

Coffee Roasters with Societal Missions in Portland, Oregon

HATAYAMA Yosuke
TERASHIMA Takuyuki
FUJIOKA Masayuki
NOJIRI Yohei
HATAYAMA Naoko

Abstract

Portland, Oregon is known as a hub of sustainable consumer culture, which is closely tied to orientation towards contribution to the local community, reduction of environmental impact, and solving social issues. A typical example of the culture is third wave coffee, which is characterized by its attention to the quality of the beans, roasting and extraction, as well as its ethical concern for the producers through direct trade. In 2019, our research group conducted fieldwork and interviewed at three coffee roasters in Portland, *Trailhead Coffee Roasters*, *Nossa Familia Coffee*, and *Buckman Coffee Factory*.

This paper describes how the roasters engage in social mission and what it means to them. As a result, the social mission of these roasters is not only related to consumer needs, but also to their own work style and satisfaction. It shows that social and environmental considerations are not independent of production and consumption culture, but are part of it.

社会的ミッションをもったコーヒーロースター ——オレゴン州ポートランドの事例から

畑 山 要 介
寺 島 拓 幸*
藤 岡 真 之**
野 尻 洋 平***
畑 山 直 子****

1 はじめに

本稿は、2019年9月にアメリカ・オレゴン州の中心都市ポートランドにおいて実施したコーヒーロースター（焙煎業者）へのフィールドワークをもとに、持続可能な消費文化の形成について検討するものである。

ポートランドは、都市計画や市民参加の観点から長らく脚光を浴びてきた（岩淵 2016, 山崎 2016）。それとともに、環境保護や食文化や自転車、DIY など、持続可能なライフスタイルの発信地としても知られており、その独自の消費文化の観点からも注目を集めてきた（Heying 2010, 間々田・野尻・寺島 2017, 野尻・寺島・水原 2019）。ポートランドの消費文化は、グローバル市場に支えられた大量生産大量消費とは異なり、地域コミュニティへの貢献やリユースによる環境負荷の低減、そして社会課題の解決への志向と密接に結びついていることが示唆されている。産業社会的な「豊かさ」とは異なる種類の豊かな消費文化が発展してきたと言えるだろう。

この消費文化を体現しているのがコーヒーである。ポートランドは「サードウェーブコーヒー」の発祥地のひとつとして知られており、多くのロースターやカフェが軒を連ねている。サードウェーブコーヒーとは、大量生産による大衆化（第一の波）とその後の高品質化（第二の波）の

* 文京学院大学人間学部

** 弘前学院大学社会福祉学部

*** 名古屋学院大学現代社会学部

**** 日本大学文理学部

流れに対して、コーヒー豆の産地や焙煎法、抽出法を重視することでコーヒー本来の個性や多様性を尊重しようとする流れ（第三の波）のことである（Skeie 2003, 間々田・野尻・寺島 2017）。

サードウェーブコーヒーの特徴は、中煎りあるいは浅煎りで焙煎しハンドドリップで抽出するという点、そしてコーヒー豆がどこで生産され、どのように取引されたかという調達面を重視するという点にある。調達が重視されるのは、第一に「シングルオリジン」と呼ばれる産地固有の味と品質へのこだわりのためであり、第二に農家との「ダイレクトトレード（直接取引）」によって、コーヒー豆を倫理的に購入するためである。倫理的調達が重視される背景には、1980年代末と2000年代初頭の二度にわたるコーヒー豆の価格の暴落（コーヒー危機）によって、一般市場におけるコーヒー豆取引が生産者にとって不安定で厳しいものであることが広く認識されるようになったということがある（Boris 2005=2005, 吾郷 2006, 畑山 2016）¹。大規模な商社やメーカーを通じた市場流通とは異なるダイレクトトレードで生産者を支援し、公正性、前払い、継続性を担保することが倫理的調達のひとつのかたちとして普及するようになった²。サードウェーブコーヒーがダイレクトトレードに大きく力を入れるのは、味や品質へのこだわりを求めるためだけでなく、生産者支援という社会的配慮のためであるという側面が大きい。

ポートランドのコーヒー文化は、こうした潮流の先端にある。ポートランドは19世紀末に Boyd Coffee Company（1900）が設立されて以来、100年にわたってコーヒーの焙煎と消費が盛んな土地であり、1980年代までには既に Coffee Bean International などの複数のロースターが設立されていた。こうした土壌の上で、1990年代後半には Portland Coffee Roasters（1996）や Stumptown Coffee Roasters（1999）といったロースターが立ち上げられ、それらがサードウェーブコーヒーの世界的な先駆となった（Pullmann et al. 2010, Hutchens 2014）。こうした流れに続き、2000年代半ばからマイクロロースターと呼ばれる小規模の焙煎所が増加し始める。マイクロロースターはチェーン店や量販店とは異なり、自家焙煎による職人的なこだわりをもって小規模経営を営むとともに、豆の産地を選び抜いて仕入れる特徴を持つ。マイクロロースターの中には、焙煎事業のみに特化して焙煎豆を店頭で販売するものもあれば、市内のカフェや小売店に卸すもの、自社のカフェを備えて自家焙煎のコーヒーを提供するものもあり、その形態は様々である³。市内には Courier Coffee Roasters（2005）や Ristretto Roasters（2005）、Coava Coffee Roasters（2008）など多くのマイクロロースターが点在し、2019年の時点でその数は50以上にのぼる。

こうしたポートランドのコーヒーロースターは、味へのこだわりと同時にみずからの事業が社会的ミッションを担うことを重視してきた。社会的ミッションとは、生産者への支援や環境負荷の低減、社会的課題の解決、そして地域社会への貢献などを含んでおり、先述のようにこうした志向がサードウェーブの大きな特徴ともなっている。では、この社会的ミッションはロースターにとってどのような位置を占め、具体的にどのようなかたちで事業に組み込まれているのだろうか。筆者らの研究グループはそうした関心のもと、コーヒーと並びポートランドを代表する食文化であるクラフトビールのブルワリーについての調査をおこなった（寺島・藤岡・野尻・畑山 2020）。それらのブルワリーでは、各種認証取得によって原料調達や製造過程をコントロールす

るとともに、売り上げの一部を市民団体に寄付したり、さらには店舗における地域コミュニティ支援をおこなったりしていた。そして、こうした環境保護や倫理的配慮、地域貢献が、づくり手のやりがいやこだわりの重要な要素になっているという点できわめて特徴的であった。

コーヒーにおいても、クラフトビールと同様に社会貢献への積極的な取り組みはみられるであろうか。筆者らは、ポートランド市内にある Trailhead Coffee Roasters、Nossa Familia Coffee、Buckman Coffee Factory という3つのロースターを訪問し、フィールドワークと代表者へのインタビューを実施した。以下では、調査記録にもとづきながら、ポートランドのコーヒー文化を担うロースターがどのように社会貢献に取り組んでいるか、どのような考え方を持っているかを捉え、持続可能な消費文化の形成の手がかりを探っていく。

2 Trailhead Coffee Roasters

Trailhead Coffee Roasters（以下、Trailhead）は、ポートランド市内のサウスイースト地区にある。このロースターは、2009年に焙煎の事業を開始し、2015年以降は Ranger Chocolate Company というチョコレートメーカーと共同で Cup & Bar というカフェも運営している。このカフェの売りは Trailhead で焙煎された豆を使用したコーヒーと、Ranger Chocolate Company で製造されたチョコレートである。かつては掃除機メーカーの整備工場として使用されていた建物で営業しているこのカフェは、天井が高く、とても開放的である。また、店内の壁にはバイクハンガーに数台の自転車が掛かっており、ポートランドらしさを感じさせる。今回は、このカフェのバックヤードで創設者かつオーナーである Charlie Wicker 氏に話をうかがった。

Trailhead の焙煎事業は、主に中南米から、そして一部はアフリカの生産者から仕入れたコーヒー豆を焙煎し自社のカフェで販売することと、焙煎した豆を New Seasons Market や Whole Foods Market といったオーガニックフードを扱う市内のスーパーマーケットやカフェに卸すことである。

Trailhead は、小規模農家の支援を中心に、環境に配慮した取り組みや、非営利団体に対する支援などもおこなう、B Corp の認証を受けている事業者である⁴。中でも目を引くのは、小規模農家、とりわけ女性の小規模農家から、コーヒー豆の仕入れをおこなっていることである。Trailhead は、Café Feminino という、女性農家の生活向上を目的とする非営利団体の認証を受けたコーヒー豆を扱うことで事業を始め、その後、消費者の幅広い嗜好に合わせるため、Catracha Coffee という非営利的な団体が販売するコーヒー豆を扱ったり、生産者との直接取引もおこなうようになった。しかし、いずれの場合も、扱っているのは小規模農家のコーヒー豆である。

Café Feminino のHPによれば、Café Feminino は、ペルーの464人の女性コーヒー農家によって2003年に立ち上げられた協同組合 CECANOR が、小規模コーヒー農家を支援する Organic Products Trading Company という企業と提携することで、2004年に設立された協同組合である（Café Feminino 2022）。女性たちが、CECANOR を設立し、つづいて Café Feminino を設立したのは、女性コーヒー農家の生活を向上させるためである。というのも、男性中心の社会において、

女性たちは経済的な決定権を持っておらず、貧しい状況に置かれていたからである。

Café Feminino の HP には、Café Feminino は女性コーヒー農家に次の政治的、経済的利益を提供すると記されている。すなわち、農地に対する法的権利、協同組合内の指導的地位、ビジネス上の決定権、コーヒー豆に対する直接的な支払い、である。Café Feminino は女性農家からコーヒー豆を買い取り、それを Trailhead のようなロースターに販売している。そして、これにより女性農家たちは、より安定した経済的地位、社会的地位を得ることができるのである。HP には、Café Feminino の存在により、身体的・精神的・性的な虐待の減少、家庭の収入の増加、男性の育児参加の増加、女子が学校に行く機会の増加などの、ポジティブな変化が生じたと記されている。Café Feminino は、現在、ペルー、ブラジル、メキシコ、コロンビア、グアテマラ、ボリビア、ニカラグアの中南米7カ国のほか、インドネシアとルワンダを合わせた9カ国に広がっており、それぞれの Café Feminino で扱われるコーヒー豆は、アメリカ、カナダのほか、イギリス、オーストラリアで販売されている。



図1 Cup & Bar の店内



図2 女性農家が生産したことを示す商品ラベル

Trailhead は Café Feminino の認証を受けたコーヒー以外に、Catracha Coffee という団体が供給するコーヒーも取り扱っている。Catracha Coffee は、アメリカに在住していたホンジュラス出身の女性が、故郷の町サンタ・エレナのコミュニティおよびコーヒー農家を支援する目的で、2010年に設立した、非営利的な団体である（Catracha Coffee 2022）。Catracha Coffee は、Café Feminino と同じように、小規模農家から買い取ったコーヒー豆をロースターに販売する事業を通じて、小規模農家を経済的にサポートしている。ただし、Café Feminino とは異なり、女性農家のみを対象にしているわけではない。ちなみに Catracha は、「ホンジュラスの女性」を意味する。

Catracha Coffee では、農家に対して、コーヒー豆1ポンド（約0.45kg）あたり、平均2.5ドル

を支払っており、この価格はフェアトレードの最低価格である 1.4 ドルを大きく上回っている。農家は、この高い買取価格によって得た収入で、農地の維持や機具の更新をしたり、食事や教育にお金をかけたりできるのである。また、ロースターからの売り上げの一部を、**Catracha Community** という非営利団体に寄付するしくみもある。この団体は、会議やワークショップを通じて、女性や若者を支援する活動をおこなっている。

このように **Trailhead** は、**Café Feminino** や **Catracha Coffee** からコーヒー豆を購入することで、コーヒー豆を生産する小規模農家やコミュニティを支援しているのである。なお、**Trailhead** の HP には、次の 3 つの条件を満たしていなければ、コーヒー豆を購入しないと記されている。①農家がしっかりした収入を手にし、労働者が適切に扱われている、②おいしいコーヒー豆である、③農地が持続可能な仕方で管理されている (**Trailhead Coffee Roasters 2022**)。

以上の小規模農家を支援する取り組みのほかに、**Trailhead** では、環境に配慮した取り組みや、社会的な活動をしている非営利団体への寄付もおこなっている。環境に配慮した取り組みのひとつは、商品をカフェやスーパーに配達する際に、車ではなく、自転車を使用するということである。環境問題に積極的に取り組んできたポートランドには、自転車を利用する市民が多く、このような取り組みにはポートランドらしさを感じられる。実際のところ、コーヒー豆の配達に自転車を使用するのは **Trailhead** が初めてではない。ポートランドの自転車に関するニュースを専門的に扱っている **Bike Portland** というサイト内の記事には、**Trailhead** よりも前に、**Courier Coffee** と **Cafe Velo** が、自転車を利用したコーヒービジネスを始めていたことが記されている (**Maus 2010**)。

また、生豆を入れるコーヒーバッグには、コンポストで堆肥化できる素材を使用しているとのことであった。しかし、現在使用しているバッグはそのような素材を 100% 使用しているわけではないので、今後 100% 堆肥化できるバッグに切り替えたいと **Charlie** 氏は言う。

寄付活動に関しては、生豆が入ったコーヒーバッグ 1 袋あたり 50 セントを、社会的活動をおこなっている非営利団体に寄付している。具体的な寄付先には、女性ホームレスを支援する団体、町の美化活動をおこなっている団体、低所得家庭の子どもの教育支援をおこなっている団体などがあるそうである。このうち、いちばん最初に寄付先として選定されたのは、女性ホームレスを支援する **Kenton Women's Village** という団体である。

この **Kenton Women's Village** は、ポートランド市、ポートランド州立大学、カトリックの慈善団体、地区の住民組織、NPO 等、さまざまな団体、個人のパートナーシップにより、2017 年にケントン地区に設立された。ここには、輸送用コンテナを利用してつくられた、キッチンとシャワーを備えた 20 の住居があり、住居を失った女性が健康を回復し、仕事をみつけられるように支援がおこなわれている (**Catholic Charities of Oregon 2022**)。

では、そもそも **Charlie** 氏にとって、以上のような社会貢献的な取り組みは、どのような位置づけにあるのだろうか。まず、社会貢献活動をおこなうことが主目的だったのか、それともロースターを立ち上げることが主目的だったのかということを尋ねてみた。この点に関し、**Charlie**



図3 木製フレームのカゴがついた配達用自転車（手前）

氏は、もともと大のコーヒー好きであり、ロースターを立ち上げる前から、フライパンなどを使用して自分で焙煎をおこなっていたとのことであった。つまり、コーヒー好きであることがロースターの立ち上げにつながり、関心を持っていた社会貢献的な仕方です。仕入れをしたり、環境配慮的な取り組みをしたりするようになったのである⁵。

次に、Café Feminino を通してコーヒー豆を購入するといったように、女性の支援を重視している理由について尋ねてみた。Charlie 氏によれば、手にしたお金を無駄に使うことのある男性と比べると、女性の方が信用できるからとのことであった。このような考えは、バングラデシュでグラミン銀行を設立し、貧困者を支援するためのマイクロクレジットの取り組みでよく知られるムハマド・ユヌスが刊行した著作（Yunus and Jolis 1997=1998）から影響を受けたものだそうである。たしかにユヌスの著作を読むと、バングラデシュでは、特別な収入があった場合、男性はそれを自分のために使うことを優先するのに対し、女性は子どもや家庭を優先して使うので、女性を支援した方が、より早く貧困から抜け出し、自立できると述べられている（Yunus and Jolis 1997=1998: 127-131）。

つづいて、Café Feminino や Catracha Coffee を通じてコーヒー豆を購入することで、Trailhead が小規模農家の支援をおこなっていることを、消費者は知っているのかということも Charlie 氏に尋ねてみた。Charlie 氏の答えは「わからない」というものであった。Trailhead の HP には、小規模女性農家を支援していることが記されているし、そもそもコーヒー豆の商品ラベルには、図2にあるように、女性農家の支援をしていることなどが記されているのであるから、このロースターのコーヒー豆を購入する消費者であれば、そのような取り組みについてある程度は知っているのかもしれない。しかし、消費者が、このような社会貢献的な取り組みに魅力を感じてコーヒー豆を購入しているかどうかはよくわからない。

とはいえ、Charlie氏にとっては、これはそれほど大きな問題ではないようである。Trailheadは、社会貢献的な取り組みを前面に押し出して、それを商品の大きな売りにしようとしているわけではないからである。小規模農家の支援をはじめとする社会貢献的な取り組みは、Charlie氏自身の関心に基づいておこなわれているのであり、消費者の関心を引きつけるかどうかは、二次的な問題のようである⁶。

また、そもそも、競争の激しいポートランドにおいて、社会貢献的な取り組みを大きな売りすることでコーヒービジネスを成立させるのは困難であろう。Charlie氏は、社会貢献的な取り組みで消費者を引きつけることを考える以前に、まずコーヒーの美味しさで消費者に納得してもらう必要があると言う⁷。

以上からわかるように、Trailheadの社会貢献的な取り組みは、消費者にアピールするためにおこなわれているというよりは、主として販売者側の態度の問題であり、売り上げの多寡というビジネス上の問題とは基本的に切り離して考えられているようである。

3 Nossa Familia Coffee

Nossa Familia Coffee（以下、NFC）は、ブラジル出身のAugusto Carneiroによって2004年に創業された、ポートランドのコーヒー業者である。カフェやロースター（焙煎所）などではなく「コーヒー業者」とよんだのは、NFCは設立当初からコーヒー豆の焙煎をおこなっていたわけではなく、また店舗での販売よりもスーパーマーケットへの卸売のほうが、売上高の大きな割合を占めているからである。現在、小売の店舗としてはポートランド市内に3店舗（ノースウェスト地区に1店舗、サウスイースト地区に2店舗）と、カリフォルニア州ロサンゼルスに1店舗を展開している（ただし2021年12月現在、サウスイースト地区の1店舗はコロナ禍の影響で一時閉業中）。これらのほか、ポートランド北西部のフォレスト公園の南端にメインオフィス（事務所、焙煎所、倉庫からなる本社）を構えている。2019年9月の現地調査では、メインオフィスを訪問し、NFCの従業員で焙煎マネージャーをつとめるWilliam Schaefer氏から話をうかがった。インタビューは、業務用焙煎機や焙煎前の生豆が大量に積み上げられた倉庫内でおこなわれたのだが（図4参照）、終始、従業員の流す音楽が大音量で響きわたり、自由な雰囲気が漂っていたことが強く印象に残っている。

社名にあるNossa Familiaとは「私たちの家族」を意味するポルトガル語である。NFCは「家族」を重要な原点として、生豆の調達から焙煎、コーヒーの提供まで、さまざまな倫理的配慮や社会貢献活動をおこなっている。後述するように、NFCは、故郷ブラジルで親族が生産していたコーヒー豆をCarneiroがポートランドへと持ち込んだことから始まる。したがって、ここで「家族」という言葉が指し示しているのは、第一義的にはみずからの血縁者が生産したコーヒー豆を消費者へ提供しているという意味である。だがこの言葉には、そのような意味を越えて、サプライチェーンにかかわるすべての人びとを「家族の一員」として扱い、ローカルかつグローバルに良好な関係を築くことを目指しているという意味が込められている。



図4 Nossa Familia Coffeeのメインオフィスにある倉庫

創業者である Carneiro の経歴および NFC 設立の経緯について触れておこう。彼はリオデジャネイロ郊外出身で、ポートランド大学で工学の学士号を取得している。父親は電気工学の教授で、4人兄弟の二番目として生まれている。Carneiro の祖父はリオデジャネイロ州に隣接するミナスジェライス州でコーヒー農場を営んでおり、その農場は 1890 年代に Carneiro の曾祖父が開墾した広大な土地である。あるインタビュー記事によると、ポートランド大学へ入学したのはまったく偶然のことであり、何らかの思想的あるいは宗教的な事情があったわけではないとのことである（交換留学生として渡米）。大学で工学を専攻したのは、むしろ父親の影響と考えられるが、本人は「ブラジル社会での実用性を考慮して」選んだと述べている⁸。

大学を卒業した Carneiro は当初、エンジニアとしてのキャリアを歩み始めるが、すぐに物足りなさを感じた。ブラジルに帰省したとき、彼のいとこがコーヒー豆の焙煎および輸出業をはじめたことを知る。そのコーヒー豆をポートランドへと輸入し販売をはじめたことが、NFC 創業の端緒となったのである（Hutchens 2014）。当初、ブラジル現地で焙煎されたコーヒー豆を輸入し販売していたが、途中から生豆を輸入し自家焙煎をはじめている。このとき、生豆の貯蔵場所を提供し焙煎に協力したのが、1973 年にポートランドで創業した Kobos Coffee のオーナーである David Kobos と Brian Dibble である。NFC はその後、2012 年にパール地区に新しい施設をつくり、エネルギー効率のよい焙煎機を導入して自家焙煎をおこなっている。2017 年にはロサンゼルスに新たな拠点を開設するとともに、ポートランド市内の主要な焙煎所をパール地区から現在のメインオフィスのあるノースウェストへと移し、現在に至っている。

さて、NFC による持続可能性、社会的配慮をめぐる取り組みについて記述していこう。NFC にとって「家族」という言葉がもつ意味について前述したが、これは持続可能性の取り組みとも密接にかかわっている。NFC の HP には、企業フィロソフィーとして「持続可能性とは、われわれがビジネスのあらゆる側面において配慮とともに行動し、またサプライチェーンにかかわる

すべての人びとを私たちの家族の一部とみなすことの結果であり、またその基盤でもある」ということが記されている⁹。それは、コーヒー豆の生産者との関係性の築き方から消費者に対するカップの提供方法にいたるまで、すべてのプロセスにおいて貫徹している。以下では、それらの取り組みについて、調達過程における実践、環境への配慮、地域のコミュニティへの貢献という順にみていく。

まず、NFCにおけるコーヒー豆の調達過程における様々な取り組みについて。Schaefer氏によれば、NFCで現在取り扱っている生豆は、その6割をブラジルの大規模農場から、残りの4割を中米（グアテマラ、ニカラグア、ペルー）およびケニアの農場や農家から輸入している。調達にさいしては、農場や農家との直接取引のほか、間接取引にさいしても、ポートランドにおいてB Corp認定を受けた輸入業者や、輸入をおこなっているNPO団体などから仕入れている。後者の取引形態について、たとえばNFCが取り扱うグアテマラのコーヒー豆は、De La Genteという輸入業者から仕入れをしている。この輸入業者はポートランド市内に事務所を構えるNPO団体であり、グアテマラにおける約140の小規模生産者を束ねる5つの協同組合と協力し、グアテマラのコーヒーをアメリカおよびカナダに輸入している。

「持続可能性と透明性にかんするレポート」（Nossa Familia Coffee 2019）によると、直接取引においてもNFCはつぎのような基準を設けている。現地の農場を訪問し、農家の人びととオープンで社会的な関係を保つこと、持続可能な取引価格を設定すること、つねにフェアトレード価格（1.60ドル）を上回る金額を農家へ支払うこと、従業員や顧客、農家のつながりを構築するために努力すること、農家の改善プロジェクトやコミュニティ開発支援の必要性を見極め支援すること、などの諸基準である。

NFCでは、取り扱うコーヒー豆のうち15%を自社のカフェで提供し、残りの85%をおもにスーパーマーケットなどの小売店に卸している。コーヒー豆の買い付けのさいは、取引先である小売店（New Seasons Marketなど）の関係者を現地へと一緒に連れていくこともあるという。これは、NFCが取引先の小売店との関係を大切に（顧客をていねいにもてなす）ということだけでなく、コーヒー豆がどのような自然的・社会的環境のもとで生活を営む生産者たちによって栽培され、収穫、処理されているかというプロセスや背景を理解してもらうことで、一杯のコーヒーができあがるまでの物語あるいは意味世界を共有し、コーヒー豆を取りまく社会関係をより豊かで充実したものにするためのしくみといえるだろう。

コーヒー生産者への支援としては、Giveback Coffeeとよばれる三つのプログラムを考案し実践している（図5参照）。

Full Cycleと名付けられたコーヒーは、NFCがコーヒーにかんするすべて（農家からカップまで）のサイクルに関与していること、またCarneiroの趣味のひとつでもある自転車への愛情を促進し支援するという意図が込められている。このコーヒーがひとつ売れるたびに50セントが、ポートランド市内に存在するCommunity Cycling CenterやThe Street Trust、Cycle Oregonという、安全でエコな交通システムの実現をめざすNPO団体へ寄付されるしくみとなっている。



図5 Giveback Coffee (NFCのHPより)

Delícia Do Brasil というコーヒーも同様に、これを購入するたびに50セントが、世界中の小規模コーヒー生産者を支援するためのマイクロローンに資金提供される。これは、NFCの従業員が立ち上げた社内の委員会が、Kiva という小口融資をおこなうNPO団体と協力して実施している。Festa Holyday Blend というコーヒーも同じしくみで、グアテマラのサンミゲル・エスコバル地区において次世代となる若年層のコーヒー生産者を支援するために考案されたプログラムである。なお、以前のFesta Holyday Blendによる寄付は、農場で働く人びとの生活環境を整備するための資金として提供されてきた。それはたとえば、農場内において、かつて土がむき出しになっていた共同キッチンの床をコンクリートで舗装し、清潔で安全に食事を提供する環境を整備するための資金などにもちいられてきた。

これらのほかにも、グアテマラのある農園では、農家がコーヒー豆のオーガニック認証を受けるための費用の一部を提供している。調達先のひとつであるニカラグアの大規模農園では、生活インフラ整備の支援、たとえば生産者の子弟たちの使用する通学バスの提供、太陽光発電による照明設備の設置、水道整備などの支援をおこなっている（世界のコーヒー生産地域において電気や水道が整備された場所は少数であるという）。これらにより、この農園で働き暮らしている15家族の生活水準が大きく向上したとのことである。

環境配慮においても、NFCはさまざまな取り組みをおこなっている。その代表的なものとして、NFCで導入している焙煎機は、北カリフォルニアで製造されたS35 Kestrel およびS70 Peregrine という機種を採用している。これらの機種をもちいることで、標準的な焙煎機とくらべて約80%のエネルギーコストの減少を実現しているという。その効果として、2018年にはCO2換算で560,553ポンド（約254トン）の温室効果ガス排出量を削減している（住宅の一年間の電気使用量で44軒ぶん）。このほか、NFCで使用する電力を100%再生可能エネルギー（風力発電）へと切り替えたり、従業員の自転車通勤を推奨したりしている。前述したCommunity Cycling Center やThe Street Trust といったNPO団体に対する財政面での支援も、エコフレンドリーな取り組みの一部であるといえよう。

コーヒーを消費者へと提供する場面においては、特徴的な環境配慮の試みとしてつぎのような

ものがある。NFC が 2018 年にオープンした、サウスイースト地区にある Seven Corners Café は、廃棄物ゼロのコーヒーショップ (The Zero Waste Café) となることをめざしている。ここでは、使い捨ての持ち帰りカップでコーヒーを注文すると、すべての飲み物において 25 セントの追加料金がかかる。一方、自分のマグカップを持参した場合には代金から 25 セントが割引かれる。このような取り組みの結果、ポートランド市内の自社の他店舗とくらべて、使い捨てカップの使用比率が大きく減少したとしている (Nossa Familia Coffee 2019:20)。現在では、ポートランド市内の 3 店舗すべてにおいて採用されている。

地域のコミュニティへの社会貢献としては、ポートランド市内にあるつぎのような団体に対して寄付活動をはじめとする支援を実施している (図 6 参照)。



図 6 NFC が寄付活動をおこなっているポートランド市内の NPO 団体 (NFC の HP より)

Community Vision は、おもに障がい者支援をおこなっている団体である。NFC は、彼らの提供する就労支援プログラムの参加者に対して仕事を提供するかたちで提携しており、前述の Seven Corners Café は、Community Vision が入居している建物の一階にオープンしている。なお、この建物には Community Vision を含めて 6 つの障がい者支援の NPO 団体が入居している。二つ目の寄付先である p:ear は、野宿者や移行期の若年層の人びとに対して、食事の提供、教育、芸術、就労、子育て支援などをおこなっている団体である。NFC はこの団体においてバリスタのスクールを開講している。この 8 週間のバリスタ養成コースでは、仕事や生活にかんする重要なスキルの習得のほか、学生たちの熱意や各自が定めた目標を見極めつつ、卒業時には推薦書や認定証といったリソースを提供している。そして三つ目の Central City Coffee は、コーヒーの焙煎や袋詰め、受注などの訓練プログラムを通じて、野宿者の女性に対する自立支援をおこなっている団体である。NFC はこの団体が設立された 2013 年から、焙煎機やコーヒー豆の保管場所、イベントの開催場所の貸し出しなどを実施している (Nossa Familia Coffee 2019 : 22-25)。

さらに、NFC は自社の従業員に対して、地域のコミュニティや社内スタッフの関係性、そしてみずからの成長を促すための方法としてボランティア活動を推奨している。その制度として、すべての正社員に年間 16 時間の有給ボランティアを提供している。NFC の社員にとっては上述の p:ear でのバリスタスクールもその一環であり、2018 年には p:ear に対して 73 時間の専門家としてのボランティア活動、すなわちプロボノをおこなっている。

NFC は 2004 年の創業以来、およそ 18 万ドルの現金を寄付し、コミュニティや若者、環境を

支えている非営利団体や慈善活動に対して 30 万ドル以上の現物を支給している。近年の寄付額は、およそ年間 5 万ドルである。また Giveback プログラムを通じて、すべての人びとにとってよりよい世界をつくる支援に対し、年間の粗利益の 1%を提供している。調達過程における現地生産者への支援なども含め、トータルで見ると、少なくとも年間の利益の 10%を寄付しているという。

持続可能性および社会的配慮をめぐる取り組みの結果として、NFC は 2016 年にオレゴン州のコーヒーロースターとして初めて B Corp 認定を受けている。オレゴン州およびワシントン州南西部エリアには B Local PDX という B Corp 認定を受けた企業があつまる団体が存在しており、NFC も加盟している¹⁰。

では、NFC にとってこの B Corp という認定にはどのような意味があるのだろうか。これについて Carneiro は、認定を取得することが何らかの記号として機能し他のコーヒーショップとの差異化に役立つ（利益を生む）というわけではないと述べている¹¹。むしろ、業務の取引相手に対して、自分たちがどのような理念をもつ企業であるのかを即座に理解してもらうことができるという利点を指摘している。実際に、NFC はみずからと同じ B Corp 認定を受けている、地元ポートランドの企業と優先的に取引をおこなっており、最大の卸先である New Seasons Market も同様に B Corp 認定の企業である。

Carneiro は、会社のビジョンにかんしてもっとも重要なことは、自分たちが 10 年後も自分たちの価値観に従うことだと述べている。いうまでもなく、それは冒頭で示した「家族」という価値観であり、それを根幹に据えながら、ローカルかつグローバルに持続可能なコミュニティを拡張していくことが、NFC のめざす道程なのである。

4 Buckman Coffee Factory

ポートランドのサウスイースト地区に建つ Buckman Coffee Factory（以下、Buckman）は、2016 年 1 月に Joey Gleason と Cassy Gleason 姉妹によって設立された、コーヒーロースターのためのシェアスペースである。Buckman がユニークなのは、たんにイベントスペースやオフィスがシェアできるサービスではなく、コーヒーの焙煎に必要なさまざまな設備、道具類、コーヒー豆の保管庫などが用意されているところである。このため Buckman は、コーヒー関係のスモールビジネスのインキュベーターとして機能している。今回のフィールドワークでは、事業開発ディレクターの Stephanie Backus 氏に聞き取りを実施した。

Buckman は大きくわけてカップリング室と焙煎室から構成される。カップリング室はコーヒーの試飲をおこなうスペースであり、数台の大きなカップリングテーブル、数種類の電動ミル、最新のエスプレッソマシンや抽出機、多数のカップリングボウルやケトルなどが設えられている（図 7）。Buckman の会員は、それらを利用し、みずから焙煎した豆をその場で試飲することができる。また Buckman は、会員以外に対してもコーヒー関連のイベントをカップリング室で定期的に開催している。



図7 Buckman Coffee Factory のカップング室

“Roasting Floor”と名づけられた焙煎室には、大小の焙煎機やコーヒー豆の袋詰め機が並び、会員はそれらを定められた範囲で利用することができる。われわれの訪問時には、まさに袋詰めがおこなわれているところであった（図8）。



図8 Buckman Coffee Factory の焙煎室

会員種別には「タイムシェア会員」(Time-Share Roaster)と「フレックス会員」(Flex Roaster)の2種類がある。前者は、決められた曜日と時間帯に半日単位で設備を利用できる契約であり、比較的大きなロースター向けの種別である。一方、後者は、前者が利用しない時間帯に1時間単位で利用できる契約であり、小さなロースターに向けた種別となっている。会員の予約状況はWeb上で管理されており、フレックスタイム会員はそこで空き時間を見つけ、オンラインで利

用予約をするシステムとなっている。**Buckman**には、ポートランドで複数店舗を展開している大きなコーヒーショップから、スタートアップをめざすマイクロロースターや自宅用のコーヒーを焙煎するホームロースターまでさまざまな会員がいる。

Buckmanには、コーヒー豆を保管するためのスペースも併設されている。会員たちは、コーヒー農家から直接買いつけた生豆をそこに置いておき、適宜焙煎に用いることができる。独自に仕入れをおこなっていない会員であっても、**Buckman**の姉妹企業である**Marigold Coffee**（以下、**Marigold**）が仕入れた生豆を購入し、焙煎に用いることができる。コーヒー豆の取引に使用されている袋のサイズは産地によってさまざまあり、1つ当たり132～154ポンド（約60～70キログラム）だが、**Buckman**では小さなロースター向けにこれを25または50ポンド（約11～23キログラム）に小分け販売している。

Marigoldは、前述のJoey Gleason氏が2009年に**Buckman**に先駆けて立ち上げたロースターである。**Marigold**のコーヒー豆は、ポートランドの人びとに人気があり、市内のレストラン、コーヒーショップ、**New Seasons Market**などのローカルなオーガニックスーパーや生協に卸されている。消費者の支持を得た**Marigold**は、事業を拡大するために焙煎設備に投資することにしたが、ロースターの運営を通してコーヒービジネスのインキュベーションに対するニーズを感じとり、**Buckman**という別会社を立ち上げ、シェアスペース事業をおこなうことにした。

Marigoldで焙煎される生豆のほとんどはダイレクトトレードで調達されており、コロンビアからのスポット購入を除いてエルサルバドル、ペルー、コスタリカにある4社の農園が主な調達先となっている。4社のうち2社は家族経営の農家で、残る2社は比較的大きな会社である。うち1社から紹介されたある農家とは、1年単位の独占契約を結び、収穫されたすべての生豆を買い取っているという。コーヒー農家にサンプルを送ってもらい、品質の良さが認められたならば取引契約を結ぶ。このようなダイレクトトレードは、コモディティ市場における日々の価格変動に影響を受けない。「コーヒー危機」と呼ばれるように、ニューヨーク商品取引所におけるコーヒー豆の先物価格の変動は激しく、生豆1ポンド当たり1ドル以下にまで下落する事態がたびたび起こっている。1990年代と2000年代の前半がそうであったし、本調査が実施された2019年も1ドル付近の低水準であった¹²。しかしそうしたときでも、**Marigold**は3.5ドルでコーヒー農家と契約していた。

ダイレクトトレードはコーヒー豆の品質にどのような影響をもたらすだろうか。全体としては安定的な関係の構築によって品質が向上していくが、気候変動や病害によって品質が低下することもあるという。不測の事態によって品質が低下したとしても**Marigold**では取引を続け、シングルオリジンとしてではなくブレンドにするなど別の方法で販売しているという。以上のような契約は、安定的な収入につながるため、コーヒー農家にとってはたいへん大きなメリットとなる。

コーヒー産業の持続可能性の観点からは、フェアトレード、オーガニック、レインフォレスト・アライアンスなどの認証制度が想起されるが、**Marigold**が扱っている生豆はそうした認証を受けていない。というのも、オーナーであるJoey Gleason氏の考えでは、コモディティ市場より

も高値で調達するダイレクトトレードは、実質的にフェアトレードであるからだ。またオーガニックについても、認可されたコーヒー豆を積極的に調達するというよりは、ダイレクトトレードしたコーヒー豆がたまたまオーガニックであったという。まずは、品質、信用、人間関係を重視して取引先を選んでいるということであった。ただし **Stephanie Backus** 氏個人は、環境保全の観点から、レインフォレスト・アライアンス認証に関心を示していた。

最後に、ポートランドのマイクロロスターやコーヒーショップが、スターバックスのような人気のある巨大なグローバル企業とどのように競争していくのかうかがった。**Backus** 氏によれば、新しく店を立ち上げる場合、近隣の常連を顧客とした戦略をとるとのことである。多数のロスターやコーヒーショップが存在するポートランドでは、コミュニティ構築が重要である。たとえば **Buckman** では、カップングや焙煎方法についてのセミナーを開催しているし、他のコーヒーショップでは、詩の朗読会などのイベントを定期的で開催し、地域とのつながりを強めようとしている。また、ポートランドではパンデミック前からリモートワークが普及しており、近所のコーヒーショップで仕事をするようなノマドワーカーが多いが、そうした人たちにとってワーキングスペースとしての役割も担っている。このように、近所の人びとが日常生活の多くの時間を過ごせるような場所を提供することをめざすコミュニティ感覚がスターバックスとの相違点である。

Backman は、消費者にとってばかりではなく、競合するロスターにとってもコミュニティの機能を果たしている。インポーターや農家を招いて試飲イベントを開き、他のロスターとのマッチングの場を提供することもある。多数のロスターやコーヒーショップがひしめき合うポートランドにありながらも、それらとの競争ではなく協働を選んでいるように思われた。

ポートランドのコーヒー文化は、都市を特徴づける DIY (do-it-yourself) 文化や好きなものに「ハマる」(geek-out) 文化の延長線上にある (**Huchens** 2014)。美味しいコーヒーをとことん追求し、自分の手で良質な生豆を探し、自分の手で試行錯誤しながら焙煎をおこない、満足いく味をつくり上げることができたら商品化を考え、好きなものを生業に生きていこうとする人びとがポートランドにはいる。**Buckman** は、そうしたポートランドのコーヒー愛好者たちがたどるこのような流れを後押ししていると考えられる。

5 おわりに

本稿では、3つのコーヒーロスターへのインタビューと現地視察を通じて、これらの業者がどのような価値観や理念のもと、いかなる社会貢献に取り組んでいるのかをみてきた。それぞれのロスターに共通していたことは、サードウェーブコーヒーの特徴であるコーヒー豆のダイレクトトレードを軸にした生産者支援が基本理念になっているという点である。しかし、その支援のあり方は一枚岩ではなく、小規模農家や女性農家、また若年層の農家への支援など多岐にわたっていた。これらは、各ロスターの設立の背景や創業者の経験に裏打ちされており、ダイレクトトレードが多様なかたちで展開されていることを示していた。また、生産者支援はコーヒー豆の調達という段階にとどまるのではなく、**Nossa Familia Coffee** が実践しているプログラムのよう

に、消費者がコーヒー豆を購入することが、小規模コーヒー生産者を支援するためのマイクロローンへの資金提供につながるケースもあった。さらに、生産者支援に加えて、社会的活動をおこなう非営利団体等への寄付や環境に配慮した取り組み（焙煎したコーヒー豆の自転車での配達やカフェでの持ち帰りカップの削減）など、積極的な社会貢献がみられた。

これらの社会貢献を実践する各コーヒーロースターに特徴的だったのは、社会貢献が直接消費者に向けられたものではないということである。ロースターにとって重要なことは、自分たちがどのような理念や価値観に基づいて活動をおこなっているのかを、生産者や業者に示すことであり、それによって成立する取引が、さらなる社会貢献につながるということである。社会貢献が消費者ニーズへの応答というよりも、生産側における働き方や経営に対する考え方や密接に結びしている点は、筆者らの研究グループが以前考察したポートランドのクラフトブルワリーと同様であった（寺島・藤岡・野尻・畑山 2020：158）。

また、ロースターにとって社会的ミッションはコーヒーの品質や味へのこだわりとは別の問題と考えられているわけではなく、職人的なこだわりや DIY 精神、またそこで働く人びとのやりがいや他者との協働、そして美味しさの追求のなかに織り込まれている点も本稿の重要な含意である。社会や環境への配慮が、その社会の生産文化や消費文化と切り離された理念や目標としてではなく、それらの文化の中に生きる人びとの実践感覚に根差すことではじめて社会に浸透していく。そうした事例を示しているのがポートランドであると言えるだろう。

謝辞

本稿は、2018–2021 年度文部科学省科学研究費補助金基盤研究（C）に採択された「持続可能な消費社会研究——ポートランド発展の条件を探る」（研究課題番号：18K02004、代表：寺島拓幸）の成果の一部である。調査対象の視察をアレンジしてくださった Red Gillen 氏にお礼申し上げます。

注

- 1 従来、コーヒーをはじめとした一次産品は、価格の変動と長期的な低下で苦しみ傾向があった。コーヒーは国際コーヒー協定の存在によって比較的安定した産品であったが、1989年に協定が失効する。以降、コーヒー生産価格はニューヨーク市場とロンドン市場における国際的な大貿易業者の投機的取引によって決定されるようになる。その結果、90年代にはコーヒー生産価格は過去最低を記録し、コーヒー輸出国では多くの失業者や破産者が生まれ、貧困と飢餓が激化した（吾郷 2006：9–12）。1990年代のサードウェーブコーヒーの台頭にはこうした時代背景があったことを押さえておく必要がある。
- 2 コーヒーの木は植えてから実がなるまで5、6年かかるが、以後40年間は実がなり続ける。したがって、コーヒー豆の生産は価格弾力性が低く、先物取引市場の価格変動に対応して供給を増減させることができないという特徴を持っている（吾郷 2006：6）。したがって、生産コストに見合った利益を農家が得るためには、安定した価格で長期的な取引関係を取り結ぶ必要がある。ダイレクトトレードが倫理的調達となりうるのは、たんに大企業の買い叩きを避けられるだけでなく、コーヒー豆自体の性質ともかかわっている。
- 3 コーヒーの流通は、「農園」「輸出業者」「輸入業者」「卸売業者」「焙煎業者（ロースター）」「小売業者」「飲

- 食店」といった業者に分けられる。一般的なロースターは焙煎した豆を小売店や飲食店に販売する（B to B 事業）が、ポートランドのマイクロロースターでは焙煎所では自社製品を直接販売したり（焙煎業者による小売事業の統合）、「自社カフェを備えて提供すること（焙煎業者による飲食店事業の統合）」が多い。あるいはカフェが自家焙煎する（飲食店による焙煎事業の統合）というパターン（B to C 事業）もある。マイクロロースター自体はあくまで「焙煎事業」をおこなう小規模な会社を意味するが、「輸入事業」「卸売事業」「小売事業」「飲食店事業」をどのように統合しているかによって様々なパターンがある。また、このように他の事業を「自前」でおこなうという点がサードウェーブコーヒーの特徴とも言える。
- 4 B Corp は、B Corporation の略で、社会問題や環境問題の解決をめざす企業を認証する制度である。詳しくは、寺島・藤岡・野尻・畑山（2020：151-153）を参照。
 - 5 このような場合とは異なり、社会貢献を主目的として事業が立ち上げられるケースもある。寺島・藤岡・野尻・畑山（2020）で取り上げた、Oregon Public House というクラフトビールパブの場合は、社会貢献をするという目的がまず存在し、その目的を達成する方法としてパブが選択されている。
 - 6 これと同様のスタンスは、今回の調査で訪れた、社会貢献的な取り組みをおこなっているクラフトビールブルワリーでもみられた。寺島・藤岡・野尻・畑山（2020）の、Hopworks Urban Brewery の項、および Ex Novo Brewing の項を参照。
 - 7 Charlie 氏は、ポートランドには Trailhead Coffee Roasters と同じような仕方で焙煎や味にこだわっているコーヒー店は多くあるため、競争は激しいと述べていた。だが他方で、スターバックスコーヒーのような人気チェーン店とはカテゴリーが異なるので、客層は重ならず、競争的な関係にはないそうである。
 - 8 Ryan Buchanan による Carneiro 氏へのインタビュー記事。https://medium.com/@ryanbuchanan_39941/faces-of-marketing-with-augusto-carneiro-founder-of-nossa-familia-coffee-ac9e40e7b7cb（2021 年 12 月 15 日参照）
 - 9 NFC の HP 「持続可能性」ページ。<https://www.nossacoffee.com/pages/sustainability>（2021 年 12 月 15 日参照）
 - 10 B Lab による NFC に対する B Impact Report によると、スコアは 91.3 点。<https://bcorporation.net/directory/nossa-familia-coffee>（2021 年 12 月 15 日参照）
 - 11 注 8 のインタビュー記事を参照。また、Schaefer 氏へのインタビューのなかでも「NFC はマーケティングがあまり得意ではないし、顧客に対してエシカルなことを伝えるのはむずかしい」と述べていた。
 - 12 ただし、本稿執筆時点（2021 年）におけるコーヒー豆の先物価格は 2.3 ドル付近まで上昇している。

参考文献

- 吾郷健二, 2006 「コーヒー危機の意味」『西南学院大学経済学論集』41(3): 1-51.
- Boris, J.P., 2005, *Commerce inéquitable: Le roman noir des matières premières*, Paris: Hachette. (= 2005, 林昌宏 訳『コーヒー、カカオ、コメ、綿花、コショウの暗黒物語——生産者を死に追いやるグローバル経済』作品社.)
- Café Feminino, 2022, Café Feminino, (2022 年 1 月 5 日取得, <https://www.cafefeminino.com/>).
- Catholic Charities of Oregon, 2022, “KENTON WOMEN'S VILLAGE” Catholic Charities of Oregon, (2022 年 1 月 5 日取得, <https://www.catholiccharitiesoregon.org/services/homeless-services/kenton-womens-village/>).
- Catracha Coffee, 2022, Catracha Coffee, (2022 年 1 月 5 日取得, <https://www.catrachacoffee.com/>).
- 畑山要介, 2016 『倫理的市場の経済社会学——自生的秩序とフェアトレード』学文社.
- Heying, C., 2010, *Brew to Bikes: Portland's Artisan Economy*, Portland, OR: Ooligan Press.
- Hutchens, W., 2014, *Caffeinated PDX: How Portland Became the Best Coffee City in America*, Valencia, CA: HFC Media.
- 岩淵泰, 2016 「多様性の中の参加民主主義——オレゴン州ポートランド市における市民参加」『岡山大学経済学会雑誌』47(3): 209-225.
- Maus, J., 2010, “Portland's Strong Coffee and Bike Connection Matures” Bike Portland, (2022 年 1 月 5 日取得, <https://bikeportland.org/2010/08/11/portlands-strong-coffee-and-bike-connection-maturesnd-37576>).

- 間々田孝夫・野尻洋平・寺島拓幸, 2017 「オレゴン州ポートランドにおける持続可能な消費文化」『応用社会学研究』59: 23-38.
- Nossa Familia Coffee, 2019, *Sustainability and Transparency Report 2018-2019*, Nossa Familia.com.
- 野尻洋平・寺島拓幸・水原俊博, 2019 「持続可能な消費都市ポートランドの現状と課題」『名古屋学院大学論集社会科学篇』56 (1): 59-77.
- Pullman, M., Arends, B., Langston, M., Price, G., and Stokes, G., 2010, *Portland Roasting Company: Farm Friendly Direct*, Business Faculty Publications and Presentations, 31.
- 妹尾裕彦, 2009 「コーヒー危機の原因とコーヒー収入の安定・向上策をめぐる神話と現実——国際コーヒー協定 (ICA) とフェア・トレードを中心に」『千葉大学教育学部研究紀要』57: 203-228.
- Skeie R. T., 2003, "Norway and Coffee". Flame Keeper (Newsletter of the Roasters Guild) (https://web.archive.org/web/20031011091223/http://roastersguild.org/052003_norway.shtml).
- Trailhead Coffee Roasters, 2022, "Sourcing" Trailhead Coffee Roasters, (2022年1月5日取得, <https://www.trailheadcoffeeroasters.com/sourcing>).
- 寺島拓幸・藤岡真之・野尻洋平・畑山要介, 2020 「社会的ミッションをもったクラフトビールブルワリー——オレゴン州ポートランドの事例から」『応用社会学研究』62: 149-162.
- Yunus, M. and Jolis, A., 1997, *Vers un monde sans pauvreté*, Paris: Éditions Jean-Claude Lattes. (= 1998, 猪熊弘子訳『ムハマド・ユヌス自伝——貧困なき世界をめざす銀行家』早川書房).
- 山崎満広, 2016 『ポートランド——世界で一番住みたい街をつくる』学芸出版社.

