慶應義塾大学学術情報リポジトリ
Keio Associated Repository of Academic resouces

Title	書評 : ホッピー文化研究会編『ホッピー文化論』ハーベスト社、2016年
Sub Title	
Author	下田, 健太郎(Shimoda, Kentaro)
Publisher	三田社会学会
Publication year	2017
Jtitle	三田社会学 (Mita journal of sociology). No.22 (2017. 7) ,p.164- 168
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	書評
Genre	Journal Article
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AA11358103-20170701-0164

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the KeiO Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

書評：ホッピー文化研究会編

『ホッピー文化論』

ハーベスト社、2016 年

下田　健太郎

１．本書の背景

本書は、文化人類学、社会学、観光学等を専門とする「酒と議論が好きな」研究者 6 名―「ホッピー文化研究会」―による共同研究の成果であり、ホッピーという飲み物の研究を通して、現代日本における社会と文化のありようを多面的に考察しようと試みた野心作である。ホッピー（Hoppy）とは、ホッピービバレッジ社が販売する清涼飲料水であり、焼酎の「割り物」として密かな人気を博している。近年のホッピー人気の高まりについて、巷では「健康ブーム」や「昭和ブーム」などとの関連が指摘されてきた一方、学術的な議論の対象にはなってこなかった。そこで、同研究会のメンバーは、「どうしてホッピーは 21 世紀、平成の世にリバイバルを遂げることができたのか」という問いを糸口に、複合的なリバイバルの要因を 6 人それぞれが分担して担当することによって、ホッピーを「真面目に議論の俎上に載せてみる」ことを試みてきたのである（p.168-169）。しかし、だからと言って、本書をホッピーについての研究書であると単純に性格づけることはできない。むしろ、ホッピーを通して様々な角度から現代社会を考察した独自の文化論となっているからである。

２．各章の概要

本書は、「はじめに」、6 章から成る本文、「おわりに」によって構成されている。以下、本書の具体的構成について簡潔に触れることにしたい。「はじめに」において、碧海はまず、「ナカ」（焼酎）や「ソト」（ホッピー）というホッピーに特有の用語や「三冷」と呼ばれる謎めいた飲み方が存在し、かつ飲み手の気分や体調に応じて割り方（焼酎とホッピーの比率）を自由自在に変化させることができる点に、ホッピーの面白さや独自性を見いだす。続いて、近年のホッピー人気の高まりとその文脈に注目することで、ホッピーを受容する現代社会の変化、及び現代日本を成り立たせている社会意識や欲望について考えていくという本書の基本的な方向性が示される。

第 1 章「ホッピー大衆化の歴史的背景―戦後日本における飲酒文化の変容」は、飲酒文化の変容に関する歴史研究であると同時に、本書における議論全体の見取図としても機能している。そのなかで碧海は、①1948 年のホッピー発売後の大ヒット、②1970 年代後半～80 年代前半にかけての消費量の再増加、③2003 年以降の売り上げの急上昇を、それぞれ「第一次～三次ホッ

下田健太郎「書評：ホッピー文化研究会編『ホッピー文化論』」
『三田社会学』第 22 号（2017 年 7 月）164-168 頁

ピー・ブーム」、そして現在の状況を「ホッピーの大衆化」という言葉で特徴づけている。その上で各ブームの背景が辿られ、戦後の飲酒文化の変容のなかに「ホッピーの大衆化」が位置づけられる。それによると、戦後の日本では、「ビンからジョッキへ」というビールの飲み方の変化に代表される飲酒文化の個人化、男性中心的であった飲酒文化への女性の参入等によって、消費者が各自の好みに合わせて幅広い選択肢のなかから酒を選ぶ、という風習が徐々に定着してきた。「ビールの代用品」として誕生したホッピーは、この文脈において独自の意味合いを付与しやすい存在として（再）発見され、「ほんものの酒」の一種として再定義されてきたのである。

第 2 章と第 3 章では、第三次ホッピー・ブームの主要因として語られてきた「昭和ブーム」と「健康ブーム」が分析される。第 2 章「ホッピーが醸し出すノスタルジア―「昭和」から感じるなつかしさ」において、藤野は、昭和風の店構えなどホッピーがよく飲まれる空間の特徴を備えた「ホッピー居酒屋」に光をあて、自身が撮影した店内の写真資料も駆使しながら、ホッピー居酒屋がどのように「昭和」を醸し出しているのかについて検討している。それによれば、比較的新しい「ホッピー居酒屋」には、昭和関連グッズの利用、店員の威勢の良さ、ホッピー入門者にも分かりやすい設えといった共通の特徴を見いだすことができ、これらは現代の若者たちに「昭和」という失われた時代への懐かしさ（ノスタルジア）を喚起するための装置として機能している。ただし、現代の若者が昭和の時代を直接体験した世代であるとは限らない。藤野はときに政治性の強調に陥りがちなノスタルジアに関する議論と対照させつつ、平成のホッピー居酒屋が醸し出すノスタルジアに、平成生まれの人たちでも懐かしめる「昭和」というフィクションを店員と客とが共有し、そのことを織り込み済みで共に楽しむという、ある種の「呑気」さを見いだしている。

第 3 章「ホッピーをめぐる豊かな「物語」―ヘルシズム社会における酒の語られ方」において、濱は、「健康」のための情報を嬉々として消費し、かつ「健康」を脅かしかねないモノや行為を悪・罪として排除する傾向にある現代のヘルシズム社会において、酒がどのように語られているかを検討する。まず、ポリフェノールを「善玉」、プリン体やカロリー、糖質・糖類を「悪玉」とし、ヘルシズムの物語に沿うようなかたちで販売・消費される酒の様相に光があてられる。たしかにホッピーもこうした「悪玉」を（ほぼ）含まない健康的な「酒」ではあるものの、それは同時に「下積み時代の伴走者」として当時の苦労を想起させるような「回顧の物語」、あるいはまた飲み方の自由度の高さを楽しむ「手作業の物語」をも呼び寄せる。こうして濱はホッピーを支える「物語」の豊かさに、ホッピーの独自性とその力の源を見いだす。濱がホッピーを通して可視化するのは、「国民の義務」ともなった健康と、そのなかで今なお市民権を維持している酒との間に残された「緩衝地帯」であり、ホッピーは「そこに咲く花」として捉えられる（p.70）。

第 4 章と第 5 章では、ホッピーに付与された多様なイメージを通して、サブカルチャーや観光をめぐる社会意識の動態が考察されている。第 4 章「東京下町の男たちの〈酒〉から若者や

女性も楽しめる〈酒〉へ―メディアが創出するホッピー・イメージの変遷」において、高橋はマスメディアによるホッピー・イメージの構築プロセスを検討する。彼は、東京下町、中高年男性、労働者、廉価な「酒」といった地理空間、社会階層、ジェンダー等による排他性を含んだ〈従来的ホッピー・イメージ〉と、「懐かしい」、「健康に良い」、「美味しい」、「男女問わず飲める」、「面白い」という要素が付加された〈現在的ホッピー・イメージ〉を区別した上で、その変容の画期を 1990 年代末から 2000 年代初頭に求めている。高橋によれば、第二次ホッピー・ブームの担い手による「若者のサブカルチャー」としてのホッピーの再評価（キャラクター化、ネタ化）と、「健康」・「ポップさ」を強調した企業戦略等が相まって、ホッピー・イメージの脱ジェンダー化・脱階層化が進展してきた。ただし、高橋は、従来のイメージが完全に駆逐されたのではなく、東京下町のローカリティと深く結びついたそれが現在にも引き継がれ、多層的なイメージとして人びとの関心を喚起し続けている点に注意を促している。

第 5 章「浅草で正しくホッピーを飲む方法―下町と居酒屋の再創造」において、岡本は、ホッピーが飲まれる場所についての語りを観光学の視点から検討することで、下町イメージとホッピーの関係を考察している。岡本によれば、居酒屋巡りに関する著作やテレビ番組は、地域の日常に埋め込まれていた居酒屋を「わざわざ訪れるべき場所」として再提示した。この文脈において、下町文化と密接に関連するとされるホッピーが、古い東京を生きる人びとの日常に触れるための手がかりとして見いだされたのである。さらに浅草の「ホッピー通り」を舞台としたツイートの分析から、ゲスト側においては他者の日常への接近度合い、つまり観光のために演出された「表舞台」ではなくその「舞台裏」にいかに迫ったかによって訪問者が階層化される傾向、ホスト側においては観光地化された場所で日常を探し求めること自体への懐疑が存在することが指摘される。こうして岡本は、どこにも存在しない本物の「舞台裏」に迫るのではなく、自らの振る舞いへの過度な自覚／無自覚のあいだに「ホッピーを美味しく飲む」可能性があることを示唆している（p.141）。

第 6 章「孤高の「酒」ホッピー―あるいはホッピーの文化人類学」において、小林は、イメージから人とモノのかかわりへと議論の重点をずらしつつ、モノとしてのホッピーが飲み手にいかなる行為を促すのかについて検討している。彼はまず、文化人類学の「交換」をめぐる議論を参照しつつ、ワインや瓶ビールなどの酒とは違い、ホッピーに関しては酒場で相席した者同士が互いに注ぎ合うような事態が起こり得ないという点に注意を促す。その背景としては、戦後の瓶不足により進駐軍が捨てた空き瓶を洗浄してホッピーのために使うようになったこと、その容量は 360ml であり、かつ当時はビールジョッキのような大きいグラスが存在しなかったため、「割り材」としてのホッピーは一つの瓶を「数回に分けて飲む」という行為を飲み手に求めるようになったことが指摘される。さらに小林は、居酒屋での自身の経験や他の酒・嗜好品との比較をもとに、ホッピーが飲まれる文脈の特徴を検討し、ホッピーが飲み手に各々のペースでの独酌を要求する「酒」であること、さらに「ひとり飲み」の記号としても作用していることを見いだす。

「おわりに」において、藤野は刊行の経緯に言及するとともに、本書の狙いについて総括的なコメントを加えている。そこでは、本書が、研究者サークルの「外の世界に向かっても開かれている人類学」（p.170）を模索する試みであったこととともに、身の周りの何気ないものに文化の本質を見いだす「野の学問」としての民俗学をとりもどしていくための一つの方途となっていく可能性が示される。

３．本書の意義

本書は第一に、ホッピーを通して考えることの意義を多面的に示したという点で高く評価できる。著者たちの考察は、戦後の飲酒文化の変容、現代日本におけるノスタルジアのありよう、健康と酒の関係、サブカルチャーや観光をめぐる社会意識の動態、飲みモノと人の関わりを新たな光のもとに浮かび上がらせる。これは、執筆者たちがホッピーについてではなく、ホッピーを通して思考してきたことの賜物であると言えよう。あえて付言すれば、ホッピーが清涼飲料水／酒といった異なるカテゴリーの境界に位置する飲み物であるという点も、ホッピーを焦点化した思考に豊かさを与えている源泉の一つと言えるかもしれない。

第二に、一貫して身近な関心や問いから議論が組み立てられている点も見逃せない。飲み物をめぐる習慣や懐かしさ、健康や観光といった身近なテーマが専門的に、しかし平易なことばで分かりやすく解説されているために、アカデミックなことに関心をもたない人でも親しみをもって読むことができる。また、各章の間に配置されたホッピーの生き生きとした写真に加え、議論のなかに垣間見える執筆者たちの遊び心も本書に心地よいリズムを与えている。たとえば「ホッピー本人が場違いさに苛まれる」（p.46）、「ホッピーを考えるときに忘れてはならないのは、その不味さだ」（p.117）、ホッピーを「讃える」（p.143）とあるが、これらは議論の説得力を損なうことなく、読み手にホッピーとの距離感を改めて考えさせる仕掛けにもなっている。

第三に、ホッピーそれ自体はもちろんのこと、コップやジョッキ、居酒屋を構成するアイテム、食品の機能表示など、身近なモノの影響力が議論に組み込まれている点である。それによって、抽象的な意味づけのみならず、モノとのかかわりのなかで紡がれている私たちの具体的な暮らしのありようを、新たな視点から見つめ直すことができる。ただし、モノによる働きかけを捉えるのは意外に難しい。同一の「モノ」であっても時点や文脈に応じて異なる行為と結びつき得るため、特定のモノが促す行為を一義的には規定できないからである。こうした視点で本書全体を見返してみると、「ホッピー」が実に様々な人、モノ、情報との相互作用のなかでダイナミックな変貌を遂げてきている様子が理解される。この意味で、本書はホッピー文化論を超えて物質文化論へも広く資する可能性をもつ。

次に、さらなる展開が期待される論点も幾つか指摘しておきたい。巻末に付された「執筆者一覧」をみると、本書の執筆者はすべて昭和 53～56 年生まれであり、ホッピーと出会ったのは平成の時代に入ってからのことだと推測される。このことは、たしかにホッピーに新鮮さや面白さを見いだし、活発な思考を展開できた理由でもあると考えられる一方で、議論の対象を限

定することにつながっている感も否めない。それは、たとえば昭和の古い時代から連綿と営業を続けてきた居酒屋よりも、比較的最近になって出店した居酒屋が、さらに、ホッピーの新たなイメージに違和感を抱く年配者よりも、ツイッターを使いこなす若者がクローズアップされる傾向にみてとれる。しかし、戦後間もない頃に生み出され、現在まで親しまれているというホッピーの来歴を考えるならば、たとえば「フィクション」という言葉では捉えきれないような懐かしさのありようもまた、本書の議論にとって重要な意味をもつのではないだろうか。

第二に、本書の議論を支えている資料についてである。もちろん居酒屋での「フィールドワーク」の経験が活かされている箇所もあり、さらにその経験が各章の議論の源泉になっていることは推察できるが、全体としてはホッピー関連書籍や新聞・雑誌記事、ウェブサイトといった資料に拠りがちな傾向が認められる。酒場においてホッピーを巻き込みながらどのような出来事が生起するのか、あるいは飲み手がどのようにホッピーと付き合ってきているのかといった点に関して、著者自身による参与観察や聴きとりのデータをもっと積極的に活用してもよかったのではないだろうか。あるいは、ホッピー好きの年配者で、アカデミックな世界の外にいる当事者などをも巻き込みながら、本書を編むという方法もあったと考えられる。

とはいえ、これらは無いものねだりという側面を多分に有しており、見過しがちな身の周り＝「野」に問題を発見し、情報を収集・分析し、広く発信しようと試みた本書の価値はいささかも減じるものではない。そして、この試みは必ずしもホッピーだけに適用されるわけではない。本書には、身近なものを通して、私たちが生きる現代社会を捉え直していくためのヒントがたくさん散りばめられているのである。

（しもだ　けんたろう　日本学術振興会特別研究員 PD）