

「日中近世の商業文化と商人精神の比較 —近江商人と山西商人を中心に—」

郎 琅氏

亜細亜大学アジア・国際経営戦略研究科博士後期課程

Comparison of Commercial Culture and Merchant Spirit in the Early Modern Period between Japan and China —Focusing on Omi Merchants and Shanxi Merchants—

Lang Lang

Abstract

In order for entrepreneurs to establish management philosophy and management strategy to respond to globalization, it is a necessity to study commercial culture and merchant spirit of each development stage in the past. The early modern period was an important historical turning point in history that may be said to be the origin of modern commercial culture. So it is worth studying from Edo period in Japan and Ming-Qing period in China as background of the times. In this paper, upon this background, the author chose Japanese and Chinese thinkers who had great influence on commercial culture in the early modern period, and compared the “asceticism” in respective countries which was recognized as the driving force of industrial development and analyzed the merchant spirit of representative merchants and traders.

Keyword

Merchant spirit, Ishida Baigann, Merchant road, Omi merchants, Shanxi merchants

キーワード

商人精神, 石田梅巖, 「賈道」, 近江商人, 山西商人

はじめに

企業家は、所属企業のみならず、社会の経済、文化などの「革新」と「創造」にも極めて重要な役割を果たしている。現代、異文化摩擦の対応や急激な社会変容に従って、様々な企業の不祥事が社会問題化するにつれ、企業家精神が改めて注目されるようになった。そして、現代企業家がグローバル化に対応する上で経営哲学や経営戦略の制定を理解するためには、過去の各段階の社会変容における商業文化と商人精神、商人の経営思想・理念を研究する必要性があると考えられる。商人精神は、商業を営む人の物事の最も根本的な意義、真の目的、理性・理念であるものとする。

商人精神は一般的に商人の家訓、遺訓、教育などとそれに基づき形成した行動様式から反映した経営思想と言える。近世は、近代社会商業文化の源流と言われても良いくらい、商業歴史上における重要な時期であったと考えることから、時代背景としてそこから商人精神を研究するに値するものである。しかも、先行研究によれば、日本と中国のそれぞれの商業文化の研究は豊富であるけれども、比較的な視点からみる近世の商人精神を切り口としての分析はまだ十分ではない。本稿は、その議論の背景下で、近世における商業文化に大きな影響を与えていた日中思想家を取り上げ、近世日中の商業文化の特徴を説明するとともに、商業思想家によって提出された商人倫理を商行為の中で実践

された日本近江商人と中国の山西商人の商人精神を分析したい。

1. 近世の時代区分と諸概念

近世の定義は諸説がある。

日本史では主に江戸時代（1603-1868）を指す。江戸時代は1603年徳川家康が征夷大將軍に任じられて江戸に幕府を開いた時から、大政奉還がされた1868年までとする。1853年黒船来航と1854年日米和親条約の締結に始まる開国から明治維新までは幕末と思われる。

中国では明清時代（明1368-1644、清1644-1912）から1840年アヘン戦争と1842年南京条約の締結までが近世だとするのが一般的な認識である。その後、中国の近代化の歴史過程へと歩み始めた。

日中両国における伝統的な農業国から近代国家への移行の中で、商業の面の比較の価値は高いと考え、本研究は日中の近代化の道へ歩む前の時代である近世の視点から日中両国の商業文化と商人精神を把握する。従って、近世というより、アーリー・モダンとして17世紀から19世紀中期までの日本の江戸時代と中国の明清時代における商業文化と商人精神を中心に叙述しようとする。

商業文化は、文化の一部分であり、人間がある社会組織の成員として経済活動を行うことによって形成した精神的なものと言えよう。

商人精神は、商業を営む人の物事の最も根本的な意義、真の目的、理性・理念であるものとする。商人精神は一般的に商人の家訓、遺訓、教育などとそれに基づき形成した行動様式から反映した経営思想と言える。

商業文化と商人精神は、相互作用関係がある。本稿では、日本の江戸時代、中国の明清時代における社会に広がった商業に関する思想とその影響を通じて商業文化を検討する。その上で、当時の代表的な商人、すなわち日本の近江商人と山西商人を取り上げ、日中近世の商人精神を理解しようとする。

2. 日本の江戸時代の商業文化と近江商人

2-1 江戸時代の商家経営

1603年、日本の政治史上の江戸時代の始まりである。江戸時代は幕府統治であり幕藩体制の封建制の時代とも言われる。経済面では、農村における経済発展に支えられて都市の成長も続いたが、鎖国によって経済発展や科学技術において西洋より進歩が大きく遅れた。

しかしながら、歴史上では「近世」と言われる江戸時代は政治、社会、経済、文化において「近代」の萌芽とも見られる。宮本（2007、pp.2-4）には近世社会の特質に関す

る以下のように纏めた。「第1は朝廷・公家および寺社などのいわゆる古代勢力の後退が決定的となったことである。宗教勢力の衰退に代わって、世俗の経済的価値や法則が人々の行動様式に強い影響を与えるような社会が登場することとなった。第2に、戦国時代を通じて近世大名による領国支配が進み、分散割拠的な所領支配が崩れて、経済活動の広域化が実現したことである。第3に、人々の生活空間が大きく変貌したことである。穀物供給の安定化は農地穀離れて町場で定住して商工業を営む人々の存在を許容することとなり、都市の発達を支えたのである。第4に、士農工商という身分制は分業関係の成立を意味した。第5に、中国と西洋の影響を最小限にとどめて、国家の自立を測ろうとする鎖国の論調が現れてきたのである。第6に徳川幕府による幣制の整備によって初めて国内通貨が統一されたことである。」当時は、幕藩領主は土地の所有権を持ち、土地販売は禁止であったが、近世大名による領国支配が進み、参観交代によって経済活動の広域化が実現した。また、商品農業と家内制手工業が発展し、江戸中期には大阪の統一市場が形成した。この時代は、R. N. ベラー（2014、p.52）によれば「武士階級の貧窮化と商人の富裕化、公家、僧侶や武士よりも、むしろ町人階級に適した新しい美術や芸術文化の興隆」などの特徴があった。そのほか、16世紀からヨーロッパ人の登場によって、東アジアの孤立性が破られ、ヨーロッパ学問、技術、宗教などが日本の固有文化と融合し、特に17、18世紀においてオランダ、スペイン、ポルトガルの南欧文化が日本に大きな影響を及ぼした。

商家経営の方面では、宮本（2007、pp.13-18）によれば、江戸時代の初期に活躍した商人には、中世以来の間、問丸、座商人、朱印船貿易家の系譜をひく商人が多かった。例えば、今井宗久、茶屋四郎次郎、淀屋常安、島井宗室、紀伊国屋文左衛門、奈良屋茂左衛門などである。彼らは「初期豪商」「初期特権商人」と呼ばれる。しかし、17世紀後半、鎖国制度により海外貿易が縮小したことや、士農工商の身分秩序の浸透とともに、半士半商的性格を持つ彼らへの領主階級からの規制が強まったことなどが原因で、初期豪商の商権には衰えが見られるようになった。一方、17世紀後半までに商・職人は城下に移住し、城下町商人となった。城下町を中心として領国経済の形成に伴って、京都、大阪、江戸のような中央都市の展開が見られた。江戸後期、三井・鴻池・大丸・白木屋、あるいは近江商人・伊勢商人の都市大店が成立し、それにそれらは地方に支店組織を持つことになった。本店-支店間の複雑な経営業務を集権と分権の組み合わせで管理するための、財務管理や商品管理、労務管理のシステムが組み立てられるこ

とになった。こうした経営管理組織は、大都市の大商家だけに成立した訳ではなかった。広く他の地方へマーケティングを行った経営体も、こうした経営方式を導入していったのである。つまり、江戸時代の商家は「初期豪商」、「初期特権商人」から、城下町商人へ移行した。そして、三井・鴻池あるいは近江商人・伊勢商人は複雑な経営管理組織を形成し、専門商人となった。同時に、三井家、鴻池善右衛門家、小野家などのような共同企業でより一般的に見られたのは同族的結合であった。また、当時の商家は経営の理念、目的、方針など多彩な表現で形成した家訓の中に、創業者の子孫まで商いを引き継いでいく家業の繁栄を目指していった「正直な商い」などが表れている。例えば、三井家の家訓は以下のようである。

1. 単木は折れやすく、材木は折れ難し。汝ら相協戮輯睦して家運の強固を図れ。
2. 各家の営業より生じる総収入は、一定の積立金を引去りたる後、始めてこれを各家に分配すべし。
3. 各家の内より一人の年長者をあげ、老八分と称してこれを全体の総理たらしめ、各家主は皆老八分の命を聞くべきものとする。……
4. 同族は相争うなかれ。
5. 堅く奢侈を禁じ、厳しく節儉を行うべし。
6. 名将の下に弱卒なし。賢者能者を登用するのに最も意を用いよ。舌に不平怨嗟の声なからしむように注意すべし。
7. 主人はすべて一家のこと、上下大小の区別なく、すべてに通じる事に心がけるべし。
8. 同族の小児は、一定の年限内においては、他の店員待遇をなし、番頭・手代の下に労役せしめて、決して主人たるの待遇をなさしめたるべし。
9. 商売は見切り時の大切なるを覚悟すべし。
10. 長崎に出て、外国と商売取り引きすべし。¹

経営方式においては、江戸時代の商家はほとんど個人企業の形態で、合本結社 (joint-stock company) の形態は一般的にさほど成立しなかったと言われる。江戸期の大商家では、支配人・番頭など上級の雇用経営者に経営委任を行う慣行が広く見られた。主人や支配人・番頭の独断を排するため、合議制による意思決定を重視した商家が多かった。宮本 (2007, p.61) は「三井や鴻池では、家訓において、毎月の寄合の日を決め、重要事を合議で決めるという条項があり、またこの寄合の際には、家訓や店則が一同の前で読み上げられたという」と指摘した。

以上は、政治、経済、社会文化、さらに商家経営などの

方面からみる江戸時代の特徴である。これは商業文化のベースとして検討すべきだと考えられる。

2-2 「石門心学」にみる商業文化

日本の社会行動の規範は言うまでも無く儒教倫理と密接に関連している。勿論、日本の神道、固有な民俗文化などの要素は特有な日本文化の構築を形成しているが、近世、近代の商家経営と理念の本質から見ると、儒家思想は確かに極めて重要な役割を果たした。日本特有な文化や宗教の分析する先行研究も多く、その中でも日本が近代化における宗教の役割を論じた R. N. ベラーの『徳川時代の宗教』は日本論に関する最も有名なものであった。その中で日本の「町人の実践哲学」、日本商人精神の原点の先駆けと呼ばれている石門心学を分析し、石田梅巖 (1685~1744) が唱えた「禁欲主義」は商人階級に大きな影響を与えたと指摘した。

石田梅巖は、日本の江戸時代に商業文化に大きなインパクトを与えた思想家である。日本の近世商業文化を分析する時、石田梅巖が唱導した商人階級の経済倫理とその商業文化への影響から説明すべきであろう。

石田梅巖は、農民として生まれ、商人として働き、最後には私塾の教師として身を立てた。11歳から商家に勤めていた時、奉公しながら、神道の勉強や儒者たちの聴講と読書などに励み、自分自身の内面的な問題を探求していた。44歳の石田は神道・儒教・仏教の三教を学んで上で、自ら求めた道を商人の道德意識と「天、地、人、心、物、性、原理の全て同等な物」の提唱など独特の哲学である「石門心学」を創立し、塾を開く。その思想は都市から農村まで、武士や大部分が商人階級の間に浸透した。とりわけ、黒田 (2016, p.50) は石田梅巖が1739年に書いた商業に関する著書『都鄙問答』は実際の対話の形で編集し、毎日の人々の問いに対する石田の哲学を取り扱うものであったと指摘した。その中に、商人の社会的機能、商人の存在意義、商人の道德・生活の改革についても論じた。

その上、石田が商人の不道德的な者に警告を与え、商売商業尊重論を展開した点は、現在でも企業家や経営学者に評価されているところである。種 (2009, pp.88-91) の研究によれば、商売人の神様と尊称された松下幸之助の経営思想と稲盛和夫の経営哲学の一部分も石田梅巖の思想の影響を受けたことがわかった。石田梅巖は商人階級の代弁者とよく言われ、石門心学は「町人の実践哲学」として現代でもよく検討され、日本商人精神の原点、日本 CSR (Corporate Social Responsibility = 企業の社会的責任) の先駆け²と呼ばれている。

石田が商業文化に影響を与えた内容を本稿では以下のよ

うに分析する。

第一、R. N. ベラー (2014, pp.309-310) によれば、商人の代弁者としての石田梅巖は「利を得ないのは、商人の道ではない」という利益の観念を強く正当化するとともに、正当な利益と不正な利益の「悪」を明瞭に区別する思想をもっている。つまり、商人は自分の正当な利益を図るのは当たり前であることを強調している。

日本の江戸時代において、なぜ「商人の正当な利益」を強調するのが当時の商業文化において重要なのかというと、士農工商の身分制度は相変わらず存在しているからである。中国の儒教思想は日本の倫理に与えた影響が強く、学問、徳、忠誠心及び人民を支配する責任は、全て士の思想の中の重要な構成要素であった。この儒教思想は経済的なものまで含むようになったことで、少なくとも利潤嫌悪の要素を持っていた。だが、それに対して、石田梅巖の商人に関する有名な見解は以下のようなものである。

「武士のみが『臣』ではない。農民は田舎の『臣』であり、商人や職工は、都市の『臣』である。皆一様に、等しく献身して、奉仕しなければならない。これらの階級は、それぞれ、共通の目的のために、定められた任務を果たす³。」目標達成の価値が支配的である日本に特有な社会観である。石田梅巖は、この社会観念に基づいて、商人は他の階級と同じように働き、そして『臣』という価値を実現すると代弁し、商人階級を熱烈に擁護する。

第二、石田梅巖の思想の中のそういう「禁欲主義」は重要な宗教的教えであり、商業道徳をしっかりと確立させた。吉田 (2010, pp.117-119) は「梅岩は、人々は、勤勉、儉約、施行によってこの秩序を維持すると共に、叡智、勇気、忍耐によってこの秩序の老化を防いで行く義務があると述べる」と述べた。先行研究により、梅巖の唱えた「禁欲主義」と商人精神と関連する部分を本稿では以下のように纏めた。

- 1) 勤勉と儉約を強めている。
- 2) 公の道徳的義務と私的な利益のバランスを取る。
- 3) 利己的な心を排除する。

第三、「商人階級が、国体の内部で、正当な位置を占めているのであり、忠誠、無私の献身などの中心価値を体現し得る、という主張は商業及び産業の追求は、国家に対する忠誠の一形式である⁴。」したがって、すべての階級は同じなのであり、商人は武士や他の何人とも同じように、「商人の利は武士の俸禄と同じである」と訴え正当利益の尊重や名誉ある地位を保つのが重要であるとする石田梅巖の思想は心学運動に従って、社会に広く語りかけた上、商業文化にも影響を与えた。

以上により、「商人の正当利益の強調」、「禁欲主義の商

業道徳の実践」、「商人社会の価値の体現」という三つの方面から近世日本の商業文化の特徴を概観した。

2-3 近江商人の経営と商人精神

近世の思想は豊富であるが、石田梅巖によって提出された商人倫理を商行為の中で実践されたのは近江商人である。井口 (1995, pp.2-3) によれば、近江商人は日本資本主義の原郷と言われ、近江商人の経営と理念は現代 CSR 経営の先駆と認識された。

周知のように、近江商人は12世紀末の鎌倉時代から近代にかけて活動した近江国(滋賀県)出身の商人である。江戸時代における、近江商人は大阪商人、伊勢商人と並びに日本の三大商人と呼ばれている。

江戸時代に入ると近江出身の商人は徐々に活動地域や事業を日本全国に拡大させ、中には朱印船貿易を行う者も現れた。幕末から明治維新にかけての混乱で没落する商人もあったが、西川産業のように社会の近代化に適応して存続・発展したのも少なくない。例えば、西武グループ、伊藤忠商事・丸紅、住友財閥、トヨタ自動車、日本生命保険⁵など、今日の大企業の中にも近江商人の系譜を引くものは多い。

近江商人の勃興について上村 (2000, pp.648-649) はその著書『近江商人の経営史』の中で以下のように指摘した。「主に近江商人が日本で人口が多く土地が狭小な地域に属しているため、庶民は農業と漁業だけに頼っては生存していけなかったからである。地理的条件から見ると、近江は日本のほぼ中間に位置し、しかも当地は麻布、蚊帳、漆器、薬剤、茶などの特産物に恵まれていた。また歴史的に商売で成功した人物を多く輩出し、さらに多くの人が行商を志す上で先導的な役割を果たした。」これによって、地理的な利を得ていた近江商人は行商として勃興する要因の一つであった。

また、周 (2010, p.47) によれば、当時の近江地域は藩主の交代が頻繁で、土地領属関係が複雑であり、藩主の変化は常に政策上の変化をもたらしていたこと、城下町の発展はその影響を受け、商人が地域外に出て商売することを促した。従って、商業機会の面から見れば、政治との関係もある。

末永 (2011, pp.12-30) は、近江商人と呼ばれた商人達の家訓や遺言の中には、社会的な責任と利益に対する禁欲的な姿勢が伺えると指摘した。

例えば、西川甚五郎家の家訓「第一家内睦まじく致し、同店随分親しく致し、家業等専一に懈怠なく奉公出情致し申すべく候。付き、商内事、諸品吟味致し、薄き口銭にて売り捌き、譬船間の節にても、余分口銭申し請けまじく

候、すべて世間に害なること致すまじく候事。」⁶この中に、お互いに和睦で家業に励むこと、余分なお金を得られなくて全体の利益を考えると世間を害する行為をしないことがある。言わば、禁欲的な思想である。

また、近江商人の「薄利広商」の座右の銘や奉公精神、社会の一員意識などの理念も文献の中にもよく記載されている。その中で最も代表的なものは「三方よし」の「売り手よし、買い手よし、世間よし」という近江商人の経営哲学である。近江商人の「売り手よし、買い手よし」については商売の前提としているかもしれないが、「世間（地域）よし」という「公と個人の利益のバランスを保つこと」を体現し、当時の近江商人の自己克服という悟りと集団の目標に貢献する精神があると感ずる。

松原（2013、p.45）は、「『利真於勤（利は勤むにおいて真なり）』も近江商人の根底に流れる考えで、これは政治権力との結託による暴利や買占め、売り惜しみによる荒稼ぎをせず、商売本来の取引によりよく努めて得た利益が、真の利益であるという意味です。」と纏めたが、これは、利己的、あるいは貪欲な心を放任せず、根源的な心を守ると言う精神であろう。近江商人の商人精神の中に、倫理、地域社会の意識を体現した。

3. 中国の明清時代の商業文化と山西商人

3-1 明清時代の商家経営

内藤（2015、pp.17-35）によれば、中国近世の政治上には、宋以後、徐々に中古時代の貴族政治から君主独裁政治が発達して、明清時代には完全な独裁政治となった。明清時代は中央集権式統治体制である。経済面では、宋代に入って、貨幣経済が盛んになり、明清時代には実物経済に代わって貨幣経済の傾向がますます増大した。社会経済基礎は小農経済であった。は封建地主階級は主に貴族地主、豪族地主、一般地主（商人地主、農民層の富裕階級）から構成された。当時の社会経済基盤は、個別小農業と家内手工業が緊密に結びついていることであった。文化的な方面からみる文学の形式も自由な体裁に変化し、音楽、芸術も貴族的なものから平民的に自由的に変わってきた。

周（2010、pp.41-48）の研究によれば、当時には中央集権専制統治のもとにあっても、「重本抑商」（農業を重んじ、商業を抑える）という思想は長く歴代統治者の治国の大計とされ、商人は社会からの差別を受け続けていたが、彼らの存在は社会にとって必要不可欠なものでもあった。国際貿易の方面では、清朝は中国商船の長崎貿易は認められていた。『アジア史概説』（中公文庫1987年）によれば、清朝は康熙帝から乾隆帝までの三代の間に、内部での安定と平和維持という点では、中国歴史上のどの王朝にも勝っ

ていた。

中国明清時代の商人は、遠距離行商、牙商、広州十三行、⁷銭荘と票号商人、店舗商人などである。その中で遠距離行商であろうと票号商人であろうと山西商人はもともと有名であった。経営方式から見れば、明清商人の高度な合理化は「伙計」制度と商業算術及び「薄利多売」から体現できる。「伙計」制度は明清商業の発展に対し特殊な重要性を有している。余（1991、p.221）の研究によれば、「伙計」制度の特徴は第一に、これは全く新たな、しかも普遍的な制度である。規模と組織からいっても、中国史上に全く前例のないものである。第二に、大商人と「伙計」とは、はっきりいうと現代の「老板〔主人〕」と「雇員〔店員〕」の関係にある。第三に、「伙計」は大体みな親族の子弟である。この事実は、「明清の商人がいかにして一方で伝統的な文化ソースを利用し、一方でまた古い宗族関係を転化して新しい商業組合としたかということ」を、ぴったりと説明している。これはまさしく中国の伝統から現代にいたる一種の過渡的な方式である。そして、「伙計」制度は中国の経営管理階層の前身といえることができる」と余（1991、p.222）は指摘した。

その上、明清の商人は儒家思想の道徳的訓戒を「語録」、「格言」などの形で表現し日々の生活に重んじている。この倫理の中で、主に「誠信」「不欺」を中心として強く強調している。例えば、中国の金融業「票號」の創業者雷履泰（1770-1849）の商訓は「貨殖高賢義為本、魚塩大隠誠作根」である。元々は「魚塩中有大隠、貨殖内有高賢」である。「貨殖」は『論語・先進』から出典し、「利益」という意味である。「漁塩」は『孟子・告子下』から出典した、「市場」という意味である。即ち、商人は「義」と「誠」を基本として信じ尊重しなければならないという訓戒である。

3-2 「賈道」にみる商業文化

近世の商業文化を理解するため、歴史から商人の跡をたどる必要があると考える。

中国の商人階層は、早くも「殷朝」（公元前1600年-公元前1046年）にはすでに歴史の舞台に登場していた。中国の「殷朝」は「商朝」とも呼ばれている。商朝の人が物の交換・売買に従事し始めて以来、貿易に携わる人々は商人と呼ばれるようになった。¹⁰その後、春秋戦国時代の有名な商人は、管仲（約紀元前723年-紀元前645年）、范蠡（紀元前536年-紀元前448年）、「商祖」と言われた白圭（約紀元前370年-紀元前300年）、呂不韋（紀元前292年-紀元前235年）などである。秦漢以後も商人は大きく社会的に活躍していた。余（1991、p.152）は「宋以後の士は多く商人の家庭から出て、士と商の境界線はもはやはっきりと引

くことが不可能になっている。商業の中国社会における比重がますます増加しているため、才知のある人物が次第に商業界に吸引されてしまっている。」と述べた。そして、「商人が多く士の中から出自しただけでなく、士も往々にして商賈の家庭の出身であった」と余（1991、p.7）も指摘した。

余（1991、p.4）は中国の宋明以後の新儒教からはじめ、明清の時代になって中国の儒家論理が当時の商業発展に対し推進的な役割を發揮したと論じた。新儒教とは、宋明以後の新儒教の中にはすでに佛教の要素、とりわけ新禅宗の影響が吸収されている。宋明儒学は、比較的ととのった心性論を打ち立てた。とりわけ、中国明代の儒家であり、心学の集大成させた王陽明（1472～1529）である。

中国の商業文化を遡るなら、一番影響が大きいのは、王陽明（1472～1529）を思い浮かべるはずである。その思想は、清朝にも受け継がれ、今でも注目されている。森（1994、p.179）は日本の明治維新に貢献した志士たち、例えば、吉田松陰、高杉晋作、西郷隆盛などに陽明学を唱える者が多かったと述べた。王陽明の哲学理論は今も学問的評価が高く、現代企業家の中でも、修行の指導思想として尊敬されている。

王陽明は「四民は業を異にするも道を同じく」や「士と商は術を異にするも心を同じく」と言い、商人の身分を正した。確かに、明清以来、王陽明（1472～1529）や李夢陽（1473年～1530年）のような思想家・文学者が、商人のために墓誌銘を書き始めた。その後、孫（1996、p.46）は明末大思想家劉宗周（1578年～1645年）の弟子陳確（1604年～1677年）、張履（1792年～1851年）などの思想家は「治生説」¹¹を宣揚し、商業に携わっていた人たちに理論の根拠を与えたと指摘した。明清時代の重要な文集の中には商人に関する記載が多くなり、その中で「良い商人は立派な儒者に劣ることはない」というイデオロギーが形成し、余（1991、p.215）は当時の商人の心理は、自分も立德、立功、立言「三不朽」の大人物と同じように「不朽」でありうると信じていたと述べた。さらに、孫（1996、p.46）によると、「仕えて優なれば則ち学ぶ。学んで優なれば則ち仕う」という教条から突破口を開き、「儒を捨てて賈に就く」は明清の商品経済の雰囲気の中で時代の気風になっていったことがわかった。従って、「良賈」と「閔儒」とは商人の価値体系の中で、同じようになったことが分かる。それによって、明の時代にすでに商人たちの正当利益は承認され、商人の地位が高くなった。

余（1991、p.5）は明清の商人に関する文献研究を通じて、「明清には、商と士も間の相互の流動が非常に密接なものに変わり始めたであり、士農工商という伝統的な秩序

は、次第に士農工商という新しい秩序に変わっていった」と指摘した。つまり、士農工商の社会秩序は中国社会の階層を描く時によく言われたが、実は中国の商人階層は明清から、自己のイデオロギーを明確に形成し、身分は中国の社会的価値体系の中で正式に上昇した。さらに、余（1992、p.190）は明清の重要性を文集の中に商人にかんする多くの例証を記載し列挙することを通じて、「克勤」、「克儉」、「敬業」、「格物致知」、「読書明理」、「天下をもって己が任と為す」などの禁欲的な商人精神があることを証明した。

中国の商人精神は昔から経済繁栄という「合理性」をもたらしただで、事業の価値という「世俗内的禁欲」の精神的な方面も有している。余（1991、p.193）は明清の商人による儒家思想の道徳的訓戒「語録」「格言」などを分析した結果、商人倫理の来源は儒家倫理であり、儒家思想は社会各方面の規範秩序の基礎であると論じた。また、儒教の倫理道徳観念の「儒」と商業に関する「賈」の関係について、余（1991、p.213）は以下のように述べた。

「いわゆる『儒』と『賈』の関係は、必ず二つの次元に別けて理解しなければならないということが知られる。第一の次元の『儒学』とは、商人の一般的知識と文化的教養を指すものであり、経、史、子、集の各方面を包括している。第二の次元は、儒家の道徳規範が、商人の実際行為に対して發揮された、直接あるいは間接的な影響である。」¹³

ここで論じた「賈」の儒教の倫理道徳観念は明清時代の商人が「賈道」というように認識していた。すなわち、商人が倫理道徳を重んじて正当な利益を追求する上で、何か有意義なことや精神的なことも重視すべき。もちろん、どのような方法で有効的に販売の目的を達成することの意味も含まれるが、この外に当然、世俗的な動機もある。例えば、明清の中国商人の世俗的動機とは、「創業垂統〔『孟子』梁恵王下〕』所謂「世に功名を立てる」ことである。士の事業は国にある、商人の「基業」は家にある。すなわち、「孝」である。

ここから理解すると、近世の「賈道」は以下のようにまとめられる。

- 1) 勤学（経、史、子、集の各方面を包括している学問につとめはげむこと）；
- 2) 儒家の道徳規範の遵守（仁・義・礼・智・信）；
- 3) 家や社会へ全体利益を追求する精神。

3-3 山西商人の経営と商人精神

山西商人は山西省に生まれた商人であり、山西の略称「晋」を名付けて「晋商」とも言える。安徽の徽商、広東の潮州民系の潮商と並びに中国の三大商人集団（商幫）と

呼ばれている。しかも、近世三大商人集団の先頭である。

山西は古くから鉄の産地として知られ、10世紀初の五代以降商人の勢力が形成されはじめたが、最も活躍したのは明清時代である。中国の明清時代の商品経済の発展に従って、商人集団が急速に拡大していた。その中で、遠距離貿易に従事する商人集団は事業の危険性と利潤の大きさを並べて存在させ、商人流通における大きな役割を果たしていた。代表的な遠距離の行商・山西商人、いわゆる晋商は最も活躍した。

山西商人が勃興した要因は、地理的な条件、政府との関係、経営方式と商人精神だと考える。

まず、地理的な方面である。山西省は「東西乃至南北の世界的交通の要衝に嘗っていたことである」ため、物資交流に対して有利な位置を定める。そして、「山西は古来耕地が少なく農業は振わなかったが、商業は古くから発展していた」と左（1973、p.128）が指摘した。確かに、山西は土地が狭くて人口が多い、海と近づく訳でもないのに、農業や漁業に頼れず、商売を志す人が大勢になるのは想像できる。

また、張（2001、p.34）の研究によれば、明朝初期に「開中制」という統治者が軍事目的のために創設した一種の商人誘致代理販売制度が設立された。この制度は、政府が辺境地帯に兵糧を供給するため、地域的に辺境に近い山西の商人に専売特許を発行するものである。これを契機に、政府の軍需商品などを販売する商人が勃興した場合も多かった。

一方、明代には北辺防衛の糧餉を確保するため開中法の施行を通じて、米穀商と塩商をかねて巨利を得た山西商人は、さらにその資金をもとに金融業にも進出し、活動範囲を全国に広げた。明代には塩商を典型とする政商として利益を得ていたが、清代には票号（為替）・錢鋪（両替）・炉房（貨幣錢造）・當舖（質屋）の経営など金融業を主とし、その富で官界に影響力をもち、土地に対しても積極的に投資した。国家と地方財政が正常に機能するには民間票号の助けも必要とするようになった。

周（2010、pp.55-56）は、政府と山西商人との繋がりを以下のように説明した。「清朝期には各省が徴収した歳輸田賦、関税、雑税などは北京に輸送されるまで、常に票号で保存され、朝廷が各地に軍需品、災害援助などの費用を送る際にも、しばしば票号の為替の発行を必要とした。中央或いは地方財政が悪化した場合にも、票号との貸借関係が発生した。」これによって、山西商人の票号における役割は事業として利潤を貰えるだけでなく、国家の財政安全にも関わるもので、商品経済の発展を推し進めた。19世紀後半には全国の為替業務をほとんど独占するほどであっ

た。しかしながら、辛亥革命で清が倒れると債権を回収できず没落したこともあり、そして、新式銀行の発達や国際経済の中国浸透とともに山西商人の票号が衰退した。

山西商人の経営範囲について左（1973、p.128）は以下のように述べた。「山西商人は米穀・絹布・人参・銅銭・石炭・毛皮革等、重要な物資の売買に従事し、全国に販売網を敷いていたが、更に蒙古や新疆或は長崎・キャフタ等にも販路を拡大して利益をあげた。後には票商として金融界を支配し、納税の無利子の政府公金を管理し或は送金し、これを高利で貸付けて莫大な利潤を得た。」これによって、山西商人の経営範囲は全国中さらに国境線の外に広がっていった。そして、山西商人は行商を集中するだけでなく、信用機関としての票号（為替業）も有名である。周（2010、pp.54-55）にれば、中国の票号商人はほとんどが販売に従事していた商人であった。遠距離販売は大量の貨幣を携帯することに負担と危険を感じるため、そして、資金不足や余剰商品の抵当などの問題を解決するため、票号は商品交易規模の拡大により生まれた。票号業は山西商人の最も得意な事業であった。例えば、道光年間、最初に票号を創設した雷履泰（1770-1849）とその票号「日昇昌」（道光年間）であった。雷履泰は中国の金融業界の発展へ大きな貢献を果たした。

経営方式においては、山西商人は徒弟制度を通じて同郷性を固守し、組合組織を固め祭祀や取引を共同にして、各地に山西会館を建てて活動の根拠地とした。そして、各地に支店を設けてネットワークを構築すること、規則や家訓などの制定と厳しく実行することなどもあった。崔（2014）の『晋商倫理想研究』は、山西商人の豊富な商人道徳倫理は農業文明の中に巨大な商業奇跡を取得する最も重要な要因の一つだと分析した。

規則や家訓から反映した晋商の商人精神に関する先行研究の多くは、基本的には「誠実守信、節儉勤奮、開拓進取、調和共進、經世濟民」と言うように纏めている。勤勉、節約、忍耐力と冒険心は「晋商文化」の中心であり、お金を儲けるだけではなく、信用と義理をもっとも重視する。そのほか、「為人」、「持家」、「处世」、「治学」、「經商」の各方面の理念・精神があった。

例えば、「处世近厚纖毫必嘗為信、存心誠実時刻不易乃忠」、「做聖賢行為方能滋品、読儒雅文集足可養心¹⁴」は山西省晋中市榆次区の乾嘉年間に勃興した常家荘の家訓である。そこから「信」、「忠」、「人徳」、「読書」などの強調が一目瞭然である。

また、清の晋商喬致庸（1818-1907）に「信第一、義第二、利第三」の家訓があり、儒家思想の「君子は財を愛し、しかし、財を取るには道がある」と言う「重名軽利」

の価値観を強く体現している。また、「晋商はどこで商売しても、晋商の会館をつくり、同業協会などの組織をつくり、地元の公益事業にお金を出した。さらに、私塾を開いて、四書・五経や史学、数学、英語などを子弟や嫁たちに教えた。」¹⁵

家訓の出典から分析すれば、山西商人の精神的来源が、主要な儒家論理である。そこから分かることは前に論じた中国の勤学、道徳規範の遵守と社会・地域への貢献の反映であろう。

4. 日中近世の商業文化と商人精神の比較

4-1 近江商人と山西商人の異同

商人の形成過程を見ると、農村商人の歴史は都市商人より歴史が長い。17世紀から当地の各種特産品を全国に販売する農村商人いわゆる行商の中で、近江商人と山西商人は日中両国ともに代表的な商人集団である。業種から見れば、日本近江地域出身と中国山西出身は行商として最も有名であり、経営の範囲も当時の自国の全国に広がっていた。しかも、近江商人と山西商人はそれぞれ、経営の面で日中両国の近世の有名な商人集団だけでなく、ともに商人精神の面で商人精神の原点と言われ、現在でも大きな足跡を残していると考えられ、その比較は可能であり有意義だと思う。

前述したように、近江商人と山西商人の商人集団の形成要因には、近似した社会経済環境、地域環境および政治要素の存在がある。こうした背景は、両者の経営方式と商人精神に大きな影響を及ぼしたと思われる。

しかし、周（2010、pp.47-48）の研究によれば近江商人と山西商人は活動範囲と資本蓄積などの相違点があることが分かる。山西商人は「北京、天津、張家口、漢口、南京、蘇州、広州などの商府はどれも彼らの活動が比較的集中する場所で、同時にまたその足をロシア、日本、中央アジアにまで伸ばした。この点においては、日本の近江商人は幕府の鎖国政策のために「1853年以前には国外に出たことがなく、島国であったため、商業活動は中国のように簡単に隣国へ往来できなかった。これに対して山西商人は行商活動範囲が広いため、商業機会に恵まれ、資本蓄積の速度と規模は日本の近江商人とは比較にならないほどであった。」と周（2010、pp.47-48）が述べた。

しかしながら、近江商人と山西商人は各地に支店を設け、ネットワークを構築する。そして、優れた商人は、経営のノウハウを持つだけでなく、より重要な役割を果たした独自の商人精神もある。前述したように、家訓及び教育の中で、彼らは家族経営を妥当な方針で指導すると同時に、道徳倫理を守り、長く続けながら地域社会に貢献する

こともできたという側面も共通している。

以上の点から見て、山西商人と近江商人は近代に入る前に商人の模範で、優れた商人の素質を備えた商人集団と言える。近江商人と山西商人は、商業を代表する著名な商人集団として経済的成功があったばかりでなく、首尾一貫した経営理念が現在でも評価されている。その中に体現した事業の動機、商人としての「道」、社会貢献など禁欲的な要素を指摘できる。

4-2 儒教文化に根を下ろした商人精神

勤勉、勤学及び節約などの日中商人が従う禁欲主義から見れば、東アジアの立場で、日本と中国の商業文化と商人精神には内在連続性がある。そこから見れば、彼らの商人精神は根本的には儒教の価値観にあると考える。こうした儒教的文化修養への確信と実践が見られ、仁義道徳などの倫理想の素質を備えた人達は「儒商」と言える。

同じく儒家倫理を核心とする東洋価値観を要約すれば、馬（2009、pp.16-17）の研究によれば、「一、人間と自然の関係において「天人合一」の思想を主張し、自然との共生を尊ぶ。二、人間と社会の関係において、社会生活の強調関係を重視し、団体、国家への奉仕、報恩などの意識を奨励し、上下の身分関係を肯定する。三、対人関係において、個人本位を排して家族の利益を重視し、教育に熱心、家庭と人間関係の和睦を唱える。四、富に関して、倫理的蓄財の方法を奨励し、貯蓄、勤儉を美徳とし、物質的生活より、精神面の修養と道徳の向上を重視する、ということになる。」¹⁶

家訓から見れば、近江商人と山西商人の商人精神における両者の共通点は、同じ儒教価値観の「禁欲主義」影響を受けていること、商人の地位、正当利益の追求の認めることなどである。だが、こうした儒教思想に基づく両者の独自の経営理念や哲学は、それぞれの国の固有文化と民族性を反映している。例えば、義と利、忠と孝の思想の日中の違う取り方や、「家」とその地縁、血縁などの偏重などの相違点が存在している。

4-3 忠と孝、公と私、家と血縁

R. N. ベラー（2014、pp.345-348）の研究によれば、「徳川時代から日本は純粋な個人的忠誠から地位に対する忠誠への移行がみられる。」その忠誠は、全日本の家族をその分家とする本家としての天皇家を中心とした永遠に支配する忠誠いわゆるナショナリズムである。忠誠は、士の持つ諸価値の中で非常に高い位置にある。日本の国家神道、儒教、仏教の思想は、武士の忠誠倫理に対して、最大の影響を与え、これらの思想は日本の忠誠を強め、武士以外の階

級にも浸透した。

だが、日本と中国の忠誠心に関する著しく異なる点について、R. N. ベラー（2014、pp.348-353）は以下のように分析した。「中国では、主君に対する特殊主義的忠誠は、重要ではあるにしても第一義的ではなかったのに対して、日本では、たとえ軍事的な面が単に象徴的なものとならざるを得なかった場合でさえ、軍事的な面は重要でありつづけ、かつ、主君に対する忠誠の観念は、他の全ての倫理的な概念を凌駕しつづけた、ということである。」比較して言うと、中国は儒教価値の「忠誠」より「孝行」を道徳的原理の基本として強調し、家族主義的価値を中心とすることである。日本では、孝行の思想は同じように重要な影響を受けたが、武士階層から展開した軍事的な面の影響が最も大きかったため、忠誠の方を中心とする。これについて、R. N. ベラー（2014、p.364）は「近代化する時、忠誠心を中心とした政治的な価値は産業社会の勃興を促進したということが言えるのではないだろうか」と論じた。

なぜ、日本は忠誠心を、中国は孝行を最も重視しているか、ここでの議論は社会文化だけでなく、商家あるいは企業の組織における成員の関係づくりや継承などの問題とも関連している。忠誠と孝行、つまり上下の関係属性の認識の問題である。日本と中国の「公私」概念の違いを理解しよう。

古田（2012、p.94）の研究の中で、溝口雄三は日中の「公私」に関し以下のように述べた。「日本の「公私」は「領域概念」、中国の「公私」は「価値概念」である。」それは何故だろうか。溝口雄三によれば、「日本書記に『おほやけ』という言葉が発見出来、当時すでに日本人の意識上、公私は『領域』で分かれていたと推測する。そして、天皇と封建領主が緊張関係を作り出し、豪族や武士が天皇から政治権力を奪う局面が発生した為、聖徳太子以降、天皇が集権主体とならなかった。天皇は『おほやけ』の象徴となり、一般の人民が関与出来ない領域を形成した。」つまり、公の「おほやけ」や天皇は一般の人民と関係ない、ある領域として存在するだけである。従って、「日本人の公私概念は明確な領域で分けられて、公の場では私的関与を最小化する文化が出来上がった」と古田（2012、p.94）は分析した。

逆に、中国では私的関与が許される「公」において、「公私」は倫理性を伴う「価値概念」となった。古田（2012、p.94）は陽中芳¹⁷の研究を引用し、華人は官僚制機構の中で自分が仕える人間や組織に対し、公的な奉公であるのか、私的な奉公であるのか、その倫理性と善悪の概念に終生悩まされることとなったと論じた。

言い換えれば、商家経営ないしは国家に対する忠誠と孝

行、あるいは公と私の認識は、商人の志向と意思決定とに深く関わっている。中国人は一般的には私有財産を守る自覚と方法が自然的に生成してきた。最も小さい生活単位である家族がお互いに信頼ができやすい、特に血縁あるいは宗族の方が何より大事にされている。これは山西商人の家訓の中の「持家」の部分によく見られる。例えば、裴氏家訓「孝順父母、友愛兄弟、協和宗族、敦睦隣里、立身謹厚、居家勤儉、嚴教子孫、読書明徳、淳厚戚朋、慎重言語、講求公徳」である。

勿論、これは中国の歴史上における王朝が不正や腐敗であれが民は王朝を転覆させるという易姓革命がよく発生する要因もあるが、皇帝より「家」あるいは血縁がある「宗族」の利益を優先的に守る性格が形成した。

一方、顧炎武の「天下興亡、匹夫有責」という儒家の思想は今日でも深く存在しているし、「仁・義・礼・志・信」という代表的な儒家「君子」の利他主義も実践している。自分の利益より社会や人々の福利のための自己犠牲の人格もある。それに関して、古田（2012、p.70）は「公と私が混在した統治者や政権は華人社会では普遍的でもあり、その明確な切断は上述した事由で倫理的限界があった」と指摘した。

忠誠と孝行、公と私は、日本と中国それぞれ中心とする傾向があるというより、むしろ「家族主義」の意味が日本と中国である程度違うと言える。中国の「家」は以上に述べたように「血縁」を中心とする。地縁など擬似家族的領域にも入っているが、基本的には親族に集中している。ここから見れば、同族企業の性格は殆どの中国の近世商人の中にある。

日本の場合、古田（2012、p.94）は近世では同じように同族企業がほとんどであるが、中国のような何も血縁、擬似血縁を最強の関係として構築しているというより、企業内の「場」を最も重視し、「家族」は血縁を超えて、組織が優先されると分析した。ここでは、企業の継承問題が反映されている。

おわりに

『プロテスタンティズムの倫理と資本主義の精神』の著者であるマックス・ウェーバーはプロテスタントの禁欲的な思想が資本主義の精神を生み出したと主張する。しかし、それより200年も前に日本と中国の商人が、すでに商業と道徳、経済と倫理観を結合し日常の経営行動に浸透させた。ウェーバーによれば、禁欲的プロテスタンティズムが与えた影響は、資本主義の精神の生成だけではなく、「利潤の肯定」と「利潤の追求の正当化」を生み出したのである。同じように金儲けに正当性を与える考え方は日中

近世以来の商人にもみられる。

本稿は歴史的視点から、日中の近世の商業文化について R. N. ベラーや余英時などの先行研究の整理を通じて分析した。近世の商業文化を理解する上で、石田梅巖と王陽明らの思想を実践した近江商人と山西商人の家訓から近世の商人精神を分析し、とくに、(1)商人精神における勤労、儉約、正直という禁欲主義的倫理観、(2)社会に貢献することによって自分の存在の意味をもつという商人精神の社会貢献的側面について考察した。

近代以後、西洋文明の衝撃を受けたが、日中両国の受け止め方により、同じく儒家文化圏の価値観の影響を受けているけれども、近代化の道が違った。近世いわゆる世界資本主義市場に取り巻かれる前の時代が、社会経済史上における重要な歴史的転換点であった。そこからみる日本の江戸時代と中国の明清時代商業文化と商人精神を把握するのは有意義だと考える。特に、近江商人と山西商人は、近似の経験を持つので、商人精神の面で比較する価値は高い。商人精神の中には、固有な文化がもたらした異質性のほか、同じ儒教文化圏の価値観に左右される同質の一面もある。こうした相違点と共通点の両面に対する考察を通じて、日中の伝統的な商人の歴史的な実像を把握できるだけでなく、彼らの思想の深層からその主導的思想の要素を掘り出し共通点と相違点から日中両国をお互いに理解することもできる。

近代に入り、近代企業制度が始まり、企業家が誕生し、近世の商人より産業の創造の担い手として新しい創造に貢献した。両国における伝統的商人精神と近代企業家精神との連続や断絶を研究するためには、今後の課題として、日中の代表的な商人のそれぞれの考え方ややり方の相違点の分析を深めていく上で、近世の商人精神の研究に続き、近代の商業文化と企業家精神の研究を進めていきたいと考えている。

【参考文献】

- 1) 『アジア史概説』(中公文庫1987年)
- 2) 古田茂美(2012)『4つのパラダイムで理解する中華文化圏進出の羅針盤——中国・華人経営研究入門——』ユニオンプレス
- 3) 黒田重雄(2016)「日本のマーケティングとマーケティング学について——近江商人と石田梅岩『都鄙問答』から考察する」北海学園大学経営論集
- 4) 上村雅洋(2000)『近江商人の経営史』清文堂
- 5) 森紀子(1994)「陽明学の変容と生生」鈴鹿医療科学技術大学一般教育
- 6) マックス・ウェーバー(1983)『ウェーバープロテス

タンティズムの論理と資本主義の精神下巻』梶山力、大塚久雄訳、岩波文庫

- 7) マックス・ウェーバー(1985)『ウェーバープロテスタンティズムの論理と資本主義の精神』安藤英治編、有斐閣新書
- 8) 松原照明(2013)『浸透する経営理念 理念成文化3次元(ASSY)プログラム』梓書院
- 9) 松尾文夫(2017)『アメリカと中国』岩波書店
- 10) 宮本又郎ほか(2007)『日本経営史 新版——江戸時代から21世紀へ』有斐閣
- 11) 末永国紀(2011)『近江商人三方よし経営に学ぶ』ミネルヴァ書房
- 12) 内藤湖南(2015)『中国近世史』岩波文庫
- 13) R. N. ベラー(2014)『徳川時代の宗教』池田昭訳、岩波文庫
- 14) 左伯富(1973)「〈大會抄録〉山西商人と中國史」東洋史研究
- 15) 孫京昊(1996)「明清時代商品経済熏染下的文化変遷述略」山東師大学報(社会科学版)
- 16) 周見(2010)『張謇と洪沢榮——近代中日企業家の比較研究』日本経済評論社
- 17) 崔俊霞(2014)『晋商倫理想研究』山西经济出版社
- 18) 三方よし研究所 情報誌「三方よし 1号創刊号」井口貢(1995)「現代に生きる近江商人の知恵」
- 19) 陶徳民[ほか](2009)編『近代東アジアの経済倫理とその実践：洪沢榮一と張謇を中心に(洪沢榮一記念財団叢書)』日本経済評論社、第一章「東アジア的価値観を有する近代産業の指導者——張謇と洪沢榮一」馬敏、姜克實訳
- 20) 張正明(2001)『晋商興衰史』山西古籍出版社
- 21) 種放(2009)「日本歴史人物対稲盛和夫的影響」『外国問題研究』(3)
- 22) 吉田健一(2010)「石田梅岩と稲盛和夫の思想—石門心学思想の今日的意義と稲盛哲学との比較—」鹿児島大学稲盛アカデミー研究紀要第2号
- 23) 余英時(1991)『中国近世の宗教倫理と商人精神』森紀子訳、平凡社
- 24) 山本真功[監修](2005)『商家の家訓——商いの知恵と掟(青春新書インテリジェンス)』青春出版社
- 25) 柳永平(2016)『晋商家訓』山西经济出版社

註

- 1) 山本真功[監修](2005)『商家の家訓——商いの知恵と掟(青春新書インテリジェンス)』青春出版社
- 2) 下田幸男(2009)「今日に生き未来に活かす石門心学

- 石田梅岩の経営哲学に学ぶもの——」2009年度立命館大学経営管理研究科課題研究論文 より引用
- 3) R. N. ベラー (2014)『徳川時代の宗教』池田昭訳、岩波文庫 pp.302-305より引用
- 4) R. N. ベラー (2014)『徳川時代の宗教』池田昭訳、岩波文庫 pp.302-305より引用
- 5) 三方よし研究所 情報誌「三方よし 1号創刊号」井口貢 (1995)「現代に生きる近江商人の知恵」p.3より引用
- 6) 末永国紀 (2011)『近江商人三方よし経営に学ぶ』ミネルヴァ書房 pp.12-30より引用
- 7) 牙商：近代以前の中国における仲買業者のこと。近代以前の中国の商人には大きく分けて、商品を生産地から消費地に運ぶなどの地域間交易（貿易を含む）に従事する客商（きゃくしょう）、消費地などに店舗を構えて卸売業や小売業に従事する坐買（ざこ）、そして客商と坐買の周旋・仲介を行う牙行の3種類がいた。
- 8) 広東十三行：清代の広州に於ける外国貿易を独占した商人団の通称。洋貨行、洋行、行商等とも称される。
- 9) 柳永平 (2016)『晋商家訓』山西经济出版社 p.175より引用
- 10) 解读清华筒《保训》所见王亥史迹传说
- 11) 出典：『史記・貨殖列伝』。明代から「経営」、「家計」という意味で使われている。
- 12) 余 (1991) は席本久、席啓銘、章策、王大来、余兆鼎など明清の商人が儒家思想の道徳的訓戒「語録」「格言」などを例として挙げて、当時の商人精神の来源が、主に儒家論理からとられていることを説明していた。
- 13) 余英時 (1991)『中国近世の宗教倫理と商人精神』森紀子訳、平凡社 p.188より引用
- 14) 柳永平 (2016)『晋商家訓』山西经济出版社 p.7、p.133より引用
- 15) 「晋商の盛衰から当今中国企業の信用問題を見よう」参照日2018.1.20
- 16) 陶徳民 [ほか] (2009) 編『近代東アジアの経済倫理とその実践：洪沢栄一と張謇を中心に（洪沢栄一記念財団叢書）』日本経済評論社、第一章「東アジア的価値観を有する近代産業の指導者——張謇と洪沢栄一——」馬敏、姜克實訳 pp.16-17
- 17) 陽中芳、中山大学心理学部長。