

明治維新以前のアメリカにおける日本茶市場の開拓 アメリカの広告資料から読み解く

Development of Japan Tea Market in USA before Meiji Restoration

吉野 亜湖
Ako YOSHINO

(平成30年10月2日受理)

明治2年(1869)より牧之原大茶園の開拓が始まり、日本茶の輸出量が増えるのは明治以降ではあるが、横浜開港の安政6年(1859)より既に外国商により日本茶の海外市場開拓は展開されていた。また、日本茶業界が組織的に日本茶の広告を海外に向けて行うのは明治以降になるため、幕末つまり江戸時代から日本茶の広告は、外国の茶商により現地で行われてきたのである。これまで対米茶貿易史は、日本側の資料かつ明治以降の資料を中心に検討が行われてきたが、主要輸出先であるアメリカの新聞広告など現地資料から、明治維新以前にアメリカでどのように日本茶の市場が開拓されてきたのか、そして、現地での受容の様子を具体的に明らかにすることを試みた。それにより、先行してアメリカ市場をほぼ独占していた中国緑茶を、明治初期に追い抜いていく日本茶のブランド戦略が中国茶との差別化で展開されていたこと、そして日本茶の味がアメリカ人の嗜好に合っていたことが確認できた。

Keywords : tea history, JAPAN TEA, Japanese tea export, Ranji, tea label, Japan tea Blanding, ALL ABOUT TEA, 近代茶業史, 日本茶, 中国茶, 蘭字, 日本茶輸出史, 茶貿易史, 茶業, 茶ラベル, 日本茶広告史, 日本茶ブランド

1. はじめに

戦前の主力輸出品であった日本茶は、日本の近代化を支えた産業の一つである。『横浜市史稿 産業編』に「横浜開港直後、横浜に於て駿府商人によって試売された日本緑茶は、外国人の嗜好に投じ、輸出額は年と共に逐次増加を示し、明治初年頃は一時品物不足を告げ、俄に製茶の原料が欠乏すると云ふ好景況であった。」¹⁾とあるが、日本側が外国商の手を通さず直貿易を始めるのも、日本茶の宣伝活動を行うのも明治以降であるため、それ以前は日本茶の海外市場開拓は外国の茶商により行われてきたのである。

従来の近代輸出茶業史、特に対米貿易については、現在においても日本茶の最大輸出国であるアメリカの海外資料の検討から分析されたものがない状態である。戦前期の茶業史の代表的研究とされる寺本益英(1998)の『戦前期日本茶業史研究』²⁾で開港時の製茶貿易に関して外国商館と売込商や生産の動向、輸出量などのデータが示されているが、国内

資料の検討に留まっている。また、最新の研究では、近代の製茶業を輸出用の再製加工に着目して分析した粟倉大輔（2017）の『日本茶の近代史 幕末開港から明治後期まで』があるが、明治期の製茶業史を明らかにすることを目的としているため、幕末期の資料検討は主眼に置いていない。さらに、イギリス商社の文書の分析に関しては、山本通（1996）「幕末と明治初期の外国貿易商社と横浜商人」（コーンズ商会関係文書）、石井寛治（1984）『近代日本とイギリス資本』（ジャーディン・マセソン商会関係文書）等いくつかあるにも関わらず、アメリカの資料検討を軸に論じているのはロバート・ヘリヤ（2015）³ 以外はないと言える。

1859年の横浜開港からアメリカ市場で日本茶の展開が始まり、実際に現地でアメリカ人により、どのように広告、販売されていたのであろうか。そして「外国人の嗜好に投じ」とあるが、アメリカ人の日本茶への反応や受容は実際どうであったのか。これらの課題に対する現地資料の検討は上記の通り、茶業史研究においてこれまでほとんどなされてこなかった。しかし、粟倉も指摘しているように、アメリカの日本茶の需要サイドからの分析は、近代茶業史にとって必須の課題である。

さらに、日本政府・農林水産省は、2020年までの農産物輸出額を1兆円規模に拡大する輸出倍増計画を発表した。その中で牽引役として期待されるのが日本茶で、2014年には78億円であったが、2020年に倍増の150億円の輸出を目指している。日本茶業がこれからの活路を輸出にも求めようという動きが活発になってきた中で、日本の主力輸出品として産業形成に寄与していた頃の海外での日本茶広告戦略を知ることは、今後の戦略立案のためにも極めて重要であると考えられる。

そこで、本稿では現在でも主要輸出先であるアメリカの当時の新聞広告を中心とした資料から、幕末の横浜開港1859年より明治元（1868）年まで、つまり日本茶業界側からは海外広告活動がなされていない初期における日本茶の海外市場開拓の展開について、できる限り明らかにしたい。かつて嗜好品として世界に日本茶が受け入れられはじめた時の具体的な様子を知ること、日本茶の可能性を掘り起こし、世界に伝えられる日本茶の魅力についても解明することにつながると考える。過去の知が、新しい日本茶の世界展開への根となればと試みる。

なお、幕末の開港から明治元年までの約10年間を、以下の三期に分けて検討を行う。第一期はアメリカ市場に日本茶が初登場した時期、第二期は日本茶ブランドの構築が始まった時期、第三期は日本茶ブランドのイメージ定着と展開の時期とし、それぞれ第2章、第3章、第4章で各時期について分析し、幕末の日本茶のアメリカ市場での展開と受容について解明することを試みる。

2. 第一期（1860～61年）アメリカ市場における日本茶の登場

この章では、横浜開港翌年の60年と翌々年61年の新聞記事と広告から、アメリカで日本茶の販売が始まった時期における現地の反応や販売の様子について追う。

2-1. 1860年の新聞に現れた日本茶

日米修好通商条約締結を導いた初代駐日領事タウンゼント・ハリスは、横浜開港から1

年を経て、茶が日本の主な輸出品のひとつであることを報告書に述べた。この報告は1861年1月17日の新聞⁴に掲載され、前年7月までに日本は茶を15,000箱輸出し、大きく増産の方向にあること、船で海外へ輸送するための加工法も既に会得していること等を、アメリカの読者に紹介した。日本茶に対するハリスの所感は非常に高評価で、以下のように記されていた。

I am of opinion that within a few years the choicest teas known in the United States will be of the Japanese production, as many of the sorts are superior to any of the teas of China.

(訳) 数年のうちにアメリカで最上級品は日本産となるだろう。その多くが中国産の茶より優れている。

この一か月ほど前に、既にニューヨークで最も歴史ある新聞 (Poughkeepsie Journal, 1785年設立) で日本茶が記事になっており、この評価も同じく高いものであった⁵。以下に記事の一部を引用する。

Our friend Capt. J.P. Dean has placed us under further and additional obligations. On Thursday he presented us with a package of green Japan tea, which goes ahead of anything in the tea line we have yet met with, and we profess to stand among the best judges that can be found. If the ladies get hold of it and fail to pronounce it splendid let them hold us responsible.

(意訳) J.P.ディーン船長から渡された日本緑茶は、他の全ての茶を凌駕するものである。女性たちが言えないなら、日本茶は素晴らしいものだ和我々が宣言しよう。

アメリカ市場に現れ始めた頃から、日本茶の記事が新聞で紹介され、しかも好評であるということが分かったが、広告も同年の新聞に散見できる。

11月5日の『ニューヨークタイムズ』に「JAPANESE TEA」から始まる広告(図1)、6日のメリーランド州の新聞では「天皇の茶園からピュアでスイートでおいしい日本茶(JAPAN TEA)が到着」という広告(図2)、8日には日本茶(JAPAN TEA)の「江戸ウーロン茶(YEDDO OOLONG)」が到着という広告(図3)などが入ってくる。12月になると、「日本から茶がやってきた!(TEA FROM JAPAN!)」と5回繰り返す印象的な広告コピー(図4)から、「届いたばかりの日本の茶(JAPANESE TEA)」という告知広告(図5)、ウイスキーやタバコと同列に「JAPAN TEA」が紹介されている(図6)など、他州でも日本茶が到着したことを告げる広告が打たれている。

JAPANESE TEA.—THE SUBSCRIBERS HAVE received a very choice choice lot of Jeddo Oolong in half chests, prepared without the use of artificial heat. The flavor and color when drawn resemble a fine Hyson. For sale in lots to suit purchasers, by J. & W. GERRY, No. 233 Canal-st. and No. 719 Broadway.

図 1. *The New York Times*, ニューヨーク, 1860年11月 5日

JAPAN TEA—Direct from the Emperor's Garden. Pure, sweet and delicious—possessing the qualities of the Black, with the flavor of the green. Also lower grades of excellent FRESH TEA, at 50 and 75 cents. The celebrated ORANGE PECCOE, at 50 cents. McDONNAN & THOMAS, (Successors to J. H. T. Jerome,) 56 & 57 Paces and Lexington's

図 2. *The Baltimore Sun*, メリーランド, 1860年11月 6日

JAPAN TEA—A new invoice YEDDO OOLONG just received and for sale by GEORGE SANDERS & CO., 65 Exchange Place.

図 3. *The Baltimore Sun*, メリーランド, 1860年11月 8日

A. KRUBS & BRO.

Lithographers

Corner Wood and Fourth Sts.,

PITTSBURGH.

**TEA FROM JAPAN!
TEA FROM JAPAN!
TEA FROM JAPAN!
TEA FROM JAPAN!
TEA FROM JAPAN!**

WE HAVE THE PLEASURE OF introducing to the TEA DRINKERS of Pittsburgh and vicinity, part of the FIRST LOT OF TEA ever imported into this country from the CITY OF YEDDO. Families wishing a CHOICE TEA, will please send for Samples, and be sure and ask for the **JAPAN TEA.** **PEKIN TEA STORE.** 38 FIFTH STREET, near Wood.

ESTABLISHED IN 1810.

図 4. *Pittsburgh Daily Post*, ペンシルベニア, 1860年12月 7日

JAPANESE TEA
Just Received
AT 184
CHINA TEA STORE.
This Tea, on trial, will be found the most delicate and delicious favored
TEA EVER OFFERED
to the citizens of Buffalo.
CHINESE PRESERVED GINGER,
An excellent and pleasant remedy for
COUGHS AND COLDS,
Can also be used at the
CHINA TEA STORE,
314 Main Street,
Opposite American Hotel

図 5. *The Buffalo Daily Republic*, ニューヨーク, 1860年12月24日

Wines, Liqueurs, &c.
J. R. GLONINGER & CO.,
No. 7 NORTH CHARLES ST.
Offer for sale:
WHISKIES—Pure old and new Rye, Wheat, Bourbon, and Highland Malt.
BRANDIES—Hennassy, Otard, Dupuy & Co., Pinet, Castillon & Co., and Pellevoisin.
MADEIRA WINES—J. Howard March & Co., Welch Brothers, and a small lot of choice old Vinho (white).
CORDIALS—Absinthe, Chartreuse, Curacao, Noyeau, &c
HAVANA CIGARS—Cabanas, Espanola, Filantropa, Rio del Norte, and other choice brands.
OLD JAMAICA RUM, Pure Holland Gin, and superior Tonic Bitters.
BROWN STOUT AND SCOTCH ALE—Younger's India, Imperial and Strong Ales. Hibbert's London, and Guinness' Dublin Stout.
JAPAN TEA, with a general assortment of latest importations of **GREEN AND BLACK TEAS.**
CROSSE & BLACKWELLS PICKLES AND SAUCES, Champignons, Petits Pois, Sardines and Superior Salad Oil

図 6. *The Daily Exchange*, メリーランド, 1860年11月20日

表1は、横浜開港の1859年から翌60年におけるアメリカの茶の輸入量が記載された新聞記事からの抜粋である。日本茶は約165トンと、まだ中国茶の1割強のシェアに過ぎないことが見て取れる。なお、表1の和訳では「中国」と緑茶と紅茶の前に付けたが、新聞記事の中の英語では、中国緑茶は「Green」、中国紅茶は「Black」とのみ表記され、「China」という語は付いていなかった。対して、日本茶は緑茶の一種としてではなく「JAPAN TEA」と国名を付けられた名称で示されていた。日本茶はアメリカ市場に先行して流通している既存の緑茶でも紅茶でもない、新種の茶という認識で受けとめられていたことがこの表からも読めるだろう。

表1. 1859-60年におけるアメリカの茶の輸入量

茶種	輸入量 (トン)
Green (中国緑茶)	8,105
Black (中国紅茶)	6,121
Japan Tea (日本茶)	165

「TEA TRADE」*The Daily Exchange*, メリーランド州, 1861年1月1日

2-2. 1861年の記事と広告で紹介された日本茶

エイブラハム・リンカーンが第16代アメリカ合衆国大統領に就任した1861年の新聞には、「JAPAN TEA」と題された記事が数紙で見られるようになる。

3月のカリフォルニア州⁶、4月のオレゴン州⁷の新聞の記事では、「中国では外夷 (outside barbarian) 向け茶に着色料 (紺青や藍などの顔料や硫酸鉄) を加えているが、日本茶は無着色で味が良く「すぐに合衆国国民の好むところとなるだろう。」と、好意的な内容で紹介している。「合衆国」とこの時代に呼んでいるのは、南北戦争勃発年でもあるため、合衆国から分離独立を宣言した南部諸州は含まれていないと考えた方が良いだろうが、当時の日本茶がアメリカ人の嗜好に合っていたことが読み取れる。

5月に掲載されたウィスコンシン州の新聞にも、「JAPAN TEA」と同じタイトルの記事⁸で、日本茶について中国緑茶と比較して評価しているので、以下に引用する。この記事の中で「緑茶」というのは、中国産で外国向けに仕上げ加工 (再製) した茶のことである。

D. Ballou, grocer, on Main Street, has received a quantity of a new kind of tea, raised in Japan. It has all the appearance of black tea, but has the qualities and flavor of green tea. The color of green tea is said to be owing to its being prepared for market in copper vessels; but in Japan such a process is unknown, tea being cured by the same process that used in this country for bay. We have tried some of this tea and found it a good article, but it needs more steeping than.

(抄訳) 日本産の茶は外観が紅茶のようだが、内質と味は緑茶である。緑茶は仕上げ乾燥の段階で、銅製の釜で色付けされるものであるが、日本ではこの工程が知られていないため、輸出用の茶も国内向けと同じ製造法である。この茶は良質であるが、時

間をかけて浸出する必要がある。

『ニューヨークヘラルド』は、5月17日付の横浜最大の輸出商社ジャーディン・マセソン商会 (Jardine, Matheson & Co., 1832年設立) による日本茶の評を伝えた⁹。ここでも中国茶との比較で述べられ、イギリスでの茶商の評価は低い、質は良いとしている。輸出初期の日本茶の状態が外国商にどのように受け止められていたかの記録であるため抄訳を以下に付ける。

ロンドンの茶卸商が日本茶 (Japan tea) を好まないのは、日本茶に対する知識が足りないため正しい評価ができないからである。中国の紅茶は、銅製の釜で火入れ乾燥させる時に、黒く丸まった形に整えられる。これがイギリス市場で好まれている。日本茶は、この加工が施されていないため、味ではなく外観の色が気に入られないのだろう。質は中国茶と全く同等と言える。日本茶は摘採した葉を日干し乾燥する¹⁰。このようなシンプルな製造法のため、ナチュラルな色で味が濃い。もう一つの違いが、茶箱に鉛の内張をしなないことである。これは船での輸送時に茶を劣化させないための非常に重要な作業である。上海の鉛シートを運び入れて日本で茶箱を作製する方が安い、現在その動きが始まっている。

この記事の通り、同商会横浜店は1861年に大量の茶鉛 (Tea lead) を輸入し始め、翌年には再製釜 (firing pan) を300個注文し、再製から茶箱詰めまで横浜店で行える準備を調べた¹¹。

日本茶の輸出総量も同紙10月22日の記事に記載されているので、表2にまとめておく。

表2. 神奈川港からの茶の輸出総量 (1859年7月4日輸出開始初年度と翌年度)

年度	輸出量 (トン)
初年度1860年6月10日締	454
翌年度1861年6月10日締	2,045
計	2,499

The New York herald, 1861年10月22日

この中で、「初年度、高級茶は1ピクル14ドルで取引されていたが、現在は30~35ドルになった」と価格が倍以上になったことも報じられた。また、注目すべきは「当初、外は素焼きで内側に上塗りされた壺 (earthen jar) に1ピクル (約60キログラム) ずつ入っていたため、航海に向かず1/3が破損した。価格ではなくイギリスの茶商が日本茶を嫌う大きな理由はここにある。」と初期は茶箱でない輸送法もあった記録がある。日本側の記録では、幕末の「茶の輸送法は近距離は大海 (袋) 等を用いたが、遠距離は木箱または陶器製の甕を用いた。この甕入茶はポーセランドファイヤードとして外人間に歓迎され、最初は百斤 (約60キログラム) 建を以って (中略) 海外輸送の際には木箱を用いた」¹² とあり、壺での海外輸送は記録されていないが、茶箱の木材の乾燥度に問題があり、外国商に損失を与えたため、改善していったことが記されている。よって、この頃から輸出用の

茶箱の製造が日本国内でも改善されながら進められていったことは確かだろう。

同年の広告では、図7のように「日本から到着したばかりの茶 (TEA, just from Japan)」とあり、図8と図9の広告では「江戸茶 (YEDDO TEA)」という名称が用いられ、「JAPAN TEA」の名が使われていないことが分かる。



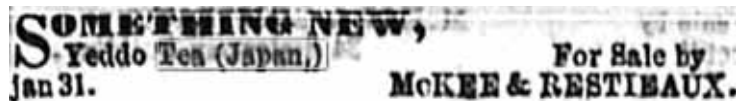
SOMETHING NEW!
I HAVE an article of TEA, just from Japan, a splendid article, call and look at it.
N. B.--The best stock of Black and Green TEAS in Bradford County.

図7. *Bradford reporter*, ペンシルベニア, 1861年1月3日



YEDDO TEA—A delightful article, part of the FIRST IMPORTATION FROM JAPAN, just received and for sale by
o51-2f GREEN & YOE,
98 W. Baltimore street.

図8. *Daily Ohio Statesman*, オハイオ, 1861年2月7日



SOMETHING NEW,
S-Yeddo Tea (Japan.)
Jan 31. For Sale by
McKEE & RESTIBAUX.

図9. *The Daily Exchange*, メリーランド, 1861年6月1日

以上、横浜開港初年度と翌年度の日本茶の記事と広告の調査から、「Japan Tea」というブランド名はまだ定着していない中でも、アメリカ人によって貿易開始初年度から日本茶が到来したという広告が打たれ、市場開拓が進められており、新しい茶として記事上でも話題にされていたことが分かった。

元々貿易商であった領事ハリスの見込み通り、日本茶の味はアメリカ人の嗜好に合っていたこと、先行して飲まれていた中国茶と比較して品質も劣らない、もしくはそれ以上だと判断されていたことや、添加物を含まない独自の製法も歓迎され、アメリカ人が新しい茶の登場を好ましく受け入れていたということが読めた。

3. 第二期 (1862~65年) JAPAN TEAブランドの構築

第3章では、横浜開港から3年を経た1862年から65年までの3年間を一区切りとし、徐々に日本茶の輸入量が増えてきたアメリカで、JAPAN TEAというブランドが構築され、受け入れられていく過程を見ていく。

3-1. 1862年から定着へ向かう「JAPAN TEA」ブランド

1862年は、アメリカでは日本茶の輸入量も広告数も増加していく。広告は、これまで多かった入荷の告知だけでなく、他の茶種と並び提示される形式もとられるようになってきた。

図10は1月の広告でまだ新商品である日本茶が到着したこと、「非常に良い風味である (very fine flavor)」のみを主体に伝えているが、以降の広告(図11~16)には「JAPAN TEA」として、既存の中国の緑茶である「ハイソン」「インペリアル」「ガンパウダー」そして紅茶やウーロン茶等と共に紹介されている。

図11の広告に記載された価格表を読むと、「緑茶 (green teas of all descriptions) 75セント~1ドル25セント」、「日本茶 (Japan Tea) 90セント」、紅茶 (Good breakfast tea) は35セント、ウーロン茶 (Good Oolong Tea) も62.5セントからあるので、緑茶は比較的高価で、日本茶も安い方ではなかったことが分かる。

また、図10-16の広告全て「JAPAN TEA」と記されていることから、この頃からこのブランド名が定着したと考えてよいだろう。このことは、日本茶の対米輸出史にとって、ひとつの区切りの年であると言える。

もう一点、日本茶が緑茶であることを前面に打ち出して売り出されたかということ、図12の広告文「日本茶は見た目は紅茶のようだが、淹れるとヤングハイソン (中国緑茶) のようだ」からみても、緑茶の一種というよりも今までの中国産の茶とは別なものだというイメージを強調して訴えていたことが分かる。中国茶との区別のためにも、「JAPAN」という国名を冠した名称が有用であったのだろう。1850年代からカルフォルニアに中国人移民が増えはじめ、中国人排斥運動が起こった時期でもある。横浜開港前年の1858年には、カリフォルニア州議会で中国系移民を阻止する法律が制定された。排斥運動を緩和するために、中国人にサンフランシスコの山間地を貸与し、茶を栽培製造させアメリカへの利益還元を目指す政策もとられたが、移民の中に茶の専門家がいなかったことやコミュニケーションが取れなかったことなどが重なり失敗に終わった¹³。このような中で、中国茶と比較して日本茶の特色を説く記事は、もちろん既存品との差異により日本茶の特色をわかりやすく示しているということもあるが、中国産ではないということ自体も優位性として読み手に伝わったはずである¹⁴。



図10. *Burlington Daily Times*, バーモント, 1862年1月28日

WILSON'S TEA WAREHOUSE, No. 236
 Chesnut street. Teas at wholesale prices.

Good breakfast tea.....	35c.
Do. do. do.....	40c.
Superior do. do.....	50c.
Good Oolong tea.....	62½c.
Curious Oolong.....	75c.
Do. do. (finest imported).....	\$1.00
Chulan Pouchong tea, from.....	40 to 75c.
English breakfast tea.....	62½ to 70c.
Green teas of all descriptions.....	75c. to \$1.25
Japan tea (very fine).....	90c.

Orders from the country promptly forwarded.
 Coffee fresh roasted every day.
 -fe21 6t*220 **WILLIAM T. WILSON, Proprietor.**

図11. *The Philadelphia Inquirer* ペンシルバニア, 1862年2月22日

<p>We have a choice selection of TEAS, Sweet and of fine flavor :</p> <p>IMPERIAL TEA, OOLONG TEA, MOYUNE TEA, BLACK TEA, Japan Tea,</p> <p>A new article, this Tea has the appearance of Black Tea, but when steeped, is like Young Hyson Tea. This Tea 'tis said imparts wonderful vivacity to all who drink and to those who are taciturn—'tis particularly recommended, giving them amazing volubility.</p>	<p>To be as Represented.</p> <p>E. R. BARRON & BROTHER,</p> <p>McGregor, Iowa.</p> <p>October 9th, 1861</p>
---	--

図12. *The Weekly north Iowa times*, アイオワ, 1862年2月5日

250 HALF CHESTS YOUNG
 Hyson, Japan and Black Tea.
 For sale by **JOHNSON & WHEELER.**

図13. *Detroit Free Press*, ミシガン州, 1862年10月25日, SatPage 4

TEA, TEA—

2 half chests	Imperial Tea,
2 " "	Gunpowder Tea,
6 " "	ass. Young Hyson Tea,
15 " "	ass. Black Tea,
5 " "	Japan Tea; all new crop, choice

and fresh, now open at **H. A. COOK'S**

FRENCH MUSTARD.—5 CASES IMPORTED
 French Mustard at **No. 73 MAIN ST.**

図14. *The Evansville Daily Journal*, インディアナ, 1862年10月30日

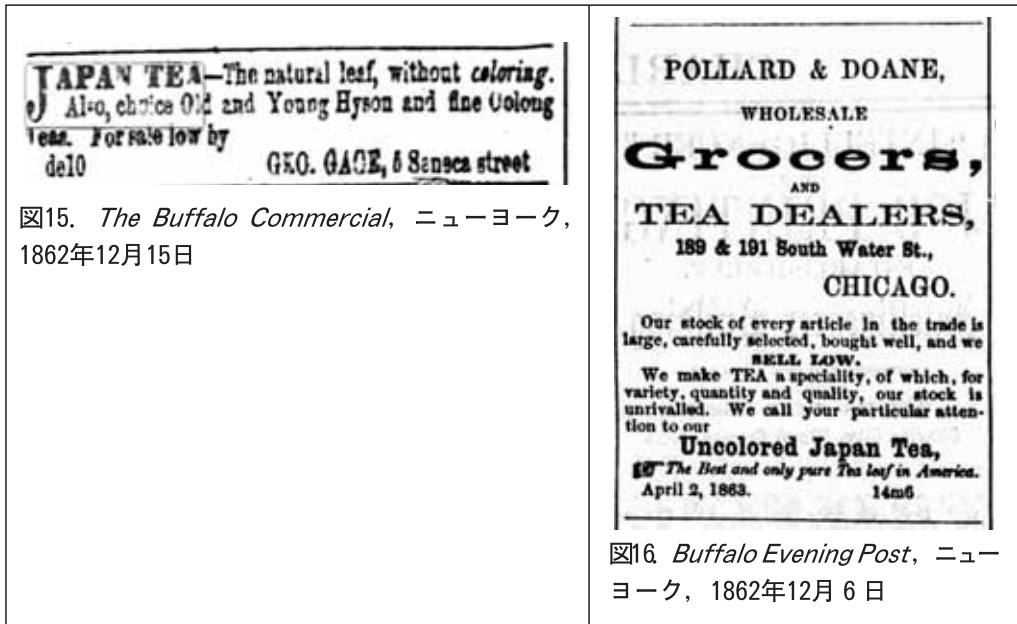


図15. *The Buffalo Commercial*, ニューヨーク, 1862年12月15日

図16 *Buffalo Evening Post*, ニューヨーク, 1862年12月6日

3-2. 1863年 横浜港から直送の時代へ

1863年も日本茶の輸出にとって節目を迎えた年と言える。1860年から¹⁵横浜の居留地に中国人技師が招聘され、釜で火入れ乾燥し着色を施す輸出茶用の仕上げ過程（再製）が日本国内でも行える工場が、横浜居留地の中に整えられてきた。それまで日本茶は一度中国に運ばれ、中国の再製工場で仕上げ加工され、輸出用茶箱に詰められてからアメリカへ送られていた。再製工場が横浜に整備されたことで、日本茶を直接横浜からアメリカへ輸送することが可能になったのである。そのことを告げるだけでなく、歓迎している内容の記事が、複数の新聞や商業雑誌に掲載された¹⁶。以下に抄訳を付ける。

日本から茶が初入荷

これまで日本茶は中国を經由し、中国で加工してからアメリカに入ってきたが、横浜で中国人技師によりアメリカ向けの再製加工と荷詰めが行えるようになり、今回初めて日本から直にニューヨークへ届いた。日本茶は中国の最高級緑茶「婺源（MOYUNE）」に似ているが、無添加で無着色という点が異なる。味や香りがしっかりあるのに繊細で柔らかな風味は、すでに鑑識眼のある人々の間で有名になっている。

同時期で、日本茶が直接アメリカに入るようになり、輸入量も安定してきたことが書かれている記事¹⁷の抄訳を以下に付ける。

日本茶（Japan Tea）


最近、話題の「日本茶（Jap. Tea）」とは、新種の紅茶に付けられた名前だろうと思っていたが、この茶の素晴らしさは飲めば分かる。日本人は元来まじめで誠実なた

め、「外夷」向けの茶にも着色料を添加しない。だからピュアで美味しく健康的な飲み物である。医師たちは、日本茶が手に入れば他は飲むなと患者にすすめている。価格は高級緑茶より少し安いのに、どの緑茶より味わい深いと保証しよう。「日本茶」とは、決して紅茶ではない、人工的な加工を施した緑茶でもない。今年は十分な量が輸入されたので、シカゴのポラード&ドーンが1000箱仕入れた。まずはお試しあれ。

この記事では、同じく中国茶との比較で、日本茶が無着色であるため健康に良いということが強調されている。中華思想からくる「外夷」という表現を風刺を利かせて用い、中国とは違う日本のキャラクター付けを行っている。圧倒的にアメリカ市場で優位にある中国茶と差別化しようとする動きは、日本人発ではなくアメリカ人から行われていたことを指摘しておく。

同日の同紙に掲載された日本茶の広告（図17）にも、「無着色の日本茶（Uncolored Japan Tea）」と謳われている。この広告主ポラード&ドーンは卸商である。

同年からグレート・アメリカン・ティー・カンパニー（現A&P, 1859年設立）は大量に一括仕入れを行い、登録した顧客グループを「クラブ」と呼び、メールオーダーで注文を受け客に直接送るシステムにより低価格で提供するという広告を、複数の州の新聞や教会で打ち始めた。そこには、日本茶（JAPAN TEA）の着色茶も無着色茶（colored and uncolored）も用意できると記されている。図18はその広告の一部であるが、大手の卸商では、まだ日本茶は中国の茶が並ぶ末尾に小さい文字で書かれている程度の位置づけであることも見て取れる。

 <p>POLLARD & DOANE, WHOLESALE Grocers, AND TEA DEALERS, 189 & 191 South Water St., CHICAGO.</p> <p>Our stock of every article in the trade is large, carefully selected, bought well, and we SELL LOW.</p> <p>We make TEA a speciality, of which, for variety, quantity and quality, our stock is unrivalled. We call your particular attention to our Uncolored Japan Tea, The Best and only pure Tea leaf in America. April 2, 1863. 14m6</p>	<p>Hyson, Young Hyson, Imperial Gunpowder, Twankay & Skin. Oolong, Souchong, Orange and Hyson Pekoe.</p> <p>JAPAN TEA of every description, colored and uncolored</p> <p>図18. グレート・アメリカン・ティー・カンパニー広告の一部¹⁸</p>
---	---

ペンシルバニア州の新聞の「カリフォルニアからの手紙」と題された記事には、日本茶の味について消費者による感想が記されていた¹⁹。ジャガード氏という人物がカリフォルニア州ハンボルト郡ユーレカでの生活について書いた1863年3月13日付の手紙で「じゃがいもと肉は同じだが、ここの砂糖、コーヒー、茶は質が良い。私は1ポンド1ドルの日本茶（Japan Tea）を購入して飲んでいる。今まで飲んだ茶の中で最高においしい。」と記している。これは、宣伝文句や報道側からの記述でなく、一市民の感想として、日本茶が日常で飲用され、ただ珍しいだけでなく味も好まれていたことを確認できる貴重な記録であろう。

3-3. 1864～5年 JAPAN TEAブランドの細分化

1864年に注目すべき広告が出てくる。「JAPAN TEA」ブランドから細分化されたブランド名が広告の中に見られるようになった。ひとつは、「Fan bland（扇ブランド）」として記載されている図19の広告である。抄訳を以下に付ける。

（図19広告文抄訳）扇ブランドの数箱の日本茶が入荷された。この茶は最高にピュアなもので、マイルドでこの上ない風味である。この茶に親しめば、他はかすんでしまう。日本の皇族向けに栽培製造されていたものである。

図20の広告では同様に「TYCOON（大君）」茶というブランド名などが見られ、茶箱にラベルが貼られている絵も添えられている。絵は日本茶のものとは限らないが、これらの広告には、茶業史だけでなく日本のグラフィックデザイン史にとっても重要な情報が含まれていることを指摘しておく。輸出用の茶箱は1861年頃から日本でも製造に入ったことは上記の記事でもあったが、茶箱に貼られていた輸出用のラベル「蘭字」は、いつから製作が始まったのかは現在、明らかにされていない。この広告から、茶箱にはFANやTYCOONブランドのラベルが貼付されていたと十分考えられるため、すでに蘭字製作が始まっていたのではないかと推測されるが、更なる検討を要するため今後の課題のひとつとしたい。

この頃、日本茶の入荷量が増えてきたことが広告からも読み取れるものが出てくるようになった。図21は、食料品店の在庫数が記載された広告で、ヤングハイソン（Y.H.）、ガンパウダー（G.P.）インペリアル（Imp.）、ウーロンと書かれている中国茶は250箱に対し日本茶は50箱とあり、表1にあった中国茶10に対し日本茶1の比率からすると、小売店で扱う日本茶の数量が増えてきている様子が見られる。

また、図22では①～③と日本茶（JAPAN TEA）の広告を強調して示したが、1865年頃から一紙に複数店舗の日本茶広告が掲載される事例が見られるようになる。これらの広告を見ても、日本茶の供給量がアメリカで安定して増加してきたことが伺えるだろう。

同様に日本茶の輸出货量（表3）からも、1864年は3180トン、65年は4182トンと輸出货量が増えていることが確認できる。対して価格が下がっていないことから、日本茶の海外需要が連動して増えていたとみられる。

年	輸出量 (トン)	高値—安値(ドル／一貫)
1859	240	18—8
1860	720	18—8
1861	1,836	22—10
1862	3,924	27—10
1863	3,036	30—12
1864	3,180	38—12
1865	4,182	40—12
1866	4,716	42—12
1867	5,670	42—12

表 3. 横浜開港から明治元年 (1968) 前の輸出量²⁰

REAL JAPAN TEA.—The *A. A. Eldridge* brought down a few boxes of the "Fan brand" Japan Tea, which is the purest article ever imported. It makes a drink of such mild and exquisite flavor, that, when persons become accustomed to it, other teas have no attraction. It is the tea that is cultivated for and used by the Japanese Princes, and of course must be of extra quality. It can be found at A. D. Cartwright's.

図19. *The Pacific Commercial Advertiser*, ハワイ, 1864年5月14日

JUST RECEIVED
—PER—
Whistler!



FROM SAN FRANCISCO. **PRESTON & MERRILL'S EXTRACTS!**

- Chests Tycoon Tea, (extra Japan)
- Chests Lucy Ashby Tea, (Japan)
- Chests Curious Oolong Tea
- Chests Small Oolong Tea

図20. *The Pacific Commercial Advertiser*, ハワイ, 1865年9月30日

GROCERIES
 250 hhds. N. O. & P. E. Sugars, good to prime;
 200 bbls. N. Y. Syrups, assorted brands;
 250 do N. O. Molasses;
 200 do Crus'd, Pow'd, Gran. & Coffee Sugars;
 250 bags good to prime Rio Coffee;
 250 hf. chests Y. H., G. P., Imp. & Oolong Teas;
 50 do Japan Tea;
 200 bbls. BANGGON Rice;
 700 pkcs. Tobacco, assorted sizes and qualities;
 500 hf. bbls. Lake Herring and White Fish;
 1,000 bbls. and hf. bbls. Mackerel, assorted Nos.;
 100 kitta Nos. 1 and 2 Mackerel;
 In store and for sale by
SHRIVER & LAZEAR,
 Nos. 27 and 29 Smithfield street.

図21. *The Pittsburgh Gazette*, ペンシルバニア, 1864年5月24日

GRASS HOLL BUTTER.
 45 CENTS AT RETAIL.
 LESS TO SHOPS BY THE QUANTITY.
NEW GRASS GUISHEN.
 The most delicious of all Butters.
BEST READY CHIPPED, REAL WOODENAS.
 BROWN & SONS,
 Lexington and Pearl streets.

AT REDUCED PRICES.
 Green Rio Coffee at 35c; Roasted 40c; good Brown
 Sugar 12K and 14c; prime Porto Rico 15c; Loring's
 best Graded and Granulated Sugar 21c; Borran's
 XXX Extra Honey Syrup 1-1/2 lb and fine flavor, only
 50c per gallon; fine Syrup 60c; good Molasses 65c per
 gallon; Geo. & Lane's, Buckingham & Mathe's and
 Charles Davis' superior Sugar Cured Hams from 8
 to 10 lbs each, 25c; B. T. Rabbit's celebrated Wash-
 ing Soap 16c per bar; Groes & Dietrick's full weight
 Clove and German Soap 16c per bar; Smith's Car-
 lett's full weight best Canada's 25c; Cast Oil, war-
 ranted not to explode, 50c per gallon; choice Extra
 Flour 19.00 and \$9.00 warranted; Extra fine Japan Tea
 reduced to \$1.50 per lb.
LAWRENCE & HOOD,
 Family Grocers,
 Baltimore and Green streets.

CRUSHED SUGAR, 20.
 Brown 18, 15 and 16
IND COFFEE 35
 Java and Lampung Coffee.
BEST FAMILY FLOUR, \$1.50.
 Good " " 9 to \$1.10
 Finest **BLACK TEA, \$1.50.**
 Choice " " \$1.25
 Finest **GREEN and JAPAN.**
OLD RYE WHISKY, at \$1 and \$5 per gallon.
DIETETIC FLOUR.
 McLEAN, Charles street.

CHERRY VINEGAR.
 20 barrels pure **CHERRY VINEGAR,** just received
 and for sale by **MALSON & GOLDMAN,**
 106 Lombard street.

DRAKE'S PLANTATION BITTERS—
 One hundred cases just landed. For sale low to
 the trade. **C. LEWIS DUNLAP,**
 18 West Baltimore st.

BARKING MOLASSES—Equal to New Orleans. In
 B. HERRICK'S 100 bbls. New York extra SYRUP: 100
 mats prime Java COFFEE, received and for sale
 at reduced prices.
W. K. CARSON & CO.,
 Nos. 4 and 6 Water street.

FARMERS AND PLANTERS' ATTENTION—
 I would respectfully call your attention to a

THE FIVE PER CENT. ADVANCE SYSTEM.
 The undersigned, having completed arrangements
 in New York, now offers to the Trade a fine assort-
 ment of
BLACK, GREEN AND JAPAN TEAS.
 of all grades, on the above system, which has proved
 to be attractive in all Northern cities.
 All TEAS sold strictly at an advance of 5 cents per
 pound over New York prices.
 Hoping this feature will prove attractive to many
 who have heretofore paid enormous profits.
 Respectfully,
W. CORWIN HUNY,
 No. 11 North Charles street.

図22. 一紙に3社の日本茶広告が掲載されている例 (強調は筆者)
The Baltimore Sun, メリーランド, 1865年5月17日

1865年のカンザス州の新聞²¹に、ニューヨークとフィラデルフィアで販売されている賈の日本茶に関する記事が紹介された。(以下の英文は該当部分の抜粋)

THE Commercial bulletin describes a preparation, invented in New York, for "extending" tea; it is made of wheat husk, taken from the barn floor after threshing, slightly crushed, and colored black or green for the different varieties of tea which is designed to adulterate. This article is styled Japan tea and is already extensively used in New York and Philadelphia, where it is

sold to the frocders for mixing with the genuine tea.

要約すると、麦殻を破碎してから茶種に合わせて黒や緑の着色を施し、ニューヨークとフィラデルフィアで茶に混ぜて販売されており、その混ぜ物を「日本茶 (Japan Tea)」と称しているという。喜ばしいニュースではないが、日本茶の贋物が出てきたということは、アメリカ市場で知名度が上がってきた証拠とも言える。

1865年は、「無着色の日本茶 (uncolored Japan Tea)」であると記載された広告が目立って増えてきた年である。上の記事にあるカンザス州の新聞『コマーシャル・ブリテン』をはじめ、コネチカット州、ニューヨーク州、ペンシルバニア州、ウィスコンシン州、オハイオ州、ミシガン州など各紙²²の広告に確認できる。再製加工が日本でも可能となり、着色ができるようになったこと²³や贋茶が出回ってきたため、「JAPAN TEA」ブランドだけでは品質保証ができなくなり、「無着色」というコピーも中国茶との差別化ということだけでなく日本茶広告に必要となってきた状況を表している。

以上、1864～65年の新聞から、この時期に、日本茶ブランド「JAPAN TEA」がブランド名として認知され、広告に打ち出す販売店が増えてきたことが分かった。さらに、入荷量が増え、同地域内で日本茶を扱う店舗が複数になってきたこと、そして細分化されたブランド名の出現や無着色であることを強調するなど、日本茶内でも店舗ごとに特色を示すための差別化の必要が出てくる時期に向かいつつあることも見えてきた。

4. 第三期 (1866～68年) 日本茶ブランドのイメージ定着と展開

第四章では、明治維新直前の1866年から68年の2年間の広告や新聞記事から、間もなく中国緑茶を追い越す勢いをつける日本茶の様子を読み解く。

4-1. 1866年前後に固まってきた日本茶のブランドイメージ

1886年のグレート・アメリカン・ティー・カンパニーの広告は、メールオーダーの顧客からの注文書と、送付先一覧を記載する形式を取っている。(図23) 当時「アメリカの茶の輸入量は約8,165トン、グレート・アメリカン・ティー・カンパニーはその1/5のシェアを占めて」²⁴いた茶商であるため、アメリカでの日本茶の価格、買い手、販売数量などが見て取れる資料としても貴重である。日本茶は、この注文時の総額219.10ドル中の14%ほどで、全て「無着色 (Uncolord)」であったことがリストから分かる。実際に注文を受けて販売されたリストのため、アメリカの消費者が、図17で見たように着色の日本茶も扱っているのにも関わらず、無着色の日本茶を求め購入していたという証拠になる資料でもある。

翌1867年のオーストラリアの新聞『シドニーモーニングヘラルド』の記事にも、アメリカ人が無着色の日本茶を好むようになったことを、「great partiality (大いなる偏愛、依怙鼻眞、嗜好)」という言葉を用いて報じている²⁵。(以下抄訳)

日本茶大革命が起こった。初めは主にイギリスと中国に輸出され、アメリカ行きは1/5ほどであったのに、現在はアメリカが日本緑茶を独占してしまうくらいになっ

た。ここ数年で日本茶のイギリスへの輸出量が減ったのは、イギリス人は紺青や石灰で着色した茶を好み、ナチュラルな緑茶を好かないからであろう。アメリカ人、つまりウーロン茶ばかり飲んでいる国民が、おいしい日本茶へと嗜好を大きく偏らせている。当初、日本茶は着色のために中国に送られていたが、技術的には日本国内でも可能だったはずだ。現在は日本でも着色されているのだろうが、アメリカ人は無着色の自然な日本茶を飲んでいると思うことを喜ぶのだ。

『日本茶貿易概観』のデータを確認すると、開港初年度1859年のイギリスへの輸出量は約1,291トンに対しアメリカは約592トンであったのに、1866年にはイギリスが約302トンでアメリカが約3,486トンと大きく逆転しており、記事の通りである。これについての日本側の分析は、「かくの如く英国輸出が暫時減少し、明治四年に至りてその影を没し爾来米國一点張りとなりたるについてはいろいろの理由もあろうが、(中略)全く日本茶に対する嗜好の関係であらうと思ふ」²⁶と、イギリスは紅茶を好み、アメリカは緑茶を好むからという結論であった。日本茶業界側は、無着色という価値については触れていない。

さらに、明治期の1880年以降の新聞広告でも、1860年代に日本茶が無着色であるがゆえ人気を得たことについて、裏付ける内容の広告文がいくつか確認できた。その主な広告文は、「日本茶がアメリカに紹介され、それまでアメリカ人が飲んでいて中国茶に着色や混ぜ物があったため、純粋で着色もされていない日本茶は瞬く間に人気となった。しかし、あれから20年、茶の見た目で見分けられるようになり、日本茶に着色をする業者が出始めた。」²⁷という内容である。同様の広告は一社のみでないため、アメリカ茶業界は日本茶の人気初期からあったこととして、味だけでなく無着色であったという点もアメリカ人の嗜好に合っていたと意識していたと言える。

4-2. 1887年以降の広告からみる日本茶ブランドの展開

日本では大政奉還が行われた1867年の広告に「大君 (TYCOON)」というブランドの広告が見られた。茶箱の前面に「T」のロゴマークが描かれている絵も入っている。(図24)これが図20の「大君」と同じものかは確認できる資料が揃わないが、日本茶の中にも個々のブランドが成り立ってきている様子がより見えてくる資料である。

さらに、ハワイの食料品店の広告では、パッケージを「紙袋 (papers)」か「壺 (jars)」を選べると書いている。(図25)高級品は約1.6キログラム入りの壺に入っているものだと解説し、個々の店舗で、日本茶のグレード分けやパッケージの選択までできる販売法も取られている店舗もあったということが分かる。

1868年の広告を調べていくと、「グレート・ジャパントー・カンパニー」という、社名に「ジャパントー」と入る会社も出てきた。同社の広告では、その社名から日本茶に力を入れた商社であることが分かるが、他の茶やコーヒーも扱う中でトップに日本茶を掲載している。図26で、同社の広告から日本茶の部分だけ引用した。これを見ると、日本茶をひとまとめではなく、「Good, Extra, Extra choice, Very Best」というグレード別に販売していたことが分かる。

また、前述の蘭字研究にとっても、非常に重要な発見につながる広告が同年に見られた。「山城茶 (YAMASHERO TEA)」というブランド名を打ち出しており (図27)、「茶袋に

英語と日本語の名称を記載している。この印刷は横浜で行われている。」と明記されているのだ。つまり、この広告は、日本茶の輸出茶ラベル「蘭字」が1868年には横浜で刷られていたという事実を示している。それだけでも重要な資料であるが、さらに、この時期に一産地限定の茶の小袋包装が日本国内で行われ、産地の情報を記した広告が既にアメリカ人によって行われていた、ということも分かる資料である。

以上、明治元年を迎える前に、日本茶は「JAPAN TEA」ブランドとして、アメリカ人に認知されていたこと、おいしいだけではなく無着色という優位化やイメージ付けが行われ、広告だけでなくパッケージの工夫など販売努力が既にアメリカ側で行われていたことが分かった。

CLUB LIST NO. 2.			
1 lb	Uncolored Japan,	J A C Ewing,	at \$1 25 - - \$1 50
2	Young Hyson,	" "	at 1 25 - - 2 20
2	Gunpowder,	" "	at 1 25 - - 1 50
1	Young Hyson,	Geo Condon	at 1 25 - - 2 95
2	Imperial, best,	Levi Giddings,	at 1 25 - - 2 10
1	Young Hyson, best,	" "	at 1 25 - - 1 55
1	Gunpowder, best,	Geo Davis,	at 1 25 - - 2 20
2	Young Hyson,	C D Eddy,	at 90 - - 25
1	Uncolored Japan,	" "	at 1 10 - - 1 50
1	Uncol'd Japan, best,	E R Campbell,	at 1 25 - - 2 50
1	Uncolored Japan,	" "	at 1 00 - - 1 00
2	Uncolored Japan,	D Edgerton,	at 1 00 - - 2 00
1	Gunpowder,	J Hudson,	at 1 25 - - 1 25
1	Imperial,	" "	at 1 25 - - 1 25
			\$219 10

図23. グレート・アメリカン・ティー・カンパニー広告の一部 (The Daily Journal, バーモント, 12 Dec 1866年12月12日)

TYCOON JAPAN TEA.
 So much admired by the recent Japanese Commissioners, from whom we have a letter of compliment for its excellence.

Z. M. P. KING & SON,
 King Place,
 Corner Vermont ave. and 15 $\frac{1}{2}$ st

図24. Evening Star, ワシントンD.C., 1867年8月24日

CHOICE JAPAN TEA, in papers and jars.

IF This Japanese Tea in jars is the very best Tea, exported from Japan. It is put up in nicely glazed jars of 3½ and 3¾ pounds each, and each jar is packed by itself in a handsome box with 4 pounds of the common Natural Leaf Tea packed around the outside of the jar, making in all, 7½ or 7¾ pounds to each box. It is sold either by the package or the jar, as purchasers may prefer, and is well worthy the attention of all who are seeking for a really good Tea. Only a few packages received this time, and buyers should call early.

For sale by **I. BARTLETT,**
600 1m Family Grocery and Feed Store.

図25. *The Pacific Commercial Advertiser*, ハワイ, 1867年11月23日

THE GREAT JAPAN

TEA

COMPANY, LOCATED IN HILLSDALE

JAN 21st VINYARD & REYNOLDS, Sole Agents,

Good Japan Tea	\$1 00	per lb
Extra	1 70	"
" choice	1 40	"
Very Best	1 50	"

図26. *The Hillsdale Standard*, ミシガン, 1868年3月17日 (一部)

YAMASHERO TEA.

THE HIGHEST FLAVORED TEA

ever brought to this country, in small Japanese tea-pouches, each bearing our name in Japanese and English letters, printed in Yokohama.

Translation from the Grower's Letter in our Possession.

"This Tea is grown in the gardens on the Yamashero Hills. It is fired with great care in large baskets lined with silk, over a slow fire."
Signed. **AH SUN,**
Z. M. P. KING & SON,
Importers of Japan Curios, King Place.

図27. *Evening Star*, ワシントンD.C., 1868年6月1日

5. 総括と課題

日本茶の主要輸出先であったアメリカの消費動向、すなわち茶の需要サイドからの分析は、長い間、近代茶業史研究において必須課題として残されてきたままであったが、本稿で明治維新までの現地新聞の分析により一部明らかにできたと思う。

具体的には、幕末期にアメリカ市場へ販売が始まった直後より、日本茶は高評価でアメリカの新聞に好意的に紹介され、当時のアメリカ人の嗜好に合っていたことが今回の調査で明らかになった。価格が安いからとか、中国茶の高増し用の混ぜ物としての需要ということではなく、「日本茶」という新しい茶であることをアメリカ人によって伝えられ、中国茶との差別化により市場開拓とブランド構築が行われていたことが分かった。

「JAPAN TEA」はアメリカ人により初めて茶に国名を付けてブランディングをされた茶であるとロバート・ヘリヤにより指摘されたが、「緑茶」と言えば中国茶であったアメリカ市場で、日本茶とは新しい茶であるという印象を植え付けるには有効な戦略であったのだろう。中国茶と比較することで日本茶の特色を示しているということもあるが、中国人排斥運動がカルフォルニアで始まっていた時期でもあるため、中国産ではないということ自体も優位性として読み手に伝えたかったはずである。そして、この「JAPAN TEA」というブランド名が全米で定着するのは、市場に登場して3年を経た1862年ころからだと読めた。

また、当初は日本茶の製造において輸出用の再製過程がなかったことがイギリス市場では不評であったが、アメリカにおいて「無着色」ということでひとつの価値を生んでいたことが分かった。日本茶の輸出茶用ラベル「蘭字」にも「uncolored（無着色）」と表記されたものが見られるが、現地の広告で幕末からアメリカ人によって打ち出されてきた日本茶の価値であることは、官見の限り日本の茶業関連資料には記録されていない。無着色であることが日本茶の特色としてイメージ戦略にも用いられ、消費者にも受け入れられていたことを、日本茶業界側で当初は重視していなかったのだろう²⁸。実際、開港後間もなく日本でも再製過程が行えるようになり、明治期に外国商社を通さず日本から直貿易が始まった時も、極一部を除き着色作業は必須であった。1911年、アメリカで施行された着色茶絶対輸入禁止令まで、輸出向けに限り日本茶の着色は公に続けられた。

1876年には、アメリカの日本茶輸入量（約14,061トン）が中国茶（約12,245トン）を上回るまでの人気を獲得していく。新聞広告から、価格の安さは理由になっていないことがわかった。中国の茶でないこと、そして無着色であることが、今回の分析から日本茶が選択された理由として挙げられるが、根本的には嗜好品であるため、日本茶をアメリカ人がおいしいと感じたということは外せない要因だと資料からも確認できた。

以上のように需要国で、日本人ではなく現地販売者により日本茶ブランド構築の努力が行われたこと、そしてそれは日本茶自体の品質の良さがあったからこそ築けた関係であるということなど、今回の調査で知り得た知は、日本茶輸出倍増計画が遂行されている今日、これからのブランド構築戦略においても必ずや参考になるものが含まれていると考えられる。

今後の課題としては、明治、大正、昭和と調査対象時期を広げ、近代の需要国でのさらなる日本茶の消費、流通について解明を行うことである。他の時期との比較検討で、幕末

の特色をより深く捉えていきたい。さらに、今回は新聞記事を主体にしたが、アメリカの関連書籍、雑誌、個人の日記や茶企業の記録なども今後は分析対象に含め、より具体的に日本茶の受容の様子を解明していけたらと考えている。

日本茶の最大輸出国であったアメリカの資料分析は、日本茶近代史の研究発展のみならず、広く経済史、蘭字を含めた印刷史やデザイン史、広告史、そして茶産地の地域史料を読み込む時も、比較検討することでそれぞれの研究の深化に有益であると確信している。

例えば、2018年に静岡県で「ふじのくに茶の都構想」を基にした「ふじのくに茶の都ミュージアム」が開館となり、これを機に静岡県内に散逸している近代茶業資料の重要性が注目をされるようになってきた。これら地域資料は輸出に関連したものも多く、同時期の海外資料と合わせて比較検討することで、グローバルな視点から考察が行える。

また、近代輸出茶の広告史研究の課題の一つである日本茶の輸出ラベル「蘭字」の派生時期の研究に対し、今調査で発見できた資料から新情報を得られたことも、アメリカの資料検討による成果である。ラベルは、新聞広告以外では当時の日本茶ブランドを構築する要素として重要な位置を占めていた。1860年のグレート・アメリカン・ティー・カンパニーのチラシ（図28）の中には、中国の茶箱ラベルが描かれている。明治に入った1880年のものであるが、同社から派生した小売店グレート・アトランティック・アンド・パシフィック・ティーの店頭写真（図29）の茶箱ラベルには、ブランド名、茶種、グレードなどが記されている。今回検討した資料から1861年前後より木箱の制作が日本でも行われていたこと、「FAN」「TYCOON」などのブランド名が出現していること、そして1868年の広告には輸出茶用のラベル印刷が横浜で行われていたということが記されていたことなどから、明治以前に既に蘭字が横浜で制作されていたという推定ができた。今後も海外資料調査をより深く進めていくことで、派生時期も明らかにできる可能性がある。

今後、茶産地の様々な国内資料の研究深化のためにも、海外資料分析をより進めていくことが重要であると考えられる。



図28. グレート・アメリカン・ティー・カンパニーのチラシ，1860年²⁹



図29.グレート・アトランティック・アンド・パシフィック・ティーの店頭，1880年³⁰

Acknowledgment

Advice given by **Dr. Robert Hellyer** has been a great help in researching, I would like to show my greatest appreciation to him. I would also like to express my gratitude to **Mr. Kenji Kaminaga** for the proofreading. I owe a very important debt to **Mr. Oscar Brekell** in English translation. I would like to offer my special thanks to **Prof. Seiji Konita**, **Ms. Nobuko Ide** and **Mr. Kentaro Ishibe**, their suggestions were invaluable. My deepest appreciation goes to **Mr. Tom Carey** and kind Librarians in San Francisco History Center of San Francisco Public Library. I also appreciated critical review comments from the anonymous reviewer, which greatly improved this manuscript.

¹ 『横浜市史稿 産業編』pp126, 横浜市役所, 1932年

² 寺本益英一有斐閣, 1998年

³ “1874: Tea and Japan's New Trading Regime,” in Helen Siu, Peter Perdue, and Eric Tagliacozzo eds., *Asia Inside Out: Trading Empires of the South China Coast, South Asia, & the Gulf Region Volume 1: Critical Times*, Harvard Univ. Press, 2015, pp.186-206他

⁴ ‘Our Trade with Japan’, Green-Mountain freeman, , 1861年1月17日

⁵ *Poughkeepsie Journal*, ニューヨーク, 1860年12月15日

⁶ *California Farmer and Journal of Useful Sciences*, 1861年3月22日

⁷ *The Weekly Oregonian*, オレゴン, 1861年4月13日

⁸ *Janesville Daily Gazette*, ウィスコンシン, 1861年5月11日

⁹ *The New York herald*, ニューヨーク, 1861年9月29日

¹⁰ 原文は「The choicest Japan tea is picked and dried in the sun.」

「日本茶は日干乾燥のため、中国で輸出用に再製すると2-30パーセントも軽減する(そのため最安値の茶は再製せず中国の貧困層用に用いられる)」という記述は、*The Buffalo Commercial*, 1861年3月7日にも見られる。

¹¹ 石井寛治『近代日本とイギリス資本』pp84, 東京大学出版会, 1984年

¹² 『日本茶貿易概観』pp61, 茶業組合中央会議所, 1935年

¹³ “California Historical Society Quarterly 45”, pp55,1966(San Francisco Public Library)

¹⁴ ロバート・ヘリヤ氏より、アメリカの人種差別の歴史も嗜好に關与している可能性は無視できないという助言をいただいた。

¹⁵ 「1860年6月20日付書簡(JMA, B4/5/p11)に、デント商会、パーネット商会、アダム商会が中国人定員による再製作業を実施ないし準備している」『近代日本とイギリス資本』pp85

¹⁶ *NY Evening Post*, ニューヨーク, 1863年2月9日/*The Buffalo Commercial*, ニューヨーク, 1863年2月10日/*The Baltimore*, メリーランド1863年2月11日/*Maysville Weekly Bulletin*, ケンタッキー, 1863年3月5日/*The Philadelphia Inquirer*, ペンシ

ルバニア, 1863年2月10日/*the Merchants Magazine and Commercial Review*
Vol. XLVIII, No. III, p266, 1863年3月

¹⁷ *Charles City Republican intelligencer*, アイオワ, 1863年4月2日

¹⁸ *Dodgeville chronicle*, ウィスコンシン, 26 Nov. 1863年11月26日 他にニューヨーク、アイオワ、オハイオ、メリーランド、ミネソタ、インディアナ、ミシガンなどの複数州の新聞への掲載も確認できた。

¹⁹ *Pittston Gazette*, ペンシルバニア, 1863年5月21日

²⁰ 『日本茶貿易概観』 pp60

²¹ *White Cloud Kansas Chief*, カンザス, 1865年8月17日

²² *New York Daily Herald/The Brooklyn Daily Eagle/Hartford Courant/Urbana Union/Belfast News-Letter/Chicago Tribune/The New York Times/Bufalo Courier/The Pittsburgh Daily Commercial/Detroit Free Press*

²³ 「文久二年(1862)には横浜の外商等留居地内に製茶再煉場を設け、支那の熟練工を雇ひ来って、再火並に着色に当らしめた。」 pp73, 『日本茶貿易概観』

²⁴ *The Buffalo Commercial*, ニューヨーク州, 1866年11月3日

²⁵ *The Sydney Morning Herald*, オーストラリア, 1867年6月24日

²⁶ 『日本茶貿易概観』 pp62

²⁷ *The true northerner*, ミシガン, 1881年12月2日/*The Grant County herald*, ミネソタ, 1882年2月10日, にも同様の内容の広告がある。

²⁸ 大久保利通(内務卿)の号令で、日本人による無着色の再製茶をアメリカ市場向けに製造しようという政府の取り組みが始まるのは明治8年を過ぎてからである。『日本茶貿易概観』 pp90

²⁹ New-York Historical Society蔵

³⁰ William H. Ukers “All ABOUT TEA” *Tea&Coffee Trade Journal*, 1935