

文化産業としての「新舞踊」考 —消費活動の動向—

京都造形芸術大学

舞台芸術研究センター奨励研究員 江川 久子

「新舞踊」の語は、大正8（1919）年に香取仙之助によってはじめて名付けられたとされる。その後、日本舞踊における新しい試みに対して「新舞踊」という語が使用されたが、現在のいわゆる「新舞踊」といえば、主に演歌や歌謡曲に合わせて行われる舞踊を指している。しかし「新舞踊」の定義は大変曖昧であり、時代ごとに、または個人個人でも、思い描く舞踊の範囲が違っていると言える。そこで、本研究の目的は、「新舞踊」の定義が困難であるというような現象が起こる原因の一端について明らかにすることである。ここでは、当時の「新舞踊」がどの程度文化産業として成立していたのかを見ることで、「新舞踊」の経済的な発展の状況に迫ることを目指す。ここで言う文化産業とは、芸術活動に対する経済的視点であり、たとえば劇場やカルチャー・センターでの活動が地域経済の活性化に貢献する場合や、逆に社会経済の発展によって芸術活動が活性化する場合があることを指す。今回はとくに「新舞踊」に関わる経済活動における消費活動の動向を見ることにする。この消費活動とは、舞台芸術の場合、公演のチケット、公演のビデオなどを購入するといった経済活動が一般的であるが、「新舞踊」の場合、家元制度という独自の経済活動があり、消費者＝観客というだけではなく、弟子たちの支払う稽古代が経済基盤となって流派を支えているような需用活動を指す。「新舞踊」作品に関する消費活動の過程は次のような例がある。長唄『惜しむ春』という作品である。この作品は、花柳徳太郎主宰の「柳桜会」において、花柳徳次によって初演されて以降、花柳舞踊研究会などで再演され、花柳流では、花柳徳太郎振付作品として伝承されている。一方、この作品は後に、花柳徳次によって、五條流のお家芸のひとつとして受け継がれる。その他、各流派へ普及し、各個人での振付によって上演され、当時未成熟であった家元制度下で消費されていく。各流派における「新舞踊」の消費活動は、観客としての消費活動だけではなく、舞台や稽古の現場に参加することによって作品を弟子として享受することが含まれた。これらの弟子たちは女子が多かった。国勢調査によると俳優舞踊家等の就業者（職業舞踊家を含む者）の女子の比率は、1920年には17.7%、1930年は23.4%、1940年は34.5%と年々増加している。職業舞踊家は、当時の女子の社会進出の一つの選択肢となったことが伺えるのである。舞踊家という職業自体、はじめて出てきたのは「新舞踊」という試みからで

あり、しかもそれは女子であった。それまで、女子が舞踊を習うのは、芸者や芸妓見習いで修行に出るか、親が舞踊師匠かのどちらかの環境によってはじまるので、一般の女子とは無縁のものであった。しかし、女子の舞踊家が舞台へ進出していったことで、趣味で習う女子の人口は増え、消費活動の形態が変化していった。舞踊は幼いころからの稽古が必要である。そこでまず、経済的に裕福な家庭の女子が舞踊師匠の稽古をはじめようになり、その後、一般家庭の家計の水準が上がったことで、長年にわたって稽古代を支払うことができる経済的な環境が広く整い、消費活動は徐々に大衆化へと向かう。女子の職業舞踊家が年々増えていった背景には、一般女子の社会進出と、一般家庭の経済レベルの向上の2点の要因があげられた。このような現象に伴って、舞踊自体が変化していったのではないかとということが想定できる。なぜなら、歌舞伎俳優や振付師のような男性主体のおどりは、女子にとって体力的にもおどりがなすことがむずかしく、女子の身体に合ったおどりがやすい作品が新しくつくられるようになったと考えられるからである。さらに、女子の消費者はよりわかりやすく、現代の感覚に合った作品を求めようになった。例に挙げた『惜しむ春』には、そうした女子の消費者による要求を受け入れていける諸条件が揃っていたと思われる。こうした女子の消費活動の拡大によって、各流派は経済活動を発展させることができたため、自称家元や指導者が次々と出てきた。そこで、昭和6（1931）年、歌舞伎俳優や各流派との親睦団体として、日本舞踊協会が設立され、混乱している家元制度や流派を整備させた。この団体の公演では、各流派の家元や、歌舞伎俳優がこぞって参加し、舞踊の高い技術が顕示された。一方、流派を超えた研究団体として「新月会」が、小寺融吉によって昭和13（1948）年に設立された。「新月会」は、それまでの組織とは違う消費活動の経緯をたどる。「新月会」の公演では、舞踊の新しい技術の追求が行われた。

以上のように、家元制度下の流派、親睦団体、研究団体による活動は、それぞれの組織の目的によって消費活動の形態が異なっていた。その結果「新舞踊」の「新」の示す意味は、組織が増える度に、あるいは消費者が増える度に多様化していったと考えられた。つまり「新舞踊」の定義は当時からそれぞれの組織を支える消費者によって、その示す範囲が異なっていたと言えるのではないだろうか。それらの現象を整備する批評や研究が不十分であったのも手伝って、それぞれの組織における消費活動が、一つのまとまった文化産業として理解されなかったと考えられ、これが「新舞踊」を定義する上でのひとつの障壁であると言えるだろう。