

訪日外国人と「お通し」

■日本人にはあたりまえの光景が？

このレポートを書くきっかけとなったのは、ある日筆者が都内の大手チェーン居酒屋で目にした、とある出来事である。

カウンターに腰かけ飲み物を注文すると、二人の外国人観光客が入ってきて私の隣に座った。続いてアジア系の団体客も。この店は卓上のコンロで魚介類を焼いて楽しめる。そんなライブ感が人気なのだろうと思っていると、注文した飲み物と「お通し」が運ばれてきた。

小さなかわいらしいザルにはキビナゴの干物が3本、練り物が2つ、どれもコンロで焼けという。往々にして、チェーン居酒屋ではプラスチックの小鉢にマカロニサラダといったおぎなりで腹立たしい(?) お通しが多い中、なかなか気が利いていると感心してさっそく炙り始める。ところが、隣に座った二人の外国人観光客にも、後ろに座ったアジア系の団体客にも、いつまでたってもお通しが運ばれてこないのだ。しかも、彼らもお酒を注文しているではないか。

帰り際、店員にお通しを出さなかった理由をたずねてみると「外国からのお客様へは、説明ができないのでお通しはお出ししていません」との回答。メニューを確認すると、お通しのことは確かに何も書いていない。しかし、彼らは私たち日本人客がそれを食べているのを見ている。お勘定にその分が加算されていることを知らないにせよ、なぜ自分たちにだけお通しが出ないのか? という疑問を持っているかもしれない。

■お通しとは

居酒屋をはじめ、酒を頼めばおおむね出される「お通し」だが、調べていくとこれほど明確でないものもない。起源は明治時代らしいという説もあるが明らかではない。ちなみに新聞記事のデータベースで検索してみると、1943(昭和18年)5月5日の朝日新聞に「酒場のお通しは十銭均一」という見出しの記事があったことから、少なくともそう歴史は浅くない。この記事では、戦争により食料が手に入りにくくなっていることから、酒飲みの気持ちにつけこんで、原価の低い粗悪なお通しを出し暴利をむさぼる店がある…と。マカロニサラダを思い出してひとり苦笑する。

語源の説もさまざまだ。注文が板場に「通った」ことから、とする説と、お客様を「お通し」するからという説が有名だ。ちなみに関西方面では「突き出し」ともいう。いずれにせよ、注文した料理が来るまでの「つなぎのツマミ」としての意味合いが強い。また、メニューに「酒類をご注文の方にはお通しとして●●円を頂戴いたします」と記載されている場合も、値段・内容ともにまったく記載や表示のない場合もある。

■お通しの値段と質

値段はだいたい 300 円程度から、高級な店では 1000 円以上することもあるそうで、2015 年 3 月にぐるなびが調査したところ、全国平均は 348 円だった。量や中身も店により千差万別、中には品目、量ともにすごいお通しが出てきて、料理を頼む必要がない店まであるらしい（それは単に「おまかせ料理」だと思うのだが…）。

そしてさきの調査には、客の 6 割が「高い」と感じているとも書いてある。確かに、美味しいものならいざ知らず、おざなりなものならなおさら、頼んでもいないものになぜ 400 円弱ものお金を払わねばならないのか、という気持ちは理解できる。業務用食材の販売サイトには、誰もが一度は食べた経験があろう小鉢の写真がズラリと並んでいるが、それらを見れば一目瞭然だろう。

いっぽうで、お通しはその店の看板にあたり、ファーストコンタクトで美味しい店かどうかを判断するために客としても大事だと答える人もいる。丹精込めて実に美味しいものを作っている店も筆者は多く経験してきた。

ただどちらにせよ、店側の立場からみると、客単価が上がるという大きな利点がある。平均単価が 3000 円の店で 300 円のお通しがつけば、実に 10%もの売り上げが文字通り自動的にアップする仕組みなのである。また、残った食材のロスが減らせるという点では「エコ」な慣習と言ってもよいだろう。

■「いらない」は通用するか

ではお通しは断れるのか。この対応は店によって異なる。最近は大手チェーンの中にもお通しを廃止したところもあるし、不要の旨を伝えればカットしてくれるお店もある。しかし、席料の意味合いを含んでいるとするお店の場合は、仮に提供を断ったとしても料金だけは徴収されてしまうこともある。

さらに、裁判にまでなった例はないが、商習慣として確立されているとする見方もあれば、契約の概念から支払い義務はないとする主張までさまざま、法的にも確たる解釈がないのが現状だ。

筆者が目にした店の対応は無用なトラブルを避けるためには間違いないと言えるが、なかなかの見栄え、味であったため正直なところ客側にも、店側にとっても非常にもったいないという感想を持った。これが 399 円ならば、せっかく日本を訪れてくれた外国人観光客にも、ぜひおすすめしたいものである。

■ガイドブックにはほとんど記載なし

では、外国で販売されている日本ガイドブックには、居酒屋についてどのように記載されているのだろうか。財団法人日本交通公社「旅の図書館」に所蔵されている各国のガイドブックについて、「お通し」という商習慣に注目して中身をチェックしてみた。結果は下記の通りである。※筆者が理解可能な言語に限った

①The Rough Guide to JAPAN (Rough Guides 2014年版)

居酒屋では通常200円から500円のcover chargeがかかる、という記載あり

②JAPAN (Lonely Planet 2015年版)

記載なし

③Le Guide Vert JAPON (Michelin 2015年版)

大きなレストランでは10~15%のサービス料がかかるが、それ以外はない、との記載。

④畅游日本 (華夏出版社 2015-16年版) ※北京

記載なし

⑤日本自助游 (人民邮电出版社) ※北京

記載なし

⑥東京食玩買終極天書 (長空出版有限公司 2016-17年版) ※香港

記載なし

⑦자신만만 세계여행 일본 (삼성출판사 2013-14年版) ※韓国

「つきだし」について詳細に記載があるが、代金については記載なし

と、このように、各国の日本ガイドブックでは「お通し」に関する記載がほとんどない、あるいはミシュランにおいては誤解を招きかねない表現ともなっている。いっぽう韓国のガイドブックにはお通しの定義をはじめ、実際に出てくる料理について細かく書かれている(代金の記載がないのがもったいない限りなのだが)。

■無料パンフレット・ウェブサイトでの情報提供

では、外国人観光客向け案内所に置かれている無料のパンフレット類はどうだろうか。羽田空港、有楽町、東京、浅草、都庁の5か所をまわり調査してみたところ、東京駅(KITTE地下一階)のみに置いてあった「delicious Japan」(株式会社グローバルメディアが刊行・英文)に、「知っておくべき日本食用語」というコーナーに囲み記事があり、お通しについてたいへんわかりやすく、かつ詳しく書いてある。また、大田観光協会が発行している「蒲田GUIDE」(英・中・韓バージョンあり)では、蒲田での過ごし方として居酒屋で食事をするシーンが設定されており、その中でお通しについてもきちんと述べられている。そのほかにも、東京都が開設している多言語メニュー設置店検索サイト「EAT TOKYO (<http://www.menu-tokyo.jp/>)」の店舗詳細には「Misc. Charges (Cover Charge, Service Charge, Appetizers, etc)」としてお通し(席料)の価格が表記されている。

しかし、ガイドブックにせよ、冊子やウェブサイトにもせよ、情報の少なさ、偏りを感じるのは筆者だけだろうか。

■顧客満足と収益向上

日本人の財布の紐が固くなっている昨今、特に居酒屋は厳しい状況におかれており、日本フードサービス協会の調査によれば2016年の売上高は前年比90.8%、客数も92.1%(同)と低調だ。そんな折だからこそ、増え続ける外国人観光客は救いの神ともいえるべき存在なのではないだろうか。

そもそも外国人観光客にとって日本での食事は大きな楽しみのひとつ。居酒屋にも彼らは興味深々である。美味しいものを提供するのはもちろんだが、日本の食文化との素晴らしい出会いを演出する意味でも、お通しは強力なツールとなりうる。店側が事前の説明や、ウェブサイト・店舗入口での明確な表示をするなど情報を発信しておけば、トラブルがないどころか、それこそ顧客満足と収益の向上が両立するはずだ。

たかだか平均348円、と侮るなかれ。お通しは単なる商習慣ではなく、居酒屋における文字通り「先頭バッター」として、その重要性がいま問われているといえよう。