

尖沙咀商人 (1)

森川眞規雄

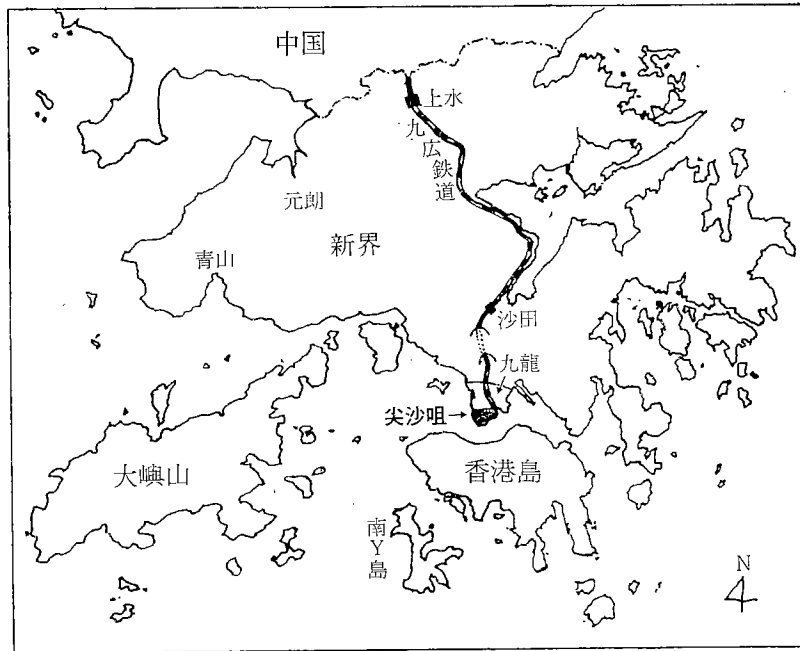
本稿は、一つの中国人商業社会についての報告・考察である。ここでの対象となる地域は、香港の大陸側、九龍半島にある香港最大の観光商業地、尖沙咀 (Tsim Sha Tsui) 地区であり、そこにおけるさまざまな小売商店にみられる商業活動の様態、商店内およびそれを取り囲む地域における人間関係のあり方、および、経済活動や人間関係について商業者たちが持つさまざまな意識、が本稿での検討の対象となる。報告の素材となる資料は、一九八二年七月と九月における筆者の調査によって得られたものである。⁽¹⁾

一、地域

一九五〇年代以降の香港経済の飛躍的發展によって、香港は今日アジアにおける工業先進地域・金融センターとして世界に知られているといえる。しかし香港を世界に知らしめてきたいま一つの特徴的産業、すなわち観光産業も香港経済におけるその重要性を失ってはいない。一九八一年に香港を訪れた外国人観光客の数は約二五〇万人（前年の香港人口の約四八％）、消費された外貨は七十五億ドル⁽²⁾のぼる (H.K.C. 1983)。この数字は同年の繊維産業の総輸出額三三六億ドルには及ばないものの、これに次ぐ電器（九一億七千万ドル）、プラスチック産業（六十七億ドル）の輸出額に並ぶものであり、このことは、観光産業が単に香港の対外イメージにとつてのみではなく、香港経済全体にとつても

尖沙咀商人 (1)

香港全図



尖沙咀商人 (1)

依然として枢要の地位を占めるものであることを示している。

香港の観光産業のこの巨大な「生産額」は、もちろん観光に携わるさまざまな業種によってもたらされたものである。ホテル、商店、レストラン、旅行社、その他多様な業種がそこに介在している。しかしながら、地域的には、観光収入の大半は香港中心部の限定された四つの地域から得られるといえる。すなわち、香港島の中環 (Central)、灣仔 (Wan-chai)、銅鑼灣 (Causeway Bay)、および大陸側九龍の尖沙咀 (Tsim Sha Tsui) 地区である。これらの地域はいずれも、観光にかかわる業種の集中した、いわゆる「ツーリスト・エリア」を構成しており、香港の他の地域とは異なった独特な都市景観を構成している。なかでも、本稿の考察の対象となる尖沙咀はこうしたツーリスト・エリアの代表的なものである。

九龍半島の先端に位置する南北約一・五キロ、

東西は最広部で約一キロのこの地域は、観光商業地として香港はもちろん、アジアでも他に類をみない地域である。ツーリスト・エリアとしての性格の一方、またそれ以上に行政・金融の中心としての、および、地元客を対象とした商域としての性格を併せ持つ中環や、かつては代表的なツーリスト・エリアとして、（というよりは水兵相手のいわゆるハスージー・ウォン⁽³⁾・エリアとして）にぎわってはいたが、現在凋落の著しい灣仔、商業地としてはいまだ開發途上にあり、また四つの日系デパートの進出に代表されるように、地元マーケットをも併せて対象としつつある銅鑼灣に比べ、尖沙咀は徹底したツーリスト・ビジネスの街であり、また、他の三地域が中心街路とその周辺に限定された商業地域となっているのに対し、地域のほとんどすべての街路を余すことなく商業地化している尖沙咀は、規模の点でも最大のツーリスト・エリアである。

地域としての尖沙咀を景観上代表しているのは、ここにみられる数多くの大規模なホテルである。しばしば「ホテルの見本市」と呼ばれるように、香港の四十七軒の登録ホテルの内、二十一軒が尖沙咀に集中し、特に半島のメイン・ストリートである彌敦道 (Nathan Road) 周辺には多数の国際チェーンの大ホテルが威容を競っている。これらのホテルの総ベッド数は約一一、八〇〇床で、香港全域の収容数の七二%を占める⁽⁴⁾。

しかしながら、実際上の尖沙咀の主役といえるのはこれらの豪華ホテル群ではない。むしろこの地域を實質的に担っているのは、これらのホテルを埋めつくすように存在している大小無数の商店である。これらの商店の中には多くのレストラン、バー、サウナや、さらに品格の落ちる娯楽場も含まれるが、その中心となるのは多様な土産品を商う小売商店である。このことは香港の観光客の特性をみれば明らかである。彼らは休養のためでも、風光を楽しむためでもなく、あくまで自由貿易港香港が提供する、世界各地の多様な産品を買うために、つまり、尖沙咀に代表されるショッピング・エリアそのものを目的としてやってくる。一九八一年を例にとれば、同年の総観光収入七十五億ドルのうち、五六・九%がショッピングに費やされたものであり、その他はホテル代（二五・五%）、食事（二〇・四%）、娯楽および

尖沙咀商人 (1)

小旅行〔ツアー〕(五・七%)にすぎない (H. K. T. A. 1982)。つまり、観光小売商業の収入はそれ以外の業種を圧倒的に上まわっており、しかも尖沙咀についていえば、ツーリスト・エリアとしてのその地位のゆえに、香港の総観光収入の六割近くそのまた大半がこの地域の小売商によって稼ぎ出されているのである。

注

(1) 本稿の資料の大部分は一九八二年の調査によって得られたものだが、これ以外に筆者は、一九七九年六月～八月に同地区において予備的な調査を、また、一九八四年三月には補足的な調査を行なっている。一九七九年および一九八二年の調査時には、香港中文大学新亜書院人類学組、王愨興教授を通じて資料や宿舍の便宜をはかっていただいた。新亜書院、王教授に感謝する次第である。

調査方法および調査の経過について一言述べておきたい。本稿の資料の大半は筆者自身の参与観察と聞きとりによるものである。この方法で調査をすすめる一方で筆者は尖沙咀小売商業に関する公的統計資料の収集と郵送または個別訪問による商店のアンケート調査を計画したが、いずれの方法も不成功に終わった。公的な資料については、尖沙咀に関しても小売業者に関しても利用し得る信頼すべき資料は存在しないか、もしくは公表されていないことが判明したし、アンケート調査については、大学生を使った少数のパイロット調査の段階で全く不可能であることが明らかになった。ほとんどの商店では、アンケートに答えることはもちろん、商売に関する一切の質問に答えることも拒否されたからである。(このことはそれ自体、尖沙咀商業者についての重要なデータであるとはいえる。)

こうした事情を背景にして、実際に筆者が行なった方法は、まず知人を通じて一軒の刺繍商店に見習い店員として雇用され、約二カ月をすごした後、同じ方法で仕立商、皮革製品商において各々一～二週間勤務し、その間、これらの「勤務先」を「基地」として、次第に地域の商店にインフォーマントの範囲を広げるといったものであった。この方法で接触した商人の数は百人を超えるし、情報の偏りを避けるため、同一の質問は常に複数のインフォーマントによって確認した。だが、当然のことながらこの方法では地域全体をカバーすることは不可能であり、この点でインフォーマントの代表性に限界があることは認めておかなければならない。

(2) 以下、ドル表示はすべて香港ドルとする。一九八二年における香港ドルの邦貨換算レートは同年七月時点で、一香港ドル＝四十四・三円であった。

(3) cf. Mason 1957

(4) H. K. T. A 1982 a, b より算出

二、尖沙咀前史

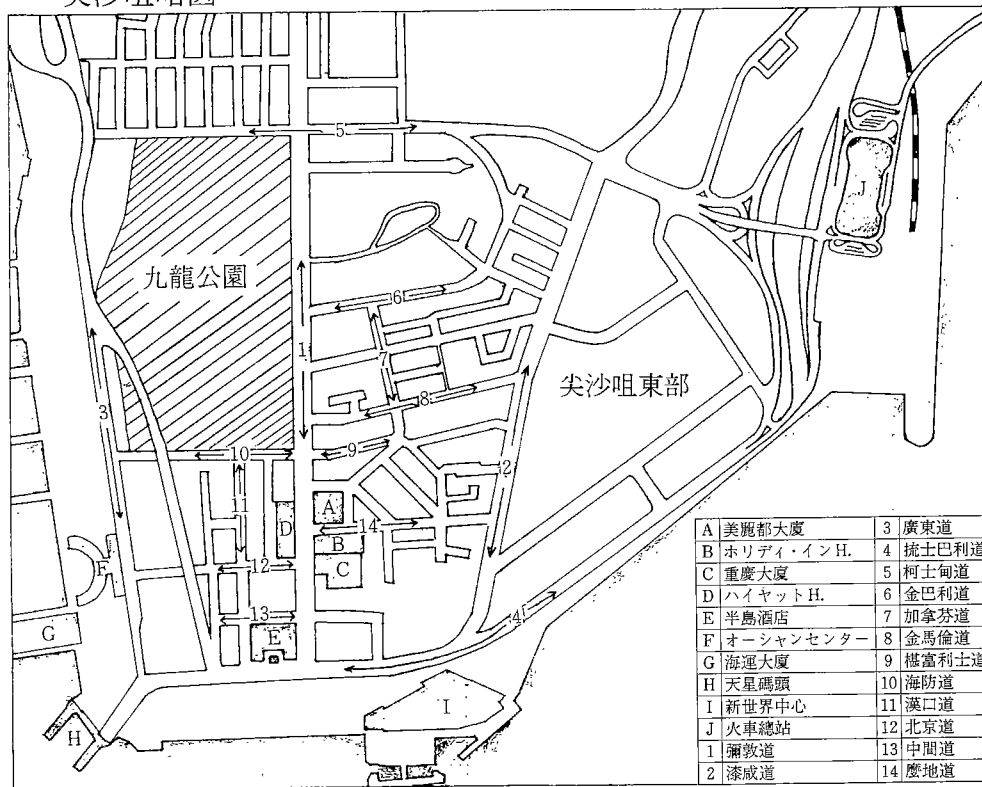
尖沙咀商業のこうした繁栄は厳密には比較的近年の事柄である。今日のようにこの地域が代表的なショッピング・エリアとなったのは、一九五五年頃よりはじまる彌敦道周辺の再開発以降のことであり (Leeming 1977 p. 87)。それ以前にはツーリスト・ビジネスの中心は先述の中環、灣仔地区にあった。だが、商業地としての発展の程度を別にすれば、この地域の商業の歴史はかなりさかのぼることができよう。

手もとの資料でみる限り、少なくとも一九三〇年代までは尖沙咀に定着した観光商業は存在しなかったようである。二十世紀初頭の九龍は開發以前の段階で、尖沙咀を含む今日異常ともいえる人口稠密地域となっている旧九龍 (Old Kowloon) 地域にしても、人口は五七〇〇〇人にすぎなかったという (外務省 1918, p. 6)。むしろこの時期の尖沙咀は軍事施設と港灣施設の目立つ地域であった。九広鉄道の英段 (British Section) が完通した一九一一年以後、鉄道の起点となるこの地域は中国本土の入口として次第に人口も増え、都市的性格を増していくが、それでも商業地としての発展はさ程のものではなかったようである。一九三〇年代においても、たとえば、今日の尖沙咀の中心部に位置する海防道 (Hai Fong Road)、漢口道 (Hankow Road)、廣東道 (Canton Road) 付近には九龍埠頭で働く潮州人苦力の居住区があったとこう (Sparks 1976, p. 33)。

しかしながら、こうした事実は必ずしも観光商業が当時全くなかったことを意味するわけではない。その萌芽的形態は今世紀初期にもすでにみられたようである。

すでに引退生活に入っている、地域の「草わけ」の商人たちの話によれば、香港の観光商業は元來陸上ではなく、船

尖沙咀略図



上ではじまったという。寄港中の外国船（遊輪⁽⁶⁾）のデッキに少量の品物をひろげるのも一つの方法だったが、より一般的なものは「遊輪」の「理髪店」に一括して品物を託すことだった。当時の客船の床屋はキオスクを兼ねており、商人は品物（衣類、陶器、刺繍、扇子、靴など）を先渡しし、数カ月ないし半年後の寄港時に決済する方法をとっていた。彼らは遊輪以外にも、しばしば「山頂」(The Peak)の白人住宅へ行商に回ったという。こうした行商のはじまった時期や数について正確なことはわからないが、今世紀初めから二〇年代頃のビクトリア港兩岸（つまり尖沙咀や中環・灣仔地区）にはこうした業者が多数おり、その中からある程度の資本を蓄えたものが、中環や尖沙咀に固定した店を持つようになった。

こうした行商人の定着過程は一九一〇年前後にはじまると推測されるが、これらの定着した商店が相当数となり、小規模ながらも商業地を形成するのは一九三〇年頃である。これについては、一九二八年の半島酒店 (Peninsula Hotel) の開業⁽⁸⁾が大きな役割を果たしている。それ以前は九龍側には小規模な「客棧」があるのみだったが、典型的な植民地様式の高級ホテルの出現は購売力を持った恒常的な顧客の存在を保証したからである⁽⁹⁾。こうして、一九三〇年代前半には彌敦道とそれに交わる二つの街路・中間道 (Middle Road) ・北京道 (Peking Road) (現在(一九八六年)建築中の九龍ホテル、およびシェラトン、アンバサダー両ホテルのあるあたり) に沿って商店街が成立し、一九三〇年代のおわり頃には、商業地域はさらに北に、ホイットフィールド兵舎 (現在の九龍公園) の南側を東西に走る海防道 (彌敦道より東は堪富利士道 (Humphrey's Avenue) となる) までのびている⁽¹⁰⁾。現在でもこれらの地域は尖沙咀の超一等地となっているが、そうした地域の評価はこの時期に定まったものといえる。

尖沙咀商業地は、こうして一九三〇年代を通じて順調に発展してきたが、一九四〇年代に入ると、この地域はもちろん、香港の観光商業全体がほぼ完全に休眠状態に押しやられることになる。日中戦争のために一九三八年には広東が日本軍に占領されていたが、一九四一年には香港自体が日本占領下に入り、⁽¹¹⁾一九四五年の終戦まで、香港経済は破滅的な

状況におかれることになったからである。戦前にすでに百万人を越えていた香港人口は、この時期、一挙に六〇万人に減り、市民経済全体の窒息状況の下で観光商業の生きる余地はなかった。この時期、尖沙咀の草分け商人の多くも香港を離れ、中国本土で戦時下の生活を送っているし、わずかに残留した商人も、古着や日用雑貨を売って、辛うじて営業を続けているにすぎなかった。

尖沙咀観光商業のこうした苦境は終戦と共に終る。日本軍の撤退と共に、香港には大陸に逃げ帰っていた約二百万人の人々が還流することになったが、彼らと共に尖沙咀の多くの旧商人たちも帰港し、商業活動を再開した。戦後まもなくの一九四六年頃には、すでに戦前の規模は再現されており、拡大の気配をみせていたという。これ以後、尖沙咀は今日まで続く発展の道をたどりはじめるのである。

ところで、尖沙咀の戦後について述べる前に、戦前に定着した商人たちについていさ少し述べておこう。これまでに述べたように、戦前の尖沙咀商業地は、今日に比べ、地理的広がりの上でも、商店数においても、比較にならない小規模なものである。しかしながら、そこに定着したいわば草分けの商人たちは、戦後の尖沙咀商業にとっても重要な関わりを持っている。戦後の発展の地域的な基盤を用意したことや、中国産品の直接、間接の仕入れルートを確立したことはその一面だが、さらに、これらの商人たちの「老舗」は、戦後も、その多くは今日まで、存続することで、地域の商業の在り方を多くの点で方向づけている。後に詳しく述べるが、ツーリスト・ビジネスは簡単に他業種から転入できる職種ではない。競争の激しさ、顧客の特殊性、言語の問題等、新規の開店には相当の経験が必要とする。このため新しい店は、以前既存の店で雇用されていた経験を持つ人物によってはじめられるのが通常で、このことは、戦後の時期はもちろん、今日の尖沙咀にもあてはまる。一九五〇年代半ば以降の急速な発展期には純然たる他業種からも新規参入がみられるようになったが、それでも、今日の尖沙咀商人の多くは一九五〇〜六〇年代に独立した商人たちの下で働いた経験を持っているし、後者はまた戦前に創立された店での経験や行商の経験を持っている。こうした事情を通じて初期

の商人たちは、今日までの雇用関係を通して、経営や雇用の仕方等の実務面はもちろん、尖沙咀商人のエートスにも大きな影響を与えてきたといえる。

注

- (1) 旧九龍とは、九龍地域の界限街 (Boundary Street) 以南の英領地域、つまり、租借地である新界に含まれない地域をいう。
- (2) 現在九龍公園となっている Whitefield Barracks が撤去されたのは一九七〇年のことであり (Leeming 1977, p. 67) これ以後も、尖沙咀東部にはいくつかの兵舎が撤去されずに残った。
- (3) 港灣施設は現在も尖沙咀の北隣りの紅磡 (Hung Hom) に移されるまでは、九龍鉄道の起点は尖沙咀の南端、天星碼頭 (Star Ferry Pier) のそばにあった。see Bristow 1984, p. 84
- (4) 一九七〇年代に駅が尖沙咀の北隣りの紅磡 (Hung Hom) に移されるまでは、九龍鉄道の起点は尖沙咀の南端、天星碼頭 (Star Ferry Pier) のそばにあった。see Bristow 1984, p. 84
- (5) 「遊輪」とは外国航路の客船を指す。この言葉は古い商人にとっては独特のノスタルジックな響きを持つようである。
- (6) ちなみに一九一五年におけるピクトリア港への「大洋航行船」の入船数は三、九八八隻にのぼる。(外務省 1918, p. 108)
- (7) 尖沙咀の古い商店の創立時期から推測。
- (8) 開業地は現在と同じ彌敦道南端である。
- (9) ちなみに、今日の香港でも半島酒店および香港島側の文華酒店 (Mandarin Hotel) の威信は高く、尖沙咀の商人にとっては、この両ホテルの宿泊客は特別扱いしても損のない「上客」と考えられている。
- (10) ただし、東西への広がりには七〇〜八〇m程度であったと思われる。一九三〇年代の商店街の範囲は、古い商人に記憶にもとづいて地図を描いてもらう作業を通じて再構成したものである。
- (11) 日本軍の香港占領は一九四一年十二月。以後終戦までの三年八カ月が香港の占領時代である。
- (12) 一九四五年推定人口。
- (13) 聞きとりによる。

三、戦後の尖沙咀

戦後の尖沙咀の歴史は、一九五五年頃を境に二つの時期に分けることができる。大雑把に二つの時期を特徴づけるなら、前の時期を軍人相手の時期、後の時期を航空機による大規模な国際ツーリズムの時期と呼べるだろう。

先に述べたように、尖沙咀の商業は戦後まもなく復活するが、再開された商業はその後、戦前とは異なった顧客を相手とすることになる。戦前には「遊輪」で旅行する観光客や、中国本土へ往復するビジネスマンが顧客の中心となっていたが、終戦、中国での内戦、中華人民共和国の成立、それに伴う大量の難民の香港への流入、朝鮮戦争の勃発といった内外の情勢はそうした観光客の比重を低下させ、かわりにアジアを往復する英、米を中心とする兵士たちがその位置を占めるようになる。戦地、外地勤務のかね離れのよい兵士たちを顧客にすることで、尖沙咀は戦後はじめての活況を迎え、商人にも新たな参入者が増えた。この時期に地域や商店数にどの程度の拡大があったのか正確なことはわからないが、彌敦道の東側が漢口道を越えて商業地となったのはこの頃と考えられる。¹⁾

この時期はまた、今日に続く尖沙咀の“hot business”地域としての性格が確立した時でもある。元来、固定客の少ない観光商業に競争はつきものだが、顧客の増加の一方、機をみて独立した戦前からの店員、中国各地での商業経験を持つ移入してきた新しい商人たちや、手早い収入を求める無数の難民たちの参入は競争をさらに激化させるものであった。商店間の通常の競争はもちろん、店頭での呼び込みや街頭での顧客の勧誘、さらにはさまざまな詐欺的商法の横行など、その後ながく香港商人のマイナス・イメージとなる商法もこの時期にはじまるといえる。

販売される商品もこの時期に大きく変化している。顧客の特性に応じて、もっともめざましく発展したのはむしろ小売商店ではなく、レストランやバーなどの接客業であった。戦前に旅行者相手のレストランやバーがどの程度存在していたのかは不明だが、少なくともこの頃には外国人旅行者を対象とした、つまり、英米人の好みに合わせた、相当数の

レストランやバーが存在するようになっていた。⁽²⁾だが、小売商業も変化している。戦前からの商品である織維製品や安価な土産物類は、もちろん重要な商品であったが、さらに宝石、貴金属や装身具、皮製品などの商品が売られるようになり、また、洋服仕立商が多くなるのもこの時期である。香港での洋服仕立業は、一説には日本占領中に九龍印僑の草分けであるハリセラ氏 (Harisela) が Y M C A 裏に小さな店を出したのがはじめというが、⁽³⁾筆者の知るところでは、戦前や戦中にすでに少数の上海系の仕立師⁽⁴⁾が香港に居り、戦後には相当数中国系の仕立商が成立していた様子である。

こうした様々な変化を通じて尖沙咀は徐々に発展し、一九五〇年代後半の時期に入ることになる。ちなみに、一九五四年の観光収入は、国内生産の二一%を占めるよう⁽⁵⁾になっており、尖沙咀はその重要な一部を占めていたのである。

しかしながら、戦後の十年は尖沙咀にとって本格的な発展の時期とはいえない。たしかに尖沙咀はツーリスト・エリアとして確立されたものの、その地位は中環・灣仔に劣るものであったし、地域的にも拡大されたとはいえず、依然として小規模なものであった。一九五〇年代半ばにおいても、彌敦道を少し離れた東側はほとんど住居部分であり、今日尖沙咀東部と呼ばれている漆威道 (Chatham Road) 以東に至っては荒地のまま⁽⁶⁾であった。むしろ尖沙咀にとってこの時期は次の飛躍にそなえる基礎を得た時期といえる。この時期に関して特に二つの点に注目する必要がある。一つは先に述べたレストラン業をはじめとして、地域の商店が英米人顧客を対象とする特化した商業地としての性格を強めたことであり、いま一つは、この時期(またはそれに続く一九五〇年代後半)に設立され、淘汰の過程を生き残った商店が今日の尖沙咀の中核をなしていることである。現在初老期に入りつつある、安定した商店の店主の多くは、この時期に活動を始めているし、それ以外の、より年の若い店主や経験の長い店員たちも、多くは直接関係に、彼らを通じてツーリスト・ビジネスに参入してきたのである。

一九五〇年代後半以降の尖沙咀については世界情勢の安定による観光客の全般的増加と航空機による旅行の発達という二つの事情が大きく作用している。特に後者の事情は尖沙咀にとって有利であった。観光客の増加はすでに一九五三

年の三万人が一九五六年には倍の六万人、一九六一年には七倍の二二万人と急速に増加しているが(表1参照)、これらの観光客の多くが航空機を利用して来港するにつれ、空港と同じ九龍側にある尖沙咀は、ツーリスト・エリアとしての将来性を高めていった。現在、九龍と香港をつないでいる海底トンネルの完成は、ようやく一九七〇年になってからのものであり、陸路で直接観光客を運べる尖沙咀は「遊輪」の時代とは異なり、中環や灣仔よりはるかに恵まれた立場に置かれることになったのである。空港の位置が尖沙咀商業に有利に働くという事情は、すでに戦後まもなくの時期にも半島酒店と空港を結ぶルートにあたる金馬倫道(Cameron Road)に尖沙咀東側では例外的に観光商店の進出をもたらしていたが、五〇年代後半にはさらに、複数のホテルの進出と周辺部のビルの建て替えを含む大規模な再開発へと進むことになる。⁽⁸⁾ 別表にみるように(表2)、一九五七年から一九六三年までの七年間に、尖沙咀には十二のホテルが完成し、これらのホテルだけで約四千室の収容力を持つことになる。

ホテルブームおよびその結果としての観光客の増加に伴い、尖沙咀の商業地域も自然に拡大していった。かつては居住区であった彌敦道の東側も急速に商業化され、遅くとも六〇年代前半には廣東道、梳利士巴利道(Salisbury Road)、漆咸道に囲まれ、北は金巴利道(Kimberley Road)まぶのほぼ全域が、(少なくとも一階部分に関しては)観光業に転換されたと思われる。地域の建物もかつては低層の老朽建築がほとんどだったが、この時期にはメイン・ストリートである彌敦道を中心に高層化され、地域の中心部は急速に近代的な外観を持つようになった。

尖沙咀の発展は決して一九六〇年代前半のホテル・ブーム期に止まらない。一九六〇年代後半には通常の観光客に加えて、ヴェトナム戦争の帰休米兵による好況が続く(この時期は戦後の一時期に近い荒っぽい商売が再現されたという)、さらにその後には日本人観光客の急速な増加が続く(表3参照)。これに応じて地域的な拡張もさらに進み、一九六六年には最初の大規模ショッピング・アーケードであるオーシャン・ターミナル(海運大廈)が完成、その後の廣東道以西の開発の先頭となる。⁽⁹⁾ さらに近年では一九七八年の新世界中心(New World Center)をはじめとする梳利士巴

表1 History and Development of Tourism in Hong Kong:
Visitors & Hotel Accommodation 1953-1981

Year	No. of Visitors	Revenue (in HK\$ MN.)	
		Civilian Visitors	All* Arrivals
1953	30,000	N. A.	N. A.
1956	60,000	N. A.	N. A.
1958	103,000	N. A.	N. A.
1961	220,884	453.90	N. A.
1962	253,016	521.20	N. A.
1963	315,665	604.50	N. A.
1964	398,534	705.40	N. A.
1965	446,743	726.00	N. A.
1966	505,733	701.60	1,265.10
1967	527,365	787.20	1,356.60
1968	618,410	1,001.30	1,537.80
1969	765,213	1,354.20	1,850.00
1970	927,256	1,820.50	2,308.60
1971	907,295	1,649.50	2,119.10
1972	1,082,253	2,106.00	2,545.40
1973	1,291,950	2,202.90	2,618.90
1974	1,295,462	2,387.24	2,811.63
1975	1,300,836	2,574.24	2,979.51
1976	1,559,977	3,463.62	3,887.90
1977	1,755,669	3,640.02	4,055.29
1978	2,054,739	4,643.76	5,106.55
1979	2,213,209	5,923.60	6,380.48
1980	2,301,473	6,060.37	6,528.87
1981	2,535,203	7,661.81	8,142.67

* including spendings of civilian visitors, transit passengers, aircrew members, non-British military and U. S. navy personnel.

Source: H. K. T. A. 1982 a

表2 ホテル創立年一覽

Date	T. S. T.	YAUMATEI	HONG KONG	OTHER AREAS
1920				Repulse Bay
1928	Peninsula			
1932	YMCA			
1933				Luk Kok (Wan.)
1950	International			
1952		Shamrock		
1957	Miramar	Carlton		
1959	Astor			
1961	Ambassador Park			
1962	Merlin	Fortuna		
1963	Empress Grand Hyatt		Mandarin	
1966			Hilton	
1967				Cathay (Caus.)
1968		Nathan		
1969	Hong Kong	King's		
1970		Galaxie Fortuna Court		Caravelle (Happy Valley)
1971		First (Mnkk.)		Harbour (Wan.) Singapore (Wan.)
1972				Excelsior (Caus.) Lee Gardens (Caus.)
1973			Furama	
1974	Sheraton			Plaza (Caus.)
1975	Holiday Inn	Chung Hing Bangkok		
1978	New World			
1981	Hol. Inn Harb. Regent Royal Garden Shangri-La			*Wan.=Wanchai *Caus.=Causeway Bay *Mnkk.=Mongkok
1982	Regal Meridian Marco Polo			

尖沙咀商人 (1)

H. K. T. A. 1981 より再構成

表3 STATISTICS OF INCOMING VISITORS TO HONG KONG, 1958-67

1,000 persons

尖
沙
咀
商
人
(1)

Nationality	1958	1959	1960	1961	1962	1963	1964	1965	1966	1967
British Commonwealth...	33	44	50	62	71	82	102	110	122	125
U. S. A.	35	51	61	79	90	104	113	127	143	140
Japan	6	8	13	19	23	32	47	64	74	86
Philippines	9	10	12	20	22	26	32	32	38	35
Thailand	3	4	4	5	6	7	9	11	12	14
Indonesia	2	3	2	4	4	4	7	9	8	11
France	2	3	3	4	5	5	7	7	8	8
Germany	1	2	2	4	5	6	7	8	9	9
Others	12	14	17	24	27	29	40	39	44	61
Total	103	139	164	221	253	295	364	407	458	489

Note: An incoming visitor is "any person travelling for a period of 24 hours or more in a country other than that in which he/she usually resides, as

- (1) Persons travelling for pleasure, for domestic reasons, for health, such etc.
- (2) Persons travelling to meetings, or in a representative capacity of any kind (scientific, administrative, diplomatic, religious, athletic, etc.)
- (3) Persons travelling for business purposes.
- (4) Persons arriving in the course of a sea cruise, even they stay less than 24 hours. The latter should be reckoned as a separate group, disregarding, if necessary, their usual place of residence."

(Appendix to the Report of the Committee of Statistical Experts of the League of Nations submitted to the Council on 22nd January, 1937).

Source: Hong Kong Tourist Association.

尖沙咀商人 (1)

利道以南の開発、一九八一年の尖沙咀東部(約二十のビル群からなる新ショッピング・エリア)の完成と、周辺部の埋立地をもすべて商業地化して今日に至っている。こうした経過のどの時点で尖沙咀が中環、灣仔の地位をうばい、香港最大の商業地になったのかは明確でない。だが遅くとも一九七〇年代初期にはすでに、尖沙咀は、香港はもちろん世界でもまれにみる巨大なツーリスト・エリアになっていたのである。

注

- (1) Leeming 1977, p. 87 および聞きとりによる。この時期以前には漢口道以東と西側の加拿芬道(Cannarvon Road)付近は住居地域であった。
- (2) Leeming 1977, p. 87
- (3) Vaid 1972, p. 82 ホリネラ氏の店は現在も尖沙咀に場所をかえて存在している。同氏の一族は今日では大不動産所有者として知られている。
- (4) cf. Wong, 1984.
- (5) Leeming 1977, p. 87
- (6) 尖沙咀東部の開発は一九八〇年に入ってようやくはじめられる。
- (7) 尖沙咀の空港への交通は半島酒店から彌敦道を北上し、金馬倫道を通って漆咸道へ出るルートをとった。
- (8) 一九五五年の Building Ordinance 発効以後、大規模なビルの建設が可能となった。see Brisow 1984, p. 73
- (9) その後廣東道以西ではオーシャン・センター、マルコ・ポーロ・ホテル、ハーバー・シテイとつづく北側へのアーケード化が進行し、次第に旧倉庫街を圧迫しつつある。

四、商 店

尖沙咀にどれくらいの数のお店があるかは正確にはわからない。すべての小売商は登録を義務づけられていることから、香港政庁には記録があるようだが、尖沙咀はもちろん、九龍全域についてもその数字は発表されていない。また、

たとえ公的記録があるとしても、その数字は必ずしも現実を反映しているとはいえないだろう。第一には、この地域の商店の消長は激しく、商店総数は日々大きく変動しているからであり、第二には、レストラン、バー、理髪・美容院、マッサージ・パーラー等の業種や数種の小売業のうちには、人通りの多い一階部分ではなく建物の上層部分に住宅と雑居しているものも多く、またその実態も明らかではないからであり、さらに第三に、未登録の業者や行商人もある程度あると考えられるからである。政府の公認団体である香港観光協会は、一九八〇年度には約一三〇〇の加盟店を持つと発表しているが(H. K. T. A. 1981)、多くの小規模小売店は協会に加盟していないことから、実態はこれをはるかに上回る。従って、実際の商店数については推測するしかないのだが、筆者自身の、いくつかの通りでの計数や、数の把握し易い大ショッピングセンターの出店数からの推測では、ほとんどが小売商とレストランからなる一階部分⁽²⁾およびアーケード内(ホテル内も含む)の商店数に限定して、おおむね四、五〇〇軒前後と考えられる⁽³⁾。

これらの商店の業種のうち比較的数の多いものは、レストラン、衣料(仕立業を含む)、刺繍、宝石貴金属、皮革、カメラ、眼鏡、時計、電器等であり、家具、象牙、文具、喫煙具等がこれに続く⁽⁴⁾。(このうちおそらく最も数の多いのはレストランだが、本稿では観光小売業、特に物品の販売に携わる商人を対象にするため、以下では先にあげた業種のうち、レストラン、バー、理髪業等は取り扱わない。)

これらのさまざまな業種はおおむね尖沙咀全域に分布しているが、いくつかの業種については多少の地域的な集中がみられる。彌敦道西部の漢口道には電器商とバーのある程度の集中がみられるし、廣東道には家具商⁽⁵⁾が多くみられる。また、西側のホリディ・イン・ホテル北側の一角には小規模な毛皮商の集中がある。ただこれらの集中はいずれも数店から十数店の集中にすぎず、また、他の地域にも同業の商店は多数みられることから、尖沙咀内部における地域的な特化傾向はごく弱いものである。特に開発の新しい、半島周辺部(たとえば尖沙咀東部、新世界中心、海運大廈など)ではこの傾向は全くみられない。

尖沙咀商人 (1)

商店のエスニシティーについても、この点は同様である。尖沙咀には香港の他の地域と同様、広東、潮州、客家、上海等の中国内のいくつかの言語グループや、インド、イギリス、日本、その他アジア地域出身者の少数の店舗がみられるが、純然たる外国人の店舗はもちろん、中国人の言語グループについても地域的な集中はみられない。ただ一つの例外はインド人商店で、彼らについては彌敦道南部の一つの建物「重慶大廈」(Chung King Mansion)を中心として極端な集中化がみられる。⁽⁷⁾

規模に関しては、尖沙咀の商店はきわめて雑多である。大規模なものでは、尖沙咀には二つの日系デパート、一つの英国系デパート、二つの中国系デパート、および一つの香港系デパートがあり、また、免税店をはじめ、彌敦道の両側にはいくつかの大規模小売店舗がみられる。一方、小規模なものでは、間口一メートル程の店や通路の一部を利用した壁店舗も多くみられる。さらに、尖沙咀では露天商ほとんど許されていないが、法的規制とは無関係に、常時いくつかの移動店舗(小販)が存在する。⁽⁸⁾

ただ、こうした多様性はあるものの、大多数の商店に関しては、そのサイズはほぼ一定範囲におさまる。すなわち、間口は四〜七m、面積はおおむね二〇〜五〇㎡の店舗である。⁽⁹⁾このサイズには、裏通りの商店やホテル内、さらには大規模アーケード内の店のほとんどが含まれるし、彌敦道に面した商店にもこのサイズのもものが少なくない。

これらの「標準的」サイズの商店は他にもいくつかの共通点を持つ。すなわち、これらの商店は、(一)少数のインド人経営を除いては)ほとんど例外なく中国人経営であり、(二)店の広さから、従業員数は二、三人からせいぜい十人までであり、(三)個人経営ないしは家族経営で、会社組織はあまりみられない。以下の節では、こうした尖沙咀の標準的な商店を対象として論述をすすめる。

最後に、商店の所有形態について簡単に述べておこう。

香港の他の地域と同様、尖沙咀の不動産所有のあり方は複雑である。市街地のほとんどが複数階のビルとなっている

香港では、通常、建物の底地と建物自体の所有者が異なっていることが多いが、この事情は尖沙咀でも同様である。ただ、尖沙咀の極めて高い土地価格の故に、商店に関する不動産所有の形態はさらに複雑になる。現実にもられるのは次の数タイプである。

- (一) 土地および建物を商店主が所有する。
- (二) 建物を一括所有する。
- (三) 建物の店舗分の区分所有権を持つ。
- (四) 建物の一括所有者から賃借する。
- (五) 建物の区分所有者から賃借する。

このうち、(一)、(二)は戦前ないし戦後まもなく創業の商店にみられる。この階層はまた、(四)、(五)のタイプの商店の家主である場合もある。ただ、このカテゴリーに入るのはごく少数である。(三)は、一階部分の店舗よりは階上に多くみられるが、一階部分にもみられる。しかしその場合は資本力のある中規模以上の商店、老舗層に限られる。むしろ大多数の商店は、(四)および(五)のカテゴリーに属する。大規模なショッピング・アーケードの商店はすべて(四)のタイプに属するし、ホテル内の商店も当然このタイプに入る。また、小さな建物を一商店が占めている場合も、(一)のタイプのほかに(四)の場合がある。(このタイプは尖沙咀南東部や西部の廣東道近辺など、小さな古い建物の多い地域にみられる)この(四)、(五)の場合、賃借期間は二年が通常である。法的には、戦後の建物に関しては、貸主は契約満了時の六ヶ月前の通告で契約が解除でき、その区分を回収できる。もちろん、二年ごとに契約を更新することは可能で、実際にも多くの商店は何年も同一場所で営業を続けているが、一方、基本的な契約期間の短かさは商店の消長、移動の激しさの一因となっている。

注

(一) たとえば、電器店、ビデオ・ショップ、書店、カーペット商などの一部。

尖沙咀商人 (1)

- (2) 一階部分に専用の入口を持つものも含む。
- (3) これはかなり控え目の推測である。
- (4) H. K. T. A. 1980 の分類による。
- (5) 廣東道にはかつて多数の家具商が並び家具店街があったが (cf. Cooper, 1980, p. 101) 廣東道以西の再開発 (前節注⑨参照) のために移転したものが多く、集中の規模は低下している。
- (6) ただし、尖沙咀に客家商店は少ないようである。
- (7) インド人商店の集中は、重慶大廈の他に、これに隣接する美麗都大廈 (Mirador Mansion) および彌敦道をはさんで反対側のハイヤット・ホテル・アーケードにみられる。ただし、本稿ではインド人商人は扱わない。see Vaid, 1972。
- (8) 露天商については McGee 1973 を参照。現在、尖沙咀で露天商の活動が許されているのは、金巴利道の加拿芬道以東、および北京道の西部の一部のみである。cf. McGee p. 75-85
- (9) いくつかの店舗の実測に基づいて算定した。
- (10) ただし、アーケード内の店舗の内には十五㎡以下の面積のものも多々ある。
- (11) 香港の土地はすべて Crown Land であることから、正確には「底地の所有」は「長期の借地権の保有」を意味している。

五、商人たち

尖沙咀の商人たち (商店主および店員) を第一に特徴づけるのは、彼らの移民としての出身である。元来移民社会である香港も、現在ではいわずに「香港出世」 (香港生まれ) が人口の過半を占めるようになってきているが、商人たちに関しては、比較的年旧の高い商店主層についてはその大半が移民一世であるし、店員層についても、ごく若年の店員以外は移民者の比率はかなり高い。ただ、彼らの香港への移入の時期や経緯については、香港の歴史を反映して、いくつかの異なったパターンがみられる。次に、商店主、店員のそれぞれについて、いくつかの事例を示そう。

○刺繡店主C氏（一九八三年末に八十九才で死亡）

潮州出身。今世紀初より香港に出稼ぎに出る。衣料品、手工芸品等を汕頭、広東で仕入れ遊輪に売る行商から出発し、一九一七年に尖沙咀に小店舗を持つ。尖沙咀の最も初期の商人の一人である。戦前の店舗は現在のホリディ・イン・ホテルのところにあり、この店は同ホテルの建築（一九七一年完成）まで続く。日本占領中も在港し、その間は雑貨を商う。戦後は中国製刺繡を手広く扱い、尖沙咀の大商人となる。

○衣料・雑貨店主H氏（四十九才）

広東省出身。父はシンガポール移民で成功し、帰国後故郷に農地を買い、零細ながらも地主であった。一九四五―四六年頃、大水害のため土地を放棄し家族ぐるみで来港。来港後は宝石商、中国雑貨商等の店員勤めの後一九六七年に宝石商として独立。五年後に業績不振のため閉鎖。その後数年尖沙咀で店員生活の後、再度衣料・雑貨商として独立。ただし店は一〇㎡ほどの小店舗である。

○洋服仕立店主Y氏（四十八才）

上海出身。上海近郊の貧しい農家に生まれる。八才で父が死亡。一九四九年、紅軍の上海入城直前に単身で来港。十五才で仕立屋へ徒弟として入る。その後数年は工房で寝泊りしながら仕立てを覚える。徒弟の一方、仕立ての端切れを行商したり、客引きをしたりして資金を蓄え、一九六三年に仕立店として独立。この際には同郷の友人から「講」方式の援助を受けたという。その後は順調で、現在尖沙咀に二軒の店舗と数軒の借家（アパート）を保有。地域では知られた仕立商となっている。

尖沙咀商人 (1)

○宝飾・銀器店主T氏 (二十七才)

香港生まれ。父は広東省出身。父は戦前より雑貨の取引を香港で営む。父は一九五〇年代より銀器を扱い、五年前に名儀をT氏に移すまで銀器店と工房を経営。T氏は米国の大学に留学、卒業後（これは尖沙咀ではまれなケースである）父親の後を継いだ。

○刺繡・中国産品商店員J氏 (四十才)

潮洲生まれ。父は国民党の下級軍人であったが、生活苦のため一九四九年単身で来港。J氏は翌年母親、兄弟と共に来港。十三才で同郷人の経営する現在の店に見習いとして就職。以後現在まで勤務する。店の中核的な店員として収入は高く、現在二軒の賃貸アパートを保有する家主でもある。資金もあり、将来の独立も考えるが、現在は観光業の将来の見通しが明確でないため具体的な計画はないという。

○皮革衣料商店員W氏 (二十七才)

マカオ生まれ。父は上海出身。一九四九年マカオに移り繊維工場経営。W氏は十六才で来港。現在の店に入り今年で十一年目。実質的なマネージャーとなっている。本業の他に友人と小規模な縫製工場を経営。数年中に現在の仕事を辞め、妻の兄（同じく上海系二世）と共同出資で皮革衣料商を開業する予定。

○子供服店員K女史 (四十三才)

フィリピン生まれ。父は広東省出身。五年前までマニラ在住。その後単身で来港。来港後現在の夫（広東省出身四十五才）と結婚。夫は文革中に来港。文革期の迫害からの脱出という。夫は同じ尖沙咀の他の店に店員として勤務の

一方、未登録（非合法）の漢方医として開業。夫婦とも長期に香港に住む意志はなく、米国へ移民を申請中（二年後渡米。現在サンフランシスコ市在住）。

○毛皮店員L氏（十九才）

広東省出身。二年前に来港。来港の経緯は典型的な「人蛇」（密入国者）のそれである。暗夜をねらってゴムチューブ一本を頼りに海を六時間泳ぎ新界の北部にたどりついた。密入国の計画はすでに来港していた兄の手引きによるもので、新界に着いた後は計画通り兄の住むアパートに定着した。密入国の経費約二千ドルは兄が立て替えたとのことである。その後数種の職を転々とした後、現在の毛皮商に見習いとして勤務するようになる。未経験で語学能力もないことから、給料は千五百ドルにすぎず生活は苦しいが、すでに身分証も交付され、今の収入でも出身村にいた頃よりは天国だという。数年後には兄と共同で広東省にいる母に四万ドル相当の家を贈りたいという。

以上、いくつかの典型的と思われる事例を示したが、移入の時期に関しては大きく三つのパターンが指摘できる。(一)、戦前期の移入、(二)、一九四九年前後、(三)、文革期以後（一九六五年以後）の三種である。このうち、戦前期の移入者は「草分け」層に多くみられるが、現在ではその数はさ程多くない。(二)の文革期以後の移入者も多少はみられるものの、絶対数は多くない。最も多いのは(三)の一九四九年頃の移入者で、商店主層の大半と中年の店員層のほとんどはこの時期の移入者で占められるし、若年の店員も大半はこの時期の移入者の二世世代である。ただ、H氏やJ氏の事例が示すように、一九四九年頃の移入者についても、移入の時期は一九四五―五〇年にまたがっており、また移入を促した事情も雑多である。

移入の時期以外にもいくつかの特徴が指摘できる。来港以前の出身地については、香港中国人一般と同様、広東省出

尖沙咀商人 (1)

身者が最も多いが、尖沙咀においては、潮州人、上海人の比率もかなり高い。⁽²⁾さらに、事例にもみられるように、シンガポール、フィリピン、タイ等の東南アジア出身者も多少存在する。

また、店員層の事例にあらわれているように、一度尖沙咀で働くと、勤務先が変化しても観光商業にとどまる傾向、および、勤務先が同郷者経営の店である傾向は尖沙咀に一般的にみられることである。

これ以外に、学歴が低いことも商店主、店員を問わず尖沙咀商人に共通した特徴である。事例のT氏のような例を除き、大部分の商店主、店員の学歴は数年の初等教育かせいぜい Form 3 終了(中学卒業)程度であり、中高年の商人の中には正規の学校教育をほとんど受けていないものもある。また、商店主層や中高年の店員にとくにあてはまることだが、来港時にある程度の資産、資金を持っていたものはきわめて少ない。一九四九年前後の難民の中には、一部の上海人工場主が代表的例であるように、相当な資金を携えて来港したものも多いが(see Johnson 1971)、尖沙咀商店主の中には上海人も含めてそうした事例は少ない。尖沙咀商人のこうした資産・学歴を持たない徒手空拳の移入者としての出自と、利益・損失とも大きくなりがちな観光商業自体の特性は、尖沙咀商業世界のあり方を大きく方向づけるものといえよう。

注

- (1) 密入国(不法入境)者に対する身分証の発給は、一九八〇年十月から停止された。
- (2) こうした言語グループの人口比は香港全体についても明確ではない。たとえば、広東人に次ぐ言語グループである潮州人について、一九七一年のセンサスでは三十七万一千人(総人口の一割弱)となっているが、同年の潮州人団体の推定では約百万人(同二五%)となっている。おそらく実数は両者の中間にあると思われる。(see Sparks 1976) 筆者の推定では、尖沙咀における人口比は香港全体よりかなり高いものと思われる。

六、商業者の世界

尖沙咀の商業を特徴づけるのは、なによりも、そこにおける激しい商店間の競争である。元来、尖沙咀は商業者にとって「うま味のある場所」である。地元の顧客を対象とする商業とは異なり、もともとかんがりの金額を消費するつもりで来ている観光客を相手の商業は、短期に巨額の利益をあげる可能性に恵まれているといえる。事実、帰休兵ブームで賑わった一九五〇年代中期や団体旅行の発展期の一九六〇年代前半には、「どんな商品も言い値で売れる」時期が続き、数年の間に露天商から大事業家に成り上がるという、いわゆる「香港ドリーム」の実現者も多く出現した。

だが、こうした時期は長続きするものではなく、ブームの時期を除けば、商人が尖沙咀で生き残ることは決してたやすくすることではない。好況の時期はすぐさま大量の新規の同業者の参入を招き、増加した商店はすぐさま不況期の生存競争、淘汰の過程にさらされる。事実、一九六〇年代後半以降の尖沙咀は、一方で観光客数、ホテル収容数（別表1、2）の順調な増加がみられるものの、それを上回る商業地の拡大（たとえば半島西部、および南部の埋め立て地の商業地化や、近年の尖沙咀東部の開発）、商店数の増加がみられ、また、新興の観光商業地である銅鑼灣の急速な発展による顧客の相対的減少も相まって、常に過当競争の状態が続いてきている。こうしたなかで、商店の興亡、消長は激しく、何年も続いた有名店が一夜にして消失することもめずらしくない。

尖沙咀商店のこうした競争、興亡の激しさについては詳細にみると、いくつかの要因を指摘することができる。その一つは、新規の開業が比較的容易であることである。これには、(一)、店舗の賃貸のあり方、および、(二)、商品の仕入れシステム、の二つの条件が関係している。先に述べたように、尖沙咀の商店のうち、店舗を所有しているものはごく少数である。大多数の商店は通常一年契約で店舗を賃借している。賃料は地域の特性を反映して香港でも最高水準にあるが、それでも需給の中心である小店舗（二〇㎡〜五〇㎡）の賃料は、面積の狭さのゆえに比較的低額で、ほぼ月額五千

尖沙咀商人 (1)

ドルから一万五千ドルの範囲にある。これは、安価ではないとはいえ、個人の資金で十分賄える額である。こうして、尖沙咀ではある程度の資金があれば誰でも一応は商店主となれる状況にあるが、さらに、商品仕入れの容易さが、いま一つの有利な条件として働く。

尖沙咀における商品供給システムは、地域の商業を支える重要なファクターになっている。商店の多さに対応して、香港にはさまざまな品目にそれぞれ大小数百の卸売業者（貿易会社が直接品物を卸す場合も多い）がひしめいており、それらが擁する数千人ものセールスマンの活動によって、どのような品物も量の多少にかかわらず即日または遅くとも数日のうちに供給される体制が整っている。だが、こうした卸売体制は同時に卸売業者間にも過当競争を生じ、少数の「売れ筋商品」を除いては現金決済を要求する卸売業者はまれで、多くの職種で代金の決済は一カ月から数カ月先に行なわれる。この点は新規開店の店についても同様で、ごく希な他業種からの参入者は除き、他の店で中核的な店員であった経験のある新規開店者は、その間のセールスマンとの信用関係をもとに翌月決済で商品を仕入れることが可能である。こうした支払い条件や店舗の賃貸条件のため、新たに店を持つとする者は、店舗の内装費や準備金も含め、せいぜい一〇万ドルから多くとも二〇万ドルの資金があれば開店可能であり、このために尖沙咀には、本来投機的な性格を持つ多くの小資本の業者がひしめくことになっている。

さらに、いま述べた発達した卸売システムの存在は、尖沙咀の商店に競争を激化させる。いま一つの特徴を与えている。Wardは、香港も含めた発展途上国の農村地域の小売商店は、主として貸し売りに向ける資本力が限定されていることから、一見不合理にみえるほど同規模で同じ品揃えの小商店が並立することを指摘しているが（Ward 1960）、事情は異なるにせよ、尖沙咀の商店は「小規模で同じ品揃え」という点ではWardの示している例と全く同じ性質を示しているといえる。実際、店舗の大小によって品揃えの豊富さは異なるにしても、尖沙咀の商店は同業種であれば基本的な品揃えは全く同一であり、手持ちの商品によって一つの商店が他と差をつける余地はほとんどないといっている。

これは全面的に卸売システムに由来するといえる。というのも、一部の大資本の商店を除き、通常の商店にとっては、大量の商品の直接購入や輸入は資本力の点でも危険性の上でも手に余り、いきおい卸売業者に仕入れを依存することになるし、このことは、全体としてみればすべての商店が一群の卸売業者から仕入れることになり、結果として、すべての店に同一または類似の商品が並ぶことになるからである。いうまでもなく、この事情は同業者間の競争をさらに激しくする。

ところで、この類似の小商店が多数並存するという尖沙咀の状況は、尖沙咀全体にとって必ずしも不合理なあり方だとはいえない。むしろこの状況は尖沙咀の繁栄の重要な要素となっているといえる。なぜなら、多数の商店の存在は、全体として、それ自体が観光客をひきつける要素である「宝石箱のような」ひろがりを地域にもたらし、個々の観光客にその本来の目的である「ショッピング・ワールドでの冒険」を可能にしているからである。事実、この事情のために、尖沙咀はかつて今も小商店中心の街であり続けており、近年のデパートを中心とする大資本の進出のもとでも小商店の群は圧倒されることなく存続し続けているのである。このことは互いに競合関係にある商店主においてもよく理解されており、彼らは商店間の競合が各々の商売にとって脅威であると同時に、それ自体が地域の集客力の源泉であること、そしてそれゆえに、個々の才覚によって高収益をあげ得る可能性、つまり「腕のみせどころ」があることを一様に指摘している。

だが、業者間の競争の激しさ、資本力の弱さは、もちろん個々の商店主にとって敵しい生き残りの状況を与えるものであることにはかわりはない。競争の激しさは好況時においても一時の油断が没落の原因となる状況を常に用意しているし、さらに不況時には、それを持ちこたえる資力の弱いものから脱落するという経済の大原則が待ちかまえている。さらに観光商業に独特な事情もある。常に機敏な対応を要求される流行の激しい移りかわりはその一つだし、新しいホテル、ショッピング・センターの出現によってしばしば変わる顧客の流れが、以前の有利な立地を短期のうちに三等地に

尖沙咀商人⁽¹⁾

変えてしまうこともある。⁽²⁾ こうしたさまざまな事情のどれかによって、高収益をあげていた事業が一転して傾き、家賃、人件費、在庫の支払いに追われ、短時日のうちに倒産するといった経過は尖沙咀において日常的に見聞することである。「儲けるのは難しいが、損するのは簡単」は尖沙咀商人の口ぐせで、このこと自体は世界中のあらゆる商業にあてはまるとりたててめずらしい言明ではないが、いずれに転ぶにしても、その程度や頻度が激しい尖沙咀において、この言葉はことさらの実感を持っているのである。

注

(1) ただし、実際には同一品目についても多数の卸売業者が存在し、通常一つの商店は数十軒の仕入れ先を持っている。

(2) 筆者の知る例では、尖沙咀の一等地にあった一軒の店は、一九七九年のMTR（地下鉄）の開業に伴い、地下鉄の出入口の壁が店の入口をふさぐ形でできたため、売上げが急速に落ち、契約更新時には家賃が五割以上上げられた。一方、この店の数軒隣ではMTRの出入口の真正面になったため逆に家賃相場がはね上がった。

近年では、東部尖沙咀の完成に伴い人通りが変わり、金巴利道以北にあった大アーケードが業績不振のため閉鎖された例がある。

七、戦場原理

激しい競争状態にある商人たちにとって、その活動の基本的原理はいわば戦場原理とも呼べるものである。彼らにとって尖沙咀は戦場であり、そこにおける目的は、なによりも、生き残り、儲けることである。こうした態度は、それ自体としては世界中の商業者にみられるものといえるだろう。だが、尖沙咀商人における「金儲け」観は、その徹底度において注目に値するものである。

尖沙咀における「金儲け」観の特徴は次の二点に集約することができる。すなわち、第一に、儲けることが唯一究極

の目的と考えられており、それに関係するさまざまな二次的な問題にはきわめて低い顧慮しか与えられないこと。第二に、金儲けは全く個人の問題、つまり、個人の資質、能力、運に依存するものであり、従って損得は個人の責任に属し、利益は個人の占有に帰する、と考えられていることである。

この経済活動に関する実利主義的かつ個人主義的な態度は、さまざまな側面において指摘することができる。実利的な性質については、たとえば、労働についての商人たちの考え方はその一例である。世界中の多くの中国人社会と同様、尖沙咀の商人たちはきわめて勤勉である。後に述べるように、尖沙咀の商店の開店時間は長く、商人たちは、店主、店員を問わず通常十時間から時には十二時間の労働を毎日続けている。⁽¹⁾しかも、一般的にその労働態度は勤勉かつ熱心であるといつてよい。だが労働そのものに対する彼らの評価はごく低い、というよりも、むしろ否定的といえるものである。彼らにとって労働とは、あくまで収入を得るためのもの、儲けるための手段である。「労働についてどう思うか」との質問に対する答えは常に、「不快だ」「退屈だ」「疲れる」「仕方がない」などであり、労働神聖観はもちろん、労働そのものについてのなんらかの価値づけは全くみられない。「もし大金を手に入れたら」の質問にも、最も多い答えは「仕事をやめる」「引退する」であり、大金が巨額の資金を意味しない時には、次に、店員ならば、「自分の店を持つ」、店主なら、「他の事業や不動産に投資する」が来る。

同様の態度は彼らの職業観にもみられる。尖沙咀は香港の一等地であることから、尖沙咀の商人の小売商としての評価はかなり高い。ある商人が述べているように、「たとえ間口一メートルの一人店でも、名刺に尖沙咀の商店主と書いてあれば他人は感心する」のである。だが、こうした評価は商人たちの自己の職業についての価値づけに結びつくわけではない。彼らにとつて、宝石商、電器商、洋服商等々であることは、それが儲ける手段であることにおいてのみ意味を持つことであり、商店主という職業に強い誇りや愛着を持つたり、⁽²⁾さらにはそれを社会参加の一形態と考えたりすることはほとんどない。そしてもちろん、この態度は店員層においてはなおさらのことである。したがって、商人が営業

上必要とされる以上の愛着や関心を商品に注ぐことはまずみられないし、事実、商店主が市場の動向によって全く異なった業種にかわることはめずらしいことではない。この点について、ある銀器商は次のように述べている。「私は銀を扱ってながいし、銀製品が好きでもある。工房も持っているし、技法や市場の動向にも通じている。だが、このことは私がこの商売を続けるかどうかという問題とは全く関係がない。もし銀器商にうま味がなくなれば私は躊躇なく商売をかえるし、香港が（一九九七年問題で）危なくなれば、移民して全く別の仕事を始めることだってあるだろう。自分の好みと商売は別だし、両者を混同できる程商売とは甘いものではない。」

もちろん、業種をかえることについてのこうした態度は先述のような開店、移動、仕入れの容易さにもよっている。だが、しばしば日本にみられるように、特定業種の成功者が自己の業種や商品の歴史に興味を持ちたり、関連する事物を蒐集したりすることは、彼らの思考の外にあることであり、実際にもそうした事例は皆無といえるようである。

職業についてのこうしたプラグマティックな態度は、職業に関連する、または経済外的なさまざまな団体に対する、商人たちの姿勢にもみられる。中国人社会の特徴として、香港にはさまざまな都市アンソニション、たとえは同業会、商会（中華総商会、香港総商会、九龍総商会など）、同郷商会などの団体がみられるが、これらに対する商人たちの態度も通常否定的なものである。こうした団体に加盟することについての一般的な態度は「時間や金銭のムダ」であり、なんらかの事情で寄附や名義的参加をしている場合にも、多くの商店主は、「世間的つきあいの範囲で」「一応のつきあいとして」「参加しているだけ」であり、そうした参加が商売に影響を与えたり、なんらかの利益に結びつくとは考えていない。古い商人の中には各種総商会の会員になったり、名誉職についているものもなくはないが、多くの商人にとってそうした「社会的活動」は、非難されるものではないにせよ、商業活動に向けるエネルギーをそぐ、無駄な⁽³⁾ことと受けとめられている。

同じことは労働組合 (trade union) に対する店員層の態度にもみられる。しばしば指摘されるように、香港において

労働組合は未発達で、その組織力もごく弱いものだが、それ以上に尖沙咀の店員たちの組合に対する見方は完全に否定的なものである。先述の商店主たちと同様、組合に対する店員たちの一般的意見は、「組合が何かしてくれるとは思わない」「参加は金と時間の無駄である」「興味が無い」などであり、積極的に意義を認める意見は筆者の知る限り一例もなかった。むしろ彼らの回答に共通しているのは、組合の存在と尖沙咀での商業とは本来結びつかないという考え方であり、組合に参加することは何らかの形で自由を失うことだという認識である。彼らもまた自己の責任で商業にかかわり、自己の才覚で「儲ける」ことを考えているのであり、この点で組合とは全くの不要物なのである。

さて、こうした商人たちの労働・職業観は商業活動についてのプラグマティックな考え方と同時に、彼らにみられる強い個人主義的傾向にも結びついている。商業活動は全く個人の利益のためにあるという考え方は、尖沙咀商人に共通したものだといえる。商店主は自己の利益のために店を経営し、店員もまた自己の利益のために店員であるということ、それ自体として当然のことであるが、尖沙咀においては、この考え方はほとんど商業者間の協力を不可能にするまでに徹底しているといえる。

たとえば、次節以下で詳しく述べるように、商店内の関係においても、商店主はすべての利益を自己の所得と考える傾向が強く、店員への利益分配という考え方は（店主と店員の事前交渉にもとづくコミッションを除けば）通常みられない。一方、店員も、自身が商店主にならない限り、商売の「うまみ」からは疎外されるほかないことを知っており、従って店員である限りできるだけ高い給料を引き出そうとする。しかも、待遇に関する交渉においても店員たちが連帯することはなく、すべて個別の交渉（通常は秘密の交渉）によって行なわれる。こうした事情を背景にして、商店主や店員同志も必要以上の親しい関係を持つとすることはほとんどなく、従って「全店一丸となって」といった業績向上の意識は乏しい。

商店主が店と利益を私物視する考え方は、事業の拡大についての商店主の考え方にも端的にあらわれている。商業者

にとつて事業の拡大は通常望ましいことだが、尖沙咀の商人の多くは一定以上の拡大を望まない。もちろん店舗の拡大や移転拡張は望ましいことだが、それ以上に店を株式会社（有限公司）化することや支店を設けることについては躊躇する商店主が多い。株式会社化することは事業に多くの利点をもたらすにしても、一方で蓄積した個人資産が個人から切り離されることを意味するし、また、支店の開設や増加は利益の拡大につながるとしても、同時に経営の一部を他人に委ねることになるからである。こうして、多くの商人は事業の一定の拡大のあとには、株式会社化や支店増設のために信頼し得る有能な一定数の家族、親族がいるという希な条件を除いて、不動産の購入や他の事業への投資に気を向けることになるし、また、しばしば将来の安定のために、子女を外国に留学・定住させたり、在外資産の形成を考えるようになる。実際に事業そのものを売却して引退、移民することも最近では珍らしくない。

ところで、尖沙咀の商人の個人主義的な性向を考へる場合、彼らが家族、親族と持つ関係は微妙な問題である。というのも、商人たちは商業活動を個人的利益の追求の場と考へることで一致しているものの、実際には親族間の協力関係はしばしば見出し出されるからである。特に、新規の開店にあたって親族に資金の協力を求めることはごく一般的にみられることだし、資金だけでなく経営の共同もしばしばみられる。また親族間の雇用関係もないわけではない。したがって、この点では個人的ではなく、集団的な利益追求のパターンがみられるといえる。だが、この点はいま少し詳しい検討が必要である。まず、家族とそれ以外の親族を区別して考へる必要がある。家族に関してはその協力関係は明らかである。尖沙咀の商店の多くは家族労働を前提とした経営であり、個人経営とは家族経営を意味しているといつてもよい。だが、家族を越えた親族に関しては、その協力は必ずしも問題のないものとは考へられていない。たしかに商人たちは親族を協力可能な相手とみなし、実際に協力を要請もするが、一方で彼らはこうした関係が壊れやすいものであることも認識している。親族間の協力関係が経営方針や利益配分をめぐる分裂に至る事例はよく知られているし、多くの商人はこうした帰結を不可避なものと考え考へている。従つて、多くの商人は、たとえば親族の資金協力を望ましい

ものとは考えず、できれば自己資金のみで運営したいと考える。このことは兄弟間の協力についても同様で、兄弟間の共同経営は続かないのが尖沙咀の常識とされている。ある商店は、近隣の商店主によく知られ関心を持たれていたが、その唯一の理由は兄弟間の共同経営が十五年以上も続いていることであつた。この例が示しているように、実際には、たとえ近親や兄弟であっても別個の店を構えることが多く、その関係も多少の情報交換を除いては、仕入れ、資金等においてほとんど協力しないというのが一般的である。⁽⁶⁾

親族間や兄弟間においてさえこのように協力関係を発展させることが難しいとすれば、こうした関係を持たない商人間、商店間の協力関係はさらに困難であることはいうまでもない。事実、尖沙咀の商店間の関係は一般にきわめて希薄なものといえる。地域的に密集しているため、尖沙咀の商人たちが顔をあわせることは多い。特に近隣の数ブロックについては、ほとんどの商店は互いに「顔みしり」の関係にある。彼らは挨拶をかわすし、しばしば街頭で立ち話をしたり、時には互いに店を訪れて世間話をすることもある。だが、こうした関係がそれ以上に発展することはほとんどない。むしろ、こうした「社交」に属する関係の裏には強い緊張がみとれる。彼らは互いを「相識」(知り合い)と表現することはあつても「朋友」と表現することはないし、会話においても、一般の経済情勢はともかく、経営に関する立ち入った話は全くしない。実際、商店間、特に近隣や同業の商店間の関係はきわめて敵対的で、顧客に他店の悪口を吹き込むことや、露骨な対抗手段(たとえば、特定商品のダンピング)をとることは、顔見知りの間でも当然のことと受けとめられている。幾人かのインフォーマントによれば、商店間の露骨な対立関係は、皮革、毛皮、宝石、刺繍の業者の間では特に激しく、内実は「殺し合い」(「互相残殺」)の関係にあるというが、こうした姿勢は基本的にはすべての商店間にみられるものといえる。

また、こうした姿勢は、特定の関係に結ばれている商店主の間にも大差なく見いだされる。たとえば、かつて雇用被雇用関係にあつた商店主たちの関係は、もちろん単なる顔見知り関係よりは親密で、訪問や、時には食事を共にする

尖沙咀商人 (1)

こともみられるが、そうした場合にも両者の間には互いに一定の距離を置こうとする動きがみられる。特に両者の店が同業や近隣にある場合には、利害の対立は直接的であり、むしろ相互に接触を避ける傾向さえみられる。⁽⁷⁾

また、同郷やかつて友人関係にあった店主の間も、尖沙咀では決して親密とはいえない。こうした関係が商売上の関係に結びつくと考える店主はいないし、むしろ尖沙咀にいる限り、同郷や友人関係をそれ以上発展させない傾向さえみられる。たとえば、ある店員は、店主であった父親を通じて現在の店に就職していたが、彼の父と現在の雇い主との関係について尋ねると、両者は同郷、同業で古い友人であるという。だが、両者の関係をさらに詳しく尋ねると、親しい関係は二十年程前までであり、彼の父親が現在の雇い主と同業になって以後両者は疎遠であり、彼が就職するようになったのは、父親が引退して店をたたみカナダ国籍をとってからのことだという。両者の関係は引退後に復活したのであり、店員自身もそうでなければ現在の就職はあり得なかつただろうと述べた。

さて、商店間の関係がこのように疎遠なものとすれば、もっと多くの商店が協力することはさらに困難であることは言うまでもない。事実、そうした協力は全く不可能というのが商人たちの考え方である。現在も過去にも、尖沙咀において同業、地域、その他のような基準に基づく商店会も存在していないし、団体を構成しないまでも、ごくゆるやかな形での（たとえば共同広告や、ブロック単位の店舗デザイン、調和のとれた招牌（看板）の配置など）⁽⁸⁾ 販売促進の協力もみられない。むしろこうした方向での試みすら存在しないという方が正確である。商店主たちは、常に単独で思い通りに活動することを好み、協力の要請とは、まずなんらかの犠牲の要請と受けとめられるのが普通である。⁽⁹⁾

また、中国人商人の間によくみられる「講」（做會）も尖沙咀では一般的ではない。「講」は香港においても頻繁に行なわれていることが報告されているし（Young 1974）、筆者自身も地元客を対象とする商業地では普通に行なわれていることを見聞している。したがって尖沙咀においてもその存在は否定できないが、少なくとも「講」についての商人たちの答えは「普通ではない」「誰かがやっているだろうけれど私は知らない」が大多数で、実際に参加している人を知

っているという答えは全くなかった。⁽¹⁰⁾

協力の難しさは、さらに、商人たちが共通の敵を持つ場合にも全く変わらないといえる。大規模店の進出に小売商が反対するなどということは全くあり得ないし、道路拡張やビルの建て替えて立ち退きを迫られている商店同志も協力は難しい。この点について詳しい事例は得ていないが、幾人かのインフォーマントによれば、こうした場合、商店主たちは口々に協力して抵抗しようと唱えるが、立ち退き条件に関して他店に出し抜かれるのを恐れ、実際に協力することはないし、最後には現実には彼らが恐れているとおり「出し抜きあい」になるという。

さて、これまで、尖沙咀商人の金銭的実利主義と個人主義についてさまざまな例をあげてきたが、最後にこうした尖沙咀商人の特性をよく示すものとして、彼らが「信用」について持つ考え方について述べておこう。

「信用」が商人にとって重要であることは尖沙咀の商人たちが一致して認めるところである。彼らは顧客に対してしばしば自身が信用ある商人であることを強調するし、実際に信用ある商人であることは彼らの誇りでもある。だが、信用が彼らにとってどのような要件で構成されると考えられているかは考察に値する問題である。

一般に信用はだれにとっての信用であるかによっていくつかの局面を持つといえよう。信用は顧客、同業者、地域、取引先、銀行にとってそれぞれ異なったものであり得る。信用はこれらすべての局面において等しく維持されることも、特定の局面が強調されることもあり得る。尖沙咀における信用は後者の顕著な例といえる。

第一に指摘できるのは、商人にとって、顧客に対する信用が相対的に低い比重を持つ点である。誤解を避けるためにいうなら、今日の尖沙咀の商人たちは顧客に対する信用についてもかなり気をつけている。短期の間に交代していく例外的な悪徳商人を除いては、ほとんどの商店は「誠実」な商法による長期的な営業を心がけているといつてよい。少なくとも、客の無知につけ込んだ法外な値段の要求、偽物の販売、釣銭のごまかし、商品のすり替え等、現在においても「香港商人」の悪しきイメージをつくっている商法は、今日では実際には影をひそめている。商人たちは、顧客との

尖沙咀商人 (1)

トラブルは、警察の介入は招かないまでも、商売にさしつかえる不必要な「麻煩」(やっかい事)を生じるものと考えているし、また、こうしたトラブルが地域全体の評判を落とし、ひいては地域の景気にもひびくこともしだいに理解されつつある。何よりも商店どうしがギリギリのコストでしのぎを削っている状態では、詐欺的商法は致命的な顧客の減少につながりかねないことを彼らは十分理解している。だが、一方で、店の信用についての商人の考え方にはある程度のゆるみがみられることは否めない。たとえば、顧客の紹介者(ガイド等)に高額のコミッション(これは結局、紹介された客が買う商品に上のせされることになる)を支払う慣習や、しばしばみられる高いかけ値などはその一例だし、外貨の交換率を市中銀行の相場ではなく、ホテルでの交換率に準じた高い相場で計算することや、その他のさまざまな販売上のトリック(たとえば製品の材質表示の切りとりやごまかしなど)もよく用いられる。これらの商法は違法とはいわないまでも、百パーセント誠実とはいえないものだが、商人たちはこうした慣習を当然の商行為の一部と考える傾向がある。これは言うまでもなく、尖沙咀の観光商業地としての性格に依存している。顧客の大半が一回きりの訪問の外国人観光客である尖沙咀では、顧客に対する誠実さは自然とおろそかにされがちだし、実際にも、顧客にしっかりとした評価を植えつけることは不可能ではないにしても、顧客の特性からして報われない努力になりがちである。この点で、商店主たちが一定以上に顧客に対する信用を高めることに関心を持たないのは当然ともいえる。

地域の他の業者に対する信用も尖沙咀の商人にとってさほど重大な意味は持たない。通常尖沙咀の小売業者間には取引関係はないし、先述のように協力関係もみられないことから、他店の信用が問題にされることはない。信用に限らず、一般に尖沙咀の商人たちは、他店の経営状態や営業における誠実さに関心を持つことは少ない。経営状態は外部からは窺い知れないものと考えられ、内実はもちろん、結果としての他店の浮沈も(地域の景気の指標として受けとめられることを除いて)冷淡に受けとめられるし、また、他店の営業方針が詐欺的であろうと誠実であろうと、それは個々の店の問題と考えられ、商人たちはそうした方針の結果が自己に利するか否かにのみ目を向けるのが常である。

だが、商人にとって信用は、それが仕入れ先や銀行、金融業者に対するものである場合には重大な意味を持つ。仕入れ先の場合には、支払い条件や「売れ筋」の商品の供給にとって信用度は決定的な役割を果たすし、銀行の場合には、資金借入れの額や返済条件は業者の信用に左右される。したがって、商人たちはこの両者に対しては信用を維持するため最大の努力を払う。彼らは卸売業者との良好な関係を保つために、時には「抱き合わせ」の仕入れ条件も受け入れるし、決済の期間も一定以上に引きのばさないよう努める¹²⁾。また、銀行に対しては良好な経営を印象づけることに心を砕くし、このため、時には融資係の接待や、実際以上の収益を揚げていくごとく装うことさえある。実のところ尖沙咀の商人にとって、信用とは第一にこの領域における信用を意味するのであり、現実にも、商人たちが信用という言葉を使用する場合は、こうした資金の動きに関わる状況がほとんどである。

以上のように、尖沙咀における信用の考え方は、顧客、地域における信用の評価が著しく低いものといえるが、このことは、尖沙咀における「商権」のあり方にも反映されている。一般に企業や商店が売却される場合、有形の資産だけでなく、商号、固定客、取引先、立地やさまざまな営業上のノウ・ハウなどの無形の資産も評価の対象となるが、尖沙咀においては後者の評価は極端に低い。特に顧客や地域に対する信用が低い評価しか与えられないことや、元来商店の消長の激しいこともあって、商号にはよほどの老舗を除いては全く価値が認められず、実際にも、新しい購入者は常に新しい商号を好む。固定客の存在も先に述べた理由から永続的なものとは考えられないし、取引先との関係や営業上のノウ・ハウも個人的な能力に属するものとして移譲の対象にはならない。こうして、売却時に実際に評価される無形資産は主として立地のみとなり、それも通常賃貸であることから、立地の保証費は実際には賃貸の継続権に対する評価に近いものとなる。商店の売却についての具体的な事例について、筆者は多くを知らないが、一例をあげるなら、店舗の購入を希望する相手方に、ある仕立商が示した価格は六〇万ドルであった。この仕立商の年間売上げは約三〇〇万ドルであり、この価格自体高いものとはいえないが、これは「言い値」であり、売り手自身この価格は最終的には四〇万ド

尖沙咀商人 (1)

ル以下に落ちるだろうと言っていた。⁽¹⁹⁾

さて、「信用」についての考え方をはじめ、尖沙咀の商人たちの商業活動についての考え方は、著しく実利主義的、個人主義的なもの、言いかえれば、共同的、倫理的な規制が弱く、直接的な利益追求をめざしたものといえるが、このことは必ずしも尖沙咀商店の営業が経済合理性によって貫徹されていることを意味しない。むしろ、現実の営業にはさまざまな伝統的原理や必ずしも合理的とはいえない行動様式が介在してくる。以下の節では、具体的な営業の場を向け、尖沙咀商店の経営、雇用、人間関係を中心に検討しよう。

注

(1) 労働条件の詳細については、第九節を参照。

(2) 正確には、店主が自己の職業について持つ意識はややアンビバレントなものである。一方で彼は経営者であること、つまり他人に指図されることのない自立した商人であること、および、尖沙咀という稼ぎの大きい場所における商店所有者であることに高い価値を置いている。だが一方で、多くの店主は、自己の立場が企業経営者や医師、弁護士といった専門職に比して社会的に評価の低いものであること、また、営業の形態が、経営者とはいえない自己の販売労働が不可欠な零細なものであること、を強く意識している。いずれにせよ、こうした自己評価自体、金銭的な規準に大きくもとづいていること、また、彼らが商店経営の専門性自体にほとんど評価を与えていないことは注目に値する。

(3) しかしながら、商会等を通じた「社会的活動」は全く評価されないわけではない。もし、店主が「零細な小売商」としてのレベルを越える成功を収め、次の段階として、より社会的影響力のある人々との人脈を得たいと考えているなら、商会への参加はきわめて有効な手段である。したがって、尖沙咀の商人の多くが商会への参加を無駄と考えているのは、一面で、彼らの経営規模が商会からメリットを得るには零細にすぎることでもある。

(4) See England & Rear 1981, 卸・小売業(レストラン、ホテル労働者を含む)労働者の組織率は香港全体でも一五%にすぎず(Hong Kong By-Census 1976, Table 13)。尖沙咀においては、組合組織率の高い一部のレストラン労働者を除いては、ほとんどゼロ%に近いと思われる。ただし、筆者の見聞では、主として政治的立場(つまり「北京派」または「台湾派」)のためにユニオンのメンバーである店員は多少いるようである。

- (5) こうした傾向は以前から存在していたが、一九八二年夏に中英香港返還交渉がはじまって以来、一層顕著になっている。
- (6) このことは商売を離れた協力関係と矛盾するものではない。相互の訪問、子弟の後見、就職の世話等、兄弟間の関係は通常ごく親密である。
- (7) こうした場合、通常、店主どうしの関係ばかりでなく、現在の店員と独立した旧店員（かつて店員であったものどうし）との関係も疎遠になりがちである。
- (8) 招牌の掲げ方はそれ自体香港名物ともいえるが、新たに招牌を掲げる際に既存の他店の招牌に対する考慮は全く払われない。このため街路の上は全く無秩序な招牌合戦となっている。
- (9) 商店主の側のこうした考え方は、香港観光協会（HKTA）が直面している問題でもある。HKTAは、観光産業の促進と消費者（観光客）保護を目的とした政府出資の非営利団体で、設立以来活発な活動を続けているが、協会加盟店数は伸び悩みの状態にある。この理由は、一つには商店主の広告、宣伝に対する関心の低さと、彼らが少額の年会費および協会のパーティー券の購入義務を嫌うこともあるが、最大の理由は、「商活動における倫理的水準を維持し、悪徳商法を排除する」（協会規則）という会員の遵守事項（実際にトラブルがあった場合には協会が介入する）が、多くの商店主にとって、自由な商活動を規制されるような条件と受けとめられていることにあると思われる。
- (10) ただし、尖沙咀内ではなく、個人的な交流を通じて「講」に加入している事例はしばしばみられる。
- (11) 一九七五年のHKTAの調査（二五九商店のサンプル調査）では、約二割の商店が一〇〇程度のコミッションの支払いをしていたというが（H.K.T.A/香港中文大学嶺南工商管理研究所、1975）、筆者の知るところではコミッションの支払いはもっと一般的で、少額商品を扱う店以外ではコミッションを支払わない商店の方が例外的である。また、コミッションの額も通常一五〜一八％、時には二〇〜四〇％にのぼる。
- (12) ただし、尖沙咀において、仕入れ代金の決済は信用が維持されている限り余り厳格ではない。期間中の金利を上乗せすることで代金決済をのばすことはしばしばみられるようである。
- (13) 結局、この取引は不成立に終わった。

（以下次号）

参考文献

Bristow, R. 1984. *Land-use Planning in Hong Kong*. Hong Kong: Oxford University Press.

尖沙咀商人 (1)

- Cooper, E. 1980. *The Wood-carvers of Hong Kong*. London: Cambridge University Press.
- England, J. & J. Rear. 1981. *Industrial Relations & Law in Hong Kong*. Hong Kong: Oxford University Press.
- 外務省1917. 香港事情
- Hong Kong By-census. 1976.
- Hong Kong Government. (H. K. G.) 1982. *Hong Kong 1982: A Review of 1981*.
- Hong Kong Tourist Association (H. K. T. A.) / 香港中文大學嶺南工商管理研究所
(The Lingnan Institute of Business Administration, The Chinese University of Hong Kong.) 1975. *Summary of a Study of Tourist Shopping in Hong Kong*.
- H. K. T. A. 1980. *Hong Kong Tourist Association Annual Report 1979/80*.
- H. K. T. A. 1982a. *A Statistical Review of Tourism: Hong Kong 1981*.
- Hong Kong: H. K. T. A. Research Department.
- H. K. T. A. 1982b. *Hong Kong Tourist Association Official Guidebook*.
- Johnson, G. E. 1971 "Leaders and Leadership in an Expanding New Territories Town." Paper prepared for the panel "Hong Kong: A Changing Colonial Society" at the 23rd annual meeting of the association for asian studies, Washington, D. C.
- Leeming, F. 1977. *Street Studies in Hong Kong*. Hong Kong: Oxford University Press.
- Mason, R. 1957. *The World of Suzie Wong*. Glasgow: William Collins.
- McCree, T. G. 1973. *Hawkers in Hong Kong*. Hong Kong: Centre of Asian Studies, University of Hong Kong.
- Potter, J. M. 1968. *Capitalism and the Chinese Peasant*. Berkeley: University of California Press.
- Sparks, D. W. 1976. "The Teochiu: Ethnicity in Urban Hong Kong." *Journal of the Hong Kong Branch of the Royal Asiatic Society*. Vol. 16.
- Sparks, D. W. 1978. *Unity is Power: The Teochiu of Hong Kong*. Ph. D. Dissert. University of Texas.
- Topley, M. 1969. "The Role of Savings and Wealth among Hong Kong Chinese" in Jarvie, I. C. & J. Agassi (eds.) *Hong Kong: A Society in Transition*. London: Routledge & Kegan Paul.

- Vaid, K. N. 1972. *The Overseas Indian Community in Hong Kong*. Hong Kong: Centre of Asian Studies, University of Hong Kong.
- Ward, B. E. 1960. "Cash or Credit Crops." *Economic Development and Cultural Change*. 1960.
- Wilson, R. W. & A. W. Pusey 1982. "Achievement Motivation and Small-Business Relationship Patterns in Chinese Society" in Greenblatt, S. L. et al. (eds.) *Social Interaction in Chinese Society*. London: Praeger.
- Wong, S. L. 1984. "The Migration of Shanghainese Entrepreneurs to Hong Kong" in Faure, D. et al. (eds.) *From Village to City*. Hong Kong: University of Hong Kong.
- Young, J. A. 1974. *Business and Sentiment in a Chinese Market Town*. Taipei: The Orient Cultural Service.