

相互作用の場―理髪店の社会学（三）

原 田 隆 司

浅薄な合理主義は、つねに意味と豊かな象徴的生命とを具体的な諸内容のなかだけにもとめている。

「ジンメル『社会学の根本問題』83」

理髪店とはどのような空間なのであろうか。そこでの理容師と客とは、どのような関係なのであろうか。本稿では、取材記録をもとにした2回の考察（原田2016、2017）を踏まえて、理髪店について考察してみたい。

1. 理髪店の輪郭

まず、理髪店（散髪屋、床屋）というものの輪郭をみておこう。『世界大百科事典』（2006年改訂版）において「床屋」は、次のように説明されている。

主として頭髪を刈ったり結うなどして整えたり、ひげをあたったりすることを生業とする職種およびその店、またそれに従事する人を指す語。前者は理髪店（所）、理容店（所）、散髪屋などと、後者は理髪師、理容師などとも称される。（中略）（床屋）の語は江戸時代に生まれたことばで、髪結の店つまり、髪結床の俗称であった。簡単に取らたむことのできる仮設の床屋とこみやが多かったための称（以下、略）。

(1) 社会学者の加藤秀俊によれば、「専門職としての理髪業」として「床屋」がはじまっ

たのは、江戸時代の中期であるという。それまで、町人たちは「五人組にひとつずつ鬘水びんみず入れと櫛があり、それを順々に使ってじぶん髪をとかし、こよりでもどりをくくった」。また「百姓」は、髪を「藁でくるだけ」だった。ひげも、生え放題でさしつかえなく、「切ることはあっても剃ることはあまりおこなわれなかつたらしい」という「加藤秀俊『床屋』96」。

江戸の中期頃から男性の月代さかやきを剃ることが習慣となり、床屋は増えていった。やがて鑑札制となり、江戸では、町に一軒ずつ、全部で800軒ほどが認められた。「ひとつの町内にひとつの髪結床」が開設され、基本的には、町内の人間を利用者とする「コミュニティを単位とするサーヴィス施設」となったのである。京都では、「会所」と呼ばれて、より徹底した「コミュニティ・センターとなった」という。床屋の「一隅」が、順番を待つ客の「待合所」となったからである。

そこにあつまってくるのがおなじ町内の人間、ということになれば、そこで町内のうわさ話が交換されることにもなるうし、絵草子のごときものを備えつけ、それを耽読する人間もでてくるだろう。また将棋盤をかえこむグランプが発生してもふしぎではない「同、98」。

加藤によれば、19世紀期のイギリスでも、千人の人口に対して一軒の床屋があり、「中規模の共同体」において床屋が「ゴシップ交換所」として機能したという。

ところが、幕末になると、江戸の床屋は「無制限」になり、2400軒にもなった。もはや「コミュニティ・センター」とはいいがたい」状況である。加藤は、この

変化について次のように考察している。

逆にいえば、都市におけるコミュニティが解体して、不特定多数の市民が自由に床屋のコミュニケーションに参加しはじめたことを意味する。ゴシップは町内から市中の規模に拡大した〔同、99〕。

加藤の論考は、今から50年前(1968年)に発表されたものである。加藤は、遠からず「かつての髪結床にあった、集会所的なものしみが消滅してゆくことになるだろう」と展望している。それは、「現代社会では、理髪多くの部分は個人化してきた」からだという。安全カミソリの発明と、それに続く電気かみそりの出現は「ひげそりという理髪業の伝統的中核部分」を個人化してしまった、つまり、理髪店に行かずに、自分でできるようになった。さらに、「過去二年ほどのあいだにゆきわたったドライヤー」によって、この個人化は、「現在」も「進行中」であるという。

アメリカやヨーロッパの床屋がそうであるように、いずれは、日本の床屋も15分ほど散髪をするだけの能率主義によってつらぬかれることになるかもしれない〔同、106〕。

加藤が50年前に展望したとおり、現在では、後に触れるように、10分ほど髪を切るだけの店舗も増えている。

さらに、加藤は、理髪店でのコミュニケーションについて興味深い指摘をしている。コミュニティの成員であるかどうかは別として「集会所的なものしみ」、つまり、ひとが集まってゴシップや雑談を交わす場所でなくなったとしても、理髪店特有のコミュニケーションは、これからも存在するだろうというのである。むしろ、「世間話の媒体としての床屋の機能は、ある部分では、より規模雄大に成長しつつある」という。具体的にいえば、「世界一周の客船の理髪師など、そのゴシップの幅の広さに圧倒される」。

かつて、町内のコミュニケーション・センターであった床屋が市中のゴシップ・センターになったのは、まえに述べたとおりだが、それは、いまや、地球規模でのゴシップ交換所になる可能性をもっている〔同、107〕

客船だけではなく、空港やホテルの理髪室は、そうした機能を果たすのではないかと指摘し、加藤は、この論考を次のように結んでいる。

地域共同体から離れた、地球的理髪業をわれわれは未来に考えることができるのかもしれない。そして、いかに散髪の効率が高まりいかに理髪が個人化しようとも、その一五分間のゴシップ交換は、依然として娯楽の一種でありつづけるにちがいない。媒体としての床屋は、おそらく、人類の文化とともに古く、そして、人類とともに、これからも健在なのではあるまいか〔同、107〕。

理髪店の歴史的な経緯を整理しつつ、そこで生じてきた人と人との関係の連続性と変化とを指摘した加藤の論考は、社会学の立場から読むと、示唆に富んでいる。

以下では、加藤の論考を踏まえつつ、もう少し多面的に、理髪店という場所と、そこでの人間関係について考察してみたい。筆者も「コミュニケーション」の場という側面は重要であると考え、理髪店という場所には、理髪師を介した客同士の関係だけでなく、理容師と客との関係という側面もあり、多面的にとらえ得る主題だと考えるからである。

2. 人が出入りする場

加藤の論考は、理髪店について、顔なじみの客が集まる場という側面に注目していた。まず、この側面について、改めて考えてみたい。

江戸という大都市では、当初は、床屋の客は町内の男たちであり、主人を中心とした同心円状の関係性が成立していた。この関係性は、理髪店の成立の経緯に深く

関連しているし、共同体（コミュニティ）という伝統的な人間関係と重なるものであった。

ところが、幕末になると、江戸の床屋は数が増え、「不特定多数」の人間が、床屋でのコミュニケーションに参加するようになった。都市化の進展が、人間関係に変化を及ぼす典型例だといえるだろう。

「崇徳院」という上方落語がある。明治後半から大正初めの時代設定である（桂米朝『上方落語 桂米朝コレクション3』44）どちらも大家の若旦那とお嬢さんが、互いに一目ぼれをして、恋煩いで寝込んでしまう。双方とも相手是谁であるかを知らず、両家の使用人が一生懸命に探す、という物語である。若旦那のほうの使用人は、やみくもに探し回るものを見つけられず、妻から「町内の人寄り場所というたら風呂屋に散髪屋、性根入れて探しておいなはれッ」と叱咤激励され、その日の夕方、ある散髪屋に駆け込む。

「ごめん、お宅つかえてますかア、すいてますかア」

「ええ、ちょっと待ってもらい……あんた、けさ来なはったんとちがいまっか」

「ええ、もう寄してもうたんや、もうわかりしまへんなあ。きょう一日で風呂屋三十六軒、散髪屋二十八軒回って……ええ」

「あ、さよかア、まあ、こっちへ入っておくんははれ」

「おおきにどうも……はじめ刈ってもらうたときは、えらい気持ちがよくかつたんですわ、ええ。七分刈り、五分刈り、二分刈り、丸坊主、……もういまではもう、頭から顔からヒリヒリしてきたのや」

そこに別の男が入ってくる。

「親方、ちょっとすまんなあ、みな待ってはるとこ。あいだへちよっと入れてもらえんかア、急ぎの旅やね」

「ああ」

「いやあ、もうほんと、ワヤヤがな。忙しいデ」

「あ、さよかア。ええ、そらまあ、さして、もらいまっけど、なんでんなあ、えらいこつておましたなあ、主家が」^{おまや}「笑福亭仁鶴『仁鶴の落語』161—165」

この二人目の男は、散髪をしてもらいながら、主家のお嬢さんのことを話し出す。それを聞いていた最初の男と、互いに巡り合ったことを喜び、物語は終わる。

この散髪屋は、二人目の男がふだんから利用しているところであり、親方も事情を知っている。そこへ入ってきた一人目の男は、別の町内に住む人間である。地元の人たちが常連になっている散髪屋に、別の町の男がたまたま入ってきた、ということになるだろうか。いずれにせよ、大正初めの頃まで、「町内の人寄り場所」は、風呂屋と散髪屋であったことが分かる落語である。

現代ではどうであろうか。たとえば、作家の筒井康隆は「神戸垂水の水が家にいちばん近い床屋」に「長いあいだ、行くのをためらっていた」と記している。「モリ理容室」という名称を、てっきり「タモリ理容室」だと思い込んでいて、「行けば何をされるかわからぬという漠然たる恐怖があったのではあるまいか」と、みずから振り返っている。そして、初めて行ったときのことを、次のように記している。

はじめて足を踏み入れたのは昨年のことだ。行ってわかったのだが、なんとこの床屋、釣りキチの集会所。用もないのに一日釣りの話を喋り続けている奴がいるかと思えば、買って来た釣り道具を持ってきて我慢したり、釣りに行く打ち合わせに熱中したり。困るのは主人までが話に加わり夢中になって客の頭を忘れ、釣針を出してきて講釈をはじめたりする。余計な時間がかかるので二回に一回ぐらしか行かないが、店の隅の将棋盤では必ず対戦が行われていたりして、こういうのんびりした店は最近珍しく、庶民的雰囲気があつて面白いから暇な時には出かけていく「筒井康隆」行きつけの床屋さん」315」。

このエッセイは、昭和58年に雑誌に掲載されたものである。「年譜」〔筒井康隆

全集』第24巻、所収)によれば、この自宅は、神戸市垂水区瑞ヶ丘にあり、筒井は昭和47年に転居しているから、10年目に初めて行ったということになる。

このエッセイから、知らない理髪店に初めて行くまでの躊躇や、入る時の思い切りなどが想像される。しかも、「客の頭」を忘れるほど入れ込む主人と、用事も無いのに、すなわち、散髪をしてもらうのではなく、入りびたる人たちが構成する「釣りキチの集会所」であったという思いもよらない展開がおもしろい。このエッセイは、加藤の論考の十数年後に書かれたものであるが、理髪店が、場所によっては、コミュニティ・センターではなくて、同好の士が集うコミュニケーションの場として機能していたことを示している。

それから時は経過した。都市とその周辺では、理髪店は、まだそうした場であるのだろうか。「喫茶店」からファストフード店やカフェへと、飲食の場は変化している。「集会所」のような場所は、他にあるのだろうか。地域の会館や学校で開催されるスポーツや各種の教室などは、同じ役割を果たしているといえるのだろうか。逆に、お金を払って人々が通うスポーツジムのような場所が、かつての理髪店の役割を担っているのだろうか。あるいは、もはや特定の空間に人が集まることは稀になっているのだろうか。各自がそれぞれに利用するだけで、集まる場そのものがなくなったのであろうか。

最近の新聞に掲載された理髪店の記事は、地元の人たちが長く通っていたことを伝えている。

香川県の高松港にある理髪店は「鳥つなく 港の理髪店／高松 船で通う憩いの場」という見出しで報じられている。この店には瀬戸内海に点在する島の人々が訪れる。「港で朝から晩までやっているのは便利。島から出てきて散髪するのは気分転換になる」という利用者のコメントが紹介される。父を継いだ58歳の理容師は、「散髪中に耳にした一人ひとりの経歴や性格を記憶して気の合いそうな顧客同士を紹介することもある。集まった人が互いにつながる『サロン』にしたいと考えている」(朝日新聞2016年11月4日夕刊(大阪本社版))

奈良県の少年刑務所内で60年続いた理容室が閉店する記事がある。「散髪するのは2年間の理容科の職業訓練を終了し、理容師の国家資格を取得した受刑者」であ

る。そして「常連客は地元住民。毎日、約10人が訪れる」。20年通っていた客は「あるとき、いつも散髪してくれた受刑者がいなくなった。出所したと知り、『陰ながら喜んだ』と語る」(朝日新聞2016年8月29日(大阪本社版))。

福井県のJRの駅舎にある理髪店では、切符売場の小窓を通して「孫は元気かいな」「もう高校生なんよ。写真あるで。見る？」と世間話が聞こえ、シャキシャキとハサミの音がする。もとは駅前であり、理由があつて閉じようとした時に、駅の業務も担当する「簡易委託駅」として駅舎の中に移転した。72歳と67歳の夫妻にとつて「駅舎は仕事場であり、憩いの場であり、癒やしの場だ。電車が来る1時間も前に来て夫婦と世間話をする人、海水浴のついでに髪を切っていく人、暖を取りに来る人、涼んでいく人(中略)。多くの人が『ここにいてくれてありがとう』と感謝の言葉をかけてくれるのが、夫妻の生きがいだ」(朝日新聞2015年12月4日(大阪本社版))。

人が出入りする場としての理髪店は、同じ人が同じ店に通い続けて常連客となる。この常連客たちは、同じ所に住み続けている男たちのことである。基本的には、散髪をしてもらう客であるが、世間話をしたり、暖をとったり、同好の士が集まる場所でもある。こうして、新聞記事に登場する理髪店は、継続的な人間関係が形成されてきた場所として描かれる。

日本の理髪店は、江戸の中期という近世に誕生した比較的新しい空間である。共同体のなかで、寺や寺院は古くからある。その寺院に起源を持つという銭湯も、江戸時代には、床屋と並んで普及したようである。それから現在に至るまで、理髪店は男性が「散髪」をしてもらうために定期的に行く場所として存在してきた。大都市を念頭におけば、共同体のメンバーが出入りする場から、特定のことごとに同好の士が集まる場へと変容したという加藤の論考は、幕末から現代に至るまで共同体という結びつきが弱体化してきたことを傍証するものともいえるだろう。

さまざまな人たちにインタビュを重ねてきたアメリカのスタッツ・ターケルの作品に『仕事！』がある。いろいろな仕事をしている人たちのインタビュ集である。このなかで、シカゴで43年仕事をしている理容師が、都会と田舎の理容師は違う、と話している。

ダウンタウンをはずれた理髪師はまた違う意見だ。田舎だとみんな友達でもっと親しい。いっしょにボーリングにいたり、魚つりにいたり、狩りにいたり、つて具合さ。ここじゃあ、たとえばある重役さんがくる。二週間に一回、週末にくる。それから急に見かけなくなる。どこに住んでいるのかもわからない。田舎なら、同じ床屋でもここでやってるおれたちより権威つてのがある。「ターケル『仕事』」310」

ここまで触れてきた理髪店に関する第一の解釈は、人が集まる場所としての側面に焦点をあてたものである。つまり、共同体における役割ないし意味という観点からの解釈である。これによれば、共同体の男たちの中心に理髪店が位置することになる。常連客たちは、定期的に、同じ理髪店に通うのである。

3. 入りにくい場所

常連客として同じ理髪店に通っていけば、あえて新しい店を探す理由はない。逆にいえば、常連客ではない男にとって、新たに理髪店を選ぶのは容易ではない。筒井康隆のエッセイが示唆しているとおり、新しい理髪店に行くのには、勇気が必要である。外から見ると、決め手になる手がかりはなく、入って実際にやってもわからないと何も分からないのである。

常連客が集まる場としての理髪店は、裏返していえば、入りにくい場所である、ということである。二番目の解釈として、この側面について考えてみたい。客として新しい店に入りにくいということは、店の側からいえば、新規の客が入ってくるのを待つということになる。1992年に東京都が出した『理容店開業の手引き』という冊子には、次のような記述がある。

理容店の場合、「売物は技術だ」という考えがあるために店頭は比較的地味なものになります。しかし、これだけ競争が激しい中で顧客に入店してもらうためには、店舗が目立たなければなりません。まして、新規に開業

する店舗は店頭をはじめ店舗全体で、ファッション性をアピールするような店舗プランニングが必要です。〔東京都商工指導所相談部『理容店開業の手引き』20-21〕

そして、「店頭部分」「客待ちスペース」「施術ルーム」のそれぞれについて、「留意点」が指摘されている。まず、「店頭部分」については、料金や「施術時間や待ち時間を表示することも重要」だとしつつも、主眼は、「はじめての顧客」に「推察」してもらう情報だという。

はじめての顧客は、店頭を見てその店の特徴や技術そして従業員の接客などあらゆるものを推察せざるをえないのです。ですから店頭では、「ファッション性」を力を入れている店です」とか「ゆったりとくつろげるように気配りを入れている店です」とかいう情報をできるだけ提供する必要があります〔同、21〕。

技術と接客を「推察」させ、客に入ろうと思わせる店舗づくりは、現実的にどこまで可能なであろうか。筒井康隆のように、店の名前だけで、しかも自分の思い込みで間違っていた店名だけで、入ってみようとはさせないほど、新しい理髪店に入ることは容易ではない。

筆者の通う散髪屋の大将によれば、新規の人は、二回目に来るかどうかがすべてだという。大将は、35年前にシヨッピンセンターの向かいに店を構えた頃のことを振り返って、次のように語る。

人が通るやん。嫌でも来てくれるやん。いっぺん、どんなかなあ思て、お客さんも、分かんけど、寄るやん。それで、よかつたら、寄ってくれるやん。(中略) あんなところ行っても下手や、言われたら、そんな噂たつたら、うわーと広がるやん。ほな、もう、絶対あかへん〔原田2016、516〕。

客からすれば、推察どおりか、それ以上であれば、「よかった」と判断してその店に通う。この「よかった」かどうかは、「店頭部分」「客待ちスペース」も「施術ルーム」も含めて、すべてが大将のことを気に入るかどうか、ということだろう。それは、入って散髪してもらおうことによって初めて判断できることであり、一回の勝負ということになるだろう。

理髪店の特徴は、ひとりの理容師がひとりの客に「施術」をするということにある。このことは後に考えてみるが、客として入ったあとの問題は、先客がいるかどうかである。『理容店開業の手引き』では、「客待ちスペース」に関して、次のような助言がなされている。

理容店の場合は、他の業種と違って待ち時間が長いのが特徴です。待つている間に顧客を退屈させてしまつては、新規客の固定客化は期待できません。最近では、客待ちスペースを広くとる傾向がみられます。

店内全体の広さによって制限もあるでしょうが、ゆったりとくつろげる応接セットを揃え、音楽や雑誌を楽しみながら時間待ちができるような雰囲気づくりが大切です。なお、テレビ番組は個人によって好き嫌いがあつたので、設置する場合でも音量に注意するなどの配慮が必要です。

いずれにしても、顧客一人一人が思い思いにくつろいだ時間を過ごすことができるような配慮が大切です。『東京都商工指導所相談部』『理容店開業の手引き』²¹⁾。

待ち時間が長いけれども退屈させない。しかも、「一人一人が思い思いにくつろいだ時間を過ごす」。理髪店は、散髪の技術や接客とは違う次元の設備と配慮が求められる場所でもある。「客待ちスペース」をつくることで、次の客を、散髪をしている空間から切り離すことができる。一人一人の客が、自分独自の判断で、通う店を決めているから、散髪をしている客と待つている客を切り離すことも必要になつてくるのである。「ゆつくりとくつろげる」場で待つということとは、同じ店に入つて待つ客同士を切り離すことでもあるだろう。

客同士を切り離す方法のひとつは、予約制であろう。しかし、僕の通う理髪店の大将は、予約制をとらない。その時間に必ずその客に対応するとすると、「今、散髪できるかなあ」と思つて入つてきた人を断らないといけないし、たとえ早く終わったとしても、その余つた時間は、次の予約客には使えないからである。[原田2016、4-5]

4. 理髪の中身

客が理髪店の中の椅子に座ると、理容師は、およそ9つの手順で仕事をする。バリカンでの刈り込み、鋏での刈り込み、梳き、仕上げ、シェービング、洗髪、頭と肩のマッサージ、ドライヤーを用いた乾燥、最後の仕上げ、である。[原田2017]。ここでは、このうちのいくつかについて、改めて考えてみたい。

(4-1) 髪を切る

髪を切ることだけは、自分でするのはむずかしい。先客も多く利用しており、待ち時間が短く、短時間で終われば、日常の時間のなかに組み入れやすい。こうした、髪を切ることだけに特化した理髪店が登場したのは、必然であるかもしれない。「10分で千円」という髪を切ることの特化した「QBハウス」という「理美容チェーン」は、1996年に第一号店を開いている。

31歳の理容師の仕事ぶりが、新聞で紹介されている。

「そろえるくらいで」。初老の男性がヘアカットの要望を伝えると、「耳は少し出してよろしいですか」など、間髪入れずに幾つか確認をした。着席から約50秒後にカットに入ると、ゆったりとしていながらもリズムミカルな動きで、一切りごとに確実に髪を落としていく。「いかがでしょうか」「はい、どうも」。こざつぱりした男性が満足げに立ち上がったのは、着席の約9分後。丁寧に見送ると手早く席を掃除して、次の客を通した。『朝日新聞』2016年2月8日、夕刊」

この理容師が働いているのは、東京・新宿東口店である。全国で五指に入る忙しい店で、午前11時から午後9時の営業時間内は、ほとんど行列ができる。客から追加のカットを求められないように、「カット前のオーダーの聞き取り」が重要だという。「イメージが決まれば無心で手を動かし、なるべく少ない手数で仕上げるよう意識する」。

このチェーンの創業者は、元は商社に勤めていて、1万5千円もする理髪店の常連だった。急いでいた時に、いつもは1時間かかるところを30分でやってもらったが、料金は同じだったという【『朝日新聞』1997年5月26日夕刊】。

冒頭で紹介した加藤秀俊の論考では、たとえ15分で髪を切るだけになっても、わずかに数十センチほどしか離れていない口と耳とで、理容師と客とは話をするだろうし、理容師は自分の聞いたおもしろい話を、別の客に伝えるだろうと展望されていた。しかし、「休みの日にわざわざ出かけて髪を切りにいくのではなく通勤途中などに手軽に散髪を済ませたいというニーズ」に対応したこのチェーン店では、「世間話をゆつくりする間もなくカットが終わると「エアウォッシャー」という吸引機で毛くずを吸い取る」だけである【『日経流通新聞』2000年12月5日】。

こうして、髪を切ることに限定すれば、理髪店では10分だけ我慢すればいいということになる。筆者の通う理髪店でも、前稿（原田2017）に記したように、約43分の時間のなかで、髪を切る部分だけを計算すれば、バリカンでの刈り込みが約3分、ハサミでの刈り込みが約5分、そして梳くの約3分、合計で約11分である。43分の「散髪」に対して筆者は4000円を払っているが、このチェーン店では、髪を切るだけで10分に約1000円を払う。つまり、時間当たりの値段は同じなのである。

散髪とは伸びた髪を切ることであり、と割り切れば、特定の理容師の店に通わずに、毎回、最初に「要望」を伝えて理髪師に確認してもらい、その通りにできれば充分であるということになる。

（4-2）剃る

髪を切る、顔を剃る、洗髪をする、乾かす、仕上げる。この過程は、どうしても40分ほどの時間を必要とし、客は椅子でじっとしていなければならない。子供には

我慢しにくい姿勢と時間である。理容師は、そのあいだ、客の頭部を見続け、髪と襟足、顔に施術をする。理髪店に行くのは、伸びた髪を切ってもらう目的であるが、「散髪」には、約10分の髪を切るだけでなく、髪の間髪と顔を剃ること、洗髪し乾燥して仕上げることも加わっている。10分で髪を切ることに特化する店もあるが、カミソリを使わず、洗髪もしないので、理容師は客の髪をハサミとバリカンで切るだけであり、客の皮膚に直に触れることは、ほとんどない。普通の理髪店では、髪を整えるだけではなくて、容姿を整えるのである。

作家の角田光代は、ヘアメイクの人から「床屋さんについて顔の産毛を剃ってみて、すごいんだから」「びつくりするほどつるつるになって、化粧ノリもよくなるの」と言われた。しかし、女人禁制と思うほど理髪店に女性客が入っているのを見たことがない。その話を聞いて数年後、角田は自宅の近所にある床屋さんの前をおりかつたときに「まさにありつたけの勇気を振り絞って、入ってみた」。その結果は、聞いたとおりであった。

ひゃー、と思うほどのつるつる加減。すごい、すごい、と顔を撫でさすりながら帰った。「角田光代「床屋さんのこと」22」

それからは、数か月に一度、床屋さんに通うことになった。

あの仕上がりのすごさと気持ちのよさを知ってしまったら、もういかずにはいられないのである。【同】

次に揚げるのは、本連載で以前に紹介した、ある歌人の作品である。

散髪の帰りの道で会う風が風のなかではいちばん好きだ

【岡野大嗣『サイレンと犀』】

この風の気持ちよさは、髪を切ったことによるものというよりは、襟足や顔を剃っ

てもらい、顔を洗ってもらい、その直後に首から上の皮膚が感じる気持ちよさである。理髪店に髪を切りに行くという私たちの習慣は、伸びてきた髪が耳にかかるのを避けるという髪の長さに関わるのはいうまでもないが、理容師の手によって首から上の皮膚が、いわば更新される気持ちよさなのである。20日から1か月、1ヶ月半、2ヶ月という、それぞれの間隔で定期的に皮膚が更新されることにも意味があるといえるだろう。

(4-3) 頭と肩のマッサージ

作家の村上春樹は、床屋でマッサージをしてもらっても「ただただくすぐったいだけだった」と記している。肩が凝っていないのに肩を揉まれるのは「それはそれでけっこう苦しいものである」。しかし、理容師は「プロフェッショナルに一生懸命」やっているから、やらなくていいです、とは言いい出せなかった。

だから何十年も毎月毎月、これはある種の人間修養なんだと思いつつ唇を噛んでじっと耐えていた。床屋に行くという何でもなさそうな一事をとつても、人の人生というのがバラの園ではないことはよくわかる。

〔村上春樹「床屋で肩こりについて考える」155〕

理容師のテキストでは、次のように説明されている。

理容マッサージとは、主に頭部を対象とするマッサージであり、ヘッドマッサージ・体調を整えるあん摩・神経を落ちつかせる指圧などを適宜に組み合わせるものである。方法としては、シャンプー後の頭皮や毛髪に養毛料、育毛剤を塗布し、マニピュレーション（機器を使わず、手指だけでマッサージすること。手技）によって頭部・頸部・肩の部分に適度な刺激をあたえる技術である。〔日本理容美容教育センター『利用技術理論2』138〕

このマッサージによって、頭皮の生理機能を高め、毛髪を健康にするだけでなく、

神経や筋肉の働きをよくする、という。また「リラクゼーションをあたえる」「痛みを和らげる」という目的もある。しかし、肩が凝らずに「リラクゼーション」も必要ないと考える人にとっては、村上が指摘するとおり「それはそれでけっこう苦しいものである」。

ところが、村上は、最近になって、マッサージが「それほど苦痛ではなくなってきた」と記し、「少しは肩凝りの兆候が出てきたのかもしれない」という。

くすぐったさは昔に比べてずいぶん軽減されたように思う。おかげで床屋に行くのが昔よりずっと苦痛ではなくなってきた。人というものは、こういふうちよつとしたことの積み重ねで歳をとっていくものなのだろう。〔村上春樹「床屋で肩こりについて考える」156〕

筆者も同じように感じてきたのであるが、それはやはり、歳をとってきた証なのであるのか。

それにしても、理容師の行う施術には、髪を切る以外の要素が多く含まれている。時間としても、40分余りのうち、髪を切るのは10分ほどにすぎないし、村上のように、マッサージが苦痛であるという客もいるのは事実である。

5. 日常の関係から離れる場

一人ずつの客を切り離すという側面は、日常生活のなかで理髪店に行くという意味を考える手がかりにもなる。そこで、第三の側面として、日常生活のなかで散髪に行くことの意味について考えてみたい。

東京で長く名店として知られる「理容米倉」という理髪店がある。その主人の米倉近は、ある対談のなかで、次のように語っている。

しかしね、忙しい人でも、たとえば大谷竹次郎さんなんか、毎日のようにうちに来てましたよ。みんなに、「君忙しいのによく床屋に来てね」とい

われると、「ここは私のいちばんの慰安所だ」というんですよ。「家にいても人が来る。会社に行っても人が来る。自分でヒゲ剃る暇もない。ここに来てるあいだはだれも来やしない。ここは私の慰安所ですよ」といつてましたよ。

〔米倉近「米倉の『週刊・アムステル』」11〕

大谷竹次郎は、実業家で、松竹を創業した人物である。そういう人にとって理髪店は、日常の人間関係から一時的に離脱できる場所となる。

理髪米倉の三代目の社長となった孫の米倉満は、理容の仕事について、「生きてる人体を素材にして、然も大切な頭、顔に施術を行い、同時に、官能的満足感をも与えるのです」と定義している「米倉満『床屋の真髓』2」。そして、次のように説明する。

ごく簡単に見える職人仕事ではございますが、この仕事は、所謂、こつや、勤や、器用ぐらいの事では、到底出来るものではございません。（中略）愚かなくらい、自分で経験を重ね、技術を身につけていく以外ないのです。

（中略）また理容師の仕事は技術さえ身につければいいというものでもありません。

理容の場はお客様にとつては安らぎの場でございます。

心を開いて、自分の好きな本や音楽、映画など趣味のお話をされる方もいらつしゃれば、熱心にお仕事のお話をされる方もいらつしゃいます。鋭利な刃物を持っている私の前で、すやすやと寝息をたてておられるお客様もいらつしゃるのです。

それだけリラックスされておられるということでしょう。

〔米倉満『床屋の真髓』3〕

文筆家の松浦弥太郎も理容米倉の常連である。父親が、髪が中途半端に伸びているのを嫌う人で、子供の頃から、「だらしないから今すぐ床屋に行つてこい」と叱られたという。それから現在まで、三週間に一度、床屋にかよっている。

床屋で理髪してもらうのは、きれいに刈ってもらうだけでなく、マナーとしての身だしなみを整えるという意味において、怠つてはいけない大切なことである。髪型云々よりも手入れがきちんとされていて、清潔感があるかどうか身だしなみの基本である。それは生き方にも通じるだろう。（中略）土曜日は休日であるが、理容米倉に行くときは、ネクタイを締め、正装をしていく。そして一流の技術とサービスを堪能する。「松浦弥太郎『続・日々の100』」23〕

飲食店に入ると同じかもしれないが、ここでは、接客とまではいなくても、客に対応する人間がいて、誰か他の客もいるだろう。放つておかれるとしても、客に対応すべき誰かが待機している。一方、理髪店では、ひとりの理容師が自分のそばで頭を整えてくれる。放つておかれるどころか、必ず一対一で対応してくれるのである。そこには密接な関係が生じる。その密接した極めて積極的な関係は、同時に、他のすべての人との関係を遮断してゼロにしてしまう関係でもある。

いうまでもなく、この関係は、客が理髪店の中にいる間だけのものであり、外に出してしまえば、ゼロになってしまう。そして、世間話をするにしても、無言であっても、あるいは客がうとうとしたままであっても、理容師は、その客に対して他のだれも近づかせようとはしないのである。理髪という作業にだけ専念しているという事は、客を一切の人間関係から解放してくれるということでもある。一対一で客を守っているということもできるだろう。

近年は、「若い男性客が美容室に流れ、『おっさんがおっさんの髪を切る業界になつてしまった』といわれる理容業界であるが、『エステなどのサービスを組み合わせた高級感のある床屋が人気だ』とも報じられている「朝日新聞2017年7月31日夕刊（大阪本社版）。そうした接客は、米倉のような歴史のある理髪店が長年にわたつて築いてきたものであろう。

しかし、これは、あくまで大人の話である、ということもできる。

1947年生まれの作家・立松和平は「団塊の世代」である。大都市の郊外で生きる若者を描いた『遠来』三部作をはじめとして、高度成長期の日本を表現した

作家は、後年、文字どおり『晩年』という作品で、少年時代の経験を描いている。

私は子供の頃から父に散髪をしてもらっていた。中学生までは坊主刈りだった。刈ったばかりは髪長さにはらつきがでた。虎刈りである。二、三日すれば虎の縞は消え、まわりの子供たちも大体虎刈りであった。顔を剃ってもらった後、顎のあたりが血だらけになることがあった。そもそも剃刀は切れなかったし、石鹸もよく塗らずに剃刀を当てるので、子供の柔らかい肌には痛かった。痛いので動く、また切れる。長時間じっとしてなければならぬ床屋は、つらくて恐怖であった。『立松和平「晩年」237』

理容師ではない素人でも、バリカンとハサミと櫛で髪を切り、カミソリで剃ることが出来る。ここで取り上げたのは、末尾の部分に着目するためである。筆者も同じような体験をしたが、多くの子供にとって、散髪は、「長時間じっとしてなければならぬ」時間である。理髪店に行くにしても、素人の大人にやってもらいしても、じっとしているのは、苦痛である。

子供は、人間関係がゼロになってしまうような場所には、行きたくないだろう。しかも、たとえ一時間弱とはいえ、そんなに「長時間」じっとしていなければならぬ空間には、入りたくもないだろう。筆者の個人的な経験からすれば、子供の頃、自宅からいちばん近い散髪屋の店主は、きわめて饒舌な人であった。しきりに問いかけてくるのが苦痛であった。それであれば、立松が描いたように、父親がバリカン、ハサミ、櫛で髪を整え、剃刀で剃ってくれる自宅の散髪のほうが楽であった。じっとしていることは苦痛ではあるが、自宅でやってもらうから理髪店ほど拘束されることはない。何ととっても日常の時間と空間のなかで、その一部として散髪が行われるのである。

理髪店は、非日常の場として、ふだんの人間関係から切り離してくれる場所である。1ヶ月に一度という客から毎日やってくる客まで、定期的に入る。その度ごとに、客は、他のあらゆる関係から解放されるのである。つまり、理髪店のなかでの人間関係は、ただ理容師との一対一の関係に限られる。そう考えてみると、定期的

に、一対一の関係を持つ相手なのであるから、理容師がどのような人物であり、気が合うかどうかということは、極めて重要な側面だといえるだろう。じっとしているのが苦痛であるのか、定期的に訪れるのが楽しみであるのか、それは、理容師と客一人ひとりの関係性次第ではないだろうか。

6. 一対一の関係の場

入りにくい場所であるが、一度入って気に入れば、常連客となる。日常生活を送るなかで、髪は毎日0・3〜0・5ミリ伸びている（『世界大百科辞典』）が、毎日気にすることはないだろう。しかし、一定の期間が過ぎると、気になって訪れることになる。

『理容店開業の手引き』には、「人材育成」についても記述がある。

理容師の人材は、技術が優れていることが必要条件であることはいうまでもありません。しかし、他店で優秀な技術者が自店にとっても同じように優秀な技術者と考えられるかというと、必ずしもそうとは言えません。その店にとって優れた人材というのは、調髪技術が優秀だけでなく、その店の客層に合せた接客技術や顧客への髪型の提案、顧客との会話の仕方などすべてを総合したものです。『東京都商工指導所相談部『理容店開業の手引き』24』

この側面について、少し考えてみたい。

理髪という行為は、理容師と客との一対一の関係のなかで遂行される。客は椅子に座ったままで、首から上を理容師に委ねて、理容師は「施術」をする。髪を切る、顔を剃る、洗髪をする、乾かす、仕上げる。この過程は、短くても40分ほどの時間を必要とする。

理容師が客の髪と顔に対して働きかける仕事であるために、二人は密着することになる。この施術のあいだ、理容師は肉眼で客を見ると同時に、前の鏡でも客を見

ることができると対して、客のほうは鏡をおして理容師を見るといふ非対称的な関係に置かれる。

この「施術」のあいだ、二人は、専門職とその客という関係に置かれると同時に、その時間をどのように過ごすかという、まったく別の関係の場に置かれてもいる。

二人が話をする場合には、鏡をおして対面することが多い。客は鏡に視線を向けつつ話に集中することができる。しかし、理容師のほうは、常に施術をしつつ、並行して話をする。客に向けて直接あるいは鏡をおして視線を向けることはできるが、それが施術を妨げてはいけない。

理屈の上からは、理容師は客からは何よりも施術をすることを求められている立場である。しかし、実際には、接客、すなわち客とのやりとりをしなければならぬ立場でもある。

米倉満は、先の引用箇所でも客との関係を記していたが、次のようにも述べている。

お客様のお話はその方の内面と深くつながっております。それに対して理容師が適当な相づちしか打てなければ、お客様とのコミュニケーションはそこで終わってしまいます。対等に議論をする必要などございませんが、様々な話題に対応できる知識をもつて、その都度、自分なりの考えや感想を述べさせていただければ、コミュニケーションは深まり、よりいっそうお客様を理解できるようになります。それは、自ずと施術にも反映されてくるのでございます。〔米倉満『床屋の真髓』4〕

しかし、それは、単に耳馴染みのいい言葉となった「コミュニケーション」と片付けられることではない。米倉は、店の女性技術者とともに、ある美容院を訪れて、技術は優れているものの、ずっと「しゃべり通し」だったことに閉口している。

確かに会話は大切ですが、その日に読んだ新聞の三面記事の話や、自分が最近体験したどうということもない話を面白おかしくされても、対応に困り

ます。だいいち相手をしているだけで、疲れてしまいます。

お客様にリラククスしていただくためには、ときにはしゃべらないことも大切なでございます。

ことにお客様のご機嫌が悪いときは、しゃべりすぎるのは禁物です。（中略）そういうときは、何も気づいていないふりをいたします。言葉を発さずに、施術を通してお客様と会話をさせていたただくのです。

こちらが平常心を保って、施術をさせていたたくうちには、お客様の心の中にわだかまっていたものも次第に溶けていくのでございます。それこそ、お客様が今日、米倉に来られた一番の目的なのです。

お客様が、いらいらした顔をお見せになるということは、理容師にとってむしろ喜ぶべきことなのです。何故なら、それだけ心を開いてくださっている証拠なのでございますから。〔同、98-99〕

一対一の関係性がある場面を、他に探してみよう。

タクシーの場合、運転手は、自動車の運転をしている。それは、客がどのような人間であるのかとは直接関係を持たない。むしろ、外の状況、周囲の車、自転車、歩行者、信号、これから通る道がどういう状況であるか、時間はどれくらいか。そうした自動車の外の状況を判断、推測しつつ、操作をする。乗せている客を、客の目的地に運ぶという仕事である。ミラーをおして顔を合わせることもあるし、助手席に座った客とは近接している。しかし、客の身体に向いて、その身体を対象に仕事をするのではない。

医者は、患者の身体の一部を対象とし、その部位に対して働きかける。会話があるとしても、基本的には、それは身体の状態を把握するためのやりとりである。治療を円滑に進めるに際して、患者との関係性も重要ではあるだろうが、中心は治療そのものにあるだろう。

スタッズ・ターケルがインタビューをした理容師は、シカゴで40年以上のキャリアを持っているが、やはり会話と沈黙について語っている。

仕事中はほかのことは考えられない。客の頭に集中するか、それとも客が話したような話題を何か話すか、だ。床屋っていうのはなんでも話さないといけない。野球、フットボール、バスケットボール。その時やっているもの全部さ。ほとんどの床屋が、宗教や政治のことはさげてるよ。(笑う) スポーツのことを知らない床屋はまあいいね。

(中略) いつだって客の意見とくいちがうことはない。もし客がこっちに同意を求めてくれば、こっちは質問をしないだけさ。(中略) こっちが何党かってことを客にわからせない。客の嫌いな党派を口に出しかねないからな。そんなことになったら仕事に響くよ。

スポーツのことなら意見が分かれてもいい。ファンはみんなちがうからね。客は、仕事のこと、やらないといけないことを忘れるためにやってくるから、テレビを見せるのもいい、と、この理容師は語る。

たいていの客は座ったらリラックスするよ。みんなもう何もしたくない、って感じ。ただ座って目をつむる。最近目はつむる客は少なくなったが。以前は眠らせてもらえなけりゃ散髪させないっていうやつがいたよ。「ターケル、308-309」

僕の通う理髪店の大将も、同じことを語っている。

話して、うまいことフィーリングおうたら、また来てくれんのんちゃう？しゃべるのも、適当にしゃべって、な。もうこれぐらいでええかと思て。もう、しゃべらんようにすんのも、ひとつのテクニクやろうなあ。うん。あんまり、べたべた、はじめから終わりまで、しゃべつたら、ちよつとなあ：お客さんも、しんどいやろ「原田2016、10」。

なかには、まったく話をしない客もいるという。

座ったら、もう、目つぶらはるわ。ほな、もう、そんな人は、僕、ぜったい、しゃべっていかへんねん。うん、しゃべりに持っていかがへんねん。お客さんは、うちへ来て休憩しようと思てるから。散髪屋行ったら、寝れる、というね。やっぱ、会社とかそんなところ行つてはる人やつたら、それは思うやろな。そやから、僕はもう、そういう人には、はい、いらつしゃいませ、言うて、それで終わりや。一言もしゃべらへんよ、終わるまで。はい出来ましたよ、言うて。もう、何にもしゃべらへん。うん、それでええねん、その人は。そいで納得いつてきてくれるから。絶対、また来はるもんな「同上」。

話題を選び、客が座って目をつむり眠るようだったら、会話をしない。客の様子によつては声をかけないこともある。座ることも、テレビを見ることも、「入ってくるまでやってたこと」も忘れて、休憩をする場所としての理髪店。それを可能にするのは、理容師の対応である。大将に、じつと座っているだけの客がいちばんやりやすいのではないかと問うと、こんな答えが返ってきた。

目、つぶってくれるのが一番ええ。こないして座つてな。ほな、こつちも、しゃべらんでええやん。それが一番ええ「同上」。

客が目をあけている限り、ハサミやクシの使い方や、手際など、鏡に写る動作も見えている。施術の結果としての仕上がりの過程も見えている。しかし、理容師としては、施術の対象としてじつと座り、目をつぶって、施術をみていないほうがやりやすい。しかも、黙っていてくれれば、話をしなくてもいいので、施術に専念できる。それは、客が理容師にすべてを任せている姿勢なのである。

理髪店を訪れる客は、理容師の施術と「接客」について判断する。筆者が話を聞いた常連客のように、「大将の人柄」に惹かれて来ているという人も多いことだろう「原田2016」。ひとりひとりの常連客について、どう散髪をするのかという施術の側面と、どういうやりとりをするかと満足してくれるのかという側面とが、毎回、実践で試されている。その結果として、「よかつたら、また寄ってくれる」と

いうことの繰り返しなのである。

7. 理髪店という場所

ここまで、理髪店という場所について考察してきた。

理髪店は、長いあいだ、共同体のなかで、男が定期的に通う、あるいは集まる特別な場所であった。常連客になるまでは、外から判断して選ぶことは容易ではなく、入りにくいところである。入ってしまったら、日常の関係からは切り離されて、理容師との一対一の関係に入る。それは、施術、すなわち散髪をしてもらうためであるが、その間の時間をどのように過ごすのかということも、重要な側面となる。

理容師は、およそ次の9つの手順で仕事をする。バリカンでの刈り込み、鋏での刈り込み、梳き、仕上げ、シェービング、洗髪、頭と肩のマッサージ、ドライヤーを用いた乾燥、最後の仕上げ。

髪を切ることは、全ての人間が避けられないことである。自分で切ったり、だれか素人に頼む方法もあるが、多くの人は理髪店か美容院に行つて、資格をもった専門家に切ってもらっている。江戸の中期から専門家が登場したのであるが、髪を切り、ひげを剃るという作業は、そのあいだだけは、実質的には自分の首から上を一人の他者に委ねることである。間近にいて手入れをしてくれている専門家一人との密接な関係がすべてであり、他のだれとも関係を持つことはない。つまり、日常の人間関係から切り離される時間となる。理髪店という特別な空間は、そういう特別な時間を提供する場である。

主として男性の「容姿を整える」技術と、一対一での人間関係。この二つの「技」において客を満足させるのが理容師という仕事であり、それを実現する場所が理髪店と呼ばれる特別な空間である。120パーセントの水準で満足度の高いと大将が自信をもって送り出してくれる「容姿」を、客のほうは自分で確認することはできない。大きな鏡を前にしているが、自分の頭部がどのように見えているのか、他人の判断について自分では分からない。したがって理容師を信頼するしかない。筆者の通う散髪屋さんの大将は、500人ほどだという顧客のひとりひとりについて

て、誰の頭をどのように整えてきたのか、全て覚えているし、一目見ただけで分かるという。客の頭を整えるための時間は、その部分に限定すれば、客のほうは、ただじっと全身を委ねる時間となる。約40分という時間、頭を整えつつ、どのように対応するのがいいのか、という好みも覚えているが、その日によって、話をしたいのか、黙っていたいのか、うとうととしていたのか、瞬時に判断している。

筆者が行きつけの散髪屋さんと、最近10回の時間を計測したところ、最長で43分となった。今年（2018年）73歳になる大将は、手がおぼつかなくなればやめざるを得ないという。今のところ、その兆候はないが、「1時間もかかっている、あかん」という。つまり、客が身を委ねるのは、長くても40分のあいだである。

短時間で髪を切るだけのチェーン店では、10分を目安としている。40分と10分とは、一対一の対面的な人間関係にちがいがあろうか。二人の人間が、数十センチの近くに、二人きりでいる。理容師は、客の首から上を見続けている、客も、見ようと思えば、前の大きな鏡をとおして、自分の頭の様子と、理容師の仕事ぶりの一端を見ることができるといえる。ここに、理髪店の立場からは「顧客との会話の仕方」という異質な要素が入り込む可能性がある。繰り返し述べてきたように、個々の散髪の場合において、この「会話」が入り込むかどうかは、一律には言えないことである。

かつて、ジンメルは「社交（性）」について述べていた。

社交性は現実に対して、たんに形式的な関係をもつにすぎないから、そこには現実との摩擦がみられない。しかしいづれにしても、いっそう敏感な人のばあいにもいえることだが、社交性は現実から意味と豊かな象徴的生命を引き出すわけで、こうしたものが大きければ大きいほど、社交性は明らかにますます完全となる。そして、浅薄な合理主義は、つねに意味と豊かな象徴的生命とを具体的な諸内容のなかだけにとめていた。「ジンメル『社会学の根本問題』83-84」

ジンメルという「社交」とは、菅野仁によれば、「関係そのものを楽しむ関係」である。「何か獲得すべき目的や利害に左右された関係ではなく、純粹に他者との関係を味わい、楽しみ、享受する態度を前提とし、そうしたあり方を求めた関係」である。そして、「社交的心性の本質」とは、「他者への繊細な配慮性とそれにもとづいて関係そのものを味わおうとする態度」なのである。「菅野『ジンメル・つながりの哲学』228-230」。

改めて考えてみると、理容師が客の髪を切り、剃り、洗い、ドライヤーで乾かして整えるという一連の過程は、「具体的な諸内容」であり、その間、約40分のあいだに、二人がやりとりをするとすれば、それは正しくジンメルという「社交」である。理髪店とは、現在の私たちの日常生活において、「社交」という相互作用を可能にする稀有な場であるということになる。この「社交」は、40分余り続く理髪という「具体的な諸内容」があるからこそ成立するのであるが、「浅薄な合理主義」からすれば、なくともいいものである。

8. 結 び

2018年5月16日、散髪に行った時に、また大将と話をした。1995年の震災前には、市内で470軒ぐらいあった理髪店が270軒ほどになった。大将のところでも、近くに低料金の理髪店ができて客が移っていったという。そこは二千二百円であるから、大将の店の四千円と比較すれば、「二回行けるやん」という。

僕 …まあ、安いかあ。

大将…安いわ……まあ、頭なんか、毛が短かくなったらええ、という人……お金持っても、そんな人、ようけおるよ、そんなもん。毛なんか、耳にかぶってへんかったらええわ、という人、ようけおるよ。格好なんか、構ってへん……それと、あと、そやなあ、僕と、まあ、話が合って、「ああ、俺としゃべって、おもしろいなあ」とか、そういうふうな人やつたら、絶対、余所いかへん。

僕 …40分、45分、話をするのが……

大将…そう、それが楽しみでな。

僕 …プラスやと思うか、10分で、黙って、ちゃちゃっと、掃除機で吸い取ってもうて終わりにするか。

大将…そやな。もう、そういう店に行く人は、もう、そういう人やな。あんまり喋るのが嫌とか、会話が、もひとつ好きやない人。

僕 …スマホ、ずっといじって……ここへ来て、スマホいじっている人とか、いいひんやろ？

大将…そんな人、いるかいな。スマホなんか……俺が怒るわ。

僕 …怒る？

冒頭で紹介した加藤の論考では、散髪時間が欧米のように短くなったとしても、

15分間の「ゴシップ交換」が行われる「世間話の媒体」として、つまりは相互作用の場として理髪店は機能し続けるだろう、と展望されていた。しかし、実際には、通常の理髪店を利用して理容師との「社交」を楽しむ人たちは、少なくなっているのだろう。黙っていても、話をしていても、鏡と椅子を前にした二人の男だけの空間であった理髪店は昔のものとなり、ただ髪を切るだけの店が増えつつある。

そして、歩いていても、食事をしていても、友人と話をしても、つまりは、どこにいて誰と何をしていても、自分の都合で手元の画面をみる。そういう日常が当たり前になりつつある。それなら、散髪のあいだ、画面に見入るのも、何の「問題」もない、普通のことなのである。

対面的な相互作用は、いろんな場面で消えつつあるが、理髪店という場の移り変わりには、それが如実にあらわれているということが出来る。他者との関係を純粹に楽しむ「社交」を避けて、あるいは、そもそも試みようとすることなく、相互作用を伴わない「具体的な諸内容」だけが一方的に伝えられる世の中が到来しているのであるか。

文献

- 朝日新聞 2015年12月4日（大阪本社版）。
 朝日新聞 2016年8月29日（大阪本社版）。
 朝日新聞 2016年11月4日夕刊（大阪本社版）。
 岡野大嗣『サイレンと犀』2014年、書肆侃侃房。
 桂米朝『上方落語 桂米朝コレクション3』2002年、ちくま文庫。
 角田光代『床屋さんのこと』『世界は終わりそうにない』2018年、中公文庫（原著は2015年、中公公論新社刊。初出は、2008年から2013年に読売新聞ウェブサイトに「ヨリモ」に「筆の向くまま」として連載）。
 加藤秀俊『床屋』『都市と娯楽』1969年、鹿島研究所出版会（初出は、『SD』1968年10月号）。
 菅野仁『ジンメル・つながりの哲学』2003年、日本放送出版協会。
 笑福亭仁鶴『仁鶴の落語』1974年、講談社。
 ゲオルグ・ジンメル『社会学の根本問題』阿閉吉男訳、1967年、教養文庫、社会思想社。
 Georg Simmel, *Grundfragen der Soziologie (Individuum und Gesellschaft)*, 1917.
 『世界大百科事典』(2006年改訂版) 平凡社。
 スタッツ・ターケル『仕事』中山容他訳、1983年、晶文社。Studs Terkel, *Working: people talk about what they do all day and how they feel about what they do*, 1974, Pantheon Books.
 立松和平『晩年』『立松和平全集』第27巻、2014年、勉誠出版（単行本は、2007年、人文書院刊）。
 筒井康隆『行きつけの床屋さん』『筒井康隆全集 第24巻』1985年、新潮社（初出は『小説現代』1983年11月号）。
 東京都商工指導所相談部『理容店開業の手引き』1992年。
 日本理容美容教育センター『利用技術理論2』2015年。
 原田隆司『非日常の空間—理髪店の社会学（一）』『甲南女子大学研究紀要 第52号 人間科学編』2016年。
 原田隆司『容姿を整える—理髪店の社会学（二）』『甲南女子大学研究紀要 第53号 人間科学編』2017年。
 松浦弥太郎『続・日々の100』2015年、集英社文庫（原著は2011年、青山出版社刊）
 村上春樹『床屋で肩こりについて考える』『村上朝日堂 はいほー！』1992年、新潮文庫（原著は1989年、文化出版局刊）。
 米倉近『米倉の『週刊・アムステル』銀座百点会編『銀座百点』No.209、1972年4月。
 米倉満『床屋の真髓—男を高め、男を癒す銀座の老舗の技とサービス』2010年、講談社。

A Place of Interaction: A Sociological Study of Barbershop (3)

HARADA Takashi

Abstract : This is the last part of a sociological study of barbershop based on a interview research. Over three hundred years, the barbershop in Japan have been a community centre where local customers visit at periodic intervals. In other words, it has been an exclusive place. Barbers cut and arrange hair of the customers. This process consists of nine steps: cutting roughly with clippers, cutting roughly with scissors, thin out with scissors, trimming with scissors, shaving, washing, massaging head and shoulders, drying, and finishing. During this process, a barber and his customer are in face to face interaction or sociable interaction. But in recent years low price barbershops have been popular. In such shops, barbers just cut hairs within ten minutes without any interaction with customers.

Key Words : barbershop, interaction, sociability, sociology

要旨 : 日本の理髪店(床屋)は、江戸時代の中期に誕生したとされる。コミュニティのなかで男性たちが出入りする公共の場であり、仲間づくりの場としても意味があった。こうした主として常連の客が出入りする場であるということは、新しい客にとっては入りにくい閉鎖的な場であるともいえる。

客が理髪店の中の椅子に座ると、理容師は、およそ9つの手順で仕事をする。バリカンでの刈り込み、鋏での刈り込み、梳き、仕上げ、シェービング、洗髪、頭と肩のマッサージ、ドライヤーを用いた乾燥、最後の仕上げ、である。この理容師の仕事は、客との一対一の関係のなかで行われる。40分ほどの間、二人は身体を近接している。会話を楽しむ、無言で過ごす、寝る、など、客の状況はさまざまである。

理容師は、ひとりの客に対して、髪と皮膚に施術をすという仕事を遂行しつつ、一対一の関係を良好に維持しなければならない。二人の男性が近接した状況で、相互に関連性のない異質な二つの作用が並行して行われることが、理髪店という場の特徴である。

誕生から長い間、理髪店は、文字通り一対一の相互作用の場であり、ジメルという「社交」の機会であった。しかし、現在では、日本の理髪店は多様化している。客が正装をして訪れるような高級な理髪店がある一方で、10分ほどで髪を切るだけの低料金の店が増えている。そこでは、もはや、理容師と客との相互作用はみられない。

キーワード : 理髪店、相互作用、社交、社会学