

75. 19世紀後半ヨーロッパ都市における娯楽消費の大衆化－ビール醸造業によるウィーン万国博覧会出展の事例から

徳島大学大学院社会産業理工学研究部 社会総合科学域 国際教養系 准教授 東風谷 太一

概要

本研究の目的は、1873年ウィーン万国博覧会（以下、万博）を契機とするラガービール流行の生成過程を、消費者によるビールの意味づけの変化と、醸造業の供給体制再編との相互関係から実証的に解明することである。本助成金によりウィーンのオーストリア国家文書館、およびウィーン都市・州立公文書館にて資料調査を実施し、万博関連資料、国際ビール醸造業者会議の記録、およびクライン・シュヴェヒャト醸造所経営資料を収集、分析した。研究の結果、ウィーン万博におけるビール醸造業の出展と評価がさらなる製品開発と市場競争を促進し、来場者やメディア報道を通じて、ラガービールが伝統的なビール（エール）とは異なる、美味で新鮮かつ良質なアルコール飲料として中上流階級の人々に広く認知されたことが、ヨーロッパ規模での流行を形成するうえで決定的な要因となったことがわかった。このことは、供給面においては技術革新に加え、環大西洋規模での醸造業者間の流通・情報交換ネットワークの形成、および醸造業者による大衆娯楽施設経営の活発化につながった。その一方で、消費面ではビール消費が娯楽施設において演劇や音楽の大衆化と結びつき、都市の余暇空間と住民の消費生活に大きな影響を及ぼしたことが明らかになった。さらに本研究を通じて、ビール醸造業者による大衆娯楽への投資規模が当初予想していたよりも遥かに大きかったことが判明し、娯楽消費の大衆化におけるラガービールと醸造業の歴史的意義を再定位しうる可能性が浮上した。今後、この論点に関する考察を深めることにより、消費史研究において強調されてきた百貨店や博覧会と並び、ラガービールの重要性を提起する展望が開かれた。

背景および目的

近代ヨーロッパ消費史研究では、19世紀後半の都市における娯楽消費の大衆化が中心的課題とされてきた。万国博覧会はその画期のひとつと位置づけられ、非日常的な娯楽空間の中で新奇かつエキゾチックな製品の展示を通じて階層横断的な流行を生み出したと理解されている。その一方で、同じく万博を契機に一大流行を巻き起こしながら、等閑に付されてきた伝統製品がある。ビールである。1873年のウィーン万博に現地のビール醸造業者たちが出展したラガービールは、伝統的なエールに比して品質面で高い評価を受け、従来「労働者の栄養源」とみなされていたビールを富裕層や中間層に浸透させる重要なきっかけとなった。ヨーロッパに在来製の製品が、大衆的な娯楽商品として再発見されたのである。さらにウィーン万博は、各国の醸造業者が知見を交換する場（「国際ビール醸造業者会議」）を提供し、ラガービールのヨーロッパ内外への普及を後押しした。これまでこのプロセスは、もっぱら生産技術の革新の側面に焦点を当てて紹介されてきたが、本研究では、ラガービールが消費者によってどのように意味づけられ、いかに需要を拡大し、ビール産業の成長を介してどのように都市の消費構造と空間編成を変容させたのかという点を考察した。それにより、万博を契機とするラガービールの娯楽化の過程を実証的に解明し、近現代消費社会の誕生の一端をビールの供給・需要の動向を架橋しつつ明らかにすることを目的とした。

方法

本研究では、実証的な歴史学研究の立場から、未公開一次史料や同時代文献を読解・分析する方法を取った。1873年ウィーン万博の開催の経緯に関しては、主にオーストリア国家文書館所蔵の1873年ウィーン万博関連資料（図1）を使用した。ウィーン万博に出展したビール醸造業の事例としては、現在も生産を続ける「シュヴェヒャト醸造所」（旧クライン・シュヴェヒャト醸造所）を取り上げた。資料調査の過程で、醸造所の移築により19世紀の経営史料の大部分が廃棄されたことが判明したため、ウィーン郷土史研究者A・パレチュニー氏が収集した同醸造所関連の史料コレクションを利用した（図2）。このコレクションには、シュヴェヒャト醸造所がウィーン市内に開業したカフェ、酒場、遊園地に関する経営史料が含まれており、19世紀末ウィーンの娯楽空間の展開を分析することができた。ラグービールに対する消費者の反応に関しては、主に一橋大学社会科学古典資料センター所蔵の「メンガー文庫」に含まれる、ウィーン万博の報告書を用いた（図3）。

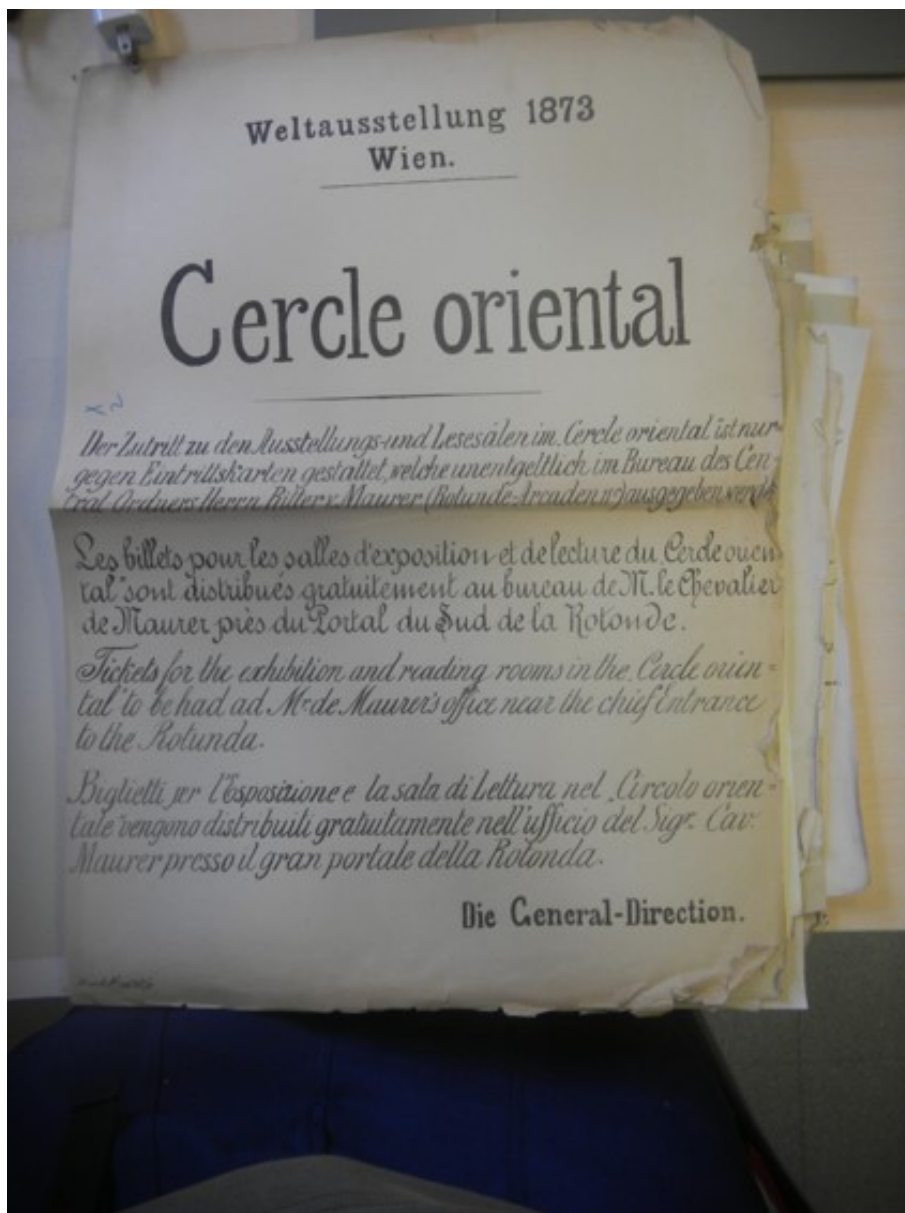


図 1.

(Ein Weltstadt-Etablissement.) Die sogenannte Dreher'sche Bierhalle in der Operngasse ist an einen neuen Eigentümer, den Restaurateur am Wiener Westbahnhofe, Herrn Rudolf Wimmerberger übergegangen, einen Fachmann, der in seinen jüngeren Jahren im Auslande eingehende praktische Erfahrungen in seinem Berufe sammelte und es verstanden hat, das Westbahn-Restaurant zu einem Etablissement ersten Ranges emporzuheben. Die alte Dreher'sche Bierhalle, die nunmehr die Bezeichnung „Opern-Restaurant“ führt, wurde nach den Entwürfen des Architekten Franz Schönthaler in einer die weitestgehendsten Ansprüche an allen Komfort befriedigenden Weise umgebaut und eingerichtet. Die innere Ausstattung des neuen Unternehmens ebenso reich als würdig zu gestalten, wurde Herrn Wimmerberger dadurch allerdings beträchtlich erleichtert, daß er das Glück hat, einen Hausherrn zu besitzen, der sich Anton Dreher nennt und der in den Personen seiner Direktoren Herren Alfons Ehrhardt und Rudolf Wimmer Vertreter und Berater besitzt, deren großzügiger Geschäftsgeist alle das Welthaus Dreher betreffenden Angelegenheiten in weltmännischer Form durchzuführen gewohnt ist. Ein Grillroom, mit ungemein effektvoller, maskierter Deckenbeleuchtung und prächtiger Verkachelung wird ganz speziell seine Stammgäste finden. Eine mit prächtigen Blumen gezielte Sommerterrasse, in welche der frühere Hof des Hauses umgestaltet wurde und auf der sich nach eines heißen Tages Schwüle höchst behaglich sitzen lassen wird, ist eine wohlthätige Neuerung. Ein Schreib- und Lesezimmer mit separiertem Telephon gibt dem Restaurant eine großstädtische Note. Im Foyer wurde eine Garderobe errichtet mit einer elektrischen Vorrichtung, durch welche die Cylinder der Gäste ausgebügelt werden. Eine Musteranlage ist die mit großem Kostenaufwande hergestellte Ventilation, welche alle Räume kontinuierlich mit reiner Luft versorgt. Beim Entree in das Restaurant sorgt ein kaltes Buffet, auch für das kleinere Publikum und in den benachbarten Lokalen, Schank-, Gast- und Extrazimmer, wird man zu volkstümlichen Preisen ebenfalls bestens bedient werden. Alle Sorten Dreher-Biere, Oesterreicher Weine aus Wimmerbergers eigenen Kellereien, sowie die feinsten Marken von Ausländer Weinen und Champagner werden zur Verfügung stehen. Herr Wimmerberger hat mit seinem neuen Restaurant zweifellos eine Sehenswürdigkeit geschaffen, der man das beste Gedeihen wohl prognostizieren darf. — Die Leser finden eine ausführliche Schilderung der Ausstattung des neuen Restaurants auf Seite 13.

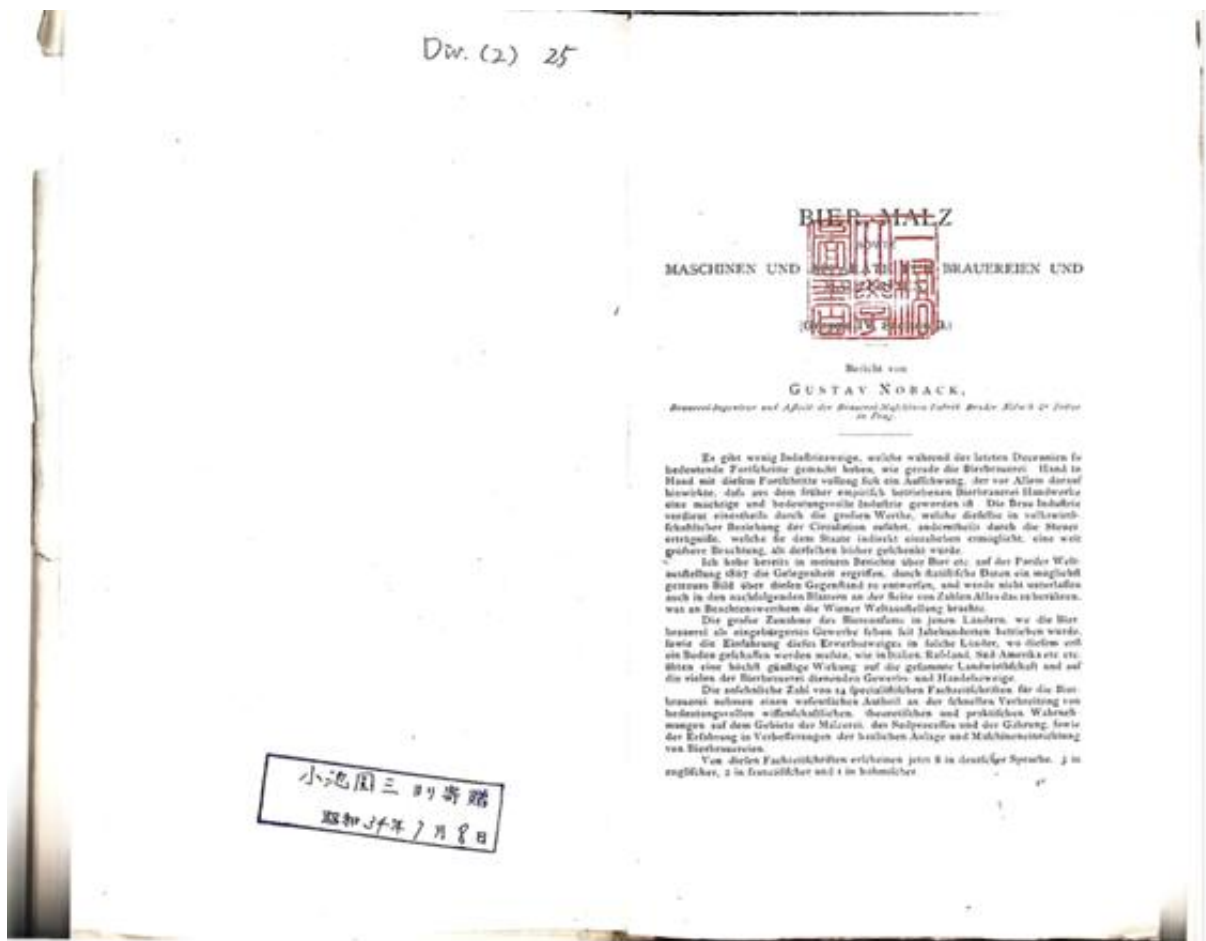


図 3.

結果および考察

本研究で得られた知見は以下の 3 点にまとめられる。

- (1) ウィーンの醸造業者が開発したラガービール製品は、伝統的なエールに比してはるかに美味、爽快で不快な酩酊を招かない飲料と消費者から受け止められたことがわかった。また、ビールが全面的に新奇でエキゾチックな消費財ではなく、消費者にとってはなじみ深く、それでいて高度な品質改良がなされていたがゆえに消費者にいち早く浸透し、流行を形成したことも判明した。その結果、もともとワイン消費が中心だったウィーンにおいて、ビールの年間 1 人当り消費量がワインを大きく上回るようになったのである。
- (2) 1873 年ウィーン万博は、ビール醸造業者が消費者のフィードバックを得る絶好の機会となるとともに、醸造業者、科学者、技術者のネットワーク形成の起点ともなり、醸造業の飛躍を促したことがわかった。これにより、大陸ヨーロッパ最大の醸造所に成長したシュヴェヒャト醸造所は、ウィーン内外で無数の飲食店や娯楽施設に直接・間接の資本投下を開始し、世紀転換会にはウィーンの複数の大規模娯楽施設の経営に関与していたとの知見が得られた。
- (3) 上記 (2) の動向は、他の多くの醸造業者にも共通し、プラーター公園をはじめとするウィーンの娯楽空間を劇的に拡張した。それにより、ウィーンがブダペシュトとならぶ大衆娯楽の一大中心地を形成する一助となったことが明らかになった。

(完)

発表論文

- 1) 「消費者ボイコットの広がり」と相互保険による経営リスクの包摂—19/20 世紀転換期におけるビール醸造業の事例から—『歴史と経済』 270, 16-25 頁, 2026 年 1 月.
- 2) 「1873 年ヴィーン万博と「ドレーアー王朝」の成立—ラガービールの流行がもたらした大衆娯楽のネットワーク」『歴史学研究』 1064, 14-24 頁, 2025 年 8 月.
- 3) 『ビールに憑かれた人びと—ラガービールと近代ドイツ社会—』 青土社, 2025 年 5 月.
- 4) 「物的営業権の本質をめぐって—前近代ドイツの都市共同体と「物の権利」」『一橋大学社会科学古典資料センター年報』 44, 14-28 頁, 2025 年 3 月.
- 5) “Brewing Products for Health amidst the Rising Prohibition Movements: A Case Study on Gesundheitsbier and Nutritional Yeast in Germany from the Late 19th to the Early 20th Century,” 15th European Social Science History Conference (ESSHC) 2025, proceedings paper, University of Gothenburg.