

革命と香水

帝政末期からネップ期までのロシア・ソヴィエトの香水産業

大 野 斉 子

はじめに

芸術には記憶が刻まれる。作品にはその時代を生きた人々の集合的な記憶、作り手の人生、言語化され得なかった社会通念など、あらゆる位相に及ぶ記憶が凝縮される。

文学や美術の領域においてそれらの記憶を作品から解読するための方法は長い時間をかけて研究され、洗練されてきた。それは文書館の公式文書や成文化された史料では汲み取ることのできない想像力の領域に踏み込み、人類の英知に至ろうとする探求である。

だが有史以前から存在し、人類の暮らしとともにあった香りの領域において、この探求はまだ十分になされていない。ヨーロッパにおいてもアジアにおいても言葉によらない知の体系は存在していたが、世界を著しく言語化、視覚化する事によって築き上げられてきた近代以降の学知においていづれの方法によっても表象し得ぬもの、すなわち香りは、学問の領域の外に置かれることとなった。では香りは記憶の媒体としての用をなさないのだろうか。それは違う。ブルーストが紅茶に浸したマドレーヌを通じて展開して見せた香りと記憶の共鳴関係のくだりは、¹小説の逸話の枠を越え、香りを記憶の媒体として定義付け、芸術として復権させるシンボリックなディスクールとして絶えず参照される。

本稿は香水に封印された記憶をよみがえらせる試みの一つである。香水を歴史的事象の中に位置づけ、同時代の思想や作り手たちの営みとの関連の糸をたぐり、香水を巡っていかなる記述が可能なのかを探る。舞台は香水産業の一大拠点として十九世紀に台頭したロシアである。帝政時代のロシアの香水産業と文化の発展についてはこれまでにいくつかの論文と著書で論じてきたが、今回取り上げるのはロシア革命以後である。

帝政からソヴィエト政権への政治体制、経済、思想などあらゆる領域を巻きこんだ変革の中で香水産業はどのような道をたどったのだろうか。ソヴィエトのイデオロギーと相いれない貴族的な文化である香水が、どのような形でソヴィエト社会の中に組み込まれていったのだろうか。本稿ではとりわけソヴィエト初期の経済政策と関連付けながら、革命期からネップ期までの香水産業の歩みについて考察する。まずはロシアの香水産業をめぐる状況を把握するために、革命前の時代における帝政ロシアとヨーロッパの香水の文化を概観することにしたい。

I 帝政ロシア時代の香水

1 現代化する香水

ロシア・ソヴィエト史において 1917 年の十月革命は時代の転換点として決定的な意味を持っている。それはロシアが政治体制のみならず、社会構造や芸術、生活文化を巻き込む大きな変革へ舵を切ったという意味で実質的かつ象徴的な節目をなしている。

一方、ロシア以外のヨーロッパ地域においてはむしろ 1914 年から 1915 年の第一次世界大戦が近現代の転換点とされることが多い。しかし地域によって前後はあれ、20 世紀の初頭に社会・文化の広範な領域にわたる変革期が訪れたという認識は共有されている。

香水業もこうした現代化の動きと無縁ではあり得ず、20 世紀初頭までに構造的な変化を経ている。これらの変化は多面的であり、製造法や商習慣を個別に検討すれば、変化はすでに 19 世紀後半から徐々に進行していたことがわかる。まず調香の技術革新という側面からみた場合、合成香料の使用は重要な画期を成した。また香水製造を手がける企業の様態という側面から見れば、オート

クチュールのメゾンが香水の開発に乗り出すという 20 世紀以降の傾向を看過することはできない。

合成香料を使用し、成功を取めた初めての香水として挙げられるのが 1882 年に発売されたフジェール・ロワイヤルである。これはウビガン社の調香師ポール・パルケが、甘い香りのする合成香料のクマリンをラベンダー、ベルガモット、オークモスのほかローズやゼラニウム、ムスクなどの香料と組み合わせて作り上げた香水である。² フジェール・ロワイヤルが香水史において重視されるのは、香水と作り手、買い手が結び結ぶ関係性を変えたためである。当時、香水は嗜好品であると同時に衛生用品としての側面をもつ実用品でもあった。現代でも香水が用途をもつ以上、それは変わらない。ただし香水を巡るレトリックは変化した。パルケ以前には、バラの香りを作ろうと思えばバラの精油を主体に処方するというように、調香の技は自然の再現という枠組みの中にあった。スズランを名称に冠した香水はスズランの香りを立ち上らせ、それは付け手をスズランのごとき可憐な女性として表象するというように。ここには商標（イメージ、記号）と香りと付け手を直喩ないし換喩によって一直線に結びつけるリアリズム的な論理が働いている。

だがフジェール・ロワイヤルは、香水をより抽象的でシンボリックな存在に変えた。フジェール・ロワイヤル（Fougère Royale）は王のシダと訳される。シダの香りは実際にかぐとグリーンで少し湿った時のコケのような香りがするといわれるが、³ パルケ自身は、もし神がシダに香りを与えていたならそれはフジェール・ロワイヤルのように香っただろうと述べている。⁴ パルケのイメージにおいて、シダの香りとは現実の世界には存在しない想像上のイメージである。このようにフジェール・ロワイヤルというシニフィアン（能記）と結びつくはずのシニフィエ（所記）が地上に存在しない、という記号内部に仕込まれた現実世界との断絶は、名と香りと付け手を一直線に結びつけていた直喩の関係を断ち切り、現実の世界と想像の世界の分離をもたらすこととなる。これ以後、香水を巡る記号体系は二つの世界、すなわち現実界とイデア界にまたがって存在することになる。こうした変化は、文学や美術に生じた、リ

アリズムから象徴主義への転換と時を同じくして生じたものであり、香水が芸術の諸領域と深くつながっていたことを示している。この時期から香水は芸術の一つとして、高度な技術による創造活動の場となるのである。

ここで香水が芸術である、という場合の芸術は、あくまでも近代的な枠組みでとらえた概念としての芸術であり、天賦の才をもつ個人が才能を生かしてそれまでになかった新しいものを世界にもたらすというロマン主義的な芸術観に根ざしたものである。フジェール・ロワイヤル以降、こうした枠組みで香水は捉え直され、作られることとなる。

では香水を巡る枠組みの転換は、調香を行うラボラトリーにおいていかにして実現されたのか。ここで大きな役割を担ったのは合成香料であった。フジェール・ロワイヤルはクマリンを天然香料と組み合わせることによって新たな香りを実現した。1889 年にゲラン社の調香師、エメ・ゲランは合成香料のバニリンとクマリンをローズウッド、シベット、ラベンダー、ベルガモットからなるさわやかな香りに組み合わせ、ジッキー（JICKY）を作った。バニリンは天然のバニラ由来の香料に比べて強く粘りのある香りを持つ。天然にはない個性をうまく組み合わせることによって、自然の花の香りを模倣するのではなく情動を呼び覚ます力を香水に与えたという。⁵ さらに 1920 年に調香師エルネスト・ボーは、アルデヒドを多く用いることによって抽象的な花の香りをシャネル No. 5 に実現した。もはや合成香料なしには香水を作ること、香水の未来を思い描くこともできなかった。

2 帝政ロシアにおける香水文化

香水は芸術であるという考え方はロシアにおいても 19 世紀末にすでに見られた。当時のロシアはフランスやイギリス、ドイツなどのヨーロッパ諸国と香水や香料の商取引が盛んであり、とりわけ香水大国であったフランスからは大量の香水製品を輸入した。そしてロシアの香水もヨーロッパ諸国に販売されていた。ロシアはヨーロッパの香水産業と文化的には一続きであり、その繁栄の一翼を担っていた。⁶

シャネル No. 5 の調香師エルネスト・ボーはフランスの家系の出身であるが、モスクワに生まれ

育った。帝政末期のロシアでボーは、最大級の香水会社であったラレ社の調香師となった。ボーに調香を教えたのは、当時ラレ社の主任調香師を務めていたレメルシエというベルギー系の人物であった。この師匠についてボーは講演録の中で以下のように回想している。

「彼は、その生き方から装い方にいたるまでなにもかもが独創的でした。

レメルシエは偉大な探求者で、決して型にはまった昔ながらの教え方をしようとはしませんでした。そして創造を可能にする新たな要素を化学者や天然香料の製造者たちが香水業に急速にもたらすことになることを早い段階で見通していました。^{7]}

レメルシエの次に主任調香師となったエルネスト・ボーもまた芸術家としての調香師という自負を強くもち、20世紀初頭のロシアで革新的な香水をいくつも生み出した。その一つがラレ№1という名称をもつ香水である。花の香りの青臭さを消し、抽象的なイメージに昇華させる合成香料のアルデヒドを多く用い、数字をシニフィアンに冠した抽象芸術としての香水が早くも生み出されていたのである。

同じころ、帝政ロシアにおけるもう一つの大きな香水会社、プロカル社にも優れた調香師が存在した。アヴグスト・イッポリートヴィチ・ミシェリという調香師である。ミシェリの先祖はフランスのノルマンディ地方から18世紀にロシアに移住した。ミシェリは優れた調香師であり、プロカル社で「女帝の愛した香水」という名称の香水を作った。

これまでのロシアの香水史に関する研究ではこの香水の来歴はあまり明確ではなく、エカテリーナ二世の肖像画をラベルに用いていることから、ロマノフ王朝の初代皇帝ミハイル・ロマノフが即位した1613年から数えて300年に当たる1913年に記念の香水として発売されたという説が有力であった。^{8]}しかし最近出版された帝政ロシア末期からソヴィエト時代の香水をテーマとする本『ソヴィエト・スタイル—香水と化粧品』の著者、マリナ・コレヴァはそれを証拠づける資料は存在しないとした上で、「女帝の愛した香水」は1904年ごろ、世継ぎの誕生を祝って皇太后マリヤ・

フョードロヴナに献呈するために作られた香水であるとする説をとっている。^{9]}

この香水はそれ自体として優れたものであったが、ミシェリは旧来の調香の仕方を変え、スイスから合成香料を買い入れてきてこれを用いた新たな処方を探索した。そして現在でもロシアで売られている驚くべきロングセラーとなった香水、クラスナヤ・モスクワを作ったという。^{10]}ソ連時代には土産物の定番として空港に並んでいたこの香水は、現在もノーヴァヤ・ザリャーというロシアの香水会社が製造販売している。

ラレ社やプロカル社のほかにもロシアには多くの香水会社があった。エルネスト・ボーの回想によれば、その数は2グロス、すなわち288に及んだ。^{11]}これは誇張ではない。帝政ロシアで大規模な工場を所有し、香水を製造した会社としてラレ、プロカル、シウ、フェレイン、オストロウモフ、ペテルブルグ香水組合、キョレルなどが挙げられるが、このほかにも香水製造を行う事業所はあった。薬局ごとに独自の処方では香水やオーデコロンを製造販売していたほか、地方にいくつも存在した小規模の石鹸製造工場でもそれぞれに香水を作っていたことが知られている。^{12]}

製品が広告やカタログ、香水瓶などの形で記録に残っているのはラレやプロカル、オストロウモフなど大手企業の香水である。これらの香水はヨーロッパ各地で開催された万国博覧会、ロシア国内で開催された産業博覧会などに出品され、グランプリを受賞した。ロシアの香水はイランや中国方面にも輸出された。^{13]}帝政末期のロシアにおける香水産業の栄光の日々の追憶をエルネスト・ボーは講演録に残している。

3 ロシア革命と亡命

こうしたロシアの香水産業の繁栄は長くは続かなかった。第一次世界大戦の勃発とともに、ロシアを含むヨーロッパはかつてない規模の戦争へと突き進んでいくこととなる。エルネスト・ボーはフランス国籍であったために、1914年にフランス軍に従軍する。ロシアで生まれ育った経歴とロシア語能力ゆえであろう、ロシアの内部で諜報活動に携わった。^{14]}

更に1917年の十月革命によってボリシェヴィキが政権を掌握すると、ロシア国内ではボリシェ

ヴィキ政権に抵抗する白衛軍と呼ばれる勢力がロシア各地で軍事行動を始める一方、1918年にはロシア情勢に利害の絡む諸外国がロシアに侵攻し、内戦と干渉戦争が同時に進行した。白衛軍、干渉軍、ボリシェヴィキが創設した赤軍のそれぞれが敵対する勢力に攻撃を行い、ロシア国内は混乱を極めた。

戦争によってロシア国内の経済や国民の生活は深刻な打撃を受けた。国家支出の8割が戦争のために費やされ、燃料や原料の不足で1917年の時点ですでに800以上の企業が閉鎖された。¹⁵ こうした経済的困難を乗り越えるために、1920年、ボリシェヴィキは戦時共産主義と呼ばれる経済政策をとった。詳しくは後述するが、この政策の柱の一つとなったのが、全工業の国有化であった。¹⁶

香水会社も例外ではなかった。帝政時代のロシアの香水会社は私企業であった。プロカル社は創業者一族であるプロカル家が、ラレ社はエルネスト・ボーの兄、エドアルド・ボーが経営を行っていた。しかし、香水会社も戦時共産主義の中で次々と国有化された。工場は国有財産として接収され、会社の経営者たちは放逐された。

このあと、香水会社の関係者たちはどのような運命をたどったのだろうか。モスクワの各社の工場には、従業員たちが大勢残っていた。一方、会社の所有者、経営者および高度な技術を持っていた調香師たちは、ソヴィエトにとどまった者もいたが、多くは国外へ亡命した。ラレ社の場合、技術者たちはフランスへ亡命した。彼らはラレ社と資本提携のあった香料会社であるシリス社の援助を受け、南仏のラ・ボッカに香水製造会社ラボラトワ・ラレを設立した。1914年に従軍したエルネスト・ボーは干渉戦争に加わり、1918年にロシア北部のアルハンゲリスク沖にあるムジユク島でロシア人捕虜収容所の所長を務めたのち、フランスに帰還した。その後ボーはフランスで調香師を続け、二度とロシアに帰ることはなかった。

ロシア革命の前後に国外に亡命したロシア人は、推定により幅はあるものの、1921年までに約200万人に及ぶとされる。ここには帝政ロシアにおける支配階層だけでなく、ロシアの文化を担っていた知識人、芸術家、技術者たちが大勢含まれていた。¹⁷ ロシア革命は大量の頭脳・文化・

技術の流出をもたらしたのである。

フランス国籍を持ち、軍務のあとフランスに「帰還」(retour)¹⁸ したと語るエルネスト・ボーは、亡命者の定義からは外れる部分を持つ。だがロシアにおいて大会社を経営した一族で、財産を持ち高度な技術職についていたにもかかわらず、むしろそれゆえにすべてを放棄してフランスに移住したボーの足跡は、革命によって排除されたロシアのブルジョワジーの運命そのものであるといえる。

エルネスト・ボーはロシアで培った技術と才能によって、シャネル社ではシャネルNo.5のほかシャネルNo.22、ガルデニア、ボワ・デ・ジル、ブルジョワ社でソワール・ド・パリやコバコなどの香水を作り、現代香水の世界に大きく貢献した。ボーの他にもフランスの香水界で活躍した亡命ロシア人は複数存在した。同じラレ社から亡命した技術者たちやボーとともにシャネル社で調香師を務めたコンスタンチン・ヴェリギンという人物である。¹⁹ 帝政ロシアの香水文化は、亡命者たちによってヨーロッパに受け継がれたのである。

Ⅱ ソヴィエトの香水—革命からネップまで

1 革命直後

帝政ロシアの香水文化は亡命者を通じて、西側へ枝分かれし、現代へと受け継がれた。

一方、ソヴィエトにおいて香水産業はどのような道をたどったのだろうか。結論から言えばソヴィエト政権下で香水産業は命脈を保ち、もう一つの枝を成したのだが、そうなるまでにはいくつもの危機を潜り抜け、紆余曲折を経なくてはならなかった。以下ではこのプロセスを十月革命の直後の1917年から、1923年ごろまでにわたり、ソヴィエトの政策と関連付けながら論じていきたい。

1917年に十月革命が起きた時点でロシアはまだドイツ等と第一次世界大戦以来の戦争状態にあった。戦争の影響を受けて、前述のように国内経済は打撃を受け、特に工業生産量の低下と鉄道輸送の混乱により都市の生活は窮乏状態に陥った。商店から石鹸、茶、靴などの消費物が消え、食料の配給も減少する一方、商品による裏付けを失った貨幣は価値を失い、インフレが始まった。

²⁰ 香水と同じ産業部門に属する石鹼が店頭から消えたことは香水工場の生産活動が著しい打撃を受けたことを物語っている。

革命により政権を掌握したレーニン政権は、1818年3月にドイツ、オーストリア・ハンガリー二重帝国、ブルガリア、トルコとブレスト・リトフスク条約を結び、第一次世界大戦から離脱する。²¹ しかし革命に続く内戦と干渉戦争のなかで経済危機は深刻化した。工業都市の多くは白軍の占領下に入り、原料地域や国に食料を供給している県と分断されたうえ、都市間・農村間の経済関係が崩壊し、都市では深刻な飢餓が始まった。²²

こうした中でなおもボリシェヴィキの軍隊である赤軍が戦い続けるために、ソヴィエト政権は1918年から1921年初頭にかけて戦時共産主義と呼ばれる経済政策をとった。この政策の特徴は工業の大半の国有化と中央集権的管理体制、自家消費以外以外のすべての穀物を国家の手に集中する食糧割当徴発制、分配面での配給制、貨幣の意義の縮小、全般的労働義務制である。²³

工業の国有化は香水産業に直接的な影響を与えた。国有化路線は急速に進められ、工業全体で1918年7月までにロシア全体で500余りの企業が国有化され、8月末には3000以上、1920年2月までに中小企業を含め4000以上の企業が国有化された。²⁴ 政権にとって香水産業の国有化に当たり関心があった設備は、何よりも工場であった。ラレやプロカルは千人から二千人の従業員が働く巨大な工場をモスクワ近郊に所有していた。このほか香水産業に進出した製菓会社のシウ社も大きな製菓・香水製造工場を持っていた。戦時共産主義政策によって香水各社の工場は1番から6番までの番号を振られ、そのうちラレの工場は第4石鹼工場、プロカル工場は第5石鹼工場となった。シウの工場はボリシェヴィキという名称に変えられた。²⁵

革命によって香水が直面した危機は経済政策だけではなく文化としての弾圧、より具体的に言えばイデオロギーに基づく迫害が始まったのである。香水は帝政時代の貴族やブルジョワと関わりが深い品物である。貴族とブルジョワによって支えられた帝政ロシアの政治・社会・経済体制を転覆し、民衆、すなわち労働者と農民によ

る国家の樹立を目指したソヴィエト体制の下で香水は敵対する文化とみなされ、階級闘争に巻き込まれていく。

このときの実質的な武力の担い手が赤軍であった。赤軍は1918年にボリシェヴィキによって、労働者と農民出身の兵士からなる軍隊として創設された。赤軍は白軍をはじめとするボリシェヴィキに対抗するすべての勢力と戦う武力であった。

これに加えてテロルが始まった。1918年に革命政党の一つであり、当時ボリシェヴィキに対抗したエスエル党により、レーニンが狙撃され、パトログラードの非常委員会議長ウリツキーが暗殺された事件をきっかけに、ソヴィエト中央執行委員会は赤色テロルの実施を決議した。階級の敵を収容所に隔離し、白軍の組織や陰謀、反乱に関係したものを銃殺にすると宣言したこのテロルによって、実際にロシア各地で大規模な逮捕、虐殺、銃殺が行われた。強制収容所に収容された人数は捕虜の他に2万5000人いたとされ、銃殺された人数は確定されていない。²⁶ 赤色テロルの代表的な事例となったのが皇帝一家の暗殺であるが、このほかにも政権に対抗するすべを持たない貴族、ブルジョワジーのほか反革命の疑いをかけられた一般市民の多くが犠牲になった。

香水にかかわるものがテロルの標的となった事例として以下の出来事が挙げられる。軍医アカデミーの教師であったサルティコフという人物は、皇帝の紋章である双頭の鷲のマークが付いた薬瓶など帝政時代の薬容器のコレクションを所有していたが、赤軍兵士による破壊を避けるため、アカデミーの地下に隠した。しかし兵士はそれを見つけ出し、残らず壊した。²⁷ 香水と同じ産業部門に属していた薬品の運命は、貴族の文化であった香水の運命がどのようなものであったかを示している。博物館では香水瓶や貴族の所有になる薬瓶などは倉庫の奥にしまいこまれ、ソビエト時代に新たに建設された道路の地下には、割られた香水瓶が大量に埋められた。赤軍は帝政時代の香水文化を文字通り破壊し、歴史の闇に葬ろうとした。ロシアの香水の歴史の中で1917年から1919年までは受難の時代であった。

2 ネップと香水産業の復活

1920年から1921年にかけて、香水をめぐる状

況は変化する。それは経済政策の転換に伴う好転といえる変化であり、ソヴィエトの香水産業の存続を決定するものだった。香水が消滅の危機からどのようにして復活を遂げたのか。ほかの産業と同様、従来の企業家（ブルジョワジー）が排除された香水産業は、どのようにして党と労働者による管理へと構造を変化させていったのかというシステムの問題に注目しつつ、企業の国有化が始まった1917年に視点を戻して、順を追ってそのプロセスを明らかにしたい。

1917年11月にレーニンの主導で工業に関する最初の施策がとられた。それは工場の労働者管理、そのあとそれらの収容、銀行の国有化であった。²⁸ これに基づき1917年から1918年にかけて香水会社が国有化されると、会社の所有者、経営者たちは所有権や収入を没収され、そのポストから去った。経営母体を失った会社には経営者たち以外の従業員、すなわち工場労働者たちが残された。彼らが経営者となって工場を自主管理することが目指されたが、経営の知識も経験もない労働者たちにとってそれは手に余る仕事であった。多くの工場は活動せず、倉庫に残っていた原料や工場の設備の横流しなどが横行した。

1918年に戦時共産主義政策がとられると、当局は工業の集権化をめざし、中央集権的管理機関であるグラフクを設立して各工業部門の活動の指揮や物資・技術の供給、製品の分配を管理しようとした。²⁹ 方針を決める党と生産を行う工場を直接結ぶシステムが構想されたのである。

国有化された香水会社の工場はこの時、どのような状況にあったのだろうか。香水会社が国有化されてから数年の間、工場は香水や香料製品の製造を行わず、石鹼の生産のみを行った。その理由として前述した香水文化に対する敵視が考えられるが、それだけではない。ロシア国内が戦争状態にあり、工業生産が機能不全に陥って日用品が市場に出回らない非常時に、工場をぜいたく品である香水の生産に回す選択肢はなかったのである。

元プロカル社の第五石鹼工場については、当時の内部事情が判明しているため、これを例に見ていきたい。1920年まで、プロカル社の工場では原料や設備がしっかり保管されていた。これより前にどのような生産活動を行っていたかは不明で

ある。生産する物の種類や量が限定されたり、あるいは何も活動しなかった可能性もあるが、他の多くの工場に比べ、労働者たちによる自主管理は成功していたとみられる。

1920年に、レーニンの主導する人民委員会議（Совнарком）³⁰で、プロカル社の工場を1920年に閉鎖することが検討されていた。1918年にペテルブルグ（当時はペトログラードと呼ばれた）からモスクワに首都が移転したことに伴い、造幣局もモスクワに移転することが決まっていた。人民委員会議は、ヨーロッパでも最良の工場の一つであったプロカルのこの工場を造幣局として活用する予定であった。会議の多くのメンバーはこれに賛成し、閉鎖は避けがたいものに思われた。

しかし、工場側の労働者でつくる工場委員会の側はこれに反対し、委員会の代表であったドゥーニャ・ウヴァーロヴァがレーニンの元に嘆願に出向いた。結局、労働者たちはプロカルの工場を明け渡すことになったが、行き場を失う労働者たちのために革命前までストラコフの壁紙工場であった隣の建物を香水工場として再建することが求められた。全ロシア人民経済会議は資金と技術者を投入し、香水工場の再建を実現した。³¹ これはもとプロカルの香水事業が消滅する危機であったと思われるが、人民委員会議の長であるレーニンは存続させることを選んだ。

ソヴィエト当局はなぜ、一度は完全に廃止することをめざした香水産業を再建させる方針に転じたのだろうか。1920年という時期がその答えを示している。この直後の1921年春にソヴィエトはそれまでの戦時共産主義政策を廃止して、ネップと呼ばれる新経済政策に大きく舵を切ったのである。ネップとは、大づかみの説明をするなら市場メカニズムに基づく自由経済への部分的な転換である。

1921年の3月の第10回ロシア共産党大会でレーニンが戦時共産主義に代わり、新経済政策（ネップ）への移行を宣言した。その背景には、戦時共産主義の工業の急速な国有化と集権的管理が工業の管理機構における機能不全をもたらし、農業面における食糧割り当て徴発制が農民層の深刻な不満と反乱を引き起こしたという状況があった。第10回党大会ではネップへの移行の第一歩

として食糧徴発制を廃止し、食料現物税³²を導入した。

工業においては工場の完全国有化に関する布告が破棄され、零細企業や中規模企業の一部が私的所有に移された。一部の大企業は私企業に賃貸借することが認められた。また、国有形態にとどまった大・中規模の企業も独立採算制の原則に移され、市場で製品を売買するようになった。この経営単位として一定の企業グループ、すなわちトラストの形成も認められた。³³ ネップのこうした経済政策を念頭において、1920年の香水産業の状況を考えると、当局は戦時共産主義政策の失敗とそこからの転換を想定し、ネップの実施に先立って、香水産業を再建するという方針転換を行ったと推察される。

こうしてネップの波に乗って、帝政ロシアの香水産業はソヴィエトの産業として新たな生命を吹き込まれることとなった。その第一歩として、1921年に高級香水、油脂、石鹼、合成物質製造部門トラスト、「ジールカスチ」（«Жиркость»）が作られた。ジールカスチとは、油脂を意味する жир という名詞からの造語で、石鹼、香水が属する工業部門である油脂産業にちなんだ名称だと推定される。

ジールカスチを構成したのは国有化された一連の香水会社の工場であった。それらの工場は、トラストの設立以降、それぞれに新たな社名を冠して稼働した。第一工場は「スチェオル」、第二工場は「クラスニイ・ムイスロヴァル」（赤い石鹼製造者）、第三工場製油所、第四工場（かつてのラレ社の大工場で、革命後は石鹼工場に変えられ、「スヴァヴォード」（自由）と改名）、第五工場（1925年から「ノーヴァヤ・ザリヤー」（曙）と改名）、第六工場「クレイウチリ」。全工場の従業員はあわせて3561人にのぼった。一見、従業員は十分に残されたかに思われる数字だが、これは帝政時代に香水産業に携わっていた従業員のごくわずかにすぎなかったことはプロカル社だけで2000人、ラレ社の1工場だけで1500人が働いていたことから容易に推測できる。実際にはこの10倍から15倍の従業員が首を切られた。³⁴ 香水産業は担い手の数という点からだけでも、ソヴィエト時代に大幅に縮小したことが見て取れる。

ソヴィエトの香水は各工場を事業単位として香水や化粧品、石鹼などを生産した。トラストのジールカスチを構成する各工場は、製品のすべてに「チェジェ」（«ТЭЖЭ»）³⁵ というロゴを付けた。これはジールカスチのブランド名にあたる。これが初期のソ連の香水の統一ブランドとなった。

3 ソヴィエト初期の香水

この時期に生産されてチェジェのロゴをラベルに印刷した香水を見ると、多くは帝政時代の製品を継続して生産していたことがわかる。ソヴィエト時代になったからといって、香水の個々の製品が刷新されたわけではなかった。香水は化学の知識と豊富な経験を持つ調香師が処方を開発し、製造にも高い技術が求められる。調香師や技術者が亡命し、残された従業員たちの多くが首を切られた状況で新たな香水を開発するのは困難だったはずだ。帝政時代の香水が香水名やボトルデザインなどを残しつつ、チェジェのロゴをつけて売られている例として挙げられるのが、プロカル社の「セーヴェルニイ」というオーデコロンである。氷山の上にホッキョクグマが乗った個性的なデザインのボトルで知られるこの香水は、デザインもあまり変わらずに1970年代まで発売された。同じくプロカル社のトロイノイというオーデコロンはプロカル社の中でも製造時期が早く、しかも現在までノーヴァヤ・ザリヤー社が販売しているロングセラー商品である。このほか第一章でふれた、プロカルの調香師ミシェルが作った香水「女帝の愛した花束」を前身とするとされるクラスナヤ・モスクワの存在は、名称を変えたり、処方に部分的な修正を加えた香水がチェジェの香水として売られていたことを示している。

このほかにも20年代にチェジェが発売した製品は、帝政時代に比べると種類は非常に少なくなるが複数存在した。香水や白粉の「カルメン」シリーズ、「マスカ」（「仮面」）シリーズ、「クラスニイ・マーク」（「赤い芥子」）シリーズは、パッケージやラベルに赤を多用しているところが興味深い。「クラスナヤ・モスクワ」（赤いモスクワ）も同様に、赤をテーマカラーとしている。

『ソヴィエト・スタイル』の著者コレヴァによると、赤はソヴィエト政権発足後の十年間においては闘争において流された血の色、すなわち理想

へ殉じるというイメージを濃厚に持っていたと述べている。³⁶ 赤は国旗の色であり、共産主義のシンボルカラーでもある。一方「クラスナヤ」という単語は、古いロシア語で美しいという意味を持つ。もともと、ロシア語では良い意味を持つ多義語であり、香水が微妙な立場におかれていた時代に名称としてふさわしいと考えられたのであろう。当時のロシアにおいては、赤を香水の名称やパッケージデザインに多用することには明確な意味があった。それは香水産業が階級の敵ではなく、ソヴィエト政権の理想を共有することの意思表示であった。こうした選択に、香水産業が革命を通じて経験した厳しい状況と、ネップ以後のソヴィエトをいかに生き抜くか、その方針の模索を見ることができる。

4 ネップ以後の香水

1921年から始まったネップにおいてソヴィエトの香水は息を吹き返した。1920年代末にネップが終了して以後も、香水産業は存続に成功した。香水産業が市場メカニズムに基づく部分的な自由取引原則の中を生き延びたということは、すなわち香水に需要があり、市場が成立したことを示している。

旧体制下で貴族とブルジョワジーのものであった香水は階級の敵ではなかったのか。ソヴィエト人民の敵ではなかったのだろうか。その通り、もはや敵ではなかったのである。たとえ内戦期に赤軍が香水瓶を割り、香水店を破壊したことがあったとしても、これは旧体制側の白軍との戦いという構図で否応なく先鋭化した敵意であった。内戦が終結して政情不安から解放され、飢餓と物資の窮乏から抜け出そうとするネップ期の人民にとっての関心は生活を取り戻すこと、豊かになる可能性を模索することに移っていた。

しかし、だれもが使う石鹸とは違い、香水やオーデコロンを使う人は限られる。社会学者ブルデューがいうように、いかなる階級に属するか、という問題は、所有する財産や学歴、職業など客観的な指標の他に、生活の随所で下される判断の総体、すなわち何を好み、心地よいと感じるかという、生活習慣として内面化されたハビトゥスをも含んでいる。³⁷ 香水をつけることが習慣となっており、その香りを楽しむハビトゥスを持ち合わ

せる人々こそが、香水産業を支えた。そのような人々は、ソヴィエトに存在したのだろうか。

香水が市場で売れたのだからいたはずであるといえるのだが、もう少し具体的に考察してみたい。拙著『シャネルNo.5の謎』³⁸において、帝政末期にどのような人々が香水を使っていたのかの分析を行った。香水の値段や広告メディア、回想録などから、貴族やブルジョワジーはもとより、知識人や都市部の中間層、すなわち商店主や官吏のほか、労働者の女性までが香水を購入していたことがわかっている。帝政時代の香料製品、香水やオーデコロン、芳香石鹸などの種類や価格帯は幅広く、それだけ厚い市場が形成されていた。

十月革命の前後に国外へと亡命した貴族やブルジョワジーの人数は非常に多かったが、逃げずに国内にとどまった人々もいた。また、革命前に香水に親しむ機会のあった中小規模の企業主は、ネップ期に再び私企業主に戻り、完全ではないにせよ元の生活を取り戻した。またネップ期には、ネップマンやソフブルと呼ばれる新たなソヴィエト・ブルジョワが登場した。ソヴィエトには潜在的に香水を用いるハビトゥスを持ち合わせた人々がいたが、ネップ期に消費が回復するに伴い、香水や化粧品など美にかかわる生活領域が回復したのである。

ただし市場で取引される香水には、香水がいかなる階級に帰属するのかというコンテキストの書き換えが巧みに行われた。中身自体は旧体制から引き継いだものであっても、貴族やブルジョワジーの文化ではなく人民のための品物であることを暗示する名称やデザインが使われ、石鹸やオーデコロンの衛生用品としての側面も強調された。

以上の点からネップ期における香水の利用者は、実態としては帝政時代から連続していたと考えるのが妥当である。このことは香水やそれに類する商品、すなわちオーデコロンや化粧品などが必ずしも特定の階級や思想に付随する文化ではなく、むしろ階級や思想を超えたところに存在する営みであることを示している。化粧や香りの文化は古今東西で常に存在し、人類とともにあった文化なのだ。

一方でこれが文化である以上、使用に当たっては取り扱い方法の学習と習慣化が不可欠でもあ

る。実際、香水や化粧品を使う習慣のない人々は数多く存在し、こうした人々にはネップ期においても、香水や化粧品は全く届かなかった。

『ソヴェト社会政策史研究』において塩川は、1928年に出版されたエレナ・カボ著『労働者の日常生活概要』という本の内容を紹介している。これには、ネップ期の労働者の生活実態がいくつかのグループに分けて詳細に記述されている。これを読むと、当時の労働者階級の暮らしぶりを、収入、家族構成、所有物、教育水準、普段読むもの、子供の教育方法や休日の過ごし方など具体的な情報とともに知ることができる。カボは調査対象となった家庭を、革命前の停滞的生活をそのまま保持している第一グループ、変化の兆しが見える第二グループ、新しい生活様式の発展しつつある第三グループの三つに分類している。³⁹ このグループ分けは家庭の文化水準による分類である。その文化水準を構成する要素は複雑であるが、いずれのグループも香水を使っていたかどうかという基準に照らし合わせてみれば、使っていた可能性は低い。第二グループには文学や演劇などに関心を持っている人物が登場するが、⁴⁰ より美的な生活を楽しむようなゆとりを感じさせる記述は出てこない。ネップ期に香水産業は人民のもの、大衆のものへと社会的なコンテクストを変化させようとしていた。それが実現するのはもう少し先のことである。ソヴィエトの香水史はここから始まる。

終わりに

帝政ロシアで繁栄を誇った香水産業はロシア革命を経て東西に分裂する。西側では、亡命した調香師たちが帝政ロシアの香水産業の清華ともいえるべき優れた香水を生み出し、現代香水の歴史に重要な足跡を残した。一方ソヴィエトでは数年間の停滞期を経て、かつての香水会社の遺産としての工場設備、処方、銘柄を足掛かりに縮小した形で香水産業を復活させた。

ソヴィエトの香水は現代香水の歴史には全く出てこない。それは現代香水の歴史が、西側の世界の香水だけで編まれているからである。帝政ロシアの香水産業の存在はこの地域的偏重に疑問を投げかけるが、ソヴィエトの香水の歴史の欠落は、さらなる別の問題を提起する。すなわち現代のわ

れわれの世界はロシア革命が起き、ソヴィエト連邦が存在し、そのことが大きな変化をもたらしたという事実の上にできているにもかかわらず、われわれの記憶からソヴィエト連邦の存在は急速に薄れ、歴史観は西側を中心に再構成され、そのことにわれわれは無自覚であるということである。これはソヴィエト連邦の礼賛や復権を目指しての言説ではなく、ソヴィエトが香水を歴史の闇に葬ろうとしたのと似て、しかしより無自覚な形で、ソヴィエトの文化を忘却の中に葬ろうとしていることへの危惧である。

近年ロシアではソヴィエト文化をテーマにした本がいくつも出版されている。時間とともに忘却は否応なく進んでいく。それに抗うためには歴史化の努力が必要である。香りの感性にかかわる香水文化もまた、保存されるべき時を迎えたのだ。

¹ ブルースト (1985) p. 47-48.

² 谷田貝 (2005) p. 395. エドワーズ (2005) p. 9-10.

³ 谷田貝 (2005) p. 395.

⁴ エドワーズ (2005) p. 10.

⁵ エドワーズ (2005) p. 14.

⁶ これについては、大野 (2013) に詳述した。

⁷ Веах (1946) p. 228.

⁸ Кожаринов (2005) С. 123.

⁹ Колева (2014) С. 24-26.

¹⁰ Колева (2014) С.26.

¹¹ Веах (1946) p. 228.

¹² Кожаринов (2005) С. 21.

¹³ Внешняя торговля СССР (1960) С. 884, 907.

¹⁴ Рассказов (1952) С. 41.

¹⁵ Даниロф (2011) p. 330.

¹⁶ 川端 (2004) p.828.

¹⁷ 川端 (2004) p. 592.

¹⁸ Веах (1946) p. 230.

¹⁹ Веригин (1996)

²⁰ Даниロф (2011) p. 330.

²¹ 川端 (2004) p. 649-650.

²² Даниロф (2011) p. 369-370.

²³ 川端 (2004) p. 418.

²⁴ Даниロф (2011) p. 370.

²⁵ Колева (2014) С. 22, 28.

²⁶ 川端 (2004) p. 411-412.

²⁷ Кожаринов (2005) С. 25.

²⁸ Даниロф (2011) p. 344.

²⁹ Даниロф (2011) p. 371.

³⁰ 川端 (2004) p.272. 十月革命後に組織された、ソヴィエト政府内の各政策担当部門（人民委員部とよばれ、現在の省にあたる）の長たる人民委員が集う会議で、最高意思決定機関、すなわち政府である。

³¹ Колева (2014) С. 20.

- ³² 現物税納入後に農民の手元に残る穀物については自由処分を認める制度。川端 (2004) p.563.
- ³³ 川端 (2004) p. 563-564、ダニロフ (2011) p. 385-386、塩川 (1991) p. 2-3。
- ³⁴ Колева (2014) С. 21.
- ³⁵ Трест эфи́ро жи́ровых эссе́нций の頭文字をとった略称。организация http://abbr_rus.academic.ru/22009/%D0%A2%D0%AD%D0%96%D0%AD
- ³⁶ Колева (2014) p. 27.
- ³⁷ ブルデュー (2002) p. 261-263.
- ³⁸ 大野 (2015)
- ³⁹ 塩川 (1991) p. 84.
- ⁴⁰ 塩川 (1991) p. 93.

欧文文献

- Beaux, Ernest (1946) « Souvenir d'un parfumeur »
Industrie de la Parfumerie. Paris
- Веригин, Константин Михайлович (1996)
Благоуханность : Воспоминания парфюмера. —
М.: КЛЕОграф.
- Внешняя торговля СССР за 1918-1940 гг :
Статистический обзор / Министерство внешней
торговли СССР. Главное таможенное управление.
М., Внешторгиздат, 1960.
- Кожаринов, Вениамин (2005) Русская Парфюмерия :
Иллюстрированная история—М.: Вся Россия.
- Колева Марина (2014) Советский стиль. Парфюмерия
и косметика, —М.: ОЛМА Медиа Групп.
- Рассказов, Павел Петрович (1952) Записки
заключенного—Архангельск : Архангельское
областное государственное издательство.

和文文献

- マイケル・エドワーズ著、中島基貴訳 (2005) 『パ
ヒュームレジェンド 世界名香物語』フレグ
ランスジャーナル。
- 大野斉子 (2013) 「ロシアの香水産業—統計によ
る分析—」『SLAVISTIKA』(東京大学大学院
人文社会系研究科スラヴ語スラヴ文学研究室
年報) 第 28 号。
- 大野斉子 (2015) 『シャネル No.5 の謎—帝政ロシ
アの調香師』群像社。
- 川端香男里ほか監修 (2004) 『新版 ロシアを知
る事典』平凡社。

- 塩川伸明 (1991) 『ソヴェト社会政策史研究』東
京大学出版会
- アレクサンドル・ダニロフ, リュドミラ・コスリ
ナ著、吉田衆一ほか訳 (2011) 『ロシアの歴
史 ロシア中学・高校歴史教科書 下』明石
書店。
- マルセル・ブルースト著、淀野隆三、井上究一郎
訳 (1985) 『失われた時を求めて 1』新潮社。
- ピエール・ブルデュー著、石井洋二郎訳 (2002)
『ディスタンクシオン : 社会的判断力批判 1』
藤原書店。
- 谷田貝光克ほか編 (2005) 『香りの百科事典』丸善。

**Революция и духи:
парфюмерная индустрия с конца 19 века до НЭПа**
**Russian Revolution and Perfume :
Perfume Industry from Last Years of the Imperial Russia to the NEP**

Оно Токико
Ono Tokiko

Краткое изложение

В данной работе мы рассмотрим историю духов от начала революции до периода НЭПа советской эпохи. Российская парфюмерная индустрия развернулась во второй половине 19 века. В России было множество парфюмерных фирм, которые выпускали всякого рода духи и прочую ароматную продукцию.

После революции большевики реквизируют заводы парфюмерных компаний. Мы рассмотрим сложное послереволюционное положение парфюмерной промышленности с точки зрения политического курса, идеологии и управления. В 1920-х годах на заседании Совнаркома рассматривался вопрос о ликвидации парфюмерных фабрик. И рабочие фабрично-заводского комитета высказались с просьбой о продолжении функционирования заводов, и промышленность частично была не тронута. Однако ее масштаб, по сравнению с дореволюционной эпохой, сошелся.

С наступлением советского периода парфюмерные фабрики духи не производили, главной причиной этого являлась идеологическая проблема, заключающаяся в том, что парфюмерная культура – это культура аристократов. Но в мире русские духи не исчезли, они возродились в советском обществе. И мы рассматриваем причины и процесс воскрешения парфюмерной индустрии, главным образом с экономической точки зрения. Экономическая политика большевиков НЭПа 1920-х годов и частичная либерализация рынка имеют непосредственное отношение к воскрешению духов промышленности. В то время парфюмерные заводы основали трест парфюмерно-косметических изделий «Жиркость» и начинали производить парфюмерную продукцию.

(2016 年 10 月 31 日受理)