

満州事変直前期における 大連華商の経営規模と地域分布

張 曉 紅

はじめに

本稿の目的は、1920年代末における大連華商の経営規模と地域分布上の特徴を、大連の在満日本人中小商工業者層（以下、「日商」⁽¹⁾）と比較して明らかにすることである。この時期は、日商が経営不振・衰退に陥ったとされる時期と重なるため、この検証は大連商業界における日華商の関係を究明する研究の足掛かりとなる。

1920年代の大連華商についての研究では、柳沢（1981, 1999）、松重（2001, 2006）などが代表的なものとしてあげられる。⁽²⁾松重（2001）は、大連の華人商工業団体であった大連華商公議会および小崗子華商公議会の構成と、1920年代初頭の活動内容を分析した。そして、大連華商ナショナリズムは、排日か反日かという単純な構造ではなく重層的な構造を持ち、1921年前半に起きた「大連建値問題」を契機として対日競合的な側面に傾斜するようになったこと、さらにその後、1923年のいわゆる「旅大回収運動」、1925年の「五・三〇事件」を経て、大連華人社会において排日あるいは反日を全面に出した対日運動が顕

(1) 本稿でいう「日商」には三井、三菱、大倉などの大手日本企業は含まれない。

(2) 柳沢遊「1920年代『満州』における日本人中小商人の動向」『土地制度史学』第92号、1981年、1-18ページ。柳沢遊「在『満州』日本人商工業者の衰退過程-1921年大連商業会議所会員分析-」『三田学会雑誌』92巻1号、1999年、47-80ページ。松重充浩「植民地大連における華人社会の展開-一九二〇年代初頭大連華商団体の活動を中心に-」曾田三郎編著『近代中国と日本-提携と敵対の半世紀』御茶の水書房、2001年、107-137ページ。松重充浩「第一次大戦前後における大連の『山東幫』中国人商人」本庄比佐子編纂『東洋文庫論叢』第66号、2006年、347-368ページ。

在化していったことを明らかにした。

また、松重（2006）は、第一次世界大戦後の大連華商公議会における大連山東商の活動と、大連の日中関係に変化が現れたときに山東商がとった対応策について検討した。松重によれば、1920年代後半から現地日本当局からの指導・統制強化への対応策に関わる意見の分岐を起因とする大連山東商間の分裂・対立傾向がみられた。1925年6月の大連華商公議会役員改選後、一部の大連山東商は、自らの経営内容となる油房、特産、各種輸出入などの安定・発展を目指す当面の経営利益の確保のため、山東幫としての結集を犠牲にして、山東幫代表の李子明から離反し、日本側と太いパイプをもつ大連本地幫である張本政支持にまわった。

大連華商の経営を取り巻く環境を軸にまとめれば、上述した松重による2つの研究では、1920年代前半の大連華商は経営環境が厳しく、対日競争的な側面が強かった。後半になると、当面の経営利益の確保を重んじる路線が多くの華商によって支持されるようになり、それが結果的に対日融和的な方向性につながったことが明らかにされた。

1920年代後半の大連華商の経営状況について、柳沢（1981, 1999）によれば、生活費ないし営業費の圧倒的な低位性や、商品流通ルートに進出し、独自の流通体系を形成したこと、合資や合名の企業形態を用いて、他業種に跨る経営をしていたことなどにより、華商は勢力を拡大した。米穀、菓子、魚類などの食料品関係部門と日用品雑貨部門は、華商の優位が顕著に認められた。洋服や靴など、需要者が在満日本人に限定される一部の大連日商優位の日用品部門でも、1920年代末頃になると一流・二流の日商を除いて、日商の経営不振がみられた。柳沢によれば、華商の進出と共に発生した大連日商の経営困窮は満州事変の勃発を必然化させた社会的経済的諸要因のうちの重要な一要因になった。

上述した研究によれば、1920年代の大連華商は、政治的には支配政権との関係を模索しながら対日融和的な姿勢を強めて経営利益を確保する一方、経済的には強靱な組織と低コスト戦略を用いて1920年代後半期の大連商業界で日

商に対する競争優位を獲得していった。

一方で、大連華商の規模については、日商に比して零細であるという認識が一般的である。そうなると、一見矛盾しているようにもみえる「零細性」と「対日商の優位性」を1920年代末の大連華商は合わせ持つことになる。華商の零細性については、以下の2つの先行研究で言及されている。

雑誌『満蒙』に掲載された北條(1931)による同時代の研究によれば、1930年末の大連市内の中小小売商では、日商は計1,462店舗、売上高1,243万7,515円、1店あたりの売上高が8,507円であったのに対し、華商は計3,061店舗、売上高1,904万1,200円、1店あたりの売上高は6,221円であった。⁽³⁾数字から読み取れた華商の経営規模は日商より小さかった。また、瀋毅(1996)は「華商の資本額は大概の場合に日商より少ない」としている。その根拠は「大連商業機構のうち、最著名のものはほぼ日本人経営であった。光明洋行支店、日本薬店、三越支店、三星洋店支店、須崎洋行などがそれである。1930年の統計によると、華商は数量的に絶対優位であったが、そのうち、ほとんどの業者は行商や経営規模が零細な雑貨業者で、その数は1万2,163人にのぼり、華商全体数の71.7%を占める」であった。⁽⁴⁾

このように、一般的な認識とされる大連華商の零細性の根拠は、①著名のものは日本人経営であったこと、②華商は総じて零細であったことの2点である。華商には圧倒的な数を占める零細業者が存在していたため、統計範囲が広いほど平均規模は小さくなるという特性がある。筆者は、零細経営の華商層は、柳沢論文がいう日商経営を窮地に追い込んだ華商とは異なる経営実態を有しており、1920年代末に大連華商でみられた日商に対する競争優位は、比較的規模の大きい華商層でみられたと考える。しかし、これらの華商層についてその実態は知られていない。本稿では、日商に対抗しえた華商層を業種別・地域別に検証し、今後の大連華商の経営を具現化する研究や日華商関係を考察する研究のための足掛かりになることを期したい。

(3) 北條秀一「大連市内小売商人の研究」『満蒙』1931年9月、70-80ページ。

(4) 瀋毅『近代大連城市経済研究』遼寧古籍出版社、1996年、113ページ。

はじめに、本稿で使用する2つの資料を説明する。1つ目の資料は、大連商業会議所『昭和二年大連商工名録』と大連商工会議所『昭和四年版大連商工名録』(以下、『名録』)⁽⁵⁾である。同資料には、大連日華商の業種、商号、氏名または会社名、営業所の情報が掲載されている。調査対象は、日商では営業税30円以上を納付している業者であったのに対し、華商の場合、100円以上の営業税納税者に限定されている。同資料は1927～29年における華商の変化について貴重な情報を提供してくれる。

もう1つの資料は、大日本商工会編纂『昭和五年版大日本商工録』(以下、『商工録』)⁽⁶⁾である。『商工録』の関東州の部には、大連日華商の1930年度の営業税額と所在地が業種別に収録されている。収録基準とされた最低営業税額についての記述は見当たらないが、名簿には日華商とも営業税20円以上の企業が掲載されている。同資料により、大連市民の生活に欠かせない食料・衣料の販売における営業税入税額20円以上の規模をもつ華商の経営状況を検証することができる。

I 業種別・地域別にみた日華商の変化

1. 大連の各地域の商業的な特徴

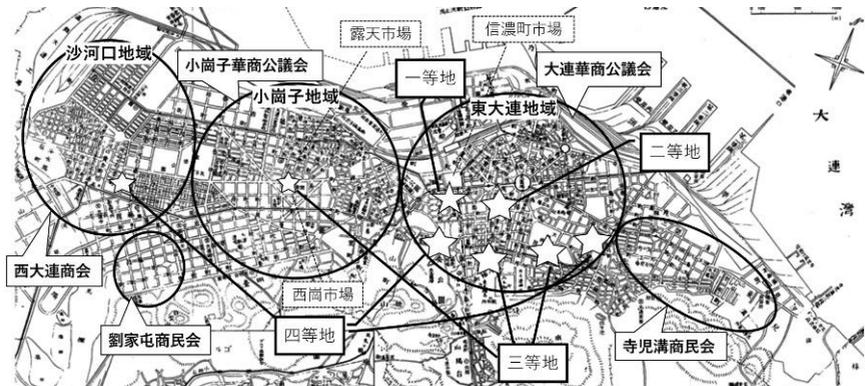
大連は遼東半島の南端に位置し、中国東北地域の窓口としての役割を果たしてきた。しかし、大連の近代都市としての開発は19世紀末ロシアの占領下においてはじめて着手され、第1図の東大連地域の西部と小崗子地域の北部は比較的早く建設された地域であった。1920年代末、日本の支配下における大連市街は、東大連、小崗子、沙河口の3つの地域を中心とし、周辺地域も開発が進められた。

人口でみれば、1929年末の大連の総人口25万8,795人のうち、中国人は16万8,445人(65.1%)、日本人(「内地人」)は8万8,794人(34.3%)であった

(5) 大連商業会議所『昭和二年大連商工名録』1927年。大連商工会議所『昭和四年版大連商工名録』1929年。

(6) 大日本商工会編纂『昭和五年版大日本商工録』関東州の部、1930年。

第1図 商業的な特徴に基づく大連市の地域区分



〔出所〕 商会などの活動範囲は、大連市工商联「沙俄、日帝統治下の大連商会」（『遼寧文史資料（工商專輯）第26輯』遼寧出版社，54-61ページ）による。

⁽⁷⁾ が、東大連、小崗子、沙河口の3地域の人口の割合をみると、1926年は東大連地域56.5%、小崗子地域16.8%、沙河口地域26.7%であった。各地域の人口の内訳は、東大連地域は中国人66.5%、日本人33.3%であり、小崗子地域は中国人80.6%、日本人19.4%、沙河口地域は中国人76.0%、日本人23.9%⁽⁸⁾であった。総じていえば、これら3つの地域では中国人と日本人が共存しているが、中国人人口は、その割合が比較的低い東大連地域でも全体の7割弱を占めており、比較的高い小崗子地域では8割を超えていた。

大連華商の分布上におけるその特徴は、商会組織の地理的な分布に象徴される。大連の中国人の商工団体で、日本の商工会議所に相当するものに、大連華商公議会と小崗子華商公議会がある。特産物、雑貨、油脂、金融（両替）などは両会構成員の主要業種であり、満州事変直前の会員数は不明であるが、1923年⁽⁹⁾の大連華商公議会員は428名、小崗子華商公議会員は1,165名であった。⁽¹⁰⁾

(7) 大連商工会議所『経済都市大連』1937年、12-13ページ。

(8) 大連商業会議所『大正十五年大連商業会議所統計年報 下編』1927年、8-9ページ。

(9) 松重充浩「植民地大連における華人社会の展開——一九二〇年代初頭大連華商団体の活動を中心に——」曾田三郎編著『近代中国と日本—提携と敵対の半世紀』御茶の水書房、2001年、113ページ。

大連華商公議会は1906年に設立されたが、前身は1900年設立の注口公議会であり、東大連地域はその管轄範囲であった。東大連地域は旧来より大商店や銀行などが多く分布し、一等、二等、三等商業地は当地域に集中している。大連華商公議会は域内在住の有力華商が会員となっており、これらの有力華商の多くが東大連地域に立地した理由については、消費力の高い個人消費者にアクセスしやすいことや、地理的に大手日系貿易商と連携しやすかったことなどがあげられる。

一方、小崗子華商公議会（1906年設立）は大連の中部に位置していた。1908年の小崗子地区の華商は約1,200軒、1920年代半ばには約2,000軒に上っている。この地区の華商は全体としての規模が東大連地域より劣るが、店舗数と繁盛ぶりでは大連随一であった⁽¹¹⁾という。有力油房業経営者が多いことがこの地区の特徴である。1908～14年の小崗子華商公議会会長・杜寿山は正祥油房の経営者、1915～23年の会長・牛作周は福昌油房の経営者、1924～40年の会長・⁽¹²⁾ 厯陸堂は福順義油房の経営者であった。

上述した2つの公議会以外に、大連には西大連商会、劉家屯商民会、寺兒溝商民会などの商会・商民会も存在した。西大連商会は1929年に設立され、沙河口西部を中心に活動した商会であり、中小規模商工業者1,000軒前後が当該管轄地域で活動していた。地理的にみれば、西大連商会は小崗子地域を中心に活動する小崗子商会と隣接しており、西大連商会の会員は小崗子商会に加入しても違和感はないが、西大連商会の会頭・許億年は沙河口西部ではかなりの経済力を持っており、⁽¹³⁾ 許本人は単独で商会を設立することを固持していたとい

う。

劉家屯商民会は1916年に設立され、沙河口東部商民会の別称で呼ばれるこ

(10) 関東庁『関東庁施政二十年』1926年、719ページ。

(11) 大連市工商聯「沙俄、日帝統治下の大連商会」『遼寧文史資料（工商專輯）第26輯』遼寧出版社、1989年、60ページ。「大連西崗旧商会史略」政協大連市西崗区委員会文史資料委員会『西崗文史資料第4輯』1997年、29ページ。

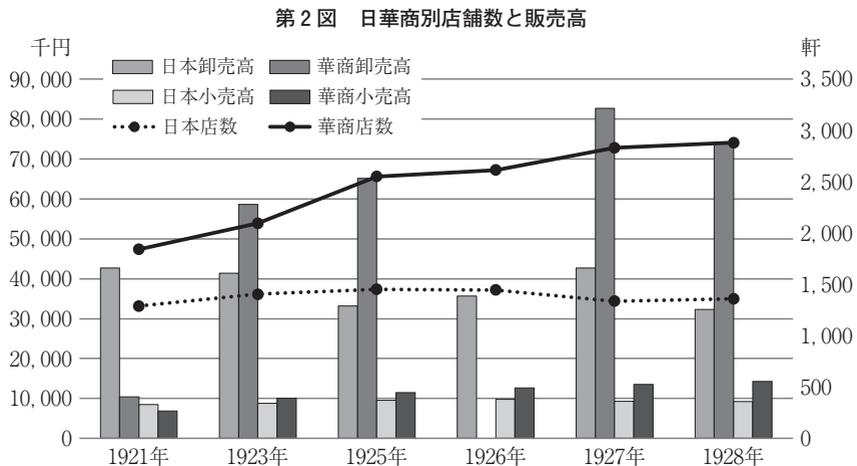
(12) 「大連西崗旧商会史略」政協大連市西崗区委員会文史資料委員会『西崗文史資料第2輯』1990年、41-52ページ。

(13) 同上、61ページ。

ともある。沙河口地域の東部を管轄地域とし、小規模商工業者が多く属しており、アヘン吸引館、売春宿、賭博場などの経営が比較的多い地域であった。寺兒溝商民会は1916年に大連市商会の東側に設立され、会員は群小零細資本であった。⁽¹⁴⁾

2. 華商の増加と商業一等地への集中

1921年から1928年までの大連日華商の店舗数と販売高は異なる推移をみせていた。大連民政署徴税台帳に登録のあった売上申告年額500円以上の日華商の資料(第2図)によれば、日商は店舗数も卸小売の販売高も総じて経営状況が低迷していたが、華商の店舗数は1921年の1,842軒から1928年の2,881軒に1.6倍増加し、卸売高は1万454円から7万3,999円へ7.1倍増加し、小売高は6,884円から1万4,272円へ2.1倍増加した。⁽¹⁵⁾



〔出所〕「大連に於ける卸小売業者の販売高累年比較表」『満洲輸入組合連合会年報』第17号、1930年2月15日、23ページ。

〔注〕1926年華商卸売高は欠如している。

(14) 同上、59-61ページ。

(15) 「大連に於ける卸小売業者の販売高累年比較表」『満洲輸入組合連合会年報』第17号、1930年2月15日、23ページ。

第1表は1927～29年の主な物品販売業における日華商の店舗数の変化を業種別にみたものである。1927年と比較すると、1929年は合計1,359軒の日商が『名録』から消え、減少割合は47.8%にも達した。日商の店舗数の減少はほとんどの業種でみられたが、不況が特に深刻であった飲食料品で435軒(63.2%)、装身具・携帯品・化粧品で154軒(66.7%)、和洋織物、被服類で132軒(57.1%)、家具・建具・家庭用品で112軒(67.5%)の減少であった。柳沢(1981)で明らかにされているように、大連日商の1920年代後半の経済的窮迫は日用雑貨および食料品を販売する商人に集中していた。

一方で、日商とは対照的に、100円以上の営業税を納付した華商の業種別企業数には僅少な減少がみられたものもあるが、飲食料品では20軒、和洋織物、被服類では7軒、建築材料では4軒が増加した。

第1表に示した飲食料品について、地域別店舗数の変化(第2表)をみれば、30円以上の営業税を納付した日商は、1927年の653軒から1929年の244軒に大幅に減少し、かつ東大連、沙河口、小崗子、周辺地域のすべての地域におい

第1表 主な物品販売業における大連日華商の店舗数の変化(1927～29年) 単位：軒

	30円以上の営業税を納付した日商			100円以上の営業税を納付した華商		
	1927(1)	1929(2)	(2) - (1)	1927(3)	1929(4)	(4) - (3)
1 飲食料品	688	253	-435	138	158	20
2 特産物、麻袋、油房業	55	56	1	127	126	-1
3 和洋織物、被服類	231	99	-132	33	40	7
4 装身具、携帯品、化粧品	231	77	-154	13	11	-2
5 機械、器具、金属製品	160	109	-51	16	15	-1
6 家具、建具、家庭用品	166	54	-112	7	2	-5
7 建築材料	162	71	-91	4	8	4
8 燃料	56	31	-25	3	5	2
9 船具、漁具、農具	23	13	-10	0	1	1
10 代理業、仲立業	73	28	-45	56	20	-36

〔出所〕大連商業会議所『昭和二年大連商工名録』1927年、大連商工会議所『昭和四年版大連商工名録』1929年。

〔注〕①大連民政署徴税台帳により収録。

②営業種目が多種類にわたる場合、重複して掲載していることもある。

③原資料の29業種から主な業種10のみ抽出した。

第2表 地域別にみた飲食料品日華商の店舗数の変化 (1927～29年)

単位：軒

		東大連地域					計	小崗子 地域	沙河口 地域	周辺 地域	合計
		1等地	2等地	3等地	4等地	等外地					
日商 (30円以上)	1927年	154	98	106	83	84	525	9	101	18	653
	1929年	105	40	28	27	14	214	1	28	1	244
	増減	-49	-58	-78	-56	-70	-311	-8	-73	-17	-409
華商 (100円以上)	1927年	43	21	17	4	8	93	44	2	0	139
	1929年	54	17	11	6	8	96	44	2	0	142
	増減	11	-4	-6	2	0	3	0	0	0	3

〔出所〕大連商業会議所『昭和二年大連商工名録』1927年、大連商工会議所『昭和四年版大連商工名録』1929年。

てその減少が顕著にみられた。ところが、華商は異なる動向をみせていた。小崗子と沙河口の両地区での有力華商の数には変化はなく、東大連地域に立地する華商数は3軒増加した。注目に値するのは、1929年は東大連地域内の一等地における店舗数が1927年より11軒増加したことである。二等地と三等地においては計10軒の減少があったこととあわせてみれば、一等地への有力華商の集中が進んだといえよう。

一等地における華商経営の継続状況を示したのが第3表である。1927年と1929年の『名録』の華商名簿を比較して、1927年と1929年の両方に同じ営業所住所、商号、経営者氏名で登録された企業は「存続1」、営業所住所と商号名は同じであるが、経営者氏名に変化があったケース、あるいは営業所住所と

第3表 大連華商の存続状況 (1927～29年)

単位：軒

業種	存続1	存続2	存続3	新増	消失
米、麦粉、砂糖、雑穀	3	1	0	0	1
野菜、果実	15	0	1	5	1
鮮魚、海産物	12	1	0	6	1
肉類	4	0	0	2	0

〔出所〕大連商業会議所『昭和二年大連商工名録』1927年、大連商工会議所『昭和四年版大連商工名録』1929年。

〔注〕存続1：営業所住所、商号、経営者氏名はいずれも同じ。
 存続2：営業所住所と商号名は同じ、経営者氏名に変化あり。
 存続3：営業所住所と経営者氏名は同じ、店舗名に変化あり。
 消失：営業所住所は同じ、商号名と経営者氏名に変化あり。

経営者氏名は同じであるが、店舗名に変化があったケースはいずれも存続と見なし、それぞれ「存続2」と「存続3」と分類した。名簿を比較してみた結果、第3表にあるように、米、麦粉、砂糖、雑穀商は5店舗のうち4店舗が継続して経営されており、1店舗は経営者と店舗名が変わったことから入れ替わりがあった。副食となる野菜、鮮魚、海産物、肉類を扱う商人のほとんどは経営が継続しており、2店舗が名簿から消失した代わりに、11店舗増加した。新しく増加した華商の所在地において、1927年に日商による経営の有無を確認したところ、該当するケースは皆無であった。このことから、1929年に初めて掲載されたこれらの華商は前年度までも同じ場所で経営をしており、ただこの年度に100円以上の納税をするようになったと考えるのが妥当であろう。このように、規模の比較的大きな飲食料品華商は、1927年から1929年の間に、安定した経営と規模の拡大を図っていたと推測できよう。

3. 業種別店舗数と経営規模

1930年の『商工録』の華商名簿から市民生活に最も重要な商業分野を抽出して、店舗数を整理したのが第4表である。表によれば、大連華商の業種の分布は主に以下の2つの特徴がある。①特産物、綿糸・綿布、雑貨、麦粉、海運などの代理業が多かった。代理業者は輸出入貿易商と緊密に連携してその取扱商品の現地調達業務や販売業務を代行するものがほとんどであるが、特産物商と綿糸布・雑貨商はその好例である。②大連市民の消費を支える主食品の米穀・精米、生鮮食品の鮮魚類と青物青果、および牛豚肉類、衣料品である綿糸布・綿織物、靴類、住に関わる家具類の業種で華商の数が多かった。このような業種別華商数の分布は、1920年代の大連人口の急増に伴う消費人口の増加、中継貿易港という特質をもつ大連港の輸出入貿易量の拡大によるもの大きい。

1920年代の10年間において大連人口は1.9倍の約14万人も増加した。他方、大連は山東移民にとって東北地域の出稼ぎの目的地と故郷山東省との間の海路中継地であり、これらの流動人口の増加も大連の消費需要の増加をもたら

第4表 主な物品販売業における華商の店舗数（1930年）

業 種 名	軒数
代理業（特産物、綿糸布、雑貨、麦粉、海運）	73
牛豚肉類	62
青物青果	61
米穀・精米	47
靴類	47
綿糸布・綿織物	46
鮮魚類	35
和洋菓子類	33
雑穀・飼料	31
煙草	30
食料品・乾物類（缶詰）	30
古物類	28
和洋家具類	21
銅鉄材諸金物類	20

〔出所〕大日本商工会編纂『昭和五年版大日本商工録』1930年。

〔注〕①大連民政署徴税台帳により収録。

②関東州の部より華商数20社以上の項目のみ抽出した。

した。統計によれば、1908～35年の大連港利用者数は延べ年間39万人であり、うち1927年は特に人数が多く74万人にも達した。⁽¹⁶⁾

以下では、消費を支える華商と特産物華商に分けて、それぞれの業種における華商の動向を検証していく。

Ⅱ 消費を支える華商

1. 綿糸布・綿織物商

第5表は『商工録』に掲載された綿糸布・綿織物商の地域分布と納税額を集計したものである。東大連、小崗子、沙河口、周辺地域の4つの地域に分けてみていくと、東大連地域では、華商27店舗、日商26店舗で、日華商が混在していた。小崗子地域は華商の勢力圏となっており、日商店舗はなかった。沙河

(16) 瀋毅『近代大連城市経済研究』遼寧古籍出版社、1996年、113ページ。

第5表 綿糸布・綿織物商の地域分布と納税額

		東大連地域						小崗子地域
		一等地	二等地	三等地	四等地	等外地	計	
華商	店舗数(軒)	6	6	7	6	2	27	19
	平均納税額(円)	720.5	456.7	67.0	44.4	36.5	340.8	213.7
日商	店舗数(軒)	17	2	1	1	4	25	0
	平均納税額(円)	272.5	32.0	60.0	20.0	74.0	203.0	-
華商の納税額分布		20-29円 7%		30-99円 50%		100-299円 17%		300円以上 26%

〔出所〕大日本商工会編纂『昭和五年版大日本商工録』1930年。

〔注〕三越呉服店大連出張所(営業税4,816円)の1社を除外して計算した。

口と周辺地域には統計範囲となる営業税20円以上の納入者はいなかった。混在地域である東大連地域において、一等地では日商が数の上で優位にあったが、納税額では華商が圧倒的であった。

日商の経営困難とともに実感した有力華商の商業激戦地への進出に対して、当時の日本人社会は危機意識をもっていた。満洲社会事業研究会(1923年)は在満日本人に次のように警鐘を鳴らした。華人の「職業的勢力が伸ぶるに随ひ日本人の職業的領域が狭まり、農業は勿論、延いて商業方面にも支那人の勢力が非常に増大して来た。特産取引市場でも、錢鈔取引市場でも、邦商よりも華商の方が遙かに優勢で、邦商の一栄一衰が激しいに引代へ華商は確実に根強くぢりぢりと發展し、随って成功者が多い……大連監部通から浪速町その他の目抜き場所における不動産も大分支那人の手に移った」⁽¹⁷⁾。

第5表の華商の納税額分布では、東大連地域27軒と小崗子地域19軒の計46軒のうち、納税額300円以上のものは12軒であった。うち納税額が1,000円を超えるものは以下の4軒であった。①于静波、所在地：奥町55番地、営業税納税額：1,797円、②由献廷、浪速町50番地、1,735円、③李樹功、浪速町72番地、1,282円、④曲禾郷、伊勢町60番地、1,056円。⁽¹⁸⁾

(17) 「在満日本人の職業衰頹」満洲社会事業研究会『満州之社会』2巻4号、1923年、32-33ページ。

(18) 大日本商工会編纂『昭和五年版大日本商工録』関東州の部、1ページ。

①の華商、于静波は、大連地域に拠点を置く有力聯号⁽¹⁹⁾「徳泰号」一派の代表店舗「徳泰号」の経営者（「掌櫃的」）である。徳泰号は反物、諸織物、雑貨などを業としており、聯号他社には、同業者の徳泰公（浪速町72番地）、徳泰公棧（浪速町79番地）、西徳泰（旅順）、西徳泰（西崗子）がある。そのうち、徳泰公と徳泰公棧の2社も東大連地域の一等地に立地し、経営者は上述した③の李である。72番地の経営における営業税額は1,000円を超えたが、79番地の営業税額は不明である。ほか、徳泰号一派の織物雑貨以外の業種には、金融（錢莊）の広泰号（浪速町）、海産物の万和号（香港）があり、特産物商もいたという。

徳泰号の出資者は欧陽鵬である。名義上では欧陽の一名であるが、実際は親族一党の共同出資によるものであった。欧陽は、横浜で広東貿易に従事した経験があり、日露戦争時に旅順に渡って雑貨商を始め、さらにその後、事業を拡大して東大連地域の一等地に進出した。1930年代初頭、徳泰号は卸売と小売の傍ら、「行棧」も営み、商品を仕入れるために奥地からきた顧客は店内に宿泊場所を提供し、宿泊の世話も行った。自店舗の取扱品はもちろん、奥地顧客の需要に応じて、他店の商品の仲介業務も展開した。

徳泰号は、代理店を設けるなどして遼陽以南関東州一帯の市場に主力を置きつつ、遠く哈爾濱、公主嶺、四平街、鄭家屯、開原および鉄嶺の一流、二流商店と結んで、輸入した商品を販売していた。商品の仕入れは自ら上海、大阪、天津地方に出張員を派遣して行っていた。大阪で活動した川口華商に関する1928年と1938年の資料には、大阪本田二番町3番地の行棧である七番館「徳順和」に、大連の徳泰公からの駐在員が滞在して綿布などの商品を仕入れていたという記録があった。ちなみに、1936年ごろに大阪本田一番町から三番町

(19) 「聯号」は戦前の中国でみられる「チェーン・ストア」的な組織制度である。この組織制度のもとで、企業は東北地域のみならず、中国各地にわたり聯号企業を組織し、ネットワークを構築した。そのため、聯号組織は華商の発展要因としてしばしば指摘されてきた。1920年代後半の満鉄興業部の調査によれば、東北地域の代表的な都市にあった聯号企業の数には次のとおりである。大連67、奉天121、哈爾濱128、營口45、長春54、安東86、營口45。（南満州鉄道株式会社興業部商工課『対満貿易の現状及将来 下巻』1927年、89ページ。）

の行棧に駐在して、出身店舗に輸出するための商品の手配をしていた大連出身の「川口華商」は34軒にものぼり、彼らの主な取扱商品は綿布、雑貨、古着⁽²⁰⁾であった。

上述した②の華商、由猷廷（浪速町50番地）は織物卸小売商「協茂盛」の経営者である。由は、山東出身で大連華商山東幫の代表的な人物の一人である。上述した松重（2006）によれば、由は、1920年代前半において対日競合的な立場であった当時の公議会長・李子明の支持者であったが、1925年以降、自らの経営の安定と発展のため、対日融和的な方向性に立場を変えた。協茂盛についての詳細は不明であるが、1929年の『名録』によれば、由は東大連の二等地奥町54番地に立地する同業者「宏順盛」の経営者も兼任していることから、両資本間には何らかの関係があったと推測できる。

また、営業税納税額は1,000円に達しなかったものの、大連の有力綿糸布・綿織物華商には、洪来盛（孫鴻齡，浪速町40番地，営業税858円），洪来興（徐友桐，浪速町34番地，営業税569円），洪来永（徐友桐，監部通69番地），洪来茂（徐友桐，西崗街131番地）などある⁽²¹⁾。これらの店舗名に聯号の特徴となる共通の名称「洪来」を有し、また徐による経営が3店もあることから、4店は聯号の関係にあったと考えられる。

有力綿糸布・綿織物商は、卸売・小売商であると同時に、輸入貿易商の顔も持つ。商品仕入については、日本製品は大阪から直輸入を行い、英国品などの日本以外の外国製品は香港・上海、中国製品は上海・青島などから調達することが一般的とされた。日本製品の輸入は大阪の川口地域に駐在員を置き、日本と本国の商品市場を分析し消費動向を判断して低コストで仕入れを行っていた。1926年の調査によれば、大阪に駐在員を派遣した大連華商13軒から13

(20) 大連商工会議所『昭和四年版大連商工名録』1929年，72-73ページ。戸田信一郎『滿蒙への輸出案内』東治書院版，1933年，154-155ページ。南滿洲鉄道株式会社東亞經濟調査局編『在留支那貿易商』1928年，5ページ。大阪市産業部編『大阪市産業部調査資料第十三輯 事変下の川口華商』1939年，42ページ。

(21) 大日本商工会編纂『昭和五年版大日本商工録』関東州の部，1930年，1ページ。大連商工会議所『昭和四年版大連商工名録』1929年，72-73ページ。

人が派遣されていた。駐在員の年齢は24～49歳、在阪年数は9年、7年、6年各1人、5年と4年が各2人、3年が1人、2年が1人、1年が4人であった。また、上海に駐在員を派遣した華商は6軒であり、駐在員はいずれも英租界に駐在して活動していた。⁽²²⁾もちろん、すべての綿糸布・綿織物商が大阪に店員を派遣できるほどの実力を有していたわけではなく、直輸入のできない商人は一定の手数料を支払い、輸入業務を代行してもらうか、あるいは卸売してもらう形で有力商人から外国製品を購入するケースが多かった。

有力綿糸布・綿織物華商の販売については、店舗での小売りを除いて、多くの卸売りをを行う店は店員に市内の得意先を毎朝訪問させ商談に応じていた。仕入れた商品は市内で売り捌かれるもの以外に、大部分は関東州および東北地域奥地の田舎の方面に販売されていた。販売方法には「老客見」という制度があり、店の2階あるいはほかの空室を利用して、奥地または他地方の得意先の番頭をほぼ無料で宿泊させて、情報交換をしながら親交を深め、当該商の取引関係に可能な利便を提供して、信用と長期的な取引関係を構築していった。⁽²³⁾

2. 生鮮食品商

第6表は生鮮食品日華商の地域分布と納税額を示したものである。これによれば、華商と日商の店舗数はそれぞれ、鮮魚35軒対20軒、青物青果61軒対11軒、肉類61軒対7軒で、華商が多かった。一店あたり納税額の比率はそれぞれ、鮮魚159.1円対81.1円、青物青果133.2円対66.4円、肉類66.5円対46.0円であり、納税額の違いから、華商の収益は日商をはるかに上回っていたと推測できよう。

納税額の分布では、華商は納税額「30～99円」と「100～299円」の業者が多く、「300円以上」は鮮魚では17%（日商0%）、青物青果では17%（日商0%）、肉類では3%であった。一方、資料によれば、300円以上の納税額を

(22) 大連調査員『大連ニ於ケル華商市場並販売組織（一名聯号調査）』1926年、30-31ページ。

(23) 同上、3-4ページ、30-31ページ。

第6表 生鮮食品日華商の地域分布と納税額

		東大連地域				小崗子地域		沙河口地域	周辺地域	店舗数合計・平均納税額	
		信濃町市場	山縣通市場・京町市場	その他	計	西崗市場	その他				
鮮魚	華商	店舗数(軒)	20	0	5	25	10	0	0	35	
		平均納税額(円)	240.2	-	27.2	197.6	63.1	-	-	159.1	
日商	店舗数(軒)	10	4	4	18	1	0	1	0	20	
		平均納税額(円)	109.4	60.5	37.0	82.4	75.0	-	62.0	-	81.1
青物 青果	華商	店舗数(軒)	19	7	14	40	12	8	1	0	61
		平均納税額(円)	170.7	44.9	152.8	139.5	102.3	161.8	24.0	-	133.2
日商	店舗数(軒)	4	0	7	11	0	0	0	0	11	
		平均納税額(円)	57.0	-	71.7	66.4	-	-	-	-	66.4
肉類	華商	店舗数(軒)	7	0	31	38	12	10	0	1	61
			平均納税額(円)	80.6	-	71.4	73.1	49.2	65.3	-	36.0
	日商	店舗数(軒)	2	0	3	5	0	0	2	0	7
			平均納税額(円)	61.0	-	53.0	56.2	-	-	20.5	-
鮮魚類華商の納税額分布		20-29円	9%	30-99円	31%	100-299円	43%	300円以上	17%		
青物青果類華商の納税額分布		20-29円	7%	30-99円	41%	100-299円	36%	300円以上	16%		
肉類華商の納税額分布		20-29円	21%	30-99円	66%	100-299円	10%	300円以上	3%		

〔出所〕大日本商工会編纂『昭和五年版大日本商工録』1930年。

〔注〕満洲水産株式会社（営業税2,309円）の1社を除外して計算した。

支払った日商はなかった。華商の平均的な規模は日商より大規模であったことは前述した通りであるが、納税額分布からは、華商には厚い中堅層をなす有力華商層が存在していたことがわかる。

各業種の日華商の地域分布の状況をみると、小売市場に商人が比較的多く分布する特徴がみられ、これは生鮮食品の特性ともいえよう。1920年代末に、大連市内の小売市場は、東大連地域の信濃町市場、山縣通市場、京町市場、小崗子地域の西崗市場、沙河口地域の沙河口市場（大連西とも呼ばれる）の5カ所あり、各小売市場の商品は米穀、野菜、鮮魚、肉類、果実、雑貨など食料や日用品全般にわたっていた。小売市場のうち、歴史の古いものは1905年開設の信濃町市場と1909年開設の西崗市場であり、売上高が最も高いのは東大連地域の一等地に位置する信濃町市場であった。⁽²⁴⁾

『商工録』によれば、1930年の信濃町市場には、鮮魚、青物青果、肉類をあ

わせて、華商が46軒、日商が16軒あった。信濃町市場における日華商の勢力分布については、ブースを番号順で並べると、第7表のような配列となる。同じ市場内で鮮魚、青物青果、肉類の日華商が混在していた当時の様子が想像できる。ブース別の納税額を比べると、200～400円台の高い納税額をしているブースは華商が多く、日商のほとんどは100円以下の納税であった。

興味深いことに、『名簿』の中には住所登録が同じ2軒があった。ブース番号6（鮮魚）の経営者は李文挙、同じくブース番号6（青物青果）の経営者は李永鎮、また、ブース番号28（鮮魚）の経営者は任子謙、同じくブース番号28（青物青果）の経営者は任寿山であった。おそらく親族関係にある同姓の経営者が同じブースでそれぞれ鮮魚と青物青果を販売していたと思われる。親族であれば支え合いができる、鮮魚と青物青果では競合せず同じブースで取り扱うことができる。華商のこのような経営方法は柔軟かつ合理的であるといえよう。

一方で、第6表の小崗子地域の西崗市場には、華商の鮮魚店10軒、青物青果店12軒、肉類店12軒があったが、日商の進出はほとんどみられなかった。市場では関内各地（広東・広西・雲南・貴州・四川・長江領域、吉林・哈爾濱など）の特産物を入手することができ、とりわけ山東と山西の特産物は人気を得ていたという。また、中国風味の食材を求めるために日本人客も訪れるなど、各市場の中でもっとも賑やかであったとされる。

メインストリートに隣接する東大連地域の信濃町市場、山縣通市場ほど西崗市場は高い消費層に恵まれる場所ではなかったが、西崗市場は「安価な売値」と「豊富な品揃え」を武器に、小崗子地域の住民のみならず、東大連地域の日本人の集客にも力を入れ、繁昌ぶりをみせた。資料によれば、小売市場での野菜や果物の販売からの粗利益は20%以上というのが当時の常識であったが、西崗市場では粗利益を15～20%に下げていた。また、一般商品の粗利益も相場の10～20%から西崗市場は8～15%に下げて集客に努めていた。

(24) 「小崗子市場」政協大連市西崗区委員会文史資料委員会『西崗文史資料第4輯』1997年、41ページ。大連商工会議所、『経済都市大連』1937年、46-47ページ。

第7表 信濃町市場における日華商のブース番号と納税額

ブース番号	日/華	商品	納税額(円)	ブース番号	日/華	商品	納税額(円)
6	華	鮮魚	321	37	華	青物青果	109
6	華	青物青果	139	38	華	青物青果	143
7	華	鮮魚	254	39	華	青物青果	16
8	華	鮮魚	204	40	華	青物青果	360
9	華	鮮魚	330	41	華	青物青果	112
10	華	鮮魚	380	42	華	青物青果	70
11	日	鮮魚	187	43	華	青物青果	112
12	日	鮮魚	82	44	華	青物青果	76
13	華	鮮魚	105	45	華	青物青果	486
14	日	鮮魚	131	46	日	青物青果	89
15	華	鮮魚	198	48	日	青物青果	23
17	日	鮮魚	234	49	華	青物青果	101
18	日	鮮魚	173	50	日	青物青果	32
19	華	鮮魚	309	51	華	青物青果	153
20	華	鮮魚	277	52	華	青物青果	127
21	華	鮮魚	135	53	華	青物青果	253
22	華	鮮魚	114	54	華	青物青果	105
23	華	鮮魚	104	55	華	青物青果	188
24	華	鮮魚	199	56	日	青物青果	84
25	華	鮮魚	377	57	華	青物青果	454
26	華	鮮魚	274	58	華	青物青果	184
27	華	鮮魚	258	59	日	肉類	72
28	華	鮮魚	387	60	日	肉類	50
28	華	青物青果	55	61	華	肉類	74
29	日	鮮魚	95	62	華	肉類	60
30	日	鮮魚	20	64	華	肉類	104
31	日	鮮魚	46	65	華	肉類	126
32	華	鮮魚	265	67	華	肉類	70
34	華	鮮魚	213	68	華	肉類	64
35	日	鮮魚	100	不明	華	肉類	66
36	華	鮮魚	99				

〔出所〕大日本商工会編纂『昭和五年版大日本商工録』1930年。

〔注〕ブース番号6（鮮魚）の経営者は李文挙，同（青物青果）の経営者は李永鎮。ブース番号28（鮮魚）の経営者は任子謙，同（青物青果）の経営者は任寿山。

西崗市場は敷地面積が小さいが、野菜、果物、鮮魚、肉類以外に、日用雑貨、綿織物、絹織物、服飾、化粧品、時計などを経営する華商も出店していた。副食品を取り扱う点は市内のほかの市場にも共通するが、日用雑貨品や服飾などの取扱いについては、ほかの小売市場ではほぼみられなかった。東大連地域には、百貨店業を営む幾久屋、遠東商行、浪華洋行、三越洋行などの名店があったが、小崗子地域には大規模な日用雑貨品専門店はなかったため、小売市場内の雑貨と服飾の販売は華商に利益をもたらした。²⁵⁾

3. 露天市場の零細華商

上記5ヶ所の小売市場以外に、1930年前後の大連には敷地面積1万坪を超える巨大な露店市場が存在した。この市場は大連市内で「最も低廉に最も便利に衣食住の生活条件を具備している」と称し、顧客は中国人が主であり、零細華商層が営業を担っていた。

小崗子橋立町に立地するこの露天市場は1921年12月の設立であったが、その前身というべき市場は同区のやや南に位置する裁判所付近の空き地に存在した。旧露天市場は清朝の遺臣・肅親王一門136人が大連に亡命し生計を立てるため、1908年に関東庁から市場経営を許可されたものとされる。その後、肅親王は新たに土地の貸借を関東庁に申請し、露天市場を橋立町の新住所に移し規模の拡大を図った。なによりも橋立町は小崗子地区の中心地に位置しており、電車通に隣接する好立地であった。

露天市場の構内は4区に分かれ、第1～3区は固定店舗が設置されており、店舗の位置や大きさによって賃貸料が異なった。業者はほぼすべて住居と店舗を同一にして露天市場構内に起居していた。第4区は露天そのもので、固定の建設物はなく、路地の上に店舗を展開する草市式であった。出店者はその日によって異なり、多い時には40～50店、少ない時には20店ほどで、1日1坪

(25) 顧明義等主編『大連近百年史 下編』遼寧人民出版社、1999年、1011ページ。「小崗子市場」政協大連市西崗区委員会文史資料委員会『西崗文史資料第4輯』1997年、41ページ。

の金額を基準に土地使用料を支払っていた。第4区では流動的な出店が多かったが、場所を確保して長期かつ堅実な経営を行い、第1～3区の固定店舗への移動を志す業者も少なくなかったという。

第1～3区の営業内容に関する1920年代末の資料は見当たらないが、1935年夏に行われた調査によれば、各種物品販売、金属製品・木竹製品の製造販売、被服類の製造販売などは1～3区に共通していたが、それ以外に、第1区には活動写真常設館、民衆浴場、アヘン小売所、料理店、占いなどの一般民衆の娯楽遊興施設が設けられており、第2区には市場事務所、病院、寄席（小学生預かり所…筆者）などの公共的施設があった。また、物品販売業のみ取り上げれば、第1～3区の経営内容と出店数は以下のとおりである。新旧洋服・綿糸布85店、靴5店、一般古物34店、飲食料品雑貨25店、青果5店、薬16店、新旧金属器具35店、新旧家具26店、木材・古建具15店、書籍3店、時計2店、アヘン小売1店であった。⁽²⁶⁾

Ⅲ 大豆三品を取り扱う特産物商

戦前の中国東北地域は世界最大の大豆生産地であり、大豆、豆油、豆粕のいわゆる大豆三品は東北地域の輸出品の大宗をなしていた。大豆を原料とする大豆搾油を行う油房業は旧来盛んであったが、当初の目的は豆油を得ることにあり、豆粕は副産物として家畜の飼料に供出したに過ぎず、その需要範囲もほぼ地方的な域を脱することはなかった。日清戦争後、豆粕の肥料としての価値が日本市場で認識されてから、日本商社の大豆貿易への進出は加速した。⁽²⁷⁾ 豆粕の輸出の急増は、油房経営において油と粕の位置を転倒させ、豆粕を本体とし豆油を副産物とした経営への対応が進展した。第一次世界大戦勃発後、欧米の油

(26) 大連商工会議所『大連市に於ける営業分布に関する調査』1935年、80-89ページ。

(27) 日本商社の大豆貿易ならびに油房業への資本進出について、次の文献は詳しい。小峰和夫「日本商社と満州油房業-1907年の三泰油房創設」『日大農獣医教養紀要』1983年、19号、12-24ページ。鈴木邦夫「財閥と大手事業法人系企業」鈴木邦夫編著『満州企業史研究』日本経済評論社、2008年、185-267ページ。劉鳳華「東北油坊業と豆油輸出(1905-1931)」中国社会科学院経済研究所『中国経済史研究』2012年第1期、130-139ページ。

脂類の不足による豆油に対する需要が高まり、欧米市場向けに食料ならびに工業用原料として豆油の輸出が激増した。加えて日本内地における豆粕需要増に⁽²⁸⁾刺激され、油房業は急成長し東北一の産業となった。

東北地域南部における油房業の集積地として、国際的な港の役割を果たした大連は、日露戦後に重要度を増していった。大豆三品の⁽²⁸⁾大連におけるその輸出経路は主に次の2つであった。大連から出発し門司、大阪、四日市方面および横浜を經由して日本内地の各市場に出る経路。もう1つは上海を中継港として南洋諸島に出て北米、ドイツ、イギリスへ輸出される経路である。

植民地支配下の大豆貿易の東北地域における流通において、原料大豆の栽培・蒐集、輸送、加工、ならびに加工後の大豆三品の輸送、輸出などの過程には、三井などの日本大手商社が全面的に関わっていた。日本の大手商社にとって現地調達を円滑に進めるためには現地商工業者との連携が不可欠であり、それが、対日融和的で商社と連携する役割を担える油房業者や特産物商を大きく成長させ、大連で資産額の最も高い有力華商層に押し上げた。⁽²⁹⁾日本支配期の⁽²⁹⁾大連には、政記公司、安恵棧、天興福、福順厚、泰来油房の五大華商、「五大家」と呼ばれる有力華商が存在したが、5社はいずれも油房経営と特産物商業務を主な経営内容としていた。また、華商公議会会長の候補者になるためには、資産額が最重要視される条件の1つであったため、小崗子華商公議会の歴代会長はいずれも油房経営者であったことは前述のとおりである。ここでは、大連五大華商のうち、安恵棧と天興福の2つを事例として用いて大連の特産物商の特徴をみていく。

安恵棧（1904年創業、信濃町73番地）は、大連地元出身者の許億年によって設立された安恵棧雑貨店にルーツをもつ。1910年代から徐々に経営規模を拡大し、安恵棧油坊（小崗子財神街）、安恵棧錢庄、安恵棧特産代理店、安恵棧雑貨卸売店などの業務を増やし、沙河口支店を開設して、さらに長春、安達

(28) 南満洲鉄道株式会社興業部農務課『大豆の加工』（産業資料其二十一）1924年、357-359ページ。

(29) 大連調査員『大連ニ於ケル華商市場並販売組織（一名聯号調査）』1926年、3-4ページ。

駅で特産代理店を設立するなど、東大連地域以外に、小崗子地域、沙河口地域、さらに東北地域北部都市でもその影響力を高めた。経営者・許億年については、前述したように、小崗子地域に隣接する沙河口地域で新たに西大連商會を設立する意思が強く、後にそれを実現させた。その後、許は自ら同商會の会頭を務め、沙河口西部では最も経済力・影響力を持つ人物となった。

1923年、安恵棧は不動産を担保にして、政記輪船股份有限公司の経営者・張本政を保証人とし、三菱商事と麦粉や砂糖の売買契約を交わして三菱商事の麦粉・砂糖を取り扱う大連代理商となった。資料によれば、安恵棧は三菱商事との取引において、利益金を受け取る口座を開設していた。麦粉・砂糖の交易量に基づいて計上された利潤金は、三菱商事から定期的に当該口座に振り込まれていた。他方、安恵棧は三菱商事に対して商品の発注もしていた。その場合、商品代金の支払期限として2ヵ月(市場一般は1ヵ月)の猶予が許されていた。三菱商事との取引関係の成立により、安恵棧の取引量は大きく増えた。1924～25年頃、1回あたりの注文量は麦粉20～30万袋、砂糖約35万包に達し、これらの商品は現地販売分を除いて、瀋陽、開原、四平などの地域に搬送して販売された。

安恵棧は三菱商事以外にも、三井物産、江商、湯浅洋行ならびに上海、芝罘などから麦粉、砂糖、各種雑貨の仕入を行っていた。三井物産からの麦粉の取引量は毎回20万袋を下らなかったという。また、昌光硝子株式会社の硝子製品と三菱の「杯」商標の灯油の代理店としての安恵棧の認知度も高く、繁昌を極めていた。

安恵棧の三菱商事や三井物産との間の関係について、于鵬九によれば、次のような出来事があったという。1927～28年、金融恐慌の影響をうけて麦粉価格が暴落し、安恵棧は大きな損失を被った。加えて長春、安達の両代理店で多額の未払商品代金が回収不可能となったため、三菱商事、三井物産両社への金票80万円の支払いができなくなる事態となった。同様の窮地に陥った華商は、鈞泰号、永記棧、徐利興、益泰祥、益順公、春盛東、永盛福など、他にも10余商号があった。安恵棧の資本主・経営主であった許億年は、華商公議會

董事・大連市会議員の役職につき、大連華商界の代表的な人物であった。許億年は上記の各商家の代表として選ばれ、三菱商事と三井物産との交渉に臨み、支払い猶予期限の延長を求めた。交渉には時間がかかったが、華商たちの要求は最終的にはほぼ認められた。その後、安恵棧などの経営は回復し、1929年には未払商品の代金をすべて返済した。⁽³⁰⁾

天興福は1848年に大連市金州城内で創業した雑貨商であった。日露戦争後に事業を拡大し代理店業務を兼業するようになり、日本東亜煙草公司製品の大連地域の代理業者として急成長する。天興福の代理業務は東亜煙草の東北地域における市場開拓に大きく貢献した。その功績が評価され、東亜煙草は天興福経営者・邵尚俟を日本各地の見学に招待した。

1908年以降、代理業務以外に、天興福は上海などから生活雑貨を購入し長春で販売し、逆に長春で廉価な大豆や穀物を調達して大連で売り捌く事業にも進出し高利潤を得た。さらにその後、天興福は満鉄から車両の貸借権を入手、天興福油房を創業し大豆貿易を担う日本大手商社と取引関係を持つようになった。

このように、天興福は雑貨商から始まり、東亜煙草の代理業務と油房業で事業を急拡大した。満州事変直前までに、天興福は南には山東半島の青島、煙台、黄県などで製粉工場、北には哈爾濱、長春、遼源、四平などで製粉工場、油房、糧棧、銭荘、皮革工場、雑貨代理店、病院などを設立し、各種聯号企業30余を経営するほどの有力華商に成長した。特産物に関しては、哈爾濱の近辺地域で耕地5,000畝（1畝＝1ヘクタールの15分の1）を所有して大豆、小麦栽培を行い、収穫されたものを哈爾濱工場で加工し、さらに大連に搬送するといった形で農業・工業・商業すべて関わる事業を展開した。天興福が手掛けた企業はいずれも「天興福」をもって命名され、聯号組織の一員となった。⁽³¹⁾

(30) 于鵬九「安恵棧与許億年」『大連文史資料 第六輯』, 36-38 ページ。大連日清興信所『滿洲特産商興信録』1925年, 149-150 ページ。

(31) 「170年の老企業“天興福”号興衰史」政協大連市西崗区委員会文史資料委員会『西崗文史資料 第7輯』1997年, 255-257 ページ。

安恵棧や天興福以外にも有力な特産物華商の事例は多数ある。東大連地域の香取町 26 番地の華商「双聚福」(1911 年創業, 資本主・営業主: 安承生, 主要な営業項目: 油房業ならびに特産物商, 両替・金銀売買などの金融取引)は, 油房業の生産において原料は主に長春, 開原, 範家屯方面より仕入れ, 製品は大連現地において, 三井物産, 日清製油などに売り捌いて利益をあげ, 1925 年頃に「相当活気ある業態」となっていた⁽³²⁾。

また, 東大連地域の敷島町 39 番地に立地する特産物商「永衡通達」(1915 年創業, 主な営業内容は特産と金融業)は, 長春に本店を持つ大連の有力華商であった。同店は奥地沿線ならびに北満地方から大豆や高粱などを仕入れて, これを三井物産, 日清製油会社および華商経営の各油房に売り捌いて財を成した⁽³³⁾。

1925 年の『満洲特産物商興信録』には, 1923~26 年大連華商公議会議長を務めていた大連有力華商・李子明の出資・経営した「源成泰」が掲載されている。源成泰は芝罘に聯号本店を持ち, 1915 年に東大連地域の越後町 35 番地に設立され, 主要な営業種目は, 特産取引, 雑貨, 織物輸出入業であった。同店は当初, もっぱら特産物の売買に従事して良好な実績を上げたが, 1921 年の建値問題勃発の際に, 李は華商の首領としてこの問題の解決に奔走したために関東庁の官憲の反感を買ってしまい, 一時退去を命じられて特産取引の事業は大打撃を受けた。その後, 李は源成泰の経営内容を, 上海, 芝罘より仕入れた雑貨, 麦粉, 砂糖, 織物類などの卸小売にシフトした⁽³⁴⁾。

上述したいくつかの事例で示したように, 日本大手商社と連携し東北地域の奥地や山東の芝罘などの聯号ネットワークを利用して, 特産物華商は大連を拠点として 1920 年代末に勢力を急拡大した。

(32) 大連日清興信所『満洲特産商興信録』1925 年, 102-103 ページ。

(33) 同上, 137-138 ページ。

(34) 同上, 111-113 ページ。

おわりに

1920年代後半の大連華商は、経営規模において多層な構造を有していた。それは、膨大な数の零細華商と、日商に対して優位性を持つほどの有力華商である。これらの階層別に、華商の実力と日商との関係を検証する必要がある。

本稿で使用した『名録』や『商工録』には、営業税納税額「30～99円」と「100～299円」前後の分厚い華商層ならびにそれ以上の納税額を有していた有力華商層が登場する。これらの華商層は主食・副食などの食料品販売や綿糸布・綿織物などの衣料品、被服類販売において、総じて日商より販売高が大きかった。彼らは、1920年代後半の日商の経営を窮地に追い込んだ主力であった。

大連の各地域には商業的な特徴があった。小崗子地域は華商の独占的な市場であった。東大連地域には日華商が混在しており、商業的な激戦地であった。幾久屋、遠東商行などの百貨店に隣接することもあり、東大連地域で事業を展開するために華商はより大きな規模を要していた。綿製品販売でみた日商との関係においては、華商は平均納税額も日商より大幅に超え、一等地への進出者も多額納税者の人数も増えた。有力綿糸布・綿織物商の成長を裏付ける要因として、大阪、上海、青島などの複数の入荷ルートを使いわけ、低コストかつ消費動向に対応した商品を仕入れたことや、背後地市場を重視する柔軟な販売方法があげられる。

大連華商の中で、特産物商は最も有力な華商層であった。油房業を兼営する特産物商は、日本大手商社との連携のもと、聯号を通して構築された満鉄沿線地域や東北奥地支店網、場合によって山東などの中国本土にも広がるネットワーク資源を有効活用しながら急速に力を蓄えていった。大連日商は彼らに歯が立たなかった。

一方で、大連華商の総体として零細企業は膨大な数があった。『名録』と『商工録』に登場してこなかった営業税納税額19円以下の華商、露店市場や夜店の営業者、日用雑貨・季節もの・副業類などの行商人などは零細華商の主体を

なしており、彼らは事業数的には華商の最多層である。物品行商人や夜店華商について、北條（1931）は1930年末時点において、日用雑貨、季節もの、野菜・果物、鮮魚類の華商行商人は集計できる範囲では9,539人に達するとした⁽³⁵⁾。零細華商は、一軒一軒の経営規模は微々たるものであったが、膨大な数を成していたことから総体としては、大連の物品供給において重要な役割を果たしたことに疑いはない。また、日商にとって零細華商は、目立たないがゆえに、知らず知らずのうちに消費市場を蚕食してゆく、恐るべき競合相手であった。

【謝辞】

本稿は科学研究費（課題番号：23K01496）の助成を受けて行われた研究成果の一部である。

(35) 北條秀一「大連市内小売商人の研究」『満蒙』1931年9月、76ページ。