

Quellenstudien zu den Anzeigen im Gemeindeblatt der Jüdischen Kultusgemeinde aus dem Jahre 1939. Teil 1

阿部, 吉雄
九州大学大学院言語文化研究院 : 教授

<https://doi.org/10.15017/1456027>

出版情報 : 言語文化論究. 32, pp.61-69, 2014-03-18. Faculty of Languages and Cultures, Kyushu University
バージョン :
権利関係 :



資料調査： 上海のユダヤ人難民社会の教区新聞の広告から（1939年）（上）

阿 部 吉 雄

はじめに

迫害によって国内のユダヤ人を半強制的に国外へ移住させるナチスドイツの政策は、1938年11月9日から10日にかけての水晶の夜事件でその頂点に達した。同年3月に併合された旧オーストリアを含むドイツ全土におけるこの反ユダヤ人暴動により、多くのシナゴグやユダヤ人商店が破壊、放火、略奪された。また数万人のユダヤ人男性が逮捕され、強制収容所へ送られた。今やユダヤ人たちは必死に海外移住の道を探したが、彼らを歓迎する国はなかった。唯一中国の上海租界だけは1939年8月まで移住のためのビザ等を必要としなかったため、1938年12月からの約9ヶ月間、毎月1000人以上のユダヤ人難民が押し寄せた。その数は1939年8月時点で1万5000人以上と推定される。^{注1}

言語も習慣もヨーロッパと大きく異なる上海において、中欧出身のユダヤ人難民たちは上海在住のセファルディ系ユダヤ人社会とロシア系ユダヤ人社会ならびに海外、特にアメリカのユダヤ人社会からの支援を受けながら生活の再建に取り組んだ。他方で、難民たちは自らのユダヤ性とも向き合わねばならなかった。なぜなら、ヨーロッパにいた時、彼らの多くは自らをユダヤ人としてではなく、ドイツ人やオーストリア人として認識していたにもかかわらず、ユダヤ人であるがゆえに迫害を受け、上海ではユダヤ人同胞から支援を受け、同じ境遇のユダヤ人難民のコミュニティを基盤として経済的自立を目指していたからである。

上海への移住当初、ユダヤ人難民たちはセファルディ系ユダヤ人社会やロシア系ユダヤ人社会のシナゴグでの礼拝に参加していたが、言語や様式の違いもあり、難民たちはまもなく独自の礼拝を希望するようになる。試行的に行われた難民たちだけによるドイツ式の礼拝が成功した結果を受けて、上海在住の両ユダヤ人社会による支援組織「上海ヨーロッパ系ユダヤ人難民支援委員会」(Committee for the Assistance of European Jewish Refugees in Shanghai / CFA)^{注2} 下の組織として1939年7月に誕生したのが「ユダヤの宗教的共同体」(die Jüdische Kultusgemeinde) (以下、「上海ユダヤ教区」、「ユダヤ教区」または「教区」)である。そして11月には上海ユダヤ教区はCFAから独立する。^{注3} 宗教面に重点を置いた組織として発足した上海ユダヤ教区であるが、1941年12月に太平洋戦争が始まり、上海が日本軍の支配下に置かれてからは、あらゆる面で中欧系ユダヤ人難民社会を代表する唯一の組織となる。

本稿は、発足まもない上海ユダヤ教区が発行を始めた「ユダヤの宗教的共同体教区新聞」(das Gemeindeblatt der Jüdischen Kultusgemeinde) (以下、「教区新聞」)の広告の分析を通して、教区に属するユダヤ人難民の経済活動や生活の一端を明らかにし、ひいては難民社会に関する新たな知見を得ようとするものである。^{注4}

1939年9月14日号（創刊号）

教区新聞はユダヤ人難民による他の新聞^{注5}と違い、ヨーロッパの戦況や国際政治に関するニュースは扱わず、上海での出来事の報道もユダヤ教区の活動に関係するものに限られている。ユダヤ教区の会員に無料配布され、広告収入（とおそらく教区からの補助）が運営の原資であった。^{注6} ユダヤ教区が編集を担当し、いずれも難民である弁護士の Max Nacht と出版者の Georg Laske が代表を務める The Shanghai Publishers が印刷・発行と広告管理を行った。^{注7}

教区新聞はユダヤ暦の新年（5700年 Tischi 月 1日）に合わせて創刊されたため、新年に関する内容の記事が複数見られるが^{注8}、広告においても新年の挨拶を含むものが多い（68件中26件）。その中には商業的に意味のない個人としての挨拶が7件含まれている。またヘブライ語による挨拶が4件ある。

新年の祝祭の影響もあろうが、レストラン、喫茶、バー、キャバレー、パン屋、食料品店、肉屋、酒屋等の飲食関係の広告が目を引く（21件）。あるレストランではビール大ジョッキ35セント、祝日用の定食1.30ドルおよび2ドルである。^{注9} 飲食店の広告には「かつてプレスラウの Cafe Seekig（で勤務）」、「ヨーロッパ風」、「ウィーン風」など失われた故郷の味覚への愛着をくすぐるものがある。厳格にユダヤ教の規定（コッシュァー）に従った「ラビの監督の下で屠殺したばかりのアヒル、カモ、鶏」を謳うものもある。食は生活に直結し、ユダヤ人難民だけでなく租界の外国人や中国人など他の住民も顧客層になり得るため、上海の商習慣の理解や資本がない難民でも、経験と技能があれば参入が容易な分野だったと考えられる。

上海のユダヤ人難民には多くの医療関係者がいた。^{注10} 彼らの中には上海の既存の病院や難民への支援委員会による診療所で働く者や^{注11}、個人で開業する者がいた。教区新聞の創刊号には医師5人、歯科医3人、ペディキュア師1人、病人の世話をする家政婦1人、眼鏡屋1人の広告が見られる。ヨーロッパと気候が異なる上海において、難民たちは多くの危険な疾病にさらされており^{注12}、中国語はおろか、英語も話せない難民にとって、ドイツ語が通じる同郷の医師は心強い存在だった。医師の広告の中には「ウィーン大学病院」、「以前ベルリンの Luisenufer」、「ヨーロッパの口腔外科医（ウィーン）。アメリカの資格（ニューヨーク、1931年）」、「以前はチェコスロバキアの Karlsbad」、家政婦の広告には「ベルリン・ユダヤ教区での5年間の実績。一流の証明書（複数）」、眼鏡屋の広告には「親方免許所持、25年以上の専門家」のように出身地や経歴のアピールも見られる。

印刷・出版関係の広告が5件ある。うち1件は教区新聞の印刷・発行元の表示であり、広告受付の窓口を示している。ユダヤ人難民のほとんどは上海に移住してからまだ1年経っていなかった上、通りに面した店舗の裏側に数百の家屋が存在する里弄という上海の街並みの特徴ゆえ、その家屋群の中に開店した場合はチラシやポスターを含む広告の効果が大きかった。上海のドイツ総領事館への約1万人のユダヤ人難民の届出記録によれば、1940年1月時点で23人の印刷工（男性のみ）がいた。^{注13}

新規開店や開業の広告が6件あり、この時期難民たちの起業意識が高かったことがうかがえる。開店のためには中国人向けに作られた家屋の改造や修繕が必要だった。そのための設計、建築、塗装、家具、窓ガラス等の広告が5件ある。これらの業種は、上海で新たな生活を始めたユダヤ人難民たちの通常の住居にも有用だった。

衣服、帽子、靴の販売、新調および仕立て直しや修繕の広告は5件ある。仕立屋や靴屋はユダヤ人の伝統的な職業だった。上述のドイツ総領事館による統計によれば、ユダヤ人難民の中には仕立屋162人、服飾品裁断師124人、繊維業専門家113人、靴屋57人、既製服製造業者49人、帽子製造業

者11人が含まれている。^{注14} また、亜熱帯性気候の上海においてヨーロッパから持参した衣料品は、特に蒸し暑い夏季には不都合であったろう。

トコジラミ、ゴキブリ、ネズミの駆除業者の広告2件も、上海の気候や衛生状態に関係する。1939年の年末まで毎号で広告が掲載されているため、難民たちが季節を問わず悩まされていたことが分かる。

ユダヤ教の祝祭用の小さな帽子（成人用35セント、子ども用30セント）の「独占販売」の広告が1件。これは日用品を販売する「デパート」のものであり、この種の店舗の広告がほかにも3件ある。

映画館の広告が2件ある。難民たちにとって映画はラジオやスポーツ、音楽コンサートと並ぶ数少ない娯楽であると同時に、英語の学習手段にもなっていた。^{注15} 彼らが映画を通して英語を習得しようとしたのは、租界である上海において英語が公用語だったからである。ただ、次号以降は映画館の広告はわずかで、映画自体の広告はまったくない。日替わりまたは2～3日で出し物が変わるため、週刊の教区新聞は不向きだったのであろう。^{注16} この号の広告も具体的な上映作品の宣伝ではなく、映画館としての新年の挨拶である。英語学校の広告が1件見られる。その授業料は週5時間コースで月7ドルである。^{注17}

ユダヤ人難民が上海で職を得るのは容易でなく、彼らが移住の際に持参した貴金属、クリスタルガラス、陶磁器、ペルシャ絨毯等を買取る移住者用質屋（難民支援組織の「I.C. 監督下」とある）の広告1件と^{注18}、それらの貴重品を販売する店の広告1件がある。1939年の教区新聞に毎号広告を掲載しているこの店は、高級住宅街であるフランス租界の中心部にある。

ほかには、昼夜営業のタクシー会社、ヘアサロン、手数料業務の仲介の広告がそれぞれ1件ずつある。

68件中47件の広告で広告主の氏名を上げている。移住後まもない個人営業の小規模業種が多かったことの表れであるとともに、ユダヤ人難民社会ではお互いの顔が見える人と人の関係が重要であったことの反映であり、それが教区新聞においては一層強く現れたのであろう。反対に、ユダヤ人難民が発行した一般の新聞『Shanghai Jewish Chronicle』の1939年に発行された版の広告では、広告主の氏名はおろか店舗名や企業名すら挙げていないものの割合が24%に上り、その多くは難民の所有物（貴金属や衣料）や不動産の売買に関するものである。その場合、連絡先として『Shanghai Jewish Chronicle』宛ての照会番号、住所、電話番号、私書箱などが挙げられている。^{注19}

広告主の住所で見ると、68件中52件は蘇州河以北の共同租界（虹口地区）に位置する。蘇州河以南の共同租界7件、フランス租界7件、租界西側の越界路区1件、不明1件である。これをどう理解すべきであろうか。1937年の第2次上海事変における戦闘の被害を受け、家賃が安かった虹口地区にユダヤ人難民が、ひいては上海ユダヤ教区の会員が集中していたことは事実である。しかし、資産的に恵まれた難民たちの多くは蘇州河以南の共同租界やフランス租界に住みついていたため、起業する条件に恵まれた彼らの広告がその分多くなるはずである。おそらく、フランス租界や共同租界の難民たちは租界の外国人社会への参入を目指し、一方虹口地区の人々はユダヤ人難民のコミュニティの中で生計を立てる道を選んだと考えられる。

創刊号の記事および広告は総1146行で、68件の広告436行は全体の38.0%を占める。^{注20}

1939年9月29日号（第3号）

ユダヤ暦の新年に合わせて発行された創刊号に掲載されたような挨拶の広告がこの号にないことは当然であるが、その他の特徴としては第1に、創刊号になかった不動産関係の広告が見られるこ

とである（全42件の広告のうち5件）。そこで紹介される物件は、住居（部屋および家屋）、店舗、事務所、作業場など多様であり、ユダヤ人難民の上海移住後の引越しと起業が盛んになっていたことを推測させる。明確な記載のない1件を除き、すべて賃貸である。住居については、一般の中国人用住居にないトイレや浴室などがあり、ガス、電気調理器、電話、冷蔵庫を完備していることを謳っている広告があることから、難民たちの希望要件だったことが分かる。そのような部屋（住居ではなく）の家賃は月最低30ドルと表示されている。ただし、早い者勝ちの不動産広告は、週刊の教区新聞ではなく『Shanghai Jewish Chronicle』のような日刊新聞に掲載されることが多かった。^{注21}

それに対して、住環境に関連する広告は安定して掲載された。家具やクッションの販売2件、家屋や店舗の清掃1件、修繕1件、修繕の営業代理人募集1件である。同様に住環境に関係するトコジラミ、ゴキブリ、ネズミの駆除業者の広告2件がある。創刊号と同じ業者たちである。

第3号の第2の特徴は貴重品（金、銀、装身具、真珠、骨董品、コート、切手）の買い取り広告が増えたことである（4件）。3件が蘇州河以南の共同租界、1件がフランス租界に位置し、フランス租界の店は中国人質屋である。そのような品物（水晶、陶磁器）を贈答品として販売する、創刊号と同じ店の広告も1件ある。これもフランス租界にある。

第3号の第3の特徴として、教区新聞に掲載される小広告の費用を示している。太字印刷1語10セント、通常印刷1語5セントである。第3号では7行の広告が8件、6行が7件、5行が5件、4行が2件掲載されているが、4行以上の広告のほとんどは字の大きさや字体などのバリエーションが多く、デザイン性が強くなる。「小広告」で意図しているのは、おそらくデザイン性のない活字だけの広告であろう。第3号でそのような広告は2行のものが1件、5行のものが1件で、前者は12語（うち太字1語）で65セント、後者は19語（うち太字2語）で1ドル5セントになる。ユダヤ人難民により発行された日刊紙『Shanghai Jewish Chronicle』のこの時期の広告料金は1語8セントである。^{注22} 小広告を増やそうとする理由の1つは、無論広告収入を増やすことであつたらう。教区新聞は上海ユダヤ教区の会員に無料で配布されていたため、会員が増えるに従い、印刷や配達の経費も増大する。広告受付の窓口が創刊号での1ヶ所（印刷・発行元のThe Shanghai Publishers）から、第3号ではユダヤ教区事務所を始めとする店舗や個人など11ヶ所に増やされている。他方で、広告によりユダヤ人難民の起業を後押ししようという意図もあつたに違いない。同様の意図で、The New Star Companyという出版社が移住者住所録を11月に発行するという広告を出している。この住所録への掲載料は無料で、住所録自体は定価1ドル50セントのところ、事前予約をすれば80セントになる。この住所録には個人・法人合わせて5351人について、ヨーロッパの出身地、上海での住所、職業（多くの難民は上海で職を得ていなかったため、大抵はヨーロッパでの職業）が掲載されている。^{注23}

創刊号がユダヤ暦の新年にあたるローシュ・ハッシャーナーの時期であつたのに対し、この第3号はローシュ・ハッシャーナーの祝祭で始まる10日間の終点であるヨーム・キップールの祭に時期的に近い。前日の日没からこの日の夕方まで断食をして贖罪を行うため、飲食に関する広告は創刊号の21件から6件と大幅に減少している。創刊号と第3号の両方に広告を出しているのは、虹口地区のパン屋とダンス・キャバレーの2件のみである。一方、この2件に加え、レストラン・喫茶、調味料製造業者、菓子製造業者の3件はこの号から継続的に広告を掲載している。

医療関係の広告は堅調で、医師2人、歯科医4人、眼鏡屋1人である。そのうち医師1人、歯科医1人、眼鏡屋1人は創刊号と同じ広告主である。この医師は蘇州河以南の共同租界の黄浦江沿いのバンド（外灘）のCathay Hotelに診察室を有している。もう1人の医師も蘇州河以南の共同租界の目抜き通り Bubbling Well Road で開業しており、彼らは貧しい難民を対象に診療を行っていたよ

うには見えない。ユダヤ教区発足当時の会員は、経済的に余裕のある人が多かったのであろう。また、租界の外国人社会を意識していたことも明らかである。

衣服の新調や仕立て直しの広告は3件あり、どれも創刊号には見られない。衣料関係の広告はこの後も低調であり、修繕が中心になる。上海におけるユダヤ人難民の生活では衣食住のうち、食住に比べ衣は後回しになりがちだった。ナチスドイツは出国するユダヤ人に10マルク以上の持ち出しを認めなかったため、その規則が厳格に適用され十分な金品を持ち出すことができなかった難民は、食料を得るために衣服を（肌着までも）手放す必要さえあった。^{注24}

ほかに、教区新聞の編集はユダヤ教区が行い、The Shanghai Publishersの担当は印刷・発行であることの表示、The Shanghai Publishersが発行する週刊新聞『Shanghai Post』、翻訳業・英語学校、理髪店、ラジオ製造業者による販売店募集の広告がそれぞれ1件ある。克蘭ズラーによると、ユダヤ人難民の技術者たちは「主に日本の材料を利用しながら、最も安価な輸入品より75%安いラジオを市場に出した。」^{注25}

広告主の住所で見ると、42件中25件は蘇州河以北の共同租界（虹口地区）に位置する。蘇州河以南の共同租界11件、フランス租界4件、不明2件である。創刊号に比べ、蘇州河以南の共同租界の占める割合が2.5倍になっており、蘇州河以北の共同租界（虹口地区）でも蘇州河にかかるガーデンブリッジに近い場所の広告も4件あることから、租界の外国人社会をも視野に入れた起業が目立つ。広告主の住所が蘇州河以南の共同租界に位置するのは、貴重品買い取り3件、不動産業2件、医師2件、歯科医1件、菓子・喫茶1件、酒造業1件、清掃業1件である。

第3号の記事および広告は総1247行で、42件の広告340行は全体の27.3%を占める。^{注26}

1939年10月13日号（第5号）

第5号の第1の特徴は、教区新聞自身に関する広告が多いこと（4件）である。まず、教区新聞に広告を出している店を支援するよう呼びかけている。買い物の際にはそれらの店の品物を買おうというのである。教区新聞に広告を出しているのは、おそらくほとんどがユダヤ教区の会員だったと推測され、ユダヤ人難民同士、特に教区の会員同士で助け合おうという趣旨である。しかしそれと同時に、上述の理由から広告収入を増やすことも目的だったと思われる。また引越した際に教区新聞の無料配布を受け続けるために、正確な住所を印刷・発行元のThe Shanghai Publishersに連絡するように求めている。教区の会員にとっては、無料で教区新聞を読めることが大きな意味を持っていたのであろう。配達ミスへの苦情もあったようで、上述した里弄という巨大な家屋群の場合、外部の通りからの入り口の番号だけでは個別の住居を特定できないため、里弄内の通路の番号、通路内の家屋の番号および部屋番号または階の番号を知らせるよう依頼している。

第3号と同様に、The Shanghai Publishersが発行する週刊新聞『Shanghai Post』を宣伝するとともに、注文用紙を掲載している。1部5セント、3ヶ月で50セントである。

第5号の第2の特徴として、飲食に関する広告が10件と再び増加している。その中にはフランス租界の高級チョコレート製造業者もあるが、蘇州河以北の共同租界（虹口地区）のものが7件、うち教区新聞に初めての掲載が3件ある。その中にはラビAshkenaziの監督下に処理した肉を販売しているという広告もある。^{注27} Ashkenaziはユダヤ人難民たちが虹口地区での礼拝に使用していたOihel Moische シナゴグを所有するロシア系ユダヤ人社会の重鎮ラビだった。

第5号の第3の特徴は、医療関係の広告がさらに増えたこと（10件）である。医師4人、歯科医5人、眼鏡屋1人が広告を出している。うち新規は医師3人、歯科医5人である。広告を出してい

る10人のうち、2人の医師、1人の歯科医は蘇州河以南の共同租界で、1人の医師はフランス租界で開業している。また、5人の歯科医全員が「自前の診察室」という文言を広告に入れており、それが他の（広告を出していない）歯科医たちとの差別化をもたらすものであることが分かる。「自前の診察室」と謳っていない医療関係の広告の中には、1日の（午前と午後）診察時間の合計が3～4時間のものもあり、1つの診察室を複数の医師や歯科医が共用していたことをうかがわせる。広告の中で「自前の診察室」と言っている歯科医の場所（Sassoon House Room 233）は、同じ第5号に広告を掲載している医師の場所（Cathay Hotel Room 233）と同一である。Sassoon House と Cathay Hotel は同一の建物であり、Sassoon House の1～3階が貸しオフィス、5～7階が Cathay Hotel だった。この歯科医と医師の診察時間は重複しており、部屋番号の誤りでなければ、両者は同じ部屋で同時に診察していたことになる。^{注28}

第5号の第4の特徴として、貴重品（金・銀製品、腕時計、楽器、カメラ、タイプライター、ラジオ、宝石、写真、双眼鏡、陶磁器、クリスタルガラス、切手、書籍）の買い取り広告が6件と依然多いことである。6件中3件が蘇州河以南の共同租界の店で、2件がフランス租界、ユダヤ人難民の多くが住む蘇州河北の共同租界（虹口地区）は1件にすぎない。これまで水晶、陶磁器、クリスタルガラス等の贈答用品の販売という広告を出していたフランス租界の店が、この号から虹口地区内の「買い取り場所」の住所を掲載していることが象徴しているように、ユダヤ人難民が上海へ持参した品物を買取り、主に他の難民にではなく、租界の裕福な外国人や中国人に売るビジネスが成立していることが分かる。フランス租界のもう1件は中国人質屋の広告である。

不動産関係は1件だけで、それも具体的な物件でなく、「あらゆる市区の部屋、住居、家屋、店舗を仲介します」と不動産屋自身の広告である。一方、家具や事務所・店舗の内装の広告は2件、家屋や店舗の清掃1件、害虫駆除2件で、どの業者も教区新聞の広告の常連である。これらの分野は需要は存在するものの、専門知識・技能や資材・機器のための資本が必要のため、新規参入が容易でなくなりつつあったと考えられる。

映画広告はこの号でもやはり見られないが、ユダヤ人難民俳優および音楽家によって製作され、すでに2回上演された10幕物の芝居『上海と私たち』が好評ゆえに、虹口地区の映画館 Broadway Theater で追加公演が行われるという宣伝と、蘇州河以南の共同租界にある American Women's Club でユダヤ人難民音楽家による室内楽コンサートの広告の2件がある。前者は上海における難民の生活を風刺的に描いたものであり^{注29}、後者の入場料は1.50ドル、2.50ドル、3.50ドルである。

広告主の住所で見ると、50件中34件は蘇州河北の共同租界（虹口地区）に位置する。蘇州河以南の共同租界8件、フランス租界7件、不明1件である。蘇州河北の共同租界（虹口地区）でも蘇州河にかかるガーデンブリッジに近い場所の広告も4件あり、医療関係や高級品を中心に上海租界の外国人社会への志向性が依然根強いことが認められる。しかし、Cathay Hotel の一室で開業している耳鼻咽喉科専門医が、他方で虹口地区の自宅の住所も挙げるなど、コミュニティとしてのまとまりを徐々に強めつつあるユダヤ人難民社会との結びつきを意識していることもうかがえる。

そのほかには、いずれも以前から広告を掲載している英語学校が2件^{注30}、新規では時計修理、おもち屋、ユダヤ書店、レインコート店、シルク生地と裁縫用品の店がそれぞれ1件ある。

第5号の記事および広告は総1216行で、50件の広告432行は全体の35.9%を占める。^{注31}

（続く）

注

1. ユダヤ人難民のこれ以上の増加を防ぐため、1939年8月に共同租界とフランス租界は新たな移住と居住を禁止する。その後、各租界当局の代表者たちが国際委員会を作り、移住に関する厳しい規定を決定したことにより、移住は再び可能になったが、流入のペースは大幅に減少した。1941年12月の太平洋戦争開始時のユダヤ人難民は約1万7000人と推測される。拙稿「資料調査：上海のユダヤ人難民新聞『Shanghai Jewish Chronicle』（1939年）の記事から」、『言語文化論究』（26）2011年、九州大学大学院言語文化研究院、161頁。
2. CFA は1938年10月に設立された。
3. David Kranzler: „Japanese, Nazis & Jews – The Jewish Refugee Community of Shanghai, 1938-1945“. Hoboken, New Jersey (KTAV Publishing House) 1988 (¹1976). S. 411 f.
4. 本稿で分析する教区新聞は、ドイツ国立図書館のプロジェクト「亡命新聞・雑誌のデジタル化。1933～1945年のドイツ語による亡命定期刊行物」(Projekt “Exilpresse digital. Deutsche Exilzeitschriften 1933-1945”) から著者が入手した1939年9月14日号(創刊号)、9月29日号(第3号)、10月13日号(第5号)、10月20日号(第6号)、11月17日号(第10号)、12月22日号(第15号)、12月29日号(第16号)である。教区新聞の記事の内容については、拙稿「資料調査：上海のユダヤ人難民社会の教区新聞の記事から（1939年）（上）」、『言語科学』（48）2013年、九州大学大学院言語文化研究院、49～61頁；拙稿「資料調査：上海のユダヤ人難民社会の教区新聞の記事から（1939年）（下）」、『言語文化論究』（31）2013年、九州大学大学院言語文化研究院、77～87頁。
5. ユダヤ人難民の中には数十人のジャーナリストがいた。彼らは上海でも活発に活動し、1939～1941年にユダヤ人難民を読者層とするドイツ語による日刊(朝刊および夕刊)・週刊・月刊新聞約10紙を発行した。
6. そのため広告スペースは紙面の約半分を占め、日刊新聞の『Shanghai Jewish Chronicle』などと変わらない。拙稿「資料調査：上海のユダヤ人難民新聞『Shanghai Jewish Chronicle』（1939年）の記事から」、155～170頁。
7. 1943年5月以降中欧・東欧系ユダヤ人難民が居住するよう指定された虹口・揚樹浦地区を管轄する提籃橋分局特高股が1944年8月に作成した『外人名簿』において、Max Nacht は「37歳、弁護士、無国籍難民」と記載されている。Georg Laske は、1939年11月に上海の The New Star Company という出版社から発行された『Emigranten Adressbuch』（移住者住所録）に「ベルリン出身、出版者」と、『外人名簿』には「57歳、セールスマン、ドイツ難民」と記載されている。
8. 教区ラビ Winter 博士の「私の年賀！」(第1～2面87行)、「新年の祝祭のためのトラーおよび預言書の章」(第3面138行)や弁護士でユダヤ教区事務総長の Albert Trum の「年の変わり目——時代の変り目！」(第2～3面136行)、さらに「ローシュ・ハッシャーナーの祝祭礼拝」(第4面56行)の案内がある。拙稿「資料調査：上海のユダヤ人難民社会の教区新聞の記事から（1939年）（上）」、51頁。Kranzler によると、教区の最初のラビである Winter は1939年10月の彼の最初の礼拝を行ってまもなく、アメリカへ向けて上海を後にした。David Kranzler: „Japanese, Nazis & Jews – The Jewish Refugee Community of Shanghai, 1938-1945“. S. 412. Albert Trum は『移住者住所録』に「弁護士／ユダヤ教区事務総長 (Generalsekretär)」と、『外人名簿』に「42歳、弁護士、ドイツ難民」とある。
9. これはアメリカドルではなく、上海ドル(1935年から中華民国政府が発行していた法幣)であ

- る。1939年10月22日の『Shanghai Jewish Chronicle』第138号の「経済。1939年10月21日の外国為替相場」という記事によると、香港上海銀行における取引で1アメリカドルが13上海ドルだった。James R. Ross: „Escape to Shanghai. A Jewish Community in China“. New York (The Free Press) 1994, S. 37. によれば、1939年の初めには1アメリカドルが6上海ドルであり、上海でインフレが急速に進んでいたことが分かる。
10. 200人以上の医師、180人の歯科医、120人の看護師がいたと推測される。拙稿「資料調査：上海のユダヤ人難民社会の医師」、『言語文化論究』(25) 2010年、九州大学大学院言語文化研究院、171～176頁；拙稿「資料調査：上海のユダヤ人難民社会における医療」、『言語科学』(45) 2010年、九州大学大学院言語文化研究院、85～95頁。
 11. 患者を Shanghai General Hospital (公済医院, 1864年設立) その他の病院に入院させ治療を受けさせるには多額の費用がかかったため、支援委員会は各ハイムに外来患者 (Ward Road ハイムの場合 1日平均100人) を扱う救急診療所と薬局を置いた。ハイムとは、自分で部屋を借りることができない最も貧しい難民たち約2500人のために数ヶ所設置された収容施設である。さらに移住者病院 (最初は Washing Road ハイム、後に Ward Road ハイム)、隔離病棟 (Chaoufoong Road ハイム)、歯科病院、眼科病院、手術室と5床のベッドを備え、毎月平均8回の分娩が行われる産科病棟 (Ward Road ハイム)、レントゲン室 (Chaoufoong Road ハイムと Ward Road ハイム) および毎月2万上海ドル相当の薬を調剤し配付する中央薬局 (Kinchow Road ハイム) を設立した。
 12. 拙稿「資料調査：『Shanghai Jewish Chronicle』の「週間医療ニュース」、『言語文化論究』(29) 2012年、九州大学大学院言語文化研究院、181～189頁。
 13. 拙稿「上海のユダヤ人難民に関するドイツ総領事館の報告 (1940年1月)」、『言語文化論究』(19) 2004年、九州大学大学院言語文化研究院、121頁。
 14. 拙稿「上海のユダヤ人に関するドイツ総領事館の報告 (1940年1月)」、117～118頁。
 15. 「ラジオ中継」を売り物にするレストランの広告もあった。
 16. 日刊紙の『Shanghai Jewish Chronicle』では1号当たり平均3件の映画広告が見られる。拙稿「資料調査：上海のユダヤ人難民新聞『Shanghai Jewish Chronicle』(1939年)の広告から」、『言語文化論究』(28) 2012年、九州大学大学院言語文化研究院、226、231頁。
 17. 上海ユダヤ教区自身も初心者向けと中級者向けの英語集中コースを開講していた。拙稿「資料調査：上海のユダヤ人難民社会の教区新聞の記事から (1939年) (上)」、54頁。
 18. ユダヤ人難民が上海に到着し始めた1938年8月、ヨーロッパ系難民救援国際委員会 (International Committee for Granting Relief to European Refugees / I.C.) が設立された。上述の CFA との関係は、拙稿「上海のユダヤ人難民子弟への学校教育」、『言語文化論究』(21) 2006年、九州大学大学院言語文化研究院、37頁。
 19. 拙稿「資料調査：上海のユダヤ人難民新聞『Shanghai Jewish Chronicle』(1939年)の広告から」、223～232頁。
 20. 広告の平均は6.4行。3行の広告5件、4行5件、5行16件、6行14件、7行13件、8行5件、9行3件、10行1件、11行4件、12行1件、13行1件。なお、広告によって字のサイズや語間・行間の大きさに差があり、また2段抜き、3段抜きの文も1行と数え、広告主や商品の絵およびサービスマークは行数に数えないため、本稿で示す行数は広告の大まかな分量を表しているにすぎない。
 21. 1939年に発行された『Shanghai Jewish Chronicle』では1号当たり平均17件の不動産広告が見ら

れる。

22. 同じ文面の広告を2回掲載すると1語6セントになり、7回以上だと5セント、語数に関係なく最低料金50セントだった。
23. 拙稿「資料調査：上海のユダヤ人『移住者住所録』（1939年）」、『言語文化論究』（17）2003年、九州大学大学院言語文化研究院、141～157頁。
24. 教区新聞にはないが、1939年に発行された『Shanghai Jewish Chronicle』には肌着の買い取りの広告が少なくとも12件ある。
25. David Kranzler: „Japanese, Nazis & Jews — The Jewish Refugee Community of Shanghai, 1938-1945“. S. 289.
26. 広告の平均は8.1行。2行の広告1件、3行1件、4行2件、5行5件、6行7件、7行8件、8行2件、9行3件、10行3件、11行5件、12行2件、13行1件、18行1件、21行1件。
27. 創刊号に掲載された「ラビの監督の下で屠殺したばかりのアヒル、カモ、鶏」という広告とは別の難民による店である。
28. 『移住者住所録』によれば、14人の医師や歯科医が Sassoon House または Cathay Hotel の住所を上げており、4つの部屋が重複している。1つの部屋は4人の医師（氏名から2組の兄弟と思われる）が使い、また2つの部屋はそれぞれ医師と歯科医が共用している。
29. この2時間のレビュー（軽喜劇）は土曜日の夜10時45分から上演された。
30. 創刊号で授業料が週5時間コースで月7ドルという広告を出していた英語学校が、この号以降は月8ドルに変更している。
31. 広告の平均は8.6行。4行の広告1件、5行7件、6行9件、7行10件、8行6件、9行3件、10行4件、11行4件、12行1件、14行1件、17行1件、20行2件、27行1件。

本稿は JSPS 科研費24520806の助成を受けたものです。