

コーヒーとドイツ帝国

国境を越えた飲み物

南 直人

はじめに

今日グローバル化がすすむなかで、食が国境を越えて拡散するという傾向はますます強まっている。そうした食のグローバル化が地球規模ではじまるきっかけとなったのは16世紀ごろから出現したいわゆる「コロンブスの交換」(クロスビー)と称される現象⁽¹⁾であろう。すなわち、ヨーロッパの海外膨張に伴い、ヒトやモノ、動植物から微生物まであらゆる事物が大陸間を移動し、諸大陸のその後の歴史に重大な影響を与えた歴史事象である。

食の歴史研究においてもこの事象はきわめて大きな意義を有する問題である。このテーマは、その後の欧米列強による植民地支配の問題と密接に関連するため、食という視点からグローバルヒストリーを研究しようとする場合、格好の題材となる。なかでも、近代西洋社会に深く定着したコーヒーや茶、砂糖の歴史は大きな注目を集め、多くの研究が蓄積されてきた⁽²⁾。本稿で取り上げるコーヒーについていえば、日本語文献だけでもかなりの数に及ぶ⁽³⁾。ただし、グローバルな観点から食の歴史を語る場合、話の中心はやはり広大な植民地を有し、世界貿易を支配してきたオランダ・イギリス・フランスなどの植民地列強となり、本稿の対象となるドイツは脇役でしかない。コーヒーについても同じことがいえる。ただそれは18世紀までのことで19世紀後半になると状況が変化する。

(1) この用語は、Alfred W. Crosby, *The Columbian Exchange. Biological Expansion of Europe, 900-1900*, Westport, Conn. 1972 に由来する。

(2) 古典的代表的な日本語文献だけを挙げると、川北稔『砂糖の世界史』岩波ジュニア新書、1996年；角山栄『茶の社会史』中公新書、1980年；シドニー・ミンツ(川北稔・和田光弘訳)『甘さと権力——砂糖が語る近代史』平凡社、1988年、など。

(3) これも代表的文献のみを挙げると、白井隆一郎『コーヒーが廻り世界史が廻る』中公新書、1982年；アントニー・ワイルド(三角和代訳)『コーヒーの真実』白揚社、2007年；小澤卓也『コーヒーのグローバル・ヒストリー』ミネルヴァ書房、2010年、など。

本稿ではその変化の側面に焦点を当て、グローバルヒストリーの「主役」コーヒーと「脇役」ドイツとの関係を試論的に考察してみたい。

1 ヨーロッパにおけるコーヒーの普及とドイツ

まず最初に、コーヒーがヨーロッパに導入された経緯、およびそれがドイツにおいてどのように普及していったのかについて検討する。ただし、筆者はこれについてはすでに別の論考で考察を試みているので、詳細はそちらに譲り、かんたんにふれるにとどめたい。⁽⁴⁾

東アフリカ・エチオピア高原の原産であるコーヒーは、⁽⁵⁾ 紅海を渡ってアラビア半島に伝わり、まずイスラム圏で普及した。年代を確定することは難しいが、少なくとも16世紀には、最盛期を迎えたオスマン帝国内でコーヒーが人気を博し、イスタンブルなど各地でコーヒーハウスが開設されたことがわかっている。商業や外交、巡礼や探検など、さまざまな目的で東方に赴いていたヨーロッパ人たちも、当然それを知ることとなったであろう。ヨーロッパ人がコーヒーについて言及した、文献的に確認できる最も古い例は、アウクスブルク出身のドイツ人医師で、植物学者でもあったレオンハルト・ラウヴォルフ（1540-96年）の記述である。彼は1573年から76年にかけて、商人であった義兄一行の付き添い医師として東方に旅行し、帰国後の1582年に『東方への旅の真実の記録』という表題で記録を出版した。⁽⁶⁾

これに続き、16世紀末から17世紀初頭にかけて、ヨーロッパ各国の幾人もの人物がコーヒーに関して言及した記録を残している。そこではコーヒーは、「ハウベ」「カオウア」「コアウア」などさまざまな発音で呼ばれ、「インクのごとく黒い」、「火傷するくらい熱くして」、「公開の場所で」、「陶器や磁器の深い碗から」飲む、「胃にすばらしい効果がある」などといった特徴が記録されている。⁽⁷⁾

このようにヨーロッパ世界へと紹介されたコーヒーは、これもイスラム世界から導入されたコーヒーハウスという公共空間で主として消費されることとなった。ヨーロッパ最初のコーヒーハウスは1645年ないし1647年にヴェネツィアで開設され、その後数十年間にロンドン、マルセイユ、アムステルダム、パリなど、オランダやフランス、イギリスの大都市を中心に次々と出現していった。このコーヒーハウスを一つの拠点として、市民的言論空間が形成され、近代ジャーナリズムやさまざまな市民的文化活動が展開されるようになるという現象に関して

(4) 南直人「異文化を越えた飲み物——ヨーロッパへのコーヒーの伝来と定着」、ひろたまさき・横田冬彦編『異文化交流史の再検討——日本近代の〈経験〉とその周辺』平凡社、2011年、213-250頁。

(5) ただしこれはアラビカ種の場合である。近年消費量が増えたロブスタ種の原産地はアフリカのコンゴ、リベリカ種の原産地は西アフリカのリベリアである。広瀬幸雄・星田宏司『コーヒー学講義』人間の科学社、2003年、32-33頁。

(6) Antoinette Schnyder von Waldkirch, *Wie Europa den Kaffee entdeckte. Reiseberichte der Barockzeit als Quellen zur Geschichte des Kaffees*, Zürich 1988, S. 38.

(7) 南、前掲論文、226-229頁。

は、これも数々の研究が指摘するところである。⁽⁸⁾

ドイツに目を転じよう。ここで最初にコーヒーハウスが開設されたのは、1680年前後、対外貿易の中心地ハンブルクやブレーメンにおいてであった。その後中部ドイツの商業の中心であるライプツィヒがコーヒー普及の核となり、18世紀の20年代から中葉にかけて、北部・中部ドイツの市民層の間にコーヒー飲用の習慣が定着していった。⁽⁹⁾ただし、ドイツにおけるコーヒーの普及は決して順調にすすんだわけではない。植民地帝国を築いていったオランダやフランス、イギリスが、カリブ海地域や東南アジアの自国植民地において、現地人労働力ないしアフリカ人奴隷を利用したプランテーション経営でコーヒーを大量生産し、コーヒーの国際取引を支配できたのに対し、多くの領邦に分裂し海外進出とは無縁のドイツは、自前でコーヒーを供給することなど不可能であったからである。そのため、ドイツではコーヒーの消費に関してさまざまな障害があり、それらを克服してようやく本格的にコーヒーが広く普及し、コーヒー消費大国となることができた。この点で、ドイツのコーヒーの事例は、植民地からの富の取奪競争に参加できなかった中・東欧地域において、どのように植民地物産が受容されていったのかを研究する格好の材料となる。

ドイツにおけるコーヒーの歴史において、まず注目される現象の一つは、18世紀後半にいくつかの領邦で、コーヒーを禁止・制限する措置が導入されたことである。この時期はちょうど、コーヒーが北・中部ドイツで大衆レベルまで普及した時期に当たり、この禁止・制限措置は、コーヒー輸入による富の国外流出を阻止するという重商主義経済政策の見地から導入されたものである。⁽¹⁰⁾したがってこれは、重商主義帝国を拡大させつつあった当時の有力な主権国家群に対抗して、ドイツ諸領邦がおこなったささやかな抵抗というべきものであり、コーヒーもまた、国境というものに従属せざるを得ないという時代状況の反映といえるだろう。

コーヒー禁止・制限措置の波は1760年代中頃から始まるが、こうした措置が施行されたのは、この時期コーヒーが広く浸透した北・中部ドイツ、具体的にはライン川中・下流域からブランデンブルクやザクセンにいたるかなり広範な地域である。これらの措置は、コーヒーを全面的に禁止したり、その消費を一部の階層に限定したり、あるいはコーヒーの焙煎や販売を専売制としそれに高率の税を課したりと、地域によって種々の内容を持っていた。ただ共通して言えることは、いずれの措置もあまり実効性がなく1780年以降しだいに撤廃されていくことである。⁽¹¹⁾しかし、こうした措置が廃止されても、国境によるコーヒー拡大への障害が取り

(8) クラウス・ティードレ＝ドールマン(平田達治・友田和秀訳)『ヨーロッパのカフェ文化』大修館書店、2000年、261-314頁、等。

(9) 世紀後半には民衆層にも普及する。Günter Wiegmann, *Alltags- und Festspeisen. Wandel und gegenwärtige Stellung*, Marburg 1967, S. 165; 南、前掲論文、238頁。

(10) たとえば、同時代の北ドイツの官房学者で歴史家でもあったコストゥス・メーザー(1720-94)は1760年代に、自分の故郷であるヴェストファーレン地方では1家族あたりコーヒーや砂糖に年間5ターラーも支出しており、全体として15万ターラーの富が国外に流出していると嘆いていた。Hans Jürgen Teuteberg, *Die Eingliederung des Kaffees in den täglichen Getränkekonsum*, in: Ders. und G. Wiegmann (Hg.), *Unsere tägliche Kost. Geschichte und regionale Prägung*, Münster 1986, S. 190. (以下、Kaffeeと略); 南、前掲論文、240頁。

(11) Wiegmann, a.a.O., S. 168.

除かれたわけではない。むしろ、18世紀から19世紀初頭にかけてのナポレオン戦争の時期には、コーヒーの供給が止まったため、消費は後退せざるを得なかった。コーヒーにとって国境の制約はまだ大きかったのである。

そのため、コーヒーに代わりうるような代替品が求められることとなる。実はこの点で、ドイツは先進的な役割を果たした。これもまた、ドイツにおけるコーヒーの歴史を考える際に見落とすことのできない現象である。ドイツにおける食の歴史研究のパイオニアといえるトイテベルクによると、中欧のドイツ語圏では、18世紀以来200年の間代用コーヒーの消費量が「純正な」⁽¹²⁾コーヒーの消費量を上回っていたという。たしかにドイツ語にはBohnenkaffee（豆コーヒー）という奇妙な表現がある。要するにこれは、豆でないコーヒー（代用コーヒー）があまりにも多いため、それと区別するため本物のコーヒーを指して豆コーヒーと呼ぶのであろう。

さてその代用コーヒーであるが、多様な嗜好に合わせて数多い種類があり、「豆コーヒー」に安い代用コーヒーを混ぜて飲むことも一般的であった。そもそも、18世紀後半には民衆層にもコーヒーが浸透したといわれるが、海外からの高価な輸入コーヒーをどのようにして民衆が飲むことができたのであろうか。トイテベルクによると、非常に薄めて飲んだ、代用コーヒーを混ぜた、⁽¹³⁾薄めたコーヒーに代用品を混ぜた、などさまざまな手段があったようである。また、当時の同時代文献によると、そもそも代用コーヒーの原料としてきわめて多様な材料が利用されていたことがわかっている。たとえば、1805年に刊行された代用コーヒーに関するある同時代文献では、「すべての代用材の頂点」としてタイガーナッツ（カヤツリグサ科の植物の塊茎）⁽¹⁴⁾を賞賛すると同時に、表1のように「その他24種類の代用材」⁽¹⁵⁾を挙げている（但し若干の重複があるため表では24種類にはなっていない）。

これらの中で最も一般に普及したのがチコリである。この植物は、葉を食用にしたり、根を煮出した汁を薬用にしたりと古代から利用されてきた。この植物が代用コーヒーとして利用されるようになったのは1770年頃のことで、当時のハノーファー選帝侯国の退役将校ハイネとホテル経営者のフェルスターというふたりの人物が、チコリの根を煎じて得られた汁を代用コーヒーとして商業的に売り出したことがきっかけである。彼らは、ブラウンシュヴァイクとベルリン⁽¹⁵⁾に工場を建設し、チコリコーヒーの商業的生産に乗り出した。この事業は大成功を収める。

特に注目すべきはチコリコーヒーの独自商標による販売戦略である。この商品は、工場で製造されたチコリの粉末を円筒形の包みにいれ、商標入りの青いパッケージで販売された。この商標には、前景にチコリの種をまく農民の姿、後景には椰子の木をバックにコーヒー豆を積んだ帆船が描かれ、さらに「汝なければ健康と富が生ず」というスローガンが表記されていた。⁽¹⁶⁾

(12) Hans Jürgen Teuteberg, Zur Kulturgeschichte der Kaffee-Surrogate, in: Daniela U. Ball (Hg.), *Kaffee im Spiegel europäischen Trinksitte*, Zürich 1991, S. 169. (以下、Surrogate と略。)

(13) Ebd., S. 175.

(14) Christian Andreas Müller, Anhang über vier und zwanzig andere Stellvertreter und die Schädlichkeit des Indischen Kaffee, in: Ders. *Die Erdmandel als Krone aller Stellvertreter des Indischen Kaffee...*, Grossenhayn 1805, S. 117-177.

(15) Teuteberg, Surrogate, S. 38.

(16) Teuteberg, Kaffee, S. 194.

I 種子	II 塊茎	III 根
インゲン豆	ドングリ	バラモンジン
エンドウ豆	キクイモ	ニンジン
大麦	クリ（野生種と栽培種）	テンサイ
シデの種子	アーモンド	フタナミソウ
コメ	ピーナッツ	チコリ
アスパラガスの種子	ヘーゼルナッツ	糖分のある根
小麦	クルミ	

表 1

要するに、輸入コーヒーが健康と富を奪うのに対して、チコリコーヒーは健全なドイツ農民の生産物であり、国富を生み出すものにもなるという宣伝文句である。チコリコーヒーは、当時「プロイセンコーヒー」と名づけられたが、これは「国産」コーヒーとしてのチコリコーヒーの意義をあらわすものに他ならない。

その後も、チコリコーヒーは、ナポレオン戦争期の大陸封鎖という追い風を受けたこともあって生産を拡大させ、19世紀を通じて、ブラウンシュヴァイクやザクセン地方、シュレジエン地方などドイツ中・東部を中心に、産業としての地位を確立していく。そして他国にも輸出され、第一次世界大戦期までドイツの重要な製品のひとつであり続けた。⁽¹⁷⁾

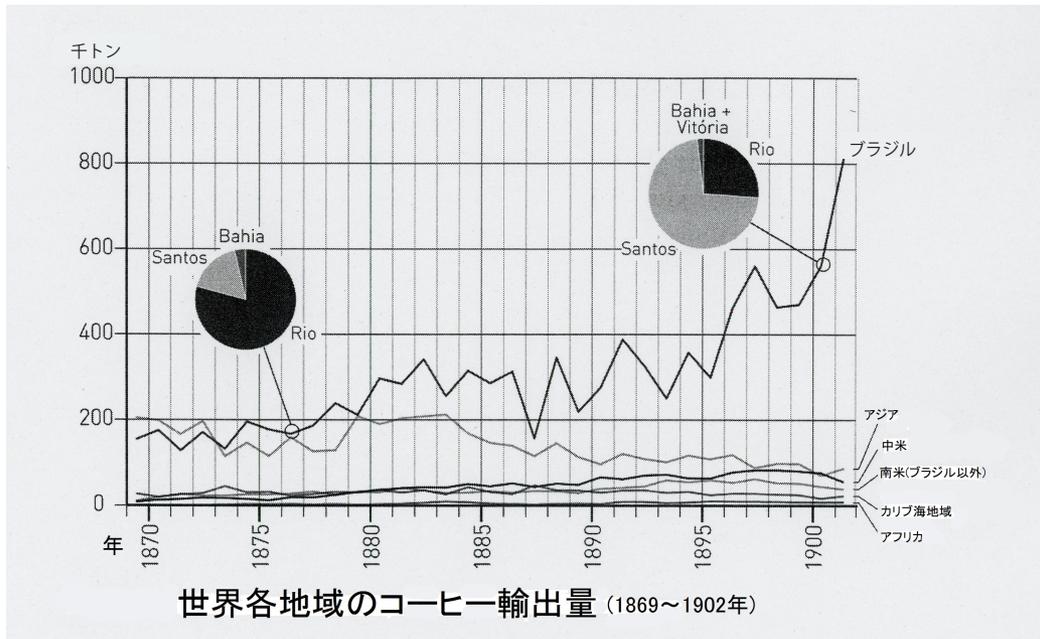
このように、チコリという代用品はまさに、国境に従属せざるを得ないドイツのコーヒー消費を端的に表現するものであったといえる。しかし、19世紀がすすむにつれ、あらたな歴史的状況が生まれてくる。その中で、コーヒーと国境との関係は新たな局面を迎えることとなる。

2 コーヒー貿易の構造変化と「ハンブルク・ヘゲモニー」

本章ではまず、コーヒーと国境の問題を考えるための基礎となるコーヒーの国際取引の歴史を振り返ってみよう。イスラム圏から伝えられたコーヒーの生産地は、当初はアラビア半島（イエメン）であったが、17世紀以降、ヨーロッパ諸国が植民地を獲得していくと、それにつれて世界各地に散在する各国の植民地で栽培されるようになっていった。とくに重要な産地となったのは西インド諸島およびセイロン、ジャワ島などで、これらの地域では、プランテーション栽培により大量のコーヒーが生産された。⁽¹⁸⁾ プランテーションでの現地人・奴隷労働力の酷使、モノカルチャー化による低開発構造の固定化などの諸問題については、数多くの研究があり、ここではそれらを立ち入って検討することは避けるが、こうした植民地でのコーヒー生産は必

(17) Ebd., S. 194-195.

(18) Martin Krieger, *Kaffee. Geschichte eines Genussmittels*, Köln Weimar Wien 2011, S. 176-198; Julia Laura Rischbieter, *Mikro-Ökonomie der Globalisierung. Kaffee, Kaufleute und Konsumenten im Kaiserreich 1870-1914*, Köln Weimar Wien 2011, S. 35-36; Ursula Becker, *Kaffee-Konzentration. Zur Entwicklung und Organisation des hanseatischen Kaffeehandels*, Stuttgart 2002, S. 67-68; ワイルド、前掲書、107-109頁。



グラフ1 Rischbieter, a.a.O., S. 37 Grafik 3 を筆者が改変して作成

ずしも順調にすすんだわけではなかった。たとえば、西インドでのコfee生産は相次ぐ奴隷反乱によって大きな損害を被ったし、セイロン島でのコfee栽培はサビ病による壊滅的打撃をうけた。⁽¹⁹⁾ こうした中で、19世紀になると中南米、特にブラジルが世界的なコfee産地として急速に台頭することとなる。

ブラジルでのコfee栽培の開始は18世紀と比較的⁽²⁰⁾新しいが、それ以後急速にコfee生産が拡大し、それまでの砂糖に代わりコfeeがブラジルを代表する主要生産物となった。コfee生産の大躍進をもたらした要因は、もちろんブラジル南部（主にリオデジャネイロ州とサンパウロ州）に広がるコfee栽培に適した広大な土地の存在であるが、それに加えて、ブラジルにおいて奴隷制が1888年まで温存され、それがコfeeプランテーションの労働力として大量に利用できたことも指摘されねばならない。⁽²¹⁾ しかしもうひとつ、内陸に広がったコfee産地とサントスやリオデジャネイロといった輸出港とを結ぶ交通インフラの整備も、ブラジルが世界最大のコfee輸出国となる重要な要因としてあげることができる。⁽²²⁾

こうした有利な条件下で、ブラジルのコfee輸出は飛躍的に増大していった。コfee貿易を詳細に研究したリシュビーターによると、ある程度貿易の数値がわかる19世紀前半にお

(19) Krieger, a.a.O., S. 215-216; Rischbieter, a.a.O., S. 35-36.

(20) 最初は1727年北部のパラ州で、後に生産の中心となるリオデジャネイロ州では1774年から、サンパウロ州では1790年から栽培が始まっている。Krieger, a.a.O., S. 217.

(21) Ebd., S. 218; ワイルド、前掲書、182-183頁。

(22) Rischbieter, a.a.O., S. 36-38.

いて、原料コーヒー輸出量は、キューバやハイチでおよそ年間2万トン、ジャマイカでおよそ1万トン前後であるのに対し、ブラジルの年間輸出量は1830年頃約3万トン、1840年頃には8万トン、1850年頃には15万トン近くまでになるなど大幅な増大を示している。⁽²³⁾しかしこの数値は、世紀後半にはさらに驚異的な上昇を遂げる。グラフ1に示されているように、1880年で約30万トン、1900年以降になると約60-80万トンにも達し、アジアや中南米の他国・他地域を圧倒しているのである。わずか百年たらずの間にブラジルのコーヒー輸出量は20-30倍にも拡大したことになる。こうして、第一次世界大戦までにブラジルは、世界最大のコーヒー輸出国の地位を揺るぎないものとした。

コーヒー輸出におけるこうしたブラジルの大躍進は、国際的なコーヒー貿易の構造にも大きな影響を及ぼした。それ以前のコーヒーの国際取引は、アムステルダムとロンドンの貿易商人が牛耳っており、ヨーロッパ各地の卸売商人はこの両都市で実施されるコーヒーの現物取引ないし委託販売システムを利用してコーヒーの生豆を調達しなければならなかった。両都市では、オランダ貿易商組合及びロンドンの輸入商が独占的なコーヒー取引の権利を有しており、ヨーロッパ市場を支配していたのである。もちろん、こうした英蘭のコーヒー貿易商の優越は、19世紀中頃まで世界のコーヒー貿易において、カリブ海地域やジャワなど英蘭の植民地産コーヒーの比率が相対的に高かったからに他ならない。⁽²⁵⁾

しかし、ブラジルのコーヒー生産の急激な拡大がこうした構造を突き崩すこととなった。世界市場に遅れて登場したブラジルコーヒーに関しては、各国の貿易商人が直接取引することが可能だったのである。こうして1870-80年代になると、アムステルダムとロンドンのコーヒー貿易上の地位が低下し、代わりにルアーブルと特にハンブルクの重要性が増していくこととなる。リシュビーターはこれら4つの都市のコーヒー輸入量の変化を数値化し、それをグラフにしている⁽²⁶⁾のでそれを紹介しよう（グラフ2参照）。

このグラフが示すように、だいたい1880年代を境として、ハンブルクのコーヒー輸入量が年間約5-10万トンレベルから20-30万トンへと急増し、ルアーブルの輸入量も変動幅は大きいながらもほぼ10万トン以上のレベルを維持するようになったことがわかる。ただ他方で、アムステルダムやロンドンの数値が減少したわけでもない⁽²⁷⁾ので、この変化はヨーロッパ全体の輸入量が大幅に増加し（その大半はブラジルからの輸入）、その増加分がハンブルクとルアーブルによって占められたといえそうである。しかしいずれにせよ、ヨーロッパのコーヒー貿易においてハンブルクの占める位置が飛躍的に上昇したことは疑いのない事実である。

こうした貿易構造の変化をもたらし⁽²⁷⁾たもう一つの重要な要因は、1880年代以降コーヒーの先物取引が導入され、先物市場の重要性が高まったことである。これは交通手段の発達に加え、

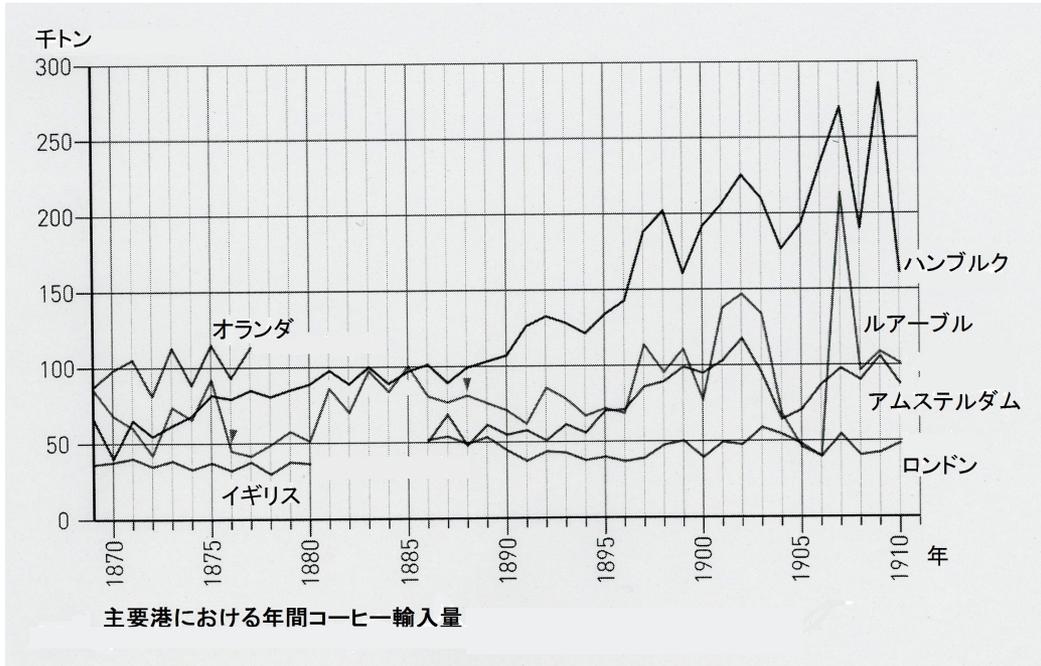
(23) Ebd., Anhang Grafik 1.

(24) Ebd., S. 37 Grafik 3 & Anhang Grafik 1.

(25) Ebd., S. 39-42.

(26) Ebd., S. 43 Grafik 4.

(27) Ebd., S. 49. ニューヨークが初めて1881年、ハンブルクは1887年に先物市場が開設された。



グラフ2 Rischbieter, a.a.O., S. 43 Grafik 4 を筆者が改変して作成

電信による情報伝達の飛躍的向上によってもたらされたものであるが、世界規模でのコーヒー市場の統合を促進することとなり、ヨーロッパにおけるハンブルク市場の重要性をさらに高める結果をもたらした。

こうして、長らくヨーロッパにおけるコーヒー貿易の中核の位置を占めていたアムステルダム（およびロンドン）に代わって、19世紀末になるとハンブルクがコーヒー貿易の中心となり、いわばヘゲモニーを握ることとなった。1900年以降世界全体のコーヒー輸出量の24パーセントがハンブルクへと流入し、「ハンブルクはヨーロッパの輸入港として、およびこの商品の市場として絶対的な首位を占めるようになった⁽²⁸⁾」のである。

では、このハンブルク・ヘゲモニーの要因は何であろうか。先述のように、ブラジルがコーヒー貿易において急速に台頭し、それによって、従来カリブ海地域やアジアの植民地と結びついていた、アムステルダムとロンドンの独占的体制が崩れたことがその背景にあるとしても、それだけではハンブルク台頭の説明にはならない。ここでは紙幅の関係もあり2点だけ指摘しておきたい。

ひとつは、ハンブルクの独自の国制的地位、およびそれと結びついた伝統的な自由貿易政策である。周知のように、ナポレオン戦争後のドイツ連邦において、ハンブルクはブレーメンなどと共に主権国家の地位を維持し、ドイツ帝国成立後も1881年の関税同盟加盟までは独自の関税政策を取ることができた。こうした中でハンブルクは独自の通商政策を展開し、とくに

(28) Ebd., S. 61.

19世紀前半に次々と独立していった中南米諸国との間で、通商条約締結や通商代表の設置などによって経済関係を強化した。⁽²⁹⁾ それにより、オランダやイギリスから独自にコーヒーの直接取引ができるようになっていたのである。こうした状況下で、ハンブルクは生産量を激増させたブラジル産コーヒーを輸入する上で非常に有利な立場にあったといえる。

ふたつめの事情は1881年の関税同盟加盟に関連して、ハンブルク港の近代化を実現したことである。保護関税政策に転換したビスマルクの関税統合圧力に直面したハンブルクは、同市の一部に自由港地区を創設するという妥協案（いわゆる「ロビノウ計画」）を提示し、関税政策上の自主権放棄の代わりに帝国政府の財政支援による自由港開発を実現した。この地区は、旧市街に隣接したエルベ川北岸とエルベ川南岸の広大な地域にまたがり、これによってハンブルクは、近代的な港湾施設を備えた当時世界最大級の港湾都市へと成長できたのである。⁽³⁰⁾ なかでもコーヒー貿易を行う貿易企業は、エルベ川北岸のザントトール埠頭に移転し、この狭い区域にコーヒー貿易にかかわるすべての事業分野が集中することとなった。こうした企業の集中ぶりは同時代人にも注目され、ハンブルクのコーヒー貿易における強みとして捉えられている。⁽³¹⁾

以上のように、ハンブルクはブラジルの台頭という新たな国際的環境を利用し、港湾インフラ整備を通じて、ヨーロッパのコーヒー輸入における優越的地位を確立できた。これを反映して、20世紀初頭にはハンブルクを中心とするドイツのコーヒー貿易企業が、世界のコーヒー貿易においても大きな役割を演じるようになる。グラフ3は、1903/04年のブラジル・サンパウロ州からのコーヒー輸出に占める各国企業の比率を示したものだが、ドイツ企業はテオドア・ヴィレ社（Theodor Wille & Co.）をはじめ多くの企業が参入し、⁽³²⁾ 総計で英米の企業を抑えて輸出全体の46パーセントもの圧倒的な比率を占めている。この時期のコーヒー輸入量をみると、何とんでもアメリカ合衆国が年間40万トン以上と他国をはるかにしのぐ数値を示し、ドイツはその半分程度であるが、ブラジル産コーヒーの国際取引に関していえば、むしろドイツの貿易企業が他国をリードしていたのである。

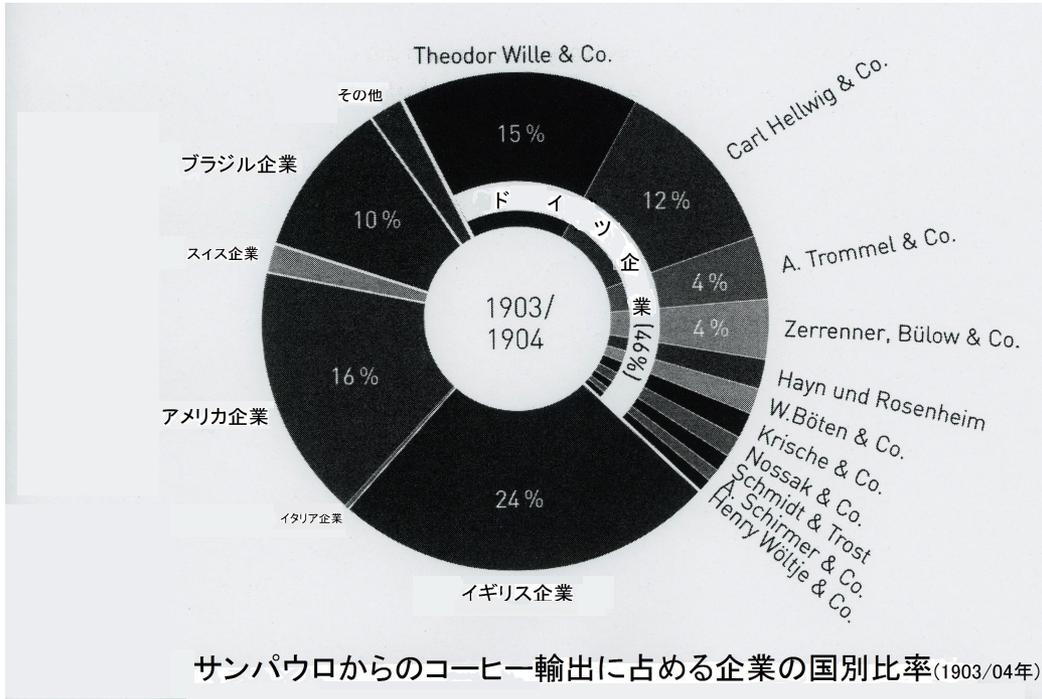
本稿のテーマであるコーヒーと国境の問題に即していえば、18世紀まで国境に従属せざるをえなかったドイツのコーヒー事情は大きく変化した。百年前には重商主義に基づいてコーヒー消費を制限しようとした国が、20世紀初頭には国境による制約を克服し、自由貿易の風を受けてコーヒー輸入量を拡大させていくというまったく正反対の現象が生じるようになった。

(29) Becker, a.a.O., S. 81; Rischbieter, a.a.O., S. 81-82. 1828年ブラジルと通商条約を締結、その後メキシコ（1832年）、ベネズエラ（1837年）、エクアドル（1842年）と通商条約を締結していった。

(30) Kurt Wiedenfeld, *Die nordwesteuropäischen Welthafen. London - Liverpool - Hamburg - Bremen - Amsterdam - Rotterdam - Antwerpen - Havre*, Berlin 1901, S. 110-121; Krieger, a.a.O., S. 201-202; Rischbieter, a.a.O., S. 84-86.

(31) たとえばリシュビーターは次のような描写を紹介している。「ハンブルクのザントトール埠頭、ここは自由港の玄関口から入ってすぐの所だが、そこには城のような社屋が長い列を連ねている。これらは貿易商人たちが建造した宮殿である。下の階には多くの事業所が入り互いに軒を接しており、上の方の階は巨大な収容力のある貯蔵空間となっている。このわずかな距離の中に世界のコーヒー貿易の半分が集中しているのである。」 Rischbieter, a.a.O., S. 89.

(32) Ebd., S. 131.



グラフ 3 Rischbieter, a.a.O., S. 131 Grafik 21 を筆者が改変して作成

た。ドイツは、国境を越えたコーヒーのグローバル化をおしすすめる先頭に立っていたのであ⁽³³⁾る。

3 「国民的」飲料への道——ドイツ国内におけるコーヒー産業の拡大と消費

以上検討してきたように、20世紀初頭には、ドイツ帝国がハンブルクを通じてグローバルなコーヒー貿易における優位性を確立したといえる。この背景にはもちろん、国内でのコーヒー需要の拡大があった。実は、コーヒーの貿易構造において大きな変化があったように、国内供給構造においても変化が生じ、これが第二帝政期ドイツにおけるコーヒーの消費に大きな影響を与えることとなった。そして、コーヒーは社会層の境界を越えて大量に消費される「国民的」飲料となる。最後にこの問題について考えてみたい。

その変化を引き起こした要因の一つは、貿易構造の変化に直接由来する。すなわち、国内で

(33) ドイツのコーヒー供給を考える上では、ドイツ領植民地でのコーヒープランテーション開発も考慮に入れる必要がある。特にドイツ領東アフリカのウサンバラ地区では19世紀末から組織的にコーヒー栽培が企てられ、生産されたコーヒーがドイツ本国へ輸入されていた。たしかに、この問題はドイツの帝国主義的対外進出との関連できわめて重要な問題であるが、輸入量は年間最大で670トンほど(1912年)で、輸入量全体から見るとごくわずかに過ぎず、コーヒー貿易を論じる本稿ではこれ以上の論究は差し控えたい。この問題については、Becker, a.a.O., S. 100-104; 白井、前掲書、165-190頁、参照。

の原料コーヒーの供給におけるハンブルクの貿易商の支配力が強まったことである。ドイツ国内に流入した原料コーヒーのうち 1885 年ではオランダ経由が約 31 パーセント、ハンブルク経由が 39 パーセントであったのに対し、1890 年代以降はオランダ経由が激減しハンブルク経由の比率が急上昇した⁽³⁴⁾。そのため、伝統的にオランダからコーヒーを仕入れていたライン地方をはじめとするコーヒーの国内卸売商が、今度はハンブルクの貿易商に従属するようになった。市場を支配したハンブルクの貿易商は自前で選別・ブレンドした商品を開発し、小売商たちは国内卸売商との取引から離反して、ハンブルクの貿易商との直接取引を志向しはじめた⁽³⁵⁾。こうした状況で、国内卸売商は経済的に苦況に立たされることとなった。

ここでもう一つの重要な要因がからんでくる。それはコーヒーの焙煎の問題である。そもそもコーヒーの生豆の焙煎は、コーヒーの味と香りを左右する非常に重要な操作であるが、従来の伝統的な商慣習では、消費者は生豆を購入し家で焙煎していた。これは、焙煎済みのコーヒー豆は味や香りの劣化が速いため、流通させにくかったためであると思われる。しかし、食品流通の合理化の中で消費者はしだいに焙煎済みのコーヒー豆を購入するようになり、焙煎プロセスが家庭から外部化されるようになる⁽³⁷⁾。その背景には、性能のよい大型の焙煎機械の開発や焙煎済みコーヒーの包装の改善などの技術革新があった。こうした中で、輸入商が独自の焙煎済みコーヒーの小売商への卸売に乗り出すと、それに対抗してコーヒー卸売商は、焙煎業に参入し、独自のブレンドによる焙煎済みコーヒーを自ら生産、それを直接消費者に販売することによって苦境から脱出しようとした。他方、小売商たちからも、直接原料コーヒーを輸入商から買い付け、大型の焙煎機を導入して自社製品を開発するといった動きが出てくる。こうして、焙煎業務を核として、従来の「輸入商／卸売商／小売商」という境界線が崩れ、コーヒー焙煎＋包装＋販売を業務として兼ね備える新たな形態のコーヒー産業部門が誕生した⁽³⁸⁾。

その最も成功した例として、ここでは「カイザース」社をあげておこう。創業者ヨゼフ・カイザー (Josef Kaiser, 1862-1950 年) は、1882 年にライン地方のフィアゼンにあった父親の植民地物産店を受け継いだ。最初は小型手動焙煎器で製造したコーヒーを馬車で売り歩いていたが、その後店舗での販売に転じ、1890 年代には大規模な焙煎工場を設立するとともに支店を急速に増加させていった。従業員数は最初の 5 人から 1905 年には 2060 人、1914 年には 4904 人へ、支店数は 1896 年には 48、1905 年 524、1914 年には 1365 (ドイツ国内のみ) へと増加し、大戦前にはヨーロッパ最大のコーヒー販売企業へと成長した⁽³⁹⁾。

このカイザース社が原料コーヒーを調達していた先が、前記のようにサンパウロからのブラ

(34) オランダ経由の比率は 1913 年わずか 0.1 パーセントへと下落。Rischbieter, a.a.O., S. 191.

(35) Ebd., S. 194.

(36) 広瀬・星田、前掲書、90-98 頁；ワイルド、前掲書、204 頁。

(37) Rischbieter, a.a.O., S. 190.

(38) Ebd., S. 190-191.

(39) Ebd., S. 215-216. カイザーの伝記については、Werner Peiner, *Josef Kaiser*, Essen 1937. ちなみに、同様に大規模な支店展開をしていたのがエミール・テンゲルマン社であるが、この両社はその後業務を拡大してスーパーマーケットチェーンを作り上げ、現在は合併してカイザース・テンゲルマン社となっている。

ジル産コーヒー輸入の15パーセントを占めていたテオドーア・ヴィレ社である。そしてカイザース社の急速な経営拡大のための資金もまた、同社からの融資に負っていた⁽⁴⁰⁾。したがって、ブラジルからのコーヒー輸入、および原料コーヒーの加工と国内の販売という両面で、ヨーロッパ最大規模を誇るこのドイツの両企業が協力し合っていたのである。このようにドイツにおけるコーヒーの国内市場は、コーヒー貿易の拡大と手を取り合って成長していったことができる。

次に、供給からコーヒーの消費の問題へと視線を転じよう。輸入量の増加に伴って、ドイツにおけるコーヒー消費量は全体として拡大していったはずである。ただし、その量を正確に測定することは難しい。トイテベルクは、その先駆的研究で、ドイツでの年間1人当たり平均のコーヒー消費量を推計している。それによると、1870-90年の間はあまり変化なくおよそ1.5キログラム前後であるが、1890年代から増加し1910年ごろには約2キログラムとなっている⁽⁴¹⁾。しかし、リシュビーターは、1870-90年で約2.5キログラム、1900-10年で約3キログラムと、約1キログラムほど高い数値を提示している⁽⁴²⁾。ただしいずれの数値も、総輸入量から再輸出量を引き総人口で割り算をするというきわめて粗い数値であり、あまり正確なものとはいえない。というより、この時期のコーヒーは社会層による消費の格差が著しく、平均値を出してもあまり意味がない。したがって、数量的な分析より、コーヒーがいかに社会的に受容されたのかを質的に見ていく方が重要である。それによって、コーヒーが「国民的」飲料という位置づけを得ることとなる文化的意味を考えてみたい。

第二帝政期のドイツ社会は、基本的に「教養と財産」を有する市民社会の価値観が支配的であったといえるが、その中でコーヒーは何よりもまず、「市民的」飲料としての文化的意味づけを与えられていた。たとえば、コーヒーの「正しい淹れ方と飲み方」は市民としての振るまいにおける象徴的な価値を有しており、そのため当時数多く刊行されていた礼儀作法書や家政入門書、料理書においても、コーヒーの淹れ方や適切とされる食器のとのえ方などが記載されていた⁽⁴³⁾。コーヒーを「正しく飲む」ことは市民的なハビトゥスとして社会的に認知されていたといえる。さらに、この場合コーヒーは、市民男性がコーヒーハウスという公的空間で政治談義をしながら飲むというかつての制約から抜け出ており、家庭内で女性も楽しむことができる嗜好品として私的空間にも浸透していることに注目したい。

こうした市民層の女性が私的空間でコーヒーを楽しむ場として、18世紀頃生まれ20世紀初頭まで広く流行したのが「カフェ・クレンツヒェン」⁽⁴⁴⁾という社交形態である。これは、女性のみによる私的空間でのコーヒー消費の場であり、公的な議論ではなく、私的生活の出来事（し

(40) Rischbieter, a.a.O., S. 117-118.

(41) Teuteberg, Kaffee, S. 198.

(42) Rischbieter, a.a.O., S. 257.

(43) 料理書の例を一つだけ挙げると、Mathilde Ehrhardt (Hg.), *Großes illustriertes Kochbuch für den einfachen bürgerlichen und den feineren Tisch...*, Berlin 1904, S. 607-611.

(44) Peter Albrecht, >O Kaffeekränzchen, so hehr und groß... wo Du nicht tagst, dort ist nichts los!<, in: Ulla Heise und Thomas Krueger (Hg.), >Kaffee private< Porzellan, Mühlen und Maschinen. Essays, Hoenburg 2002, S. 36-51.

ばしば醜聞)が話題となり、それへの道徳的判断が下される場ともなる。また、自分たちの社会的地位を示すために、さまざまなステイタスシンボル(高価な食器や什器類、家具調度など)が誇示され、それらを仲間内で評価しあう。こうしたかたちで女性同士の社交が展開されたのである。この様子を描いた19世紀末の風刺詩を紹介してみよう。すでに、こうした古くさい社交形態への批判的・揶揄が強くこめられるようになっている⁽⁴⁵⁾。

社長夫人に監督夫人、 所長夫人、 局長夫人。 あとは顔なじみ、 相応の地位の夫人たち。 コーヒーを飲み、 ペチャクチャおしゃべり。	楽しげな顔で、 道徳法廷を開く。 うわさと意地悪な問い。 「邪悪な人たち、 悪魔のしわざだわ。 いたるところ スキャンダルだらけ。」	コーヒーを飲み干し、 お代わりはもう結構。 椅子から立ち上がり 握手と別れの挨拶。 茶話会は終わった。 扉が閉ざされ、 口も閉じられる。
---	--	--

これに加えて19世紀後半から登場したのが「カフェ・ゲゼルシャフト」という社交の場である。これも参加者はあくまで市民層に限られてはいるが、男女同席が可能でジェンダーの垣根は取り除かれている。この会の様子を描いた叙述を引用してみよう。

「本格的なカフェ・ゲゼルシャフトに向けて、夫人は数日前に招待状を送るか、自分の娘を招待の遣いにやる。会で供されるのは、コーヒーの他に、非常に多くの菓子、“アインシュティップ”と称されるもの、タルト、甘い食物、可能であればパンチ類も供される。…この楽しい催しは午後5時か6時に始まり、3-4時間ないしそれ以上続く。特に夏のコーヒー会はたいへん素晴らしい。若者たちは踊り、大人たちは夜会の時より面白い会話を楽しむ。しかし冬においても、この社交の催しは刺激的な効果をもたらす。なぜなら、ここでは形式にとらわれずに集まり、自由で独創的な社交活動ができるからである。…ワインやビールもより多く飲めるし、9時か10時ごろには冷たい食事か温かい食事が出され、祝宴は盛り上がり⁽⁴⁶⁾て終わる。」

「カフェ・クレンツヒェン」にしても「カフェ・ゲゼルシャフト」にしても、どちらもコーヒーを飲みつつ社交活動をすることによって、自分たちのアイデンティティを確認しあうという機能があったことがわかる。こうした事象からもわかるように、コーヒーを「正しく」飲むという行為は、市民としてのステイタスシンボルとなっていたわけである。

しかし、コーヒーは市民層の間だけで広がったわけではない。同時代の労働者層の間でもコー

(45) 'Fliegende Blätter', Nr. 2602 (102. Bd.) 9. 6. 1895 からの引用、Albrecht, a.a.O., S. 38.

(46) 'Dies Blatt gehört der Hausfrau', 10-1, 1896/197, S. 17 からの引用、Rischbieter, a.a.O., S. 275.

ヒーは大いに普及していた。労働者層の間でのコーヒーの飲用についても見ておこう。労働者たちがコーヒーを飲むのは、ステイタスを誇示するためではなく、安く満腹感を得るためであった。砂糖やミルクを入れたコーヒーにパンかジャガイモを添えれば温かい食事を手軽に用意することができたのである⁽⁴⁷⁾。コーヒーといっても、本物のコーヒーを薄めたものもあれば、チコリに代表される代用コーヒーを混ぜたものもあり、できるだけ価格を低くする工夫がなされていたことはいまでもない。こうしてコーヒーは、労働者にとって家庭でも職場でも必需品のような地位を占めることとなった。リシュビーターは、1910年のプロイセン工場監督官の以下のような報告を引用している。

「プロイセンの工場労働者たちは朝仕事へ行く前に温かいコーヒーとパンで朝食を取る。…女性労働者は男性よりもコーヒーにより重きを置いているとしばしば報告される。あるいは彼らは工場でコーヒーを準備する。…労働者は冷たいコーヒーを持参し、工場で温める。特別な労働者住宅を設置する大工場は、労働者が時間通りにコーヒーと軽食を摂取することができるよう配慮する。」⁽⁴⁸⁾

こうした状況下で、工場の中でも、企業側が積極的に労働者にコーヒーを飲む（あるいは軽食を取る）機会・場所を提供するという例も数多く見られるようになる。これは、労働者の福利厚生の実現のためであると同時に、飲酒防止やコーヒーによる労働能率向上といった経営側の思惑も反映した施策であった。たとえば、西南ドイツ・ルードヴィヒスハーフェンにあったBASFの工場では、1890年1年間で約72万人分のコーヒーが一人前2ペニヒで販売される一方、約5.6万リットルのコーヒーが勤務時間中に飲料用として無料で提供されていた⁽⁴⁹⁾。また、隣接するマンハイムの貨物駅で働く労働者のために、従業員貯蓄組合が1899年に従業員食堂を開設し、原価で朝食と昼食を提供していたが、ビール・コーヒー・肉製品・パン・チーズのうち⁽⁵⁰⁾コーヒーが圧倒的に消費されていた。

1914年に1936の工場企業に対して行われたアンケートによると、ほとんどすべての企業が労働者にコーヒーを提供する機会を与えていたことがわかる。ただし大半は、コーヒーといっても代用コーヒーとの混合物であり、純粋なコーヒーのみを提供している企業は約3割であった⁽⁵¹⁾。したがって労働者のコーヒー消費についていえば、より低価格の代用コーヒーがまだ主流であったといえる。ブラジル産コーヒーの輸入によって、ドイツ国内のコーヒー供給は以前のような国境への従属を断ち切ったかに見えたが、やはり輸入コーヒーの価格は相対的に高く、

(47) 労働者の食生活の実態については、差しあたり筆者の以下の論考を参照。「近代的食生活の現実——家系調査からみた世紀転換期ドイツの食物摂取量」『西洋史学』201号、2001年、57-71頁；『世界の食文化⑧ドイツ』農山漁村文化協会、2003年、168-176頁。

(48) Rischbieter, a.a.O., S. 281.

(49) Ebd., S. 287.

(50) Ebd., S. 287-288. コーヒーが一番安く一人前3-5ペニヒで、1901-03年で年間9-10万杯も売れた。

(51) Ebd., S. 289.

労働者レベルでは代用コーヒーへの需要がまだまだ根強かったことがわかる。ただいずれにせよ、コーヒーの需要は労働者層においても着実に拡大しており、そうした意味では市民層に接近しつつあった。両者の階層差は大きいとはいえ、コーヒーは「国民的」飲料としての階段を一步ずつ上がっていったといえるであろう。

最後に、労働者の間でのコーヒー受容に関しては、ジェンダーに関わる興味深い現象があったことを指摘しておきたい。それは、女性比率の高い工場の方がコーヒー消費量が多かったということである。当時一般的に、女性労働者はコーヒーにミルクを入れて飲むが、男性労働者はブラックであるいはシュナップス（蒸留酒）を入れて飲むとされていた。じっさい、エッセンのクルップ工場では、男性労働者のビール消費量はコーヒーの70倍近いとの報告もあり、⁽⁵²⁾ コーヒーとビールの消費に関するジェンダー差が明確にあらわれていた。前記のように市民層の間では、カフェ・クレutzヒェンからカフェ・ゲゼルシャフトへの変化に見られるように⁽⁵³⁾ コーヒーをめぐるジェンダー差が縮小していたのに対し、労働者の間では逆のベクトルが働いていたことになる。

おわりに

ここまで、ドイツにおけるコーヒーを材料として、食と国境との歴史の変遷の問題を考察してきた。19世紀後半を画期として、それまで国境に縛られていたドイツのコーヒー供給が、コーヒー生産におけるブラジルの急成長、およびコーヒー貿易におけるハンブルクの台頭によって、国境に縛られることなく発展していったこと、それと関連しつつ、第二帝政期のドイツ国内において、市民と労働者いずれの側でも、さまざまな差違はあるとしてもコーヒーが普及し、ここにコーヒーがドイツの「国民的」飲料となる道がひらかれていったこと、こうしたことが明らかとなった。

この後のドイツにおいては、第一次世界大戦でコーヒー輸入がストップし、戦後はインフレーション、世界恐慌、ナチス体制の成立から第二次世界大戦へと、コーヒーをめぐる状況は混乱を極めることとなる。ようやくコーヒーの消費が第一次大戦前の水準を回復するのは、西ドイツにおいては1950年代末になってからであるが、⁽⁵⁴⁾ その後は増大し続けており、統一後の現在のドイツでは、コーヒーはどこでも楽しめるささやかな娯楽として、市民生活の中に完全に定着しているようにみえる。

最後に一言付け加えたい。コーヒーは16世紀以降の食のグローバル化の典型例であり、そ

(52) Ebd., S. 288-289. こうした事例はスイスでも見られる。Vgl. Heidi Witzig und Jakob Tanner, Kaffeekonsum von Frauen im 19. Jahrhundert, in: Daniela U. Ball (Hg.), *Kaffee im Spiegel europäischer Trinksitten*, Zürich 1991, S. 153-168. 詳しくは、南直人「女性のコーヒー消費」、京都橘大学女性歴史文化研究所『クロノス』32号、2010年、36-37頁、参照。

(53) ちなみに現在のドイツでは、ビールの消費量は男性が圧倒的に多いが、コーヒー消費に関してはジェンダーの差は見られなくなっている。南『世界の食文化』225-227頁。

(54) Teuteberg, Kaffee, S. 198.

の生産も消費も国境を越えてまさに地球規模で拡大していったといえる。そして、見逃してはならないことは、こうしたグローバル化に伴う弊害もまた、コーヒーにおいてきわめて顕著にあらわれていることである。すなわち、現代におけるコーヒーの生産と消費は、世界的規模でますます拡大しつつある貧富の格差を生み出す要因の一部となっているのである⁽⁵⁵⁾。その意味で、国境を克服するということの功罪について考えてみると、両側面があることがわかる。すなわち、偏狭なナショナリズムの源としての国境を克服するという側面、ヒト・モノ・カネの自由な流れを阻止してきた国境をなくし国際的な流動性を促進するという側面、この二つである。コーヒーについていえば、国境を克服することは、貧しいコーヒー生産者と豊かな消費者との格差をますます拡大することに貢献したともいえる。歴史現象を善悪二元論で片付けることはできないが、国境をどう解釈すればよいのか、難しい問題である。

(55) 先進国でのコーヒー1杯(約2-3.5ドル)のうち低開発国の栽培農民の取り分はわずか1セントに過ぎず(ワイルド、前掲書、293頁)、「直接、間接を含め、世界規模では5億人もの人々がコーヒー産業に携わっている」なかで、「現在、コーヒー生産者に支払われている絶望的な低価格が、歴史上例を見ない地球規模の失業につながっている」(同上、13頁)という事実が厳然とある。