

はしがき

ちからもち、だいりもち、けんけいもち、あいかもち、せんなりもち
力餅、大力餅、弁慶餅、相生餅、千成餅：おおよそ団塊ジュニア以上の世代で関西に住んだことのある読者であれば、どこかでこれらの食堂の名前を見聞きしたことがあるだろう。麺類・丼物といった店内飲食メニューに加えて店頭でおはぎやあんころ餅、おいなりさんや赤飯などを販売し、名前に「餅」がつく昔ながらの大衆食堂である。⁽¹⁾本書では、これらの大衆食堂を便宜的に「餅系食堂」と称することにしよう。一九九五（平成七）年の『京都新聞』によると、当時京都府内（京都市及びその近辺）では上記五つの餅系食堂を合わせて約一三〇軒、大阪には約一〇〇軒の力餅が存在したという。⁽²⁾近年、特にコロナ禍以降は急激に店舗数が減りつつあるが、ひと昔前までの京阪神都市圏の下町商店街にたいはい一軒はこの手の餅系食堂があり、人々の生活に溶け込んで庶民の食文化を形作ってきた。

本書は力餅を中心とした関西の餅系食堂のモノグラフ研究である。

社会学とは「自明なもの (taken-for-granted) を疑う」学問であるとよく言われる（シュッツ 一九三二＝二〇〇六：三二）。筆者自身を含め、おそらく一定以上の年齢層の人々にとつて、大衆食堂とは自明性（あたりまえ）の塊である。一地域住民、あるいは一常連客という立ち位置でみると、大衆食堂の自明性とは、平易に表現すれば「いつもの味が、いつでも食べられて、当然のようにそこにあるもの」である。だからこそ、長らく行きつけにしていた大衆食堂の閉店の貼り紙に、人々は動揺する。それは、この手の大衆食堂が、「この週末力餅食べに行くねん」というようにことさら予定立てて行くところではなく、「力餅か…、一昨日行ったな。…い

や三日前やったかな」というほどには地域住民の日常生活の中に溶け込みきった存在だったからである。

大衆食堂の自明性には二つの相がある。一つは、そこでいたただくメニューであり味であり組み合わせである。大阪在住の筆者にとって、優しい出汁の香りがする「昔ながら」の餅系食堂におはぎやおいなりさんがある風景は自明である。おうどんを食べながら自分のお腹と相談して、おいなりさんを一個、もしくはおはぎを一個追加注文すると、女将さんが店頭のショーケースの扉を開けて、ちよつと屈んで商品を取り小皿に乗せて持ってきてくれるまでの一連の動作も自明である。

かとうまひろ 加藤政洋・〈味覚地図〉研究会(二〇二三)は、京都にある前記の餅系食堂を含む「麺類・丼物一式」の食堂を、東京の蕎麦屋に類する存在と位置づけて「京都食堂」と呼んでいる。この「京都食堂」の特徴は麺類・丼物に限らない豊富な品揃えであり、いなり寿司や巻き寿司といった「寿司もの」、焼きめしやカレーライスといった「洋皿」、そして餅の入ったうどんをはじめとしておはぎや赤飯といった餅米を扱うメニュー、その他甘味類などが例として挙げられている(加藤・〈味覚地図〉研究会二〇二三・一一一―一三)。異なる食文化との出会いによって、大衆食堂の一つ目の自明性は比較的たやすく相対化される。

大衆食堂の自明性のもう一つの相は、「昔ながら」の食堂を営む大将(経営主)と女将さん——関西ではおそらく、食堂の「おっちゃん」と「おばちゃん」のほうがしっくりくるが——の存在そのものである。地域の常連客にとって自明であるのは、大将と女将さんは「いつだってそこにおいて、いつ行っても変わらない味を提供してくれる」ことである。

だが改めて考えると、彼らはいかなる来歴を持ち、どのような経緯でそこに自分の店を構えるに至ったのだろうか。いかなる社会関係の中に生き、日々どのような思いで商売を営んできたのだろうか。大衆食堂の社会史を編むことで本書が解きほぐしていきたいのは、この大衆食堂の自明性の後者の相である。

大衆食堂とは地域に根差した商売である。提供されるメニュー一つとっても、その食堂が存在する地域社会



写真 往時の力餅食堂
(大阪府守口市)

入口両側に店内飲食メニューとおはぎ等店頭販売用のショーケースがある。

出所：小林正司氏提供。

とその土地の食文化を映し出すのが常である。そのため、関東の読者にとつて、本書の描き出す餅系食堂の世界は、おそらくそこまで腑に落ちるものではないかもしれない。

漫画家・エッセイストの東海林さだおのエッセイ『大衆食堂に行こう』（二〇二二）に収録された東海林と定食評論家今椋二の対談には興味深いくだりがある。東海林が今に対して「京都へ定食を食べに行く」というテーマを考えたことがある、と言うと、全国の定食を食べ歩いてる今が、「ああ、京都は定食がいらしいですね」と「力餅食堂」と「せんなり（千成餅）食堂」の名前を挙げ、力餅（餅入りうどん）とおはぎ、その他赤飯やきなこ餅があることを伝える。すると、東海林は次のように一刀両断するのである。

「そういうのはぼくちよつとやだな（笑）。定食屋つてやつぱり男っぽい、雰囲気がいい。そういうとこで甘いもん出してもらっても困る」（東海林 二〇二二・一三三）（傍点筆者）

興味深いのは、東海林が甘党ではないようだ、という話ではない。東京出身の東海林にとつて、「安くて、うまくて、人情があり、物語もある」「僕らの味方」の大衆食堂に求める「男っぽさ」とは、一九七四（昭和四九）年から四〇年間にわたって『毎日新聞』に連載された東海林の四コマ漫画『アサッテ君』に登場する小市民感あふれる「平凡」な、でもワ

イシャツを着てネクタイを締めたサラリーマンの「男っぽさ」であった。⁽³⁾

ひるがえって関西の大衆食堂はどうだろうか。もちろん、関西の食堂にも「アサツテ君」はそこかしこにいるだろう。だが関西の大衆食堂ではなじみ深い、麺類と御飯という「炭水化物×炭水化物」定食——餅系食堂ではさらにデザートまで炭水化物（おはぎ）である——は、それがサラリーマンよりは身体を使って働く労働者の「胃袋」に応じて作り上げられてきた食文化であることを示唆している。関西の大衆食堂のメニューは、近代以降の京阪神都市社会が地方から膨大な労働者を吸収しながら発展してきた歴史を映し出す鏡である。

急増する労働者の「胃袋」に新たな商機を見出したのもまた、都会での成功を夢見て郷里から出てきた地方出身者であった。餅系食堂のルーツは兵庫県但馬地方である。豊岡の町場でまんじゅう屋を始めた農家の長男池口力造が明治中頃に京都で開業した力餅は売れに売れ、郷里からの連鎖移動と住み込み従業員の暖簾分けで店舗数を拡大していった。そのプロセスで派生していったのが冒頭に挙げた餅系食堂である。

本書では、農村―都市移動者としての餅系食堂経営主の社会史を通じて、彼らの経験した「近代」の風景をみることにしたい。序章では、まず近代日本の移動と家族変動、自営業をめぐる先行研究を踏まえて本書の研究上の論点を示す（特に関心がない場合は、序章を飛ばして第1章から読み始めていただきたい）。第1章は餅系食堂関係者の出身地である但馬地方とそこからの都市移動のライフヒストリーを、第2章では住み込み従業員として出てきた彼らが暖簾分けをし「一国一城の主」となるまでのプロセスをみていく。第3章では、最も歴史が古く店舗数が多かった力餅の組合組織に焦点を当て、経営主たちが依拠する社会関係の論理が近代化していく様子を大阪の発展を踏まえつつ描き出す。続く第4章では、地域密着型商売である餅系食堂が、地域社会のなかでどのように商売と子育てを行ってきたのかを考察する。第5章では、社会環境の変化と暖簾分け制度の衰退を背景に、餅系食堂の後継者不足が進む状況をみていく。終章では、コロナ禍を経て急速に店舗数が減少するなか、新たな展開を見せている令和の餅系食堂の事例を考察する。

なお本書では、方言および現代においてはやや「不適切」と感じられる可能性がある表現も特に加工・修正することなく用いている。それは、サラリーマン的な「立身出世」とは異なる「もう一つの立身出世」ルートで身を立ててきた餅系食堂の生きてきた生活世界の「自明性」が込められた言葉だからである。

注

- (1) 店舗によっては「餅」をつけなかったり、平仮名表記にしたりなど、店名には様々なバリエーションがみられる。
- (2) 『京都新聞』（夕刊）「なぜ？京でうけた『○○餅』」一九九五年二月二日。
- (3) 『アサッテ君』は一九七四年から二〇一四年にかけて『毎日新聞』朝刊で連載された四コマ漫画であり、一万三七四九回の連載回数は一般全国紙で最長である。