

酒文化研究所

NEWS LETTER

第 64 号 2018 年 4 月 25 日

【プレミアムトーク】

日本の夜の公共圏 スナックの将来

－谷口功一（首都大学東京教授・スナック研究会代表）

昨年夏に刊行された『スナック研究序説—日本の夜の公共圏』が話題になっている。著者は首都大学東京法学部の谷口功一教授。スナックを学術的かつ総合的に研究するスナック研究会を立ち上げ、進めた共同研究の成果をまとめたものだ。夜の公共圏とは、スナックと常連客達によって作られる関係性が、昼間社会の人間関係とは異なる別のコミュニティをつくりだす公共的な装置になっているという考えから生まれた。今回は谷口功一氏にこれからのスナックのあり方をお聞きした。

【著者プロフィール】

谷口功一 首都大学東京 法学系教授：一九七三年 大分県別府市生まれ。東京大学法学部・法学政治学研究科博士課程単位取得退学 スナック研究会代表



白水社刊 2017年7月

【お問い合わせ】 本資料に関するお問い合わせは下記まで。

〒101-0032 東京都千代田区岩本町 3-3-14CM ビル

株式会社酒文化研究所（代表 狩野卓也）<http://www.sakebunka.co.jp/>

TEL03-3865-3010 FAX03-3865-3015

担当：山田聡昭（やまだ としあき）Eメール：yamada@sakebunka.co.jp

■ スナックは日本独自の文化

—— 先生はどんな経緯でスナックを研究対象にされたのですか？

谷口 はじめは個人的な関心からスナックについて調べ始めました。学問的に研究するにはひとりでは限界だと感じていたところに、サントリー文化財団の研究プロジェクト助成に採択されて、専門分野をもった方々に集まってもらい 2 年間の研究会を経て『スナック 研究序説—日本の夜の公共圏』としてまとめました。名店紹介ではない法律や社会学の観点からの研究書です。ナイトクラブでもダンスホールでも食事処でもなく、酒と軽食とカラオケとトークで客をもてなすスナックは日本だけです。これだけ隆盛した背景には、最近話題になっているナイトエコノミー、つまり深夜営業と風俗営業の規制が昭和後期に生まれたことが関わっています。風俗営業店の深夜営業を規制する一方で、夜中にも酒を介し楽しむ場所が必要とされていたのでしょ



谷口教授のスナック研究のお供は『ザ・プレミアム・モルツ』と『角ハイボール』

—— 一昨年大ヒットした映画『君の名は』で、コンビニもカフェもない田舎町なのにスナックは 2 軒あると高校生が嘆くほど日本中に浸透しています。

谷口 この研究会をはじめた 2015 年には減りつつあるとはいえ 10 万軒以上ありました。商業統計ではスナックの軒数はわからないので、NTT の『タウンページ』のスナックという業種を合計しました。知らない人にスナックを説明するとなると、「ママがいて風俗営業ではなく深夜営業で許可をとっている酒類を提供するお店」とでも言いましょうか。カウンターがあってカラオケがあって、ボトルで酒をとって、客単価は 1 回につき 3000 円程度といえばイメージできますかね。カウンターを挟んでの対応で、隣に座って接客することがないのがクラブやキャバクラとの違いです。

なぜそんな細かいサービスに触れるかといえば、そこが風俗営業との境界になっているからです。接客する店は風俗営業の許可が必要ですが 12 時までしか営業できません。今の風俗営業法が施行された昭和 59 年当時、スナックはもっと遅くまで営業していたので深夜業を選択し、女性が隣席に座るなど接客行為ができなくなりました。

■ 東京都心の方はスナックを知らない

—— 深夜業と風俗営業は両方できないのですか？

谷口 兼業はできません。銀座のクラブみたいな店はみんな風俗営業店ですから夜の12時には店を閉めて、お店の女性やお客さんはその後カラオケのあるスナックへ流れます。そのあたりの事情は東京も地方も一緒です。

—— そもそもスナックという料飲形態はいつ頃できたのですか？

谷口 スナックが爆発的に増えたのは昭和40年代です。現在に至るまでほとんどが個人営業で大規模店はほぼありません。一代限りでほとんど廃業されるようです。経営者になるよりも大きな店で売れっ子のホステスとして働く方が実入りも多いようです。

そこでスナックのことは今のうちに記録を残さないと、話を聞くことさえできなくなると思いスナック行脚を始めました。

—— 先生はどうしてスナックに関心をもたれたのですか？

谷口 私の場合は環境の影響が大きいです。実家は繁華街の真ん中の病院です。父は毎晩のように地元の人とスナックで飲んでいたので、大人はそういうところに入出入りするものだと思っていました。同級生の親に飲食店をしている人もいて、水商売を身近に知って育ちました。今でも帰省すると父も通っていたスナックに顔を出すことがあります。

関心を持ったのは30代に住んでいた世田谷で近くによいスナックを探したのが始まりでした。世田谷には私のイメージする、長く街の中に根づいているスナックがなかったのです。そして今もう都心部には昔からのスナックはほとんど残っていない。先日代官山でこの本の読者講演会があり、ホワイトカラーで私よりも少し若いぐらいの人が集まりましたが、スナックに行ったことがない人の方が多かったのです。

これが地方都市だとまずスナックに行ったことのない人はいません。自営業でもサラリーマンでも、商工会議所・学校・消防団・スポーツ少年団・町内会・お祭りなど仕事を離れたいくつもの団体に所属して、同学年ではない別世代の人との交流ができていきます。そのような地元の関係者との会合などでスナックが使われます。いつしかコミュニティが形成され、夜の飲食・社交の場として使われるようになるわけです。地元情報が飛び交い、昼間だけでは知りえない話題にも触れられるのがスナック通いの醍醐味です。

■ よいスナックは紹介で探す

—— そんな地域の方が長年通っているようなスナックをどのようにして探すのですか？

谷口 講演や会合などで地方都市にいくと、仕事の後でスナックのフィールドワークをしてきました。とはいっても知らない土地でいきなり目当ての店は見つかりません。まず町

で一番で繁盛している寿司屋を早い時間に訪ねて、客筋のよい繁盛クラブの情報を教えてもらうのです。クラブも開店早々の時間であればまだママ一人で話も聞けますし、安く飲めます。そこから、地元のよいスナックを教えてもらうのが遠回りのようですが一番確実です。クラブの女性は閉店後にお客様とカラオケをしにスナックに流れます。だからクラブの御用達は客筋のよい老舗のスナックにつながります。

店の客層はボトルが入っている棚を見ればわかります。『サントリー山崎』がずらっと並んでいるような店は大抵たい地域一番の高級スナックだし、焼酎のボトルがメインの店は安さが売りで客層も若い。

そしてここが大事なのですが、よいスナックではお客は平等に扱われます。ホストクラブやキャバクラのようにお金を使うお客がもてはやされるということはありません。常連が必要



地方ではスナックが軒を連ねる飲食店ビルも健在

以上に威張っていることもなく、むしろ、心地よく過ごせるように気を遣っています。そうした雰囲気や空気を支配しているのがママなのです。

—— **セット料金 3000 円は昨今は少し高いと感じるかもしれません。**

谷口 安くてよい店では、室蘭にセット 1500 円というお店がありました。年長のママが一人で、昔は繁盛していたのでしょうが今はのんびりしていました。ご本人一代限り、商売も楽しみ半分みたいな感じで、忙しすぎないほうがよいみたいな口ぶりでした。こういうお店はよい店なのですが、10 年後には確実になくなっていくでしょう。

—— **スナックはこれからも減り続けるのでしょか。**

谷口 この本の出版後にタウンページを使って同じように調べたところ半減していました。ただ、最近は固定電話を持たずスマホだけのスナックも増えているので、実際にはそこまでは減っていないかもしれません。

スナックが減るのは、企業化することで強みを発揮しにくい分野ということもあります。システムやマニュアルはつくれても繁盛のカギとなるよいママの育成は企業的にはできません。でも逆に個人零細店が最後まで企業経営の店と互角に競える分野だとも言えます。

■ 新世代スナックの登場

—— 携帯番号だけの店という昔は怪しげなお店かと思いましたが、今なら違和感ないですね。そういう常識を超えていく先に新しいスナックも登場するのでしょうか。

谷口 例外的に「スナック」で多店舗化に成功したのが札幌の「スナック原価」チェーンです。前払いの飲み放題コースになっていてお酒や食べ物を持ち込むのも OK です。届け出上は風俗営業店で制服を着た女性スタッフがボックス席について接客します。セット料金だけの明朗会計で、女性スタッフが飲む分を追加で払うというキャバクラのようなまぎれがありません。すすきのを中心に 10 店以上を擁する大規模チェーン店になっています。客の側の遊び方としてはスナックと似たような感じです。

—— それはずいぶん風変わりなチェーンですね。他にも変わったスナックはありますか。

谷口 若い人ということでは、水戸市で空き店舗に茨城大学の学生が運営するスナックを入れて、商店街の活性化策としてしているところがあります。学生の運営するスナックですからコミュニケーションの場という雰囲気のにぎわっているようです。

若い人がスナック経営に乗り出したという例では、浅草でスナックを始めた若い女性があります。有名大学に通い就職活動をしていく中で、自分に向いている仕事を真剣に考えた末にスナックの経営に至ったというキャリアです。学生時代にクラブなどさまざまな水商売でのアルバイト経験があり、自分に一番向いている仕事はスナックではないかと相談に来られたのです。ごく普通の女子大生でしたがクラウドファンディングで資金を調達していきなり開業しました。シェアハウスの延長のような、コミュニティを自分がオーガナイズするのをスナックで実現したいという感じでした。人と人をつなぐ仕事、夜のコミュニティスペース的な役割を果たすということに楽しさを感じているのでしょう。

他に、NHK でも紹介された「介護スナック」があります。働いている人たちは介護関係の資格をもった方々で、店内はバリアフリー、来店には予約が必要です。誤飲しないようにお酒もとろみをつけたスペシャルドリンクです。料金は 2 時間 8000 円と高めですが、一人では飲みに行けなくなった人が安心して行けます。ヘルパーさんと一緒にしか来られないようなお客様が、カラオケとお酒を楽しみに年に 1 回か 2 回通われています（※介護保険は使えません）。奥様と一緒に歌い涙を流して喜ばれる方もいるそうです。夜の公共圏的な役割はいろいろな方向に変化していくと思います。

—— 今までは多店舗化しなかったスナックですが、まだいろいろな可能性がありそうですね。本日はありがとうございました。■

(2018 年 2 月 23 日 聞き手 狩野卓也・酒文化研究所) ■