

グ・シヴェルプシュの著書『Tastes of Paradise』には、18世紀、コーヒーは勢を増す中産階級のシンボルであり、一方、ライバルのココアが貴族階級の飲み物だった、と書かれている。

「中産階級の出身ながら芸術を武器に貴族階級にのし上がったゲーテは、猛烈な創作活動の最中でも貴族的な穏やかさを失わないようココアを愛好し、コーヒーは口にしなかつた」とシヴェルプシュは書いている。その一方で「バルザックは貴族社会に憧れを抱きつつも、文学市場に身を置き活動していた。そのため彼は、歴史上もっとも多くコーヒーを飲んだ人間の1人になった。このことから、大きく分けて2つの仕事のスタイルと、刺激の獲得方法が浮かび上がる。これは、2種類の異なる心理現象であり、生理現象だ」とも言っている。

今日、文化的な対極を成している飲み物は、言うまでもなく「コーヒー」と紅茶だ。ワインバグとピラーが作った表を見れば、それがよくわかる。

男性	女性
荒々しい	上品
道楽	節制
現実的	ロマンチック
位相的	図形的
ハイデッカー	カルナップ
ベーターベン	モーツァルト
自由意思論者	国家統制主義者
乱雑	純粋
コーヒー系	紅茶系

アメリカ革命がボストン港での紅茶投げ捨て事件から始まったという話も、こう考えると納得できる。革命家はコーヒー党なのだ。反対に、カナダの自由戦士は紅茶党だった。彼らが自治権を勝ち取った場所をご存知だろうか？ それは血まみれの戦場などではなく、9杯のダージリンと小さな三角形のキュウリのサンドウィッチが並べられたウエストミンスター の優雅な応接間だった。

カフェイン文化の二面性

しかし、どうも釈然としない。私たちは、サーモンが好きだとツナが好きなのをことさら区別したりはしない。それなのに、カフェインの摂取方法だけはどろしてこんなにこだわるのだろうか。

コーヒー1杯のカフェイン含有量は100から250ミリグラム。4分間かけて入れた紅茶1杯には40から100ミリグラムだが、紅茶はポットから何杯もあかわりするのが普通だから、コーヒーとの差は相殺される。ほとんど変わりはない。

ワインバグとピラーはこう言っている。「考えれば考えるほど、カフェイン文化の二面性による矛盾が見えてくる。コーヒーも紅茶も、所詮は香り高い植物の抽出液だ。ほぼ等量をホットまたはアイスで供され、どちらにもクリームや砂糖が合い、文明国ならどのレストランでも注文でき、どちらにも精神活動に影響を与えるまったく同一のアルカロイド系刺激物、カフェインが含まれている」。

それなら、カフェインの姿より、カフェインの代謝に注目したほうが、違いがわかりやすいかもしれない。

飲み物で摂取したカフェインは、体中の細胞に、いとも簡単に侵入する。ウィルスや毒物から中枢神経を守る血液の関門も難なく通過したカフェインは、1時間ほどで脳に蓄積され、濃度がピークに達すると、眠気の元となる神経修飾物質アデノシンの抑制といった効能が現れる。しかしその後、カフェインはすぐさま消えてしまう。だから安全なのだ。

だが、カフェインが消える時間に個人差が出る。体重90キロの男性がカフェイン含有量100ミリグラムのコーヒーを1杯飲むと、血中のカフェイン濃度は血液量1キログラムに対して1ミリグラムになるが、体重45キロの女性が同じコーヒーを飲めば、濃度は2倍になる。

また、成人の摂取したカフェインが代謝によって半減する時間はおよそ3時間半だが、妊婦はなんと18時間だ（4か月の子供のカフェイン代謝能力のほうが、はるかに高い）。

仲良く腰をかけてコーヒーを楽しむ男女の間には、こうした薬学的な違いがあったわけだ。結果的に、女性のほうがはるかに強力なドラッグを摂取していることになる。

こうして見ると、コーヒーと紅茶でカフェイン文化を区別するよりも、男と女でカフェイン文化の違いを考えるほうが正しいのかもしれない。



Malcolm Gladwell

『ワシントンポスト』の記者を経て現在は雑誌『ニュー Yorker』のスタッフライターとして活躍中。処女作『ティッピング・ポイント』は米国で25万部を超えるベストセラー。世の中に対するユニークなその視点は日本でも多くのマーケットに支持されている。日本の雑誌においては本稿がデビュー作となる。

カフェインがいかに現代社会を築いたか

Java Man (前編)

マルコム・グラッドウエル 著

金井哲夫 訳

カフェインはドラッグか

コカ・コーラの原型は、19世紀後半に登場したベンバートンズ・フレンチ・ワイン・コーラという、アルコール、カフェインが豊富なコーラの実、コカ(コカインの原料)などを混ぜ合わせた飲み物だった。だが世間の圧力によりワインとコカが抜かれ、やがては安全で刺激のないカフェイン入り炭酸砂糖水に変わってしまった。私たちが知っている「コーク」とは、こんなものだったのだろうか？いや、とんでもない。

1930年代、広告デザイナーのハットン・サンドブロムは、定年退職して腹が出た友人に赤いサンタクロースの衣装を着せ、手にはコカ・コーラを持たせ、その姿をポスターにしてアメリカ中に貼り出した。この魔法が、コークを子供が喜ぶカフェイン飲料に生まれ変わらせたのだ。一般の大人たちがコーヒーや紅茶から連想するカフェインのイメージとは、まったく異なるカフェインだ。それはまさに、サンドブロムのサンタが唱えた「The pause that refreshes」(爽やかなひととき)だ。それは「活力を与え」「世界に歌の歌い方を教えたくなる

気分」にさせるものとなった。 訳注

ドラッグが根絶できない理由の1つに、その効能をありがたがる文化的背景がある。現在の私たちは、大麻には墮落的なイメージを持っているが、歴史家デビッド・T・コートライトの著書『Fores of Habits』には、コロンビアの農民にとって大麻は、疲れを取り、体力と精神力を高め、活力を与えてくれるものだと書かれている。

また、第二次世界大戦直後のドイツでは、タバコがクラック並みに扱われていたことがあった。「極限的な栄養不良の状態にありながらも、喫煙常習者の多くは食料よりタバコを欲しがった」という当時の調査報告もある。

アヘンですら好意的に見られていたことがあった。フランクリン・ルーズベルトの祖父、ウオーレン・デラノ二世は中国への麻薬の輸出で財を成した。だが、デラノは巧みな話術でそれを正当化してしまった。そのためルーズベルトは「麻薬王の孫」と非難されずに済んだのだ。

まだある。ベネット・アラン・ワインバーグとボニー・K・ビーラーの名著『The World of Caffeine』にはこうあ

る。カフェインほどすんなりと受け入れられたドラッグはない。まさに、興奮剤の「カメレオンマン」だと。

このドラッグは、カフェに集う知識人や芸術家に好かれるように、巧みに変身する。あるときは家庭の主婦や禅僧の嗜好に合わせ、煙突から下りてくる太つちよオヤジの魅力に取り付かれた子供たちの大好きな飲み物にもなる。

コーヒー×紅茶の飽くなき闘い

18世紀後半のスウェーデン国王グスタフ三世は、コーヒーはもつとも体に悪いカフェイン飲料だと確信していた。そこで彼は実験を行った。殺人罪で服役している囚人に死ぬまでコーヒーを飲み続けさせ、比較対照のために別の囚人には紅茶を飲み続けさせるといったものだ。ところが、実験を担当した2人の医師が真先に死んでしまい、次にグスタフが殺され、紅茶の囚人が老衰のために83歳で死んだあと、エスプレッソの囚人だけが生き残ってしまった。こうして、ついにコーヒーの毒性は証明できなかったのだ。その後カフェインは、社会構造に沿って大きく分化していった。ヴォルフガ

訳注：「活力を与え」(I added) は70年代のコカ・コーラのキャッチフレーズのもじり。「世界に歌の……」(It could reach the world to sing) は20年代に大ヒットしたコカ・コーラのCMソングのもじり。



[インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ] ご利用上の注意

このPDFファイルは、株式会社インプレスR&D(株式会社インプレスから分割)が1994年～2006年まで発行した月刊誌『インターネットマガジン』の誌面をPDF化し、「インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ」として以下のウェブサイト「All-in-One INTERNET magazine 2.0」で公開しているものです。

<http://i.impressRD.jp/bn>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、URL、団体・企業名、商品名、価格、プレゼント募集、アンケートなど)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真の撮影者、イラストの作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は収録されていない場合があります。
- このファイルやその内容を改変したり、商用を目的として再利用することはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用する際は、出典として媒体名および月号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレス R&D)、コピーライトなどの情報をご明記ください。
- オリジナルの雑誌の発行時点では、株式会社インプレス R&D(当時は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めましたが、すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接のおよび間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

このファイルに関するお問い合わせ先

株式会社**インプレスR&D**

All-in-One INTERNET magazine 編集部

im-info@impress.co.jp