

メニューの分析から見る「酒のつまみ」と日本風酒場の可能性

はじめに

～発表に使用するワードについて～

お酒が商品として存在するお店をジャンル問わず「酒場」と称し、その中でも豊富なアルコール飲料とそれに付随する料理を提供し主に夜間営業のお店を「居酒屋」とする。

「（お）つまみ」はアルコールとともに摂取する食物を指し、食材・調理法は問わない。「日本風酒場」は、ここでは、日本の居酒屋を模した海外の酒場、または日本の企業が経営する支店のことを指す。

研究目的

居酒屋のメニューを調査・分析し、そこから現代日本人の酒のつまみにどのような嗜好性が見えるかを考察する。また海外でも数を増やしている日本風酒場が今後、どのように発展していくかの可能性を探る。

調査対象

居酒屋（チェーン居酒屋中心）

調査方法

メニューの収集・客へのインタビュー、各社にメニュー作成についてのアンケート、実験用酒場での注文実験、 韓国の日本風居酒屋に入店・客へのインタビュー

1. 居酒屋メニューの概要

メニュー本：定番メニュー、 特別メニュー

定番メニューには、サラダ、焼き物、揚げ物、ご飯ものなどのジャンルごとにページにまとめられておりメニュー名、写真、値段とともに表示されている。さらに短い説明文が添えられている場合もある。

各店10～20ページほどで、そのうちの80%を食物（つまみ）が占める。特別メニューは、差し替え可能なように、定番メニュー本とは別の見開き、あるいは1枚にまとめて挟んである場合が多い。

2. つまみの概要

日本では古代、おかずを「菜（さい）」または「菜（な）」と呼んでいた。酒に添えるおかずとしての「酒菜（さかな）」。「酒菜」をつまみながら酒を飲むことから「つまみもの」→「つまみ」

鎌倉時代→武士の酒宴では味噌を嘗めながら酒を飲む

江戸時代→天ぷら、寿司、醤油などが普及し、庶民向けの居酒屋（煮売り屋）おけるつまみの多様化

現代→酒の種類の多様化（日本酒以外の酒の定着）にともなったつまみの多国籍化

3. 居酒屋でのメニューの選択

客が居酒屋でつまみメニューを注文する際になにを重要視しているのか、居酒屋入店調査の際居合わせた客、計433人に対し、インタビューおよびアンケートの実施。

4. メニュー名の分析

- ・メニュー名のカテゴリー表記
 - 明示型・暗示型 その他（やや暗示）
- ・ネーミング方法
 - （1）音・様子に見立てたもの
 - （2）人に見立てたもの
 - （3）材料・調理法・調味料などを並べたもの
 - （4）修飾語による量や産地の強調
 - （5）造語やことば遊び
 - （6）外国語をそのまま使用したもの
 - （7）その他

5. メニュー注文実験

京都市内にあるエスニック料理レストランの一角で実験用酒場を作成し、架空の注文実験を実施。
メニューはいくつかの酒場を参考に発表者が作成した。

6. まとめ

コミュニケーションツールとしての「つまみ」
日本料理としての「つまみ」

おわりに・今後の課題

主要参考文献

- 石毛直道 編（1998）『論集 酒と飲酒の文化』平凡社
- 内山亜紀（2006）「商品名の表示要素についての考察—緑茶飲料の商品名語彙を対象として—」『国際人間学フォーラム』（2）
- 熊倉功夫・石毛直道 編（1996）『食のフォーラム 日本の食・100年〈のむ〉』
- 玉村豊男 編（1998）『酒場の誕生』TaKaRa酒生活文化研究所
- 浜朝子（1991）「名前の「3高」って何？—成功するネーミング条件—」『月刊日本語』9月号
- 森岡健二（1959）「名前の構造と機能」『言語生活』92号
- 横井恵子（2002）『ネーミング発想法』日経文庫
- 吉沢 淑（1991）『酒の文化史』丸善ライブラリー