

## 香港、広州の百貨店

—先施百貨公司を中心に—

菊池 敏夫

日本大学大学院総合社会情報研究科

## Department Stores in Hong Kong and Guangzhou

—Centering on Sincere Company Ltd. —

KIKUCHI Toshio

Nihon University, Graduate School of Social and Cultural Studies

---

In the 1920s and the 1940s the four department stores, Sincere Company Ltd., Wing On Company Ltd., Sun Sun Company Ltd. and The Sun Company Ltd., were located in Shanghai. Taking up positions of leadership in the Shanghai retail trade, they accelerated maturation of the local mass-consumption culture and served as an urban function of 'Modern Shanghai'. In their gorgeous and colossal commercial facilities, they set up a variety of recreational facilities including amusement saloons, cinemas, hotels, dance halls, high-class saunas, roller skate rinks. As their managers were bourgeoisies from Hong Kong and Guangzhou, the prototype of their management styles can be found in their local business activities of the 1910s. In this paper, I would make clear the activities of department stores in Hong Kong and Guangzhou, and consider an internal connection to business deployment in Shanghai.

---

### はじめに

1920～40年代、上海の南京路には先施公司、永安公司、新新公司、大新公司と呼ばれる4つの百貨店があった。これらは「四大公司」と呼ばれ、朱国棟・王国章『上海商業史』（上海財經大学出版社、1999年）によれば、四大公司に麗華公司を含めた五大公司の36年の営業額は2674万元で、全市700軒の小売業営業額約2000万元を超過し、上海の小売業において枢要の地位にあって上海という巨大都市における消費文化の成熟を促進したという。それと同時に、これらの百貨店は巨大で豪華な商業施設を用いて遊芸場、映画館、ホテル、ダンスホール、高級浴室、ローラースケート場など多様な娯楽施設を兼営し、「モダン上海」の都市文化機能の重要な一部を担った。たとえば遊芸場には京劇や地方劇、現代劇のための舞台、演芸、語り、曲芸、マジックのためのステージがいくつもあり、そして映画館やその他さま

ざまな遊びのコーナーがあった。サラリーマンや商人、学生など都市中産階級の人々が週末や夜にやってきて鋭気を養った。上海の百貨店は香港、広州の華僑資本家の創設にかかるが、このような多様な都市文化機能を取り込んだ上海における経営スタイルの原型は、1910年代の香港、広州における彼らの実践のなかに見出すことができる。

ところで、中国の百貨店に関する従来の研究は企業経営史的視点あるいは生産力視点にたち、一般の産業企業の分析方法を採用して経営の特質や経営状態を扱ったものが多かった<sup>1</sup>。それゆえ、これらの研

---

<sup>1</sup> 上海社会科学院経済研究所編著『上海永安公司的產生、發展和改造』上海人民出版社、1981年、上海百貨公司等編『上海近代百貨商業史』上海社会科学院出版社、1988年、林金枝「蔡興、蔡昌与上海大新公司」同著『近代華僑投資国内企業概論』厦門大学出版社、1988年、所収、島一郎「近代上海におけるデパート業の展開—その沿革と企業活動」『経済学論叢』第47巻第1号、1995年11月、など。

究は、百貨店が大量生産の時代の大型小売業であって大都市の「大衆」と呼ばれる消費者の日々の生活と直結し、彼らの消費文化、娯楽や都市文化に大きな影響を与え、都市文化機能を担っていたことへの視点をネグレクトすることになった。しかし都市生活者との密接な関係を持ち、都市文化機能の担い手としての大きな役割を果たした点にこそ、西洋の「デパートメントストア」とも異なり、また日本の「デパート」とも異なった中国の百貨店、つまり「百貨公司」の大きな特質があったのである<sup>2</sup>。本稿では、上海の百貨店の原型となった香港、広州の百貨店の諸活動を都市文化機能との関係で明らかにし、さらにそれらが兼営した工業にも触れながら、その後、1920年代の上海における百貨店の展開との内的連関を考察する。

## 第1節 香港先施百貨公司の創設

### (1) 20世紀初頭の香港

1869年11月にスエズ運河が開通し、71年には海底ケーブルがロンドンと香港・上海の間に開通すると、交通運輸や通信のスピード化は東西交易のサイクルを短くし、必要となる資本も軽減した。その結果、中小の洋行が中国において事業を展開できる可能性は拡大した。1980年代の半ば以降になると、中国の輸入額は増大していった。たとえば84年の輸入額は7276万1000海関両、85年は8820万海関両、87年には1億0226万4000両であった。

19世紀末までに香港は東アジアを代表する中継港になっていた。1870年代末までに、香港の華人の中継ぎ貿易による商品取扱額はイギリス人のそれを超えていた。華人の納付する税金は香港政庁における税収の90%に達し、華人は香港の経済生活におい

てきわめて重要なポジションを占めるに至った。1855年40ポンド以上の土地税を納めた者は88人で、中国人は18人、イギリス人は54人であったが、81年に3996元以上の不動産税を納入した者は20人で、外国人が3人、中国人は17人であった。中国人の経済力の増長を背景に、物流を担う南北行、南洋荘、金山荘などは58年35軒から61年75軒、70年113軒、81年393軒と増え、卸売業・小売業の発展をもたらした<sup>3</sup>。81年の香港総督 John Pope Hennessy も本国への報告で、香港の最大の経営者はすでにイギリス人ではなく、中国人であることを認めざるをえなかった<sup>4</sup>。98年にイギリスは新たに租借した新界を香港に組み込んだ。それは香港経済の発展にとって広大な空間と十分な人的資源を提供した。そして1910年代までには、一定量の資金と人口が香港へと流入し、香港の発展に新しい力量を付加した。

この時期には北米、オーストラリア、南洋一帯からの帰国華僑が香港に停留し居住していた。彼らは資金と管理経験をもっており、香港で商店、企業を経営した。彼らの持ち帰った資産は毎年平均1000万元といわれ、資産を有する中国人労働者は大部分が香港に留まって企業を経営した。帰国華僑のもたらした大量の資本は、いまだイギリス資本には及ばなかったものの、この時期における香港経済の発展に大きく貢献した。香港の発展過程においては、外国で社会生活と経済活動の経験を積み、中国の伝統的な経済活動のスタイルと異なる知識と能力・手腕を体得した帰国華僑、華人たちの労働力、技術力、資金・資金管理のノウハウ、各種のサービス等々がきわめて重要な役割を果たした<sup>5</sup>。そして当時の香港に関係する華僑、中国人のほとんどは広東籍人であった。

帰国華僑は多方面にわたる影響を与えた。工業の

<sup>2</sup> 中国の百貨店を消費文化や都市文化機能の視点から分析したものに、拙稿①「戦時上海の百貨店と商業文化」高綱博文編『戦時上海 1937-1945』研文出版、2005年、所収(中文訳は「戦時上海の百貨公司と商業文化」『史林』2006年第2期)、連玲玲「從零售革命到消費革命 以近代上海百貨公司為中心」『歴史研究』2008年第5期、拙稿②「建国前後上海の百貨店 —商業空間の広告」日本上海史研究会編『建国前後の上海』研文出版、2009年、所収、などがある。

<sup>3</sup> 盧受采・盧冬青『香港經濟史 公元前約4000—公元2000年』人民出版社、2004年、103頁。

<sup>4</sup> 張曉輝、『百年香港大事快覽』天地出版社、2007年、98頁。Hennessy, Sir John Pope はイギリス人で、1877～82年に香港総督在任。漢語音訳は「軒尼詩」。盧受采・盧冬青、前掲書、105頁。

<sup>5</sup> 元邦建編著『香港史略』中流出版社、1987年、140頁、張曉輝、前掲書、98頁。

方面では、織物・染色業を中心とする発展がみられた。その他、食品・飲料業、缶詰、ガラス工業がそれらに次ぐ発展を遂げた。これらの工業は資本規模、生産規模ともに決して大きくはなかったが、香港経済の発展に対して確固たる貢献をなした。

さて、商業方面では、オーストラリア華僑が最大の貢献をした。彼らは西洋式の先進的な商業の在り方を学び、経験した上に一定の資金を蓄えており、生活文化が広州と非常に似通っている香港を彼らの活動拠点したのである。

20 世紀のはじめ、香港は人口もすでに 30 万人を超え、東アジアで最も重要な中継貿易基地となっていた。人々の生活用品に対する需要もサービスというものに対する関心も高まりつつあった。伝統的な雑貨品交易を通しては、もはや香港市民の新しい生活のための日用品消費を満足させることができなくなっていた<sup>6</sup>。

## (2) 先施公司の先駆

19 世紀後半における香港の商業を代表するのは、南北行で、香港の中国人の商業活動のなかでつよい影響を持っていた。この職業は、依頼主に代わって商品の売買を行い、2%のコミッションをとるものである。それはまた水上運輸業とも関係し、商業貿易活動を展開し、香港だけでなく、アメリカ、南洋、華南、華北、その他各地の物品を扱った。南北行の経営方式は伝統的農業社会に根ざした古いやり方であった。カウンター上に商品を置くが、値札は付いていない。その商品の売買は情実に訴えるやり方で、顧客と店主との間で長時間にわたる「値切り」合戦を展開して価格を決定するものである。双方とも時間と労力を消耗する上に、商品の価格はその都度異なった。

香港で最初の百貨店と呼べる商店は、イギリス人で、船主であった T.A.Lane が日用品百貨を販売し始めた商店に始まるといわれる。彼は商売が下手で、友人の N.Crawford の協力を得て 1850 年、中環に創業したのが Lane Crawford Co.(中国名「連卡佛」)という外国人を主たる顧客とする日用品店であった。

しかし、当時の香港は中継貿易基地として発展を始めてはいたが、中国人社会の経済的、社会的地位も低く、1920 年代におけるような百貨店が発展するための客観条件は形成されておらず、もちろん消費文化と呼べるようなものは何もなかった<sup>7</sup>。したがってこの商店を百貨店とよぶことには無理があった。

香港で最初の百貨店はやはり先施百貨公司と考えてよい。先施公司を創設したのは馬応彪というオーストラリア華僑である。馬はシドニーで雑貨商を営んでいたが、のちにバナナを多く取り扱う果物卸売業「永生果欄」を創業した。商売は非常にうまくいき、これによって馬は永生金山荘の経営や中国からの輸入品販売などへと商売の手を広げ、シドニーの華僑たちの間では比較的著名な商人となり、一定の資産を蓄えることができた。彼は、多年の経験のなかで、特にシドニーの百貨店は規模が大きく、販売している商品の種類も多く、経営方法や管理制度が比較的よく整備されていることに着目していた<sup>8</sup>。

馬は 1894 年に帰国、翌々年、香港に信莊（郵便局に相当）、永昌泰金山荘を開設した。当時の香港は中英貿易の要路ではあったが、工業も発展しておらず、大都市といった景観はなかった。とはいえ、社会は安定し、関税は猶予され、港湾、交通も便利であった。金山荘は華僑の出国手続きの代行、送金・為替・貿易などを業務としたが、その施設は 1 階が事務所、2 階以上が客室で、華僑に宿泊場所、食事を提供する旅館を兼業した。しかし、馬はこの商売もいずれ限界に達すると考えていた。そこで、1900 年 1 月、馬は皇后大道 172 号に 2 階建ての商業施設（2 階は商品倉庫）を使って先施公司を開業した。華僑仲間 12 人の出資による小規模な小売店であった<sup>9</sup>。出資者はオーストラリア華僑の蔡興、郭標、欧彬、司徒伯長、馬祖金ら 6 人、それにアメリカ華僑の鄭干生、同郷の林敏良、李月林、王広昌、黄在朝らであった。

「先施」の屋号は、1852 年に開業した世界で最初の

<sup>7</sup> 馮邦彦『香港華資財団 1841-1997』東方出版中心、2008 年、42 頁。

<sup>8</sup> 陳醒吾「馬應彪与先施公司」『広州文史資料』第 36 輯、1986 年 9 月、124 頁。

<sup>9</sup> 李承基『四大公司』（『中山文史』第 59 輯）2006 年 12 月、18 頁。

<sup>6</sup> 張曉輝、前掲書、98～99 頁。

百貨店であるパリのボン・マルシェのモットーでもあった「Sincere」の漢語音訳であった。のち馬応彪は先施公司 25 周年銀禧紀年日の演説で、その語は儒家の古典である四書のなかの『中庸』から採ったとも述べている。

先施公司には小売業における新しい特徴がいくつもあった。

第 1 に、先施公司が非常に注意したのは店舗の外観と内部の装飾であった。馬応彪は店頭を華麗で堂々としたものにし、店内も堂々と豪華にしつらえ、顧客が家庭や他の商店では味わえない雰囲気を通して十分な満足感を得られるようにした<sup>10</sup>。また顧客は一度店内に入ると丁寧で至れり尽くせりの接客のため、まるで自分が帰郷したかのごとく錯覚したという。それまでの香港の商店は、商品を置くスペースだけしかなく、店構えも小さく陰気で、入り口のディスプレイや売場の飾り付けについては研究しないというのが古くからの伝統となっていたから、先施公司が登場したことの衝撃は非常に大きかった。

第 2 に、顧客が先施公司に買い物に来る大きな要因の 1 つに、購入額の大小に関係なく領収書を発行して、顧客が返品や別の商品と交換する際の証書としたことがあった。信用を売買の根幹におく制度で、顧客の信頼は絶大なものとなった<sup>11</sup>。

第 3 は、値切り交渉（「討価還価」）によってその都度異なる取引価格を決定するという伝統的な商習慣を改め、商品に正札を付けて陳列し、「掛け値なし（「貨不二価」）」で販売するという近代的な販売法を導入したことである。当時の香港では売値は一定ではなかった。また旧来の商習慣では、「良貨は深く蔵して虚しきがごとし」という考え方を尊ぶのが一般的であり、貴重な商品を周到に収蔵し、誠意のある顧客でなければ軽々には見せることをせず、人に商売内容の奥深い所を知らせないものであった<sup>12</sup>。

このような古いしきたりに埋没した商習慣は、先施公司の開業当時、香港には広く残っていた。先施公司は世界の商品を陳列し、顧客がそれを自由に見て比較したうえで、選択、購入できるようにした。このような明朗・公平で合理的な販売の方法は、社会階層をとわず、多くの顧客から高い評価と信頼とを勝ち得ることができた。

これ以外にも、先施公司は新しい経営を提示した。たとえば、新しい教育を受けた 25 人の男女の青年たちを雇用して店員とした。当時中国の旧式の大商店では一律灰色の短装に身に纏った「小伙計」（「学徒（「丁稚」に相当する）」と「師傅（「番頭」）」との間に位置する店員。「手代」と呼ばれる店員が常にカウンター脇に立っているという習慣があった。先施公司はこれを廃し、代わりに西洋の習慣に習って女子店員を多く採用した。これは当時、人を驚かす出来事であった<sup>13</sup>。香港は非常に早くから開港し通商を行ってきたが、なお中国社会は依然として封建意識が支配的であり、女子が人前に顔をさらけ出すことは一般では認められなかった。それゆえ女子店員の登場は商業経営という枠を超えて社会的、歴史的、文化的意義をもつものであった。先施公司は中国で最初の職業女性を誕生させ、中国の女性の社会参画や自立にとって先駆的役割を果たした。馬応彪夫人や馬の姉妹たちが他の女子店員をリードして顧客の接待にあたったのであった。そしてそれは香港や九龍、その周辺で大きな評判となり、多くの人々が物見遊山で来店したといわれる<sup>14</sup>。しかし、仕舞いには見物客でゴった返して警察が出動する事態となったため、公司是女店員を配置するのを一時やめることとした<sup>15</sup>。

また営業時間という近代の概念を商業に持ち込んだ点も先施公司の先駆性を示すものである。この百貨店の営業時間は毎日午前 9 時から午後 9 時までで、日曜日は正午から午後 9 時までであった。また在来の商店とは異なり、店の都合や天候の具合によって営業時間を変えることはなかった。ついでにいえば、

1954 年、「江戸時代」の項）。

<sup>13</sup> 張曉輝、前掲書、100 頁。馮邦彦、前掲書 45 頁。

<sup>14</sup> 張曉輝、前掲書、100 頁。

<sup>15</sup> 元邦建編著、前掲書、142 頁。

<sup>10</sup> 張曉輝主編『百年香港大事快覧』天地出版社、2007 年、100 頁。

<sup>11</sup> 馮邦彦、前掲書、45 頁。

<sup>12</sup> 李承基『四大公司』（『中山文史』第 59 輯）2006 年 12 月、20 頁。「不二価」は「現銀懸値なし」の販売法を指す。江戸の呉服屋・越後屋が世界で最初に始めたものである（『三越のあゆみ』株式会社三越本部総務部、

日曜の午前は「守礼拝」とよばれるキリスト教の礼拝と説教の時間に充てられた。これは馬がクリスチャンであったことによる。永安公司の郭樂・郭順兄弟、大新公司の蔡興・蔡昌兄弟など中国の百貨店創業者にはキリスト教の信奉者が多く、日曜日午前を「守礼拝」とする点はどの百貨店も同じであった<sup>16</sup>。

ところで、先施公司のスタートは決して順調ではなかった。1900年8月には台風によって大きな被害を受けたが、その修復工事は香港の関係条例、手続き、審査が複雑なため、きわめて長い時間を要した。それから4年経った04年になって、ようやく先施公司の営業成績は大きく発展し、利益は資本金の4倍以上に達した<sup>17</sup>。

この圧倒的に優れた業績を基礎にして馬應彪は積極的な拡張、組織の改革、増資、人材の増強および新店舗への移転などを断行した。業績は順調に伸び、1909年2月には共同経営の先施公司を改組し、先施百貨有限公司（株式会社）として香港政府に登録した。公司内部の組織の一切がイギリスの株式会社法に基づいて運営された香港・中国で最初の株式会社であった。最高決議機関は董事局で、総監督に馬、司理に陳小霞、付司理に馬永仙が就任した。最高決定機関である董事局は主要人物による合議を通じて運営された。これは旧来の個人経営時のスタイルとは異なるもので、商業部門における民主的運営の先駆的事例となった。先施公司に新しく参加し、主要な幹部になった人には陳小霞、夏從周、黄煥南、馬煥彪、欧亮、許敬枢、馬祖金、孫文庄、勞中などがいた。有能な人材を糾合し、先施公司は万全の陣容を整えた。このうち黄煥南はのちに上海先施公司の老板になる人物であった。

### (3) 百貨店の都市文化機能

株式会社登記と同時に、先施公司の店舗は中環德輔道215号に移転した。4階建てのすべてが売場で、中国および外国の商品はそれぞれに分類され整然と陳列された。移転以前、香港の繁華街は皇后大道で、

中外の商店がたくさん集まる場所であったが、移転先の德輔道は新開地で人通りも多くはなく、商店もまばらであった。しかし、1年後、先施公司の移転、電車の開通などによって、德輔道は新しい繁華街の様相を呈し、買い物客で賑わい、商店が急増していった。先施公司は優位な立場を獲得し、利益もそれ以前の5～6倍に達した。

1913年、創立13年で、業務は拡大し、社会的信用も日毎に高まっていったので、馬應彪は資本金を80万香港ドルに増やし、隣接の永和道と康樂道にあった12の店舗を買収、整地し、6階建て洋風ビルの建設を計画した。建築の途中で馬應彪はさらに120万香港ドルの追加投資をおこない、総資本200万香港ドルとした。かかる規模の大きな中国人資本は香港の歴史には存在しなかった。その約60%がオーストラリア華僑からの投資であった。17年1月、先施公司新社屋が正式オープンした<sup>18</sup>。このように10年代の先施公司は順風満帆の発展をとげた。6階建ての本格的商業ビルは香港の都市空間を変容させただけでなく、その商業活動は香港の消費文化や都市文化をも大きく変容させ、市民の都市生活に近代の新しい感覚とスタイルをもたらしていった。

新しい先施ビルは、外貌が大きく雄大で、しつらえも非常に豪華であった。ビル正面の4本の太柱には「香港大市場」「環球貨品莊(舶来品百貨店)」「始創不二價(元祖掛け値なし)」「誠信名遠揚(誠実販売)」の4つのスローガンが2組の対聯のごとく大書されていた。ビルの内部は売場のスペースが広く、ビルの南と北に入り口があり、各階へはエレベーターでいくことができた。売場のショーケースには内外の百貨が分類されて陳列された。新ビル開業に合わせて300余人の店員が新規採用され、都合400人前後のスタッフによるサービスが開始された。1階には缶詰・食品類、高級化粧品、下着・靴下と季節性の小さい日用品を置いた。缶詰・食品部の商品種類は他の食品店と比べてずっと豊富であり、多様であった。これは香港に出入港する船舶が多く、観光客の購買力が高いので、この種の需要を重視した結果で

<sup>16</sup> 肖汎波「広州先施公司三十多年的盛衰」『広州文史資料』第23輯、1981年6月、128頁。

<sup>17</sup> 馮邦彦、前掲書、45頁。

<sup>18</sup> 張曉輝主編『百年香港大事快覧』天地出版社、2007年、100頁。

あった。化粧品部には1瓶数十元もするフランス製の香水、化粧品が並べられていた。また2階には写真関係器具、靴・帽子・雨具、西洋と中国の薬品など旅行客向け商品を陳列したが、これも消費能力の高い観光客をターゲットとしたものであった。3階に絨毯、織布、メリヤスなど家庭必需品、4階にはピアノ、オルガン、蓄音機、指輪・ネックレス、時計、磁器、文房具、書籍を初め、新学期には教科書を置いた。そして5階には中国式、西洋式の高級家具を置いた。そして各売り場のショーケースの上には先施会社の社名入りの特製高級たばこが置いてあり、購入額の高い顧客の接待に使われた。6階は「天台樂園」といい、当初は屋上庭園であった<sup>19</sup>。

いうまでもなく、先施公司ビルは顧客だけでなく、香港の住民が誰でも自由に出入りできる商業空間であった。ショッピングセンターとしての機能だけでなく、「逛公司(ウインドーショッピング)」のための近代的都市空間としての役割を果たした。

1920年代になると当時ようやくニューヨークではやり始めたネオンサインの看板が先施公司ではいち早く装備され、香港の商業・娯楽空間としての地位はさらに一段上がった<sup>20</sup>。その色とりどりにきらめく輝きは顧客やウインドーショッピングの人々を捉え、家に帰るのを忘れさせてしまうほどであったという。また電気と高層ビルの時代を反映してビルの南北の両端に設置されたエレベーター人気も高く、それに乗ることを目的にやってくる人々も多かった。先施公司の商業空間は外も内も近代都市としての機能を果たし、また「観光地」として集客の役割を十分に発揮した<sup>21</sup>。

新ビル屋上の「天台樂園」はその後、遊芸場となった。入場料2角、海と山とを望むことができ、青々とした樹木が戯曲の舞台装置のように配置され、静かで、その雰囲気は人を和ませた。このビルは1910～20年代の香港では最も高い建築物の1つであった。裏手が海に臨み海風が渡ってくるので、遊芸場は特に夏から秋にかけては客が多く、売り上げも順調に

伸びた。酒、料理、茶などのショップが並び、自由に買い求めるができた。夜になると歌や雑技の公演があり、音楽を聴いたりダンスをしたりすることもできた。かくて、この「景勝地」は楽器や歌が響き渡る香港中区(セントラル)唯一の憩いの場となった。このような多機能性を備えた都市型の生活・娯楽空間は香港における上層階層の人々の需要、生活スタイルにマッチしていた。独立の遊芸場が發展しなかった香港では百貨店附属の「樂園」は唯一の遊芸場として大きな役割を果たした<sup>22</sup>。

以上見たように、先施公司は大量販売、大量消費の時代の大型商業施設としてだけでなく、香港という都市における文化施設、娯楽空間としても商業ベースでの運営に成功した。そして、この成功を基礎として馬應彪は広州への進出を図った。

ところで、香港で先施公司が非常に短期間に顕著な發展を遂げたことを知って、多くの華僑が香港へと戻り、その後を追った。1907年8月に永安百貨公司が郭樂らオーストラリア華僑によって創設され、12年には大新百貨公司が同じオーストラリア華僑の蔡興・蔡昌兄弟によって開業された。この2つの百貨店はともに先施公司に隣接した古い店舗を改造して開業した。店舗面積も狭く、先施と比べ見劣りのするスタートであった。永安は、シドニーにおいて果物卸売業の他にすでに百貨店の経験が少しあった。そして、その優れたシステム運営や広告の活用、販売する商品の種類の豊富さ、ある商品を買うと別の景品がついてくるプレミアム販売、先施公司からの優秀な店員の引き抜きなどによって香港でも急速に成長を遂げ、香港の中層、上層の人々のためのショッピングセンターとなっていく<sup>23</sup>。また大新公司の活動については、次節で言及したい。

## 第2節 広州の百貨店

### (1) 広州先施公司の創設

<sup>19</sup> 陳醒吾、前掲論文、125～126頁。

<sup>20</sup> ネオンサインの中国伝来は1926年である。拙稿②、前掲書、229～230頁参照。

<sup>21</sup> 馮邦彦、前掲書45頁。

<sup>22</sup> 李承基『四大公司』(『中山文史』第59輯)2006年12月、24頁。李承基「先施公司機構史略」前掲誌、216頁。陳醒吾、前掲論文、125頁。

<sup>23</sup> 馮邦彦、前掲書47頁。上海社会科学院經濟研究所編著、前掲書、7頁。

次に広州における百貨店の展開をみてみよう。先施会社がまず香港と広州で百貨店を開設した理由は2つあった。1つは香港ではイギリスの政治的保護が期待できたこと、今1つは香港、広州では人口の増加や物流の発展があったにもかかわらず、小売業における巨大資本が存在しなかったということにあった。

20世紀のはじめ、香港の消費市場には限界があった。すなわち市区面積は香港島中環と九龍半島とに限られ、市場の発達、繁栄の程度は広大な後背地をもつ上海や広州と比べれば一段と劣っていたのである<sup>24</sup>。一方、広東省の人口は1902年には約349万人、23年には372万人、32～33年には約324～332万人であった<sup>25</sup>。広州は広東省の省都として清末民初期、雑貨・日用品業は発展の一途をたどり、広州の商人たちは香港にやって来ては激しい仕入れ競争を行っていた。

広州は中国南方地域における政治、商業の中心地で、交通の便がよく、香港を朝に出発すれば夕方には到着する距離にあり、香港以外の各地との連絡、交易にとっても非常に都合のよい場所であった。近代以前の広州の日用品雑貨商店は主要には地元の工作所や近隣農村の手工業が生産した商品を販売していた。1840年のアヘン戦争以降、大量のヨーロッパ商品が中国にやって来るようになると、広州の工匠、職人たちはそれらと競争を余儀なくされが、他方、その過程で模倣と改良を重ね、西洋と広州の製品のそれぞれの利点を生かした新商品を開発していった。広州という地域の特性を反映した商品はのちには「広貨」と呼ばれ、国内に広く知れ渡った。清末、広州の日用雑貨業界には約30軒の商店があった。民国時代に入ると、販売する商品の種類、商店の組織形態、管理方法など、どの側面をとっても非常に大きな変化がみられた。それは少量多種を扱う文字通りの雑貨商から専門店へと変わり、中国伝統の商店の形式はヨーロッパ形式を取り入れ、次第に中国形式とヨーロッパ形式が融合する段階へと進んでいった。日

用品百貨業の最盛期になっても広州では「攤販」と呼ばれる露天商の類は多くなく、日用雑貨商店は卸売と小売とを合わせて1920年には600余軒と増加し、28年には770余軒となった<sup>26</sup>。

先施会社は香港における業務が着々と成果をあげ、資金的にも余裕ができたことを背景に、人口が稠密で、経済発展の著しい広州と上海において市場を獲得し、同会社の商業活動空間を拡大する旨の決定をした。1910年1月、先施会社はまず広州進出を計画した。広州での株式募集を開始し、繁華街の長堤大通りに約4000㎡の土地を購入し、香港の先施会社ビルを参考にしてここに5階建ての商業ビルを建設した。先施会社が中国内地へ進出した第一歩であった。

ところで広州には1907年に光商公司、10年には真光公司という2つの百貨店がそれぞれ開業していた。しかし、これらの百貨店は規模がそれほど大きくはなく、また遊芸場などの娯楽施設を備えてはいなかった。広州先施公司(正しくは「先施公司広州分行」)は馬應彪の弟の馬祖金が首位司理(取締役)にあたり、崇啓和がこれを補佐した。馬祖金は香港先施会社の創設にも参加した人物で、長年の経験と優れた商業的センスによって業務の一切を取り仕切ることになった。広州先施公司ビルの建設は100万香港ドルを投じて14年に完成し、6月20日正式に開業した。繁華街である長堤に建設された5階建ての鉄筋ビルはスマートな豪華さを持ち、翌年には6階建ての東亜酒店(ホテル)が附設された。5階建てという規模の百貨店の開設は広州では初めてのことであった。

広州では、先施会社を初め、新しい百貨店が登場する以前、人々は日用品の購入を「小販」(行商人)または伝統的で零細な商店に頼っていた。在来の商店は規模のやや大きな専門店でも香港と同様に商品を店の奥に積み重ねて接客をし、店内は歩くのも大変なくらい狭かった。これに対して先施公司ビルはモダンで豪華な外観と広く美しい内部空間を持ち、広州における小売商店の伝統的イメージを一新した。販売する商品は中国の商品が中心ではあったが、舶

<sup>24</sup> 張曉輝、前掲書、101頁。

<sup>25</sup> 宋鈞友『広東人在上海(1843-1949年)』上海人民出版社、2007年、19頁。

<sup>26</sup> 広東省立中山図書館編著『羊城尋旧』広東人民出版社、2004年、147頁。

来品も相当あった<sup>27</sup>。また商品は種類が非常に多く、それらが陳列販売・価格標示というまったく新しい方法によって整然と販売される様子は広州の富裕層や新しく台頭してきた資本家層、都市中間層にモダンで高級なイメージを与えることになった。これによって先施公司是広州の小売業界に新風を生み出すことができ、広州やその近隣地域までその名をとどろかせて、多くの顧客を獲得し、商売は拡大の一途をたどった。次いで、先施公司是恵愛路と十八甫との2ヵ所に支店を開設し、長堤本店と併せて3店舗による経営を展開した。このうち恵愛路店は経営が堅実で、斬新な集客手腕を発揮し、百貨店のなかの優等生という評判をとった<sup>28</sup>。しかし、十八甫支店は20年に火災にあい営業を停止し、恵愛路店も27年に時局の困難によって閉店した。都市発展の視点からみると、先施公司等の広州における百貨店の誕生は、1900年代以降急速に進んだ渡し船、鉄道、市内電車など都市交通インフラの整備と並んで、広州の繁栄をもたらした大きな要因の1つと高く評価されている<sup>29</sup>。

先施公司是広州でも商品陳列・価格標示による掛け値なし販売を実施した。さらに領収書の発行、商品の無料配送、営業時間を定めたこと、女性店員を採用したことも香港と変わらなかった。販売する商品は、外国商品、中国商品と広範囲ではあったが、中国産品が主で、とくに上海の製品が多かった。外国商品ではイギリスが多く、次いでドイツ、フランス、アメリカと続いた。また時局が落ち着いているような時は、日本商品の販売を主にしたこともあった。広東省や広州の商品も数多く販売したが、これは2つに区分できた。1つは自社工場の産品、いわゆる自社ブランドである。たとえば先施サイダー、先施歯磨き粉、バニシングクリーム、化粧石鹸、オーデコロンなどは広く宣伝をして販売し、一世を風靡した。このほか季節性のある食品なども製造販売した。たとえば夏には食品売場にアイスドリンクコ

ーナーを設置し、自社製の豆漿(水でふやかした大豆を擦ったもの)やサイダーを販売した。今1つは、広東省や広州の産品で、高級品やブランド品であった。たとえば「鹿印」の下着、「單車印」の下着、「馮強印」のゴム靴などである。販売する商品が比較的高級なものが多かったため、顧客の中心は富裕層の人々、たとえば官僚、地主、買弁などで、ほかには一般に上流、中流階層と呼ばれる人々であった<sup>30</sup>。広州先施公司是開業して2年で営業成績は安定し、3年目には投資額の2倍にあたる収益をあげ、株主たちは自信を深めた。

先施公司是売場に「一元商品」専用コーナーを設置し、半端物や売れ残り品をたくさん抱き合わせて1元の商品として販売した。顧客たちはその安さにも引きつけられて購入し、ショッピングを楽しんだのである。「一元商店」のような販売法はのちに上海でも登場するが、生まれは広州であった。また先施公司是商品券販売、景品の贈呈など商品販売においても斬新な手法を駆使し、顧客を引きつけた。バーゲンセールや「一元商店」などの商品販売の方法は特に新興の資本家階級や都市中間階級の社会基盤の安定や拡大に大きな関わりをもった。たとえば広州は伝統的に海外貿易との関係が深く、船舶修理業を中心とする小規模の機械工場が林立した地域であった。清末以降は工場も増えると同時に、西洋の機器類に精通した技術労働者の集積が進み、中国における熟練労働者の揺籃の地となっていた。海外の機械工場や香港の造船所で万能的熟練を修得した華僑労働者の中には、独立し、数名から数十名の労働者を雇用して、新たに機械工場を経営する者が現れた。新興の資本家階級の多くの部分は、このように労働者から資本家に脱皮して間もない人々であった<sup>31</sup>。これらの人々は景気変動の中で必ずしも安定した購買能力を持ち得たわけではなく、不安定な面を残していた。都市中間層に至っては、生活の不安定性はいっそう高く、購買能力を維持して都市生活を送ることはかなり困難であった。しかし百貨店もかかる

<sup>27</sup> 広州市地方志編纂委員会『広州市志』広州出版社、1996年、175頁。

<sup>28</sup> 広州市地方志編纂委員会、前掲書、175頁。

<sup>29</sup> 広東民国史研究会編『広東民国史』広東人民出版社、2004年、178頁。

<sup>30</sup> 肖汎波、前掲論文、128～129頁。

<sup>31</sup> 李伯元・任公担『広東機器工人奮鬥史』中国劳工福利出版社、1955年、14頁、宋鈞友、前掲書、29頁。

階層を取り込むことなしに発展は難しかった。百貨店のバーゲンセールや「一元商店」は、このような階層と間における持ちつ持たれつの関係を維持、発展させながら新しい消費文化を創り上げていったのである。

この他にも先施公司の新しいサービスにはいろいろなものがあつた。たとえば貨物輸送部を設置し、購入品の多い顧客には、従業員がその日のうちに家まで無料配達した。また地方の顧客には地方発送を行った。さらに商品券の発売でも先施公司は先駆的であつた。それは「通天」と呼ばれる商品券で、需要に合わせて1元、3元、5元、10元と種類も豊富に発行され、香港、広州、そして後にはアモイ、上海のどの先施公司でも利用できた<sup>32</sup>。このように新しいサービスが消費時代の新しい価値を生み、都市の消費文化を力強く推進していった。

1910年代に先施公司と大新公司が広州に進出し、大量消費時代が開始したが、20～30年代には消費文化が大きく広がり、百貨店も巨利を博した。この時期には舶来品が高関税であつたにも関わらず、富裕な人々はその消費を「モダン」と捉えたため、その販売量はかえって増加した。

## (2) 先施公司の附属施設・工場

1914年、広州先施公司は百貨店に附属して東亜大酒店を増設した。6階建てで、正式名称は「先施有限公司環球貨品粵行東亜大酒店」といい、広州で最初の近代的ホテルであつた。従来の旅館は「客棧」と呼ばれ、旧い中国式の伝統としきたりを踏襲し、室内の設備も簡単で粗末なものであつた。これに対して東亜大酒店の登場は中国旅館業の歴史においても画期的なもので、その室内は天井が高く、スペースも広く、清潔で、そこに古色優美で、精緻な彫刻の施されたマホガニーの調度品が並べられていた。そのホテルの屋上には「不夜天」の称号をもつ屋上花園があつた<sup>33</sup>。このホテルは西洋のホテルの優れた点を取り入れており、バーやレストラン、大浴室などが完備し、チェックイン時、外出時の荷物の運

搬・管理や送り迎えなど新しいサービスが行われ、宿泊客の信頼を得ていた。他方、広州の伝統的習慣であつた茶、小食も提供され、東亜大酒店は東西文化を融合した便利で快適なホテルであつた。また華僑の出入国時の親切な対応と行き届いたサービスはリピート顧客を増やし、「東亜」の名は香港、広州に知れ渡っていた<sup>34</sup>。

広州先施公司は百貨店を本業としながら旅館業へと拡充していったが、事業はさらに多角的な展開を遂げた。先施公司の幹部は次なる展望を工業に見出した。国産品の振興、利権の挽回、国益の損失防止を期待してのことであつた。当時、広州の市場はほとんど外国資本によって支配されていた。そこで先施公司は広州に工場を10ヵ所建設した。ビスケット工場、サイダー工場、皮革工場、金物工場、機械工場、ガラス工場、木工場、石鹼工場、化粧品工場などであつた。これら全工場の男女の従業員は1000人を遙かに超え、全体として軽工業の体系的なまとまりもすでに備わっていたが、1つひとつの規模はまだ小さく、外国資本に一日の長があつた<sup>35</sup>。

1925年初め、香港の労働者がイギリスの施策に反対しストライキを起こした。「省港海員工会」(広東・香港海員労働組合)が強力に関わったため、香港と広州の交通は停頓し、香港港は麻痺した。このストライキは26年9月まで1年半以上続いた。この影響は非常に大きく、香港のマーケット秩序は混乱し、金融は縮小し、どの業種も活気がなくなった。充実と繁栄に向かつていた先施公司の10軒の工場とその支店も次第に閉鎖を余儀なくされ、残ったのはサイダー工場と化粧品工場だけとなった<sup>36</sup>。

先施公司の化粧品工場は残った工場の1つであつた。唯一化粧品工場のみは、頗る成績がよく、営業を続けることができた。工場はその後香港に移り、上海や東南アジアの各地に広げられた<sup>37</sup>。

化粧品工場は、日用品工業の一環をなし、経営しやすかつた。資金回収も短期で済み、使用する機械

<sup>34</sup> 李承基「先施公司機構史略」前掲誌、217頁。

<sup>35</sup> 李承基「先施公司機構史略」前掲誌、217頁。陳醒吾、前掲論文、131頁。

<sup>36</sup> 李承基「先施公司機構史略」前掲誌、217頁。

<sup>37</sup> 李承基「先施公司機構史略」前掲誌、228頁。

<sup>32</sup> 肖汎波、前掲論文、130頁。

<sup>33</sup> 広州市地方志編纂委員会、前掲書、176頁。

は簡単なもので、製造方法も簡単であったからである。香港に化粧品工場を開いた時には、香港の化粧品はほとんどが舶来品で、主として欧米から輸入されたが、多くがブランド品で高価であった。このため販路は上流社会に限られ、その日暮らしの庶民とはまったく無縁のものであった。先施会社の製品は奢侈を目的とするものではなく、実用を重んじたもので、かつ大量消費をねらって薄利販売をした。その結果、香港、広州、上海の百貨店で販売されると、大衆に愛用された。「金美蓮」「拉雲打」ブランドのヘアオイルは特にインドネシアで非常に売れ、売り上げは毎年 10 万香港ドルに達した。

香港の先施公司化粧品工場の製品市場は香港、華南一帯、南洋に限られていたが、1929 年、上海や華中一帯に積極進出するため上海の馬崎路に工場を建てた。設備、機器は最新で、製品も良質のものであった。これによって先施会社の化粧品は中国のかなりの部分を販売網に組み込んでいった<sup>38</sup>。

### (3)百貨店の娯楽機能

先施ビルの屋上には、遊芸場があった。この遊楽場は全盛のときには先施会社の大事な収入源でもあった。またそれは後に述べる大新会社の遊楽場とともに広州の娯楽の中心となった。当時広州には高層建築は多くなかったため、屋上に遊芸場を設けると非常に多くの客を呼ぶことができた。加えて、このビルにはエレベーターがあり、この新しい「玩具」は市民の好奇心をかき立てた。遊芸場では毎晩、芝居や演芸が上演された。最も多かったのは映画と粵劇(広東地方の劇)で、ほかに「三上吊(手・足・首をつるす)」と呼ばれる雑技や魔術があった。またダンスホールもあった。演芸や芝居を観るのとは異なって自分が踊るダンスは客を喜ばせた。遊芸場の営業時間は午後 7 時～12 時であった。夜になり、紅い飾り提灯に灯がともると、観衆の往来が途絶えることなく、特に夏と秋の季節には遊芸場は涼をとるのによい場所で、費用も安く、一般の労働者たちにも人気であった。1 人 2 角の入場券販売だけでも 1 日約 300 元、約 1500 人分といわれ、相当の収入となっ

た<sup>39</sup>。

ところで、広州の百貨店遊芸場といえば大新会社の遊芸場をあげなければならない。大新会社はオーストラリア華僑の蔡興、蔡昌の兄弟が 1912 年、香港の徳輔道に開業した百貨店である。香港での営業が頗る順調で、その後広州進出を断行した。14 年には惠愛路、18 年には西堤と、広州の 2 ヲ所に巨大ビルを開設した。西堤店は 9 階建てで、20 年代初頭には広州一の超高層ビルであった。それは当時「華南で最も大きく、最も美しい百貨店」とされ、多くの買い物客、遊び客で賑わった。惠愛路店は小売のほか屋上遊芸場、酒・アイスドリンク店、浴室を兼業し、西堤店はホテル、バー、屋上遊芸場、洋食レストラン、理髪室、写真館、眼鏡店を兼業した<sup>40</sup>。大新会社では亜州酒店、覺天酒店、遊芸場、理髪、レストラン、写真館、浴室、アイスドリンク店などさまざまなサービス業種が「百貨」の名の下に経営された。西堤店は自家給水、自家発電の装置があり、加えて当時広州でめずらしかったエレベーターが 4 台も稼動し、顧客を運んだ。またビルの東側には、螺旋状に上下できる自動車専用道があり、4 階の売場まで自動車に乗ったまま上っていける構造になっていた。富裕層の人気を呼んだ。このビルは 9 階建ての下の方の階が百貨店、上の方の階が亜州酒店というホテルであった。そして 8～9 階と屋上は「大新樂園」という広州で最も代表的な庭園・遊芸場で、市民が遊びに出かける場所であった。またそこは「九重天」という雅称でも呼ばれ、広州の多くの富豪、紳士、社会名流たちが日常的にここに入出入りしているので有名だった。亜州酒店や大新樂園の営業成績が上がるようになると、評判は広東省や香港まで広まっていった<sup>41</sup>。入場料は 2 角で、映画館、粵劇(広東劇)場、京劇場などがあり、いつも「文明戲(新劇)」<sup>42</sup>や手品、雑技、講釈、謡いものなどが上演されて

<sup>39</sup> 肖汎波、前掲論文、129 頁。広州市地方志編纂委員会、前掲書、175 頁。

<sup>40</sup> 広州市地方志編纂委員会、前掲書、175 頁。

<sup>41</sup> 広州市地方志編纂委員会、前掲書、176 頁。広東省立中山図書館編著、前掲書、147 頁。

<sup>42</sup> 歌を中心とする「旧戲」に対して、普通の対話・動作で演ずる劇。

<sup>38</sup> 李承基「先施公司機構史略」前掲誌、229 頁。

いた。のちには賭博性のある遊技も登場した。遊芸場は先施よりも大新の方が規模も大きく、利益も多かった<sup>43</sup>。

広州の人々は、1920年代以降、百貨店に行って買い物をすることを「逛公司」といった。「公司」は百貨店のことで、「逛」は本来「ブラブラする」という意味である。「逛公司」にはウインドーショッピングの意味もある。大新公司西堤店の8・9階には子供用の遊園地もあり、メリーゴーランドやコーヒーカップならぬ蓮花カップなど電動式の遊具があつて、子供から大人までここに行けばいろいろな楽しみを味わうことができた。広州では、大新公司以、単に買い物をするだけでなく、好きな遊びもして帰ることを特別に「逛公司」といったのである<sup>44</sup>。

以上のように、広州には、上海で1910年代以降人気を博した新世界や大世界のような独立の遊芸場は発達せず、2つの百貨店附設の3つの遊芸場が都市大衆のための娯楽の担い手であった<sup>45</sup>。

最後に、「百貨」という語について触れなければならない。中国では従来多種少量の商品を扱う雑貨業を伝統的かつ広範囲に「百貨(業)」という語で表現してきた。しかし、香港、広州の百貨店の創始者たちが「百貨」の名の下に自らの営業領域を、すなわち商品、サービスの種類を、ホテルや遊芸場までどこまでも広げ、屋号、看板、宣伝などにもその語を頻繁に用いた。これによって「百貨」という語はまったく斬新な、モダンの感覚をもって急速に広まり、百貨店の業種自体も社会の潮流にのってまったく新しい業態として発展していった<sup>46</sup>。「百貨」や「百貨公司」という表現も、まず香港、広州において使用され、社会的に認知されていったのである。

以上見てきたような広州の百貨店の発展も、1937年以降、日中戦争期に入るとその影響をもろに受け

た。大新公司の西堤の超高層ビルは38年の日本軍による空襲で大破し、再起不能となった。先施公司是41年12月まではイギリス国旗を掲げていたので日本軍も攻撃をすることはなかった。しかし、アジア太平洋戦争に突入すると、日本軍は先施公司の関係者を拘束、投獄するなどし、さらに東亜大酒店を「大東亜飯店」と改めて管理し、その結婚式場は自らのためにダンスホールに改造した。また先施百貨公司の看板は「大東亜百貨公司」に書き換えられ、管理を受けた。ところが広州先施公司是日本の敗戦後には、今度はこの看板のために国民党から「敵産」扱いをされ、自らの権利を回復し再開するまでにはきわめい長い時間を要した<sup>47</sup>。

## おわりに

西洋近代における大量生産時代の商業制度としての百貨店は20世紀初頭、オーストラリア華僑で、シドニーにおいて雑貨業の経験もあり、当地の西洋式の百貨店制度を十分に知り尽くした馬應彪そして郭樂、蔡興・蔡昌兄弟といった人々によってまず香港、広州に持ち込まれた。香港、広州は海に開かれ、海外との接触の歴史が長く、非常に広大なヒンターランドをもつ点では上海や天津と大きな共通点をもった。そこは中継貿易の基地として広大な内陸市場へのゲートウェーであったことによって、20世紀初頭には大きな繁栄を遂げ、消費文化の一定の成熟がみられた。香港はイギリス領ではあったが、この時期までには、経済活動においても中国人が高い比重と中心的な位置を占めるようになっていた。香港、広州には華僑が多く、その多くが資金の面でも外国と深い関わりをもっていた。中国の都市富裕層には一般に政治家や外国人、買弁商人、名望家たちが含まれるが、香港、広州ではこのほかに華僑の資産家が多く含まれ、この2つの南方都市の特徴となっていた。また20世紀の初めまでには、港に出入りする船舶を相手とする商人や機械修理の工場主、労働者などが多く、この地の地域産業を担うと同時に、消費文化においても重要な比重を占めるようになってい

<sup>43</sup> 黄増章『民国広東商業史』広東人民出版社、2006年、98頁。

<sup>44</sup> 『逛公司』源自広州四大百貨『広州日報』2007年7月25日。

<sup>45</sup> 楼嘉軍『上海城市娯楽研究 1930-1939』文匯出版社、2008年、93頁。

<sup>46</sup> 羅伯華・鄧広彪「從蘇杭到百貨—解放前広州的百貨業—」『広州文史資料』第20輯、235頁。

<sup>47</sup> 肖汎波、前掲論文、139～140頁。

た。オーストラリア華僑たちが創設した百貨店はこれらの人々をターゲットとして発展していった。

西洋生まれの百貨店の登場は、商業の面でも、また文化の面でも香港、広州における在来の商業制度や経済的権益、そして文化的価値などと衝突をおこしていった。しかし、それがもつ圧倒的な規模の大きさ、新しさ、サービスの優位、科学的合理性に裏付けられた近代商法の利点と快適さなどは、新しい時代の知性と感性をもち始めた都市の住民の大きな支持を得ることができた。もちろん、香港、広州に西洋の制度がそのまま受容されていったわけではなかった。香港、広州の百貨店は、百貨店という西洋の制度を中国人の伝統、文化、心理、そして社会的ニーズと非常に合理的に混交させ練り上げて、新しい商業・娯楽施設としての百貨店を創り上げた。それが「百貨公司」であった。

たとえば、店舗を豪華にすること、商品の陳列と正札価格による販売、返品保証、女性店員の採用などは西洋の商習慣を導入したものであった。他方、百貨店ビルの中に西洋式ホテルを設置したり、屋上や上層階を遊芸場とし、劇場、演芸場、映画館、庭園、遊園地、ダンスホール、音楽ホールなどを開設・運営したりしたのは、中国人社会のニーズを顧慮した百貨店創設者たちのオリジナルな発想であった。このような広範囲にわたる宿泊、娯楽機能を百貨店という商業施設に組み入れた事例は、もちろん西洋やオーストラリアのシドニーにはない。日本では日本橋三越本店の三越劇場や新宿伊勢丹のアイススケート場が百貨店併設の娯楽施設として有名であり、また子ども向けの屋上遊園地などはどこにでもある。しかし、香港や広州のように大規模に宿泊、娯楽機能を取り込んだものはやはり見あたらないから、これは香港、広州の独自性とみてよいであろう。香港、広州の百貨店を上海のそれと比較すると、商業スペースも狭く、ホテルや遊芸場の規模も小さい。しかし、以上の考察から、1920年代に彼らが上海南京路の百貨店で展開する商業的プログラムのかなりの部分が原型として、すでに香港、広州で試みられていたことがわかる。

香港、広州で成功をおさめたのち、先施公司、永安公司、大新公司の創設者たちは、中国最大の都市

である上海に進出した。そして、この新しい地で彼らは香港、広州において実践したことを、より大規模に、より高い質をもって具体化していったのである。

(Received: September 30, 2009)

(Issued in internet Edition: November 1, 2009)