

酒文化研究所

NEWS LETTER

第70号 2018年10月25日

【酒類消費動向】

若い女性が大衆酒場を元気にする

－ 『古典酒場』編集長 倉嶋紀和子インタビュー

酒好きの常連客ばかりで、男性でも一人では入りにくかった大衆酒場は、今、若い女性が普通に飲むようになりました。おいしくてリーズナブルだからというだけでなく、一見でも隣のお客さんと世間話を楽しめる親しみやすさがいいという声もあります。そんな大衆酒場の水先案内人となったのが2007年に創刊した雑誌『古典酒場』でした。この雑誌は最初の数号で東京の大衆酒場の有名どころを網羅すると、京成線や世田谷線の沿線を集めるなど新企画を打ち出し、新しい大衆酒場に次々にスポットを当て行きました。取材先は編集長の倉嶋紀和子さんが、毎晩、コツコツと酒場を飲み歩き、ここというお店には自ら取材交渉したところばかり。まさに足で集めた貴重な情報でした。さらに読者からの情報を頼りに地方の大衆酒場も発掘し、全国に大衆酒場文化を発信します。

今回は倉嶋紀和子編集長と大衆酒場の10年を振り返ります。



【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

■親しみやすくなった酒場文化

—— 最近は大衆酒場で若い女性を見ることが珍しくなくなりました。創刊当時と比べるとずいぶん変わったのではないのでしょうか？

倉嶋 そうですね。女性が増えてきたのは如実に感じます。創刊当初は取材交渉に行くと、先輩たち（酒場の客）がパッとこっちを見て『何しに来たんだ』という視線を向けました。こういう主旨で、こんな企画でと一生懸命説明して、やっと納得してもらおう。最近はそういう感じはなくなったと思います。

—— すいぶん客層が広がっていて、成人したばかりの御嬢さんと親御さんが一緒に飲みに来ていたのに出くわしたこともありますし、土日だから空いているだろうと思ったら行列で、聞くと地方からわざわざ大衆酒場に飲みに来た方々でした。ただ、その一方で惜しまれつつ店を閉めたところや、飲食店街そのものがなくなってしまったところもあります。活気づいて見える一方で、後継者がいない、商売としてやれなくなってきているという声も聞きます。

倉嶋 元々なくなりつつある酒場文化を、写真に撮って記録に残したいという気持ちがありました。始めた当初はやめていく店が多かったのですが、それが少し緩やかになったのかなとは思っています。うちみたいな家族経営の店を子供に継がせるのは忍びないから俺の代で終わりと言っていたのが、お客さんがこんなに来てくれるならと、後継者をつくるようになりました。ご子息に引き継ぐ場合も、別のどなたかに譲る場合もあります。

それでも街の再開発はお手上げです。東京オリンピックであちこちで進んでいますが、新しい施設に再入居できるにしても、年配の方々はそこから再契約するのに二の足を踏まれます。移転するとなると常連さんがついてきてくれるかどうかわかりません。実際、ものすごく繁盛していた店なの



大衆酒場を愛し続ける倉嶋紀和子編集長



大衆酒場に若い女性が珍しくなくなった

に、移転したら直後はお客さんが減ってしまいご苦労されたケースも見ています。

—— 新宿のゴールデン街や吉祥寺のハモニカ横丁など雑多だった横丁も変わりました。猥雑な感じが失せて洒落たお店になっていたり、いくつもある店舗は経営が一緒に資本が入って組織化されたりしています。変わってしまったと嘆く人もいらっしますが、昔のままだったら廃れてしまったかもしれず、変わったから人が来るようになったのは確かです。どちらがいいか一概には言えません。

倉嶋 大衆酒場を今風に新しく仕立て直したネオ大衆酒場も増えています。その草分けは恵比寿横丁だと思いますが、できてから10年になるでしょうか。

昔ながらの横丁の雰囲気を狙ってつくって、とても繁盛しています。

—— ハワイにも同じような発想でつくったワイキキ横丁が大人気だと聞いています。大衆酒場や横丁には、酒飲みの気持ちをくすぐる何かがある。

■ 10年で広がったウイスキー・ハイボール

—— ところで10年前と比べて大衆酒場のメニューは変わりましたか？

倉嶋 そうですね、ずっと変わらないところもあれば、若い女性が増えたからか小洒落たおつまみを加えたところもあります。

—— アヒージョとかが出てきちゃう？

倉嶋 そういう感じです。お酒では赤羽のまるます家さんの「ジャン酎モヒート」でしょうね。『ハイリキ』の一リットル瓶をジョッキに注いで、ミントの葉を入れてライムを搾る。『ハイリキ』一リットル瓶のオーダーが入るとお店の方が隠語で「ジャン酎」と言っていたのを、そのまま名前にしたのです。

—— あれはそういう云われなのですか。大きなジョッキに注ぐから、ジャンボ酎ハイモヒートを略したのだと思っていました。

倉嶋 朝から飲んでるようなお父さんたちが葉っぱを入れたモヒートを飲んでいるのです。ニコニコして「これ知ってる？」とか言いながら。かわいいでしょう（笑）。

—— まあ、大きく見るとドリンクで一番変わったのはウイスキー・ハイボールではないですか。11年前にはほとんどの大衆酒場にウイスキー・ハイボールはありませんでした。



再開発などで消えた横丁は多い

倉嶋 そうですね。ハイボールと言えば焼酎ハイボールのことでした。ハイボールとも言わず『ボール』と呼んだりする。それが今はどの店にもあって、ハイボールと言えばウイスキー。こんなにウイスキーが飲まれるようになるとは思いませんでした。

—— 酒場もウイスキー・ハイボールをよく受け入れたと思うのですよ。ビールとチューハイで間に合っているのに、わざわざメニューを増やすのですから。

倉嶋 ほんとうにそうですね、オペレーションも増えますしね。

—— お酒屋さんやサントリーさんが、熱心におすすめになったのだと思いますが、劇的な変化です。ゼロを100にしたのですから。

ウイスキーは平成になってから厳しい状態が続いていました。軽くて飲みやすいものやシェリー樽の甘い香りの商品を出したり、ハーフロック（ウイスキーと水を1対1にしたオンザロック）を提案したり、さらに海外のコンテストではトップをとり続けても、国内の市場はほとんど反応がありませんでした。ウイスキー・ハイボールは、ジョッキで飲ませることで、最初一杯目を獲れたのがよかったのかなあ、飲みのスタートは『とりあえずビール』というスタイルが揺らいでいたところに、うまく入り込みました。

■始めます 酒&酒場の文化活動

—— 倉嶋さんはおんな吉田類ばりに居酒屋巡りのテレビ番組に出演されていらっしゃるんですが、酒場で「あっ倉嶋さんだ」とか注目されたりしませんか？

倉嶋 今のところそれはいいです。飲んでいると、時々、「見てますよ」って声をかけられるくらい。『まずい、これは汚い飲み方はできないぞ』と背筋が伸びます（笑）。

—— 番組はまとめて収録するのでしょうか？

倉嶋 私の番組は2本分まとめて撮ります。撮影でもしっかり飲んでいるので、収録中はずっといい気分ですね。

—— おつまみも食べていませんか、出されたものを残せないタイプではないかと。

倉嶋 ええ、しっかりいただいて、着々と大きくなりました（笑）。『古典酒場』を出しているときは、始める前より15キロも太りました。お店を探して飲み歩き、掲載の後はお



ウイスキー・ハイボールは大衆酒場にも広がった

礼かたがた飲みに行くというパターンでしたから。休刊したら落ち着いて、5キロくらい減ってそのままです。

—— 休刊が2013年だから6年間やったのですね。休刊したのはやっぱり部数が減ったり、広告が入りにくくなったからですか？

倉嶋 それもありますけれど、大衆酒場に行く流れができたので、水先案内人としての役割は終わったのかなと思ったことが大きいです。ネットでも紙（媒体）でもお店を紹介するところはたくさんあるので。

—— その後はどんな活動を？

倉嶋 酒や酒場の文化的なことをやりたいと思っています。

休刊した後に出した唯一の本は『熊本 酒援酒場』です。2年前の熊本の震災の時に、熊本のお酒屋さんから熊本のお酒を買って、飲んで食べて応援しようと呼びかけました。熊本の出身なのでできることをしたいと、『古典酒場』最終号で東北の石巻をとりあげたのは、雑誌の紙をつくってもらっていた日本製紙さんの石巻工場が被災されていて、お世話になった皆さんに何かしたいと、工場の酒好きの方々と地元の酒場に一緒に飲みに行ったことも記事にしました。

—— 吉田類さんが東日本大震災の後からずっと復興支援のイベントをやっていますが、倉嶋さんはあれにも参加されています。

倉嶋 『吉田類と仲間たち』は類さんが仲間と呼びかけて、飲んで応援しようとしたもので、会場は笹塚ボウルさんにご協力いただいています。第1回目から私もご一緒させていただいております。熊本の震災後は、熊本から取り寄せたお酒も振る舞うようになり、音楽を聴きながらみんなで飲む。ずっと続いていて、12回目を数えた今年は、参加者が過去最高を更新しました。

—— 倉嶋さんには酒や酒場を通じてできることが、まだまだたくさんありそうです。最後に大衆酒場に来るようになってきた若い世代にひと言お願いします。

倉嶋 昔に比べたら大衆酒場に若い女の子は増えましたが、男の子はそうでもないように感じます。女性に連れられて来ている印象なので、しばらくは若い女性に酒場にもっと通って欲しいと思います。女の子が酒場に来ると、お店も常連のおじさんたちも笑顔になって元気が出ます。女の子は酒場とお客さんの寿命が伸ばします。どんどん行ってください。

—— 本日はありがとうございました。■

(2018年9月25日 於響有楽町店/聞き手 山田聡昭・酒文化研究所)



震災のあった熊本を、酒を飲んで・買って応援しようと呼びかけた