

(報告書)

文化的嗜好品の比較研究－コミュニケーションツールとしてのイランのチャイと日本の酒についての一考察

奈良 玲子 (和洋女子大学)

1. 研究目的

私達日本人は、「エネルギー源として栄養を摂取する」という目的からかけ離れた飲食をハレの日、或いは喪にふくす特別な日として家族、仲間たちと苦楽を分かち合うという節目を折に触れ経験している。

西澤 (1997) は正月、お盆、雛祭り、端午の節句などの「ハレ」の日に酒が振舞われるという日本的な感覚は現代にも根強く残っていると指摘し、「酒を楽しむ限られた場＝ハレ」という普遍的な伝統保守の現状を説明している。

また初期の商人たちの飲酒について福井 (1997) は、集団かためのための飲酒が基盤となっていると分析している。つまりお互いに気心の知れた仲間との酒ではなく、違った土地の違った背景を持つ人々との飲酒は、コミュニケーションの道具であり、短い時間で交流を深めることができるという位置付けである。

市川 (1998) は、中根 (1976) が示した飲酒と人間関係の相互関係 2 機能分類について①それをきっかけにして新しい人間関係をつくり出す、②それによって既存の人間関係を強化する、を示唆し、日本人と飲酒における人間関係の促進効用は②に圧倒的なウエイトがあるのではないかと説いている。そして、それは欧米などで行われる未知の人々と知り合うチャンスが期待できる「カクテルパーティー」という類のイベントではなく、所謂、日本社会で「宴会」と呼ばれる祭りの構造にも似た飲酒の形であると纏めている。

更に、社会における酒の立ち位置を金村 (2007) は、酒を飲む、飲まないは別として、酒は日本社会において非常に重要な意味を持ち続けていると、その立場に言及している。

一方、酒とコミュニケーションの関係について横光他 (2015) は、四大嗜好品 (酒、茶、コーヒー、タバコ) が、コミュニケーション促進に貢献するとして、四大嗜好品すべてに共通する心理的効果が得られたとの調査結果を示している。また、特に酒は他者とコミュニケーションをとる際のツールとして他の 3 種を上回り、その効果を挙げていると述べている。

多種多様な飲料がある中でも、嗜好品として酒が果たす役割は他の茶、コーヒー、炭酸飲料など、その他多くの飲料と異なり、所謂ハレの日にはなくてはならない役割を果たしていることが特徴である。人生の折り目に挙げられる儀礼において、酒が欠かせないものとして使われてきた (天野 1996)。

日本における酒は、伝統的な「酒を酌み交わす」という行為を介し「コミュニケーションを円滑にとる」という大衆社会におけるツールを担ってきたという経緯が読み取れる。

一方、今回の研究で取り上げるイランは 1979 年のイランイスラーム革命後、イスラーム教義が基盤となり統治されているイスラームシーア派大国である。1979 年以降、教義に則り禁酒が義務付けられているため、アルコール類の販売、購入は厳禁である。

チャイは都市や農村の家の中や遊牧民のテントの中で、また、バザールやモスクなど人が集まる所ではどこでも飲まれている。また、チャイを飲ませ、人と人を結び付ける社会的機能をもったチャイハーネ(chay-khane 茶店)という「社会的たまり場」があり、庶民生活にとってなくてはならない生活空間である(原 1995)。起床後、朝食時、仕事はじめ、仕事の合間の一服、昼食、午後のティータイム、夕食時、夜の団欒時とイラン人は一日何杯もチャイを口にする。コーランに従った日々のお祈りをささげないイラン人は多いが、チャイを飲まない人はまず皆無であろう(嶋田 2008)。

アーザル・ナフィーシーは、『テヘランでロリータを読む』(2006)において、チャイを淹れるという所作を次の様に述べている。「お茶を淹れることはイランでは美的な儀式であり、日に何度もおこなわれる。お茶は小さくて形のいい透明なグラスに入れる。一番広く使われているグラスはスリム・ウェストと呼ばれるもので、上と下が丸くふくらみ、中央がくびれている。お茶の色とほのかな香りに淹れる者の腕前があらわれる。」事実、筆者は 30 年近くイランと関わっているが、客人として、多くのイランの人々に丁寧にチャイを淹れてもらった記憶が多々あることを加筆しておく。

原(1995)は、イランへの紅茶輸入は 17, 18 世紀頃から始まり、その後、カスピ海沿岸に位置する温暖多雨地帯ラーヒージャンで茶栽培が開始されたとチャイが普及した歴史について解説している。一方、チャイが普及する以前に人々の間で愛飲された嗜好飲料がコーヒーであったことから、イランではチャイハーネのことをいまでもコーヒー店(gahve-khane)と呼ぶことが多く、イラン国内での茶栽培が広まったのは近年のことであると言及し、現在はチャイが国民嗜好飲料の主座を占めるようになったと纏めている。

本研究は、日本における「酒」、そしてイランにおける「チャイ」が、夫々の社会におき、どの様な形でコミュニケーションツールの一助となり人間関係を円滑に築く過程に貢献しているのかを分析する。夫々の文化的、社会的、そして宗教的な社会背景を加味し、強いて同じ嗜好飲料の比較を避け、日本の調査では「酒」、イランにおいては「チャイ」を対象とした。各々の飲料が①新しい関係性を築く際に有効なのか、②既存の人間関係をより親密なものへと移行させることに貢献するのか等を中心に調査を実施する。

更に、コロナ禍後の夫々の社会における、「酒」と「チャイ」を介した他者との付き合い方の変化にも注目する。

日本の場合は、伝統文化の一環であるハレの日などに設けられる酒の場、或いは職場などにおける、所謂、宴会(飲み会)などが、コロナ禍を介しどの様に変化し、人々の

飲酒と人付き合いについての意識に影響を与えたのか、更に、今後どの様に変化していくと想定しているのかを検証する。

また、イラン側の調査においては、先行研究におき明らかになっているチャイを淹れ、他者と楽しむという日常生活の一部を人々はどの様に捉えているのか、そして、それらがコロナ禍によりどの様に変化したのか、という観点にたち分析を行う。

2. 研究方法

(1) 日本におけるアンケート調査

株式会社ネオマーケティングに WEB 調査を以下の項目で依頼した。調査対象者は、ランダムに選抜された東京在住の 20 代から 60 代、男女各 10 名ずつ（計 100 名）である。回答は WEB 経由で回収された。尚、アンケート項目は和洋女子大学、人を対象とする研究に関する倫理審査（No. 2251）を通過したものである。

- 1 次の 4 大嗜好品の中であなたにとって「コミュニケーションツール」の一助として貢献していると思うのはどれですか（選択式）。
- 2 日本の社会では「酒を酌み交す」という行為はコミュニケーションの促進に貢献していると思いますか（選択式）。
- 3 日本社会の中では「酒を酌み交す」という行為は、①新たな人間関係を築くことに貢献する、②既に構築されている人間関係をより親密なものへと移行させることに貢献する。①、②のどちらに、より効果的に働くと思いますか（選択式）
- 4 あなたが日常生活の中で、一番頻繁に「酒を酌み交す」相手をお答えください（選択）。
- 5 あなたが、頻繁に飲酒する場所をお答えください（選択式）。
- 6 日本社会における所謂ハレの日（冠婚葬祭、年中行事などの所謂特別な日）におき酒をふるまわれた、或いはふるまった経験がありますか（選択式）。
- 7 前の問いで日本社会におけるハレの日（冠婚葬祭、年中行事などの所謂特別な日）におき、酒がふるまわれる機会は、今後どの様に変化したいと思いますか（選択式）。
- 8 コロナ禍以前と比べて、あなたが「飲み会」に参加する機会は変化しましたか
*酒に限らず、ソフトドリンクやノンアルコール飲料などを飲む集まりをふくめます。またオンラインでの飲み会も含まれます（選択式）。
- 9 ポストコロナ禍社会におき「飲み会」の機会はどの様に変化したいと思いますか。
*酒に限らず、ソフトドリンクやノンアルコール飲料などを飲む集まりをふくめます。またオンラインでの飲み会も含まれます（選択式）。

- 10 「酒を酌み交す」という行為から、コミュニケーションが促進され、良い結果（良い思い出）に繋がった経験、または予期せぬ悪い結果（悪い思い出）に繋がった経験などをお答えください（記述式）。

(2) イランにおけるアンケート調査

申請者が自身でイランに渡り 2020 年 12 月 24 から 2021 年 1 月 6 日まで現地イランにて、以下の項目でアンケート用紙を配布し、回収にあたった。調査対象者は申請者の元同僚、大学関係者等を介したその家族、友人等で構成されている。日本における調査同様、首都テヘラン在住の 20 代から 60 代、男女各 10 名ずつ（計 100 名）にご協力頂いた。質問事項は、全てペルシャ語記載である。尚アンケート項目は和洋女子大学、人を対象とする研究に関する倫理審査 (No. 2251) を通過したものである。

- 1 次の嗜好品の中で、あなたにとり「コミュニケーションツール」の一助として貢献していると思うのはどれですか（選択式）。
- 2 イラン社会で「他者と共にチャイを飲む」という行為はコミュニケーション促進に貢献していると思いますか（選択式）。
- 3 イラン社会で、「他者と共にチャイを飲む」という行為は①新たな人間関係を築くことに貢献する、②既に構築されている人間関係をより親密なものへと移行することに貢献する。①、②どちらにより効果的に働くと思いますか（選択式）。
- 4 自宅にいずれかのチャイをいれる器具（ティーバッグを含む）はありますか（選択式）。
- 5 一人の時、或いは同居する家族だけのために、主として何を用いチャイをいれますか（選択式）。
- 6 来客（家庭、職場等）があった場合、何を用いチャイをいれますか（選択式）。
- 7 カフェで一番多く口にする飲料は何ですか（選択式）。
- 8 コロナ禍におき、「他者と共にチャイを飲む」という行為はどの様に変化しましたか（選択式）。
- 9 ポストコロナ禍におき、「他者と共にチャイを飲む」機会はどの様に変化すると思いますか（選択式）。
- 10 「他者と共にチャイを飲む」という行為から、コミュニケーションが促進され、良い結果（良い思い出）に繋がった出来事、或いは予期せぬ悪い結果（悪い思い出）に繋がった出来事などを記して下さい（記述式）。

(3) 分析方法

日本、イランいずれのアンケート回答も 1-3 の調査の主要回答部分は全て IBM SPSS Statistics を利用し分析し図表で示す。また 4-9 に関しては、両国共に文書

表記する。両国における 10 番目の記述式の回答に対しては KH Coder 「共起ネットワーク」を用い、「酒」「チャイ」に関係する主幹と線で結ばれた共起を示すその他の語彙を抽出し、「コミュニケーション」と深く関係しているエピソードに纏わる回答から、各々の社会における嗜好飲料が、人々にどの様に捉えられているのか、また、果たして社会的役割を果たしているのか、を分析する。

3. 研究成果

(%)

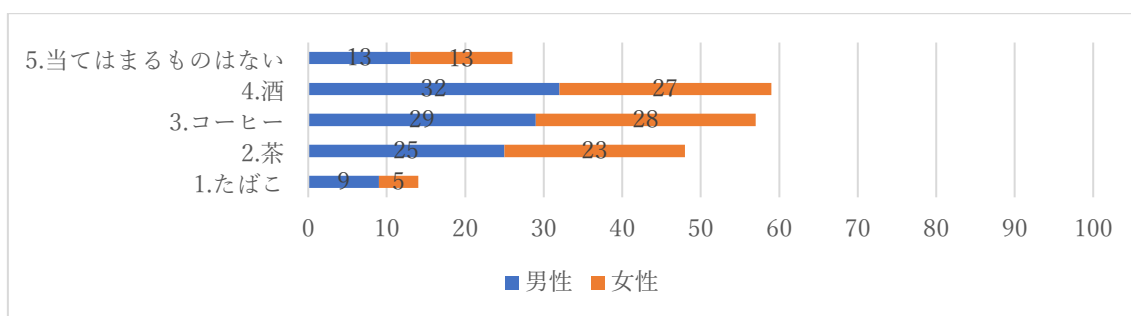


図1 「コミュニケーションツール」の一助として貢献していると思う嗜好飲料はいずれか（複数回答可）

図1 が示す様に 5 択を設け、コミュニケーションツールとして貢献している嗜好飲料について尋ねた。結果、酒はコミュニケーションツールとして貢献していると考える回答者を 59 パーセント存在することが確認できた。

(%)

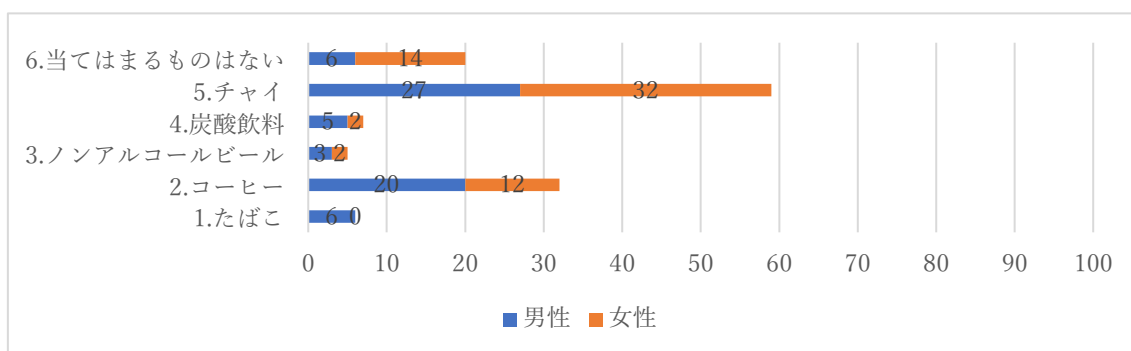


図2 「コミュニケーションツール」の一助として貢献していると思う嗜好飲料はいずれか（複数回答可）

イランの調査に関しては男女合わせて 59 パーセントの回答者がチャイを選択している。先行研究でも述べられているが、60 パーセント近くの人々がチャイとコミュニケーションを相互関係上にあると捉えている事実は、チャイが国民的嗜好飲料として受け入れられていると把握できる結果でもある。

一方、図3は「酒を酌み交わす」という行為がコミュニケーション促進に貢献しているか否かの問いであるが、61パーセントの男女が肯定的な考えをもっていることが理解できる。尚、カイ2乗検定の結果、回答には有意差がみられた。また男性の方が、より「酒を酌み交わす」ということに重きをおいていることが理解できる。

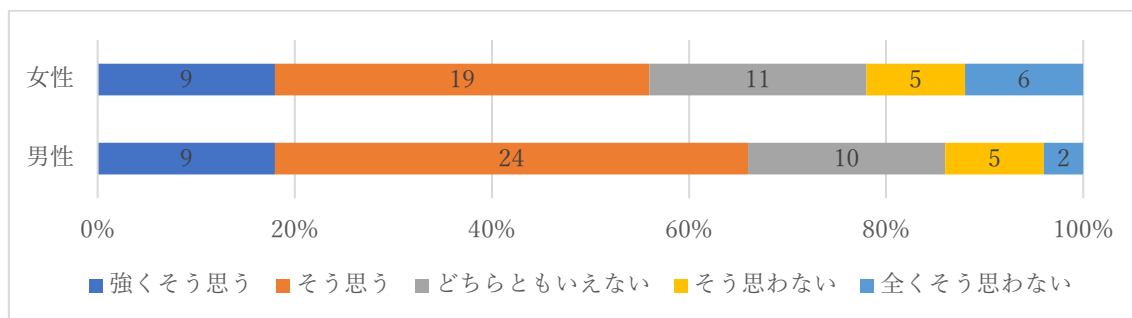


図3 日本の社会では「酒を酌み交わす」という行為がコミュニケーションの促進に貢献していると思うか、否か

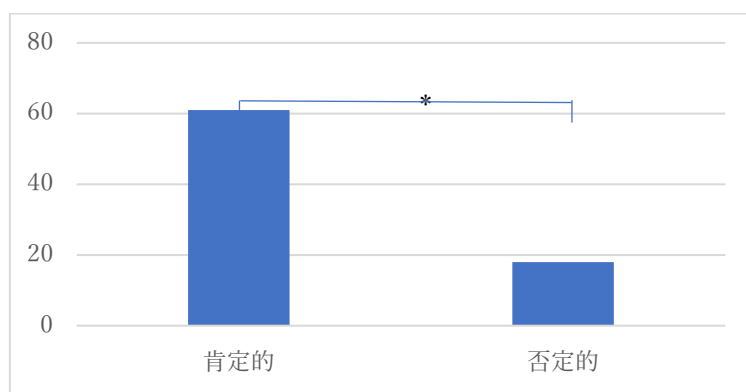


図4 図3のカイ2乗検定の結果：回答には有意差がみられた（強くそう思う、そう思う＝肯定的、そう思わない、全くそう思わない＝否定的とする） *は $p<0.01$ を示す

イランにおける「他者とチャイを飲む」という行為がコミュニケーション促進に繋がると捉えている回答者は全体で78パーセントである。イランの人々にとり、チャイを飲むという行為が単に喉を潤すというためのものではないことが容易に想像できる結果である。

更に、男性より女性回答者の方が肯定的な考え方を示していることから、彼女たちにとってチャイを飲むことと、コミュニケーションをとるという行為は関連性があると認識されていることが読み取れる。また、カイ2乗検定の結果、回答には有意差がみられた。

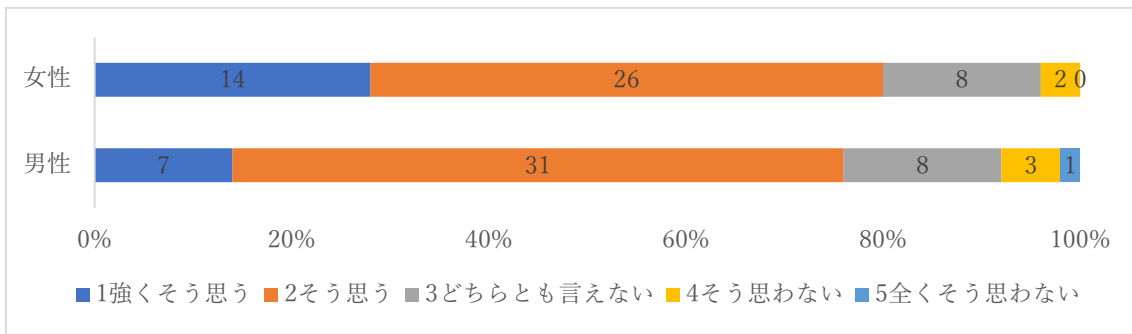


図5 イランの社会の中では、「他者とチャイを飲む」という行為はコミュニケーションの促進に貢献しているか否か。

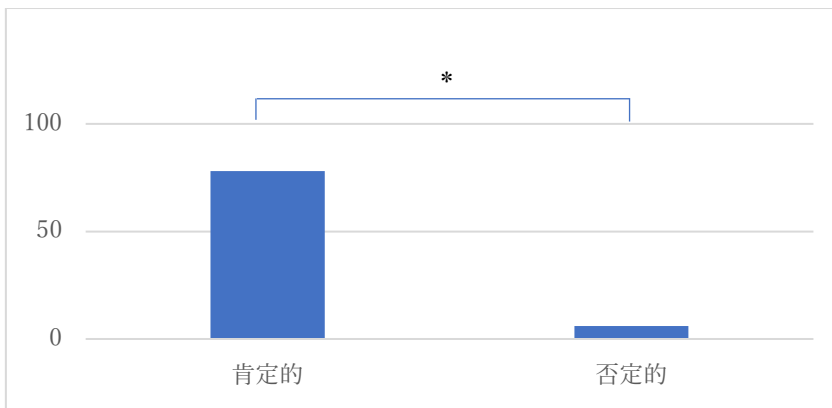


図6 図5の結果に対するカイ2乗検定の結果：回答には有意差がみられた（強くそう思う、そう思う＝肯定的、そう思わない、全くそう思わない＝否定的とする） *は $p < 0.01$ を示す。

図として明示する最後の質問は日本、イラン両国におき、「酒を酌み交す」、「他者と共にチャイを飲む」という行為は、①新たな人間関係を築くことに貢献する、②既に構築されている人間関係をより親密なものへと移行させることに貢献する、いずれに貢献するかというコミュニケーションツールとしての嗜好飲料の効用を分析するものである。

日本における調査では、「酒を酌み交わす」という行為は、新たな人間関係を築くこと、すでに構築されている人間関係をより親密なものへと移行させる、或いは両者に貢献する、と回答している男女が70パーセント近くにのぼっている。

イランにおける調査も同様に、80パーセント以上の男女が、「チャイを他者と飲む」ことの効用を指摘している。

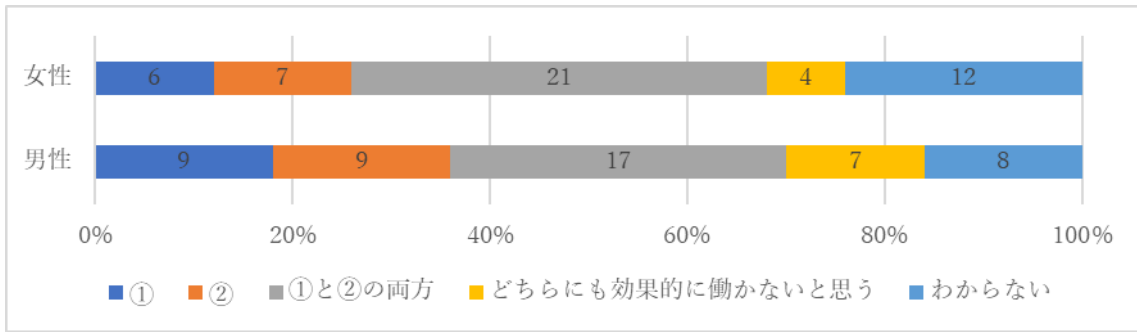


図7 「酒を酌み交す」という行為は、①新たな人間関係を築くことに貢献する、②既に構築されている人間関係をより親密なものへと移行させることに貢献する、いずれに貢献するか

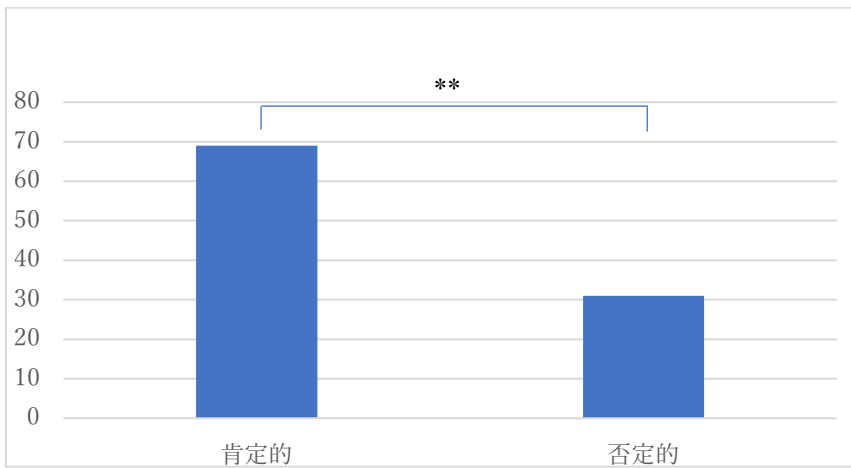


図8 図7の回答に対するカイ2乗検定の結果：回答には有意さがみられた（①、②、①と②の両方＝肯定的、どちらにも働かないと思う＝否定的とする） **は $p=0.028<0.05$ を示す

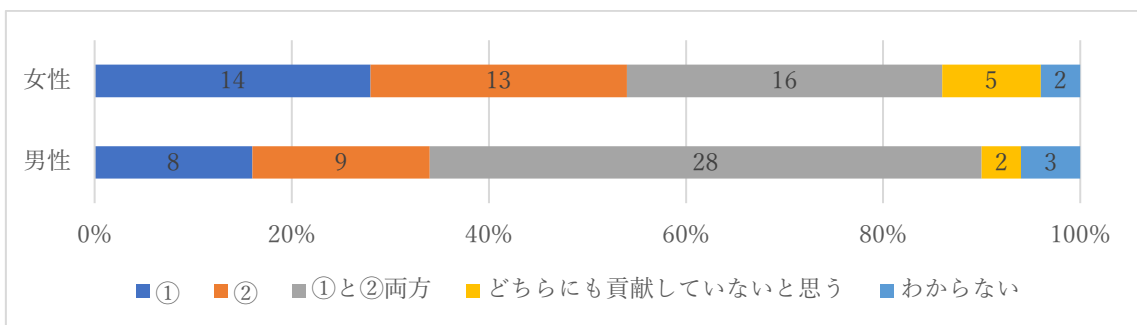


図9 「チャイを他者と飲む」という行為は、①新たな人間関係を築くことに貢献する、②既に構築されている人間関係をより親密なものへと移行させることに貢献する、いずれに貢献するか

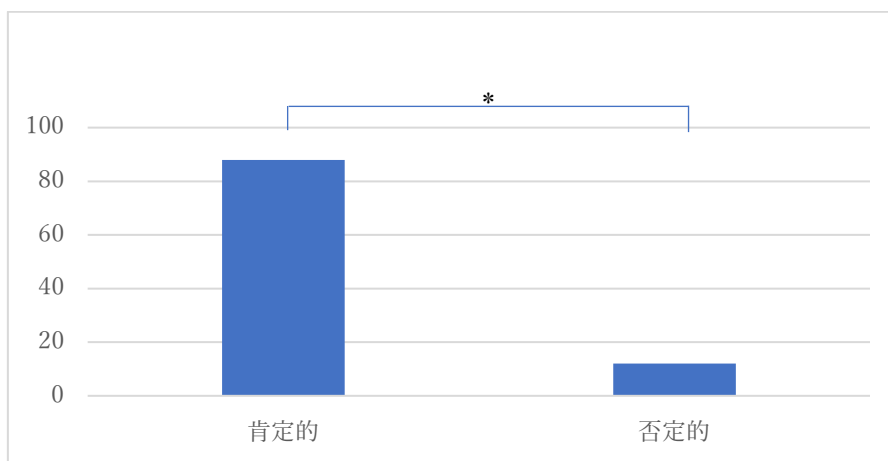


図 10 図 9 の回答に対するカイ 2 乗検定の結果：回答には有意差がみられた（①、②、①と②の両方＝肯定的、どちらにも＝否定的とする） *は $p < 0.01$ を示す

日本の「酒」に付随したアンケート設問 4、5 は日常における飲酒について問うものである。飲酒をする習慣がない男女が 20 パーセントを占めたが、友人と酒を楽しむ、と回答した人々が 23 パーセントを記録し、酒を一緒に楽しむ相手が職場の仲間、或いは配偶者、家族らであると回答した夫々 18 パーセントを上回った。また、飲酒を楽しむ場所としては居酒屋、自宅を挙げる回答者が夫々 48.8 パーセント、46.3 パーセント（複数回答可）と高い数字を示した。これらの回答を総合すると気のおけない友人と居酒屋で酒を楽しむ人々の姿が一般的である現状が読みとれる。

一方 6、7 は、ハレの日の飲酒についてである。酒をふるまったこともふるまわれたこともあると回答した男女が 45 パーセントにのぼった。同時に、今後はハレの日に因んだ飲酒機会は減少するだろう、と 40 パーセントの回答者が想定していることが明らかになっている。また、設問 8、9 では、54 パーセントの男女が、コロナ禍以前と比較した場合、現在、明らかに飲み会の機会が減少していると回答している。更には、今後も他者と共に飲酒を楽しむという機会が減少するであろう、と 34 パーセントの人々が言及していて、多くの日本人がコロナ禍を経て「酒を酌み交わす」という大衆文化の衰退を予測している状況が理解できる。

イランにおける調査では、先行研究でもとり挙げた、「チャイを淹れる相手」つまり、自身だけのためにチャイを淹れる時、或いは、客人をもてなすという場面に出くわした際、その淹れ方に差異は発生するのか、という観点から設問 4、5、6 を投げかけた。結果、自身の為であっても他者の為であっても、必要な茶器を使用してチャイを淹れるという環境には変化がみられなかった。これは各自宅に客人があつた際にも対応できるある程度器具が揃っていることにも関係しているのではないかと考えられる。

興味深いのは、設問 7 における外のカフェなどでオーダーする飲料に関する回答である。61 パーセントの回答者がチャイではなくコーヒーを注文すると回答している。自宅、或いは来客をもてなす際にはチャイであることが多いのにも拘わらず、外ではコ

ーヒーを口にすることが多いという結果である。これは、チャイと比較した場合、コーヒーの方が高額で、より高級品であるため、外に出掛ける時くらい普段とは違った飲料を口にしたいという気持ちの表れの可能性、或いは、昨今の海外からの文化流入に伴いコーヒーがチャイと並ぶ嗜好飲料として浸透し始めている結果ではないかと考えられる。

更に、設問 8、9 で、コロナ禍であった際にも「他者と共にチャイを飲む」という機会は大幅には減少しなかった、と回答している男女が 46 パーセント存在することからもうかがえるように、ポストコロナ禍においても、他者との関係に極端な変化はない、或いは、今後、現在よりも他者とチャイを楽しむ機会は増えるであろう、と回答を示した男女が 52 パーセント見受けられた。これはイランの伝統である家族間の結びつきの強固さにも関係性があると考えられる。尚、詳細は以下に示した記述式回答 10 に対する解説で言及する。

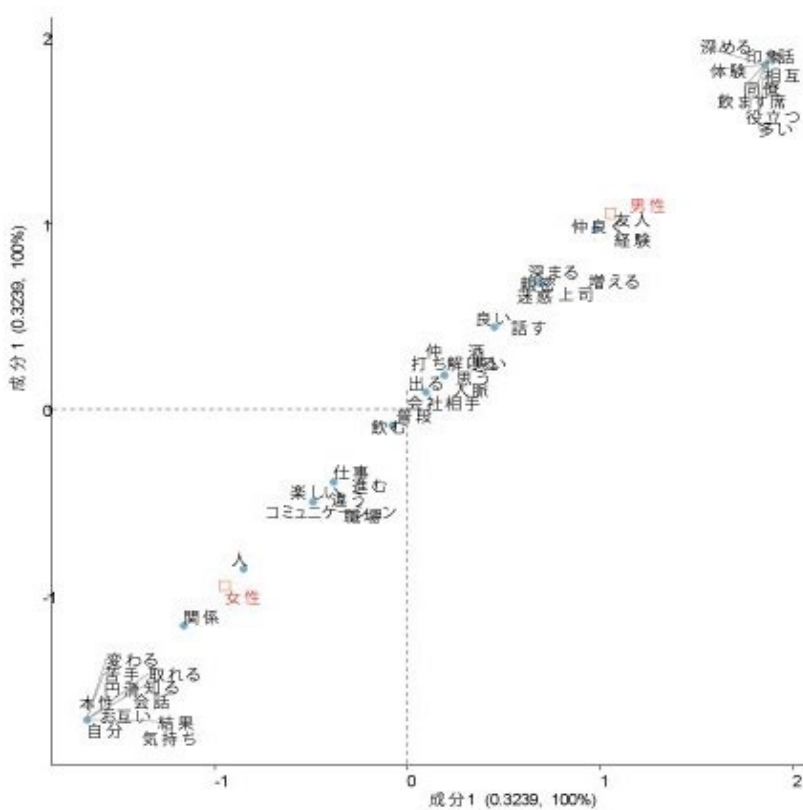


図 11 「酒を酌み交す」という行為からコミュニケーションが促進され、良い結果、予期せぬ悪い結果に繋がった経験についての自由記述

図 11、12 は、夫々、「酒とコミュニケーション」「チャイとコミュニケーション」の相互関係を調査するために、自由記述という形で記入された回答をもとに、主幹語彙と、それに付随する共起の高い語を線で結び、その関係性の強度を示した表である。

図 11 は、酒に関する結果を男女別に示している。女性に関しては「自分」を主幹として「お互い、本性、円滑、知る、会話、苦手、変わる、取れる、結果、気持ち」などが高い値で関連付けられている。一方、男性は「話」を主幹として「深める、体験、同僚、飲ませる、役立つ、多い、印象、相互」などが夫々相関している。

女性は「自分」を主幹とし、他者とコミュニケーションをとるという観点から酒に纏わるエピソードを記し、男性の回答からは、「話」を主幹とし職場を関連させる共起を表している。

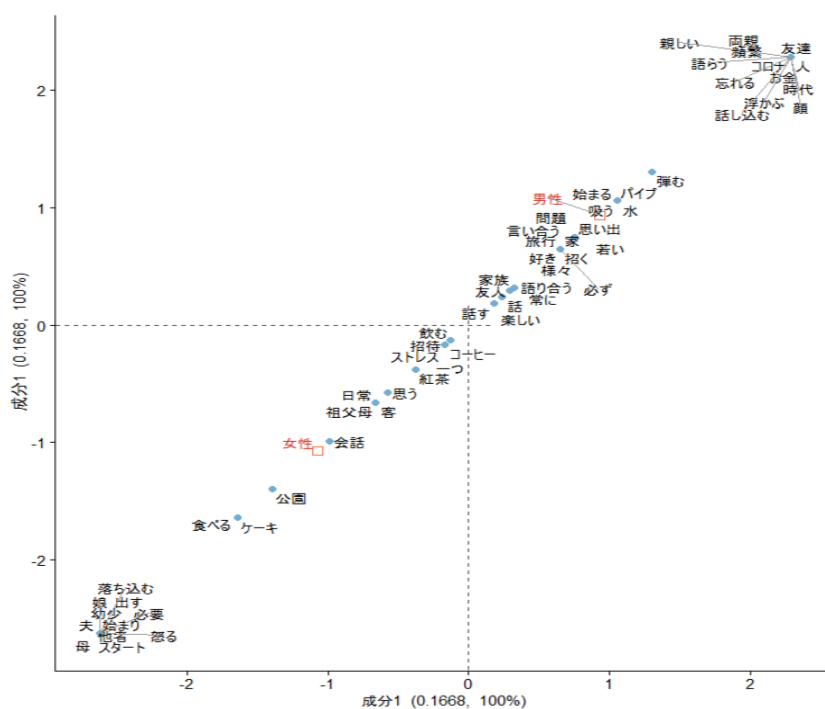


図 12 「他者と共にチャイを飲む」という行為からコミュニケーションが促進され、良い結果、予期せぬ悪い結果に繋がった経験についての自由記述。

イランの女性においては「他者」を主幹に「スタート、母、夫、娘、始まり、幼少、出す、必要、落ち込む、怒る」などが相関関係にある。男性の回答には「友人」を主幹として「両親、人、頻繁、新しい、語らう、コロナ、お金、忘れる、時代、浮かぶ、話し込む、顔」などが挙げられた。両者が共通している共起に家族が挙げられる。これはイラン政府が推奨する家族主義、即ち、イスラーム社会において、家族は社会の核を担う最小単位の集団であるという宗教教義に則った概念、そして近代化目覚ましいイランではあるが、伝統的な家父長制、家族帰属文化が社会に浸透しているが故、

チャイ愛飲と家族の関係性を示唆した回答者が多数にのぼったのではないかと考えられる。

4. 考察

研究の結果から日本の社会におき、「酒」という嗜好飲料が、新たな人間関係を築く際、或いは既に構築されている関係性をより親密なものへと移行させる役割を果たしていると考えられる日本人が一定数確認され、他のコーヒー、茶、たばこなどの嗜好品と比較した場合、より貢献度が高い飲料として捉えられている現状が把握できた。

また、酒を酌み交わし、コミュニケーションをとる相手に関しては、円滑な人間関係構築を迫られる職場関係者などよりは寧ろ、個人の意思による友人らであるケースが多いことが理解できた。

イランにおける国民的飲料、且つイラン文化の一端を担っているとも考えられるチャイに関しては、日本社会同様、新たな人間関係、そして既存の人間関係の発展に貢献すると認める人々が本研究においては半数以上にのぼった。また、チャイを共に楽しみたい相手として家族を挙げる人々が多い傾向が捉えられた。

また、コロナ禍における夫々の社会における他者との付き合い方の推移については「酒」を介した付き合いは下火となり、今後はコロナ禍以前のような社交の場は減少するのではないかと考える人々が少なくなかった。一方、イランにおいてはコロナ禍であっても「チャイ」を介しての他者との付き合い方には大きな変化が見られず、ポストコロナ禍においては寧ろ、他者との関わりは活発になるであろうと回答する人々が半数以上であった。

5. 結果

宗教的、社会的環境の相違から、比較嗜好飲料を敢えて同一化させずに調査研究を実施した本研究は、日本、イラン社会におけるコミュニケーションツールとしての嗜好飲料が「酒」と「チャイ」である傾向が強いことを示す結果となった。

日本の研究結果に関しては、従来 of 日本社会における慣習であったとも捉えられる必要に迫られた関係性の維持を目的とする酒の効用は減少傾向にあり、寧ろ、個人の自由意思で、友人らと共に酒を楽しむという人々の方が、今後は一般的になっていくのではないかと推測されるに至った。

伝統的なハレの日などにふるまわれる酒については、多くの回答者が、ポストコロナ禍における宴会（飲み会）等の減少を想定している。親しい友人らと酒を楽しみたいとしながらも、酒を介しての他者との関係性は薄れていくであろうと懸念を示す回答者が少なくないことの表れであろう。

一方、イランにおけるチャイは、イラン社会的に広く浸透している飲料である、と本研究は示している。嗜好という域を超え、社会生活に欠かせない文化的国民飲料と表現しても過言ではないだろう。

更にチャイを他者と楽しむ、という行為が、イラン社会に根強く残る伝統的、宗教的な要素を含んだ家族文化と大いに関係していることが調査を介し把握できた。

社会的構造の相違から、両国の嗜好飲料、更にはその効用には相違がみられる。しかしながら、人間が生きていくために摂取しなければならない栄養素としての飲食とは一線を画した文化的役割を両国の「酒」と「チャイ」は夫々の社会で担っていると考えられるのではないだろうか。

6. 引用文献

アーザル・ナフィーシー、市川恵里〔訳〕、『テヘランでロリータを読む』、株式会社白水社、p35、2006。

天野武、「酒と社交・贈答」、シリーズ◆酒の文化第1巻『日本の酒の文化』、1996、社団法人アルコール健康医学協会、pp19-29。

市川孝一、「日本人の飲酒行動と規範」、『生活科学研究=Bullen of Living Science』、1998、Bunkyo University Department of Human Science 文教大学生生活科学研究、ISSN02852454 pp17-26。

金村敦夫、「酒道：日本における飲酒の品格について」、『本醸造協会誌』、2007、102巻5号 pp326-332。 <https://doi.org/10.6013/jbrewsocjapan1988.102.326> 2022年10月2日最終閲覧。

嶋田正博、「日常生活に溶け込むイランのチャイ(紅茶)文化」、『茶 THE TEA 2008 7』、2008、静岡県茶業会議所、ISSN02886456 pp52-55。

西澤 力、「酒の文化」、シリーズ◆酒の文化第4巻『酒と現代社会』、1997、社団法人アルコール健康医学協会、pp5-7。

中根千枝、『酒と社会』、東京大学出版社、1976。

原隆一、「飲料：イラン チャイハーネ考」『大東文化大学国際関係学部現代アジア研究所編 ASIA 21 基礎教材編』、1995、第5号、大東文化大学国際関係学部現代アジア研究所広報出版部会、pp133-137。

<https://www.daito.ac.jp/gakubu/kokusai/asia21/beverage/iran.html> 2022年9月25日閲覧。

福井靖彦、「料飲店と飲酒の大衆化」、シリーズ◆酒の文化第4巻『酒と現代社会』、1997、社団法人アルコール健康医学協会、pp37-71。

横光健吾、金井嘉宏、松木修平、平井浩人、飯塚智規、若狭功未大、赤塚智明、佐藤健二、坂野雄二、「嗜好品摂取によって獲得できる心理学的効果の探索的検討」『心理学研究』、2015、公団社団法人日本心理学会、第 86 卷、第 4 号、pp354-360。

7. 英文アブストラクト

A comparative study of cultural preferences: an exploration of Iranian tea and Japanese sake as communication tools.

Reiko NARA (Wayo Women's University)

The present study, which intentionally did not standardize the compared preference beverages due to differences in religious and social environments, revealed that in Japanese and Iranian societies, preferred beverages as communication tools tend to be alcohol and tea, respectively.

The act of drinking alcohol together can be seen as a traditional custom in Japanese society, which was used to maintain necessary relationships. However, nowadays, there is a tendency for individuals to use alcohol as a part of their communication tool, with a decrease in the need to maintain such relationships out of obligation.

Additionally, regarding the sake served on traditional festive occasions as well as enjoying alcohol individually with close friends, many respondents anticipate a decrease in alcohol consumption post-coronavirus pandemic and suggest that a diverse way of enjoying alcohol may become more prevalent going forward.

On the other hand, this study shows that tea is a widely prevalent beverage in Iranian society. It is not an exaggeration to describe it as a cultural drink that is indispensable to social life, transcending the realm of preference.

Furthermore, through the investigation, it was understood that the act of enjoying tea with others is closely related to the strong relationship of traditional family culture deeply ingrained in Iranian society.

Due to differences in social structures, there are differences in preferred beverages and their effects between the two countries. However, it can be argued that both "alcohol" and "tea" play cultural roles that are distinct from the consumption of food and drink as essential nutrients for human survival in their respective societies.