

# TZ ほんの窓

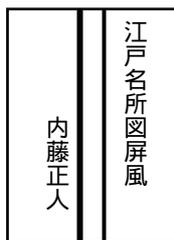
第 4 号 (2005.1.28) 一橋大学附属図書館高本善四郎氏図書助成コーナー「本の紹介」班

## 歌舞伎はネットワーク - 江戸の流行発信装置 -

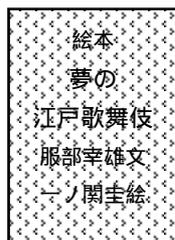
歌舞伎は江戸の人々に多大な影響力を持つメディアだった。芝居は江戸庶民の風俗や流行をつくり、そこから今に繋がる広告や宣伝の方法が生まれている。今回の『TZ ほんの窓』では、江戸時代の流行発信源、広告媒体としての歌舞伎に焦点をあて関連資料を紹介する。

### (1) 芝居町、芝居小屋という非日常空間の創出

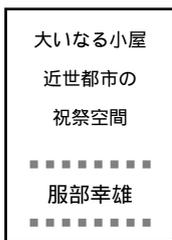
江戸時代の芝居町は、普段の暮らしから隔離された非日常の別天地であった。官許の劇場、中村座、市村座、森田座の“江戸三座”のまわりには、付随する芝居茶屋や数々の見世物小屋、芝居関係者の住居が建てられ、一大歓楽街が形成された。



7200/367



7700/689



7700/134

内藤正人『江戸名所図屏風：大江戸劇場の幕が開く』（小学館、2003年）は、江戸初期の市街を町人の生活風俗とともに描いた図版である。“ウォーターフロントの歓楽街”と称して、芝居小屋周辺が案内されている。

服部幸雄文；一ノ関圭絵『絵本 夢の江戸歌舞伎』（岩波書店、2001年）は、研究者と画家が8年をかけて、中村座の顔見世興行を細密な絵で再現した渾身の作

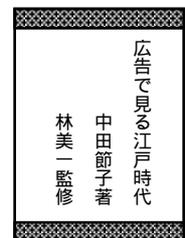
品。役者・裏方・観客と、主人公である作者見習いの少年の目を通して、江戸の人たちと共に歌舞伎全盛の舞台を体験することができる。巻末に解説と詳しい絵注付。

服部幸雄『大いなる小屋：近世都市の祝祭空間』（平凡社、1986年）は、“芝居小屋＝都市の祝祭空間”を提唱し、独自の劇場論を展開している。

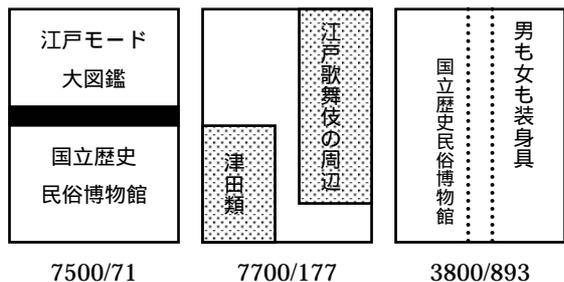
### (2) 歌舞伎発の流行：ファッション、ブランド、装身具

江戸時代の歌舞伎衣裳は、役者が自費で誂えることになっていた。色合、模様、帯の結び方、着こなし、それに合った髪型など、歌舞伎から多くの流行が生み出された。歌舞伎役者と染物屋、呉服屋とは深いつながりがあり、互いの協力によって流行が作られていった。

中田節子『広告で見る江戸時代』（角川書店、1999年）では、歌舞伎役者をタレント、浮世絵師をデザイナー、版元をアートディレクターに見立て、約400点におよぶ資料を基に、江戸の広告宣伝活動の数々が紹介されている。越後屋、白木屋などの大店の呉服屋は、店の広告錦絵を重要な媒体として宣伝を仕掛け、歌舞伎発の流行を広め、当時の最新ファッションをリードしていった。人気役者を使って流行商品につくりあげ、それを役者ブランドとしたり、雛形（カタログ）をつくったりと、工夫を凝らした宣伝を繰り返す様子は、現代のファッション広告の原点を見るようである。



6740/162



小袖を主題とした展覧会図録、国立歴史民俗博物館編『江戸モード大図鑑：小袖文様みる美の系譜』（NHK プロモーション、1999年）では、江戸時代の服飾文化の展開とその多彩な表情を通覧することができる。また、津田類『江戸歌舞伎の周辺』（ペリカン社、1990年）は、歌舞伎役者を源泉とする流行の一般化と、木綿の普及との関係を指摘している。絹の着物には手が届かず、麻を使用していた庶民にとって、

染めのきく木綿の出現こそが流行の原動力となったのである。

役者好みは着物だけでなく、装飾品や持ち物にも広く用いられた。櫛、簪から、紙入れ、印籠等に凝るのが江戸前の風俗となり、これらにも役者の紋や模様があしらわれ、デザインも当たり前役にちなんだものが流行した。国立歴史民俗博物館編『男も女も装身具：江戸から明治の技とデザイン』（NHK プロモーション、2002年）では、工芸技術を駆使した江戸の装身具を概観することができる。

### （3）浮世絵と出版プロデューサー 蔦屋重三郎

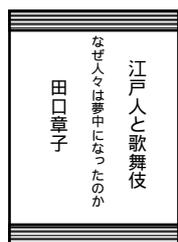
明和2年（1765年）に多色摺木版の錦絵が創始されると、役者の個性を描き分ける似絵が登場した。髪型や衣裳の詳細が明確に表現されるようになり、最新モードを伝える媒体として、人々は役者の錦絵をブロマイドのような感覚で買い求めた。早稲田大学演劇博物館編『芝居絵に見る江戸：明治の歌舞伎』（小学館、2003年）では、歌舞伎の歴史を230点の芝居絵で目で見てたどることができる。

浮世絵は、参勤交代で江戸にやってきた大名や勤番武士の一番人気の江戸土産だった。浮世絵によって江戸の先端モードや情報は地方に伝わり、同時に江戸の人気役者も全国的な知名度を持つこととなった。

この浮世絵を企画制作したのが版元である。特に耕書堂の蔦屋重三郎は、写楽、北斎などの傑出した才能を発掘し育てた名プロデューサーで、江戸三座の金主でもあった。松木寛『蔦屋重三郎：江戸芸術の演出者』（講談社、2002年）は、浮世絵の黄金期を創出した奇才の評伝である。



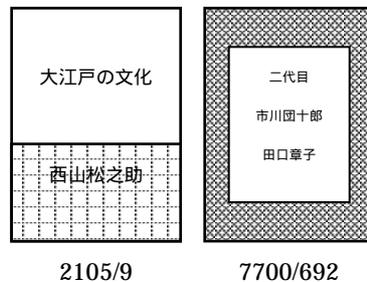
### （4）二代目市川団十郎と「江戸っ子」の誕生



7700/687

田口章子監修『江戸人と歌舞伎：なぜ人々は夢中になったのか』（青春出版社、2002年）では、芝居を広告の媒体として利用する広告劇の手法が紹介されている。江戸では商店が歌舞伎とタイアップし、店や商品を劇中で宣伝した。そのはしりが、二代目市川団十郎初演の『助六』である。『助六』は芝居全体が舞台である吉原の宣伝になっている。また、朝顔煎餅、福山のうどん、袖の梅という菓など、実在の商品が劇中巧みに登場している。助六の人気と共にこれらの店や商品にも客が集まり、タイアップは大成功、以来様々な狂言に宣伝が織り込まれるようになった。

この頃武家に代わって町人が社会経済の実権を握り、文化の新たな担い手として台頭した。西山松之助『大江戸の文化』（日本放送出版協会、1981年）は、歌舞伎と江戸っ子文化の展開の関わりを解説する。「江戸っ子」を自負する江戸の大商人や中堅町人は、芝居小屋や吉原を闊歩して気を吐き、洒落本や黄表紙、浮世絵が発達する土壌をつくった。彼らが江戸のシンボルとして熱烈に支持したのが、団十郎と江戸歌舞伎だったのである。



2105/9

7700/692

二世団十郎の人物像については、田口章子『二代目市川団十郎：役者の氏神』（ミネルヴァ書房、2005年）に詳しい。江戸っ子の流儀や気質、美学を舞台上で体現した二代目は、役者評判記の位付けで「極上上大吉無類」という前代未聞の最高位を得、「役者の氏神」と讃えられた。