

酒文化に関する日中の比較社会学的考察

—日本酒と青稞酒を事例として—

姜 紅 祥¹⁾
段 継 業²⁾

はじめに

酒は人類がこれまでつくり上げた文明において重要な構成要素であり、宗教的な理由でアルコールを控える一部の民族を除き、世界の多くの民族は様々な種類の酒を造り飲んでいる。酒は国家と民族の境界線を越えて人類共通の嗜好品であるといっても過言ではない。他方で社会学の観点からみると、酒は単なる飲みものではなく、非常に広く社会的意味を持つものでもある。なぜなら、酒と人、酒と文化、酒と社会など、様々な関係性について、社会学は関心を持っているからである。

日本は酒に対してかなり寛容性が高く、かつては「大酒飲みの天国」と言われるほど酒を好み、しかも尊んでいた。今日、成人男性の92%、成人女性の47%が飲酒人口である³⁾。このように多くの日本人が酒を好む背後には、その歴史の長さや飲酒文化の深さが存在する。日本の酒文化を理解しなければ、その文化も理解することができない。

中国人が主に白酒⁴⁾を飲むのと同じように、伝統的な日本人は主に日本酒(清酒⁵⁾)を好む。日本酒は日本の伝統的な酒であり、米を原料として発酵させて醸造するアルコール度数15度程度の酒で、日本の国酒として知られている。銘柄は多く、『名酒辞伝』に紹介されている銘柄だけでも400種類以上存在し、月桂冠、櫻正宗、大関、白鷹、松竹梅などが定番銘柄といえる。日本酒

の特徴としては、淡黄色または無色透明、独特の香りがあり、酸味が少なく、わずかながら苦みがある。日本料理との相性が他の酒に比べて圧倒的に良いため、日本人は食事の際などには最もよく使用している。かつては、日本酒は日本国内において最も消費量が多い酒で、ビール、ウイスキー、焼酎、果実酒、みりん、リキュールなどがそれに続いていた。1954年の内閣調査では、「一番好きな酒」という問いに「清酒」と答えた人が全飲酒者の7割を占めており、1961年の日本酒造組合中央会による調査でもその割合が56%を占めていた⁶⁾。その後のグローバル化にともない、現代日本社会におけるアルコールの消費は多様化し、ビールやワイン、ウイスキーなど海外発祥の酒の割合が増加しているが、日本酒は日本の酒文化を代表するものであり、最近は「和食」とともに世界中で注目されるようになってきている。

青海省は中国のチベット高原⁷⁾に位置し、面積72万平方キロメートル、人口約600万人の多民族地域である。中国の他地域と比べると経済発展の水準は低いが、酒文化は非常に発達した地域である。イスラム教を信仰するムスリム人口を除けば、漢民族、チベット族、モンゴル族、トゥー族（土族）などの主要民族は普遍的に酒を好んでおり、酒はこれらの民族の日常生活で重要な地位を占めている。青海人と一緒に酒を飲んだことがない人は、青海人を知ることができない。青海省には、「青海省における一人当たりの白酒消費量は中国の国内で第一位、中心都市の西寧市における一人当たりの白酒消費量は世界の中で第二位である」という噂がある。筆者はもちろんこの噂を信じるわけではないが、青海省には非常に発達した酒文化があるということを疑うわけではない。

様々な酒を飲む中国の他地域の酒文化とは異なり、青海省の人々、特に伝統的な地域では基本的に「青稞酒⁸⁾」しか飲まない。青稞酒は、中国の様々な白酒のうちの一つであり、チベット高原で栽培されている青稞を原料としたアルコール度数が高い白酒である。主に蒸留法で造られたアルコール度数50度が一般的であるが、民間では発酵法で醸造する「醪醴」という酒もあり、これはアルコール度数と口当たりが日本酒に近い。青稞酒が青海人に最も嗜まれる酒

なので、青海省は中国の主な青稞酒の産地であり、青海省産の青稞酒は中国市場でトップシェアを占めている。2023年の青稞酒販売ランキングでは、青海互助青稞酒有限公司の「天佑徳」と「八大作坊」という銘柄がそれぞれ第1位と第2位にランクインされた。

日本酒と同様、かつて青海省では基本的に青稞酒しか飲まなかったが、現在では変化があるものの、依然として青海省のアルコール消費量の50%以上を占めているため、青稞酒文化は青海省の酒文化の代表格であるといっても過言ではない。青海省海東市互助県は中国の中で最も有名な青稞酒の生産地であり、この地域に立地する「天佑徳青稞酒股份有限公司」は業界最大手企業として青稞酒文化に関連する各種の要素を古くから保存、継承している。2003年、この企業の「互助」銘柄は中国の地理的表示商品として認定され、2007年には「互助酒廠」の「清蒸清焼四次清」という醸造・蒸留工程と技術が青海省の無形文化遺産に認定された。ちなみに、2023年に互助酒廠の販売額は12億人民元（約260億円）に達している。

中国のチベット高原で親しまれている青稞酒と日本で好まれている日本酒は、地理的に著しく離れた二つの場所で生まれたが、多くの共通点があると感じられる。青稞酒文化と日本酒文化は、それぞれの進化プロセスで接点を持たないにもかかわらず、多くの類似点が見られる。この二つのタイプの酒を通じて、酒と人、酒と文化、酒と社会の関係を考察することで、いくつかの普遍的な法則を見出し、社会学や人類学の理論を確認することができる。他方で、両者の間に様々な違いを発見することで、社会学や人類学の研究を深め、より一層充実させることができる。

一、酒の醸造原料

酒造りの原料はモノだが、その背後には人、あるいは人と場所との関係が潜んでいる。日本酒と青稞酒の醸造・蒸留原料には、両地域の自然環境と人間行動の関係性が色濃く反映されている。

チベット高原という標高の高い地域は青稞の栽培に最適であるのに対して、日本では主に米が栽培されており、小麦の割合がわずかで、中国白酒の主原料の一つである高粱⁹⁾はほとんど栽培されていない。このように、地理的条件はチベット高原と日本の食糧源を決定し、青稞文化と米文化がそれぞれの地域で形成され、酒造原料もそれぞれ決定されたのである。

農耕時代には、地理的条件が作物と生産量を決定し、作物と生産量が人々の食生活や生活習慣を決定したことは言うまでもない。南アメリカ高原の住民にとってジャガイモとトウモロコシ、東ヨーロッパ平原の住民にとって小麦、東アジアの住民にとって米のように、これらの作物は非常に複雑な形で地域文化と民族文化の形成に関与してきた。作物は人々の食べ物、衣服、住居、交通手段に影響を与えるだけではなく、価値観や政治制度にも影響を与えた¹⁰⁾。

人間の行動パターンと文明の創造は、価値観や審美眼の結果ではなく、自然環境への適応の結果である。これは人類学の基本原理の一つである。「世界に対する姿勢を含め、その国の生活様式を理解したいのであれば、その国の日常生活や、人々と生産物を育む物質的環境から少しずつ素材を蓄積するしか方法がない」¹¹⁾。中国では、「一方水土養一方人、一方物産育一方風（地域によってその地域ならではの人々が育ち、物産によってその地域ならではの風俗が育まれる）」という諺がある。この諺が示すように、世界中の様々な民族の風俗習慣は、最終的にその土地の自然環境に適応するために代々作り上げられたものであり、特に衣食住などの生活習慣は、その地域の自然環境に深く根付いている。すなわち、自然環境が文明の形成に、自然条件が風俗習慣の形成を左右する。中国の各地に存在する「十里不同風、百里不同俗（十里離れれば気風も異なり、百里離れれば習慣も違う）」現象は、まさにこのような理由でできたのである。青稞酒と日本酒における原料の選択は、人々が自然環境や物産品に完全に適応した結果であり、人類学の基本原理を具体化した好例でもある。

1、原料

世界の酒造りをみると、いずれも植物（穀物と果実など）、水、酵母という

基本的な原料を用いる。青稞酒も日本酒も穀物から造られていることが最大の共通点である。一方で、世界中のほとんどの低アルコール醸造酒は果実や植物の根と茎を用いて造られたが、他方で日本酒は米という穀物から造られるため、醸造酒の中でも珍しい存在ともいえよう。青稞酒の原料は、中国の白酒の中でも非常に珍しい単一原料の青稞（麴に微量のエンドウ成分だけが含まれる）である。ちなみに、中国の白酒の原料として最も多く使われるのは高粱で、次いで小麦、トウモロコシ、もち米、サツマイモなども使われる。ほとんどの白酒は2種類以上の原料をブレンドして造られている。また、青稞酒の生産では、原料の栽培地と酒の蒸留地が一体化する方式を採用しているが、このことも青稞酒の特徴である。つまり、青稞酒の原料はすべて地元産の青稞だけで賄っており、海外を含む域外から調達する原料で造られている大多数の白酒は、このような方式をとるのが極めて困難である。

青稞は、裸大麦としても知られるオオムギ属の穀物で、チベット高原では古くから栽培されており、1300年前の歴史書に「高地大麦」の記録がある。しかも青稞は高海拔地域の主要な作物であり、海拔2,500メートル以上の地域では唯一栽培できる作物である。この特徴により、チベット高原の地域社会における人々の暮らしが決定づけられる。すなわち、青稞はチベット高原の住民にとって生命の源であり、遊牧民にとってタンパク質と炭水化物の主要な供給源である。チベット人の生活に欠かせない食べ物の「ツァンパ¹²⁾」は青稞粉を主な食材としている。したがって、チベット高原での酒造りに原料として青稞を使用することが唯一の選択肢で、それは、酒造りにいかに適するかではなく、他に選択肢がないからだ。

日本酒も同様である。日本酒に使用される白米は一般的に食べられる飯米だけではなく、特定名称酒などでは専用の好適米が使われる。好適米は飯米に比べて米粒が大きく、心白と呼ばれる米の芯が比較的大きい。また、タンパク質や脂質も飯米と比べて非常に少ない。タンパク質と脂質は飯米に多く含まれ、米のうまみとツヤを引き出す役目があるため、美味しい白ご飯を作ることができるが、酒造りの場合はそれが多すぎると逆に雑味となり、日本酒の香り

の成分の生成を妨げる。また、日本酒の中核的な原料となる心白は柔らかくて吸水性が高く、こうじ菌が入りやすい。したがって、日本酒の独特の味わいを引き出す。すなわち、タンパク質や脂質がそぎ落とされて雑味の少ない酒質を引き出すために玄米を研がなければならない。どれだけ研いだかは「精米歩合（玄米重量に対する白米重量の百分率）」と呼ばれ、酒造りの原料となる酒米の多くは精米歩合75%以下の白米が使用される。また、精米歩合によって日本酒の名称が特定され、50%以下は大吟醸酒、60%以下は吟醸酒、70%以下は本醸造酒となる。白米、米こうじ、水だけを原料とし、アルコールを添加せずに造られた純米大吟醸酒は最高峰の日本酒となる¹³⁾。

2、水

良い酒は特定の水から切り離すことはできない。「水は酒の血液である」といわれるように、良い酒を造るには良い水が欠かせないことは、世界中の酒造業界の共通認識である。

日本の酒造りは特に水源にこだわってきた。昔、ある蔵元は魚崎と西宮に酒蔵を持っており、西宮で醸造された清酒はいつも魚崎より優れることに気づいた。酒造杜氏を変えずに醸造器具を変えてみても、異なる酒質となるため、その蔵元は水に理由があるのではないかと考えた。その後、人々に笑われながらも西宮の井戸水を牛の背に載せて魚崎まで運んで酒造りに使い、結果的に二つの酒蔵ともに同質な清酒を醸造できるようになった。のちに人々はこの水源の水を「宮水」と言い始めた。この物語は、酒造りにおける水の重要性を示している¹⁴⁾。

青海互助青稞酒廠の蒸留工場には、何百年も湧き続けている古井戸があり、これはこの酒造メーカーが神聖視している「威遠古井」である。ここの井戸水は標高5,800メートルの雪山の雪解け水が自然豊かな森林地帯をぬけて地下に溶け込み、数十マイルを経て濾過された希少な天然水である。水質は適度な柔らかさと硬度を持ち、まさに神様が施した酒造りに最適な水である。もちろん、現代の大規模な生産では、小さな古井戸だけで水の需要を満たすことが不

可能なため、この酒造メーカーは通常の水道水ではなく、地元の地下水を水源として利用している。

3、こうじ（麴）

中国は「世界で最も早く微生物を活用した国の一つ」と言われており、こうじ造りに蓄積されたノウハウと技術は酒造りを大きく発展させてきた。青稞酒の前身は簡単に醸造できる「酪酩」という醸造酒で、現在も民間では造られている。後に、誰かが山西省から麴を使った醸造・蒸留技術を導入し、長期にわたる模索と改良を経て青稞酒造りに独特な「双麴併用」技術が確立された。すなわち、中低温麴（「白霜満天星」と名付けられた麴）と中高温麴（「槐瓢麴」と名付けられた麴）を併用することである。中国の白酒造りでは1種類の酒に対して1種類の麴、つまり、低温麴、中温麴、高温麴のいずれかを使うのが通常である。しかし、青稞酒はこのように異なる種類の麴を組み合わせて使用している。これは青稞酒の特徴であり、青海省の独特な地理的および気候的環境の下で生まれた酒造技術でもある。

日本酒は、米の麴菌、酵母菌、乳酸菌の働きによって造られ、その酒造技術は5世紀初頭と推定される応神・仁徳朝に百済を経て中国大陆から伝えられたことが、『日本書紀』ならびに『古事記』に記載されている¹⁵⁾。麴菌の利用を含む中国の酒造り技術が日本の酒造業に大きく影響を与えたことは明白である。日本酒も青稞酒も、域外の麴菌を活用して発展してきたこと、これも共通点といえる。

二、酒の造り方（醸造・蒸留工程）

日本酒と青稞酒の造りはもともと民間から始まっている。これは人間による酒造りの一般的な法則と一致しており、人類の祖先は自然発酵後の残り物から生まれる特別な飲み物を偶然発見し、酒が誕生したのである。中国の文化では、ある物質文明の発明者を具体的な人物に特定する習慣がある。たとえば、

酒を発明した人物は「杜康¹⁶⁾」と特定している。もちろん、これは後世の心理的欲求を満たすだけの伝説であり、多くの場合は歴史的な事実と一致しない。人類が創った多くの物質文明と同様に、酒は人々の生活の中で「偶然の発見→複数の実験→形成→模倣→継承」というプロセスを経て発明されたものに違いない。

元々の日本酒造りの場所は「酒屋」と呼ばれ、平安時代から室町時代にわたり、寺院や神社が大酒屋を演じていた。たとえば、大阪府河内長野市の郊外にある天野山金剛寺は、その昔酒造りが有名な寺院で、今も酒造器具が残されている。このような寺院系の酒屋とならんで、「土倉酒屋」と呼ばれる民間の酒屋があった。1698年（元禄11年）に2万7千軒以上の酒屋が全国に存在した¹⁷⁾。これらの酒屋での酒造りは基本的に個人や家族経営の小さな蔵で、主に農閑期の副業である。

日本酒の造り方は発酵法で、原料処理（酒米の選別→精米→洗米→浸漬→蒸し）、製麴（米麴造り）、酒母（酏）造り、段仕込み、醪（もろみ）造り、上槽（压榨）、ろ過・火入れ（加熱）、貯蔵・調合・割水、製品化（瓶詰め、出荷管理、官能評価など）、という手順で行われる¹⁸⁾。日本酒が発酵法を採用した理由は、根本的に自然環境の選択の結果である。民俗学者の神崎は、「食生活に関係しては、清酒をはじめとして発酵食品がこれほどに発達していることが、湿度への順応文化である、といわなくてはならない。先述したように、ひとり清酒にかぎらず、味噌・醤油・漬けもの・なれずしなど発酵食品が多くあることが、そのことを如実に物語っている¹⁹⁾」と指摘する。つまり日本酒の造り方も原料選びと同様に人間が自然環境に適応した結果である、という点で筆者は神崎に同意できる。

青海省の気候が寒冷と乾燥が相まっているため、発酵法での酒造りはなかなか不便である。河湟地区の人々の日常生活では、「酸菜」という白菜漬け、「甜醅」という青稞米などを原料とした甘い発酵穀物、酢などの発酵食品を欠かすことができない。しかし、それらの発酵食品の加工プロセスは平野部に比べてはるかに複雑で、場合によって人工的に加熱して発酵を促す必要がある。中国

の江南地方では醸造法で米酒を造ることは一般の人でもできることだが、標高の高い青海省ではそれが不可能である。したがって、青稞酒造りに蒸留法が採用されたのは、日本酒と同様な理由で人間が自然環境に適応した結果である。

三、酒の生体機能

人間が創造した物質文明はすべて人間の生理的欲求と安全の欲求という二つの基本的な欲求から生じている。イギリスの人類学者・マリノフスキーは、「あらゆる文化は人間の生理的器官の欲求から始まる」と述べている²⁰⁾。つまり、文化は神秘的なものではなく、あらゆる文化の根幹は飲食と睡眠と排泄など生活上の基本的な欲求と関係する。中国の社会学者・鄭もこの原則について述べている²¹⁾。様々な物質文明は、その発展の過程で、尊厳の充足、社会的地位の顕示、国家・民族的身分の標示など、より高次の欲求を満たすためにその社会的機能を拡張してきたが、それらの文明の基本的な機能を忘れてはならない。社会学は、現実世界における様々な物質文化の社会的機能に焦点を当てる。たとえば、社会学の観点からみれば、家というものは家主が所属する社会階級の象徴、または家族生活の重要な場所である。しかし、社会学が家という物質文明の基本的な機能を無視するということでは決してない。逆に社会学は、すべての物質文明の社会的機能が、その生物学的機能と安全の機能に基づいていると主張している。

酒に対してもその生体機能を見逃してはいけない。酒は、通常の食品のように人間が生存するための基本的な物質ではないが、その直接的な効果は通常の食品と同様で、口から人体に入り、身体的なりラックスなどの特別な生体反応を引き起こし、脳が興奮する状態となることで、人間の生物学的欲求が満たされる。人類の祖先は、この種の飲料が通常の食べ物や飲み物と異なる特徴を持つことを偶然発見した後、それに対する欲求を生み出し、徐々に一部の人々にとって基本的な生物学的欲求となってきた。この論理は、日本酒と青稞酒の誕生から現在までの進化プロセスにおいてはっきり見られる。

1、防寒

酒が人体に入ると、血管が刺激を受けて拡張し、短時間で体が温められ、防寒効果が得られる。これは、酒が社会のどん底で働く人々に愛され、生産され続けている大きな理由の一つであろう。

青稞酒の産地は「南極と北極に次ぐ地球の第三極」といわれるチベット高原であり、主な消費者もこの地域の住民である。青海省を例としてあげると、青海省の平均標高は3,000メートル以上、チベット族集落の平均標高は3,500メートル以上、霜が降らない期間は非常に短く、年間を通じて寒い。この地での飲酒は古くから人々が選んできた寒さをしのぐ一つの方法である。したがって、青海人が酒を好む理由は、高原の寒冷気候と長い冬に関係し、飲酒によって寒さを避け、厳しい冬を乗り越える方法なのである。一般的に青稞酒の冬季販売量が他の季節よりはるかに多い。

物質的条件が豊かになった現代社会では、青稞酒の防寒という生体機能が弱まっているが、決してその起源を忘れてはならない。筆者の一人が1980年代に青海省に赴任したとき、中心都市の西寧市では冬季暖房設備がすでに広く普及していた。しかし、地方都市と草原地帯の暖房設備は依然として整備されておらず、長い冬の間、小さな都市や農村部では主に石炭ストーブに依拠し、遊牧民も主に牛の糞を燃やして体を温めていた。遊牧地帯の集落の売店には草原の牧畜民が集まり、カウンターに寄りかかってボトルの青稞酒を飲む姿がごく普通の風景であった。そうでもしなければ、馬に乗った後の凍った体を温めることができない。雪の降る日に青稞酒を少し飲むのは、厳しい寒さに抗う非常に効果的な方法といえる。

青稞酒はそのような生体機能を持つが、日本酒も同様だと思われる。日本の北海道では11月上旬から翌年4月上旬までの5か月間、住民が屋内にとどまる時間が長くなり、酒に触れる機会が増え、アルコールに頼りがちになる。したがって、この地域は日本の中で最も飲酒量が多い地域の一つとなっている²²⁾。

2、疲労解消

アルコールを飲むと気持ちが落ち着くため、筋肉の緊張による痛みや疲労感が解消されやすい。これは、労働者が長期にわたる生活の中で経験してきた飲酒の利点であり、肉体労働者の間でアルコールが愛好される根本的な理由でもある。

日本の飲酒文化の研究によると、「日本では男性の62%、女性の46.7%が毎日飲酒する必要があると考えており、そのほとんどが疲労解消のために飲酒している」という²³⁾。また、松原は、「お酒で自分を刺激し、体力を温存してこそ、興奮して元気で仕事に臨むことができる」と述べている²⁴⁾。

青海省では、夕食時に適度に酒を飲む男性が尊敬されている。なぜならば、一日中、仕事に精を出した人にとって数杯の青稞酒ほどリラックスできるものはないことを人々が知っているからである。夫のために青稞酒を温めて食卓に用意できる女性は良い妻と評価されている。一方で早朝から飲酒する人は青海では軽蔑され、「酒拉拉」と呼ばれる。というのも、このような飲酒の目的は疲労解消のためではないからである。

3、脳への刺激

酒のアルコール成分が脳神経を刺激することで、短時間で興奮と愉悦の状態に入ることができる。これは世界中の飲酒者に共通の感覚であり、酒が愛される主な理由である。

日本人は、中国人が言うところの「酩酊」に相当する「酩酊状態」を追求するために酒を飲む。飲み会に参加する目的は、「親しい人と酔う」という贅沢な時間を楽しむことであろう²⁵⁾。青海人も飲酒の際にはこの効果を求めている。酒を飲むと、普段大人しい人が大声で話し始めたり、歌えない人が大声で歌い始めたりするが、これは酒がもたらしたドーパミンというホルモンが効いたからである。

4、健康維持・長寿促進

飲酒が健康に良いかどうか、長寿につながるかどうかについて、中国では久しく議論されてきており、支持者も反対者も多くの事例や根拠を提示することができる。しかしながら、確かなのは、たとえ飲酒が健康と長寿に良いという理論が確立したとしても、健康と長寿は飲酒の副次的な機能であり、それらを目的として飲酒するという愛飲家は存在しない。

とはいえ、近年いくつかの科学研究のおかげで、青稞酒に人間の健康に有益な物質が含まれていることが明らかにされた。それらの研究によると、青稞は世界の麦類の中で最もβ-グルコースの含有量が高く、平均含有量は6.57に達し、一般的な小麦の平均含有量の50倍である。現代の医学において既に証明されたように、β-グルコースは体の免疫力を向上させ、生理機能を調節する機能があり、大腸がんの予防、中性脂肪とコレステロールの低下、糖尿病の予防などに明らかな効果がある。このような青稞の生化学的機能は、チベット高原の牧畜民が単一的な飲食構造で暮らしているにもかかわらず、健康を維持することができ、長寿者も少なからず存在するという現象をある程度説明することができると思われる。「チベット人は野菜をほとんど食べない。彼らの主な食べ物は動物性食品であり、植物性食品をほとんど摂取しない。彼らが摂取する唯一の植物性食品は青稞である。しかし、高血圧、高血糖、脂質異常症といった生活習慣病を持つチベット人が極めて少ない。おそらく、これは青稞が栄養バランスの維持に重要な役割を果たしていることを示している²⁶⁾」。青稞で蒸留した青稞酒からは、91種類のテルペノイドが検出されており、それらの天然化合物は抗菌、抗ウイルス、抗酸化、鎮痛、消化促進、抗がんなどの作用が確認されている。

もちろん、社会学的観点から見ると、上記の青稞酒についての科学研究の結果はチベット高原で青稞酒が広く普及している根本的な理由ではない。これらの研究成果は、現代の青稞酒メーカーにとって広告効果を高める可能性はあるが、青稞酒が長期にわたって好まれる背後には生物学的理由よりもはるかに多くの社会的な理由が存在すると考えられる。とはいえ、このような現代の科

学研究の結果は、少なくとも青稞酒が「毒薬」ではないことを示しており、適切に飲用されれば体に良いものであると裏付けている。これも、青稞酒が多くの人々に末永く愛されている理由であろう。

四、酒の社会的機能

たばこ、酒、お茶、コーヒー、麻薬など、人間の嗜好に関する各種の発明はいずれも社会性を持っているが、酒は最も顕著な社会性、または最も強い社会的機能を持つ。他の嗜好品が個人消費を主としているのに対して、酒だけはグループ消費を主としている。中国の文化において、一人で飲酒することは特殊な状態で、一般的な飲酒形態ではない。実際、多くの社会でも似たり寄ったりであり、日本の酒文化は中国のものに一層近いといえる。

1、祭祀

古代の社会では、酒は希少性を持つため、常に神聖なものと扱われ、神仏への供物として欠かすことができない。古代皇室の祭祀にも酒が必須であり、かつて宋の神宗皇帝（在位期間：1067年～1085年）は、「酒は儀式と音楽につきもので、国の繁栄を助ける」と語った。

日本酒が祭りの供物（または神饌）として欠かせなくなったのは、米の神聖な地位とある程度関連していたと考えられる。米は日本人の食生活において重要な位置を占め、「霊穀」とも呼ばれ、非常に神聖なものであった。米から作られた白飯、酒、餅も神聖なものであり、御飯、御神酒（おみき）、御餅という漢字で表記している。このような考え方が日本文化に深く根ざした概念であるため、日本酒を祭りや行事の際に神仏に供えることは神聖性を持つ行動である。

古代の日本では、宮廷においても庶民の生活においても、酒は神と人々を結びつけるものであり、祭りには常に酒がつきものであった。平安時代の朝廷には、「造酒司（さけ／きみのつかさ）」と呼ばれる酒を造る役所があり、「禮酒

(れいしゅ)」「御酒(ごしゅ)」のような天皇への供御や節会に供する上等酒や、「頓酒(とんしゅ)」「熟酒(じゅくしゅ)」「粉酒(こなげ)」のような下級官人への給与酒など、多様な日本酒が造られた。民部省が司る新嘗会(しんじょうえ)に「黒酒」と「白酒」の2種類の酒を丁寧に造り、神に供した記録もある²⁷⁾。また、日本の出雲大社には大国主大神が祀られており、この神は縁結びの神、農耕の神、酒造りの神として広く崇拝されている。その出雲大社では、今日でも神供に用いる御神酒を古式に則って醸造している²⁸⁾。

チベット高原の住民は、青稞に対して日本人と非常に似た概念や感情を持っており、チベット仏教寺院の仏前の祭壇には青稞という供えものが永遠に欠かせない。仏壇と仏像を収容する箱や衣装のポケットの中、僧侶が祝福した守護宝箱の中、祭りや儀式などの行事供物の中などに青稞の姿がすべて見られる。青稞はチベット人にとって最も神聖なものであるため、青稞を用いて造られた青稞酒も神聖な酒であり、いかなる祭祀活動においても不可欠なものである。チベット人にとっては、市場価値が数十倍にもなる茅台酒や五糧液でさえ、青稞酒には及ばない。筆者の一人はこれまでに多くのチベット仏教寺院を訪れたが、供物台に並ぶほぼすべての酒が青稞酒で、それ以外の酒を見たことがない。

青海省の漢民族は、青稞酒に対してチベット族のような崇高な信仰上の概念を持たないが、それでも酒は普通のものではないため、祭祀に供物として使われている。青海省の漢民族は、葬儀、あるいは先人を祀る際、供物台に酒、お茶、食べ物を欠かさない。葬儀の場合、敬意を表しに来た参列者は、肖像や位牌の前にひざまずき、冥銭を燃やし、酒が注がれた盃を両手で捧げ、ひれ伏さなければならない。弔問に訪れたときは、最初の一杯を飲む前に、供物台の前で酒を少し地面に振りかけ、亡くなった主人の先祖への敬意を表すことが礼儀である。

青海省の河湟地域では、毎年春に「春社」または「上墳」と呼ばれる先祖を祀る重要な祭りが行われる。青稞酒はこの行事に欠かせないものとして重要な役割を果たす。「春社」は、先祖を祀り家族の多幸を祈るため基本的に先祖の

墓で実施され、行事に参加できる人数に厳格な制限もなく、老人も若者も、男性も女性も参加できる。供物は主に蒸しパン1セット（12個）、冥銭と線香、酒、お茶、おかず、肉などである。祭祀の際には、冥銭を燃やし、供物のほかに、酒を捧げることが必要欠くべからざる礼儀である。この春社は、先祖を祀る盛大な民俗行事であるだけでなく、参加者全員が集まって、パーティーを開催しているかのように楽しく交流できる貴重なイベントでもある。儀式が終わるとすぐに全員が墓地の周りの平らな場所を探し、地面に座ってピクニックを始める。ここで青稞酒が登場する。昔の伝統を厳格に守る家族では、年長者が先祖を思い出し、その功績を列挙し、若い世代に人生の行動準則を教える。もう少し民主的な家族では、「親指の戦い（宴席でのゲームの一種）」を楽しむ。日常食べている豚の頭肉²⁹⁾や卵の炒め料理、飲み慣れている青稞酒が、この時、家族の団らんをより楽しいものにする。大人たちは青稞酒を飲みながらおしゃべりをし、子どもたちは風揚げをする。帰宅時間になると、糸を切って風を自由に飛ばせ、一年に一度の春社は終了する。

偶然ではないが、日本にもこのような民俗行事があり、主に神を祀る際に神事として行われる。古代の日本人は稲作農耕と深く関わる神様を崇め、豊穡への期待と願望と感謝をこめて祭祀を行った。たとえば、春祭には「歌舞飲酒」が中心であり、花開ける時に男女たちが食べ物と酒を持って登山し、山の神の前で酒を酌み交わし、歌い踊って楽しんだことが『常陸国風土記』に記載されている³⁰⁾。

2、祝日と祝い行事

中国北宋時代の文化人・王安石³¹⁾は「酒がなければ礼儀は成り立たない」という名言を残した。祝祭日や人生の節目に飲酒することは、世界の民族に共通する習慣である。この点、中国の文化は大変敏感で、正月には「椒酒³²⁾」、5月の端午節には「雄黄酒³³⁾」、旧暦9月9日の重陽節には「菊酒」、そして10月の社日³⁴⁾には「社酒」を飲む習慣がある。また、人生の節目にも酒は不可欠である。たとえば、婚約酒、結婚酒、花嫁酒、満月酒、百日酒、壽酒³⁵⁾、

新築祝い酒、凱旋酒、大学進学酒、昇進酒など、人生の節目毎に酒が主役となることから、様々な人生儀礼はまさに人々（特に男性）が飲酒するために作られた行事であると理解できなくもない。

青海人はそのような生活者の典型である。かつて、青海省の人々は経済状況が悪く、瓶詰めの高価な酒を買う余裕がなかった。このため、重要な祝祭日の前に互助青稞酒の蒸留工場へ行き、20kgまたは50kg入りの大きなプラスチックのバケツを使って大量の青稞酒を買うことが当たり前であった。春節の期間中、一般的な家族でも数十キログラムから数百キログラムの青稞酒を消費する。青海省の男たちは祝祭休日になると、朝には威勢よく出かけるが、夜には、壁にしがみついて恥をかいた姿で家に戻ってくるということがよく見られた。

日本では春から冬にかけて行われた各種の祭りに、神の前での「酒盛り」という集団飲酒が行われ、神への畏敬と感謝を表しながら、仲間意識の確認と結束の強化を図る習慣があった。また、元旦、桃の節句（ひな祭り）、端午の節句などの伝統行事では、親戚縁者や近隣を招待して酒宴を開くことが少なくなかった。結婚するということについてみても、見合い、結納、婚礼、披露などいずれの段階においても酒抜きは考えられない。日本の成人式では、20歳になった若者、とりわけ女性が伝統的な民族衣装を着て神社に参拝し、神様に自分の成長を感謝し、大人の仲間入りができたことを奉告する。数年前、成人年齢は18歳に引き下げられたが、「二十歳の集い」のような形で引き続き行われている。その場合も酒が登場していた。

3、贈答品

酒は、高い神聖性と価値により、最も一般的な贈答品であり、人々のコミュニケーションにおいて大きな役割を果たしている。

青海人が他の家を訪問するとき、見舞いであれ、感謝であれ、救助要請であれ、どのような目的であっても酒が最も一般的な贈り物となる。祝祭日の期間、各家庭は大量の酒を受け取ったり、受け取った酒を別の人への返礼品とし

たりすることから、贈った酒があちこち回って再び手元に戻ってくるケースも出る。もちろん、相手、理由、行事がどういふものかによって酒も異なる。大切な人や重要な目的の場合は上級酒を贈り、誠意を表す必要がある。特に現代社会において、酒は贈答品としての機能がますます顕著になっており、関連業者はこのような社会的ニーズに応じて酒の中身よりもパッケージに意を凝らすことから、過剰包装となり、そのコストが酒自体の価格を大きく上回ることもある。この現象は中国の飲料酒業界において普遍的に見られ、社会問題の一つとなっている。日本酒の場合はパッケージに過剰な高級感を追求せず、酒本来の味と品質において差別化しているため、中国のような過剰包装の問題は少ない。

日本人も酒を贈りものにする習慣があり、この点においては中国と一致している。しかし、贈る相手の好みに合わせて酒の種類を厳選し、シンプルかつ上品な包装をすることが多い。たばこを贈り物にしないこと、価格を主要素と考えることにおいては中国と異なる。これは、受け取ったときの相手の気持ちを考慮して高価な贈り物をしないという日本の文化を反映した結果といえよう。

4、強い紐帯の維持

紐帯の強弱は、社会学における人間関係のつながりの強さを区別する概念である。強い紐帯とは、家族や親戚、友人や職場の仲間などに見られるが、ここでは生活環境やライフスタイル、価値観などが似通っているため、同じ情報を持つことが多い。

繰り返すが、青海人の家族生活や社会生活は、青稞酒なしでは考えられない。一般的な青海人は親友と飲酒することが多い。特に閉鎖的な伝統的コミュニティでは、たとえば、家族・親戚や友人の間などにおいては、いかなる場合であれ、集まって飲酒することが日常的に発生する。天気が良ければ、家族を連れて山や水辺に出かけて飲酒する。悪ければ、屋外の作業を止めて飲酒する。親戚や友人が来訪してもやはり飲酒する。社会の底辺に働く人々にとって

は、たとえ盛り上がる話題が少なくとも、人間関係の親密さと親近感を維持するためには酒に頼るしかない。要するに、青海人にとって飲酒は人間関係を維持するための基本的な行動様式である。

アウトドア活動も青海人にとって、強い紐帯を維持するための伝統である。この活動は主に家族を基本単位とするが、親戚、友人、職場の同僚、学校のクラスメートなどを招いて共同で行うことが多い。これは「辦東」と呼ばれる。ホスト側は、包丁などの羊肉処理用具、鍋などの調理器具一式を準備しなければならない。長い歴史を持つ伝統的な活動であるため、家族によっては先祖伝来の骨董品のようなピクニック用品を持っていることもある。全員が都合の良い日を選び、自然の風景が良い場所（通常は山と水があり、羊を殺したり、ピクニックをしたりするのに便利な場所）を見つけ、テントを張り、大きな鍋を準備する。子どもたちは山や水辺で楽しく遊び、大人たちは役割分担でそれぞれ羊を殺したり、肉を焼いたり、お茶を入れたり、麺をこねたりする作業を行う。調理済の羊肉が運ばれてくると、お腹を空かした全員がすぐにテーブルの周りに集まり、羊肉をががつと食べ始める。その後はレジャーの時間となり、酒好きな男性たち（女性も少なくない）は「划拳³⁶⁾」というゲームをしながら楽しく酒を飲み、気分が盛り上がると、古い民謡や現代のポップスを歌ったり、踊ったりする。その際、高齢者たちは絨毯の上で昼寝をしたり、女性たちは原野で花を摘んだり山菜を採ったりする。夕方になると、羊肉の煮汁に麺類を入れ、それが食べ終わるとピクニックは終了する。だが、飲酒者全員が完全に酩酊しなければ、この行事は終わらない。

このように、青海人は、農村に住む人も都市に住む人も、必ず年に数回このような行事を開催する。そうしないと、人生が面白くないと感じられるし、親戚や友人との関係もますます疎遠なものになってしまう。

5、弱い紐帯の構築

人々が社会生活上で持つ関係の一種である弱い紐帯は、知り合い、普通の同僚、ビジネスパートナーなど、社会的つながりが弱い人間関係に見られる。弱

い紐帯は強い紐帯ほど人間同士が互いに強く信頼する関係ではないが、人々の社会生活、特に現代の都市生活においては不可欠なものである。弱い紐帯は血縁関係や地縁関係のような自然的に形成するものではないため、意図的に構築、確立する必要がある。酒はいうまでもなく、弱い紐帯の形成プロセスにおいて重要な役割を果たし、社交の場で不可欠なツールとなる。

青海省には、「兔子是狗撵出来的，話是酒赶出来的（兔は犬によって追い出されるもの、会話は酒によって醸し出されるもの）」という諺がある。これは、見知らぬ人が出会うとき、酒があればお互い知り合い、つながりを持つことができるということを意味する。また、「賭博越賭越遠、酒越喝越近（ギャンブルをすればするほど友は遠ざかり、酒を飲めば飲むほど友は近づいてくる）」という諺もある。これも同じく、酒が友情関係の確立と強化を促すという意味である。

日本の社会でも会社の同僚との関係を非常に重視している。すなわち、現代の日本社会では、フォーマルな役割分担や協力を重視する関係性の中で、インフォーマルな個人的関係が非常に重要で、個人にとって心理的な気分だけではなく、昇進など職業キャリアにまで関わっている。したがって、日本人は飲酒を通じてこの関係の確立と維持に細心の注意を払っている。現代の居酒屋では、飲酒者の大部分がこのような目的で集まっていると思われる。まさに、「酒はあらゆる時代を映す鏡である。酒は日本人の生活と密接に関係しており、各種の行事や職場の同僚の集まりには欠かせない。ストレスを解消する薬となるだけでなく、人間関係を築き上げる手段の一つともなっているのである³⁷⁾」。

五、酒の文化

酒は人類にとって文化の重要な構成部分であり、どの民族にも独自の酒の文化がある。酒の文化は、社会学が酒に焦点を当てる際の主な分析対象の一つである。

日本人の一人当たりのアルコール摂取量は世界の平均よりも多く、また日本の平均寿命は世界の中で最も長い³⁸⁾。これは日本人の飲酒の仕方、あるいは飲酒文化に関係があると思われる。飲酒は日本において多くの場合、単に人間の生理的欲求を満たすためのものではなく、儀礼的、社交的要素が強いことから、文化だといえる。同様に、青海省、特に青海省の少数民族地域では、人々は飲酒に多くの精神的な意味を与え、精巧な酒器から素晴らしい「酒曲（飲酒時の歌、Drinking Songs）」に至るまで、多様な文化的産物が創造された。

1、酒の物質的文化（有形文化）

酒の物質的文化は、酒瓶や酒器などの酒と関連する物理的なものを指し、酒自体も含まれる。酒というものに対する品質評価の基準は、主に香り、味、見た目、後味などに基づいている。日本酒はアルコール度数が低いいため、味や香りが特に重視される。吟醸香は日本酒の特別な香りで、「日本酒の中で最も魅力的な香りであると審査員に尊敬され、この香りさえついていたれば全国の品評会でも優勝疑いなしというので、全国の杜氏がこの香りを出すのに心魂をかたむけたものである。この香りが酒に出なかったことを主人にせめられて自殺した杜氏さえあった³⁹⁾」。

日本の酒文化の中には、味を形容する言葉が多く、「濃厚」「濃味（ごくみ、濃醇味）」「甘口・辛口」「軽い・重い・濃い」「糠味」「ふくらみがある・幅がある」「くどい・しつこい」「男性的・女性的」「腰がある」「きめが荒い・きめが細かい」「まるみ・調和」「上品」「淡麗」など、まさに多種多様といっても過言ではない。このような味覚に対して嗅覚による酒の香りを形容する言葉も多く、上記の吟醸香のほかに「山廃香」「灘香」「もち香、水飴香、みりん香」「木香・糊香・冷香（冷え込み香）・漬物香・乳香」など、原料や道具や造り方によって日本酒に付いた様々な固有の香りが表現されている。また、日本酒はその色をも非常に重視し、坂口によると、「昔から酒は「琥珀色」とか「黄金色」または「山吹色」などといって、多少黄色味をおびたものが貴ばれたが、近頃は色のうすいものが好まれ、また同じ黄色でも「番茶色」のような赤味は

嫌われて、「青冴え」がかったものが好まれている⁴⁰⁾」とのことである。

日本酒の醸造と飲用には様々な道具や器が使われている。容器をみると、醸造用としては古代の土器や陶磁器、その後の酒桶（さかおけ）や樽（たる）、運搬用では壺や樽、柳樽（やなぎだる）と角樽（つのだる）と指樽（さしだる）といったものが使われており、近代になると、技術の伸展によって貧乏徳利（びんぼうとっくり）やガラス瓶が流通容器として普及し、特に一升ビンは今でも根強い支持を受けて愛用されている。一方で日本の酒文化の中で、多様な酒器（しゅき）は有形文化として最も発達し、器の細部やバランス感覚にこだわり、シンプルで優雅なデザインが特徴だといえよう。たとえば、最も身近な酒器として日本人に愛用された盃（さかずき）あるいは猪口（ちょこ）では、愛知県瀬戸市を中心に生産された瀬戸焼のぐい呑みをはじめ、岐阜県美濃地方の志野酒盃、岡山県備前市周辺の備前焼と佐賀県東部・長崎県北部（かつての肥前国）の唐津焼の酒盃など、美しく、実用的なものが各地の有名な焼き物産地で造られている。中には錫製や染付け色絵の磁器製、そして主に儀式や祝儀に使われる美しい漆器などもある。また、猪口に酒を注ぐための銚子（ちょうし）は、燗をする時だけでなく、四合瓶やとりわけ一升瓶で搬送される日本酒を1合とか2合入れる器で、やはり陶器や磁器の焼き物産地で作られる。この他に、古い時代には銚子よりも大型の徳利（とっくり）という器もあったが、瓶の容器が普及するにつれて姿を消したといえる。日常的には「銚子+盃あるいは猪口」がセットとなって酒宴に登場し、この2種の酒器は様々な名称や用途を持ち、ほかの酒器を含めて多くの名工と精緻な名作が存在しており、日本の酒の文化の深さを表している。ちなみに、日本には、世界的に見ても珍しい「枰（ます）」という酒器がある。枰はもともと容積を測る器として使われたが、使用されている木材が神事や神社と深い関係のある杉（すぎ）や檜（ひのき）であること、「増す」「益す」と響きが同じことから縁起物とされ、いつの間に酒器として使われるようになり、新年や披露宴で「鏡開き」をする際は必ず使用される。このように、酒器の製造・販売を専門とする陶磁器、あるいは少量ながらも木工の業者は、日本の重要な産業であり、日本酒に

関連する物質的文化に豊かさと多彩さを添えているといえる。日本人は日本酒を飲む際、燗酒か冷酒か、日常か礼儀かなど、時と場合によって酒器を分けている。

中国も酒文化の歴史が長く、奥が深いことはいうまでもない。それを簡単に説明することができないため、ここでは主に青稞酒の物質的文化について触れておこう。

蒸留された青稞酒がアルコール度数は高いものの無色なため、日本酒とは異なり、青稞酒の愛好家たちは、色に対してはほとんど気にかけないが、口当たりと「後効き」という飲んだ後に現れる効き目に対するこだわりが強い。特殊な原料で造られているため、味についての意見は様々あり、初めて青稞酒を飲む人には受け入れられにくい場合が多い。実際、これは中国のすべての酒に見られる現象であり、特定の酒はすべての人に好まれるとは限らない。しかし、青稞酒の優れた特徴の一つは、「不上頭」という中国語にあるように、ほろ酔いにならないことである。特にそれを温めて飲むと、口当たりがまるやかになるだけでなく、少し多めに飲んだからといっても酔わない。この点では、数杯飲むだけでめまいを引き起こす多くのアルコール度数の高い酒とは異なる。

日本酒と同様に、青海人も酒を飲むときの道具を非常に重視している。漢族、チベット族、モンゴル族のいずれであっても、ほとんどどの家庭にも酒の壺と酒器が置かれている。銀、翡翠、銅、陶磁など素材は多様であり、少数民族地域特有のものとしては、牛の角と野獣の骨で作られた酒器もある。中国の他の地域とは異なり、青海省の酒壺は酒を注ぐだけではなく、酒を温めるのにも使用されている。この地域では、冷たい酒を飲むと手が震えると言われるため、青稞酒を必ず温めてから飲む。したがって、一般的な家庭の中には「酒嗟子⁴¹⁾」と呼ばれる専用の壺（温酒器）を置かなければならない。この温酒器は巧妙に設計され、鍋の設計原理に似ていて、下部に炭火を置くと、酒が加熱される。また、青海の酒盃は「酒盅」とも言われる非常に小さい酒器で、一つの酒壺に6個の酒盅がセットされている。6個あるため、少しずつ飲めば時間がかせげる。したがって、この小さな酒器は遊び酒や酒盛り歌の際に飲酒時間を

長引かせるのに役立ち、「飲むことが目的ではなく、幸せこそは最も大切なことだ」という青海の酒文化の精髓を示している。

2、酒の精神的文化（無形文化）

酒の精神的文化とは、酒に対する価値観と酒に関わる精神的創造を指す。日本と中国の酒文化は酒に対して基本的に同じ価値観を持っている。すなわち、「酒の本質は人を酔わせることである」という点で一致しており、人を酔わせる目的は世俗の世界を越えることにある。「人は平凡な日常を超越する必要がある。つまり、有限の中で無限とつながり、世俗的な存在の中で神聖なものに触れ、此岸に居ながら彼岸を覗いて感じたいと願うのである⁴²⁾」。このような価値観に基づいて、日本と中国の酒文化では酒の精神的な機能が賞賛されており、飲酒の過程で形成された文学的、芸術的な創作物も多い。楽しく飲むこと、飲んで歌うことは日本と中国の共通の習慣であり、日常からの解放感を追求することは飲酒の本来の目的で、ある意味では酒文化の核心的な部分である。酒がコミュニケーションのツールとしてとか、あるいは利益を求めるツールとして使われるようになったのは、現代社会において進化したものである。

大伴旅人の「酒を讀むる歌十三首」は、日本における飲酒の価値観を反映している。また、日本の茶道に由来する「一期一会」の精神も飲酒文化に反映され、飲酒するときはその都度その時間を貴重な人生経験として認識し、大切にしなければならないという考えを持つ人は多い。したがって、日本の宴会では酒盛り唄がよく見られ、大伴旅人のように古代には酒宴において即興で詩を吟詠したり、歌曲を唄ったりしたが、今日においても飲めばカラオケで歌うというような形で引き継がれている。

中国の中原文化⁴³⁾と少数民族の文化が交わる青海省は、人類の酒文化の伝統的な部分、すなわち、酒に関する無形文化を比較的多く残している。飲酒を通じて心を解放し、極楽の世界に飛び上がるという青海人の素朴な探求心は、歌酒（かしゅ）⁴⁴⁾、宴会遊びといったことに顕著に表れている。

「青海省では、漢族には酒の歌があり、モンゴル族にも酒の歌があり、最も

代表的なのはチベット族の酒の歌であろう。一口の酒を飲み、一首の歌を歌う、というチベット族の伝統的な歌酒は2013年に中国の無形文化財に登録された⁴⁵⁾。実際、チベット族の歌酒には地域文化の違いによって様々な内容と表現形式が存在する。たとえば、安多の歌酒の基本的な作法は、宴会に賓客が集まるとき、歌手が青稞酒で満たされた銀の酒盃（猪口のような小さな酒器ではなく大きな盃）を持ちながら大声で歌い、賓客に一人ずつ酒を勧める。勧酒された賓客は酒盃をそっと取り、薬指を酒に浸して空中に3回はじき、それによって神への敬意と歌手への感謝の気持ちを表してから一気に酒を飲み干す。歌の内容は地元の酒飲み歌で、自然や人間の友情を讃えるテーマが多い。一人が歌い終わると、酒盃は次の人に渡される。もちろん、雰囲気盛り上がりつつら賓客も加わって歌声を披露することもできる。このように、チベット族の宴会は酒の歌の中で始まり、歌と踊りで終わるのである。

青海省の漢民族にも「酒十杯」「五更調」「四季歌」など、「青海小調」と呼ばれる酒の歌があるが、酒宴で最も一般的に見られるは「割拳」である。この「じゃんけん」に似た宴会で行われる遊びは、指と指の戦いみたいなゲームだが、実は多くの技術的な内容が含まれている。「大拳（官拳とも呼ばれる）」は口と手を同時に使い、言葉と指動きを合わせて勝負を決定する。「小拳」はもう少し簡単である。ただし、口から出される数字は単純に「1、2、3、4、5」ではなく、どの数字も四字熟語となっており、「三星高照（三）」「六連高昇（六）」「満堂大喜（十）」など、それぞれの数字に縁起の良い意味が与えられている。このように、青海省の「割拳」文化は青稞酒の文化でも重要な役割を担っていて、かつては青海人が飲酒をして「割拳」をしない人はほとんどいない、といえるほど盛んであった。飲酒の席では皆「割拳」をして気軽に遊び、しかも誰に対しても無害な遊び酒ゲームであることから、人々は最大限の解放感を得ることができたのである。要するに、青海人にとって静かに飲んだり、グラスを鳴らしながら乾杯したりするだけでは、豪放感が足りず、見栄っ張りな飲み方に過ぎず、彼らの飲酒の本来の目的とは全く掛け離れたものである。

もちろん、現代社会における都市文化の普及にともない、「割拳」のような公共の場で大声を出して遊び酒を行うことは控えられる傾向にあり、伝統的な酒文化は徐々に歴史の舞台から退く兆しを見せている。現在、チベット高原のレストランなどで「割拳」しながら飲酒するという現象は少しずつ姿を消している。飲酒が文明化されることで、精神的なものが乏しくなり、ますます面白くないものになっているといえよう。

3、酒の制度的文化

酒の制度的文化は最も複雑な酒文化でありながら、酒の社会的な性質を示す文化である。酒は重要な社交ツールであるため、このツールが使用されるあらゆる場において多くの規範が生まれてきた。

日本には飲酒に関する倫理と規範と規則が数多く存在する。たとえば、個人の飲酒に対しては、「過度飲酒、空腹飲酒、アルコール度数の高い酒の飲用、ハシゴ酒（酒屋を何軒も飲みまわる）、深酒（一晩中の飲酒）、一気飲み、ガブ飲み（種類を問わず多量に飲む）、薬と酒の同時飲用、女性の生理中の飲酒、二日酔い解消のための迎え酒という10のタブーが存在する。また、集団飲酒に対しては、「飲酒の強要、イッキ飲み、酔ったうえでの迷惑行為、他人への暴言と侮辱、未成年者や高齢者への飲酒の強要、他人との口論、店員へのハラスメント、政治と宗教を議論すること⁴⁶⁾」などをしないようにするということ、これらが飲酒のマナーとして日本社会に広く認識されている。すなわち、日本人が宴会に参加するときは、なぜ飲むのか（Why）、誰と飲むのか（Who）、どこで飲むのか（Where）、という三つのWを把握することが重要視され、飲酒についての原理と原則が大事にされている。

日本の宴会においては多くの作法があり、古い時代には「式三献」と「三々九度」が儀礼的な飲酒作法としてあった。酒の肴（さかな）を出して酒をすすめる、それを一献という。酒肴（しゅこう）を取り換えて三回、すなわち、三献で納めるのが正式な酒宴の作法であった。また、一杯の酒を一口飲むのを一度と言い、三口で飲み干して一献とする。これが「三々九度」の由来であ

る⁴⁷⁾。日本の結婚式の宴会では、一つの盃を三口で飲み、一より三の盃まで三巡する「三々九度」を現在でも行っているが、その場合は酒の肴が付いていない。そのほかにも伝統的な飲酒の制度的文化が数多く残っている。

青海においても日本と同様、飲酒時の規範と規則が多く存在する。筆者の一人は数十年にわたる青海省での飲酒経験と観察に基づいて、それを次のようにまとめることができる。(1) 酒を温めなければならない。この点は青海省の飲酒、特に青稞酒を飲むときの習慣であり、酔いにくくなり、健康にも良いと言われている。(2) 空腹での飲酒がタブーである。青海人は飲酒の前にまず羊肉などの肉類を食べ、その後で飲酒を始める。宴会でも同様である。(3) 機嫌が悪いときは飲酒を避ける。青海では悲しみを紛らわすための飲酒、あるいは家族の争いを解決するための飲酒が嫌われている。(4) アルコール度数の高い酒、特に青稞酒が嗜まれる。ワインのような果実酒や日本酒といった低アルコールの酒は敬遠される。逆に日本人は高濃度のアルコールを嫌い、青稞酒を敬遠する可能性が高い。(5) 複数の種類の酒を混ぜて飲むことはタブーである。特に白酒、果実酒、ビールを一緒に飲むことは極力避けている。青海人が宴会を開催する際に多めの酒を用意する理由は、同種の酒が足りなくなり、やむを得ず異なる酒を飲むことにならないようにするためである。(6) 無原則の飲酒は禁止される。つまり、時間と場所と人間関係に関係なく、招待されているようがいまいが、宴会に出席するだけの人は軽蔑される。(7) お返し招待が重要である。ある人の招待を受けて飲酒した場合、適当な時期にお返しとしてその人を招待しなければならず、しかも酒の銘柄はより上級でなければならない。ある人の酒を飲むだけ飲んで、その人を酒に誘わない人は、白い目で見られる。(8) 自宅で他の人たちを誘い、宴会を開くことが最も誠意を示す礼儀作法である。(9) 青海人が家で客をもてなすとき、特に年長者がいる場合、女性は同席しない。ただし、現代の都市部ではこのような伝統的な習慣が消えつつある。(10) 家庭内の宴会であろうと、公共の場での宴会であろうと、座席の配置や話し方など、階級、地位、年齢による礼儀が厳しく設けられ、敬意と誠意が非常に重要視されている。特に酒を勧める際のルールが余り

にも煩雑過ぎるので、ここでの紹介は割愛する。(11) 場所と目的によって酒の銘柄は重視されることもある。たとえば、結婚式の宴会では、「七彩互助」「永慶和」「互助頭曲⁴⁸⁾」のような祝賀や喜びの意を示す銘柄が選ばれ飲まれる。また、葬儀の宴会では、高齢な老人が亡くなる場合には、それを「喜喪(慶弔)」と呼び、酒が提供されるが、それ以外の場合には飲酒が禁止されている。(12) 酒宴では、酔うことは必ずしもタブーではない。重要な酒宴で来賓が酒に酔うことは、決して嫌われるわけではなく、むしろ主人を喜ばせる行為である。(13) 飲酒の強制はもちろん推奨されないが、酒に強い人が飲まなかったり、または盃に水を入れたり、口内の酒をひそかに吐き出したりする行為は非常に嫌われる。(14) 酒を贈答品にする際は、1本だけを贈るのはタブーであり、ペアでなければならない。(15) 乾杯する側は盃に酒を満杯に注ぎ、乾杯を受ける側はそれを飲み干すのが礼儀である。盃に半分注いだり、または半分しか飲まないといった行為はタブーである。(16) 酒を勧める際に、乾杯する側が飲まないことは、青海の酒文化の特徴の一つである。作法として、乾杯する側は両手で皿を持ち、その皿の上に酒盃を3個、4個、または6個置き(相手の民族や年齢によって数が異なる)、乾杯の理由を説明し、皿を持ち上げ、乾杯される側に酒盃を1杯ずつ飲ませる。このような乾杯の際の礼儀には、酒は貴重な神聖なものであり、このような良いものは尊敬すべき賓客に捧げる、という意味が込められている。ちなみに、青海の伝統的な乾杯では互いに盃を当てて音を出すということはしない。(17) 宴会の場では、一般的に、父親と息子は一緒に飲まない。(18) 宴会で他人のことをささやいたり、議論したりすることはタブーである。(19) 飲酒時に必ず「割拳」がつきものとなる。「割拳」の時には、パンチミスや代理人の使用が許される。(20) 「酔った席での言葉は真剣に聞く必要がない」といわれるように、飲酒者の間違った言動に対して理解と寛容を示すのが一般的である。

要するに、日本酒の文化と青稞酒の文化はどちらも豊かな精神的な意味合いと伝統的習慣と社会的規範を持っており、酒の文化は酒の社会的性質を最もよく反映している。

六、酒に関連する諸産業

酒に関連する様々な産業は、酒の社会的性質を示すもう一つの重要な側面である。酒の生産、販売、消費には、資本、技術、人材、設備、場所、宣伝など複数の経済分野と社会分野が関わるため、必然的に社会現象となる。したがって、酒に関連する諸産業は社会の発展や変化と強い相関関係を持つ。

1、原料産業

水が酒の血だとすれば、酒造りに使われる穀物は酒の筋肉となる。日本酒の筋肉は米であり、青稞酒の場合は青稞である。

青稞酒は原料栽培とその蒸留を統合する方式を採用しているため、青海地域の農業に重要な影響を及ぼしている。青海省は歴史的に青稞酒の主な生産地域である。明時代の嘉靖年間（1522年～1566年）には、互助威遠鎮に11か所の酒蔵があり、酒造メーカーの「天佑徳」もこの時代に誕生した。清時代（1644年～1912年）、威遠鎮では年間15万斤⁴⁹⁾の青稞酒が生産されており、酒海（酒の貯蔵容器）が55個あり、それぞれに15トンの酒を貯蔵することができた。このように明時代と清時代において青稞酒がすでに多く造られていたことから、青稞という大麦に対する需要は相当あったと推測することができる。このような原料に対する需要は酒造メーカーの周辺に居住する農民に青稞を栽培するインセンティブを与えている。歴史的に、青稞酒の原料である青稞は主に酒造メーカーの周辺から通年購入するだけでなく、青稞の収穫期に購買人を派遣して遠方の栽培地で直接購入もしていた。その結果、酒造メーカーへの青稞販売は、青海省の牧畜地域の青稞農家にとって重要な収入源となっているのである。

近年、青稞酒の生産量が以前より大幅に増加し、原料の青稞に対する需要も増大しているため、青稞酒はチベット高原における青稞栽培のけん引役といえ

る。現在、チベット高原全体の青稞の年間生産量は約120～130万トンで、そのうち約80万トンがチベット自治区、23万トンが青海省、残りが四川省、雲南省、貴州省などの他地域で生産されている。しかし、チベット自治区の青稞は主に食用の青稞粉の生産に使用されており、青海省の青稞の大部分は青稞酒の生産に使用されている。これが「青海の酒、チベットの粉」と呼ばれる中国の青稞市場の現状である。中国最大手青稞酒メーカー「青海互助天佑徳青稞酒廠」だけでも年間9万トンの青稞を消費し、このメーカーの需要のおかげで、青海省は青稞の生産において大規模な栽培と高品質管理の体制ができたといえる⁵⁰⁾。また、高品質の青稞酒の醸造・蒸留にかかわる優良な青稞原料を確保するため、青海互助天佑徳青稞酒廠は、門源浩門農場、山丹軍馬場、貴南牧場を主な原料生産基地と定め、これらの原料生産拠点に対して非常に厳しい検査基準を設けている。結果的に環境に優しく無公害の栽培技術と新品種の開発が促進され、青海省全体における青稞の栽培技術水準が高まった。

上述したように、青海省において青稞酒は青稞産業の主な構成主体であり、青稞という穀物の主な用途である。青稞が青稞酒を生み出し、青稞酒が青稞の栽培で生計を立てている農民に生存と発展の機会を提供している。これは、青海省の独特な経済連鎖であり、青海人が青稞酒に特別な感情を持つ理由であり、青海の青稞酒文化の深層構造である。

日本酒の原料は一般的な食用米ではなく、酒米である。酒米は日本の米生産量の約5%を占め、中でも山田錦が最も多く栽培され、「酒米の王者」と呼ばれている。次に多いのは五百万石、美山錦、雄町、秋田酒こまちなどである⁵¹⁾。日本の多くの酒蔵は独自の酒米基地を持っている。たとえば、山形県の有名な酒蔵である水戸部酒造は、製品の品質を向上させるために県内に自社田を持ち、そこで栽培した「出羽燦々」という銘柄の酒米から醸される吟醸酒「山形正宗」が市場で大人気を博した。今日の日本では、このような蔵元と酒米農家との契約生産、または蔵元による酒米の自社栽培が増えており、蔵元の指定品種と醸造基準に沿って酒米を生産することが、日本の酒米産地に広がっている。筆者の一人も日本視察中に酒米専用の生産拠点を訪問することができた。

このように青稞酒と同様、日本酒は酒米の生産に依存する農家を支えるものであり、日本の米文化や酒文化を維持、継承するものでもある。

2、酒造・販売に関連する産業

酒の特殊性により、酒造と販売は国と地方自治体にとって主要な税源であり、雇用においても重要な受け皿である。古代の中国では、「榷酒⁵²⁾」と言われるように、国が酒の販売を独占していた。表面上は「酒禍」という飲酒に関わる各種の社会的弊害を防ぐための施策となるが、実際は酒の製造と販売を統制することで税収を安定的に確保するためのものであった。2022年、中国の酒類産業の生産額はGDPの0.85%を占め、最も有名な銘柄である茅台酒が一年間に納めた税金は所在地である貴州省の財政収入の約70%を占めている。

日本でも酒の製造・販売業者は常に伝統的な主要納税者であり、酒類は国家財政において重要な役割を果たしている。1960年（昭和35年）、日本の酒税収入は国税収入の14%を占め、それ以降、酒税収入は年々増加し、1989年（平成元年）には、国税収入の割合としては4%に減少しても、金額的には2兆2,021億円とピークを迎えた⁵³⁾。現在、生活様式の変化によりアルコール消費量は減少したが、これは世界共通の現象である。それにしても、2022年度（令和4年度）に日本の酒税収入は1.2兆円で国税収入の1.6%を占め、税収全体への寄与率が低下しているとはいえ、酒税は依然として重要な税源であり続けている。一方で、清酒の課税数量はピーク時である1973年度（昭和48年）の177万klから、2022年度には4分の1以下の41万klまで減少したが、純米酒や純米吟醸酒といった特定名称酒は増加傾向にあることから、商品の差別化、高付加価値化、海外展開などの取り組みが行われていると思われる⁵⁴⁾。たとえば、過去10年間、中国への日本酒の輸出量は30倍に増加した。中国の若い世代は、アルコール度数の高い白酒に対する興味を失いつつあるが、逆に日本酒のような低アルコール酒への関心は年々高まっている。

2021年、中国には正式に登録された青稞酒関連の企業数が合計2,132社あり、そのうち80%以上が卸売および小売企業であり、実際の酒造企業は20%

未満で、主に青海省と甘粛省に集中している。青海省の互助県だけでも15社の青稞酒生産企業があり、そのうち、最大手の青海互助青稞酒有限公司は年間30,000トンの青稞酒を生産しており、互助県だけではなく、青海省最大の納税企業の一つでもある。しかし、中国の酒類市場における競争や社会環境の変化にともない、青稞酒の販売量は年々減少傾向にある。特に近年、中国政府が打ち出した汚職取締り運動の下でこの変化がさらに加速されたため、青稞酒の消費ブームは過ぎたといえる。このようなことを通じて、政治環境を含む社会環境と酒との間に、強い関係性があるということを改めて確認することができる。

3、酒場

酒場とは、酒を飲ませるあらゆる店を指し、酒場は酒に関連する重要な産業である。一般的に、飲酒は食事とは異なる。つまり、食事は一人であることができるが、飲酒は世界共通のこととして、常に他の人と一緒に行うことが好まれる。これはバーや飲み屋が至るところに存在する根本的な理由である。ただし、東洋と西洋では酒場の文化に違いがあり、西洋の酒場は飲酒専用の場所が多く、日本の居酒屋は飲食の両方を行う場所である。日本と同様に、中国の酒場で食事と飲酒が同時にできるのがレストランである。

居酒屋は日本の酒文化の大きな特徴であり、その歴史は古代日本にまで遡ることができる。かつての日本では酒の醸造と販売が一体化しており、酒を販売できるのは酒蔵だけであった。鎌倉時代には酒の醸造と販売が分離され、酒は一般商品として販売されるようになり、酒を販売する専門の場所は「酒屋」と呼ばれた。戦国時代には酒屋は急速に発展したが、居酒屋が本格的に発展したのは江戸時代からで、酒を販売するだけでなく店内で飲むこともできるようになり、多くの低所得者がそこで飲酒する場所として発展してきた。それ以来、居酒屋は日本社会で最も一般的な酒場となっている⁵⁵⁾。

伝統的な居酒屋は労働者のための場所である。松原は、「レストランを除けば、労働者が最もお金を使う場所は居酒屋である⁵⁶⁾」と、明治時代の居酒屋の

行商人や庶民の状況を描写した。

現代社会に入ってから居酒屋が増え、居酒屋が提供する酒も日本酒やビール、焼酎だけではなく、外国産のアルコールにまで及び、さらに客層も男性に加え女性にまで広がり、居酒屋は以前よりも複雑な様相を呈するようになってきた。居酒屋は、都市化が進展し人間関係が希薄になる中で、訪れる顧客のストレスを軽減し、店内での人間関係を親密にさせてくれる場所である。以前の居酒屋はおおむね規模が小さく、照明が暗く、飲酒者の大半が男性という特徴を持っていたが、現代では様々な規模の店が立ち並び、店内は明るく、女性一人でも安心して利用できるようになっている。

日本の居酒屋と異なり、中国では飲むことを食事と呼び、飲む場所を「飯館」と「餐館」、または「飯店」と呼ぶ。歴史的に、青稞酒を日常的に飲む地域では人口が少なく、人間が稠密な町も少なく、一般の人々が頻繁に外食する経済的な能力もなかったため、飲酒の場所は主に家庭内であった。現代社会に入ると、中国では都市や小さな町に様々な形態のレストランが点在しており、経済発展の後進地域ほどレストランが多い。チベット高原では、人口が密集した町に最も数の多い店はレストランである。そこは青海人が日常的に飲酒する場である。宗教の関係で飲酒することが禁止されるハラール・レストランを除き、すべてのレストランで酒が販売されており、酒類の売上が食事を上回る場合も多く、レストランの主要な収入源となっている。

4、他の関連産業

上記の産業に加えて、酒に関連する経済分野には酒器の製造、販売、収集が含まれる。筆者の一人は酒器の愛好家であり、酒器のコレクターでもあるため、酒器関連産業が巨大な市場であると感じている。酒器の製造は陶磁器、ガラス、金属、木工などの生産企業にとって重要な製品部門である。また、酒類包装業も関連産業のカテゴリーの一つで、容器のケースや外装などの業種が含まれる。酒類の広告も広告業界の一分野で、中国では酒類の広告が様々なメディアを通じて、あるいはあちらこちらの場所において頻繁に目に付く。青海

省で最も目立つ広告は青稞酒の銘柄「天佑徳」の広告である。さらに、酒に関連する教育・人材育成と酒の文化活動も無視できない分野である。青海省には青稞酒文化研究協会があり、青稞酒とその文化についての情報発信、専門的研究、啓蒙・普及活動を行っている。

七、酒と社会問題

酒に対する人類の態度は、常に賞賛と批判、愛しみと憎しみが入り混じった状態にあり、あらゆる物質文化の中で、人間にとってこのような態度で臨むものは、酒だけであろう。なぜなら、酒は人間に幸せな気分を与えるとともに、様々な個人的および社会的問題を引き起こすからである。

中国人は、「酒色財氣四堵牆⁵⁷⁾」とか、「酒是穿腸毒藥、色是刮骨鋼刀、財是下山猛虎、氣是惹禍根苗⁵⁸⁾」と言い表すように、古来より、酒を人生の中で最も有害なものの一つとして認識してきた。西周王朝（紀元前1046年～紀元前771年）は建国から間もなく、殷王朝（紀元前16世紀頃～紀元前1046年）が飲酒によって国を滅ぼした経験から学び、中国史上最古の禁酒令である「酒誥」を發布した⁵⁹⁾。この禁酒令は、酒は祭祀の時にしか出さない、集団飲酒する人は全員処刑される、と規定していた。また、前漢（紀元前206年～8年）の初期には、「集団飲酒を禁止する」とことと「理由なく3人以上で集団飲酒をした場合は金4両の罰金に処する」と定められた。このように、中国は長い歴史の中で数え切れないほどの飲酒禁止令が出してきたが、中国人の生活から酒が完全に排除されたことは一度もなかった。

近代社会になると、酒は社会生活のあらゆるところに浸透し、飲酒がもたらしたマイナスの社会的な影響がそれまで以上に増大している。ロシア、モンゴルなど、アルコール度数の高い蒸留酒を主に飲用するほとんどの国がアルコール依存症などの社会問題に直面している。日本と青海の酒文化では、飲酒に対して相対的に寛容といえるが、決して飲酒に関する社会問題が存在しないわけではない。

1、健康問題

2023年、中国におけるアルコール性肝疾患の発生率は7.8%であった。国家癌症中心（国立がんセンター）が2023年に発表した中国のがん罹患率の地域分布報告書によると、チベットは「肝臓がんの発生率が高い地域であり、この地域における肝臓がんの主な原因は感染症と飲酒である」と述べている。青海省における飲酒と疾患の発生率との相関関係に関する統計データを見つけていないが、前述したように、青海省の一人当たり酒類消費量が相対的に高いため、飲酒によって引き起こされる各種の疾患の発生率も低くないと考えられる。筆者の一人は青海省で何十年も勤務した経験があり、これまでの友人の中には、長期にわたる過度な飲酒が原因で病気になったり、亡くなったりした人が10人以上もいる。このような中国の状況と比較すると、日本では飲酒者が多いにもかかわらず、飲酒による健康被害が深刻ではないように思う。その理由は、日本酒のアルコール度数が低いことと、日本の酒文化の影響で過度な飲み方をしないことがあり、飲酒が健康に与える弊害が少ないのではないかと推測することができる。

近代化の深化にともない、健康的な生活の概念がますます人気を博しており、現在、青海の酒文化も大きく変化し、アルコール依存症者の数は大幅に減少している。

2、家庭問題

アルコール依存症によって引き起こされる家庭の問題は、酒がもたらした社会問題の中で最も顕著なものであり、そこには飲酒による家庭内暴力と夫婦関係の破綻、アルコール依存症による家庭の経済的な窮困と児童虐待などが含まれる。この種の問題は青海省、特に農村部や遊牧地区において非常に一般的な現象である。アルコール依存症が原因で家庭が崩壊するとか、最悪の場合は家族の死亡に至るケースが多く見られている。

3、汚職・腐敗問題

高級酒を贈るとか、高級酒で接待する、あるいは宴会の場で権力と金銭をやり取りする、飲酒後に花柳街で消費するとかは、かつての中国における官僚腐敗の一般的な現象であった。特に1990年代は、このような腐敗が最も深刻な社会問題となった時期であるが故に、中国の白酒は消費量を伸ばし、「黄金の時期」となった。過去20年間、中国はあらゆる公的部門の汚職に対する取り締まりを強化しており、酒類に関連する公務員の汚職と腐敗は大幅に減少した。2012年、中国共産党による「八条規定」と「四つの風潮に対する反対運動」が公布されて以降、酒関連の汚職や不祥事は大幅に減少し、中国政界には清廉な状況が現れ始めた。

しかし、禁酒は個人にとっても社会にとっても簡単なことではない。2023年初め、青海省で全国に衝撃を与えた事件が発生した。6人の中国共産党青海省高級幹部は、共産党学校での研修期間中に政府の命令や紀律を無視して集団で大量飲酒し、そのうち一人が死亡、一人が病院に搬送された。この事件はマスコミの報道を通じて中国全土に大きな波紋を投げかけ、これに対して中央政府が激怒し、青海省では再び禁酒運動が起こった。

4、社会紛争問題

飲酒で興奮状態になる結果、口論になったり、トラブルを引き起こしたりするのは人間社会において最も一般的な現象である。1980年代、青海省の各都市の街頭では、ほぼ毎日のように、路上で寝ている酔った人が見られた。また、酔っぱらいが通行人に嫌がらせをしたり、喧嘩をしたりすることは日常的に発生していた。現在、中国全体では、酔っぱらいにともなうトラブルは大幅に減少し、当然、路上で狂ったように酔っぱらう人も少なくなった。しかし、青海省の農村部や遊牧地区では、飲酒によって引き起こされる事件が依然として社会治安に関連する事件の中で最も多い。2023年6月、青海省規律検査委員会は公務員による法律と紀律の違反事件10件を報告し、10件すべてが飲酒関連で、飲酒運転、飲酒による他人への傷害、飲酒に誘発された口論とトラブ

ル、飲酒による公務妨害、飲酒後の器物破損などであった。公務員でさえ飲酒関連のトラブルを絶えずに起こしていることから、飲酒に関する社会問題はなお根深く存在するということを理解するのは容易である。

しかし、国や文化的背景が異なれば、飲酒に関する一連の社会問題に対する態度も大きく異なる。つまり、「問題のある飲み方」に対して国ごとに評価基準が異なり、ある国では問題視とされた飲酒行為は、ほかの国では誰も気にしない、あるいは可愛い飲み方と評価されている。著者たちは、日本と青海において酒酔いに対する態度が非常に類似している、つまり、両者とも酒酔いに対する寛容性が高い、ということを発見した。日本の学者の調査結果によると、「現在、日本では約240万人がアルコール依存症だと疑われているが、人々の考え方や国の伝統的な習慣により、ほとんどの人は毎日の大量飲酒をアルコール依存症と見なししていない⁶⁰⁾」。これは青海と非常によく似ている点である。青海では、飲酒を好む人は飲酒によって仕事に支障が出たり、家族に対する責任感を失ったりしない限り、差別されない。実際、多くの青海人は時々大量に酒を飲むが、通常の仕事や家庭生活に影響を与えないことがないため、このような人々は「酒の仙人」とか、「酒の神」と呼ばれ、幅広く尊敬されている。朝から晩まで酒を飲み、一日中泥酔い状態で過ごし、家庭や家族に対する責任感を完全に放棄した「酒拉拉」だけは、青海の人々に差別される。

おわりに

以上、本稿は日本酒と青稞酒を事例に比較社会学の手法で考察したものである。異なる地理的環境および文化的環境の下で生まれた2種の酒は全く違うもので、消費者も全く異なるものである。しかしながら、社会学的観点から見ると、日本酒と青稞酒には以下のような共通の特徴が存在する。

第一に、日本人も青海人も地元の酒に対して特別な愛着を持っており、主に地元産の酒を飲用する。第二に、日本酒と青稞酒は、ともに長い歴史と独特の製造技術を持ち、地域の無形文化遺産に指定されている。第三に、日本酒と青

稗酒の原料や製造方法は、ともに自由に選択されたわけではなく、その地域の自然環境への適応の結果であり、人類の文明と自然環境の関係についての人類学の理論を明確に裏付けている。第四に、日本酒と青稗酒は、どちらも発祥の地の人々の特別な生物学的欲求を満たすという特徴を持っているが、人々に好まれる理由は生物学的欲求ではなく、主に社会的欲求を満たすことによるものである。それぞれの酒が、人々の生活の中で果たした社会的機能は、生物学的機能よりもはるかに大きい。第五に、日本酒と青稗酒は、どちらも広範で奥深い酒文化を形成した。日本酒の文化と青稗酒の文化は、どちらも豊かな儀礼的、精神的、娯楽的な価値を持っている。第六に、日本の社会も青海省の社会も飲酒に対する寛容性が高く、日本人も青海省人も「酒の本質は酔うことである」ということを熟知している。最後に、日本酒と青稗酒はどちらも完全な生産・消費システムを備えており、国・地域の経済と社会において無視できる存在ではなく、むしろ重要な役割を果たしている。

付記：本稿は科学研究費（基盤研究C、課題名：CBTによる農村観光の持続的展開—市民参画の方式をめぐる日中共同研究—、課題番号：20K12416、代表者：竹安栄子）の助成を受けた研究成果の一部である。

註

- 1) 京都女子大学国際交流センター講師
- 2) (中国) 南京曉莊学院教授、青海兩彈一星幹部学院特任教授
- 3) 呉 (2018)、50頁。
- 4) 白酒（パイチュウ、ピンイン表記：bái jiǔ）は中国に発祥する蒸留酒の一種である。コーリャン（高粱）、トウモロコシ、米、小麦、大麦などの穀物、ジャガイモとサツマイモなどイモ類を主な原料として発酵液を蒸留したものである。従来は、一般的にアルコール度数が50度以上のものが多かったが、1990年代以降、アルコール度数を下げた38度の「低度酒」が主流となっている。しかし、50度以上の「高度酒」も引き続き各地で製造、販売されている。また、独特な香りもあり、その香りのもととは酢酸エチルやカプロン酸エチル、乳酸エチルなどを主体とするエステルである。穀物白酒には香りと味に基づいた「香型」が存在し、1979年に主な4香型の「濃香型・醬

香型・清香型・米香型」が規定された。その後、二つ以上の香型の特徴を合わせ持った「兼香型、馥郁香型、鳳香型、ごま香型」が追加された。濃香型は四川省の「五糧液」「劍南春」「瀘州老窖」、江蘇省の「洋河大曲」、安徽省の「古井貢酒」、山東省の「孔府家酒」などが代表的な銘柄である。醬香型は貴州省の「茅台酒」と四川省の「郎酒」など、清香型は山西省の「汾酒」と青海省の「互助青稞酒」など、米香型は広西チワン族自治区の「桂林三花酒」など、兼香型は貴州省の「董酒」など、馥郁香型は湖南省の「酒鬼酒」など、鳳香型は陝西省の「西鳳酒」などの銘柄が代表的なものである。この香型による分類については、花井（1994）と沈（1997）が詳しく記述している。

- 5) 厳密に言えば、日本酒は清酒の一種である。国税庁と日本酒造組合の定義によれば、清酒（Sake）とは、海外産も含め、米、米こうじ及び水を主な原料として発酵させて濾したもののことであり、日本酒（Nihonshu / Japanese Sake）とは、原料の米に日本産米を用い、日本国内で醸造したもののみを指し、これは地理的表示（Geographical Indication, GI）として保護されている。すなわち、海外産米を用いた、または海外で醸造した清酒は日本酒と称することができない。ちなみに、2024年12月、日本酒や焼酎、泡盛といった日本の「伝統的酒造り」をユネスコの無形文化遺産に登録することが決定された。本稿は酒と社会のつながりを考察するため、主に日本酒を取り上げるが、清酒と日本酒を厳密に区別しない。
- 6) 坂口（2013）、100~102頁。
- 7) チベット高原は中国西部の青海省とチベット自治区にかけて広がる高原地帯の通称であるが、中国語では「青藏高原（青海チベット高原）」と呼ぶことが多い。本稿では統一してチベット高原と表記する。
- 8) 青稞（ハダカムギ、裸麦、英名：Naked barley, hulless barley、中国語ピン表記：qīng kē。）は大麦の一種である。耐寒性が強いため、チベット高原において古くから栽培され、現在チベット自治区と青海省における農業の中心作物である。チベット高原の住民の主要な食糧でありながら、青稞酒の原料として使われている。
- 9) 「高粱」は中国においてコーリャンと呼ばれるモロコシの一種である。日本ではタカキビ（高黍）ともいう。イネ科の一年草植物で乾燥に強く、稲や小麦などが育たない地域でも成長するため、世界で広く栽培されている。中国では東北部を中心に幅広く栽培されている。
- 10) このような主張は、Arturo Warman（2003）, *Corn and Capitalism: How a Botanical Bastard Grew to Global Dominance*, Univ of North Carolina Press（中国語訳書名：『玉米与資本主義』華東師範大学出版社、2005年）、

Rebecca Earle (2020), *Feeding the People: The Politics of the Potato*, Cambridge University Press (中国語訳書名:『土豆帝国』上海人民出版社、2023年)、Sven Beckert (2014), *Empire of Cotton: A Global History*, Knopf (中国訳書名:『棉花帝国:一部全球史』民主与建設出版社、2019年。日本訳書名:『綿の帝国: グローバル資本主義はいかに生まれたか』紀伊国屋書店、2022年)、Bill Laws (2015), *Fifty Plants That Changed the Course of History*, Firefly Books (中国訳書名:『改变歴史的50種植物』青島出版社、2016年) などにおいて見られる。

- 11) 馬林諾夫斯基 (1987)、27 頁。
- 12) ツァンパ (英文表記: tsampa、漢字表記: 糌粑 [zānbā]) はチベット人の主食で、青稞の種子を脱穀し、乾煎りしてから粉にした食品である。バター茶を加えて団子状にして食べるのが一般的である。
- 13) 詳しくは国税庁「清酒の製法品質表示基準の概要」を参照されたい (<https://www.nta.go.jp/taxes/sake/hyoji/seishu/gaiyo/02.htm> 2024 年 10 月 11 日 アクセス)。
- 14) 酒造りに絶妙な水質を有する「宮水」を発見したのは、灘の日本酒老舗「櫻正宗」六代目蔵元の山邑太左衛門である。宮水の発見については、坂口 (2007、151 頁) を参照。これは櫻正宗のホームページでも紹介されている (<https://www.sakuramasamune.co.jp/history/> 2024 年 10 月 13 日 アクセス)。
- 15) 坂口 (2007)、111 頁。
- 16) 杜康は、中国の夏王朝 (紀元前 2070 年頃～紀元前 1600 年頃) の 6 代目の王である「少康」の別名で、酒を発明したとされている。日本の「杜氏」はこの人物名に由来すると言われている。もう一つの説は、周王朝 (紀元前 11 世紀～紀元前 256 年) に存在した杜康という酒造りの名人に由来するといいうもので、彼は酒造技術を大きく改良した人物である。
- 17) 坂口 (2007)、80～83 頁。
- 18) 新潟大学日本酒学センター (2022)、34～39 頁。
- 19) 神崎 (2006)、221 頁。
- 20) 馬林諾夫斯基 (1987)、12 頁。
- 21) 鄭 (2015)、54 頁。
- 22) 呉 (2018)、52 頁。
- 23) 呉 (2018)、53 頁。
- 24) 松原 (2023)、142 頁。
- 25) 呉 (2018)、64 頁。
- 26) 「青稞の酒」『休閒読品』2021 年第 2 期、37 頁。
- 27) 小泉 (2021)、61～68 頁。

- 28) 小泉 (2021)、51 頁。
- 29) 「猪頭肉」と呼ばれる豚の頭肉は、豚の顔に中華スパイスを加えて味付けした料理で、中国の庶民の味である。沖縄料理のチラガーと似ている。
- 30) 小泉 (2021)、120 頁。
- 31) 王安石 (1021 年~1086 年) は中国の北宋時代の政治家、思想家、詩人、文学者である。当時の政治改革を推進し、文化人として唐宋八大家の一人に数えられる
- 32) 椒酒 (しょうしゅ) は、もともと山椒の花を侵した酒である。隋時代 (581 年~618 年) 以降になると、山椒の実にはかの生薬を混ぜて屠蘇散をつくり、それを正月に酒に浸したものが屠蘇酒である。元日に服用して一年間の疾病を祓い、健康と長寿を願う意味が込められる。日本の屠蘇酒はここに由来する。
- 33) 雄黄酒 (ゆうおうしゅ) は白酒または黄酒に微量の雄黄 (天然のヒ素硫化物) を混ぜた酒である。雄黄酒には一定の殺菌と消毒、虫よけの作用があるため、それを少量飲用して無病息災を祈ったり、または体に塗ったり、住宅の隅や床に撒いたりすることで邪気悪霊を祓い、疫病を防ぐ風習が中国各地にある。
- 34) 先述した「春社」と同様、秋に「秋社」が行われる風習がある。この春社と秋社を合わせて「社日」という。祭祀には家畜と穀物と塩のほかに酒が欠かせない供物であり、儀式が終ると集団飲酒が始まる。
- 35) 満月酒と百日酒は中国の各民族の風習の一つとして、子どもが生まれて満 1 か月または 100 日になると酒席を設け、親友を招いて祝う行事である。壽酒は長寿者の誕生日に開催する祝いの酒宴である。
- 36) 划拳は宴会で行われるじゃんけんのようなゲームの一種で、互いに拳を打つ。2 人がそれぞれ任意の数の指を突き出し、同時に 1 から 10 までの数を言い、両方の指の和を当てた方が勝ちとなり、負けた方は酒を飲んだり隠し芸をしたりして興を添える。
- 37) 呉 (2018)、17 頁。
- 38) 2024 年 8 月に公布された世界保健機関 (WHO) の統計データによれば、日本は世界の 183 カ国・地域の中で最も平均寿命が長く、84.5 歳に達している。また、健康寿命においても日本は世界第 2 位にランクインされ、世界で最も人生を長く健康に過ごすことができる国でもある。(https://data.who.int/indicators/i/A21CFC 2/90E 2E48 2024 年 1 月 25 日アクセス)。
- 39) 坂口 (2007)、36 頁。
- 40) 坂口 (2007)、38 頁。日本酒の味と香りも同書において詳しく紹介されている。
- 41) 「酒嚙子」とは口が漏斗状になっている錫または陶磁製の細長い徳利である。

- 青海省では、「蛋蛋」という別称もある。
- 42) 徐 (2019)、2 頁。
 - 43) 中原とは、中華文化の発祥地である黄河中下流域にある平原地帯を指し、河南省の大部分と、山東省、山西省、河北省、陝西省など近隣の省の一部を中心とする地域である。中原文化とはこの中原で生まれた文化である。
 - 44) 歌酒は、一般的に歌をうたい、酒を飲むことを指す。日本には、酒盛り歌が存在し、素人が宴席で歌われる歌として広く認知されている。酒を飲むときの歌 (drinking songs) は世界中様々な言語で存在し、飲酒の際に参加者が一緒に歌う歌もあれば、吟ずる詩もある。
 - 45) 趙 (2018)、59 頁。
 - 46) 趙 (2018)、131 頁。
 - 47) 神崎 (2006)、135~136 頁。
 - 48) 「互助頭曲」という銘柄名の「頭曲」は、初めての嫁入りの「頭娶」とは同音異字であるため、縁起の良い銘柄となる。同じ酒造メーカーの「互助二曲」という銘柄は、再婚という意味の同音異字があるため、結婚宴会には使わない。
 - 49) 斤は中国をはじめ、アジアにおいて広く使われる尺貫法の質量の単位である。伝統的には 1 斤 = 16 両と規定しているが、中国は各時代において標準が異なる。中国では 1959 年以降、1 斤 = 10 両 = 500 グラムと規定されている。
 - 50) 中国郷村発展志願服務促進会 (2022)、6 頁。
 - 51) 農林水産省の「酒造好適米の農産物検査結果 (生産量) と令和 5 年の生産量推計」によると、2023 年の銘柄別生産量において、山田錦は 34,891 トンで、最も生産量が多い酒米である。次いで、五百万石の 17,332 トン、美山錦の 4,478 トン、雄町の 3,152 トン、秋田酒こまちの 2,354 トンである。詳しくは (https://www.maff.go.jp/j/seisaku_tokatu/kikaku/sake_r5seisan.html 2024 年 12 月 5 日アクセス) を参照されたい。
 - 52) 「権」という文字は専売を意味することから、「権酒」は酒の販売を独占することとなる。中国では、財源確保のため、茶葉、塩、酒などを専売の対象としてきた。
 - 53) 梶 (2013)、46~47 頁。
 - 54) 国税庁 (2024)、1~3 頁。
 - 55) 小泉 (2021)、165~166 頁。
 - 56) 『東京往事』は、松原岩五郎が 1893 年 (明治 26 年) 刊行の著作『最暗黒之東京』 (民友社) をベースに再刊行した『最暗黒の東京』 (岩波文庫、1988 年) を中国語に翻訳した書籍である。
 - 57) 宋時代の僧侶・佛印和尚の詩に由来する。すなわち、酒と女と金と器量に

気をつけようという戒めで、この四つの欲望は人間の欲望のうち最も危険なものである。

- 58) 宋時代から流行した訓戒詩である。人間は4種の欲望を制御することができなければ、酒が毒薬、女色が凶刃、金は虎のような猛獣、器量は禍根に化けるものになり、その弊害を大いに受けるという意味である。
- 59) 殷王朝は商王朝ともいう中国古代の王朝である。この王朝では酒の消費量が多く、祭祀の際に大量の酒が使われていた。青銅で造られた様々な酒器も出土されたため、その時代に飲酒が一般的な社会行為だと推測されている。最後の王である商紂王が酒と女色に溺れ、奢靡な生活を送って国を滅ぼしたことから、西周王朝による禁酒令の発布については歴史書の『史記』に記載されている。
- 60) 呉 (2018)、90頁。

参考文献

[中国語文献 (ピンイン順)]

- 坂口謹一郎 (2013) 『日本の酒』四川人民出版社。
- 李 尋 (2020) 『酒的中国地理』西北大学出版社。
- 馬林諾夫斯基 (Bronisław Kasper Malinowski) (1987) 『文化論』中国民間文芸出版社。
- 松原岩五郎 (2023) 『東京往事』四川人民出版社。
- 呉 宜熙 (2018) 『日本酒文化研究述評』江蘇人民出版社。
- 徐 新建 (2019) 『酔与醒：中国酒文化研究』陝西師範大学出版社。
- 趙 得録 (2018) 『話酒：關於酒、青稞酒和青海酒文化』青海民族出版社。
- 鄭 也夫 (2015) 『文明是副産品』中信出版集团。
- 中国郷村發展志願服務促進会 (2022) 『中国青稞産業發展藍皮書2022』研究出版社。
- 「青稞の酒」『休閑読品』2021年第2期。

[日本語文献 (五十音順)]

- 梶 善登 (2013) 「酒税制度の概要及び論点について：アルコール関連問題及び経済理論からの視点」『レファレンス』7月号、3-66頁。
- 神崎宣武 (2006) 『酒の日本文化：知っておきたいお酒の話』角川ソフィア文庫。
- 胡 金定 (1998) 「酒の中国文化」甲南大学言語文化センター『言語と文化』(2)、61-72頁。
- 小泉武夫 (2021) 『日本酒の世界』講談社。
- 国税庁 (2020) 『「清酒」と「日本酒」について』(<https://www.nta.go.jp/taxes/sake/hyoji/chiri/pdf/0020006-141.pdf> 2024年12月1日アクセス)。
- 国税庁 (2024) 『酒レポート (令和6年6月)』(<https://www.nta.go.jp/taxes/sake/>

- shiori-gaiko/shiori/2024/pdf/0002.pdf 2024年12月10日アクセス)。
坂口謹一郎 (2007)『日本の酒』岩波書店。
沈 怡芳 (1997)「中国名白酒について」日本醸造協会・日本醸造学会『日本醸造協会誌』92 (2)、138~139頁。
新潟大学日本酒学センター (2022)『日本酒学講義』ミネルヴァ書房。
花井四郎 (1994)「中国の白酒と香気」日本醸造協会・日本醸造学会『日本醸造協会誌』89 (1)、53~59頁。
李 連栄 (2006)「中国青海省チベット族の民俗文化：他民族との交流と融合」愛知大学コミュニケーション学部『文明21』(17)、75~89頁。
(一財)自治体国際化協会北京事務所 (2014)「中国における酒文化の発展と酒市場の現状」『CLAIR REPORT』No.401 (<https://www.clair.or.jp/j/forum/pub/docs/401.pdf> 2024年12月10日アクセス)。

キーワード

日本酒、青稞酒、酒の文化、社会学、酒と社会