

近代中国における旅行業の誕生と発展

～旅行代理店はなぜ「旅行社」と称する？～

国際商経学部

○准教授 易 星星

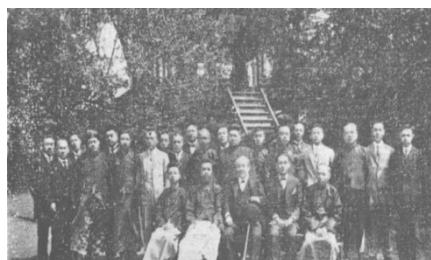
キーワード

近代旅行業, 上海商業儲蓄銀行, 中国旅行社, パッケージツアー, お花見旅行団

研究概要

本研究は中国近代初の旅行会社—中国旅行社とその親会社である上海商業儲蓄銀行の経営活動と歴史的な変遷を解明することを中心的課題とした。中国で近代旅行業といえば、真っ先に中国旅行社の名が挙がるものの、この特定テーマに関する研究はいまだ充分であるとはいえない。これまでの先行研究では、中国旅行社が誕生した意味、そして事業は中国全土を視野に展開していくなか、力を入れて構築したネットワークの重要性とその意味、さらに、旅行社と上海商業儲蓄銀行及び国民政府との関係については十分に解明されてはいない。とくに中国旅行社の海外展開及びその活動内容についての分析も充分ではない。

本研究は上海市档案馆が所蔵している中国旅行社档案と上海商業儲蓄銀行档案に依拠しつつ、中国旅行社の機関誌である『旅行雑誌』、上海を中心に発行された大手新聞紙『申報』、各種回想録と両社の主たる経営者であった陳光甫の日記などの分析を試みた。



出所：「日本へのお花見旅行団」『旅行雑誌』発刊号（1927年春）。

アピールポイント

近代における東アジア諸港開港に伴う対外貿易は急速な発展を見せた中、金融センターの上海で上海商業儲蓄銀行の創設者陳光甫は、アメリカの銀行の旅行部兼営という方式を中国に導入するとともに、借款名目の政府による金銭強要を回避するため、旅行部を独立させて旅行業界に本格的に進出し、1927年に中国初の近代的旅行社を誕生させた。「旅行社」という言葉は、中国における旅行業専門業者を表す固定的な普通名詞となった。中国旅行社の歴史的変遷を追うことを通じて、近代中国の旅行業の誕生と発展の歴史にたどる。

1920年代、中国旅行社主催の日本へのお花見ツアーは近代中国人の海外旅行の嚆矢となった。それは単純なお花見ツアーではなく、視察活動が含まれていたのである。これを機に、従来の研究では見落とされてきた近代中国人の日本旅行の内実を解明した。また、中国旅行社が積極的にパッケージツアーや金融と旅行を融合したサービスを開発し、現代旅行業にも多大な影響を与えて、示唆的な意義がある。