

論文

客を取り込む社交のゲーム

——京都花街における女将の戦略から——

松田 有紀子*

はじめに

京都では近代より、お茶屋が集積している街区¹を花街（かがい）と呼びあらわしてきた[加藤 2009]。お茶屋とは芸舞妓を揚げるための場を提供する業種を指し、多くは女将の独立自営の形態をとる。花街という芸舞妓とお茶屋・置屋を核とする複合的な関係性の総体のなかで、女将は自身の経験にもとづいて独自の方針によって店を営み、お茶屋遊びの場をつくりあげている。お茶屋遊びは非常に複雑なゲームである。このゲームは、基本的には、作法にもとづく様々な駆け引きを通じて芸舞妓との関係を親密で艶めいたものにしていく過程として理解できる。しかし、客のなかには女性の最良客も多く存在するし、芸舞妓を一流の芸舞妓に育てあげること喜びを見出す者や[西尾 2006; 2007]、商売を超えた心の交感を求める客も存在する[中岡 2013a]。このように、お茶屋の客たちの目的は一樣ではない。客と芸舞妓との間で展開する多様な駆け引きが、作法に則って展開する形式化されたゲームとして成立している背景には、女将による何らかの働きかけがあると考えられる。

本稿では、女将の経営戦略と、客がお茶屋遊びの作法を学ぶ過程を結びつける概念として、京都花街のお茶屋で共通して確認できる経営戦略である「地味な商売」に注目する。地味な商売とは、財力に物を言わせた派手な遊び方をする客ではなく、地味ながらも景気の浮沈に左右されず、長期的にお茶屋を利用してくれる「細く長い客」の獲得をめざす戦略²である。経営学の視点から調査を行った西尾久美子によれば、京都花街には独自の取引システムとサービス評価の仕組みをもつ花街共同体が成立しており、この共同体の中心に存在するのがお茶屋であるという[西尾 2006]。また、芸妓の参与観察を通じて旧青線地帯に位置する東京の花街を調査した中岡志保は芸妓の年齢によって芸の解釈に差異が生じていることに着目し、芸妓が性的なイメージをもちえた時代には客の情を操り楽しませる技術を芸と呼んだのに対して、女将から芸能者としてふるまうことを要請される若い世代の芸妓たちは踊りや三味線といった邦楽の技術を芸と呼んでいることを指摘する。中岡はホックシールドを参照しながら、芸に関わる芸妓たちの感情管理の側面を明らかにした[中岡 2013b]。しかしながらこの地味な商売は、安定した経営を妨げるリスクの縮減や芸妓の感情管理という観点だけでは説明することができない側面をもつ。すなわち、お茶屋遊びに参加する客たちを作法に則って競合させようとする志向性である。

本稿の目的は、地味な商売にこのような志向性が必要とされる理由を、客を社交のゲームに取り込む戦略という解釈によって明らかにすることにある。お茶屋遊びという世界は、暗黙の（成文化されていない）／外部者に閉ざされた過剰な作法に拘束されている。山崎正和は、ホイジンガをはじめとする遊戯論の歴史のなかで、遊びは実生活と対置されてきたことを指摘した[山崎 1975]。ホイジンガの定義に従えば、遊びとは「あるはっきり定められた時間、空間の範囲内で行われる自発的な行為もしくは活動」であり、「それは自発的に受け入れた規則に従っている」[ホイジンガ 1973: 73]。遊びの目的は緊張と歓びの感情を伴う行為そのもののなかであり、日常生活とは別のものという意識に裏づけられている[ホイジンガ 1973]。これに対して山崎は、遊びと実生活はともに行動の過程を目的

 キーワード：花街、遊戯論、文化人類学

* 立命館大学大学院先端総合学術研究科 2008年度入学 共生領域

遂行のための手段として位置づけており、両者は不可分に融合していると主張した。さらに、九鬼周造の論考を参照しながら、近世の遊廓における「いき」という美意識は、遊女との間で性的な関係を得るという目的と手段が遊びの中で逆転した例であると指摘する[山崎 1975]。このような行動の定式化こそが社交の原点であり、礼儀作法によって統御された社交活動と人間関係は独自の遊びを生み出す[山崎 2006]。これと類似する現象はお茶屋遊びにも見られ、女将はさまざまな戦略によって、社交に特有の人間関係を客を取り込もうと試みる。

本稿は、山崎の社交にかんする議論を援用することで、お茶屋遊びの主題である芸舞妓と客の色事から派生する社交のゲームを、作法が定式化することで派生したものとして分析する。第1節では、成員に連帯意識をめばえさせる花街の構成と、それを基盤として成立するお茶屋の業態について概観する。第2節では、地味な商売が志向される背景として、舞妓の年季奉公とそれをささえてきた旦那制度の崩壊という花街がおかれている現状について述べる。第3節では、お茶屋遊びにおいて客同士が作法に依拠して名誉を競うゲームが派生すること、客の熟達度に応じて階層性が存在することを説明する。第4節では、地味な商売の具体的な実践例とそれが企図する作法の検証を通じて、個々の女将によって客をお茶屋遊びの世界に取り込む戦略が試みられていることを説明する。最後に第5節では、過剰なルールにもとづくお茶屋遊びの世界が、なにゆえに客を魅きつけることができるのかという問題について、客側の視点から明らかにする。

1. 京都花街の構成と営み

本節では、京都花街の構成とお茶屋の業態について概観したうえで、各花街の成員が連帯意識を形成しうる環境があることを明らかにする。

現在、京都市内には上七軒（上京区）・先斗町（中京区）・宮川町（東山区）・祇園甲部（東山区）・祇園東（東山区）という5つの花街が存在する。これらの町に所属する芸舞妓の数は京都花街全体で約350名にのぼる。各町のお茶屋は同業者組合を形成しており、組合に登録されているお茶屋は京都花街全体で148軒である（ともに2011年現在）。花街には、芸妓が派遣される料理屋や、芸舞妓の衣装を着つける男衆、芸舞妓やお茶屋の女将らの髪を結う美容師、お茶屋と取引をする呉服屋、花屋、酒屋など、多くの関連する業種が存在するが、これらの何らかの形で深く芸妓と関わる人々は「自分は花街の人間ではない」と口にする。一方でお茶屋の女将たちは、廓の中／外という表現を用い、廓の外を指して「お町（まち）」と呼ぶ。廓の外に住まう花街とは関わりのない人々は「お素人はん」であり、自分たちは「玄人」とであると表現する。したがって、狭義の花街の成員は、芸舞妓と、芸舞妓の存在に依拠した生業を営むお茶屋の女将および置屋の女将に限られるといえる。

次に、本論文の主題であるお茶屋遊びの世界を構成するお茶屋の業態と、その女将の業務内容について簡単に説明する。前述の通り、お茶屋は芸舞妓を伴う遊興の場を提供することに特化した業種である。料理を自家では作らず料理屋から仕出しをとって提供する形式を採るため、料理屋としての機能は持たない。対して置屋は、年季奉公人として舞妓を抱えて教育を施すイエであり、芸舞妓が籍を置く場でもある。ただし現在では置屋はお茶屋を兼業する場合が多い。芸舞妓は自分の籍を置いてもらっているイエを指して屋形（やかた）と呼び、置屋の女将との間に親方子方関係を築く。客から予約が入ると、お茶屋の女将は置屋に電話をして指定した芸舞妓の派遣を依頼する。お茶屋遊びの料金はすべて掛け払いであり、女将は事後に一括した請求書を送付する。客が芸妓や置屋、料理屋に直接料金を支払うことはない。女将は芸舞妓の手配のみならず、お座敷のしつらえや宴会で提供する料理の手配、そして客への代金の請求まで、お茶屋遊びを総合的に采配する役割を負う。したがって、個々の女将の商売戦略はお茶屋遊びのサイクルにおけるあらゆる場面で実践されることになる。

そこで本稿では、祇園甲部のお茶屋である古嶋における参与観察から得たデータを用いる。筆者は料理や酒を客に給仕し、芸舞妓や女将の接待を補佐する「お運び」としてお茶屋遊びにかかわった。また補足調査として、お茶屋の女将、および客を中心とするインフォーマントに聞き取り調査を行った。以下、インフォーマントからの聞き取り結果の引用に際しては、括弧内に仮名と調査年月日を注記する。

本稿で言及したインフォーマント11名の詳細については、表1を参照されたい。調査期間は2010年12月から

2013年7月現在までの2年7か月である。なお、本稿に登場する固有名詞はすべて仮名である。

表1 インフォーマントのプロフィール

No.	インフォーマント	所属先	職業	店舗の所在	年齢	備考
1	井川悦子	祇園甲部	お茶屋女将、元仲居	祇園甲部	70代	
2	佐藤温子	なし	元料理屋女将	祇園甲部	60代	
3	富沢敏子	宮川町	お茶屋女将、元芸妓	宮川町	60代	
4	とし尋	宮川町	お茶屋女将、芸妓	宮川町	70代	
5	鈴木正二	なし	クリーニング業者	京都市内	60代	取引先は宮川町・祇園甲部
6	桐野弓子	祇園甲部	元お茶屋女将、元芸妓	祇園甲部	70代	
7	熊代里香	なし	料理屋女将	河原町御池	50代	先斗町・宮川町・祇園甲部より芸舞妓を呼ぶ、9と夫婦
8	古嶋美雪	祇園甲部	お茶屋女将	祇園甲部	60代	
9	熊代俊久	なし	料理屋	河原町御池	40代	7と夫婦
10	西田千絵	なし	教員	なし	40代	先斗町・祇園甲部お茶屋の客
11	岡崎洋	なし	無職	なし	70代	祇園東・祇園甲部の客

注) これらのインフォーマントは、2013年7月現在までに京都花街において聞き取り調査を行った23人のうち、直接本稿で言及した11人である(すべて仮名)。

2. 地味な商売をうみだした背景

京都花街の女将たちが、今日のように地味な商売を重視するようになった背景には、舞妓の年季奉公を支える旦那制度の崩壊が深く関係している。本節では、まずは年季奉公と旦那制度について簡単に説明した上で、現在の花街でこれらの制度の維持が難しくなった経緯を概観する。舞妓の年季奉公は花街の家族制度や家財の継承と関連する複雑な仕組みであるが、本稿では紙幅の関係上、地味な商売に関連する部分に直接かかわる点のみ概観するとどめる(詳細は[松田2013])。

京都において舞妓とは、修行段階にある芸妓を指す名称である。舞妓が一人前になるまでには、高価な衣装や小物を誂えるための莫大な初期投資や芸事の稽古代や生活費などの運転資金が必要になるため、舞妓は置屋に奉公人として住み込みながら一定の期間(年季)を無給で働き、この間の収益でもって経費を返済する。戦前までの芸妓の年季奉公は、負債額によって奉公人を労務に服させる拘束性の強い契約として機能していた。奉公人が置屋から独立し、芸妓として自営業化するためには、旦那からの金銭的な支援が不可欠であった。前借金による負債を抱えていないお茶屋に生まれた舞妓(家娘)もまた、安定して芸妓として稼業を継続するために、旦那を得ることを望まれていた。当時の旦那は単なるパトロンではなく、内縁ではあるが芸妓の夫として想定されていた。旦那には外部の社会における夫婦生活と同様に、妻である芸妓を扶養する義務があったのである。戦前の旦那には、独立して屋形を出る芸妓の新居を用意することや、毎月の「お手当」を届けること、衣装や帯などを誂えてやることなどが最低限の義務として求められた。旦那に課せられる過重な負担のために、芸妓との内縁関係は客の都合で頻繁に解約された。昭和30年代頃までは、衿替え(舞妓が芸妓になるための通過儀礼)の時期が近づくと、その舞妓の姉芸妓、舞妓が所属する屋形の女将、そして彼女を見習い舞妓として受け入れたお茶屋の女将という三者の協議によって、その舞妓と相性のいい旦那を選んでいたという(井川悦子、2011年11月9日)。

しかし、昭和33年に京都花街に労働基準法が適用され、奉公人舞妓の法的立場が変化するにいたって、年季奉公契約は舞妓の独立を支援する制度へと再編された[松田2013]。並行して京都においても正式な妻をもつ旦那と芸妓の関係性に理解を得ることが難しくなっていく。それでも地場産業である繊維産業の隆盛や、高度経済成長にささ

えられて、旦那制度は細々と存続してきた。やがてバブル経済期には、女将たちと細く長い関係を築いてきた旧来の客層に代わり、不動産業や建設業を中心とした新たな客層が台頭した。しかしながら、上七軒で当時を知る女将らに聞き取りを行った中原逸郎によれば、バブル経済の崩壊後には、旦那は制度としては成立しえなくなったのだという [中原 2012]。年季奉公による舞妓の育成と独立という仕組みが維持されている以上、自営業者である芸妓は自力で運転資金を確保することが厳しい状態にある。

近年のお茶屋はまた、長期的な不況による客筋や遊び方の変化に直面している。たとえば、バブル経済期から現在にいたる客筋の変化について、ある女将は次のように述べる。「当時お茶屋に通いはじめた客たちは、バブルが弾けるとつきあいが途絶えてしまった。お茶屋に受けた恩を返さないお行儀の悪いお客さんだった。実入りが良いからとこういう客に頼って派手に商売をしていたお茶屋は（バブル経済期が終わるとともに）廃業した。親の代からのつきあいがあるお客さんは、景気が悪くなくても細く長く遊んでくれている」（富沢敏子、2012年6月26日）。遊び方の形態も、お茶屋で宴会を開くのではなく、出先の料理屋に芸舞妓を招きお茶屋は二次会で利用する例や、お茶屋に併設されているバーの利用にとどまる例が主流になりつつある。ある女将によれば、これには客層の変化が関係しており、「宴会があっても昔の客のように、邦楽や舞といった古典芸能を盛り立てようという気概をもった客が減少してきた」のだという（古嶋美雪、2013年9月21日）。女将たちはこのような状況を指して、サービス産業全体がおかれたきびしい状況³や浪費に対して批判的な価値観の台頭に、お茶屋も巻き込まれているのだと口にする。

このように女将は、地味な商売とはヒトの動きもモノの流れも制限された厳しい現在の状況においても客を維持し続けることを目指す戦略として説明する。ただし、以下で示すように、地味な商売とはかならずしも経営戦略のみを指すことばではない。

3. 遊びから派生する社交のゲーム

本稿では、お茶屋遊びには、芸舞妓や女将とのあいだに親密さを形成する艶めいたゲームだけでなく、そこから派生する作法のゲームが含まれていることを述べる。その上で、作法の習得が客に階層性をもたらすことを、お茶屋遊びへの参入プロセスから説明する。

(1) お茶屋遊びと2つのゲーム

まずは、筆者が経験したある宴会の場面からお茶屋遊びの風景を紹介したい。

お茶屋の最顧客であるA氏が東京から3人の男性をゲストとして招き、2階の座敷で宴会を開いた。筆者は着物を着て、アルバイトの女性とともに料理を給仕した。この日に呼ばれたのは、芸妓2人（うち1人は地方）、舞妓2人であるが、芸舞妓は2時間を単位として入れ替わり出入りする。女将は基本的に宴席に侍り、最顧客の傍らで場を盛り上げる。筆者も含むお運びたちについても、宴席を空にしないように宴席に侍ることが推奨される。この日は、お茶屋に馴染みのないゲストたちをもてなすために、舞の鑑賞のみならず、誰でも芸舞妓に親しむことができる「金毘羅船々」などのお座敷遊びと呼ばれるゲームが催された。女将はお茶屋遊びに不慣れなゲストが宴会を楽しめるようにと、あらかじめお座敷遊びに必要な道具類を用意しており、料理の進み具合を見て芸舞妓に準備をうながした。「金毘羅船々」とは、客と芸舞妓が向かい合った間に袴（酒の銚子を据える器）を据えた脇息を置き、地方の唄と三味線に合わせて手を袴に交互に出し引きする、身体接触をともなう手遊びである。A氏は主賓の男性に参加をうながして自らは唄に加わり、主賓と相方の舞妓を囃す役に回った。興が乗ったA氏はある有名な歌詞を「着物の裾に分け入る…」と艶めいたものに替えた春歌を披露し、経験の浅い舞妓Bの頬が少々ひきつる場面もあったが、場は大いに盛り上がった。舞の鑑賞に際しては定番の小唄である「祇園小唄」が披露されたが、食い入るように見つめるゲストたちに対して、A氏は自らも唄を口ずさみながら見守っていた。やがて宴会がお開きになった後、翌日の観光ではA氏がゲストたちを清水寺に案内するというという話題が出た。この日の接待の様子を見て舞妓Bを気に入ったA氏は、翌日の旅程にBを呼ぶことをその場で提案し、同席していた女将も喜んで賛成した。A氏とは初対面であったBはやや不安そうなそぶりを見せたが、女将は「あんた、（誘ってもらって）よかったなあ、嬉しなあ！」と微笑みながら声を掛けた。同時に、A氏が身元のしっかりした信頼できる人であり、このような誘いをかけても

らうのは大変晴れがましく幸せなことだと論じた（2013年5月26日、於：お茶屋古嶋、2階座敷）。

このようにお茶屋遊びの現場では、客と芸舞妓とのあいだに芸舞妓の感情労働にささえられた艶のある駆け引きが展開している。親密な関係性を目指すゲームの結果を判定するのは、お座敷の采配者である女将である。この事例からも明らかなように、お座敷においてお茶屋の客は、ゲスト、仲居、そして筆者のようなお運びなどの他の参加者を観客として、自らの遊び方の習熟度や駆け引きの妙を示す。たとえばこの事例では、金毘羅船々というお座敷遊びと、舞の鑑賞という二種類の遊び方が登場した。前者はルールが難解ではなく、はじめて体験する者でも芸舞妓と親しい雰囲気を出出できる遊び（お座敷遊び）である。対して後者は、芸舞妓が習得している芸事を理解しなければ十分に楽しむことができない通人の遊びである。そのためA氏による祇園小唄の暗唱は、他の参加者へのお茶屋遊びの熟達のアピールに繋がった。このように女将は、最良客が自らの熟達度を示すことができる提案をしたり、他の観客を前にして身体接触をとまなう親しげな会話を披露したりすることで、客の気分を高揚させ、欲望を煽るような働きかけを行う。

つまりお茶屋遊びにおいては、他の客を競争相手として、誰がより女将や芸舞妓にとって重要な客かを示す、名誉の獲得をめざすゲームが成立している。この種のゲーム化された色事はホステスクラブなど他のサービス産業でもみられるものである。しかしながらお茶屋では、芸舞妓や女将らと親密な関係に至るためには、自らが花街の作法や芸事への造詣が深いことを示さなければならない。すなわち、お茶屋遊びにおける色事のゲームで目的を達成するためには、その過程が高度に形式化された作法に依拠する社交のゲームに挑む必要があるのだ。お茶屋遊びにおいては、最初に客として参入する段階から、作法に則った優雅なふるまいを要請されるのである。新規の客から細く長く遊んでくれそうな人物を見極め、最良客へと育てていく女将の実践もまた、いくつかの厳格な作法の上に展開している。以下では、女将が新規の客を受け入れるプロセスに注目することで、お茶屋における客の階層性について指摘したい。

(2) 社交のゲームと階層性

客の獲得について具体的に述べる前に、まずはその前提条件について説明する。お茶屋の女将は、それぞれに先代の女将から受け継いだ客筋を抱えている。望ましい客を見出す実践は、他のお茶屋の客筋を侵犯しない範囲で展開される。たとえば、繊維産業や製材業者、仏具業者といった地場産業にかかわる人びとや、役者、大学教員、作家などの文化人が、典型的なお茶屋の客筋として挙げられる。たとえ同じ繊維産業の客を抱えていたとしても、呉服屋、問屋、生産者は別個であり、さらに扱う品物が帯なのか着物なのか、また着物の中でも染め物なのか織の着物なのかといった基準によって、客筋は細分化されている。他の客筋を侵犯しないことは、花街の内部対立を避けるために最も重要な作法である。筆者があるお茶屋の女将に、花街の中で信用されない人はどのような人物かと尋ねたところ、ルールを守らない人という答えが返ってきた。ルールとはどんなものかを尋ねると、「よそのお客さんは絶対にとらない事だ」という。

女将は、花街において女一人で商いができるのは、義理を大切にしてお互いに助け合っているからであると語る。「廓で一つになってモノをやることが多いため、内部での喧嘩は避けなければならない。もし自分の店のお座敷に他のお茶屋の客が来てしまったときには、誤解を避けるために、そのお茶屋に電話を入れて断りを入れなければいけない。仮に他の客筋を盗るような人が出たとすれば、同じ廓内のお茶屋として（筆者注、表面上は）つきあうけど、つきあい方が変わる」（とし尋、2012年6月26日）。この語りからは、同一の組合に所属するお茶屋間の客筋をめぐる対立を回避し、廓内の融和を図るという目的を読み取れる。お茶屋とお茶屋の間でもまた、お茶屋の女将と客との間と同様に、他の女将への義理を果たすことが期待されており、断りの連絡を受けた女将はその恩に報いるために、何らかの形で返礼を試みる⁴のである。相手から受けた恩に対して返礼する事例は、花街で営まれる生活のあらゆる場面において確認することができる。逆に言えば、恩に対して返礼しなければならないという義務の論理が及ぶ限り、花街の範囲であるということができる。このような他のお茶屋が抱える客筋の不侵犯という前提条件を満たしたうえで、女将は新規の客を獲得する。

このような事情があるため、新規の客はお茶屋遊びへの参入プロセスにおいて、女将の審査を通過しなければならない。花街では、最良客に同伴して訪れた客を正式な客として迎える際の慣行それ自体が作法となっており、「3

回目で本当の客になる」という表現が用いられる。ある料理屋の女将は、「1回目の訪問はまだ顔見せの段階、2回目目で女将に顔を覚えてもらい、3回目からようやく『うちの客』として認めてもらえる」と説明する(佐藤温子、2011年11月15日)。鼠匠客による正式な紹介と身元の保証を経てはじめて、女将は新規の客を受け入れるのである。紹介者の同伴のもとで女将の信用を得ることができれば、新規の客は5、6回目の訪問からは自らの裁量でお茶屋を利用できるようになる。新規の客が正式にお茶屋の「うちの客」として受け入れられると、彼の監督責任は紹介者から女将に移り、女将は客の保護者となる。仮に、客が他の店や芸舞妓に粗相をすることがあれば、女将が先方に謝罪に赴かねばならない。

こうしてお茶屋遊びに参入した客たちには階層性が生じる。何度もお茶屋に通ううちに、女将の目利きによって細く長い客になるような人物であると判断されれば、階層の上位に移行していく。客を区分する指標は明示されていないものの、客への対応は一律ではなく、立場によって変動する。お茶屋にとって最も重要な客は旦那であるが、前節で述べたとおり、現在では実際に旦那になり得る客を抱えているお茶屋はほとんどない。しかし、旦那候補の潜在的な選定を基礎とする客の階層性は、いまだ失われてはいない。その一端を確認できるのが、料金を請求する場面である。芸舞妓を呼ぶための費用を花代と呼ぶが、その価格は客に明示されない。西尾久美子は花代の算出方法について、「(移動時間+お座敷での時間)×時間単価=花代」[西尾 2007: 28]という原則⁵を指摘している。このように、お茶屋遊びの総額は、呼んだ芸舞妓の人数や、食事の内容、時候などの条件によって大きく変動する。くわえて西尾は、鼠匠客との安定的な取引関係を維持するために、取引実績や相性といった関係性の濃淡に応じて請求価格を勘案している可能性を指摘している[西尾 2006]。前節で引用した女将の語りのように、地味な商売においては、地味な遊び方であっても店に通い続けてくれる客がありがたい存在とされる。したがって、たとえ一回当たりの遊興費は小さくなくとも、長期にわたって女将と良好な関係を維持する客が階層の上位に位置することになり、支払いの面でも優遇されると考えられる。

客がお茶屋遊びに参入する資格を得てお茶屋遊びに熟達していく過程は、女将側から見れば、細く長い客を選別し育成するプロセス=地味な商売でもある。

4. 地味な商売の実践例とその戦略

まずは、個々の女将の側から、どのような手段によって地味な商売を実現しようと試みているのかを説明する。地味な商売の実現方法は目的によって二種類に大別できる。第一に望ましい客になりうる人物を見極める実践があり、第二にそのような人物と細く長いつきあいを継続することで、作法の熟達を促す実践がある。本節では、客の見極めがどのようになされているのかを説明するとともに、どのように客を社交のゲームに取り込んでいるのかを具体例に則して明らかにする。

(1) あるべき客の選別——客の階層性をめぐる認識のズレ

前節で述べた通り、女将は客に、単発の利用にとどまらず、長期にわたってお茶屋に通ってくれる遊び方を期待する。しかしながら客の多くは、高額なご祝儀を芸舞妓に支払うことや贅を凝らした料理を注文することが、社会的地位の高い男性に期待されているふるまいであると解釈し、このような遊び方が女将の歓心を買うことにつながると考えている。置屋や芸妓を顧客とするある業者は、こうした遊び方を知らない客の特徴として、「財布が(お札で)膨らんでいる」ことが挙げられると説明する。むしろ、「お座敷で自分の財力をあえて示さず、すっとしてるお人の方が、実は権威ある立場にある」のだという(鈴木正二、2012年6月26日)。

新参者の客はまた、芸舞妓をコンパニオンのように伴って歩くことで、自分の社会的地位の高さを示そうとするが、女将たちはこうした行為をする客は「お行儀の悪い客」とであると指摘する。バブル経済期の前までは、遊び方の作法について十分に把握していた「西陣、室町、坊主、大学」が主たる客筋であった(桐野弓子、2012年4月18日)。当時を知る料理屋の女将は、そのなかでも旦那になるような人物は、「芸舞妓を隣に歩かせることはせず、しゃなりしゃなりと歩く芸舞妓を自分の後ろに従えていた」と語る(熊代里香、2011年12月2日)。こうした作法がわからない客は、品が無いだけでなく、芸舞妓の事情を配慮しない傾向がある。このような遊び方の流儀をめぐる客と女将の

認識のずれの原因は、客の階層性をめぐる理解の方向性にある。多くの新参の客は、経済力の有無が花街にとっての客の重要度を測る指標だと考えており、自らの財力を顕示することで、他の客との差異化を図ろうとする。しかしながら前述した通り、かつての女将は芸妓と旦那の仲介者であり、その名残は現在も店における客の地位を見極める目利きに見ることができる。この見極めは、支払いを滞りなく実行できるか、芸舞妓の技芸を積極的に支援する姿勢があるかといった、芸舞妓にとって望ましい旦那になりうるのかという基準によってなされるのである。熟達した客は、女将にとって有益な客がどのような人物であるのかという点についても十分に把握したうえで、自らの名誉を賭けて階層を上昇することを試みている。

(2) 客を取り込む

次に、お茶屋遊びに際して発生する掛け払い、チケットの手配、ご祝儀を具体例として、女将がいかに客を社交のゲームに取り込んでいるかという点について説明する。しばしば女将たちは、義理を重んじる人物が有益な客であると説明する。実際にこれらの義理をめぐる行動こそが、客に女将に対する負債を抱えさせ、結果として細く長いつきあいを可能にさせる。

第一に、掛け払いへのこだわりについて説明する。一般的に掛け払いとは、客の経済状況にかかわらず恒常的に店に足を運ばせるという店側の意図にもとづく取引形態であるとみなされる。客にとっても、現金のもちあわせが無い場合にも店を利用できるため、掛け払いは双方にとって利点のある形態である。しかしながらお茶屋遊びでは、現金のもちあわせがある場合にも、掛け払いが基本的な取引の形態として採用されているという特徴がある。それゆえその支払いは、あらかじめ履行が可能であることが両者にとって前提として共有されている。祖父の代から同じお茶屋を鼠舂にしている熊代俊久は、女将から「お茶屋遊びの代金は、ご縁が切れんようにつけ払いにして欲しい」と頼まれると言う（熊代俊久、2011年12月2日）。つけを支払うために顔を出してしまえば、お座敷を設ける気がなくとも、店にあがらざるを得ないためである。長年お茶屋に通う客は女将の戦略を理解し、お茶屋につけを払いに行く際はまだ店が開かれていない昼間に行くなどの工夫をする。それでも女将たちは、客との関係性を継続する上でこのような機会を重視している。掛け払いは、客との関係性を維持するために、敢えて必要性のない負債を生みだす駆け引きとしてみなされているのである。

第二に、同じメカニズムをもつ実践として、花街における舞踊公演のチケット手配について述べる。一般の観客は、チケットを代理店や百貨店などを通じて入手するが、お茶屋の客は女将を通じてよい席を確保することができる。ここで興味深いのは、チケットの手配が単に客の便宜を図るのみならず、客に対して特別な待遇をほどこしたという恩を売る戦略として機能している点である。たとえば、上司に連れられてお茶屋に通っているある客は、女将にチケットの手配を頼んでいる。上司の元には事前に2人分のチケットが郵送されており、公演の当日に会場へ向くと、女将は玄関で丁重に出迎えるのみならず、座席まで案内してくれるのだという（西田千絵、2011年11月10日）。他の観光客や一般客の目のある場所で客を手厚く遇することで、女将は客に自分の地位を確認することができる機会をもたらす。こうした名誉に報い、与えられた地位にふさわしい客となるために、客はお茶屋に通うのである。くわえて、毎年恒例行事として舞台の手配を組み込むことで、客を恩のループから抜け出しにくくするという効果も企図されている。

第三に、もっとも花街における一般的な恩と返礼のやりとりとして、ご祝儀があげられる。ご祝儀自体は他の芸能人とパトロン関係にも見受けられるものであるが、お茶屋遊びの世界では、作法に則ってご祝儀を優雅に贈る行為は、客が自らの習熟度を示す機会として作用する。ある新規の客は、正月にお座敷を設けた際、女将から松の内なのでご祝儀を舞妓に渡してあげてほしいと頼まれた。ご祝儀を渡すことは義務ではないが、踊りの舞台の時期や襟替えなどの祝い事の際に渡しそびれてしまうと非礼にあたる。彼がご祝儀に入れる金額の相場について意見を求めると、女将は「そのお方のお心もち次第です」といって目安を示さなかった（岡崎洋、2010年1月11日）。ここでは、金額の多寡よりも、客が作法に則ってご祝儀を贈った事実が重視されている。一方で、芸舞妓や女将から高い評価を得ようとして高額な紙幣を包むことも規制されていないのである。

以上のような女将の慣習行動は、受けた恩に返礼しなければならないという感覚を客に生じさせ、女将に対する負債の恒常的な再生産をもたらす。社交のゲームはこのような恩と返礼のネットワークのなかで展開している。先

に挙げた年季という負債に報いる体制である年季奉公に象徴されるように、このようなゲームが展開する場である花街そのものが義理の感覚によって動いているのである。女将の経営戦略である地味な商売とは、この花街で培われた恩と返礼のネットワークに客を巻きこむことで、客を細く長くお茶屋の世界にかかわらせお茶屋のしきたりや作法を学ばせていく過程であり、客にとってはそのような作法やしきたりの熟達を通じて、自らの客としての地位を向上させていく過程であるのだ。

5. 社交のゲームがもつ魅力

これまで見てきたように、お茶屋遊びは過剰なしきたりや作法で縛られた厳格な世界であり、そこから派生した社交のゲームは、遊びとして成立するための余地を欠いているかのように見える。本節では、女将から客へと分析の視点を移し、お茶屋遊びの世界に参入するまでの社交のゲームがなにゆえに客を惹きつけるのかという問題を考察する。

客が過剰なルールを自発的に習得しようとする姿勢はある一面では、ブルデューによるディスタンクシオン（卓越化ないしは卓越性）の概念によって理解することができる。卓越化とは、社会空間における特権的地位を示すために、「他者よりも上品で優雅で卓越した存在として、みずからを提示する行為」[石井 1993: 185]である。ブルデューはブルジョワの消費行動における贅沢趣味⁶にこれを見出した。文化への投資にあらわれる卓越性は、他者と自己を区別するうえで上品さとしてあらわれる[ブルデュー 1990]。お茶屋遊びにおいて、客の卓越性は作法を優雅に遵守する態度として観察できる。作法則った行動様式の披露は、社交のゲームに卓越したプレイヤーであると自己を顕示する行為である。

ここで重要な点は、作法に熟達した鼯鼠客に限っては、逆説的にも、女将が作法の逸脱を見逃す場合があることである。たとえば、前述した祖父の代から同じお茶屋に通う熊代利久は、深酒をした父を私的な客として朝まで休ませてもらった経験がある。昭和 30 年以降、お茶屋に客を宿泊させることや寝具を提供することは府の条例⁷によって禁止されている。これはきわめて異例の待遇であり、長年にわたる女将との信頼関係の賜物であって、「女将が代替わりした今となっては、もうあんなことはしてもらえない」という。そのため熊代は、この待遇を「ありがたいと同時に、とても恐縮した」経験として筆者に語った（熊代俊久、2012 年 2 月 16 日）。

この作法の逸脱を見逃されるという経験は、女将との信頼関係を周囲に知らしめ、客に名誉をもたらすものである。お茶屋遊びにおける通人としての洒落や、いきなふるまい——たとえば、第 3 節で見た春歌の披露、第 4 節の芸舞妓を後ろに従えての登場——の多くも、お座敷に上がるまでの女将との信頼関係を基礎として、その信用の深さや自らの客としての重要性を試すように、細やかな作法の逸脱に挑戦することで成立している。これは非常にスリリングな賭けである。このような行為が、ひとたび審判者である女将に「作法に反するふるまい」とみなされれば信頼は失われ、ひどい場合にはそのお茶屋を利用することができなくなる。したがって、客がお茶屋遊びの場で通人として駆け引きを楽しむためには、新参者の段階から作法の学習を繰り返しながら階層を移動し、駆け引きの場なるべく多くの厳格な作法を「操れる」ようになる必要がある。お茶屋遊びから派生する社交のゲームでは、まさにこの、卓越したプレイヤーになるまでの困難な過程とそこからのスリリングな逸脱への挑戦にこそ楽しみがある。作法の実践が困難であればあるほど、その実践が承認されたときの快感は、ゲームの参加者を魅了する効果をもつのである[山崎 2006]。すなわち、客にとってお茶屋遊びの楽しみは、作法の過剰さに支えられているともいえるのだ。

また、過剰な作法からの逸脱は、社交のゲームを色事として成り立たせることにもなる。このような艶めいた駆け引きは、たとえば客が作法の遵守に失敗し、女将の不興を買う場面に見出される。桐野弓子は、長年女将として客を接待してきた経験を頼られ、作法に不慣れな客から請われて宴会に付き添うことがしばしばある。あるとき、ホストとして取引相手を接待する鼯鼠客に付き添う機会があった。宴会はつつがなく終わったが、最後にゲストを見送る段階になって、この客はコートを着たまま玄関先に出ようとした。これを見た桐野は客を叱りつけ、真冬にもかかわらず彼の上着を脱がせた。客は恥じ入りながらも、桐野に従ったという（桐野弓子、2012 年 4 月 18 日）。この事例のように、女将が社会的地位のある男性を他の参加者の目がある場で叱りつけるという状況は、客をもてなす役割からの逸脱に映る。それではなぜ、この客は女将からの叱責を受け入れたのだろうか。実は、このもてな

す側ともてなされる側の倒錯にこそ、社交のゲームが生まれ出した、お茶屋遊び独自のゲーム感覚がある。

お茶屋遊びにおいて、女将は単なる作法の教師や審判者ではない。この事実は、第2節で述べたように、芸舞妓が不在であっても女将との話を楽しむためにお茶屋のバーを訪れる鼠兎客が多くいることから裏づけられる。女将は客の前に、色事に通じた女性として立ち現れる。ときに艶めいた駆け引きは、客と芸舞妓のあいだだけではなく、客と女将とのあいだにも展開される。競合相手の目がある場で女将に遠慮なく叱られるという経験は、自らが魅惑的な女性でもある女将と親密な関係性を築いていることの証左であり、客にある種の倒錯的な快感をもたらすのである。すなわち、お茶屋遊びの色事を支える審判者である女将とのあいだの社交のゲームそれ自体も、艶めいた駆け引きを含んで展開しているのである。

おわりに

本稿で述べてきたように、お茶屋遊びには、色事のゲームと、そこから派生する形式化された作法に依拠する社交のゲームという二種類の因子がある。お茶屋遊びの世界では、お座敷に参加するために、プレイヤーが客としての自己を卓越化する過程が、遊びとして目的化されている。女将たちは長年の経験にもとづいて客の欲望の所在を察知し、相手の卓越化の欲望を煽ることで、このゲームを活性化させる。女将が実践する地味な商売とは、お茶屋遊びの世界への参与の過程を社交のゲームとして仕立て上げ、客をゲームの参加者——とりわけ細く長い参加者——として取り込むための戦略である。社交のゲームにおいて、女将は審判者であり、魅惑的な女性でもある。客はできる限り負担の少ない範囲で、しかし表面上は優雅に社交のゲームを楽しむと同時に、ときには女将とのあいだにも艶めいた関係性を形成する。

宮廷社会と同様に、資格を欠いた外部者に閉ざされた、絶対的なルールに則った社交の場であるお茶屋では、個人の権力上の位置は共通の礼儀作法にもとづく社会的行動様式を通じて確認されると考えられる [エリアス 1978]。したがって、花街の外では非合理的で奢侈に映るお茶屋遊びにおける財産や時間の投資は、客にとって、他の客を出し抜いて女将から認められるという名誉を得るために必要な行為であると考えられる。お茶屋遊びにおいては、過剰な作法をめぐって、女将と客とのあいだに高度な駆け引きが展開している。女将が語る地味な商売は、安定した経営を実現させる戦略と、お茶屋遊びを形式化されたゲームとして成立させるための日々の実践とを重ねあわせた、巧みな〈芸〉なのである。

註

- 1 花街の地理的な範囲は行政上の区分とは必ずしも重ならない。隣接する複数の町名にまたがって存在しており、区域内には花街とは一切関わりのない住民も存在する。
- 2 本稿でいう戦略とは、長期的な展望にもとづいて意識的に練られた駆け引きのみならず、直面した局面の状況に際して「ハビトゥスの無自覚な計算（実践感覚）によって慣習行動を方向づけてゆく暗黙の行動原理」[石井 1993: 158] というブルデュアの戦略概念として想定している。
- 3 具体的にはたとえば銀座のホステスの調査を行った松田さおりが、1990年代の不況にともない企業が接待交際費を削減したことで、ホステスクラブの利用者が減少したことを指摘している [松田 2009]。
- 4 受けた恩に対する返礼は、モースがアメリカ北西部の諸部族によるポトラッチに見出した「闘争型の全体的給付」[モース 2009: 19] における「義務と自由が入り交じった贈与の雰囲気」[モース 2009: 260] と類似する感覚にもとづいてなされる。返礼は強制ではないが怠れば受贈者の名誉は貶められるのである。
- 5 西尾によれば、2時間ほどの宴会に芸舞妓を呼ぶ場合、1人あたりの花代は25,000円から35,000円程度である [西尾 2007: 29]。これにお茶屋の席料や飲食代が加算されることになる。逆に、バーを利用して芸舞妓を呼ばず食事もしない場合は花代が省略され、席料とアルコールや肴の代金のみで済む。
- 6 消費行動のうち、現実的必要性のない「美的性向によって選択される文化的慣習行動」[石井 1993: 204] に見出される態度を指す。
- 7 昭和34年3月25日京都府条例第2号風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律施行条例。この条例によって、京都府ではお茶屋と旅館が法的に分離された。

参考文献

- 石井 洋二郎 1993『差異と欲望——ブルデュー『ディスタンクシオン』を読む』藤原書店。
エリアス、ノベルト 1978『文明化の過程 下』赤井慧爾、中村元保、吉田正勝訳、法政大学出版局。
————— 1981『宮廷社会』波田節夫、中埜芳之、吉田正勝訳、法政大学出版局。
加藤 政洋 2009『京の花街ものがたり』角川学芸出版。
九鬼 周造 1979『「いき」の構造』岩波文庫。
中岡 志保 2013a「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」『アジア社会文化研究』14: 29-48。
————— 2013b「芸者の民族誌的研究——東京の花柳界を事例として」広島大学博士（学術）学位請求論文。
中原 逸郎 2012「花街の芸の再創造——京都上七軒における石田民三の寄与を中心に」慶応義塾大学大学院社会学研究科紀要『人間と社会の探求』73: 57-77。
西尾 久美子 2006「伝統文化産業におけるキャリア形成と制度——京都花街の芸舞妓の事例」神戸大学大学院経営学研究科博士学位請求論文。
————— 2007『京都花街の経営学』東洋経済新報社。
ブルデュー、ピエール 1990『ディスタンクシオンⅡ』石井洋二郎訳、藤原書店。
ホイジンガ、ヨハン 1963『ホモ・ルーデンス——人類文化と遊戯』高橋英夫訳、中央公論社。
松田 さおり 2009「日本における「女のサービス」と企業社会の文化」、谷川建司、王向華、呉咏梅編『拡散するサブカルチャー——個室化する欲望と癒しと進行形』青弓社、pp120-150。
松田 有紀子 2013「「女の町」の変貌——戦後における京都花街の年季奉公をめぐる」、天田城介、角崎洋平、櫻井悟史編『体制の歴史』、洛北出版、pp179-231。
モース、マルセル 2009『贈与論』ちくま学芸文庫。
山崎 正和 1975「遊戯論批判」『藝術・変身・遊戯』山崎正和、中央公論社、pp.185-216。
————— 2006『社交する人間——ホモ・ソシアビリス』中公文庫。

A Social Game for Capturing Customers: Female Managers' Strategy in Kyoto's Geisha Quarters

MATSUDA Yukiko

Abstract:

Most studies on geisha quarters in Japan have focused on two business practices of the female managers of geisha teahouses: managing financial risk and controlling the emotions of their geisha employees. These viewpoints, however, cannot explain the managers' intentionality in encouraging their customers to engage in formalized social etiquettes and compete against each other through the rules of geisha entertainment. This paper shows that this business orientation is inseparable from what female managers call *jimina-shoubai*, or "low-profile business strategies," which they commonly describe as strategies for capturing long-term customers. Based on fieldwork conducted at geisha quarters in Kyoto, this paper examines how geisha entertainment is made of intimate interplays between geishas and their customers and formalized social interactions. Male customers are obliged to master formal etiquettes while female managers attempt to draw them into the sphere of geisha entertainment, often in a sexualized manner. The so-called low-profile business strategy is an artistic skill which blends business strategies for achieving stable management with daily practices to establish the teahouse entertainment as a formalized game. By focusing on this social game, this paper argues that these expressive social etiquettes are indispensable for geisha entertainment.

Keywords: geisha quarters, play theory, cultural anthropology

客を取り込む社交のゲーム ——京都花街における女将の戦略から——

松 田 有 紀 子

要旨：

これまでの花街研究では、女将による経営上のリスクの縮減や芸妓の感情管理に注目が集まってきた。しかしこれらの観点だけでは、お茶屋の経営戦略に客を作法に則って競合させようとする志向性がある理由を説明できない。本稿の目的は、京都花街の女将が「地味な商売」と呼ぶ、長期的に利用してくれる客を獲得する戦略にこの志向性が必要である理由を明らかにすることにある。本稿は当地でのフィールドワークを通じて、お茶屋遊びには客と芸妓の駆け引きにより成立する色事のゲームと、そこから派生する社交のゲームがあることを示した。女将はときに艶めいた働きかけによって、客をお茶屋遊びの世界に取り込もうと試みる。地味な商売とは、安定した経営を実現する戦略とお茶屋遊びを形式化されたゲームとして成立させる日常的な実践とが合わさった巧みな〈芸〉である。本稿は社交のゲームに注目することで、お茶屋遊びに過剰な作法が不可欠であることを示した。

