

消費される花柳界のイメージと、顧客が求めるもの

——A花柳界の事例に関する一考察——

中岡 志保

はじめに

本稿は、筆者がフィールドワークを行ったA花柳界のまちなみが整備され、市の観光化に向けたまちづくりへと組み込まれていく過程に焦点を当てる。

芸者は大正期頃から「売春防止法」（以下、売防法とする）が適用され、昭和33年まで、「芸娼妓酌婦」と娼妓やそれに紛う存在としての酌婦などと共に一括した総称で呼ばれていた。それはつまり、売春を行う者とされていたことを意味する。売春を取り締まるための「風俗営業取締法」が昭和23年に施行され、花柳界も警察の監視下に置かれた。その状況は、売防法が施行された現在でも変わることはない。

しかし、そうした法的側面とは対照的な動向が近年、花柳界で見られるようになった。それは「芸者とは芸能者である」ことを強調する動きである。こうした花柳界の変化には、観光化への動きが大きく関与している。また、マス・コミュニケーションの力も大きな影響となっている。

観光経験に関して山下晋司は、「観光客は旅行に出る前にガイドブックを読む。そしてガイドブックに書かれている場所に行き、ガイドブックに載っているのと同じような写真を撮ってくる」と述べ、「観光経験は『オーセンティシティの追及』と『疑似イベント』のあいだを揺れることになる」という〔山下1999：29〕。そして、観光経験はオーセンティシティの追及か疑似イベントかという二者択一としてとらえるだけではなく、もうひとつのあり方を提示する。それは特に日本人の観光に見られる現象であるとしたうえで、ブライアン・ムーランを引用し、「日本人が観光に求めるものは真でも偽でも聖でも俗でもなく、現実原則が反転した『さかさまの世界』なの」だという。それを端的に示したことわざが「旅の恥は掻き捨て」であり、「旅行者が現実

原則的作用しない旅の時空のなかにいることの端的な表現なのである」と山下は言う [山下 1999 : 30]。

ガイドブックはマス・コミュニケーションの産物である。それを手がかりに現実の世界とはさかさまのものを求めて、観光客は観光地へと赴くことになる。今日の花柳界が観光に組み込まれてきた背景にも、そうしたさかさまの世界を求める観光客の心理を読み取ることが出来るのではないだろうか。山下の述べる「さかさまの世界」は、失われた日本の原風景とも考えられる。まちなみや景観は無くなる以前には、あまり貴重なものとみなされないが、一度失われたことで、再び日本人自らがそれらを希求するようになった。そして一度失ったものが、マス・コミュニケーションによって蘇生されたかのように消費者に提供される。古いまちなみや景観を追いもとめる観光化現象は、戦争によって、あるいは高度経済成長によって失ってしまった、日本の原風景への希求だと言える。

観光化現象は、マスメディアに対する視点を定めることで、把握することが容易となるであろう。そこで筆者は、マスメディアに関してボードリヤールが述べていることを分析の柱としたい。ボードリヤールは、次のようなことを述べている。一端マスメディアによって消費者に提供されることになったモノは、実物の特徴や要素を組み合わせで造られた「製品」あるいは「商品」となる。これらは「現実としての力」を持つようになる。つまり、現物とは別の、造られたモノに「ネオ・リアリティ」が与えられることになるのである [ボードリヤール 1979 : 182]。

本稿では、こうしたボードリヤールの指摘を受け、花柳界のイメージがマスメディアを通して、観光化されたものへと造りかえられ、消費者に提供されているという認識に立ったうえで、考察を試みたい。

本稿は3節から構成されている。おおまかな概要は以下の通りである。第1節「A花柳界の概要と近年の動向」では、(1)、(2)でA花柳界の概要と、近年生じている観光化に向けた変化について述べる。それを踏まえ、(3)では、「真正な花柳界」としてお手本となっている京都を、筆者と同期に芸者となった19歳の松子がどのように意識しているのかについて、彼女の言動を通して述べる。第2節「京都の観光化と消費されるイメージ」では、A花柳

界が目指す花柳界像のお手本となっている京都が、これまでにあゆんできた観光化の道程を追う。その際、マスメディアの力を十分利用してきたことに触れる。第3節「ご最戻さんが芸者に求めるもの」では、第1節で触れた観光化され、マスメディアによって消費されるA花柳界の芸者イメージ——芸能者としての芸者——とは異なるもの——心のつながり——をご最戻さんは求めているということについて触れる。

こうしたデータをもとに、新たに造られ、そして消費されるA花柳界のイメージと、花柳界を日常の遊び場としている顧客が芸者に求めているものとの隔たりについて考察することを試みる。なお、本稿で使用する名称は一部仮名を用いていることを、あらかじめ断っておきたい。

1. A花柳界の概要と近年の動向

(1) A花柳界の概要

筆者が調査を行った東京都に位置するA花柳界は、フィールドワークを開始してから終了するまでの1年半の間、あらゆる面で動きがみられ、つねに変化していた。芸者の出先²は近年、客との閉ざされた私的な小空間としての、料理屋や待合³のお座敷から、ホテルの大きなイベント会場など、舞台上踊りを披露する公の場へとますます広がりを見せていた。なかでも目に見えて分かる変容は、花柳界とされている区画のまちなみの変化であった。

こうした観光化への動きに反して、古い商店や置屋として使用されていた建物などは、次々と建て替えが進められたり売り地にするためにさら地へと姿を変えたりしていた。その前段階として、平成になる頃から、A花柳界の待合であった建物は、駐車場やピンクサロン、韓国系のパブへと貸し出され、花柳界のまちなみは大きく変容してきていたのである。こうした状況のなかで、フィールドワーク中に生じた出来事は、以前のA花柳界を象徴していたまちなみである、柳の植え込みが並ぶ黒塚の街路が再生に向けて整備される計画が持ち上がったことである。筆者の所属する置屋⁴若月の春花お母さんや、地元の観光協会が中心となって進めることが決まった段階であった。観光協会は、A花柳界を観光の目玉として位置づけることで、観光客を誘致したいという思いを抱いていた。平成21年（2009年）からはまちなみ整備事業が

始められ、現在では石畳の道の両脇に黒塀が続く、風情のある花柳界の景観が完成している。

このA花柳界で筆者は、平成19年（2007年）4月の終わりから平成20年（2008年）9月まで、芸者として置屋若月に所属してフィールドワークを行った。置屋の経営者はその置屋に所属する芸者からお母さんと呼ばれる。また置屋に所属する芸者は若月のお抱え芸者であり、娘と呼ばれる。そう呼ぶのはこの花柳界のご鬘さんたちである。若月のお母さんは置屋の経営者であると同時に現役で座敷に出る春花という名前の芸者でもあった。

A花柳界には見番が1つと、三業組合⁵に登録した料理屋や待合などの出先⁶が6軒、それに置屋が8軒である。そのうち、50歳以上の芸者は、自分で置屋の看板を持ち、独立して営業するという、^{しまえ}目前芸者と呼ばれる形態をとっていた。他方、若い芸者は置屋に抱えられているものがほとんどであった。芸者数17名の年齢別内訳は表-1にまとめている。今日、花柳界として成立する条件として、必ず見番が設けてあることが条件となっている。見番とは、料理屋、待合（料亭）、置屋の三業を取り仕切る事務機関であるが、それがなければ、たとえ芸者がいたとしても花柳界とは呼べないことになっている。A花柳界はその点において、正式な花柳界であると言い得る。また、先に述べた三業が揃った土地のことを今日では、花柳界と呼んでいる。

なお、待合についてであるが、戦後は待合という呼び方を廃し、料亭と改正された。NTTの電話帳にもかつての待合は料亭として登録されている。しかしA花柳界では長年通っているご鬘さんが少なくなく、そうした人々は今も待合と呼んでいる。また待合と呼ばれる店の女将も自らそのように称しているため、特筆する必要のない限り本稿においては待合と記載することにした。

(2) A花柳界の詳細

- ・見番^{けんぱん}⁷：1軒
- ・料理屋等の出先：6軒 ※組合登録数
- ・置屋^{おきや}：8軒 ※休業等含まず
- ・芸者数：約17名（表-1）

表－1 芸者の年齢別内訳

芸者（17名中）					
年齢（歳代）	60以上	50	40	30	20
人数（人）	4	1	1	6	5

2008年9月現在

料理屋などの芸者が呼ばれて出向く場所、出先は、交通の限られている時代であれば、人力車や輪タクと呼ばれる自転車タクシーがおもな移動手段で、車のタクシーは若干出回っている程度であった。人力車の店が花柳界の指定地内にあり、そこが輪タクなども扱っていたという。高度経済成長期から徐々にモータリゼーション化が進んだことで、今日では、芸者の移動手段として挙げられるのは専らタクシーとなっている。

だがまちなみの整備が行われる数年前からは、A花柳界の三業組合に所属する料理屋の旦那⁸が中心となって、かつて多用されていた人力車を活用した花柳界の活性化策が試みられていた。そのひとつが「人力車の会」の会員を募ることである。会員は、定期的に設けられる芸者衆との交流会に参加することができる。この他に、A花柳界内やその周辺で、人力車に芸者衆を乗せて走る光景を撮影する企画を行ったり、この料理屋で座敷が設けられる日には、敢えて人力車で芸者衆を置屋まで迎えに来たりすることも行っている。こうしたことで、A花柳界の存在を知らない人に紹介することができ、さらに風情ある花柳界の光景を取り戻す足掛かりになるのではないかと料理屋の旦那は考えていた。

A花柳界では、顧客に呼ばれば、どこでも出向くことが許されている。昭和20年代は、徒歩で20～30分程度離れた場所にあった遊廓に来るようにと顧客に呼ばれた芸者は、輪タクで遊廓に向っていたという⁹。現在の出先は、昭和20年当時と比較すると、はるか遠方にまで及び、顧客から依頼さえあれば都心部や他県に出向くこともある。日常的な移動範囲としては、タクシーで20～30分程度の山の中や川を隔てた場所にある料理屋、料亭がおもな出先に加わっている。

だが昭和 20 年代の A 花柳界では、数多い待合のなかでも、それぞれ芸者が出向くのは特定の待合と決まっていたという。それは客も同じであり、A 花柳界内部でいくつも待合をはしごするなどということは許されないことであったという。この頃 A 花柳界に入った、最も年長である 70 歳代の光代姐さんは、当時は 100 人から芸者がおり、賑やかなものだったと語っていた。

今日の A 花柳界では、若い芸者の置屋数や、かつての置屋や料理屋建物を利用した、芸者の出入りする新たな料理屋の数は増加傾向にある。他方、芸者数は十数名と一定の人数で推移し、若い芸者は入っては辞めていく傾向にあるものの、定着すれば確実に芸を身につけた芸者へと育っている。待合が姿を消していた昭和から平成へと年号が変わる前後の時代は、芸者の需要は減少していた時代であったが、今日では芸者が宴会で芸を披露することなどにより、大きな舞台での需要を拡大させることができたためである。かつてはここ以外にも近隣に花柳界がいくつか存在していたが、人気がなくなるに従って、消滅してしまったと聞く。今では、この地区で唯一残る花柳界としてマスメディアが報道している通り、A 花柳界は貴重な存在になっているのである。

筆者はフィールドワーク中、つねにお抱え芸者が 10 人前後で推移する大所帯の置屋若月に所属していた。お抱えの芸者は、玉代の半分以上を置屋に支払うことになっていた。そのかわりに、着物やその他の小物が置屋から貸与される。こうした着物に関する維持費は、置屋に支払った玉代で賄われる。玉代というのは、客が芸者に支払うお金のことで、芸者 1 名につき A 花柳界では 6,000 円であった。2 時間であれば 12,000 円を客は芸者 1 名につき支払うことになる。なお、平成 20 年（2008 年）以降は 1 時間につき 6,500 円と玉代が値上がりした。2 時間がお約束と決められていたため、たとえ 1 時間しか芸者を必要としなかったとしても、客は 2 時間分の支払いをしなければならぬ。その後は後口あとくちと呼ばれ、30 分刻みで玉代が支払われることになっている。

（3）A 花柳界の近年の動向

A 花柳界では、これまで芸者の出先として一般的であった待合や料理屋の

一室という、小さな、かつ私的な空間から、ホテルや屋外の大きな舞台イベントへと活動の場を広げてきている。それにより、これまでにはない多くの芸能を披露する機会と、お酌をしながら対話する場としての出先を獲得することができるようになった。こうした場合は、花柳界に足を踏み入れたことのない人々を、ご最前さんとして新規に取り込む機会となっている。

しかしこのような状況はここ数年の話であるという。芸者歴 10 年で 30 歳代前半の葉子姐さんは、自分が A 花柳界に入ってきた頃は、座敷が全然なくて、毎日近くの企業に、A 花柳界を利用してもらえるようにと営業をして歩いていたという。そしてその頃は、芸者だけでは食べていくことが出来なかったため、ダンサーをして生計を立てていたと語る。それが今日では毎日数座敷入っているのが A 花柳界の状況となった。それは舞台でのイベントを行うようになったことで生じた近年の変化である。

舞台イベントで踊りを披露するようになったことで、芸にも変化がみられるようになった。広い舞台では、見栄えのする芸であることが第一の課題となる。そのため、三味線などの地方^{じかた}は省略され、演目をあらかじめ吹き込んだカセットテープが使用されることが多い。芸者になりたいといって入ってきた新人芸者は、まず踊りの稽古から始めるが、習い始めて 3 ヶ月もすると、集団で舞台に立って踊るようになる。そこでは、個々が目立つのではなく、全員で足並みをそろえて踊ることが求められる。集団による踊りの稽古では、お客さんは 1 人を見ているというよりも、足並みのそろった全体をひとつとして見ていると芸者間で理解されているからである。そのため、身長差による高さの調節は、小道具の持ち方を工夫することで解決される。個人に焦点を当ててみるとその持ち方は不自然に思われても、全体としてはバランスがとれているため、このような演出を行うようになった。これまでの小さな座敷では、1 人か 2 人で芸を披露するため、このような演出を行う必要はなかった。

さまざまな集まりに招かれ、舞台で踊りを披露する仕事が増加してからは、その宴会場は芸者の個々の座敷を獲得する場ともなる。また春花お母さんは、お座敷に揚がってみたいと感じている人に向けて、インターネットや雑誌などで参加者を募り、1 人当たりの金額を抑えて、大人数でお座敷を体験する

機会を提供している。お座敷体験をしてみたいと強く望んでいる人は多く、こうした座敷の予約はつねに満員となる。また参加者には女性も目立つ。初めて花柳界の座敷に足を踏み入れたお客さんは、すべてが初めての体験であるため、遊ぶというよりも遊び方を教わる、またはお座敷遊びを手取り足取り芸者から経験させてもらうというスタンスで臨む。そのため必然的にお座敷での主導権は芸者が持つようになっていた。

徐々になじみ客になっていくに従って、芸者と客との関係も変化していくが、初めての客に披露する遊びとして定番なのは、「トラトラ」、「金比羅舟々」「麦摘んで」など、京都のお座敷遊びを紹介した DVD に収録されているような遊びである。お客さんもそうした遊びがあるという知識を、花柳界を紹介するさまざまな雑誌やテレビ番組などのメディアから得ているため、ぜひともそれらを体験したいという思いを強く抱いてやってくる。新規のお客さんは初めてのお座敷体験に満足した場合、また新たに知人を連れてやってくることも多い。そのため、これらの遊びを習得し、楽しく演出することは、新人芸者にとって、芸者としての形式的な芸を身につけることになる。

しかし、いわゆるお座敷遊びと呼ばれているこれまで A 花柳界に定着していた演目のなかには、性的な表現の含まれるものが多い。そのような遊びは下品だとして、春花お母さんはお抱えの娘たちに教えることはない。だが筆者は、ほかの置屋のお母さんと入った座敷でたまたま、性的な歌詞が含まれた唄や、それに伴う身体表現を目にすることもあった。こうしたお座敷遊びは、A 花柳界を長年最員にしている、60 歳後半の世代を中心とした顧客の集まった場のみ見られるものであった。

いわゆるお座敷遊びは、マスメディアの力によって芸者遊びを象徴するものとなっていくため、花柳界を知らない新規の客に向けて行われる。ご最員の席で「トラトラ」や「金毘羅舟々」などをすることはほとんどなく、接待で新しいお客さんを連れてきたときに限られる。小唄や端唄をたしなむご最員さんであれば、お座敷で三味線を弾いても楽しむ場合もあるが、なじみになっていけばいくほど終始、話で盛り上がる座敷が多くなる。

先述した光代姐さんは、芸者に必要な条件として、座持ちの良さと身持ちの良さを挙げて筆者に忠告する。なじみになっていくなかで、いかに性的な

関心ごとを話芸でそらし、かつなじみ客との関係を維持していくのが難しい課題である。それができてはじめて芸者なのだとことば少なに語る。また唄や話し方など、芸者に必要な芸はすべて教わるものではなく、自分で盗むものだとも語る。

近年の A 花柳界のように、舞台での仕事を増やしている状況では、仕事量は増えたとしても、座敷に根ざした話芸を身につける機会は減少している。客からふられた性的な話を「嫌らしい」と嫌な顔をして終わらせてしまうのではなく、それを面白さに変えて受け応えをし、話を芸者自身のペースに乗せていくような、独特の妙味を備えた芸者の話芸は消えつつあると言える。しかし、それでも昭和 50 年代以降近年まで落ち込んでいた A 花柳界の遊客数は、こうしたお座敷の話芸によってではなく、舞台での芸の披露によって激増したことは事実なのである。

(4) 京都の舞妓を意識した松子の意識

松子は、筆者と同期として 2007 年 5 月に A 花柳界に入った。松子はその時 19 歳であった。アルコールは一切お座敷で口にしないよう、お客さんを含めた周囲が配慮していた。筆者と松子と一緒に、お母さんのご最良さんであり、小唄のお弟子仲間でもある旦那衆の座敷でお披露目をしてもらった。松子はお母さんから見て模範的な芸者を目指す女性であった。お母さんの言うことは何でも吸収し、言われたことは一字一句守ろうとする娘であった。

お母さんのご最良さんである神田さんと置屋の娘たち、そして若月の隣に置屋を構えている葉子姐さんが、旅費はすべて神田さん持ちで、信州旅行に出発する朝のことである。その旅行の出発直前にお母さんは、貸切バスの中での飲み物は用意したが、おつまみを買いきり忘れてしまったことに気付く。そこで松子に「柿の種」でも買ってきてちょうだいと言う。筆者は松子に頼まれて一緒に行くことになった。近くのスーパーに行くと、そこに「柿の種」はない。その代り、類似の酒のおつまみをパック詰めにしたものがあった。筆者は「これでいいんじゃない？」と松子に言ったが、松子は「柿の種」とお母さんが言ったからと譲ろうとしない。しかし、そう時間的に余裕もないし、お母さんも「柿の種」が絶対食べたい訳ではなく、「柿の種」のようなお

つまみを買ってきてって言っただけだと思うと筆者は言ってみたが、貸す耳を持たなかった。このように、お母さんの言うことがすべてであるため、周囲の置屋の姐さんの言うことは耳に入らないことが松子にはしばしばあった。そのため別の置屋の姐さんは、「もうあの妓は呼ばない」と言い、松子に座敷が入っていない日でも自分の座敷に呼ぼうとしない時期があった。

しかし、お母さんから見ればとてもかわいい娘であった。松子は 19 歳でお母さんは 40 歳代中頃、実の親子と同じ年齢差というのも関係したのかもしれない。しかしそれだけではなく、松子はつねにお母さんを尊敬しており、実際に当人もそう口にしていた。ある日は、A 花柳界の 1 本外の歩行者専用道で開かれたアートフェスティバルで、「お母さん、いつもありがとう」などと書かれた絵葉書を購入し、本当に喜んでもらいたいからと、自分の気持ちですと言ってお母さんに手渡すこともあった。

お母さんは本気で松子を育てようと思っていたようである。しばらくすると、お母さんは松子に半玉の恰好でイベントの舞台などで踊る仕事を頻繁に与えるようになった。それまで半玉をしていた姐さんが家族とお店を開きたいからと言って辞め、20 歳代前半であるが、置屋では 3 番目に古い真弓姐さんが、鬘かつらを作って半玉から芸者になったことも重なった。舞妓がいると座敷の華やかさが違うという理由で、お母さんは松子に早く半玉の恰好をさせたがっていた。

イベントが開催される日やその前日になると、松子は桃割れ風の髪型にカヨ美容室で結ってもらう。カヨ美容室のカヨ先生は、都内で若い頃修業をし、現在の店は結婚をすると同時に出した。まだ 23 歳の頃だったという。その頃は A 花柳界には数軒日本髪を結う髪結床かみゆいどこがあったが、その頃にもう少し日本髪を教わってもらってあげればよかったと語る。しかし桃割れ風の髪型はなかなかの腕のものであった。都内に位置する B 花柳界もそうであるが、半玉は地毛じげで桃割れ風の髪を結う。なかには鬘をかぶる半玉もいるが、地毛の方が額のおくれ毛などが、より半玉らしさを引き立てる。しかし結うのに鬘びん付け油は使用せず、束髪そくはつ同様、髪にカーラーを巻いてお釜に入り、くせをつけた髪をスプレーや、あんこと呼ばれる縮れた黒い人毛で膨らませながらまとめていく。所要時間はあまり束髪と変わらない。カヨ先生の手際の良さが光る。

松子は半玉の恰好をし始めてしばらくの間、この髪型に洋服姿で、隣町から自転車で通ってきていたが、歩行者から声をかけられることが増えてくると、「誰が見ているか分からないから」などと言って、この髪型の時には洋服で自転車に乗るのは控え、小紋などを着て歩いて通ってくるようになっていた。その頃になると、着物姿でコンビニエンスストアに入ったり、出来合い弁当などを売る店に入ったりするのも止めるようになっていた。筆者がなぜそうするのかと理由を聞いてみたところ、「お母さんがね、京都の舞妓ちゃんはコンビニに入ったりしないって言ってたから。あとね、舞妓ちゃんは携帯も道でかけたりしないんだって」と言う。そして「わたしも、この町で誰に見られてるか分からないしね、やっぱりこんな恰好でコンビニに入ってるのを周りを歩いている人が見たら、幻滅すると思うんだ。この(A)花柳界のイメージのためにもね、わたしが行動に気をつけないと」と語った。

それはお母さんからそうして頂戴と言われたのではなく、京都の舞妓についてお母さんから話を聞かされたことが、松子の意識を変える大きな要因となったようである。そこにはお母さんが松子にそうして欲しいと思って語っていた意思も読み取ることができる。

松子の事例から分かることは、京都の舞妓という見本またはお手本が存在しているということで、芸者のイメージを描きやすくなっているということである。京都は今日、どこの花柳界も意識しないではいられない、「真正な花柳界」としてイメージされていると言えるだろう。だが、京都が今日のように見なされるようになったのは、戦後であった。このことについては次節でくわしく触れたい。

2. 京都の観光化と消費されるイメージ

今日、花柳界や芸者が日本の伝統文化であると形容されることは珍しくない。花柳界の紹介をいくつか手掛けているライターの浅原須美は『夫婦で行く花街 花柳界入門』(小学館 1998年)の冒頭で「伝統と華やかさが凝縮した花街」[浅原 1998: 4]と紹介している。

そして、伝統が揺らぐことなく続いてきた花柳界として、祇園は最もその中心に置かれることが多い。渡辺憲司監修『大人の教養を愉しむ 祇園のし

きたり』(青春出版社 2009 年)のなかでは、京都の花柳界の中でも祇園に限定し、「長い歴史と伝統を背景に、今日まで一歩も動かさず連綿と続いている」[渡辺 2009 : 12]と花街について語る。さらに京都に生まれ育ったという徳力龍之介は『京都の流儀』(木楽舎 2011 年)のなかで、あえて「伝統」ということばを使用しないで——それが意図したものかそうでないかは把握できないものの——、祇園の「流儀」が日本の「伝統」であることを面々と記述している。このなかで「伝統」ということばは技芸、つまり井上流の舞を記述する時にのみ「伝統技芸」[徳力 2011 : 118]というふうに使われている。

だがこうした花柳界の紹介書は、いずれも、写真を多用したものが多く、観光客や花柳界に興味を持つ人々へと発信されているであろうことは明らかである。そして特に京都の花柳界のものが多いのは、京都が観光客のまなざしを受け入れていくにあたり、早期に花柳界や芸者の存在を多用してきたことに由来する。今日では「都をどり」は、祇園の花柳界を象徴する伝統的な舞台と一般的に理解されている。また、三重の「伊勢をどり」を模した群舞を、文明の発表の場として開催した明治 5 年(1872 年)の第一回京都博覧会の余興で披露したものが現在の「都をどり」の基礎となっていることはよく知られた事でもある。

だが、当時の踊りの形態はモダンで過激な振りを含むものであった。また、この芸者による群舞は、パリのカンカンダンスと比較されるほど、独創的と評価されるような、西洋の影響によって誕生した近代的な芸能であったと Okada は述べている。伝統芸能の担い手としてのこのイメージは、1920 年頃にあらわれ始め、戦後になって定着したものであるという [Okada2009 : 34]。

この際、第二次世界大戦によって日本全土が荒廃したなかで、唯一残っていたまちなみを観光資源へと取り込む京都の戦略があった。伝統へと傾斜した踊りの形式は戦後、京都の産業界が、とくに観光へと方向性を示してきたその頃からの変化なのである。京都は市内の文化的財産とともに、芸者も守られるべき文化だと位置づけた。それは敗戦から 5 年後に開催された都をどりの演目、回顧的なものであったことから明らかである。美しいまちな

みと「伝統的」な都をどりは、大勢の観光客を楽しませるための手段となっていく。こうして祇園は京都と一体化し、文化的に重要なものとなっていった。「保守的」あるいは「伝統的」であることが、一つの手段として利用されたことをここに確認できるだろう [Okada2009 : 41-42]。

Okada は芸者が性的なイメージをいつの時代も維持し続けていることに触れ、それが広く世界の人々を魅了していると述べてはいるものの、敢えてそれには触れないとしている [Okada2009 : 33]。だが Okada が凝視し、捉えた明治以降の都をどりの変化からは、観光化されていく花柳界から性的なイメージが排除されることをも示唆しているのではないだろうか。アーティストとして不動の地位を獲得していく芸者たちの周辺からは、観光化施策として、伝統的まちなみが形づくられていくに従って、性的なイメージが周到に排除されてきた足跡と見ることができるだろう。その最も有効な手段が、マスメディアである。今日までに出版されているカラー写真付きの花街案内書からは、その一端を垣間見ることができるだろう。

「花街に対する誤解」という文章のなかで徳力は次のように述べている。花街には、一昔前は田舎から奉公に遣られて集まってきた女性たちの“悲しい街”のイメージがあった。しかし戦後、法の改正が行われたことで、現在はそうした話はない。舞妓になる動機も、邦楽が好きであるとか、舞妓姿へのあこがれなどさまざまである。こうした女性たちは芸能人にも劣らず人気があり、祇園は舞妓を撮影するカメラマンであふれている [徳力 2011 : 35-38]。そしてこの文章には祇園の芸者のカラー写真が一頁を割いて添えられている。こうした出版物そのものが、マス・コミュニケーションの与える「現実としての力」 [ボードリヤール 1979 : 182] に他ならないと言えよう。

京都がマスメディアをどのように利用し、それによる影響がどのようなものであるのかについて、岩下は次のように述べている。京都の花街は保守的に見えるが、実はマスメディアに対しては非常に協力的である。花街が花街文化を壊さないように努めていることに対して、京都市も貴重な観光資源であると十分に認識し、生きる文化遺産として扱っている。その顕著な例が祇園甲部の井上流と NHK の連携で、都をどりや正月の行事といった年中行事をニュースで全国に流している。こうして祇園花街は格別な文化施設のよう

な印象を世間に広めることとなった [岩下 2009 : 11]。社会的認知にはマスメディアの力が必要なのだということを、祇園の花柳界に関する岩下の記述から窺うことができるだろう。

上記に引用した岩下の文章は、東京を京都と比較した場合、東京の花柳界または芸者がマスメディアに登場することが少ない、それはなぜかという問いに関して、京都・祇園ではこんなのだという答えとして述べたものである。では東京について岩下はどのように説明しているかと言えば、東京の場合は、「一流どころ」の花柳界は、市民に対して冷淡であったと述べる。それは谷崎潤一郎が記載していることから窺え、この傾向は昭和 40 年代頃から顕著となり、マスメディアに対しては塩花しおばなを振りかねない態度であったという。その理由として、浅草が観光地である以外、とくに観光と連動できる花柳界がないということを挙げている。観光客が呼べるほど芸者の玉代は安くはなく、そのため一部の顧客の守秘義務を第一に考えた末の行動であったと述べる [岩下 2009 : 12]。

ここに、先に挙げた Okada の視点からは抜け落ちている、大衆文化の発展過程をみることができるだろう。Okada は祇園の今日的な状況が、歴史的境遇、西洋化、近代のテクノロジーによって形づくられてきたことを挙げているが、それに加え、大衆化する文化と、それに付随するマス・コミュニケーションの発展も見逃すことはできないのである。

しかしマスメディアによって造られ、消費されるイメージは、すべて現実のものであるとは限らない。筆者の知人である京刺繍の職人さんは、もう今は京都の着物産業が衰退し、仕事量はめっきり減ったと語る。昔は休む暇もなく働かせてもらったぶん、今はのんびりさせてもらっていると続ける。それらの仕事には、京都の花柳界で使用される着物も含まれている。京都の着物産業が衰退の一途をたどるばかりなのは、着物の刺繍職人の現状からも窺える。

着物産業の衰退は、花柳界に大きな打撃を与える。西陣の北側に位置する上七軒は、昔から着物産業の人びとが利用する花柳界であった。しかしそれも産業の衰退とともに、かつての賑わいはないと先の刺繍職人さんは語る。それは京都に呉服を卸している着物問屋の田川さんも同様に語る。田川さん

は仕事の関係で、京都のいくつかの花柳界にも揚がっており、その関係から芸者衆の着物も手掛けている。芸者衆が身につける着物は高価な着物だというイメージがあるが、そうした豪華な着物を毎日来ている訳ではないことは、田川さんの語りからも窺える。

若月の真弓姐さんは、中学を卒業すると同時に京都の芸芸を専門とする女子学園¹¹に入学し、舞妓の修行を開始した。そして芸妓として一本になる前に京都の花柳界を去った。その舞妓をしていた頃の話として、その頃はお給料はもらわず、毎月お小遣いをもらっていたという。「舞妓ちゃんは、いろいろ置屋から借りて育ててもらっているから、お給料はもらえないんだ」と説明する。また真弓姐さんは、お座敷の仕事よりも、全国のデパートで開催される京都展などの催しに派遣されることの方が多かったという。それはだいたい日帰りのことが多かった。そして着付けも全部整えて、新幹線などで催しのあるデパートに向かっていたという。真弓姐さんの語りから分かるように、こうした座敷以外の、観光に関連した仕事も、京舞妓の需要を支える仕事となっているのである。

筆者はフィールドワーク中に、都心部のC花柳界に、お母さんとそのお客さんに連れて行ってもらったことがある。両国の国技館に相撲を観戦に行った帰りのことである。この日はひとりの客として、C花柳界の一料亭に揚がった。そこはメディアにもしばしば登場する花柳界の風情あふれるまちなみのなかに建つ、老舗の料亭であった。メディアで取り上げられるこの花柳界は、座敷に追われ、忙しい日々を送っている芸者とその出先としての一流料亭という設定である。だがこの日、この料亭の客は筆者たち以外にはなかった。そのため料理長を兼ねたこの料亭の旦那も不在であった。女将は、毎日芸者衆が忙しいのは雑誌などの取材だけで、お座敷はそれほどないのだと語り、A花柳界が毎日座敷数を確保していることをうらやましいと語っていた。

京都に限らず、花柳界が毎日忙しくしているとマスメディアは報じている。しかし現実には忙しいのは、そうしたマスメディアからの取材であって、お座敷は減少傾向にあるのが現状である。

3. ご最眞さんが芸者に求めるもの

筆者のご最眞さんのひとりである川辺さんは、どの芸者も自身の行きつきのスナック F によく呼んでいた。川辺さんは A 花柳界の芸者を支援する会に所属しており、また、宴会で A 花柳界を頻繁に最眞にしてくれる奉仕団体にも所属していた。そのため、皆の芸者衆と面識があり、特定の決まったひとりの芸者というのではなく、空いている芸者がいれば呼んでくれるお客さんであった。気難しい性格でもなく、いつも笑顔の絶えない人柄で、芸者衆も親近感を抱きやすいお客さんであった。こうした川辺さんのような、芸者衆に対して好意的なお客さんは、芸者衆からも好かれるお客さんであった。

ひとくくりにご最眞さんと言っても、さまざまなタイプがあるが、16歳で新橋の芸者になった経験から、いくつかの著書を出版している大正2年生まれの中村喜春は、「お客様」を2つの種類に分けることができると述べている。それが「女好きの色嫌い」と「女嫌いの色好き」であるという。

前者は奥さんが一番であり、特定の人と深入りすることはない。気に入った芸者であれば3人、5人とそばに置き、美味しいものを食べさせてくれたりお芝居に連れて行ってくれたりして楽しく遊ぶ。そのため旦那やパトロンの居ない芸者にとってありがたい存在である。それと正反対なのが後者で、女の子と会話を楽しむとか、みんなで美味しいものを頂くなどということとはとんでもないという考えの持ち主である。一見謹厳に見えるが、実際は芸者にとっては危険なお客であるという [中村 1992 : 101-102]。川辺さんは前者のタイプで、スナック F ではキープしているウイスキーやブランデー、あるいはお腹が空いていると言えば食事を居合わせた芸者衆に振舞ってくださった。

川辺さんは遅くから明け方まで飲むので、筆者は遅い時は松子を呼んで、松子が残ると言えば彼女を置いて帰ることもあった。松子はスナック F のママに、自分と背恰好が似ていてかわいいと親しみを持たれていた。それもあって筆者は松子をこの席によく呼んだ。川辺さんはいつも笑顔で物腰が柔らかく、松子がきゃあきゃあと騒ぐのも面白がって見ていた。しかし川辺さんが芸者に求めているものは、賑やかに騒いでくれるのではなく、心の安らぎであった。

それは川辺さんの奥さんが亡くなられた時に、川辺さんが筆者に漏らした心情であった。川辺さんの奥さんと筆者とは、芸者のイベントを見に来てくれたときなどに何度かお会いしていた。そして奥さんが写真の個展を開く時などは、その準備の手伝いに筆者も参加し、川辺さんの経営する会社の社員とも交流を持っていた。奥さんはすがすがしい女性で、彼女は筆者に、娘のように接してくれた。

筆者が奥さんの訃報を聞いたのは、フィールドワークを終えてからのことであった。そして筆者が2年後に、川辺さんに奥さんのお仏前を持ってA花柳界を訪れた際に、川辺さんは心の隙間を埋められないさみしさは、松子ではダメなのだと言った。

川辺さんは奥さんが亡くなってからは、会社の運営に加え、自分で家事や食事の用意などもこなしているという。会社を手伝っている息子さんも家のこと——ご飯を炊いたり、魚を買っておいてくれたり——をやってくれるので助かるという。しかしやはり不便であり、奥さんのありがたみをしみじみと感じたとも語る。それは、正直な話、女が恋しいという思いからきているという。女が恋しいとは、男も弱音を吐きたい時があり、それをこぼせるのが女であると語る。後妻として、花柳界の芸者が浮上している。今のA花柳界において、芸者は芸一筋であるということを強調しているが、実際に花柳界で遊ぶ男の立場として芸者に求めるものは、江戸時代の遊廓と変わらない、遊女のイメージ——遊女は、人間としてどこまで精神修養を積んでおり、客の心を癒し、満足させることができるのかの評価の基準とされている——である。そのため、男がその気になるような「おんな」でなければ、芸者はやっていけないと語る。

その「おんな」に松子は当てはまらないという。「松子はまったく子どもだよな」と川辺さんは言う。つまり、弱音が吐けない子どもという意味である。ある程度大人でなければ、家庭に入ってもらって癒しの空間を作るのは無理だと考えており、そうすると松子は対象外となるのだと説明する。飲み屋で女の子と話をしてじゃれあい、騒ぐことならいくらでもできるが、そうではない、癒してもらえる存在としての「おんな」はまた別であるという。それに該当するような芸者は、A花柳界にも数名いると語る。

松子も「今はお母さんから仕事をもらってやっているからいいけれど、お母さんのもとにいつまでもいられるかは分からない。お母さんがなくなったための、自分の顧客を持っていなければやっていけないと思う」とお客さんとの関係が、単にはしゃいで終わるだけの座敷では築きにくいことを感じてはいた。

この川辺さんの語りから分かることは、顧客が単なる話相手で、じゃれあうだけの関係を求めて花柳界に来ているのではないということである。顧客はもっと心の奥深くで、芸者とつながることを求めており、それができる「おんな」としての芸者との、心の接触を希求しているのである。そこには性的なものも含まれているのかもしれない。しかし川辺さんの語りからは、そうした性的な関係に留まらない相互作用——心の交感——が芸者に求められていることを窺い知ることができよう。

考察

本稿では、A花柳界の今日の動向に関する事例を紹介した。このA花柳界と京都の花柳界とには、共通点が見出せる。それは失われつつある状況に立たされた経験があるということである。京都の場合、日本中が戦争によって焼失してしまったなかでの、まちなみの保存とそれに伴う観光化政策が密接に結びついていた。他方A花柳界は、近隣地域の花柳界が消滅していくなかで、かろうじて生き残っていた花柳界であった。そして近年では、地元の観光協会が花柳界を観光化に取り込み、観光客を地元呼び込もうとしている。

こうした観光化施策には、マス・コミュニケーションの力が欠かせない。京都がこれまでそれらを駆使して観光化を遂げてきたことに関してみてきたが、A花柳界は現在、それをうまく真似て、観光化へとあゆんでいる段階であると言えよう。そのようにして造られつつあるイメージでは、花柳界の伝統性が強く強調され、徳力が述べているような身売り先としての“悲しい街”のイメージは払拭されてきた。それは同時に性的なイメージの払拭でもあった。

身売りが売春をも意味するのであれば、その身売りは現在の花柳界にはないものであると、強くマスメディアによって消費者に伝達される。しかし、

花柳界の伝統性について述べるならば、筆者が挙げた川辺さんの語りに関する事例のように、性的なつながりがあるかないかだけでなく、それをも含めた芸者との心のつながりを求めて、ご最眞さんは花柳界に通ってきているということも見逃すことはできない。マスメディアは、こうした芸者をご最眞さんとの親密な関係性を、単なる芸能面に、あるいは風情あるまちなみの伝統性に置き換えて発信しているということを筆者は指摘する。こうして発信された情報は、観光客が求めている「さかさまの世界」の観光を体験するうえで「現実としての力」を十分に持ったものとなっている。

現実の花柳界で、ご最眞さんが何を求めて花柳界に来ているのかということとは、「さかさまの世界」をひとときだけ体験したいと感じている観光客にとっては、あまり意味を持たない。インターネットや雑誌などから情報を得て、お座敷体験をしたいと言ってA花柳界にやって来るお客さんにとって、ご最眞さんが求めているものが何であるのかは、関心の範疇にはない。お座敷体験イベントに、大勢のお客さんが参加するのも、日常とは異なる体験を求めているだけのことなのである。

今日、マス・コミュニケーションが取り上げる花柳界は、戦後の、あるいは高度経済成長以降の日本の、ひとつの「ネオ・リアリティ」なのである。この事実は、「さかさまの世界」であると承知したうえで、それを追い求める消費者がいるという前提のもとに成り立つ現象であると言えるだろう。こうした観光客の追い求める芸者イメージが、顧客が芸者に求めるものと異なっているのは、前者がマスメディアによって提供される「現実としての力」を持つ製品を求めているのに対し、後者は同じ空間でひとときを過ごすなかで築かれる、「リアル」な心のつながりを求めていることとの違いなのである。

注

- 1 現在では「風俗営業法等の規制及び業務の適正化等に関する法律」と名称が変化している。
- 2 芸者が招かれて出かける先。
- 3 芸者の出先のひとつ。貸席とも呼ばれ、料理は家で作ることなく、出前を

- 取り、客が芸者を呼ぶための座敷を提供する営業者。
- 4 芸者の所属事務所のようなもの。
 - 5 三業組合とは、見番のことである。
 - 6 花柳界によっては、出先は見番に登録している料理屋に限るところもある。
A 花柳界は「呼ばれれば居酒屋だろうとすし屋だろうと行って、ブルーシートを引いてでも座敷をつける」と春花お母さんは語る。格を重んじるよりもむしろ出先の裾野を広げることで、A 花柳界は近年、めざましく座敷数を増やしてきた。
 - 7 A 花柳界の見番は、「〇〇三業組合」という名称である。
 - 8 2012 年からは三業組合長に就任したと聞く。
 - 9 この場合、遊女は遊廓に抱えられていたため、芸者として呼ばれたという。
 - 10 舞踊の曲の演奏を担当する芸者。三味線や鼓^{つづみ}、大鼓、笛、和太鼓などがそれである。
 - 11 この女子学園は、舞妓や芸妓の育成を目的とした教育施設であり、学校法人の認可を受けている。しかし、高等学校に定められた必須科目とは内容が大きく異なっているため、この学園を卒業しても高校卒業扱いにはならない。

主要参考・引用文献

- 浅原須美 1998 『夫婦で行く花街——花柳界入門』 小学館
- 岩下尚史 2006 『芸者論——神々に扮することを忘れた日本人』 雄山閣
- 徳力龍之介 2011 『京都の流儀』 木楽舎
- ボードリヤール, ジャン 1979 『消費社会の神話と構造』 今村仁司、塚原史訳 紀伊國屋書店
- 中村喜春 1992 『いきな言葉 野暮な言葉』 草思社
- 山下晋司 1999 『バリ 観光人類学のレッスン』 東京大学出版会
- 渡辺憲司 2009 『大人の教養を愉しむ 祇園のしきたり』 青春出版社

Okada, Mariko. 2009. "Internationalisation of geisha in the Meiji period". *Making Japanese Heritage*, 31-43.

(shihon_mayu@yahoo.co.jp)