

組織文化の圧力—ポルノ産業における、自由意志売春の真偽

■論文要旨

売春防止法によって強制売春が禁止されている状況下でも、社会では様々な形で女性の商品化、性的サービスによるビジネスがおこなわれている。それらをとりあげるメディアは往々にして「自由意志で売春する女性たち」「売春のカジュアル化」を謳うが、その「自由意志」を裏付ける、性産業で働く女性ら自身の発言は、果たしてどれだけ主体的なもので有りうるのか。本研究は、女性たちに「自分の意志で」と主張させる何らかの圧力があることを仮定し、性産業内部の制度や組織文化に焦点化して検証を試みたものである。本論の記述は主に、1年弱に及ぶアダルト・メディア産業内部での参与観察を基にしておこなった。本論第1章では、性産業に係わる各組織が如何なる制度を設けているのか、産業の構造と各モデルらに課せられる業務を中心に明らかにした。そこで表面化したのは、構造的な制度がアダルト・モデル個人に対して持つ束縛力は比較的緩やかなものであることだ。そこで、第2章では制度的な束縛以外、つまり具体的な規定が施されていない部分に注目し、組織内の文化装置を詳しく観察した。制度の外にある様々な文化的要因によって、彼女たちの仕事に、象徴的な意味づけがなされていることが検証される。結語では、売春以外のあらゆる意味づけによって、業務のうちの売春の要素が影にかくれていること、そして「自由意志」でおこなわれていると主張されるのは、彼女たちの業務の売春以外の要素であったのではないかと指摘している。しかし、彼女たちの仕事においてなぜ文化が醸成されやすいのか、という問題や、売春の非対称性などその他の要素の重要性が考えられるため、今後の研究に必要なことを論文の限界として結論章の末尾に記した。

■報告に入る前に

本稿執筆のため筆者は断続的に、計1年近くに及ぶフィールド・ワークをおこなった。それが、多くの人の協力を得てはじめてなされたことは言うまでもないが、私ではない多くの女性にとって、心や身体が踏みにじられ、痛みを負わされたかもしれない現場であったことを強調しておきたい。フィールド・ワークでは、論文に直接的に反映されない多くの現場を経験した。そこはポルノグラフィへの是非を超えて、実質的な暴力行為が日常的におこなわれているところであり、入り込むべきでないところへ入りこむことと、踏み込むべきところへ踏み込まないことへの自省をこめて、私自身が現場に居合わせたことの大きさについて、生涯考えていく責任が私にはあると思う。

はじめに

商品的価値を持つ身体を抱えて生きる女性にとって、現代社会で働くとは如何なる意味を持っているのだろうか。性の商品化についての議論が、専ら商品化された性について語り、性が商品化される現場について語ってこなかったことを懐疑的に振り返るならば、今一度その問いに立ち戻ってみることは有意義なことのように思える。

現代日本の消費社会において、女性は労働者としての権利を、不十分な点はあるながらも、確実に獲得しつつある。様々な問題を残しながらも、雇用において恣意的な性差の考慮は制限され、就労者として男性のみを想定した制度は、女性の就労可能性を前提として設計しなおす検討を余儀なくされている。しかしながら、社会のあらゆるところで、女性の身体や性が、労働から分離されたところで商品化されているのもまた事実である。男性の身体や性が商品化されている場合に比べて、女性が商品化される機会のほうが極めて日常的であり、また一般認識されている。

つまり、現代日本社会において女性とは、労働者でもあると同時に商品でもある存在であり、女性としてはたらく、ということは、潜在的商品としての自己と、労働者としての自己という二重性を孕んでいると言える。そして労働者としての自己が、時に困難を余儀なくされ、時に男性優位社会のイデオロギーにおいて過小評価や差別にさらされることがあるにせよ、表向きには奨励されていることに比べて、商品としての自己は、女性自身若しくは社会から隠蔽され、貶められ、時に禁止される対象であることにも留意すべきであろう。性差を考慮しない職業に就く者だけでなく、例えば性差を考慮していると考えられている職業であっても、自分の商品的価値ではなく、労働において評価されることを好むというのが一般的であるし、商品としての自己を利用することは、極めて例外的な場合を除いて、事実上タブーと受け止められている。つまり、「女性が商品である(女性の身体や性が商品的価値をもっている)」という事実自体が、社会的に、支配的且つ周知でありながら、隠された事実なのである。そして、労働者であるほとんどの女性に関して、「女性は商品ではない(女性の身体や性は商品的価値をもっていない)」とすることが、実際の勤労倫理を支える一条件なのではないだろうか。

そこで気になるのは、逆に、はじめから商品であると認識されている女性の場合である。現代日本において、身体や性に直接的に値段がつけられ、若しくは記号化されたかたちで、商品であるというイメージを余儀なくされている存在がいる。彼女たちにおいても、生身の労働があることに違いはないが、少なくとも「女性は商品ではない」とすることで勤労倫理を獲得することは困難であろう。そこには、労働者として、潜在的商品である自己を隠蔽する者がいる一方、商品として、労働者の権利を行使することが困難であったり、自らの勤労を労働として認識するのが極めて難しいと感じたりする者の存在が想定される。

私はメディアで語られる彼女たちが、「自由意志」であることを過剰に強調され、主体的な決断によって身体を商品として切り売りするイメージを付加されていることに、問題の一端が表れているのではないかと考えた。本稿では彼女たち自身によるそのイメージを裏付ける発言に注目し、それらが発せられる現場に、「自由意志」による売春の契機を見出した。本稿で語られる女性たちの労働の現場は、様々な点において不十分ながらも、女性が自らの身体の商品的価値と如何なる関係を持ちうるのか、について考える際に考慮すべきいくつかの問題点を投げかけるのではないだろうか。

1. 序論

問題意識（売春における「自由意志」のあやしさ）

1956年に成立した売春防止法がそもそもの前提としていた売春事情は、貧困→人身売買→売春というような図式であり、よって同法が防止しようとしたのはそのような図式のもとでおこなわれる「強制売春」であった。つまり現在、少なくとも売春防止法の範囲内でおこなわれている日本の合法売春の形態について、「強制売春ではない」ということが共通している、と言えるだろう。その意味で、現代の売春事情をまとめて、女性の自由意志による売春である、と説明してしまうことは容易である。しかし、金銭的な事情により、他の選択肢が与えられない状況にあって、「自主的に、ただし、しかたなく」売春をおこなう女性が未だ多数存在することもまた確か¹であり、多様化した売春の形態を一まとめにして語ってしまうことの危険性は十分に自覚しておかなければならない。

では、そのような金銭的問題を抱えていない女性に焦点をあてた場合には、本当に「自由意志による売春」であると言ってしまって差し支えないのであろうか。注目すべきなのは、性風俗産業に従事している女性自身が、マス・メディアを通して、自らの自由意志による売春を主張しているケースが多数存在することで、実際に、そのようなケースを取り上げて、「売春＝悪」という図式の崩壊を論じる風潮が、90年代以降、主流になりつつある。²このような論調は、反売春の論者たちにも浸透しているのであって、例えば永田えり子氏は小論「＜性の商品化＞は道徳的か」³中の一章を、『好きでやっているんだから、よい』とはいえない」と題して、「自由意志で執り行われる取引はすべて正しいということはありません。もしもそうならば、たとえば『殺人請負業』も一殺人を依頼する側と、請け負う側とがともに自由意志で契約を結んでいるならば一また正しい、ということになってしまう」⁴と、主張を展開する。

これらの主張が同様に前提にしているのが、女性が自由意志によって売春している、ということであり、それが本来的な意味での「自由意志」であるのか、検証をおこなった研究はほぼ見られない。ここで比較対象の一つを示すこととする。深江誠子氏が売春防止法制定の成果と問題点について記した論文⁵の中で、氏が同法施行当時の婦人相談員の証言に言及しながら、当時の売春婦たちの状況と心境について推考する箇所がある。その相談員による証言の一部が以下の通りである。

「個々の相談の結果、今後の身の振り方については、大部分が帰郷を訴え、一部就職希望、結婚等は申し立てていても、本心は、元どおりの接客婦として生活することに、此の上ないやすらぎと、満足感を得ていたようで、『先生、あと一か月でこの仕事が出来なくなることが、如何にも淋しく悲しい、たとえ三か月でも、半年でも良いから、この仕事を続けさせてほしい、＜……＞(原文中略)遊郭をこのままおいてほしい＜……＞(原文中略)』と口々に泣きつかれた。＜……＞(筆者中略)彼女達の大部分は、現状

¹ 例えば、日本弁護士連合会編『売春と前借金』(1974年)によると、売春防止法による検挙数が減少していることは、手段や密行かつ巧妙になったことを示しているのであって、必ずしも貧困による売春が減少したことを示さない。

² 一例として挙げられるのが1995年6月発行の『別冊宝島224号売春するニッポン』であり、序文には、貧困がなくなっても売春がなくなることを背景に、『売春＝悪』という図式は成り立たないと書かれており、主婦売春、女子高生売春など、「性モラルの空洞化」を前提とした特集が組まれている。

³ 江原由美子編『性の商品化 フェミニズムの主張2』勁草書房 1995年 収録

⁴ 同上 5頁

⁵ 「性道徳からの解放」『女・エロス9 特集売春考』社会評論社 1977年

の接客婦としての仕事に満足して居り、口を揃えて今しばらくこの仕事を続けさせてほしい……とせがむ者が多かったと云う事実に対して、云いようの無い淋しさを感じ、今後の更生に茨の道が横たわっていることが思いやられた。〈……〉(筆者後略)⁶

深江氏の主張はこの後、売春防止法に奔走した女たちの想いと、当の売春婦たちの状況がかけ離れたものであったことについて、同法の成立を安易に女性解放運動の勝利として喜んではいけない、と続くのだが、ここで注目したいのが、貧困と暴力によって強制的に売春婦に身をおとしていた当時の赤線の売春婦たちが、売春防止法制定の際に、現状維持を望んだ、という点である。たしかに彼女たちは、「この仕事を続けさせてほしい」と発言しているが、だからと言って彼女たちが、「自由意志で売春していた」と言えるだろうか。彼女たちにそう言わしめていたのは、一つには売春防止法の成立と「彼女達にとって窮屈そのものと考えられている婦人保護施設の入寮」⁷や、しかしそのような助けなしには「たちまちにして男の好餌となるに違いない精薄者」⁸という自分の立場など、社会的要因による外圧であろう。そしてもう一つ、そのような発言を後押ししている要因を考えるとしたら、売春組織自体が持つ、内圧とも言うべき力なのではないだろうか。実際に、彼女たちの中には被扶養者を抱えた者もいれば抱えていない者もあり、また、上に引用したように、今後の身の振り方の予定も様々であるため、特殊な社会的立場や個人的な事情にのみ、そういった発言の要因を求めることはできないのである。

勿論、現代日本の合法売春について、全く同じ論理で語ることはできない。ジャーナリストによる風俗店勤務の女性やアダルト・ビデオの女優へのインタビュー⁹などを参照しても、彼女たちの社会的立場は1956年当時とは比較にならないほど多様であり、はっきりとした意思と理由を述べて、「やりたくて、やっている」と主張する女性も存在する。しかし多くの場合は、そのような明確な売春への動機が語られないままに、女性自身が「自分の判断で売春している」と語っていることも確かである。売春組織に従事する女性が自らの売春行為を、売春に対する明確な動機付けについてはふれずに、自分の意思で継続したい、と主張することに関して、当時の売春婦と今日の性風俗産業の女性は近似しているように見える。であるとしたら、売春防止法成立当時の売春婦のそのような主張が、実は様々な要因に後押しされたものであったことと同様のことが、現在、「自由意志で売春」している、と主張する女性らにも言えないだろうか。元赤線の売春婦たちについて、「自由意志で売春」していた、と論じる声はほとんど発せられない一方で、現代日本の売春については、当人の「好きでやっている」といった発言を鵜呑みにしてしまう論調に危機感を感じずにいられない。もし、「好きでやっている」と主張する彼女たちに対して、そう言わしめていた外圧乃至内圧が存在するとしたら、その力にこそ、現代日本の合法売春の問題の本質が隠されているのではないだろうか。

⁶ 「性道徳からの解放」『女・エロス 9 特集売春考』社会評論社 1977年 46-47頁

⁷ 同上

⁸ 同論文内 45頁

⁹ 中村淳彦『名前のない女たち』宝島社 2002年、『アタシは生きる！』宝島社 2004年、『恋愛できないカラダ』宝島社2006年、与那原恵「妻たちの、昼下がりの売春」『別冊宝島 224 売春するニッポン』1995年、中村緑「売春と中絶とほのぼのオジサン」『別冊宝島 139 恋をしない女たち』など。

仮説

以上のような問題意識を踏まえた上で、立てられる仮説を整理すると、「特殊な金銭的拘束のない女性の売春について、『自由意志による売春』であるという彼女たちの主張は、彼女たちの側に、はっきりとした意識や目的がない限り、何かしらの圧力によって発せられたものだと考えられる」ということになる。さらに、その圧力について、具体的には、第一に文化的背景、第二に社会的要因、そして第三に売春組織の持つ圧力、という三つの要素が仮定できる。

まず、文化的背景について、以下のようなことが考えられる。日本であまり見られない風潮ではあるが、米国の「リベラル派」と称する集団では、「セックス・ワークは合法的であり、有益な職業である」¹⁰とゆう主張が定着しつつある。それに加えて、これはアカデミックな論文の数としては少数派であるが、売春を賛美したり、売春婦に賛辞を述べるような論者も少なからず存在する。例えばシャノン・ベル氏は自らの著作¹¹を「売春婦の性的能力と政治力を認め賞賛し、売春婦に関する知識を述べたもの」とであると主張する。日本でも、先に述べたような「売春＝悪」という図式の崩壊を強調する論調が存在し、以上のように、政治的価値観がリベラルであれば、売春を肯定する、といった傾向は、米国やヨーロッパだけでなく、日本にも見られるものだ。売春肯定の風潮は、リベラルたらんとする若者に対して、「自由意志による売春」を美化した価値観として植えつけている可能性がある。

しかし、「政治的価値観がリベラルであるから売春を否定しない」ということと、「リベラルであるから、実際に売春する」ということとは、まったく別なはずであり、そこで問題になるのが、第二の要素、社会的要因である。シャロン・A・アボット氏は、同氏がロサンジェルスとサンフランシスコのポルノ業界で、セックス・ワーカーとして働く女性に対して行った調査¹²において、彼女らがポルノ産業に入った動機として、「お金」、「名声と華やかな生活」、「自由と自立」、「チャンスと社交性」、「奔放なセックス」の5つを挙げている。他の業種より収入が多いこと、有名になったり華やかなセレブリティになる可能性、他の業種にくらべて勤務時間が自由なこと、業界に入りこむチャンス、社会の良識を打ち壊す性表現、といったこれらの動機は、すべて社会的要因に起因していると言うことが可能だが、比較的実質的な目的がある「お金」や「自由と自立」「チャンスと社交性」に比べて、「名声と華やかな生活」と「奔放なセックス」という動機は、イメージが大きく左右する問題である。お金やチャンスを得るという目的であったら、「自由意志による売春」を鼓舞しなくとも目的を達する可能性はあるが、「華やかな生活」をすることや、「奔放なセックス」によって社会的良識に抵抗することは、「嫌々ながら売春すること」と角逐する。つまり、貧困しているわけではないが細々とした収入で地味な生活を強いられる、もしくは、社会的良識に縛られているという感覚にストレスを感じる、といった社会的要因が、リベラルな思想と都合よく合致したときに、「自由意志による売春」を強調して売春する必要性が生まれる、ということが有りうるのだ。

そのような文化的背景と社会的要因の関係や、それが女性個人の「自由意志」という言葉に与えている圧力は無視することはできない。しかし、そのような圧力を推測することは可能でも、検証して証明することも反証することも非常に困難であるのは、客観的な条件の上では同じ状況に置かれているのに、売春

¹⁰ ロナルド・ワイツァー編『セックス・フォー・セール』岸田美貴訳、ポット出版 2004年 11頁

¹¹ シャノン・ベル『セックスワーカーのカーニバル』吉池祥子訳、第三書館 2000年

¹² 「ポルノ俳優をめざした動機」『セックス・フォー・セール』岸田美貴訳、ポット出版 2004年 収録

する女性もいればしない女性もいることが関係している。それを最終的に決定している要素が、おそらく、個人的な事情や人格と深く結びついているため、客観的データに現れにくいのである。しかし、実際合法売春の、産業内部にいる女性が、「自由意志」を主張する場合、多様な経歴や社会的立場を超えて共通しているのが、産業内部の文化に属しているということである。異なる立場にいる女性が、同じように「自由意志で売春している」と証言する場合に、彼女たちが共通して所属する組織に、その主張を形作る圧力がある、とともめることができる。そして、制度上、売春防止法の合法範囲でおこなわれている合法売春の場合には、直接的な売春婦への圧力が存在することは考えにくいいため、明文化されない組織内部の文化にこそ、その圧力が隠れている、と推測できる。

よって、本研究は、「自由意志による売春」という言葉を後押しする圧力として考えられる3要素のうち、売春組織自体が持つ力に注目する。売春組織には明文化された制度以外の、文化が存在し、その文化がなんらかの形で女性の仕事に対するプライドを植えつけているために、女性は「自由意志」による売春を主張するのだ、という仮説のもと、特にその文化と文化が持つ女性に対する力に焦点をあてた検証をおこなったものである。

研究対象とその選定理由

現在、売春の、その動機だけではなく、その形態も、多様化、細分化されており、いかなる売春組織を研究対象として設定するか、によって、得ることの出来る情報や研究の条件もまったく違うものとなる。売春の定義についての論議も避けて通ることはできない。実際の性交を伴わなくとも、それに類似した行為を広い意味で売春と考えるのか、厳密に性交を伴う場合に限定するのか、という論議がまず可能である。また、金銭の支払いについて、実際に性交した相手から直接金銭を受け取らない(所属する風俗店から給料として受け取る、第三者から受け取る)場合、果たしてそれを売春と呼ぶことが可能だろうか。そのような問いについては、様々な見解の可能性があり、多くの研究者¹³たちがその研究の目的とすることによって、多様な見解を試みてきた。本研究では、女性自身の行動と意識に重点をおくため、あくまで女性の視点から売春を定義したい。つまり、実際に金銭を支払うのが誰であれ、自分自身の性行為に対して金銭的報酬がある、という女性の立場を売春行動とみなす。なぜなら、金銭の出所はどうあれ、性行為をして報酬をもらっている、という女性側の意識は、一致したものであると考えるからである。

また、本研究は、実質的な目的、具体的には金銭を目的としている、と明確に断言することのできない女性の売春について、彼女たちの「自由意志である」という主張を検証することを目的としているため、対象選定の条件として、金銭が第一次的な目的だと考えにくい場合を想定できる職種、ということが挙げられる。そしてもう一つの条件が、組織内部の文化の圧力を検証するために、ある程度体系だった業界と、制度化された組織がおこなっている合法売春であることが望ましい。あらゆる売春形態の中には、

¹³ バーン・ブロー、ボニー・ブロー『売春の社会史』香川檀ほか訳、筑摩書房、1991年の中でブローは、いくつかの高等な霊長類のメスが餌をもらったお礼に、あるいは相手の攻撃をかかわすために、性的サービスを提供するという事実や、モンゴルのウグラでは、売春婦は臨時の妻とみなされ、商人やラマ僧は、みじかい旅行に売春婦を同伴させること、また、現代社会の性的な不品行や婚外交渉と売春の近似点と相違などに言及しながら、売春の定義の可能性について示唆している。

店舗によりまったく制度や労働条件のことなる風俗店や、細かい組織が点在するだけで、まとまった業界を構成していないものも多数存在するからである。

そのような条件を考慮した上で、本研究が対象として注目するのは、アダルト・メディア産業(ポルノ産業)において、アダルト・モデル(AV女優)として従事している女性たちである。アダルト・モデルは、一般的に持たれている印象に比べて、時間的にも金銭的にも効率の悪い職種になりつつある。¹⁴他の性行為を含む業種と比べても現役期間は短く、多くの場合が1年前後、長くても2年以内に引退する場合がほとんどである。さらに、1980年代後半のAVの黄金期と呼ばれる時期にあつて、メーカーと契約を結ぶ単体女優でも人気があれば月に3本近く撮影するといった事態が見られたことに対し、現在では単体女優のメーカーとの契約は月に一本、と一元化されている上、レンタル・ショップの数も1タイトルあたりの販売数も減り、女優に渡されるギャランティは1990年当初に比べて2分の1や3分の1の40万から120万である。単体女優に限定した場合、時間的、その他の制約やリスクは大きく、また、前借金や長期契約などの制度は、現在ではあまり見られない。以上のデータを考慮すると、アダルト・モデルは金銭的な拘束や時間的な効率性のみで説明づけることのできない職種であると言えるだろう。

さらに、第二の条件である、業界のまとまりについてもアダルト・メディア産業は対象としてふさわしい条件を満たしていると言ってよい。最盛期に乱立していた小さなメーカーが、一つの手大メーカーを中心に、統合、整備され、いくつかの中堅レンタル・メーカーや老舗メーカーが、その大手メーカーの周りに連携しながら存在する、といったメーカーの図式が完成しつつある。さらに、メーカーより多数存在するプロダクションや制作会社にいたっても、メーカーと契約するかたちで業務をおこなうため、メーカーを中心とした業界内の構図が形作られている。よって、合法的におこなわれているアダルト・メディア産業は、メーカーを中心においた一つの大きな業界を体系的に構成しているといえる。また、店舗や組織に所属する性風俗産業の女性に比べて、女性が接触する組織は多岐にわたり、業界内の別他のプロダクションやメーカーに所属する女性同士の交流がさかんであるため、おのずと個々のプロダクションやメーカーが均質化されている。よってフィールド・ワークの際のサンプル抽出による情報の偏りは、最小限におさえられると考えられる。

本研究では研究対象をアダルト・メディア産業とそこへ従事するアダルト・モデル(特に単体女優)に設定し、仮説の検証をおこなっていく。具体的にはAVモデル事務所「ジェイスター」(仮名)(及び、所属のマネージャー、単体モデル、スカウトマン)、AVメーカー「アクト株式会社」(仮名)(及び、所属のプロデューサー、制作関係者)という二つの組織を中心に観察をおこなう。女優のスカウトからビデオやDVDの販売、レンタルまでを含めると、多岐にわたる組織が業界内に存在することになるが、本研究のテーマを検証するにあたって、アダルト・モデルが直接、密に関わる組織に注目することが必要であると判断し、以上の2種の組織を選定した。単体女優がその職業につく代表的な一つのケースとして、街でのスカウトから、所属事務所の紹介と面接、メーカーへの面接(多くの場合数社)、メーカーとの契約、という流れがあり、また、契約を更新する際の手続きとして代表的なケースは、所属事務所からのオファーとメ

¹⁴ 「何が彼女をそうさせたか」『別冊宝島 211 1億人のAV』1994年は、AV業界全盛期が終末へ向かっていった過渡期に出版され、AV女優という仕事の本質的な変化に焦点をあてたインタビューで構成されている。

一カーへの面接である。よって2つの組織は、モデルの行動を追う形で、関わった組織であると言える。モデル事務所は、ほとんどの事務所がギャラのマージンや時間的拘束を平均に統一していることから、単体モデルを多く輩出しているものを無作為に選んだ。

先行研究と、本研究の意義と限界

売春に関する先行研究はおおまかに、以下の3つに分類できる。

まず、アラン・コルバン氏¹⁵やヴィオレーヌ・ヴァノイエク氏¹⁶による、娼婦という存在を歴史の中で明らかにするべく試みられた研究や、シャノン・ベル氏¹⁷、バーン・ブロー、ボニー・ブロー両氏¹⁸による研究に代表されるような比較的長い歴史スパンの中での売春行動の論考、前田新二郎氏¹⁹による、一つの切り口にそった売春の歴史の整備など、売春行為を歴史の中に配置して、その変遷や思想としてのあり方を描き出したものがある。

次に分類できるのが、女性の行動論としての売春行動を現代のジェンダー論や女性学的な視点から分析したものである。フレデリック・デラコステ²⁰氏やロナルド・ワイツァー氏²¹によるセックス・ワークを含む職種につく女性たちの動機や実態をフィーチャーした研究、江原由美子氏²²、宮台真司氏²³などによる売春行為や性の商品化の現代的な側面を描き出そうと試みられたもの、永沢幸七氏²⁴や高橋喜久江氏²⁵、永田えり子氏などによる、現代女性の心理や売春感に切り込んだ論考などが考えられる。

最後に、菊池和典、堀内守両氏²⁶や佐藤寧子²⁷氏、松本良枝氏²⁸など、比較的現場に近い研究者が行った、性非行といった枠組みで売春を捉える教育学的、心理学的な研究が存在する。

本研究では、女性の具体的な行動として売春を扱うため、その点では二つ目の分類に属すると言えるが、この分類に属する多くの研究が前提としている、「女性の自由意志」という説明自体を問い直す、といった意味で、意義があると言えるだろう。本来の意味での「自由意志による売春」がどの程度まで信憑性を持つのか、を考えることは、現代の売春の問題点を浮き上がらせることにつながるからである。また、上に挙げた先行研究の中には、女性が売春を選択する社会的要因や文化的背景について言及したものが存在するが、実際に売春する女性が属する組織内の制度と文化の二重性を明らかにすることで、安易に「自由意志で売春する」という女性の主張を信じ込んでしまうことの問題点を指摘した研究は

¹⁵ アラン・コルバン『娼婦』藤原書店、1991年

¹⁶ ヴィオレーヌ・ヴァノイエク『図説 娼婦の歴史』原書房、1997年

¹⁷ シャノン・ベル『売春という思想』青弓社、2001年

¹⁸ バーン・ブロー、ボニー・ブロー『売春の社会史』香川檀ほか訳、筑摩書房、1991年

¹⁹ 前田信二郎「売春と法と社会」(『少年補導』13 卷1号) 1968年

²⁰ フレデリック・デラコステ編『セックス・ワーク』現代書簡、1993年

²¹ ロナルド・ワイツァー編『セックス・フォー・セール』ポット出版 2004年 11頁

²² 江原由美子『性の商品化』勁草書房、1995年、江原由美子「上野千鶴子氏の「文化主義批判」を批判する」(『現代思想』19-6) 青土社 1991年

²³ 宮台真司他『性の自己決定論』紀伊国屋書店、1995年

²⁴ 永沢幸七『現代女性の心理』大日本図書、1982年

²⁵ 高橋喜久江「女の性に貞操保護法は必要です」(『婦人公論 Vol713』) 1986年

²⁶ 菊池和典、堀内守『性非行』学事出版、1981年

²⁷ 佐藤寧子『売春少女の転落過程に関する研究』(『放総研紀要』) 1969年

²⁸ 松本良枝『少女の非行と立ち直り』大日本図書 1995年

ほぼ見られない。そういった面でも本研究の目的は新しい試みであるといえるが、組織内に存在する、表向きの制度や行動からは見えない力を指摘した点では、扱っている対象やテーマの違いこそあれ、佐藤郁哉氏、山田真茂留氏による企業内文化についての研究²⁹や、小笠原裕子氏の指摘³⁰する、当事者の女性たちがつくる職場環境の文化などは、論文の執筆にあたって大いに参照した。

ただし、本研究が覆いきれない部分も多々あることも示しておかなければならない。初発の問題意識、売春婦に自ら「自由意志で売春している」と言わしめている圧力について、アダルト・メディア産業に注目したこの研究は、その産業の特殊性なども考えると、売春全般に普遍的ではない要素を数多く論の根拠としているため、あくまでアダルト・メディア産業に限定した意味での審議でしかない。さらに、述べてきたように、売春の形態や動機は多様化、細分化しているため、大きなパースペクティブでおこなう本研究には、切り捨てなくてはならない部分が多岐にわたってあったこともつけくわえておかなければならない。それぞれの生活や人格は、その人物個人の売春行動に対する影響として無視してはならないものが多くあるが、本論の構成にあたっては、そのような個人的な事情や人格をなるべく排除した形でおこなったため、具体的な人物像はあまり浮き上がらない、象徴化された人物像に留まってしまっていることは否定できない。

最後に、研究における倫理についてもふれておきたい。参与観察をおこなった際に、現場の責任者や、組織の上層部の方々には、研究の細かい趣旨についてお話したが、現場にいるすべての人間に研究の目的を伝えることはしなかった。また、組織の名前や人物の名前は仮名とし、実際の撮影現場や女優との懇談の際には、テープ・レコーダーを回す許可がおりなかったことも多数ある。それらは、まず、本研究があつかった産業において、現場の映像や音源は商品として世に売り出されるものであり、録音したテープは商品価値を持ってしまふからである。また、単体女優のインタビューなどは、正式に録音する場合、事務所を通してギャランティの発生するものになってしまうため、経済的制限のある本研究においては、テープを回さず、非公式な話し合いとして行わざるをえなかった。そして、さらに困難であったのは、売春防止法が存在する現在、もし本研究が仮定するような圧力が、実態をもって描かれえてしまった場合に、研究対象である組織に法的罰則や損失を負わせる可能性がある、ということだった。だからといって現時点では、事実上、合法的におこなわれている産業を、犯罪組織として潜入調査するわけにはいかない。ただ、現場のすべての人間に研究の目的を伝えて、警戒された環境をつくることでは、本研究の本来の目的が達成されない、と考え、責任者の要望がない限り、研究の細かい趣旨の解説は控え、私自身の立場についてのおおまかな説明にとどめた。

本論の構成

本研究が注目するのは、組織の中で、明文化された制度が覆いきれないところに醸成される文化であり、最終的にはその文化的側面がそこに属する人間に対してもつ圧力が女性の仕事意識に及ぼす影響を描き出すことを目的とする。そのためには、まず、組織の構造とそれが持つ明確な制度を明らかにした上で、制度化されていない部分、すなわち文化を描き出し、その文化がどのようなかたちで個人に影

²⁹ 佐藤郁哉、山田真茂留『制度と文化 組織を動かす見えない力』日本経済新聞社、2004年

³⁰ 小笠原裕子『OLたちの<レジスタンス>』中央公論社、1998年

響を持つのか検証する、という手順が必要である。「特殊な金銭的拘束のない女性の売春について、『自由意志による売春』であるという彼女たちの主張は、彼女たちの側に、はっきりとした意識や目的がない限り、売春組織内部の文化が持つ圧力によって植えつけられた、仕事に対するプライドに裏づけされたものだと考えられる」という仮説が立証されるためには、制度上は、「はっきりとした意識や目的がある場合は圧力によってではなく行動できる」ということを証明しなければならないからだ。よって、本論は2つの章にわけて構成した。

第1章では、組織の構造と制度が自由であることが彼女たちの「自由意志による」売春を表面上裏付けている、といった問題意識に基づき、組織の構造が、アダルト・モデルに、どのような実質的な制約と自由を与えているのか、を解説する。具体的には、実際の組織の構造とマス・イメージとの乖離や、適応されている法律との関係を解説した上で、組織のおおまかな構造や制度を、アダルト・モデルの行動と視点を追う立場から、特にはじめの契約や契約更新、そして引退時に注目して明らかにすることとする。

第2章ではまず、前章で明らかにした制度がはっきりと規定していない事柄が存在することを指摘した上で、そこに組織内部の文化が醸成される、という仮説のもと、その検証をおこなっていく。参与観察などのフィールド・ワークを通して浮き上がってきた、アダルト・モデルたちの意識を後押しする組織内部の傾向、モデル同士の交流や、引退するモデルに対する実際の扱いなどを解説し、それらが女性に対してもつ圧力がどのようなものであるか、考察を進める。さらに、おこなったインタビュー調査の考察を中心に、圧力がどのようなかたちになって個々人の意識に影響を及ぼし、それが如何に仕事に対するプライドの育成を担っているか検証する。具体的には、インタビューの際に女性及び関係者の証言に使われた言語などから、仕事に対するプライドがどのように培われているか考え、第1章で解説する組織と業界の構造的、制度的側面を踏まえつつ、それらが「自由意志で売春する」といった主張に何故繋がるのか考えていくこととする。

結論章では、1～2章でわかったことをもとに仮説の検証をおこなうとともに、仮説の時点で考慮しなかった要素や、組織外部の力の存在を記し、次回以降の研究へつなげることとする。

2. 本論

①ポルノ産業の構造と制度

①-1 現在のアダルト・メディア産業の実情と、マス・イメージとの乖離

アダルト・メディア業界や、そこに従事するアダルト・モデルは、社会やマス・メディアの中で、どのように語られ、どのように描かれているだろうか。それらマス・イメージは往々にして実情とかけ離れたものであるが、社会における同業界やモデルたちの立場だけでなく、業界やモデル自身の自己イメージにも重要な影響を与えるため、その分析を軽視するべきではない。ただし、本研究に関しては、業界と社会のつながりよりも、もっと業界に内在した文化に焦点を絞っておこなうため、ここでは重要なイメージと実情の乖離を二つに絞って検証したい。

第一に、ギャランティや給与、といった経済的な問題について、一般に広く考えられている事情と現場の実情では、大きなギャップがあるように思える。アダルト・モデルという職種は、現在でも「手軽な金儲け」³¹ができる、と信じられている。ジャーナリストの中村敦彦氏のレポート³²など、3万円から5万円のギャランティでアダルト・ビデオに出演するモデルが注目されることもあるが、あくまで極端な事例として紹介されるだけで、むしろそのような記事の中では「華やかにグラビアを飾る単体女優」³³を比較対象として持ち上げることも少なくない。では、単体AV女優は本当に「華やかな」職種であろうか。一般的にAV全盛期と呼ばれる80年代後半では、単体AV女優のビデオ1本にたいするギャランティは、200万～300万円という場合も多く存在し、その上一人の女優にたいして「月に3本もビデオが撮られる」³⁴こともあった。そうすると売れている単体AV女優の月収は500万円を越し、たしかに他業種の同年代女性に比べれば驚異的に高額な数字である。

対して、今回取材をおこなったAVモデル事務所「ジェイスター」の所属女優のギャランティは、単体AV女優であってもビデオ1本に対し、70万円から100万円であり、最もギャランティの高い女優の、デビュー作にたいしても最高で120万円だということだった。しかも、契約更新やメーカー移籍(多くの場合単体AV女優は、3本、5本、6本単位でメーカーと契約を結び、その間は「専属女優」となる)の際にギャランティが上がる、ということはまずほとんどない。デビュー作がもっとも高く、その後下降していく、というのが平均的なパターンである。そして、80年代後半に見られたような、単体AV女優のビデオが、一人につき、月に複数本リリースされる、ということはなく、メーカーと契約している単体AV女優は月に1本の撮影、と一元化されるようになった。月に何本もビデオがリリースされるアダルト・モデルは、企画AV女優か、契約更新の際に契約がとれなくてメーカーの拘束のなくなった元単体AV女優(彼女たちは企画単体女優と呼ばれるが、実質上は企画AV女優と同じ扱いである)であり、そのどちらもギャランティは単体AV女優の半額以下である。そうすると、もっともギャランティの高いアダルト・モデルであっても月の収入は70万から100万円である。年収にすると1200万以下であり、インテリジェンスの調査³⁵による20代の平均収入の倍以上となるが、セックス・ワークとしては、高級ソープ店勤務女性の半分以下である。

³¹ 「ポルノ俳優をめざした動機」『セックス・フォー・セール』岸田美貴訳、ポット出版 2004年 33頁

³² 中村淳彦『名前のない女たち』宝島社 2002年

³³ 同上 後書き

³⁴ 『別冊宝島 211 1億人のAV』1994年 58頁

³⁵ <http://tenshoku.inte.co.jp/saishin/heikin/> 職業別、年齢別平均収入

単体AV女優の条件は、多くの部分で高級ソープ店勤務女性の条件と重なっているので(容姿、身体に傷や刺青のないこと、行儀の良い態度ができること、など)、それを考慮すると、収入が最も良い業種だとはいえない。

それでも、月に一回のビデオ撮影だけ、という拘束時間の短さを考慮すれば、効率がいいと言えるかもしれない。では、ビデオ1本の撮影とは、どれだけの時間拘束があるのだろうか。まず、所属メーカーが未定の単体AV女優に関して言えば、レンタル・ビデオ・メーカーやセル・ビデオ・メーカー(日本ビデオ倫理協会³⁶に加盟しないメーカーは総じてこう呼ばれるが、近年大手レンタル・ビデオ・ショップがビデオ倫理協会に加盟しないメーカーのレンタルを開始したこともあり、レンタル・ビデオ・メーカーとセル・ビデオ・メーカーの差別はほとんどなくなる傾向にある)に面接に出向き、契約が決まったところで、今度は「監督面接」と呼ばれる制作サイドとの撮影の内容に関する打ち合わせがおこなわれる。そして別日、VTRの撮影として多くの場合午前9時から夜20時～24時までを2日間、さらに別日にパッケージ撮影や、広告などパブリシティ用の撮影として1日分予定が組まれる。それだけであれば合計して平均5日間の拘束であるが、多くのメーカーでは専属の女優に、雑誌などのグラビアに月何回以上出演すること、ビデオのリリースに合わせてサイン会やイベントを各地でおこなうこと、など条件をつけている場合が多く、実際の拘束時間はそれより長い。雑誌グラビアのギャランティはほとんどの場合が5万円、と統一されており、サイン会やイベントは、2日間の出張で多くても5万円、そのような活動にギャランティを出さないメーカーも存在する。本論2で詳しく述べるが、商品価値を下げるという理由から風俗店や飲食店勤務(副業)を禁止しているプロダクションが多いため、単体AV女優の兼業率が低いことや、さらには髪型や日常生活を制限される、など生活上の制約もあることも考慮すると、「気軽に」「華やかに」「金儲け」というマス・イメージとは重ならない部分が多い。

第2に挙げられるのは、大手アダルト・ビデオ・メーカーと暴力団との癒着の報道³⁷や、「裏ビデオ」制作会社についてのスクープ³⁸などに象徴されるような、「アンダーグラウンド的イメージ」とも言うべきマス・イメージである。確かに性風俗産業に関して、「ケツモチ」と呼ばれる暴力団の存在は、闇に隠れている部分であるが、アダルト・メディアのプロダクションやメーカーを取材すると、その過剰に演出されたと思えるほどのクリーンなイメージに驚かされる。取材した業界最大手のセル・ビデオ・メーカーは、都内の高級オフィス街内の高層ビルに大きなオフィスをかまえ、受付には常時2人の女性(スーツ型の制服着用)がいて、室内であるにもかかわらずフロントには大きな池と噴水がある。見た目がクリーンであることが、実際に暴力団や裏社会の圧力がない、ということにはならないが、注目しておきたいのが、それが表面上演出されたものである、という意識は、アダルト・モデルをはじめ、アルバイトの男性や社員男性にもないことである。直接話を聞いた6人のアダルト・モデルと1人のプロダクションのパート・タイムの事務職員で、

³⁶ 1970年代初頭に、成人ビデオ自主規制懇談会として発足したものが、1977年に改名した、性表現を含むビデオの自主規制をおこなう団体である。1982年にビデオ・レンタル・システムが確立して以来、ほとんどのレンタル・ビデオ・ショップが同協会非加盟メーカーのビデオのレンタルをおこなわなかったが、近年、その傾向はくずれつつある。審査基準などが時代に適應していない、などという批判や、セル・ビデオ・メーカーの急成長が理由だと考えられる。

日本ビデオ倫理協会ホームページ <http://www.viderin.jp/>

³⁷ 「〈AV業界〉黒い社会のカネ、オンナ、利権構造とは？」(『サイゾー』2005年10月号)

³⁸ 「〈裏ビデオ業界〉無修正ビデオ業界の実態とは？」(『サイゾー』2005年12月号)

組織の背後に暴力団などの圧力を感じるか、という質問に対して、「はい」と答えたのはわずか一人、その一人も、「関係があるのかわからないけれど、そういうことと無関係の業界ではないと思う」(ジェイスター所属、単体 AV 女優 A、22歳、出演ビデオ3本)といった曖昧な意見で、実際の論拠や被害はない、という。アダルト・モデルがデビューから引退するまでに、実際に交流する人間に、組織上層部の人間はほとんど含まれないという事実も、無関係ではないだろう。組織上層部に、暴力団との癒着があったとしても、それが直接的にアダルト・モデルに関係することは、まずほとんどない。「バックレ(無断欠勤)した時も、社長とかに呼び出されるかと思ったら、マネージャーさんにおこられただけだった。一緒にデビューした子が契約の途中で妊娠して引退することになった時も、マネージャーさんと一緒にプロデューサーのところにあやまりにいっただけだったみたい。」(ジェイスター所属単体 AV 女優 B、21歳、出演ビデオ11本)といった証言もある。

では、「裏ビデオ」に対するイメージはどうか。一般的な知識として、「裏ビデオ」(無修正ビデオ)は非合法である、といったことから、合法的に流通するアダルト・ビデオとは違う、といった認識はあるだろう。しかし、業界に関係していない人間に、その2つはしばしば明確な区別なしに認識されていることも確かである。裏ビデオは、制作組織が犯罪組織であることが極めて高いともいわれるが、実際にはその製作元も多様であり、米国の州によって合法的に制作された無修正ポルノが輸入されて、裏ビデオとして販売されるもの、素人が独自につくり裏ルートに売り込んでいるもの、裏ビデオ制作組織³⁹⁾によるもの、アダルト・メディア産業で倒産したメーカーが修正を消したビデオを裏ルートに流しているもの、アダルト・メディア産業の中の内部犯行者が撮影したビデオを無断持ち出したもの、がほとんどの事例である。そのうち、後者2つ以外は、合法的なアダルト・メディア産業とは全く無関係な組織や人間によるものである。後者2つは、アダルト・メディア産業内部で撮影されたものであるが、現在大手メーカーではそのような事態阻止のために、無修正版の原ビデオを編集終了後に破棄する、など対応がとられており、ごく稀な犯行になりつつある。よって、「裏ビデオ」に関する「危ない」「犯罪」といったイメージが、アダルト・メディア産業に直接関係していることは、ほとんどないといってよい。

以上のように、「気軽」「華やか」「金儲け」もしくは「怖い」「危ない」「裏社会」といった、業界外部の人間の持つマス・イメージは、実情と乖離している場合が多く、イメージに反して「効率の悪い」「地味な」「大変な」仕事、という言葉は、参与観察や聞き取り調査の際によく耳にした。また、「裏社会」という印象に関しては、話を聞いたモデルを含むほとんどの関係者が、「入る前に思っていた印象と違う、働いている人がみんな普通の人。事務所の人はバイトで、メーカーの人はサラリーマン。」(女優 B)といったように、実情とイメージの差を自覚しているようであった。イメージに反してアダルト・モデルは、裏社会の特殊な存在、犯罪組織の中の存在、金欲しさに身を売る存在、ではないし、裏組織の圧力におびえている、といった現状も皆無にちかいほど見られないものである。そして彼女たち自身にも、普通そう思われているけど実際はこうだ、業界に入る前はそう思っていたが実際はこうだった、といった、マス・イメージとかけ離れたクリーンな現状、といった印象を自覚しているようだった。

³⁹⁾ 「裏ビデオ」と呼ばれるビデオの中でも、幼女を撮影したもの、無許可の盗撮、スナッフ・フィルム(殺人の模様を写したもの)などは極めて犯罪性の高い組織で制作されている。

①-2 法律について

アダルト・メディア産業が、合法である、と言うとき、それはどう合法であるのか。この節ではアダルト・メディア産業に直接関係する法律について、簡潔に述べておきたい。まずは刑法第174条(公然わいせつ)、刑法175条(わいせつ物頒布)、刑法176条(強制わいせつ)、刑法第178条(準強制わいせつ)、刑法第181条(強制わいせつ致死傷)といったわいせつ(猥褻)に関する刑法である。そのうち、強制わいせつに関する3つの法律に関しては、厳重に守られ、近年では面接の際だけでなく、撮影の度に厳重な身元、年齢確認(免許証、もしくは他の身分証明書と高校の卒業アルバムの提示)と、撮影に対する同意書のサインを義務化しているメーカーがほとんどである。また、引退の際に、罰則や脅迫などは、一切おこなわない、ということがプロダクションの面接の際に説明される。わいせつ物頒布に関しては、現場のモデルに直接関係することはないが、前出の日本ビデオ倫理協会が管理している場合や、メーカーの自主規制によって、性器へのモザイクなどが対応している。同法によると、日本では、成人向けであっても、直接的な性表現を含む画像や文書を公的に販売、陳列することが違法となっているからである。⁴⁰ アダルト・メディア産業において、わいせつに関する法律として最も曖昧な対応しかとられていないのは、刑法第174条の公然わいせつに関してであり、「露出」と呼ばれる野外撮影において、例えば公共の建物の中や、路上で性器を露出する、もしくは性行為や類似行為をおこなうことがしばしばある。しかし、近くに何人もの見張りをたてる、すぐに撤退できるよう車のそばでおこなう、など、法律を意識して撮影されていることはたしかである。実際に通報にあった例もあるようで、制作サイドはかなり慎重に撮影を進行することや、モデルの希望があればそのような行為はおこなわない、といった考慮をしているようだ。次に、風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律において、個室ビデオショップや、アダルトビデオ等販売店が適応範囲内となるが、アダルト・モデルの現場に直接関係することはないので、同法律についての解説は省く。

最後に、売春防止法とアダルト・メディア産業の関係についてふれておきたい。同法にいう「売春」とは、「対償を受け、又は受ける約束で、不特定の相手方と性交すること」⁴¹をいう。そして、上記のような売春やその相手方となることは禁止されている(3条)。しかし、売春防止法の解釈が難しいのは、その禁止されている売春行為自体は犯罪として処罰の対象にはなっていないことである。(それは序論の冒頭でのべたとおり、制定当初の公娼制度を前提とした法律であり、売春婦の救済を目的としたものであるからだ。)性交に対して対償を受けるという意味では、アダルト・モデルの仕事が、売春である、と断言できるが、それ自体は犯罪行為ではない。しかし、同法が処罰の対象としているのが、公衆の目に触れる方法による売春勧誘等(5条)、売春の周旋等(6条)、困惑等により売春をさせる行為(7条)、それによる対償の收受等(8条)、売春をさせる目的による利益供与(9条)、人に売春をさせることを内容とする契約をする行為(10条)、売春を行う場所の提供等(11条)などであり、そして、この法律のそのような「隙間」を巧妙にぬってつくられているのがプロダクションとメーカーから成るアダルト・メディア産業であると言える。つまり、女性の行為自体は売春といえるが、それは処罰されない。プロダクションの行為(メーカーへの

⁴⁰ ポルノ規制は国によってばらばらであるが、ポルノとその検閲に関しては多くの国で、多岐にわたる主張や波紋を呼ぶテーマである。アン・スニトウほか『ポルノと検閲』藤井麻利、藤井雅実訳、青弓社、2002年に詳しい。

⁴¹ 売春防止法2条以下の()内も同じ。

紹介、仕事の勧誘、斡旋)は、あくまで、モデルとしての勧誘、モデルとしての売り込みであり、メーカーの行為(契約、利益供与、場所の提供)は、ビデオの制作、モデルの演技にたいしておこなわれているのであって、性交に対しておこなわれているわけではない、といった論理が可能なのである。

アダルト・メディア産業における売春防止法の解釈に関しては、文字通り隙間を縫った解釈とそれにそった制度であるが、どのような論理であれ、法律の適用範囲内である(犯罪組織ではない)、といった理屈でおこなわれている行為であることに変わりない。法に対応するための制度は、組織側の言い逃れを可能にしていると同時に、組織を法に縛られたものとしているし、女性らに法に守られた立場を与えているとも言えるだろう。

①-3 組織の構造と制度、その中の単体 AV 女優について

ここまでもおおまかに説明してきたが、ここで、単体 AV 女優がビデオ出演する際にかかわる組織と、その行為の流れを整理し、その組織の構造の中で、アダルト・モデルがどのような立場におかれているかを明らかにしようと思う。先に述べた通り、アダルト・モデルがアダルト・メディア産業に入ってくるきっかけ、というのは、スカウトマンによる紹介、というのが一般的だが、そのほかにも、風俗雑誌やインターネットのアダルト・サイト⁴²、高収入アルバイト情報サイト及び雑誌⁴³、などを見て直接プロダクションに電話をかけてくる者、友人の紹介、など、多様である。どのようなコンタクトであっても、まず、プロダクションにアポイントをとり、日付を決め、面接をおこなう。面接の際には、規定のプロフィール用紙に氏名や住所、身長などを記入し、年齢確認をおこない、正式に所属が決まる。単体 AV 女優として活動するか、企画女優として活動するかは、本人の強い要望がなければ、プロダクションの側が、容姿などから判断して仮決定する。単体 AV 女優として活動することが仮決定した場合、メーカー(多くの場合数社)へ面接へ向かい、再びプロフィール記入と年齢確認をした後に、契約が決まればデビューする。しかし、産業自体が不況時にあって、単体 AV 女優の志願者は増加しているため、特別秀でたプロフィール(容姿や体型、経歴など)がなければ、いい条件でデビューすることは困難になりつつある。

注目すべきなのは、プロフィールや年齢確認は文書でおこなうが、契約に関しては完全な口約束であることだ。何本契約であるのか、またその契約内容(ギャランティやビデオ内容)などは、文書としてモデル本人が見ることは一切ない。多くの場合はマネージャーから口頭でつけられるだけで、実際自分がどういった契約を結んでいるのか知らないモデルも多い。特にギャランティに関しては、メーカーとアダルト・モデルが交渉することは、全くといっていいほどないし、メーカーから実際プロダクションに渡されるギャランティの総額は、モデルには伝えられない。メーカーとプロダクションが交渉し、モデルの側はプロダクションとの面接時に希望額を伝えることさえあれ、撮影が終わり、プロダクションからギャランティを渡されるまで、自分に正確にはいくら支払われるのか知らない場合がほとんどである。

メーカーとの契約が結ばれた後、メーカー社員のプロデューサーと制作担当者、もしくはメーカーが下

⁴² 今回取材したプロダクション「ジェイスター」は、風俗雑誌、アダルトサイトのほかにも、ホストクラブ情報サイトや、ホストのブログに求人広告を載せている。求人内容は「VTR、グラビアモデル、チャットモデル募集」、というものだが、グラビアやチャットだけで活動するモデルは一人もいない。

⁴³ 『ていんくる』及び『ていんくる net』(株式会社しょういん)が有名であり、20件以上のプロダクションが求人広告を載せる。

請けに頼んでいる場合は制作会社の社員と、監督面接がおこなわれ、そこで撮影において実際におこなわれる内容などの詳しい打ち合わせがもたれる。アダルト・モデルは自分がやりたい、もしくはやりたくない内容を告げる権限があたえられる。(NG 項目と呼ばれる、やりたくない行為に関してはメーカーとの面接時にも詳しく聞かれるが、契約をとるため最小限におさえることがほとんどであり、監督面接の際に NG 項目を増やすことに関しては、基本的に自由である。)あまりに、やりたくない行為が多い際には、マネージャーを含めて交渉がおこなわれるが、基本的にはモデルの希望がとおる。内容については衣装や台詞、実際の性行為の場所やふくまれる類似行為のパターンなど、慎重かつ厳密に打ち合わせがおこなわれ、そこで決まっていなかったことに関してモデルは、現場でやるように指示がでたとしても、自由に断ることが出来る。

プロダクションに所属の際の面接から撮影終了とギャランティの支払いまでを通して、もっとも綿密におこなわれるのがこの監督面接である。しかしここで話されるのはあくまでこれから撮影が行われるビデオ作品の内容についてであり、ギャランティの交渉や契約内容の確認はもちろん、モデルとしてのその他の活動について、なども話されることはまずない。モデルとマネージャー以外の出席者は、メーカーのプロデューサー、制作会社社員の監督(もしくはメーカー社員の監督)と場合によって助監督やスタイリスト、といった、コンテンツの制作に関わる者だけである。監督面接が終了してしまえば、マネージャーとプロデューサーによる撮影日等の打ち合わせの後、モデルに電話で撮影日や集合時間のみ、連絡がいく。撮影日の同伴者は、プロダクションによってまちまちであるが、大抵は若いバイトのマネージャーだけ、もしくはマネージャーが朝の集合場所にのみ来て帰ってしまう、という場合がほとんどであった。メーカーのプロデューサーも多くの場合は挨拶と年齢確認だけおこなって帰っていく。つまり、撮影現場であるスタジオにいるのは、作品を実際につくる技術者のみ(一般的なケースだと、監督、助監督2人、ヘアメイク担当者、照明技術者、カメラマン(監督が兼ねる場合も多い)、スチールカメラマン、にアダルト・モデルとアダルト男優数人をくわえた10人前後)、ということになる。当然、直接制作に関係のない話がされることはない。撮影が終了するとモデルはタクシーや技術者の車で最寄の駅、もしくは自宅まで帰る。帰宅確認の電話をかけることを義務付けるマネージャーもいるが、多くの場合は翌月の初めにギャランティが口座に振り込まれるまで、その撮影に関して何か手続きが必要になることは全くない。

アダルト・モデルの仕事の流れを追う際に注目すべき点は、まず事務手続きが最小限におさえられていること、次に技術者やマネージャーなど、現場の人間以外の組織の人間とふれる機会がほとんどないことである。それは、アダルト・モデルに与えられる仕事に関する情報が極端に少ないことを意味する。その中でも、企画 AV 女優が自分自身でギャランティの交渉や制作についてのアイデア出しなどをおこなうという事実(企画 AV 女優は売り込みのためにマネージャーが奔走する、ということがないため、ある程度自分自身にマネジメントがまかされる)、プロダクションやメーカーによっては単体 AV 女優とマネージャーやプロデューサーの必要以上の連絡を禁止していることなどを考慮すると、特に単体 AV 女優は、情報から隔離された存在だと言える。年齢確認と撮影内容の打ち合わせ、それに実際の撮影、という、どうしても本人が参加する必要のある場以外の場へは一切参加せず、マネージャーがそれ以外のすべての交渉や手続きをおこなう。その代わりに、本人に必要な情報すなわち撮影に直接関する情報以外の情報は与えられず、組織との関わりも最小限である。徹底して、撮影現場にだけ来てくれればよい、

という待遇は、単体 AV 女優を、守られた存在としている代わりに、組織の中で隔離された、非自立的な存在たらしめていると言える。

①-4 契約更新と引退時の流れ

前節でみてきたように、メーカーとの契約内容をほとんど知らず、撮影日の連絡だけを待つ、という単体 AV 女優の仕事の中で、しかし契約は確実に切れ、契約更新やメーカー移籍がおこなわれているのである。そして、時期がくれば引退する。その際の手続きや話し合いはどのようなものであるのだろうか。参与観察やインタビューをおこなってみると、それがごくシンプルであることに気づかされた。まず、出演作がヒットしたアダルト・モデルの場合、所属プロダクションには複数メーカーから、契約の依頼がくる。その依頼についての情報はアダルト・モデルには告げられず、プロダクションが条件など考慮した上でメーカーを決定し、後日、アダルト・モデルは、「次のメーカー決まってるから何日に顔見せに行くよって言われて、メーカーに挨拶に行くんだけど、事実上その日は、もう監督面接」(女優 B)をするのである。そしてそれ以降は前章のとおり、撮影の直接的な打ち合わせ、撮影、といった流れに戻る。特にメーカーから契約の依頼が来ない場合はどうか。その場合、そのアダルト・モデルが次回作以降も単体 AV 女優として活動することができるかについてプロダクションが判断し、可能、と判断した場合は、いくつか候補のメーカーを絞って、デビューの際と同じように面接まわりをする。その際、「モデルには、今のメーカーとの契約がそろそろきれるから、別のメーカーに面接に行く。いくつかの候補があるから、回ってからきめよう、くらの話はする」(ジェイスター社員マネージャー)。不可能、とプロダクションが判断した場合は、企画 AV 女優となるのだが、その際、そのような判断や立場の変化をモデルが知らされることはない。「ギャラは下がるけど、これからは月に何本でも仕事できるから、って言えば、そっちのほうが効率いいっていう子もいるし。企画単体女優なんてものはほんとはないんだけど。聞こえがいいから言ってるだけで。デビューから時間がたてばギャラが落ちるのは当然、と思っている子が多いから、それで不平不満言う子はいない」(ジェイスター社員マネージャー)という場合がほとんどなようで、契約切れから次の撮影までも、アダルト・モデルが実際におこなう手続きは、メーカーへの面接と撮影についての打ち合わせだけ、ということが多い。

つまり、アダルト・モデルが意識しなくとも、次の仕事への流れは自動的に組まれていて、契約更新である、メーカー移籍である、といった知識を持たないでも次の撮影が決まる、という状況なのだ。ビデオ作品の内容について「どういの(ビデオ作品)がやりたいか、マネージャーさんに聞かれ」(ジェイスター所属単体 AV 女優 C、21歳、出演ビデオ13本)することはあっても、自分の立場や契約内容、ギャランティについての詳しい情報などを、オプションとして示されることはない。つまり、アダルト・モデルの仕事は、区切りなく、ルーティーン化して続いていく、といった特徴がある。しかし、それは抜け出せない回路なのか、というと、そういうわけではない。引退は自己申告制で、その希望が聞き入れられない、ということはまったくといっていいほどないようだ。ジェイスター所属のアダルト・モデルに関しては、その引退の理由としてもっとも多いのが、妊娠、もしくは結婚、次に病気、そのほかにも、いやになったから、他の仕事をするようになったから、など、現実的に存続不可能な理由でなくとも、引退した例は数多く存在する。引退の手続きにいたっては、ごく単純で、モデルから申し出があった時、メーカーとの本数契約の途中でない

場合は、すでに監督面接を終えた撮影の予定さえなければその場で引退できる。「撮影予定がある場合、よほどの深刻な事情がない限り、その撮影だけはこなしてもらおう」(ジェイスター社員マネージャー)。メーカーとの本数契約の途中であった場合は、妊娠、病気など仕事を継続するのが不可能なら、プロダクションがメーカーに「あやまって」引退させ、そうでないならプロダクションは、契約の最後までやるようモデルに打診する。しかし、モデルの強い希望があれば、メーカーに交渉して引退させる。引退については、アダルト・モデルの意思が尊重され、希望が通るようにされているのだ。強引に引き止めることや、脅迫まがいに継続させることはないし、契約放棄に罰則をあたえることすら、一切ない。

契約切れの際の手続きがスムーズであることは、アダルト・モデルの仕事が、単発的なものではなく、継続的なものであることを象徴している。彼女たちは、アダルト・ビデオに単発的に出演するのではなく、アダルト・モデルになる、のである。そして、ほとんどルーティーン的に継続していく仕事は、彼女たちが引退する、と自己申告するまで切断されることはない。やめようと思った時にやめる、ということは、この場合、やめようと思わない限り続ける、ということと同義である。引退が常に認められている、という点で、彼女たちに選択の権利が与えられていると言えるが、次のビデオに出演する(アダルト・モデルの仕事継続)ことと、引退することは、同位置に示されているのではなく、後者だけが選択の余地として示されているに過ぎない。つまり、継続することに関して、積極的選択は必要ないのである。

①-5 制度についての考察と、制度が覆わないものについて

アダルト・メディア産業の構造が、アダルト・モデルに対してははっきりと課している制度は、必要最小限に絞られている。そして、アダルト・モデルたちは、最小限の制度の中で、撮影だけをおこなう存在だと言える。制度や制約が最小限だということは、彼女たちの自己判断にあたえられている権限が多い、ということだ。つまり、撮影内容に関してもこれは嫌だ、これがいい、といった意見が尊重されるし、休暇をとりたい、引退したい、といった要望はほとんど例外なく聞き入れられる。制度上、はじめにたてた仮説のうち、「はっきりとした意識や目的がある場合は圧力によってではなく行動できる」という一部分は、証明できたと言ってよいだろう。

しかし、プロダクションやメーカーが、モデルに課す制度や制約が最小限であることは、彼女たちに与えられる情報も最小限であることにほかならない。プロダクションやメーカーは、アダルト・モデルから引退の申し出がない限り、継続を前提として仕事をこなしていく。彼女たちは、少ない情報のもとで、無意識的に仕事を継続しているとも考えられる。はっきりとした意識や目的がない場合、アダルト・モデルであることを継続し続けるシステムになっているのである。それはもはや、思考停止であり、「選択」ではないのではなからうか。しかし、今回話を聞いたアダルト・モデル6人は、「自分の意志で仕事をしていますか」という質問に全員が「はい」と答えている。つまり、彼女たちは「選択」し続けていると考えているのである。初めてアダルト・メディア産業に参加したときには、彼女たちはあるいは実際に選択したのかもしれない。しかし、自動的に継続されるシステムの中で、引退していないという理由だけで、「自分の意志で仕事」していると言えるのはなぜだろうか。彼女たちに課された表向きの制度以外に、彼女たちの発言を決定付ける力が存在するのではないだろうか。

②ポルノ産業内部の文化

②-1 構造の合間に醸成される文化

制度に関する観察を通して考えてきたように、アダルト・メディア産業における制度は、アダルト・モデルに対して、仕事を継続させる力を持つが、彼女たちの「自分の意志で仕事している」という発言を圧力でおこなわせる力を持たない。なぜなら、仕事の継続する、しない、といった決定に関して、業界の制度は、彼女たちの意思より、下位にあるからである。「自分の意志で仕事している」と答えた6人のアダルト・モデルに対して、「なぜこの仕事を選んだのですか」という質問に任意で答えてもらったところ、「金銭的理由」が2人、「アダルト・ビデオに興味があったから」というのが1人、「友達に紹介されたから」というのが1人で、他の2人は、「特になし」であった。しかし、「なぜこの仕事を続けているのですか」という質問にたいして、得られた答えは、「金銭的理由」が1人、「楽しいから」が1人というだけで、他は無回答であった。後の質問で「金銭的理由」と答えた者に対して、もっと金銭的効率のよい仕事をさがそうと思わないのか聞いてみたところ、「今の収入でとりあえずは十分、さがす予定はとくにない」ということだった。理由もなく仕事を続けている、という答えは、この業種に限らず、不自然なことではない。しかし、その際に「自分の意志で仕事している」と言わせるのは、業界に何かしらの要因があると考えられる。明確に制度化された構造が「ゆるい」ものであったとしたら、構造が規定しない部分を決定するのは、個人の意志と人間関係、そしてそこに醸成される文化である。今回のインタビューや参与観察で、アダルト・モデル個々人の、仕事に対するはっきりとした意志や目的は浮かび上がってこなかった。であれば、構造の合間に醸成される文化こそ、アダルト・モデル個々人の発言や行動を規定しているのではないだろうか。

佐藤郁也、山田真茂留氏は、「実際に企業で働いている人々は、(中略)社内で起きている様々な出来事を持つ意味に反応したり、自ら意味を作りだしたりしています。たしかに組織の骨組みがしっかりしていれば最低限の活動は、保証されるかもしれませんが、しかし人々が充実感を持って働けるのは、会社全体に、あるいは個々の職場での人間関係や仕事の内容に、シンボリックな意味が満ち溢れているからではないでしょうか⁴⁴と提起した上で、組織文化を「個々の組織における観念的・象徴的な意味のシステム」⁴⁵と定義づけている。その定義を受けて考えるとしたら、アダルト・モデルはその仕事における人間関係や仕事の内容に、いかなる象徴的な意味を見出しているのだろうか。アダルト・メディア産業における意味のシステムとはどのようなものなのだろうか。同書は、その上で、組織文化の要素を「①儀礼、②遊び、③表象、④共有価値、⑤無自覚的」⁴⁶前提の5つに分けて解説している。本論第2章では、この5要素の枠組みを取り入れながら、アダルト・メディア産業における組織文化を分析し、それがアダルト・モデルに及ぼしている影響について検証していくこととする。

②-2 エンタテインメント、アート産業という意識、「商品化」されること

前章で述べたように、プロダクションの多くは、アダルト・モデルの性風俗店勤務を認めていない。「V(注:アダルトビデオのVTRのこと)に出るのが始めてで、それなりに可愛ければなるべく単体で出す。た

⁴⁴ 佐藤郁哉、山田真茂留『制度と文化 組織を動かす見えない力』日本経済新聞社、2004年 51頁

⁴⁵ 同上

⁴⁶ 同上 52頁

だ、風俗雑誌やなんかででっかく出ちゃってる子だとまず、ちゃんとしたところ(注:メーカー)は単体の契約はくれない。腐ってもエンタテインメント産業って意識があるから。でも風俗から流れてくる子も多いのはたしか。単体でいけるっていう子は、所属するときに(風俗店勤務を)辞めてもらう。内緒にして続ける子も多いけど、まあメーカーにばれないようにやってくれるんならいいんだけど」(ジェイスター社員マネージャー)というのが、プロダクションの論理である。風俗店の側から考えてみれば、単体AV女優がいる店、という売り文句は宣伝として効果的であるわけだから、ポルノ業界と連携したいと考える店舗があって当然である。しかし、アダルト・メーカーからしてみれば、もし実際に風俗店でその女優と交流が持てるのであれば、DVDやビデオを買ってまでお気に入りの女性の裸を見たい、と考えるファンがどれだけいるのか、と懸念するのも自然だと考えられる。しかし、プロダクションのマネージャーが「エンタテインメント産業」という言葉を用いてそのような事情を説明しているのは興味深い。

その「エンタテインメント」という言葉は、一つの象徴的なキーワードとして、組織に属する人間が共通して認識しているようだ。ある単体AV女優は、売春している、と意識するかという質問に対してこう答えてくれた。「そういうふうに聞かれれば、売春だって思うし、ビデオ業界に入る前は仕事でセックスするんだから売春だと思ってた。でも実際撮影現場にしろ、面接のときにしろ、そんな風にいちいち思わない。現場の雰囲気って、セックスさせられてるっていうより、監督とかみんな、作品をつくってるっていうかんじだし」(女優 C)。制作の過程は、そのような発言を裏付ける。ビデオの脚本を見ると、セックス・シーンの描写には、指定が簡潔に書かれ、その他の、例えばドラマ仕立ての場面に関しては、衣装、台詞、小道具などの支持が細かく記されていることに気づかされた。視聴者側から見れば、補助的な付録に過ぎないシーンの方にむしろ重点が置かれているように見える。撮影中も、からみと呼ばれる性交シーンにくらべて、台詞のやりとりや、イメージと呼ばれる、ただ女優が歩いたり微笑んだりするシーンに対するリメイクが圧倒的に多い。

制作者側も、出演者側も、そのような、性交以外の部分に対して、「エンタテインメント要素」として意味づけし、その言葉をもって説明する。ただし、それが一致した「共有価値」として埋め込まれているか、というと、むしろ「エンタテインメント」という言葉が一つの「表象」として方便されているだけ、という印象がある。例えば脚本について、制作者側は「ちょっとしたスカトロなんて特にそうだけど、からみ(注:セックス・シーン)までのプロセスが、視聴者の興奮材料になるんですよ。だって、実際に着衣プレイの方が興奮するっていう人が多いでしょう。どんな設定なのか、どんな服着てるのか、とかで、好みがわかるわけだし、AVなんて毎月死ぬほどリリースされんだから、そういう詳細で違いをつけて、フェティッシュっぽいつくりにしてかないと、だって、セックスだけとるんだったら1本あればいいでしょ。」(制作会社所属 AD)というはっきりとした目的意識を持っていて、その付加価値部分を「エンタテインメント」という言葉を使って説明しているのに対し、アダルト・モデルの側は、説明される「エンタテインメント」というその言葉だけ受け取る。他の作品との差異をつけるための演出がエンタテインメント要素である、という意味で、両者の意識は一致しているように思えるが、あくまで射精を目的とした商品化を考えている製作側のマーケティング的な価値観は、アダルト・モデルに共有されてはいない。両者は、「エンタテインメント」という言葉のみを共有しているのだ。実際のビデオ撮影や性交ではない仕事、さらに、パッケージ撮影、ポスターなど宣伝材料の撮影、サイン会、性交をふくまないグラビア撮影などは、その両者の認識のギャップを広めているよう

だ。射精産業の判断材料として付加価値を認識する制作者側の意識を汲み取らないアダルト・モデルたちは、アダルト・メディアを自分たちの「パフォーマンス・アート」⁴⁷だとして表現やエンタテイメントについて考えるのではなく、「エンタテイメント」という言葉で受動的に意味づけをおこなっているのではないだろうか。

関連して付け加えておきたいのが、アダルト・モデルの仕事に事後的におこる事象、つまり、自分の出演ビデオが商品化され、自分のポスターが貼られる、ということについてである。紙谷雅子氏は、性差別として告発されたある製品のポスターについて、「女性の身体をモノのごとく宣伝の手段に使う」風潮が、「能力、才能、知性をもった存在としてではなく、あるいは、本人が努力して手に入れた特性や資格は二の次にされ」⁴⁸、「肉体以外の存在としては評価されていないという居心地の悪い思いをさせ」⁴⁹ている、という見解について審議をおこなう。しかし、商品化されることについて、そのような被害者意識を持つアダルト・モデルはほとんど存在しないのである。むしろ、商品化されるという「儀礼」を楽しんでさえいるのだ。単体AV女優としてデビューし、始めの契約の仕事を手をこなし続けている最中である新人女優は、デビュー直後のインパクトについてこのように語る。「2ちゃん⁵⁰毎日チェックしてた。ブスとか脚が太いとか、そういう悪口も多いけど、面白い。マネージャーさんにももらったから、自分のデビュー作は持ってるんだけど、ビデオ屋いくと自分の作品、絶対探す。町で声かけられたこととかはないけど」(女優 A)。性交をし、裸を写真にとられている仕事は、出来上がった商品を見ることで、単なる「製作過程」である、という意識に変わってしまうのではないか。たしかに、商品となってビデオ屋で売られることも、彼女たちの仕事の側面であるが、自分が受け取った金銭に対して、性交に対して支払われたものである、という意識が、デビュー後欠落していくのは、そのような要素が原因であるように考えられる。「エンタテイメント」という言葉の「表象」としてのシンボリックな意味は、その際の補助的な役割を担っているのではないだろうか。

②-3 AVモデルのヒエラルキー

売り上げや、ギャラの額で、差異が顕著に出る職業であるが故に、アダルト・モデルの中ではどうしてもヒエラルキーが生まれる。業界内のもっともシンプルなヒエラルキーは、単体女優→企画単体女優→企画女優→エキストラ、というものである。そして、各枠組みの中でも、ギャラの高いものほど、商品価値としては高いわけであるが、モデル自身が、自分らのヒエラルキーを認識する際には、もう少し複雑に他の要素が関係している。小笠原裕子氏は OL の上下関係を決定する指標を、「年功、学歴、勤続、年齢・魅力」⁵¹の4つに分けて分析するが、指標が一元化されていないことが関係を複雑化する、ということにおいてアダルト・モデルの場合も同様のことが言える。上にあげたギャラの額、のほかに、売り上げ、経験年数、年齢、といった指標があり、それぞれが持つ要素が象徴的な意味を作り上げて、認識を支えているのである。

まず売り上げという指標が持つ意味は、「遊び」の要素である。アダルト・モデルが受け取る給与は作品

⁴⁷ シヤノン・ベル『セックスワーカーのカーニバル』吉池祥子訳、第三書館 2000年 217頁

⁴⁸ 紙谷雅子「<性の商品化>と表現の自由」(江原由美子『性の商品化』勁草書房、1995年) 37頁

⁴⁹ 同上

⁵⁰ 巨大インターネット掲示板(<http://www.2ch.net/>)

⁵¹ 小笠原裕子『OLたちの<レジスタンス>』中央公論社、1998年 36頁

の出演に対するギャランティであるため、そのビデオの売り上げ枚数によって印税がはいるわけではなく、受け取る額はかわらない。さらに、メーカーとの契約の途中でギャランティの額が変動することはないので、売り上げが次回のギャランティを直接規定することもない。(勿論、契約が切れた後の次の契約条件に関係するのだが。)つまり、売り上げ表、アダルト・サイトの人気女優ランキングなどは、アダルト・モデルが自分の価値を認識するための判断材料にはなるが、モデル同士のヒエラルキーとしては非常に曖昧で不明瞭なものなのだ。収入に直接影響がないという意味で、売れている、売れていないという指標は「遊び」の要素であり、実際彼女たちの意識として、そこにあまり切実さはなく、ただし、ランキングという数字のはっきりした結果表は、「遊び」として常に意識され、話題にされる対象でもある。インフォーマルでありながら象徴的な意味を多分に含んだ指標であると言える。

次に経験年数であるが、これはより複雑である。経験年数、といっても、単体として人気があるから長く存命している、という場合や、女優暦はさほど長くなくとも、月に何本も撮影を抱える企画女優では、女優としても立場も条件も違うが、場数を多くふんでいる、ということが、彼女たちの意識の中で、かなり大きな要素であることに違いないようだ。よって、正確には経験年数というより、撮影経験数の方が重視される傾向にある。「最初の契約が終わって、次、また6本契約をして、その3本目くらいに初めて共演作があったんだけど、マネージャーが、相手の子は企画(企画女優)だから、主役はあなただから、みたいに言うから、現場につくまではあんまり気にしてなかったけど、相手役の人は女優暦3年のベテランだし、その組(注:撮影をする監督を中心にした制作者の班のこと)も何回も経験済みで、監督とかとも仲いいし、慣れているし、なんか嫌だった」(ジェイスター所属元単体企画 AV 女優 E、22歳、出演ビデオ20本)というような話は、観察中、何度も耳にするものであった。業界において組織側は、高いギャランティで仕事をする単体 AV 女優を重要視し、特に商品価値の高いモデルを大切にしている。それを、モデル自身が自覚している場合でも、彼女たちは、場数を踏んでいるものを尊重する意識をもつ。これは、フォーマルな共有価値ではないが、現場の空気の中で培われる「無自覚的前提」の要素であるとも言える。さらに、ベテランの現場での振舞いを、新人時代から共演などの機会に見ていることで、長くいると、仲間になれる、という意識もある。「長くいると居心地がよくなる気がする。今はまだ撮影前とかいろいろ指示とか出されるけど、ベテランの女優さんとかは、監督に信頼されて、相談とかされる」(女優C)。商品としての価値が下がり、割のいいギャラも年々下降していく、という事態の一方で、撮影の場数を踏み、自分に力がついているような気分が高まる。さらに、かつて自分もそうだったような新人女優に対する、おぼろげな優越感も生まれるのだ。これは表向きの商品価値といった指標とはまったく逆の価値の指標であるが、そのような無自覚に培われる認識は、彼女たちの振る舞いを多くの場合で決定付けている。

ギャランティの額や年齢、といったフォーマルな「共有価値」と、以上のような「遊び」「無自覚」の要素が複雑にからまりあったアダルト・モデルのヒエラルキーは、ヒエラルキーとして存在するだけではなく、アダルト・モデルの仕事内容や人間関係に象徴的な意味を与えている。アダルト・モデル自身は、それぞれの指標の価値を感覚的に使い分けながら、シンボリックな意味に満ち溢れた仕事の全体像を把握していくのである。

②-4 「プロ」意識、自由な個人であるという意識

アダルト・モデルと業界内の関係者や組織の上層部の人間との交流は最小限におさえられていること、そしてその限られた交流の中で最も綿密なコミュニケーションがとられるのが監督面接であることは第一章で説明した。もし、業界側がモデルの女性の意識に刷り込みたい価値観が存在するとしたら、それが直接的におこなえる絶妙なタイミングであるといえる。しかし、監督面接で話される事柄が、作品の内容に関することにほぼ限られていることも、第一章で解説したとおりである。ただ、作品の内容に関する話し合いを通して、モデルの側になにかしらの意識の変容はないのだろうか。

同行させてもらった監督面接は全部で6件だが、そのうちの2件は車中やアダルト・モデルの事務所に監督の側が赴き、作品の内容についての説明とできること、できないことの確認を簡潔におこなう、というものであった。残りの4件のうち興味深かったのは、前出のキャリア1年のアダルト・モデル(ジェイスター所属単体 AV 女優 B、21歳、出演ビデオ11本)に同行していったセル専門メーカーの監督面接で、雑居ビル2階分あるそのメーカー本社での面接は実に2時間近くに及ぶものであった。そのメーカーでは、監督がキャスティングから作品のプロデュースまで手がけており、マニア向けにつくられた作品や監督の他のメディアへの露出によって一部で名前が知られている。まず、部屋へ入ってきた監督(仮名 N 村監督)は、面接を受けるアダルト・モデルに対して、「キミはこの仕事を通して何がやりたいの?」という質問を投げかけた。以下、インタビューの一部を抜粋する。

女優 B「私はこの業界に入ってもうすぐ1年になります。最初のうちはいろんなことが新鮮で、ツツウの V (アダルト・ビデオのこと)をやってどんどん登りつめたいと思ってたんだけど、なかなかうまくいかなかった。でも、自分が本当にやりたいのはアイドル AV 女優になるんじゃないかと、もっと面白い V にいろいろ挑戦することだと思ってます。」

N 村監督「何か個性をもってセックス・シンボルになりたいと思う?」

女優 B「なりたいです。」

N 村監督「例えばアクトなんかのかいところが今やってる戦略っていうのは、A.S さんなんかは象徴的だけど、自分たちのところで育てた AV 女優をテレビやグラビアなんかでねじこんで知名度をあげて DVD を売るっていう戦略だよな?それは売れなくなったテレビ・タレントを脱がすよりずっとお金がかからないし、実際に A.S さんなんかは CD デビューしたり成功してるからうまい戦略ではあるんだよな。だけど、ああゆうところを出してる女の子っていうのは残念ながら、他の誰かかわいいこといくらでも置き換え可能なんだよな。キミもすごくかわいいけど、そういう路線でいったらキミくらいかわいいことかスタイルのいいこはいくらでもでてくるから、セックス・シンボルとして名前が残るかっていうとそういうわけじゃないんだよな。うちの M.K なんかは、A.S さんなんかに比べれば一般的な知名度は低いけど、ここで使うならこいつしかないっていうキャラクターがあるわけ。僕はキミの次の作品を、キミのキャラクターを前面に出してつくりたいと思うんだけど、そういうキャラクターを自分で作っていくっていうのは大変なことだと思うんだけど、できる自信ある?」

女優 B「どんなキャラクターでいけばいいのかわかんないんですよ。」

N 村監督「キミはなんで AV 女優になろうと思ったの?」

女優 B「スカウトされて、この仕事に興味があったからです。」

N 村監督「この仕事っていうのは、たしかに裸になって高額のお金もらえるからバイトとしては効率がいい

ってだけかもしれないけど、1年続けてるなら、そうやってプロ意識をもって、自分のやりたいことをやっていかないと続かないよ。例えば、次回作は僕がずっと出してる痴女もの(受身の男性に対して女性が積極的に攻める、という設定のビデオ)のシリーズでやるんだけど、キミが今までのこのシリーズででたものとは違ったものをつくりたいと思ってくれないと困るのね。他と一緒にだと撮る意味ないから。例えば今キミGパン履いててすごくステキなんだけど、GパンってAVにあんまり出てこないよね？かわいい感じの洋服ばかりで。Gパンっていうとちょっとかっこいい感じがして、イメージ的には後ろポケットに手つっこんで駅で待ち合わせしてるような、男に媚びない女、とか、そういうキャラクターはどう？」

女優B「私Gパン好きだからすごくいいと思います。」

この後、話し合いは具体的な作品内容についての詳細へと移っていくのだが、ここで注目したいのは、このN村監督の面接への導入がごく自然にモデルの側へ伝わっていたことと、面接開始時までマネージャーと談笑していたモデルが真剣な顔つきになってN村監督と向かいあっていたことの2点である。面接終了時に、車中でモデルに話しを聞いたところ、「自分のやりたいことを聞いてくれるのがいい」と話していた。確かに、単体AV女優がデビュー作を出すような大手メーカー(例えばアクト)での面接であれば、プロデューサーと監督が同席し、作品内容の説明を一方的にしてくる、といった意味で、モデルが実際の作品の制作に関わっているのだ、と実感できることは少ないかもしれない。しかしN村の所属するメーカーをはじめ、中小メーカーの面接に訪れる中堅単体女優は、どんなことをしたいか、どんな服を着てみたいか、などと質問されることが多い。そのような状況下での女優の意識は、「女の子の意見も極力とりいれますよ。隙間産業ですから。実際僕らも、もうアイデアないですからね」という後日インタビューしたN村監督の意識とは若干ずれのあるものであろう。作品の制作に自分の意見が反映され、それが実際に作品として形になっていくという過程は、あるいは自分の仕事に対するプロ意識を認識する装置として機能しているのではないだろうか。

さらに、メーカーでの面接や監督面接をおこなう際に、「決めてるのは借金があるかないか聞くこと。ある子に関しては特につっこまないけど、ない子に関してはむしろつっこんで話す」(株式外社アクト社員、プロデューサー)といった証言がある。実際に、面接を受けたモデルも、「借金がないならなんで続けるの？ってよく聞かれる」(女優A)と話す。これはメーカーがモデルの経済状況を把握するための質問でないのは借金のある女性に対してその額や返済計画などは聞かない、といった証言から推察できるが、ではなんのためにある質問なのだろうか。「借金がないならなんで続けるの？」という質問は、女優に対する仕事の志望理由を聞く一つのマニュアル化したものである可能性もあるが、興味深いのはそのような質問をされた女優が、それまで話したことのない自分の仕事意識や仕事を始めた理由、時には込め込んだ性癖まで話すことがある、という事実である。

「借金ないっていうとメーカーの人は、お金のためにこの子は仕事しているんじゃないって思って喜んでくれる」(女優A)という証言は象徴的で、この質問は意識されてつくられたものではないにしろ、女優が自分は金銭的事情ではなく、自分の意志で仕事をしているのだ、という確認のきっかけになっているのではないだろうか。前出のプロデューサーは、何故そのような質問をするのか、といった当方の質問に、「仕事を始めた理由をつっこんで聞くと意外と面白い話が聞けたりする、大抵はそうでもないけど」と答えていたことから、質問が実際にもたらす効果までの意識はないのかもしれない。しかし、「なぜあなたはこ

れをするの？」という質問は、あるいは「私はこれをしなくてもいいのだ」という意識に結びつきやすい。用意された選択肢の中からあえて自分はこれを選んでおこなっているのだ、と実感するきっかけは、何に関するものであれ、自分が意志をもった「自由な個人」である、と認識する機会になりうる。

前章まででも見てきたとおり、制度上、アダルト・モデルは常に仕事を辞める権利があたえられており、たしかに自由な個人であるとも言える。しかし、辞める、という強い意志がない限り、自動的に継続されつづけていく、というも前に述べたとおりである。実際には、「これとってやめるきっかけがない」というのはひとつの本音であるだろうし、通常仕事の最中に、「私はいつでも辞めることが許されているが、自分で選択して継続しているのだ」と実感することはないだろう。そのような状態で、「なんでやっているの？」という質問が、上記のような効果を持つということは、十分に考えられる。

②-5 組織内の文化が持つ女性に対する力

エンタテイメントという言葉や、ヒエラルキーの中の多様な指標は、それが構造の中で規定されないが故に生まれる文化である。法的な拘束からの方便として、もしくはマーケティングの1要素としての言葉が、表象的な意味だけを背負って、アダルト・モデルに伝達される。組織が社会にたいして説明することが、アダルト・モデルの中で独自に意味を持って意識されるようになるのだ。構造上、規定されないアダルト・モデルの階級が、それぞれ本来の意味とは違う意味を持って文化を形成することも、同様である。そのように、象徴的な意味があらゆる事象にたいしてラベリングされた状態は、彼女たちの仕事の把握を複雑きわまるものにしていく。自らの行為の本来的な価値がなんであるのか、そのために用意されている意味づけの方法が、多様に存在するからだ。

つまり、文化が彼女たちに持つ力、というのは、売春意識を弱体化し、彼女たちの仕事を売春以外の象徴的な意味をもって意味づけする方便をあたえることにほかならない。それが非戦略的に培われたシンボリックな意味のシステムによって力を得ているため、たしかに表面上は規制の少ない自由な構造の中で、自分の判断によって働く女性像を映し出しやすい。しかし、自由な構造が規定しない部分に醸成される文化の中で仕事を把握していくアダルト・モデルの行為は、構造的自由が必ずしも彼女たちの意志を必要としている、もしくは尊重しているのではないことを表している。構造が自由である、という事実とその認識によって、感じている自分の意志、というものは、あるいは文化に規定された、ごく不自由なものではないだろうか。

次章では、そのように文化による意思決定を整理しながら、それがなぜ簡単に『自由意志で売春している』という発言に結びついていくのか、検証をすすめていくこととする。

3. 結論

「制度」と「文化」の中で培われる仕事意識について、そして仮説の検証

考えられるのは、「自由意志で仕事」している、という時の彼女たちが、自分の仕事の両義性(金銭目的で性行為をするということと、アダルト・ビデオ作品のモデルとして活動すること)を意識していないのではないか、ということだ。つまり、彼女たちは「自由意志で仕事」している、と言いながら、「自由意志で売

春」している、とまで考えていない、とすることができる。売春意識は、問うてみれば、持っている、と答えるが、通常仕事をこなす際には、その両義的な仕事の一側面しか意識しない。そして、その意識しない、ということがなぜ起こるのか、を考えると、それがまさに組織文化が形成する、象徴的な意味のシステムに起因しているのだ。彼女たちが「仕事」といって指す事柄には、あらゆる意味がラベリングされている。それは「エンタテインメント」をつくっているという表象的な言葉であったり、商品化される自分の写真が表すブランド的価値であったり、その商品の扱われ方についての「遊び」要素であったりするのだが、そのように、行為に常に多様な意味が付加された状態は、彼女たちの行為の売春的側面を隠してしまう。アダルト・モデルたちは、ほとんどの場合、自分の行為の売春的側面を「知って」いて、その上で「自由意志で仕事」している、と発言する。その意味で、彼女たちは「自由意志で売春」している、と自覚しているはずであるし、彼女たちの強い意志や目的がない限り継続されている仕事は、圧力としてその発言を後押ししていることになる。仮説は、その点で立証された、と言ってもよい。つまり、組織文化がラベリングする象徴的な意味をつけられた行為が、彼女たちの仕事意識を決定し、「自由意志で働く」ということの目的や積極性を生み出している。象徴的な意味によって、「自由意志で仕事」という発言が生まれている、そして、仕事の売春的側面にも自覚的である、という二つの事実から、仮説を立証することが可能なのである。

「売春」以外の要素と、売春の非対称性について

アダルト・モデルが文化によって「自由意志で売春」と主張する、という仮説は、論理的には立証された。しかし、その論理的な方式を過信してはならない。彼女たちは、「自由意志で仕事」している、そして彼女たちの仕事は「売春」である、という二つの等式は、彼女たちの意識の中では、共存していないのではないかと考えられるからである。彼女たちが「自由意志で仕事」していると発言する時、その「仕事」があらゆる意味の集合体であることは先に述べた。そして、そのあらゆる意味の中には、勿論直接的な性交という行為も含まれるのだが、それが、他の表象や遊びの要素に隠れて、もっとも見えにくいところにおかれているのではないだろうか。その際、「自由意志で仕事」しているという彼女たちの発言は、「自由意志で売春」している、という発言と必ずしも重ならない。本研究を含めた、多くの検証が、「自由意志で仕事している」+「仕事は売春であると知っている」=「自由意志で売春している」という方式を過信してはこなかったか。売春する女性が「すきでやっている」と発言するとき、目的語は常に売春であったか、と問わなくてはならない。

「自由意志で仕事」をするアダルト・モデルは、「自由意志で売春」しているとは限らない。ただし、自分の仕事の売春的側面を否定するわけではなく、忘却しているのである。彼女たちにとって売春行為は、「政治勢力化した抵抗の場」⁵²でも、「抑圧の場」⁵³でもない。そのように「力の強化か、犠牲者視か」といった軸で彼女らの行動を説明しようとする、「抑圧ではない=自由意志」という単純な方程式を安易に肯定してしまうことにつながる。「政治勢力化した抵抗の場」でも、「抑圧の場」でもない売春行為は、彼女らにとって、仕事の中の、忘却された付加的部分でしかない。それは、ポルノに関する諸研究が、もっ

⁵² シannon・ベル『売春という思想』青弓社、2001年 201頁

⁵³ 同上

ばらポルノ作品に焦点をあて、表現としてのポルノについての問題は語りながらも、表現としてではない、行為としてのポルノについて問題にしてこなかったことと近似しているように思う。ポルノの売春側面、つまりポルノに出演している女性の売春行為について、当のアダルト・モデルだけでなく、論者たちも問題にしようとはしてこなかったのである。

しかし、いくら多様な象徴的意味がラベリングされようと、彼女たちの仕事において性行為は、中心的な役割を持っているはずだ。では何故それがいとも簡単に忘却されてしまうのか。それはおそらく彼女たちの売春行為がもつ非対称性、という特徴に関係している。彼女たちが誰を相手に売春するのか、という問いに答えることは容易ではない。可能性として、自分が性行為をする相手(アダルト俳優)、自分に性行為をするよう指示するもの(制作監督)、自分の性行為を計画する者(メーカー)、自分に、性行為に対しての報酬を渡す者(プロダクション)、自分の性行為に対して金銭を払うもの(視聴者)が考えられるが、第2章で示した象徴的な意味のシステムは、これら各相手にも、あらゆる方便で意味づけを可能にする。アダルト俳優は自分と同じモデルである、監督は作品をつくるアーティストである、メーカーは商品売る会社であり、プロダクションはモデルの価値をプロモートする組織である、視聴者は作品を買う者である、といったふうに、自分が売春をしている相手を特定できないことは、彼女たちの売春意識をとってもヴェイグなものにしているのではないだろうか。

性交を交わす相手から直接金銭を受け取らない、非対称的な売春行動である、という点では、アダルト・メディア産業はとくに顕著にその特徴を持つ。ギャラは所属事務所から渡され、現場ではグラビア撮影とほとんど変わらないようなシーンに力が注がれ、サイン会ではファンと握手をしてギャラをもらう、という仕事の流れは、性行為自体も、仕事のご一部であるという認識を生み出しても不思議ではないからだ。しかし、相手から直接金銭を受け取らない、という点では、現在行われている合法売春の形態に共通している点も多い。その意味で、「自由意志で売春」しているという論理的な理屈を過信してはならない、ということ、現代の売春論議を通して考え直さなければならない問題であるだろう。

この論文の限界と今後の見通し

組織文化に注目して、アダルト・モデルの発言や行為を検証していくことで、いくつかの問題提起はできたように思う。しかし、序論でも述べたとおり、本来ならば組織の外にある文化にも注目するべきである。実際、アダルト・モデルが仕事を継続しているだけでなく、アダルト・モデル志願者も増え続けているのであって、組織文化に属さない彼女たちが何故アダルト・メディア産業で働くことを選択するのか、現代日本の文化や社会要因を検証しなければ、説明することはできないであろう。その際にも、「自由選択」した彼女たちが、本当に「売春を」選択したのか、注意しておかなければならない。アダルト・メディア産業に限らず、現在おこなわれているあらゆる売春の形態は、本当に「売春」として認識されているのか、今後も大いに検証していくべきである。

アダルト・メディア産業において、売春が「売春らしく」なくなっているのであれば、社会にも、それを助長するような言説が存在するのではないだろうか。アダルト・モデルたちが、売春についてどのような言説をあたえられて育ったのか、それによって、組織文化に入り込んだ後の売春意識も変化するはずである。売春に関する報道や、それがどのように語られてきたか、もしくは若者カルチャーにおける性に注目した

メディア研究が数多く存在する中で、それらは往々にして女性蔑視や、性道德の低下、性の乱れを指摘してきた。しかし、もっと女性の日常に染み込んだかたちで、例えば現代女性が享受してきた少女文化の中で、売春を売春として認識することを不可能にするような言説がなかっただろうか。今後の研究の見通しとしては、少女文化をつくるメディア研究などを通して、性行為を含む仕事の売春的側面を曖昧にしなが、自由意志での売春を助長させる言説の存在を検証することの必要性も最後に記しておく。