

個食批判的文化への提言

～お一人様顧客ニーズへの CS と
パブスタイルコミュニティからみた成熟した国内市場
創出のための視座～

A suggestion to the Japanese critical culture to
having meal alone～The view for the domestic
market creation more mature which was seen from
CS and the pub style community to 1 other-people
customer needs and which ripened ～

3 年 26 組 23 番 中津留友紀

3 年 11 組 26 番 濱野彩

3 年 23 組 17 番 小松拓人

3 年 28 組 28 番 中村晋野

3 年 27 組 20 番 谷本佑斗

個食批判的文化への提言

～お一人様顧客ニーズへの CS と
パブスタイルコミュニティからみた成熟した国内市場
創出のための視座～

A suggestion to the Japanese critical culture to
having meal alone～The view for the domestic
market creation more mature which was seen from
CS and the pub style community to 1 other-people
customer needs and which ripened ～

個食批判文化に対する 成熟した国内市場への提案

～お一人様顧客ニーズへの CS と
パブスタイルコミュニティの視点から～

A suggestion to the Japanese critical culture to
having meal alone～The view for the domestic
market creation more mature which was seen from
CS and the pub style community to 1 other-people
customer needs and which ripened ～

キーワード：個食 孤食 アイリッシュパブ お一人様

論文要旨

近年、「孤食」や「お一人様」という言葉が造られ、1人での飲食に対して日本では批判的な論調が主流でとまっているように思える。しかし、見方を変えてみればこのような論調は、集団でいることや仲間と一緒に何かすることに価値を過剰に付与する日本社会の固有の考え方に由来する部分もあるのではなかろうか。我々は、今日に至る日本での飲食習慣と他国での飲食習慣、特にアイリッシュパブとブリティッシュパブを例に相互に比較することで、個食や一人で入れる飲食店などは今後、成熟した日本社会では一つのポジティブな存在になりうること、つまり今後それは無視できない重要な市場となりうる可能性を部分的にはあるが、論証し、この市場に対して真摯にそれを受けとめるとともに正当な評価を行うことを提言することにしたい。

目次

第一章 現代の食生活

第一節 食生活の成熟化

第二節 食生活の変容を生んだ要因

第三節 こしょくの捉え方

第二章 イギリスでのパブの成立

第一節 パブの成立

第二節 パブの役割

第四節 アイリッシュパブとブリティッシュパブ

第五節 個食の再認識

第三章 日本の立ち飲み

第一節 立ち飲みの概要

第二節 立ち飲みの歴史

第三節 個食の認識

第四章 アンケート&インタビュー調査

第一節 アンケート調査

第二節 インタビュー調査

第五章 総括

第一章 現代の食生活

第一節 食生活の成熟化

まず、我が国における食生活の現代的な特徴は二つあり、そのうちの一つは食の「外部化」にある。

一般に、食事形態は、調理場所と喫食場所によって「内食¹⁾」、「中食²⁾」、「外食」の三つに大別できる。食生活における「外部化」すなわち「外食に頼る食生活」とは、これらの3つの食事形態のうち「中食」、「外食」への依存度が高くなっていることをいう。もともと我が国の一般的な食事形態は、材料のみを購入あるいは自給し、家庭で調理する「内食」が中心であった³⁾。もちろん、戦前においても個人経営の飲食店などが都市部を中心に多く存在しており、1950年代までファミリーレストランなどいわゆる「外食」が一つの産業として自立していたことも事実である。しかしながら、それは家族あるいは友人など親しい間柄の人々と特別な日（ハレの日）に食べる「ご馳走」としての位置づけにあった⁴⁾。これが一転したのは1970年代~1980年代である。この間、女性の社会進出などの影響から「内食」が当たり前ではなくなり、他方で支出に占める飲食費の相対的な低下現象が顕著となる、いわゆる「飽食の時代⁵⁾」へ移行したことに伴い、外食産業はさらに発展し、コンビニエンス・ストアなどが増加した。その後、一挙に「外食」及び「中食」の利用が増加したことは、下の図1にはっきりと表れている。

また、図1から読み取れるもう一つの特徴は1984年から2012年までの間に「中食」は約6.1%もの急激な増加をみたにもかかわらず、「外食」は約2.9%しか増加していないことである。つまり、食料消費に占める「中食」の割合の伸び率が「外食」よりも高いということである。この時期、コンビニなどの普及から、弁当などを自宅に持ち帰り、一人で食すパフォーマンスが激増したと考

えることができよう。

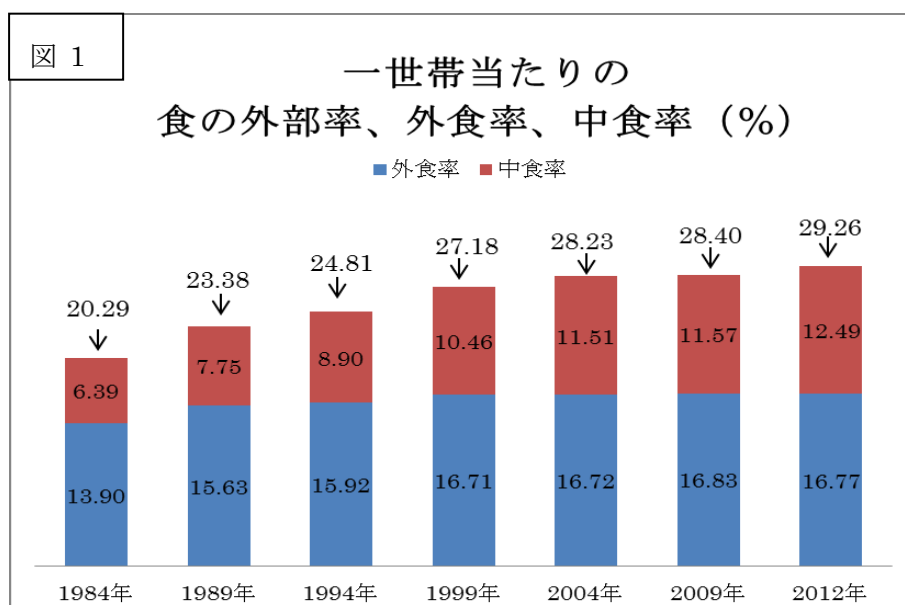


図1 一世帯当たりの食の外部化率、外食率、中食率

出所 総務省「家計調査年報」より、数値を引用し、作成

<http://www.stat.go.jp/data/kakei> 最終確認日 2013年9月17日

さて、日本における現代の食生活の特徴の二つ目にこの「一人で食事をする」、いわゆる「こしょく」（以下で個食と孤食とに分けて考察するため、ここでは平仮名表記とした）が増えていることがある。従来、食料消費の基本的な単位は家族あるいは家庭であったが、現代において、家族全員が食卓を囲んで共に食事をする風景は徐々に薄れつつある。たとえば、通勤ラッシュを避けるため、朝食を家で食べずに出かける父親や塾通いなどのため一人で塾周辺のコンビニなどから購入した食材で夕食をとる子供など、共食、すなわち家族などと共に食事をする機会が従来に比べきわめて多くなっている点である。こうした現象は「孤食」や「個食」と呼ばれ、下の図2にみられるように近年増加する傾向にある⁶⁾。この図で、「家族と食事をとる頻度」をみると、1976年には36.5%の人が「毎日」家族と食事をとっていたにもかかわらず、2004年には、それは25.9%に低下しているのである。その逆に、1976年は、「週2~3日」家族と食事をとると応えた人の割合は、24.2%だったにもかかわらず、2004年には、

36.3%にも急増しているのである。

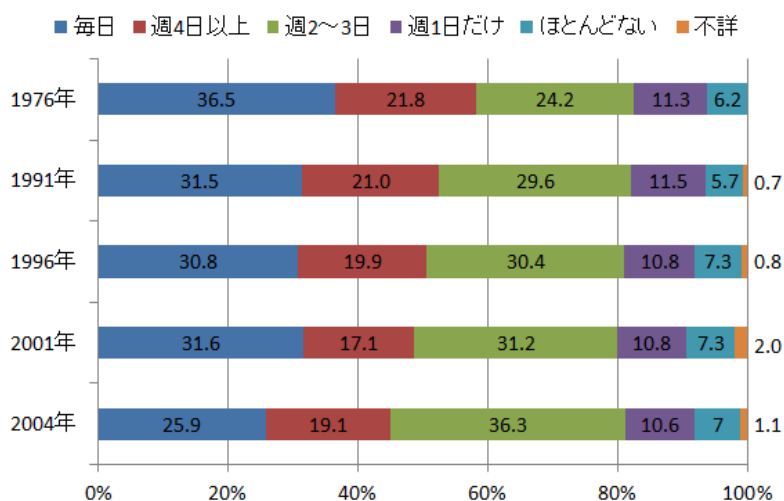


図2 家族と食事をとる頻度

内閣府 平成18年版「食育白書」より引用

<http://www8.cao.go.jp/syokuiku/data/whitepaper/2006/digest/html/06ss0101.html> 最終確認日 2013年9月17日

このように、「家族と食事をとる機会が減り、一人で食事をとる機会が増えていること」も、上記した「外食に依存する食生活」とならんで現代日本の食生活の特徴ということができよう。

では、なぜ我が国の現代の食生活が、以上の2つのような特徴を持つようになったのかを次の節で論じていく。

第二節 食生活の変容を生んだ要因

そもそも、食品や食材を買うという「購買行動」や外食をするという「消費行動」は、「生活行動」の影響を受ける。それは下の図3で表されるような概念としてとらえることができよう。



図3 消費者行動研究の対象範囲

出所 中西正雄著 「消費者行動のニュー・ディレクションズ」『消費者行動のニュー・ディレクションズ』関西学院大学出版会，1998年，4頁を参照し作成

したがって、外食に依存し、さらに「こしょく」を行うことが頻繁になってきた日本社会の購買行動は、それを規定する「生活行動」の影響を受けてきた結果として考えることができよう。つまり、これら二つの食生活の特徴は生活の変化が引き起こした現象としてとらえられる。生活行動の大きな変化は大きくみて「女性の社会進出」と「家族構成の変化」の二つがあげられる。図4によって雇用者数に占める女性の割合をみてみると、1990年から2000年まではやや停滞するものの、1975年から2012年まで総体的に増加傾向にあることがわかる。現代では、結婚や出産を機に会社を辞めることはあっても、その後、子育ての一定期間を経たのち、パート労働などを含めた何らかの形で雇用者として市場に再登場することが多くなっているのである。また一般的な風潮でも「男性が仕事をし、女性が家事をする」というような考えを持つ人は、徐々に少なくなっているのかも知れないが、家で食事を作り、家族の帰宅を待つ「主婦」業従事者は少なくなっているといえるだろう。ゆえに、それまで家事に割いてきた時間が、仕事をするにより減少し、中食や外食への依存は強くなったり、家族との時間が合わずに「こしょく」をする機会が増えたりするということだ。図3に当てはめた例としては、職場復帰を果たした母親が、残業のため調理時間がなくなるという「生活行動」の影響を受け、その家庭は、お弁当を食べる、買う、すなわち「中食をする」といった「消費行動」、「購買行動」

をとる傾向が抽出できよう。

生活行動の変化の二つ目は「家族構成の変化」が上げられる。家族の規模が大きくなるほど、一般に古い家族関係が残りやすく、食生活も伝統的なパターンとなる可能性が高いが、核家族の場合、新しい生活や食生活を導入することに対する制約は比較的少なく、近代的な食生活が営まれる傾向が強い⁷⁾。図5は1986年と2012年家族形態の比較を表している。これによると、単独世帯及び夫婦のみの世帯は増加しており、逆に三世帯世帯は確実に減少している。このことも、「食の外部化」および「こしょくの増加」の一因を形成していよう。

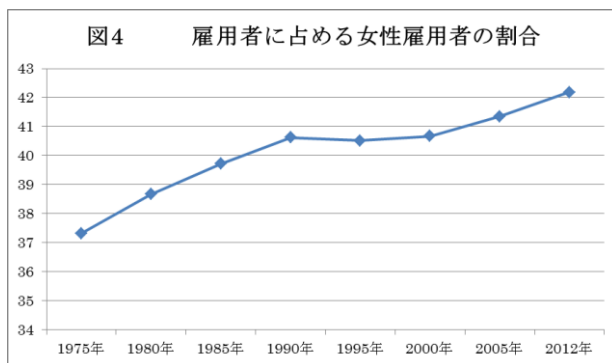


図4 雇用者に占める女性雇用者の割合

総務省統計局「労働力調査」より数値を引用し、作成

<http://www.mhlw.go.jp/bunya/koyoukintou/josei-jitsujo/dl/10a-all.pdf>

最終確認日 2013年9月17日

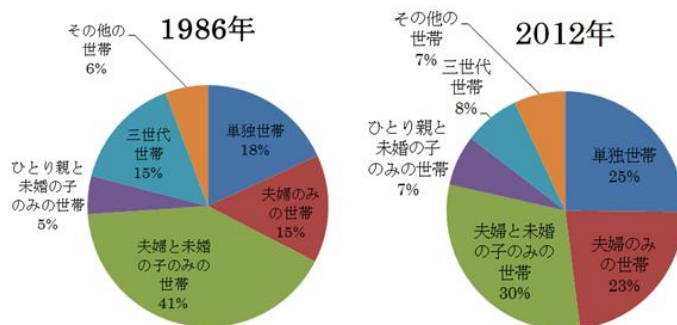


図5 平成24年と昭和61年の家族構成の比較

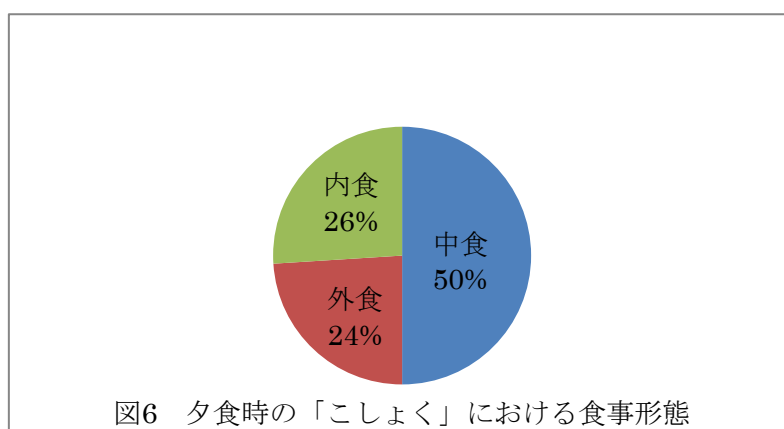
厚生労働省「国民生活基礎調査」より数値を引用し、作成

<http://www.mhlw.go.jp/toukei/saikin/hw/k-tyosa/k-tyosa12/index.html>

最終確認日 2013年9月17日

第三節 こしょくの捉え方

以上、現代日本の食生活の顕著な傾向として、「こしょく」が増加しているということを述べてきたが、現在こしょくがどのように捉えられているかを論ずる。こしょくとは家族に属する個人が、家族や知人とではなく個人で食事を取ることである。この言葉は、日本にて 1990 年代より使われるようになった言葉で、家庭の持つ家庭教育の場としての機能の喪失や、あるいは食生活の不健全さといった事態を問題視する際の表現として採用された言葉である。例えば、中川李子氏、長塚未来氏、西山未真氏・吉田義明氏は「孤食は元来、食がもっているコミュニケーションツールとしての機能や感性・情緒の発達を促す機能等、人間性の形成に重要な機能が崩れる『崩食』の一因である」と述べているし、大嶽さと子氏は「『ひとりであるような人は変わった人だ』と考え、他者から同様な認知をされることへの恐れから形成される『誰かと一緒にいなくてはいけない』という、対人関係のあり方に関する思考様式を『ひとりぼっち回避規範』と指摘し、この『ひとりぼっち回避規範』が過剰に高いと、対人場面で不安が生じやすくなる。そして、孤食はこのような不安を生じさせるものである」と述べている⁸⁾。この音感からも、心理学、教育学からのアプローチでは特に、孤独不安、周囲の視線への社会的不安、羞恥感を伴う表現として造語されたものと考えられよう。



出所 独自のアンケートによるもの。アンケートの形式は、第三章で説明

ところで、図 6 から「こしょく」のかなりの部分を占めるのが「中食」であることがわかる。それは、外食よりも中食の方が周囲からの視線が薄れ、また、現代の飲食店の大部分が「こしょく」をしづらい環境であることもその一因を形成している。会社や学校帰りの一人での食事に対する社会的ニーズに対応する飲食店が少なく、あってもその大部分は、居酒屋などグループ客向けのものである。食事に対する社会的ニーズは成熟化しているにもかかわらず、飲食店側はそれに対応していない。それでは、成熟した飲食文化とは言えない。

かつての日本でも森鷗外や池波正太郎などが散歩の途中、休憩を兼ねてあらゆる飲食店で一人の食事を楽しんだ文化があり、それは文豪たちだけの特権であったとは言い難い。むしろ多くの都市部の人々がそのような楽しみを享受していた成熟した食文化が存在していたはずである⁹⁾。飲食店側と顧客双方が、あるいは社会全体が「こしょく」の捉え方を改めるべき時期に入っているのではなかろうか。そこで、我々は「こしょく」の捉え方に対する次のような仮説を立ててみた。

一般に「こしょく」は上で見てきたようにネガティブなものとして捉えられる傾向があるが、カルチャーとしての「こしょく」はむしろポジティブなものであり、いまそれを正当に評価することが重要である。ここでは「こしょく」を大きく2つに分類し、それぞれの範疇を規定し直してみたい。図 7 がそれを図式化したものである。一つのジャンルは、精神面で未熟な未成年者が、自分の意志に反して仕方なく一人で食事をすることである「孤食」である（図では 20 歳までのライン）。そしてもう一つ別のジャンルとして考えられる「こしょく」を「個食」と表現しておく、それは「大人」が娯楽、趣味として一人で食事をすることを楽しむことと考えることができよう（図で 20 歳を超えた部分）。またそれはラーメン店などを一人でめぐる楽しみを表現する「パーソナル的個食」と一人で飲食店に入り、そこで知り合った他の客と親しむ「コミュニティー化個食」の2つに分けることができる。この場合、「パーソナル的個食」は、そこでのコミュニティーの成立を機に「コミュニティー化的個食」へと移行する可能性も持ち合わせている（図ではその移動の軌跡をラインで記す）。

確かに、「孤食」は未成年者の心理的な成長の妨げになるものという一面も持ち、ネガティブなものと捉えるべきであるが、「個食」は大人が自ら食生活を楽しむ行動全般をさしており、決して批判されるべきことではないのではなかろうか。また、そのように「こしょく」を捉えることで、「個食」に対応する飲食店は増え、また消費者は「個食」をしやすいのではないか。

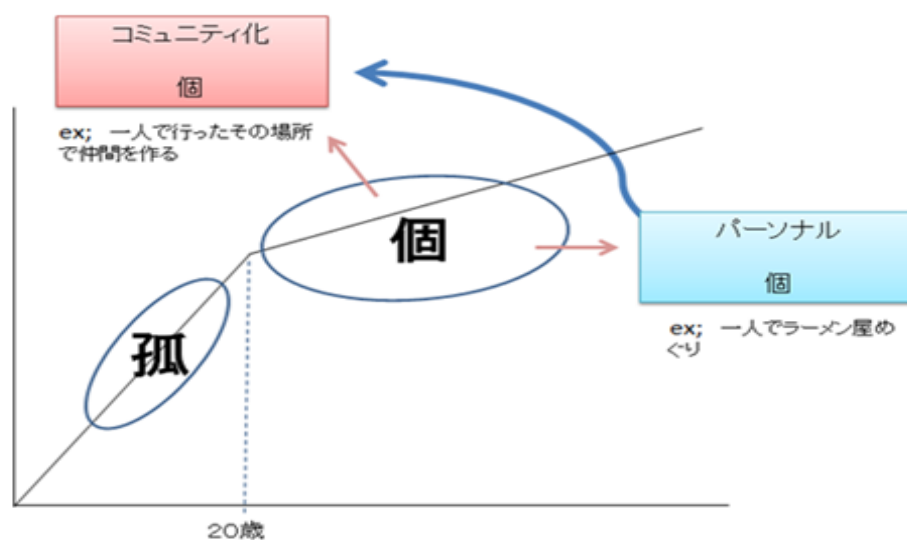


図7 「こしょく」の捉え方

出所 本論文作成チームによりアイデアを図式化したもの。

しかしながら、現在の日本では、「こしょく」は先ほどあげたような批判的な捉え方がされている。では、我々が仮説として立てた「個食」の捉え方に近いと考えられる食文化はどういったところで盛んであろうか。かつては日本の都市部でもかなり一般的に見られたであろう文化であるが、今はその典型例は他国に求めていかざるを得ない。ここではたとえば、イギリスの各地域における「パブ」の文化に注目してみる。

第二章 イギリスでのパブの成立

第一節 パブの成立

本来、人々が集う時と場所には飲酒がつきものであり、その場は元々公的なものとされていた。酒は、農事歴の節目に行われる祝祭行事や、結婚式などの祝宴といった場で仲間とともに楽しまれるものであった。酒場の誕生はこのような飲酒の場で仲間とともに楽しまれるものであり、これは飲酒の場の日常化にほかならないが、酒場を表す語として「パブリック・ハウス」という語が加わった背景には、このような祝祭の場の衰退と、それと密接に関係して急速にその数を増した新しい公衆の登場があったと考えられる。酒は、民衆娯楽の一つとして、新たな局面を迎えるのである。

パブが文献上に現れたのは、1895年発行の俗語辞典である。「パブリック・ハウス(public house)」の略語として扱われていた¹⁰⁾。この語は、「公共の用に供する建物」を意味する言葉として十六世紀に存在していたが、十七世紀に入ると、「料金をとって、共同体のメンバーの歓楽に供する建物」に対しても使われるようになり、旅人に食べ物と宿を提供する「イン(inn)」と呼ばれていた宿屋の機能を果たすようになる。十八世紀になると、「その建物内で飲むアルコール飲料の販売を主な企業とする店」、すなわち「タヴァーン(tavern)」という従来からあった酒場と同じ機能をもつ場所を意味するようになる。「パブ(pub)」はこういった別々の起源から発展しながら、人々の集う、公共の家として発展した¹¹⁾。

こうして「イン(inn)」や「タヴァーン(tavern)」に代わり、「パブリック・ハウス(public house)」という語が、「店内で消費される酒を販売する」という社会的機能を果たすものとして使われるようになった背景には、この種の酒場を利用する新たな客層の登場があったことが考えられる。産業化が進み、労働形態が変化していくとともに、閑談する場を必要とする「一般の人々」、すなわち

「公衆」の誕生があったのである。人々が集い、語らう場として、アルコールによる特別な興奮を伴い、ときには食事代わりともなるこの場は、産業社会に移りゆく時代の特別な社会的・文化的背景を持ち、男たちの、とくに労働者の酒場としての姿を鮮明にしていった。

第二節 パブの役割

現在のパブの最も大きな存在理由は、民衆娯楽の場であるとも言ってよい。時代の流れは、経済効率を最優先させ、大量生産やチェーン店方式の進展によって画一化を進ませる一方で、日本のように成熟した市場においては、さまざまな文化が交錯し、多元化する価値観や嗜好を反映して飲酒習慣も多様化している。昔のように男たちが毎日パブへ行くような生活スタイルはもはや存在しないと言えるべきなのかもしれないが、週末に仲間と騒ぐとき、古い友人と会うとき、煩雑な日常を逃れて一人になりたいとき、「パブ」は恐らく欠かせないのであり、地域住民と深く結びついた「生活の場」として現在も機能する。そこには、家庭にはない別の安らぎと興奮があるのである。

第三節 アイリッシュパブとブリティッシュパブ

「パブ」は形態として、「アイリッシュパブ」と「ブリティッシュパブ」の大きく二つに分かれる。「アイリッシュパブ」は日本でよくみられる居酒屋とは大きく異なり、その中は、一つの大きなコミュニティと化している。一方、ブリティッシュパブは、深く干渉、また、それがあちらこちらへと展開していくことはまずない。

これはアイリッシュには、イギリス人のように、階級という概念がないためである。逆にイギリス人というのは、階級によってパブの部屋を分け、クラブを作ってきた国民だ。現代社会においては、階級という概念の存在は好ましくないのは自明である。

以上のことから、私たちは、アイリッシュパブのようなコミュニティー化した空間は、現代の一般大衆の多元化した価値観や嗜好に対応し得る最適な空間であると認識し、現在の日本には、「孤食」の勝手なマイナスイメージにより、そういった空間を受け手がポジティブに捉えにくい状況にあることを問題視する。

第四節 「個食」の認識

アイルランドにおいて、アイリッシュパブにひとりで食事に行くことは、上で見てきたように「孤独」という枠を超えて、「交流」の場として機能していた。その為に「パブ」は安らぎの場として捉えるものから、危険な場所と考えるもの、あるいはその商的な実用性を語るものまでさまざまである。誰もが心の中に理想のパブ¹²⁾をもっていると言ってよい。これを参考に、「個食」についても一度見つめ直し、コミュニケーションツールの一つとして捉える「個食」を提案していきたい。つまり、日本にもアイリッシュパブのような、「公共の家」と認知される店が普及すれば、成熟した日本社会に適応した、顧客のニーズを満たせるサービスを提供できるのではないかと考える。

第三章 日本の立ち飲み

第一節 立ち飲みの概要

前章で述べたとおり、アイリッシュパブにひとりで食事に行くことは「孤独」という枠を超えて「交流」の場として機能している。では日本には“交流の場”は存在し、需要はあるのだろうか。完全に同一とは言い切れないが、日本に残るパブ的施設として、我々は「立ち飲み屋」などのスペースを取り上げてみたい。

立ち飲みとは、その名のとおりカウンターのみで椅子が設置されておらず、立ったまま飲食する酒場のことである。一般的に“気軽さ”“安さ”“うまさ”を魅力とし世に親しまれている。そんな立ち飲み屋は「薄暗い」「入りにくい」といったイメージが先行しがちであるが、近ごろは心温まる安らぎの場や息抜きスポットとして人気を上昇させている¹³⁾。11月11日に“立ち飲みの日”と日本記念日協会に登録¹⁴⁾されているなど立ち飲みは世に浸透してきている。立ち飲み屋の形態としては、椅子は設置されておらず主にカウンターで立って飲む、あるいは二、三人用のテーブルを囲んで立って飲む形になっている。いずれにせよ大人数が一緒になって飲食できるスペースは設けられていない。立ち飲み屋のルーツとして酒の小売店としての酒屋に併設された立ち飲みスペースで飲み食いをするスタイルであるとされている。立地場所として、ふらりと立ち寄る需要を掴むために駅に近いところに設置されていることが多い。少人数で訪れる客が多いため、席の確保がしやすくいつでも立ち寄ることが可能なのだ。このように立ち飲み屋は顧客ニーズに合わせた形態をしている。一般的にはこのような形態が多いが、一軒一軒にその味わいがある。まさに百軒百様なのだ。これもまた立ち飲み屋の面白さである。

立ち飲み屋の魅力である“気軽さ”“安さ”“うまさ”により、景気の悪化している現代社会で低単価の居酒屋を求める方向が増えていることから、立ち飲み屋は現在増加傾向にある¹⁵⁾。立ち飲み屋ならではの馴染みやすい雰囲気、駅から近いといった立ち寄りやすい環境は客への“気軽さ”を提供している。また質が高く、それでまたリーズナブルなものが多く見受けられる料理の品々と、一般の飲食店に比べ初期投資が少額で済む小スペースでの開業などは“安さ”と“うまさ”の提供である。このように立ち飲み屋ならではの魅力で人々を引きつけている。最近では立ち飲み屋といっても、酒屋、焼鳥屋が始めた主流派から、リーズナブル酒肴を揃えた下町界隈の庶民派、スタンディングバー、アイリッシュパブなどが日本には存在し、料理に特色を出したり、内装に凝ったりと他店との差別化をした立ち飲み屋も登場している。単に立ち飲み屋と言っても一口では表せないほどの進化を遂げている。客は一度立ち寄れば頻繁に通

いだすいわゆる常連として立ち飲み屋へ足を運ぶ傾向があるほど愛着が沸く。

このように立ち飲みは現代の主流となりつつあることがわかる。しかしながら私たち大学生の周りで立ち飲み屋へ行くという話を聞くことはめったにない。つまり若者の間では立ち飲み屋へ行くという風習はないのだ。つまり、立ち飲み屋へ行く＝何らかの抵抗＝一人で行くのはさみしいという現状を指しているのではないだろうか。はたしてこのような風習は昔からあったのであろうか。そこで立ち飲み屋の歴史に触れてみたい。

第二節 立ち飲みの歴史

江戸時代、人は旅と貨幣によってもたらされた生活形態により、外で飲み食いするという外飲が誕生した。外飲が盛んになり始めたのは徳川家康の幕府解説がある¹⁶⁾。地方からの出稼ぎ人のために飲食店が次々に誕生し酒屋に発展を遂げた。江戸で酒を飲ませる店が増加したのは江戸中期以降の天明年間頃であり、立ち飲み屋はその前後に自然発生的に誕生した。酒屋（当時では酒を売る店）が酒の利き酒してもらうために、店の土間の片隅を利用し、有料で飲ませたことが始まりである。その際に出されたつまみが黒豆を甘く煮しめた座禅豆や、焼き味噌などといった簡単なものであった。こうしてやがて煮売り酒屋が誕生した。煮売り酒屋には（１）七輪や鍋、食器を天秤棒で担いで行商するもの（２）屋台を出して辻売りするもの（３）店を構えて商いをするものの三種類があった。このなかでの（２）にあたる屋台を出して辻売りするものはいわゆる立ち飲みであり、店を構えて商売をする煮売り酒屋が、「居酒屋」の原形といわれるのだ。酒屋での利き酒が立ち飲み屋のルーツというものは、それが高じてくると、酒屋では店先に空樽や床几を置き、腰かけさせて酒を飲ませるようになった。つまり「居酒」させたということだ。江戸後期になると縄暖簾をかける店も出現し、これは実際には煮売り酒屋とそう変わらず、結局は縄暖簾も居酒屋の一種であった。やがて太平洋戦争時の1943年に酒類が配給制になると立ち飲み屋は一時消滅したが、戦後1949年には酒類販売自由化により合

法的に再開した。このような背景が立ち飲み屋にはあるのだ。

第三節 個食の認識

前述したように立ち飲み屋は自然発生により誕生した。つまり、昔は一人で酒屋に訪れることに抵抗や恥じらいが無かったということである。しかし現代では一人で飲食店に行くことに何らかの抵抗・恥じらいがある。ここで、前章で述べたアイリッシュパブについて考えてみる。パブの形態や営業方法は日本の立ち飲み屋と大差はない。しかしなぜ、アイリッシュパブは第2の家、すなわち「家庭とは異なるもう一つの家」であるといわれるほど市民全体に浸透しているのか。それは、パブなどの文化を持つ国の人々は、「個食」をコミュニケーションツールのひとつとして認識しているからである。日本では、特に若者に多く見られるような友達やサークルといった元からあるコミュニティーを尊重し、そこに存在価値を置くという日本人特有の考えが主流となっているため、一人で居酒屋に入ることに抵抗や恥じらいが生じる。このことは個食をコミュニケーションツールのひとつとして認識していないからである¹⁶⁾。実際に立ち飲み屋などのスペースでは新たなコミュニティーができるという環境が作られているのだが、そのことはあまり認知されていない。一人で立ち飲み屋のようなスペースに立ち寄る機会があれば個食をポジティブな思考に捉えることができるのである。実際にそのような事象も存在している¹⁷⁾。つまり機会を与えることが個食をポジティブな存在に位置付けることのきっかけになるのではないだろうか。日本にもアイリッシュパブのように、「公共の家」と認知される店が普及することにより個食をカルチャーとして認知させることが可能なのだ。

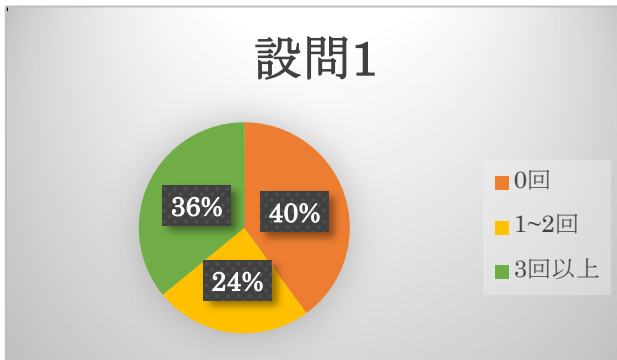
第四章 「個食」についてのアンケート、インタビュー調査

第一節 アンケート調査

我々は一章で述べた個食やお一人様がネガティブに捉えられているという仮説を考察するためにアンケート調査を実施した。WEB アンケートを作成し、調査期間は9月20日から9月23日までの3日間。SNSなどを利用して拡散し、調査を実施した。調査対象は20歳以上の大学生とした。それ以外の回答は無効回答とした。3日間で270人の回答を得ることができ、そのうちの142人が男子、128人が女子の回答という結果となった。内容と結果は下記のとおりである。

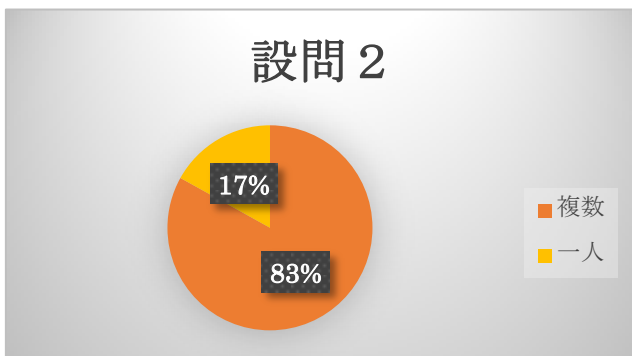
設問1 あなたは1週間のうちどのくらいの頻度で、一人で夕食をとりますか。

- ① 0回 ② 1～2回 ③ 3回以上



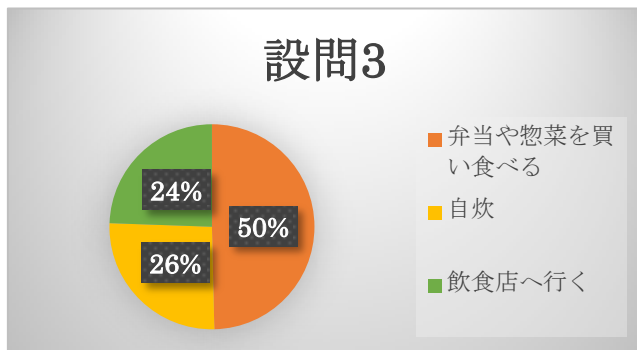
設問2 あなたは夕食をとる際、次のうちどちらを選びますか。

- ① 一人 ② 複数



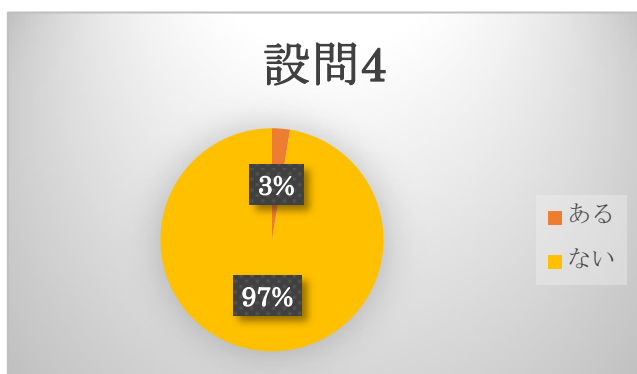
設問3 もし夕食を一人で食べなければならない場合、どれを選択しますか。

- ① 弁当や惣菜を買い食べる ② 自炊 ③ 飲食店へ行く



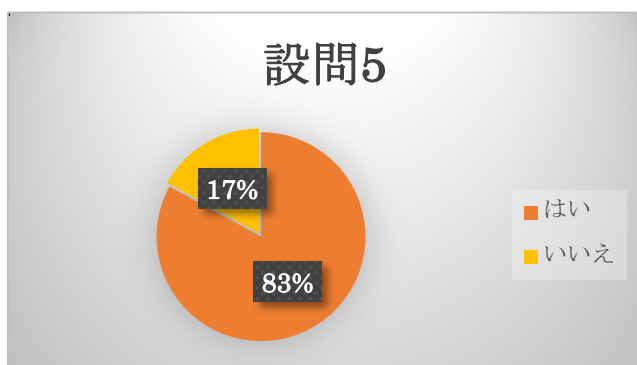
設問4 あなたは一人で居酒屋に行ったことがありますか。

- ① ある ② ない



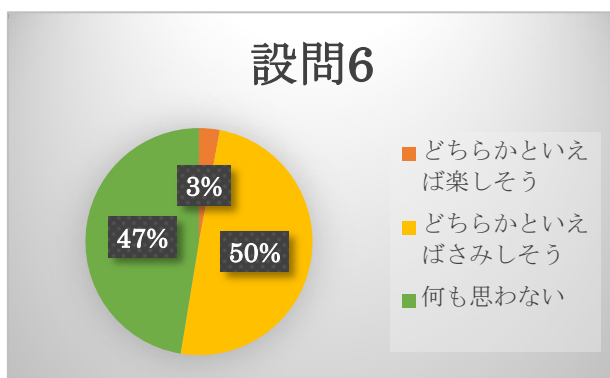
設問5 一人で居酒屋に行くことに抵抗はありますか

- ① はい ② いいえ



設問 6 居酒屋で一人のみをしている人がいたらどう思いますか。

- ①どちらかといえば楽しそう ②どちらかといえばさみしそう
③何も思わない



今回のアンケート調査ではこのような結果を得ることができた。

まず設問 1 の結果を見るとおよそ 6 割の回答者が一週間のうち 0 回または 1 ~2 回しか一人で食事をするのがなく、次に設問 2 を見ると、8 割が食事をするときは「複数」を選択している。やはり 1 人で食事することは「孤食」というネガティブな先入観にとらわれていることがわかる。設問 3 は、第一章で説明したとおりの結果であった。設問 4 と設問 5 の結果を見るとほとんどの回答者が一人で居酒屋に行ったことがなく、8 割が一人で居酒屋に行くことに抵抗を持っていることから、やはり我々の考える、好きな店に行って好きなものを飲食するという「個食」は「孤食」と捉えられていることは否定できない。最後に設問 6 ではこうしたネガティブにとらわれがちな一人で居酒屋に来ている人が客観的にはどう思われているのかを調べたところ、およそ半数は「さみしそう」という、ネガティブな印象を持っており、その他の半数は「何も思わない」と回答しているが、いずれにしてもポジティブな印象は持っていないことが分かった。

アンケートを総括すると、一人で食事、居酒屋に行くことはやはり「個食」ではなく「孤食」であると考えている人が多いのが現状である。このような顧客を、一人で食事がしやすい環境を創っていくことで、個食の良さに気づかせ

ることが今後の課題となっていく。

第二節 「立ち呑み酒場 ー (ピン)」料理長へのインタビュー

我々は現代の個食のネガティブな印象は払拭されるべきで、個食や一人では入れる飲食店が成熟した日本社会において一つのポジティブな存在であるべきであると考えている。

そこで個食の良さを再認識するため、現在でも一人では入って呑むことができるイメージを持たれることが多い、立ち飲み居酒屋の店主にインタビューを実施した。

実施日時は8月29日の20時。実施場所は東京都千代田区神田駿河台にあるJR御茶ノ水駅から徒歩1分の場所にある「立ち呑み酒場 ピン」で、この店の料理長にインタビューを実施することとした。

まずこの店に来る客層、年齢層、人数を聞いてみたところ、「客層、年齢層は幅広いが、やはり30~40代のサラリーマンが特に多い」とのことで、さらに人数については「大学生は複数でしか来ないが、仕事帰りのサラリーマンは一人でよく来店し、中には若い女性でもカウンター席に一人で来ることもある」とのことであった。次に常連客の比率や常連客同士で仲良くなるケースについて質問をしたところ、「一人で来るお客さんの中に常連客は多く、その常連同士がカウンターでスタッフを軸に話していく中で、自然と常連同士のコミュニティーが作られ、ほかの一人客も巻き込んで新たなつながりが生まれていく」との回答を得ることができた。

ここで我々が注目したいのは、「個食」に来た一人客同士が仲良くなり、常連を生むという、前述したアイルランドのパブスタイルのようなコミュニティーが誕生している点である。この立ち飲み屋では一人客をカウンターに案内し、一人客同士が楽に話せる環境を整えている。そうすることで、現代の若者が抱きがちな「孤食」という感覚を抱く客は少なくなっていくのである。コミュニティーができると、その客は自然と常連になっていく。その常連が新たなお客

さんとやり取りすることでまた新たなコミュニティーが誕生する。「パーソナルの個食」が「コミュニティー的個食」になる瞬間である。「個食」には、このようなくつろぎの場を誕生させる期待ができるのである。このようなお一人様のニーズにこたえられるようなサービスを提供できる店舗が増えると、自然と「個食」はいいものへと向かっていくと考える。

第五章 総括

現在、日本においては「個食」というものを批判的に捉える論調が主流になっている。これは団体でいることや、仲間と一緒に何かすることに価値を置きすぎている、日本人特有の考え方が影響しているためである。また、もう一つの大きな原因としてあげられるのは、日本人が「個食」を「孤食」として認識してしまっているという点にある。これは、一人で食事することに孤独や不安を感じるなど、個食に対するマイナスイメージが先行した結果であると言える。

けれども私たちは、個食というものを「一人きりで食事をする」という、小さなまとまりとして捉える閉鎖的な思考は間違っているのではないかと考える。そこで日本人にも身近であるアイリッシュパブの文化に注目したところ、そこには本来の個食文化が存在していたことを発見した。それは、アイリッシュパブが顧客に提供する空間は、コミュニティー形成を促す「交流の場」として機能しているということであった。一人で食事をしに来ても、そこには仲間がいる。これは従来の個食の考え方を超越した事実であり、私たちが提案したい「個食文化」のもう一つの視点である。

そして、このような一人で入れる飲食店などは、今後成熟した日本社会において、一つのポジティブな存在になりうると考える。日本においても、立ち飲み屋などの比較的一人でも入りやすい飲食店は存在し、それがコミュニティー形成の場として機能しているという事実もある。けれども、いったい居酒屋・

大手飲食業界はこの市場をどう思っているのだろうか。おそらくは客単価や従業員の効率性を考えて、大勢でやってくる団体客を歓迎しているのであろう。しかし、顧客獲得競争の激しい飲食業界において、そのような戦略を続けることは効果的ではなく、今後はこういった大人の市場を開拓していくことが重要となってくることは間違いない。

そこで私たちが主張したいのは、かつて江戸時代の立ち飲み屋のコミュニティーや、多くの文豪が散歩の途中で蕎麦屋などに立ち寄っていた日本文化を継承し、提供者である店側にも成熟した飲食文化を確立してもらうことで、顧客のニーズを満たしたサービスが提供できるのではないかということである。そして、顧客である私たちも個食のあり方を再認識することで、従来の「ネガティブなこしょく文化」が「ポジティブな個食文化」へと変化していくのではないかと考える。

脚注

- 1) 内食とは、家庭のキッチンで調理されたものを家で食べること。(土橋 治子著 「消費者行動研究と食生活—ライフコース概念に基づく分析視覚の提示」『青山経営論集』第46巻第3号, 2011年, 358頁)
- 2) 中食とは、コンビニエンス・ストアのお弁当やデパートの地下のお惣菜など、家庭外の業者によって調理されたものを買ってきて家で食べること(土橋 治子著 「消費者行動研究と食生活—ライフコース概念に基づく分析視覚の提示」『青山経営論集』第46巻第3号, 2011年, 358頁)
- 3) 土橋 治子著 「消費者行動研究と食生活—ライフコース概念に基づく分析視覚の提示」『青山経営論集』第46巻第3号, 2011年, 358頁
- 4) 同上論文, 358頁
- 5) 食べたいだけ食べられて、食物に不自由しない時代。飽食の時代には、食料消費の変化が量的な拡大から、質的な変容へ移行する。
- 6) 土橋 治子著 「消費者行動研究と食生活—ライフコース概念に基づく分析視覚の提示」『青山経営論集』第46巻第3号, 2011年, 361頁

- 7) 土橋 治子著 「消費者行動研究と食生活—ライフコース概念に基づく分析視覚の提示」『青山経営論集』第 46 巻第 3 号, 2011 年, 366 頁
- 8) 中川李子、長塚未来、西山未真・吉田義明著 「共食の機能と可能性—食育をより有効なものとするための一考察—」『食と緑の科学』第 64 号, 2012 年, 55 頁、大嶽さと子著「『ひとりぼっち回避規範』が中学生の対人関係に及ぼす影響」『名古屋大学院教育発達科学研究科紀要』第 52 号, 2005 年, 240 頁)
- 9) 佐藤隆介『池波正太郎直伝 男の心得』新潮文庫, 2010 年, 202~246 頁、大河内昭爾著『ふるさと文学館』第 15 巻, 1995 年, 255~260 頁
- 10) A building belonging or open to the community at large; a building for public use, a public building. Now rare and with allusion to sense. 1858 “Oxford English Dictionary”
- 11)18 世紀には集会所、結婚式場、ときには政治活動の拠点、選挙運動の本部などにも利用されてきた。闘鶏やボクシング、演劇、そしてパブリカン主宰のサッカーやクリケット大会も行われ、市民のレクリエーション施設の機能も持つようになる。また、職業あつせん所、給料支払い所にも利用された。
- 12)このようなパブを、オーウェルは理想のパブであると言う。(飯田 操著「パブとビールのイギリス」平凡社, 2008 年, 13 頁)
- 13) 立ち飲み研究会著「立ち飲み屋」筑摩書房、2006 年、10 頁
- 14) 日本記念日協会資料 <http://www.kinenbi.gr.jp/main.php> (最終確認日 [2013 年 9 月 17 日](#))
- 15) 立ち飲み研究会著「立ち飲み屋」筑摩書房、2006 年、37 頁
- 16) 江戸の町づくり、都市整備に携わった地方からの出稼ぎ人のために飲食店が次々に誕生した。(同上著 16 頁)
- 17) 一橋大学では“一人居酒屋へ行く”実験を行い。これは都市の文化空間とみなしたフィールドワークであり、異文化との出会いの場と記している。そこで彼らは東京都昭島市にある赤ちょうちんを灯している居酒屋を訪れ、感じたことは「ネットが普及し、似た者同士でしか関わらない傾向が強まる今こそ、

他者と関わってほしいとも思う。異文化を通してこそ、自分を知り、社会を知ることができるはずです」であったと述べている。

(朝日新聞 digital HP 2013年7月25 記事より

<http://www.asahi.com/national/update/0725/TKY201307240635.html> 最終

確認日 2013年9月17日)

参考文献

・土橋 治子著「消費者行動研究と食生活—ライフコース概念に基づく分析視
覚の提示」『青山経営論集』第46巻第3号, 2011年, 349~370頁

・中川李子、長塚未来、西山未真・吉田義明著「共食の機能と可能性—食育を
より有効なものとするための一考察—」『食と緑の科学』第64号, 2012年,
55~65頁

・池上貴美子、中島美希著「学生食堂での個食における羞恥感に心理的距離が
及ぼす影響」『金沢大学人間社会学域学校教育学類紀要』第5号, 2013年, 9~17
頁

・大嶽さと子著「『ひとりぼっち回避規範』が中学生の対人関係に及ぼす影響」
『名古屋大学院教育発達科学研究科紀要』第52号, 2005年, 240頁

・長谷部正著「食の個別化に関する一考察」2001年, 1~11頁

・パブの発祥と歴史

<http://www.geocities.jp/terrystpub/aboutPub/newhistory.html> (最終確認日
2013年7月10日)

・立ち飲み研究会著「立ち飲み屋」筑摩書房, 2006年, 10~353頁

・日本記念日協会資料 <http://www.kinenbi.gr.jp/main.php> 最終確認日 2013
年9月17日

・立ち飲み屋ゑびす HP <http://tachinomi-ya-ebisu.jimdo.com/>

・朝日新聞 digital HP

<http://www.asahi.com/national/update/0725/TKY201307240635.html> 最終
確認日 2013年9月17日

・読売新聞 online HP

<http://www.yomiuri.co.jp/otona/news/20130524-OYT8T00589.htm> 最終確認

[日 2013 年 9 月 17 日](#)