

2014 年度社会構築論系
地域・都市論ゼミ 2 ゼミ論文

のんべい横丁で人が繋がるメカニズム
～一酔いの社交場の分析～

主査 浦野正樹教授

早稲田大学 文化構想学部
社会構築論系 4 年
浦野ゼミナール所属
1T110468-1 後藤瞳希

目次

序章 本論を読む前に	p5
序-1 本論文の目的	p5
序-2 調査地と調査方法	p5
序-3 論文の形式	p5
序-4 現代都市とコミュニティの問題	p6
序-4-1 コミュニティの定義	p6
序-4-2 現代都市におけるコミュニティの現状と課題	p6
序-4-3 コミュニティへの参加の第一歩として	p7
第1章 酒の社交力	p9
1-1 酒と日本人	p9
1-1-1 酒好きの日本人	p9
1-1-2 日本人の性格と酒の効能1	p10
1-1-3 日本人の性格と酒の効能2	p11
1-1-4 飲酒の意義とは	p12
1-2 酔いの共有機会の変遷	p13
1-2-1 ハレの文化と酔いの共有	p13
1-2-2 居酒屋の登場と飲酒目的の変化	p14
1-3 酒の社交に関する但し書き	p15
1-3-1 飲みニケーションと酔っぱらいへの厳しい視線	p15
1-3-2 酔うこととは一酒の社交力の重要性の再考	p16
第2章 都市における「なじみの場」の変容	p17
2-1 「なじみの場」の定義と概要	p17
2-2 第三空間	p17
2-2-1 第三空間の定と本論での論点	p17
2-2-2 第三空間の形成過程とその特質	p18
2-2-3 第三空間を捉える二つの視線と現在	p19
2-3 サードプレイス	p20
2-3-1 外見上の特徴	p20
2-3-2 内部の特徴—常連とそこから広がる会話	p22
2-3-3 サードプレイスの役割	p24
2-4 「なじみの場」の直面する課題と但し書き	p25
第3章 渋谷区のんべい横丁について	p27
3-1 のんべい横丁の基礎概要	p27
3-1-1 のんべい横丁とは	p27
3-1-2 のんべい横丁の歴史	p27

3-1-3	のんべい横丁が生き残ってきた外的要因	p29
3-2	のんべい横丁放浪記	p31
3-2-1	外から見たのんべい横丁	p31
3-2-2	いざ店内へ	p35
3-3	のんべい横丁の特質と変容—「なじみの場」との関連性を基に	p41
3-3-1	のんべい横丁の外見	p41
3-3-2	のんべい横丁の内部	p42
3-3-3	のんべい横丁の役割	p43
3-4	のんべい横丁で人が繋がるメカニズム	p45
3-4-1	コミュニケーションを生む空間設計	p45
3-4-2	客側の姿勢	p45
3-4-3	店主の努力	p46
3-4-4	酒の作用—酔いの共有による仲間意識の造成	p47
3-4-5	横丁の「運命共同体」意識—繋がりを大切にする姿勢	p48
3-5	のんべい横丁のこれから—「そこにあることの違和感」から見る現代社会での位置づけ	p48
第4章	終わりに	p51
4-1	総括1—提示した目的に対する回答	p51
4-2	総括2—論文の流れの再確認	p52
4-3	謝辞	p53
4-4	参考文献	p54

序章 本論を読む前に

序-1 本論文の目的

本研究は都市に生活する人が直面するコミュニティ不足の課題への一解決策として、酒による酔いを利用した社交場を提案するものである。筆者が数あるコミュニティの中から酔いの社交を選んだのは、筆者自身が大学生活の中で、酒の席の共有にこそ世代や価値観を超えたコミュニケーションがあるという実感を持ったからだ。しかし現状として、飲みニケーションなどの酒の席をネガティブに捉える姿勢も強まっており、自身の感覚と世間からの視線には差があると感じている。そこでもう一度「酒による酔いを利用した社交場とは一体どのようなものであるか」について捉え直した上で、なぜ筆者自身が「酒によるコミュニティこそ人との繋がりがある」と感じるかに対する回答を探ると共に、読者にそのコミュニティへの関心を高めて頂きたいと考えている。そこで本論文では「なぜ酔いの社交場で人が繋がっていくのか」をテーマに、その一つの答えとなるものを出すことを目的とする。その際には、

- 一、 酒と社交の関連性についての再考
- 二、 コミュニケーションを生み出す飲酒の場の持つ要素の抽出

に重点を置くことで、酒による社交の本来の意義とそこで人の繋がるメカニズムの解体を試みることで、酒によるコミュニティの実態を調査する。

序-2 調査地と調査方法

個別的な例にはなるが飲酒の場を立体的に描きだし、そこで繋がりが生み出されるメカニズムをより身近な目線で把握するために、調査地を設定した。渋谷区にある渋谷東横前飲食街協同組合である。その住所は、東京都渋谷区1丁目25番地9,1でJR渋谷駅ハチ公口から徒歩3分程度の場所である。通称「のんべい横丁」と呼ばれていることから、この論文でも以後「のんべい横丁」と表記する。詳しくは第3章を参照していただきたいが、その場所を選んだ理由は、筆者自身がそこを訪れた際に、のんべい横丁にはただ知人と酒を飲むという消費目的だけでなく、そこで集まった人同士や店主と客の間に繋がりができる交流目的があると実感したためだ。そののんべい横丁が人との繋がりを生み出すからくりを研究することが、酒の席で人の繋がりが生まれるメカニズムの一つの形を描くことにつながると考えている。

その調査方法だが、第1章の酔いの共有の歴史、第2章の「なじみの場」については文献研究を中心としている。後者では特に、磯村英一の「第三空間」「盛り場」、レイ・オルデンバーグ『サードプレイス』を参照している。また、第3章以降は、のんべい横丁での実地調査を核に論じた。以下の店舗の店主の方、またお客様（敬称略）にご協力いただいた。

鳥福（店主兼のんべい横丁の理事長である村山さん）、よしのや、酒処えのき、なだ一、水車、ビストロダルブル、青山学院大学学生（中心人物の7名による回答を主に使用）、日本横丁フォーラムの原涼子さん

序-3 論文の形式

酒の社交を利用したコミュニティという決して万人受けするものでもなく、きわめて個別的な出会いの場を対象に論文を執筆するため、本論ではその場に属する人による様々な視点をういながら、出来る限り場を立体的に描き出すことを一番の目的にする。そこで、第1章で酒がどのように社交の場に利用されて

きたかと、その利用機会や目的の変遷、そして酔いのネガティブな側面について論じ、第2章では、第1章との関連性はさておき、人の繋がりの中核となる場所として現在注目されているサードプレイスについて記述する。そして第3章では、酒の社交場であり、現代都市にとってサードプレイスの一つとなる渋谷区ののんべい横丁について、その実態を調査した結果を示す。その際には、筆者が横丁に通い体験した出来事をエッセイ調で記述し、読者にもその場にいるような感覚を持って、論文を読み進めて頂けるよう工夫した。最後の第4章では、のんべい横丁の事例を踏まえて、酒の社交を利用したコミュニティが一体どのようなものであったかを、上記に提示した論文の重点を参考に再確認し、本論文を締めくくる。

序-4 現代都市とコミュニティの問題

序-4-1 コミュニティの定義

はじめにコミュニティの定義を確認したい。その定義は大勢の学者によって様々であるが、本論では、広井良典（『コミュニティを問い直す』ちくま新書）による「コミュニティ：人間が、それに対して何らかの帰属意識を持ち、かつその構成メンバーの間に一定の連帯ないし相互扶助（支え合い）の意識が働いているような集団」の定義が、筆者の求めるコミュニティに近いと考え、用いる。また本論文では、コミュニティが生活や人生の豊かさをもたらすものであることを前提とし、論旨を進める。

序-4-2 現代都市におけるコミュニティの現状と課題

かつてはどの地域にも、地縁に基づく土着のコミュニティが存在した。彼らは一地域で家庭と仕事を完結させることのできる生活をしており、地域の繋がりには強固だった。しかし戦後から高度経済成長期にかけて急速に、地域資源に直接的に依存しない産業構造への転換と交通手段の発達による都市化が起きた。その際多くの人は居住地域と離れた職場を持ったために、生活圏が広範化し、人の生活と地域の関係は希薄なものになった。また今まで共同作業をしていた街の管理も、行政やそれぞれの作業を専門化する会社が行うようになり、人々の生活は便利になったものの、個人がまとまるきっかけは徐々に少なくなった。そのため都市では、繋がらなければならないというある種強制的な、また地域全体を包括するようなコミュニティがなくなり、都市にはコミュニティがない、地域社会が崩壊したと言われる現象が起きている。

しかしだからといって、都市で全くコミュニティがなくなったというわけではない。都市という巨大な人口集積の中で、それぞれの都市生活者が自由な意志で行動をするために、全体としての繋がりには希薄になったものの、狭く限定された個別のコミュニティは、以前より膨大に存在する。さらに彼らの中には、居住、就業就学、消費来街など目的を問わない多くの人が集まるために、以前の土着コミュニティとは比べ物にならないくらい多様性がある上、急速に進むインターネットの普及は、彼らに地理的な条件ではなく、個別的で合理的な根拠で交友関係を選ばせる自由を与えている。そこで多くの都市生活者は、生まれた場所による運命で決められたコミュニティではなく、自分の好みや目的に応じて情報の共有や交換をしながら、地域という空間に縛られずに、自分たちで自由にコミュニティを選び、参加するようになった。

ただし自由にコミュニティへの参加を選べるとなると、人は必要最低限のコミュニティだけを選びがちだ。例えば家と職場のたった二つのコミュニティにしか属さない人も多い。彼らは自制しながら規則正しく行動することこそ最も成功への近道だと考えており、余計な生活費をかけずに家と職場をただ往復する

生活を送っている。確かにそれだけで生活は維持でき、また余計な時間や労力を費やさない分、せわしい生活の中に少しでも余裕をもつことができる。しかし逆に言えばそのような生活では繋がりが限定され、同類だけの閉鎖的な関係になりがちだ。彼らは家や職場のコミュニティばかりに関心を持ち、互いに多くのことを期待し合ってしまう。例えば、会話の内容を想像してみよう。大抵、彼らの抱える山積みの問題を解決する話ばかりだ。家庭なら子供の教育のこと、家計簿のこと、職場ならトラブルのこと、ノルマのこと等。答えの見えないモノやお金の問題を解決するためにじっくり話し合うことで時間はつぶれ、楽しい会話をする暇はなくなってしまう。さらにその属するどこにも達成すべき目的がはっきり存在するために、都市型のコミュニティでは常に、自己の有用性やコミュニティの合理性が必要になる。そのうちコミュニティは互いにとって負担で面倒なものになり、それに疲れた彼らは、自分のことだけを考えればよいプライベートな空間を欲しがるようになるのだ。

そのように個人がバラバラになっていくような都市生活では、その運営に支障をきたし様々な問題を引き起こす。例えば家族が亡くなり仕事もリタイアした老人が突然陥る孤独、孤独を恐れるあまり繋がることを嫌がる引きこもり、近所の人すら誰かを知らないことによる治安の悪化など、強制的なつながりのない‘自由で開放的な素晴らしい’生活は、生きにくい社会に一人取り残されることにも等しいのだ。

そこでそのような問題がある今こそ、達成すべき目的ばかりに縛られず、また家や職場にある役割や自己イメージに束縛されない別の人間関係を構築する、つまり人間関係の幅を広げることが都市の円滑な運営にも、自身の生活の問題の解決の一つにもなると考えられるのではないか。

序-4-3 コミュニティへの参加の第一歩として

ではコミュニティに対して能動的に参加するにあたり、一体どのようなコミュニティを選べばいいだろう。それぞれが生活に余裕がないと感じている中で、行政のことや街の運営のことを考えようと突然言われてもなかなか難しいのではないかと筆者は感じている。そこでまずは、ただ自分たちの問題を軽い気持ちで会話をするような、またいつものメンバーとは違う他者に出会い話をするができるくらいの気軽なコミュニティへ参加してみるのはどうだろうか。そこでただ他者と話をするだけで、孤独を感じている気持ちが解消されることも、同じ地域に住む人同士であれば地域のことを知るきっかけにもなる。また決して自分たちが都市運営の問題を解決しようと意気込んで行く必要はなく、ただ楽しい時間を共有するだけでも自己の生活に対する充実感が高まるはずだ。それぞれがそのように自分のために新たなコミュニティに参加をすることが、気づけば都市に発生する孤独死や引きこもり等の問題の一つの解決策になる。

ここで『サードプレイス』に解説を載せたマイク・モラスキー（2013）の文章を引用する。

日本の日常空間で他者との楽しい会話を求めるなら、赤提灯や大衆酒場のような庶民的な居酒屋に行けばよいと思う。…アルコールが介在しているおかげもあり、居酒屋のカウンターの常連客となると、店主や周囲の客たちと会話を交わすことがめずらしくないだろう。…（日本では）とくに用事がない限り、ほかの客に話しかけないのが常識ではないだろうか。その点、居酒屋は注目すべき例外である。（『サードプレイス』, 2013, 解説 p 477）

このようにまず気軽に楽しい他者との会話をしてみるのであれば、お酒を飲みながら周囲の客と会話を交わす居酒屋へ出向くことが一つの手段になるのではないか。そのような意図で筆者は、お酒によるコミュニティを一提案としてこの論文で紹介したいと考えているのである。

第1章 酒の社交力

1-1 酒と日本人

酒と日本人の関係性を議論する前に、まずは現代日本における酒に関する統計を確認しておきたい。平成23年度の飲酒習慣のある者の性・年齢別割合表(表1-1ⁱ)を見てみよう。女性に比べて男性は全体で5倍以上、最低でも2倍以上の差をつけて飲酒習慣のある人が多い。この背景には個人の嗜好とともに、働くことによる付き合い酒の存在や体質の差がある。また飲酒習慣の最も多いのは約半数の割合を誇る50代男性で、男女ともに20代の飲酒習慣の割合の低さが目立つことから、飲酒習慣の高齢化も見て取れる。次に、成人一人当たりの酒の消費量の推移(表1-2ⁱⁱ)を見てみる。人口が右肩上がりの後に平成20年あたりから横ばい状態になったのに比べてみると、酒の消費量はまったく反比例の動きをしている。つまりこの二つの図から、酒の消費量の減少傾向が強く見られるのは間違いない。ただしこれが日本人の酒離れと完全に一致するかどうかはまた別である。なぜなら酒の消費は景気に左右されやすいからだ。実際に宮本(1999)による記述の中には、酒の消費量が予測値を大きく上回ったのは、景気の良い高度経済成長期や日清戦争勝利時など世間がお祝いムードの頃で、予測値を大きく下回ったのは、酒税の増税やオイルショック、好景気後の反動不況の時期だったとの記述がある(『酒の文明学』)。そのため、日本経済全体が成熟すると共に、酒の消費量が減少傾向を辿っているとも考えられ、必ずしも日本人が酒嫌いになったわけではない。また微々たる変化ではあるが、アベノミクスによる好景気の傾向とともに、平成23年から平成24年にかけて、酒の消費量が伸びていることも証明の一つになるだろう。

またそれを踏まえて、最後に飲食サービス業における売上高、従業員数、事務所数の割合の表(表1-3ⁱⁱⁱ)を挙げる。居酒屋は食堂・レストランに次ぐ2位であり、外食の際には酒を飲むことのできる場所が選ばれていることが分かる。また1位のレストランや3位の日本料理店でも酒はしばしば登場することもふまえると、日本人と酒の関係性がまだまだ強固であることを示すことができる。

このように、酒は景気の停滞とともにその消費量が減少し、若者離れがすすむものの、外食サービスの一つとして多くの支持を得ている一面もある。筆者がこの一連の表から伝えたいのは、ここで論じる飲酒コミュニティはあくまで交流手段の一つの選択肢であって万人受けするものではないが、日本社会に強く受け入れられているものであるということだ。

確認だが、筆者はこの論文で酒によるコミュニティが全ての人に絶対的に良いと証明したいわけではない。ただ例えば、50代の男性相手との世代間交流を考えた時には、その約半数には酒は有効であると考えられるように、あくまで人との交流を図る時の一つの選択肢として酒によるコミュニティを考えてみて頂きたいのである。

以上を前提に本論文を進める。第1章の「酒の社交力」では、酒が、日本社会で必要な人との付き合いを助けることを示すのが目的である。そこで日本人にとって酒はどのような存在なのか、どのような側面が社交に役立つのかという点を重点に置いて、論を進める。

1-1-1 酒好きの日本人

今や世界中で sake という愛称で親しまれる日本酒を生み出したこの国には、古くから酒との深い縁がある。その歴史は一体いつごろから始まっているのか。酒に関する最も古い記述は、三世紀の倭国を描いた

『魏志倭人伝』にある。以下はその引用である。

- ① 喪主哭泣 他人就 歌舞飲酒(『魏志倭人伝』、L44)
- ② 其曾同坐起 父子男女無別 人性嗜酒(同、L53)

①は、人が死に葬儀をする時には、みな歌い、舞い、酒を飲んだということだ。現在葬儀後に行われていた宴会がこの流れを踏襲しているとするならば、故人を黄泉の国へ送る儀式として、酒の肴に故人の思い出をみなで話す文化があったと考えられる。また②は「人の性として酒を嗜む」だから、当時の魏の人から見て、倭人という人種自体に酒好きが多い(またはそう感じるほど、倭人はたくさん酒を飲んでいて)ということだ。この2つの記述は、酒が20世紀近く前から飲まれていたこと、また日本人にとって酒は歴史的に親しみのある飲み物であるということを示す重要な証拠である。

そして他国と比べても日本人が酒に対して好意的であるというのは、実は現代になっても変わっていない。その証拠に清水(1992)の提唱する飲酒文化の4パターンを参照する。

- I 禁酒文化 : イスラム圏の国など、宗教上等の理由で飲むことが許されない文化
- II 両価的文化 : 酒に対して肯定派と否定派がはっきりと存在する文化
- III 許容的文化 : 飲酒はしても良いが、酔うことを嫌う文化
- IV 超許容的文化 : 飲酒はもちろん良く、また酒でやってしまった行為を部分的に認める文化

清水によると、世界の飲酒文化には上記の4つのパターンが存在し、日本はこの中でIVの超許容文化に当たるといえる。この文化とは、飲酒と集団的に共有された酔いのどちらにも寛容な、酒を強く肯定する飲酒文化である。ではなぜ日本では、昔から飲酒が肯定的に受け入れられているのか。何を目的に酒を飲む文化が発達したのか。それを以下でさらに詳しくみていく。

1-1-2 日本人の性格と酒の効能 1

日本人には古来より、言葉に表さなくても、互いを理解できると考える独特の文化がある。以心伝心、暗黙の了解、阿吽の呼吸などがまさにその最たる例で、日本人は自分の意見をはっきりと言わず、曖昧で含みのある表現で物事を伝え合うことが多い。筆者自身もスペインを訪れた際に、現地のスペイン人に「日本人はすぐ“ちょっと〜””と言うし、それはほとんどの場合 NO になる。それなら最初から NO と言えばいいのに。」と言われて驚いた経験がある。ではなぜ日本人は、そのように間接的なコミュニケーションをとるのか。その社会的背景には、人との関係性によって対人行動を変えようとする間人主義がある。

間人主義とはつまり、日本人が人とコミュニケーションをとるときには、人と人の距離、間柄を最も重要視するということだ。Midooka(1990)は、その人との距離を4段階に分け、疎遠から親密にかけて①無縁の関係、②馴染みの他人、③仲間、④気の置けない仲間とした(表 1-4^{iv})。例えば①には赤の他人が挙げられる。関係がない故に相手にどう思われてもよく、配慮に欠けた身勝手な行動をしがちである。②には近所づきあいの関係が当てはまる。親しみ度は低いものお互いに意識し合う関係であるため、相手が自分のことをどう見るかに細心の注意を払い、礼儀正しきや気遣いに注力する。③は会社の同僚やチームメイトなどで、社会秩序が絡むことが多い(後述参照)。そのため、親しい一方で気遣いは必要な関係である。

④には家族や親友が入る。親しみがあるからこそ遠慮は不要。言いたいことを言い合える最も気楽な関係である。この人間関係の4段階は、①から④へと共に過ごした時間や気の合う度合によってステップアップしていくが、それは容易ではない。また勝手に一方だけが関係が深まっていると勘違いしてしまえば、失礼に当たることもある。

ではその日本人の人間関係構築フローを踏まえて、酒にはどのような効果が期待できるのか。それは酒に含まれた酔いの酩酊作用を利用して、酒の席に別次元の世界を創り出すことである。その世界では、例えば先輩後輩、同僚や取引先といった社会秩序によって構成される関係性は一旦端に追いやられ、それぞれ肩書のない一人の人間として接することが期待される。そこでの失態や失言はたいてい許容範囲で、「酒の上のことなので」と互いが暗黙のうちに理解し合うのがルールだ。それによって人々はある程度自由に振る舞うことができ、一時的に「何でも言い合える（気がする）」仲になる。それは例えば、上記の②③の関係性で行われる遠慮の縛りをなくす効果にもつながる等、人との親密度を測りながらコミュニケーションをとらなければならないというある種の緊張を解き放つ。またそれが何度も重なるうちに、酒の席でならば相手に自分の思い・意見をはっきり伝えることが許されるという新たな制度をも実現させる時さえある。ただしその効果を逆に利用した「顔は鏡で見、心はお酒で見る」や「本音を知りたいきや飲まずに限る」といった言葉もあり、また酒の席だからと言って必ずしも上司と部下の関係性が全て解き放たれるわけではないのでもちろん注意は必要だが、互いの中にある縛りを一旦外へ追いやり、自分の心に正直に話をしたいときには酒の席は十分な効果を発揮するのだ。

このように酒（の席）は社会制度の中の人間関係を越えた、別次元での一個人同士の関係性を創りあげるため、時には関係性の疑似的なステップアップを生む。またそれが続けば、そのうちそれが本物のステップアップへと変貌していくことさえある。日本民俗学の第一人者である柳田国男も「常に無口で思うことも言えぬ者、わずかな外部からの衝動にも堪えぬ者が、抑えられた自己を表現する手段として、酒徳を礼讃する例さえあった（『明治大正史 世相篇』 p 229）」というように、日本で飲酒という行為は昔から、縛りの強い社会制度を越えて自己を表現していく場の形成に利用され、人と人の親密度を深める効果的な手段として社会に強く受け入れられているのだ。

1-1-3 日本人の性格と酒の効能2

日本人の持つ人間関係には、もう一つ独特な要素がある。それは集団への帰属意識が強いために起こる、地位格差がコミュニケーションにそのまま反映される文化である。これは高度経済成長を支えた一つの要素であるとも言われ、仲間内での意識が強く、逆に言えばソトへの遠慮や防衛的意識が強いのが特徴だ。それをよく示すのは中根（1967）が提唱したタテ社会の理論である。ここでは日本人の序列を重要視しながら集団をまとめていく傾向が説かれており、年功序列や絶対的な先輩後輩関係はその最たるものだと考えられている。またその序列による力関係は、敬語や礼儀作法という形でコミュニケーションの中にも現れ、下位にいる者が個人の主張を直接的に明確に行うことは、時に自己中心的で集団の空気を読めない、ルールを守ることができないなどと否定的に考えられる場合が多い。もしあまりにその主張が多いと、上司との関係を壊し、集団の円滑な運営に支障をきたしてしまうことさえある。つまり日本人のコミュニケーションには集団の内部ですらある一定の緊張感が常に存在しがちである。

ではその集団指向性の強いコミュニケーションと酒の効能にどのようなつながりがあるのか。1-1-2 と同じ方法で、酒がソトへの防衛意識や遠慮といった集団の閉鎖性を取り除き、集団を超えたソトとの新たな生み出すことはもちろんある。しかし今回触れたいのは仲間内の繋がりの強化である。例えば、集団で共に酒を飲み、酔いを共有することによって、内部だからこそ言いにくい互いの意見や感情を知ることができたとする。それは、集団秩序への不満を口にし相手に伝え受け取ってもらえることによるストレス発散につながり、自分が集団に貢献している一員であるという自己の価値の再自覚を生み出す。また集団としての方向性をもう一度全員で再確認し合うことで、集団の意識の再統一や、一体感の強化にもつながっていくのだ。さらに、みな酔い全員で楽しい場を共有すること自体が、単純に、自己の所属する集団への好意を新たに生み出す、もしくは再自覚させることになる。そしてその充実した気分は、例えば、会社がうまくいっているから、家族サービスをもうちょっと頑張ってみようというように、その人が他に所属する集団に対しても肯定的な気持ちをもたらしていき、様々な場での集団帰属意識に対するプラスの循環が起きていくこともある。

1-1-4 飲酒の意義とは

このように対人関係に常に一定の緊張感があり、集団の円満な運営の重要性が高い日本文化が背景にあるからこそ、酒の席の交流は重要な社交の機能の一つになる。そのことについて柳田國男が『木綿以前の事』内の「酒の飲みようの変遷」で言及しているため、以下にそのまま引用する。

昔は酒は必ず集まって飲むものときまっていた。手酌で一人ちびりちびりなどということは、あの時代の者には考えられぬことであつたのみならず、今でも久しぶりの人の顔を見ると酒を思い、また初対面のお近づきという飲まずにはいられぬのは、ともに無意識なる昔風の継続であつた。こういう共同の飲食がすなわち酒盛りで、モルはモラウという語の自動形、一つの器の物を他人とともにすることであつたかと思われる。亭主役のちゃんがある場合は勿論、各人出し合いの飲立て講であつても、思う存分に飲んで酔わないと、この酒盛りの目的を達したことにはならなかつた。すなわちよその民族において血を啜って兄弟の誼を結ぶというなどと同じ系統の、至って重要な社交の方式であり、したがってまたいろいろのむつかしい作法を必要としていたのである。(『木綿以前の事』, 1979,)

現在では一人で酒自体を楽しみストレス発散を促すような晩酌などの文化も日常的に存在するが、元々の飲酒文化は、誰か人と一緒に飲む行為のことであつて、重要な社交手段の一つだつたのだ。そのため酒は、実は酒を飲むという行為以上に、「みなで集まって、酔いを共有する」ことに本当の意義があるのである。

1-2 酔いの共有機会の変遷

1-1で飲酒の本来の意義を把握したところで、1-2ではその意義が社会でどのような役割を果たしていたのかについて論ずる。そこで、いつ、どのように飲酒がされていたかについて、飲酒文化をハレの飲酒とその日常化の二つに区切り、記述していく。

1-2-1 ハレの文化と酔いの共有

そもそも江戸期に入るまでは酒自体が希少で庶民が簡単に手に入れられるものではなかった上、今では焼酎、ウイスキー、ワインなど様々な種類のある酒も元々は日本酒のみだった。さらにその原料が一粒一粒に神様が宿ると信じられた米であったことも関係し、日本酒は神様に捧げるべき神聖な飲み物だと考えられていた。

今でも「御神酒上がらぬ神はなし^v」という言葉があり、また大抵の御神前には酒が、しかも最上位の位置^{vi}に供えられていることから、酒は古来より神事に欠かせぬ存在だったことが窺える。酒はまず神に捧げられ、そののちにそこを訪れた参集者みなで宴を催すための飲み物だったのだ。

その文化は全国にあり、そのうちの一つは直会の儀と呼ばれるものだ。その定義は「祭りにおいて神にさし上げたのと同じ食物を末座において共にたまわること」（柳田, 1993, p87）^{vii}だ。地域差はあるが、祭りの終了後に神前に献饌した神飯や神酒を宮司以下の参列者がひと口ずつ授かるのが通例である。また神酒は神飯に比べて調理せずにその場で戴くことができるという利点があるため、現在では神酒のみに簡略化されたものもあるようだ。実施の際には席次や作法があらかじめ定められており、わいわいというよりは肅々と酒を飲む。この直会による飲酒の意義は、共食による神と人の一体化にある。人間世界に降りてこられた神を迎え入れてのもてなしだからこそ、人は御下がり酒を神と共に授かり、同じ酒・感覚・場を共有する機会を得ることができるのだ。さらにその共有感覚は、酒に含まれたアルコールによる酩酊作用から生まれるいつもと違う非日常世界により、ますます促進される。そのため酒は人と神様のコミュニケーションを助けるものとして、祭事に欠かせなかった。

また直会とは違い、無秩序で型にはまらない振る舞いが許される飲酒の機会もあった。それは今なお宴会時には欠かせない無礼講である。『新明解 国語辞典』によると、その定義は「席次などをやかましく言わず、全部の人がくつろいで楽しむ宴会（集まり）」とされる。

それが始まったのは、天皇を中心として宮廷貴族が栄えた平安期。貴族が年中行事の節目に開いていた、盛大な酒宴が起源である。第一部は宴座と呼ばれる宴会で、上記の直会と同じく、神に場を捧げる意味で儀式的な作法がいくつもあった。例えば大きな酒杯で威厳を正して回し飲みをする、各人の前に置かれた長柄の杯に酒を注いで飲むなどのようなもので、決まりきった枠の中で仰々しく行われるのが通例だった。しかし第二部の穩座になると、場は一転する。第一部で回った酔いの勢いも相まって、作法も儀礼も一旦さておきで心置きなくどんちゃん騒ぎをするのだ。この宴会の目的は淵酔といい「みなで酔っぱらい共に興奮を味わうことによる社会的結束の確認作業」にあった（たる味会, 2000, p 28-35）。言葉通り、身分や秩序、礼儀に関わらず騒ぐためにそれが無礼講と呼ばれるのだが、このすごいところはその興奮や騒ぎが一部であるのではなく、その場にいる全員に影響を及ぼすところだ。彼らは軽い気分ではなく、本気の激しさの中で騒ぐのだ。そのような行為が許される一つの要因には、神の二つ側面に沿った宴会の二面性がある。その二側面とは「超自然的な力をもつ」面と「大変人間的な」面のことだ。宴会では前者が第一部、

後者が第二部にあたる。後者の「大変人間的な」というのは神にも欲望があるという意味であり、それゆえ第二部では神の威厳の前に公然と、日常世界の秩序や禁欲に縛られない人間的な遊びが追求される宴会を開くことができるのだ。つまり無礼講という宴会自体が、神の御意志に沿っているからこそ、その中で行われることは神によって許された行為であり、あくまで正当なものとして許されるのである。またさらに、酔いによる非日常感が社会秩序からの解放感も促進するために、余人の批判の介入余地はなかったのである。

このように酔いは、節目や祭などの特別なハレ（非日常）の日に飲むものであった。例えばそれは、農民にとっての収穫祭、平安期の年中行事、武士の出陣の宴などで、そのどれであっても地域中の人びとが一斉にハレの空間を創りあげ、一斉に酔いを楽しんで、その日を祝っていたようだ。そこに集まった者全員で酔いによる非日常空間を共有することが、縛られた日常生活からの解放と社会的結束の再確認を促したのである。

1-2-2 居酒屋の登場と飲酒目的の変化

上記のように特別な日にされてきた酔いの共有は、江戸を境に一気に日常的なものになる。そのきっかけを探るためにはまず、居酒屋の登場について言及する必要がある。

居酒屋とは『新明解 国語辞典』によると、「庶民に安上がりで酒を飲ませる店。大衆酒場。飲み屋。」と定義されているが、その登場は元文もしくは宝暦年間（1736～1764年）のこと。酒の大量生産と共に流通量が以前よりも格段に増え、庶民にも日常的に手を出せる価格になった時期である。その最初のお店には諸説あるが、『酔っぱらい大全』には神田・鎌倉河岸の豊島屋という酒屋の記述がある。そこでは酒屋を改造して豆腐を作り、その豆腐を田楽にして焼いて酒と一緒にサービスしていたようだ。その当時にはそもそも、買ったその場で酒を飲むことができる店自体がなかったので、この元祖居酒屋は大繁盛。その成功に刺激を受けた者たちが同業者となり、その店形態は次々と広がった。

それらのお店には大勢の客が集まったが、その大半は庶民だった。彼らの当初の目的はもちろん喉を潤しお腹を満たすことだったが、次第に常連同士で顔見知りができるようになると、その目的は消費だけではなく、消費とそれに伴う交流へと幅が広がっていった。彼らはそこで飲食を楽しむことはもちろん、知り合いと共に酔いを楽しみながら会話をすることも、隣にきた人と酒を酌み交わし新たなつながりを持つこともできた。つまり、酒をその場に集まったみなと飲むことができるという魅力が多くの人を集め、今まで縁のなかった人同士をつなげていったのである。その意味で居酒屋の登場は、酒の消費の新形態であったことはもちろん、地域の集まりや職業集団とは別で、義務感や責任に関係なく自由に参加をすることができる日常的な公共の社交場の始まりにも等しかった。

そうして始まった居酒屋文化は、都市における酔いの共有（ハレ）の日常化（ケ化）を生み出していった。なぜなら居酒屋は都市の中で「常時酒を飲むことができる場」だったからだ。もしかしたら当初は酒を飲む個人という視点からすれば、飲酒は昔と同様ハレ（非日常）の要素の一つであったかもしれない。しかし居酒屋で働く人にとっては、日常は酔っぱらいに囲まれたものになり、さらには都市という視点で見れば、毎日のように誰かがどこかでハレを楽しんでいた。つまり都市というケ（日常）の空間の中で、ハレの行為（飲酒）が常に許されている状態が生まれたのである。そしてその光景を毎日見る都市生活者

にとっても、だんだん飲酒行為は金銭的にも感覚的にも、必ずしもハレ（非日常）だけのものである必要はなくなった。本来ははっきりとした境界線でケ（日常）から区別されていた飲酒行為（ハレ）はケ（日常）の一部となり、その特別感は薄まっていったのである。

また様々な場所から様々な人、文化が集まってできた都市だからこそ、ハレ文化の個別化がすすんだことも飲酒行為のケ（日常）化の原因だった。都市には町内の地縁集団、長屋ぐるみの集い、商人や職人からなる同業者集団など、様々な社会的背景の集団が存在したために、地域中で一つのハレの日を共有することが難しかったのだ。すると一地域に一つだったハレが、そこにある団体の数と同じだけ存在するようになり、都市内には様々な団体による別々の飲酒空間が乱立するようになったのである。また同時に、それはハレの規模の縮小化も意味した。地域内の結束の強化に繋がるほど大きな規模だったハレは、個人の所属する団体ごとに行われるものになったからだ。そのためハレの増加（＝ケ化）とその規模の縮小化が同時進行していき、飲酒は知人同士間だけの社会的結束に留まるものが多くなった。

その結果酔いの機会の特別感は失われ、飲酒空間は所属する集団の延長戦上に近くなった。そのため飲酒の機会は、地域一体で空間を創りあげそこへ集まった者全員が酔いを共有するような、新たな繋がりを生み出すものではなく、個別な単位での結束力の強化や日常生活からの逃避の側面をより強くもつようになったのである。

1-3 酒の社交に関する但し書き

上記のような変化が起きたために、現代では飲みニケーションなど、酒を利用したコミュニケーションを強要されると感じる若者や、日常の重圧から逃げるためにアルコール依存症になる人などその弊害も多い。そのため 1-3 では、その点について留意しつつ、もう一度酔うこととはどのようなことかについて再考する。

1-3-1 飲みニケーションと酔っぱらいへの厳しい視線

酒には人々を繋いでいく力があるとこれまで散々述べてきたが、同じ意味でも飲みニケーションという単語になればあまりいい印象を抱かない人も多いかもしれない。そもそも飲みニケーションとは、「飲む」と「コミュニケーション」の合成語で、主に会社の上司や部下、取引先同士、また大学生の間で行われるコミュニケーション手段の一つである。酒を共に飲むことで関係を深め、仕事や交友関係を円滑にするのが本来の目的だ。しかし飲みニケーションに参加しない人は仕事ができないとみなされるなど、職場や交友関係の中で飲みニケーションが強制される場面が多くなったため、現在は一転してアルコールハラスメント^{viii}の一つとして、日本の悪しき習慣とさえ考えられている。

そもそも日本で飲みニケーションが発達したのは、本音と建前という日本独特の文化が背景にある（第1章 1-1-2, 3 参照）。自分の意見をストレートに伝えることが必ずしも正しくない文化の中で、酒の上という非日常の世界を作り、その場だからこそ許される本音を言い合う機会を作る。それが日常世界での仕事や交友関係に円滑な運営をもたらしてくれるという考え方なのだ。しかし現在ではあまりにもそれに頼りすぎて、就業時間内のコミュニケーションが疎かになる、酒の飲めない・苦手な人に不利な環境が生まれるなど、よりネガティブな側面ばかりが注目を集めてしまっているのだ。

またさらに酒は、病気やトラブルの源としても懸念を集めている。ハレの日常化による酒の摂取量の増

加が、アルコール依存症や急性アルコール中毒、心臓発作、肝臓がんなど多くの病気を引き起こす根源となり、飲みすぎへの不安が強くなったからである。また酒の席の日常化はしらふと酔っぱらいの共存する新たな世界を生み出した上、酒の上で許されることの境界線を曖昧にしたために、飲酒運転、喧嘩、暴行、事故などのトラブルの源にもなっている。

このように酒という紙一重の武器を使うからこそ、飲酒によるコミュニケーションに日常的に依存することには大いに注意が必要であることを忘れてはならない。

1-3-2 酔うこととは一酒の社交力の重要性の再考

今まで述べてきたように、酒は薬にも毒にもなる。血行が良くなるくらいのほろ酔いで酒を止めることができれば、いつも抑えこまれてしまう感情や本音を解消できて心身ともに良い効果を得ることができる。しかし一転してアルコールによる酔いに吞まれてしまえば、それは上記で触れた病気やトラブルにつながりかねない。このかなり極端な効果を持つ酒を使いこなすには、どうすればよいか。それには、もう一度酔うことが一体どういうことなのかを確認する必要がある。

劇作家の山崎正和は「酔いの現象学 (p187-223)」で酔いについてこう述べる。

悲しんで酔う。喜んで酔う。賑やかに酔う。恋をして酔い、恋を失って酔い、人に逢って酔い、人に別れて酔う。酒の酔いのかたちは、人生のさまざまな場面に応じてその数だけあり、それぞれ違った感触を人に与える。酔いは、しらふで味わう現実の感情に伴って体験され、その感情に陰影をそえると同時に、それに影響されることで百態の姿を現すのがつねであるように見える。(『酒の文明学』, 1999, p 187)

つまり酔いは、その前に起きた現実の何らかの出来事によって引き起こされた感情に影響される、人為的な気分であるということだ。その人、その時々によって酔いの結果はがらりと変わるため、極端なことをいえば、酔いが全く回らない時いきなり泥酔してしまう時もある。しかし一方で、どのような酔いの中にも共通して存在するものがある。それは元々の感情から別離した漠然とした浮遊感だ。例えば悲しい気分です酔った場合、その人は悲しい気持ち「である」と同時に、悲しい気持ちを「持っている」自分を客観的に酔いの浮遊感の中に見る。基本的に感情とその次に来る行動は現実在即した適合・不適合があるが、酔いの浮遊感の中では、それらは一旦現実とのしがらみから外れ、ただそこにあるものになるのである(山崎, 1999)。

そのため、時に酔いは、悲しい気分の持ち主を急に楽しい気分に変えさせるといった、現実とかけ離れた感情を生み出すときがある。それは酒の生み出す酔いが、現実に対して中立性を保つ別次元の存在であることを意味しているのだ。だからこそ、酔いは今まで述べてきたような既存の社会秩序を崩し本音で語り合うことのできる非日常世界の創造、酔いの共有による互いの親愛、自己を制御する必要のない幸福感、他人と話す時の緊張感をなくす酒の席ならではの許し合い等の効果をもたらすことができる。現実での利害関係をなくすことが、会話の中立性、円滑化につながるのである。確かにそれらは酔いがなくても達成できるともいえるが、限られた時間をより効率よく使いながら、短い時間で社交を充実させるには、酒はもってこいの装置なのだ。

第2章 都市における「なじみの場」の変容

第1章では酔いを共有することによる社交について論じた。そこで第2章では、一旦第1章で論じたことはさておき、現代都市において飲酒というツールに限らず、社会的背景を超えた様々な人との出会いがあり、更にそれが一夜限りでなく長い期間をかけて続いていくコミュニティの核になる場所について論じる。その際、磯村英一の「第三空間」(1959～1968)、またレイ・オルデンバーグの著した『サードプレイス』(2013)を中心に扱い、その場の特徴や人の生活に果たす役割を探る。

2-1 「なじみの場」の定義と概要

磯村(1957～1977)がなじみの場を形成する場を「第三空間」と呼び、またオルデンバーグがコミュニティの核になる場所を「サードプレイス」と呼ぶように、「なじみの場」には常に第3番目という評価が付きまとう。第3というからには、もちろんその前に第1、第2の場所が存在する。第1の場所とは生活の根幹となる家や家庭、そして第2の場所は、報酬を伴うか生産的な場所、つまり職場のことである。これらは都市生活に必要な2大拠点であり、都市住民のほとんどは基本的にこの2つを行き来しながら生活しているといつてよい。

さて肝心の「なじみの場」は、それらとは独立した自立性を持つ第3番目の生活拠点である。その3という数字には非常に重要な意味がある。なぜならその存在の重要度、個人の依存度、個人がそれらに対して裂く時間の量、割り当てられた空間の全てにおいて、家、職場、に次ぐ3番目だからだ。例えば、家は子どもの発達に多大な影響を与える場所であり、職場に属す前も仕事を退職した後もずっと彼らを保護する所だ。そのため働かなくても、まずは家が必要になる。そして家に次ぐ職場は、生計の手段を提供し、物質的な生活の質の向上を促すものだ。そのため友人と会うお金を捻出するためにも、まずは働くことを優先しなければならない。また一人ではできないことを成し遂げていくために大多数の人を組織化することで、個人に生産的役割を与える機能もあるため、第2の場は社会貢献度も強くその存在意義は固い。一方それに比べてみると、「なじみの場」はそれがなくても社会も生活も「一応」成立し得るものだ。それこそが第3番目と称される所以である。しかし健康な心で、生き生きとした人生を送るにあたっては、この「なじみの場」(もしくはその代わりとなるもの)が欠かせないと筆者は考えている。それはオルデンバーグがサードプレイスを「“とびきり”居心地よい場所(=grate good place)」と称していることから窺えることだ。

ではその「なじみの場」とは具体的にどのような場所で、時代の流れと共にどのように変わってきたのか。磯村の第三空間の提唱がオルデンバーグのサードプレイスに比べて30年以上早いため、それを時代の流れのひとつと考えて、本論を進める。

2-2 第三空間

2-2-1 第三空間の定義と本論での論点

第三空間とは、第1の場(家など)、第2の場(職場など)以外の全ての空間を指し、その代表例には盛り場がある。盛り場とは、相互に匿名性の高い都市空間の中で「商業的・文化的諸施設の集中した、恒常的に多様な人びとが集まり流動する地域(吉見, 1987, p 22)」である。

そもそも第三空間の研究は、都市社会学者の磯村(1959)がそこでの流動人口の特質や性格を調査する

ことによって、都市構造がどのように成立するかを明かそうとしたことに始まる。そのため第三空間におけるなじみの関係の形成については、その研究の中ではかなり副次的な要素であるといえる。さらに磯村（1959）自身が、その第三空間でのなじみの関係については「部分的」なものであると認めているため、2-2 では、第三空間をⅠインパーソナルな関係を基盤に置くものと、Ⅱなじみの関係のあるものとの一旦分け、その二面性を示しながら、第三空間の特質を明らかにすることを目的とする。

2-2-2 第三空間の形成過程とその特質

Ⅰ インパーソナルな関係を基盤に置くものについて

都市の第三空間や盛り場が出来上がるのは、近代化による都市の発展の流れの中にある。前近代社会における居住、生産、消費などの生活機能が一か所にまとまっていた生活から、家と職場が別の場所にあり広範な生活圏を移動する現代的な生活に移るにつれて、個人の生活圏からは主に4つの機能が引き離された。生産機能、娯楽機能、生活機能（外食等）、居住機能（外泊等）である。それらの機能は代わりに公共の場や私企業などが担うようになったが、それらが存在する場こそが家でもなく職場でもない場所であったために、そこが家と職場とは別の空間という意味で第三空間と呼ばれるようになった。そのうちそれらの諸施設が集中した場が盛り場となる。そのため第三空間は基本的には、個人の生活を拡充する機能を果たしているものである。

その空間、特に盛り場には2つの特徴がある。一つは業種の非地元的性格、もう一つは顧客のマスキ性的性格（吉見, 1987, p 86）である。前者は第三空間を構成する代表例である商業施設等において取扱われるものが、地域社会で必要とするものではなく、マス・コミュニケーションによって知らされたより広い社会で発見・発明・工夫されたものであるということだ。また後者は、そこに集まる人々は家や職場以外の場所で行動する大衆であることを意味する。つまり第三空間の機能とは、そこに集まる匿名性の高い多種多様な全ての人に対してひとかたまりに、話題性が高くその地域になかったものを提供することなのである。

そのため第三空間の中では、それぞれの個人に一つの役割を与えられていて、大抵の行動はその役割を果たすことだけに終始している場合がほとんどだ。例えば、売り手と買い手、送り手と受け手、店主と客というように。そのため彼らは大きな視点で見れば、それぞれの個性や個人としての価値を大切にされるというより、売り上げに貢献する一つの数字として表示されるような、社会の経済を回す歯車の一つとして扱われている。またそれぞれの個人も、第三空間をそれぞれの生活をより充実させるための手段を提供してくれる場として考えているにすぎない。つまり第三空間とそこを訪れる人々は、お互いに打算的な関係にあり、第三空間に人間味はあまりない。

しかし磯村（1959）はその研究の中で、

買物、娯楽、飲食の場としての都心は、構造的にも機能的にもインパーソナルな社会関係から成立するが、部分的にはこれらの行為はやはり人間対人間のパーソナルな関係においてなされる。そこにはくなくばり>が生じくなくばり>ができる。このような関係は都心の一部をして疑似地域社会的環境を形成させる基盤となり、内容的にはマスⁱであるく機能的な生活共同体関係>をく地域的な生活共同体関係>へ移しかえる。銀座、浅草などに地域特色的なフレイクが醸成され、これがひとつの魅力となって、一種のハイマートの感

情を抱かせるのは、こうした関係にもとづいている（『都市問題研究』, 1959, p 7）

とした。つまり先述通り、前提として都市では、そこに集まる人たちが例えば店内では売り手と買い手といったそれぞれが与えられた一つの役割だけに終始しているように見える功利的な状態にあるが、実はその行為一つ一つを見ていくと、部分的に人間同士のなじみによって成立するものがあるということなのだ。それがⅡで示す、なじみの関係のある第三空間のことである。

Ⅱ なじみの関係のある第三空間について

この形成過程を語る上で、まずそもそも都市自体が農村などの前近代社会の上に成り立っていることに触れなければならない。序章でも触れたが、近代化に伴う都市の形成は人々の生活を大きく変え、前近代社会における地域的生活共同体（＝地縁の人間関係）を解体させた。職場が居住地から離れ生活圏が広範化したために、人々はその中心を居住地におくか職場の關係に据えるか、分からなくなってしまったのだ。すると徐々に彼らの帰属意識はどちらからも希薄になっていき、気づけば居住地域にあまり関係のない合理的で目的達成に必要な人間関係ばかりを抱えてしまう。さらにそうした異なる背景を持った人々が集まる都市にまで視点を広げると、そこにいる人々の間には匿名性や個人間の相違が当然のように存在していて、一人ひとりの個人を大切にするような親密な関係のあまりない、非人格的で功利的とも言われる関係が生まれているのだ。

しかしそこに集まる人々は、元はといえば前近代社会の地域的生活共同体を持っていた者ばかりだった。それぞれの個人の中には以前の、例えばムラでの共同体などの記憶や身体感覚が残っていたために、彼らは都市でその共同体の「代替的組織」を探し始めたのである。その非功利的でただ楽しむための人間関係を復活させることで、彼らは「生活の場における人間性の回復（磯村, 1968, p 98）」を目指したのだ。その繋がりを見つける場として、第三空間が選ばれたのである。

なぜそれが第三空間だったのか。それを端的に示すのは、磯村の引用する中村武志の『目白三平の四季』の記述である。

つまり彼らは、家での不満を会社で、会社の不満を家で解消しようとするうちに、その二つでは不満を解消しきれない、他人のことばかり考えて個人の自由がないと感じるようになってしまったのだ。だからこそ職場から住所の途中であり、一人にもなることのできる第三空間にこそ、社会秩序の束縛からの解放があると感じ、そこで新たな生活共同体関係の可能性を感じたのである。そして一部の第三空間は、そこを支える店主と客の間にある人間的な繋がりによって支えられる「なじみの場」へと変容するのである。

2-2-3 第三空間を捉える二つの視線と現在

先述より、第三空間の特質は、基本的には個人の生活を拡充させる機能を持ったインパーソナルな関係の場であるが、その中の一部分には非打算的で親密な人間関係を生む（またはそれに支えられている）場が存在したことを示した。同じ第三空間の中でなぜそのように全く正反対の機能が生まれたのだろうか。そ

の要因には、そこに集まる人々が向けた全く逆の二つの視線がある。

その視線とは、「前進」と「回顧」という未来と過去の両方に向いたものだ。前者は、個人の生活をより便利で豊かにする手段が第三空間に存在するという考えから、そこは発展の象徴の一つであるというような目線のことだ。彼らはそこで消費活動をすることが生活の幅や充実度をあげることに繋がると感じ、またそれこそが国や個人の生活の水準の向上の一つだと考えた。またそこには社会秩序からの束縛とは反対に、他人のことを深く考える必要の無いある種の自由な空間が存在したために、第三空間は新しい社会生活を直に感じることでできる場所だった。一方逆の視線である回顧には、その変化する生活様式の中で失われていったものに重点をおいた意識があった。外へ出たら近所の人に会い、挨拶や会話を交わし、地域で何が起きているのか大抵は把握できる。そのような前近代社会特有の安心感や、地域と個人のある程度の一体感、そして打算的などという観点以前に当然あるはずの人との繋がりなどを失ったと感じる人々が、社会秩序に縛られない第三空間でならばそれらをもう一度取り戻すことができるのではないかと考えたのだ。ただしその回顧の視線は、決して過去にだけ向いたものではなかった。例えば、田舎の農村から都市に出てきた若者が、田舎の繋がりが良かったと思うだけではなく、都市に自分にとっての新たな共同体や繋がりを作りたいと考えるように、この回顧の視線はただ過去の幻想の共同体を見るだけでなく、それを未来に想像したいという前向きな視線でもあるのだ。つまり、それら二つの視線は一見正反対だが、実はどちらも人が生活をより良くしたいという希望を第三空間に向けているものという点では一致しているものなのである。

さてその第三空間は、社会を回す効率性や利益極大化や経済成長を目指す時代の流れの中で、よりインフォーマルな関係によって成立する前者の部分が増大していった。売り手と買い手ははっきりと決まり、マニュアル通りの会話が行われ、対価さえ持っていれば何でも手に入る空間が主になったのだ。言い換えればそこは、それぞれ個人が生活の充実や儲けを増やすなどそれぞれの打算的意思の合致によって、成立する場になったのである。それは磯村（1968）が第三空間について「〈なじみ〉の関係への契機を孕んだ匿名性の場（吉見, 1987, p 95）」と表現し、基本的には前者の機能を重点的に見ていることから窺える。

しかしその時代の流れの中でも生き残り続けた後者「なじみの場」の存在があった。それが現代社会の視点から見ると、次に記す「サードプレイス」という場のことだ。

2-3 サードプレイス

オルデンバーグ（2013）によれば、そこは「家庭と仕事の領域を超えた個々人の、定期的で自発的でインフォーマルな、お楽しみの集いのために場を提供する、さまざまな公共の場所の総称（p 59）」である。そこには幅広い社会的なコミュニティの基盤があり、そこを訪れた人々は最初には見知らぬ者同士だったとしても、いつの間にか気楽で面白い第三の社会的つながりを持つことができるのだ。そこからサードプレイスは現代社会において、Ⅱなじみの関係のある第三空間＝「なじみの場」に該当するとする。

2-3-1 外見上の特徴

先に述べておきたいのは、この特徴に当てはまらないものは、たとえ家と職場以外の場所に存在するものであっても、サードプレイスではない。それを踏まえて、以下に3つの特徴を挙げる。それは「だれにでも」「いつでも」開放されているが、その動きに対して「消極的」な外見であるという特徴だ。

① 「だれにでも」—公共的で中立的な立場である

サードプレイスとは、個人が自由に出入りできる公共的で中立的な領域である。会員制などの入場規制はないため敷居の高さは誰に対しても同じだ。また第 1、第 2 を含めた外の世界とは独立して存在しており、そこでは外の世界の社会秩序は全く通用しない。そのため様々な階層、地位、経済力などの社会的背景を持つ人々が、人生の義務や苦役、規制等からの逃避や忙しい生活の中での束の間の開放を求めてここへやってくる。まただれにでも解放されているということは、個人がそれぞれの嗜好に合うサードプレイスを自由を選べることも意味する。あるサードプレイスが合わないと感じるならば別の所へ行けばよく、また必ずしもサードプレイスに属する必要はない。通うかどうかは自分次第だ。随分冷たく聞こえるかもしれないが、何度も通ってみて自分に合う場所が見つければ、自然と通いたいという気持ちが沸いてくる。そういった緩やかなつながりでサードプレイスは存続している。

② 「いつでも」—何時も利用しやすい便宜さ

サードプレイスは、人が思い立った時にいつでも訪れることができる場所でなければならない。それには三つの条件が必要だ。一つ目は場の長時間の解放である。サードプレイスという場所の特性上、そこを訪れるかどうかは個人の自由であり、必ずしもみなが定期的に来るわけではない。何日間もご無沙汰することも、ちょっと立ち寄るだけの時もある。そのため、サードプレイスはできる限り、来たいと思う人たちをいつでも歓迎できる体制でなければならないのだ。二つ目は、利便性の良い立地だ。いくら素敵な場所でも、遠く行きづらい場所であれば、通うのが面倒臭くなってしまふ。またさらに、他の常連に比べて自分だけがご無沙汰していると、ひいきの客たちと親しくなりづらくなることも、引け目を感じて行きにくくなってしまふこともある。そこでいつもの顔ぶれに仲間入りする、またはそれに準ずる者として他の客に会うためにも、就業時間外には営業している、職場から家への帰り道にあるなど、思い立った時に行きやすい環境であることが大事だ。最後に、きっといつでも知り合いがいるだろうと確信できる常連の多さだ。そうすれば、誰か話し相手がいるだろうかと心配することなく、いつでも一人で訪れることができる。つまり「いつでも」の特徴とは、場の開放時間、立地環境、知人の有無の三条件が揃っていることを指す。

③ 新参者には「消極的」な外見

サードプレイスは大抵、重要とは思えない地味な外観をしているものが多い。ぱっとせず、格調高くもなく、マスメディアによる宣伝もない。外見を重視する風潮の強い現代だからこそ尚更、サードプレイスは初めてそこを訪れる人に好印象をあまり与えない。しかしそれはサードプレイスの内部の人間にとって都合のいいばかりだ。見た目が古ぼけていても、店主が客の事を想い、いつも清潔にしてくれていることは誰もが知っている。飾り気のなさや雑然とした外見は、むしろ一種の保護色となり、一見客ばかりにならないよう店内の人々を守る。またその地味さは、それどころか虚飾を取り除く役目さえも果たしている。客はめかしこんでくる必要も、見栄を張る必要もない。みなが自然体に、自由に振る舞うための土台作りの一環なのである。その場の親しみやすさこそが、常連たちの生活の一部になれる所以なのだ。

このように、サードプレイスは一見「消極的」な外見でありながら、実は中では「いつでも」「だれにでも」ウェルカムな体制を整えている不思議な場所である。人は自分に合うサードプレイスをそれぞれ自由に選ぶことができ、また選ばなくても生活に支障はない。選ぶ場合の基準は、開放されている時間や立地、自分に合う常連の存在の有無が主であり、最初に入る時には少し敷居が高い。しかしその敷居の高さを醸

し出しているぱっとしない外観と常連の存在は、一度内部に入ってしまうとむしろ自分たちを守る重要な砦になる。勇気を持って入った人だけが知ることのできる世界なのだ。そこからサードプレイスは、今まで関わることのなかった人々の新たな繋がりを生み出し、またそれを強固にしていく役割を果たす一つのプラットフォームにも成り得る可能性を秘めている場でもある。

2-3-2 内部の特徴—常連とそこから広がる会話

上記通りサードプレイスとは様々な社会背景を持つ人が集まり、新たな繋がりを生み出す土台になる条件を揃えた場所である。ではその内部では一体なにが行われているのか。それをサードプレイスに欠かせない常連の存在と、彼らが生み出していく会話に焦点を置いて記述する。

①' 常連の存在

上記の1～3の特徴はサードプレイス側が提供するものであるが、実はそれだけでは人の繋がりを長期にわたって生み出す場になることはできない。それらの特徴以上に、その場に特色と活力を与え、いつ訪れても誰かしら仲間がいることを確約してくれる常連の存在こそが、サードプレイスを支える最も重要な核なのである。

常連の定義を確認しておこう。『新明解 国語辞典』によると、i いつも連れ立って行動する仲間、ii 興行場・飲食店などの常客の2つの意味があり、この場合はiiの意味が強い。住む場所も何の仕事をしているかも特に制限はなく、来店頻度もその人の職場や自宅からの距離に寄りけりである。そこで本論文では、「どのような形であっても生活習慣の一部にサードプレイスへの来店が組み込まれている人」を常連であるとする。彼らは新参者から見ると敷居の高さを生み出してしまう一番の要因である一方で、場に何よりも活力を与え、その場独自の文化、個性を生み出す源でもある。

ではサードプレイスのお客様側である彼らが、なぜ文化や個性を生み出す主体となるのか。それには、サードプレイスの外では無駄な時間だと考えられてしまうことが多いが、サードプレイスにとっては最も重要な「会話」の存在が挙げられる。

②' 会話の円滑な運営

あらゆる階級の人々が集まるサードプレイスには、千の頭脳があり、千の議論が生まれる。話題は彼らの細かな生活や身分などの私的情報に触れないもので、最近のニュース、ジョーク、疑問などみなに関心あるものが主だ。その話題に対してみなが能動的に参加をするため、気づけば議論の的は細分化し、会話は四方八方に広がっている。このようにサードプレイスでは、誰もが過不足なく話をし、聞くことで、みなが一つの空間を共有することが理想とされる。

なぜそれほどに会話を大切にしているのかといえば、人は会話をすることによって、相手の人柄や考え、雰囲気を読み取り、互いを理解し合うことができるからだ。そこには自分との共通点や、違って面白い一面、また尊敬できる考え方、議論を巻き起こす視点など、社会的背景の違う人同士の会話だからこそ得られるたくさんの発見がある。そしてそれが時には自分の新たな一面を引き出し、またもっとその人と話してみたいと思わせる衝動を生むこともある。会話は、自分を知り、相手を知るための情報と知識の宝庫であり、それが人と繋がるために一番重要な手段なのである。

しかし初対面の人ばかりではそのように場がうまく運営できるはずがない。そこでそれをうまく演出す

るために、常連がいるのである。彼らはサードプレイスでの会話の経験値が豊富であるからこそ、一人ひとりの個性をいち早く察知し、誰も接待役を引き受けず全員が心地よく会話をする状況をうまく作り出してくれる。逆に言えば、その全員が心地よい状況を作り出す過程が常連にかかっているからこそ、彼らが独自の文化の担い手なのである。そして彼らの力量が高ければ、新参者であっても心地よい会話を楽しむことができ、その場にいることの居心地の良さを感じさせ、またあのサードプレイスであの人たちと会話し、あの心地よい空間を味わいたい、とみなの再訪のモチベーションを生んでいく。これがサードプレイスで緩やかな繋がりが生まれる常連と会話の一つのからくりである。

③' 常連と新参者によって広がる輪

また常連同士はいつも一緒に話をしているおかげで、お互いのキャラクターを理解し合っており、彼ら独自の会話ルールを持っている。その人の個性を活かした定番のジョークやネタがあり、彼らはその慣れ合いの中で定番のユーモアを楽しむのだ。しかしずっと同じユーモアではだんだん刺激がなくなってしまうため、面白みに欠けサードプレイスの活気を保つことができない。だからこそ、彼らは定期的な新参者の加入が欠かせないと考えている。

しかし新たにサードプレイスに通う新参者にしてみれば、常連たちが独自のルールで笑い合い、強い絆を持っているのを見ることはとても怖い。新参者を受け入れなさそうな閉鎖的雰囲気や、多様性を認める度量が十分でないような排他性を強く感じてしまうからだ。それは彼が初めて入ってきたことによる緊張と引け目からくる色眼鏡がもちろん関係し、それは事実と大抵異なるのだが、確かに常連の輪に入れるかどうかはサードプレイスを居心地良いと感じるために最も重要なことである。

だが実は、彼らの輪の中に入ることはあまり困難なことではない。なぜなら今や常連の彼らも昔は一人の新参者であったのであり、先述の通り、サードプレイスの活力を維持するためには新たな個性、世代の受け入れが欠かせないことを彼らが一番知っているからだ。だからこそ、よそ者が馴染みの顔になるためには、基本的にはとりあえず通えばよい。そして、礼節や相互尊重の精神にのっとって話のやりとりができるだけで十分だ。不快感さえ与えなければ、信頼は回を重ねるごとに自然と育つ上、常連は彼の個性を引き出していくことで彼の個性が好きになり、彼がくるのを楽しみにしてくれる。そのうち気が付けば常連の輪の中に入り、彼らの定番ジョークの一つになっていること請け合いだ。そうすれば初めて顔を合わせる他の常連にも、あのジョークの子か、と理解してもらえ、すぐに意気投合できるようになる。つまり、常連の輪に一度でも入ることができれば、その瞬間新参者だった彼にも突然ひとまとまりで常連という多種多様な背景を持つたくさんの仲間ができるのだ。常連の強固な繋がりが新たな常連を作り、繋がりの輪はますます広がっていくのだ。

このようにサードプレイス内では、常連を中心に会話の輪が広がっている。その会話は誰でもすぐその輪に入ることができる話題であるために、新参者も含め全員が居心地の良い体験をすることができる。彼らにとって大切なのは会話の内容以上に、「そこで出会った人と話すること」なのだ。またその後もそのサードプレイスへ通えば、常連たちから信頼を得ることができ、気づけば次の新参者を迎え入れる立場になっている。そうやって、サードプレイス内には強い絆が生まれていき、気づけば人を長い期間をかけて惹きつける。このように常連と会話こそが、まさにサードプレイスの一番の魅力の核なのである（オルデンバーグ, 2013, p 64~98）。

2-3-3 サードプレイスの役割

上述通り、サードプレイスでは、そこでの社交を大切にしながら定期的に通う常連と彼らが生み出す会話が一番の内部の魅力である。ではその魅力に惹かれてそこに通う人に対して、サードプレイスは一体どのような役割を果たすのか。それはつまり、サードプレイスの常連たちは何を求めてそこを訪れ、どのような影響を受けるのか、ということにもつながってくる。

オルデンバーグによると、その役割とは主に4つだ。①日常生活に新鮮味をもたらす、②幅広い視野に基づいた人生観を与える、③心の強心剤になる、④大勢の友達をもたらすことである。

① 日常生活に新鮮味をもたらす

サードプレイスは必ずしも属さなければならない場所ではない。そのため、初めて～数回目に訪れる人にとっては、そこに参加すること自体が、いつもの生活にはない刺激であり、挑戦である。また、常連になると、いつものメンバーの中で誰がいるか分からないサードプレイスに向かうことが、一種のワクワク感を引き起こす。誰もが、今日は誰がいるのだろう、今日の会話はどのような話題になるだろう、その結果はどうなるだろう、と期待感と楽しみを胸にサードプレイスへ入るのだ。そしてその結果がどう転がっても、彼らが家や職場ではなかなか得ることができない体験、話を持ち帰ることができるために、サードプレイスは日常生活からの逸脱や新鮮味のあるものとなるといえる。

② 幅広い視野に基づいた人生観を与える

現代社会では、幅広い視野を手に入れるのが難しい。それを示した記述について、著者オルデンバーグが引用したセルデン・D・ベーコン[アメリカの社会学者]の表現を再引用する。

(私たちは) 自分の所属する集団以外の人びとの「興味、考え、習慣、問題、好き嫌い」を知らずにいる。そして「複雑で、専門化が進み、階層に分かれた社会にいるわたしたちは、たえず他者に依存しているが、その他者に十分気づかってもらえているとは思えない状況にある」(『サードプレイス』 p106)

一方、幅広い層の人びととの集まるサードプレイスでは、他者の視点からのものの見方を容易に知ることができる。なぜなら多種多様な背景を持つ人々の会話によって、彼らの集合知が常に提供されているからだ。それは、会話の中の議論、ジョーク、冷やか、からかいなどの場面でふしぶしと現れる。そのように相手と違う考えや意見をお互いに言い合うことができるのは、所属員同士の信頼関係があるからである。彼らは同じサードプレイスに属し、長続きしている社交関係にあるからこそ、見せかけの信頼関係ではないと互いに実感し、他の場では無礼にあたるような意見も言いあう愛のある応酬をすることができる。そしてなにか問題を抱えていた人はそれを聞くことで自分の状況を冷静に客観視することができ、また何らかの問題を後で抱えた人でも、もしサードプレイスの他の人であればどうするだろうという考えを持つことによって、多角的視点を持ちながら明確に素早い判断を下すことができるようになるのだ。そうしてみなが自分の生活の重苦しさを笑い飛ばし、耐え忍ぶことができる、視野の広い人生観を手に入れるのである。

③ 心の強心剤になる

サードプレイスには、第1、2の場と比べて、達成しなければいけない目標がない。それゆえただ楽し

い時間を共有するためだけに人々が集まる場であり、常連にとってはそこに行けば元気をもらえるという心の支えなる。

実は彼らはよく話す割には、彼らの生活の細部まではあまり多くのことを共有していない。なぜならここでは、みなを楽しむことができるよう、彼らは自分の地位や身分に関係するような話はあまりせず、世間一般の問題やニュースなどの誰もが参加できる共通の話題を振るよう暗黙の了解があるからだ。そのためサードプレイスでは陽気でお茶目な人が、職場では真面目であまり笑わない上司であることも珍しいことではない。自分の生活や社会的役割はさておいて、自身を自由に表現することができる機会をサードプレイスが与えるからこそ、彼らにとっての憂鬱やうっつんを吹き飛ばす心の強心剤になるのである。

また第1、2の場の知り合いとサードプレイスを訪れたときにも、サードプレイスは別の効果を発揮する。例えば、職場で上司と部下の関係にある2人の人を想像してほしい。職場という場所は達成すべき目的がはっきり決められており、上司、部下はそれぞれに相応の役割が割り振られている。彼らはそれをそれぞれの立場から達成することが任務であり、例えば上司（部下）の前では失敗したくない、疲れを見せてはいけない、好きなことばかりできない等、それぞれ秩序を保つための緊張や縛りを持っている。そのため、その義務や役割などに隠れてその人の個性や、他者と共にいること自体の固有の喜びは見えなくなりがちだ。では、その2人が共にサードプレイスに来たとしよう。そこでは目的に縛られないからこそ、2人はただ楽しい時間を共有するためにそこにいることができる。そのため上下関係のない個人同士として接し合うことができ、普段見ることの出来ない仕事仲間の新たな個性をたっぷり見ることができるのだ。それはお互いの親近感を生み元々の繋がりを強化すると共に、第2の場である職場への前向きな姿勢をもたらしてくれる。これも、関係性を客観視し心をリセットし直すことができるという意味で、サードプレイスが心の強心剤といわれる所以の一つにあたる。

IV 大勢の友達をもたらす

サードプレイスの2:1:2の条件にいつでも見慣れた顔がある安心感を挙げた通り、そこには予定を調整して待ち合わせの約束をしなくても、必ず知り合いの顔がある。彼らはそれぞれ多種多様な背景を持ち、あるサードプレイスに帰属しているというだけで、彼らはみな仲間である。サードプレイスはそのに通う者同士を互いに受け入れ合うだけで、大勢の仲間をひとかたまりに手に入れることができる場なのだ。その仲間の存在は、自分自身が多様な背景の人とコネクションを持っているという、交友関係の充実の実感に繋がり、自尊心にも良い効果をもたらす。また、そのつながりから、別のかたちのコミュニティへの参加が生まれ、日常活動の幅を広げる役目も果たす。

1~4の通りサードプレイスでは、人が一個人として個性を発揮し、ある程度自由にふるまうことができる機会が与えられることで、家庭や職場といったサードプレイス外の活動を前向きに、また円滑にすすめていくために必要なものを提供する役割がある。特に数字では図りにくいものだが、日常生活や人間関係の充実をもたらす、それは心の健康や必要な自尊心をもたらす。まさにそこは常に良識と元気に満ち溢れ、人々の生活をリセットさせるスイッチになる、広い視野を持った場所なのだ（オルデンバーグ, 2013, p 98~131）。

2-4 なじみの場の直面する課題と但し書き

2-3 で描いたような人々に生き生きした健康を届けるサードプレイス＝「なじみの場」は、現在大変少なくなっている。それは 2-2 で触れた通り、利潤極大化だけを考え回転率ばかりを気にする飲食店や、コミュニティに依存しない私的な生活を重視する個人が増えているからだ。また店主の高齢化によってそれらが次々と姿を消している一面もある。

その傾向が強まれば強まるほど、都市の第三空間はインパーソナルな関係で成り立つ「非場所」ばかりになる。「非場所」とは「人がたんなる顧客や買い物客、クライアントや患者、請求書の宛先、駐車する車などにすぎず、地元の習慣に根を下ろすことのない場所（オルデンバーグ, 2013, p 327）」のことだ。そこは経済界にとって利益となる数字を生むが、人が一個人として個性を発揮し、好きなようにふるまうことができる機会を全く与えない。買い物なら買い物だけなど、そこは一つの場所につき一つの活動しかできない所であり、効率ばかりが重視されている。多くの人間はそこで、自分たちがただ社会にとって歯車の一つの歯でしかなかったことを強く意識させられるのだ。

一方の「なじみの場」は経済界にとって、注目に値する収益はほとんどあげていないだろう。さらにそれらのほとんどは、必ずしも万人受けするものではない。他人を気遣うことができない者や自分の事ばかり喋って全体の会話を乱すような者など、「なじみの場」に貢献できない者は、「なじみの場」にとっても該当する者にとっても、互いにそこにいること自体が無駄な時間なのだ。その上そもそも人と繋がりたいという願望がなければ、そこは全く魅力のない場所であって、サードプレイスに属する人がかまってくれることは、ただの御節介に過ぎなくなる。

「最良の時や最高の場所と同じように、サードプレイスはあくまでも一つの選択肢であるべきだ(同, p 159)」と著者オルデンバーグが述べるように、人によって感じ方は全く違うことを忘れてはならない。ただし、それに賛同できる人たちのために「なじみの場」は都市のどこかに今後もあるべきだと筆者自身は考えている。

第3章 渋谷区ののんべい横丁について

第1章で「飲酒」や「酔い」が、第2章で「なじみの場」が現代において人の繋がりを生み出す要素だと述べた。それをふまえ第3章では、それらの記述の中で浮かび上がったキーワードをもとに、現代社会において第1,2章の両方の要素を伏せ持った場所である渋谷区ののんべい横丁の実態を、できる限り立体的に記述することを目的とする。

第3章の流れとして、3-1では、どのような時代の流れと共にのんべい横丁が現代まで生き残ってきたのかについて、3-2では、のんべい横丁がどのような場所であるか読者に想像が付きやすいように、筆者の体験談を踏まえながらその特徴を示す。また3-3では2章との関連性を意識しながらのんべい横丁のより詳しい特徴について、3-4ではのんべい横丁で人が繋がっていく具体的なメカニズムについて述べる。

3-1 のんべい横丁の基礎概要

3-1-1 のんべい横丁とは

のんべい横丁の正式名称は渋谷東横前飲食街協同組合である。場所は渋谷区1丁目25番地9,10(図3-1^a)で、現在の渋谷駅ハチ公口から徒歩3分程度に位置する大変利便性の良い立地にある。営業年数は今年(平成26年,2014)で63年を迎え、構成店舗は41店舗だ。この横丁は二つの路地に面しており、土地の全体面積は百坪と店舗数を考慮すると大変小さい。なぜならほとんどの店舗は約二坪と狭いからだ(例外的に隣の店舗と合わせて四坪分使っている店舗が二店舗ある)。提供するものは、おでんや和食、焼き鳥、家庭料理、バーなど様々で、のんべい横丁の店舗マップ(図3-2ⁱⁱ)を参考にしてほしい。またその営業年数も店舗によるが、のんべい横丁設立当時から代々親子で継承する店舗も、横丁に入って間もないお店もある。営業時間は夕方以降がほとんどで(一店舗を除いたすべての店舗。ただしそこもランチとディナータイムの経営者が別であり、のんべい横丁の場所を借りているだけである)、昼は閑散として暗く、夜は提灯の灯りとともに賑わいを見せる場所である。

3-1-2 のんべい横丁の歴史

のんべい横丁の始まりは、戦後すぐの闇市だ。現在でいう道玄坂や東急本店通りで飲食店の屋台をやっていた人のうち、抽選で選ばれた一部の店舗が昭和25年に今の場所へ移動してできあがった飲食店街である。

屋台ができ始めたのは昭和20年(1945)、東京大空襲で渋谷が更地同然になってすぐのことだ。渋谷で生き延びた人々に生きるための物資を提供する重要な役目を果たし、その集合体である闇市は復興の象徴の一つだった。昭和24年(1949)には区内の商店数が3500を超えるなど渋谷区は急速に活気を取り戻し、闇市も当初は駅を中心だけにあったものが徐々に同心円状に広がっていった。そのため駅周辺と坂の上や駅から遠い場所に客数の差が出るなどして、屋台の場所には良し悪しができていた。良い場所を取るには周囲よりも朝早く渋谷へ来て屋台の位置を確保する必要がある。それでは、屋台を営業する者同士が協力してより多くの人々の生活の充実を目指すどころか、その関係性自体に緊張感が出てきてしまう。そこで当時の店主たちは知恵を絞って、一日ごとに一コマずつずれながら、不公平のないよう営業をしていたようである。何日かすると本店通りの坂の一番上、また何日かすると駅のすぐ近くというように。その時から、

誰か一人が儲かるのではなく、みなが平等に客を取り、全員で儲かっていこうという、横丁独特の運命共同体の文化（3-4 参照）は始まっていたのかもしれない。

転機が訪れるのは昭和 25 年（1950）。連合軍による封鎖の指令ⁱⁱⁱもあり、区の指示で渋谷駅周辺にあった多くの屋台はそれぞれの場所へ散らばった。現在のヒカリエの位置、渋谷警察署の前、東横線の高架下、桜丘地区など。一時は駅の東西南北全ての方向に商店街があったほど、その移転位置はばらばらだったようだ。特に有名なのはヒカリエの位置にあった第一永楽街と、屋台のうち物販のお店だけが集まった地下のしぶちか（渋谷地下街）である。しかし時代の流れと共にそれらは徐々に姿を消し、現在まで横丁、または商店街という形で残っているのはのんべい横丁、恋文横丁、しぶちかの三つだけとなっている。

さて、のちにのんべい横丁となる屋台の集合体移動したのは、現在の渋谷区 1 丁目 25 番地 9、10 だ。駅やハチ公の銅像から徒歩 3 分程度の、渋谷川と JR の線路に挟まれた細長い小さな土地だった。移動してすぐ同年（昭和 25 年、1950）に渋谷区東横前飲食街協同組合として法人登記されている。彼らは屋台の時と同様に平等を重視していたため、店舗の大きさは屋台と大体同じ大きさの店舗二坪とし、その位置も抽選で決めた。当時の建物は木造平屋で、土地自体は都と大蔵省の所有物であったため、彼らは昭和 26 年（1951）から借地上で営業を開始した。

昭和 29 年（1954）には、各店舗が日参で借金を返す形で、都と大蔵省から全部で 100 坪の土地の一部の払い下げと買い取りを実現した。現在の理事長である村山さんは高校生の当時、毎日土地代の 200～300 円を横丁の事務所に持って行っていたことを覚えている。また同時に、今まで共同水道で七輪を使う設備だったのを変えて、各戸にガス・水道を整備した。昭和 31 年（1956）になると、今まで木造平屋の建物だったのんべい横丁を一斉に二階建てに改築した。この時期には現在ののんべい横丁の姿がほとんどできあがっている。

その後は、幾度も再開発の波にさらされるものの、線路と渋谷川に挟まれたこの小さな土地自体にはあまり再開発のメリットがないことと、渋谷川、宮下公園といった公共の土地に囲まれていた地理的条件もあり、実現しなかった。バブル期（1986～1991 年）には駅から近いからと何度も個別の店に向けて売却依頼の電話がかかってきたそうだが、横丁を必要としている人がいるからと、ほとんどの土地が結局他人の手に渡ることはなかった。

しかし時代の流れと共に渋谷の街には巨大なビルが立ち並び始め、それらのビルと線路の間にぽつんとあるのんべい横丁は、だんだん「そこにあることの違和感」（3-5 参照）を感じさせるようになった。

そしてとうとう、のんべい横丁にも姿が変わる時が来ようとしている。100 年に 1 度とも言われる、行政民間一体で行う渋谷の大規模な再開発が始まったからだ。またのんべい横丁は土地の権利関係がはっきりしていることから、その実現が可能であることも後押ししている。ただしここ 10 年間で のんべい横丁は、渋谷という先進都市の中に昭和の風情が残る場所としてバスツアーや海外からの観光客に利用される観光地になっているため、横丁自体がなくなる可能性は低いのだが、木造の建物は取り壊され、ビルになる可能性が高いと理事長の村山さんは言う。未来の事なので確定事項ではないが、今議論されていることが「のんべい横丁を再開発するかどうか」ではなく「（再開発する前提で）どのような形にするか」であることを知っておく必要がある。

最後になるが、横丁全体としての歴史はあまり多くない。なぜなら店舗を運営する店主が持つ個別の思

い出の集積が、のんべい横丁の歴史だからだ。また昔ながらの形を時代の変化の中で変わらず残してきたのがこの横丁の魅力なので、国や渋谷としての時代の流れに左右されることも少ない。そのため参考程度に以下に渋谷区の歴史とのんべい横丁の歴史の並列した年表（表 3-1^{xiii}）を載せるが、その相互の影響はあまり多くない。

3-1-3 のんべい横丁が生き残ってきた外的要因

3-1-2 でも少し触れたが、ここではのんべい横丁が時代を超えてその姿を残し続けることができた理由について、その外的要因を探る。

① 土地の権利関係

東京には新宿のゴールデン街、吉祥寺のハーモニカ横丁など、駅前の好立地に行くつか横丁が残っているが、その理由はどこも所有者の違うかなり小さな土地が集積していること、また大家の分からないなどと複雑な権利関係があったからだ。のんべい横丁もその例に洩れず、店舗ごとに権利者が分かれており、その一つ一つの土地はとても小さい。現在その土地と関係するのは、土地権利者と営業権者を合わせて64人だそう。ただし設立当初から組合化されたのんべい横丁ならではの、大家の分からない土地はなく、登記はそれぞれの土地にはっきり存在している。店主は大家である場合も、そうでない場合もあるが、彼らはほとんどの場合知人にしか土地の貸借や売買を行わないため、それが今後も分からなくなることはない。そのため上述の通り、現在では再開発の可能性が浮上している。しかし再開発をする者にとって問題なのは、再開発にあたり64人という多くの承諾が必要であること、そのために彼ら全員の意見を聞きまとめなければならないこと、その上全員から賛同を得たとしても、その土地のサイズは100坪程度だということだ。つまり面倒で時間のかかる作業な上に、大きな再開発はできないことから、渋谷の面的開発という側面で見れば再開発のメリットを見出しづらく、後回しにされてきた、またその再開発自体が諦められてきたと考えられる。

② 昭和ノスタルジアブームと横丁の観光地化

昭和ノスタルジアブームとは、2000年（平成12年）前後に始まった昭和を回顧する動きのことだ。昭和の中でも特に高度経済成長期と一致する昭和30年代（1955～64年）を指す。この時期は新たに3C（カラーテレビ、自家用車、クーラー）が揃うことで国民の生活利便性が底上げされ、また昭和30年に8.5兆円だった国民総生産が以後の10年で33兆円と4倍以上になるなど、日本という国としての成長を国民全員が実感できた時期だ。また昭和33年の東京タワー竣工、昭和39年の東京オリンピック開催という象徴的出来事もあり、現代の人はその時期を、みな心に憧れや夢、希望が溢れていて、それらは頑張れば頑張るほど実現することができた、という文脈で懐古している。つまり、その時代を生きた団塊世代（現在60～70代の人びと）にとっても、またその時代を生きていない若者にとっても、昭和は共通認識の理想郷なのである。

さてのんべい横丁の外見や醸し出す雰囲気は、まさにその昭和の時代さながらだ。木造長屋造、二階建てと低層で古びた外見、提灯と暖簾、狭い路地、余計な装飾のない飾らない雰囲気など（3-2参照）。そのため、こののんべい横丁という場は、日本の成長期や成長前のいわば原点となる生活を自然と思い出させてくれる。そのため昭和を生きた人にとっては、新しいものや情報に溢れる現代から逃げこむことの出来

る場、自分がそもそも何者であったか、なにを目指して生きてきたのかなど自己確認や安心感を得る場であり、また若者にとっては、みな憧れる昭和時代を現実に体験することができるテーマパークなのだ。さらにその昭和的雰囲気、先進都市渋谷の駅から徒歩3分程度の利便性の良い立地に位置すること、更にその場が一つのお店ではなく、長屋造の建物と細い路地から成る面として残っていることも、人々の目を惹く要因に繋がっている。のんべい横丁としては、昭和30年代以前の建物をそのまま現代まで使い、その時代から変わらぬ文化を維持し続けていることが、たまたまその昭和ノスタルジアブームに乗った消費者の目にとまっただけであって、それが意図して起きたことではないのだが、それゆえにのんべい横丁は再評価され、幅広い年代から支持される渋谷の隠れた観光名所の一つとなっている。

③ 外国人観光客の流入と渋谷の魅力の重層化としての存在意義

ここ最近では外国人がよく来るようになった、とのんべい横丁の店主は口を揃えて言う。筆者自身も横丁内を歩く外国人は度々見かけており、店内でも2回外国人とカウンターを共にしたことがある。外国人にとって、この場所はどのように捉えられているのだろうか。生の声を参考にすべく、YouTube へのんべい横丁の映像を挙げた外国人観光客が載せたコメントをここに引用する。

のんべい横丁は、私が初めて東京を訪れた時に恋に落ちた場所のひとつです。『若者のファッションの中心地』渋谷（ハチ公とは反対側！）に、こんな第二次世界大戦以降から変わっていないような隠れた場所があるということがまさに驚きです。古き良き飲み屋でビールや酒を飲み、焼き鳥の串を楽しめる魅力的な小道です。ほとんどの店は家族経営の小さな店で、4人から6人しか座れません。ここの雰囲気はまるでタイムスリップをしたような気持ちにさせてくれます。過ぎ去りし日々の魅力と雰囲気を醸し出しています。どれだけ強調しても足りないくらい、おススメしたい。東京に行くなら絶対にここをおとずれてほしい。『まるで観光客みたいに』きょろきょろ歩き回るだけでなく、なじみやすそうな場所を見つけて入ってみてほしい。ービールと焼き鳥を注文して、地元の人とおしゃべりをする。これがここの醍醐味だ。（「海外からの反応ブログ」^{xiv}より引用）

ここから外国人観光客が感じる魅力は、日本人のその時代を生きていない若者が感じる魅力に近いと言える。つまり「古き良き時代＝昭和」の体験スポットとしての魅力、そしてこの街にこんなものが！と思わせ入るだけで冒険心がくすぐられるような空間の魅力である。ただし一つ触れておきたいのは、この観光客たちは、上記で触れた日本人も含め、店内に入ることはあまりないということだ。このコメントを載せた方も、実際に店内には入っていないとその後書いている。そのため、観光地化することによってのんべい横丁が守ってきた文化が壊れ、馴染みの場が崩壊するといった流れには今のところなっていない。

さて、その観光地化はのんべい横丁に新たな客層をもたらすと共に、渋谷という都市の魅力の重層化の一つの要因になると考えられている。そもそも日本を訪れる外国人観光客がこの国に求めているのは、日本食、買い物、街歩き、などであるが、渋谷という最先端都市に昭和の風情を残したのんべい横丁の存在があることで、渋谷を訪れる動機は格段に増えるのである（表 3-2^{xv}）。例えば、最先端のビルだけでなく昭和の長屋を見ることによって、その街歩きで目的にするものの幅は広がるだろう。また最先端のファッション文化だけではなく、日本の歴史ある文化にも触れる機会を得ることができるはずだ。その上、ただ

観光地を回り買い物をするだけでは決してできない、現地の日本人との触れ合いも可能になるのだ。その新旧文化を一つの街で体験できるようにするという意味で、確かにのんべい横丁が渋谷の魅力を重層化していると言え、それが再開発の波をかいくぐってきた、また今後がかいくぐっていく一つの要因になるだろうと筆者は考えている。

上記の①～③をふまえ、のんべい横丁は再開発がしにくいという条件もちろんあるが、それ以上に、のんべい横丁が発する魅力を今後も残していくべきという文脈の中で、生き残ってきていると筆者は考えている。そこで後述では、その魅力は一体どこにあるのかについてもう少し詳しく言及する。

3-2 のんべい横丁放浪記

この章では、筆者の実体験や見聞を基に、のんべい横丁という場所が持つ独特の文化を立体的に描き出すことを目的とする。外見に関しては写真を多用し、またエッセイ調で描くことにより、読者にも実際に歩いてお店に入っているような感覚を持っていただければ幸いである。

3-2-1 外見から味わうのんべい横丁

渋谷駅ハチ公口改札を背にして、スクランブル交差点を右に渡り、そこでもう一度右へ曲がってまっすぐ進むとすぐ左手に少し薄暗い路地が現れる。



その路地を奥へ進みながら、斜め前方に目をやると、ひっそり「のんべい横丁」と書かれた白い提灯が光っている。

さらに奥へ進むと、急にのんべい横丁の入り口が現れる。



駅から歩いて徒歩3分もないこの場所が、62年の長い歴史ある、渋谷区のにんべい横丁である。JRの線路と新しいビルとの間に挟まれたこの場所では、提灯と線路を通る電車の音がいい味を出している。



再開発が進むこの街の中で、昭和風の街並みがそのまま残った映画のセットのようなこの横丁は、時代の流れからそこだけ取り残されてしまったようだ。

もっと目立ってもおかしくないはずなのに、なぜかその存在を知らぬ人も多いというほど、渋谷という街に溶け込んでいて、落ち着いた空間である。

渋谷の線路脇にこれほど立派な柳の木が垂れ下がっているのも、ここの場をじっくり味わわなければ来なければ気づかない。



では横丁内の路地に入ってみよう。まず目に付くのは路地の狭さと、店舗のぎゅうぎゅうにひしめき合った雑多な雰囲気である。

その路地の幅は約1.8mで、一般的な男性であれば腕を横に広げると両側のお店に手が届くくらいだそう。お店とお店の間にもすき間はなく、所狭しと並んでいる。



ところどころある分かれ道は、人が一人ぎりぎり通れるか通れないかくらいの幅である。

片側通行で譲り合いをしないと通れない。

店舗の収容人数は一フロアにぎゅうぎゅう詰め
で8人くらいが限界で、一般的な居酒屋と比べると
大変小さい。建物は全て木造で、三店舗を除いて二
階建て、残りは一階建ての長屋造である。



また、その空間ははっきり言って誰でも大歓迎とい
う雰囲気ではない。薄暗さや、アングラな見た目、そ
の中に光る監視カメラの存在も相まって、閉鎖的で少
し怖い雰囲気だ。



メニューは外に張り出されていないため、何をどのくらいの値段で提供しているかははっきりと分からない。扉が閉まっていて中が見えないお店も多い。

なんとか勇気を振り絞って光のもれた店内を覗いてみるものの、夕方 18 時にはもう満席のお店があるくらい、いつも誰かしらの常連さんが座っている。最初はその空間にいただけでも少し落ち着かないくらいで、どこかのお店を扉を開けてのれんをくぐるとなると、更なる勇気が必要である。

しかし最初はとても排他的に見える横丁だが、何度も通うと、昭和の雑多な雰囲気の中にだんだん洗練さを感じるようになる。例えば、店のすぐ外である路地脇には置き看板や店に入らないものなど、余計なものはほとんどない（分かりやすいよう昼間の明るい状態の写真になっている）。



お店の外壁にも値段の安さで客引きをするような張り紙や、景観を乱す派手な色のものもない。門構えや看板にはそれぞれ個性があるものの、それ以上に横丁の空間としての統一性が重視されているのだ。だからこそ、初心者には強い絆で結ばれた仲間意識にばかり視線が行き、排他的に見えてしまうが、常連にとっては余計な装飾のないすっきりした空間になるのである。



3-2-2 いざ店内へ

I カウンターを共有する感覚——のんべい横丁初体験

のんべい横丁初心者の筆者はほとんどのお店が日曜日定休だと知らず、戸惑っていた。唯一店内から灯りのもれているお店は「水車」だったが、もう常連さんで満席だった。まだ18時だというのに、一体いつから飲んでいるのだろう。そう思っていた時、前から一人の女性が歩いてきた。しばらく観察していると、「よしのや」と書かれたお店に出入りしている。もしかして店主さんなのではないかと思い、勇気を持って話しかけてみた。

すると「あら、あんたうちの店に入りたいのかい？」と勢いよく返事が返ってきて、見事私は「よしのや」さんに入店することができた。最初は準備ができていないからと、彼女が自分用に買ってきたスーパーのイカリングを一緒に頂いた。食べながら話を伺うと、彼女は母のお店を継いだ二代目で、この土地の所有者だそうだ。屋台の時代からおでん屋を営み、その時からの古い常連さんが多くいるという。その証にお店の至る所に、古いものから新しいものまでたくさんの名刺が貼られていた。では常連さんばかりなのかと聞けば、現在は新しい客も多いという。外国人が観光として、また20, 30代の若者が昭和の雰囲気を楽しむにやってくるらしい。加えて今度、青山学院大学の学生が祭りを催しに来るとのことだった。

そうこうしているうちに、40代の男女のカップルと、50代の男性二人組が立て続けに入店。カップルは奇遇にものんべい横丁のお店に入ること自体が初めてだったようで、筆者とすぐに打ち解けた。また男性二人組は以前よく来ていたという常連さんのようで、店主の方と一通り挨拶を済ませて、筆者、店主、新たに入ってきた人たちの6人で、一つの話が始まった。ここでは新しい人が来、またお酒が入る度に、みんなで乾杯するのが文化のようだ。みな二人組など別組の連れとして来ているのに、それぞれで話すことは筆者がお店を出るまでほとんどなかった。店主の方が次々と話題を振り、店全体で一つのテーブルのように、カウンターを共有する者全員で話をするのだ。それは筆者にとって、初体験の出来事だった。

最初は若いによく来たねと可愛がられていたものの、次第にビールのもらい方などの礼儀をこと細かく指導され、しまいには、あんたまだいるのかい、本当に大学生？などと気づけばみんなの言いたい放題の的になっていた。「ここでは年寄りが若いものに礼儀を教えるんだよ」と店主の方の言う通り、それはまさしく可愛がられている証拠だったが、それでも全員酔いが回っていたのは間違いない。会って間もない若者に何でも言ってしまうこの環境は、まさに酔いを共有できていたからだ。でもそれが嫌になるわけでもなく、なんだか昔懐かしく、すがすがしい気持ちになったのが筆者自身も意外だった。昭和の頃の、あの地域に教育力があつた時代の文化をタイムスリップして経験したような、そんな気分だったのかもしれない。

II 一度きりかもしれない出会いを大切にすること

のんべい横丁の理事長である村山さんのお店で、焼き鳥の名店である「鳥福」さんへ、筆者は友人と二人でお邪魔した。すっきりとしてきれいで明るい内装と、17:30にも関わらず満席の状態に驚いた。16:00に開店し、21:00に閉店することからも、早くから多くのお客様が詰めかけるようだ。それだけ閉店が早いのは、先代である村山さんの父が、サラリーマンが次の日も元気に仕事ができるよう、11時までに帰宅できる時間に閉店することを心がけていたからだそうだ。

さて、自慢の鳥は比内地鶏などの肉厚な地鶏、そしてビールはアサヒのプレミアムビールだけだ。メニューには値段の記載がないため、もし若い来店客があった時には、単価は高いことも含め店の姿勢をきちり伝えると村山さんは言う。そこに、(値段がたとえ高くなったとしても、)間違いなく美味しいものを常にお客様に提供するという店主村山さんの強いこだわりを感じる。焼き鳥を待ちながら店内を眺めていると、ふと目に着いたのはラベルにのんべい横丁と記載のある日本酒である。実は岩手県釜石にも「呑ん兵衛横丁」という横丁があるらしい。同じ名前というゆかりから、復興支援を行っていて、釜石の地酒を取り寄せているのだという。これはのんべい横丁全ての店(店の風貌に合わないところを除いて8割のところ)が取り扱っているらしい。村山さん自身ももう20回ほど釜石を訪れているようで、横丁同士のつながりという新たな視点も垣間見ることができた。そこで村山さんにのんべい横丁と他の横丁の違いを伺うと、渋谷ののんべい横丁は新宿や吉祥寺に比べてすごく静かだと教えてくれた。渋谷の中でも109がある道玄坂側は若い層が詰めかけるが、山手線の反対側であるのんべい横丁や宮益坂側は30~40代のビジネス街であるために、のんべい横丁はすごく落ち着いた大人の雰囲気を保っているという。横丁はそれがあがる街に左右されるというのが彼の持論だ。

その話を伺っているうちに、店内には人が増えていた。隣に座った男性三人組が乾杯してお酒を一口飲んだ後、筆者たちに話しかけてくれた。彼らは会社の上司と部下の関係で、音楽コンサートに行く前にここ「鳥福」さんへ寄ったのだという。趣味のマラソンやカメラの話の盛り上がるうちに、君たちのおかげで楽しい話ができていると、まだ知り合っていない筆者たちにビールや焼き鳥を次々とおごってくださった。そこで私は先日「よしのや」で教わったビールのもらい方を早速実践することができ、前回の社会経験をばっちり活かすことができた。その後趣味のカメラを使って写真を撮って頂くことになり、なんとそれを後日メールで送ってくれることになった。のんべい横丁を離れても繋がりが続くことを肌で感じることができた出来事だった。また村山さんにものんべい横丁の文化について伺う機会を、のんべい横丁とは別の場所でお約束頂いた。やはりここは、一期一会の出会いを生み出す場であり、みながその一つ一つのご縁を大切にしている場所である。

III 学生主催ののんべい横丁祭り

青山学院大学の学生が主催するのんべい横丁祭りに一時スタッフとして最終日にお邪魔した。この祭りは今年(平成26年,2014)で三回目。昨年には海外のたばこメーカーがスポンサーにつく、また回数を重ねるごとに訪れる人が多くなるなど、その知名度は年々上がっている。その目的はのんべい横丁に入りたい気持ちはあるが、なかなか入ることができないといった人に向けて、横丁に足を踏み入れる一つのきっかけ作りをすることだ。その具体的な内容としては、復興支援の一環としての釜石の物品販売、学生たちが自力で作成したのんべい横丁紹介パンフレットの販売、そして目玉は酒樽から注ぐ日本酒の販売である。



主催者側が提案する理想の回り方はこうだ。横丁の入り口にどんと置いてある東北直送の樽酒に足を止めた客はまず、焼きたてのイカをつまみながら枀酒や3種類の利き酒を堪能する。少し酔いが回ったところで、普段ならなかなかできない横丁の路地の中へ入ってみる。途中で横丁紹介パンフレットを買い、それを見ながら好きなお店を選び、勇気を出して入ってみる。そしてそこで飲んだ後にスタンプラリーをもらって、せっかくだからと他のお店も回ってみる。そのうち酔いはまわり、気づけば自分自身が、今まで敷居が高いと感じていたあののんべい横丁の一員になっている、というものだ。ただしもちろんお店の中に入らなくても昭和的雰囲気を楽しめることができることや、足をとめるだけで現役大学生と気軽に話ができるところもこの祭りの魅力だ。

のんべい横丁の店主たちはこのお祭りを、様々な視点で捉えている。学生にとっておとな（の酔っぱらい）と交流する機会であると好意的に捉え、社会勉強や経験の一つとして応援している人もいれば、時代の変化の一つだから仕方がないが、静かな横丁がうるさくなったなどとマイナスに捉える人もやはり存在する。

一方の学生側はのんべい横丁をどのように捉えているのか。青山学院大学の学生7名が回答してくれた（表3-5参照^{xvi}）。青山学院大学の学生たちがのんべい横丁に関わるようになったのは、基本的にはのんべい横丁の常連である青山学院大学の教授か、「野川」さんでアルバイトとして雇われていた元青山学院大生の紹介である。渋谷駅から大学まで続く通学路の途中にあるので青山学院大生にとっては馴染みがあるのかと思いきや、やはり最初は入りづらい雰囲気ようだ。しかしその壁を超えて内輪な空気に馴染むことができれば、その場が居心地良く感じるようになる」とみなが口を揃えて言う。そして実際にその場に慣れた彼らは、のんべい横丁に酒自体を味わう時間と、店主や常連さん、知人との出会いや会話を楽しみにやってくる。それを導くのは他の場に比べて物理的にも心理的にも人と近い横丁独特の空間であり、そのうちお酒やご飯といった消費目的を超えて通う場になる学生もさえない。彼らはそこで自分とは全く違う世界の人と出会い、会話をする中で、さらに全く違う世界に飛び込んでみたり、自身の価値観を広げたりする。つまり学生にとって横丁は、ネット社会が横行する中で、人と現実世界で（リアルに）触れ合うことができる貴重な場であり、みな古くから続いていることで培われたレトロな雰囲気と人間味を味わいに来ているのだ。

IV 気遣いの交差

のんべい横丁ならではの独特の空間や入店の緊張感にも慣れてきた筆者だったが、「酒処えのき」では入ってすぐにどきりとするのが起きた。店主の方に「貴方挨拶ができて良かったわね、挨拶ができない人はたとえ外国人でもNOと言うわよ」と言われたのである。人を大事にするお店だからこそ、ここに入る時には初対面の人と会話を始める時と同じように第一印象が大事だ、と「えのき」の店主の方は言う。その言葉に焦りながらも、入店できたことにホッとしながら日本酒を頼み、彼女に一杯目だけ注いで頂く。それがこのお店でのお客様の来店への感謝の印と、この空間を共有することの始まりの合図なのだ。美味しいお酒とお通しに舌鼓しながら彼女と話していると、そのうち隣に男性二人組が入ってきた。彼らは仕事の同僚らしく、最初は部下が固い敬語で会話をしていた。彼らにもお酒とお通しが出されたが、お通しは醤油をかけて頂くものだった。醤油はカウンター全体で一つしかないため、先ほど使った醤油を筆者が

彼らに回すことになり、それを一つのきっかけに隣の彼らと話し始めることになった。横丁の他のお店でもよくあることだが、一つのカウンターを共有する客同士が気遣いをする場面があるからこそ、客は繋がり合うことも、空間の共有を意識し合うこともできるのだ。さて、料理の器や、よく注文されるメニュー、普段の生活のことなど何気ないことで話題は絶えず続いた。そのうち筆者は隣の男性たちの関係性に変化が起きていることに気付いていた。酔いが回ったこと、また筆者と店主という他人がその関係性の中に入ること、次第にその上下関係が薄まっていたのである。しまいには部下が「いつもそんな人じゃないのに！今日ママさんが綺麗だからって気合入っているでしょ！」と上司に突っ込んでいたほど、彼らは最初話し始めた時より近い距離感になっていたのだ。

話はますます盛り上がるうちに、別の男性が1人で入店。1週間に1度は来る常連さんのようだ。店主の方はその顔を見るなり、彼がいつも飲むお酒に手をかけ、彼の好きな食材の中で今日入荷のあるものをすぐに教えていた。一方の彼はお酒が出てきた後に、店主の方にお酒を注ぎ返しながら、最近の調子はどうかと店主を気遣った。その二人はまるで何でも知っている家族のようだったし、彼は店に飲食しに来ているというよりは、彼女に会いに来ているようだった。19時半が過ぎ、だんだん混み合う時間になってきた。混み合うと狭い空間だからこそ、席を少しずつずれて譲り合う。これも客同士の気遣いだ。そろそろ帰ろうかと筆者がお会計を願いますと、まだ早いよ、もっとここにいたら？と惜しむ声をかけてくれ、また奥に座っている筆者が店の外に出ることができるように、一度立ちあがって道を譲ってくれる。そのように気遣いの交差が生む心地よい空間がそこでの仲間の一人になることができたように感じさせ、来たばかりの自分の存在がみなに認められているような気がした。

V 繋がりを求めている人が集まる地

寒い冬にはおでんだと、「なだ一」さんに入店した。ここは斜め向かいの「まぐろ処」さんと兄妹で経営している店であり、「なだ一」自体は現在の店主の母が経営をしていたそうだ。お通しは「まぐろ処」から運ばれてくることも、「まぐろ処」さんのお客が「なだ一」へやってきて、おでんを買いに来ることもある。まるで昔のご近所同士のように、見ているだけで風情がある。

ここではおでんを食べながら、今までにあった常連同士の結婚や、著名人が常連であるといった話を店主の方が話してくれた。最近は外国人が来店することも多々あるようだ。筆者がのんべい横丁で人が繋がっていく面白さについて興味があると話すと、彼女は当然のように「みんな人の繋がりを求めてきているからね」と答えた。確かに今まで横丁で出会った人たちは定年を過ぎた男性で、しかも一人でお店に来ていることが多かった。ここは、繋がりがある場所なのではなく、繋がりをもとめている人が集まる場所なのかもしれない。

そうしていると偶然にも、海外からの観光客がやってきた。韓国から来た男女のカップルである。彼らの座った席の両隣には50代前後の男性がそれぞれ一人でいたが、カップルだろうとお構いなしに、彼らはすかさず片言の英語で話しかけ始める。Sit down please. Can you speak English or Japanese? と、店主の代わりにいろんなことを教えてあげながら、決して流暢ではない簡単な単語を組み合わせた英語と必死のジェスチャーで、彼らはなんとか国の壁を超えていく。

店内も混んできたので、そろそろお会計。ここでもメニューはなく、支払時でなければ値段が分からな

いが、これは店主と客の間にある信頼関係の証だ。お店がうまくいっている時には安いかもしれないし、その逆も然りかもしれない。ただしここへ来る人は、ただの消費目的ではなく、店主や常連と話を楽しみに来ているのだから、それはもはや一種の助け合いの関係に近い。

外に出る時に、日本人の常連客の男性一人が真剣な顔でどう見ても日本人の筆者たちに See you! と声をかけてくれた。外国人と話す緊張を紛らわすためにお酒のペースが早くなっていたから、きっと酔っばらったんだろうね! と笑いながら、友人と店を出た。

VI 店主の人生が詰まった横丁

初めて筆者は 3 人という少し多めの人数でお店を訪れた。店内には女性が二人。一人は店主の方で、もう一人はのんべい横丁内の他のお店の店主だという。病気で休養中だそうで、よくここ「水車」さんに食べにくるようだ。「ここは長屋と一緒にだからね、お互いに助けあわないと生きていけないのよ」と彼女は言う。長屋と同じ共同生活だからこそ、回覧板を回して情報を共有することはもちろん、お皿や椅子の貸し借りをすることもある。お皿を貸すと、おすそわけがついて返ってくることもよくあったといい、お互いへの心遣いが細やかに行われているのが窺えた。

さて、3 人でカウンターに入店している人を見たことがなかった筆者は、少し人数が多すぎるかと心配していた。カウンターを共有するあの感覚を味わえないのではと思ったのだ。しかしカウンターに座る限り、店主の方から放っておかれることはなかった。同級生で来た筆者たちを見て、今まであった同級会の話や、昔のお客には 50 代や定年以降の公務員や社長が多かったこと、現在は IT 関連の 30 代男性が増えていることなど、次々と話を振ってくれたのだ。彼女は、そのように来店客の情報は知っていても、仕事内容やその日にあった失敗や愚痴には触れることはないと言う。ここでは、その客の想いを店主が察知し、ただお酒を差し出して楽しい話題で会話をすることによって、一日の疲れを癒してもらうことが目的だからだそう。その後、彼女は手相占いや震災の体験を交えて、若者には人生の厳しさを知ってもらう場所だとも話した。横丁ではいつも、店主の人生話が酒の肴になり、筆者たちの価値観や視野を広げてくれる。

VII 「今どきの若者は」——人の繋がり意識の違い

「水車」さんのあとそのまま二次会に訪れたこの場所は、開業して 11 年目。のんべい横丁の和の雰囲気の中では少し異彩を放っている。のんべい横丁に来た人以外にも、渋谷駅近くの宮下公園の駐輪場を使っている人なども通る方の路地には、現在少しずつ洋風のバーも増えてはいるが、まだまだその数は少ない。

ここには 3 人で入店したことも影響したのか、あまり店主の方以外とは話をしない。一度入ってきた常連の男性と少しお互いに話題を振ってみるものの、大学生 3 人というのはこの場で異色すぎたのかあまりうまく話が続かなかった。また店主の方も多くは話さず、たまに我々の会話に入ってくる程度である。結局その男性は、スマートフォンの画面をしばらく見つめた後、あまり言葉を発さずにお店を後にした。ここで、今までのお店では自分たちが一生懸命話している以上に、店主や常連が場を回してくれていたのだと実感する。もちろん場の狭さから成る人の物理的近さが会話を生む要素もあるが、それ以上にのんべい横丁の文化を支える会話は、店主と常連に託されているのだ。

その後も3名ほどいつもの顔ぶれが揃うが、彼らは彼らで話しており、筆者ら3人と会話を交わすこともなかった。店主の方も特にその二つの団体を繋げる必要はないと考えているように見えた。このお店では多分、カウンターを共有している者同士がいても、それぞれがそれぞれに楽しむことができればそれでいいのだ。ある意味で現代らしいプライバシーの尊重が行われていて、良い遠慮があるともいえる。ただしその雰囲気があるからこそ、筆者自身も隣の常連らしき女性に話しかけにくく、結局店を後にするまで一言も話しかけることができなかった。若者が自分の居やすい場だけに留まり、上司との飲みにもあまり応じないと嘆く気持ちが分かった気がするくらい、ここでの体験は、他の横丁のお店に比べて異色だと感じた。だがここでは若いというだけで可愛がられるわけではないことや、3人という横丁にしては大所帯で訪れたこともあり、筆者たちの努力が間違いなく足りなかったことは大いに反省しなければならないことだ。若いお店で繋がりを求めるならば、まず一人で飛び込み、繋がりたいというメッセージを強く発することが必要なかもしれない。

VIII どん、と構えることの魅力

IIで訪れた理事長村山さんのお店「鳥福」さんへ再訪した。初めてのんべい横丁を訪れる父ら2人を連れていったのだが、相変わらずピカピカに磨き上げられた店内に驚いていたようだった。横丁のあの古ぼけた見た目からは想像できない上に、「横丁」といえば、もっと雑多な雰囲気、とにかく量の多さと安価がウリのようなお店が多い、道端にある屋台のような雰囲気だと思っていたそう。

席に着き、ショーケースの中に並ぶ焼き鳥を見ながらどれにするか悩んでいると、常連さんが1人話しかけてくれた。「真鴨ほど美味しいものはない、テレビの食レポで死ぬほど美味しいなんて言わないだろうけど、僕ならそれを食べたならもう死んでもいいと思うよ。」と。三人でいるとなかなか話しかけられないけれど、こういったタイミングでやはり会話が生まれる。よく考えれば、おでんの「よしのや」さんも、「なだ一」さん、また「酒処えのき」さんも、カウンターに食材やおでんが並び、それらを選ぶ度に狭い空間やそこに居る人たちを意識した気がする。どのようなものがあるか立ち上がって見てみたり、話の隙を見て注文をしたり、隣の人が食べているものを聞いて注文してみたり。そのたびに隣の人や店主と会話が広がるのだ。

さてこれまでも、何を食べようか悩む私に美味しいものを提示してくれるのはいつも常連さんだった。これは「鳥福」さんに限った話ではないが、横丁のどのお店でも「おすすめはありますか？」と店主の方に尋ねると、「ここにはお客様に出すことができるものを用意しているのだから、全部食べてほしいものよ」「好きなものを選びなさい」「ここにあるもの全部よ」とみな口を揃えて言うのだ。ここには、店主の姿勢だけでなくその外見や排他的な雰囲気も含めて、いい意味で「歩み寄らない格好の良さ」がある。食べてほしいもの、間違いなく美味しいものを用意しているからこそその余裕と自信が滲み出ていて、余計な広告はしないし、時代の流れにも流されすぎない。美味しいものや必要なものはどのような時代の流れがあっても普遍的であると彼らは誰よりも知っているのだ。

それが若者の私にとっては一番の魅力である。なぜならそれこそが飲食店の中でも「本物」であると感じることのできる要素だからだ。一般的な居酒屋に私が求めるのは、安さと話しやすい空間であって、あまり食べ物には期待していない。はっきり言って、間貸しをしてもらいに行っているようなものだ。けれ

どここには、時代の流れの中で変わらない価値を見極め、提供する店主と、変わらない価値だと評され続ける美味しいお料理、そしてそういうものが好きでそれにならお金を払いたいと考える常連たちが集まっている。これこそが究極の飲食店の形であり、「本物」だと私は感じるのだ。

ここは私のように飛び込みで入るものもいるだろうが、基本的には口コミで広がることが多い。この広告に頼る現代社会の流れに反して、だ。その形態を長い間維持し続けるという意味で、「いつ行っても変わらない、どん、と構える魅力」が、ここにはある。

ここまで3-2で記述してきたことが、筆者の体験してきたのんべい横丁をありのままに描いた姿である。この文章を読み、少しでものんべい横丁の内部の様子を肌で感じ、筆者がしてきた体験を疑似的にでも共有して頂ければ幸いである。このエッセイから読者には、のんべい横丁がきわめて個別的な体験の場であるが、人の繋がりに対して能動的でさえいれば、素晴らしい出会いに満ちた場所であるということを知って頂きたい。

3-3 のんべい横丁の特質と変容―「なじみの場」との関連性を基に

のんべい横丁はその名の通り、飲兵衛の集まる場所だ。だからこそお酒を扱っていないお店はなく、狭いカウンターを共有して酒を飲むのだから、酔いの共有は常に行われている。そのため第一章の酒の社交力との関連は容易に想像できると判断し、ここでは第二章「なじみの場」との関連について詳しく言及する。

3-3-1 のんべい横丁の外見

「なじみの場」であるサードプレイスには3つの特徴があると述べた。それは、「いつでも」「だれにでも」開放された「消極的な」外見の場所であるということだ。まずはその三点について言及する。

①② 「いつでも・だれにでも」

上記の通り利便性の良い立地で、営業時間には常に門戸は開かれているので、確かにある種公共的な場であり、就業時間後なら「いつでも」「だれにでも」訪れることができる所だ。客層は、20代の学生から定年を過ぎた者まで様々で、ここ10年間で外国人観光客も増えており、その多様性は渋谷という先進都市に立地するのんべい横丁ならではだ。だが実際には営業時間や定休日、提供するもの、値段によって、その店内へ実際に訪れることができる人は限られてくる。例えばランチタイム営業がないため、第一の場に属する主婦で、更に小さな子どもがいる場合には、就業時間後の時間帯に飲酒をすることは難しい。またのんべい横丁に入っているお店はお酒一杯で600～1000円くらいが相場であるなど、その客単価は高い。そのため就業後時間があっても、余裕のある生活がなければ来ることができない。実際に常連になる客層は、店舗にもよるが、30代の（IT業界関連の）（独身）男性、渋谷近辺で会社を経営する社長や役員、また50代～定年以降の男性、30代以降の独身女性が全般的に多く、確かに経済的余裕のある生活をしている人が中心だ。ただし多種多様な社会背景を持つ常連がどの店にもいることは確かであり、また渋谷という常に新たな人を受け入れる環境に位置することからも、「いつでも」一人で訪れることができる安心感はあるといえる。

著者オルデンバーグがアメリカの一部の居酒屋がサードプレイスに成り得ると第二部（p273～298）で言

及しているため、この居酒屋ならではの営業時間帯はサードプレイスの「いつでも」の条件に該当すると考える。しかし上述の通り「だれにでも」の条件はあまり満たすとはいえず、特に第2の場に属する生活に余裕のある人々に対して開かれた場所になっている。それは実際に居酒屋が営業を継続していくうえで、ターゲットをはっきりさせて客を引き寄せる必要があるため、ある程度仕方がないことなのかもしれない。

③「消極的」な外見

3-2-1を参考にしてほしい。横丁の中にある細い路地に立って見ても、店内から「入っただけ」とお誘いの声がかかるどころか、外にはメニューもなく、店内が見えないところさえある。古い建物や薄暗さによってその場が醸し出すアングルな雰囲気も、新参者にとっては大きな壁となり戸惑いを感じさせる要因になる。しかし店内に入るとその緊張感は一転し、明るく小奇麗な空間と店主の笑顔が待っている。その意味で、消極的で排他的な外見こそが度々訪れる一見客から常連を守っているのは確かであり、逆に中に入ってしまうと新参者でも開放的で仲間内の空気にすぐに馴染むことができる空間である。つまり、この場に馴染みたいという意味を持って、敷居の高さを超える勇気を持った者だけが、この中に入っていくことができるのだ。それはまさにサードプレイスの消極的外見と一致する。

3-3-2 のんべい横丁の内部

第2章でサードプレイス内部では、常連を中心に会話が絶えず、それが生む居心地の良さが新たな常連を引き寄せるとしたが、それはのんべい横丁でも全く同じである。ただしのんべい横丁とサードプレイスでは二つ異なる点がある。一つは渋谷という先進都市に位置するために常連の繋がりが緩やかで排他的すぎず新参者が受け入れられやすい点、もう一つは常連以上に店主自身が会話の円滑な運営を促していく点である。

まず常連の繋がりと新参者の受け入れについて。渋谷区にはもちろん住宅地はあるが、のんべい横丁の位置する駅周辺に関して言えば、それ以上に先端ファッションの発信地としての商業地区、そしてITを中心としたビジネス街が主だ。そのためこの横丁は、オルデンバーグが想定している家と職場の往復の途中にある田舎町のサードプレイスとは違い、何か別の用事で渋谷を訪れた人がそのついでに来ることも多く、より公共的な場所である。それゆえ訪れる人の地域範囲は限定されにくく、その常連の訪れる頻度もあまり高くない。それは、常連同士の絆がいい意味で濃すぎず緩やかであり、のんべい横丁を新たに訪れる人にとっては大変受け入れられやすい環境であることを意味する。都市に位置するからこそ新しい人が来ることは当然のように想定されていて、この横丁に来る常連は、常連同士で会い、会話すること以上に、店主や新たに訪れた新参者との出会いや会話を楽しみに来ているのだ。

また店主自身が会話の円滑な運営に寄与するのは、上記通り常連同士の絆が濃すぎないために、この横丁では常連同士の会話以上に「店主に会いに来る」傾向が強いからだ。オルデンバーグ(2013)が想定する『サードプレイス』上での店主は、どちらかといえば常連たちが集まる場を支える土台のような存在だが、この横丁では店主こそがその店舗の個性や文化を創りあげる主体になっている(3-2参照)。そしてその店主と話をしたい者が好きなタイミングで集まり、店主を含めて集まった新たに知り合う者同士がみなで話をするというのが、この横丁ならではの特徴である。

3-3-3 のんべい横丁の役割

ここでは、のんべい横丁は訪れる人に何を与えるか、つまりのんべい横丁は現代社会でどのような役割を果たしているのかについて言及する。現場の声を参考にするため、先述したのんべい横丁祭りに関わりのある青山学院大学の学生7人から頂いたアンケート（図 3-5^{vii}）や、筆者自身の体験を基に記述する。そのため、学生目線に終始してしまう側面があることを先にご了承いただきたい。

① 日常生活の新鮮味

のんべい横丁は今まで述べてきた通り、日常生活で使う建物はもちろん、同じ業界である他の居酒屋とも大違いだ。だからこそ酒を飲むという行動をするために、普段の居酒屋でもなく家でもなくわざわざのんべい横丁という場所を選ぶこと自体が、日常生活に新鮮味を与えることなのだ。ある学生からはのんべい横丁の醸し出す雰囲気について「偶然の出会いがあつてとても良い。ロマンがある」との回答があつた。ロマンとは現実にはあり得ないような冒険の要素との意味を含む言葉であるから、そこには、のんべい横丁に行くことが日常生活とは別世界へ「飛び込んでいく」感覚であることが示されているとし、まさに日常生活に刺激やわくわくといった新鮮味を与えるものだと考える。

② 幅広い視野に基づいた人生観

のんべい横丁には学生から定年を過ぎたご年配まで、また働く業界（学生の場合は学ぶ領域）も問わず様々な層が集まる。学生の回答の一つに「自分は年代的に若く、経験もないので、普段話さないであろう立場にいて、知らない世界に居る人の話を聞くととてもタメになる。」とあつた通り、その集まった彼らは、ただ同じ場所にいるのではなく、共に話をし、交流する。そして互いの立場から見えるモノの見方を共有することで、お互いに新たな発見をし、多角的な視点を身につけるのだ。またある一人はそれを自覚し、「サークルばかりのメンバーと遊んでいる学生と一人で飲みに行き様々な大人と話をしている学生とでは価値観の広さが変わってくる。」との回答をくれた。ここから、自分が一般的な学生と比べて幅広いコミュニティを持っていることについて強い誇りを持っていること、またその経験が自尊心にも良い効果を与えていることも窺える。

③ 心の強心剤

上述で少し触れたとおり、幅広い世代や社会的背景の人の集まるのんべい横丁は、そこへ通う人に対して、社会的役割を持たない個人としての状態で色んな背景を持つ人と繋がることのできるという自信や必要な自尊心を与え、個人としての価値の再確認をさせる効果がある。また 3-2-2 のIVで上司と部下の関係性が一個人同士の平等な付き合いになった通り、社会秩序に縛られた関係性を一旦解放し、互いの普段とは違う新たな一面を見せる役割もある。それが親近感の増幅を生み出し、彼らが第二の場で上司と部下の関係に戻った時の円満な人間関係や場の運営にもつながっている。そのように生活の依存度の高い場所の円滑な運営が図られる、個人としての存在意義を少しでも見出すことができれば、人はおのずと元気になる。その意味で横丁は、心の健康をもたらす強心剤なのである。

④ 大勢の友達

のんべい横丁に通えば、いつでもそこに知り合いがいて、そこに属する常連をひとまとまりに仲間として与えてくれる、とは言い切れない。なぜなら 3-3-2 の通り、のんべい横丁では常連同士の繋がり以上に常連と店主の繋がり強く、大勢の友達を手に入れるというよりは、店主に会いに行くために通う人が多

いからだ。しかしそのような状態でも、学生ならではの大人に可愛がってもらえる立場にあることも影響してか、学生からの回答には「のんべい横丁のお客さんは社長さんが多いので、本気で内定を出してくれた人がいたことも多々。」「会った人の作っている野球チームに入った。」と、幅広い人脈を手に入れていることが窺えた。また野球チームの回答に関して言えば、のんべい横丁での繋がりから派生した新たな団体への加入であることから、のんべい横丁が多様な人が繋がる一つのプラットフォームとしての機能を果たしていることが分かる。

以上の4点以外に、のんべい横丁で新たに見られた役割を記載する。

⑤ 他人と話すという体験

3-2で「なだー」の店主の方もおっしゃっていた通り、のんべい横丁を訪れる人の大前提として、他人と繋がりたいという気持ちを持っている背景がある。そのためそれぞれが能動的で積極的な会話が生まれるのだが、それをネット社会の確立された世代を生きる学生は「(のんべい横丁の文化は) 人とのリアルでの触れ合い」であると表現した。だからこそ、お酒を消費する場である居酒屋の集合体としてののんべい横丁へ行く理由が、「(のんべい横丁へは) 友達に会いに行きます。正直それだけです。」「(のんべい横丁へ行く理由は) 人と話すこと。お酒もご飯なくても行きます。」となるのである。

序章で触れた通り、人間が個別化して存在する現代都市で幅広いコミュニティを求めるならば、それを実現できる場に自分で能動的に関わるが必要になる。しかし第三空間に目立つのは、基本的には個人の生活の拡充機能であるために、こののんべい横丁の「繋がりに対して能動的な意思のある人に対して、場を開放している」ことが、より特別な特徴として浮き上がっているのだ。

⑥ 責任のないドライな繋がり

「(横丁での繋がり)は そのあと個人的に会う人もいれば盛り上がりながらも名前すら聞かないこともあるし、コミュニケーションを良い意味で適当にできるので気張らなくてとても楽チンです。」と回答した学生がいた。マイク・モラスキー(2013)が「(サードプレイスとしての居酒屋での)繋がりや度合いは一般社会に比べて緩く、窮屈に感じた客はすぐに出ていけばいいし二度と顔を出さなくてもいいから責任はあまり伴わない」と述べている通り、確かに横丁に通うも通わないも個人の自由であり、そのコミュニティはいわば逃げ場のある楽なものだ。それは第一の場、第二の場にあるコミュニティと最も異なる点であり、それでこそ個人は最も自由に気を使わず、自分自身を表現できるのである。つまりのんべい横丁では繋がりをいつでも辞められるという緩い人間関係と、その背景があるからこそ勇気を持って自分自身を最もありのままに出すことができる場所なのだ。

⑦ 昭和から受け継がれた文化への接触

横丁は外見だけでも昭和ノスタルジア(3-1-3 参照)を感じさせる風情ある雰囲気である。店内へ入ればますます、その場の雰囲気を一学生が表現したような「レトロで居心地のよい、人間味に溢れた場所」と感じるようになるだろう。なぜ横丁で生まれる会話に人間味があると感じるのだろうか。それは、一般的に居酒屋と捉えられている場所と比べてみると分かりやすい。そこでは「飲食を提供する人」と「対価を払い、場を借りる人」が完全に区別されていて、それぞれがその一つの役割だけに終始している。その二つの立場の間にある会話はマニュアル化されていて、場を借りる人同士が、つながりあうことも滅多にない。しかしのんべい横丁では、常連が店主に酒を分けるといったことはよくあり、客と店主の間にもどの

ような会話が起るかは店主にも分からない。客同士の繋がりももちろん生まれることは多く、それぞれは役割に縛られず、ある程度自分たちの個性で自由に振る舞うことができる。それが人間味あふれていることにつながっているのではないかと筆者は考えている。また店主の人生話を聞くことや、社会勉強と言いつつしながら様々なことを教えてくれることも、昭和の地域教育力を感じさせることにつながり、レトロ感を増幅させている。

ある学生が「文化をどう思うかではなく、文化のあるお店に行くこと自体があまりないので、すごく貴重。」と述べている通り、昭和から受け継いだ文化を言葉にできなくても、感じる場があるに身を置くことができるということ自体が、こののんべい横丁だけが担うことの出来る貴重な役割なのだ。

3-4 のんべい横丁で人が繋がるメカニズム

のんべい横丁という、「酔い」と「サードプレイス」の二要素を持つ場所で、どのように人が繋がっているのかについて、空間設計、客側の姿勢、店主の努力、酒の作用、横丁の運命共同体意識の5つの側面から分析する。

3-4-1 コミュニケーションを生む空間設計

青山学院大学の学生も指摘した店主や他の客との物理的な距離感の近さは、確かに人の繋がりを生む重要な要素である。のんべい横丁のカウンターに座っている自分を想像してほしい。1フロア2畳のこの場所では、自分のテリトリーは両手を一回りしてできる空間より少し少ないくらいだ。席の後ろには人が通ることのできる空間は余っていないため、人の出入りがあれば一旦席を立ち、外に出たりしながら避ける必要がある。みなで一つのカウンターや醤油などの備品を共有しているからこそ、互いに譲り合い、貸し合いをする必要がある。ただしその狭さは、逆に言えば店内を端から端までしっかり見渡すことができるものだ。

この状態では、人と人との物理的距離が一般的な居酒屋よりもよっぽど近い。下を見ていない限り、大抵視界のどこかに他の客が移るため、その存在を意識しないのは難しく、ある種の緊張感が働いている。一方で、店内をすべて見渡すことができることによる安心感も同時にある。なぜなら人間にとって本能的で無防備にしたい飲食を行う場だからこそ、全体を把握できるこの狭い空間は、敵に不意に襲われる心配がない安全な場所だからである。それゆえ、のんべい横丁の店内には、視界に入る他の客に対して互いに気を遣いながら狭い空間を共有しなければならないといった緊張感ある意識と、全員で無防備な場を共有しているある種の仲間意識の、二つの相反する意識が同時に存在する。そこで、その二つが生む程よいストレスを会話によって緩和していき、みながよりくつろげる空間にしていくために、この空間はコミュニケーションを生むといえるのである。

3-4-2 客側の姿勢

何度も記述してきたように、のんべい横丁で人が繋がっていくのは、そこに集まる人が「人と繋がりたい」という強い能動的意識を持った人たちだからである。のんべい横丁を訪れる人の心理は「美味しいお酒が飲みたい」「癒されたい」「社会的役割を取っ払った一個人として接してほしい」など一見様々あるが、実はそれらはすべて「そこで出会う他人や仲間、店主と話す」ことに終始するのである。

例えば美味しいお酒が飲みたいと考えて来店する人の「美味しい」とはどのような意味だろう。本当にただ本人が美味しいと思うお酒を飲みたいだけなら、大好きな酒を自宅に買って帰ればいい。その方が余計な費用はかからず、また一人の方が味に集中できるかもしれない。しかし、そうではなくわざわざのんびい横丁に足を運んでまで「美味しい」お酒を飲みに来る人の心理は、それとは全く異なるはずだ。味の問題ではなく、「信頼関係のある店主が勧めてくれたお酒」や「誰かと一緒に飲むお酒」のことを「美味しい」と考えているのではないだろうか。その意味で、「美味しいお酒が飲みたい」という一見消費目的に見える理由も、結局は「人と一緒に酒を味わう」ことに終始するのである。また、それを実現するためには、店主やその日にたまたま横丁の空間を共有した他人とも、互いが気持ちよく過ごせるような空間創りを積極的に行なければならない。そのために、みなが積極的に程よく話し、好きな程度で繋がっていく姿勢を持っていて、それが全体での会話の運営の円滑に繋がっていくのだ。

3-4-3 店主の努力

上記のように客側が様々な想いを持ってきてのんびい横丁に入ってきたとしても、自己の力だけではその実現が難しいかもしれない。またのんびい横丁の場所柄、観光客や外国人など、「人と話したい」という能動的な姿勢よりも昭和のテーマパーク感を楽しみに来た受動的な姿勢の人たちももちろんいるはずだ。そこで、そういった目的の違う人たちをうまくまとめ、気持ちの良い空間の共有を実現していくためには、まず店主の気づきと運営努力が必要なのである。

気づきとは、客が店に何をしに来たのかをその気配から察知することだ。常連であれば、いつもと違うことも、何を目的に来たかも大体すぐに分かると理事長の村山さんは言う。彼にはこんな経験がある。10年ぶりに村山さんのお店「鳥福」に足を運んだお客様を村山さんが覚えていて、「今日は砂肝ないよ」と声をかけたところ、お客様はびっくりしてお店の前で呆然と立ち尽くしていたそうだ。店主が客のことを覚えている努力と、その気の利いた一言があるだけで、来てよかった、またこの店主に会いに来ようと思わせ、店主と客の繋がりは強化されるのだ。また「なだ一」では、いつも来ていた男女の常連があまりにも仲が良さそうなので、店主の方が「結婚しちゃいなよ」と声をかけたそうだ。彼らはその言葉を一つのきっかけに交際をはじめ、なんと今では本当に結婚。店主の方は仲人として結婚式に招待されたそうだ。このように店主の気の利いた気づきの一言が、横丁内外で人の繋がりを生んだ例は多々存在する。

また観光客や外国人といった繋がりのことを念頭にしていない者に対して、店主は「ここは一般的な居酒屋とは別だ」ということを前面に押し出した接客をしているように筆者は感じている。そもそも先述したがその場の雰囲気を楽しむだけの人には店内にはあまり入ってこないで、入店した観光客はある程度、乗りかかった船だからと店内の流れに身を任せる傾向にあるからだ。具体的に店主は、カウンターを共有している仲間と共に酒を飲み、話をするところこそ、この店での過ごし方だというように、彼らを会話の中へと促していく。そして始まった会話を聞きながら、話題がなくなり場が不自然にしなくなった時にはすぐさま新たな話題を振ってくれる。そういった細やかな気遣いをした場の運営で、店主は観光客も店のスタンスに巻き込んでいく。そうしていくうちに、観光客も、サービスが均一で会話がマニュアル化された居酒屋とは違い、一人一人の個性に合わせた（他の誰でもない自分に向けて）接客をしてくれる数少ない場だと実感し、横丁の文化に満足してくれるのだ。

また一方で繋がりを求めておらず、空間に貢献できない、また気持ち良く空間を共有することができそうにない人に対しては、きっちりと店の姿勢を伝え、入店をお断りすることも店主の一つの役目だ。「酒処えのき」の店主の方が「挨拶ができない人にはNOと言う」といったのはまさにこのこと。横丁に人と話すことを目的にきた人たちが気持ちの良く過ごすことのできる空間の維持には、例えば酔いすぎてろれつが回らないようただかまってほしい、飲みたいだけの人や、自分だけが喋りたくて他の人の気持ち良い空間を壊す人を空間に入れても仕方がないのである。そのような人たちには慇懃無礼にならないように、例えば「本日はもうお相手できません」「本日はお帰り下さい」というように断るそうだ。そこには客をおだててただ儲けようとするのはしない、お客様にとって気持ちの良い空間を守る貫録とけじめがきちんとある。そうやって、時代に流されない一定した店のスタンスを守ることで、ある意味で淡々と、横丁の店主たちはこの空間を維持し続けたのだ。

このように客それぞれの意図を意識しながら細やかな気遣いをする店主の努力があつてこそ、人が繋がっていくことの出来る空間が創られ保たれている。その意味で経験値豊富な店主の店ほど、人が繋がることを意識し、それを実行しているといえる（ただし若いお店がそのようなものを目指しているかどうかは別だ）。後述で人を大切にする横丁の運命共同体意識（3-4-5 参照）について触れるが、店主はまさにそれを実行する主体なのである。

3-4-4 酒の作用—酔いの共有による仲間意識の造成

横丁内では、場に慣れた店主や常連客、場に緊張しているが馴染みたいと感じている一見客や観光客、他の場では上下関係など何かしらの関係性を持つ連れ同士など様々な人が一度に空間を共有する。そこでその感覚の違いをまとめていく役割を果たすのが、上記に挙げた店主の努力以外に、酒の作用である。

第1章で触れたとおり、日本人のコミュニケーションは人と人の距離や間柄、社会秩序に左右されることが多い。店主や常連客の間にはもともと信頼関係が構築されているために楽にものを言い合うことができるが、一見客や観光客、また連れで来ている人にははっきりと距離を感じることから、なかなか互いに話しかけづらいことも、互いの存在を意識し合い緊張感が生まれてしまうこともある。しかしそこに酒の要素が入ると、その場の雰囲気はがらりと変わる。例えばカウンターを共有する者同士が乾杯し合い、互いに挨拶をし、話を始める一つのきっかけを持つことができる。また全員が同じ空間で酔いを共有することによって店全体に現実の利害関係を取り除いた非日常空間が広がり、一旦普段の間柄を気にする日本的コミュニケーション文化を取っ払って話しかける勇気を後押ししてくれる。さらに素面ならば必ずある新たに出会った人と話す時に感じる緊張や遠慮は、酔いの共有によって、互いに「酒の上のことなので」と取り払われるために、ある程度気楽な気持ちでの会話をするができる。そして全員での緩やかな会話が始めると、全員がその気持ちの良い酔いの空間を維持したいという気持ちを持つために、空間全体に緩やかな仲間意識を生むことができるのだ。

またその酔いの空間の維持は、実は飲みすぎた「悪い」酔っぱらいを生み出さない効果すらある。楽しい会話を維持し、その空間を邪魔しないためにも、酔いつぶれてはいけないという意識を客に促すからだ。

そういった酔いの形は、知人同士内の結束強化や個別的な日常世界からの逃避を求めて行われる現代の酔いの形の中とはかなり異なる。アルコールハラスメントや飲みすぎによる病気とは無縁であり、昔なが

らの酔いの共有によって人と繋がる経験から社会的結束の確認作業をする酔いに近い。つまりここは、気持ちよく昔ながらの共同体の形を疑似的に行うことができる空間でもあるのだ。そしてその空間の外見や人の繋がりを土台にして成り立っている雰囲気からも、それはより一層強化されている。

このようにのんべい横丁に酒の作用が加わることで、「ここに来れば、適度に気持ちよく酔い、普段出会いのない様々な人と楽しく繋がることできる」という感覚や、昔ながらの社会的結束の疑似的体験を自然と生み出すことにつながっている。そしてそれらの相互作用がますます多くの人を惹きつけ、この場でしか生まれない様々な出会いと、仲間意識などの繋がりを感じを生み出していくのだ。

3-4-5 横丁の「運命共同体」意識—繋がりを大切にする姿勢

のんべい横丁の歴史でも少し触れたが、のんべい横丁には横丁ならではの運命共同体意識がある。その意識は、闇市で互いの仲間意識に緊張関係を生み出さないように生まれた平等精神（3-1-2 参照）や、長屋ならではの相互依存精神から生まれている。

その基本は「他のお店があるから、自分のお店にも客が流れてくる」というものだ。当初横丁は経営が個人の家業集団が集まり、同じ店舗の広さ、同じ間口、同じ奥行き、そして長屋造の一枚屋根で始まっている。居住地である長屋とは違い生計を立てる場を共有している横丁は、そこにいる人たちの力だけで存続できるものではなかった。そこで横丁を運営する人たちは、その横丁に流れてくる客の絶対数を全員で増やし、全員で分け合うことによって、全員で成長していくことを目標にしていたのである。そのため向こう三軒両隣で水打ちや掃除を互いにし合いながら、今でもお互い様、お世話になりますといった相互依存の精神を店舗間同士で常に共有し、横丁内の繋がりを大切にしているのである。それは外見の閉鎖性にも現れている。決して「入ってくるな」とメッセージを送っているのではなく、仲間意識の強い文化だからこそ、良い意味で強い絆を持ちすぎていて、傍から見れば閉鎖的に見えてしまうだけなのだ。つまり簡単に言えば、単にそこにいる人たちの仲が良すぎてその中に入りづらいというだけなのである。

またその相互依存の関係は、横丁を運営する人に留まらず、徐々に客にも広がっていく。なぜなら横丁を存続させるものとして横丁に大切にされる客は、横丁から飲食物や人の繋がりとといった生活を充実させるものを提供してもらっているために、互いに相互依存の関係にあるからだ。そのため彼らは、気に入ったお店を他人に紹介することで店の客の輪を広げ、自分の好きな店を存続させる主体に、また店主に勧められた店に行くことで横丁を守る主体にもなることができるのである。そうして、繋がりを基にした横丁の維持が進み、ますます横丁は人の繋がりに左右される「運命共同体」になっていくのだ。

何度も述べるが、だからこそ彼らは人を大切にし、たまたま集まった人たちを、その人たち同士も、店と人も繋げていく役目を果たす。そして現代になると、その人間同士の絡み合いと繋がりに依存した文化が少なくなってきたために、横丁はだんだんその昔ながらの相互依存の文化を守り、伝えていく貴重な場所になった。そのために、今はその人間同士の絡み合いの文化に触れたいと考える人たち、つまり人の繋がりを求める人が集まる場所になったのである。

3-5 のんべい横丁のこれから—「そこにあることの違和感」から見る現代社会での位置づけ

3-4 より、のんべい横丁は 5 つの要素—場の空間設計による人の物理的距離、客側の繋がりに対する能

動的な姿勢、店主が客の隠れた意思を引き出し助けていく努力、それらの要素の強化を図る酒の社交力の影響、そして人の繋がりを大切にする横丁の運命共同体の文化—の相互作用によって人の繋がりを生み出す機能を持つ場所であることを述べた。ここからは、そののんべい横丁が現代社会をどのように映し出しているかについて言及し、第3章の総括とする。

現代社会における位置づけを考える上で、まず第3章でここまで述べたのんべい横丁の特徴をおさらいしなければならない。のんべい横丁は、その名の通り飲兵衛たちが訪れる小さな居酒屋の集合体である。様々な社会的背景をもった「繋がりたい」気持ちを持つ人が大抵はロコミによって集まり、それらの客と店主、客同士、店主同士の相互依存の関係によって、60年もの間その空間を維持してきた。その外見は開業当時の昭和30年代のままで、そこで提供されるモノはおでんやならおでん一筋と、時代に合わせた調整はあっても基本的には変わらない。一見入り難く排他的な雰囲気はあるが、内部では決して放っておかれることのない一人ひとりの個性に合わせた温かなもてなしが待っている。そのため、ここには昭和時代の理想郷や過去の共同体の幻想が映し出されていて、ここが現実社会とは少し違った非日常空間を意識させる場所のように感じさせられる。人々はその開業以来の「姿かたち変わらずに生き続ける姿」や、昔ながらの酔いの形を味わいに、この横丁へやってくるのだ。

一方、そののんべい横丁が存在する現代社会や渋谷という街は、その特徴とは真反対だ。2・2で触れた通り、現代社会の第三空間はインパーソナルな関係によって成立するものがほとんどである。そのため人の繋がりではなく、店の華やかな風貌なども含めて提供するモノの価値だけで人と店は繋がっている。その情報を手に入れる媒介はメディアやネット社会であり、そこにも人のリアルな場での繋がりはほとんどない。むしろ、コレが欲しいという客とコレを売ってお金を手に入れたいという店主の目的が一致した時に、その経済的関係が生まれる功利的で打算的な関係すら感じさせる。ある意味でそれは、他人のことを深く考える必要の無い私的な空間の広がりであり、自分のことだけを考えればいい楽な空間でもあるが、そこでの人の関係は無個性でマニュアル化された社会の歯車の一つでしかないからこそ、店側は客足を繋ぎとめるために「新たな価値を次々と生み出し、幾度も客を惹き付けなければならない」。時代の流行を先読みしながら、提供するモノ、外見を「変えて」、未来を提示しなければならないのである。

このように、現代社会の中では「変わること」「前進」「進化」「未来」の先取りが重要で、それを意識させるものが常に人々の視線を集めている。一方ののんべい横丁は、現代社会の中心地の一つともいえる渋谷のど真ん中に位置しながらも、「昔ながらの」「変わらないことの価値」を提示する全く逆の存在なのだ。それこそが、のんべい横丁が「そこにある違和感」をどうしても感じさせる所以である。

では、そのようなインパーソナルな関係の場が支持される現代社会の中で、のんべい横丁はどのようにその形を維持し続けてきたのか。そしてそれが意味するものとはなにか。

まず維持し続けた要因については、のんべい横丁の運命共同体に基づく、人の繋がりを大切にする姿勢に他ならない。彼らは一つの、自分の店だけを守っていけばいいのではなく、のんべい横丁自体を守ることによって自分とその他の店を皆で維持している。そのためインパーソナルな関係に基づく利益最大化へと変わることは、他のお店の客を取ることに繋がりかねず、自分勝手な行為だと考えられてしまうのだ。そこで横丁に残り、横丁と運命を共にすると決めた彼らは、その平等精神と仲間意識を軸にぶれない姿勢を貫いているのである。

そしてその変わらない価値を提供する横丁が生き続けていることから見えるものは、現代社会の人の繋がり（＝インパーソナルな関係）やモノの提供の仕方に完全に満足していない人が、のんべい横丁の開業以後のどの時代にも一定数存在したということだ。彼らは、自分たちが社会の歯車の一つでしかないことにも、次々と現れる新たな価値にも、ある種の虚しさを感じて疲れている。なぜなら、その社会に認められる価値が多岐に渡ることや技術の進化速度が増すことで、例えば、この間まで「最高」だと捉えられていたモノが時間と共にすぐ価値のないモノになることは日常茶飯事だからだ。自分が何を求めているのか、何を支持すれば良いのか、そもそも店側や社会が提示する未来的なモノとは何なのか、全く分からなくなるのだ。また家と職場以外の第三空間での繋がりは基本的にはインパーソナルな関係であるために、能動的に動かない人は、家や職場以外に人とのリアルな繋がりを得ることができないことも多い。さらにもし能動的に繋がりが欲しいと感じても、どこへ能動的に参加すべきかさえ分からない人もいる。

のんべい横丁は、そういった人々を救い上げる場所だ。時代を超えて生き残っていくために研究されつくした焼き鳥やおでん等が提供されているからこそ、そこを訪れる人は時代に左右されない真の美味しさに出会うことができる。普段の消費行動ではほとんど得られることのない、一人ひとりの個性に合わせた温かいもてなしと、リアルな人との会話やつながりを味わうことができる。そして60年もの間に何度も客の悩みや日常の出来事を聞いてきた店主の方々だからこそ、説得力のある「時代を超えても変わらない価値」を教えてくれる。こうした背景があるからこそ、そこを訪れた人々は時代を超えても変わらない根本的なことやモノ、価値を思い出して、我に返り、安心することができる。その後変わり続ける現代社会へまた戻っていくとしても、次は新たな視点を持ってその社会を見ることができるようになるのだ。

ただし、そののんべい横丁も、昔からまったく姿かたちが変わっていないわけではない。3・2のVIIで訪れたお店のように、今では特にJR側の通りには洋風のバーや若い店主のお店が増えている。さらに、青山学院大学学生たち主催ののんべい横丁祭りも、今まで落ち着いた雰囲気を守り、知っている人しか来なかった場所に新たな風を吹き込むきっかけになるものだ。横丁は確かに現代社会からは一線を画した所ではあるが、完全に孤立しては横丁内で共倒れしてしまう。だからこそ彼らも、横丁の文化を維持していくために、良い意味で変わり、攻めていく必要があるのである。

つまりのんべい横丁は現代社会にとって一つの日常生活からの解放の場であり、さらにそれは現代社会と全く正反対の特徴によってさらに際立ち、人を惹きつけている。さらにそこでの繋がりが「変わらない価値」の提示が、現代社会で生きていく原動力や、社会に必要な魅力の一つになっている。だが一方で、時代から完全に孤立しないように、のんべい横丁自身も、時代に合わせて変わらなければならない。どこを変えていけば、人の繋がりを大切にしながらも、時代に即して客を惹き付けることができるのかを見極めながら成長しているのだ。その意味でのんべい横丁という特異で排他的に見える空間も、やはり現代社会と相互に影響し合い、共に助け合っているのだ。

第三章冒頭にも記述したが、今後ののんべい横丁はビルに変わる可能性が高い。そのような形になってももちろん、のんべい横丁を60年という長い期間維持し人を大切にする文化を貫いてきた方々だからこそ、きっと変わらない姿勢で営業するのだろう。だが、この昭和の長屋が、昭和の文化に身を置くことができるという感覚や、横丁の外見上の特異さを生み出す大事な要素であることは間違いない。少しでもその建物が長く生き残ることを切に願う。

第4章 終わりに

4-1 総括1—提示した目的に対する回答

筆者は序章で以下の二つの目的を提示した。

- 一、 酒の利点とその社交との関連性についての再考
- 二、 コミュニケーションを生み出す飲酒の場が持つ要素の抽出

一、については第1章で触れたが、酒には本来「みなで集まって、酔いを共有する」ことに本当の意義があり、酒の利点は日本人の特性を活かしたコミュニケーションを円滑にすることであった。そのからくりは、みなで共に飲み酔いの共有をすることが、現実の利害関係や社会秩序に捉われない別次元の世界を作り出すところにある。それによって日本人特有の間人主義やタテ社会の文化によって生まれる対人関係の緊張感をなくし、酔いの共有による互いの親愛、自己を制御する必要のない幸福感、他人と話す時の緊張感をなくす酒の席ならではの許し合い等の効果もたらされるのだ。それは長く時間をかけて人間関係を構築していけば手に入るものであり必ずしも酒に頼る必要はないが、限られた時間の中でより効率よく社交の充実を図るには、酒が一番の手段であることが分かった。

また二、については、第3章の3-5の冒頭でまとめた5つの要素が答えとなる。その5要素全ての相互作用こそが、のんべい横丁において人を繋いでいくメカニズムの正体であり、それを、一コミュニケーションを生み出す飲酒の場の持つ要素の抽出の代わりとする。

ここまでで、筆者が勧める酒を利用した酔いの社交場が一体どのような場であり、どのような効果によって成り立っているかについて述べた。きわめて個別的な例を使ったため一般化できるものではないが、一つの具体例であるのんべい横丁を通して説明できたと考えている。

そこから見えるのは、筆者が大学生活を通して疑問に感じていた「なぜ酒を通して、異なる背景を持つ人たちがなぜ繋がっていくことができるのか」に関する一つの回答である。結果的に言えば、まず酒は一つの装置に過ぎなかった。酒は例えば酒好きを集めるための一つのツールであり、また人の繋がりたいという姿勢を後押ししその意識を行動に移させる脇役でしかないのだ。さらに、コミュニケーションを生み出す場の要素も同様に、一つの演出に過ぎない。空間の狭さや、客の気持ちを引き出す店主の努力は、もちろん会話を円滑にする、またきっかけ作りをするために欠かせないものだ。だがそれは、「繋がりたい」「人との繋がりを大切にしたい」と考える人がいてこそであって、結局は「人の繋がりたい姿勢に終始する」のである。つまり言い換えれば、つながりたいという姿勢さえあれば、酒や場がそれを間違いなく支えてくれるともいえ、コミュニティを選ぶ一つの選択肢として、酒の席は大いに活用すべきだということでもあるのだ。

ただし何度も述べるようだが、この人が繋がっていくメカニズムは「酒を楽しんで飲むことができる人」に対して向けられているため、そもそもその条件に合わない人にとっては、この論文に共感できる点が少ないかもしれない。そのため、この論文はあくまで万人に対する一般的な提示なのではなく、酒を楽しんで飲むことの出来る学生が行う一提案であることを最後に確認しておきたい。

4-2 総括 2—論文の流れの再確認

本論文では、酒が生む酔いの共有を利用したコミュニティを生み出す場について、渋谷区ののんべい横丁を事例にしながら、その繋がりを生むメカニズムをありのままに描くことを目標に論を進めてきた。

序章では調査研究にあたっての前提部分として、その対象地や調査方法、論文の形式、目的について説明した。その中で、現代都市におけるコミュニティの個別化と希薄化に対して、筆者が体験してきた酒を利用した気軽なコミュニティが一つの解決策になるのではないかという一提案をし、またそれを実証していくうえで、酒の利点とその社交との関連性についての再考と、コミュニケーションを生み出す飲酒の場を持つ要素の抽出という二つの目的を提示した。

第1章では、日本人の性格やコミュニケーションの特性と酒の効能にある相関関係について述べた。また、飲酒の目的が酔いの共有から日常生活からの逃避へ移行していったこととその背景、そしてその後飲酒の場が、プライベートな空間で飲む居酒屋と、(まだ記述できていないが)盛り場に分かれていった変遷について論じた。

第2章では、長い期間をかけて続いていく繋がりを生み出すコミュニティの核になる場所を「なじみの場」とし、磯村英一(1959~1977)の「第三空間」、レイ・オルデンバーグ(2013)の『サードプレイス』を核に論じた。その際には磯村英一の第三空間の概念にはなじみの関係のあるものとなないものの二面性があること、そのうちの前者がサードプレイスにつながることを述べた。またサードプレイスの概念から、その場の特徴や社会的役割について述べることで、第3章を論じるためのキーワードをさらった。

第3章では、第1、2章で述べてきた「酒による酔いの共有」と「長い期間をかけて続いていく繋がりを生み出すコミュニティの核になる場所」のどちらの要素もある渋谷区ののんべい横丁について記述した。その歴史の変遷に触れた後、筆者が実際にのんべい横丁で体験してきたことを3-2でエッセイ調に描き、その場の立体性を伝えながら筆者が横丁に対して持つイメージを少しでも読者と共有できるように試みた。またその後、第2章で抽出した要素との比較をしながら、のんべい横丁独特の特徴を浮き彫りにし、それらの要素をまとめて、のんべい横丁で人が繋がるメカニズムの解体を試みた。最後に、のんべい横丁映し出す現代社会について触れることで、この論文の意義や酔いの社交場に対する社会の視線に少し触れたつもりである。

第4章ではまとめとして、当初挙げた二つの目的の結果を提示し、筆者の提案してきた酒の生み出す酔いの共有を利用したコミュニティについての再確認をした。そして、論文の流れをここに書き、本論を締めくくりたいと考えている。

また以下のページには章構成の図を示すので、参考にさせていただきたい。

序章 本論を読む前に

調査対象地：渋谷東横前飲食街協同組合 (のんびい横丁)

問題意識：現代都市におけるコミュニケーションの個別化と希薄化

酒の席へのネガティブな姿勢 (ex 飲みニケーション)

目的：上記の問題提起に対する酔いの社交を利用したコミュニケーションの提案

問題提起：「なぜ酒による酔いの社交を利用したコミュニケーションならば、人と繋がることができると考えるか」

論文の軸：酒によって人が繋がると一つのメカニズムの解体を行うため

一、酒の利点とその社交との関連性についての再考

二、調査対象地におけるコミュニケーションを生み出す飲酒の場が持つ要素の抽出 の検討

第1章 酒の社交力

【酒の持つ社交に対する効果の解明】

日本人の社交：人と人との間柄に影響される

酒の効果：現実の利害関係に捉われない中立的な空間の創造

- ① 社会秩序を超えた本音
 - ② 自己を制御する必要もない幸福感
 - ③ 酔いの共有による互いの親愛
 - ④ 互いの酒の上での話し合いを行う緊張感のない関係
- いい意味で、効率的な良い社交の充実
- 飲酒の本来の意義は酔いの共有

【飲酒機会の変遷】

年に数回しかないハレの日の酔い

↓

人の繋がりを生み出す公共の社交場としての居酒屋の登場

↓

ハレ (飲酒) の日常化と個別化

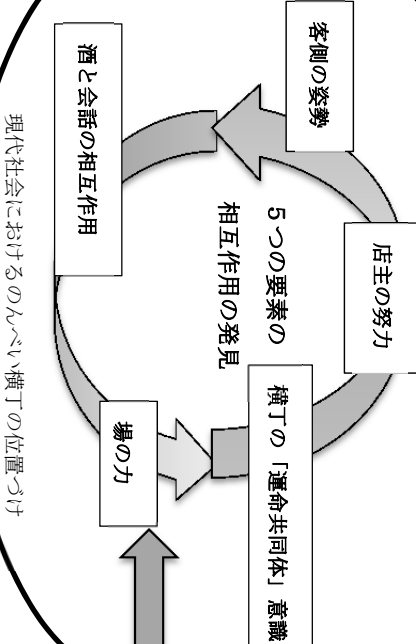
第3章 渋谷区のにんびい横丁について

基礎概要、歴史とそれが生き残ってきた外的要因

筆者作のにんびい横丁放浪記によるイメージの造成

サーブドレイスとの比較によるのにんびい横丁独特の特徴の浮彫

のんびい横丁で人が繋がるメカニズム



第2章 「なじみの場」の変容

「なじみの場」…現代都市において飲酒というツールに限らず、

社会的背景を超えた様々な人との出会いがあり、更にそれが一夜限りでなく長い期間をかけた続いていくコミュニケーションの核になる場所

第1の場の家・家庭、第2の場の職場に次ぐ三番目の場所

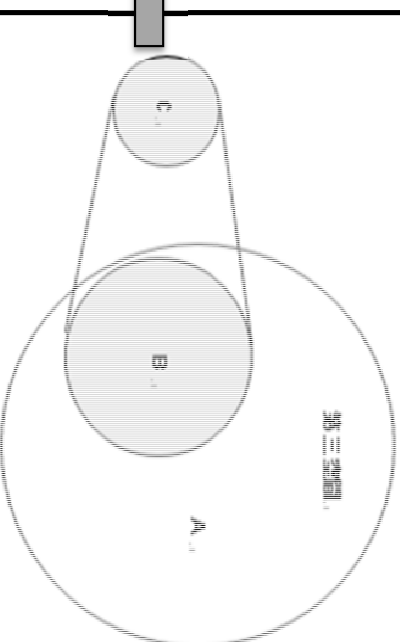
第三空間 (1959～1968) A) インフォーマルな関係の場

サーブドレイス (2013) = 現代都市における盛り場に関する特徴

現在…2013……………1968～1959

B)なじみの関係のある (生む) 場

C) 場



第4章 まとめ

総括 1—提示した目的に対する回答

謝辞と参考文献

総括 2—論文の流れの再確認と、再度の酒の酔いを利用したコミュニケーションの提案

4-3 謝辞

大学生になってお酒を飲むようになってから、人脈がとてつと広がったと感じている。高校時代の友人関係をより深い繋がりにつくることができたことも、また今までは両親や教師くらいしか関わりの無かつた年齢の違つ大人たちと抵抗なく関わるようになったことも、酒をツールに使うことができるようになってからだ。だからこそ本論文の執筆に際して、酒を扱おうと思つ、その繋がりメカニズムを解体したいと考えたのである。

そう決めてから、のんべい横丁を見つけたのは偶然である。もともと通つていたわけでもなければ、その存在すら知らなかつた。それにもしこのテーマで論文を執筆してなかつたら、もしかしたら関わることができず、未だあの排他性を外から見つめていたかもしれない。

なぜそれほど関係のなかつたこの横丁で論文を書くことを決めたのかといへば、一つは横丁内で初めて入店した「よしのや」さんでの出来事にある。たまたま集まつた知らない人同士が突然空間を共有する感覚とその居心地の良さを初体験したことで、ここにこそ酒を通して人が繋がつていくメカニズムの略式のようなものがあるのではないかと直感したのだ。そしてもう一つは、のんべい横丁の理事長であり「鳥福」の店主である村山さんの存在だ。論文執筆に当たり、のんべい横丁にまだ通つたこともない青二才の若造を相手にしてくれるのかととても心配していたのだが、村山さんは突然の論文執筆とそのヒアリングの依頼に対して、「それも何かの縁」という一言だけで、引き受けて下さつたのである。そして3時間にも渡るヒアリングにも、その後の未熟な質問にも、惜しみなく真摯に対応して下さつた。その経験から、村山さんの人としての魅力に惹かれ、その御好意に感謝するとともに、ここで村山さんが大切にしてくれた縁を形に残すことで恩返しをしたいと心から思つ、執筆に至つたのである。

そしていざのんべい横丁に通い始めると、そこの店主の方々の魅力に夢中になつた。今となつては卒業論文の調査としてではなく、他の場所では体験できないディープな雰囲気や高揚感を得に通つていたようなものだったと感じている。出会つて間もないにもかかわらず、人の繋がるメカニズムを言葉にできず悩んでいる時には、飲んでいる途中に突然つたない質問をすることも多々あつたが、横丁の皆様は村山さんと同様、真摯に話につき合つ、皆様の思つや考えを教えて下さつた。また、突然ののんべい横丁祭りに参加したにもかかわらず、仲間に入れてくれ、またアンケートにも答えて下さつた松本さんをはじめとする青山学院大学学生の皆様にも本当にお世話になつた。その素敵な方々にお会いすることができたこと、そして惜しみなく一学生に様々なことを教えて下さつたことについて、村山さんをはじめとして、のんべい横丁の店主の皆様と、そこで出会つた皆様、青山学院大学学生の皆様に、心から御礼申し上げます。

最後に、最終的には何を書きたいかすらなかなか言葉にできず、毎度の発表で内容が紆余曲折していたにも関わらず、論文執筆の助けとなるアドバイスを何度もくださり、つたない文章を見て下さつた浦野先生、私の書きたい論文について共に考えて下さり、時には辛口で必要な視点を下さつた尊敬する先輩方、そして2年間共に学び、刺激と励ましと元気を与えてくれた同期のゼミ生、そして発表に真剣に耳を傾けながら論文に足りない新たな視点と渋谷の情報をくれた3年生の皆様に、深く感謝の意を表します。

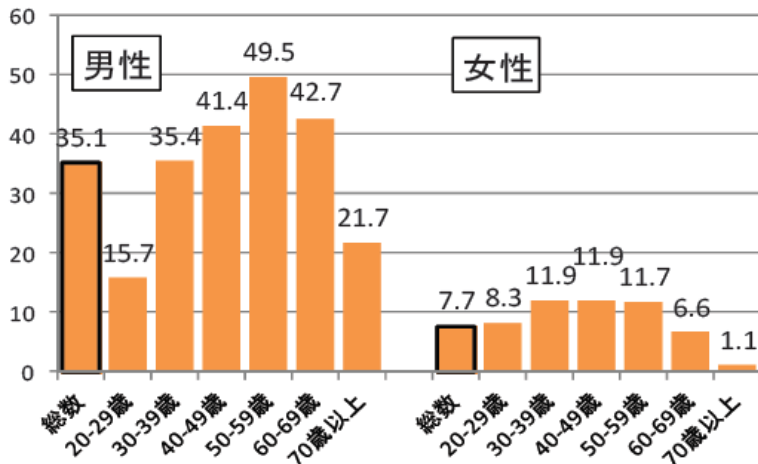
のんべい横丁ができる限りいつまでも、空を見渡せる昭和の長屋空間であつてほしいと願つています。皆様、本当にありがとうございました。

4-4 参考文献

- Biz STYLE 市場を読み解く「居酒屋」団塊世代編
<http://vl-fcbiz.jp/article/a000102.html> (2014/12/10 閲覧)
- 青木保ら『日本人の社会』1977, 研究社出版 第十九章 無礼講と異文化
- 磯村栄一『人間にとって都市とは何か』1968, NHK ブックス
- 磯村栄一『都市問題研究』1959, 有斐閣
「飲食の戦士」三光マーケティングフーズ
<http://in-shoku.info/foodfighters/vol138.html> (2014/12/10 閲覧)
- 業界動向サーチ 居酒屋 <http://gyokai-search.com/3-izakaya.html> (2014/12/10 閲覧)
- 『これからの都市生活者を考えていくための新世代コミュニティの研究』2012, ハイライフ研究所
- 渋谷区『新修渋谷区史』1966, 東京都渋谷区
- 清水新二『酒飲みの社会学』1998年、素朴社
- 神崎宜武『酒の日本文化』1991、角川書店
- 神社本庁HP <http://www.jinjahoncho.or.jp/> (2014/11/30 閲覧)
- 旅の文化研究所編『落語に見る江戸の酒文化』1998年、河出書房新社
- たる味会『酔っぱらい大全』2000, 講談社
- 中林啓治『記憶のなかの街 渋谷』2001, 河出書房新社
- 広井良典『コミュニティを問い直す』2009年、ちくま新書
- マイク・モラスキー『日本の居酒屋文化 赤ちょうちんの魅力を探る』2013, 光文社
- 松尾光『現代語訳 魏志倭人伝』2014年、中経出版
- 柳田国男『木綿以前の事』に収められた酒の変遷
- 柳田国男『明治大正史 世相篇』1993年、講談社
- 山崎正和『酒の文明学』1999, サントリー不易流行研究所
- 山崎亮『コミュニティデザインの時代』2012, 中公新書
- 吉田俊和・橋本剛・小川一美『対人関係の社会心理学』2012年、ナカニシヤ出版
- レイ・オルデンバーグ『サードプレイス』2013, みすず書房

表 1-1

飲酒習慣のある者の割合(性・年齢階級別)



資料：平成23年国民健康・栄養調査結果の概要（厚生労働省）
15項図15-2を再編加工

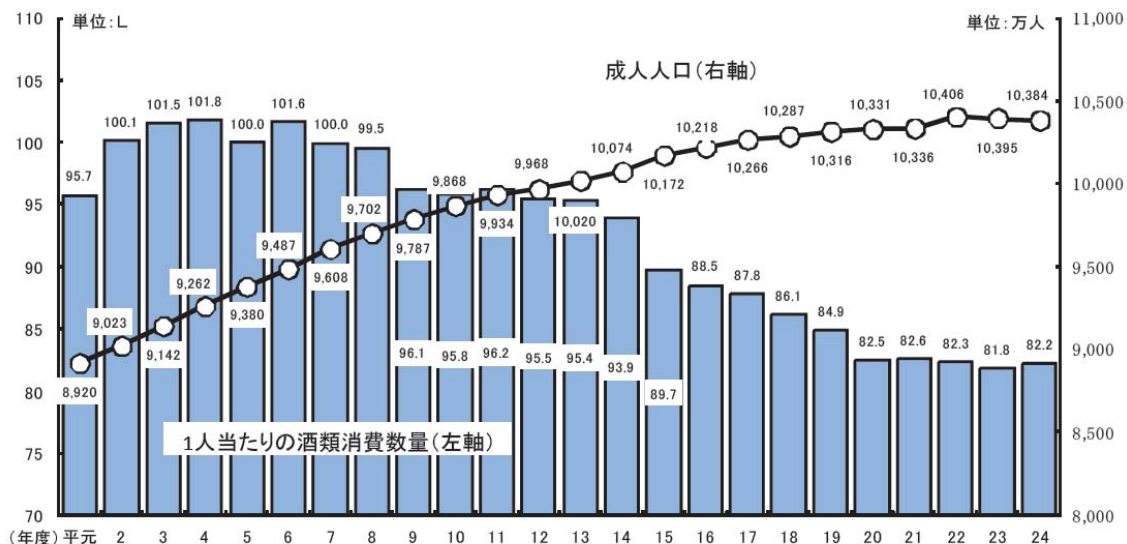
平成23年度の飲酒習慣のある者の性・年齢別割合表

国税庁 平成26年度「酒のしおり」より

<https://www.nta.go.jp/shiraberu/senmonjoho/sake/shiori-gaikyo/shiori/2014/pdf/000.pdf>
(2014/11/27 閲覧)

表 1-2

成人1人当たりの酒類消費数量の推移



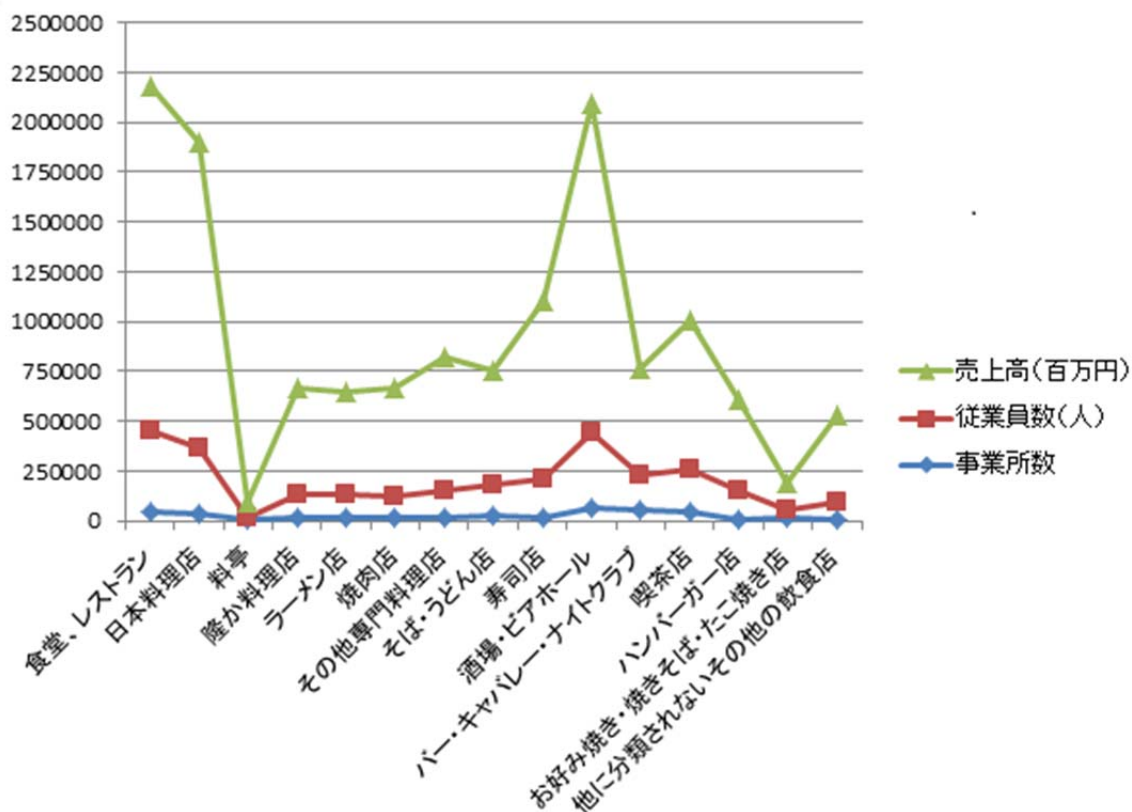
資料：成人人口は、「人口推計年報（平成24年10月1日現在）」（総務省統計局）によった。
注釈：沖縄分は含まない。

成人一人当たりの酒の消費量の推移

国税庁 平成26年度「酒のしおり」(同)

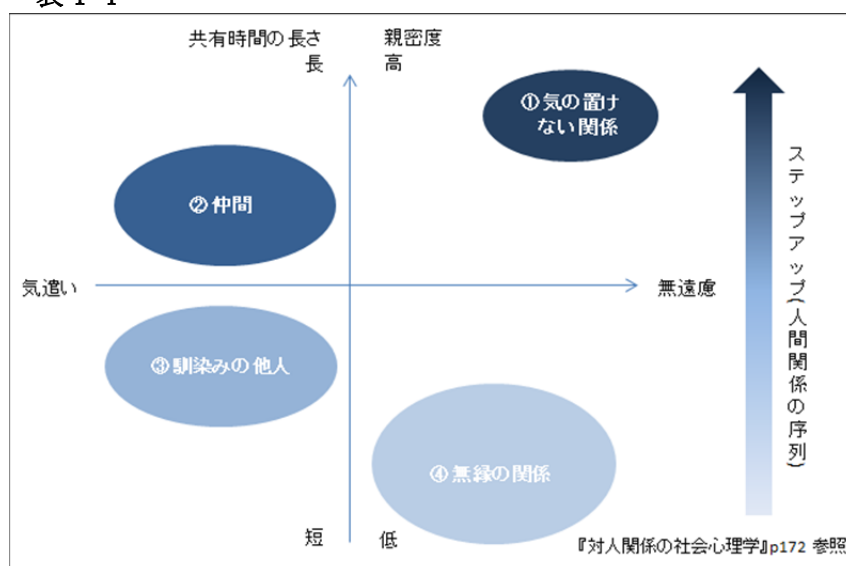
iii 表 1-3

飲食サービス業における細分類別表



飲食サービス業における売上高、従業員数、事務所数の割合
 経済産業省「平成 24 年度経済センサス」
<http://www.stat.go.jp/data/e-census/2012/kakuho/pdf/service.pdf#89> (2014/11/27 閲覧) 参照

iv 表 1-4



人間関係構築フロー
 『対人関係の社会心理学』(2012) p 172 を参考に作成

v 現在は、「完全無欠の神様でさえお酒を飲むのだから、私たち人間は当然飲んでいいはずだ」といった具合で、酔っ払いが酒を飲むことを正当化する際に用いられている言葉。

vi 神前に神饌が献じられる際、正中（中央）が最上位であり、酒は上段の正中に置かれている。『酒の日本文化』 p15 より

vii 三省堂『新明解 国語辞典』小型第六版より

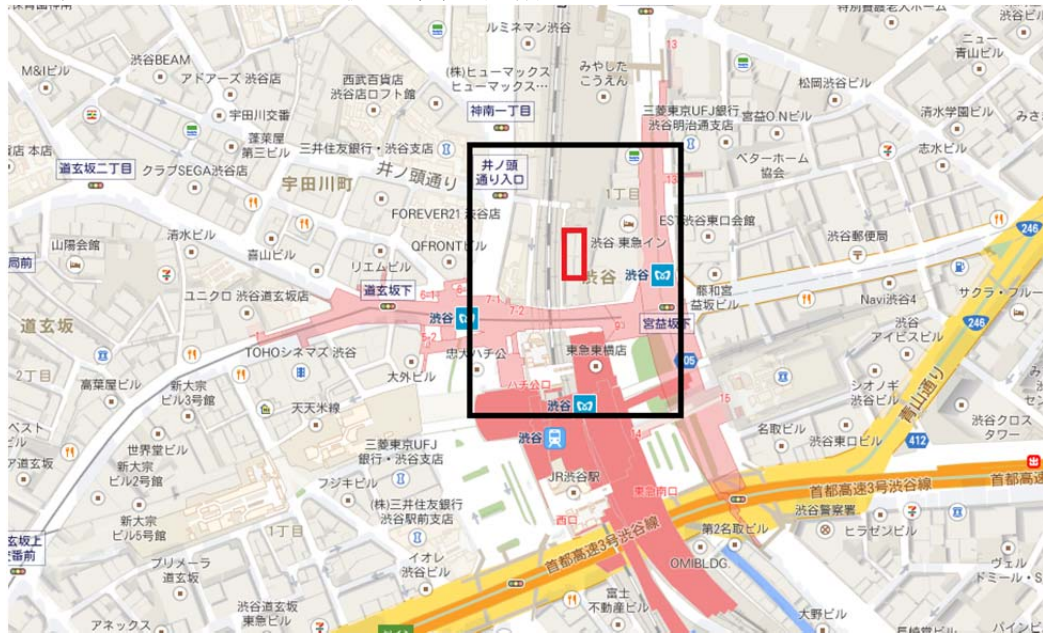
viii お酒にまつわる嫌がらせや人権侵害全般のこと。先輩や上司による飲酒の強要、酔いつぶすことを目的とした酒席、飲めない体質の人への無理強いや、「酒の上でのことだから」という言い訳で繰り返される悪ふざけや、からみ、セクハラなど。

サントリーHP <http://www.suntory.co.jp/arp/main/stop/index2.html> (2014/12/26 閲覧) 参照

ix 「第一次の集団である家庭・近隣の関係からはなれた状態で、なんらかの行動にあるもの。…具体的には通勤・通学、買物・娯楽、歩行・散歩などを通して、＜機能的な生活共同体関係＞にある状態」であり、一般的に社会学で扱われるマスとはまた別のものである (p82)」(磯村, 1959)。

x 図 3-1

広い視点によって見たのんべい横丁の位置 (赤枠)



黒枠に焦点を当てた地図 (赤枠)



のんべい横丁の地図 (Google map 参照)



のんべい横丁内店舗マップ

渋谷駅 http://www.shibusute.com/special/detail/id=2038 (2014/11/28 閲覧) より引用

xii 昭和 21 年 7 月に渋谷事件という発砲事件が起こるなど、渋谷の治安は悪化しており、その元凶の一つが闇市だと考えられた。またそれ以上に国や区としても、復興の一環として都市整備を始める時期だったことも影響している。

xiii 表 3-1

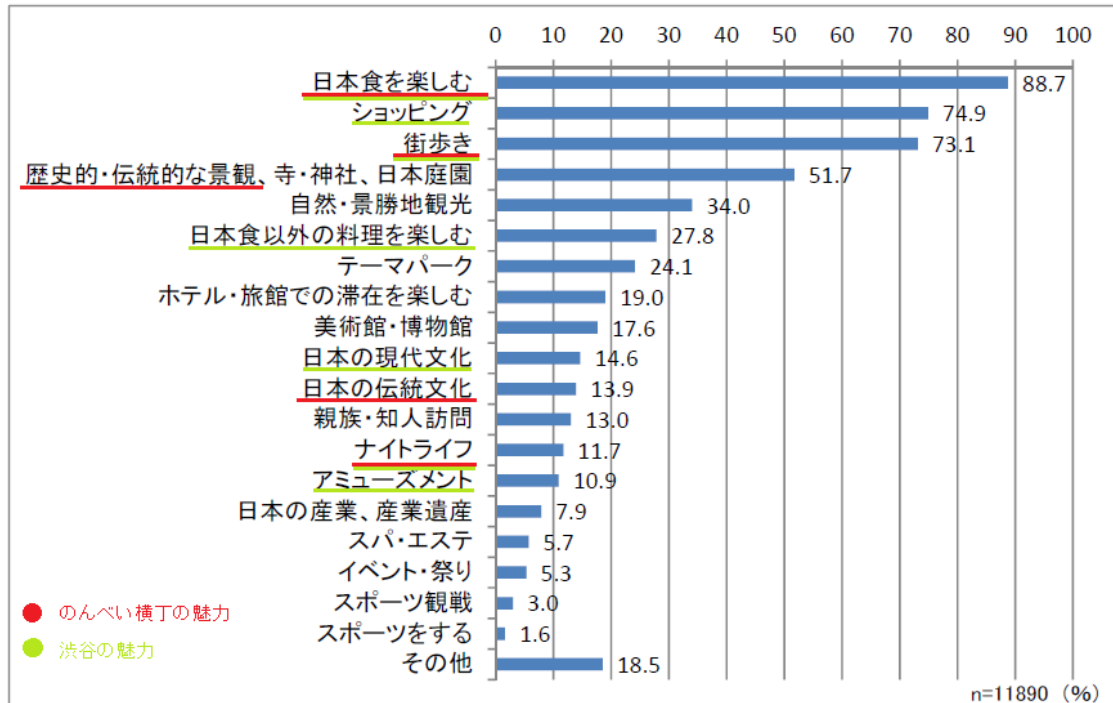
	渋谷区の歴史			のんべい横丁歴史
1924 (T13)	道玄坂に百貨店がで始める	渋谷区全体の動き	鉄道による人の流れを背景に商業地区としての頭身を現す	
1932 (S7)	渋谷区成立 東急百貨店東横店開館			
1938 (S13)	東京高速鉄道(現・東京メトロ副都心線) 渋谷～虎ノ門間開通	日本鉄道(1885) 玉川電気鉄道(1907) 東京市電(1911) 東京徳兵衛鉄(1927) 帝都電鉄(現・京王井の頭線)(1933)を含め鉄道のターミナル駅を持つ街へ		
1945 (S20)	大空襲で区内大半が焦土になる。開市がでさばじめる			屋台で、それぞれが店を開店
1949 (S24)	区内の商店数が850を超え、一駅を中心とした範囲に開市が広がる			開市内で平等精神を意識し営業が行なわれる
1950 (S25)	渋谷駅周辺の開市の解散と移動(→Chiyoda区の指令)	都市整備が始まる		渋谷区東横前飲食街協同組合(以下ののんべい横丁)結成のんべい横丁開業
1951 (S26)				都と大蔵省から土地の払い下げと一部買い取りを實現
1954 (S29)				ガスと水道を各戸に整備
1957 (S32)	渋谷地下街(しぶぢか)開店			
1964 (S39)	渋谷区を中心に東京オリンピック開催 渋谷センター商店街振興組合結成	開市を完全に清算→高層ビル建設、オフィス街へ 道路の新設と拡張→都市整備がすすむ進む		
1968 (S43)	西武百貨店渋谷店開館	西武、東急が統合し、主要産業としての商業の強化		
1977 (S52)	新玉川線(現・東横田園都市線) 渋谷～二子玉川間開通			
1978 (S53)	半蔵門線 渋谷～青山一丁目間開通			
1979 (S54)	フレッゾンコミュニティ109(現・渋谷109)開館	10、20代に支持される街へ		
1989 (H1)	東急Dankamura開館			
1991 (H3)	パナソニックによる地面高麗、1985年と比べ最高でも300%地上昇			
1999 (H11)	西川家によるどろどろシュー構想宣言	17間連企業の集積地*2を目指す		各店舗に土地の売却依頼の電話がかかってくる (新たな香屋として17間連に勤務する30代の登場)*3
2000 (H12)	渋谷センターシティ開館			
2008 (H20)	東京メトロ副都心線 渋谷～和光市間開通	ターミナル駅として、街の利便性の強化		
2011 (H23)	東日本大震災→鉄道運休、電波障害、帰宅難民などの被害			
2012 (H24)	渋谷ヒカリエ開館→*2の象徴であるJALの入居	80、40代を対象にした重層化した街へ		
2013 (H25)	東京メトロ副都心線、東急東横線、東武東上線、西武線相互直通運転開始 東急東横線(副都心線) 渋谷駅～代官山駅の地下化	100年に1度と言われる渋谷の再開業の開始		
				再開業区域に入る
				参考資料 のんべい横丁理事長長村山さんのお話 浦野セミ三先生による渋谷区歴史年表 中村智治『記憶のなかの街 渋谷』2001、河出書房新社 渋谷区『新宿渋谷区史』1988、東京都渋谷区

のんべい横丁と渋谷区の歴史

xiv 海外からの反応ブログ <http://xxxkaigaixxx.blog.fc2.com/blog-entry-775.html> (2014/12/26 閲覧)

xv 表 3-2

第1位「日本食を楽しむ」(88.7%)、第2位「ショッピング」(74.9%)、第3位「街歩き」(73.1%)



訪日外国人観光客がとる行動

産業局「平成24年度 国別外国人旅行者行動特性調査」を参照し作成

<http://www.metro.tokyo.jp/INET/CHOUA/2014/09/DATA/60o99100.pdf> (2014/11/28 閲覧)

xvi 表 3-5

1、なぜのんべい横丁に関わることになったか

- ・大学の教授に連れて行ってもらったのが初めてです。
それまでは安居酒屋しかいったことなかったので、酒を楽しむということを知りました。
- ・横丁に通い続けている大房さん(学校の先生)に連れられて。
- ・大学の先生につれてきてもらった
- ・大房先生に連れてっていただいたのが最初
- ・大学一年次にのんべいでバイトしている先輩に連れて行ってもらい、祭りにも参加させてもらい好きになったから

2、横丁の雰囲気や文化をどう思うか

- ・古くから続いているものを長く続けることは難しいのすごいと思います。
- ・文化としてそこになが培われているのかは知りません。でもそこから何かが生まれているんだろうなと思います。
- ・レトロで居心地のよい、人間味に溢れた場所だなという印象
- ・偶然の出会いがあってとても良い。ロマンがある

・今だに一人では入りづらいし内輪な空気は感じるけど、誰かと飛び込んでしまうと居心地が良い

・文化をどう思うというか、文化のあるお店に行くこと自体があまりないので、すごく貴重。

でも、それを大切にすることと固執することのバランスがめちゃくちゃで、だからこそ危ういような、だからこそ成り立っているような気がします。

・人とのリアルな場での触れ合いをみな楽しんでおり、これからこのようなコミュニティは必ず必要である。

3、なにを求めてのんべい横丁に行くか

・友達に会いに行きます。正直それだけです。

・美味しい日本酒、肴、コミュニケーション

・お酒を飲みに

・人とお話すること。お酒もご飯もなくとも行きます。

・会話。癒し。楽しみ。新たな出会い。

4、他の横丁とどこに違いを感じるか

・渋谷の横丁は良い意味でも、悪い意味でもクールです。涼しいです。

・わかりません

・お店の人、ほかのお客さんとの物質的、心理的距離

・あまりないけど、ゴールデン横丁にくらべると無自覚にアングラな気がします。

5、お酒で出会う世代を超えたコミュニケーションをどう感じるか、そこから得るものや新しく始まった出来事はあるか

・僕は無いです。お酒を飲むと眠くなるので。とくにそれを求めて行こうとも思いません。友達とちょっと良いお酒が飲みたい時に行きます。

・会った人の作っている野球チームにはいった

・自分は年代的に若く、経験もないので、普段話さないであろう立場にいて、知らない世界に居る人の話を聞くとてもタメになる。

・のんべい横丁のお客さんは社長さんが多いので、本気で内定を出してくれた人がいたことも多々。

・そのあと個人的に会う人もいれば盛り上がりも名前すら聞かないこともあるし、コミュニケーションを良い意味で適当にできるので気張らなくてとても楽チンです。

・学生であるうちは、のんべいのような場所には積極的に行くべきだと思う。普段はなかなか込み入った話ができないこともお酒があることによってできるし、おとなもみな可愛がってくれる。サークルばかりのメンバーと遊んでいる学生と一人で飲みに行き様々な大人と話をしている学生とでは価値観の広さが変わってくる。

・多くの年上の方、先輩にお世話になったので、私も積極的に年下の人と関わって行きたいとおもうようになった。

青山学院大学学生に行ったアンケートの回答一覧（2014/10 に実施）