

[2019年度 最優秀賞]

スナックのエスノグラフィー — 「水商売」への偏見を回避するママ —

前地 杏波

はじめに

私は「アブナイ」「アヤシイ」「イケナイ」雰囲気の漂う場所や人に惹かれることが多い。見てはいけない、触れてはいけないと言われれば言われるほど、見たくなるし、触れたいくなる性分だ。「コドモ」であった当時、そういった雰囲気に触れることは、なんとなく「オトナ」への仲間入りを表して、憧れの対象となっていた。未知のものに対して興味をもつことは誰にでもあることだが、私の場合は、なかでも「アブナイ」「アヤシイ」「イケナイ」雰囲気の漂う場所に興味をもつ機会が多かった。

学校やスーパー、ちょっとした畑のある、ありふれた田舎町、和歌山市内の住宅街で生まれ育った。町のなかを散歩すると、かならず目がいてしまう場所がいくつかある。そのうちのひとつが、実家の近くにあるスナックだ。そのスナックは、例のごとく、「イケナイ」「アブナイ」雰囲気が漂っていて、とても気になる存在ではあった。登下校で通る道沿いには小さな家のようなスナックが点在していて、「スナック〇〇」という看板が店先に置かれていた。女性っぽい妖艶な名前や独特な店名が入っていて、なんだか魅惑的な存在であった。スナックといえば、テレビドラマでママと呼ばれる女性が、男性客相手に酒を出す場面を見たことはあった。しかし、これはフィクションの世界であり、これ以外は特にスナックについて知る機会もなかった。近所にあるという点では身近であるが、訪れたことも、店内の様子もわからない、友だちとの会話のなかにも出てこない「スナック」ってなんだろうと感じていた。

大学生になり、実家を離れて奈良でひとり暮らしをはじめても、スナックという水商売への興味や憧れは消えなかった。大学2回生のころ、知人に奈良市内にあるスナックに連れていってもらった。これが、人生ではじめてのスナックであった。あとから知った話だが、客である私たちに無断でワインを飲み、値段をつけておくことで「ぼったくり」をしていたとのこと。なんとなく「アブナイ」「アヤシイ」イメージと実体験が結びついた瞬間を覚えている。

半年後、ふたたびスナックを訪れる機会があり、前回とは異なる店に入るようになった。その店は前回とは少し雰囲気が異なり、落ち着いた印象だった。後日、その店のママから誘いの電話があってひとりで店に入ると、おにぎりや炒め物が用意されていて、ほかの客もみな美味しそうに食べながら、お酒を飲んだり、歌ったりしていた。ここは、本当にスナックなんだろうか。そして、会計を済ませようとすると、ママから「今日はいらんから」と、1円も受け取ってもらえなかった。「いえいえ、申し訳ないです」という私の言葉も聞いてもらえず、手のなかにはセット料金の3,000円、心には温かいママの手料理が残っていた。

第1章 スナックとはなにか

スナックといえども、店によって様々である。田舎に一軒ボツンとある、いわゆる場末のスナックを想像する人もいれば、繁華街やネオン街のビルに入っている華やかな店を想像する人もいるだろう。店にいるホステス⁽¹⁾の年齢や服装、価格設定においても、様々なイメージがあるだろう。

しかし、誰もが共有するイメージとして、経営者であるママがひとりいて、酒を提供し、話すなどの接客をおこなっている、といったところではないだろうか。法哲学者の谷口功一は、スナックを「最も典型的には、経営者である『ママ』が一人いて、カウンター越しに接客するような酒と会話を提供する店。値段は、三、〇〇〇円くらいのボトルをキープし、毎回のチャージも三、〇〇〇円くらいが、ほぼ全国一律の標準値」と紹介している(谷口 2017:11)。

そもそも、全国には約10万軒のスナックがあり、来店したかどうかは別にして、「スナック〇〇」といった看板を見たことのある人がほとんどだろう。高度経済成長の時代、スナックは「二次会の定番」的存在であり、社交場でもあった。スナックが流行した時期を考えると、若くても現在60歳以上の年齢の人がよく通っていたことになる。現在は若者がすすんでこういった場に足を運ぶことも少なく、来たとしても上司に連れられて来るのがほとんどだ。スナックの数は、最盛期に比べると減少していることも事実である。

「日本には数多くの遊戯飲食店が存在しており、クラブやキャバクラ、スナックなどさまざまな営業形態の店が存在するが、これらは一般的には、いわゆる「水商売」と称され一括りにされる傾向にある」とあるように(中田 2019:5)、細かな営業形態の違いにこだわらず、世間においてスナックは、「水商売」という認識がなされている。また、このようなクラブやキャバクラ、スナックなどの水商売で働いている女性のことを「オミズ」あるいは「オミズのひと」と呼ぶこともある。オミズの女性たちがアフター⁽²⁾などでよく訪れる、ある飲食店の男性(50代)は、水商売について「昔は特にな、水商売いうたら、ポルノ俳優より下に見られとってん」と話したことがある。彼の発言には興味深いものがあった。「昔は」と言っていたが、いまはどうだろうか。現在において、水商売やそこで働く人びとに対し、一般社会ではどのようなイメージがもたれているのだろうか。

(1) 先行研究と問題の所在

人類学者の熊田陽子は、性風俗店での参与観察で、「今の日本社会で、性風俗に対して芳しくないイメージがあることを即座に否定できる人は少ない」ため、性風俗店で働く当事者は「おんなのこ」(性風俗店の従業員のこと)である事実を秘匿していることを示した(熊田 2019)。また、松田さおりは、銀座のホステスクラブでの参与観察で、部外者である「シロウト」のイメージするホステスは、「女らしさ」を過剰に表現することで、恋愛やセックスを餌にして客を呼ぶといった「色で売る」いかがわしさと結びつきがちであるが、実際は、「いい人間関係」の実践や、客にそれを主張するというそれぞれ個人の実践によって、「いかがわし」と「愛玩具」的営業の呪縛をふりきっていることを明らかにした(松田 2008)。

これらのことから、性風俗店やホステスクラブといった「性的なサービス」を提供する、あるいは、していると思われる場所や、そこにかかわる人びとに対して「ポルノ俳優より

下]であるかどうかはともかく、世間からは「いかがわしい」「人に教えるべきでない職業」といった、よくないイメージや偏見が「昔」だけでなく、現在においても存在することは明らかである。では、このような良くないイメージや偏見のある社会において、当事者たちは、なぜあえて「水商売」を選び（選ばされて）、どのような労働観や意識のもと働いているのだろうか。

なぜ水商売を選んだかについては、松田や中田の研究から、「金」や「儲け」への関心、あるいは知人に紹介されて、「お手伝い」感覚がきっかけであると語られることが多い。

労働観についてはどうだろうか。松田は、ホステス一人ひとりの接客に注目し、それぞれ個人の「いい人間関係」の実践によって、「シロウト」の偏見をふりきっていると結論づけた（松田 2008）。しかし、このような視点は社会に一定の新たな「ホステス像」をつくりかねない。つまり、全国各地のホステスは、みなおなじように「いい人間関係」の実践をおこなうことで、偏見という呪縛から逃れようとしているとの幻想をうみだしかねない。

また、社会学者の川畑智子は、日本の性風俗産業でおこなわれている仕事は、性的満足や興奮を与えることを目的とする仕事と、性的満足や興奮を与えるふりをしてほかのサービスを与えることを目的とする仕事に分けられるとし、ホステス/ホストクラブは後者にあるとした。そして、「女らしさ」を商品化した仕事であるクラブは、女性に自らを性的対象にさせることを強制するところであるとしたうえで、その抑圧から解放されるために、女性は客に気づかれないようにして客を「物」として扱うことを学習し、他者の期待する「ホステスらしさ」を、他者に対抗する「ホステスらしさ」に転換し、「ホステスらしさ」を習得して過程を明らかにした（川畑 1995）。

さらに、その後の研究で、客からの性的侵入に対して、いかにリスクを抑えて、仕事を効率的にこなすかということがホステスの中心的課題となっていることを指摘した。そのため、ホステスは、見せかけの言葉、態度によって疑似恋愛関係をつくりだし、それによって客を呼び寄せておきながら、客からの性的攻撃に対し、自己防衛として戦略的に「優しい母」「甘える娘」を演じ、母と子、娘と父という非公的で親密な関係を演出することによって、一時的に客の攻撃性を緩和し、他者の性的侵入を防衛していることを指摘した（川畑 2001）。

川畑の研究では、ホステスクラブのなかで過剰に働くジェンダーイデオロギーのもと、ホステスは、「ホステスらしさ」を習得することでクラブという空間でうまれる抑圧から解放させられるとあるが、松田の研究と同様、ホステスはみな「男性の期待に応えるために常に受け身で奉仕する」ことに抵抗を感じ、「ホステスらしさ」を習得し、抑圧から解放されているという新たな「ホステス像」をつくりかねない。そして、ホステスは、客からの性的侵入に対し、性的満足や興奮を与える「ふり」をし、自己防衛として戦略的に「優しい母」「甘える娘」を「演じる」というが、はたして、すべてのホステスがこのように演技をおこなって仕事をしているといいきれのだろうか。

一方で、社会言語学者の中田梓音はスナックにおいて、ママを中心とした女性接客者の接客言語ストラテジーに注目し、それが、客としてのフェイスを侵害しないような方法で親しさを表示し、客を常連化させる言語行為であることを明らかにした。ここでは、「ママ」になる女性接客者の接客技術は、被雇用者としての経験を経るか、他の種類の飲食店などでの接客業を経た後に「ママ」として独立するなど、長年の経験のなかで切磋琢磨され身に

つけられていくものであるとしている(中田 2019)。つまり、中田は、数ある接客のなかで、経験豊富で洗練された接客言語に注目するため、「ママ」という人物に注目したといえる。だが、スナックの「ママ」が、社会における「水商売」という偏見に対する考え、あるいは「ママ」の仕事に対する労働観や意識の持ち方については語られていない。

これらの先行研究からは、ホステスは「いい人間関係」の実践や「ホステスらしさ」の習得、「優しい母」「甘える娘」を「演じる」ことにより、現代社会の抱える「水商売」に対するイメージや偏見、過剰に働くジェンダーイデオロギーの抑圧から逃れようとしてきたことが明らかにされている。しかし、これまでに語られてきた、ホステスクラブを対象とした研究では、現代社会における「水商売」という偏見に向かうことができているのだろうか。先行研究で語られるホステスクラブは、ホステスたちによってつくられた偽りのあふれる世界である。このような見方では、現代社会に介在する職業偏見という問題を解決する糸口を見出すことは不可能だ。むしろ注目し、対象とすべき場所は、偽りのない、純粋な思いからうまれるサービスや接客のある店である。ボックス席の多いホステスクラブとは異なり、スナックはそれぞれ客がカウンター越しに並ぶことで、「女性接客者と客」のような個々のやり取りだけでなく、「客と客」という多方面にわたる社交場としての社会的空間をつくりあげている。よって、対象とすべきは本当の社交場といえるスナックではないだろうか。

ここで、先行研究に描かれている、あまりにもよくできた「ホステス像」にあてはまらない「ママ」に注目し、本研究を進めていくことにしたい。本研究でとりあげるママは、なぜ、「いかがわしい」という良くないイメージや偏見が残る現代社会において、「水商売」という職業をあえて選択し(選択させられ)、このような社会イメージとどのように向き合い、また、どのような労働観や意識のもとで「水商売」を経営してきたのだろうか。

(2) 研究の目的

本研究の目的は、オーナーであり、スナックの中心的存在であるママに注目し、世間でいわれてきた負のイメージや偏見が付随する水商売について、ママがどのような考えを抱き、どのようにその社会イメージに向き合いながらスナックを経営してきたかを明らかにしたうえで、現代における「スナック」とはなにか考察することである。

(3) 調査地の概要

はじめにでも示したとおり、客に無料で手料理を振る舞う店を経験し、これまで「水商売」に抱いていた「アブナイ」「アヤシイ」イメージが覆る場となったスナック A を調査地に設定した。

ママに相談のもと、2019年1月～2020年1月の1年間、スナック A で「女の子」(従業員)として週3回、20時～0時まで(多少の変動あり)働きながら参与観察をおこなった。スナック A のママや客、店のなかで起こった出来事や会話をフィールドノートに記録した。ママは、社会の「水商売」という偏見とどう向き合っているのか、そして、それをふまえて、どのような労働観や意識を持っているのかを調査することを目的とした。そのため、ママとともに接客をおこなうことで、ママの口からでなく、客からもママという人物の語りを聞くことができることを期待した。また、筆者自身が「水商売の女の子」になることで、同伴⁽³⁾やアフターで訪れた店や、そこで知り合った人との繋がりがうまれ、ほかのスナックやラウンジ

の情報も聞き出すことも可能となった。

スナック A は近鉄奈良線新大宮駅から徒歩 2、3 分のビルの 3 階にある。新大宮駅周辺は、居酒屋のほかにバー、スナックやラウンジといった店が集まる、いわゆる飲み屋街である。スナック A ののはじまりは 2000 年で、現在とは異なるビルに入っていた。ボックス席⁽⁴⁾とカウンター席のあるフロアで、ラウンジの形態をとっていた。2017 年、景気が悪くなるにつれて客も減り、家賃 30 万を払っていくのが難しくなったため、ビルから撤退するが、その約 1 か月後、現在のビル 3 階にスナック A を新たにオープンした。カウンター 9 席（当初は 10 席であったが、1 席故障した）と 2 つのボックス席からなる。

客が座るとキープボトル⁽⁵⁾が目の前に出され、好みの飲み方（水割り、湯割り、ロック、炭酸割りなど）で飲むことができる。座った時点で払わなければならない最低限の料金、セット料金は 3,000 円で、その他の値段は（表 1）のとおりである。会計は、セット料金に加算されていくシステムとなっている。カウンター越しに「女の子」やママがつき、客のキープしているボトルからお酒をもらいながら、客のお酒をつくるだけでなく、話をしたり、カラオケを盛りあげたりして接客する。谷口は、スナックについて、「毎回のチャージも三、〇〇〇円くらいが、ほぼ全国一律の標準値」というが（谷口 2017）、地域によって様々である。新大宮駅周辺のスナックやラウンジのセット料金がたいてい 5,000 円からの価格であることを考えると、スナック A のセット料金 3,000 円は比較的低価格であるといえる。

スナック A には、常に出勤しているオーナーであるママとマネージャー⁽⁶⁾が 1 人、「女の子」と呼ばれる従業員が 7 人在籍しており、曜日によって「女の子」が 1 人か 2 人出勤する。「女の子」は 20 代が 1 人、残りの 6 人は皆 40～50 代である。昼間は学生か、異なる仕事をしている。給料は時給で計算され、同伴すれば、同伴した客のその日の会計から 1 割がもらえるというシステムになっていた。客層はほとんどが 50～70 代で、20代、30代の客が来ることはあるが、まれである。ほとんどが男性客であるが、男性客に連れられてくる女性客や、以前スナック A で働いていた女性が来ることはよくあった。

表 1：「スナック A」の料金一覧（2020 年 1 月時点）

ビール(中瓶)	¥1,000	ウーロン茶	¥500
焼酎	¥5,000～	カルピス	¥500
ウイスキー	¥6,000～	炭酸水	¥500

第 2 章 スナック A

これまでに何人もの人びとがスナック A を訪れ、様々な歌が歌われ、会話が繰りひろげられてきた。会話の内容は、最近の天気からカラオケのエピソードや下ネタなど、場面によって多種にわたる。なかには、スナック A そのものに関係する話題があがることも珍しくない。本章では、スナック A に関する会話に注目することで、客がスナック A のどんな魅力や特徴に惹かれて店を訪れているかをみておきたい。以下では、3 つの観点から説明していく。

また、ママとともに働く筆者は、「女の子」としての掟をママから学ぶ機会があった。店

にどんな「女の子」が在籍しているかは、店の印象に大きく関わる重要な存在である。よって、ここではスナック A を特徴づけるサービスと、接客者のあいだで共有している掟を紹介することで、スナック A という店を紐解く手はじめとしたい。

(1) 低価格設定

「どんだけ働いても給料が少ない」と嘆く客は、スナック A の魅力を料金が安いことだという。ほかの客も、「安心して飲めるやんかあ、財布に 5,000 円あったら十分飲めるやんか」と語る。先にも述べたとおり、新大宮駅周辺のスナックやラウンジとなると、最低でも 5,000 円からの価格設定になっている。また、水や氷にも値段がつき、カラオケも有料であることが多いが、スナック A の場合は水や氷に値段がつくこともなく、カラオケも歌い放題である。3,000 円というセット料金は、他店と比較してかなりの低価格設定といえるだろう。

スナック A が低価格である要因のひとつに、ぼったくりがおこなわれていないことがある。他店では、客に確認せずに百円単位を切りあげて会計をおこなう、サービス料金⁽⁷⁾を過剰に請求する「ぼったくり」もあるようだ。スナック A のママが、おつり用の小銭を用意していることを知った他店のママは、「どうして小銭なんか持ってるの、100 円単位なんて、全部繰りあげればいいじゃない、私は紙幣しか持っていないわよ」と言ったという。スナック A では、ぼったくりをおこなわない姿勢として、初来店の客には、あらかじめすべての金額（セット料金・ボトル代）を伝えてから、酒を提供している。そして、会計の際には手書きの伝票を直接客に見せることで金額を提示する。このように、明確に金額を伝えることで、客も「安心して」飲むことができている。

(2) ママの手料理

新大宮でスナック A の名前をだすと「ああ、勝手にいろんなご飯いっぱい出てくるところやろ」と言われることがある。少なくとも、週末の金曜、土曜日には、ママの手料理が無料で提供されている。これも、スナック A を特徴づけるサービスのひとつである。普段から出される漬物やちりめん山椒のほか、おにぎり、おでん、焼きそば、お好み焼き、カレー、筑前煮、ちらしずしといった、日によって様々な手料理が出される。客のリクエストがあれば、何曜日でも手料理を作り、振る舞っている。料理によって、家で作ってから店に運ぶ煮物類、店内で作るお好み焼きや焼きそばがある。そのため、スナックとは思えないような大きな鉄板やフライパン、調味料、大きな皿やスプーンまで、実に様々な料理道具がそろっている。ご飯に関して、どれだけ手間やお金がかかっているか、一切料金を取らないのがママの掟である。

「なんでそんな手間かかることするかなあ、ここはスナックやで」というマネージャーの嘆きを幾度となく聞いたことがある。客も同様、「そんな大量に作って大丈夫なんかあ」と心配する声も聞く。しかし、スナック A に来るや否や、「おかん、〇〇作って」と料理（茶粥など）を頼む客もいれば、「今日はメシなんや」とあらかじめ聞いてきたり、前もって来る日を指定し、「〇〇が食べたい」と注文する客もいることから、スナック A には、ママのご飯という存在が欠かせないことがわかる。「女の子」が出勤する前、ママに会いに、そして、ママのご飯を食べにだけ来る客もいたという。

(3) 親身になってくれるママ

現在70歳前半の客Xは、過去に、ヤクザの経験がある。

俺は、いままでにカラオケ店に2,3回行ったら急に断られるってことが何回もあるんよ。なんも悪いことしてないのに、おとなしくしてるつもりなんやがな。けどな、お母さん(ママ)とこはな、いやな顔ひとつせず相手してくれるんやあ、それが俺はうれしいなあ。昔な、ラジオしかなかったとき、そっから流れてくる歌を思い出しながら歌うのが好きやねん。

(2019年8月)

「ほんまはな、ヤクザなんて店に入れたらあかんねん。でもな、Xさんは昔っからのお客さんやし、うちでは悪いことなんにもしてへんから断れやんやんかあ」とママは渋い顔をしながら話す。本来、ヤクザを店に入れることは、店の印象を損なうことがあるため、大抵ためられる。しかし、ママはどんなときも客自身を受け入れ、親身になることで、自らの過去を気にすることなく安心して店を訪れることができる。

また、「安心して飲むことのできる店」の条件は、女性客がいることだとママは言う。調査中、以前スナックAで働いていた女性がひとりで、あるいは客を連れて一緒に店を訪れることはよくあった。違う客の場合、初来店は男性客に連れられて来ていたある女性客3人が、二度目以降にはふたりやひとりで来たことがあった。そして、ママに対し、「私のお母さんになってくれる?」「あかんよ、私のお母さんやって」という、ママを取り合うかのような会話を笑いながらしていたそうだ。「なんかここに来たら落ち着くんよなあ」「スナックAに来た人は、ここの雰囲気染まってしまうと思うで。悪い人が来ても、ここでは悪いことできへんわ。お母さんに監視されてるみたいや」といった声も聞いたことがある。

本来、どんな客であっても、スナックはカウンター越しの接客が基本であるが、ママの場合は臨機応変に接客をする。女性客がひとりで来店するときは、ママに話を聞いてもらいたい、相談にのってもらいたいときがほとんどである。そんな場合、ママは、隣に座って相手の手を握り、親身にうなずきながら話を聞き、時には叱っている姿を見ることがあった。性別や年齢にこだわることなく、皆の相談相手になることで、話を聞いてもらった客はときに涙を見せることもあった。「自分が本当に弱ったときに答えを求めたくなる人がママなんかもな」との客のつぶやきがママの人柄を物語っている。

このように、低価格設定でありながら無料で手料理を振る舞い、また、客に対し、親身になって悩み相談にのるなどのサービスが、スナックAに客を引きつける要因といえよう。

(4) 「女の子」から見るママとは

初出勤の日、ママから教えられたことはたったのふたつだった。ひとつめは、酒の作り方。水割り、炭酸割りなどである。これは、客に酒を提供するうえで重要かつ欠かせない仕事内容である。ふたつめは、客の仕事、職業を自分から絶対に聞かないということである。客の方から、仕事の話がされた場合は多少のやり取りをしてもよいが、自分からは絶対に聞くなという掟であった。これは、「酒飲んだら、みな平等。社長もへったくれもあらへん」というママの考えによっている。

仕事に少し慣れてきたころ、客のキープボトルについて教わる機会があった。新たにボ

トルをおろしてもらおう（買ってもらう）ことが、売り上げのひとつになっている。スナックAのママによると、他店のママについて「客のボトルを空けるのに、もうペロペロになるまで飲まされんので、（その店の）ママが、「女の子」にキッって目で合図するんよ、口に出したりせえへん」そうだ。調査をしていくなかで、他店の「女の子」が「飲みすぎて、リバース（吐くという意味の若者言葉）しちゃった」という話も聞いたことがある。経営者である店のママからすれば、売り上げを伸ばすために、「女の子」に客の酒を過剰に飲ませることは当然である。特に、別途料金が必要なビールやワインを客にねだるよう教え込み、そうして売り上げに貢献させることは珍しいことではない。その結果、客の支払金額はセット料金だけでは済まず、セット料金の2倍、3倍の金額になる店も少なくない。

ママは、そのようにしない理由を「水商売はぼったくりするやろ、けどな、私はそんなことせえへんから、私は水商売の女と違うねん。ぼったくつたらな、倍になって自分に返ってくるねん」と語ってくれた。ぼったくりをした場合、自分に返ってくるだけでなく、客がその店に来る回数は減ることが多い。「お客さんには長くきてほしいんよ、だから私は1年は客のボトルおいとくで」とママは話す。「自然に、自然にボトルが空くのがええんや、「女の子」に無理強いはしたらあかん」と念を押した。

同伴をおこなうなど親密といえるような客ができたころ、ママは筆者に対して「客と恋愛はしてええけど、エッチはしたらあかんで」と口癖のように言ってきたことがある。どんな意味があるのだろうか。ママによると、周囲に、「スナックAの「女の子」はすぐエッチさせてくれる」といった噂を流さないようにするためらしい。特に、「女の子」が金をもらって「エッチ」をした場合、「あの店の「女の子」は金で買える」という悪評が回ってしまう。ある客は、店に入って席に着いた途端にフロアをぐるりと見まわしながら「ママ、どの娘やったらいけるか（エッチできるのか）」と、ママに聞いてきたことがあったと振り返る。「女の子」を買う、つまり売春しようとしていたことが、客の言動からわかる。ママは、「うちはそんなことしに来る店とちゃう、帰ってくれ」と言い、客を追い返したことがある。

また、「同伴で遠いところはいかない」という掟もあるが、「私はな、「女の子」を守らなあかんねや」というママの言葉どおり、「なにかあったときに、私（ママ）が助けによお行ってやれやん（行ってあげられない）」からだという。

このようなママの語りからは、「女の子」を「娘」と思う、母親のような気持ちの表れであるといえる。

第3章 ママのこれまで

第2章では、スナックAを特徴づけるサービスについて触れ、「女の子」に対する掟も紹介した。では、このようなママのサービスや「女の子」に対する掟には、どのような背景があるのだろうか。以下では、ママのライフヒストリーを通じて、スナックAにおけるこのような出来事がどのような経験から生まれたのかを考えてみたい。

(1)「息子」を産むことが許されなかった過去

1943年、関西地方のある田舎町でかばん屋の娘として生まれた（調査当時は76歳）。中学を卒業してからは、近くの産婦人科で嫁入り修行に通い、障子の貼り方などを習った。そ

の後、見合い結婚をする。夫の母、つまり、姑にあたる人は戦争未亡人であった。「戦争未亡人やったからな、息子を私に取られたように思ってるん」という言葉どおり、夫を亡くした姑からすれば、唯一のよりどころである息子を「結婚」という形で奪われたように思い、ママを、息子の嫁として認められない、認めたくないという気持ちがあったようだ。夫との間に第一子を妊娠したとき、姑から「誰の子どもかわかれへんのに産んでどないする」と言われ、出産することを許してもらえなかった。「昔はな、生理が終わってすぐに嫁に行ってるん、膣がきれいになってからな」と言うように、ママもそれを実践したため、ママと夫とのあいだにできた子どもであることは確かであったにもかかわらず、おなじことが2回続いた。後に、女の子を妊娠し、出産することはできた。そして、初婚の夫とは離婚した。

数年後、当時付き合っていた男性がバブル崩壊後に借金を抱えてしまい、一緒になって借金返済のために昼夜を問わず働かなければならなかった。これを機に46歳になってはじめて水商売をはじめることになった。自分の意思とはまったく関係なく「水商売」の世界に入らざるを得なかったのである。

(2)「水商売の女になりたくなかったん」

昼働いてて、まだ働こうと思ったら夜しかあらへんかった。私はな、水商売の女になりたくなかったん、だから、絶対に昼も働いた。親から、水商売の女ゆうたら一番下の職業やって教わってるん。親に水商売やってる、クラブで働いてるということは、よお言わんかったわ。

自分の店出して、親に5年黙ってた。けどな、店に田舎がおんなじお客さん来てもうてん。(他人の口から親に知られる前に、)こりゃ自分から言わなあかん思ってな。お父さんに何人雇ってるの？ 月何万家賃はるてんの(払っているの)？ 聞かれて、借金せなあかんようになったら、すぐ帰ってこい、言われたわ。昔、水商売いうたらな、男4、5人は前で(着物の上から陰部に手をあてながら)相手して生きてる言われてたからな。

(2020年1月)

このように、ママが水商売をはじめたこと、していることを両親にはなかなか打ち明けられなかった話はよくしており、その際にはかならず水商売に対する社会のイメージも一緒に話していた。そして、当時から働き者の性格は変わっておらず、「止まったら死ぬ」という意味で「マグロや」言われたこともあるそうだ。

当時働いていたブティックのママに相談し、新大宮の高級クラブで働くことになった。そのクラブは、もともとスナックのママをしていた人が、ある客に見初められ、客に資金を出してもらってできた、いわば「男の金で店をやった」と呼ばれるケースである。そのクラブで面接があったが、クラブのママには「チーママ的存在が欲しかったの」と言われ、面接翌日からチーママとして働きはじめた。周囲は20歳前後の若いきれいな「女の子」ばかりだったという。

私なにか勝てる、服しかない思ったで、靴とか小物の色はみなそろえたで。

クラブのときはな、田舎言葉が恥ずかしくて喋られへんかったから黙っとってん。そしたら、えらそうにしてる思われたんやろうなあ、客から「やーさんの女か」とか、「祇

園から来たんか」とか言われたわ。「やーさんて何ですか?」って聞いたら、「あんたやーさん知らんのか、田舎どこや」言われて「〇〇のほうです」答えたら「山の方かあ」言われたよ。

(2020年1月)

当時46歳という年齢も考えると、素人が高級ホステスクラブで働くということは珍しく、「やーさん」と呼ばれるヤクザの女か、祇園(高級クラブが立ち並ぶホステス街)から都落ちしてきた人、というのが容易に想像できたようだ。

その後、クラブは客の貸し倒れでつぶれてしまった。「一緒についてきてって言われたことは何回かあったよ」と話すとおろ、金をもらうために、クラブのママと一緒に、チーママであったママも男の家に行ったことがあるそうだ。なんとか資金を得ようと、クラブのママはカラダを売ったことがあった。しかし一銭ももらえなかったそうだ。

そして、あるビルの3階にあった韓国出身のママがいるスナックで、チーママとして働くことになった。碌な扱いをしてもらえず、給料未払いのまま、「明日、韓国から新しいチーママが来るから」とスナックのママに言われ、半分クビのような形で辞めざるをえなかった。その話を聞いたおなじビルの2階のママに「うちにおいで」と言われ、翌日からそこで働くようになった。このように、おなじビルのなかで在籍を移動することは水商売では御法度である。おなじビルに入っている店はライバル同士であるため、稼ぎの資本が移動することは、喧嘩を売っていることに値するからだ。しかし、クビにされた悔しさから、「潰したんねん、思ったで、ほんならほんまに潰れたわ」とママは話す。

(3)「余計なことはせんでええ、食べていけたらええ」

その後、空き店舗となったその場所に、スナックAをオープンした。ママはあまりの真面目さから、「隠れたママ」と巷で呼ばれている。周囲のママが夜7時30分や8時、あるいは気分出勤するなか、スナックAのママは6時30分にはすでに出勤して店の準備をおこなっている。そのため、おなじビルに入っている店のママと出勤時間が異なり、ぼったりビルのエレベーターで会うことがほとんどなく、飲み歩くこともないため、他の店のママに比べて「隠れているような」ママと言われるのだろう。

また、先ほどのクラブと大きく違うのは、「男の金で店をやった」ケースではなく、ママは借金をしてスナックAをオープンしたことである。ほとんどのスナックやラウンジは、「男の金で店をやった」ケースで、ママのようなケースは珍しい。「男に金もらってやってたら、(男に)文句言われたらかなわんやんかあ」「(もし男から金をもらっていたら)私は、こんな信念持ってやってる(こんな信念をもって店を経営している)いうの言えやん」というとおり、店を経営するにあたって、自分の信念を貫けるように生きてきた。

オープンした店は、毎日満席であることがほとんどで、周囲からは「なんでこんなおばはんばかりやのによお流行ってんの」と言われ、他店のママがスナックAを覗きにきたこともあったようだ。しかし、次第に家賃が払えなくなったため、一度店を閉めることになった。それでも、手作りご飯をやめることはなかった。金銭的な価値観について、こう語る。

もともと割烹の店したかったんや、けどな、なかなか空き店舗が見つからんくて。

おいしい、おいしい、って言って食べてもらえたらそれでええんや、嬉しい。

1,000万円宝くじ当たったら割烹するで、やっぱり、おいしいおいしい言ってもらえるんが好きや。

(2019年7月)

余計なことはせんでええ、食べていけたらええ。私は損得考えられへんねん、儲けは下手や。あれ美味しかったからまた作っていうて、店来てもろたらそれでええ。

1,000円でも2,000円でも、道に落ちてないやろ、1,000円でも、2,000円でも、利益が出るなら一生懸命働いたらええ。

(2019年11月)

このように、けっして贅沢とはいえない生活を望み、生活していることがわかる。そのような生活を続け、閉店から約1か月後、異なるビルの3階にスナックAをオープンし、現在も同ビルで店を営んでいる。いまは、80歳になるまでスナックのママを続けることが目標という。ママは口癖のように「お客さんを大切に。今日はみんなはじめてなんやから」と語った。前回、機嫌の良かった客が、今回もおなじように機嫌が良いとは限らない、だから、今日は私もはじめて生きているという謙虚な気持ちを忘れることなく仕事をするべきだと、水商売を30年続けたいまでも言っている。

第4章 「水商売」の女じゃないママ

(1) ママという人物

これまでに記述したママについての出来事を簡単にまとめておきたい。スナックAのママは、当時付き合っていた男性が借金を抱えてしまったことをきっかけに、46歳という年齢で、やむを得ず水商売の世界に足を踏み入れた。しかし、水商売とは一番下の職業であると教え込まれていたため、水商売をしていることは両親に話せずにした。そうした長いキャリアのなかで出会ったのは、男の金で店をはじめた人、無理に売り上げを伸ばそうとぼったくりをおこなう人、それでも店の経営が厳しくなると、カラダを売ってまで資金を得ようとする人たちであった。

一方、56歳で自身の店スナックAをオープンし、現在76歳になっても店を営んでいる。しかし、水商売が一番下の職業であると教え込まれた田舎出身のママは、「水商売の女にはなりたくない」という考えから、「水商売」独特の経営（ぼったくり、資金はカラダを売って得るなど）に戸惑いを覚え、「水商売の女」にはならないことを誓った。

クラブに働きはじめた当初は「田舎言葉」が恥ずかしく、客の前で話すことがためらわれたとママは振り返る。田舎出身ではなく、「ヤーさんの女」や「祇園から都落ちしてきた人」など、都会風で洗練された人がホステスの道を歩む人が多かったのだろう。そのような人や世界に「染まらない」とするママの抵抗が、スナックAの経営に表れていた。

ママは、「余計なことはせんでええ、食べていけたらええ」と、必要以上に利益を求めようとしない。周囲の店に比べ、セット料金やボトル代を低価格に設定し、無料で手料理を振る舞う。割烹着を着物の上から着て、嬉しそうに料理を盛り付けながら「まだあるよ」「う

まいか、いけるか」「もう一杯おかわりは？」という。客は、「おかん、おかわりちょうだい！」と返事する。他店では経営者のことを「ママ」「ママさん」と呼ばれることが多いが、スナックAの場合は違う。客の発言のように、「お母さん」「おかん」と呼ばれることが多い。ママは、「かしこまってママ呼んでもらわんでええねん、家に帰ってきた気持ちになってもらえたらええねんや」と話す。手料理を振る舞うときは、着物の上から割烹着を着ることで、ただの「料理を振る舞う人」でなく、「お母さん」「おかん」に変身する。「酒飲んだらみな平等、社長もへったくれもあらへん」というママの言葉どおり、性別や年齢、職業に関係なく、すべての客と平等に接することで、客は「私のお母さんになって」といったり、相談や悩み事を打ち明けたりして、ママに頼る。店の「女の子」に対しては、ボトルを空けることを無理強いすることはせず、「守る」存在であるとして「娘」のように接している。

世のなかの「水商売」のイメージ「派手」「華美」「豪華」とは真逆な、「水商売」らしくない、独自の商売観でスナックを経営してきたママの姿がここにある。

(2) これまでにないホステス像

「水商売」という偏見に対するホステスの労働観は、先行研究のなかでどのように描かれてきていたか、再度確認しておきたい。

松田は「いい人間関係」の実践によって、「シロウト」の思う「水商売」の偏見をふりきっていると結論づけた(松田 2008)。また、川畑は、ホステスクラブを、女性に自らを性的対象にさせることを強制するところとした。そして、客を「物」として扱い、客からの性的侵入に対して、いかにリスクを抑えて仕事を効率的にこなすかということが、ホステスの中心的課題であるとした。その課題をこなすため、見せかけの言葉や態度によって疑似恋愛関係を作り出し、「優しい母」「甘える娘」を演じているとした(川畑 2001)。

こうした先行研究が描いてきた「ホステス像」に、スナックAのママをあてはめることは難しい。一見すると、客に対して親身になることで、ママも「いい人間関係」を実践しているということもできる。だが、本論文でみてきた事例からは、ママが独自で築きあげてきた実践とは「いい人間関係」という言葉では捉えきれないママの人生が凝縮された実践だったといえる。客に対して、自分の店を「家に帰ってきた気持ち」になってもらえるような場所になるよう努め、無料でご飯を振る舞った。ここから、ママは店を「女性に自らを性的対象にさせることを強制するところ」としていないし、客をけっして「物」として扱ってはいないのわかる。「客と恋愛はしてもええけど、エッチはしたらあかんで」という言葉にもあるように、スナックAでは「女の子」と客の恋愛が無いということはなかった。その根拠として、「女の子」と客が、スナックAで出会ったことをきっかけに4組結婚していることが挙げられる。すべてが「疑似恋愛」であることはないことがここで示された。ママは、客を引き付けるために「優しい母」を表面的に「演技」することはない。手料理を出す日は、朝から買い出しに行き、昼過ぎには料理の下準備をし、大きい鍋に入れて店まで運び、食べる直前に温めなおして…という作業をおこない、一切料金をとらない。それは「効率的」な商売であるとはいえないし、これらのことから、ママのことを、容易に「優しい母を演じている」とは言えないだろう。

そもそも、スナックを対象にした研究は、ホステスクラブを対象とした研究に比べるとその数は少ない。これは、「水商売」のイメージがホステスクラブをもとに形成されている

ことと関係があるのではないか。スナックという場合は領収書が発行されることは珍しく、ほとんどの客がプライベートやポケットマネーで飲みに来る。しかし、松田によると、ホステスクラブは「ほとんどは社内外の接待・つきあい目的のサラリーマンか、中小企業の経営者あるいは自営業といった人々であった。いずれの人びとも、ポケットマネーではここで飲まないが、会社の経費として使えるからやってきているという印象を受けた」とある（松田 2008:191）。ここからは、一般社会や企業社会における接待の場に使われるホステスクラブは、社会的地位が明らかにされ、社会の縮図的構造がホステスクラブ内に再構築されていることがうかがえる。

ホステスクラブを対象とした研究が多くされるなか、スナックも同じ「水商売」としての認識がなされ、クラブとスナックの違いが世間に認識されることは難しい。ホステスクラブに描かれる世界は、一般的で、典型的な「水商売」のイメージである。さらにいえば、それは一般社会が見たい「水商売」像といえよう。

(3) 結論

本研究で取りあげたママは、「水商売」について、「いかがわしい」というよくないイメージや偏見が残る現代社会において、このような社会イメージとどのように向き合い、また、どのような労働観や意識のもとで「水商売」を経営してきたのだろうか。そして、なぜ、スナック A のママは、自らの生活を省みず、赤字を覚悟しながら手料理を振る舞い続けるのだろうか。

調査をふまえ、以下のように結論づけたい。ママは、スナックという店を「家」、ママである自らを「母」とし、訪れる客を「息子」、ともに働く「女の子」を「娘」という認識に転換し、自らを「水商売の女」であることを回避しているのではないか。無料で手料理を振る舞い続けるという行為を通して「水商売の女」から、割烹着を着た「ある家の母」に転換し、決して「演じている」といった表面的ではなく、一人ひとりの客を「息子」として受け入れ、親身になって接することで、本当の「母」としての役割を実行してきた。客だけでなく、「女の子」に対しても、守るべき存在であるとし、みんなの「母」であり続けたのである。先行研究で紹介されたような「ホステス像」にはない、「水商売」という偏見から逃れようとするひとりのママの姿がここにあった。

おわりに

これまで、職業への偏見という社会問題に注目して研究を進めてきた。今回取りあげたのは、「水商売」という職業に対する偏見である。偏見は無知であることからの思い込みに起因するものが多いが、真実を知ろうとしない怠惰な心がそうさせているように思う。自分の知らないことは、知っていることの一部を切り取って、知らないことにもあてはめようとするのである。水商売の場合、ホステスクラブを対象にした研究が多くあることで、「水商売」という共通点から、「スナック」という未知のものに対しても、その特徴をあてはめてしまうことが多い。念頭に置くべき考えは、「すべて、様々である」とあるということをも主張したい。

幼少期、人と話すことが思いつかず、黙っていただけであるにも関わらず、「大人しく、

真面目な子ども」として扱われ、また、自分の意見を主張しない「扱いにくい子ども」というレッテルを張られた経験がある。口数が少なければ、大人しい性格で真面目であるという一方的な解釈は、どれだけ子ども心を傷つけたか。社会人になり、働きはじめたとしても、同様の解釈があふれる社会は悲しい。「職業が〇〇であるから、××な人であろう」という考えが、人を傷つけうることを忘れてはいけない。そして、一人ひとりが属するもので個人をとらえようとせず、「様々」であることを基本に、ゆっくりと時間をかけながら互いに関係を深めていくこと厭わない社会を望みたいところだ。

脚注一覧

- (1) バーやクラブ、スナックといった遊戯飲食店で、主に男性客に対して接客、接待をする女性のこと
- (2) 退勤後、バーなどで客と店以外の場所で会うこと。給料が支払われることはなく、サービス残業のようなもの
- (3) 客と一緒に出勤すること。大抵食事を一緒にとるなどして出勤する場合が多い
- (4) テーブルの周囲に椅子が配置され、向かい合って座ることのできる座席の形態
- (5) 客が店で飲む自分専用のボトルのことで、客の名前が書かれた名札がかかってある
- (6) 店内で接客をおこなったり、タクシーを呼ぶなど、その他の雑用をこなす人
- (7) 主に、「女の子」の体を触ったとして取られる料金で、ピンク料金ともいう

引用文献

- ・川畑智子, 1995「素人ホステスのアイデンティティ形成の過程とその意味」東京都立大学社会学研究会編『社会学論考』(16), 27-60.
- ・川畑智子, 2001「戦略としての「媚態」とそのパラドックス：クラブホステスの研究から」東京都立大学社会学研究会編『社会学論考』(22), 59-79.
- ・熊田陽子, 2019「わたしを晒す、わたしを隠す：都市の性風俗産業に従事する「おんなのこ」たちの「自己」の在り方」岡井崇之編『アーバンカルチャーズ：誘惑する都市文化、記憶する都市文化』晃洋書房, 104-116.
- ・谷口功一, スナック研究会編, 2017『日本の夜の公共圏：スナック研究序説』白水社
- ・中田梓音, 2019『スナックの言語学：距離感の調節』三元社.
- ・松田さおり, 2008「ホステスたちは、何を売る？」井上章一編『性欲の文化史2』講談社, 184-217.