

# 多様化する社会における「ソバーキュリアス」と 言語による新しい価値観の提案

## “Sober Curious” in a Diversifying Society and Proposing New Values With Words

有 光 奈 美

1. はじめに
2. 現代の日本社会における「ソバーキュリアス」の位置づけ
  - (1) 「ソバーキュリアス」の紹介のされ方
  - (2) アルコール飲料の背景
  - (3) マーケティングの視点から見た言語による新しい価値観の提案
3. ことばを用いて新しい価値観を提案する具体事例
  - (1) 反対するという対比
  - (2) 流れに逆らうという対比
  - (3) 非主流に興味を持つという対比
4. おわりに

### 1. はじめに

言語学や哲学における伝統的な話題の一つに指示の諸問題がある。たとえば、目の前の犬を「犬」とも、「シロ」とも、「うちのペット」とも呼ぶことができる。「明けの明星」と「宵の明星」はどちらも金星を指しているが、一日のうちでその対象を指示した際の時間が異なっている。このように同じ対象を異なる表現で呼ぶことがある。また、見方が違えば、同じ状況を別の表現で描写することもある。こうした諸問題は、現代社会における日常的な商業活動や人の生きる姿勢に対しても影響力を持つものである。本稿は、造語には、既存の社会に対する新しい見方、考え方、価値観、生き方を提案する力があることを示す。具体的にはソバーキュリアス (sober curious) という用語を中心的に取り上げる。そして、「アルコールを飲まない」という姿勢や状況に対して、この用語が新しい呼び方を与えた背景やその効果について、言語分析の観点から整理する。

### 2. 現代の日本社会における「ソバーキュリアス」の位置づけ

ソバーキュリアス (sober curious) という用語は、イギリスのジャーナリストであるルビー・ウォリントン (Ruby Warrington) が 2021 年に出版した本のタイトルである。日本では、英語がそのままカタカナになっており、「ソバーキュリアス」や「ソバキュリアン」という表現を見かけることがある。

#### (1) 「ソバーキュリアス」の紹介のされ方

本セクションでは、「ソバーキュリアス」という用語が用いられている具体例を取り上げる。たとえば、愛知県豊田市にあるトヨタ自動車株式会社の関連会社であるトヨタすまいるライフ株式会社は、暮らしと住まいに関する様々な事業を展開しており、その会社が発行している暮らしと住まいのライフスタイルマガジン「Smile」(<https://smile.toyotahome.co.jp/magazine/bestyle/665/>) (2022年5月20日の記事)には、「好きなお酒を“飲まない暮らし”が愉しいってホント?」という記事を見つけることができる。つまり、こうした記事を通して、読者に新しい生活様式を提案している。

また、アサヒホールディングス株式会社の2022年4月5日の記事「ソバーキュリアス到来で変わる 新たなバーと『ウィルキンソン』(前編)」では、アサヒ飲料マーケティング部で「ウィルキンソン」の商品開発とプロモーションを担当する栗原氏と、ノンアルコール&ローアルコールカクテルを提供する東京のLow-Non-Barの店長である高橋氏との対談が掲載されており、そこでソバーキュリアスなライフスタイルと『ウィルキンソン タンサン #sober スパイシーレモンジンジャ』について話されている([https://www.asahigroup-holdings.com/pressroom/pickup/20220405\\_1/index.html](https://www.asahigroup-holdings.com/pressroom/pickup/20220405_1/index.html))。この記事の一部を以下に抜粋する。

高橋：ソバーキュリアスのきっかけとなったのは、マラソンを完走するためにトレーニング期間にアルコールをやめた女性のブログがきっかけと言われてます。さらに新聞記者で編集者のルビー・ウォレントンが『ソバーキュリアス』という著書で、“飲まない生き方”を提唱しました。この本ではどちらかと言えば“断酒”という意味合いが強い言葉だったんです。日本では“飲んでもいいし、飲まなくてもいい”という柔らかいニュアンスで理解されることが多いのですが、欧米人は体質的にお酒に強い分、アルコール依存症になりやすいという社会問題が背景にあるからです。

栗原：なるほど、欧米でのソバーキュリアスと日本での捉え方とは違いがあるのですね。

高橋氏と栗原氏は、本対談の後半でノンアルコールカクテルの代表であるモクテルの歴史にも触れている。従来、ウィルキンソンはジンジャエールが有名で、モクテルにもよく使われていることを指摘した上で、このHPでは、今回の新商品が無糖であること、#soberというハッシュタグを用いた表記で若い世代を狙ったこと、強い喉越し、しっかりとした飲み応えがあること、「最初にレモンの爽やかさが口の中に広がって、ジンジャの辛さが余韻を残し(中略)」といった「ウィルキンソン タンサン #sober スパイシーレモンジンジャ」という新商品の具体的魅力を紹介している。([https://www.asahigroup-holdings.com/pressroom/pickup/20220405\\_2/](https://www.asahigroup-holdings.com/pressroom/pickup/20220405_2/))健康志向や、コロナ禍で飲食店がお酒を提供できないという状況も相まって、ノンアルコール飲料の存在を再認識し、消費者側の新しい

生活様式の見方や、サービス提供者や業界側の新しい可能性を紹介している記事であると言える。

ルビー・ウォリントン (Ruby Warrington) による「ソバークュリアス (Sober Curious)」という著書が出版されたのは2019年のことであり、その後、邦訳が2021年に出版された。英語タイトルの副題には、The Blissful Sleep, Greater Focus, Limitless Presence, and Deep Connection Awaiting Us All on the Other Side of Alcohol とあり、Sober Curious が具体的に意味するところが述べられている。日本語タイトルは「飲まない生き方 ソバークュリアス」で、Sober Curious を日本語で説明する形になっている。日本語版の本の帯の表には「今、世界が目にする新しいライフスタイル 自分の意志でアルコールを飲まない大人＝ソバークュリアンが増加中！脱アルコールで開けるニューノーマルへようこそ。」とある。帯の裏には「すっきり目ざめて心と体がシャキッとする 集中力がアップして作業能率が上がる ストレスが減ってイライラしなくなる 気力や自信が付き前向きになる 肌ツヤがよくなる 他人をわずらわしいと思わなくなる 問題意識が芽生え将来のシナリオが変わる」といった具体的な効果が箇条書きされている。上記記事の対談でも指摘されているように、本書は欧米の社会問題としてアルコール依存症に悩む人が多いという背景から出てきた断酒の主張があるのに対して、日本に輸入されてカタカナで表されている「ソバークュリアス」という用語の使用や概念は、特に病的な概念とは関連付けられておらず、より明るい意味合いで、新しくおしゃれで素敵な生活様式の見方という文脈で用いられている。

## (2) アルコール飲料の背景

アルコールは、地理的にも歴史的にも文化的にも奥が深い話題である。日本を代表するアルコールに日本酒があるように、色々な国や地域にその土地独自のアルコールが存在している。また、現代の日本社会における日本酒は、正月や結婚などの特別な節目には神聖なものとして扱われているだけでなく、食事の場や調理等にも幅広く使用されており、生活の基盤の一つとなっている。同時に、アルコールを飲まない宗教もあれば、健康上の都合で飲まないこともある。飲み方も飲む方法も多種多様である。たとえば、宮崎 (2007) は、古今東西の酒の種類と歴史に着目しており、以下の記述がある。

日本では、酒は「栄之水」の「栄」が省略されて「サケ」になったとか、「栄のキ (お神酒のキ)」が詰まってサキになり、それが転じてサケになったとか、「邪気を避ける」の「避け」がサケになったなどの説があり、酒の語源はどうもはっきりしない。しかし、いずれの説でも、日本ではサケが肯定的なイメージでとらえられている。中国にも、酒は「天の美禄」というような記述がある。… (中略) …酒は、神秘的な自然の営みにより醸されるとみなされてきたが、微視的にみれば一種の「農業」ともとらえる。自然界にある特殊な微生物「酵母」の意図の網を経験的に理解した人類が、酵母を増殖させ、巧みに利用しているのである (宮崎 2007:10)。

この著書の中で、宮崎は世界の酒を区分けしつつ、歴史的背景に言及し、四大文明がそれぞれの酒をもったこと (*ibid.*: 44)、キリスト教では、ワインは「イエスの聖なる血」「神の国を象徴する飲みもの」とみなされたこと (*ibid.*: 32)、14 世紀半ばのペストの流行では「不死の霊酒」である「生命の水」さえ飲めばペストにかからないという根拠のない説が流布されたこと (*ibid.*: 88)、酒の世界にも産業革命が起こったこと (*ibid.*: 176)、19 世紀に庶民が好んだ酒アブサンが中毒を多発させたこと (*ibid.*: 198)、アメリカで第一次世界大戦中に、多くの女性が加わった「全国禁酒党」という結社を中心とする「酒場反対期成同盟」が「酒こそが全ての悪徳の根源」というスローガンを掲げて禁酒運動を展開したこと (*ibid.*: 203)、しかし、作られた全国禁酒法はザル法であったこと (*ibid.*: 204)、禁酒法は、世界恐慌後の意気消沈したアメリカ人を元気づける必要があるとの判断から 1933 年に葬り去られたこと (*ibid.*: 205) などを説明している。

このように概観しただけでも、酒は世界において色々な受容のされ方があり、良い面だけでなく、問題も引き起こしてきたことがわかる。酒の魅力は文学にも影響を与えている。酒の詩人といえば唐の李白が挙げられるが、酒にまつわる詩はイスラーム世界にもある。コーランでは飲酒が禁止されているが、8 世紀から 9 世紀にかけての初期アッバース期の詩人であるアブー・ヌワースは、飲酒の楽しみを歌った詩を残している。また、ペルシャの学者詩人オマル・ハイヤームの「ルバイヤート」も酒を詩にしている作品として挙げられる。つまり、酒という対象に対して、人間は惹かれながらも危険も感じ、その魅力とどのようにつきあっていくか、古今東西で色々な取り組みがされ続けていると言える。

### (3) マーケティングの視点から見た新しい価値観の提案

時代の変遷と共に、世の中には次々と新しい商品が出てくるが、一家に一台コンピュータがあることが当たり前になるような革新的な商品ばかりが登場するわけではない。たとえば、パソコンのような新しい時代を作るような商品が毎年提案されているのではなく、日常はありふれたものに囲まれている。基本的な人間の営みは通時的にも共時的にも似ているところがあり、そのような中で水分を取るといふ活動は人間にとって不可欠の日常の基盤の一つである。

飲料業界からは、似たような商品が提案されており、定番商品もあれば、新規商品もあり、定着するものもあれば、定着しなかったり、既存の商品に置き換わったりするものもある。そのような企業と消費者の間の購買を通したやりとりの中で、これまでと似ている商品を違う見方や価値観と共に提示することで販売が促進され、消費者側もより豊かな生活が送れることもある。

たとえば、アサヒ飲料の「ウィルキンソン タンサン #sober スパイシーレモンジンジャ」は、商品紹介 HP で、2022 年 3 月 15 日に新発売された商品であることが謳われている (<https://www.asahiinryo.co.jp/wilkinson/sp/sober/>)。この HP の右上には、TOP, MOVIE, LINE UP, SOBER CURIOUS, HISTORY, VOICE, RECIPE と項目が立てられており、ソバーキュリアスという価値観・概念そのものが重要視されていることがわかる。つまり、HP の「LINE UP」の項

目からも「ウィルキンソン タンサン #sober スパイシーレモンジンジャ」という商品紹介にたどり着けるが、「SOBER CURIOUS」という項目そのものの入口が HP 上に設定されており、この新しい価値観・概念の元に、当該新商品を作ったということが目立つように HP が作成されている。同 HP では、「ウィルキンソン タンサン #sober スパイシーレモンジンジャ」という商品はそのまま飲んでも楽しめることが表現されており、また、モクテル（ノンアルコールカクテル）としても使えることが「RECIPE」の項目でわかる。「RECIPE」の項目に進むと、ウィルキンソンの様々な商品を用いて、カクテルレシピとソバーキュリアスレシピ（ノンアルコール）を楽しめることがわかるように誘導されるのである。

従来商品のジンジャエールから連想されるものには、甘味のある炭酸水やジュースといった概念があり、実際、スーパーの清涼飲料水コーナーに並べられている。また、パーティや食事の席であれば、お酒を飲むか飲まないかは一つの選択であり、そのような際のアルコールを飲まない、あるいは飲めない場合の選択肢として、ジンジャエールは候補になるものの一つである。アルコールを飲まない場合、ジンジャエールの他に、ノンアルコールビールを選択するということもありえる。真にジンジャエールよりもノンアルコールビールが好きだったり飲みたかったりすることもありえるが、ジンジャエールよりノンアルコールビールを選択したいと感じる心理を促すような社会的環境もありえる。アルコール入りビールを選択する人が多数派になるような環境において、ノンアルコールビールは、アルコール入りのビールを諸事情で飲めなかったり飲みたくなかったりする人が、それでもアルコール入りのビールを飲んでいるような気持ちを共有して共同体に入ろうという際に有益な選択肢である。

アルコール飲料の位置づけには、法律に定められている細かい分類方法があるが、パーティなどの人が集う場で最初に問われがちなのは、醸造酒か蒸留酒かということでもなく、アルコール度数が厳密に何度かということでもなく、そうした細かい分類よりも、まずは、いわゆるアルコール飲料とノンアルコール飲料のどちらを選択するかという二分である。会食において「飲まれますか？（飲みますか？）」と尋ねる時、会の種類にも拠るが、それは水や何らかの液体を飲むかを尋ねていない。飲酒をするか否かを指している。アルコールが提供されそうだとわかっている会食の場面で、英語でも“Do you drink?”と尋ねる時、アルコールを飲むという選択肢が当然にありうる前提として共有されている文脈がある。

現在、日本語ではアルハラ（アルコール・ハラスメント：飲酒に関連した嫌がらせや迷惑行為、人権侵害を指す）という用語も生まれ、そうしたハラスメントへの防止対策も整備され始めている。パワハラ、アカハラ、セクハラといった語と並んで、アルハラも日本語として定着してきている。

「コンサイスカタカナ語辞典（第5版）」（2020 三省堂編修所）では、「アルハラ⇒アルコール・ハラスメント」と誘導されており、アルコール・ハラスメントの項を見ると、「日<alcohol + harassment> 飲酒の強要や酔ってからむ行為など、飲酒にまつわるさまざまないやがらせ行為の総称。略してアル・ハラ。〈現〉」とある。〈現〉は、昭和 21 年以降、平成、令和を指している。「コンサ



イスカタカナ語辞典（第5版）」の冒頭の「序」の部分には「日本語の表記方法である『漢字仮名交じり文』は、現在は「漢字ひらがな交じり文」ですが、実態として「カタカナひらがな交じり文」に近づいてきているようにも見えます。そのように、かつての漢字の位置にカタカナ語が並び立っているということは、新しい事態に直面し、新しい知識や概念を取り入れ、表現するに際しての役割を、今やカタカナ語が担っているということにほかなりません。その賛否はともかくも、社会生活を営んで行くためには、これらの言葉を理解して行く必要があります。カタカナ語はもはや現代の新知識・新概念を理解するために必須のものである、と言わざるをえません」と記されている。厚生労働省はアルハラについて、「飲酒の強要」、「イッキ飲ませ」、「意図的な酔いつぶし」、「飲めない人への配慮を欠くこと」、「酔ったうえでの迷惑行為」という5項目を定めている。

(<https://www.e-healthnet.mhlw.go.jp/information/dictionary/alcohol/ya-018.html>) レストランでの会食時、食後にコーヒーを飲むか紅茶を飲むかハーブティーを飲むかといった個人的嗜好の選択が気楽なのに対して、人が集った食事の席で一緒にアルコールを飲むという選択肢をめぐる問題は、場や構成員によっては、共にアルコールを飲んで仲間意識を高めるとか、飲まないことで疎外感を与えさせる・与えるといった心理状態とも結びついていることがある。諸事情で飲めない・飲まない・飲みたくない人の価値観の存在への尊重は本来重要なことである。しかし、アルハラという用語が作り出されて必要になったことからわかるように、飲酒に限ったことではなく、現代社会では多様な価値観への尊重は、未だ十分に組み込まれていない状況がある。

本稿で取り上げている「ソバーキュリアス」は「コンサイスカタカナ語辞典（第5版）」の掲載には至ってはいないが、日常生活で英語の文脈や日本語におけるカタカナ語としても見聞きすることが出てきている。社会の中で「ソバーキュリアス」という造語が使われ、浸透していくと、「ソバーキュリアス」を実践している「ソバキュリアン」なのだと本人が認識し、周囲もそのように前向きに承認していく文脈が存在していくことになる。つまり、これまでありきたりだったり非積極的な選択肢だったりしたかもしれないような非アルコール飲料を飲むという行為が、新しいものとして捉え直され、楽しくしゃれていて健康志向の魅力的で積極的なものと考えられるようになってくる点に意義深さを見出すことができる。

マーケティングという言葉が生まれてきた背景として、芳賀（2017:13）は以下のように説明している。

企業が存続するためには、自社の製品やサービスの販売が必要である。しかし、製品やサービスの販売自体は、マーケティングそのものではない。「マーケティング (marketing)」という言葉は20世紀初頭のアメリカで生まれた比較的新しい言葉である。それまでは、販売には「セリング (selling)」という言葉が使われていた。新しい言葉が生み出されるのは、従来言葉では言い表すことができないものごとが登場したことを意味している。つまり、この時期のアメリカに、セリングという言葉では言い表すことのできない販売行為が行われるよ

うになり、それにマーケティングという言葉が与えられたのである。

芳賀 (*ibid.*:115) は、マーケティングにおける製品戦略の定義として「一般に『最適な製品ミックスを形成することに関わる諸活動』(宮澤 1995: 92) と定義される」としている。企業はどのような製品を顧客に提供していくか戦略を立て、意思決定をしている。また、消費者側は Cialdini (2001) (2016) で説かれているように、何らかの影響に動かされ、説得されて、製品を購入している。その中で、新製品の市場導入は重要なポイントの一つである。

マーケティングにおける製品戦略に着目し、新製品の「新しさ」という観点から考えると、アサヒ飲料の「ウィルキンソン タンサン #sober スパイシーレモンジンジャ」の位置づけとして、炭酸飲料自体は企業にとっても市場にとっても珍しくなく、無糖やレモン味の飲料がこれまでに存在していないわけではない。また、類似の既存商品より改良されていたとしても、売り手と買い手の双方にとって非常に新しいとは言えないかもしれない。しかし、ソバークュリアスという概念、価値観、生き方と抱き合わせで販売する時、そこに新しい魅力が創出され、潜在的にそうしたものを求めていたが求めていると明言できなかったか、気づいていなかったような消費者に対して、新しい飲み方、新しい消費方法、新しい生き方を提案する新しい魅力をこの商品は持つことができていると言える一例である。

### 3. ことばを用いて新しい価値観を提案する具体事例

ことばの使い方、同じことが違った印象を持って伝わり、行動選択にもつながることが知られている。たとえば、Tversky and Kahneman (1981) の実験が知られているが、大竹 (2021:139-140) は以下のように解きほぐし、行動経済学における「フレーミング効果」を紹介している。

私たちが合理的に認知して意思決定するならば、同一の内容であれば、それがどのように伝達されるかは私たちの意思決定に影響を及ぼさないはずですが、伝達するための枠組みを変えると、私たちの知覚メカニズムが注目する事柄が異なってくるため、意思決定に影響を与えることがあります。このような特性を「フレーミング効果」と呼びます。同じ内容でも、表現や参照点を変えて、利得や損失を強調するだけで私たちの意志決定が変わるのは、私たちの計算能力や認知能力の特性からきています。

<報告 1> 600 人を死亡に至らせると予測される特殊なアジア病への対処を米国が準備していると想像してください。

- ① A 案が採用されると 200 人が救われる。
- ② B 案が採用されると 3 分の 1 の確率で 600 人が救われ、3 分の 2 の確率で誰も救われない。

<報告 2> 600 人を死亡に至らせると予測される特殊なアジア病への対処を米国が準備していると想像してください。

- ① A案が採用されると400人が死ぬ。
- ② B案が採用されると3分の1の確率で誰も死なず、3分の2の確率で600人が死ぬ。

さて、あなたはそれぞれの報告を受けたときに、A案とB案のどちらを選びますか。〈報告1〉だとA案を、〈報告2〉だとB案を選ぶのではないのでしょうか。いうまでもなく〈報告1〉と〈報告2〉は同じ事象を表現しています。しかし、〈報告1〉では、参照点は「600人死ぬ」となっていて、「救われる」という表現が利得局面での意思決定で評価されます。一方、〈報告2〉では、参照点は「600人救われる」となっていて、「死ぬ」という表現が損失局面での意思決定をもたらします。つまり、同じ事象を表現しても、伝達の仕方によって意思決定が変わるということです。

(大竹, 2021:139-140)

上記はよく知られることばの使い方、伝達の仕方意思決定に影響が出るという一例であるが、本セクションでは、特に既存の概念に対して、対比的概念を提示する場合の表現をいくつか取り上げることとする。

#### (1) 反対するという対比

日本語では「反」を用いて、反対、対抗、排斥などの意味を表すことができる。たとえば、反戦や反核や反原発のような表現を挙げることができる。また、「アンチ」という表現と組みあわせて、アンチ巨人、アンチ・ウィルス、アンチ・ドーピング、アンチ・エイジングのような言い方もできる。

「コンサイスカタカナ語辞典(第5版)」(2020三省堂編修所)によると、接頭語としての「アンチ」は「反対、反抗、などの意味を表す。～ショック、～テアトル、～テーゼ、～フェミニズム、～ミリタリズム、～ロマンなど。また、～巨人といった用法もある」とされている。具体的には、アンチ-エスタブリッシュメント(反体制)、アンチオンコジーン(発癌制御遺伝子)、アンチクライスト(キリスト反対者)、アンチサイエンス(反科学主義)、アンチテクノロジー(反技術)、アンチ-ヒューマニズム(反人間主義)、アンチボディー(抗体)等がある。(なお、「コンサイスカタカナ語辞典(第5版)」における・[ハイフン]の有無については、以下のとおりである(「凡例」より)原語が2つ以上の単語からなる複合語の場合、ハイフンの有無にかかわらず、見出し語には「-」を挿入した。これは見出し語の各要素の区切りを示すためであって、新聞・雑誌などで使用するときには省かれることもある。ただし、言語がひとつづりのときは、「-」を用いない)

日英語の対応が非対称になる一例として、**anti-social** といえ、日本語では、一つには「非社会的な」、もう一つには「反社会的な」を指し、日英語の否定接頭辞が一対一対応していないことも指摘できる。しかし、本稿では、新しい社会状況に対して、新しい知識や概念をカタカナで表している使用例に、着目したい。

新しい知識や概念をカタカナで表現する時、こうした用語に対して、言語使用者の背景知識によって、用語に対する馴染みの程度が異なる場合がある。たとえ



ば、アンチ-グレア (⇒ノン・グレア) となっており、本辞典には採用されている。「ノン・グレア」の項目には、「[IT] ディスプレー画面の表面に光が反射して見えにくくなることを防止すること。アンチ-グレアとも。〈現〉」とある。[IT] とは情報通信という専門分野を指している。つまり、日本語のアンチグレア (ノン・グレア) という表現は、情報通信といった特定の分野では使用されているものの、まだ日常生活レベルでは一般人には定着していないかもしれない。英語の *anti-glare* のことであり、ディスプレイに用いられる反射防止用の処理を指し、ディスプレイの表面に外光が反射して光が見にくくなることを防止する処理で、反射や映り込みを抑え、目に優しいとされる。名詞 *glare* はギラギラする光を意味しており、*anti-glare film* であればそれを防止するというフィルムという意味で、パソコンやスマートフォンに貼ることができる。つまり、パソコンやスマートフォンがこれほど盛んになってくる世界状況が生じる前には、このような用語の必要性は薄かった可能性がある。他にも、医療用語や生命科学の専門用語が挙げられているが、たとえば、「癌を抑える効果」という意味なら *anti-cancer benefit* であり、それは癌を抑えるという医療が発達してきた文脈の中で描写されるようになった表現であると考えられる。なお、現代日本語では「アンチ」が接頭辞ではなく、名詞として使われている場合もあり、インターネットや SNS 上では当該対象である個人、企業、団体、製品等を嫌う人や認めない人を指すこともある。つまり、いわゆる「ファン」に対立する表現としての日本語の「アンチ」を挙げることができる。なお、英語ではそうした当該対象を嫌う人や認めない人を指す場合、*hater* 等が相当しそうである。発話者が望ましくないと考ええる対象に反対し対抗する態度を示すことが、日本語のアンチ、英語の *anti-* に共通しており、強い否定的な態度表明であり、はっきりとした否定、打ち消しが表現されている。

## (2) 流れに逆らうという対比

既存の概念に対して、対比的な概念を提示する表現として、他にも「逆らう」を挙げることができる。日本語では、風に逆らう、重力に逆らう、権力に逆らう、年齢には逆らえない、年に抗う、といった表現がある。

ここで、前のセクションで触れたアンチ (*anti-*) を用いた「アンチ・エイジング」を再び取り上げると、人によっては日本語で言われるところの抗老化、抗加齢、老化防止といった表現以上になじみ深く感じられるくらい「アンチ・エイジング」という表現は広く使われており、アンチ・エイジング X として、X にクリーム、美容液、化粧品、薬、療法、効果などの名詞も入りうる。こうした *anti-aging* 関連商品の文脈で、英語では、*age-defying* という表現を見かけることもあり、たとえば、以下のようなものが挙げられる。(下線部は筆者による)

- (1) Smooth and plump fine lines and wrinkles, and keep skin moisturised, with our clinically proven age-defying cream. A 3-Peptide Complex helps reduce the look of fine lines, gardenia stem cells and sodium hyaluronate help enhance skin plumpness, while an enriching blend of organic cocoa

butter and macadamia, baobab and argan oils keeps skin moisturised for up to 24 hours.

(<https://www.nealsyardremedies.com/products/frankincense-intense-age-defying-cream-50g>) (Neal's Yard Remedies)

ここでは、小じわやしわが良くないものとして見なされ、それを再びなめらかにふっくらとさせ、肌をしっとりとした良い状態に戻すことができることを述べている。この文脈において、小じわやしわは減らすべきものであり、この **Frankincense Intense Age-Defying Cream** を用いることで、加齢によって引き起こされる様々な状況に **defy** (抗う) ことができることが謳われている。英語の他動詞 **defy** は、逆らう、従わない、反抗する、盾突く、論理に逆らう、理屈に合わない、物事を拒否する、受け付けない、寄せ付けない、予想に反する、覆す、挑戦する、といった意味を持っている。他にも、たとえば、**a death-defying leap** であれば、死に挑戦するような命がけの跳躍、**a gravity-defying jump** であれば重力をものともしないような跳躍、**Gravity-defying stocks this year** (<https://www.moneycontrol.com/news/business/stocks/gravity-defying-stocks-this-year-are-the-returns-for-real-9769911.html>) であれば、重力に逆らうように株価が上がっている株という意味である。死は等しく人が経験するもので、逆らうことは不可能であるが、厳密に言えば、宇宙では無重力状態になったり、死には逆らえなくても、加齢に対しては色々な工夫で多少遅らせることができたりする可能性はある。いずれにしても、「逆らう」という場合、日本語でも英語でも、何らかの規定の主たる流れや勢いに対して、逆の方向に進もうとすることが示されている。

なお、いわゆる言語における有標 vs. 無標について、大谷 (2019:232-233) は以下のように説明している。

言語表現 **A** と **B** をある特徴を持っているかどうかによって区別する際、その特徴を持っている方を有標 (**marked**)、持っていない方を無標 (**unmarked**) と言います。… (中略) …有標と無標が広く観察される言語現象の一つに反義語があります。反義語はある尺度上で対立する概念を表すという点でどちらが基本的であるか一概には言えないと感ずるかもしれませんが、しばしば片方の形式だけが無標と見なされます。例えば、**old** と **young** では、**old** の方が **young** よりも基本的であり無標とみなされます。**How old are you?** と **How young are you?** を比較してみると、年齢を聞く中立的な表現は前者であるのに対して、後者は使用される文脈がかなり限定され、聞き手が若いことが含意されます。そのため、後者は小さな子に対して「どんなに若いんだい」と尋ねる場合や、年配の人に対する皮肉など、使用される文脈がかなり限定的です。同様に、**long/short**, **far/near**, **good/bad** などの反義的な形容詞についても前者が無標で中立的であるのに対して、**How [short/near/bad] is it?** のように質問すると特別なニュアンスが付与されます。

(大谷, 2019:232-233)

ここでは、年を取っている vs. 若いという対比において、oldの方が young よりも基本的であり無標とみなされることが例示されている。反義語において二つの相反する要素が同等ではなく、片方がもう片方よりも基本的であると見なされることがあるという指摘である。

### (3) 非主流に興味を持つという対比

このセクションでは、再度「ソバーキュリアス」という語そのものを取り上げる。日本語では、現在、まだ「ソバー」という項目が「コンサイスカタカナ語辞典(第5版)」に掲載されていないことから伺えるように、「ソバー」が広く用いられている語とは言えそうにない。同辞典に「キュリアス」は項目があり、「①好奇心の強い。②奇妙な。奇抜な。不思議な。キュアリアスとも」とあり、「ソバーキュリアス」という表現の場合には、①の意味が焦点化されている。そして、「ソバーキュリアス」という新しい日本語(カタカナ語)に仲間入りしようとしている用語が、新しい生活様式を提案していると言える。

英語での *sober curious* の *curious* も色々な意味があり、たとえば、Collins (in British English) では、以下のように定義されている。

- (2) 1. eager to learn; inquisitive, 2. overinquisitive; prying, 3. interesting because of oddness or novelty; strange; unexpected, 4. rare: of workmanship, etc) highly detailed, intricate, or subtle, 5. obsolete: fastidious or hard to please  
(<https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/curious>)

つまり、「1. 学ぶことに熱心で、好奇心が旺盛である、2. 好奇心旺盛すぎる・根掘り葉掘り聞きすぎる人、詮索好きな人、3. 奇妙さや新しさのために興味深い；奇妙な；予想外の、4. rare (稀) ((細工などの)非常に細かい、複雑な、または繊細な、5. obsolete (廃) 気難しい、または喜ばせるのが難しい)」といった意味が挙げられ、「詮索好き、奇妙な」といった否定的な意味もあるが、*sober curious* で指すところの *curious* は1の肯定的な意味に焦点が当てられている。しかし、3のような意味があることにも注目すべきかもしれず、既存の状態に対して、何か「新しい」「これまでとは異なる」「既存の主たる流れとは変わった」ものがあるから興味を引かれるということが人間にはある。

また、英語で *sober* と *curious* がそれぞれどのような意味の変遷を背景に持っているか、英語の語源辞書にあたる。

- (3) *sober* [形][動] 酒に酔っていない、しらふの.[その他] 行動や考え方などに分別がある. 冷静な. 事実などが誇張されてなくありのままの. 色が控えめで地味な. [動] として、人の酔いをさます、人を落ち着かせる((up)). [語源] ラ

テン語 *sobrius* (=not drunk) が古フランス語を経て中英語に入った。[派生語] *sobering* [形] 人をまじめにさせる。深刻な気持ちにさせる。 *soberly* [副]。 *sobriety* [名][U][形式ばった語] しらふ(の状態)、羽目を外さず節制を常とすること、まじめ、穏健。[複合語] *sobersided* [形] まじめで謹厳な。 *sobersides* [名][C] ((複数~)) まじめくさっていて落ち着いた人。(英語語義語源辞典、三省堂)

- (4) *sober* [形] 酔っていない、酒を飲まない；まじめな；(色が) 地味な、[他] 酔いをさます[自] 酔いがさめる (スタンダード英語語源辞典、大修館書店)

さらに、スタンダード英語語源辞典の *sober* の定義には、古フランス語 (Old French, 9~13 世紀頃) の *sobre*、ラテン語の *sōbrius*、\* *sō* (d) 「…なしに」 + *ēbrius* 「酔っている」、フランス語の *sobre* は「色が地味」の意味に用いることが記されている。また、*curious* を調べると以下のとおりである。

- (5) *curious* [形] [一般語] [一般義] 人が好奇心の強い、物を知りたがる[その他] ((悪い意味で))他人の事などについて詮索する、物見高い、また好奇心をそそるようなということから、奇妙な、珍しい。[語源] ラテン語 *cura* (⇒*cure*) から派生した *curiosus* (=careful) が中英語に入った。英語での初期の意味は「人が注意深い」「観察が細かい」あるいは「物が注意深く作られた」であったが、注意深くあるためにはよく調査して多くを知らなくてはならないということから、現在の意味へと移行した。(英語語義語源辞典、三省堂)

- (6) *curious* [形] 奇妙な；好奇心に富んだ [ラ *curieux* ← ラ *cūrīōsus* 「注意深い、聞きたがる」 -*cura* (⇒*CURE*)] . (◆英語も古い意味は「注意深い、知りたがる」だった。(スタンダード英語語源辞典、大修館書店)

なお、英語語源辞典(研究社)では、*sober* において、形容詞の他に、副詞 *soberly*、名詞 *soberness*, *sobriety* の形と意味が紹介され、さらに、*sober-blooded* adj. {1598 Shak. 2H4 4. 3. 87} 落ち着いた{S}。 *sober-minded* adj. {1534 Tyndale} 冷静な。 Cf. AV, Titus 2.6. *sober sad* adj. {1593-94 Shak. Luc 1542} 威厳のある。 *sober-suited* adj. {1595-96 Shak. RJ 3. 2. 11} 地味な装いの。 という用例も紹介されている。

これらの語源辞書からは *sober* であることの価値的に否定的な側面を見つけることはできない。人間は、通常アルコールを飲んだ状態ではなく活動しており、儀式や人が集う場や非日常を楽しみたいような特別な機会にアルコールを摂取する。そうした場面では、アルコール摂取をすることが主流になるような状況の逆転が存在する。

辞書項目として、まだ *sober curious* は確立しておらず、Longman Dictionary of Contemporary English Online や Oxford English Dictionary には (2023 年 1

月 8 日現在) 見つけることはできなかった。なお、Collins には以下の記述があり、New Word Suggestion とされている。

Collins (<https://www.collinsdictionary.com/submission/22095/sober+curious>) より引用する。

(7) sober curious

New Word Suggestion

(of drinkers) considering giving up or reducing their alcohol consumption

Additional Information

The rise of the sober curious: having it all, without alcohol. Influencers are taking a sober second look at drinking culture – but for whose benefit? [The Guardian, 2019]

Submitted By: [Austin Allegro](#) - 08/03/2020

Approval Status: Pending Investigation

新語の定着とその確認は即断ができず、日英語の *sober curious* / ソバーキュリアスも、社会における一時の流行で終わることかもしれない。しかし、以下のような例文を見つけてことができ、そこからは少なくとも特定の社会における既存の予期や期待と取られるべき行動が暗示されていると考えられる。

(8) In fact the whole wedding was a sober affair- no dancing, just people standing around in groups chatting politely.

(<https://dictionary.cambridge.org/ja/dictionary/english/sober>)

つまり、結婚式のような人が楽しく集う場であれば、アルコールを飲むことが期待されていることもある。上記例文は辞書から採取したもので、結婚式には通常期待されるお酒も踊りもないということが述べられている。つまり、*sober* (しらふ、お酒を飲まない) が用いられる背景には、普通ならお酒を飲むことが期待されている場合と対になっていることもあり、そのために、前のセクションで扱ったようなアルハラという語が生まれる現代社会において、お酒を断りにくい場面が生じる問題が出てくることもあるのである。そのような中で、「*sober curious* / ソバーキュリアス」という語は、新しい概念、選択肢を提示しており、それが *curious* という肯定的な姿勢で描写されているために、*sober* であることが魅力的に感じられ、受け入れやすくなっていると考えられる。

さらに、*-curious* という新語の作り方は、*anti-* と比べると少ないかもしれないが、全くないわけではない。

(9) Are You Plant Curious or Plant Committed?

(<https://gfs.com/en-us/ideas/are-you-plant-curious-or-plant-committed/>)

といった表現を見つけてことができる。ここでは、肉や魚を食べず、植物由来の



食事をすることを指している。その姿勢が *curious* 程度なのか、*commit* するほどなのかを問うている。今でこそ *vegetarian*, *vegan* という選択肢は知られるようになってきたが、文化圏によっては *vegetarian* や *vegan* は、肉や魚を食べる人と比べると少数派である。そうした主流に対し、自分は非主流派に（アンチではなく）興味があるのだという前向きな姿勢を示している。

#### 4. おわりに

本論文は「ソバーキュリアス」という語に着目し、アルコールを飲まないという状態を新しい表現を用いて描写することで、積極的で魅力的な選択を提示している事例を扱った。Lakoff and Johnson (1980) は伝統的なメタファー観を覆し、メタファーとはモノの見方、考え方、価値観、ひいては、生き方であるということを中心とした。Lakoff and Johnson の提唱するところのメタファーが新しい見方、考え方、価値観、生き方を提示できるように、新しい語の組み合わせや、造語には、既存の社会に対する新しい見方、考え方、価値観、生き方を提案できる力がある。アルコールを飲まないという選択について、様々な表現の仕方ができるが、一例として「ソバーキュリアス」という用語は、多様化する社会において、個々を尊重する姿勢を積極的に反映している表現であると言える。

#### 参考文献

- Cialdini, R. (2001, 2009). *Influence: Science and practice*. 5th edition. Pearson Education, Inc. (社会行動研究会 (訳) (2009 への邦訳、2014) 『影響力の武器：なぜ、人は動かされるのか』誠信書房.)
- Cialdini, R. (2016). *Pre-suasion: A revolutionary way to influence and persuade*. New York: Simon and Schuster. (安藤清志 (監訳) 曾根寛樹 (訳) (2017) 『影響力と説得のための革命的瞬間』誠信書房.)
- Lakoff, G. & Johnson, M. (1980). *Metaphors We Live By*. The University of Chicago Press.
- Tversky, A. & Kahneman, D. (1981). The framing of decisions and the psychology of choice. *Science*, 211 (4481), 453-458.
- アブー・ヌワース (著) 埴 治夫 (編訳) (1988). 『アラブ飲酒詩選』岩波文庫.
- 大竹文雄 (2021). 『あなたを変える行動経済学』東京書籍.
- 大谷直樹 (2019). 「コラム 23 有標・無標」、辻 幸夫 (編集主幹) 『認知言語学大辞典』、朝倉書店.
- オマル・ハイヤム (著) 小川亮作 (訳) (1979). 『ルバイヤート』岩波文庫.
- 芳賀康浩 (2017). 「マーケティングとは何か」、芳賀康浩・平木いくみ (共著) 『マーケティング論』、第 1 章、放送大学教育振興会、11-24.
- 芳賀康浩 (2017). 「製品戦略」、芳賀康浩・平木いくみ (共著) 『マーケティング論』、第 8 章、東京：放送大学教育振興会、115-133.
- 宮崎正勝 (2007). 『知っておきたい「酒」の世界史』角川ソフィア文庫.
- 宮澤永光 (1995). 『基本マーケティング』白桃書房.

Warrington, Ruby (2020). *Sober Curious: The Blissful Sleep, Greater Focus, and Deep Connection Awaiting Us All on the Other Side of Alcohol*. Harper One. (永井二菜 (訳) (2021). 『飲まない生き方 ソバーキュリアス』 方丈社.)

#### 辞書・辞典

三省堂編修所 (編) (2020). 『コンサイスカタカナ語辞典 (第5版)』 三省堂.

下宮忠雄・金子貞雄・家村睦夫 (編) (1989). 『スタンダード英語語源辞典』 大修館書店.

小島義郎・岸 暁・増田秀夫・高野嘉明 (編) (2004). 『英語語義語源辞典』 三省堂.

寺澤芳雄 (編集主幹) (1997). 『英語語源辞典』 研究社.

(2023年1月5日受理)