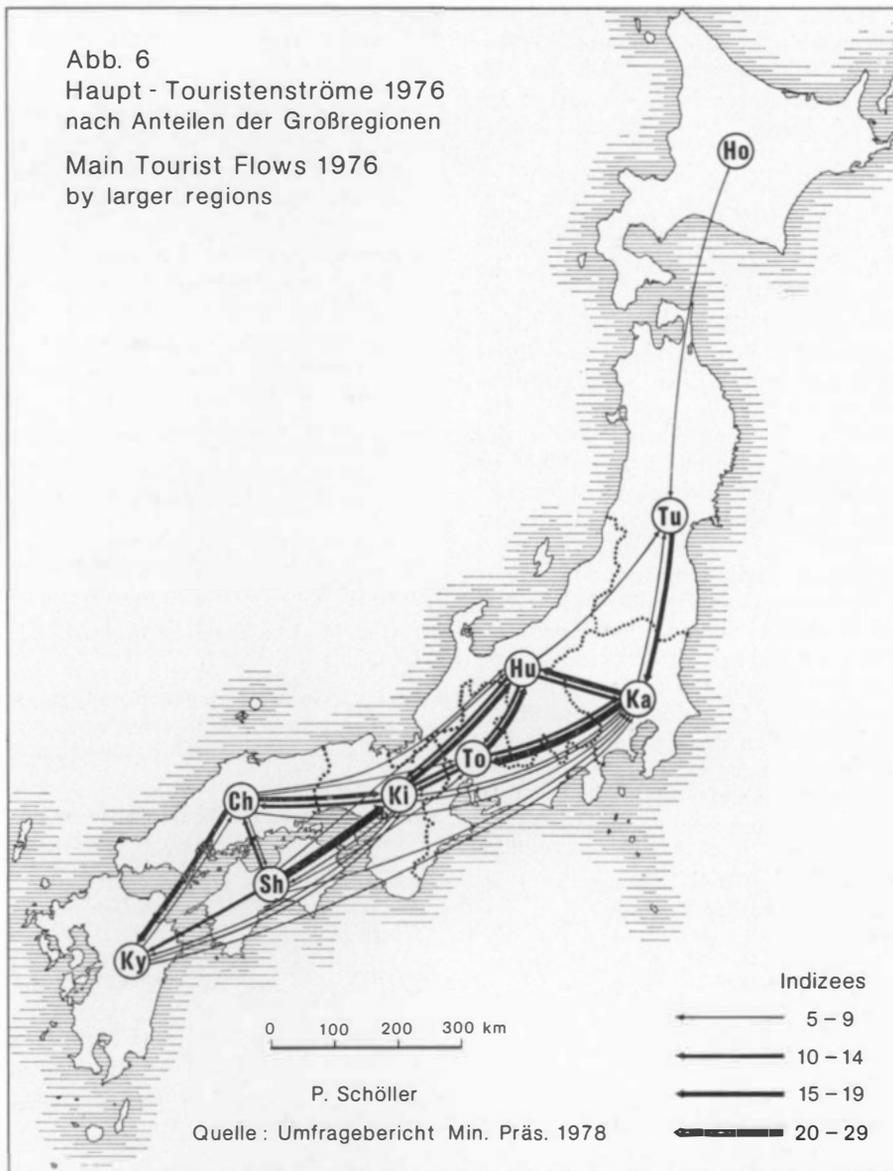
*Regionale Unterschiede* bei der Bevorzugung von Reisezielen sind stark ausgeprägt. Während in Nordjapan Onsen eindeutig bevorzugt werden, liegen im südlichen Japan die Anteile deutlich niedriger. Umgekehrt ist das Verhältnis bei Fahrten zu religiösen Zielen. Hierbei liegt der Norden weit mehr unter dem Durchschnitt Altjapans; besonders stark ist der Tempelbesuch in Shikoku mit seinem traditionellen Wallfahrtszyklus zu 88 Tempelstationen<sup>23)</sup>. Doch in der Anteilnahme am Tourismus insgesamt ist zwischen 1972 und 1976 eine Angleichung der Regionen festzustellen. Der Vorsprung der Millionenstädte, allen

<sup>20)</sup> Zur Gesamtentwicklung: T. ICHIKAWA, S. SHIRASAKA: A Geographical Study of the Foot of Norikura Volcano in Central Japan. In: Publ. Dep. of Geogr., Tokyo Gakugei Univ. 1978, 6.

<sup>21)</sup> Die Verbreitungskarte der Minshuku von J. YAMAMURA (In: ASAKA-YAMAMURA, S. 118) zeigt für 1965 erste dichte Schwerpunkte im mitteljapanischen Bergland und an den Küsten im Umkreis Tokyos. Die folgende große Expansion der Minshuku, Volksherbergen und Feriendörfer scheint seit 1974 wieder zu stagnieren, während der Anteil der Betriebsheime weiter zunimmt.

<sup>22)</sup> Nach freundl. Mitt. der Nat. Land Agency (K. Kono). – Unter den Massensportarten ist das Golfspiel nicht zu vergessen, das auf mehr als 300 Plätzen ausgeübt wird und einen großen Rang im Geschäftsleben einnimmt.

<sup>23)</sup> Nach Auskunft des Dogo Int. Hotels machen Pilger, die heute meist in einer 15tägigen Busrundfahrt die 88 Tempelstationen anfahren, im März und April 10% aller Besucher in Shikoku aus.



voran Tokyo, wurde von den Randgebieten Japans deutlich aufgeholt.

Analysiert man die Haupttouristenströme zwischen den Großregionen (Abb. 6), so zeigen sich folgende Hauptergebnisse: In den quantitativen Grundzügen lassen sich regionale Großsysteme des Touristenmarktes erkennen; sie werden im Norden von Tokyo und im Süden von Kinki beherrscht, die sich eigene regionale Erschließungsräume in der Küstenzone sowie vor allem im innerjapanischen Bergland bis hin zur Japansee tributär gemacht haben. Beide Kerne (Tokyo und Kyoto-Osaka) nehmen gleichzeitig seit 1972 als Reiseziele für den gesamtjapanischen Besuchsverkehr zu. Shikoku behält im Aus- und Einreiseverkehr die nie-

drigste Reisemobilität, während Kyushu als Reiseziel vor allem für Zentral- und Südwestjapan zunimmt.

## 12. Ergebnisse und Folgerungen

1. Festzuhalten bleibt, daß sich – wie in anderen Bereichen des gesellschaftlichen Lebens – im schnell wachsenden Binnentourismus eine Angleichung der Lebensformen in Japan vollzieht. Selbst großregionale Differenzierungen vermindern sich, bleiben jedoch noch gewichtiger als schichtenspezifische Unterschiede im Reise- und Freizeitverhalten.

2. Sozial ausgleichend wirkt auch die weiterbestehende Dominanz von Kurzreisen, die Erlebnis, Ab-

wechslung und Massenbetrieb mit Bildung und Gemeinschaftserlebnis verbinden. Die Zunahme der Motorisierung und die Erschließung neuer Ziele des Natur-, Hochflächen- und Sporttourismus verstärken den Übergang zum noch kurzen familienbezogenen Erholungsurlaub.

3. Trotz dieser Tendenzen erhalten sich im Prinzip der Gruppenreisen und in der Konzentration auf traditionelle Besuchsziele wie Onsen, Tempel, Schreine und berühmte Aussichtspunkte spezifische Züge des tradierten japanischen Sozialverhaltens.

4. Selbst in den modernen Formen des Landschafts- und Stadttourismus und in den Attraktionen des touristischen Vergnügens bleiben sozialverpflichtende und wertbezogene Traditionen lebendig. Die Offenheit für traditionelle Landschaftseindrücke, der Wille zu Bildung, Identifikation und Erlebnisfähigkeit sind noch immer wesentlich bestimmende Elemente, die diese moderne Gesellschaft mit ihrer Geschichte verbinden.

5. Die starke Kommerzialisierung des Massentourismus mit dem Konkurrenzkampf großer Kanko-Gesellschaften führt zunehmend zu Landschaftszerstörungen, Umweltgefährdung und zur Überentwicklung von Freizeiteinrichtungen. Deshalb sollten staatliche und kommunale Aktivitäten zu Umweltschutz und Stadterhaltung mehr als bisher an das steigende Bedürfnis ruhiger Erholung bei künftigen Generationen denken. Dabei ist Rückbesinnung darauf nötig, daß räumliche Planung nicht allein Lenkung von Entwicklungsaktivitäten sein darf; wichtiger ist oft das schlichte Sichern und Aussparen von Flächen und Räumen, ihr Freihalten für Raumbedürfnisse der Zukunft.

#### Literaturauswahl (J = Japanisch)

- ASAKA, Y. u. J. YAMAMURA: Geography of Tourism and Recreation (Kanko Chiri-gaku). Tokyo 1974. 2. Aufl. 1978. (J)
- Association of Japanese Geographers*: Japanese Cities, a Geographical Approach. Tokyo 1970.
- DE MENTE, B. u. F. T. PERRY: The Japanese as Consumers. New York, Tokyo 1967.
- Environment Agency*: Outline of Nature Conservation Policy in Japan. Tokyo 1977. (J)
- : Environmental Laws and Regulations in Japan. Tokyo 1978. (J)
- : Long-Term Environmental Conservation Programm. Tokyo 1977. (J)
- ICHIKAWA, T. u. S. SHIRASAKA: A Geographical Study of the Foot of Norikura Volcano in Central Japan. Tokyo 1978. (J)
- ISHII, H.: Some Considerations of the Farming Process of Minshuku Regions in Japan. Geogr. Rev. Japan 43, 1970, 607–622. (J)
- KIUCHI, S.: Problems of Hot Spring Settlements in Japan. Chigaku Zasshi 52, 1940, 110–125. (J)
- KOIKE, Y.: On the Types and their Regional Arrangement of Recreation Used by City-Dwellers. Geogr. Rev. Japan 32, 1960, 615–625. (J)
- : Modern Tourism Development at Shirahama Hot Spring Tourist Resort. Wakayama Kyoikugakubu Kiyo 12, 1962, 103–128, 13, 1963, 121–137. (J)
- LINHART, S.: The Use and Meaning of Leisure in Present-Day Japan. In: W. G. Beasley (Ed.): Modern Japan. London 1975. 198–208.
- NISHIYAMA, K.: Japanese Tourists Abroad. Honolulu 1973.
- OSAKI, T.: The Seaside Resorts of Boso Peninsula. Geogr. Rev. Japan 14, 1938, 668–692 u. 745–760. (J)
- SCHÖLLER, P.: Japan. In: P. SCHÖLLER, H. DÜRR, E. DEGE: Ostasien. S. 325–440. Fischer Länderkunde 1. Frankfurt a. M. 1978.
- SCHWIND, M.: Das japanische Inselreich. Bd. 1: Die Naturlandschaft. Berlin 1967.
- SHIRASAKA, S.: A Geographical Study on the Development of Tourist Resorts and its Socioeconomic Significance in Izu Islands. Tokyo Kyoikugakubu Kiyo 24, 1972, 47–69. (J)
- STUCKENSCHMIDT, D. (Hg.): Reisen und Leben in Japan. Tübingen u. Basel 1976.
- TAKAHASHI, N. u. K. TAKABAYASHI: Leisure Activity Spaces in the City of Hamamatsu. Tsukuba Stud. in Human Geogr. II. 1978. 95–108. (J)
- Tourismus* Jahresbericht 1978. Hg. Kanzlei d. Ministerpräs., Tokyo 1978. (J)
- Tourismus* in Zahlen 1978. Japan Tourist Assoc. Tokyo 1978. (J)
- TOYODA, T.: A History of Pre-Meiji Commerce in Japan. Tokyo 1969. (J)
- Umfragebericht* zu Tourismus und Erholung des japanischen Volkes. Kanzlei d. Ministerpräs., Tokyo 1977. (J)
- YAMAMURA, J.: Regional Differentiation of the Development Stages of the Hot-Spring Resorts in the Tokyo Tourist Region. Geogr. Rev. Japan 40, 1967, 625–643. (J)
- : The Development and Economic Function of Hot Spring Resort Settlements at Ikaho and Kinugawa Spas. Geogr. Rev. Japan 42, 1969, 295–313. (J)
- : Factors in the Formation of Hot Spring Resort Settlements. Geogr. Rev. Japan 42, 1969, 489–505. (J)
- : Tourism and Recreational Developments around Tokyo. In: Japanese Cities – a geographical approach. Tokyo 1970. S. 63–72.
- : Geography of Tourism and Recreation. In: S. Kiuchi (Ed.): Geography in Japan. Tokyo 1976, S. 201–204.
- YANAGIDA, K.: Japanese Manners and Customs in the Meiji Era. Tokyo 1957.