

(報告書)

帝政ロシアにおける茶貿易の発展とモスクワの商人

助成研究者 左近幸村 (新潟大学研究推進機構超域学術院)

1. 研究目的

本研究の目的は、19世紀後半から20世紀初頭にかけてのロシアにおける茶貿易の発展を、「国内市場」の在り方、つまりロシア国内における流通経路や茶の等級、どのような地域で消費されたかといった問題を中心に見ていくことである。

21世紀のロシア史研究は、民族や宗教問題などの分野が大きく進展しており、ロシア史以外の領域とも積極的な交流が図られているが、それらに比べると、経済史は停滞している感がある。筆者はもともと、ロシア極東を中心に19世紀後半から20世紀初頭にかけての中国との貿易や関税政策を研究していたが、そこから発展して茶の流通に注目するようになった。

ロシアでは18世紀末から茶が普及し、19世紀末には関税収入の稼ぎ頭となった。現在もヨーロッパで最も茶の消費量の多い国となっている。しかし一般向けの読み物としてはともかく、経済史の観点からロシアにおける茶の歴史を研究した例は、これまでそれほど多くなかった。帝政期の茶貿易については近年になって、ロシアのイワン・ソコロフが精力的に本を刊行している¹⁾²⁾³⁾。彼の研究には史料の存在などについて教えられるところも多く、本研究でも活用したが、よくも悪しくも総花的であり、個々のトピックに関する考察は浅く、何かを立証しようとするよりは茶の資料集もしくは百科事典的な本となっている。実際、一次史料に当たってみると、引用符もなしに史料をほとんどそのまま引用している例もあることに気が付く。

ロシアの茶貿易について研究が盛んだったのは日本で、露中貿易の接点であったキャフタに関する研究の一環として研究されてきた。長らく基本文献として参照されてきたのは吉田金一の研究であり⁴⁾⁵⁾、最近では森永貴子が研究を進めている⁶⁾。ただし主たる関心がキャフタにあるため、キャフタが露中貿易の独占的な地位を失う19世紀半ば以降の茶貿易については、言及が乏しい。

そこで筆者は以前、19世紀後半からロシア革命期までのロシアがアジアからどのように茶を輸入したのかを、航路網の発達との関連から研究した⁷⁾。ただし拙稿では、茶を通じたロシアとアジアの結びつきは描けたものの、大量の茶の輸入を喚起したロシアの国内の消費の動向については、磚茶がシベリア、紅茶がヨーロッパ部、緑茶が中央アジアで主に消費されていたということを除くと、ほとんど言及できなかった。また、流通において商社が果たした役割もほとんど明らかに出来ていない。そこで本研究で

は、モスクワを中心とした茶の流通形態がどのように変化していったかを、19世紀半ばから20世紀を中心に、一次史料に基づき明らかにすることを試みる。

2. 研究方法

本研究の対象であるモスクワの茶の商社に関する史料は、主にモスクワ中央歴史文書館に所蔵されている。2016年9月にモスクワへ出張し、同文書館と国立図書館で史料収集を行った。文書館では20世紀初頭にロシアを代表する茶の商社の一つであった、「グブキンの後継者クズネツォフ」社（以下、クズネツォフ社）のバランスシートや各地の工場の状況を記した史料などを収集した。またモスクワにある国立図書館では、クズネツォフ社の創業25周年を記念した1916年刊の社史を入手することができた。さらに2017年3月にはペテルブルグへ出張し、ロシア国立歴史文書館でも追加の史料収集を行った。またロシアの電子図書館がオープンし（正確な開館時期は不明だが、おそらく2016年）、日本からでも帝政期のロシア語史料の入手が容易になった。

当時のロシアでは、茶の取引や税制に関する議論が活発に行われており、出版物も多く出ていた。物価に関する統計資料もある程度残っている。いくつかの代表的な商社は社史を刊行している。それらを通じて茶のロシア国内市場がどのようなものであったかを知ることができる。

以上の一次史料に加え、ソコロフらの先行研究も参照しつつ、19世紀から第一次世界大戦期までのロシア国内において茶がどのように取引されていたのかを論じる。

3. 研究成果

以下、研究成果として、「1. ロシアにおける消費の拡大」「2. 価格」「3. 流通経路と消費地」「4. 商社の活動」に分けて論じていくことにする。茶の消費者や輸送方法など、時代とともに変化していくが、これまで先行研究においても必ずしも十分に明らかになっていなかった。ただし行論の都合上、註7の拙稿ですでに述べていることも、本稿で繰り返すことがある。なお1プードは16.38キログラム、1フントは409.5グラムである。史料に記載されている単位をすべてグラムに換算するのはかなり煩雑であるため、史料の通りプード、フントで記載する。また、史料上に現れるバイホヴィー(байховый)茶というのは、白毫茶と訳した方が正確だが、チョールヌィー(черный)茶、すなわち紅茶と同じ扱いを受けることも多いので、ここでは紅茶に統一する。

帝政期も今と変わらず、ルーブルが基本的な貨幣であり、100コペイカが1ルーブルとなる。当時の1ルーブルの価値であるが、参考までにレートを記しておく、1878年にシベリアを横断した際、榎本武揚は1円を1ルーブル67コペイカで計算しており、日露戦争から第一次世界大戦までが1円≒1ルーブルである。

3-1. ロシアにおける消費の拡大

表 1：ロシアの茶の輸入量（単位：千ブード）

年	欧露 国境	アジア国境		年	欧露 国境	アジア国境	
		紅茶・ 緑茶	磚茶			紅茶・ 緑茶	磚茶
1861		342	162	1888	696	487	738
1862	243	359	120	1889	702	439	773
1863	283	265	168	1890	835	382	700
1864	239	244	135	1891	744	411	810
1865	357	220	90	1892	800	502	841
1866	291	221	105	1893	836	507	860
1867	466	166	233	1894	842	616	1012
1868	516	184	186	1895	807	622	976
1869	574	170	198	1896	892	674	1048
1870	543	233	294	1897	891	659	1181
1871	690	186	231	1898	1003	689	1303
1872	790	194	312	1899	984	782	1135
1873	730	287	407	1900	1191	650	1652
1874	723	280	354	1901	1484	432	1571
1875	794	222	487	1902	1451	599	1705
1876	943	264	510	1903	1192	828	1654
1877	374	251	417	1904	1423	951	995
1878	741	297	510	1905	2195	531	528
1879	856	333	523	1906	2305	1520	1921
1880	1146	396	604	1907	1127	2288	2254
1881	625	292	609	1908	715	2326	2279
1882	838	304	617	1909	809	1876	1811
1883	907	347	560	1910	750	1992	1542
1884	989	337	741	1911	583	2115	1547
1885	770	384	580	1912	503	2267	1412
1886	924	384	768	1913	569	2197	1861
1887	607	469	945	1914	361	2478	1940

出典：左近幸村、「19世紀後半から20世紀初頭にかけてのロシアの茶貿易—汽船との関連を中心に」、『スラヴ研究』、59号、2012年、62頁。

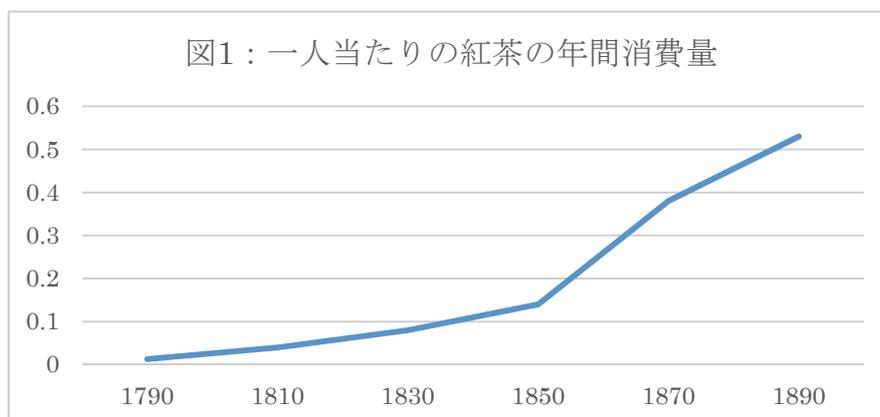
1860年代から第一次世界大戦勃発までの茶輸入量の変遷は表1の通りである。1861年まで、茶の輸入はもっぱらイルクーツク近くのキャフタ経由で行われていたが、中国の開港を受けて、ロシア側も輸入径路を拡大し、西側からも輸入されるようになった。また表1以前の1837～1862年の茶の輸入状況については、表2の通りだった。

表2：1837年から1862年の茶の年平均輸入量（単位：千ポード）

年	紅茶	磚茶
1837～1841年	144	67
1842～1852年	206	103
1854～1856年	186	93
1857～1862年	321	135

出典：H. Критом, Материалы для обсуждения вопросов о чайной торговле. Санкт-Петербург, 1864. С. 49. なお1853年が省かれているのは、前後の年に比べて極端に輸入量が落ち込んでいるためである（Там же. К стр. 49）。落ち込んだ理由として、太平天国の軍が南京を占領するなど、清が大きな混乱に陥っていたことが考えられる。

18世紀のロシアで茶は貴重品であり、上流階級のステータスシンボルであったものが、18世紀の末から社会に普及しだしたとされている（需要層については後述）。それでも、1798年の時点で葉茶（おそらく紅茶）は2.1万ポード、磚茶は2.6万ポードだった⁸⁾。しかし表2から明らかのように、19世紀前半のうちに茶の輸入量は急増し、以後ロシアの茶の輸入量は右肩上がりである。図1が示すように、一人当たりの紅茶の消費量も、19世紀後半に目立って増加している。



出典：A.П. Субботин, Чай и чайная торговля в России и других государствах. Производство, потребление и распределение чая. Санкт-Петербург, 1892. С. 220. (縦軸の単位はポンド)

しかし 19 世紀末になっても、一人当たり年間 200 グラムというのは、少ないように思える。これは、農民層にはまだ紅茶が浸透していなかったことと関連している。逆に言えば未開拓の巨大市場として、農民のあいだでの紅茶の普及が期待されていたということもあった⁹⁾。1913 年の職業別の統計を見ると、農業や林業の従事者が 75%、建設などの工業が 9%、運送業が 2%、商業が 9%、その他が 5%となっており¹⁰⁾、ロシアの人口は農村部に圧倒的に偏っていた。

2012 年の拙稿では、19 世紀後半から 20 世紀初頭にかけての輸入量の増加を、主にロシア側の航路網の発達との関連から説明したが、本稿では同時期に起こった茶の種類の多様化や、価格の変化などを説明する。

19 世紀のロシアにおける茶の市場の状況を知るには、1892 年にペテルブルグで刊行された 700 ページに及ぶ A.P. スポーチン著『ロシアやその他各国における茶と茶貿易』が最も参考になる。同書によると、茶は 19 世紀後半には以下のように分類されていた。普通の紅茶、アロマ紅茶、香茶、花茶、良清茶、アロマ花茶、粗清茶、漢茶、花白茶、銀茶、それに緑茶、黄茶である。ただし実際に販売されるときは、以下のような商品名が付けられていた。「皇帝の花束」「皇帝のバラ」「インドのバラ」「珍漢茶」「漢のバラ茶」「バラ風味茶」「濃厚はちみつ風味茶」等々。なお、茶の種類や商品名は訳しづらいものが多く、辞書で調べても出てこないおそらく中国語由来と思われる言葉も多く使われている。このように茶はエキゾチックな中国のイメージと結び付きつつ、後述する価格の低下も相まって、ロシア社会に浸透していった。

一方、ロシアを代表する茶商の一つであるポポフ社のように、単純に 1 番から 8 番までの番号で販売していた業者もあり、1890 年代にはある程度等級と価格が定まったと思われる。図 2 は 1905 年のワシーリー・ペルロフ社のポスターである。左上には「新しい茶のパッケージ」と書かれていて、右の赤い箱には「No. 2 1 フント 1 ルーブル 60 コペイカ」と書かれているのが見える。

同時に茶の名称も、上記のような中国風の分かりにくいものから、「極めて美味」「精選」「中国から初めて輸出」「味も香りも素晴らしい茶」など、消費者に理解されやすいものに変化していった。さらに図 2 や図 3 に見られるように、各社が派手なポスターを制作していた。このことから窺えるように、消費者を引き付けるために、各社のブランドイメージも重要だったと思われる。

シベリアの先住民のあいだで広く飲まれていた磚茶の方は、紅茶のようにいくつもの種類に分かれていなかった。スポーチンは、19 世紀末になるとロシア人農民のあいだでも磚茶が飲まれるようになってきたと記しているが、具体的にどの程度飲まれていたかを示す数値は見つけれられていない¹¹⁾。



図 2：ワシーリー・ペルロフ社のポスター。1905 年。中国人ともロシア人とも判断のつかない女性が描かれている。下に 1787 年創業と赤字で書かれている。



図 3：V. ヴィソツキー社のポスター。1900 年代。ジャンク船に乗っている中国人が描かれている。上には「船によって運ばれた茶をお求めあれ」と書かれてあり、下には本社モスクワのほか、ワルシャワ、オデッサという文字も見える。

図 2 と 3 の出典：A.E. Snopkov, P.A. Snopkov and A.F. Shkliaruk, eds, *Russian Advertising Posters 1868-1917*. Moscow, 2014, pp. 13, 16

図 2 や図 3 のようなポスターや包装紙の作成に当たっては、自前の工場を建設する場合もあったが、外注する会社も多かった。茶の広告の印刷で大きく成長したのが T. キッペリ社で、1880 年代に 40 人ほどだった作業員の数は 1912 年には 495 人となり、ローマやパリの展覧会にも出展し、ロンドンの展覧会では金メダルを受賞したほどだった。また茶を売る箱はブリキ製が多かったが、その制作も外注だったようである。何らかの記念用のパッケージには、ブリキではなく木製の箱が使われた¹²⁾。

中国から運ばれる際、木製の箱や、より高級なものについては鉛や錫の箱に入れられてロシアまで運ばれた。海路の場合は、鉛の箱を木製の箱に入れ、さらに頑丈なむしろを被せて運んだが、これは湿気や塩で茶の質が落ちるのを防ぐためだと思われる¹³⁾。こうしてロシアに運ばれた茶を、小売店で販売用の箱に詰め替えていたようだ。

3-2. 価格

では次に価格を見てみよう。19世紀初頭の時点で、モスクワでは花茶（上質茶）が10～12ルーブルで売られていた¹⁴⁾。それから半世紀たち1863年には、ロシア各地における紅茶の価格は表3のようになっていた。

広東、すなわちロンドン経由の茶とキャフタ経由の茶で価格に開きがあるが、表4が示すように、キャフタ経由の方が関税ははるかに低かった。しかし表3が示すように、関税による優遇策にもかかわらず、キャフタ経由の茶の方が高くなる傾向にあった。そのこともあり、1860年代の紅茶の輸入量は、表1が示すように、欧露経由（広東茶）の方が多かった。

表3：1863年の茶の1フント当たりの価格（ルーブル）

地域	広東茶		キャフタからの茶	
	花茶	紅茶	花茶	紅茶
アルハンゲリスク	1.80 – 3.50	1.00 – 1.50	3.00 – 3.50	1.40 – 1.70
沿バルト	1.40 – 4.00	0.75 – 1.80	2.00 – 5.50	1.20 – 2.50
ポーランド、西ウクライナ、モルドヴァ	0.90 – 3.20	0.60 – 3.00	2.50 – 5.00	1.40 – 2.60
ベラルーシ	1.80 – 2.25	1.50 – 1.75	2.50 – 3.00	1.50 – 2.00
モスクワ、ペテルブルグなど	1.50 – 4.25	0.75 – 2.00	1.80 – 10.00	1.10 – 3.90
沿ヴォルガ	2.10 – 3.50	0.85 – 1.70	2.00 – 5.00	1.10 – 2.30
ウクライナ	1.20 – 3.00	0.70 – 2.00	2.00 – 7.00	1.00 – 2.30

出典：Критом, Материалы для обсуждения вопросов. С. 85-86. 史料には県名が書いてあるが、現在の該当する国や地域に直した。

表4：1ブード当たりの関税（単位：ルーブル）

	キャフタ	欧露陸路	欧露海路
上質茶	16	24	26
一般の紅茶	6	12	14

出典：左近、「ロシアの茶貿易」、68頁。

1863年のキャフタにおける価格を見ると、花茶が1フント当たり98コペイカから1ルーブル30コペイカ、紅茶が50コペイカから87コペイカとなっている（磚茶は18から20コペイカである）。広東における価格は、手元の史料では4種類に分けられて

いるが、最も高いもので 61 コペイカ（レートによっては 69 コペイカ）、低いものだと 30 コペイカを切る¹⁵⁾。

それが 1890 年代初頭になると、一般的な紅茶は、1 ルーブル 80 コペイカから 3 ルーブルまで、20 コペイカずつ上がっていく形で 6 つの価格に分けられるようになった。花茶となると、2 ルーブル 50 コペイカ、2 ルーブル 80 コペイカ、3 ルーブル、3 ルーブル 50 コペイカとなっており、もっと高級な茶も存在した。

表 5：紅茶の販売状況

値札の価格	実際の販売価格	販売量 (千フント)	売上の割合
1.40 – 1.60	1.30	51700	55 %
1.80	1.40	9400	10 %
2.00	1.60	18800	20 %
2.20	1.80	9400	10 %
2.40	2.00	1880	2 %
2.60	2.20	1880	2 %
3.00	2.40	940	1 %

出典：Материалы по чайной торговле в связи с проектов введения в России чайной монополии. Петроград, 1915. С. 65.

第一次世界大戦が始まるころには表 5、表 6 のような状況になっていた。表 5 に示されているように、紅茶の実際の販売価格は値札より少し低いのが相場で、その傾向は地方や小さい小売店で顕著だった。これは激しい販売競争の結果であると言われて¹⁶⁾。加えて、表 5 には量別の売り上げの割合も記されているが、需要のある価格帯はかなり偏っていたことが分かる。つまり第一次世界大戦が始まったころのロシアにおいて、紅茶の値段は 1.3 ルーブルかそれより少し上というのが、一般的な認識だったと考えられる。

表 6：磚茶の販売状況

	平均販売価格	販売量 (百万フント)
2 等茶	35	25
1 等茶	55	25
緑茶の磚茶	30	13

出典：Материалы по чайной торговле в связи с проектов введения в России чайной монополии. Петроград, 1915. С. 65.

緑茶など他の茶と合わせると、この時期の茶の販売量は1億7650万フント、売り上げは1億8342万ルーブルになっていた。一方、1913年のロシアでの小売取引高は、71億4100万ルーブルだった¹⁷⁾。当時の統計ではバザールにおける農作物の販売が含まれていないなど不備はあるものの、一応の目安にはなると考えられる。これらの統計を突き合わせると、茶はロシア全体の取引の2.5%ほどを占めていたことになる。

3-3. 流通経路と消費地

各都市の、茶の消費量をまとめた統計はないものの、ロシアの茶市場の中心がモスクワだったことは、確実である。それはどの時期の文献を見ても記されている。ただしモスクワを取り巻く流通のあり方には、変化が見られた。

1858年から60年にかけて、毎年約15万個口の紅茶の流入が見られたが、そのうちの53%はモスクワを経由またはそこで消費されていたと見られる。当時、ロシアの最大の定期市であったニジニ・ノヴゴロドでは、ロシアに輸入された茶の40%が取引されていたが、そのうちの半分はモスクワの商人によって購入された¹⁸⁾。しかし1880年代になると、ロシア義勇艦隊により、中国から茶を直接オデッサに運ぶようになり、茶の集積地としてのニジニ・ノヴゴロド定期市は衰退していく。

茶の関税システムの特徴として、多くの茶が国境の税関ではなく、モスクワで関税をかけられていたことが挙げられる。モスクワがそれだけの集積地であったことを示すが、紅茶の関税の支払地を1886年から10年ごとに見ると、表7のようになる。

表7：各税関で課税された紅茶の量（単位：プード）

税関	1886年	1896年	1906年
モスクワ	758,451	703,178	1,214,000
オデッサ		92,000	383,631
ペテルブルグ(海路)		30,000	67,000
ワルシャワ	12,884	3,581	304,000
ハリコフ		3,264	
ペテルブルグ(陸路)	17,754	13,831	
イルクーツク	374,580	544,000	6,151
チェリャビンスク			235,043
キャフタ			65,291
スレチェンスク			2,116
満洲里			6,018
合計	1,312,899	1,444,154	2,014,065

出典：А. Губаревич-Радобильский, Чай и чайная монополия. Опыт исследования основ обложения чая в России. Санкт-Петербург, 1908. С. 108-109.

表 7 が示すように、50%前後の紅茶の関税がモスクワで徴収されている。モスクワでの需要を中心に、ペテルブルグや東ウクライナなどにも送られていた。イルクーツクでの徴税量が 1906 年に大きく減っているが、これはチェリャビンスク（ウラル山脈の麓。シベリアの入口とされる）での徴税が増えたためだと考えられる。オデッサでの徴税量が急激に増えているのも目に付くが、これは義勇艦隊による輸送量の増加のためである。しかし 1906 年の後には、義勇艦隊は主にウラジオストクに茶を輸送して、そこからシベリア鉄道でモスクワまで運ばれるようになる。

茶の輸入元について言えば、インドとセイロンからの茶の輸入は 1890 年代から始まっていたが¹⁹⁾、1910 年ごろにはインドとセイロンからの茶の輸入量が、中国茶を上回っていた可能性がある。また、中国で製造されている磚茶に、インドやセイロンの緑茶が使われているというロシア領事の報告があるように、ロシアを取り巻く流通経路も複雑化していた²⁰⁾。

モスクワが茶の流通の中心であり、一大消費地であったのに対し、正確な統計はないものの、スポーチンやソコロフによれば、フィンランド、沿バルト、ウクライナなどは茶の普及が遅れた。義勇艦隊による茶の輸入が行われたオデッサも、70 年代には茶の販売店が 1 つしかなかった。しかし 90 年代初頭には 15 に増えた²¹⁾。

ソコロフによれば、茶があまり普及しなかった地域のうち、沿バルト、ポーランド、クリミア半島（なかでもクリミア・タタール人の間）ではコーヒーが好まれたという。クリミアはともかく、沿バルトもポーランドもドイツと結びつきが強い地域であり、そのことが影響していると思われる。またウクライナでは、水のほか、クワスやブザー（いずれも、ロシアやコーカサスの軽いお酒）の方が好まれていた²²⁾。後述するヴィソツキー社は、19 世紀末に設立された新参者であったにもかかわらず、それまで茶の市場として未開拓であったウクライナなどに進出することで、急成長を遂げ、一躍ロシアを代表する茶の商社になったのだと考えられる。

3-4. 商社の活動

19 世紀末の段階で、中国からロシアの消費者に届くまでには、中国で茶を買い付けてロシアに発送する業者、各地方で販売する小売業者、それらを仲介する問屋の三段階が一般的であった。時には問屋から別の都市の問屋に転売されるケースもあった²³⁾。しかし割合については不明であるものの、現地での買付からロシアでの小売りまで一括して行う業者も増加しており、後述するクズネツォフ社もこのタイプであると思われる。また問屋が直接消費者に売る場合もあった。

表 8 : 1913 年 1 月 1 日の主な茶貿易商社の資本金

会社名	万ルーブル
ピョートル・ボトキン	180
V. ヴィソツキー	1000
F.P. ギルバソフ	50
A. クズネツォフ	1000
N. カピリン	30
カラヴァン	150
M.P. メドヴェージェフ	60
V. ペルロフ	120
S.V. ペルロフ	250
ポポフ兄弟	150

出典 : Материалы по чайной торговле. С. 53.

表 8 が示すように 20 世紀初頭において、ロシアの二大茶商はクズネツォフ社とヴィソツキー社となっていた。クズネツォフ社の場合、1903 年の営業利益が 351 万ルーブル、1916 年には 1626 万ルーブルとなっている²⁴⁾。クズネツォフ社の設立は 1891 年、ヴィソツキー社の設立は 1881 年、となっているが、クズネツォフ社は前身の卸売会社が 1840 年に、アレクセイ・グブキンによりクングル（ウラル山脈沿いの町）に設立されている。クングルの当時の人口は 6000 人ほどだったが、シベリアに向かう途上にあって取引は活発だった。ヴィソツキー社の場合も前身は卸売会社であり、それまでピョートル・ボトキンという茶商の下で働いていたヴォリフ・ヴィソツキーが、1853 年のボトキンの死を期に独立したのが始まりである²⁵⁾。

森永貴子はロシア史研究会 2016 年度大会の報告で、19 世紀前半の茶の大規模卸売業者として、ボトキンの他、ネヴェジン、ソローキン、アゲーエフ、コレーソフ、クマニンなどを挙げていた。しかしこれらの多くは 19 世紀末には消えるか目立たない存在となってしまふ。ボトキンの商社は革命後に国営化されるまで存続し、茶を扱っていたが、19 世紀後半には砂糖製造にも力を入れて、銀行とも結びついた企業連合体の一部になった²⁶⁾。こうした入れ替わりの理由の一つとして、キャフタとの結びつきが強かった上記の業者が、茶貿易におけるキャフタの地位の低下の影響を受けたことが考えられる。もう一つ挙げられるのが、茶の売り方の変化である。

クズネツォフ社の社史によれば、その新しい売り方のパイオニアとなったのが社の創設者アレクセイ・グブキンだった。それまでの茶の取引方法は、茶の種類を無視し箱に丸ごと放り込み、箱ごとに値段が書いてあるだけのものだった。これに対し、グブキ

ンは種類や品質、中国側の生産者の情報を公開して茶の卸売を行った。現在の研究では、18世紀末からロシア社会に茶を飲む習慣が広まったとされているが、社史によれば、グブキンは既存の取引方法では茶の市場は限定的にならざるをえないと考え、新しいやり方を考え出したのである。これはあながち社史における自画自賛でもないようで、スポーチンもグブキンが新しい販売方法を始めたことを指摘している²⁷⁾。実際、グブキンの方法は茶の取引のスタンダードとなり、それまでの大商社は姿を消すことになった。グブキンは1881年に本社をモスクワに移して、83年に彼が亡くなると、遺言により孫のアレクサンドル・クズネツォフが後を継ぐことになる²⁸⁾。

ヴィソツキー社がオデッサなど黒海周辺、つまりロシア帝国の西方に支店網を築いていたのに対し、クズネツォフ社はモスクワ周辺から東方に支店網を展開した²⁹⁾。クズネツォフ社の1904年のバランスシートを見ると、不動産の項目にペルミ（ウラル山脈沿いの都市）、モスクワ、チュメニ（西シベリアの都市）、チェリャビンスク（シベリアの入口とされる都市）の土地と建物が挙がっているが、土地で87%、建物で73%を占めるなど、モスクワが圧倒的な存在感を誇っている。また定期市にも出店しているが、ニジニ・ノヴゴロドをはじめとしていずれもウラル山脈周辺である。海外では漢口に大きな事務所を構えていたほか、ロンドンとコロンボにも構えていた³⁰⁾。

クズネツォフ社ならびにヴィソツキー社は、顧客情報の管理に優れており、そのことが両社の強さの秘密だったとされている。両社とも10の支店を持っていたが、支店ごとに上級販売員という職を設けており、取引先の情報を管理するノートを作っていた。そこには取引先の財産、支払い能力、誰にどの程度借金があるか、どの程度どのような種類の茶を掛け売りできるかといった情報が記されていた（ただ残念ながら、このノートは文書館で見つけ出せなかった）。こうした情報をもとに、買付や在庫管理で無駄が出ないようにしていた³¹⁾。

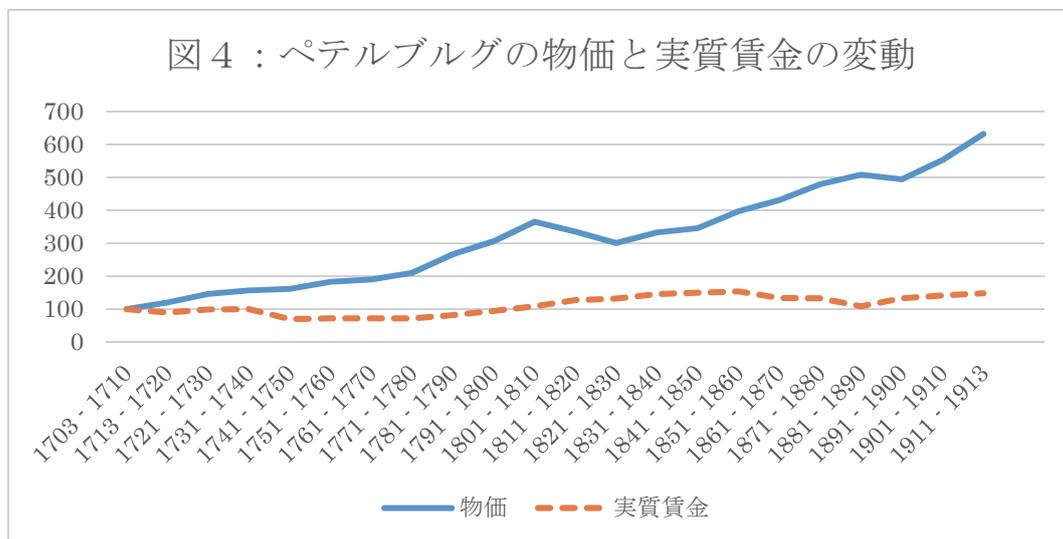
上記のように、両社には支店網の棲み分けの傾向がみられたが、それでもオリョール（モスクワの南）、スモレンスク（モスクワの西）、チェリャビンスクなどで競合することがあった。1906年の理事会に提出された報告では、従来クズネツォフ社が95番茶を売っていた市場で、具体的な数値は挙げられていないものの、ヴィソツキー社が販売するセイロン茶の売り上げが大きく伸びているということが報告されている³²⁾。

4. 考察

ロシアが輸入した茶を誰が飲んでいたのであるのか、階層ごとの消費に関する正確な統計は残念ながら見つからなかった。しかし、同時代の証言や物価水準などから、ある程度推測することは可能である。

まずロシアの物価の変動の全体像について確認しておきたい。ロシア社会経済史の大家、ボリス・ミローノフの計算では、18世紀初頭から20世紀初頭にかけてのペテ

ルブルグの物価と実質賃金は、図 4 のように変化した。19 世紀前半から 20 世紀初頭にかけて、物価がほぼ 2 倍に上がっているが、その中でも茶は基本的に価格が下落傾向にあった。一方、実質賃金はあまり変わっていない。



出典 : *Б. М. Миронов, Благополучие населения и революции в имперской России. Москва, 2010. С. 512.* 1703 – 1710 年を 100 とする。

スポーチンが指摘しているのは、御者や庶民が利用するような旅籠、飲食店から茶が庶民にも広まっていったということであり、ソコロフも同様の指摘をしている³³⁾。

また、イギリスの産業革命期に砂糖入りの紅茶が労働者の間に普及したことは、川北稔の研究によって知られているが、ソコロフによれば、19 世紀後半にはロシアの工場労働者にとっても、茶は一般的な飲み物になった³⁴⁾。註 10 で挙げた職業別の統計によると、1913 年において工場労働者は 9% を占めていた。

表 9 と 10 は 1907 年から翌年にかけてペテルブルグで行われた労働者の家庭の支出調査である。この調査では、茶に関するアンケートは行われていないが、アルコールやタバコ、賭け事への支出に関する調査は行われており、それによれば調査を実施した 307 世帯のうち、281 世帯で支出があり、年間で 1 世帯当たり平均 41 ルーブル支出している。また単身世帯では、268 人のうち 222 人が支出しており、年間の平均は 43 ルーブルである³⁵⁾。なお、1890 年代初頭に行われた調査では、モスクワの労働者の食費は、月にして 4 ルーブル 50 コペイカから 5 ルーブル、年にして 54 から 60 ルーブルである³⁶⁾。

表 9 と 10 が示すように、都市の労働者と言っても、貧富の差がかなり広がっていたことが窺える。しかし労働者の一家族の年間の平均食費が 364 ルーブル、月にして 30 ルーブルであり、当時最も多く販売されていた紅茶の価格が、1 フント当たり 1 ルーブル

ル 30 コペイカだったことを考えると、ある程度経済的に余裕のある労働者層にとって、紅茶はそれほど贅沢な飲み物ではなくなっていたと考えられる。同じ統計調査で、アルコールやタバコなどの嗜好品にもある程度の支出をしていたことも、明らかになっているが、「アルコールとの闘い」のために茶の「健康飲料」としての側面が医師などによって強調され、広まったという側面もあった³⁷⁾。

表 9：1907-1908 年のペテルブルグにおける労働者家庭の年間の食費

家計の支出総額 (ルーブル)	戸数	総人数	食費の平均 (ルーブル)		食費の 割合(%)
			一家族あたり	一人あたり	
200-300	3	10	140	42	58
300-400	11	37	195	58	55
400-500	27	82	240	79	52
500-600	51	153	267	89	48
600-700	47	174	326	88	49
700-800	60	237	371	94	49
800-900	41	162	405	102	48
900-1000	29	127	464	106	49
1000-1100	12	48	492	123	47
1100-1200	11	58	510	106	45
1200 以上	15	77	684	133	49
計 (*は平均)	307	1160	*364	*97	*49

出典：С.К. Прокопович, Бюджеты петербургских рабочих. Санкт-Петербург, 1909. С. 13.

ロシアの都市化の進展を確認しておく、1811年の時点で都市人口比率は 6.6 パーセントだったが、1863年には 10 パーセント、1913年には 15.3 パーセントに達している。都市別にみると、1863年にはペテルブルグの人口が 54 万人、モスクワの人口が 46 万人だったものが、1914年には前者が 212 万人、後者が 176 万人となっている³⁸⁾。こうした都市人口の増加と並行して労働者の間に茶が普及して、需要が大きく高まったものと見られる。特に、クズネツォフ社が販売網を展開していたウラル山脈沿いとヴィソツキー社が展開していたウクライナは、当時のロシアの新興工業地域であり、ロシアの工業化の波に乗ったことも両社の成長を後押ししたと考えられる。

表 10：1907-1908 年のペテルブルグにおける労働者単身世帯の年間の食費

家計の支出総額 (ルーブル)	戸数	食費の平均 (ルーブル)	食費の 割合(%)
100-200	5	92	53
200-300	34	115	44
300-400	69	140	40
400-500	69	165	37
500-600	51	190	35
600-700	22	216	34
700-800	6	260	35
800-900	7	345	37
	計 268	平均 117	平均 38

出典：C.K. Прокопович, Бюджеты петербургских рабочих. Санкт-Петербург, 1909. С. 13.

5. 結論

茶がロシア社会に普及し始めた 18 世紀末から 20 世紀初頭にかけての物価の変動を見ると、ほぼ 2 倍になっている。キャフタの独占が崩れる 19 世紀半ばから考えても、20 世紀初頭の物価はほぼ 1.5 倍になったと考えられる。1860 年代から第一次世界大戦が始まるまで、一見茶の価格はそれほど大きく変わっていないように見えるかもしれないが、物価全体の変動を考えると、茶の実質の価格は 19 世紀後半も低下し、より下層の人々に手が届きやすくなったと考えられる。

その理由として、航路網や鉄道網が発達し、中国やインド、セイロンから効率的に茶をモスクワまで運べるようになったことや、値札より低い価格で売ることが定着するような、激しい競争が商社の間で行われたということが考えられる。その過程で定期市の衰退といった変化も起こった。商社の入れ替わりも激しく、第一次世界大戦直前にロシアの二大茶商となっていたクズネツォフ社とヴィソツキー社は、いずれも世紀転換期に急成長した新参者だった。中でもヴィソツキー社は、あまり茶が普及していなかったロシア帝国の西部の市場を開拓することで、成長した。ただし大手の商社よりも小規模な商社の方が値引きを行う仕組みについては、今後検討の余地がある。

一方、ロシア社会における茶の普及を反映して、第一次世界大戦が始まる頃には、茶を国の専売制にして、財源にしようとする案もあった。もちろん反対意見も根強く、1915 年にペトログラードの商人たちは、専売制にするよりこれまで通り取引を維持した方が、税収が伸びると主張するための資料集を作成している³⁹⁾。この論争の行方は

追えていないが、激しい販売競争が行われる一方で、市場として発展すると国家による専売案が出てくるといのは興味深く、今後茶の問題を通じて、ロシアにおける国家と市場の関係を考察してみたい。

[謝辞] 2016年9月のモスクワでの調査にあたっては、モスクワ大学歴史学部准教授のソフィア・サロマチーナ氏に助けていただいた。ここに記して感謝申し上げる。

6. 引用文献

- 1) *И.А. Соколов*, Торговля чаем в России: фирмы. Справочник. Москва, 2016.
- 2) *И.А. Соколов*, Китайский чай в России. Том 1-3. Москва, 2015.
- 3) *И.А. Соколов*, Чай и чайная торговля в России: 1790-1919 гг. Москва, 2011.
- 4) 吉田金一、『近代露清関係史』、近藤出版社、1974年。
- 5) 吉田金一、「ロシアと清の貿易について」、『東洋学報』、45号4巻、1963年、39-86頁。
- 6) 森永貴子、『イルクーツク商人とキャフタ貿易：帝政ロシアにおけるユーラシア商業』、北海道大学出版会、2010年。
- 7) 左近幸村、「19世紀後半から20世紀初頭にかけてのロシアの茶貿易—汽船との関連を中心に」、『スラヴ研究』、59号、2012年、61-90頁。
- 8) R.E.F. スミス、D.クリスチャン（鈴木健夫ほか訳）、『パンと塩：ロシア食生活の社会経済史研究』、平凡社、1999年、322-323頁。
- 9) *А.П. Субботин*, Чай и чайная торговля в России и других государствах. Производство, потребление и распределение чая. Санкт-Петербург, 1892. С. 206.
- 10) Россия 1913 год. Статистико-документальный справочник. Санкт-Петербург, 1995. С. 221.
- 11) *Субботин*, Чай и чайная торговля. С. 553-555.
- 12) *Соколов*, Китайский чай. Том 2. С. 308-309, 331-332.
- 13) *Субботин*, Чай и чайная торговля. С. 481-482.
- 14) Там же. С. 557.
- 15) *Критом*, Материалы для обсуждения вопросов. С. 79-80. ロシア義勇艦隊による茶の輸送が開始された直後の1881年の記述だが、モスクワまでの輸送費は、1フント当たりキャフタ経由が56コペイカ、広東茶が18コペイカだった。*Рейнбот*, Чай. Откуда он идет к нам и чем полезен. Санкт-Петербург, 1881. С. 28.
- 16) Материалы по чайной торговле в связи с проектом введения в России чайной монополии. Петроград, 1915. С. 64.
- 17) Россия 1913 год. С. 198.
- 18) *И. Крита*, Будущность кяхтинской торговли. Санкт-Петербург, 1862. С. 20-21.
- 19) ロシアの公式統計によれば、西側国境から初めてインド茶が入ってきたのは1895年のことであり、4.4万フントだった。Обзор внешней торговли России за 1895 г. Таблица VIII. 1908年にペテルブルグで出された研究書によれば、種類は未詳だが、1891年にインドから1000フントの、セイロンから13000フントの茶が入ってきたとある。*А. Губаревич-Радобильский*, Чай и чайная монополия. Опыт исследования основ обложения чая в России. Санкт-Петербург, 1908. С. 106.
- 20) 左近、「ロシアの茶貿易」、82-84頁。
- 21) *Субботин*, Чай и чайная торговля. С. 221, 545.
- 22) *Соколов*, Китайский чай. Том 1. С. 327.
- 23) *Субботин*, Чай и чайная торговля. С. 539.
- 24) Центральный Государственный Архив Москвы. (ЦГАМ) Ф. 764, Оп. 1, Д. 6, Л. 7; ЦГАМ Ф. 764, Оп. 1, Д. 31, Л. 13.
- 25) *Соколов*, Китайский чай. Том 2. С. 163-164, 172-175.
- 26) Там же. С. 153-155.
- 27) *Субботин*, Чай и чайная торговля. С. 568.
- 28) Исторический очерк 25-летней деятельности торгово-промышленного товарищества преемник Алексея Губкина А. Кузнецов и Ко. С. 3-8.
- 29) *Губаревич-Радобильский*, Чай и чайная монополия. С. 65, 118.
- 30) ЦГАМ Ф. 764, Оп. 1, Д. 6, Л. 8об.
- 31) *Губаревич-Радобильский*, Чай и чайная монополия. С. 117.

- ³²⁾ ЦГАМ Ф. 764, Оп. 1, Д. 12, Л. 37.
- ³³⁾ *Субботин*, Чай и чайная торговля. С. 207; *Соколов*, Китайский чай. Том 1. С. 258-259.
- ³⁴⁾ *Соколов*, Китайский чай. Том 1. С. 276-283.
- ³⁵⁾ *С.К. Прокопович*, Бюджеты петербургских рабочих. Санкт-Петербург, 1909. С. 21-22.
- ³⁶⁾ *Фабрично-заводская промышленность и торговля России. С приложением общей карты фабрично-заводской промышленности Российской Империи. Издание Департамента Торговли и Мануфактур Министерства Финансов. Санкт-Петербург, 1893. С. 276.*
- ³⁷⁾ *Субботин*, Чай и чайная торговля. С. 208-210; *Рейнбот*, Чай. С. 32. スミス、クリスチャン、『パンと塩』、326 頁。
- ³⁸⁾ М.Е. Фокс (大河内暁男監訳／岸智子訳)、『ロシアの工業化 1700-1914』、日本経済評論社、1985 年、50 - 51 頁。
- ³⁹⁾ Материалы по чайной торговле.

7. 英文アブストラクト

The development of tea trade and Moscow merchants in the Russian Empire

Yukimura Sakon

Niigata University

As indicated by the many teashops in Moscow and St. Petersburg, Russia is now one of the largest tea importer in the world. However, little attention has been paid to the history of tea in Russia. This report tries to describe the transformation of the Russian tea market from the middle of the nineteenth century to the twentieth century, based on the documents, statistics and books available in the archives and libraries in Moscow and St. Petersburg, and the Russian National Electric Library. The change from land to marine transportation of tea from not only China but also India and Ceylon to Russia led to the decline of trade fairs, the reduction in the real price of tea, and the rise of new companies, for example, V. Vysotsky and A. Kuznetsov. The former found markets for tea in Ukraine and the latter near the Ural Mountains, areas that were rapidly becoming industrialized since the end of the nineteenth century. At the eve of the First World War, while tea was popular among the masses, including workers in factories, some intellectuals proposed monopolization of tea to aid the national treasury. The discussion of tea suggested consideration of the relations between the state and markets in Russia.