

## 阿波踊り史にみる企業の役割

中村まい（お茶の水女子大学大学院）

20世紀の民俗芸能研究には「始原」「古風」「伝統」「素朴」「美」というイデオロギーが付随しており、そうした視座で選別された民俗芸能に内在する「不変の本質」を見極め、そのような芸能を記録することが必要だという主張に立脚していた。近年、そのような「本質主義」に依拠すると芸能に関わる担い手たちの実践が見えなくなるとの指摘がある。現実の民俗芸能を取り巻く「近代」や「資本主義」に目をそむけたままでは民俗芸能のじっさいの姿を捉えることはできないのである。

本研究者はこれまで企業という現代人の生活に隣接した部分に「民俗」の断片を垣間見ることができるのではないかと考え、阿波踊りの企業連に着目して研究を進めてきた。前述の問題意識に依ると、阿波踊りという「近代」的な観光イベントの中で、民俗芸能の担い手としてこれまで着目されることのなかった「資本主義的構造」の象徴たる企業に焦点を当てることで、現代における「民俗」芸能の実践の一端を明らかにできると考える。

阿波踊りは江戸時代の町人文化で花開き、隆盛を誇った歴史がある。江戸期に阿波踊りの発展を牽引したのは藍商人であると言われており、昭和期の観光化においても商工会議所の尽力があったことを鑑みると、企業やその前身である商人らが果たしてきた役割は少なくないと考えられる。そこで、本研究では阿波踊りにおける企業の歴史的背景を辿ることで担い手としての企業に着目する意義を示すことを目的とする。

本研究では江戸期から昭和期にかけて阿波踊りの歴史に関して報告している先行研究及び文献11件を対象とし、各期における商人や企業の果たしてきた役割に着目し整理分析を行う。祭りへの出資や看板広告、栈敷の設置などの祭りの運営と踊り手としての参与に分けて考察を行う。

その結果、江戸期における商人は財政的な貢献だけではなく、自ら芸能に関わることによって阿波踊りに遊芸的要素を持ち込んでおり、「見られる」ことを意識した踊りの発展に参与していたことが分かった。現代の企業連でも一部でこのような演舞が見られる。大正期以降、阿波踊りは集団で踊ることがメインになっていき、企業は組織的な参加によって祭りを盛り上げ、同時に広告媒体として踊り手を活用していた。戦後は出資者として大イベント化された阿波踊りを経済的に支えながら、演舞場の看板広告によって消費者への企業PRをなしてきたことが確認された。