

科学研究費助成事業（科学研究費補助金）研究成果報告書

平成24年5月24日現在

機関番号：10101

研究種目：挑戦的萌芽研究

研究期間：2010～2011

課題番号：22652068

研究課題名（和文） 中国旅行社・『旅行雑誌』に関するメディア社会文化史的研究

研究課題名（英文） A Media-Socio-Cultural Historical Study on the China Travel Service and *China Traveler*

研究代表者

清水 賢一郎 (SHIMIZU KENCIHIRO)

北海道大学・大学院メディア・コミュニケーション研究院・准教授

研究者番号：90262097

研究成果の概要（和文）：

本研究は中国最初の近代的旅行者「中国旅行社」及び同社が創刊した『旅行雑誌』を対象として、その歴史的展開を跡づけるとともに、メディア社会文化史の視点からその意義等を探った実証的基礎研究である。

具体的な研究成果として、『旅行雑誌』の目次総目録（1949年以前まで）を作成した。また、上海市档案馆所蔵「中国旅行社档案」（全宗号 Q368）を入手し、実見にもとづく修正・補足解説を加えた資料目録のかたちに整理した。

研究成果の概要（英文）：

The research is an empirical fundamental study on the China Travel Service (CTS), the first tourist agency in China, as well as *China Traveler*, the most influential magazine published by CTS. The research traced the process of development of CTS and *China Traveler*, and also made an exploration into the meaning of their activities from the viewpoint of media-socio-cultural history.

The following are main research products: (1) A general catalog of contents (pre-1949) of *China Traveler*; (2) A compiled list of documents on CTS in Shanghai Municipal Archives.

交付決定額

（金額単位：円）

	直接経費	間接経費	合計
2010年度	700,000	0	700,000
2011年度	500,000	150,000	650,000
2012年度	0	0	0
2013年度	0	0	0
2014年度	0	0	0
総計	1,200,000	150,000	1,350,000

研究分野：人文学

科研費の分科・細目：史学・東洋史

キーワード：東洋史、ツーリズム、中国、旅行雑誌

1. 研究開始当初の背景

(1) 研究環境の整備——リプリント版の刊行と档案馆の開放

近年、中国政府の改革開放政策を背景に、中華民国期の新聞・雑誌の影印（リプリント）が急速に進み、中国史上最初かつ最大のツー

リズム関係雑誌である『旅行雑誌』（全321号）の影印版も幸い2009年に刊行された。従来その全貌をうかがうことの困難だった『旅行雑誌』が容易に利用可能となり、研究の基盤が整った。

また、『旅行雑誌』の発行元である中国旅

行社に関しては、その前身である上海商業儲蓄銀行旅行部の設立（1923年）以来の档案資料（アーカイブズ）が、上海市档案馆に総計855巻というまとまった規模で収蔵されており、公開利用が可能となっている。

(2) 中国近代ツーリズム研究の必要性

上記のように研究環境は整いつつあるが、近代中国のツーリズムに関する研究は、日本だけでなく中国・欧米においても、いまだほぼ空白のまま手つかずの状態に残されている。また、現今、北京オリンピック、上海万博などのナショナル・イベントを契機に「旅行大国」として急速に発展しつつある中国において、旅行業をめぐる現状分析やマーケティング的な展望は行われても、その社会文化的文脈を形成した歴史的プロセスとその意義に関する地道で基礎的な実証研究は非常に不足している。

そうした現状に対して本研究代表者は、2007年に日本で最初に国立大学法人に創設された大学院「観光創造専攻」の一員として、中国近代ツーリズム研究に一石を投ずべく『旅行雑誌』の基礎的研究に着手し、2007年8月、上海社会科学院で開催された研究ワークショップにて口頭報告を行った。本研究はその研究構想を、新たに整った研究環境を十分に利用することで大きく前進させようとするものである。

2. 研究の目的

本研究は、中国最初の近代的旅行業者「中国旅行社」と同社が創刊した中国史上最初で最大のツーリズム関係雑誌『旅行雑誌』を対象として、メディア社会文化史の視点から、その成立過程と史的展開、意義等について本格的なモノグラフ作成を目指すものである。

これにより、従来ほぼ空白のまま残されてきた〈近代中国におけるツーリズムの歴史〉という研究領野を切り拓き、中国近代史研究に新たな視点を提供したい。また、それとともに、欧米中心・経営学中心に進められてきた観光・ツーリズム研究の分野に新たな知見を加えることも目指す。

3. 研究の方法

本研究は档案（アーカイブズ）と雑誌類を一次資料とする実証的基礎研究である。

主な研究対象となる『旅行雑誌』影印版を入手し、研究補助者の協力によりその目次総目録（1949年以前まで）を作成しながら、内容分析を進めた。それと同時に、上海市档案馆所蔵の「中国旅行社档案」を集中的に閲

覧・資料収集し、中国旅行社の創設から発展の歴史的過程をおおまかにたどるがトレスした。

4. 研究成果

(1) 『旅行雑誌』を含む、中華民国期旅行関連雑誌のリプリント資料『近現代旅游文献資料輯刊』（全72冊）を入手し、特に『旅行雑誌』についてその基本的情報を整理し、内容分析を行った。

資料の内容分析に際しては、以下の諸点に留意し、そのメディア社会文化史的意義について分析・考察を進めた。

①印刷・交通テクノロジーと読者層・リテラシーとの連関。

『旅行雑誌』が極めて上質な、当時の印刷技術の粋を集めた高級グラフ雑誌であったこと。このことは本誌の読者層がいかなるものであったかという問題意識とも直結する（その購買力や社会階層、教育文化程度、リテラシーと密接に関連するとの仮説から）。

本誌の詳細な閲読と上海市档案馆所蔵アーカイブズの検索を通じて、発行部数に関する記録を入手できた。それによると当初3000～4000部でスタートしたが、1940年代に入り5000～6000部に増加。知られる限りで最高時（1943年末）には8000部に達している（「解放後」の1953年後半には1万部を突破、1954年には19000部の記録がある）。

なお、リテラシーとの関連で言えば、中国旅行社の親会社である上海商業儲蓄銀行は一私企業でありながら公共的な図書館（海光図書館）も独自に創設運営するなど、国民の文化的涵養にも尽力している。今後その点も視野に入れながら中国旅行社及び『旅行雑誌』の文化的位置づけが再考される必要がある。

②グラビア（写真、挿画等のビジュアル情報）と文字情報との組み合わせがいかなる訴求効果をもたらしたか。

③風景写真というメディアの社会文化的意義。

近代的ツーリズム・エージェンシーの成立展開過程における雑誌メディア、とりわけ写真（映像表現）と文字情報とを有機的に組み合わせたグラフ雑誌という新進メディアが果たした文化論的機能とその意義について、上記②③の視点から考察した結果、特に本誌は、それまで中国の文化世界において必ずしも一般的に認知されていなかったと見られる風景写真というジャンルないし表象のテクノロジーが大量に採用されている点で際立った特色

をもつことが浮き彫りにされた。風景写真という新興表象メディアが発揮した視覚的-地政学的機能などの意味合いは『旅行雑誌』のメディア社会文化論的な意義として重要である（この点は④とも密接に連動している）。

④時代状況における雑誌の変容と、反対に雑誌メディアの変化によってもたらされる時代の論調の推移、すなわち時代とメディアとのあいだのインタラクション。具体的には本誌の発行時期と発行地の移動（戦火を逃れて上海から桂林へ疎開移転するなど）により内容の特色や編集の方向性に遷移が見られることが明らかになった。

本誌の発行期間はあたかもいわゆる「大革命」（北伐～国民革命）から日中戦争へという激動の時代であり、北伐にせよ日中戦争にせよ、その戦況の変化に伴う首都機能の移転（南京→重慶→昆明）及びそれと連動した文化的中心都市上海の淪陥により、流転につぐ流転の時代であった。これはむしろ「愉しみ」としての物見遊山とは異なるものの、「旅」に明け暮れたという意味で、広義の「旅行」が大きく展開した時代であった。そうした中で『旅行雑誌』とそこに登載された風景写真が「国土」を表象することで、一つの「想像の共同体」（B・アンダーソン）としてネーションのアイデンティティ確認と密接不可分なメディア社会文化論的機能を果たしたことがあらためて明確に浮かび上がった。これは特にいわゆる大後方の「西南」「西北」への内遷と戦後の台湾「光復」に伴う誌面の変化に顕著に看取される現象である。

⑤他の雑誌メディアとの競合関係と、それに刺激を受けた中国におけるマスツーリズムの発展。

本誌の分析を進める過程で、同時代に大衆的人気を博していた総合グラビア誌『良友友報』との類縁性ないしライバル関係が浮かび上がってきた。特に雑誌の主導によって中国「全国」を周遊する「旅行団」が企画され、その旅先での活動が刻々に誌面に写真入りで掲載されて大いに世評を沸かせた。これもナショナルな想像力を喚起するメディアイベントとして多大な効果を発揮したと見られるが、それと同時に、これは中国におけるマスツーリズムの先河と見ることもできる。2つの「世界」大戦をはさむ1930年代、文字どおり「世界史」の時代を迎え中国も「大衆化社会」へと変貌を遂げるなか、「マス（大衆）」的規模によるツーリズムがメディアイベントに先導されるかたちで進展し、これを承けて当手中

国各地（といっても都市部での動向であるが）に様々な「旅行団」・旅行愛好家の社団（アソシエーション）が結成されている事実も明らかになった。これらの点については今後の研究でいっそう深めていく必要がある。

⑥『旅行雑誌』を舞台とする作家の活躍。

本誌はその名のとおり旅行を主題とする雑誌であるが、実は少なからぬ作家・詩人・評論家が原稿を寄せていた。その範囲はいわゆる鴛鴦胡蝶派に分類されるような程小青、周瘦鷗、秦瘦鷗らから、当時新聞連載小説などで大活躍していた張恨水、散文的小品にすぐれた孫福熙、新進気鋭の評論家として登場した李長之、さらにモダニズム文学の旗手として脚光を浴びていた茅盾にまで及んでいる（このうち孫福熙と茅盾は一時中国旅行社顧問兼本誌編集長の役職にも就任）。また、顧頡剛、金克木らの学者知識人による紀行文や民俗学的・地誌学的エッセイも大量に掲載されている。

しかし従来、中国近代文学研究のディシプリンではその誌名が文学と無関係なレジャー雑誌・娯楽雑誌と見られたためか、ほとんど注目されていない。

なかでも本研究課題の調査により、茅盾（沈雁冰）の「顧問兼主編」への就任要請書簡がアーカイブから発掘され、毎月「車馬費国幣五千元正」の契約額などが明らかになったことは、中国近代文学研究ないし社会文化史研究にも興味深い材料を提供する新発見と言える。

(2) 『旅行雑誌』の目次総目録（中華民国期すなわち1949年以前まで）を作成した。

研究上の利便性を高めるため、『旅行雑誌』の目次総目録を作成する作業をおこなった（研究協力者2名の支援を受けた）。

これまで『旅行雑誌』は日本国内では京都大学人文科学研究所、国際日本文化研究センター等、ごく限られた機関に所蔵されるのみで、また所蔵されている号も一部の期間に留まり欠落が大きく、創刊から終刊に至る全貌を窺い知ることはできなかったが、これにより常時自由に資料へのアクセスが可能となる。また本研究課題とは別の視点・関心によるアプローチにも利用でき、中国近代史研究、並びに観光・ツーリズム研究等の関連分野における基礎資料として、研究インフラの拡充に資するものと期待される。

ただし、入手したリプリント版に欠号やページの脱漏があり、また目次と本文とにズレがあるケースも散見されたため、現時点では

残念ながら完全なものを完成させるまでには至っていないが、これにより研究上の利便性は大幅に向上した。目次総目録は印刷物またはウェブ掲載のかたちで発表し、一般の利用に供する予定である。

(3) 上海市档案馆所蔵の「中国旅行社档案」(全宗号 Q368)を閲覧し、中国旅行社、及び『旅行雑誌』に関する重要基礎資料を収集し、またその分析をおこなった。

これにより、日本では閲覧機会の得られなかった中国旅行社の社史(歴史的沿革)に関する諸資料や、社内広報誌『旅光』等の重要資料を入手できたことは研究を大いに進展させることになった。当該档案資料についてはその目録を入手し、資料の内容を実見できたものは、適宜解説や補足・修正を加えるなどして、資料目録のかたちに整理した。今後はウェブ媒体に載せるなどのかたちで公開し、研究インフラの充実に資するようにする予定である。

(4) 研究の位置づけと今後の展望

見てきたように本研究は、主として以下のようなインパクトをもつ研究として位置づけられる。

①中国近代ツーリズム研究の開拓とメディア社会文化史的視点の導入

中国旅行社は単に中国近代史上最初で最大の旅行者であっただけでなく、上海商業貯蓄銀行の傘下に創設され、『旅行雑誌』を発行した事実により、メディア社会史的観点から極めて興味深い論点を示唆するケースであると言え、上海銀行の多種多様な業務形態の中の一つという以上の、独特なメディア文化論的意義を見出すことができる。

②欧米中心主義的・実学偏重のツーリズム研究の相対化

観光・ツーリズム研究の分野においては、これまでジョン・アーリ『観光のまなざし』等に代表されるビジュアル・メディアの機能に注目した研究がなされてきているが、一つの有力銀行が継続的に発行した旅行雑誌を対象として、そのメディア文化論的意味を分析したケーススタディは存在しない。その点で本研究は、従来欧米中心に偏ってきた観光・ツーリズム研究に中国の実証的事例を持ちこむことにより、研究動向への批判的介入を視野に入れたものであり、メディア文化論系カルチュラル・スタディーズの新たな試みとして位置づけられる。

以上のように本研究は、中国近代史研究という「地域割り/時代割り」の研究分野においても、また「観光・ツーリズム研究」というテーマティック＝領域横断的な新興のディシプリンにおいても、これまで一種の盲点として取り残されてきた研究上の空白を埋め、従来ばらばらに展開されていた複数の分野を架橋しようとする、トランス・ディシプリナリーな研究視点を提起せんとするものである。

なお、今後の展望として、特に(1)~⑤に示したような『旅行雑誌』と『良友画報』との競合関係や、上海を中心に雨後の筍のように誕生した旅行団体によるマスツーリズムの展開を、近代中国における資本主義システムの発展ないし大衆社会化の進展という大きなパースペクティブのなかで究明していくことが重要な課題として浮かび上がった。

5. 主な発表論文等

(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

[雑誌論文] (計 0 件)

6. 研究組織

(1) 研究代表者

清水 賢一郎 (SHIMIZU KENICHIRO)
北海道大学・大学院メディア・コミュニケーション研究院・准教授
研究者番号：90262097

(2) 研究分担者

()

研究者番号：

(3) 連携研究者

()

研究者番号：

(4) 研究協力者

日野杉 匡大 (HINOSUGI MASAHIRO)
北海道大学・大学院文学研究科・博士課程
藤井 得弘 (FUJII TOKUHIRO)
北海道大学・大学院文学研究科・博士課程