

〔研究ノート〕

現在の日本における茶のあり方， そして茶への一般的な意識について

シュミット・クラウディア・カロリネ

目次

- はじめに — 博士論文の紹介と本稿の目的
- 第一章 現在の日本における茶について
- 第二章 意識調査について
- 第三章 調査の第一問：茶への一般的な意識調査の結果について
- おわりに
- 参考文献

はじめに — 博士論文の紹介と本稿の目的

本稿は、現在、桃山学院大学文学研究科において筆者が作成中の博士論文の内容の一部を取り入れた研究ノートである。博士論文では「21世紀の日本における茶—そのあり方と意義—」をテーマとしており、茶が単なる飲料ではなく、現代に至ってもなお精神的部分が大きな意味合いを占めることを示す。論文において、歴史上の茶を顧みることを通して、現在の日本の茶のあり方を分析し、その日本社会に与える意義を究明する。筆者は、現在の日本社会における茶の研究は、日本の文化や習慣に関する日本人自

* 本学文学研究科博士後期課程

キーワード：茶，日本文化，日本社会，意識調査

身の意識を把握するための重要な鍵であると考えている。

本研究においては、理解を容易にするために、茶のあり方を複数に区分する。茶のあり方として、「道」として確立された茶道と煎茶道の二つ、「儀式用の茶」、「日々に飲用される茶」、そして「商品としての茶」の五つに区分する。

筆者はそれらのあり方を、茶の日常性、社会性、そして精神性という三つの側面から分析する。21世紀の日本における茶のあり方を、この三つの側面によって、どのように位置付けることができるか、どのような点が現在の社会で重要になってくるのかを中心に研究する。

筆者は主に茶の精神に注目し、それは茶道や煎茶道に限られたものではなく、「日々に飲用される茶」にも含まれるものとして捉えている。筆者の研究に大きな影響を与えた角山榮は、茶の精神としてCHA精神を挙げ、Communication, Hospitality, Association（触れ合い、もてなし、人間関係の形成の精神）として定義する。様々な店で出される無料の茶、家庭、社交の場などでの茶には、CHA精神が表現され、もてなしを通じて、コミュニケーションや人間関係の形成の仲介としての役割を果たしている¹⁾。

もてなしの理念はいわゆるサービスとも関係してくるが、この二つの境界線は曖昧である。筆者はもてなし（ホスピタリティー）とビジネス的なサービスという言葉の相違点を分析する。

さらに、グローバリゼーションの過程のなかで、人々は文化的なアイデンティティーを求める傾向が強くなってきている。その文化的アイデンティティーは茶の歴史とも関連し、歴史上の問題（茶道の格式化、国民国家論の枠で行われた茶道研究等）にも繋がっている。現在のグローバリゼーションの過程で、日本の人々は自らのアイデンティティーを茶の精神に求めることもありうるが、そのアイデンティティーとは何であろうか、そしてそれがどのように茶と関係するかという点も博士論文の中で考察する。

現在の日本における茶のあり方、そして茶への一般的な意識について

筆者は2012年に日本人がもつ茶への意識を検討するために、意識調査を実行した。その意識調査の第1の質問では、茶に対する一般的な意識について回答を求めたが、その結果について本稿の第二章の中で論じたい。それに先だつてまず第一章では、21世紀の日本に存在する茶のあり方について概括的に述べることにする。本稿の目的は、現在の日本人がもっている茶への一般的な意識を明らかにすることである。

第一章 現在の日本における茶のあり方について

現在の日本に存在する茶のあり方は、上に述べたように、茶道、煎茶道、「儀式用の茶」、「日々に飲用される茶」、そして「商品としての茶」に区分される。その他には「薬としての茶」も茶のあり方として考えられる。「薬としての茶」は実はもっとも古いあり方であるが、現在はあまり残っていない。現在は、薬と意識されるよりもむしろ、健康にも良い効果のある飲料として飲まれていると考えられる。そこで、「薬としての茶」は「日々に飲用される茶」の一部に含まれているものとする。

現在、存在している茶のあり方のうちの二つは「道」として成立している。一つ目の「道化」した茶は茶道であり、茶道は戦国時代の下剋上を背景に生まれたため、共和と人間平等の表現でもあったはずである²⁾。ところが、江戸時代には、茶道が大きく変容し、厳格な身分制度に適應するようになり、家元制度ができた。それは茶道を格式化に導き、現在に至ってなお茶道は格式化したまま固定している³⁾。それに加えて近代になると、特に大戦後に、二つの変容が起こった。まずは、茶道は芸能であるというパラダイムが生まれたことである⁴⁾。ところが、そのパラダイムに対して、茶道はただの芸能ではなく、「心を深める道」であるということも強調されている。だが、芸能としての捉えかたは現在にいたっても根強く続いている⁵⁾。そして、もう一つの変容は、茶道が女性の花嫁修業の一つになっ

たことである。しかし、バブル経済が終焉してからはその傾向も弱まり始めた。現在の茶道をみると、学校関係やクラブ活動で茶道を学ぶ人が少なくない。三千家を中心とした家元は、クラブ活動の支援や免許状制度の成立などによって、茶道人口を増やそうと努めているが、それでも現在は茶道人口が減少していることは見逃すことができない。

二つ目の「道化」した茶は煎茶道である。元来、煎茶道は江戸時代の知識階級を中心とした茶のあり方であり、江戸時代に格式化した茶道への反発、そして中国文化の流行の中で生まれた。煎茶道は中国の茶および文化（詩、美術など）から影響を受けたものである⁶⁾。現在の煎茶道の特徴としては、流派が極めて多いことがあげられる。それらの流派の協力で宇治黄檗山萬福寺を中心とした全日本煎茶道連盟が設立されたが、煎茶道は主に近畿、関東と東海地方に盛んであるものの、煎茶道人口は茶道のそれに比べると極めて少ない⁷⁾。

三つ目の茶のあり方として「儀式用の茶」を揚げたが、それは大きな儀式だけをいうのではなく、一般の人々の生活に関係する小さな「儀式」をもいう。茶はもともと仏教との繋がりが強いものであり、仏教の儀式では今でも使用されている。仏教にかかわって使用される茶は寺に限られるわけではない。一般の人々も仏壇に茶を供える⁸⁾。そして葬式では、茶を愛した死者に供える習慣があり、香典返しとしても茶が多く使用されている⁹⁾。仏教にかかわらない場合にも「儀式用の茶」は存在する。それは、贈与としての茶であり、中元、歳暮などの習慣的な挨拶に使用される場合がある。それよりもさらに「儀式」として考えられるのは、九州を中心に行われる結納茶である¹⁰⁾。また同じように、西日本において、茶は結婚の祝いの贈り物としても使用されている¹¹⁾。

最後に「毎日の茶」をさらに二つに区分した。すなわち「日々飲用される茶」と「商品としての茶」である。日本において茶は長い間、上層階

現在の日本における茶のあり方、そして茶への一般的な意識について

級に限られての物で、一般人が茶を飲用しはじめたのは、17世紀初頭のことであり、それは農村での自家用の栽培から始まり、19世紀になって大衆化した¹²⁾。当時の茶は現在とは異なり、製造法も摂取方法も現在よりは多様であった。沖縄のブクブク茶、島根のボテボテ茶、あるいは奈良と和歌山の茶粥など、伝統的な茶の飲食方法が地域的に残っている。一般的には番茶の製造法と飲み方は、時代にもなって大体統一されたが、その代わり、茶の種類は豊かになったともいえる¹³⁾。つまり、「日々飲用される茶」は、日常で自由に飲まれる茶のすべての種類を指しており、番茶に限らず、紅茶、緑茶そして代用茶でもある。茶が飲用されるのは家庭、職場、学校、社交の場などででも、店ででもあるが、店では茶が無料で提供される場合が多いのである。

最後に区分した茶のあり方は「商品としての茶」である。「商品としての茶」は、購入後にすぐに飲用できる茶を意味する。ここでは、筆者は主に「茶を飲料用とした商品」と「茶の葉の形状を変えて利用した商品」に注目する¹⁴⁾。

日本における茶の商品化の第一歩は「一服一銭」と呼ばれた立ち売りや茶屋、そして明治時代からは喫茶店から由来している¹⁵⁾。喫茶店では、コーヒーと同時に、洋酒、洋菓子などの軽食、そして紅茶が販売されていたが、現在では商品として提供されている茶は紅茶だけに限らず、抹茶ラテなどの茶ドリンクも一般的に普及している。ところが、現在は個人営業よりフランチャイズ喫茶店のほうが流行している¹⁶⁾。フランチャイズ喫茶店ではセルフサービスが特徴であるため、店員と客との関係が薄い。また、茶の商品化については、幕末には輸出のため茶業が成立し、さらに最近の歴史を見ると、1981年から始まった缶やペットボトルの茶販売、そして自動販売機による販売制度で飛躍的な進歩をみた¹⁷⁾。ここでは、茶をいつでも、どこでもすぐに飲用できる便利さが注目される。ところが、現在では「商

品としての茶」にも「日々に飲用される茶」にも、農薬、さらには福島原発事故による放射能汚染も問題として見逃すことができない。

第二章 意識調査について

21世紀においても、日本人の生活のなかで茶は欠かせない存在であると考えられる。しかし、それでは、当の現代の日本人は実際に茶を生活に欠かせないものとして意識しているのだろうか。この疑問を解決するため、本章においては、筆者が実施した意識調査に基づいて日本人が茶について持つ意識について検討する。

この調査は2012年の2～11月に行われたもので、調査票は筆者個人によって作成され、配布された。調査対象の年齢層は10代から80代までであり、合計で400人に調査票が配布された。さらに、茶は主として女性が学ぶものであるという捉えかたがあるため、調査対象の性別構成にも配慮した。調査対象は筆者自身の周りの人々とそれらの家族であったため、年齢と性別によって回答者の人数も異なっているが、それぞれの年代に男性も女性も含まれているようにした。さらに、筆者自身は大学の課外活動として茶道を学んでいるため、回答者にも茶道に関わりのある人が多かった。よって、本調査の対象者の回答が日本人の意識を全面的に代表しているとは考えられないことも、調査結果の分析の際に念頭においておく必要がある¹⁸⁾。また、調査地域も筆者が居住している関西地方に限られ、主に大阪府となっている。その意味でも、本調査の結果は日本全体における人々の茶についての意識を表しているものとはいえない。

調査の分析については、回答者の年齢と性別、そして茶道経験者と非経験者（＝第Ⅳ問）をそれぞれ別々に行った。それは、年齢や性別、茶道や煎茶道の経験の有無によって人々の意識が異なっているかどうかを確認するためである。

現在の日本における茶のあり方、そして茶への一般的な意識について

本稿で分析する意識調査の第I問は自由回答を求めた質問であるが、400人の回答をすべて引用することは困難であるため、回答を分析するために、キーワードを使いながら行うことにする。回答の中でもっとも多く現れる言葉をキーワードにし、これらのキーワードによって分析する。もっとも多く表れた言葉は「キーワード群2」と名づけたカテゴリーにまとめ、それをさらに象徴化した上で、「キーワード群1」にまとめた。

まずは調査の回答者は、もっとも多い年齢が20代の114人（28,5%）で、40代（80人、20%）がそれに次ぐ（図1を参照）¹⁹⁾。回答者の最も少ない年齢は80代の12人（3%）で、70代も17人（4.3%）と80代の回答者数をわずかに上回るに過ぎない。この2つの年齢層は人数こそが少ないが、回答内容が他の年代と非常に異なっている。そのため、70代と80代の回答は個別に分析した。次に少ない年齢層は10代であるが、それは、筆者が調査票を18歳以上の人に配布したためである。30代（44人、11%）、50代（59人、14,8%）および60代（49人、12%）は人数がもっともバランスがとれている。

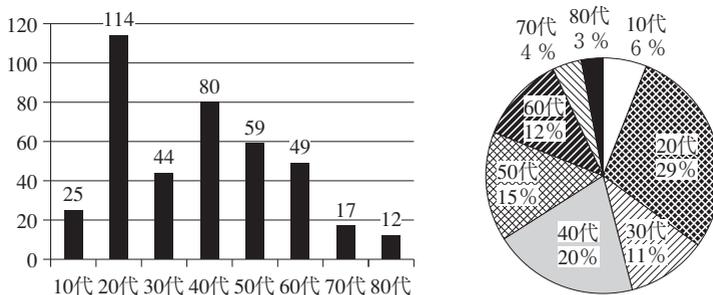


図1 回答者の年齢（人数と割合）

回答者の性別を図2に見ると、女性は260人（65%）で、男性は140人

(35%) と、女性が大半を占めている。回答者を年齢と性別によって分けると、20代から50代までは女性のほうが多く、10代と70代は男性のほうが多い。30代では男女の割合が73%対27%でもっともバランスが悪く、80代はともに50%でバランスがもっともよく取れている。

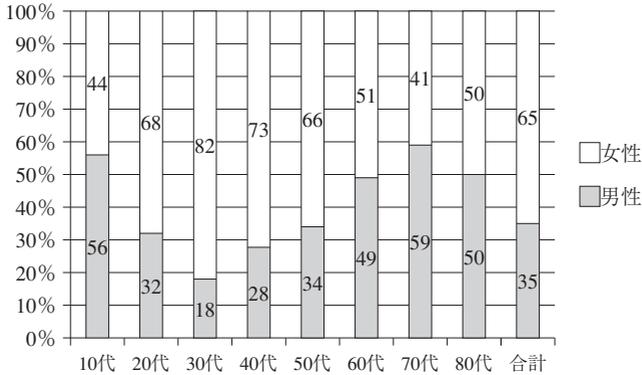


図2 年齢による男性と女性の割合

対象者の居住地域（表1を参照）は、大阪が293人（73.25%）で大半を占めている。次に多いのは和歌山（69人、17.25%）である。京都（14人、3.5%）、奈良（11人、2.75%）、兵庫（8人、2%）に住んでいる回答者もいた。その他には、岡山、滋賀、香川と高知がそれぞれ1人、千葉の1人もいる。つまり、大阪府が73.25%で大半を占め、他県は合計で26.75%にとどまっている。

	大阪	和歌山	京都	奈良	兵庫	岡山	滋賀	香川	高知	千葉
人数	293	69	14	11	8	1	1	1	1	1
%	73.25%	17.25%	3.50%	2.75%	2.00%	0.25%	0.25%	0.25%	0.25%	0.25%

表1 回答者が住居している地域

調査では回答者をさらに茶道や煎茶道の経験者に区分した。他の質問の

現在の日本における茶のあり方、そして茶への一般的な意識について分析の為にも極めて重要な区分である。それは茶道や煎茶道を経験しているかないかで、それぞれ茶に関する意識の持ち方が異なってくる可能性があるためである。

それらの答えを見ると、約62%（249人）が茶道や煎茶道を学んだことがないことがわかる。学んだことがあると答えた人が37.8%（141人）と比較的多かったのは既に述べたように、大学の課外活動で茶道を習っていた筆者の周りの人々が回答者であったことが要因であり、従ってこの数字は、決して現代の日本社会全体における茶道経験者の多さを表しているわけではないことに注意されたい。茶道や煎茶道を学んだ回答者では、図3に性別の分布が見られるように、女性（47.3%）は男性（20%）の倍以上にのぼり、「道化」した茶が現代においても女性が学ぶものであるということがわかる。

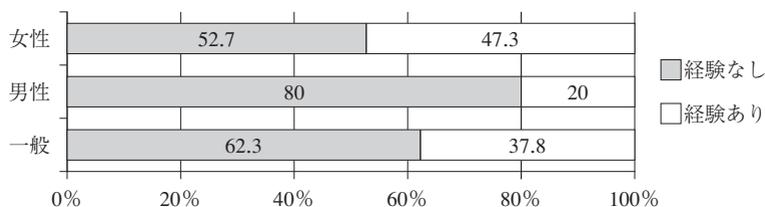


図3 茶道および煎茶道の経験 — 男女別 (%)

次には、茶道および煎茶道の経験を年齢別に見ていく。図4が示す通り、茶道および煎茶道の経験者がもっとも多い年齢層は50代と60代でそれぞれ凡そ55%と占めている、80代は50%とそれに近い割合を占めている。経験者の最も少ない年齢層は10代（76%）で、20代が68%とそれに続く。筆者が大学の茶道部の部員にも調査票を配布したにも関わらず、10代と20代で経験者がもっとも少ないのは興味深いことである。年齢が高くなるとともに、茶道および煎茶道を学んだことがある人の割合も高くなるのが以上

の分析から一般的に結論付けられる。

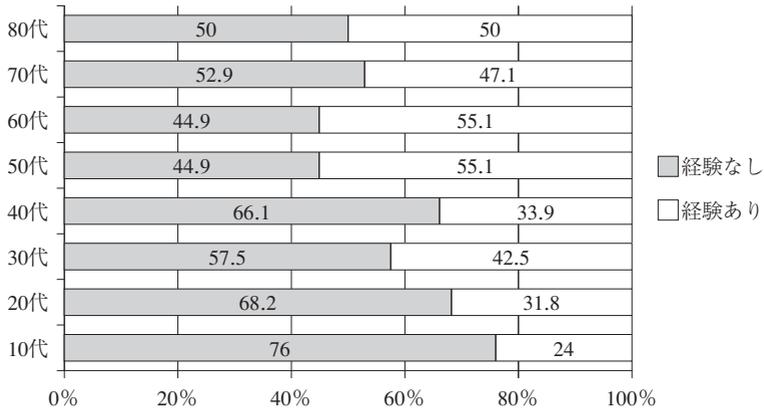


図4 茶道および煎茶道の経験 — 年齢別 (%)

第三章 調査の第一問：茶への一般的な意識調査の結果について

茶の一般的な捉え方を把握するために、まず調査の冒頭の第I問において、『お茶』と聞くと、何が思い浮かびますか?』という設問を設定した。この設問に対する回答の内容が他の質問から影響される可能性がありうるので、そのようなことがないよう、最初の質問で一般的なことを聞き、それによって回答者は茶について思い浮かぶことを他の要素にとらわれずに回答できるように配慮したのである。

もっとも多く表れた言葉は「キーワード群2」にまとめた。例えば、第I問の「静岡県、ウーロン茶、抹茶」という回答を見ると、「静岡県」という言葉を「産地、茶の歴史的な地」、 「ウーロン茶」を「茶の種類-その他」、そして「抹茶」を「茶の種類-抹茶」という「キーワード群2」と名づけたカテゴリーにまとめた。「キーワード群2」は「茶の種類-緑茶のみ」、「茶道」、「茶の種類-抹茶」、「茶の種類-他」、「日本」、「千利休」、

現在の日本における茶のあり方、そして茶への一般的な意識について

「菓子、おやつ」、「一休み」、「空間」、「もてなし、精神性」、「商品としての茶」、「家族、仲間」、「礼儀、正座」、「日常」、「食事、ご飯」、「文化、伝統」、「健康的」、「ティータイム」、「会議」、「感情、雰囲気+」、「感情、雰囲気-」、そして「コーヒー」である。

「キーワード群2」の言葉を、さらにそれを象徴化するために、「キーワード群1」に当てはめた。「キーワード群1」に含まれる言葉は第1章から第3章の考察に基づいている。すべての設問において同一で、「茶のあり方」(茶道、煎茶道、「儀式用の茶」、「日々に飲用される茶」、そして「商品としての茶」)、あり方に基づく日常性、社会性、精神性の三つの側面、そして「茶の捉え方」(文化としての茶、芸能としての茶、日本のものとしての茶)に則って、「茶のあり方」、「日常性」、「社会性」、「精神性」、「茶の捉え方」、そして「その他」である。

茶のあり方の五つのうち「儀式用の茶」と煎茶道に関係する二つの項目に回答が現れなかったため、それらは「キーワード群2」に含まれていない。「キーワード群2」に含まないとはいっても、それらの茶のあり方が現れていないことを分析結果の一つとして示すため、後にその点に改めて注目することにする。分析では、上に挙げたようなキーワードが表れる頻度をカウントし、茶への一般的な意識について考察する。

表2は第I問の結果を示す。これを見ると、「探索ワード」と呼ばれる調査の中から探索した言葉のすべての言葉を分析することは困難であるため、回答に現れる言葉をまとめ、そして、もっとも頻繁的に現れる言葉、そして興味深い言葉のみを表に挙げた。カウントされた言葉は名詞、動詞、そして形容詞で、合計で112語³⁰⁾である。それらの112語を「キーワード群2」にまとめた。ところが、キーワード群にまとめても、「緑色」、「小林一茶」、「和歌山的」などが少数の「キーワード群2」も現れ、すべてを分析することは困難であるため、分析において必要でない言葉をさらに削っ

た。回答者には、一つの言葉を挙げた人も、複数の言葉を挙げた人も、そして回答をしなかった人もいた。その結果、カウントされた言葉は合計で467語である。

「キーワード群1」	「キーワード群2」	%	合計
茶のあり方	茶の種類－緑茶（煎茶と焙じ茶を含む）	17%	49%
	茶道	10%	
	茶の種類－抹茶	8%	
	千利休	6%	
	茶の種類－他	4.5%	
	「商品としての茶」	3%	
	健康的	1.1%	
日常性	一休み	5%	18%
	菓子、おやつ	4%	
	空間	3%	
	食事、ご飯	2%	
	日常	2%	
	ティータイム	0.4%	
	会議	0.2%	
社会性	家族、仲間	3%	3%
精神性	他の精神性、もてなし	3.0%	6%
	礼儀、正座	2.8%	
茶の捉えかた	日本	6%	9%
	文化、伝統	2.1%	
	海外（中国、イギリス）	0.4%	
その他	感情、雰囲気+	8%	16%
	産地、歴史的な場	6%	
	感情、雰囲気	1.1%	
	コーヒー	0.6%	

表2 茶の一般的なイメージ（467語＝100%）

まずは、「茶のあり方」を指している言葉は49%で最も多いことがわかる。その中でも、茶の種類が思い浮かべた人が最も多く、緑茶（煎茶と焙じ茶を含む）は17%で一位を占めている。他の茶の種類では、抹茶が凡そ8%で二位を占め、他の茶の種類は4.5%で、その中で麦茶（14名）とウー

現在の日本における茶のあり方、そして茶への一般的な意識について

ロン茶（10名）が多く現れる。紅茶（4名）は比較的少なかった。この結果により、茶と聞くと、まず「日本茶」と考えられていて、緑茶や抹茶がもっとも思い浮かびやすいことがわかった。茶の種類次に思い浮かびやすいのは、茶道である。茶道という「キーワード群2」は10%を占めている。さらに興味深いのは、「千利休」という「キーワード群2」が7%で少なくなかったことである。千利休は茶道の歴史的な人物であるため、千利休と記述した回答者は茶と聞くと、飲み物としての茶を意識するだけでなく、その歴史をも強く意識されていると考えられよう。さらに、抹茶という言葉で記述した人も、抹茶を茶の種類として考えたというだけでなく、茶道で使用される茶としての抹茶を思い浮かべたと考えることもできる。しかし、最近では、抹茶アイスや抹茶パフェなどスイーツとしての抹茶が若い人の中では広がっているため、抹茶は茶道だけを指しているとは限らないということにも注意すべきであろう。総じていえば、茶で茶道を連想している人は極めて多いといえよう。それに対して、煎茶道を回答した人は一人もいない。緑茶を記述した回答者の記述には、「緑茶」、「煎茶」、そして「焙じ茶」という言葉も見られ、その中の14名は「煎茶」を思い浮かべている。ところが、煎茶道そのものへの意識は極めて薄いものである。茶のあり方を表すキーワードを記述した回答者の中でさらに興味深いことに、「商品としての茶」を意識していると思われる回答3%も見られた。それらの回答に含まれる言葉は「ペットボトル」（5名）、そしてペットボトル茶の会社名、あるいは商品名である「お〜い、お茶」（5名）、「爽健美茶」、「伊藤園」、「伊右衛門」（それぞれ1名）である。『「お〜い、お茶」のCMが思い浮かぶ』という回答もあり、茶業界の宣伝が実際には消費者の意識に強く影響していることがわかる。

その反面、茶が「健康的」あるいは「ヘルシー」なものであること、つまり茶の効能を意識している人は凡そ1%しかおらず、「薬としての茶」

という考え方は現代では希薄になってきている、あるいは当たり前すぎて、意識されなくなっていることが、ここからわかる。あるいは、「薬としての茶」は「毎日の茶」のあり方である「日々に飲用される茶」と「商品としての茶」の一部になっているとも考えられよう。

「儀式用の茶」に関しては、本調査で回答された限りでは、人々の意識にまったく上ってこなかったことが、興味深い。ここでは、「儀式用の茶」は前述したように地域によって慣習化されているところとそうでないところがあることがあらためて注意される。このことを考えると、本調査が実行された地域は関西、主に大阪府であるため、結納茶を意識する人が多くないのは当然であろう。さらに、仏教で使用される「儀式用の茶」も、仏壇に供える茶以外は、仏教関係、あるいは葬式関係の仕事をしなない限りは、あまり思い浮かばないのだと考えられる。仏壇に供える茶に関しては、仏壇に供えない人、あるいは仏壇を家に持っていない人も増加していると考えられる。現代では茶の淹れ方すらわからなくなっている人が増えているということも考慮すべきであるかもしれない。それに対して、仏壇に茶を供える人々は、その行為を日常の所作の一つとして、無意識に行っているとも考えられる。「儀式用の茶」が人々の意識に上らなかったことについては、以上のように様々な側面から考察される。

茶のあり方に関係する回答の内容をさらに茶道あるいは煎茶道の経験者と経験のない人の別で分析すると、茶について連想されることも異なっていることがわかる（図4を参照）。主に、茶道経験者は、茶と聞いて茶道を連想する割合が10%近くも多いため、経験者は茶道を結びつける傾向が強い。さらに興味深いのは「商品としての茶」を連想する人の中に茶道あるいは煎茶道を学んでいる人はいない。その他の回答の結果については、茶道経験の有無で大きな差は見られなかった。つまり、茶道あるいは煎茶道を学んだ人のほうが、茶道を思い浮かべやすく、学んでいない人のほう

現在の日本における茶のあり方、そして茶への一般的な意識について

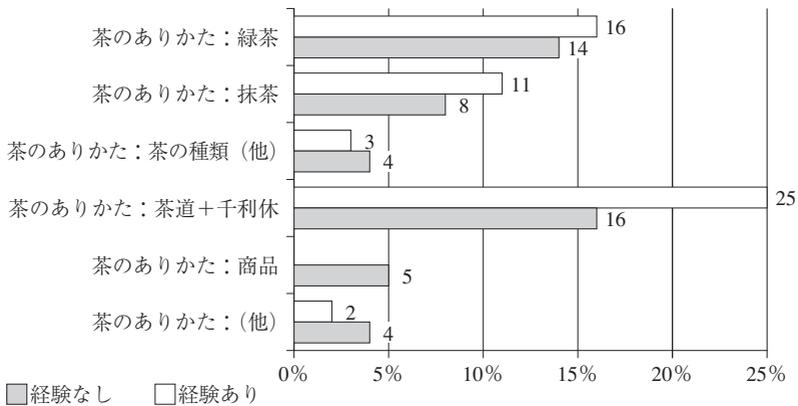


図5 茶の一般的なイメージ：「茶のあり方」-茶の経験（第IV問）別²¹⁾

が「商品としての茶」を意識しやすいのである。

続いて、「日常性」に関係する言葉も18%と多いため、それらの言葉を分析したい。その中でいえることは、一般的に茶は日常的なものであること、そして時間に関する言葉と空間に関する言葉が連想的に挙げられているということである。

茶と聞くと、直接日常を連想するという回答は、2%と多いとは言えないが、この回答を筆者は予想していなかったもので、極めて興味深い。時間や空間に関する回答をさらに細かくみていくと、さらに回答者の多くが茶を日常と結びつけている意識の様子が見て取れる。

時間に関する言葉としては、「一休み」、「菓子」や「おやつ」、「食事」や「ティータイム」が挙げられたが、そのなかでも、「一休み」は4.7%近くの連想された言葉を占める。つまり、茶は休憩の時間にとるものとして意識されており、無意識に日常的なものとして捉えられているのである。同じように、間食として定義される「菓子」と「おやつ」という言葉、あるいは、「おやつ時間」（4%）という言葉が挙げられた背景には、午後

に間食のための休憩の時にとるものとして茶が認識されているということの意味する。「ティータイム」という回答も同じことを指しているといえよう。さらに、食事という回答も3%があるため、茶は食事のときのものとしても考えられている。このように、茶がおやつや食事に付いてくる飲み物として認識されていることは、第3章の茶の日常性の分析に合致している。茶で会議を連想した回答者も一人あった。茶は休みの時間に留まらず、仕事の時間と空間にも浸透していることがその回答によって明らかになる。このような回答は他にはなく、普段には意識されていない現象であることが考えられる。空間に関係する回答も3%にのぼる。「空間」という言葉以外にも、「茶室」、「家庭」、あるいは「喫茶店」という空間を表す言葉が連想されている。「家庭」（2名）と「喫茶店」（6名）は日常的な空間として連想されていると考えられるのに対し、「茶室」（3名）は茶道、つまり非日常的な空間がこれによって連想されているといえよう。茶室は茶に使用が限定された空間ではあるが、その非日常性ゆえに本調査の「茶と聞けば何を連想するか」という問いに対し、わずかな回答例しかなかった。反面、茶とは必ずしも直接関係がない「家庭」や「喫茶店」というような日常性の高い空間が、茶と結び付けられやすかった。それは、茶が回答者にとって日常的なものであるということの裏返しである。つまり、21世紀の日本人にとって、茶が日常的な存在として深く認識されているということが本調査によって明らかになったのである。

社会性への意識は日常性へのそれと異なり極めて希薄であることが、社会性に関連のある言葉が3%の回答にしか現れていないことからわかる。前述の「家庭」に加え、ここでは「家族」、「母親」、そして「主婦」（合計で5名）という言葉が挙げられている。さらには「友達」と「皆」、そして「お喋り」（8名）も茶と連想する言葉として記述されていた。つまり、茶の社会性への意識は比較的薄いものの、茶を飲むという行為がどのよ

現在の日本における茶のあり方、そして茶への一般的な意識について

うな社会的な背景で行われているかを垣間見ることができる。現代において茶が飲まれる社会的背景について、第3章では、家族より仲間同士のほうが中心になっていると説いたが、本調査の結果を見る限りでは、現代でも家族で茶が飲用されているという認識があることがわかる。さらに、「母親」や「主婦」という回答から、家庭内で茶を入れる人物は女性であるという茶の位置づけが今もやや残っていることがわかる。それは現代日本の女性の社会的位置をも反映している。

茶の精神性の側面への意識を裏付けるような言葉は、社会性への意識を背景とする言葉の倍以上挙げられたが、凡そ6%にとどまるため、これも社会性と同じように高くないといえよう。その中で、「礼儀」や「正座」（つまり茶道の客としてのマナー）への連想を指している回答は3%近くあり、他の精神性を表す言葉も3%を占める。これらのうち「もてなし」を連想したのは3名と極めてわずかにとどまった。その他の精神性で最も多くみられるのは「侘び寂び」（9名）である。「禅」を挙げた回答者も1名あった。つまり、もてなし精神より、茶道の美意識（美的精神）のほうが茶の精神性としてやや連想されやすいということである。禅への意識も極めて薄いとはいえ、いまだに残っている。もてなし精神は第2章にみられるように、「商品としての茶」以外にすべての茶のあり方に深く結びついているにも関わらず、回答者の意識の中で「もてなし」という言葉が茶とは結びつかなかったことが注目される。

これら茶の三つの側面の他に、茶の捉え方に関係する回答も9%で多く現れる。そのうちの6%は「日本」を占める。他の2%は「文化」や「伝統」を連想する言葉として回答者が記述した。一方で、茶の原産国である中国、そして紅茶の喫茶風習で有名なイギリスを思い浮かべた回答者は一名ずつしかいない。さらに詳しく見ると、文化や伝統を連想する回答者の100%が同時に日本を連想していたことがわかる。ここから、回答者が茶

を日本の文化、日本の伝統として捉える傾向が強いといえよう。「日本」を連想する回答者を茶道や煎茶道の経験の有無に別けると、どちらもほぼ同数である。そのため、茶道や煎茶道の経験の有無に関係なく、回答者は「日本」という言葉を連想したのである。つまり、日本人にとっては、茶は自国を連想させるものであり、自分の国のアイデンティティーと強くつながっていることがわかる。さらに、日本だけでなく、日本国内の茶の産地である静岡県、京都の宇治、そして茶の歴史の場として有名な堺も6%と少なくなかった。

その他の回答をみると、「落ち着く」、「寛ぎ」、「おいしい」など、茶とともに現れる感情や茶の雰囲気を表す言葉が多く現れ、その大半（8%）はプラスの感情や雰囲気を連想する言葉であった。マイナスの感情（主に「堅苦しい」）を表す言葉は1.1%と少数であった。回答者が「茶」と聞いて思い浮かべる言葉として挙げた回答の中で最後に注目したいのは「コーヒー」である。コーヒーは1%（3名）で極めて少ないが、茶と同時にコーヒーを思い浮かべる人がいることは、コーヒーが現代において茶に近い存在であることを表す興味深い現象である。

結 論

本稿では、日本人は茶を一般的にどのように認識しているかを考察した。茶と聞くと、最も思い浮かべやすいのは、茶のあり方に関連する言葉であり、その中でも「日々には飲用される茶」のカテゴリーに入る緑茶は最も多く挙げられた言葉であり、茶道はそれに次いで連想された言葉である。茶道は経験者にとっては極めて容易に連想されやすいものの、他の人々にも多く意識されている。「商品としての茶」に関係するペットボトル茶の商品名あるいは会社名もいくつか表れているため、「商品としての茶」は現在の個人主義社会の表れであろうが、21世紀日本においては人々の意

現在の日本における茶のあり方、そして茶への一般的な意識について
識にまで浸透しているほど、これが重要なあり方になっていることがわかる。ところが、「儀式用の茶」のあり方は回答にまったく表れていないため、長期的に忘れられる危険性の高いあり方であると考えられよう。その他に回答に表れていないのは「日々に飲用される茶」としての伝統的な飲
食法である。調査地域に含まれる奈良・和歌山には茶粥が伝統的な飲
食法として残っているにも関わらず、回答者たちは茶粥を連想しないのである。それも「儀式用の茶」と同じように忘れられる危険性があるのではないだろうか。

茶のあり方に対する意識の他に、茶の三つの側面である日常性、社会性、そして精神性を検討した結果、日常の言葉として連想されやすかったことがわかった。その反面、茶の社会性や精神性に関連のある言葉は連想されにくかった。その他にはまた、回答者が茶という言葉で「日本」を思い浮かべやすいことも明らかになり、このことによって、茶は自国のアイデンティティー形成に関連があることも示されたといえるのではなかろうか。

注

- 1) 角山 榮『茶ともてなしの文化』N T T出版、2005年、201-210頁。
- 2) 桑田忠親『茶道の歴史』講談社、1987年、41-109頁。
- 3) 同上、188-208頁。
- 4) 田中秀隆『近代茶道の歴史社会学』思文閣出版、2007年、44-66頁。
- 5) 柳田聖山『風狂と数奇』今野 達、佐竹昭広、上田閑照（編）『日本文学
と仏教一第五卷』岩波書店、1994年、277-279頁。
- 6) 桑田、前掲文献、188-197頁。小川後楽『煎茶入門』保育者、1976年、109-
117頁。
- 7) 高鳥尚堂『煎茶・その歴史』石川数雄（発行者）『続 一 煎茶全書』主婦
の友社、1976年、221-224頁。
- 8) 守屋 毅『茶の文化・日本と世界 一 その一 一 近世常民社会と茶の文化』
守屋毅『茶の文化 一 その総合的研究』淡交社、1981年、100-129頁。松下
智『日本の茶』風媒社、1969年、126頁。

- 9) 橋本 実『お茶の謎を探る』悠飛社, 2002年, 112-113頁。
- 10) 松下, 前掲文献, 200-203頁。
- 11) 橋本, 前掲文献, 113頁。
- 12) 守屋, 前掲文献, 64-69頁。
- 13) 同上, 67-88頁。
- 14) 全国茶生産団体連合会・全国茶主産府県農協連絡協議会「茶の利用 — 茶の新しい需要」『茶ガイド』2013年, <http://www.zennoh.or.jp/bu/nousan/tea/katsuyou01b.htm> (2013年11月5日確認)。
- 15) 橋本, 前掲文献, 98-99頁。林 哲夫『喫茶店の時代 — あのととき — こんな店があった』編集工房ノア, 2002年, 20頁。
- 16) 同上, 120-257頁。
- 17) 守屋, 前掲文献, 71頁。秋山野順子「進化するペットボトル緑茶は「にぎり」戦争」『朝日新聞グローブ — 世界とつなぐ日曜版 — The Asahi Shimbun Globe — Tea』(2013年1月20日発行), 6面。鷺巣 力『自動販売機の文化史』東京:集英社新書, 2003年, 174頁。
- 18) ところが, 筆者の周りにいる茶道の経験者は主に20代の人であり, 20代の回答者はもっとも多かったため, 茶道の経験の有無のバランスをとることができたと筆者は考える。
- 19) 20代の人が多いのは, 調査回答者は筆者の周辺の人々であったためである。
- 20) 「探索言葉」は以上に説いたように, 質問の回答に頻繁的に現れる言葉である。
- 21) 図4のデータは以上の言葉の探索とはやや異なっている方法で分析した。こちらの分析においては, すべての回答の言葉を含めて分析することは困難であるため, 回答によって, 一つの言葉だけに集中し, 分析を実行した。その言葉の選択については, 回答に表れる言葉で同類に最初の言葉を優先した。

参 考 文 献

- 小川後楽『煎茶入門』保育者, 1976年, 109-117頁。
桑田忠親『茶道の歴史』講談社, 1987年, 41-208頁。
高鳥尚堂「煎茶・その歴史」石川数雄(発行者)『続 — 煎茶全書』主婦の友社, 1976年, 221-224頁。
田中秀隆『近代茶道の歴史社会学』思文閣出版, 2007年, 44-66頁。

現在の日本における茶のあり方、そして茶への一般的な意識について

- 角山 榮『茶ともてなしの文化』NTT出版、2005年、201-210頁。
- 柳田聖山「風狂と数奇」今野 達、佐竹昭広、上田閑照（編）『日本文学と仏教 — 第五巻』岩波書店、1994年、277-279頁。
- 橋本 実『お茶の謎を探る』悠飛社、2002年、98-113頁。
- 林 哲夫『喫茶店の時代 — あのと き — こんな店があった』編集工房ノア、2002年、20-257頁。
- 松下 智『日本の茶』風媒社、1969年、126-203頁。
- 守屋 毅「茶の文化・日本と世界 — その一 — 近世常民社会と茶の文化」守屋毅『茶の文化 — その総合的研究』淡交社、1981年、64-126頁。
- 鷺巣 力『自動販売機の文化史』集英社新書、2003年、174頁。
- 秋山野順子「進化するペットボトル緑茶は「にごり」戦争」『朝日新聞グローブ — 世界とつなぐ日曜版 — The Asahi Shimbun Globe — Tea』（2013年1月20日発行）、6面。
- 全国茶生産団体連合会・全国茶主産府県農協連絡協議会「茶の利用 — 茶の新しい需要」『茶ガイド』2013年、<http://www.zennoh.or.jp/bu/nousan/tea/katsuyou01b.htm>（2013年11月5日確認）。