

地方都市における芸妓文化の現状と課題

～会津東山芸妓の事例より～

若林晃央

(福島工業高等専門学校コミュニケーション情報学科)

1 はじめに

現在の京都では、芸舞妓が観光のシンボルとなっており、観光資源として積極的な活用が図られている。特に舞妓には大きな需要があり、各種イベントに呼ばれたり、メディアに出演して京都をPRする他、観光客向けの舞妓体験など、本来のお座敷でのおもてなし業務以外の、芸妓文化を活用したビジネスが数多く見られる。

このように、現在の京都では大きな市場を形成しており、舞妓の成り手も増加傾向にあるようだが、その京都でさえ、最多の昭和3(1928)年には2,068名いた芸妓が、芸妓は200人前後、舞妓は約80人にまで減ってしまっている(明田[1990]、西尾[2007])。

一方、娯楽の多様化や、接待や職場旅行の減少などの社会環境の変化により、「お座敷」の機会が減少したため、京都以外では、芸妓文化の衰退傾向は現在でも続く課題である。昭和5(1930)年には、東京には約10,220人の芸者が、大阪では約4,723人の芸妓がいたが(東京市政調査会編[1931-1934])、昭和40年以降急速に減少し、平成19(2007)年には、東京では約330名、大阪では20～30名程度にまで減少してしまった(浅原[2007]、西尾[2007])。地方都市では、文化の死活問題になっており、文化として完全に途絶えてしまった所も少なくない。近年では、鬼怒川・川治温泉観光協会が芸妓文化を復活させるべく芸妓を一般公募すると発表した。ここでも高度経済成長時代には300人を超えていた芸妓が、現在では50～60代の9人だけに減っており、芸妓文化が「風前のともしび」となっていることが問題となった(『観光経済新聞』2013年6月29日)。

現在、芸舞妓に関する著作は数多く出版されており、テレビ番組等でも取り上げられることがあるが、いずれも大半は京都のケースである。学術的研究でも、京都・東京・大阪といった大都市の花街を対象にしたものが多く、地方都市の芸妓文化に焦点を当てた研究は少ない。このため、伝統文化としての死活問題を前にした地方の芸妓文化については、あまり明らかにされていないのが実態であろう。

本研究では、地方都市における芸妓文化を代表して、会津東山芸妓を取り上げ、一般に取り上げられることの多い京都の芸妓文化との違いや、地方都市ならではの課題を明らかにしていこうというものである。

2 芸妓について

芸妓とは、日本舞踊や三味線などの伝統芸能を披露すると共に、お酌や遊びをすることで、お客をもてなす女性の職業である。明田[1990]によると、現代に通じる芸妓文化の始ま

りは江戸時代後半にさかのぼる。それ以前の花街では、遊女が三味線を弾いていたが、彼女らが弾かなくなったため、宝暦元（1751）年に、外部から三味線を弾く者（「芸子」）を呼ぶようになったのが始まりとのことである。ちなみに、「芸妓」と「芸者」は、呼び名こそ異なるものの、基本的に同じ意味である。

一方、「芸妓」と「舞妓」は、明確に異なる意味である。「芸妓」が、芸事の技能はもとより、お座敷を取り仕切る能力もあると見なされる1人前の職業婦人を指すのに対して、「舞妓」は、見習い修行中の女性を指す京都固有の呼び名であり、基本的に16歳からおよそ20歳までの若い女性である。このため、現在の京都では、芸舞妓になることを志願して置屋の門を叩くも、高校を卒業した年齢では、それから修行を始めるとデビューが20歳近くになってしまい、舞妓として活動できる期間がほとんどないため、受け入れを断られてしまうことがある。

現在の花街における大きな課題として、前述の芸妓数の減少に加えて、「地方」と呼ばれる邦楽担当の芸妓の後継者問題が挙げられる。「舞妓」の名前に代表されるように、日本舞踊は芸舞妓として第一に求められる技能であるため、どこの花街でも十分に伝承されている。しかし、三味線などの演奏は、録音テープで代用することが多くなった結果、若手芸妓への邦楽技能の伝承が進まなくなり、どこの花街でも人材不足の状況にある。

さらに、現在では、地方都市の温泉街を中心に、芸妓同様に宴会での接客サービスを提供する女性として、コンパニオンの参入が挙げられる。芸妓のように歌舞音曲の芸事を修める必要がなく、容易に参入できるがゆえに価格も安いいため、宴会の華として若い女性を呼びたい団体客を中心に支持されている。芸妓を斡旋するホテル・旅館でも、「芸妓・コンパニオン」とセットで案内する所が多く、芸妓の募集をしている置屋でさえも、コンパニオンとセットで求人案内を出している所が少なくない。

3 東山芸妓の現状

東山芸妓を有する東山温泉は、行基によって発見されたと言い伝えられており、城下町会津若松の奥座敷として発展し、伊藤博文らの政治家や、竹久夢二らの文人に愛されてきたことでも知られる温泉街であり、現在20件程度の旅館・ホテルが集積している。

東京市政調査会編[1931-1934]によると、昭和5（1930）年において、会津若松には152名の芸妓がおり、61軒の置屋があったとされている。また、東山温泉では各旅館に抱えの芸妓がおり、東山芸妓が「ヤマの芸妓」と呼ばれ、それとは別に会津若松市街地に在住して「マチの芸妓」と呼ばれる芸妓がいた時代もあった。現在では、「マチの芸妓」はいなくなり、東山芸妓の人数も20名（2013年4月時点）にまで減少してしまった。しかし、昭和5（1930）年頃の中核都市であれば、芸妓数が100人に満たない方が少数であり、152名という人数は決して多くはない。むしろ、かつては300人以上の芸妓がいたにもかかわらず、現在は文化が途絶えてしまった都市が少なくないことを考えれば、20名という数字は相対的にかなり多いものと評価できる。

2013年4月時点で、置屋の数は12件。そのうち9件は一人置屋だが、そのうちの1件

は、2010年3月2日に当時のNo.1芸妓が「御店出し」したものであり、残りの3件の置屋には若手の「抱えっ子」が在籍している。さらに、三味線が弾ける芸妓も4人おり、加えて練習中の若手芸妓もいる。ある若手芸妓は、芸妓としての寿命を延ばすために、三味線の技能を身につけるよう、先輩芸妓の母親から指導されてきたという。

高校卒業後すぐに芸妓の道を目指した人もいるが、地元の若い女性で芸妓になりたがる人がほとんどいないと言われる中で、芸妓の新規募集は高校卒業後の18歳以上を中心に30歳位までを対象にしている。逆に、芸妓を目指して京都で門を叩くも年齢で断られたため、東山温泉に流れて芸妓デビューを果たしたというケースも過去にある。そのため、東山温泉には、舞妓に相当する段階はなく、最初から芸妓としてデビューしている。

京都では、約1年間の置屋での仕込み期間があり、その後約1ヶ月間の実地での見習い期間を経て、ようやく舞妓さんとしてデビューする流れが確立している（西尾[2007]）。これに対して、東山温泉では、着物やかつらが準備でき次第、芸事の技能が不十分なままでもデビューさせてしまう。ただし、そのような新米芸妓を指名するお客はあまりいないため、「格好がきちんとしていても3年間は売れない」と言われているのである。デビュー後3年間の舞妓の方が観光のシンボルとなっている京都と比べると対照的である。東山温泉で芸妓として食べていくためには、デビューしてから必死に芸を磨き、お客や関係者に芸を認めてもらうことが求められていると言える。もちろん、お客の中には「年齢が若い順に何名呼んで欲しい」という注文の仕方をする人もいられると言われるが、芸妓を和装コンパニオンと同一視しているのかもしれない。

また、格好がきちんとしていても売れないのであれば、無理して高価な着物を着る必要はなくなる。仕事着である以上は数が必要になるため、「お値打ちで見栄えのする着物」が求められてくる。もちろん、「見栄えのする」必要はあるため、平日頃から目を養い、センスを磨く必要があることは間違いない。いずれにせよ、「ええべべ」を着せてもらうことが大きな意味を持つとされる京都のケース（西尾[2007]）とは異なる。

東山温泉では、コンパニオンも活動している。置屋によっては、市内でスナックを経営しており、芸妓と併せてコンパニオンの募集をしている。芸妓とコンパニオンには一線が引かれており、二枚看板で活動することは許されていないが、東山芸妓の中には、コンパニオンから転職して成った人もいる。コンパニオン出身者の特徴として、お客との話術を既に身につけており、デビュー直後から場をもたせる能力に長けていることが多い。コンパニオンを経ない新米芸妓の場合、男性客（それも酔っぱらい）との会話に慣れていない。そのため、自分の役割を考える必要があり、お座敷では先輩芸妓の補助に回り、また日頃より芸事の習熟にも熱心な傾向にある。逆に、コンパニオン出身者は、自力でお客の相手ができるため、個人プレーになる傾向があり、また芸事の習熟への動機づけも相対的に乏しいという。

4 地方都市における芸妓業の今後の課題

京都では観光資源として積極的な活用が図られている芸舞妓だが、会津若松においては、

観光業界関係者でさえ、芸妓を会津の誇る伝統文化という認識はしても、観光資源として認識する人はほとんどいなかった。事実、2013年の大河ドラマ効果による観光客激増が期待される中でも、新しい取り組みは見られなかった。その理由として、東山芸妓の既存の顧客の大半は地元民であり、特に中年以上の男性で、20名以上の宴会で呼ばれるものという認識が強く残っている点が挙げられる。東山芸妓の繁忙期は12月～1月であり、地元の忘年会や新年会で呼ばれることが多く、逆にゴールデンウィークなどは「お座敷のかからない時期」であり、時間に余裕があるとのことである。今までのお得意様を大事にすることが、京都をはじめとした花街の伝統ではある。しかし、近年の接待文化の自粛傾向により、廃業する料亭も後を絶たない中で、これまでのビジネスモデルに依存せず、再構築することが必要なのではないだろうか。このように、地方都市の多くが既存のターゲット層にとらわれて、新規顧客の可能性を見落としていたように思われる。その結果、県内外へのアピールが十分になされず、知名度向上の機会を逃して新規顧客の機会喪失につながり、既存の地元客のみを相手にせざるをえなくなるような悪循環を生み出し、芸妓文化衰退に拍車がかかったように思われる。

近年、芸妓文化が衰退傾向にある中で、地方都市の花街では、芸妓衆の生活を保障するため、置屋を株式会社化する試みがある。新潟古町において、当時の一番若い芸妓が36-37歳、すなわち20年近く成り手が出なかった事態を重く受け止め、昭和62（1987）年に柳都振興株式会社が設立されたのが最初で、現在12名の芸妓（留袖4名、振袖8名）が在籍しており、芸妓文化を守るという点では成功したと言えるだろう。山形でも、同様の試みが行われ、「やまがた舞子」ブランドの形成に成功した。会津若松でも、株式会社化は検討されたが、人件費を考えると採算が取れないという理由で実現は見送られたという。澤村[2012]によると、新潟古町のケースでも、芸妓の需要は減っていないにもかかわらず、芸札収入だけでは毎年数百万円の赤字になっており、後援会からの毎年度900万円程度の寄付を受けて経常黒字にしている状態とのことである。つまり、置屋の株式会社化という方策は、文化を残すという点では有効だが、一定以上の経済規模の都市で、かつ産業界の経済的な援助があって可能であり、どこの都市でも有効ではない。逆に、東山温泉では、株式会社化せず、将来に不安を抱える環境であったからこそ、芸妓が自分のキャリアを考える必要があり、芸事水準の維持につながってきた側面も見られる。

東山温泉では、地元民からの知名度が決して高くない割には、若手芸妓も健在である。京都における舞妓文化の発達に伴い、若手志願者の受け皿としての役割を果たすことで、文化を守ってきた側面もある。また、東山温泉では、京都とは異なる人材育成メカニズムが成立しており、芸妓衆を取り巻く関係者のネットワークも大きく異なる。特に、コンパニオンやスナックは、一般的にも花柳界とは似て非なる業界として認識されていると思われるが、会津若松においては、異なる業界として一線が引かれているものの、共生関係を築いてきたのである。

※参考文献は、当日の配布資料に記載致します。