

[平成29年度 奨励賞]

現代社会におけるバーの存在意義 —つながり方の自由と選択—

鈴木 実織

はじめに

現在、日本の都市には必ずと言っていいほどバーがどこかに存在している。しかし、バーは夜に姿を現すことが多く、外からは見えにくいかたちでそっと身を潜めるように存在しているため、その実態はそれほどはっきりとしていない。では、バーと聞いてどのようなイメージを抱くだろうか。「お酒を飲むところ」「オシャレなカクテルが出るところ」「大人の空間」「バーテンダーがシェイカーを振っている」「敷居が高い」—このようなイメージをもつ人が多いのではないだろうか。しかし、このようなイメージは個人の中で完結したものにすぎず、店主や客との交流という側面が反映されていない。また、バーでの交流というと、いわゆる「男女の出会い」が想定されることが多く、テレビドラマや小説などでも男女が会ったり、密会したりする場としてバーが描かれることが多い。しかし、実際のバーでは、それに限定されない多種多様な人とのつながりが盛んである。また、バーの入門書やマニュアル本が出版されていることからわかるように、バーはルールが多い空間というイメージがあるが、それは店に迷惑をかけないとか、恥をかかないといったレベルでのエチケット的なルールにすぎず、実際は、それほど細かいルールに縛られるような空間ではない。

さて、バーでは多種多様な人とのつながりが盛んだと述べたが、そうだとすれば、バーは「サードプレイス」という概念に当てはめて考えることができそうである。サードプレイスとは、アメリカの社会学者レイ・オルデンバーグが提唱した概念で、家でも職場でもない、日常のしがらみから逃れられる「居心地の良い空間」とされている。そこには常連と呼ばれる人が集まり、常連同士で会話したり、時には新顔を受け入れながら活発に人同士が交流している空間である。とはいえ、サードプレイスは人となつがるうえでのルールが多い空間とされている。たとえば、オルデンバーグによれば、サードプレイスの活動は会話に他ならず、個人的な側面を持ち込んではならない（オルデンバーグ 2013：64-76）。また、サードプレイスでは客同士の交流が重要視されているが、オルデンバーグのサードプレイス論では、客同士の交流に至るまでのプロセスが明確にされていない。また、「つながらない」という選択肢があることについても言及されていない。つまり、オルデンバーグのサードプレイス論は、そこにいる人同士がつながることが前提で、豊かで理知的な交流をすべきだという理念ばかりが先行している。よって、それは人同士のつながりを強制する空間であるかのような印象を受ける。しかし、バーでは、そこにいる人全員が必ずしも誰かと交流しているとは限らない。他者と交流する人もいれば、ひとりで過ごす人もいるように、バーでのつながり方は自由なものではないだろうか。そうであると仮定するならば、バーはオルデンバーグのサードプレイス論だけでは語れない空間だろう。では、バーにおいて人はどのようにつながる／つながらないのだろうか。

バーに関する先行研究の一つに、評論家の枝川公一による『バーのある人生』（2006年 中

公新書)があるが、そこでは、個人によるバーでの振る舞い方については言及されているものの、バーでの人とのつながりについては言及されていない。この点も踏まえ、本論文では、バーにおけるコミュニティ形成の実態を明らかにすることで、バーの存在意義を問い直し、それを通して流動化する現代社会における人とのつながり方を考えることを目的とする。

第1章 バーとは何か

1-1 バーの語源

まず、本章では、先述の枝川による先行研究をもとに、バーの概要について述べていく。枝川は、バーの起源について以下のように述べている(枝川 2006: 7-8)。

バーはもともと英語で横に渡した棒を意味している。では、なぜ酒場が「横に渡した棒」を意味する「バー」と呼ばれるようになったか。それにはさまざまな説がある。

一説によると、開拓時代のアメリカの酒場で、主人が樽からお酒を汲み出して量り売りをしていると、酔っぱらった客が、勝手に汲んでいってしまう。この不正行為を防止しようとして、「横木」で酒樽を囲み、バーと呼んだのだという。これがやがて、ひらべったい「横板」へと進化して、現在のようなカウンターになったとされる。

なお、19世紀の半ばまでのアメリカの酒場は、サルーン saloon と呼ばれていた。これらサルーンの外にはかならず、馬をつなぐための「横木」があった。現在で言えば、クルマを駐めるスペースみたいなものである。酒場に駐車場をつくるなど、飲酒運転を推奨するようなもので、とんでもないということになるであろう。しかし、19世紀のアメリカ西部では酒場は日常生活に欠くことのできない場所である。そこで、サルーンとは馬つなぎの「横木」があるところ、というので、バーの通称が生まれたとの説もある。やがて交通手段としての馬は消えていった。不要になった馬止めの横棒は、カウンターの下に置かれて、足掛けあるいは足置きにされるに至り、酒場全体の呼び名として、バーが定着することになったというのである。

1-2 バーの歴史

では、バーはどのように根付いていったのだろうか。枝川は、日本のバーの歴史を以下のように記述している(枝川 2006: 17-29)。

日本のバーの始まりは、万延元年(1860)、横浜の外国人居留地に開業した「横浜ホテル」内のビリヤードのできるバーとされている。明治3年(1870)には横浜にグランドホテルがオープンし、ここで、日本で初めてのカクテルが生まれた。その後、バーテンダーの技術がものを言うバーが、銀座を中心にいくつも生まれてきた。しかし、戦争により、せっかく地につきはじめた洋風文化の根を次々に腐らせてしまう(枝川 2006: 18-24)。

戦後、日本各地の都市では、商業施設などが接収され、占領軍事施設に転用された。ここでは階級別にバーが設けられた。また、戦後の日本のバーは、日本に上陸してきた軍人、兵士たちにより強く刺激された。彼らはどんな酒が美味しいか、カクテルはどう作ればいいのかを教える教師の役割も担っていた。昭和50年代までは、物資不足の状態が続いた。それでも、外国人を多く受け容れる高級ホテルは例外であった。数量にかぎりのある輸入洋酒は、優先的にこれら一部のホテルに回された(枝川 2006: 25-28)。

バーをめぐる半鎖国状態は、昭和50年代の半ばにやっと終わる。高度経済成長期を経て、

日本人全体の気持ちが豊かになったことにより、洋酒のおいしさを追求し、バーの時間にひたれる心の準備もできつつあったのだろう。しかし、実際にバーが人々の日常に受け入れられるのは、平成に入ってからである。この頃、いわゆる「バブルがはじけた」と呼ばれる経済不況に陥った。これに呼応するように、人々は、懸命に稼ぎまくる日々から距離を置くようになり、代わって、心休まる生活、自分自身が満たされることを目指すようになっていった。日本の飲食文化をリードしてきた街、東京・銀座では、バブル経済の終焉とともに、社用族と接待費に支えられてきたクラブの閉鎖が相次いだ。おかげで次々に空きスペースができ、バーが入るのが目立つようになった。時代とともに「水商売」観も変わり、バーが市民権を得るようになった。本格派のバーが、東京ばかりでなく、日本各地の都市に広がりはじめた。市民一般が、暮らしのなかに心のゆとりを求めるようになり、日本のバーが大きく花開くようになった(枝川 2006 : 28-29)。

このように、日本のバーの始まりは、外国人と密接に関りがあった。日本で初めてのカクテルが生まれたのも、戦後、日本のバーが開花していく過程にも外国人のはたらきが鍵を握っていた。戦後は、階級別にバーが設けられたり、ごく一部の層だけが輸入洋酒を飲めた。このように、バーは歴史的にも排他的な背景をもっている。しかし、バブルがはじけ、人々が心の豊かさやゆとりを自問するようになったのにもなって普及したのがバーだったのである。バーも水商売であり、その意味ではクラブやキャバレーと同様にあまり良いイメージを抱かれなかった。しかし、バブルがはじけ、人々が心の豊かさを求めるようになると、水商売にその役割が割り当てられたのだろう。そうしてバーが市民権を得るようになり、日本のバー文化が育っていった。

1-3 本来のバー

ところで、バーとは本来どのようなものであるか。枝川は次のように述べている。

バーの本来は、ひとりであろうとだれかと一緒であろうと、それぞれひとりひとりが楽しむことを前提にしているということである。群れ集って飲を尽くすという、日本古来のやりかたとは対極にあるのがバーだということは何度言っても言い過ぎにはならない。これが基本の基本である。したがって、だれかと一緒であっても、その相手に寄りかかって、楽しみを見つけようとするのだけはやめたい。自分の始末は自分でつけることを心がける。自分の責任で楽しみをつくっていく。そうすることによって、今後の「バーのある人生」が実り多いものになっていくにちがいない。(枝川 2006 : 60-61)

このように、バーはすべて自己責任で楽しむ場であると言える。ひとりで来た客はもちろん、誰かと一緒に来た場合でも、相手に頼らず、自分の力で楽しむことが強く要求される世界である。バーはある種の個人主義的な側面をもっていると言える。

また、人数も重要である。枝川は「同行者はせいぜいふたりまで、自分を含めて3人が限度」(枝川 2006 : 64) と述べている。バーは店舗面積が狭いところやカウンターしかない店舗もある。そのような所に数人の団体に訪問するとたちまち満席になってしまう。常連客が座れなくなったり、騒がしくなって他の客に迷惑をかける恐れがある。そもそも、団体にバーを訪問することは、バーの本来の楽しみ方である「ひとりひとりが楽しむ」ことに反する。

さらに、バーはバーテンダー（マスター、オーナー）が主導権を握っている。この点について、枝川は以下のように述べている。

店に入ったら、主導権は店にある。（中略）カウンターにすぐに座り込むのも考えもので、向こう側のバーテンダーの指示を待つ。店によっては、いつもの席に座る常連が間もなくやってくることになっているかもしれない。あるいはまた、客の座る位置について、その店なりのポリシーを持っている場合もある。自分を店に委ねる姿勢が、心地よく過ごすための、いちばんのコツであろう。（枝川 2006：63）

つまり、バーはバーテンダーのポリシーや守ろうとしている世界観に自身を委ね、かつ、ひとりひとりが責任をもって嗜み、楽しむ場であると言える。

1-4 多様なバー

先述のような「本来のバー」は、バーテンダーがカウンターに立ち、カウンターの後ろにバックバーと呼ばれる、酒類がずらりと並んだ棚がある所を想定している。ところが、現在の日本のバーには様々な種類が存在する。ここではオーセンティックバー、ダイニングバー、カフェバー、コンセプトバー、アミューズメントバー、ガールズバーについて説明する。

オーセンティックバーとは、まさに先述の「本来のバー」に当てはまるものであり、カウンターがあり、バーテンダーと呼ばれる人がそこに立ち、酒類を提供する所である。チャージがかかり、カクテルなら1杯1,000円程度かかる。店内は薄暗く、メニューがない場合も多い。多くの人がバーと聞いてイメージするのはこのオーセンティックバーだろう。

ダイニングバーとは、酒類も出す飲食店である。料理の種類も和風、創作、イタリアン、スパニッシュなど様々である。この中にはバルも含めることができる。バルとは、「食堂とバーが一緒になったような飲食店を指し、スペインやイタリアなどの南ヨーロッパにおいては酒場、居酒屋、軽食喫茶店のこと」（街バルジャパン 2017年12月17日アクセス）である。

カフェバーとは、酒類も出す喫茶店のことである。このような形態の店は、昼はランチやスイーツを提供し、夜はアルコールも出すといった所もある。

コンセプトバーとは、コンセプト、つまりあるテーマに沿ったバーである。たとえば、「放課後バー A-55」（大阪市北区）は「小学校の放課後」というコンセプトをもとに、メニューに揚げパンがあったり、駄菓子が食べ放題になっている。

アミューズメントバーとは、バーに遊びやアクティビティを足したバーである。ダーツバーやスポーツバーがこの代表にあたる。

ガールズバーとは、女性従業員のみで構成されているバーである。必ずカウンター越しに接客する点がキャバクラとの大きな違いである。また、キャバクラは風営法により深夜営業ができないが、ガールズバーなら深夜酒類提供飲食店営業として届け出るため、いつでも営業可能になる。また、これの男性版はボーイズバーと呼ばれる。

一見、バーには多くの種類が存在するように見える。しかし、「バー」という記号が様々なものに付随しているとも考えることもできる。この場合、バーは「酒を嗜む大人の空間」といった記号だろう。また、そのような記号によって、スタイリッシュなイメージを付与す

ることができる。

また、「バー」という記号が様々なものに付随している背景として一つ考えられるのは、法律の壁対策である。キャバクラやホストクラブは風営法により深夜営業ができない。しかし、バーとして届け出れば深夜営業が可能になる。バーでは、必ずカウンター越しに接客される。従業員が客の隣に座ってしまうと法律違反になる。そこで、カウンター越しに接客するというルールを必ず守りつつ、キャバクラやホストクラブでの接待を疑似体験できるのである。

もう一つ、バーは他の酒類提供店とは明確に区別できないからこそ、様々なものに記号として付随していると言える。海野は「バーはパブとほとんど同じように使われる。(中略)マーク・ジロアードも、パブリック・バー、プライベート・バー、サルーン・バーをひっくるめてパブとして扱っている。厳密にいうと、このうち、パブリック・バーはパブであるとしても、他の二つは、パブからはみ出るかもしれない」(海野2009: 159-160)と指摘している。もし、バーが明確に「こういうものである」と定義されたり、区別できるものならば、確固たるジャンルとして存在できる。ましてやこれほどにも多くのものに付随することはないだろう。

第2章 バーの都市らしさとムラらしさ

ここまではバーに対して一般的に言われている事柄について述べた。しかし、実際のバーはどうだろうか。ここでは、筆者が訪問したバーで観察したことやインタビューしたことについて述べる。バーの調査結果は客と店主の視点から述べる。調査対象として、オーセンティックバー 4軒 (BAR BACK THE FACE、Bar Dalwhinnie、Bar K6、Bar Le Coq) と味園ビルのバー 5軒 (秘密倶楽部アニマアニムス、ROYAL CROWN、1492、Bar High Jinks、夜香 Individual、深夜喫茶銭ゲバ) を訪問した。味園ビルとは、大阪市中央区千日前にある複合商業施設である。正式名称は味園ユニバースビルという。もともと昭和のキャバレーだったビルを改装し、2階にバーやその他テナントが43軒集積している。ビル内のキャバレー、スナック、ダンスホール、宴会場、サウナは連日の大繁盛をおさめたが、1990年代半ばより低迷し始めた。しかし、2004年に運営会社の方針でテナント料を大幅に引き下げ、若いオーナーが中心のバーや飲食店を誘致した。現在はレトロなビルとして注目されており、東京の新宿ゴールデン街と並んで日本のサブカルチャー、アンダーグラウンド文化の発信地としてスポットを当てられている。バーといえばオーセンティックバーを思い浮かべることが多いが、そこにサブカルチャー要素を足した味園ビルに新しいバーのあり方が見いだされると仮定し、調査対象地に選定した。また、同じ酒を扱う場として居酒屋も調査し、比較対象とした。

2-1 客の語り、振る舞い

バーに来る客はどのような語りや振る舞いをするのだろうか。ここでは筆者がバーを訪問した中で出会った客の語りや振る舞いについて述べる。なお、記載している年齢はすべて調査当時のものである。

①バーの「雰囲気」

2017年12月8日、筆者は「BAR BACK THE FACE」(奈良県奈良市)を訪問した。この訪問では、バーに初めて行く友人(22歳女性。以下、友人F)を連れた。友人Fは普段より落ち着いたトーンで喋っていた。それについて理由を尋ねると「その場の雰囲気に合わせる意識はあるけど、それを意識してやってるわけではない。意識してるけど無意識、的な?これ以上の説明は難しい。」と答えていた。また、バーに対するイメージを尋ねると「初見で1人では入りづらい。今まで行ったことないし、身近に感じてないから。大衆居酒屋なんかは日常の延長って感じがするし。てか、小さい頃親に連れられてよく入ってたし。私の身近さの基準は値段。」と答えていた。

友人Fはバーに対して「1人では入りづらい」「身近に感じていない」という印象を抱いている。つまり、バーを敷居の高い所と認識している。また、その場の雰囲気に合わせないといけないと思いつつも、意識して自身をその場の雰囲気に合わせている自覚はないと話している。つまり、バーには「雰囲気」という強い力が働いている。その強い力によって客の振る舞いが無意識に規定されると言ってもよい。また、「この場の雰囲気に合わせないと」という思いから、客は他者の視線を意識し、その場の雰囲気にふさわしい役柄を演じるという意味で、バーを一種の「舞台」のような空間として捉えていると言えるだろう。

②バーと若者

2017年3月18日、筆者の隣に51歳バツ3の男性が座ってきた。酔いがまわっているようで「俺は昔モテた」趣旨の発言を繰り返していた。さらに、筆者の肩を抱いてきた。見かねたオーナーのBさんに「一つ隣の席に移れ」というジェスチャーを送られ事なきを得た。

バーと言うと、いわゆる「男女の出会いの場」というステレオタイプがあるだろう。このエピソードはそれを裏付けるものである。とりわけ若い女性は、いくら初対面の人と盛り上がりながらも、距離の取り方を間違えると危険である。そのため、若い女性にとって、バーはやや敷居の高い場所になっていると言えるだろう。

また、バーは女性に限らず、若者があまり行かないイメージも強いのではないだろうか。筆者が訪問したすべてのバーに共通するが、若者は珍しがられるし、歓迎されやすい。バーの客層は基本的に30～40代であり、20代の人のごく少数である。20代の人でも社会人として働いている人がほとんどであった。バーは仕事帰りに立ち寄ることができるため、仕事をしている人にとっては身近である。若者、特に4年制大学に通っていると、自分から興味をもったり、大人に連れてこられない限り行く機会がないだろう。奈良県立大学、甲南大学、関西大学に通う大学生1～4年生の男女278名にバーに行ったことがあるかをアンケートで尋ねたところ、278名中54名が「行ったことがある」と回答した。つまり、4年制大学に通う若者でバーに行ったことがある人は約2割にすぎなかった。ここからもバーに行く若者は決して多くはないと言える。

③自分語り

2017年5月6日、味園ビルのバー「夜香 Individual」に20歳の男性が来店した。彼は同年5月4日に彼女にフラれたばかりであった。しかもそれは以前フラれた彼女と同一人物であった。同じ人に2回フラれている。筆者含めカウンターのカ、オーナーは全員爆笑して

いた。彼は「男って優しいだけじゃダメですかね？」と尋ねていた。2回フラれたショックはかなり大きいようで、ヤケになってスピリタスを一気に飲みしていた。オーナーに「壊れかけのラジオ」とバカにされていた。筆者の帰り際、彼は「醜態晒してすみませんでした。」と謝っていた。

ここでは、バラエティ番組での芸能人のトーク並みの濃いエピソードが語られた。①でバーは舞台だと述べたが、このエピソードからもバーは舞台であると言える。つまり、バーというステージがあり、客にスポットが当たり、自分語りをし、他の客や店主がそれを聞くという構図ができている。それは舞台で演者を客が見るという構図と同じである。

④腕の見せ場

2017年1月14日、筆者は「Bar Dalwhinnie」（奈良県奈良市）を訪問した。注文したカクテルを作ってもらい、キャンプで使うようなコンロを使用していたり、グラスが燃えていた。カウンターの客は筆者らを含め全員釘付けになっていた。筆者らの横にいた男性3人組は「(コンロを見て)あれ、キャンプで使うやつみたいやな」「すごいな」「懐かしい」と言っていた。

こちらは、店主がバーを舞台にしていると言えるエピソードである。店主のカクテルを作る際のパフォーマンスのような動きや道具に客が釘付けになるという舞台のような構図である。このエピソードに限らないが、バーは店主のカクテルを作る技術はもちろん、話術も含めてあらゆる腕の見せ場＝舞台として機能していると言える。

⑤一期一会

2017年1月5日、味園ビルのバー「秘密倶楽部アニマアニムス」を訪問した。この時、Hさん(40歳男性)という常連客がいた。カウンターに筆者とHさんだけになり、彼と話した。SNSや携帯電話の話になり、その中で携帯電話のなかった時代の待ち合わせとか苦労しただろうね、と言うと彼は「そういう携帯のない時代の苦労っていいよね。電話連絡網とか。」と自身の過去を思い出しながら語っていた。また、筆者が春から東京で働くことになり、今までの友人に簡単に会えなくなる、ということを伝え、と、「人生ってそんなもんよ。なんか、全然会ってないなって人いるもん。今になってあの時会っておけばよかったなと思うし。なんか、逆流して生きてるねん。なんや、鯉のように…?」と返ってきた。これを聞いて筆者、Hさん、オーナーのひとりであるTさんの3人で大爆笑した。

別れ際に「これもな、Tさんと、あなたと、宿命みたいなもんやね。こうして3人で話してるの。一期一会やねん。」と言っていた。さらに「酒を楽しむ人は喋らへん。(筆者に向かって)こんな場末のバーに行くもんちゃうで」とも言われた。

このエピソードの前半は、Hさんが自身の過去を語っている。これはステージで一人芝居をしているように見える。ここでも、バーは舞台であることが分かる。ここで言う舞台とは、客が役者になり、他の客や店主＝観客の視線を集めたいという意味での舞台である。

ここで特筆すべきことがある。それは、バーは一期一会の場であるということである。Hさんは筆者たちの出会いを「ここで出会ったのは宿命。一期一会。」と言っていた。バーでその場限りのつながりはできる。たまたま隣に居合わせたから、店主と他の客の会話が耳に入り面白く、笑いながら聞いていたら話しかけてくれた、筆者が調査していた時はこの

ようなことがよく起こった。この先出会わないかもしれない人と酒を通して一時だけでも盛り上がるというバーならではの出来事がある。では、そのように出会った人より仲良くなったり、その場限りで終わらないことはあるだろうか。次のエピソードを見てほしい。

⑥つながりはその場限りか

2017年1月5日、アニマアニムス訪問後、同じ味園ビルのバー「ROYAL CROWN」を訪問した。22時過ぎ頃、Nさん(42歳男性)が来店した。彼は味園では有名人らしく、店の人や客の顔を見るだけでどこの店の人か、どこの常連かがわかるそうだ。彼は「味園は特殊な所よ」と言っていた。この日、Nさんから「よかったらLINE(のID)教えてよ」と言われ、連絡先を交換した。

同年1月8日、Nさんから「よかったら味園で飲みませんか?」と誘いが来たため、味園を訪問した。この日は「1492」を訪問した。マスターはMさん(26歳女性)。客は筆者、Nさん、Mさんの友人のAさん(26歳女性)、Aさんの友人のPさん(24歳男性)、合コンによく行くが収穫のない男性(推定30代、以下、合コンの男性)、堺在住のアパレルショップ店員(21歳男性)、秋田出身の男性(39歳)、その連れ3人組(推定40代)の10人であった。Nさんは仕事の打ち合わせが入ってしまい、途中で退席した。その後はMさんと残った客とで過ごした。

年齢の話になり、筆者は21歳だと言うと、Mさんは「えー!! 若ーい!!」と言った。その後、客全員が自身の年齢を公表した。特に筆者とアパレルショップ店員が21歳と言った時に驚かれた。また、Mさんが「今日はせっかくこうして出会ったんですから、初めて会った人同士、喋りましょう!」と場を盛り上げていた。

合コンの男性はアパレルショップ店員に合コンの極意を聞いていた。その後、それを実践するかのように「壁ドンってどうなんですか?」と尋ねていた。すかさずAさんが「それ古いよー」と言っていた。

店内BGMが「君がいるだけで」や「硝子の少年」など懐かしい曲ばかりだった。そこから筆者とAさんでセーラームーンの話になった。Mさんは「私、セーラームーンをセラムンって略することがありえない。セーラームーンはセーラームーンなの。」と熱弁していた。Aさんは味園を訪問したのは初めてで、筆者に「味園でどこがおすすめですか? 案内してほしい。」と頼まれたので、一緒に味園ビルの2階を一周した。筆者が帰る時、Aさんに「また会おうね」と言われた。

Nさんからは連絡先の交換を求められ、交換した。そして、3日後に誘いがきた。つまり、バーでの出会いはその場限りだけではなかったと言える。しかし、Nさんからその後の誘いがあったのは1月8日の1回のみである。その場限りの出会いだけではなかったとはいえ、バーを離れてまたつながることは難しい。それは1492でのエピソードからも分かる。Aさんに「また会おうね」と言われたものの、会えていない。本気で会いたいと思うのなら連絡先を交換してすぐ約束をつけるところであるが、実際そうはしていない。どうしてもまた会いたい、そうまでしてつながる必要がないと判断したのだろう。その場ではかなり盛り上がり「また会おう」と言っても、それはこの楽しいひと時を過ごせたことに対する謝辞だろう。よって、バーでのつながりはその場限りのものだとは言い切れないが、持続的でもない。これこそがバーでのつながりの特徴だろう。

⑦酒を介したつながり

2017年2月4日、味園ビルのバー「Bar High Jinks」を訪問した。ここでCさん(47歳男性)と出会った。1人で来ている筆者を珍しがり、気に入ったようで、同年4月4日、「新世界でご飯食べよう」と誘われた。そのために電話番号をCさんから聞かれ、教えた。

同年4月4日、Cさんと新世界に行ってきた。Cさんは過去に水族館、製薬会社、夜勤、テレビ局、USJと様々な仕事を経験し、現在はカメラマンをしている。

昼間は串カツ、特上寿司と十分すぎるほど奢られた。夕方からバー巡りをした。最初に、大阪・中崎町にある「近藤熱帯魚店」を訪問した。このバーは店内に熱帯魚の水槽がたくさんあり、ちょっとした水族館のような所である。Cさんは「近藤さん（オーナー）はものすごく繊細やねん。だから熱帯魚の世話も務まる。」と言っていた。20時頃から味園の「Failure's kitchen」「Bar High Jinks」を訪問した。ここでCさんは「(Bar High Jinksについて) 味園の中にホテルのようなバーができたというのが新鮮。味園はどんちゃん騒ぎやヤンチャしたい、ざっくばらんに盛り上がりたい感じの店が集まっている。けど、High Jinksみたいにくつろげるバーができたってのが新鮮。」と言っていた。

Cさんとは2月4日に電話番号を教え、4月4日に会うまでにも数回電話している。連絡をくれるのはいつもCさんからだった。Cさんとも最後に会ったのはこの4月4日の1回のみである。⑤のエピソードもそうだが、バーで出会った人と深く親しくなるのは難しい。理由の一つは酒が入るということもあり、普段の自分と変わってしまうからということが考えられる。その意味で、やはりバーにおけるつながりの基本は、酒を介したものであるがゆえに、その場では盛り上がるが、それ以上は干渉しないものであると言えよう。

2-2 バートンダーの語り

次に、バートンダーの語りについて述べる。以下は5つの店で実際に聞き取ったバートンダーの語りである。

・Bar K6 20～30代女性バートンダー 2017年12月14日訪問

東京のバーはいわゆる「大人の社交場」。関西、特に京都はお客さん同士でつながることが多いですね。私もそうだけど客を放っとかないというか。あと、来るお客さんに対して、そんなに緊張しなくてもいいのになって思いますね。来てくださったお客さんには少しでも軽い気持ちになっていただきたいです。でも、世間一般のバーのイメージは「大人の社交場」ですかね。若い人は教授に連れられてとか、こういう所で働いたことがあって馴染みがあるからという理由の人が多いですね。大学生の女性ってのはとても珍しい。しかも一人であんなに。背伸びしたいって人ももちろんいるでしょうね。でも、バーに来る目的って人それぞれだし。

・Bar Le Coq 30代男性オーナー 2017年12月14日訪問

バーって落ち着きますよね。行けば行くほど奥が深い場所ですし。色んなところに行くってよりも1つの店に通うって方がいいかな。そこで知り合いもできますし、オーナーと仲良くなれたりもしますし。楽しいですよ。こういう所が好きの方って大人数の飲み会や忘年会が苦手な人ですね。常連さんで忘年会終わりで夜遅くに来て「あーやっと解放され

た」って（笑）。お客さんの8割方僕より年上の40代以上の方が多いです。若い方も来ますけど1人か2人くらいですね。バーって時間をゆっくり使う所だと思います。小規模な所で他のお客さんとワイワイするのもよし、誰かと一緒に来てその人とゆっくり過ごすのもありですし。

上記2人はいずれも京都市中京区にあるバーテンダー、オーナーの発言である。これらから、バーはバーテンダーや他の客と楽しく交流できる場所、個人が自由に過ごせる場所として捉えられていることがわかる。つまり、バーは自由が保障された心地よい空間であると同時に、来た客をあたたく迎えるという一種の家、故郷のような側面ももっていると考えられる。

・味園 ROYAL CROWN スタッフ Rさん 2017年1月5日訪問

うちに来るお客さんでね、背伸びする子いるんですよ。男女で来てね、男の子がちょっとカッコつけるというか、背伸びしてウイスキーのロックとか頼むんですよ。結局不味いっていう。あと、ちょっと悩んでカシオレ(男の方が)とか。けっこういますよ。

・味園 銭ゲバ オーナー Mさん 2017年5月6日訪問

味園は昔は美大生や芸大生しかいなかった。4年ほど前から雑誌で取り上げられるようになって仕事帰りの人やカップルがよく来るようになった。君みたいな人は一周まわって珍しい。始めたばかりの頃はお客さん0人なんてザラ。1日に1人か2人来ればいい方だった。今でこそ満席になるくらいお客さんくるけど。

・味園 Bar High Jinks オーナー Sさん 2017年12月1日訪問

(バーはどのような所かを尋ねると)お酒を楽しむところ。本来は。大体本来(の楽しみ方)じゃないよね、特に味園は。本来、バーは誰かと会話することなく酒の味を楽しむって感じで、味園は楽しくワイワイ喋って飲むって感じかな。(なぜ味園は特殊な所かと尋ねると)いやー特殊でしょ。こんな集合体なかなかないよ。飲み屋街とはまた雰囲気違うけど。入っちゃえば意外と普通だけどね。たしかに行く前は入りにくいかもしれんけど、1回入っちゃえば入りにくさなくなるし、居心地いいなって思えるよ。(味園は何軒もバーがあるから)何軒か行きつけ作れるし、空いてなくても他行けるし、はしごもできるしね。

味園ビルのバーの調査からは、背伸びをする人や仕事帰りやカップルがデートに使うなど、ステレオタイプのバーのイメージをあらためて確認することができた。また、味園ビルのバーは他の客と喋ること、特にワイワイ盛り上がることに重点を置いている。客もそうだがオーナーやスタッフ自身も、オーセンティックバーに対しては「喋らずに酒を楽しむところ」という意識を強くもっていることがわかる。味園ビルのバーについては4章でも詳しく述べる。

2-3 つながり方の自由

以上の調査から、全てのバーに当てはまる共通点が2点あることがわかった。

1つ目は、バーはつながり方の自由が保障された空間だということである。複数人で訪問するとオーナー側から話しかけられることはまずない。「バーに来る目的は客それぞれだし、素敵な時間を過ごしてほしいから、邪魔はしない」という考えのもとで、そのようなスタンスをとっていると推測できる。また、店主も「客がどのように過ごすかは自由」と実際に話していた。仲の良い複数人で来るなら邪魔はしない。ひとりで来て店主と話すのも良いし、他の客と話すのも良い。もちろん、静かに過ごすこともできる。また、すでに述べてきたように、バーで仲良くなった人とは基本的に関係が長続きしない。2章1節でも述べたが、その場では盛り上がりつつも、次にまたつながりたいとは思わない程度のものである。同じ空間にいて、酒を飲んでいるという共通点だけでつながっている、ゆるいつながりである。このように、バーでは、つながり方の自由が保障されている。したがって、どのように過ごすか、特に他者とつながるかどうかは自由だし、そのつながりもどの程度までにするかは自由である。

2つ目は、故郷のような側面をもっているということである。たとえば、退店時は出口まで見送られる。アパレルショップでも出口までの見送りがある店舗は多い。これは、1人の客にしっかりと向き合うからこそ、最後まで見届けたいという気持ちの表れによるものと考えられる。バーもそれと同じである。また、店主の「来たからには気持ちよくなってほしい」「常連になってほしい」という気持ちの表れでもある。せっかく来てくれたのだから、精一杯もてなしたいという非常に心のこもった交流がバーにはある。

バーは自由が保障されている空間である。だからこそ、客はどのような過ごし方をして構わない。しかし、初対面の人に不快な思いをさせないという節度は守らなければならない。枝川もバーはひとりひとりが楽しむ場所であると述べている（枝川2006：60）。客が主体的に楽しむことができればその場だけで盛り上がることもできるし、店主や客と心のこもったひとときを過ごすこともできる。つまり、バーでは自由＝都市らしさと故郷らしさ＝ムラらしさが両立している空間である。それがバーらしさであり、醍醐味でもあると言える。

2-4 居酒屋との比較

居酒屋も酒を提供し、カウンターがある。当然、店主と呼ばれる人もいる。このような点はバーと似ている。居酒屋もバーと同じように客や店主との交流があるのだろうか。ここでは、バーと似た要素をもつ居酒屋を比較し調査したことを述べる。調査対象は奈良県奈良市にある居酒屋「寄鳥味鶏」（2017年12月8日訪問）である。鶏肉料理がメインの居酒屋で、焼き鳥や鶏肉のたたきがある。居酒屋の定番メニュー（枝豆、だし巻きなど）もある。カウンターは6席で、その後ろに4人用個室が2室ある。2階は大人数用の宴会場になっている。

まず、最も大きな違いは料理が充実している点である。枝豆やきゅうりなど軽いおつまみから、焼き鳥やご飯ものまでこれで一食が成立するほどである。次に、値段が手ごろである点である。調査店舗では食べ物の値段は380～780円の範囲内にあるものがほとんどである。飲み物もビールが280円（発泡酒の場合。生ビールなら380円）、カクテルが450円、

ソフトドリンクが190円と非常に手ごろである。バーだと安くても一杯あたり700～800円、オーセンティックバーだと1,000円前後、2杯飲むと3,000円程度かかってしまう。

また、他の客と交流することはほとんどない。個室にいる客は当然、その中でとどまってしまうし、カウンターに座っていてもよほどのことがない限り言葉を交わすことはない。つまり、居酒屋の客はそれぞれの島の中だけで楽しんでいるといえる。店員と注文や会計以外で会話することもあるが、今日のお通しは何かと尋ねられて答える、客が料理の感想を言ってお礼を言われるなど、バーに比べて浅く業務的である。

店の外に情報がたくさん出ているのも相違点として挙げられる。入り口のボードにコースメニューの記載がある。調査日は忘年会シーズンのため、宴会の予約がある場合、その情報が書かれたホワイトボードがあった。このように、居酒屋はバーより外側に情報がより多く出ている。バーにおける外側への情報の有無については、3章3節で詳しく述べる。

まとめると、居酒屋はバーと比べて料理の比重が高く、値段が手ごろ、他の客との交流がほとんどない、店の外に情報が多くあるという特徴がある。個人が思い思いの時間を過ごすという意味ではバーと似ているが、バーに比べると非常にドライな空間である。一方で、バーには居酒屋とは異なるぬくもりがある空間だと言える。もちろん、居酒屋にもバーにも例外はあるだろう。それでも、居酒屋と比較すると、バーは、より飲酒に特化した空間であるがゆえに、交流を誘発しやすいのだろう。

第3章 バーにおける自由とコミュニティのあり方

2章では、実際のバーはつながり方の自由が保障された空間であることを明らかにした。本章では、その自由さについて、サードプレイス論をふまえて掘り下げていく。

3-1 バーはサードプレイス？

バーは、仕事帰りに一杯、仲の良い友人と少しあらたまった場に飲みに行く、上質な酒を飲みたい、バーで飲むことが好きだから飲みに行く、お気に入りの店があって通っている、などさまざまな目的で客が来る。その場合のバーは、家でも職場でもない第三の場—サードプレイスと言えるのではないか。ここでは、レイ・オルデンバーグの『サードプレイス』を参考にサードプレイス論について整理し、バーはサードプレイスと言えるのかどうかを検証する。

オルデンバーグによれば、サードプレイスは家でも職場でもない場所である。そこでは豊かで多様な交流ができる。また、サードプレイスは人を平等にするものであり、どのような属性の人でも交流できるチャンスにあふれた場所である。サードプレイスでの活動内容は会話に他ならない。その会話にも「自分に割り振られた時間は黙ったままである」を筆頭に7つのルールが存在する。また、世俗の地位や個人的な問題、機嫌の悪さを持ち込んではいならない。サードプレイスはしかるべき人びと、つまり常連がそこにいて活気づけてこそその空間である。また、常連にも2つの心得がある。その場所を熟知していて、にぎやかな雰囲気を作ること、そして、新顔を受け入れることである。店主の歓迎はさほど問題ではない。サードプレイスで歓迎される人には序列が存在する。上から「帰ってきた放蕩息子」「期待通りに姿を現す常連」「別の常連集団と一緒に入っているよそ者か新顔」「二人組の

よそ者」「連れのないよそ者」の順である。「帰ってきた放蕩息子」とは、以前はまめに通っていたが、何らかの事情で足が遠のいた人のことである。その「放蕩息子」が帰ってきた際には熱烈な歓迎を受ける（オルデンバーグ2013：64-97）。

サードプレイスは誰でも入ることができ、しかもそこで出会った人と豊かな交流ができる、という点、一見とても素晴らしい場所のように思える。しかし、サードプレイスは上記のようにルールへの縛りが非常に多い。サードプレイスでの活動は会話に他ならないという時点で誰かと喋らず一人でゆっくりしたい者が排除されてしまう。また、その会話にも7つのルールが存在したり、愚痴や他の客が興味を持たないコアな会話は避けるべきだという。しかし、Bar K6のバーテンダーは「来てくださったお客さんに少しでも軽い気持ちになっていただきたい」と話している。味園ビルのバーのオーナーや客も、愚痴や悩みなど、深いこともよく話している。このようなバーのあり方に、オルデンバーグのサードプレイス論をそのまま当てはめることはできないだろう。そもそも、くつろぐためのサードプレイスにこれだけ多くのルールがあるのは本末転倒ではないだろうか。

オルデンバーグのサードプレイス論では「店主の歓迎はさほど問題でない」とされている。しかし、バーにおいては、この点も当てはまらない。バーでは店主、つまりバーテンダー、オーナー、スタッフと話すこともして良い。ただし、その場合、店主の歓迎は非常に重要である。他の客と話す際も、その客の歓迎もちろん重要だが、店主に「この人なら他の客と引き合わせても大丈夫そうだな」と思ってもらえることが最も重要である。筆者もBar High Jinksに4～5回ほど訪問してからオーナーから他の常連客を引き合わせてもらったことがある。先述のサードプレイスで歓迎される人の序列も、オルデンバーグによると客同士での場合にとどまっている。しかし、これは店主側にとっても同じことが言える。その意味で、オルデンバーグのサードプレイス論だけでは語れない場所である。調査結果より、バーでは店主や他の客と話してもいいし、仲間内だけでゆっくり過ごしてもいい。会話の内容も、日頃の愚痴や自身の身の上話など、他の客にそこまで気を遣う必要もない。「バーに来る目的は人それぞれ」という言葉からもわかるように、バーは個人が自由に時間を使う場所であると言える。当然、店主や他の客に明らかな危害を及ぼしてはいけないが、それにさえ気を付ければどのように過ごしても良いという非常に自由が保障された場所であると考えるのが妥当である。しかし、バーは無条件に自由が保障された空間だとは言えないだろう。先ほど、バーでは店主の歓迎は非常に重要だと述べた。このことは、バーに一定のハードルが存在することを示唆していると言える。しかしながら、一定のハードルを越えたところに、自由が存在する。それこそが、バーにおける自由のあり方である。

以上のように、バーではどのように過ごしても良いのだとすれば、それはカフェと似ているのではないか。たしかに、カフェも客がどのように過ごすかは自由である。しかし、カフェは客それぞれが「ここは私の憩いの場所」と勝手に思っており、そのような人々が点在しているというイメージである。したがって、客同士が干渉しあうことはないし、店主と必要以上に話す必要もない。ルールを守れていない人がいても店側から機械的に注意されるだけである。この点は、同じ建物に住んでいても交流しないマンション型の人間関係であると言える。人とのつながりが希薄に見えるが、必要以上に干渉しないから実は居心地が良い。そのような意味で、カフェは個人化が進行したサードプレイスだと言える。一方、バーは店主（バーテンダー、オーナー、スタッフ）という強力な雰囲気作り役がいて、客が

どう振る舞うかは自由だが、店主の暗黙の了解のもとで振る舞わなければならない。客同士の交流もどこまで踏み込むかのさじ加減が難しい。しかし、それさえ上手くできれば歓迎されるし、スターになれる可能性もある。優良客になれば、店主が他の客と引き合わせるなど思いもよらない恩恵が受けられるチャンスがある。そもそも、バーはカウンターがあり、店主と客が対面するという構図をとっているところがほとんどであるため、カフェと比べて店主や客との会話が誘発されやすい。カウンターなら客同士の距離も近い。バーはある一定のルールを守ればどう振る舞っても自由というシェアハウス型の人間関係があると言えよう。もちろん、客との会話が重要視される面において、そこにいる人とのかわりの比重が高いオルデンバーグ的サードプレイス要素も含んでいる。

3-2 バーの舞台性

バーは自由が保障されており、どのように振る舞っても良い。それは無印都市的である。無印都市とは「複製的な消費装置が並ぶ現在の都市状況」(近森2013:5)の総称である。つまり、どこに行っても同じような風景が広がっていたり、チェーン店が立ち並んでいるという現在の都市状況である。無印都市では、「身体はきわめて弛緩し脱力している」(近森2014:14)。つまり、特に他者の目を気にする必要がないのだ。そこにあるのは、「身体をゆるやかに弛緩させ、受動的に身を浸すような態度、つまり＜身散じ＞の状態である」(近森2013:15)という。これまで見てきたように、バーもこのような＜身散じ＞の状態を可能にする空間だと言える。しかし、バーには他者との相互作用があって緊張感が漂い、何らかの役割を演じるように仕向けられている側面ももつ。このことは2章でも簡単に触れたが、ここではそれを「バーの舞台性」とあらためて呼ぶ。

調査結果より、バーは次のような特徴をもっていると言える。

- ①若い子が背伸びするところ
- ②喋るところ
- ③昔を思い出し語るところ
- ④人生劇場
- ⑤一期一会の場
- ⑥出会いの場
- ⑦店主のあらゆる腕の見せ場

これらに共通することは、バーを舞台にして客や店主がそれに応じて振る舞っている、つまり、バーという舞台で客や店主が何らかの役割を演じているということである。①についてだが、背伸びはまさに自分をよく見せようとするところが舞台的、つまり大人な自分を演じていると言える。②・③・④は、ただ喋るだけでなく、冗談を利かせたり、語り部のように自身の身の上話やノスタルジックな話をする点が舞台的だといえる。⑤と⑥は、一度きりの出会いにせよ、次に繋がる出会いにしる、どちらもドラマの登場人物になった気分を味わえる。⑦は、カウンター越しに客という観客がいて、カクテルを作っている様子をパフォーマンスのように見せている。また、客と会話したり、見送りの挨拶もすることで酒類を提供する以外の技術も客に魅せている。

3-3 5つの排他性

したがって、バーは自由だけでなく、緊張感も漂う空間である。その緊張感の一つが舞台性である。ここではもう一つ、バーの緊張感のもとになっている5つの排他性について述べる。

1つ目は「酒の排他性」である。バーは酒場であるから、酒がメインというのは当然である。この時点で酒が飲めない人、苦手な人、日本では未成年が排除される。

2つ目は「経済の排他性」である。バーで一杯飲もうと思ったら、最低でも1,000円前後は覚悟しなければならない。たとえば、味園ビル内にある「Bar High Jinks」ではチャージ300円、ビールが700円～1,000円、ウイスキーが700円、カクテルが700～800円程度である。このチャージは、いわゆる席代で、「素敵な時間と空間を提供したことに対する対価」といってもよい。バーは飲食代だけではすまないことが最大の特徴でもある。

3つ目は「マナーの排他性」である。バーは居酒屋とは異なり、酒を嗜む場であるため、酔いつぶれたり、他の客に迷惑をかけるのは御法度である。また、Googleで「バー マナー」と検索すると、入店時や席につくときの振る舞い方、どれくらいのペースで飲むべきか、注文の仕方、グラスの扱い方、服装、会計の仕方などが細やかに解説されたサイトが約69万7,000件ヒットする（2017年12月14日現在）。さらに、バー初心者におすすめのカクテルやデートの際に女性にすすめたいカクテルを紹介しているサイトも存在する。

4つ目は「空間の排他性」である。バーは、重そうなドア、黒など暗い色を基調とした内装、薄暗い照明、細い道を入ったところに店があるなど、誰に対してもひらけているとは言い難い。中には白を基調とした明るい店内や、パイン材などを用いたアットホームで緊張しなくてもいいと感じるバーももちろんある。しかし、多くの場合、バーは人を簡単には受け入れられないような外観や内装、立地をしている。

5つ目は「情報が外側に出ていないという排他性」である。バーはたいていメニューがない。注文するにはバーテンダーに自身の好みやベースにする酒を伝えなくてはならない。メニューがあるところもあるが、ウイスキーやスピリッツの銘柄、カクテルの名前と値段が書いてあるだけというのがほとんどである。また、ドアに営業時間が書いてあることはあまりないし、「本日のおすすめ」のようなボードが軒先にない場合も多い。これらは、情報が中にある、つまり情報が外側から見えないと言える。ここに、人、特にバーを訪問したことのない者は見えないものに対する忌避感を感じ、足が遠のくのではないか。

バーにはこれらの排他性がある。そこに来る人を上記5つの排他性でいったんふるいにかけているとも言える。

ここまで、バーは自由だが、舞台性や排他性という緊張感も含むことを述べた。つまり、バーは無条件に自由な空間ではないと言える。これだけでは、バーは居心地の悪い空間のように思える。しかし、バーにはそれらを乗り越えた先に手に入れられる恩恵が存在する。ここからは、その恩恵について考察する。

3-4 多様性を認める

典型的なサードプレイスとしてのバーは、誰もが平等になれ、豊かな交流ができるものである。しかし、それだけでは説明できない側面がある。

筆者はバーを訪問した中で様々な属性の人に出会った。サラリーマン、OL、専門学校生、

企業取締役、元住職、アパレルショップ店員、社会人1年生、写真家、コスプレ用衣装製作の職人、いくつかの仕事を掛け持ちしており、会社も経営している人など、本当に様々な属性の人に出会った。店主やスタッフも昼間は別の仕事をしていたり、前職は全く別の業界にいたことも多かった。

オルデンバーグによれば、「外では自分の職位をふりかざして服従と注目を要求する人びとも、サードプレイスのなかではいつの間にか、求められ、受け入れられ、認められ、そして従来の地位がほとんど意味をなさない場所を楽しんでいる。(中略)同様に、業績や人気が高い人びとは、出世や売り込みに「失敗」したにもかかわらず、求められ、受け入れられ、認められ、楽しむ」(オルデンバーグ2013: 71-72)。しかし、これは、サードプレイスでは個人の肩書きが全く意味をなさず、皆が本当に平らになることを意味しているわけではないだろう。多様性を認めるという意味で平らになるということである。そこに年功序列のようなものは存在しない。そこにいる人の趣味、人生、知識はバラバラである。だが、その違いを認めるという尊敬のしかたである。バーにおいては、それぞれの肩書きを消去するのではなく、むしろ肩書きの違いを考慮して、その違いを楽しむような会話が飛び交っていた。味園ビルのバー「ROYAL CROWN」のアルバイトのIさん(20歳男性)は「バーは他人の経験を疑似体験できる所。自分がなれない(人の)ジャンルの経験や人生の話が聞けるから、とても勉強になる。」と話していた。この発言は、上記の「多様性を認める」という意味の平等さがバーにあることを証明している。

3-5 バー特有のコミュニティ

バーには他者が集まる。他者が集まれば、人同士の相互作用が起こる。相互作用が起これば先述の舞台性が表れたり、人同士がつながり、コミュニティが形成される。では、バーにおけるコミュニティにはどのような特徴があるだろうか。

まず、バーでのつながりは地縁や血縁によるコミュニティではない。また、そこで人が共同生活を送るわけでもない。このようなコミュニティはF. テンニースの「ゲゼルシャフト」、R. M. マッキーヴァーの「アソシエーション」という概念を使って説明できる。「ゲゼルシャフト」とは「選択意志(形成的な意志)による、目的的な人為的結合からなるものであり、人々がどれほど結びついていても、本質的には分離している集団である」(船津 2014: 3)。「アソシエーション」とは、「「コミュニティ」の内部において一定の目的のために意図的につくられた集団を意味している」(船津2014: 5)。バーでのコミュニティは「そこに行きたい」「美味しい酒を飲みたい」等、一定の目的をもった人々が集まって形成されるものである。したがって、バーのコミュニティは「ゲゼルシャフト」「アソシエーション」といえる。このようなコミュニティは、人々が同じ目的をもっているだけで形成されるものである。コミュニティの構成員である人々が同じ属性である必要はない。どのような属性の人がいても何も問題はない。つまり、バーは異質性・多様性を許容する都市的な場所である。異質性・多様性を許容するため、人と違うことがあっても責められることはない、居心地の良い場所である。

さて、筆者がバーを訪問する中で初対面の人と話す機会が多くあった。出会った人からは「また会おうね」と言われたり、中には出会ったその日にとどまらず、後日遊びに行くということもあった。しかし、「また会おうね」と言った人に二度会うことはまずなかったし、

後日遊びに行った人とも1回遊んだだけで終わってしまった。その場では盛り上がったが、それ以降もつながり続けることはなかった。このような人々のつながりについて、社会学者のZ. バウマンは「クローク型共同体」という概念を提唱している。

クローク型共同体はばらばらな個人の、共通の趣味に訴える演目を上演し、一定期間、かれらの関心をつなぎとめておかなければならない。その間、ひとびとの他の関心は、一時的に棚上げされ、後回しにされ、あるいは、完全に放棄される。劇場的見世物はつかのまのクローク型共同体を成立させるが、個々の関心を融合し、混ぜ合わせ、「集合的関心」に統一するようなことはない。（バウマン 2001：259）

クローク型共同体は、「そこにいる」ということだけでできる共同体である。したがって、その場限りのつながりで終わってしまう。ロックフェスについて社会学的に考察した永井純一も、クローク型共同体について「一時の関心によってつなぎとめられているに過ぎず、共同性が続くこともない」（永井2016：170）と指摘している。

クローク型共同体は、非常に現代の都市らしいコミュニティのあり方だといえる。たとえば、都市部のマンションに暮らす住民は、隣家に住む人間の人数や性別、年齢をおおよそ理解していても、それ以上のことは関知」（八木橋2015：198）しない、極端な場合、同じ建物に住んでいても、隣人が何者で何をしている人か分からないという都市部のマンションにあるような人間関係である。それは、個人主義が進み、他人には無関心という寂しいつながりであるように思える。

しかし、このような見方もできる。三浦展は「近年、わが国の社会では、個人と個人をつなぐさまざまな活動が見られるようになった。それはかつての共同体とは違う共異体である。それは、成員が固定的でなく、束縛されない、空間的に束縛されない、時間的に限定的である、共異体同士は排除し合わず、競争しないという特徴を持っている」（三浦 2011：83）と述べている。さらに、「シェアハウスの人間関係はまさに共異体であると言えると思う」（三浦2011：84）とも述べている。シェアハウスでは、居住者同士が談話をするのももちろんできる。それだけでなく、自分個人のスペースも確保されている。「個人としてのプライバシーもありながら、人と会いたい時は会える、そういうゆるやかなつながり、「つながりたいが、しばらくはたたく関係」（三浦2011：80）がある。その意味で、バーのコミュニティも「共異体」であるといえる。バーに来る目的は人それぞれである。調査したバーの店主もひとりでゆっくりするのも、他の客と話をするのも、どのように過ごしても良いと話していた。ひとりで過ごしたい人も、誰かと一緒に楽しみたい人も、それぞれの過ごし方を選択できる。バーは多様性を認めるという側面が「共異体」たる所以だが、このような側面もバーが「共異体」たる所以だと言える。3章1節の繰り返しになるが、バーにはシェアハウス型の人間関係があると言える。

バーでのコミュニティは、異質性・多様性を許容するという都市的なものである。しかもそれは、自分次第で自由につながったり離れることもできる「共異体」という非常に居心地の良いものである。しかし、バーにはムラ社会のような濃いコミュニティがあることもあらためて指摘しておきたい。

一般には「小さな社会規模で成立しているムラ社会では、血縁関係や地縁関係が濃密で、

住民たちはまるで家族のようにお互いの情報を共有しているケースが少なくない」(八木橋 2015: 198)といわれる。血縁関係や地縁関係が濃密ということは、よそ者が簡単には入り込めないということである。バーは基本的にカウンターのみ10席など、大規模でないことが多い。通い続けて常連になると、人には話しにくいことも話せるようになるかもしれない。たとえば、仕事で失敗した、恋人と上手くいっているかなど、家族や友人、同僚には話しにくいことも話せるようになるだろう。家族・友人・同僚は普段から自分と密接にかかわりがあるから、話す内容によっては今後に支障が出るかもしれない。しかし、普段の自分とまったくかかわりのない第三者のような者ならば、身近な人に言いにくいことも言えるだろう。現代社会で生きていくうえで、自分の周囲の人間を見渡してほしい。家族・友人・同僚・恋人など自分に何かしら関係する人と、まったく何も知らない赤の他人の2種類がいるのではないだろうか。そこに、普段自分と関係はないがどんなことも話せる「近くて遠い第三の人物の存在」をバーで見いだすことはできないだろうか。これこそ、流動化する現代社会における人間関係の新たな可能性であろう。

現代社会のコミュニティは必要以上に他人に干渉しない「ゲゼルシャフト」「アソシエーション」的なものであると言われている。バーもたしかに、同じ目的だけを共有し、ゆるくつながるという個人化・流動化した都市らしいコミュニティがある。しかし、同時に、バーではそれを超えた濃いつながりも期待できるのである。ムラ社会的な濃いつながりも、本人次第で「選択」できるものである。つまり、バーにおけるつながりは、本人が求めれば包摂されるし、求めなければ縛られることはないものである。

第4章 バーの自由を享受するために一味園ビルのバーを事例に

ここまで、バックバーがあり、バーテンダーと呼ばれる人が立って接客している、いわゆるオーソドックスなバーを中心に議論を進めてきた。そこは自由を享受できる空間である。しかし、多くの人はいきなりそのような場所に放り出されてもどう振る舞っていいか分からないだろう。

2章で述べたが、一味園ビルというものがある。そのビルのバーは、いわゆるオーセンティックなバーもあれば、ダイニングバー的な所、アミューズメント性の強いバーなど個性豊かなバーが同じフロアに集積している。オーソドックスとはかけ離れた、テーマが明確なバーが集積している。だからこそ、一味園ビルのバーは、バーでの自由を保障しつつも振る舞い方を規定してくれるのではないだろうか。本章では、一味園ビルのバーを事例に、バーの新たな可能性について考察する。

4-1 一味園ビルのバー

2017年12月15日現在、2階には43テナント存在する。オーソドックスなバーが3店舗、飲食店並みに料理が充実しているバーが3店舗、カレーショップが2店舗、ゲームができたリオタクを前面に押し出したバーなど特殊なバーが2店舗、スナックが2店舗、ライブハウスが1店舗、鉄道模型が展示してあり、軽く酒も飲めるギャラリーが1店舗、休憩所が1か所とバラエティに富んでいる。値段も手ごろである。たとえば「深夜喫茶 銭ゲバ」はドリンク、フードがすべて500円である。チャージがかからない店舗も存在する。オーソドックス

スなバーも様々であり、よりオーセンティックバーに近かったり、フルーツをメインにしたバー、日本酒がメインのバー、女性バーテンダーがメインのバーなどである。最も長くやっている店舗は昭和53年にオープンしたナイトスポットエミ（スナック）である。その次が「ROYAL CROWN」で10年、「アニマアニムス」が6年と続く。入れ替わりが激しいのも事実である。

4-2 バーのテーマパーク

味園ビルには43テナントあり、訪れる客も「どこに入ろうかな」と悩みながらフロアを巡っている。その様子はまるでテーマパークでどのアトラクションに乗ろうか悩みながら歩き回っているようである。つまり、味園ビルは「バーのテーマパーク」と言える。

円堂都司昭は「ゼロ年代には、経済的に落ち込んだ地域の活性化策として、ゆるキャラ、B級グルメ、和洋折衷の祭りやイベント、あるいはアニメの舞台になったことを売りにしたコンテンツ・ツーリズムなど、従来なかったイメージや物語性を添加して街をテーマパーク化することが行われている」（円堂2013：157）と指摘している。それは「ありあわせの食材で作るアイデア節約料理のような、別の形の舞台化」（円堂2013：157）である。

味園ビルは、かつてはキャバレーやダンスホールで栄えていたが、時代の流れとともに低迷していった。特に2階のフロアはほとんどが空きテナントという状態であった。そこに、

運営会社が方針を変え、若いオーナーが経営するバーや飲食店を誘致し、現在の盛り上がりを見せている。味園ビルの場合、従来なかったイメージや物語性を添加するというより、従来のイメージを生かして新たな空間を生み出すという意味で再舞台化していると言える。

4-3 メインイベントと化したバー

再舞台化した味園ビルでは、客もフロアを一周したり、2軒以上はしごしたり、味園ビルで飲み歩くことをメインイベントのように捉えて行動している。高久聡司（2013）によれば、パーキングエリア・サービスエリアが民営化によって複合商業施設として再開発されることで、寄り道ではなく、目的地化しているという（高久2013：94）。味園ビルのバーについても同様のことが言える。バーというと、仕事帰りやデートの最後に立ち寄り、上質な洋酒やカクテルを楽しむといったものが本来の姿であった。しかし、味園ビルでは飲食店並みに料理が充実したバーやライブハウスまであり、それまでのバーからより「目的地化」している。また、味園ビルのバーは喋ること、皆でワイワイ盛り上がることに重きを置いている。それは店の中だけにとどまらない。大阪市千日前・日本橋エリアを総称して「ウラなんば」と呼ばれるが、この一帯にある店舗が参加する「ウラなんば文化祭」というイベントがある。これは、イベントパスを提示するとその期間限定メニューがオーダーできるというイベントである。味園ビルの一部のバーはこのイベントの参加実績がある。店内だけにとどまらず、店外にも積極的に出て盛り上がりようとしている。

先述のように、バーは自由が保障された空間である。しかし、多くの人はいきなりそのような場所に放り出されてもどう振る舞えばよいか分からないだろう。そこで、味園ビルのバーが注目される。味園ビルのバーは皆で一緒に盛り上がることに重点を置いていたり、サブカルチャーと絡めてそれを楽しんでもらうというように目的や過ごし方をはっきりと提示している。つまり、自由な空間であるバーにおいて、どう過ごせば自由を享受できる

かの手がかりを提示している。味園ビルのバーはこの意味においてバーの新たな可能性を体現している。それは、今まで自由に振る舞っても良いと言われてもどうすればよいかわからない人や、なんとなく周囲に合わせているだけの人が、一定の枠組みのなかでバーの自由を享受するきっかけになる可能性があるだろう。

最終章 つながり方の選択

バーは「敷居が高い」「注文の仕方などが分からない」「未知の世界」「大人の社交場」といったとっつきにくいイメージを抱かれがちである。しかし、実のところ、バーは多くの店主が「そんなに身構えなくても良い」「過ごし方は人それぞれ」と話しているように、気軽に訪問でき、リラックスできる居心地の良い場所である。そして、バーは家でも職場でもない第三の居場所という意味ではサードプレイスだといえる。しかし、それはオルデンバーグによる、会話がメインで客同士の人間関係が重要なものという観点だけでは語りきれない。店主の歓迎が重要な場面もあるし、他人と会話しても、仲間内で盛り上がりつつも、ひとりで静かに過ごしても良い。すなわち、自由が保障されているのである。もちろん、バーでのつながり方には、当たり障りのないドライなつながり方もある。しかし、「近くて遠い第三の人物」のような新たな関係も期待できる。バーでは自由が保障されているからこそ、流動的で都市らしいつながりも、固定的な濃いつながりも選択しうる。このように、本研究を通して、一般的なイメージを越えたバーの実態と可能性が明らかになった。それは、主体的に過ごし方を選択できれば自由を享受できるという非常に心地よい場所である。また、現代では、無限のコミュニケーションの可能性が開かれているはずのインターネットやSNSが、むしろ同質的で閉じたつながりを強めるなかで、バーは異質で多様な他者に多く出会え、交流できる場としても、重要な役割を果たす可能性がある。

かつてのコミュニティは、ムラ社会のように互いのことは何でも知っており、異質なものは排除しようとするものであった。それは時代の流れとともに息の詰まるものとされ、徐々に衰退した。そこに、他人に必要以上に干渉せず、入りたい時に入る、抜きたい時に抜けるという個人化と流動化が進んだ都市的なコミュニティが台頭してきた。そして、多くの人がそれをよしとしてきた。しかし、誰もがこのようなコミュニティを求めているだろうか。それが果たして正解なのだろうか。個人の深い所に触れようとしない都市的なコミュニティには一抹の寂しさがあるのではないだろうか。一方で、他人と必要以上に関わりたいくないという人ももちろんいるだろう。ここで重要なことは、個人がつながり方を自由に選択できるようになるべきだということである。そこでバーにおけるコミュニティのあり方が参考になる。バーはひとりひとりが自由に楽しむことを前提にした空間である。迷惑をかけない限り、どのように過ごしても構わない。コミュニティのあり方という観点から言えば、バーにおいては互いのことを何でも知りつくす深い関係があっても良いし、互いに干渉せず、ある一定のところまででとどめる付き合い方でもどちらでも良い。バーとは、人とのつながり方を自分で主体的に選択できる場所である。このつながり方が正しくて、このつながり方が間違っているというのではなく、今後は個人にとって心地よいつながり方を責任をもって選択する時代になるだろう。バーはそのような場の1つのモデルとして、今、この社会に存在しているのである。

参考文献

- 海野弘(2009)『酒場の文化史』講談社学術文庫
- 枝川公一(2006)『バーのある人生』中公新書
- 円堂都司昭(2013)『ディズニーの隣の風景 オンステージ化する日本』原書房
- 近森高明(2013)「無印都市とは何か？」近森高明・工藤保則編 2013『無印都市の社会学』法律文化社
- 高久聡司(2013)「パーキングエリア 目的地化する休憩空間」近森高明・工藤保則編 2013『無印都市の社会学』法律文化社
- 永井純一(2016)『ロックフェスの社会学』ミネルヴァ書房
- 船津衛・浅川達人(2014)『現代コミュニティとは何か』恒星社厚生閣
- 三浦展(2011)『これからの日本のために「シェア」の話をしよう』NHK出版
- 八木橋伸浩(2015)「ネットワークを求める」市川秀之・中野紀和・篠原徹・常光徹・福田アジオ編著 2015『はじめて学ぶ民俗学』ミネルヴァ書房
- バウマン、ジグムント(2001) 森田典正訳『リキッド・モダニティー 液状化する社会』大月書店
- レイ・オルデンバーグ(2013) 忠平美幸訳/マイク・モラスキー解説『サードプレイス コミュニティの核になる「とびきり居心地よい場所」』みすず書房
- 街バルジャパン バルとは？ <https://machi-bar.jp/whaitisbar> (2017年12月17日アクセス)