

清末民初の『申報』に見る日本広告について

謝 薇

一 はじめに

開国直前の日本と上海の貿易はほぼ欧米の洋行に独占されていたが、日清戦争そして日露戦争を経て、日本は中国における経済活動を拡大したことから、多くの日本商人が上海において洋行を開設し、日本の商品を販売するとともに、中国の産物を日本へ輸出した。日本の洋行は次第に欧米洋行に取って変わり、上海と日本との間の輸出入貿易を独占した。日本の財団を強力な後ろだてとした日本の洋行、例えば三井、三菱、大倉等の商社が、日本の主要な商品の対華貿易を寡占していた。このため欧米洋行と中国の商号は対抗のすべがなく、対日本の輸出入貿易では零細な商品に限定された。¹日清戦争の後、上海から日本への貿易額が急速に増加したことは表1に示したように、日清戦争時期には70%を占め、上海が日本との貿易の最大港となっていたことがわかる。

表1 全国、上海対日本貿易額² (単位:千海関兩)

| 年度 | 全国/ 上海 | 中国の対外 貿易総額 | 中国の対日 本貿易額 | 中国全土と上海の 対日本貿易額比率 |
|------|-----------|---------------|---------------|----------------------|
| 1894 | 全国 | 293,750 | 19,719 | |
| | 上海 | 155,084 | 14,998 | 76.1% |
| 1912 | 全国 | 856,246 | 154,877 | |
| | 上海 | 375,596 | 53,625 | 34.6% |

日清戦争の講和条約である下関条約の第六条第四項に見られるように、清国は中国の開港場

¹ 上海市国際貿易学会学術委員会編『上海対外貿易』(上)、上海社会科学院出版社、1989年11月、515頁。

² 上海市国際貿易学会学術委員会編『上海対外貿易』(上)、上海社会科学院出版社、1989年11月、200頁。

における日本人の工業企業の設立権と機械の輸入権を承認した。日本も日清戦争を契機として上海における投資活動を開始した。³上海における日本人の多くの商業活動の中には、大手企業の商業活動のみならず、様々な中、小の商店、会社の商業活動があった。商社等の社員のみならず個人を中心とする商業活動もあった。日本の会社が出資した企業や、日本と中国との合弁企業の商業活動もあった。これらの企業等の経済活動、商業活動を象徴する重要な具体的証拠が当時の新聞に掲載された広告である。

この時期の上海における最大の有力な商業新聞が『申報』⁴であった。1896年から第一世界大戦直前の1914年までの『申報』に見られる日本広告⁵について上海における宣伝の状況を見てみたい。『申報』は、イギリス人 Ernest Major が1872年4月30日に上海で創刊した中国語新聞である。『申報』の「売れ行きは初期でただ六百件であったが、彼 (Major) が1889年イギリスに帰国した時には、売れ行きは十倍に増加した」⁶とされる。このように、『申報』は、当時上海において最大の購読者を持つ中国語新聞となった。日清戦争の後、新聞の政治立場で『申報』の売れ行きは一度下がったが、『申報』の改革につれて、売れ行きが伸張し10,000部を越えた。その『申報』に多くの日本広告が見られる。

そこで、日清戦争直後の1896年から1914年の第一世界大戦前の19年間にわたる貿易港上海における日本広告の全盛期の状況を明らかにしたい。『申報』にはこの期間に内容の異なる日本広告は約1,300件にのぼる。『申報』に掲載された日本広告の広告主には、主に欧米の広告主、上海当地の広告主、日本の広告主の三種類があった。日清戦争の後、上海における日本洋行が急増したことから、その三種類の日本広告の広告主の差が拡大した。1896年から5年ごとに『申報』の1、4、7、9月をサンプルに抽出し、諸広告主の広告掲載の状況を比較し、その図1を掲げた。

³ 高綱博文『国際都市—上海のなかの日本人』、研文出版、2009年3月、16頁。

⁴ 本論が使用した『申報』は上海書店が1980年に影印版したものである。影印版の『申報』は一部分欠損部分があるが、基本的に完璧に保存されたものである。

⁵ 「日本広告」とは、日本に関するすべての広告である。広告主は国籍にかかわらず、日本人、中国人、西洋人でも『申報』に掲載された日本に関する広告を、「日本広告」とした。

⁶ 胡道静『上海の日報』、『上海通志館期刊』(3)、文海出版社、1977年。

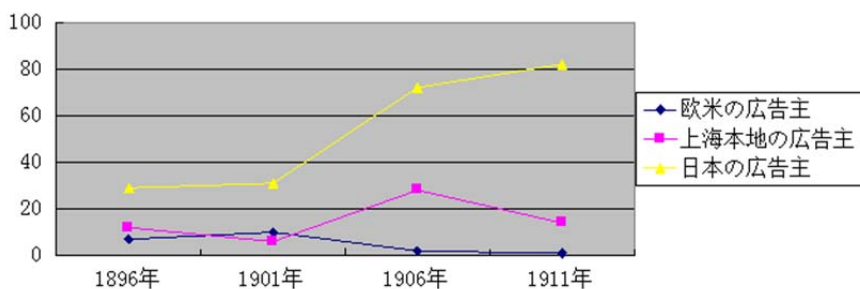


図1 諸国の広告主の人数の比較図

図1からも明らかなように、1896年から1911年までの傾向として、欧米の広告主と上海当地の広告主の割合が低い割合で推移し、とりわけ欧米の広告主の比率は年ごとに低下している。これに対して日本の広告主数は年々増加していたことがわかる。

欧米洋行は『申報』に掲載した日本広告が、1862年に上海で刊行された中国語新聞『上海新報』に掲載された広告形式を継続し⁷、極めて単一な主に商品を競売する内容のみの広告を掲載していた。日清戦争の後、日本の商社が上海貿易の主要な商品の輸出入を寡占したことから、中国で日本商品を扱う商店である「東洋庄」は、零細な商品を輸出入し、小規模な貿易を行った。資本不足のために東洋庄は日本の大手洋行のように『申報』において長期間にわたり多くの広告を掲載することができなかった。『申報』に掲載された東洋庄の広告は主に短期的な広告であり、広告内容は一般的な引越し広告、値引き広告、失票広告等であった。

1896-1914年の19年間の『申報』に見られる内容の異なる日本広告は、1,300件前後にのぼる。そのなかの大部分の日本広告は、日本の広告主によって掲載された。日本の広告主が掲載した広告は、多様化の特徴を示している。日本の諸業種の広告の特徴はそれぞれ異なっていた。

二 日本の紡績製品の広告

19世紀末において日本が対外通商を始めた時期に、中国へ輸出した商品は主に海産物、石炭、銅等の原料産品であった。明治維新後に日本国内の工業が発展するにつれ日本の対中国貿易が迅速に増加し、次第に工業製品の輸出が増加した。1913年の第一世界大戦の直前において日本の対中国への輸出額が12,287万海関両に達し、中国の対外貿易の総額の21%を占めた。とりわけ当時の日本の工業製品の中で紡績製品が重要な位置にあった。日本の綿製品の中国への輸出額が、1913年の日本の対中国の輸入総額の45%を占めた。⁸日本の中国への輸出品の中で紡績製

⁷ 謝薇『「上海新報」にみる日本製品の広告について』、『千里山文学論集』、2010年、126-130頁。

⁸ 上海市国際貿易学会学術委員会編『上海対外貿易』(上)、上海社会科学院出版社、1989年11月、

品をダンピングする傾向が強かったと言える。1913 年における上海の綿製品の輸入量は、上海の輸入商品の総量の 43% を占めたが、後の排日運動と中国の民族紡績工場の発展につれて、上海及び中国の綿製品の輸入量が次第に減少した。1936 年まで上海の綿製品の輸入量は上海の輸入商品の総量の 2.2% を占め、ただ 1913 年の上海の綿製品の輸入量の 5.6% を占めた。⁹

したがって 1896 年から 1914 年までの期間が、日本の紡績製品の中国への輸出額のピークを示した時期であると言える。『申報』には日本の紡績製品の広告がよく見られる。広告の内容から当時の上海において売れ筋の日本の紡績製品は、主に綿の紡ぎ糸、木綿の布地、縐布、真綿、綿ネル、タオル、帽子、靴下、スカーフ等であった。それらの紡績製品の販売ルートは多種多様で、一般的なルートは上海の商店で、日本の紡績製品の販売を代理したものである。代理した商店は、僅かな欧米洋行と東洋庄以外は殆どが日本の商社であった。『申報』第 8555 号（1897 年 2 月 12 日）において吉隆洋行が掲載した広告は典型的な上海における日本商社による紡績製品の代理販売に関する広告である。

新開吉隆洋行經售日本棉紗 啟者茲有日本象塔老牌棉紗歸小行獨家出售加工，選造潔白細勻斤兩放足價比別家公道格外以廣招徠。倘蒙貴商賜顧者至美租界盆湯街橋西首面議可也。¹⁰

（新設の吉隆洋行が日本の綿紗を販売します。啟者、本行は日本の象塔ブランドの綿紗の販売権を独占代理しました。販売する綿紗は真白で細いものです。販路を広げるために価格は他の店よりも廉価です。お客様のご愛顧をお願い致します。アメリカ租界の盆湯街橋の西に来店頂いて面談されても結構です。）

別の販売方法は、日本の紡績工場が上海において設立した支店によるものであった。『申報』第 8346 号（1896 年 7 月 13 日）に、日本の日東洋行が上海に支店を開設したことに関する広告である。

新開日東洋行棉紗批發 本行向運上海頂好白花在大阪設廠，精製上品棉紗不惜工本久遠馳名，運到中國各省均稱貨高價廉。今口設上海分行批發，如蒙貴客賜顧請至法大馬路第三十七號門牌交易，庶不致誤。¹¹（口：印字不明）

（新設の日東洋行は、綿紗を販売します。本社は大阪から一番よい綿紗を上海に輸入しました。販売する綿紗は上品で廉価です。本社は、上海で販売支店を開設しました。お客様のご愛顧をお願い致します。フランス租界の大馬路第三十七号に来店頂いて面談されても

188-189 頁。

⁹ 上海市国際貿易学会学術委員会編『上海対外貿易』（上）、上海社会科学院出版社、1989 年 11 月、198 頁。

¹⁰ 申報社『申報』（影印版第 55 本）、上海書店、第 8555 号（西 1897 年 2 月 12 日、金曜日）、220 頁。

¹¹ 申報社『申報』（影印版第 53 本）、上海書店、第 8346 号（西 1896 年 7 月 13 日、月曜日）、474 頁。

結構です)

また、日本の商人が、上海に紡績工場を開設した方法もあった。『申報』第 14421 号 (1913 年 4 月 2 日) において米華帽子工場が上海に帽子工場を開設した広告である。

米華制帽公司廣告 啟者本廠向在日本精製各種大小冬夏西帽有年，今因貴國辛亥革命創成民國，各界興盈改裝日盛，需用西式各帽均由外洋裝運，估算水腳甚昂以受其虧，本主人有鑒於斯聘請頭等技師數名，創設上海威海衛路制帽工廠，去年素蒙各界讚美而各貨不敷分銷亦甚抱歉。今因新造廠房加添機器，較之去年出貨加增數倍之多，承蒙賜雇至請本廠寫字間面議，其價格外克己以廣招徠而圖久遠。特此佈告 電話二九三〇番 本廠謹啟¹²

(米華帽子会社が広告します。啟者、本工場は日本において各種の帽子を製造した実績があります。去年に本社は上海の威海衛路に帽子工場を創設し、一等の技師を招聘しました。今年は新しい作業場を開設し、新設備を加えました。今年に生産された帽子は、去年より数倍に増加しました。販路を広げるとともに価格は極めて廉価です。お客様のご愛顧をお願い致します。当社にお出で頂いて面談して頂いても結構です)

日本の洋行のほか、東洋庄と若干の欧米洋行も日本の紡績製品を上海に輸入した。『申報』において掲載した広告の数量は日本の洋行のものより遙かに少なかった。『申報』第 8753 号 (1897 年 8 月 29 日) において載亨雜貨抄庄という東洋庄が、日本の紡績製品を販売する広告を掲載した。

載亨雜貨抄庄東洋布雜貨抄庄 本庄專辦東洋各色縐布、絲布、綿布、毛絨布、絨氈毛巾、洋傘及各項雜貨一應俱全，批發零拆價位相宜以廣招徠。倘若定貨貨來快速依期不悞，如光顧請到棋盤街平和裏本莊面議。¹³

(載亨雜貨抄庄の日本製の布雜貨抄庄。本店は、日本産の各種の綿布、絹織物、棉ネル、タオル、傘及び雜貨を販売しています。販路を広げるために価格は極めて廉価です。お客様のご愛顧をお願い致します。棋盤街平和裏に来店され面談して頂いても結構です。)

以上の広告から、日本の商社等は、主に専門的に 1 つの紡績工場の製品の販売を代理していた。それに対して東洋庄は多くの紡績工場の製品を販売し、専門的な代理権を保有していなかった。『申報』における日本の紡績製品に関する広告は、文字広告が主であったが、大部分の紡績製品は、各社専有の商標があったから、日本の商社等は商標の固有性をとても重視した。『申報』には日本の紡績製品の専有商標と偽物に注意する広告がよく見られる。『申報』紙上において日本の商社は、諸外国の洋行と紡績製品の商標の専有権について激しく論争した。その論争

¹² 申報社『申報』(影印版第 121 本)、上海書店、第 14421 号 (西 1913 年 4 月 2 日、水曜日)、403 頁。

¹³ 申報社『申報』(影印版第 56 本)、上海書店、第 8753 号 (西 1897 年 8 月 29 日、日曜日)、747 頁。

の発端は、日本の東興洋行が『申報』第 10844 号（1903 年 6 月 29 日）に掲載した「偽物に声明する」という広告である。（図 2 参照）

聲明假冒 啟者本行專辦鐵錨牌毛巾批發有年，早經四遠馳名貨真價實。近有無恥之徒包上寫實隆洋行鐵錨毛巾□□，發售毛巾上面圖印雖同，其外面紙張各別，貨品比較易辨真偽。今本行已稟明政府，鐵錨牌子獨歸本行行銷，倘貴客購買偽貨察出，誠恐政府充公後悔莫及，特此聲明。如蒙賜顧須認明箱外有□噴東興牌印包面亦有鐵錨藍紙紅印牌子為記，庶不致誤。上海鐵大橋西首日商東興洋行主人啟¹⁴

（偽物について声明する。 啟者、本社は日本の鉄錨というタオルの販売権を独占代理した実績があります。最近、恥知らずな實隆洋行は鉄錨の偽商標があるタオルを販売しました。本社は、既に鉄錨という商標が本社のものであることを政府に報告しています。お客様はタオルを購入する際には真偽を見極めるようお願いいたします。以上、声明いたします。上海鉄大橋の西端にある東興洋行の店主啟）

東興洋行は、日本の鉄錨商標のタオルが中国において有名であることから、デンマークの實隆洋行が鉄錨商標を偽るタオルを販売し、鉄錨商標の専有権を侵害したと考えた。広告では、東興洋行が日本政府に商標の保護を申請し、消費者がもし偽物を買えば、日本政府が没収する恐れがあると伝えた。これに対してデンマークの實隆洋行はその広告について『申報』第 10867 号（1903 年 7 月 22 日）において「決して偽物ではないことの声明」という広告を掲載した。（図 3 参照）

聲明併非假冒 啟者本月初閱申報，載有日商東興洋行鐵錨牌毛巾聲明假冒一節，殊堪詫異。本公司輪船以及行前懸掛之旗均用鐵錨，歷年已久，豈區區毛巾一項假冒牌號。且東興用藍紙紅字，本公司用白紙紅字，顯有分別。各圖各利即東興專利但指日本一處而言，豈有別處利權均可獨擅似此，憑空登報有礙本公司聲名，尤恐貴客懷疑存貨不出，日後再有瓜葛由本公司保護。特廣告以衆周知。大丹商實隆洋行敬啟¹⁵

（決して偽物ではない声明 啟者、本行の主人が月初めに申報を読んでいた時、日本の東興洋行が掲載した偽物について声明するのを奇異に思いました。本行は開業以来、タオルの上に鉄錨の商標があるほか、汽船と洋行の前で鉄錨がある旗幟を掲げました。本行の鉄錨の商標は、東興洋行の鉄錨商標と比べても相違するところがあります。しかも、本社と東興洋行は異なる国家に属することから、東興洋行が言った特許権もただ日本国におけるものである。東興洋行はいわれなく新聞にこのような広告を掲載し、真に本社の評判を損

¹⁴ 申報社『申報』（影印版第 74 本）、上海書店、第 10844 号（西 1903 年 6 月 29 日、月曜日）、398 頁。

¹⁵ 申報社『申報』（影印版 74 本）、上海書店、第 10867 号（西 1903 年 7 月 22 日、水曜日）、576 頁。

ない、本社の販売に悪い影響をもたらしました。周知のために特に広告を掲載しました。
デンマークの實隆洋行啟)



図2 偽物についての声明



図3 決して偽物ではないとの声明

三 日本の出版物と教育機構の広告

明治維新後の日本は“富国強兵”政策を進めたことにより清朝中国は日本に注目した。その具体的な政策が1896年から日本に留学生を派遣したことに見られる。さらに日本の出版物が大量に中国に輸出され、また日本人のお雇い教習も多く海を渡った。このことから当時の『申報』に日本の出版物と教育機構に関する広告も多く見られる。

『申報』の日本の出版物に関する広告は、主に日本の書籍と新聞と雑誌等に関する販売広告である。日本の出版物を販売したのは中国の書店と出版社そして上海における日本の書店と出版社であった。『申報』に頻繁に広告を掲載した書店や出版社は主に修文館、申江堂、日本堂、上海美術工藝製版社、商務印書館、東亞公司、樂善堂等であった。特に商務印書館が掲載した広告の量は最も多かった。広告内容から当時上海において人気があった日本の出版物は政治、経済、法律、科学の分野や教育機関の教科書等に関する日本の現代的な書籍であった。

『申報』第11408号(1905年1月17日)に掲載された「和文漢譯讀本再版出書」という広告は典型的な日本の書籍広告である。

和文漢譯讀本再版出書 我與日本為同文之國，欲謀輸入文明自以學習和文為便，是書初版頗為學界稱許，旬月售盡。惟卒倉成書，不免稍有訛，舛近來各省學堂大都添習東文購者紛來，愧無以應，茲特請前日本高等師範學校教授長尾慎太郎君用最新本詳加校訂，字字斟酌絲毫不失原意，可為初學津梁每部八冊定價大洋一元，本館現印東文法程不日成書，並以附告各

省書莊均有發售。上海商務印書館 漢口 廣東商務本分館全啟。¹⁶

(和文漢訳読本の再版 我国の文字は日本の文字と同じ起源であります。我国の人々が文明を学習するために日本語を勉強し始めたため、和文漢訳読本の初版はすべて売り切れしました。再版は日本の高等師範学校教授長尾慎太郎に校訂を依頼しました。每部八冊であり、価格は1元です。各省の書店で購入できます。上海商務印書館 漢口 廣東商務印書館支館啟)

日本書籍が、上海において販売されるには4つのルートがあった。上海にある日本の書店が日本書籍を上海に輸入して販売する場合、上海の日本の出版社が日本書籍を発行した場合、上海にある中国の書店が日本書籍を輸入した場合、日本の書店が上海の中国書店に日本書籍の委託販売を依頼した場合である。

日本書籍のほかに、『申報』の広告から日本の雑誌が上海に導入された痕跡が見られる。当時東京にあったイースタン・レヴィウ社が、1912年12月29日の『申報』第14316号に「THE EASTERN REVIEW」という広告を掲載した。

THE EASTERN REVIEW 日本及中國政治外交經濟軍事上之英文獨立評論雜誌，與日本文文之外交時報乃姊妹雜誌也。十二月十五日第七號發刊。東京市京橋區弓町八番地 EASTERN REVIEW 社。電話京橋七一二番。毎月二回（一日十五日）。一部十五錢半年一元五十錢。¹⁷

(THE EASTERN REVIEW 日本や中国の政治、外交、経済、軍事に関する英文の独立した評論雑誌であります。日本語の『外交時報』と姉妹雑誌です。12月15日に第7号が発行されました。東京市京橋区弓町8番地、EASTERN REVIEW 社、電話京橋712番です。毎月2回、1部15銭で半年1元50銭です)

また、明治末期には日本において一万人を超えるといわれるほどの多数の中国人留学生が各種の教育機関で学んでおり、中国人の日本留学の隆盛を極めていた。¹⁸『申報』には、日本の教育機関が生徒を募集する広告がよく見られる。早稲田大学の清国留学生部が、1907年7月10日の『申報』第12291号に「普通科募集告白」という広告を掲載した。

日本東京早稲田大學清國留學生部普通科招生告白 本大學定於陰曆本年八月開辦普通科，願入學者務於七月內前來報明，遠地通信亦可。普通科三年畢業後，可以遞進優級師範科（分為數理化學科博物學科教育及歷史地理科三門），或專門部（分為政治經濟科法律科二門），或高等豫科（是系入大學豫備部門，分為政治經濟學科法學科商科文學科四門），詳細章程可

¹⁶ 申報社『申報』（影印版79本）、上海書店、第11408号（西1905年1月17日、火曜日）、99頁。

¹⁷ 申報社『申報』（影印版119本）、上海書店、第14316号（西1912年12月29日、日曜日）、1046頁。

¹⁸ 安部洋『「対支文化事業」の研究』、汲古書院、2004年1月、7頁。

向本大學或上海棋盤街商務印書館取閱。¹⁹

(日本の東京、早稲田大学清国留学生部普通科の募集告白 本大学は、今年の旧暦の八月に普通科を開設します。入学希望者は七月以前に申請下さい。三年後に普通科を卒業する学生が優秀師範科、専門部あるいは高等予科に進学することができます。詳細な案内書は、本大学或いは上海棋盤街商務印書館で受け取ることができます)

以上の『申報』に見る日本の出版物と教育機関に関する広告は主に文字広告であった。

四 日本の医事・薬事広告

日本の各薬局の販売網が東南アジア各国に広がったことから、『申報』にも日本の医薬関係の多種多様な広告が見られる。日本の医事・薬事広告は、主に日本の病院、薬学院、医学院、医療機械、薬に関する広告である。『申報』の日本広告では一番大きな比重を占めた。特に日露戦争の後、『申報』の毎号に幾つかの日本の医事・薬事広告が掲載された。

明治維新後、日本は医学の近代化の時代を迎えた。西洋医学が政府によって奨励され、日本医学の主体となっていった。同時に日本は海外の居留民の衛生施設と医療条件も大変重視したため、上海の日本人の医師や薬局、病院の設備は日本国内と遜色ないもので、日本人居留民の数が増加すると共にその数も増えていった²⁰。『申報』の医事・薬事の広告は大別すると医事広告と薬事広告に分かれる。医事広告が主に上海における日本の病院、医学院等に関する広告であり、薬事広告は主に薬剤と医療機械に関する広告である。それらの2種類の広告には各特徴があった。

医事広告は薬事広告よりも簡単な主に文字広告である。『申報』第12459号(1907年10月4日)に掲載された「日本博愛病院広告」は、典型的な日本の病院の宣伝広告である。

大清光緒二十五年准許創設 日本博愛醫院廣告 本院長綿貫与三郎先生專治内外婦科、産科、兒科、痘科、楊梅、結毒疑難雜症、精理眼科。中西官商過訪請認明本院是荷。上海四馬路二十五號(電話一四九八號)本院謹啟²¹

(大清光緒二十五年(西曆1899年)創立 日本博愛病院広告 本院の院長である綿貫与三郎が内外婦人科、産科、児童科、種痘科、梅毒などの難病や特に眼科を治療することに精通しています。上海四馬路二十五号(電話1498号)本院啟)

この広告のように、『申報』の大部分の日本の病院広告は、読者に病院の住所、治療業務、営

¹⁹ 申報社『申報』(影印版89本)、上海書店、第12291号(西1907年7月1日、水曜日)、111頁。

²⁰ 陳祖恩『上海に生きた日本人：幕末から敗戦まで』、大修館、2010年7月、86頁。

²¹ 申報社『申報』(影印版90本)、上海書店、第12459号(西1907年10月4日、金曜日)、403頁。

業時間、主治医等の基本的な情報を伝えた。『申報』の日本の医事広告から、当時の上海において活動した医師や病院は、原口謙爾、丸橋女医、済華基、岡鍋吉、宮崎牛痘製造院、博愛病院、佐々木病院、渡辺病院、篠崎病院、日本歯科商社上海支店、綿貫病院、上原病院、弘済病院、鈴木病院、中島病院、吉益病院、河端病院、伊藤病院等があった。²²

日本の医師と病院の広告のほか、『申報』において日本の京同仁医薬学校及び中日医学校が掲載した広告が見られる。中日医学校は、日本人が上海において開設した医学院である。『申報』第 12672 号 (1908 年 5 月 11 日) に中日医学校の校長である綿貫与三郎が生徒を募集する広告を掲載した。

中日醫學校招生 學科分豫科本科二科，畢業年限豫科一年本科二年，入學資格十六歲以上二十六歲以下中文通達者，學費膳宿費每年一百廿元，報名費一元入學時於學費內扣還，校址及報名處上海英租界中泥城橋堽靜安寺路二十一號日本綿貫醫院，開學日期本年中曆七月初一日，凡欲知本校詳細章程者至本校事務所索閱可也，遠埠函索者寄來郵票二分亦當寄上。本校校長綿貫与三郎監院陳繼武白。²³

(中日医学校の学生募集広告 学科は予科と本科に分かれ、卒業年限は予科が一年、本科が二年です。入学資格は 16 歳以上から 26 歳以下の中国語ができる方です。学校の住所は、上海のイギリス租界の泥城橋の静安寺路 21 号にある日本綿貫病院です。本学校の事務室で案内書を受け取ることができます。本学校総長綿貫与三郎、監院陳繼武啟)

日露戦争が勃発し、日本の行商の主力営業は薬剤の販売であった。²⁴1905 (明治 38) 年の日露戦争後には、日本の薬商人が上海を拠点として中国に多数進出してきた。²⁵括打薬局が『申報』第 12208 号 (1907 年 4 月 18 日) に掲載した「括打薬房經售日本全國有名藥房八十五家良藥」という広告のように、日本の薬剤は中国へ大量に輸入された。その状況は中国の大生製薬会社が、『申報』第 14930 号 (1914 年 9 月 2 日) に掲載した海外の薬剤と中国製の薬剤に関する広告の中で、「近來東西洋藥品輸入中國日增月盛，內地藥材轉致相形見拙，非真我國藥材不及國外也，實因制藥不得其法耳。(最近、東洋と西洋からの薬が中国に輸入されることが日々増加しています。中国の漢方薬剤の販売がひどく見劣りしています。中国の漢方薬は外国薬剤に及ばないことではなく、実は製薬の方法が、欧米や日本とは異なることです。)」ということを表明した。また広告で欧米と日本から輸入された薬剤は中国の市場を独占した原因は、欧米と日本の先進

²² 第 8156 号(西 1896.1.1)から第 14976 号(西 1914.10.18)までの『申報』の日本広告からみる上海における日本の病院と医師である。

²³ 申報社『申報』(影印版 94 本)、上海書店、第 12672 号 (西 1908 年 5 月 11 日、月曜日)、134 頁。

²⁴ 入江寅次『邦人海外発展史』(下) 原書房、1981 年 12 月、138 頁。

²⁵ 陳祖恩『上海に生きた日本人：幕末から敗戦まで』、大修館、2010 年 7 月、93 頁。

的な製薬の方法であると言及したことから、日本の薬剤が中国市場において活況を呈していたことが分かる。

簡単な文字広告を主にした日本の医事広告と比べ、薬事広告は読者を引き付けるため広告形式や宣伝技術をととても重視し、最大の宣伝効果を出すため、有名人広告、公益広告、イベント広告、顧客の感謝広告、絵物語広告、写真広告等の宣伝技術を利用した。しかも、大部分の薬事広告は薬剤の登録商標を添えたことから、ある薬剤の商標は当時の上海民衆に熟知されていた。(図4参照)



図4 日本の薬の商標図

『申報』において日本の薬剤を販売した二人の広告主が、商標権について2ヶ月間の激烈な広告戦を展開した。『申報』第12646号(1908年4月15日)に日本の老順春堂薬局の薬剤を代理販売した上海の席裕麟が「起死回生靈寶丹商標の偽物に注意」という広告を掲載した。

慎防假冒起死回生靈寶丹商標 日本富山市老順春堂起死回生靈寶丹商標歸上海英大馬路壽康裏三百三十號席公館裕麒總經理，並無再設分舖原牌真藥不日運載來滬開售所。有本埠珊

家園丸三大藥房出售之靈寶丹並無席公館經理字樣，決為冒牌贗品。但是藥垂創已，以及千
年起死回生活人無算各國各省各府各州各縣遠近批發諸君亟宜慎重辨別，留心冒牌以扶助世
界衛生之進步，除稟明本管總領事衙門存案並嚴杜偽冒按律懲辦外恐未周知特此預告。日本
富山市老順春堂藤井仙鹿翁水野正太郎暨英大馬路小菜場對面壽康裏三百三十號席公館同報。

26

(「起死回生靈寶丹」商標の偽物に注意 日本の富山市にある老順春堂の「起死回生靈寶丹」
商標の代理権は、上海イギリス租界大馬路寿康裏 330 号席公館に属しています。上海の珊
家園丸三藥局が販売した靈寶丹には席公館經理という文字を書いていないことから、絶対
に偽物です。本館は総領事に申請したほか、周知するために新聞で広告を掲載しました。
日本富山市老順春堂藤井仙鹿翁水野正太郎と上海イギリス租界大馬路寿康裏 330 号席公館
啟)

日本の老順春堂藥局の「起死回生靈寶丹」の商標は上海の席裕麟に属し、上海の丸三藥局が
偽物を販売したことから、席裕麟は上海の日本の領事館に届け出た。二日後に、日本の老順春
堂藥局は、『申報』第 12648 号(1908 年 4 月 17 日)において「老順春堂藥局の起死回生靈寶丹
の商標は上海の席裕麟に属する」という声明を掲載した。これに対抗して丸三藥局は、当日の
『申報』の同じ紙面に「上海珊家園丸三靈寶丹の声明」を掲載した。

聲明上海珊家園丸三靈寶丹 本藥房發售之丸三靈寶丹功效獨出靈驗非凡，經大日本政府農商
務省特許局准錄商標，別人不得假冒運華銷售。久為中國各省仕商所信服，即孩稚婦儒亦無
不知，上海珊家園丸三藥房之丸三靈寶丹為夏令藥中之聖品。迺近有人捏造黑白顛倒是非，
指名登報損害名譽實屬膽大妄為。恐係小人貪利籍以招徠用，特聲明海內諸君幸勿為其所愚。
倘再有不恥之徒怙惡不悛，除稟請本國總領事照會華官嚴究外，所有損失為登報者是問，毋
謂言之不預也。予本國人售本國藥各有許可權，豈與本國人假他國名而騙同胞者有霄壤之別
也。海內明哲當亦諒之。大日本帝國荻原老藥房總經理上海珊家園白克路四十二號丸三大藥
房報告²⁷。

(上海珊家園丸三靈寶丹の声明 本藥局が販売する「丸三靈寶丹」は日本政府の商務省特
許局に商標を登録しました。中国の各省において誰でも「丸三靈寶丹」は夏の薬の聖品で
あるということを知っています。最近、ある人が新聞において本藥局の評判を損ね、事実
を歪曲しました。海内外の諸君は小人に騙されないように特にこの広告を掲載します。上
海珊家園白克路 42 号、丸三藥局報告)

²⁶ 申報社『申報』(影印版 93 本)、上海書店、第 12646 号(西 1908 年 4 月 15 日、水曜日)、617 頁。

²⁷ 申報社『申報』(影印版 93 本)、上海書店、第 12648 号(西 1908 年 4 月 17 日、金曜日)、643 頁。

老順春堂薬局は、『申報』第 12653 号(1908 年 4 月 22 日)において「駁丸三灵宝丹告白荒謬」という広告を掲載し、『申報』第 12655 号(1908 年 4 月 24 日)に掲載した「老順春堂灵宝丹運滬批發緊要廣告」で、再び「丸三灵宝丹」は「起死回生灵宝丹」を偽ったと言及した。丸三薬局はまた『申報』第 12672 号(1908 年 5 月 11 日)に掲載した「丸三灵宝丹為夏令急救之良剂」の中で「丸三灵宝丹」の商標権の独自性を重ねて述べた。この論争の終結は、席裕麟が『申報』第 12707 号(1908 年 6 月 16 日)において「起死回生灵宝丹」の商標図がある広告を掲載したことで終息した。

以上の 3 種類の日本広告のほか、『申報』に日本の化粧品、服装、金融、輸送、煙草、機械、保険、雑貨等に関する広告がよく見られるが、それらは主に簡単な文字広告であった。

五 おわりに

上述したように、1896 年から 1914 年までの 19 年間に発行された『申報』は、すべて 6,895 号になり、そこに掲載された様々な日本広告は 1,300 件前後にのぼる。これらの広告主は、日本の広告主が圧倒的な部分を占め、欧米や上海当地の広告主は極めて少数であった。これは、日清戦争後の日本の資本主義が急激に発展したことにより、日本の大手会社は日本の主要商品の対上海への輸出貿易を独占し、初期の欧米洋行が日本と上海との貿易を寡占していた局面を変えたためであった。

『申報』に見る日本広告の内容から、当時上海において日本人が従事していた業種は御売り、小売り、医療、出版、運輸、教育、製造、金融等であったことが分かる。とりわけ紡績製品、出版物と教育機構、医事・薬事の 3 種類の広告は『申報』における日本広告の大部分を占めた。日本の紡績製品広告は文字広告を主に紡績製品の販売の宣伝に利用し、一部分の紡績製品広告は製品の商標権の独自性をとても重視した。『申報』において日本の広告主は他の広告主と商標権についてしばしば論争している。日本の出版物と教育機構広告は教育機構の募集、出版物の目録や出版物の発売の予約等が主要な内容で、大部分は文字広告である。『申報』によく見られる日本の出版物は教科書、科技、文学、法律、経済、社会等の分野の本である。日本の医事・薬事広告はほかの種類の広告と比べ、もっとも宣伝技術と広告の形式を重視した。殆どの薬事広告は薬剤の登録商標を添え、長期的に『申報』に掲載された。しかも、同業者と商標権、製品の代理権について激的な広告戦を展開した。

日清戦争前に『申報』に掲載された日本広告は、主に日本の伝統的な商品や原材料であった。しかし日清戦争後の日本広告は様々な商品、とりわけ紡績製品、薬剤、機械、タバコ等の工業製品の宣伝広告が主流となった。この日本広告の変化は、日中貿易の商品構造の変化と大いに

関係があると、同時に上海の『申報』に掲載された日本製品の広告にも時代性を色濃く反映していると言えるであろう。

附記 謝薇：中国南昌大学新聞与伝播学系講師。本論は、中国南昌大学新聞与伝播学系教員の海外派遣による研究成果の一部である。