

コーヒーの味は歴史が決める

——グローバル・ヒストリーのアプローチ——

小澤卓也

1 はじめに

コーヒーはいまや地球を席卷し、世界中でブームを巻き起こしているように見える。この琥珀色の飲物は、グローバリゼーションの波に洗われながら暮らす現代人に最も愛されている食品の一つだと言えよう。

日本でも、人々はコーヒー（もしくはコーヒー風味の飲料）の陳列されたおびただしい数の自動販売機やコンビニエンス・ストアなどに囲まれて暮らし、ちょっと足を伸ばせばコーヒー専門店やカフェで本格的なコーヒーを味わえるようになった。それどころか、私たちはインターネットを通じて、外出しなくても自宅にいながらにして様々な産地や種類のコーヒーを簡単に手に入れることができる時代を生きている。当初、日本の習俗には馴染まないのではないかと思われたセルフ式コーヒー・チェーン店もすっかり日本社会に定着し、そこで提供されるアレンジ・コーヒーが日本の食文化に影響を与えているだけではなく、その店舗内の空間はとりわけ若者にとって重要なコミュニケーションの場となっている。

このようにアフリカ・アジア・ラテンアメリカといった開発途上地域の片田舎で生産されたコーヒーが、多くの人々の手を経て遠く離れた日本を含む工業先進国の市場へと流れ込み、われわれの日常生活や文化に多大な影響を及ぼしている。また同時に、コーヒー消費国側の嗜好や文化が、コーヒー生産国側の諸システムや文化に影響をもたらすこともあるだろう。あたかも世界中がコーヒーで繋がれているようなのである。この複雑な結びつきを一つずつ辿って整理し、全体像を解明することによって、「グローバル・ヒストリーズ」研究を深化するための貴重なデータが得られるのではないかと考える¹⁾。

そこで本稿において筆者は、その高い学問的目標に到達するための実験的試みとして、南アメリカ大陸に位置する世界最大のコーヒー生産国のブラジル、中央アメリカ地峡の高品質コーヒーとして名高い小国のコスタリカ、北アメリカ大陸にある世界最大のコーヒー消費国のアメリカという3つの国家のコーヒーをめぐる歴史的関係性について考察することにしたい。とりわけ、各国におけるコーヒー文化の基礎が確立された19世紀末から20世紀前半までの歴史的動向に注目し、まずは対照的なモデルとしてブラジルとコスタリカのコーヒー生産業の特色について比較する。その上で、とりわけブラジルがいかにアメリカ合衆国のコーヒー飲用文化に影響を与えたのかということについて分析する。その結果として、これら3国で生産されたり、消費されたりしているコーヒーの味の一般的傾向が、各国の国境を越えた歴史的相互連関の中で紡がれ、規定されていったことについての試論を開陳することにしたい。

なお本稿は、拙著『コーヒーのグローバル・ヒストリー——赤いダイヤか、黒い悪魔か』（ミ

ネルヴァ書房, 2010年)の内容に立脚して, 2011年3月19日に立命館大学の末川記念会館で行われた筆者の講演(立命館土曜講座・シリーズ「グローバル・ヒストリーズ——新しい歴史的展開の模索」)の内容を加筆・修正した上で文章化したものであることをあらかじめ申し添えておきたい。

2 作物・商品としてのコーヒー

まず, 現在の世界および日本のコーヒー貿易に関する基礎的データについて整理しておきたい。資料1には, 国別でみたコーヒーの生産高と消費高の上位10か国が示してある。

〔資料1〕 コーヒーの国別生産高と消費高上位10か国(2002年。単位千トン)

①生産高上位10か国			②消費高上位10か国		
1	ブラジル	1941	1	アメリカ合衆国	1121
2	ベトナム	676	2	ブラジル	765
3	コロンビア	560	3	ドイツ	567
4	メキシコ	387	4	日本	404
5	インドネシア	361	5	フランス	319
6	コートジヴォワール	328	6	イタリア	307
7	インド	324	7	スペイン	188
8	グアテマラ	312	8	イギリス	138
9	エチオピア	210	9	エチオピア	98
10	ウガンダ	186	10	オランダ	95

(Economist World in Figures 2002, アントニー・ワイルド著・三角和代訳『コーヒーの真実——世界中を虜にした嗜好品の歴史と現在』白揚社, 2007年, p.241より作成)

「生産高上位10か国」を一見して分かることは, すべてがコーヒーベルトと呼ばれる熱帯や亜熱帯に属するAALA諸国(アジア, アフリカ, ラテンアメリカ)だということである。とりわけ, 第1位のブラジルの生産高は桁違いで, 2位のベトナム以下を圧倒的に引き離している上に, 5位以内に同じラテンアメリカのコロンビアやメキシコが名を連ねていることが注目される。実際, ラテンアメリカは最大のコーヒー生産地域であり, 国際コーヒー機構のデータによれば, 2009年の時点でこの地域は世界に流通するコーヒーの約60%を生産している²⁾。20世紀初頭には, その割合は90%に達していたこともある。

「消費高上位10か国」を見ると, アメリカのコーヒー消費量が頭抜けていることがわかる。アメリカは世界最大のコーヒー消費国であり, またアメリカ系の巨大多国籍企業は世界のコーヒー産業にきわめて大きな影響力を行使している。全体としては, 2位と9位に自国産のコーヒーを国内で大量に消費しているブラジルとエチオピアがランクインしているものの, それ以外はコーヒー栽培には適さない, 温帯の欧米を中心とする先進国の多いことが看取できる。コーヒーは開発途上国で生産され, その多くが先進国で消費されている商品なのである。このことはコー

ビーの輸出と輸入の国別データを見るといっそう明確となり、輸出国は上位 15 か国のすべてが AALA 諸国、輸入国の場合は上位 15 か国すべてが先進国（あるいは準先進国）で占められる³⁾。基本的にコーヒーは途上国で生産され、先進国で消費される商品なのである。

さらに、既述のデータ全体を見渡して明らかなことは、コーヒーの生産と消費の双方とも南北アメリカ大陸が世界の中心となっていることである。このことを踏まえて、南北アメリカ間のコーヒーをめぐる歴史的関連性について後述することにした。

最後に、第 4 番目に位置するアジア最大のコーヒー消費国たる日本に注目して頂きたい。食文化の欧米化にともなって、コーヒーはかつての日常の飲物として支配的な地位を占めていた緑茶にとって代わろうという勢いで日本の食卓に進出している。もはや日本は、世界でも有数のコーヒー消費国として、アメリカやヨーロッパを中心としたグローバルなコーヒー商業・貿易システムのなかにしっかりと組み込まれているのである。

以下の資料 2 は、その日本のコーヒー生豆輸入に関する国別データである。

〔資料 2〕日本のコーヒー生豆輸入（2008 年）

国名	数量（トン）	金額（円）
1—ブラジル	96,406	28,944,162,000
2—コロンビア	84,809	29,283,441,000
3—ベトナム	55,056	12,953,982,000
4—インドネシア	52,030	13,545,805,000
5—グアテマラ	34,826	12,992,936,000
6—エチオピア	8,413	2,758,030,000
7—タンザニア	8,042	2,750,417,000
8—ホンジュラス	7,502	2,444,381,000
9—中華人民共和国	6,228	1,946,887,000
10—コスタリカ	5,863	2,359,356,000
その他	28,033	12,302,503,000
合 計	387,538	122,281,900,000

（農林水産省海外統計情報〈<http://www.maff.go.jp/tokei.html>〉より作成）

このデータを分析する前に、まず生豆のコーヒー輸入に占める割合が 94.4%（その他は、コーヒーエキス 2.1%、インスタント・コーヒー 1.9%、焙煎豆 1.6%）であることを明示しておきたい。焙煎済みの豆やコーヒー加工品よりも、品質を長く保ちやすい生豆を多く輸入しているということは、現在の日本において比較的品質の高いコーヒーが求められていることを意味している（ちなみに、日本市場でのインスタント・コーヒー消費量は膨大だが、そのほとんどは国内で生産されている）。

20 世紀末以来、ブラジルに次ぐ第 2 位のコーヒー生産量と輸出量を誇り、地理的にも日本にずっと近いベトナムよりも、日本は一般に高価で高品質の「マイルドコーヒー」で知られる遠方の南米コロンビア（世界全体ではコーヒー輸出量第 3 位）の生豆を多く輸入している。さらに、同じく国際市場において高値で取引されるグアテマラ、エチオピア、タンザニア、ホンジュラス、

コスタリカなどのマイルドコーヒーを大量に輸入していることから、現在の日本の消費者がクオリティの高いコーヒーを求めていることがわかる。これは、欧米諸国におけるスペシャルティコーヒー・ブームの影響によるものだと推察される（逆にベトナム産コーヒーは現在までのところ国際市場では低評価を下されることが多い）。

また、第9位に中国が名を連ねているところに、日本のコーヒー輸入の特色があると言えるかもしれない。いまや中国は南部でコーヒーやバナナ、その他のトロピカルフルーツの大量生産に取り組んでおり、今後ますます日本への輸出量を増大すると予想される。

全体として日本は、中国産コーヒーの輸入量が高いという欧米諸国とは異なる特色を持っているものの、基本的には欧米諸国のケースとほぼ同じ国々からコーヒーを輸入していると言える。これは日本のコーヒー文化が、国際コーヒー貿易システムや欧米のコーヒー文化から多大な影響を受けている結果だと考えられる。

ドキュメンタリー映画『おいしいコーヒーの真実』（マーク・フランシス、ニック・フランシス監督、2006年）の中でも語られているように、20世紀末に世界のコーヒー豆の小売総額は800億ドルを超え、コーヒーは石油には及ばないもののきわめて巨大な市場を形成している。じつに世界中で1日に20億杯のコーヒーが飲まれている計算となる⁴⁾。

コーヒーの原種の中でもっとも世界に商品として出回っており、そのまま家庭やカフェなどで飲用されることの多いものがアラビカ種であり、世界のコーヒー生豆貿易の60～80%を占める。もともとアラビカ種はアフリカのエチオピアに自生していたとされ、やがて中東のイスラム帝国を経て、17世紀中葉にヨーロッパ諸国にもたらされた。そして、当時ヨーロッパ諸国の植民地であった南北アメリカ地域にコーヒーが伝播することになった。

コーヒーはアカネ科の常緑樹であり、その果実の種子の部分がコーヒーの生豆となるのだが、アラビカ種の場合、商品として出荷できるほど十分に結実するのは種子から栽培してようやく4～5年後のことである。すなわち短期間に利益を得ることができない作物であり、果実の収穫に至るまで4年ほどの先行投資と継続的な労働が不可欠である。しかも、収穫の方法や果実から生豆を取り出す精製の方法、あるいは焙煎の技術いかによってもその品質や商品価格が大きく異なってくる手のかかる作物である。

また、コーヒーは基本食品ではなく、嗜好品である。米、小麦、あるいは野菜類やフルーツ類のように、カロリーやビタミンをわれわれの体に補ってくれる食品ではない。酒やたばこと同じような贅沢品であり、国際経済の変動や消費国の経済状況に大きく左右されやすい商品でもある。世界に流通するコーヒーのおよそ40～50%を手がけている上位4社の巨大多国籍企業は、こうした価格変動による損失のリスクを回避するため、ニューヨークやロンドンのコーヒー取引所で示される価格の変動を参照しながらコーヒーを先物取引で売買している。そして、最も辛い労働を引き受け、脆弱な立場にいる農民のところにそうしたリスクが押し寄せ、コスト割れや賃金カット、あるいは失業などの問題を引き起こすことになる。

こうした各国のコーヒーの生産構造や消費構造は、1930年代までにその基礎が形成された。ちょうどこの時期は各国の国民国家形成期に当たっており、コーヒー産業はそれぞれの国の政治・経済・社会制度の中に複雑に織り込まれていった。このため、その後の歴史的变化の中でも、その基本的構造やそれに伴って生み出されたコーヒー文化の特色が長きにわたって継承されて

いる。これこそが現在の各国におけるコーヒーの味の一般的傾向につながる要因である。このことを踏まえ、以下に歴史を辿りながら各国のコーヒーの歴史について考察する。

3 ブラジル連邦共和国——世界最大のコーヒー生産国

既述のごとく、21世紀のブラジルは国別で世界第1位のコーヒー生産国であると同時に、世界第2位のコーヒー消費国であり、世界のコーヒー産業界全体に対して大きな発言権を有する、まさしく「コーヒー大国」の名がふさわしい国である。

ブラジルは、日本の22.5倍もあるラテンアメリカで最大の国家（世界全体でも国別で第5位の国土面積を誇る大国）である。アマゾン地帯には大自然が広がるなど豊かな自然環境と資源を有し、それに比して人口は圧倒的に少ない（2008年の時点で1億8390万人）。この地理的条件に規定されて、ブラジルでは一人の労働者が対処すべき農地面積は広大で、農作物の数も多くなりがちであり、コーヒー樹を一本ずつ丁寧に扱うのは難しい環境にある。

ブラジルがコーヒー生産を本格化する契機となったのは、19世紀初頭のヨーロッパ大陸を席卷したナポレオン戦争であった。その戦火から逃れたポルトガルのブラガンサ王家は、大西洋を渡って自国の植民地ブラジルに逃れ、図らずもこの地を直接統治することになった。ところが、従来のサトウキビ生産業や金採掘業が不調であったため、王家は財源の確保のためにコーヒーという新しい作物の生産に着手した。こうしてブラジルは、独立後の経済基盤としてコーヒーが栽培され始めた旧スペイン植民地の国々とは違い、まだポルトガルの植民地だった時に王室の指導のもとで本格的なコーヒー生産が開始される珍しい国となった。このため、ブラジルのコーヒー生産システムには植民地時代の価値観や制度の影響が色濃く残ることになる。

黒人奴隷に立脚した大規模農業の伝統が、新しい作物であるコーヒー産業に適用されたのもこのためである。宗主国のポルトガルが長らくアフリカ人奴隷貿易に手を染めてきたこともあり、ブラジルは他のどのラテンアメリカ諸国よりも奴隷制に依存していた。この状況はブラジルが1822年に独立した後も続き、19世紀末まで黒人奴隷がブラジルにおけるコーヒー生産業を支えることになった。奴隷制のもとではコーヒー農民としての高い意識をもった熟練労働者は出現しにくい、安価なコーヒーを大量に生産することはできる。こうして生産されたブラジルのコーヒーが、早い段階から近隣のアメリカ合衆国へ輸出されるようになった。そして、1850年代に世界最大のコーヒー生産国となったブラジルは、1870年代の世界的なコーヒーブームに乗ってますますその生産量を増やしていった。

その際にブラジルは広大で豊かな土地へ極端に依存し、森林を焼き畑で開拓する略奪式農業で急速な農地拡大を行った。労働力の著しく不足するブラジルでは、肥料を散布して農地の養分や土質を長く良い状態で保つよりも、新しい農地を開拓する方が容易だったのである。当時はまだ環境に対する人類の意識が低い時代であり、ブラジルの人々から見ると土地は無尽蔵にあるかのように考えられていた。すなわち、自然環境を破壊しつつ、ブラジルにおけるコーヒー生産の中核となる大農園が次々と形成されていった点にブラジルにおけるコーヒー生産業の特色の一つがある（20世紀初頭にはブラジルにおける全コーヒー生産量の約80%が大農園で生産された）。

大農園を中心とするコーヒー生産業がさらに拡大していた1891年、ブラジルでは共和主義に基づく新憲法が公布された。この憲法はきわめて地方分権的であったため、やがてコーヒーの生産・輸出業で活況を呈していたサンパウロ州とミナスジェライス州がブラジルの中央連邦政府を牛耳るようになった。この両州が協力し、交互に連邦大統領と副大統領を選出した1930年までのブラジル政治は「ミルクコーヒーの政治」と呼ばれている（ブラジル最大のコーヒー生産州であるサンパウロと、第二位のコーヒー生産州であると同時に最大の牛乳生産州であるミナスジェライスのイメージからこのように称されている）。こうして、コーヒーエリートの大農園主が国家権力を直接的に掌握する時代が到来したのである。

ちょうどこの頃、国際的な圧力によってもブラジル社会は変化しつつあった。ブラジルのコーヒー産業にも多くの投資を行っていたイギリスがブラジルに対して奴隷制の廃止を求めたのである。1888年、ついに奴隷制は消滅することになるが、財産分与もなされず、土地も教育も与えられなかったため、元奴隷が真に自立的な農民や労働者としての意識を確立するまでにはなお長い年月を必要とした。彼らの中には、悪条件下で元奴隷主に小作人として雇用される者も少なくなかった。

黎明期からコーヒー生産業は奴隷制に立脚してきた上に、コーヒー生産量がさらに増大しつつあって人手が不足していたため、ブラジルは奴隷に代わる労働力として主にヨーロッパから大量の移民を招致する政策を実施することになった。移民の中で最大多数派だった北イタリア系移民は、とりわけブラジルのコーヒー生産業をしっかりと支えた。その中には母国で労働運動を経験した者もいたが、彼らはイタリアこそが唯一の母国と考えて、ブラジルの政治的変革のために挺身しようとはしなかった。彼らの目標はブラジル政府とうまく折り合い、優遇措置を受けてできるだけ多額の金を稼ぎ、本国に残った家族や近親者に送金することであった。しかも、彼らヨーロッパ移民たちのディアスポラと解放された元奴隷のコミュニティの間の緊密な関連性も生まれにくかったため、1950年代まで組織的な農民運動が起こらず、農民組合の結成が著しく遅延することになるのもブラジルのコーヒー生産業における特色の一つである。

移民労働者という新たな血液が流れ込んだ「ミルクコーヒーの政治」時代にブラジルのコーヒー生産量は爆発的に増大し、20世紀の初頭にはついにブラジル一国だけで世界の全コーヒー生産の76%を占めるまでになった。これは史上空前の規模だと言えるが、特に輸出業を中心に欧米企業がその利益を狙って次々と進出することになったため、ブラジル産コーヒーの90%を外国企業が輸出するなどブラジル・コーヒー産業の外国企業への依存度も高まった。

また、この頃からブラジルは、他国には見られない深刻な問題を抱えることになった。コーヒーの生産過剰問題である。世界の需要をはるかに超えた量のコーヒーが国際市場に流通したため、とりわけ大量のコーヒーを生産していたブラジルは危機に直面することになり、資本と労働力を投入して数年かけて生産したコーヒーを今度は資金を投入して破棄しなければならなかった。

しかし、「ミルクコーヒーの政治」自体が、様々な政治経済的特権を有するコーヒー・エリート間の馴れ合いの中で営まれていたため、政府は思い切ったコーヒー生産業の構造改革に取り組むことができず、ブラジルはその後もこの過剰生産問題を引きずることになる。しかも、第一次世界大戦の影響で「兵士の飲物」としてコーヒーが一時的にアメリカやフランスへ大量に売却できたり、大戦後のアメリカで禁酒法が施行されて代用品としてのコーヒー消費拡大が期

待されたりしたことなどにより、ブラジルのコーヒー業界は生産過剰問題を解消する機会を逃してしまう。

20世紀初頭、ブラジルのコーヒー産業界はもう一つの問題と向き合っていた。ブラジル国内の賃金や労働条件が悪化したことを受けて、ときにイタリア政府やドイツ政府が自国民のブラジルへの移民を制限したため、ブラジルのコーヒー生産業における労働力不足の問題が顕著になっていた。このとき、ヨーロッパ系移民に代わる新たな労働力として期待されたのが日本人移民であった。日本の側も急激な人口の増加による食料不足や農村の貧困化が深刻化していたので、「海外雄飛」と銘打って困窮地域の農民を海外に送り出そうという気運が高まっていた。こうして日本からブラジルへの移民事業が開始された。1908年から1941年までに十数万人がブラジルに渡り、その多くがサンパウロ州でコーヒー生産業に従事し、後に高品質コーヒーを生産する中小農園主となる者もいた。日系移民は、ときに厳しい人種・民族差別を受けることもあったが、ブラジルのメディア上でその秩序正しさを我慢強さが評判となり、しだいにブラジル社会に定着していった⁵⁾。

ところが、開始されたばかりの日本の移民事業はすぐに赤字となってしまった。そこで、日系移民の継続的な流入を不可欠と考えていたブラジル・サンパウロ州政府は、赤字救済策の一つとして11年間にわたって一定量のコーヒーを日本に無料提供することになった。この無償で届けられたブラジル産コーヒーを破格に安い一杯5銭（他店では30銭だった）で客に販売したのが、コーヒー店「カフェー・パウリスタ」（1911年開店。店名は「サンパウロっ子のカフェ」の意味）であった。このコーヒー店は日本の食文化に多大な影響を与えたのみならず、その空間は大正デモクラシー期の日本近代文化を醸成する役目も果たした。例えば、カフェー・パウリスタ銀座店には、芥川龍之介、菊池寛、久保田万太郎、永井荷風、新居格、平塚らいてうなど当時を代表する文人が頻繁に出入りし、新しい日本文化を創造するための熱い議論に没頭したのである。

日本の農業技術を手にしたブラジルのコーヒー生産業に貢献することになった日系移民と、ブラジルから贈られたコーヒーを取り巻きながら発展した日本文化との関係はきわめて興味深い。すなわち、「世界のコーヒー大国」と称されたブラジルのコーヒー生産業を支えていたのは必ずしもブラジル人だけではなく、（イタリア人やドイツ人などと並んで）日本人でもあったということである。また反対に、ブラジルからもたらされたコーヒーが日本の「文明開化」を促進する要因ともなったわけである。両国が異なった事情から協力して始まった移民事業が、双方のコーヒー生産・消費の特色だけでなく「国民文化」まで変化させることになったのだ。

生産過剰問題が解決されないまま、日系人も含む大量の移民労働者を投入して維持されていた「ミルクコーヒーの政治」時代のブラジル・コーヒー生産業は、やがて1929年に発生した世界恐慌の直撃を受けることになった。これにより、その翌年の1930年に「ミルクコーヒーの政治」体制は崩壊することになり、コーヒー・エリートが直接的にブラジルの中央政治を動かす時代は終結した。その後のブラジルでは、連邦政府機関がコーヒーの買い取りや貯蔵を決定するなど、国家がコーヒー産業を指導するシステムが採用されることになる。

とは言え、1930年までに確立されたブラジル・コーヒー生産業の基盤——低コストを背景に安いコーヒーを大量に生産する方式——は現在に至るまでブラジルのコーヒー生産業を特徴づ

けている。いまやブラジルの経済力や技術力は先進国に迫ろうかという勢いで上昇しており、生産されるコーヒーの中には品質の高いものも見られる。だがそれでも、ブラジルの全コーヒー生産量に占めるスペシャルティ・コーヒーの割合は2009年の時点でたった3%に過ぎない。ブラジルは高品質コーヒーを生産する技術を有しているにもかかわらず、全体としては今も歴史的に獲得された「伝統的な」生産スタイルに準じている。ブラジルは、親しみやすい庶民的な味のコーヒーを大量に生産することで、世界中にコーヒー消費文化を拡大した立役者なのだ。

4 コスタリカ共和国——伝統あるマイルド・コーヒー生産国

コスタリカは日本の約8分の1の領土しか持たない小国である。国土の約5分の1が国立公園に指定され、そこに世界の動植物の約5パーセントが生息していると言われており、自然の豊かさについてはブラジルにもけっして負けていない。ブラジルと同じラテンアメリカにあり、ほぼ同じ時期にコーヒー生産を開始したにもかかわらず、このコスタリカのコーヒー生産システムの特徴とその社会的意味合いはブラジルとはかなり異なっている。

コスタリカのコーヒー生産量はブラジルとは比較にならないほど少ないが、高品質のマイルド・コーヒー生産国として国際的にも知られている（国別のコーヒー輸出量を見ると、2007年の時点で世界第13位⁶⁾）。そもそもコスタリカにおけるコーヒー栽培地は、この国の政治経済的中心地でもある中央盆地（標高800～1500mの高原地帯）にほぼ限定される。つまり、コスタリカは国土面積自体が狭い上にコーヒーに適した環境も限られているわけであり、ブラジルのような大量生産は望むべくもない。

また、1821年に独立したコスタリカでは、例えばサンホセ市（現在の首都）が住民に未開地の小区画を分配し、コーヒーの苗を配布するという政策を行っている。財源の乏しいサンホセ市は、住民に小さな土地の所有権を与えるのと引き替えに、農民が自ら荒地を開拓し、コーヒー栽培用の農地を整備するよう指導したのである。その結果、コスタリカのコーヒー生産の中心は土地を所有する小零細農家となり、大土地所有者が出現しにくい環境が生み出された。コスタリカの167倍ほどの領土をもつブラジルにおいては、奴隷労働者は一片の土地も所有することができなかった。これに対してコスタリカは、国土が狭く、さらにコーヒー栽培地が限定的であるにも関わらず、独立直後にコーヒーを栽培する小土地所有者が誕生した点に歴史的特色がある。

それに加えてコスタリカは、小国であるが故に臆病なほど他国との衝突を回避した。まずコスタリカの農業生産者は、1820～30年代の中米地峡ではいまだ本格化していなかったコーヒー生産業に目をつけ、いち早くそれを軌道に乗せた。加えて、すでにコーヒー生産業において成長の著しかったブラジルとの摩擦を避けるために、ブラジルが十分に開拓していないヨーロッパ市場に向けてコーヒーを輸出したのである。当時のヨーロッパ市場はアメリカに比べて高品質コーヒーを求める傾向にあったため、コスタリカの生産者もクオリティの高いコーヒーの生産が不可欠となった。

こうした地理的・歴史的な条件に規定されて、コスタリカのコーヒー生産者は生産量よりも品質を重視するようになり、その結果として現在に至るまで豊かな香りと酸味のあるマイルド

タイプのコーヒーを生産し続けている。高品質コーヒーを生産するためには、収穫時に完熟した果実だけを選んで手摘みし、欧米市場において高値で取引される傾向の強い水洗式で精製した上で生豆を取り出す必要がある。特にコスタリカは、1830年代に大がかりな水洗式精製工場（ベネフィシオ）を設置している。これはラテンアメリカのコーヒー生産国の中でも先駆的な試みであった。

他方でコスタリカのコーヒー生産者たちは、狭く限定的な農地を有効利用していかなければならない。ブラジルのように、痩せた土地を捨てて森林を次々と伐採するというような略奪式農業はコスタリカにおいては物理的に不可能である（従って、ブラジルのようなコーヒー農園拡大に伴う自然破壊もそれほど深刻ではない）。そのためコスタリカでは、ブラジルでそうであったようには、土地の集積が必ずしも直接的な利潤に繋がらない。コスタリカの小農家たちは、肥料の開発やコーヒー樹の品種改良などにも積極的に取り組みつつ、たとえ少量でも高品質で市場価格の高いコーヒーの生産に尽力したのである。

そこで、コスタリカのエリート層は、品質を重視するコスタリカ・コーヒー生産業の要となる水洗式の精製業を独占し、資金を投入した。これはエリート層が大土地所有者であるブラジルのコーヒー生産業界とは大きく異なる。コスタリカの精製業者たちは、小零細農家から安く買い取った収穫豆を、高い値段の精製豆として売りさばくことに専心した。このようにコスタリカにとってのコーヒーは、ブラジルの場合と同様に近代国家づくりのための経済基盤となっていたが、その生産スタイルは対照的な性格を持つことになった。

コスタリカだけに際だっている特色は、白人系住民が多数派を占め、先住民や黒人の人口が少ないこともあって、他のどのラテンアメリカ諸国よりも徹底的にヨーロッパ国民国家をモデルにした近代化を推進したことである。コスタリカの国民シンボルである国旗、国歌、代表的建築物としての国立劇場、彫像などには、とりわけフランスへの憧れが強く見てとれる⁷⁾。

1886年に無償の初等義務教育制を導入したのも、こうした歴史的な文脈に沿ってのことであった。これは公用語としてのスペイン語教育をはじめ、草の根レベルで国民統合を進めていくための方策であったが、白人至上主義的な価値観に立脚していたため、先住民や黒人などの人種マイノリティは文化的な抑圧を受けることになった。こうした少数派の犠牲と引き替えに、多数派である白人系住民の間でナショナリズムが高まり、識字率や基礎学力が底上げされた。これにより、高品質を維持するための熟練労働が不可欠なコスタリカ・コーヒー生産業がさらに活性化したと考えられる。

実はコスタリカにおいても、ブラジルで「ミルクコーヒーの政治」が成立したのとはほぼ同じ時期に、コーヒーエリート層が政治権力を掌握しようとしていた。だが、コスタリカの場合、ブラジルのようにコーヒー寡頭政治体制が長期に渡って維持されることはなかった。1889年、コーヒー業界に後押しされたベルナルド・ソト大統領が、独裁や腐敗選挙に反対する大規模な民衆デモによって失脚したからである。この歴史的経験により、それ以降のコスタリカではコーヒー・エリート層による直接的な政治支配は見られなくなる。

コスタリカ民衆にとってもこの出来事は、まさしく国民主権を実現した栄光の歴史として記憶されることになった。また、これを機に同年、成年男子間接選挙制度が確立され、コスタリカ住民の多くは周辺諸国よりも政治参加意識を強く持つようになった（ただし、実際にはその

後も独裁者が登場することもあったし、腐敗選挙が完全に消滅したわけでもなかった。また、この新しい選挙制度は先住民や黒人には適用されなかったことも心に留めておく必要がある。

こうした一般に高いコスタリカ人の政治参加意識は、土地の所有権を有していることとあいまって、コーヒー農園地帯におけるコスタリカ農民の政治意識を向上させた。このため小農や零細農たちは結束し、農民が生産したコーヒーの収穫豆を安い価格で買い叩き、精製した後に高い価格で生豆を売って利益を得ようとするエリート精製業者と対峙することもあった。とりわけ、1929年の世界恐慌の後に小零細農と精製業者の対立は激化したが、このときコーヒー農民たちはコスタリカ・コーヒー生産者連合を結成（1932年）し、自らの利益を保護しようとした。農民の本格的な運動が1950年代以降へずれ込んだブラジルとは対照的に、コスタリカでは世界恐慌後ほどなくてしてコーヒー農民組合が結成されたことは興味深い。

こうした農民の動向を見据えて、当時のコスタリカ政府は生産者と精製業者の対立を緩和し、両者を仲介する国家組織としてコスタリカ・コーヒー協会（ICAFE）を設置（1933年）した。つまりコスタリカの国家権力は、少なくとも表向きはコーヒー産業における農民とエリート精製業者との間の仲介役を果たしていた点でブラジルのケースとは異なる。

1920年代末以降のコスタリカは、第一次世界大戦の軍需景気で経済発展し、歴史的な関係の深いブラジル産コーヒーだけでなく、質の高いコーヒーも消費されるようになったアメリカ市場へコーヒーを輸出するようになった。しかし、それまでに、例え生産量は少なくとも風味豊かな味わいに徹底的にこだわって市場価格の高いコーヒーを生産するという、ブラジルとは正反対のコスタリカ・コーヒー産業の基盤が確立されていた。こうして現在も、香り高く、爽やかな酸味のコスタリカ産マイルド・コーヒーが世界の消費者を楽しませているのである。

このように、市場において「コーヒー大国」としてのブラジルと極力衝突しないように、マイルド・コーヒー生産に特化したコスタリカのコーヒー生産スタイルは、コロンビア、グアテマラ、エルサルバドル、パナマなど周辺の国々のモデルともなった。また反対に、こうしたマイルド・コーヒー生産国が増えてくると、ブラジルのコーヒー産業も自らが得意とする廉価品の大量生産をいっそう能率良く行うことでラテンアメリカ地域内のコーヒー産業界における権力を保とうと努力するようになる。こうした相互関係の結果として、同じラテンアメリカの中でも異なった「味」のコーヒー生産国が次々と登場することになるのである。

5 アメリカ合衆国——世界最大のコーヒー消費国

同じ地域内に存在する、大局的には類似した国際的環境下で相互に影響を与え合いながら、それぞれ独自の性格を持つラテンアメリカ諸国のコーヒー生産業が、やがて大海を越えて欧米先進国の消費文化を変えていく。特にラテンアメリカに隣接する「北方の巨人」としてアメリカ合衆国は、ブラジルを中心とする「南」で作られたコーヒーを次第に受容していくことになる。

現在のアメリカは、日本の約25倍もの領土を有し、世界でも最高水準の経済力を誇るまさに「世界の大国」である。このことを反映するように、アメリカは世界最大のコーヒー消費国であり、またクラフト社、P&G社、サラ・リー社などわずかに数社のアメリカ系大企業が世界のコーヒー貿易システムや価格設定に関する決定的な権力を手にしている。この意味でアメリカは、ブラ

ジルと並ぶもう一つの「コーヒー大国」だと言えるだろう。

しかしながら、よく知られているようにアメリカはイギリスの植民地であり、もともとはイギリス風の紅茶文化を受容していた。イギリス軍と戦って独立を達成した後も、多くのアメリカ人の消費行動にはイギリス的価値観が強く反映されていた。イギリス製のドレスや服を着て、英国風ティーセレモニーを楽しむアメリカ人の姿は消滅してはいなかったのである。イギリス風の商品や習慣は、アメリカ人にとってのステータス・シンボルであり続けていた。

こうした状況の変化は、またもや19世紀初頭のナポレオン戦争期に起こった。このときフランスと対峙するイギリス海軍は海上を封鎖し、フランスを始めとするヨーロッパ大陸諸国との貿易を制限した。これに反発したアメリカがイギリスとの米英戦争（1812～14年）に突入すると、それまでのようにイギリス製品がアメリカ市場に流通しなくなった。当然、イギリスの植民地インドなどで生産される紅茶も不足したので、アメリカ人はこれに代わる飲物を模索しなければならなかった。

ちょうどこの頃、カリブ海を挟んだアメリカの隣国ブラジルで本格的なコーヒー生産が始まり、やがてアメリカへの生豆輸出を開始した。アメリカにとってブラジル産コーヒーの輸入には、単に紅茶不足を補う以上の意味があった。ラテンアメリカ産のコーヒーを輸入することは、モンロー宣言以来、ラテンアメリカへの進出を目論んでいたアメリカにとって都合が良かったのである。また、ブラジルの側から見れば、急速に発展するアメリカはコーヒーの輸出先として有望な市場であった。このように双方の思惑が絡んでブラジル・アメリカ間のコーヒー貿易が始まった。

とは言え、1830年頃までのアメリカ社会においては、まだコーヒー飲用文化は大衆化し得なかった。最大の障害は、ブラジルにおける安価なコーヒーの生産量が爆発的に増大する前であったことである。いまだ希少価値の高かったコーヒーを他国の貿易業者の手を経て遠方のアジアから輸入すれば、どうしてもコーヒーの価格が高くなってしまう。アメリカにおけるコーヒーの大衆化にとって、輸送コストをそれほどかけずに安いコーヒーを仕入れることができる近隣の「コーヒー大国」ブラジルの躍進が不可欠なのである。

アメリカにおける初期（19世紀後半）のコーヒー消費文化のありようが、その後のアメリカで求められるコーヒーの「味」を大きく規定したと考えられる。このことは、アメリカの国民国家形成において重要な南北戦争や西部開拓事業といった歴史的出来事と深く関わっている。

4年以上も続いたアメリカ南北戦争は、従軍した兵士の間でコーヒー飲用を習慣づける契機となった。このとき、カフェインによるリラックス効果や覚醒作用を期待できるコーヒーは「兵士の飲物」として普及した（後の2つの世界大戦においても、コーヒーは兵士にとって欠かすことのできない口糧となる）。特に北軍の兵士は、1日におよそ4杯のコーヒーを飲んでいと試算されている。戦場でつねに死と向き合わなければならなかった彼らは、言うまでもなくカフェでくつろぐように洗練された味のコーヒーを楽しむことなどできない。こうして戦地で抽出されたコーヒーの味に慣れ親しんだ兵士が、戦後のアメリカ社会における重要なコーヒー消費者となるのである。

これと類似したワイルドなコーヒー文化は、徐々にフロンティアの拡大しつつあった西部でも見られた。西部開拓者の多くは貧しく、高級コーヒーを飲むことはできなかった。彼らはさ

さやかな食事のともとして、また西部の冷風にさらされた体を温めるためにコーヒーを愛飲した。彼らの飲んでいたコーヒーは鍋などで煮立てた粗末なものであり、同時期のヨーロッパで飲まれていたコーヒーと比較するとかなり品質の低いものだった。こうした初期のアメリカのコーヒー飲用文化にとって、安価なブラジル産コーヒーの増産はまさに「渡りに船」であった。

こうした歴史を経た後、アメリカはコーヒー消費文化の大衆化する1870年代を迎えることになった。経済発展を遂げたアメリカでは国民の可処分所得が上昇した上に、ブラジルやその他のラテンアメリカ諸国で大増産されたコーヒーが主にニューヨーク港を通過してアメリカ市場に流入するようになる。コーヒー専門業者も台頭するようになり、20世紀初頭までにはアメリカの政治経済に多大な影響を及ぼすようになった。さらに、こうしたアメリカ系コーヒー企業やアメリカ人資本家は、その潤沢な資金を背景にラテンアメリカのコーヒー生産・精製・輸出業を急速に浸食するようになった。ブラジル産コーヒーに刺激されて紅茶文化からコーヒー文化へと変化を遂げたアメリカが、今度はブラジルのコーヒー業界を刺激するようになったわけである。こうして、現在につながる、アメリカ資本による国際的なコーヒー産業への影響力が確立されていったのである。

1920年代までに、アメリカのコーヒー焙煎業者や輸入業者はさらなる利益獲得のチャンスを眼前にしていた。第一次世界大戦中に米軍兵士の間で人気を博した新開発のインスタント・コーヒーや、ドイツ系コーヒー業者から高品質コーヒー貿易の権益を奪取したことにより、アメリカにおけるコーヒー飲用文化がさらに多様化しながら拡大しつつあったからである。また、同大戦への参戦を契機に、国内の穀物消費に対する慎重論が高まったことや、「敵国人」と見なされたドイツ系住民に対する反発も加わって、禁酒法が施行されることになった。このことによって、アルコール飲料の代用品としてコーヒーの消費が高まるのではないかと期待されるようになった。

1920年代に入ると、アメリカは世界一の債権国として超大国の道をひた走った。この豊かな経済力と第一次世界大戦後の享樂的な社会的気運を背景に、これまで政治社会的発言を十分に与えられなかった女性や黒人などが積極的に自己主張を始め、さらに世界各地からたくさんの移民が押し寄せて、エネルギーに満ちあふれた大衆消費文化が開花した。まさしく「黄金の20年代」と呼ぶにふさわしい時代であった。

このことはコーヒー消費文化にも変化をもたらした。生活水準の上がったアメリカ市民が以前よりも質の高いコーヒーを口にするようになった上に、流入するヨーロッパ系移民たちも故郷で飲んできたのと同じような比較的質の高いコーヒーを求めた。こうしてかつてはヨーロッパ人ほど風味にこだわらず、安価なコーヒーを飲んでいたアメリカ人の味の好みが変化した。アメリカ市場を席卷していたブラジル産コーヒーに加え、コロンビア、グアテマラ、コスタリカなどのマイルド・コーヒーも大量に出回るようになったのはこのためである。

しかもアメリカの消費者は、従来の低価格を維持したままで高品質のコーヒーを購入することを望んだ。コーヒーの販売価格が上昇する度に、アメリカの消費者はその原因を「悪のコーヒー王国」とされたブラジルの市場操作の結果であると独断し、ときにコーヒー不買運動を展開した（当時のブラジル・コーヒー業界はアメリカ資本に依存しており、この批判は正しいとは言えなかった。この運動はブラジルにおける廉価コーヒーの生産に拍車をかけた）。さらにコーヒー

と同じカフェイン飲料のコカコーラやペプシの売り上げが好調で、コーヒー消費者がこれらの清涼飲料水に鞍替えすることも危惧されていた。

アメリカのコーヒー輸入業者や焙煎業者は、こうした力強い消費者の意識や行動をコントロールしつつ、第一次世界大戦後に訪れた好景気に乗ってコーヒー販売を拡大しようとした。その結果、それまでコーヒー商業をめぐる対立関係にあった輸入業者と焙煎業者は統一の方向に向かい、1919年には共同の宣伝広告組織を発足させ、1928年には正式に全米コーヒー協会（NCA）を結成することになる。こうした文脈の中でコーヒー業界は、コーヒーは他の飲物とは異なる特別な「国民的飲物」とであると消費者に印象づける徹底した宣伝キャンペーンを展開したのである。その特色は大きく5点に要約できる。

第1に、「コーヒー・ブレイク」という新しいコンセプトを創出したことが挙げられる。コーヒー業界は、刻々と移り変わる労働システムに素早く適応し、休憩時間にコーヒーを飲んで心身を癒すことの意義について力説した。「コーヒー・ブレイク」という新語は、自動販売機の普及とあいまって始まったコーヒー業界の一大キャンペーンによって1950年代初頭にアメリカ社会へ定着する。だが、1920年代には、会社や工場内にカウンター式のカフェ空間を設置するよう働きかけるなど、すでにその下地作りが着々と進行していた。

第2に、当時の複雑なジェンダー関係の変化を巧妙に利用したことが挙げられる。この頃の女性たちは、長年にわたる男性支配のくびきを断ち切って社会進出を実現しつつあった。こうした働く女性に対してコーヒー業界は、あたかも女性解放を後押しするかのようになり、手軽に準備することができるインスタント・コーヒーの飲用や自動コーヒー・ポットの購入を積極的に提案した。だが、同時にコーヒー業界は、女性の社会進出に反対する保守主義者にも、「男らしい飲物」としてコーヒーを売りこんでいた。妻が夫のためにおいしいコーヒーをいれるのは当然であるとする家族観を宣伝広告の中に内包させたのである。コーヒーのマッチョなイメージを強調したある焙煎業者は、おいしいコーヒーを買わなかった若妻を膝に乗せてお尻を叩く夫の写真をポスターに採用したほどである。すなわち、コーヒー業界は、社会進出する女性とそれを阻もうとする人々の双方に対して、対照的なイメージ戦略を用いてコーヒー消費を刺激しようとしたのである。

第3に、医学界を巻き込んでコーヒー不健康説を徹底的に否定したことが挙げられる。アメリカの労働者階級の人々にはすでにコーヒー飲用文化は普及していたが、世紀転換期の健康食品ブームの影響を受けた専門職や知識人の中には、コーヒーなどカフェイン飲料を忌避する者も見られた。いわゆるホワイトカラーの彼らは、食に対する知識と食品を選択する経済力を兼ね備えていたため、コーヒー業界は医学の専門家を通してコーヒーは健康に悪くないどころか、知的・創造的な仕事にも向いた飲物であると宣伝する必要があったのである。

第4に、公立学校における子ども向けのコーヒー売り込み戦略が挙げられる。資金提供などによって学校側に接近したコーヒー業界が、義務教育現場で子どもに対してコーヒーに関する知識やおいしいいれ方などについて講義する機会を得たのである。一般にコーヒーには大人の飲物というイメージがあったため、コーヒー業界は大人になろうと背伸びをする思春期の子どもの心を揺さぶって、早期にコーヒー飲用文化を受容するよう働きかけた。業界からすれば、子どものうちからコーヒー飲用文化に親しんでくれればそれだけ利益が上げることになる。

第5に、コーヒー飲用による世界経済の救済者イメージの普及が挙げられる。当時のアメリカには、第一次世界大戦で荒廃したヨーロッパに代わり、今後はアメリカこそが世界の正義と経済発展を牽引するとしたナショナリズムの気運が満ちあふれていた。コーヒー業界はこうした国民意識の変化も見逃さず、宣伝活動に利用していくのである。貧しいラテンアメリカ地域にはたくさんの貧しいコーヒー農民がいて生活苦にあえいでいるとした上で、コーヒー業者はコーヒーを購入して飲むことで彼らを貧困から救済し、やがてはアメリカ製品を購入できるほどの経済発展へと導いていけるのだと述べた。そして、世界の正義と経済発展を背負ったアメリカ人には、同じアメリカ大陸にある貧困問題を解決するという、なかば公的な義務があるとしたのである。しかも、こうした貧農の救済は、コココーラやペプシのようなライバルのカフェイン飲料を消費することでは実現できないというわけである。

以上の5点に共通してみられるように、統一されたコーヒー業界は急速に変貌を遂げるアメリカ社会を鋭く考察した上で、その変化に合わせてコーヒーを「国民的飲物」と消費者にイメージさせるような宣伝広告を行った。こうして1920年代に定着したコーヒーの国民的イメージが、その後のアメリカにおけるコーヒー消費文化の基盤となった。また、世界恐慌によってコーヒー業界内の権力は従来の同族系の焙煎および輸入会社から、パン、健康食品、石鹸などの主食や生活必需品も手広く商う巨大多国籍企業へと移り、これに伴ってアメリカ系企業による世界のコーヒー貿易に対する影響力はさらに増していくことになるのである。

他方で、世界恐慌以降に売れ行きの伸びた安価なインスタント・コーヒーは、太平洋戦争後にアメリカの支配下に置かれた日本の食文化を大きく規定することになる。ブラジル産コーヒーによって大衆化の道を辿った日本のコーヒー飲用文化は、今度はアメリカのコーヒー消費文化と味の嗜好——アメリカのコーヒー文化も当初はブラジル産コーヒーによって刺激されたことを思い起こして頂きたい——を色濃く反映するようになった。そのインスタント・コーヒー文化の追究の果てに、日本は世界でも他に類を見ない独自の缶コーヒー文化を形成していくことになるのである。

6 おわりに

本稿で示されたように、現在のブラジルやコスタリカで生産されたり、アメリカで消費されたりするコーヒーの味の基本的傾向は、1930年ごろまでに確立された各国のコーヒー産業構造やコーヒー文化の特色に大きく規定されている。その特色は、一国史的に形成されるものではなく、市や州などの行政区画、あるいは国境などを飛び越えて相互に結び付けられた、いわばグローバル・ヒストリーの文脈の中で構築されたものである。しかもその繋がりや固定化された中心周辺関係では十分に説明できそうにない。各国間の関係性の中には多層性が含まれており、どの視点から考察するかによって「中心」は変わりうるし、さらにその「中心」は時代の変化によってもずれていく。

例えば、ブラジルが戦略的にコーヒーを生産し、積極的に輸出したことによってアメリカにコーヒー飲用文化が広がったにもかかわらず、やがて経済力を蓄えたアメリカがブラジルの生産業に逆に影響を及ぼすようになったことは示唆的である。このプロセスについて、19世紀後

半のブラジル・コーヒー産業界が、アメリカにコーヒーという飲み物を普及させたと見るならば、少なくとも初期のブラジルを、南北アメリカのコーヒー文化におけるある種の「中心」と見なすことができるだろう。逆に、19世紀末に台頭したアメリカのコーヒー業者がブラジルのコーヒー業者に投資して、生産業のあり方自体にも影響を及ぼすことになった点に注目するならば、紛れもなくアメリカが「中心」だということになろう。さらに、生産国のブラジルも、消費国のアメリカも、どちらもコーヒーを自国の重要な国民文化だと見なしていることを考慮すると、問題はさらに複雑であると言わざるを得ない（国民文化として位置づけられたということは、コーヒーに関する自国を中心とした世界観が存在することを示唆している）。

もちろん、本稿で展開された議論だけでは、非対称的で重層的な歴史的結合関係として立ち現れるグローバル・ヒストリーズを十分に解き明かしたとは言えない。むしろ本稿はグローバル・ヒストリーズに関するより詳細な資料研究を喚起するための問題提起に過ぎない。その意味で筆者は、本内容に関する読者の方々からの建設的な批判を心待ちにしている。そして、もし可能ならば、共に新たなグローバル・ヒストリーズの地平を切り開くための議論を重ねていきたい。

注

- 1) 「グローバル・ヒストリーズ」とは何か、またその研究の意義、現状、および問題点については、本誌における崎山政毅氏の玉稿を参照して頂きたい。2011年3月12日の立命館土曜講座で報告された崎山氏は、じつに理路整然と「グローバル・ヒストリーズとは何か」について解説された。

崎山氏は、単純化され過ぎた中心一周辺関係や世界システム論、先に答えが用意されている予定調和的な歴史理論の機械的な適用では、つねに移ろいゆくダイナミックな世界の歴史的繋がりを読み解くことはできないと主張された。また、崎山氏は、「中心」が複数存在することを前提とし、相互の関係性の中に一種の矛盾をはらみつつも全体としては成立しているような「非対称的で重層的な歴史的結合関係」を見極めることの重要性を力説された。筆者もこれに同意したい。

- 2) International Coffee Organization, <http://www.ico.org/>

- 3) 拙著『コーヒーのグローバル・ヒストリー——赤いダイヤか、黒い悪魔か』ミネルヴァ書房、2010年、p.8.

- 4) マーク・フランシス、ニック・フランシス監督『おいしいコーヒーの真実』（DVD, UPLINK, 2006年）。

なお、拙著『コーヒーのグローバル・ヒストリー——赤いダイヤか、黒い悪魔か』（p.4）の中で、私は「21世紀の初め、世界でのコーヒー豆の貿易額は年間800億ドルを超えており……」と記述したが、これは完全な誤りであり、本原稿にあるように「コーヒーの小売総額は年間800億ドルを超え」が正しい。謹んでお詫びし、修正させて頂きたい。また、この間違いを指摘して下さいました読者に心より御礼を申し上げます。

さらに筆者は、2011年3月19日の土曜講座内においても、既述の間違った情報を拙著から引用して語ったことにより、聴衆の方々の知的な混乱を招くことになってしまった。この件についても心より陳謝したい。

- 5) サンパウロ共和党的機関紙『コレヒオ・パウリストアーノ』上でアマンディオ・ソブラール記者は、日系人について繰り返し記事を書いた。ソブラールは、日本人は従順で社交性があり、ブラジルの言語であるポルトガル語を熱心に学ぼうとしていると賞賛し、「将来、サンパウロ州の富の源泉は彼らによって開発され、州の産業をも主導することになるだろう」と述べた（長谷川泰三『カフェパウリスタ物語』文園社、2008年、pp.21-22）。

- 6) International Coffee Organization, <http://www.ico.org/>

- 7) コスタリカの国民シンボルに関しては、拙稿「コスタリカの国民シンボル」『季刊民族学』第21巻4号、通巻82号（国立民族学博物館監修，千里文化財団，1997年），pp.104-113，および拙稿「白色化された国民——コスタリカにおける国民イメージの創設」『ラテンアメリカからの問いかけ——ラス・カサス，植民地支配からグローバリゼーションまで』（西川長夫・原毅彦編，人文書院，2000年）pp.216-237を参照されたい。

参考文献

- 1) 有賀夏紀『アメリカの20世紀——（上）1890年～1945年』中公新書，2002年。
- 2) シッコ・アレンカール，ルシア・カルピ，マルクス・ヴェニシオ・リベイロ著，東明彦，アンジェロ・イシ，鈴木茂訳『ブラジルの歴史——ブラジル高校歴史教科書』明石書店，2003年。
- 3) アンジェロ・イシ『ブラジルを知るための55章』明石書店，2001年。
- 4) 伊藤博『コーヒー博物誌』八坂書房，1993年。
- 5) 井上誠『日本珈琲概史』（食の風俗民俗名著集成・第一六巻），東京書房社，1985年。
- 6) 今井圭子編著『ラテンアメリカ開発の思想』日本経済評論社，2004年。
- 7) 大下尚一，有賀貞，志邨晃佑，平野孝編『史料が語るアメリカ——メイフラワーから包括通商法まで』有斐閣，1989年。
- 8) 岡田泰男，須藤功編著『アメリカ経済史の新潮流』慶應義塾大学出版会，2003年。
- 9) 小澤卓也『コーヒーのグローバル・ヒストリー——赤いダイヤモンド，黒い悪魔か』ミネルヴァ書房，2010年。
- 10) 加茂雄三『地中海からカリブ海へ』平凡社，1996年。
- 11) 加茂雄三他著『ラテンアメリカ』自由国民社，1999年。
- 12) 国本伊代『概説ラテンアメリカ史』新評論，1993年。
- 13) 国本伊代編著『コスタリカを知るための五五章』明石書店，2004年。
- 14) グレグ・グランディン著，松下洸監訳『アメリカ帝国のワークショップ——米国のラテンアメリカ・中東政策と新自由主義の深層』明石書店，2008年。
- 15) 清水哲男編『珈琲』（日本の名随筆・別巻三）作品社，1991年。
- 16) エマニュエル・トッド著，石崎晴己，東松秀雄訳『移民の運命——同化か隔離か』藤原書店，1999年。
- 17) 富野幹雄，住田育法『ブラジル——その歴史と経済』啓文社，1990年。
- 18) 中井義明，佐藤専次，渋谷聡，加藤克夫，小澤卓也『教養のための西洋史入門』ミネルヴァ書房，2007年。
- 19) 西島章次，細野昭雄編著『ラテンアメリカ経済論』ミネルヴァ書房，2004年。
- 20) 日本コーヒー文化学会編『コーヒーの事典』柴田書店，2001年。
- 21) 野村達朗編『アメリカ合衆国の歴史』ミネルヴァ書房，1998年。
- 22) ボリス・ファウスト著，鈴木茂訳『ブラジル史』明石書店，2008年。
- 23) バーナード・ベイリン著，和田光弘，森丈夫訳『アトランティック・ヒストリー』名古屋大学出版会，2007年。
- 24) マーク・ペンダーグラスト著，樋口幸子訳『コーヒーの歴史』河出書房新社，2002年。
- 25) 松下洸『現代ラテンアメリカの政治と社会』日本経済評論社，1993年。
- 26) 松下洸編『途上国社会の現在——国家・開発・市民社会』法律文化社，2006年。
- 27) イバン・モリーナ，ステイーヴン・パーマー著，国本伊代，小澤卓也訳『コスタリカの歴史——コスタリカ高校歴史教科書』明石書店，2007年。
- 28) 歴史学研究会編『20世紀の世界Ⅰ——ふたつの世界大戦』（世界史史料10）岩波書店，2006年。
- 29) アントニー・ワイルド著，三角和代訳『コーヒーの真実——世界中を虜にした嗜好品の歴史と現在』

- 白揚社. 2007年。
- 30) Victor Hugo Acuña (editor), *Historia general de Centroamérica*, tomo.IV, Madrid: Sociedad Estatal Quinto Centenario, FLACSO, 1993.
 - 31) Mariano Arango, *Café e industria, 1850-1930*, Bogotá: Carlos Valencia Editores, 1977.
 - 32) Charles Brockett, *Land, Power, and Poverty: Agrarian Transformation and Political Conflict in Central America*, Oxford: West View Press, 1998.
 - 33) Ciro Cardoso, Héctor Pérez Brignoli, *Centro América y la economía occidental (1520-1930)*, San José: Editorial de la Universidad de Costa Rica, 1977.
 - 34) William Roseberry, Lowell Gudmundson, Mario Samper Kutschbach (ed.), *Coffee, Society, and Power in Latin America*, Baltimore and London: The Johns Hopkins University Press, 1995.
 - 35) Mario Samper K., *Producción cafetalera y poder político en Centroamérica*, San José: Colección Rueda del Tiempo, 1998.
 - 36) U.S. Department of Commerce-Bureau of Foreign and Domestic Commerce, *The Coffee Industry in Brazil*, Trade Promotion Series No.92, Washington: United States Government Printing Office, 1930.
 - 37) Gordon Wrigley, *Coffee*, New York: Longman, 1988.

