

# HEILMITTEL, GENUSSMITTEL, ERFRISCHUNGSGETRÄNK

## MILCHKONSUM IN JAPAN 1920–1970

*Katja Schmidpott*

*Abstract:* With almost no tradition of dairy farming and milk consumption in Japan before the modern period, how was it that milk and milk products became an integral part of the Japanese diet in the twentieth century? It has been thought that Asians react to milk consumption with symptoms of nausea and stomach upset because of their genetic physical constitution. Despite this, however, milk products can nowadays be found in more or less all refrigerators of Japanese households. The usual explanation for the incorporation of milk into the daily diet cites the school milk program initiated by the American occupation forces after 1945. However, closer examination reveals that this is only one among several factors. Japanese consumers readily accepted milk because of its plural attributes; it was both a refreshing soft drink and a medicine. Moreover, it also acquired symbolic meaning; it was an expensive status symbol of a modern, “Western”-influenced lifestyle.

„Der Durchschnitts-Japaner empfindet ... eine mehr oder weniger starke instinktive Aversion vor dem Genuß von Milch und Milcherzeugnissen.“ Als diese Einschätzung deutscher Marktbeobachter im Jahr 1963 (o.V. 1963: 649) in der Fachzeitschrift *Milchwissenschaft* abgedruckt wurde, konnte die moderne japanische Milchwirtschaft bereits auf eine fast 50jährige Tradition zurückblicken. Der „instinktiven Aversion“ stand die Tatsache gegenüber, daß zur selben Zeit Milch und Milchprodukte immer größeren Raum in den japanischen Ernährungsgewohnheiten einnahmen.

In den 50 Jahren von 1920 bis 1970 entwickelte sich Milch in Japan zum Massenkonsumgut. Auch vor der Jahrhundertwende wurde Milch vereinzelt produziert und konsumiert, jedoch bildeten sich erst in den 1920er Jahren mit der urbanen Mittel- und Arbeiterschicht breitere, sozialhistorisch faßbare Konsumentenschichten heraus, deren Konsumgewohnheiten sich anhand zeitgenössischer Statistiken quantifizieren lassen. Um 1920 formierte sich die moderne japanische Milchwirtschaft durch die Gründung von Firmen wie Morinaga Nyūgyō im Jahr 1917, einem der bis heute marktbeherrschenden Milchkonzerne. Der Milchkonsum erreichte in der Zwischenkriegszeit einen ersten Höhepunkt, blieb jedoch auf die urbane Klientel begrenzt. Erst nach dem Zweiten Weltkrieg setzte er sich mit der Schulspeisung landesweit durch. Während in den 1930er Jahren noch jährlich pro Kopf nicht mehr als ca. 3,5 kg an Milch und Milchprodukten verbraucht wurden, waren es 30 Jahre später bereits 45 kg, also

dreizehnmal soviel (Ôshima und Shibayama 1962: 3, Ôshima 1971: 63). Allein im Lauf der 1950er Jahre stieg der Konsumindex von 1951 = 100 auf 475 Punkte im Jahr 1960 (Ogura 1966: 589). Wenngleich die Konsummenge in Japan weit geringer war und ist als in europäischen Ländern oder in den USA, so kann doch festgehalten werden, daß Milch seit Ende der 1960er Jahre regelmäßig von der Bevölkerungsmehrheit konsumiert wird.

Einige Zeitgenossen wiesen bereits in den 1960er Jahren auf die kulturhistorische Bedeutung dieser rasanten Entwicklung hin. So interpretierten die Wirtschaftswissenschaftler Ôshima und Shibayama (1962: 2–3): „Der Konsum von Milch symbolisiert die Modernisierung des Alltagslebens der Bevölkerung“; und weiter: „Die Japaner nehmen in ihren Ernährungsgewohnheiten endlich von der asiatischen Rückständigkeit Abstand und nähern sich der westlichen Fortschrittlichkeit an“. Damit ordnen die Autoren den Milchkonsum in den zweiten großen Modernisierungsprozeß ein, den die japanische Gesellschaft in ihrer Geschichte seit Mitte des 19. Jahrhunderts durchlief. Stärker noch als die erste, im wesentlichen politisch-wirtschaftliche Modernisierung im Anschluß an die Öffnung des Landes, griff diese zweite Modernisierung in der Nachkriegszeit in die grundlegenden Lebensgewohnheiten und die materielle Kultur aller Bevölkerungsschichten ein. Der Modernisierungsprozeß des Alltagslebens nach 1945 wird in der einschlägigen historischen Fachliteratur selten hinterfragt, sondern in der Regel als selbstverständliche „Verwestlichung“ mit ihren vielfältigen Ausprägungen nacherzählt.

Diese Selbstverständlichkeit, derzufolge der Wandel des Alltags keiner weiteren Erklärungen bedarf, steht im Widerspruch zu einer Grundannahme der Theorie des Alltagslebens, wonach dessen Hauptmerkmal eben nicht der Wandel, sondern das Beharren ist. Das Alltagsleben sei konservativ und träge gegenüber plötzlichen Veränderungen. Das erkläre sich daraus, daß „das Repetitive [– als wesentliches Merkmal des Alltagslebens –] allem menschlichen Denken und Handeln ein unabdingbares Fundament bietet“, es sei die Grundlage aller menschlichen Tätigkeit und stifte Identität (Borscheid 1983: 6–8). Es bildet somit den Rahmen, der dem Menschen Sicherheit gibt. Da das Bedürfnis nach Sicherheit ein zutiefst menschliches ist, muß der Anreiz, die alltägliche Routine zu verändern, ein besonders starker sein. Der Wandel ist durchaus erklärungsbedürftig.

Die Auffassung dieses Prozesses als eine Form der Modernisierung erleichtert die Analyse seiner Ursachen. Modernisierung wird verstanden als „... a continuous process of improvement in the capacity of humanity to manage and control its physical, social and cultural environment for its own benefit“ (Waters 1999: xii). Mit der Einführung ausländischer Nahrungsmittel wie z.B. der Milch erweiterten sich für die japanischen Konsumenten die Wahlmöglichkeiten, ihre Ernährungsgewohnheiten in einer

Weise zu gestalten, von der sie sich eine Verbesserung ihrer Lebensumstände versprochen. Insbesondere aufgrund des Gesundheitswertes der Milch kann ihr Verzehr im Sinne der obigen Definition als Erhöhung der individuellen Fähigkeit, die materielle Umgebung in Form der Nahrung zugunsten der körperlichen Verfassung zu verbessern, interpretiert werden. So verstanden ist der Begriff der Modernisierung gewinnbringend für die alltagshistorische Analyse, da er auf die Ursachen des Wandlungsprozesses zielt, indem er bei den Menschen, die diesen Prozeß tragen, ein aktives Interesse an der Veränderung ihrer Lebensumstände voraussetzt.

Was also waren die konkreten Gründe dafür, daß große Teile der japanischen Bevölkerung in der Nachkriegszeit ihre angestammten Ernährungsgewohnheiten durch den zunehmenden Konsum von Milch und Milchprodukten umstellten? Die üblichen Erklärungsansätze lassen sich wie folgt zusammenfassen. Zunächst wurde Milch aus US-Hilfslieferungen in Zeiten des Hungers und Mangels nach Kriegsende obligatorischer Bestandteil der Schulspeisung, und die Gewöhnung der Schulkinder an die Milch setzte sich bis ins Erwachsenenalter fort. Parallel zu diesem Gewöhnungsprozeß verlief in den 1950er Jahren der Auf- und Ausbau der Milchwirtschaft, deren Produkte schließlich durch den steigenden Lebensstandard und die damit verbundenen finanziellen Spielräume für die Bevölkerungsmehrheit erschwinglich wurden.

Dieses Modell ist in seiner zeitlichen Abfolge zwar schlüssig, es suggeriert aber eine Mechanik der Abläufe, die fragwürdig ist. Festhalten läßt sich, daß die Bedingungen für eine dauerhafte Akzeptanz von Milch und Milchprodukten durch die japanische Bevölkerung eher ungünstig waren. Was in der Einschätzung der deutschen Marktbeobachter im Jahr 1963 laienhaft als „instinktive Aversion“ bezeichnet wurde, kann als Umschreibung dessen verstanden werden, daß Japaner unfermentierte Milch körperlich schlechter vertragen als Angehörige des nordeuropäisch-nordamerikanischen Kulturkreises. Problematisch ist die Verdauung des Milchzuckers (Laktose), denn die Aktivität des dafür zuständigen Enzyms Laktase geht bei „weltweit [der] Mehrzahl der erwachsenen Menschen [...] ... vor allem bei den asiatischen und afrikanischen Völkern“ (Sieber, Stransky und de Vrese 1997: 376) nach der Entwöhnung genetisch bedingt langsam zurück. Dies führt zur sogenannten Laktoseintoleranz, d. h. der Genuß von Milch kann Unverträglichkeitssymptome wie Durchfall hervorrufen.<sup>1</sup> Laktoseintolerante vertragen nur geringe, individuell verschiedene Milchmengen von bis zu ca. 300 ml beschwerdefrei. An darüber hinausgehende Mengen muß der Körper durch täglichen Milchver-

---

<sup>1</sup> Diese Informationen verdanke ich Dr. Sabine Schulz, Institut für Ernährungswissenschaft der Justus-Liebig-Universität, Gießen.

zehr langsam gewöhnt werden (Sieber, Stransky und de Vrese 1997: 380–381). Aufgrund der problematischen körperlichen Verträglichkeit ist Milch also kein Lebensmittel, das die meisten Japaner selbstverständlich in ihre Konsumgewohnheiten aufnehmen würden.

Abgesehen davon sind es jedoch vor allem historisch-kulturelle Gründe, warum Milch in den traditionellen Ernährungsgewohnheiten der japanischen Bevölkerungsmehrheit nicht vorkam. Die natürlichen Gegebenheiten des Landes erlaubten zwar durchaus den Aufbau einer Milchwirtschaft. Seit dem siebten Jahrhundert ist der Konsum von Milch und Milchprodukten in Japan historisch belegt. Milch war aber immer ein seltenes Nahrungsmittel, das exklusiv von Angehörigen der adeligen Oberschicht verzehrt und bewußt als Mittel zur sozialen Distinktion eingesetzt wurde. Eine Milchwirtschaft, von deren Produkten alle Bevölkerungsschichten profitieren konnten, wurde erst Ende des 19. Jahrhunderts in einzelnen Regionen versuchsweise, und ab den 1950er Jahren systematisch in ganz Japan aufgebaut. Milch blieb allerdings bis Kriegsende sehr teuer. Aufgrund des niedrigen Lebensstandards gehörte sie bis in die 1950er Jahre nicht zu den Lebensmitteln, die sich die Bevölkerungsmehrheit täglich leisten konnte (siehe Kapitel 1.2.).

Angesichts dieser ungünstigen Voraussetzungen wäre entgegen der verbreiteten Lehrmeinung eher anzunehmen, daß der Konsum des ungewohnten, teuren und überdies noch schlecht verträglichen Lebensmittels Milch mit Wiederherstellung des gewohnten einheimischen Nahrungsmittelangebots ab den 1950er Jahren wieder zurückging. Zudem können der steigende Lebensstandard und der Aufbau der Milchwirtschaft höchstens erklären, daß sich das Angebot erweiterte und daß sich größere finanzielle Möglichkeiten zu dessen Nutzung eröffneten, nicht jedoch, warum die anwachsenden verfügbaren Einkommen denn tatsächlich für den Milchkonsum verwendet wurden. Die bisher üblichen Erklärungen begreifen den Wandel im Konsumverhalten ausschließlich als Folge übergeordneter wirtschaftlicher Prozesse oder politischer Entscheidungen. Sie können lediglich darlegen, warum Milch konsumiert werden *konnte*, nicht aber, warum ein wachsender Teil der Bevölkerung sie auch konsumieren *wollte*. Um derartige Modernisierungsprozesse zu begreifen, ist es daher wichtig, die kulturell geprägten Wünsche der Menschen in den Mittelpunkt zu stellen, die diese Prozesse tragen und voranbringen.

Die These lautet, daß Milch ursprünglich als Heil- und Stärkungsmittel eine nützliche, ergänzende Funktion in den Ernährungsgewohnheiten übernehmen konnte und daß ihr bereits in der Vorkriegszeit ein positiver Symbolgehalt zugeschrieben wurde, der sich durch die Attribute „westlich/modern“ charakterisieren läßt. Beides sind Grundbedingungen für die Akzeptanz und für die langfristige Aneignung der Milch durch die

Gesellschaft. Sowohl Funktion als auch Symbolgehalt müssen schon für die Vorkriegszeit untersucht werden, da anzunehmen ist, daß hier bereits Anreize für den Milchkonsum geschaffen wurden, die sich erst in der Nachkriegszeit, infolge der wachsenden Konsummöglichkeiten, für breite Bevölkerungsschichten verwirklichen ließen.

Um den Symbolgehalt zu erschließen, wird u. a. ein typisches Beispiel für Milchwerbung auf die Inhalte analysiert, mit denen für Milch in der Vorkriegszeit gewöhnlich geworben wurde. Zur Herausstellung von Funktionen und Funktionswandel der Milch werden ihre Verkaufsorte, Verzehrorte, Verzehrgelegenheiten, Verwendungszwecke und das Produktsortiment untersucht.

Die Untersuchung beschränkt sich im wesentlichen auf die zum Trinken bestimmte Milch. Milchprodukte wie Joghurt, Butter und Käse werden nur dann einbezogen, wenn dies aufgrund der häufig üblichen Zusammenfassung der Kategorien im statistischen Quellenmaterial nicht anders möglich war. Vier Produktformen sind es, die für den Untersuchungszeitraum behandelt werden: neben der frischen Trinkmilch (*shinyū, futsū gyūnyū*), den Milchmischgetränken (*nyūinryō*) bzw. Sauermilchgetränken (*nyūsan inryō*) und der Pulvermilch (*kona miruku, paudā miruku*) kam insbesondere in der Vorkriegszeit der Kondensmilch (*rennyū, kondensu miruku*) großes Gewicht zu.

Ausgewertete Quellen sind neben der Firmengeschichte von Morinaga Nyūgyō Konsumstatistiken, Arbeiten zur japanischen Nahrungsmittelwirtschaft, die Berichte einer Delegation deutscher Milchwissenschaftler, die 1964 Japan bereiste, Motive der Milchwerbung, eine zeitgenössische Romanszene sowie vor allem agrarwissenschaftliche Sekundärliteratur. Die Vielfalt der Quellen trägt somit dem Facettenreichtum des Themas Rechnung.

Die Wünsche und Vorstellungen der Verbraucher bestimmen, in welcher Form ein Nahrungsmittel in die Ernährungsgewohnheiten integriert wird. So hat sich in Japan eine kulturell spezifische Form des Milchkonsums herausgebildet. Bevor Funktion und Symbolgehalt der Milch herausgearbeitet werden, wird die quantitative Entwicklung des Milchkonsums nachgezeichnet und der Einfluß politisch-wirtschaftlicher Faktoren untersucht.

### 1. MILCHKONSUM 1920 BIS 1970: DER ANSTIEG DER KONSUMMENGE NACH 1950 UND SEINE POLITISCH- WIRTSCHAFTLICHEN URSACHEN

Die Milch nahm in den japanischen Ernährungsgewohnheiten vor dem Zweiten Weltkrieg nur einen geringen Stellenwert ein. Milch und Milchprodukte galten bis 1950 als exotische Lebensmittel, die sich in der Nahrungsstruktur quantitativ kaum bemerkbar machten. Die japanische Ernährungsweise unterschied sich zunächst stark von den durch Brot und Milch geprägten Ernährungskulturen westlicher Länder (Abb. 1), deren Angebote sie in der Zeit nach 1950 in großem Ausmaß übernahm.

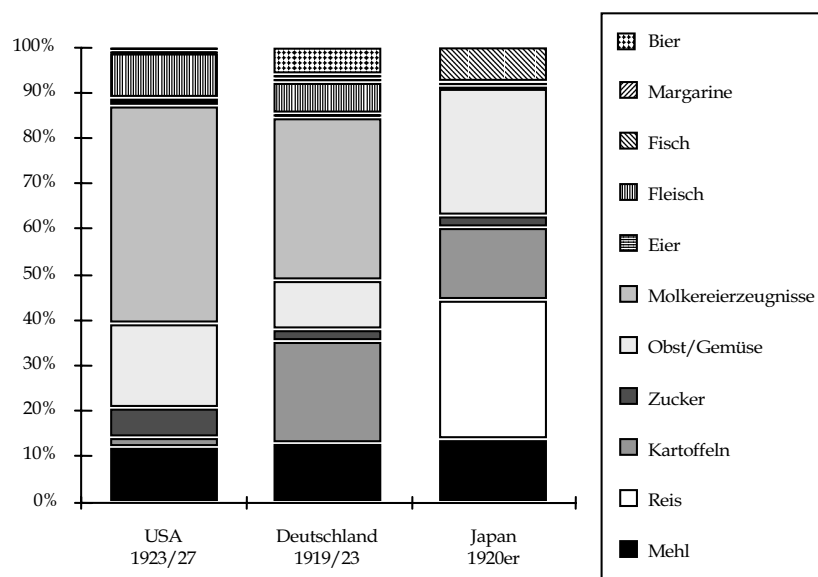


Abb. 1: Zusammensetzung der täglichen Nahrung in den USA, in Deutschland und in Japan<sup>2</sup> in den 1920er Jahren

Quelle: Huch (1938: 106)

Die tägliche Nahrung bestand im Japan der 1920er Jahre hauptsächlich aus den drei großen Kategorien Reis (415 g), Obst/Gemüse (374 g) – wobei das Gemüse überwog – und Kartoffeln (213 g), hauptsächlich Süßkartoffeln. Molkereierzeugnisse fallen mit einer täglichen Konsummenge von 5 g

<sup>2</sup> Für Japan ist keine genaue Jahreszahl angegeben. Aus dem Kontext kann aber geschlossen werden, daß es sich um das Jahr 1925 handeln dürfte.

pro Kopf kaum ins Gewicht und stehen insgesamt an letzter Stelle. Ganz anders präsentiert sich die Zusammensetzung der Nahrung in den USA und in Deutschland. Beide Länder weisen eine ähnliche Nahrungsstruktur auf, an deren erster Stelle jeweils die Molkereierzeugnisse stehen, von denen in den USA mehr als 1 kg und in Deutschland knapp 850 g verbraucht wurden. Es folgten in Deutschland an zweiter Stelle Kartoffeln und an dritter Mehl, in den USA rangierte Obst/Gemüse an zweiter Stelle noch vor Mehl. Der Vergleich macht deutlich, daß die Milch in den japanischen Ernährungsgewohnheiten der 1920er Jahre am untersten Ende der Skala rangierte, womit sie den größtmöglichen Abstand zum Stellenwert in den Vergleichsländern einnahm.

Anfang der 1930er Jahre hatte sich ihre Konsummenge noch kaum verändert. Es wurden jährlich pro Kopf durchschnittlich ca. 3 Liter Milch und Milchprodukte konsumiert (KHD 1934: 4892), was einen fast nicht ins Gewicht fallenden Tageskonsum von ungefähr 8 Millilitern ergäbe und sich von den täglichen 5 g des vorangegangenen Jahrzehnts nicht wesentlich unterscheidet. Zwar stieg die Verbrauchsmenge im Laufe der 1930er Jahre leicht an, ein Umbruch läßt sich aber erst für die Zeit nach 1950 feststellen (Abb. 2).

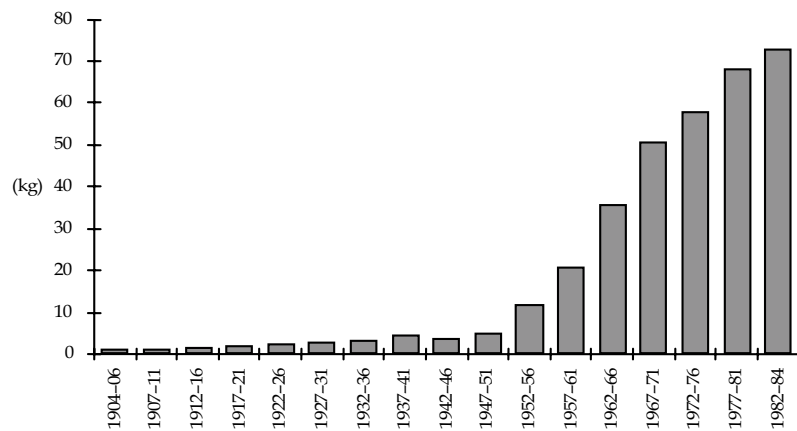


Abb. 2: Jährlicher Pro-Kopf-Konsum an Milch und Milchprodukten 1904/06 bis 1982/84

Quelle: Matsuo (1986: 85)

Die Entwicklung des jährlichen Pro-Kopf-Konsums von der Vor- bis in die Nachkriegszeit weist zunächst für die Jahre 1917/21 bis 1942/46 einen leichten Anstieg von 2 kg auf 3,7 kg auf, wobei der Höchstwert von 4,5 kg

in die Jahre 1937/41 fällt. Dieser Wert wird 1947/51 mit 5 kg bereits etwas übertroffen. Ein großer Sprung ist im Anschluß daran zu beobachten: Mit 12,1 kg wurde im folgenden Zeitraum 1952/56 mehr als doppelt soviel konsumiert, und auch in den darauffolgenden Jahren 1957/61 steigerte sich dieser Wert wiederum um fast das Doppelte auf 21 kg. In einem Zeitraum von nur 20 Jahren hatte sich die durchschnittliche Konsummenge von 5 kg pro Kopf in den Jahren 1947/51 auf 50,6 kg für die Jahre 1967/71 somit mehr als verzehnfacht. Der rasante Wachstumstrend schwächte sich Ende der 1960er Jahre ab. Die japanische Milchwirtschaft klagte in jener Zeit erstmals über eine stagnierende Nachfrage (NNNK 1969: 181). Um 1970 kann somit der Integrationsprozeß der Milch in die japanischen Ernährungsgewohnheiten als abgeschlossen gelten. Täglich verzehrte nun ein Japaner durchschnittlich ca. 140 g an Milch und Milchprodukten, ein großer Unterschied zu den 5 g der 1920er Jahre.

Zur Erklärung dieser Entwicklung wird meist auf die Einführung der Schulspeisung in Japan nach Kriegsende verwiesen. „Die Aufwärtsentwicklung des Trinkmilchverbrauches in Japan ist nach dem Zweiten Weltkrieg durch die Einführung der Schulmilchspeisung ausgelöst worden“, so lautet nicht nur die Meinung der deutschen Milchexperten Lembke und Schulz (1965: 170), die 1964 Japan besuchten, um die expandierende Milchwirtschaft und die sich wandelnden Konsumgewohnheiten zu studieren. Auch japanische Autoren betonen diesen Zusammenhang (Ogino 1963: 108, NKS 1982: 251, Matsuo 1986: 244), ohne ihn aber – wohl, weil er so offensichtlich scheint – nachzuweisen.

### *1.1. Schulmilchprogramm und Ausbau der Milchwirtschaft*

Eine intensivere Betrachtung enthüllt, daß es in Japan schon vor 1945 Schulspeisungen in einigen Schulen gab. Gereicht wurde zumeist Reis ohne weitere Zutaten (Takeuchi 1962: 102), nach einer anderen Quelle jedoch auch bereits Milch: So erhielten Ende 1939 in Tôkyô 36.000 Schüler täglich 180 ml<sup>3</sup> Trinkmilch. 1943 wurde die Schulspeisung wegen der kriegsbedingten Nahrungsmittelknappheit wieder eingestellt (Matsuo 1986: 240). Die Schulspeisung wurde also nach 1945 nicht durch die Besatzungsregierung in Japan eingeführt, sondern sie setzte eine bereits bestehende und lediglich unterbrochene Entwicklung fort.

Da die einheimische Nahrungsmittelproduktion darniederlag, wurden nach dem Krieg ausländische Nahrungsmittel in der Schulspeisung ver-

---

<sup>3</sup> 180 ml entsprechen einem Zehntel des japanischen Hohlmaßes *shô* (Maßeinheit: 1,8 Liter).



wendet. Bei ersten Absprachen zwischen der US-Besatzungsadministration und der japanischen Regierung wurden 1945 zwar Reis und *miso*-Suppe als Inhalte für die Schulspeisung vorgeschlagen, aufgrund des akuten Reismangels aber verworfen. Statt dessen boten die USA ihre Überschußproduktion<sup>4</sup> an Weizen und Magermilchpulver an, mit denen sich Brot und Milch herstellen ließen. Weihnachten 1946 wurde in der Volksschule Nagata-chô in Tôkyô die erste Schulspeisung ausgegeben, und ab Januar 1947 schlossen sich landesweit immer mehr Schulen an das Schulmilchprogramm an (Kishi 1996: 28–29). Milch als Hauptspeise wurde mit wechselnden Zutaten kombiniert. Bevor 1965 frische Trinkmilch in die Schulspeisung eingeführt wurde, bekamen die Schüler warme Milch, die durch die Zugabe heißen Wassers aus Magermilchpulver hergestellt wurde. Ihr übler Geschmack ist vielen Japanern bis heute in Erinnerung geblieben. 1950 erhielten bereits 7,4 Mio. Schüler eine Milchmahlzeit (Kishi 1996: 31), 1959 waren es 9,5 Mio. Schüler (Lembke und Schulz 1965: 178), also über die Hälfte der damals 18,6 Mio. Grund- und Mittelschüler (AS 1962: 583). Der Anteil der angeschlossenen Grundschulen überwog dabei stets den der Mittelschulen, so daß entsprechend mehr Grund- als Mittelschulkinder Schulmilch zu trinken bekamen.

Da angenommen wird, daß die Schulmilch die Konsumgewohnheiten der Schulkinder nachhaltig prägte, müßte die Konsummenge in jenen Jahren sprunghaft angestiegen sein, in denen die ersten Jahrgänge der Grundschüler die Schule und damit auch das Schulmilchprogramm verließen und als Kunden auf dem Markt für Trinkmilch in Erscheinung traten. Die Schüler, die seit 1947 Milch erhielten, verließen spätestens 1953 nach sechs Jahren die Grundschule, so daß ab 1953 mit einem Anstieg der Verkaufszahlen zu rechnen ist. Tatsächlich verzeichnet die Statistik für Anfang der 1950er Jahre eine merkliche Veränderung im Milchkonsum. Gerade im fraglichen Zeitraum von 1952/56 überstieg der jährliche pro-Kopf-Konsum mit 12,1 kg erstmals deutlich die bisherigen Höchstwerte von ca. 5 kg (Abb. 2).

Wirtschaftliche Einflußfaktoren wie z. B. Preisveränderungen sind hierfür nahezu auszuschließen. Der Milchpreis dürfte für diese Entwicklung keine Rolle spielen, denn nach einem leichten Anstieg von 12 auf 14 Yen pro 180-ml-Flasche von 1950 bis 1952 blieb er von 1952 bis 1961 stabil auf

---

<sup>4</sup> Bis heute hält sich in Japan hartnäckig das Gerücht, es habe sich dabei um Tierfutter gehandelt (z. B. Hatayama 1987: 278). Es entstand wohl aus einem grundsätzlichen Mißtrauen gegenüber dem ehemaligen Feind. Auch Unwissen über die fremden Lebensmittel spielte eine Rolle. So versuchten sich einige Japaner mit Käse aus US-Hilfslieferungen zu waschen, da sie ihn für Seife hielten (Miyazaki 1987: 121).

einem Niveau von 14 bis 15 Yen (Hatayama 1987: 279). Unterstützt wurde der Anstieg im Konsum sicherlich durch Werbeanstrengungen der Milchindustrie und des Gesundheitsministeriums. Die Schulspeisung hatte jedoch einen ungleich größeren Einfluß auf die Konsumgewohnheiten, da direkt in den täglichen Speiseplan eingriffen wurde.

Für den großen Einfluß der Schulspeisung spricht auch die Tatsache, daß sich der Milchkonsum in den folgenden Jahren zunächst auf jüngere Verbraucherschichten beschränkte, die durch die Schulspeisung an dieses Nahrungsmittel gewöhnt waren (Ōshima und Shibayama 1962: 2). Insbesondere junge Angestellte in urbanen Gebieten eigneten sich demnach westliche Frühstücksgewohnheiten an und nahmen morgens Milch, Butter, Toast, Instant-Kaffee, Eier und Würstchen zu sich. Dagegen zeigten sich die älteren Bevölkerungsgruppen jedoch unbeeindruckt und behielten „die alte unausgewogene Reismahlzeit“ (Takeuchi 1962: 98–99) bei.

Der Faktor Schulspeisung läßt sich allerdings schwer von allgemeinen Einflußfaktoren wie Anstieg des Lebensstandards und Aufbau der Milchwirtschaft (Ogino 1963: 109–110) abheben, die zeitlich ebenfalls in die 1950er Jahre fallen. Im Hintergrund steht immer der langfristige Wandel der Ernährungsgewohnheiten, der den Milchkonsum durch eine Veränderung der gesamten Nahrungsstruktur zusätzlich begünstigt hat. So sind die erwähnten westlichen Frühstücksgewohnheiten junger Angestellter Teil einer breiten Diversifizierung der Ernährungsgewohnheiten, die ebenfalls zur Steigerung des Milchkonsums beitrug, indem sie den Rahmen einer veränderten Mahlzeitenordnung schaffte, in die sich die Milch leichter einfügen ließ.

Zu Beginn der 1950er Jahre wurden die japanischen Ernährungsgewohnheiten noch von den Nachwirkungen des Krieges beeinflußt. Japan war abhängig von Reislieferungen aus den USA, die in den Jahren 1953 und 1954 infolge von Mißernten stark zurückgingen. Angesichts der unsicheren Versorgungslage regten japanische Agrarpolitiker an, die Ernährung auch durch andere Grundnahrungsmittel sicherzustellen und empfahlen der Bevölkerung den Verzehr von Nudeln und Brot. Während in der Vorkriegszeit statistisch gesehen in nur 0,6 von 10 Mahlzeiten Brot oder Nudeln verzehrt wurden, waren es 1954 1,8 von 10 Mahlzeiten (NJK 1956: 58–59). Der steigende Brotkonsum zog den Verzehr des als dazu passend empfundenen Getränks Milch sowie von Butter nach sich und erhöhte somit ebenfalls die Konsummenge von Milch und Milchprodukten.

In den folgenden Jahren setzte sich der Wandel der Nahrungsstruktur fort. Die Verzehrmenge von Reis nahm kontinuierlich ab, während mehr Fleisch, Brot, Eier, Milch und Milchprodukte konsumiert wurden. Vergleicht man die Zusammensetzung der täglichen Nahrung des Jahres 1970 mit jener der 1920er Jahre (Abb. 3), so tritt dieser gewöhnlich als „Verwest-

lichung“ bezeichnete Diversifizierungsprozeß klar hervor. Während in den 1920er Jahren pro Kopf täglich 415 g Reis verzehrt wurden, waren es 1970 nur noch 306 g, also ein Viertel weniger. Auch der Konsum von (Süß-) Kartoffeln nahm stark ab, von 213 g auf knapp 40 g täglich. Statt dessen wurden achtmal mehr Eier, sechsmal mehr Fleisch und 15mal mehr Molkeerzeugnisse konsumiert.

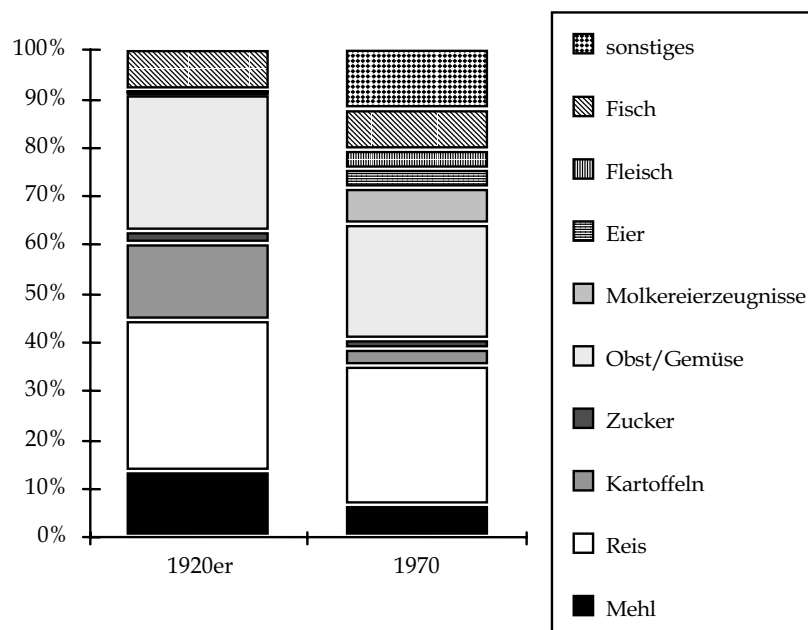


Abb. 3: Zusammensetzung der täglichen Nahrung in Japan, 1920er Jahre

Quelle: Huch (1938: 106 und 1970) sowie SNSKS (1995: 147)<sup>5</sup>

Entwicklungen auf der Angebotsseite begünstigten den Wandel der Konsumgewohnheiten, ein sich wechselseitig beeinflussender Prozeß zwischen Angebot und Nachfrage entstand. Die Milchwirtschaft paßte sich dem gewandelten Bedarf der Konsumenten an: „Es war der rapide Anstieg der Nachfrage, der die japanische Milchwirtschaft revolutionierte“ (Ogino 1963: 109). In den 1950er Jahren wurde der forcierte Aufbau der Milchwirtschaft zudem auch zum politischen Ziel erklärt, da er zur allgemeinen Modernisierung der Lebensgewohnheiten beitragen sollte. 1951 und 1953 wurden Pläne zur Ausweitung der Viehzucht entwickelt, die

<sup>5</sup> Die Rubrik „sonstiges“ fehlt bei Huch.

von mehreren Gesetzen und Verordnungen begleitet waren (Ôshima 1971: 168). 1954 trat das grundlegende Gesetz zur Förderung der Milchwirtschaft (*rakunô shinkô-hô*) in Kraft. Milchbauern wurden Langzeit- und Niedrigzinskredite zur Errichtung von Silos und Stallungen und zur Anschaffung von Milchvieh angeboten, staatseigene Milchkühe wurden an Milchbauern verliehen, die Erschließung von Weideland wurde teils staatlich subventioniert, teils vom Staat selbst ausgeführt (Nohara 1965: 50–51). Der Erfolg dieser Politik ließ nicht lange auf sich warten: Bereits für das Jahr 1953 wurde ein „Milchwirtschafts-Boom“ (*rakunô bûmu*) konstatiert, da in jenem Jahr mehr als doppelt soviel Milch und Milchprodukte produziert wurden wie zur Spitzenzeit vor dem Krieg (Ôshima 1971: 169) (Abb. 4). Die jährlich produzierte Milchmenge war bereits in der Vorkriegszeit kontinuierlich von 66.000 t im Jahr 1920 auf den Höchstwert von 392.000 t im Jahr 1941 angewachsen. Obwohl diese annähernde Versechsfachung der Produktionsmenge beachtlich ist, blieb das Niveau insgesamt noch niedrig. Erst nach dem Krieg verschob sich die Größenordnung in den Millionen-t-Bereich: 1951 wurde die Höchstmenge von 1941 übertroffen, und von 1951 bis 1965 stieg die Produktionsmenge um das 7,5fache von 438.000 t auf 3.221.000 t. Jedes Jahr wuchs nun die Produktionsmenge um etwa 150.000 bis 200.000 t und erreichte damit Werte, die in den 1920er Jahren die gesamte Produktion eines Jahres ausmachten.

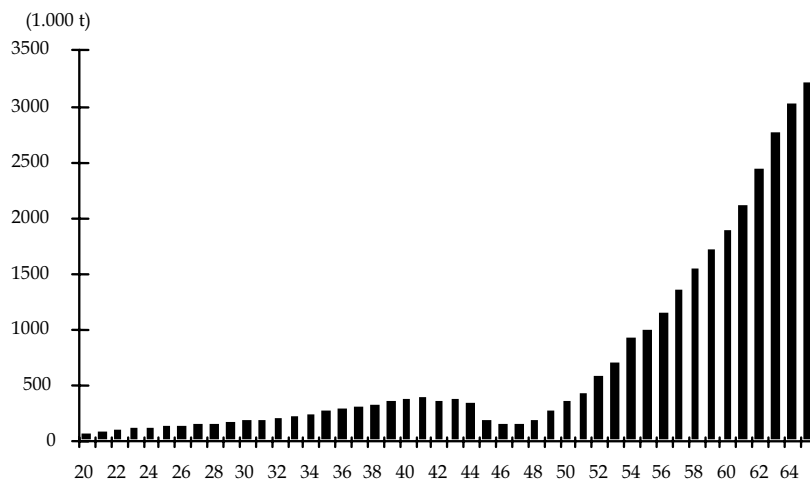


Abb 4: Jährliche Milchproduktionsmenge 1920 bis 1965

Quelle: IDE (1969: 179)

1.2. Verhältnis von Lebensstandard und Milchkonsum vor und nach 1950

Für den Großteil der japanischen Gesellschaft in der Vor- und unmittelbaren Nachkriegszeit war der Lebensstandard relativ niedrig. Erst infolge des hohen Wirtschaftswachstums kann ab den 1960er Jahren von einer Wohlstandsgesellschaft in Japan die Rede sein.

Teilt man die japanische Gesellschaft des Jahres 1930 nach Chûbachi und Taira (1976: 428–429) in vier Einkommensklassen ein, die sich von „arm“ über „minderbemittelt“ und „mittel“ bis „sehr gut gestellt“ erstrecken, so sind 64,8 % aller Haushalte den unteren beiden Kategorien zuzurechnen. Sie verfügten damit über ein Monatseinkommen von höchstens 42 Yen, knapp 16 Yen unter dem Landesdurchschnitt von ca. 58 Yen. In den urbanen Gebieten hatte sich im Laufe der vorangegangenen 1920er Jahre die wirtschaftliche Lage der Arbeiterschicht durch Lohnsteigerungen soweit verbessert, daß erstmals der Konsum von Waren außerhalb der grundlegenden Notwendigkeiten möglich wurde (Nakagawa 2000: 95). Nach dem kriegsbedingten Absinken des Lebensstandards ab den 1930er Jahren, dessen Niveau sich für die Mittelschicht schließlich um 1953/54 wieder herstellte (SKKK 1988: 243), ist erst in den 1960er Jahren eine Demokratisierung der Einkommen und ein merklicher Rückgang der Armut festzustellen. Gleichzeitig stiegen die Ansprüche an den Lebensstandard: Die Armutsgrenze, die 1930 noch als Wert definiert war, der 28,8 % des landesweiten Durchschnittseinkommens ausmachte, wurde 1968 auf 44,5 % hochgesetzt (Chûbachi und Taira 1976: 431).

Mit dem Wandel des Lebensstandards änderte sich auch der Stellenwert der Milch in den Konsumgewohnheiten. In den 20 Jahren von 1931/32 bis 1951 war Milch eine Luxusware, die sich der überwiegende Teil der Bevölkerung nur selten leisten konnte. Allein die geringe verkaufsfähige Menge von 180 ml pro Flasche hielt den Preis innerhalb eines Bereichs, der nicht völlig außerhalb der Möglichkeiten lag. Ein Vergleich des Milchpreises mit den Preisen anderer Lebensmittel (Tab. 1) sowie mit den Löhnen von Angestellten und Arbeitern macht dies deutlich.

	Milch 180 ml (1l)	Reis 1 kg	Thunfisch 100 g	Sojabohnen 1 kg	Weizenmehl 1 kg	Zwiebeln 1 kg	Äpfel 1 kg	Bier 180 ml
1931	8 (44)	15	15	14	13	6	5	9,7

Tab. 1: Einzelhandelspreise von Milch und anderen ausgewählten Lebensmitteln, im Jahr 1931 (in *sen*)

Quelle: NTKK (1987: 402–405)

Die 180 ml-Standardflasche Milch kostete in den 1930er Jahren um die 8 *sen* (NTKK 1987: 403). Umgerechnet auf die heute übliche Verpackungsgröße von einem Liter wären das 44 *sen*. Nimmt man als Vergleichseinheit einen Liter, so war Milch 1931 ungefähr dreimal so teuer wie ein Kilogramm des Grundnahrungsmittels Reis. Für den Preis von einem Liter Milch hätte man 3 kg Sojabohnen oder Weizenmehl kaufen können. Die handelsübliche Menge von 180 ml war immer noch teurer als 1 kg Zwiebeln oder Äpfel. Milch war annähernd so teuer wie Bier, das pro 180 ml knapp 2 *sen* mehr kostete.

Faßt man Milch als Genußmittel auf und vergleicht sie z. B. mit den Angeboten einer Imbißhalle in Ōsaka 1930 (KSK 1997: 30): einer Tasse Kaffee für 5 *sen*, einem Stück Kuchen für 5 *sen*, oder einem Bier für 10 *sen*, so wird deutlich, daß eine im Einzelhandel erworbene 180 ml-Flasche Milch in eine ähnliche Preisklasse gehörte wie Getränke und kleine Speisen in der Gastronomie.

Fraglich ist jedoch, wieviel die Bevölkerung durchschnittlich überhaupt für ein Lebensmittel wie Milch, das nicht zu den Grundnahrungsmitteln zählte, aufwenden konnte. 1931 hatte ein Mittelschichthaushalt im Durchschnitt ein reales Einkommen von monatlich 99,11 Yen (SKKK 1988: 242). Davon wurden knapp 90 %, nämlich 88,26 Yen, wieder ausgegeben, davon 26,34 Yen, also knapp 30 %, für Lebensmittel (SKKK 1988: 246). Umgerechnet gab ein Mittelschichthaushalt pro Tag ca. 87 *sen* für Lebensmittel aus. Der Erwerb von 180 ml Milch entsprach somit immerhin einem Zehntel der täglichen Aufwendungen für Lebensmittel, während eine heute übliche Verpackungsgröße von einem Liter gleich die Hälfte der Ausgaben ausgemacht hätte. Hier wird deutlich, daß Milch nur aufgrund der kleinen Mengen, in denen sie verkauft wurde, preislich nicht außerhalb der Möglichkeiten eines Mittelschichthaushalts lag.

Der Konsumspielraum der Arbeiter war noch enger. Im Jahre 1931 entsprach der Tageslohn einer Arbeiterin von 82 bis 89 *sen* (KSK 1997: 40) ungefähr dem Betrag, den ein Mittelschichthaushalt täglich für Lebensmittel ausgab. Männliche Arbeiter verdienten knapp doppelt soviel, z. B. 1,60 Yen am Tag in der Textilindustrie (KSK 1997: 40). Ein Liter Milch hätte eine Arbeiterin im Jahr 1931 also umgerechnet einen halben Arbeitstag gekostet, für 180 ml mußte sie ungefähr eine Stunde arbeiten. Ein Arbeiterhaushalt, in dem Mann und Frau erwerbstätig waren, hatte ein Einkommen von etwa 73 Yen, also drei Viertel des Einkommens eines Mittelschichthaushalts. Die Konsummöglichkeiten waren für einen Arbeiterhaushalt demnach geringer als für einen Mittelschichthaushalt, und es ist nicht anzunehmen, daß die relativ teure Milch gerade von Arbeitern häufig gekauft wurde. Statistiken über den Konsum von Fleisch, Milch und Eiern zeigen jedoch ein anderes Bild (Abb. 5).

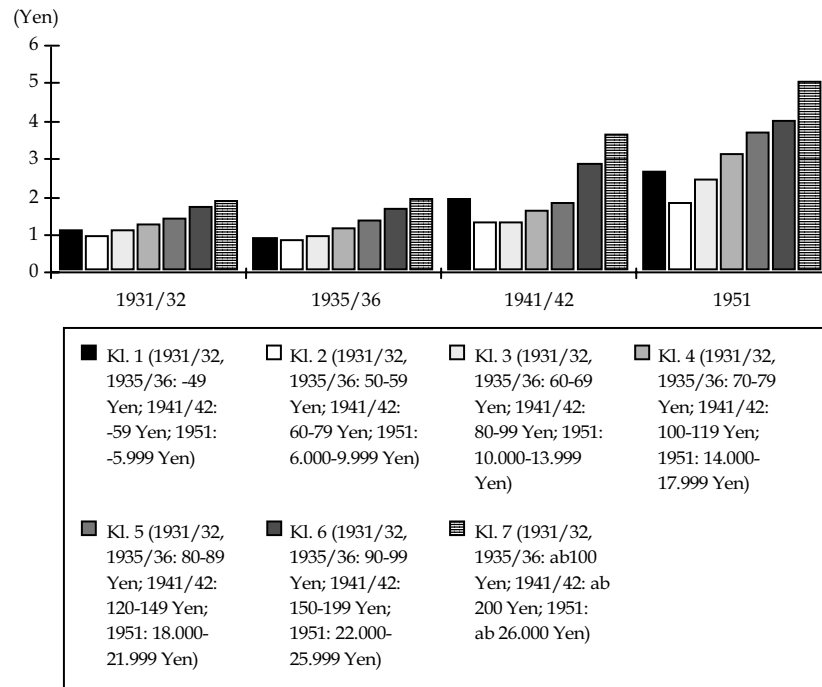


Abb. 5: **Monatliche Ausgaben<sup>6</sup> für Fleisch, Milch und Eier in städtischen Arbeiter- und Angestelltenhaushalten (kinrôsha setai) nach Einkommensklassen, 1931 bis 1951**

Quelle: Eigene Berechnung nach NTK (1958: 302–309)

Der Konsum von Milch, Fleisch und Eiern nimmt gerade nicht selbstverständlich mit steigendem Einkommen zu, sondern beginnt umgekehrt zunächst in der untersten Einkommensklasse auf einem hohen Niveau, fällt in den folgenden mittleren Einkommensklassen 2 und 3 leicht ab und steigt erst in den höheren Einkommensklassen 4 bis 7 wieder an. Besonders deutlich zeigt sich dieses Bild in den Jahren 1941/42: In der untersten Einkommensklasse von bis zu 59 Yen wurden durchschnittlich 2 Yen für Fleisch, Milch und Eier ausgegeben. Dieser Wert wird in den folgenden Klassen 2 bis 5 nicht erreicht und erst ab Klasse 6 mit fast 3 Yen übertroffen.

<sup>6</sup> Die Werte von 1951 wurden durch 12 dividiert. Die Einkommensklassen beziehen sich auf Monateinkommen.

Die Frage nach den sozialen Gruppen bzw. Berufen, die hinter dieser untersten Einkommenklasse mit einem monatlichen Einkommen von höchstens 49 Yen in den 1930er Jahren bis zu 5.999 Yen 1951 jeweils stehen, ist nicht mit letzter Sicherheit zu beantworten. Für die jeweiligen Einkommensbeträge kommen Angehörige verschiedener Berufe mit jeweils unterschiedlichen Lohnabstufungen je nach Alter in Frage. Aus offiziellen Untersuchungen z. B. der Sozialfürsorgeorgane von Tōkyō geht für die 1930er Jahre jedoch grob hervor, daß es sich um Angehörige der sogenannten städtischen Unterschicht (*toshi kasō*) handeln muß: Das Monatseinkommen eines solchen Unterschichtshaushalts betrug 1931 durchschnittlich ca. 35 Yen (Nakagawa 1982: 198), eine andere Untersuchung ergab 1932 für die „Unterstadt“ (*shitamachi*) von Tōkyō, eine typische Wohngegend der einfachen Leute, einen Durchschnitt von ca. 41 Yen (Nakagawa 1982: 200). Aus Erhebungen der 1930er Jahre geht hervor, welche Berufsgruppen sich hinter dem Sammelbegriff „städtische Unterschicht“ verbergen konnten. Es waren darunter 1934 größtenteils Arbeiter in der Metall- und Textilindustrie oder im Baugewerbe, Straßenhändler sowie Tagelöhner (Nakagawa 1986: 299).

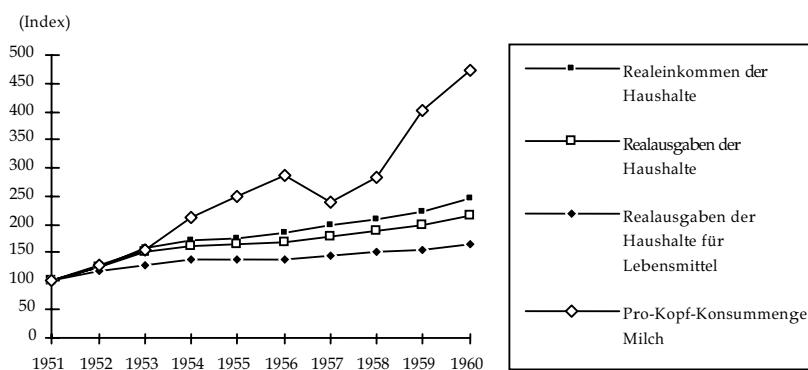


Abb. 6: Entwicklung der Realeinkommen der Haushalte, der Realausgaben, der Ausgaben für Lebensmittel und der Milchkonsummenge, 1951 bis 1960

Quelle: Eigene Berechnung nach AS (1955: 422, AS 1962: 499) und Ogura (1966: 589)

Die Tatsache, daß Milch und andere, als „westlich“ aufgefaßte Lebensmittel gerade auch in sozialen Schichten, die kaum das Geld dafür besaßen, konsumiert wurden, beweist die hohe Wertschätzung, die diesen Lebensmitteln entgegengebracht wurde. Das Bestreben der städtischen Arbeiter,



ihren täglichen Speisezettel so abwechslungsreich wie möglich zu gestalten, geht hieraus hervor.

In der Nachkriegszeit änderten sich die Konsummöglichkeiten der Verbraucher. Das zunehmende Angebot der Milchwirtschaft traf in der Zeit des wirtschaftlichen Wachstums auf erweiterte finanzielle Spielräume. Der Zusammenhang zwischen steigenden Einkommen und vermehrtem Konsum scheint evident. Tatsächlich wuchsen in der Nachkriegszeit sowohl die Realeinkommen als auch die Ausgaben für Lebensmittel und die Milchkonsummenge (Abb. 6).

Die Haushaltseinkommen kletterten in den 1950er Jahren von 100 auf ca. 250, die Ausgaben auf ca. 220 Punkte. Damit stiegen die Ausgaben langsamer als die Einkommen, woraus die sich eröffnenden Konsumspielräume ersichtlich werden. Vergleicht man den Anstieg der Ausgaben für Lebensmittel, welche in diesem Zeitraum weniger deutlich anstiegen als die Gesamtausgaben, mit der Pro-Kopf-Konsummenge von Milch, so zeigt sich, daß der Milchkonsum um das 4,7fache stieg, die Lebensmittelausgaben jedoch nur um das ca. 1,6fache. Der Milchkonsum hat somit unverhältnismäßig stark zugenommen – und das, obwohl Milch zunächst nach wie vor zu den teuren Lebensmitteln zählte (Tab. 2).

	Milch 180 ml (1 l)	Reis 1 kg	Thunfisch 100 g	Sojabohnen 1 kg	Weizenmehl 1 kg	Zwiebeln 1 kg	Äpfel 1 kg	Bier 180 ml
1951	12,79 (70,98)	55,88	27,33	146,67	45,00	25,36	67,12	34,57

**Tab. 2: Einzelhandelspreise von Milch und anderen ausgewählten Lebensmitteln, 1951 (in Yen)**

Quelle: NTKK (1987: 402–405)

1951 war der Milchpreis im Vergleich zu 1931 zwar gesunken. Ein Liter kostete nun nur noch das 1,3fache von einem Kilogramm Reis bzw. das 1,6fache von einem Kilogramm Weizenmehl, oder die Hälfte von einem Kilogramm Sojabohnen. Daraus auf ein preislich bedingtes Ansteigen des Milchkonsums zu schließen wäre jedoch verfrüht. Daß die Milch im Vergleich zu anderen Lebensmitteln billiger wurde, lag in erster Linie daran, daß andere Lebensmittel infolge des Krieges relativ knapper und teurer geworden waren. 1951 lag der Anteil der Ausgaben für Lebensmittel an den Gesamtausgaben eines Mittelschichthaushalts bei über 50 % (SKKK 1988: 241, 246), was die angespannte wirtschaftliche Lage der Haushalte verdeutlicht. Ein Liter Milch machte mit einem Preis von knapp 71 Yen mehr als ein Viertel der täglichen knapp 265 Yen aus, die ein Mittelschichthaushalt durchschnittlich für Lebensmittel ausgab (SKKK 1988: 246). Während die Milch im Verhältnis zu anderen Lebens-

mitteln nun zwar billiger geworden war, hatte insgesamt die Kaufkraft der Haushalte in bezug auf die Grundnahrungsmittel jedoch abgenommen. Von den 87 *sen*, die ein Mittelschichthaushalt 1931 täglich für Lebensmittel ausgab, konnten z. B. 1 kg Reis, 1 kg Sojabohnen, 300 g Thunfisch, 1 kg Zwiebeln und 1 kg Äpfel gekauft werden. Bei gleichem Einkaufszettel hätte dagegen ein Mittelschichthaushalt im Jahre 1951 mit einem täglichen Budget von 265 Yen auf Äpfel, Zwiebeln und 50 g Thunfisch verzichten müssen. Die Vermutung liegt nahe, daß sich die Verbraucher in der Zeit des Mangels zunächst auf den Erwerb der Grundnahrungsmittel konzentriert haben. So war eine 180 ml-Flasche Milch im Bewußtsein der Verbraucher zunächst nach wie vor eine Ware, die nur wohlhabende Haushalte sich leisten konnten (Hatayama 1987: 278). Das insgesamt günstigere Preisverhältnis blieb allerdings langfristig bestehen, so daß der vergleichsweise niedrigere Milchpreis einen zusätzlichen Konsumanreiz bei steigenden Konsummöglichkeiten bedeutete, wie sie sich in Japan in den 1960er Jahren auftaten.

Erst seit den 1960er Jahren gilt Milch als ein zwar eher teures, aber allgemein erschwingliches Lebensmittel. 1962 stellten Ôshima und Shibayama (1962: 1) fest, daß Trinkmilch nun überall in Japan erhältlich sei und besonders von jungen Konsumenten geschätzt werde: „Milch kann nicht mehr als Luxus bezeichnet werden“ (*mohaya zeitaku to wa iwarenai*). Lembke und Schulz (1965: 177) errechneten bei ihrem Japan-Besuch im Jahr 1964, daß „auf die Kaufkraft der Bevölkerung bezogen, Milch in Japan etwa dreimal so teuer ist als in Europa“. Trotzdem wurde sie unverhältnismäßig nachgefragt. Auch hier ist zu erkennen, daß nicht unbedingt ein eindeutiger Zusammenhang zwischen dem Lebensstandard und dem Konsum bestimmter Lebensmittel bestehen muß.

Die Analyse zeigt, daß das Konsumverhalten im Fall der Milch stärker durch den Wert beeinflusst wurde, den die Verbraucher dem Produkt beimaßen, als durch den Preis. In der Marketingforschung wird dieser subjektive Wert (*perceived value*) definiert als ein „*overall assessment of the utility of a product based on perceptions of what is received and what is given*“ (Zeithaml 1987: 20). Das, was sich die japanischen Konsumenten von der Milch versprochen, schätzten sie offensichtlich höher ein als das, was sie dafür bezahlen mußten. Was den Wert eines Produktes in den Augen der Konsumenten ausmacht, ist jedoch nicht nur rein subjektiv und individuell, sondern auch kulturell bedingt und unterliegt zudem dem historischen Wandel. Um dies nachzuweisen, soll den kulturell bedingten Funktionen und dem Symbolgehalt der Milch als den Elementen nachgespürt werden, die zu wesentlichen Teilen den subjektiven Wert dieses Produktes für viele Verbraucher ausmachten.

## 2. FUNKTIONEN UND SYMBOLGEHALT DER MILCH 1920 BIS 1970

Wie waren Funktion und Symbolgehalt der Milch beschaffen, daß sie sich in die Ernährungsgewohnheiten einpassen ließ, und daß sie trotz des hohen Preises in den 1930er und 1940er Jahren auch von Einkommensschwächeren konsumiert wurde?

Der entscheidende Vorteil der Milch lag darin, daß sie vielfältige Funktionen und Konsumentenerwartungen erfüllen konnte. So lassen sich Lebensmittel in die fünf Kategorien Prestige-, Status- und Sicherheitsprodukte, hedonistische und rein funktionale Produkte (Teuteberg 1992: 5) einteilen. Davon deckte die Milch gleich vier Kategorien ab: Als westliches, modernes Lebensmittel war sie insbesondere um die Jahrhundertwende ein Prestigeprodukt, als Genußmittel für die aufkommende urbane Mittelschicht der 1920er und 1930er Jahre ein Statusprodukt, als Heil- und Stärkungsmittel für städtische Arbeiter ein funktionales Produkt und in der Nachkriegszeit als Erfrischungsgetränk für jedermann schließlich auch ein hedonistisches Produkt. Die Integrationsfähigkeit der Milch wurde durch diese Vielseitigkeit entscheidend bestimmt.

### *2.1. Milch als „westliches“, modernes Prestigeprodukt*

Obwohl sich der Verzehr von Milch in Japan bereits seit dem 7. Jahrhundert nachweisen läßt, gilt Milch – wie auch Brot, Eier und Fleisch – als „westliches“ Lebensmittel, da sich der Konsum erst nach der Öffnung des Landes Mitte des 19. Jahrhunderts unter dem Einfluß westlicher Vorbilder durchsetzte. So erlernte ein gewisser Maeda Tomekichi in Yokohama das Melken von dort ansässigen Holländern und eröffnete 1863 das erste japanische Milchgeschäft (Yumoto 1996: 288). In der Meiji-Periode (1868–1912) galten Milch und Rindfleisch als Symbole für *bunmei kaika*, für Zivilisation und Aufklärung (Ōshima 1971: 160). Dementsprechend wurde Milch zunächst in sozialen Schichten konsumiert, die sich in ihren Lebensgewohnheiten einer westlich inspirierten Modernität verschrieben hatten, und das waren zumeist urbane Oberschicht Haushalte. Der Milchkonsum dehnte sich im Lauf der 1920er und 1930er Jahre auch auf Unterschicht Haushalte aus, blieb aber größtenteils auf die urbanen Zentren beschränkt und wies bis in die Nachkriegszeit hinein ein deutliches Stadt-Land-Gefälle auf (Abb. 7).

1926 wurde in den ländlichen Gebieten pro Kopf täglich durchschnittlich 2,4 g an Milch und Milchprodukten verbraucht, während die Verbrauchsmenge in den Städten viermal höher war. Das Stadt-Land-Gefälle kehrte sich nach dem Zweiten Weltkrieg, als die Versorgungslage – und

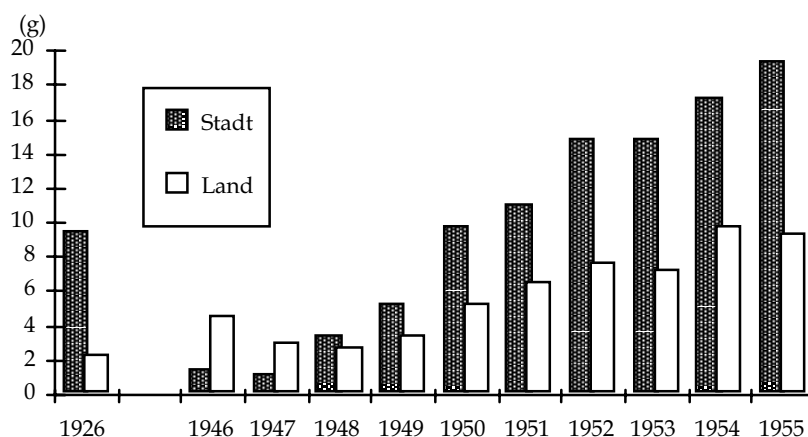


Abb. 7: Tageskonsum an Milch und Milchprodukten pro Kopf in ländlichen und städtischen Gebieten, 1926 und 1946 bis 1955

Quelle: NTK (1958: 319)

somit auch das Milchangebot – auf dem Land ungleich besser war als in den Ballungszentren, kurzzeitig um. Seit 1949 wird in den Städten wieder mehr Milch verbraucht als auf dem Land. Seit 1950 betrug das Verhältnis ungefähr 2:1, d. h. 1955 standen den 19,5 g Milch und Milchprodukten eines städtischen Verbrauchers die 9,5 g eines Landbewohners gegenüber.<sup>7</sup> Milch als Bestandteil westlicher Ernährungsgewohnheiten hielt so zunächst Einzug in die städtischen Haushalte, in denen man eher mit einer westlich orientierten Lebensweise experimentierte, die u. a. auch den gelegentlichen Konsum von Brot und Kaffee vorsah.

Besonders in der Vorkriegszeit wies die Milchwerbung häufig Attribute auf, die mit Modernität assoziiert wurden. So zeigt eine Zeitungswerbung für die US-Pulvermilch Klim („*Kurimu*“, Abb. 8) Anfang der 1930er Jahre das Foto einer jungen, westlich gekleideten Frau, die eine moderne Kurzhaarfrisur und einen Hut im Stil der zwanziger Jahre trägt. Ein horizontaler Schriftzug auf der linken Seite wendet sich „an die Mütter der neuen Zeit“ (*shin-jidai no okāsama-gata e*), die ihren Kindern die „ideale Kinderernährung“ (*risōteki ikuji eiyōryō*) zum Schutz vor Krankheiten verabreichen sollen. Hier zeigt sich deutlich die Verbindung von Modernität und der

<sup>7</sup> Regionale Unterschiede im Milchkonsum blieben in der gesamten Nachkriegszeit bestehen und haben sich erst im Lauf der 1970er Jahre angeglichen (NKS 1982: 183).

angestrebten Verbesserung der Lebensumstände, wie sie in der Werbung als Versprechen an die Verbraucher eingesetzt wurde.

Auch in der Nachkriegszeit knüpfte die Milchwirtschaft an das „westliche“ Image an. 1964 brachte Morinaga Nyūgyō die erste Milch im neuheitlichen Tetrapak auf den Markt. Für diese „Toppu Kuoriti Morinaga A Miruku“ wurde zunächst ausschließlich per Postwurfsendung geworben, und die Werbeztel wurden nur in gehobeneren Wohngegenden in Tōkyō, an Luxusrestaurants und an die Haushalte westlicher Ausländer verteilt

Abb. 8: Zeitungswerbung für die Import-Pulvermilch Klim, Anfang der 1930er Jahre

Quelle: Mitsunaga (1933: 157)

(MN 1967: 299), so als wollte man sich erst in den konventionellen Kundenkreisen des erfolgreichen Absatzes des neuen Produktes vergewissern, bevor es der gesamten Bevölkerung angeboten werden könnte.

Der „westliche“ Symbolgehalt allein kann allerdings nicht als ausreichende Erklärung für die Aneignung der Milch gelten. Obwohl der Milch das westliche Image sicherlich förderlich war, so gibt es doch auch Gegenbeispiele, deren Scheitern beweist, daß mehrere Faktoren zusammentreffen müssen, um einem Lebensmittel einen Platz in den Ernährungsgewohnheiten zu schaffen. So sollte beispielsweise auch Schaffleisch seit Ende des 19. Jahrhunderts nach westlichem Vorbild in Japan eingeführt werden, und noch 1950 gab es in Japan mehr Schafe (ca. 360.000) als Milchkühe (ca. 200.000). Während die Milchviehzucht aufgrund der wachsenden Nachfrage jedoch expandierte, wurde die Schafzucht in den 1960er Jahren aufgegeben. Der Landwirtschaftsexperte Magnus (1966: 21–23) fand in seiner Überblicksstudie zur japanischen Landwirtschaft keinen triftigen Grund hierfür und stellte schlicht fest: „Das Schaffleisch ist dem Japaner fremd geblieben“. Im Unterschied zu Schaffleisch war es die Amбивalenz der Milch, die immer auch als gesundheitsfördernd galt, die ihr zur Durchsetzung verhalf.

## *2.2. Milch als Heil- und Stärkungsmittel und als functional food*

Aus dem westlich-modernen Symbolgehalt der Milch leitet sich ihre Funktion als Heil- und Stärkungsmittel ab. Zwar wurde Milch in Japan immer als Heilmittel begriffen: von der Verleihung des Adelstitels „Medizin-omi von Yamato“ (*Yamato kusushi no omi*) im siebten Jahrhundert an die Familie, die die Techniken des Melkens und der Milchverarbeitung nach Japan brachte (Shinsen shōjiroku 1970: 285) über die Sitte der Nara- (710–784) und Heian-Zeit (794–1185), daß hochgestellte Beamte im Krankheitsfall vom Tennō Milchprodukte als Geschenk erhielten (Higuchi 1979: 156), bis hin zu den Schogunen des 19. Jahrhunderts (Ochi 1992: 115), die Milchviehzucht betreiben ließen und Milch als Medizin verzehrten.

Es scheint jedoch zweifelhaft, daß den frühen bürgerlichen Verbrauchern um die Jahrhundertwende diese jahrhundertealte Tradition bewußt gewesen sein soll. Tatsache ist, daß die Milch ihre Funktion als Heilmittel zwar behielt, daß sich die Legitimation dafür aber nun aus einer anderen Quelle speiste. Milch wurde als „westliches“ Lebensmittel aufgefaßt und erfuhr als solches eine besondere Wertschätzung auch als Heilmittel. Dies teilte sie mit anderen westlichen Produkten wie z. B. dem Wein, der ursprünglich genau wie die Pulvermilch in Apotheken verkauft wurde (Yamamoto 1976: 85). Die Verbindung „westlich = Heilmittel“ war so eng

geknüpft, daß in den Apotheken anfänglich nur Platz für ausländische Marken war (MN 1967: 512), da nur diesen der Nimbus eines Heilmittels anhaftete. Morinaga Nyûgyô hatte deshalb in den 1920er Jahren bei der Markteinführung der ersten japanischen Pulvermilch mit dem Problem zu kämpfen, daß die Verbraucher glaubten, es handele sich um eine Süßigkeit bzw. um eine Zutat zur Herstellung von Kuchen. Erst nachdem es Morinaga Nyûgyô 1925 gelungen war, bei den marktbeherrschenden Arzneimittelkonzernen in Tôkyô das Recht zu erwerben, Pulvermilch in den ihnen angeschlossenen Apotheken zu vertreiben, begannen die Verbraucher, die Pulvermilch von Morinaga Nyûgyô als ebenso gut wie die bis dahin bekannten ausländischen Produkte zu akzeptieren (MN 1967: 44).

Morinaga Nyûgyô entwickelte darüber hinaus eine Werbestrategie, die sich aus den Komponenten *ikuji* [Kinderaufzucht], *yakugyô* [Arzneimittelgewerbe] und *eiyo* [Nährwert] zusammensetzen sollte. Neben den üblichen Werbeaktionen mit Plakaten, Zeitungsreklame usw. gehörte die Einrichtung von „Beratungsstellen für die Kinderaufzucht“ (*ikuji sôdanshitsu*) (MN 1967: 76) zu dieser Strategie. Stolz behauptet Morinaga Nyûgyô in der Firmengeschichte, daß man mit der Vitamin-Pulvermilch zur Senkung der Säuglingssterblichkeit beigetragen habe (MN 1967: 235), eine Aussage, die den Anspruch der Firma auf ihren Beitrag zur Gesundheit der gesamten Bevölkerung verdeutlicht.

Der gesundheitliche Wert der Milch wurde jedoch nicht nur von den Molkereibetrieben, sondern auch von Ernährungswissenschaftlern und regierungsamtlichen Stellen seit den 1920er Jahren propagiert. Die japanische Ernährung wies zu jener Zeit gravierende strukturelle Mängel auf, die nicht allein durch den niedrigen Lebensstandard zu erklären waren, sondern auch aus der kulturell bedingten unverhältnismäßigen Bevorzugung des Reises erwachsen. In den 1920er und 1930er Jahren konnte jeder Japaner durchschnittlich eine ausreichende Kalorienmenge zu sich nehmen, aber durch den hohen Reisanteil wurden zu viele Kohlenhydrate und zu wenig Eiweiß und Fette verzehrt (Huch 1938: 108) (Abb. 9).

Gegenüber der von der Ernährungswissenschaft der 1920er Jahre als Ideal errechneten Nahrungszusammensetzung mit einem 74,2 %-Anteil an Kohlenhydraten bestand die tatsächliche durchschnittliche Nahrung zu 83,5 % daraus und enthielt also knapp 40 g zuviel davon. Dagegen wurden ebenfalls knapp 40 g zuwenig Fette und ca. 30 g zuwenig Eiweiß verzehrt. Dieser Zustand der Fehl- und Mangelernährung führte zur Ausbreitung spezifischer Krankheiten: In den 1930er Jahren rangierten in Japan durch Fehlernährung verursachte Darmkrankheiten als Todesursache auf Platz 1 noch vor der Tuberkulose, die gewöhnlich an der Spitze internationaler Statistiken stand (Huch 1938: 105).

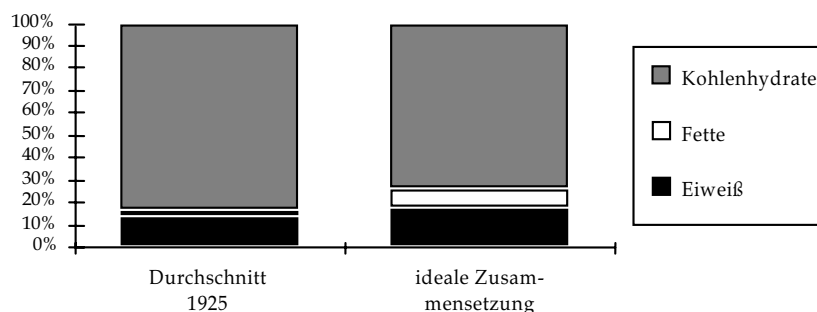


Abb. 9: Tatsächliche und ideale Zusammensetzung der japanischen Nahrung

Quelle: Huch (1938: 110)

Um die Gesundheit der Bevölkerung zu verbessern, propagierten japanische Ernährungswissenschaftler den vermehrten Konsum von Milch. Huch (1938: 47–48) zitiert eine Tabelle, die vom Japanischen Ernährungsinstitut (Eiyō Kenkyūsho) herausgegeben wurde. Beispielhaft für „billige[n] und gesunde[n] Nahrung“ werden darin Modellmenüs für ein Frühstück, ein Mittag- und ein Abendessen vorgestellt. Das Frühstück besteht ganz aus traditionellen japanischen Zutaten, während für das Mittagessen neben Reis und Lachs ein Gemüsesalat vorgeschlagen wird, dessen Zubereitung 20 g Milch und 5 g Butter erfordert. Auch für das Abendessen sollten 20 g Butter verwendet werden. Diese Zusammenstellung zeigt, daß japanische Ernährungswissenschaftler praktische Verwendungsmöglichkeiten von Milch und Butter für den Alltag erarbeiteten, deren Umsetzung den Verbrauchern nahegelegt werden konnte.

Milchpropaganda wurde z. B. auch in Lexika wie dem „Volkslexikon“ (Kokumin hyakka daijiten), einem 14bändigen Konversationslexikon, betrieben. 1934 heißt es darin unter dem Stichwort *gyūnyū* [Milch], ein Kind solle pro Tag einen Liter und ein Erwachsener einen halben Liter Milch trinken (KHD 1934: 4892). Von der auch nur annähernden Verwirklichung dieser Empfehlung war man aber zur Zeit der Erscheinung des Lexikons weit entfernt, wie die tatsächlich pro Tag konsumierte Menge von ca. 10 g in den Jahren 1932/36 (Abb. 2) beweist. Schlägt man im selben Lexikon (KHD 1934: 19459) unter *miruku* [Milch] nach, so finden sich die zwei Komposita *miruku sheeki* und *miruku tōsuto*. Der erste Eintrag beschreibt nur kurz die Zubereitung eines Milch-Shakes. Im zweiten werden die Zubereitungsmöglichkeiten der Speise *miruku tōsuto* erklärt: „1) In Milch eingetunkter Toast. 2) Eine weiße Sauce aus Weizenmehl, Butter und Milch herstellen, einen Toast damit bestreichen und servieren.“ Und dann folgt



der Hinweis: „Beides ist zum Frühstück oder auch als Diätahrung für Alte und Kranke zu verwenden“, was wiederum die Funktion der Milch als Heil- und Stärkungsmittel unterstreicht.

Milch als gesundheitsförderndes Mittel findet sich auch als Motiv in der zeitgenössischen Literatur. In dem 1930 in deutscher Übersetzung erschienenen Arbeiterroman „Die Strasse ohne Sonne“ von Tokunaga Sunao liegt ein verwundeter Arbeiterführer mehrere Tage und Nächte im Fieber auf seinem Krankenlager. Er wird von einer jungen Arbeiterin gepflegt, die ihm, sobald er aus seinen Fieberträumen erwacht, als erste Nahrung eine Tasse warme Milch einflößt (Tokunaga 1930: 223–224). Hier erscheint die Milch als Heil- und Stärkungsmittel, die auch im Arbeitermilieu als solches verwendet wurde. Diese Szene unterstützt die Erkenntnis, die bereits über den Zusammenhang zwischen Einkommen und Milchkonsum in den 1930er und 1940er Jahren gewonnen wurde: Trotz der schlechten wirtschaftlichen Lage der meisten Arbeiter und ihrer Zuordnung zur städtischen Unterschicht zählten sie durchaus zur Klientel der Milchwirtschaft. Diese hatte das auch erkannt und ihre Werbung auf diesen Kundenkreis abgestimmt: Eine Zeitungswerbung warb mit dem zentralen Motiv eines Arbeiters in den 1930er Jahren für Trinkmilch von Morinaga Nyūgyō (Abb. 10).

Der abgebildete Arbeiter trägt einen Arbeitsanzug, seine Berufszugehörigkeit wird dadurch kenntlich. Seine Körperhaltung strahlt Dynamik, Kraft und Entschlossenheit aus, die ausgestreckten Arme und Beine werden vom Bildrand nicht mehr erfaßt. Auf der linken Seite ist eine überdimensionale Milchflasche abgebildet, die leicht zur Seite geneigt ist und sich dadurch der Dynamik des zentralen Motivs anpaßt. Der quer über die Fläche gezogene Werbespruch dazu lautet: „Dieser Nährwert bringt Leistungssteigerung“ (*nōritsu zōshin wa kono eiyō kara*). Gerade den körperlich Arbeitenden versprach die Milch eine allgemeine Verbesserung ihrer Konstitution und eine Stärkung der Kräfte.

Im Gegensatz zu diesen Erkenntnissen stehen Berichte deutscher Japanreisender aus den 1930er Jahren, in denen häufig erwähnt wird, in welchen bescheidenen Verhältnissen japanische Arbeiter lebten. Ihre Lebensweise wird dabei gelegentlich zum edlen Verzicht auf individuellen Luxus zugunsten des Wohles aller verklärt, so auch bei Lajtha (1936: 138): „Der japanische Arbeiter ... kann sich zwar kein Fleisch, nicht viel Milch, auch weder Butter noch Käse leisten. Aber er wünscht diese Dinge auch nicht.“ Dieser Unterstellung widerspricht die Tatsache, daß gerade die unteren Einkommensklassen die teure Milch besonders schätzten. Auch Ōshima und Shibayama (1962: 8–9) betonen, daß in den Arbeitervierteln der Großstädte mehr Milch getrunken worden sei als in den gehobeneren Wohngebieten. Die Tatsache, daß die Milch trotz der bescheidenen Verhältnisse



Abb. 10: Zeitungswerbung für Trinkmilch von Morinaga Nyūgyō, 1930er Jahre  
Quelle: MN (1967: 268)

überhaupt gekauft wurde, belegt den hohen Wert, der ihr als Heil- und Stärkungsmittel zugemessen wurde, und daß aufgrund ihres positiven Images sehr wohl eine Nachfrage auch in weniger begüterten Bevölkerungsschichten bestand, was die soziale Aneignung der Milch entscheidend erleichtert hat. Die Milchwissenschaftler Lembke und Schulz (1965: 177, 179) stellten noch in den 1960er Jahren fest, „daß die Milch für die japanische Bevölkerung ausschließlich ein Produkt zur Verbesserung der

Gesundheit“ sei, und daß sie deshalb trotz ihres relativ hohen Preises gekauft werde.

Auch in der Nachkriegszeit wurde der Verzehr von Fleisch und Milch weiterhin offiziell empfohlen, um den nach wie vor bestehenden Proteinmangel der japanischen Ernährungsweise auszugleichen (Nôbunkyo 1976: 8). So initiierte die Regierung unter Federführung des Gesundheitsministeriums (*Kôsei-shô*) Anfang der 1950er Jahre eine „Bewegung zur Verbesserung der Ernährung“ (*eiyo kaizen undô*), um Wissen über moderne Ernährung in der Bevölkerung zu verbreiten. In einzelnen Städten und Präfekturen wurden spezielle Ernährungsberater eingestellt, die Unterricht gaben, Ausstellungen organisierten, Druckschriften und Filme herstellen ließen. Mobile Modellküchen fuhren bis in entlegene Dörfer. Ernährungswissenschaftler und Mediziner äußerten sich in Zeitschriften, Zeitungen und im Radio (Nôbunkyo 1976: 41–42). Am direktesten wurde die Bevölkerung jedoch durch die Schulmilch erreicht, die auf breite Zustimmung bei den Eltern stieß.

Obwohl als Mittel zur Verbesserung der Gesundheit gedacht, gestaltete sich hier die Verabreichung von Milch nicht unproblematisch, was die körperliche Verträglichkeit anging. 1949 bekamen 55 Schulen im Rahmen eines Modellversuchs eine Magermilchpulverspende von UNICEF, woraus jeder Schüler 0,8 l Milch pro Tag erhielt. Ein ehemaliger Schuldirektor erinnert sich, daß die Schüler anfangs dreimal täglich einen Becher Milch leeren mußten, was zu Durchfall und Magenschmerzen geführt habe (Kishi 1996: 30, NKS 1982: 251) – eine normale Reaktion laktoseintoleranter Personen. Dennoch hielt man an der Milch fest, reduzierte allerdings die Menge auf das besser verträgliche tägliche Maß von 180 ml. Obwohl die Hilfen aus den USA 1951 eingestellt wurden, entschloß sich die japanische Regierung zur Fortführung des Schulmilchprogramms. Die entstehenden Kosten übernahm der Staat zunächst ganz, ab 1952 nur noch teilweise, so daß seither auch die Eltern für die Schulspeisung aufkommen müssen (Takeuchi 1962: 100). Inhalte und Preis der Schulspeisung variierten landesweit je nach Einkommenslage der Elternhäuser im Einzugsgebiet der Schulen. Im Extremfall, wie im armen Kohlerevier in Fukuoka, konnte außer einem Glas Milch nichts angeboten werden (Takeuchi 1962: 103). Diese Tatsache unterstreicht wiederum die große Bedeutung, die der Milch beigemessen wurde. Milch war unverzichtbarer Bestandteil der Schulspeisung und kam fast zu jeder Mahlzeit auf den Tisch (Tab. 3).

Datum	Menü
2.	Milch, gebratene Nudeln
3.	Milch, Tofu, Gemüse
4.	Milch, Margarine, Walfleisch-Curry
5.	Milch, Chop Suey
6.	Milch, gebratenes Walfleisch mit Ketchup
9.	Eiskrem, Schweinefleischartopf
10.	Milch, Süßkartoffeln, Curry
11.	Milch, Fischsalat
12.	Milch, Tofu
13.	Milch, Fisch
16.	Erdnußkrem, „russische Suppe“
17.	Milch, Spaghetti

Tab. 3: Auszug aus dem Speiseplan der Shimohirama-Grundschule in Kawasaki/Präfektur Kanagawa, Oktober 1961

Quelle: Takeuchi (1962: 102)

Bei der Betrachtung der Menüzusammenstellung in einer Grundschule in Kawasaki/Präfektur Kanagawa vom Oktober 1961 fällt auf, daß fast jeden Tag Milch gereicht wurde. Dabei scheint es keine Rolle zu spielen, ob dieses Getränk – nach westlichen Maßstäben – gut zu den Speisen paßt: So erscheint die Zusammenstellung von Milch und Walfleisch unter kulinarischen Gesichtspunkten als sehr gewagt, und obwohl Milch als „westliches“ Lebensmittel galt, wurde sie auch zu traditionellen einheimischen Gerichten wie Tofu gereicht. Bei der Beurteilung derartiger Menüs muß berücksichtigt werden, daß sie in erster Linie nach ernährungsphysiologischen Gesichtspunkten zusammengestellt wurden, wobei kulinarische Aspekte in den Hintergrund traten. Die häufige Verabreichung von Milch ist allerdings noch auf einen anderen Grund zurückzuführen: An der Menüplanung wirkten nicht nur Ernährungsexperten, sondern auch die Mütter der Schulkinder mit. Obwohl an der erwähnten Grundschule im Oktober 1961 schon zu 18 von 22 Mahlzeiten Milch gereicht wurde, verlangten die Mütter nach noch mehr Milch, die sie als „komplette Nahrung“ betrachteten (Takeuchi 1962: 102). Das zeigt, daß Milch nicht als bloßes Getränk im Sinne eines Durstlöschers betrachtet wurde, sondern daß sie den Müttern offensichtlich als gehaltvolles Lebensmittel galt, das ein unverzichtbarer Bestandteil der Kinderernährung sein sollte.

Der besondere Stellenwert der Milch als Heilmittel hatte schon in der Vorkriegszeit zur Weiterentwicklung der Milch zu einem *functional food*, einem sogenannten funktionellen Lebensmittel, geführt. Darunter ist eine Mischform aus Arznei- und Lebensmittel zu verstehen. „Funktionelle Lebensmittel erheben den Anspruch besondere, wissenschaftlich abgesicherte physiologische Effekte nach dem Verzehr auszuüben und dadurch die Gesundheit zu fördern“ (Rechkemmer 1999: 1). Drei Kriterien muß ein Lebensmittel erfüllen, um in Japan als funktionell zu gelten: 1) Herstellung aus natürlichen Zutaten, 2) möglichst täglicher Verzehr als integraler Bestandteil der Ernährung, 3) Übernahme einer spezifischen Funktion im Stoffwechsel, bspw. Prävention von Krankheiten oder Regulation der körperlichen Rhythmen (Rechkemmer 1999: 2).<sup>8</sup> Eins der bekanntesten Produkte, das unter diese Definition fällt, ist das heute weltweit vertriebene Getränk Yakult, das 1935 von dem Mediziner Shirota Minoru in Kyōto entwickelt wurde. Es enthält ein Milchsäurebakterium als Wirkstoff und wurde zunächst in der Privatklinik von Shirota als Heilmittel eingesetzt. Nach der Erprobungsphase begann er mit der Vermarktung, denn: „Bei der Vorbeugung und Behandlung von Krankheiten wie Ruhr und Typhus erzielte er ... so große Erfolge, daß immer mehr Menschen in den Genuß des gesundheitsunterstützenden Getränkes kommen wollten“, wie es idealisierend in einer Firmeninformation heißt (Yakult 1999: 4). Deutlich tritt der Anspruch des Konzerns hervor, zur Gesundheit der Menschen beitragen zu wollen. Yakult dürfte somit eines der frühesten Produkte sein, das zur Sparte der funktionellen Lebensmittel zu rechnen ist.

Etwa zeitgleich mit Shirota brachte Morinaga Nyūgyō 1937 eine funktionelle Milchsorte auf den Markt. Es handelte sich um das erste sog. „angereicherte“ (*kyōka sareta*) Milchprodukt: gewöhnliche Trinkmilch, die einer starken ultravioletten Strahlung ausgesetzt wurde, um den Gehalt an Vitamin D zu steigern (MN 1967: 124). Diese Beispiele belegen, daß in Japan schon in der Vorkriegszeit mit Milch lebensmitteltechnisch experimentiert wurde, was erstaunlich ist für ein Land, in dem Milch traditionell kaum konsumiert wurde. Gerade diese mangelnde Tradition aber erklärt die frühe Weiterentwicklung der Milch zum funktionellen Nahrungsmittel, denn ihre Stellung am Rande der Ernährungsgewohnheiten und ihre Funktion als Heil- und Stärkungsmittel ließen lebensmitteltechnische Eingriffe zur Erhöhung des Gesundheitswertes nur konsequent erscheinen.

Nach dem Zweiten Weltkrieg erweiterte der Technologietransfer aus den USA auch die Möglichkeiten der Lebensmitteltechnik, so daß die Milchindustrie neue Produkte entwickeln konnte. Morinaga Nyūgyō

---

<sup>8</sup> Diese Informationen verdanke ich der Deutschen Gesellschaft für Ernährung in Frankfurt.

brachte in den 1950er Jahren eine Reihe lebensmitteltechnisch veränderter Milchsorten auf den Markt: 1950 die Pulvermilch Beta Dorai (MN 1967: 141) und 1952 die Homo Gyūnyū, die erste japanische homogenisierte Milch. Beiden Milchsorten waren Vitamine zugesetzt (MN 1967: 151). 1953 folgte die Pulvermilch Beta Dorai Miruku, der sowohl Vitamine als auch Beta-Galaktose zur besseren körperlichen Verträglichkeit beigefügt waren (MN 1967: 147). Den deutschen Milchwissenschaftlern fielen 1964 weitere funktionelle Milchsorten auf: zwei der fünf Standard-Milchsorten, nämlich die „Trinkmilch A“ und die „homogenisierte Milch“, seien mit Vitamin D angereichert. Es werde auch eine mit Citrat versetzte, sog. „Mineralmilch“ verkauft (Lembke und Schulz 1965: 177). Außerdem fanden sie eine „ganze Anzahl“ saurer Stärkungsgetränke wie Katsugen und Yakult erwähnenswert, die in Fläschchen zu 30 und 60 ml angeboten wurden. Allein Yakult setzte 1964 täglich 5,5 Mio. Fläschchen in Japan ab (Lembke und Schulz 1965: 179), so daß rechnerisch etwa jeder 17. Japaner<sup>9</sup> täglich eines davon leerte.

### 2.3. Milch als Genußmittel und Erfrischungsgetränk

Parallel zur Verwendung der Milch als Heilmittel entwickelten sich Konsumformen, die den Genußwert der Milch kultivierten. Warme Milch war schon im 1888 eröffneten ersten Kaffeehaus Japans in Tōkyō zu bekommen, wo sie mit 2 *sen* pro Tasse fast doppelt so teuer war wie eine Tasse Kaffee für 1 *sen* 5 *rin* (KSK 1997: 69). In Tōkyō existierte seit 1881 ein Milchlieferdienst für Privathaushalte, 1887 gab es dort 150 Milchgeschäfte, und um die Jahrhundertwende entstanden die *miruku hōru* („Milchhallen“) (Yumoto 1996: 288–289). Es handelte sich dabei um Cafés, in denen warme, gesüßte Milch ausgeschenkt wurde und Bücher und Zeitschriften zur Lektüre auslagen. Die Blütezeit der „Milchhallen“ fiel in die 1920er Jahre, als sich eine urbane Mittelschicht aus Angestellten und Intellektuellen herausbildete. Die Ausbreitung der Kaffeehäuser (*kissaten*) mit Kaffee- und Milchausschank in den 1930er Jahren verdrängte die Milchhallen langsam (Matsuo 1986: 61–62). Milch wurde in der Vorkriegszeit als Genußmittel der bürgerlichen Mittelschicht kultiviert, das an eigens dafür eingerichteten Orten in Muße verzehrt wurde – ähnlich wie Kaffee im Europa des 18. und 19. Jahrhunderts.

Die Funktion der Milch als Süßigkeit läßt sich auf den hohen Anteil, den die üblicherweise gezuckerte Kondensmilch innerhalb der Gesamtmenge von Milch und Milchprodukten einnahm, zurückführen. Zu Beginn des

---

<sup>9</sup> Im Jahre 1964 hatte Japan 97.186.000 Einwohner (AS 1967: 246).

20. Jahrhunderts war Kondensmilch die vorrangige Produktform neben der frischen Trinkmilch (Abb. 11).

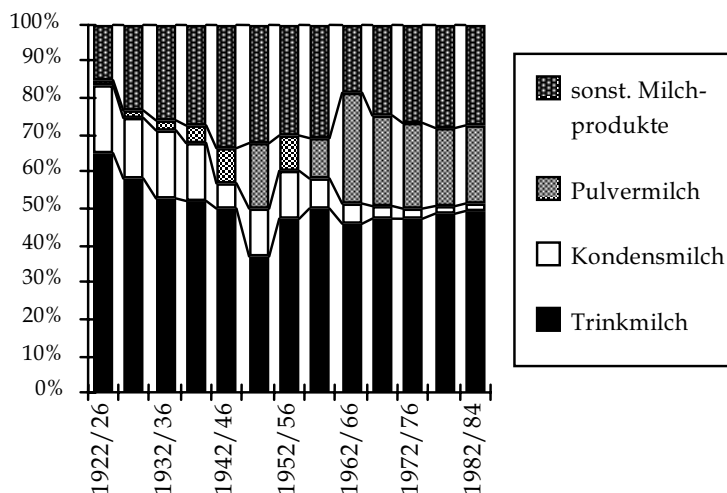


Abb. 11: Verwendungszwecke der produzierten Frischmilchmenge, 1922/26 bis 1982/84

Quelle: Matsuo (1986: 84)

Nahm der Anteil der Trinkmilch von 1922/26 bis in die 1980er Jahre hinein stets ungefähr die Hälfte der Produktionsmenge der Milch und Milchprodukte ein, so tauschte die Kondensmilch in der Nachkriegszeit mit der Pulvermilch die Plätze. Während die Kondensmilch in der Vorkriegszeit den zweitgrößten Anteil von etwa 15 % einnahm und die Pulvermilch mit etwa 3 % kaum ins Gewicht fiel, beträgt der Pulvermilchanteil seit 1962/66 20 bis 30 % und der Anteil an Kondensmilch ging auf unter 5 % zurück.

Der anfänglich hohe Anteil von Kondensmilch läßt sich auch an der Bedeutungsverschiebung des Wortes *miruku* zur Bezeichnung von Milch ablesen. Anfang des Jahrhunderts wurde es ausschließlich als Abkürzung des englischen Lehnwortes *kondensu miruku* zur Bezeichnung von Kondensmilch gebraucht. So erinnert sich Sugiyama Isao, Apotheker aus Okazaki/Präfektur Aichi: „Als ich 1914 mit dem Geschäft anfang, gab es an Säuglingsnahrung frische Milch oder Kondensmilch. Der Name ‚*miruku*‘ wurde nicht für Frischmilch, sondern ausschließlich für Kondensmilch verwendet.“ (MN 1967: 507). Mit dem Bedeutungsverlust der Kondensmilch in den Konsumgewohnheiten nach dem Zweiten Weltkrieg ging die Bezeichnung *miruku* auf Milch im allgemeinen über und wird gegenwärtig synonym zum japanischen Wort für Milch *gyūnyū* verwendet.

Kondensmilch diente, ebenso wie Frischmilch und nach dem Krieg auch Pulvermilch, in erster Linie als Säuglingsnahrung. Darüber hinaus beeinflusste sie den Geschmack der Verbraucher nachhaltig. Der überwiegende Teil der Kondensmilch war gezuckert, und die Erwartung eines süßen Geschmacks wurde auf Frischmilch übertragen, so daß die Sitte entstand, etwas Zucker in die Milch zu rühren, bevor man sie trank. Das hatte den Vorteil, daß sich der offensichtlich als unangenehm empfundene Geruch der frischen Milch ein wenig verflüchtigte (Yamamoto 1976: 85). Milch wurde in der Regel warm getrunken (Davis 1934: 366), konnte also durchaus einen deutlich wahrnehmbaren Geruch entwickeln. Jedoch nicht nur die individuellen Verbraucher süßten ihre Trinkmilch, sondern auch die Milchindustrie entwickelte bereits in den 1920er Jahren ein breites Angebot an süßen Milchkischgetränken. Mitte der 1920er Jahre brachte Morinaga Nyūgyō die Produkte Kaffeemilch, Kakaomilch und Süßmilch auf den Markt.

In der Nachkriegszeit verlor Milch ihre Funktion als Genußmittel. Dies läßt sich vor allem daran ablesen, daß man frische Trinkmilch nun nicht mehr warm, sondern gekühlt verzehrte. Milch entwickelte sich zum populären Erfrischungsgetränk. Dieser neue Status läßt sich daraus ableiten, daß Milch nun abhängig von der Jahreszeit konsumiert wurde: Generell wurde im Sommer mehr Milch konsumiert als im Winter (Inoue 1969: 226; Ōshima 1971: 170), und im relativ kühlen Sommer des Jahres 1968 sank der Milchkonsum spürbar (NNNK 1969: 181). Statistisch nachweisen läßt sich dieser Trend bereits in den 1950er Jahren anhand der Verkaufszahlen der homogenisierten Trinkmilch (*homo gyūnyū*) von Morinaga Nyūgyō, also einer neutralen, d. h. ungesüßten Trinkmilch (Abb. 12).

Von 1953 bis 1957 machte die Verkaufsmenge der homogenisierten Milch im Winterhalbjahr immer nur etwa drei Viertel der Menge des Sommerhalbjahrs aus: während 1953 im Sommer 120 t abgesetzt wurden, waren es im Winter nur 92 t, 1957 wurden im Sommer 221 t verkauft, im Winter aber nur 173 t.

Die Popularisierung des Milchkonsums und die Entwicklung der Milch zum Erfrischungsgetränk wurde durch eine besondere Marketingstrategie der großen Milchkonzerne gefördert. 1958 entwickelte Morinaga Nyūgyō gemeinsam mit Mitsubishi Denki eine mobile, gekühlte Schauvitrine zum Verkauf von Milch und Milchprodukten. Diese Schauvitрины wurden nicht nur in Geschäften des Lebensmitteleinzelhandels aufgestellt, sondern auch in Bahnhöfen, Imbißhallen (*shokudō*) oder Vergnügungsparks. Mitte der 1960er Jahre war ihre Zahl auf 400.000 bis 500.000 gestiegen (MN 1967: 298). Der Verzehr von Milch wurde so in die Straßenöffentlichkeit getragen, Milch wurde zum jederzeit leicht erhältlichen Getränk. Das fiel auch den Besuchern aus Deutschland als Besonderheit auf: „Auf



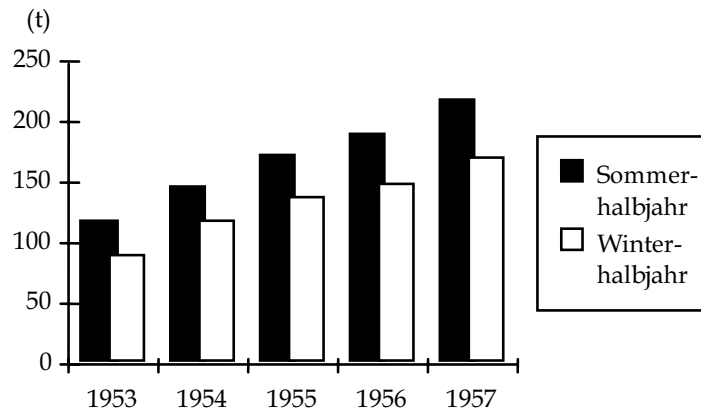


Abb. 12: Verkaufsmenge der homogenisierten Trinkmilch (Homo Gyönyü) von Morinaga Nyûgyô, Sommer- und Winterhalbjahre 1953 bis 1957

Quelle: MN (1967: 282)

einem Bahnsteig in Hiroshima gab es allein an drei Kiosken Milchgetränke“ (Lembke und Schulz 1965: 178). An den Schauvitrienen wurden neben Trinkmilch und Joghurt vor allem Milchlischgetränke wie Kaffeemilch und Fruchtmilch nachgefragt, die direkt an Ort und Stelle getrunken wurden.

Die fortdauernde Beliebtheit der Milchlischgetränke unterstreicht wiederum den Stellenwert der Milch als Süßigkeit, der sich bis in die 1960er Jahre fortsetzte. In einem Fragenkatalog, der den deutschen Milchwissenschaftlern von japanischen Kollegen vorgelegt wurde (Schulz 1966: 615–617), sind einige Fragen verzeichnet, aus denen die Funktion der Milch als Süßigkeit klar hervorgeht. Es wurde u. a. gefragt: „Japanische Verbraucher bevorzugen gezuckerte Milchprodukte, wie ... [Aufzählung]. Welche anderen gezuckerten Milchprodukte könnte man noch herstellen?“, „In Japan bevorzugt der Verbraucher zu 70% gezuckerten Joghurt mit Fruchtgeschmack, zu 30% nur gezuckerten Joghurt ohne Aroma.“ Wie die Einstellung der deutschen Verbraucher zu gezuckertem bzw. neutralem Joghurt sei?, „In Japan gibt es eine ganze Anzahl Molkengetränke, wie Paigen, Maipes. Es sind saure, stark gezuckerte Getränke mit sehr viel Aroma oder Zusatz von Obstsäften, die in 60–80 ml-Flaschen vertrieben werden.“ Wie der Absatz derartiger Getränke in Europa sei? usw. Die deutschen Milchexperten probierten selbst einige dieser Milchlischgetränke. Das Geschmackserlebnis veranlaßte sie zu dem Pauschal-



Abb. 13: Durchreiche für Milchflaschen in der Wohnungstür eines *danchi*-Haushalts<sup>10</sup>

Quelle: Foto, K. Schmidpott

urteil: „Der Japaner liebt süße Getränke“ (Lembke und Schulz 1965: 178), eine Meinung, die angesichts der in Japan sonst üblichen Getränke wie Wasser und ungesüßter Tee unhaltbar ist und die Sonderstellung der Milch zwischen Süßigkeit und Getränk verdeutlicht.

Neben ihren Funktionen als Erfrischungsgetränk und Süßigkeit hielt die Frischmilch schließlich auch als Zutat zur Speisenzubereitung Einzug in die japanischen Privatküchen. Voraussetzung hierfür war die Verbreitung von elektrischen Kühlschränken Anfang der 1960er Jahre. Als Vorreiter dieser Entwicklung standen die Haushalte in den von der staatlichen Wohnungsbaugesellschaft Nihon Jūtaku Kōdan ab 1955 errichteten Wohnsiedlungen (*danchi*) als Modelle modernen, an westlichen Vorbildern orientierten Wohnens für einen elektrifizierten Lebensstil zur Verfügung. Typische Bewohner dieser Siedlungen waren junge Angestelltenfamilien, die bereits regelmäßig Milch konsumierten (Abb. 13).

Morinaga Nyūgyō entwickelte 1963 eine „homesize“-Flasche, deren Größe so kalkuliert war, daß sie genau in die neuen Kühlschränke paßte

---

<sup>10</sup> Nachbau einer Wohnung der 1957 errichteten Hasune-Siedlung in Itabashi-ku, Tōkyō. Aufgenommen im November 1999 in der „Housing Apartment History Hall“ (Shūgō Jūtaku Rekishi-kan), einer Abteilung des von der staatlichen Stadtentwicklungsgesellschaft (Toshi Kiban Seibi Kōdan) betriebenen „Technology Centers“ (Gijutsu Shikenjo) in der Stadt Hachiōji, Präfektur Tōkyō.

(MN 1967: 299). Die „homesize“-Flasche war auch insofern eine Neuerung, als sie mit der Gewohnheit brach, Milch in 180ml-Fläschchen zu verkaufen: Sie faßte einen halben Liter Milch, was den gestiegenen Bedarf widerspiegelt.

Im internationalen Vergleich allerdings blieb die Konsummenge relativ gering. Während der Nahrungsmittelexperte Shiotani 1969 feststellte, Milch werde mittlerweile in jedem Haushalt zur Herstellung von Süßigkeiten oder Suppen gebraucht, hatten die deutschen Milchwissenschaftler bei ihrem Besuch 1964 noch den Eindruck, daß in den japanischen Haushalten kaum Milch für die Zubereitung von Speisen verbraucht werde: „Reis und andere Cerealien werden nie mit Milch und Zucker zubereitet“ (Lembke und Schulz 1965: 172). Der Unterschied in den beiden Aussagen läßt sich damit erklären, daß der deutsche Betrachter den Milchverbrauch als vergleichsweise niedrig empfinden mußte – zumal da, wo er ihn deutschen Vorstellungen entsprechend gesucht hat, nämlich beim in Japan unbekanntem Milchreis –, während es aus japanischer Perspektive bereits bemerkenswert erschien, daß in japanischen Haushalten überhaupt Milch für die Speisenzubereitung verwendet wurde.

### 3. SCHLUSS

Auf die Frage, warum die Integration des in Japan traditionell kaum konsumierten Lebensmittels Milch in die japanischen Ernährungsgewohnheiten innerhalb von wenigen Jahrzehnten in diesem Jahrhundert gelingen konnte, muß die Flexibilität der Milch, d. h. die Vielfalt ihrer Verwendungsmöglichkeiten, an erster Stelle der Gründe genannt werden. So konnte die Milch in ihren verschiedenen Produktformen bereits vor der Entfaltung zum Massenkonsumgut besondere Funktionen in den Ernährungsgewohnheiten erfüllen.

Von den 1920er Jahren bis um 1950 war Milch vor allem Säuglingsnahrung, Heil- und Stärkungsmittel für städtische Arbeiter und Genußmittel bzw. Süßigkeit mit westlich-modernem Prestige für die sich entwickelnde urbane Mittelschicht. Dieser frühe Milchkonsum schlug sich zwar statistisch nur in sehr geringen Mengen nieder. Er ist aber von grundlegender Wichtigkeit für die weitere Entwicklung nach dem Krieg, denn zumindest die urbane Bevölkerung war bereits seit den 1920er und 1930er Jahren insbesondere von einer positiven gesundheitlichen Wirkung der Milch überzeugt.

Es relativiert sich dadurch die Rolle, die die Schulspeisung in der Entwicklung des Milchkonsums spielte. Entgegen der häufig vertretenen Meinung, daß die japanische Bevölkerung das Milchtrinken erst nach 1945

durch die Schulspeisung erlernt habe, erfüllte das Schulmilchprogramm vielmehr die Funktion eines Katalysators, der eine Entwicklung beschleunigte, die sich bereits in der Vorkriegszeit abgezeichnet hatte. Die Effektivität der Schulspeisung steht dabei außer Zweifel. Ihr ist es zu verdanken, daß die Nachfrage ab 1950 sprunghaft anstieg.

Die wachsende Nachfrage machte gezielte politische Maßnahmen zum Auf- und Ausbau der Landwirtschaft erforderlich. Das Angebot der Milchwirtschaft erweiterte sich, und Milch wurde mit steigendem Lebensstandard infolge des hohen wirtschaftlichen Wachstums für alle Bevölkerungsschichten täglich erschwinglich. Mit der Entwicklung zum Massenkonsumgut verlor sich die Funktion als Genußmittel und auch die Exklusivität der Milch, die in der Nachkriegszeit zum Erfrischungsgetränk für jedermann wurde.

Diese Funktionsvielfalt: Säuglingsnahrung, Heil- und Stärkungsmittel, Genußmittel und Süßigkeit, Erfrischungsgetränk und *functional food*, kombiniert mit einem positiven modernen, „westlichen“ Image, ermöglichte die Aneignung der Milch durch verschiedene Schichten der Bevölkerung je nach deren Bedürfnissen. Dabei zeigte sich, daß die Bedürfnisse und Wertvorstellungen, die auf dem Symbolgehalt der Milch basieren, so stark sein konnten, daß sie über enge materielle Grenzen hinausgingen: Gerade in den städtischen Unterschichten der 1930er und 1940er Jahre wurde unverhältnismäßig viel Geld für teure Lebensmittel wie Milch, Fleisch und Eier ausgegeben.

Die körperliche Unverträglichkeit der Milch hat der Ausbreitung des Milchkonsums nicht im Wege gestanden. Das Vertrauen in die Funktion der Milch als Heil- und Stärkungsmittel führte sogar dazu, daß sie zur Gesundheitsförderung z. B. in der Schulspeisung verabreicht wurde, obwohl dies zu Unverträglichkeitsreaktionen führte. Trotz der Tatsache, daß sich viele Schüler nach Einnahme der Schulmilch übergeben mußten, stand die Fortführung des Schulmilchprogramms nie in Frage und wurde im Gegenteil auch von den Eltern stark befürwortet, da sie vom besonderen Nährwert der Milch überzeugt waren. Milchwerbung und -propaganda, wie sie schon in der Vorkriegszeit betrieben wurden, haben ebenso ihren Teil dazu beigetragen wie ein diffuser Glaube an die besondere Qualität „westlicher“ Lebensmittel.

Es wird deutlich, daß die Modernisierung der Ernährungsgewohnheiten auf konkrete Bedürfnisse der Menschen, vor allem auf das Bedürfnis nach Verbesserung der Gesundheit, zurückzuführen war. Tatsächlich erweiterte die Übernahme „westlicher“ Lebensmittel wie beispielsweise Milch die Wahlmöglichkeiten der Verbraucher und somit auch deren Fähigkeit, die Gesundheit durch eine ausgewogenere und gesündere Ernährung vor Krankheiten, wie sie in der Vorkriegszeit häufig durch Mangel-

und Fehlernährung entstanden, zu schützen. Daß die Bedürfnisse aber durch ein „westliches“ Nahrungsmittel erfüllt wurden, und daß die Modernisierung des Alltagslebens insgesamt häufig als „Verwestlichung“ bezeichnet wird, ist nur auf die spezifischen historischen Umstände jener Zeit zurückzuführen. „Verwestlichung“ fand nicht automatisch statt, und sie war auch kein Selbstzweck. Vielmehr stellten der Kontakt mit westlicher Kultur und das Bestreben, vom Westen zu lernen, ein „westliches“ Angebot auf der materiellen Ebene zur Verfügung, das in Japan von vielen Menschen zur Verbesserung ihrer Lebensumstände wahrgenommen wurde.

Die Geschichte der Milch in Japan zeigt, daß wichtige Bedingungen für die Modernisierung des Alltagslebens bereits vorhandene positive Wert- und Wunschvorstellungen sind. Hier tun sich offenkundige Parallelen zum politischen Bereich auf, in dem es sich in Japan nach 1945 erwiesen hat, daß sich die Landreform als erfolgreichste und populärste der Besatzungsreformen herausstellte, da sie bereits vor dem Krieg bestehende Tendenzen weiter- und zu Ende führte.

#### LITERATURVERZEICHNIS

- AS (Asahi Shinbunsha) (Hg.) (1955): *Asahi nenkan. 1955-nenpan* [Asahi-Jahrbuch, Ausgabe 1955]. Tōkyō: Asahi Shinbunsha.
- AS (Asahi Shinbunsha) (Hg.) (1962): *Asahi nenkan. 1962-nenpan* [Asahi-Jahrbuch, Ausgabe 1962]. Tōkyō: Asahi Shinbunsha.
- Borscheid, Peter (1983): Plädoyer für eine Geschichte des Alltäglichen. In: Borscheid, Peter und Hans Jürgen Teuteberg (Hg.): *Ehe, Liebe, Tod. Zum Wandel der Familie, der Geschlechts- und Generationsbeziehungen in der Neuzeit*. (Studien zur Geschichte des Alltags, Bd. 1). Münster: F. Coppenrath, S. 1–14.
- Chūbachi, Masayoshi und Koji Taira (1976): Poverty in Modern Japan: Perceptions and Realities. In: Patrick, Hugh (Hg.): *Japanese Industrialization and Its Social Consequences*. Berkeley, Los Angeles, London: University of California Press, S. 391–437.
- Davis, David H. (1934): Agricultural Occupation of Hokkaido. In: *Economic Geography* 10, 4, S. 348–367.
- Hatayama, Hiroshi (1987): Gyūnyū [Milch]. In: Shūkan Asahi (Hg.): *Nedan no Meiji, Taishō, Shōwa fūzoku-shi* [Alltagsgeschichte der Preise in der Meiji-, Taishō- und Shōwa-Zeit], Bd. 1. Tōkyō: Asahi Shinbunsha, S. 276–280.

- Higuchi, Kiyoyuki (1979): *Tabemono to nihonjin* [Das Essen und die Japaner]. (Nihonjin no rekishi [Geschichte der Japaner], Nr. 3). Tōkyō: Kōdansha.
- Huch, Richard (1938): *Die japanische Ernährung und ihre Fragen unter Berücksichtigung neuerer japanischer Literatur*. Veröffentlichungen des Seminars für Sprache und Kultur Japans an der Hansischen Universität, Nr. 5. Hamburg: Kommissionsverlag Friederichsen, de Gruyter & Co.
- IDE (Institute of Developing Economies) (1969): *One Hundred Years of Agricultural Statistics in Japan*. Tōkyō: Sangyō Tōkei Kenkyūsha.
- Inoue, Yoshiyuki (1969): *Nihon shokuhin jiten* [Japanisches Lebensmittel-Lexikon]. Tōkyō: Ishiyaku Shuppan.
- KHD (*Kokumin Hyakka Daijiten* [Großes Volks-Lexikon]) (1934). Tōkyō: Fuzanbō.
- Kishi, Yasuhiko (1996): *Shoku to nō no sengo-shi* [Nachkriegsgeschichte der Nahrung und der Landwirtschaft]. Tōkyō: Nihon Keizai Shinbun-sha.
- KSK (Katei Sōgō Kenkyū-kai) (Hg.) (1997): *Shōwa Heisei katei-shi nenpyō* [Jahrestafeln zur Geschichte der Haushalte in der Shōwa- und Heisei-Zeit]. Tōkyō: Kawade Shobō.
- Lajtha, Edgar (1936): *Japan. Gestern, heute, morgen*. Berlin: Rowohlt.
- Lembke, Andreas und Max Erich Schulz (1965): Großstädtische Milchversorgungsbetriebe in Japan. In: *Milchwissenschaft* 20, 4, S. 169–181.
- Magnus, Albrecht (1966): *Japans Landwirtschaft*. Studienreihe Japanwirtschaft, Nr. 3. Hamburg: Deutsch-Japanisches Wirtschaftsbüro.
- Matsuo, Motoyuki (1986): *Miruku rōdo* [Milchstraße]. („Shoku“ no Shōwa-shi [Geschichte der Nahrung in der Shōwa-Zeit], Nr. 6, Miruku Nyūseihin [Milch und Milchprodukte]). Tōkyō: Nihon Keizai Hyōron-sha.
- Mitsunaga, Shinzō (Hg.) (1933): *Shinbun kōkoku sōran* [Überblick über Zeitungswerbung]. Tōkyō: Nihon Denpō Tsūshinsha.
- Miyazaki, Akira (1987): *Shokutaku o kaeta nikushoku* [Die Fleischnahrung, die die Tafel veränderte]. („Shoku“ no Shōwa-shi [Geschichte der Nahrung in der Shōwa-Zeit], Nr. 4). Tōkyō: Nihon Keizai Hyōronsha.
- MN (Morinaga Nyūgyō 50nen-shi hensan iinkai) (Hg.) (1967): *Morinaga Nyūgyō 50nen-shi* [50 Jahre Geschichte der Molkereibetriebe Morinaga]. Tōkyō: Morinaga Nyūgyō KK.
- Nakagawa, Kiyoshi (1982): *Shiryō: Kakei shiryō ni miru kindai Nihon no toshi seikatsu* [Materialien zur urbanen Lebensweise im Japan der Moderne]. (Niigata Daigaku Shōgaku Ronshū [Aufsatzsammlung der Handelswissenschaft der Universität Niigata], Nr. 15). Niigata: Niigata Daigaku.
- Nakagawa, Kiyoshi (1986): *Nihon no toshi kasō* [Japans städtische Unterschicht]. Tōkyō: Keisō Shobō.

- Nakagawa, Kiyoshi (2000): Ambitions, „family-centredness“ and expenditure patterns in a changing urban class structure: Tōkyō in the early twentieth century. In: *Continuity and Change* 14, 1, S. 77–98.
- NJK (Nihon Jānarisuto no Kai) (Hg.) (1956): *Nihon no nōsei* [Die japanische Agrarpolitik]. Kyōto, Tōkyō: Sanichi Shobō.
- NKS (Nōsei Kenkyū Sentā) (Hg.) (1982): *Shōwa 57nen-pan shokuryō hakusho „gyūnyū“* [Lebensmittelweißbuch, Ausgabe 1982, „Milch“]. Tōkyō: Tōkyō Kansho Fukyū.
- NNNK (Nihon Nōgyō Nenkan Kankō-kai) (Hg.) (1969): *Nihon nōgyō nenkan 1970-nenpan* [Japanisches Landwirtschafts-Jahrbuch, Ausgabe 1970]. Tōkyō: Ie-no-hikari Kyōkai.
- Nōbunkyo (Hg.) (1976): *Nihon minzoku no jiritsu to shoku seikatsu* [Die Eigenständigkeit des japanischen Volkes und die Ernährungsgewohnheiten]. Tōkyō: Nōsan Gyoson Bunka Kyōkai.
- Nohara, Masakatsu (1965): *Japanese Agricultural Development for Twenty Years After the War*. (Ajia nōgyō '66 [Agriculture, Asia '66]). Tōkyō: Ajia Nōgyō Kōryū Konwakai [The Association of Agricultural Relations in Asia].
- NTK (Nihon Tōkei Kenkyūsho) (Hg.) (1958): *Nihon keizai tōkeishū* [Statistikkensammlung zur japanischen Wirtschaft]. Tōkyō: Nihon Hyōron Shinsha.
- NTKK (Nihon Tōkei Kyōkai) (1987): *Nihon tōkei sōran, 4* [Historical Statistics of Japan, Vol. 4]. Tōkyō: Nihon Tōkei Kyōkai [Japan Statistical Association].
- Ochi, Takeo (1992): Chichi oyobi nyūseihin [Milch und Milchprodukte]. In: Ochi, Takeo und Tadao Hasegawa (Hg.): *Shoku no kakumei. Shoku inochi kankyō ni chūshi shite* [Revolution der Kost. Nahrung, Leben, Umwelt im Fokus]. Tōkyō: Daiichi Shuppan, S. 112–129.
- Ogino, Yoshio (1963): The Dairy Industry. In: *Japan Quarterly* 10, 1, S. 107–114.
- Ogura, Takekazu (1966): *Agricultural Development in Modern Japan*. Tōkyō: Fuji Publishing.
- Ōshima, Kiyoshi (1971): *Kome to gyūnyū no keizaigaku* [Ökonomie des Reises und der Milch]. Tōkyō: Iwanami Shoten.
- Ōshima, Kiyoshi und Kentarō Shibayama (1962): *Gyūnyū no keizaigaku* [Ökonomie der Milch]. Tōkyō: Hōsei Daigaku Shuppan-kyoku.
- o. V. (1963): Die Einstellung des japanischen Verbrauchers zu Milch und Milchprodukten (Zusf. einer brieflichen Mitteilung von Winckler und Co., Hamburg, und Brunn, Tōkyō). In: *Milchwissenschaft* 18, 12, S. 649.
- Rechkemmer, Gerhard (1999): *Functional Food: Zwischen Nahrungs- und Arzneimitteln* (Vortragsmanuskript zum 2. Aid-Forum „Zwischen Öko-

- Kost und Designer-Food: Ernährung im 21. Jahrhundert“, 1. Juni 1999 im Wissenschaftszentrum Bonn).
- Schulz, Max Erich (1966): Diskussion über milchwirtschaftliche Probleme in Japan. In: *Milchwissenschaft* 21, 10, S. 611–618.
- Shinsen Shōjiroku (1970): *Shinsen Shōjiroku no kenkyū, honbun-hen* [Forschungen zum Shinsen shōjiroku. Quellenband]. Tōkyō: Yoshikawa Kōbunkan.
- Sieber, Robert, Miroslav Stransky und Michael de Vrese (1997): Lactoseintoleranz und Verzehr von Milch und Milchprodukten. In: *Zeitschrift für Ernährungswissenschaft* 36, 4, S. 376–393.
- SKKK (Sōgō Kenkyū Kaihatsu Kikō) (1988): *Seikatsu suijun no rekishi-teki bunseki* [Historische Analyse des Lebensstandards]. Tōkyō: Zenkoku Kanpō Hanbai Kyōdō Kumiai.
- SNSKS (Shokuryō Nōgyō Seisaku Kenkyū Sentā) (Hg.) (1995): *1996-nenpan shokuryō hakusho. Shokuryō shōhi kōzō no henka* [Nahrungsmittel-Weißbuch, Ausgabe 1996. Wandel in der Konsumstruktur von Nahrungsmitteln]. Tōkyō: Shokuryō Nōgyō Seisaku Kenkyū Sentā.
- Takeuchi, Hiroshi (1962): Taller and Broader. In: *Japan Quarterly* 9, 1, S. 97–105.
- Teuteberg, Hans Jürgen (1992): Agenda for a Comparative European History of Diet. In: Teuteberg, Hans Jürgen (Hg.): *European Food History. A Research Review*. Leicester, London, New York: Leicester University Press, S. 1–18.
- Tokunaga, N. [richtig: Sunao] (1930): *Die Strasse ohne Sonne. Ein japanischer Arbeiter-Roman*. (Der internationale Roman, Nr. 11). Berlin, Wien, Zürich: Internationaler Arbeiter-Verlag.
- Waters, Malcolm (Hg.) (1999): *Modernity. Critical Concepts*, Bd. 1: Modernization. London, New York: Routledge.
- YAKULT Deutschland GmbH (Hg.) (1999): *Yakult feiert den Geburtstag des Unternehmensgründers und japanischen Wissenschaftlers: Dr. Minoru Shirota* (Yakult Presse-Information). Köln: Yakult Deutschland GmbH.
- Yamamoto, Akira (1976): *Zoku Shakaiteki kōkoku-shi. Taishū bunka to shite no kōkoku* [Fortsetzung: Gesellschaftsgeschichte der Werbung, Werbung als Massenkultur]. Kyōto: Sekai Shisōsha.
- Yumoto, Kōichi (1996): *Zusetsu. Meiji jibutsu kigen jiten* [Illustriertes Herkunftswörterbuch der materiellen Dinge in der Meiji-Zeit]. Tōkyō: Kashiwa Shobō.
- Zeithaml, Valarie (1987): *Defining And Relating Price, Perceived Quality and Perceived Value*. Cambridge/Mass.: Marketing Science Institute.