

興行条件の重み付けを考慮した幕末歌舞伎の興行形態の 定量的分析の検討

Study of quantitative analysis of box office form of Edo Kabuki in consideration of the weighting of the box office conditions

川畑 泰子†

Yasuko Kawahata

1. 序

現在の日本の文化芸術に関する研究をビッグデータを利用して行うにあたり具体的な数値のデータは業界の体質としてほぼ開示をしないため、全体図を定量的に把握することは困難である。そのため文化芸術に関するビッグデータを活用した研究はほぼ進んでいない。そこで、1990年代以降、伝統芸能に関するデジタルアーカイブスとして多く大量の数値や画像のデータとして触れることが公衆ネットワークの普及と連動し、たやすくなった点に注目し、江戸歌舞伎の中でも最も国内でアーカイブスとして網羅をしている番付など江戸後期の興行に関する情報を元に、江戸後期の歌舞伎興行について、様々な角度からの数値分析を試みた。本論では、今日におけるヒット現象の数理モデルのメソッドはインターネット上の SNS のトピックを選択しているが、それは江戸時代には存在しない。計算および測定を分析するために、江戸時代の人気アーティストに関する当時の唯一のメディアである、紙媒体の出版物(浮世絵、詩、俳句、タイル彫刻、書籍)の対象とした。過去の事物の人気の考察をこのアプローチで、現在と同じ数理モデルで解析することを期待している[1-3, 7]。

2. ヒット現象の数理モデルとは

ヒット現象とは、音楽や映画などのコンテンツが受け手の支持を得ることによって、発売あるいは公演と同時に販売数や観客動員数が爆発的に増え、ピークを過ぎると急速に減衰していく現象のことである。つまり、ヒットするということは、そのコンテンツが人と人の見る・聞く・話すといった触れ合いによって世間に広まっていくことである。様々なコンテンツをヒットさせるには人々の「心」をいかに動かすことができるかということがポイントとなる。ヒット現象がおこる過程での人々の「心」の動きをとらえ、人々の「心」にどのようにアプローチしていくかを考えることが、ヒット現象を解析する上で重要なことである[3]。本論では従来の口コミ情報におけるコミュニケーションの量からの適応から歌舞伎役者の話題が発生している浮世絵・川柳・俳諧・小説の種数の推移から江戸の人々の「心」にどうアプローチさせ、そのコンテンツにおけるヒットにつなげていったかを考察するために理論を導入した[1-3]。

3. 江戸における歌舞伎

江戸時代における歌舞伎は現代における伝統芸能としての立ち位置とは異なっていた。かつての江戸は寂れた町であったが、商人や職人といった幕府のお膝元に存在した庶民たちによって文化が作られたのであった。また、江戸時代が続いた約 250 年、江戸は戦争のない泰平の世であったからであり、文化が自由に発展しやすい土壌であったからであった[9]。そして世界中に、江戸幕府のような規模の中心都市で税を取らなかった都市は江戸幕府が存在した約 250 年間なかったのである。だからこそ庶民文化と経済が発展し、消費生活を楽しみ、独自の文化が発展していったといえる。歌舞伎は江戸幕府が開いた 1603 年と同時に出雲のお国が提唱した。芸能を続けていくためにはやはり、商業演劇である必要があった。そこで顧客である江戸の人々の憧れ、価値観、美意識、生活の在り方が、舞台上で繰り広げられる物語に表現されるよう意識され、舞台の上は知識や文化、流行が行き交う場所にもなった。また、吉原や相撲、本、俳諧、川柳、浮世絵、お菓子、菓、商業施設、着物といった他の娯楽と連携をしつつかつてはブラウンフィールドであった、歌舞伎は江戸を商業都市として盛り上げたのだった。江戸のモード発信源として人々に歴史、事件、教養など知識を与える一つのソーシャルネットワークでもあっただろうと考えられる。そして、舞台上の役者達のセリフ、立ち振舞いがファッションや生活スタイル、江戸の人々の心情や言動、考え方にまで影響を与え、今や伝統芸能としての権威を手にし、持続している日本を代表するコンテンツが歌舞伎であった[4-6]。

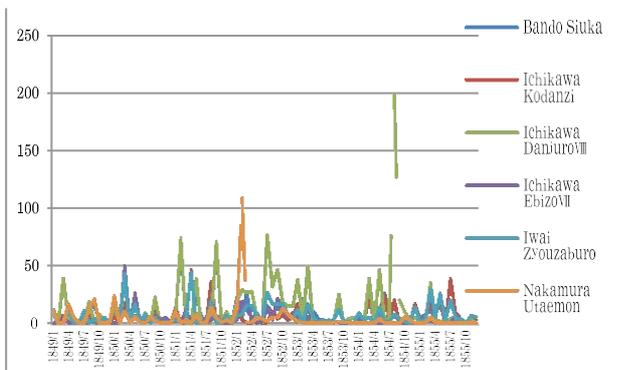
4. 話題取得

看板の絵、お風呂や町中広告、月一のペースでの新作が生まれ、大当たりするとロングランでの公演を行っていた。江戸歌舞伎の人気役者を計算をするにあたって、入力には舞台公演回数を元にした。当時出版された番付を元データとして計測を行った[4]。番付の選定は、日本国内にある大学、図書館、美術館、博物館のデータベース全点より重複省き、選定調査を目視で行って数値を割り出した。そして今回の数理モデルの手法ではインターネットを通じた SNS における話題を選定したが、江戸時代にはもちろんそれらは存在しない。そこで、唯一のメディアである、紙媒体の発行物である浮世絵・川柳・瓦版・書籍を対象とした。調査対象としたデータベースは国内外にある美術館・博物館・個人所有・図書館・大学が所有する 1849 年から 1855 年の出版物とした。この時期を選んだ理由としては、人気役者の連続・死(中村 歌右衛門、八代目市川團十郎、坂東しう

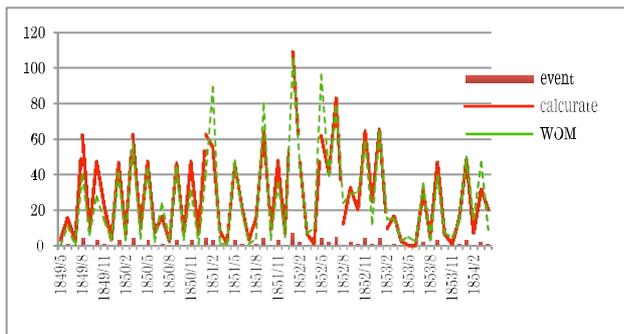
か)によるアーティストの話題性が他のドキュメント数と比較し、大きかったこと、死絵の流行(役者の死に伴う浮世絵、話題の反映)があったこと、鯉絵の流行(1850年~1855年にかけて地震が度重なった時期でもあり、地震にまつわる話題、浮世絵が多く出版された点)であった[6]. また川柳・俳諧は幕末にかけて幕府批判(国の批判)にかんする話題を弾圧されていたため、他の時期に比べ生活や文化にまつわるテーマの川柳が多くありケーススタディをするにベストであった。また当時最も多く出版をしていた歌川豊国Ⅲ、歌川国芳の存在である。出版数が最も過密公演ごとに出版する文献、俳諧などが非常にタイトなスケジュールで出版をしていた。そして、現代の日本で起きている度重なる大物歌舞伎役者の死と東日本大震災など比較しやすい時期であったことである[5-7].

5. 計算結果

当時役者評判記といった、役者の善し悪しを専門家が評価した本が歌舞伎が行われていた上方(大坂・京都)、江戸において出版されていた。しかし、上演される作品の性質の違い、役者の評判の地域差があったため、上方歌舞伎と江戸歌舞伎のランキングは異なっていた。そこで、江戸歌舞伎のそれぞれのランキングのどちらにも掲載された15人を選出を行い、その中のドキュメント数(話題数)の比較を行った[7].そして、本手法では八代目団十郎の舞台公演数や大当たりの公演と通常の1か月公演で終わった場合の両方の場合の数理モデルでの分析と結果の比較を行った。大当たりであるか、公演数や重み付けの検討に関する各公演の公演後に鸚鵡石と公演前の番付による比較を行い、公演回数と当時のメディアの出版種数から各公演の重み付けを行った。



以下が最もこの時期人気であった八代目市川團十郎の計算結果である。



6. まとめ

特に1850年以降、非常に関連する出版メディアの種数が最も多かった歌舞伎役者であった八代目市川團十郎における舞台公演の効果、各時期や公演の大当たりなど舞台公演自体の評判や過去の文献からの評価によって検討を行った。

今までの研究成果[1-7]や実践から得てきた勘としても、やはり当時においても舞台公演の成功が役者やアーティスト、パフォーマーにとってその後の関連する出版メディアの種数を増やすことに影響を与えることがわかった。

そういった過去の当時のメディアからの情報が多く残ったことこそが、クリエイターとして名を残すことに繋がる。江戸の文化の発展背景からは、我が国日本の文化を発展させるためのヒントがあると考えている。

今回の分析結果と検討におけるような事例が現在活躍するアーティスト、パフォーマーにおいても似た事例が発生しているのか、発生していないのか実際のマネジメントの現場、コンテンツの享受者の実態を調査した上で、現代の情報から解析を行っていく必要がある。

本研究での検討は、江戸歌舞伎における過去の舞台興行の実態の文献調査と数量的なアプローチにおける解析によって、日本独自の文化を生きながらえさせ、さらに発展させていく道筋や知見が得られるだろうと期待ができた。

本研究で得られた検討からの分析手法をとることによって、過去の舞台公演における成功事例を数量的に把握し、現代の舞台興行におけるプロモーションの手法の検討を考えることができる。

今後、過去と現代の縦断をする比較と得られた過去の知見から実践的に応用をさせる研究手法を続ける必要がある。現在さらに増加するアーティストに関連する情報やメディアに対し、実際に活躍をしているパフォーマーのプロモーションにつなげる実践や知見を提供することを目指したい。

参考文献

- [1] Ishii, A. et al. The 'hit' phenomenon: a mathematical model of human dynamics interactions as a stochastic process. *New Journal of Physics* 14, 063018 (2012).
- [2] Kawahata, Y Etsuo Genda and Akira Ishii "Revenue Prediction of Music Concerts Using the Mathematical Model of Hit Phenomena," ICBACE2013, unpublished.
- [3] Ishii, A, Sho Ota, Hideo Koguchi and Koki Uchiyama "Quantitative analysis of social popularity for Japanese pop girl group AKB48 using mathematical model for hit phenomena," ICBACE2013, unpublished.
- [4] Gerstle, C. A. *Flowers of Edo: Eighteenth-Century Kabuki and Its Patrons*. *Asian Theatre Journal* 4, 52-75 (1987).
- [5] Leiter, S. L. in *A Kabuki reader: history and performance* (ME Sharpe Inc, 3-359, 2002).
- [6] Nishiyama, M. & Groemer, G. in *Edo culture: daily life and diversions in urban Japan, 1600-1868* 23-76, 95-144, 181-228, (University of Hawaii Press, 1997).
- [7] Kawahata, Y Etsuo Genda and Akira Ishii "Possibility of analysis of 'Big Data' of Kabuki play in 19th century using the mathematical model of hit phenomena" ACE2013, unpublished.