

客引きとスカウトは何故いなくなるのか ——歓楽街のストリートにおける法と経済

“The Life” on the Street: Law and Economy of Japanese “Pimps”

武岡 暢

Toru TAKEOKA

Abstract

Since the end of WWII, the sex industry in Japan has existed primarily indoors and has comprised not individual businesses, but rather organizations. Since 1956, actual prostitution has been prohibited by law, but various types of sex industries without intercourse, such as “massage parlors,” have flourished. Tokyo’s indoor sex industry is invisible from the outside, unlike street prostitution; therefore, soliciting becomes the key factor for the shops to acquire customers and female employees. This study uses in-depth interviews and non-participant observations to examine the structure of soliciting for the sex industry in Tokyo. “Pimps” who solicit people are of two types: one solicits customers, while the other recruits female employees. They are two different professions and have role divisions. They have different remuneration structures, but also share similar, highly visible working styles on the street. We found that pimps have a positive and negative effect on the sex industry and on women. They often cheat customers and destroy people’s “trust” in the whole local economy, and avoid the exit of women from the trade. However, at the same time, they make the local economy vibrant and help women work in a higher paying shop more safely. Despite its positive function, their visibility tends to be the target of law enforcement as part of urban gentrification. However, there is no assurance that the enforcement makes districts better than the present, because the enforcers lack the understanding about pimps.

1. はじめに

本稿の目的は歓楽街の路上における「客引き」ならびに「スカウト」の活動を、法による統制ならびに経済的合理性との関連から分析し、なぜこの2つの職業が長年にわたり歓楽街に存在し続けているのかを明らかにすることである。歓楽街の客引きは主として風俗営業等に客を勧誘する職業であり、スカウトは風俗営業等で勤務するよう女性を勧誘する

職業である。詳細については後述するが、彼らはまったく異なる職務内容と報酬構造を有しており、同一人物が両者を兼務することはほとんどない。そのように異質な存在である彼らを一括して扱うのは、1990年代以降世界的に見られた、大都市における法的取締り強化の対象という共通性を持っていることによる。東京において取締り強化は必ずしも具体的な法執行（逮捕や収監）に結びついていないものの、客引きとスカウトは取締り対象の筆頭格とでも言うべき扱いを受けている。しかし、彼らが具体的にどのような活動を行ってどのように報酬を得ているのかについてはほとんど何も知られていない。ニューヨークやアムステルダムなどでも取締りのターゲットとなった性産業の集積する区画である歓楽街の社会的性質についても、実態把握が不足しているのは同様である⁷⁾。

社会学者のロイック・ヴァカンは、ゼロ・トレランスと呼ばれる不寛容な警察政策によって街頭の「無秩序」や「軽犯罪者」が狙い撃ちにされる傾向が、ネオリベリズムと密接に関連し合いながらここ10年のあいだに急速に先進諸国に広がったと論じている（ヴァカン 2011）。日本における客引きとスカウトに対する近年の取締り強化は、このような諸外国の動向と軌を一にしていると考えられる⁸⁾。客引きとスカウトは1990年代より前から、既存の法令によってすでに禁止されていた行為を生業とする、元来「違法」な存在だった⁹⁾。近年全国的に制定されているいわゆる迷惑防止条例は、すでにその活動内容が違法であった客引きとスカウトの両者を、可視的な「迷惑」という観点から取り締まろうとするものである。たとえば東京都の「公衆に著しく迷惑をかける暴力的不良行為等の防止に関する条例」（以下「迷防都条例」）では、以下のように条文が定められている。

第七条 何人も、公共の場所において、不特定の者に対し、次に掲げる行為をしてはならない。

（中略）

三 異性による接待（風適法第二条第三項に規定する接待をいう。以下同じ。）をして酒類を伴う飲食をさせる行為又はこれを仮装したものの提供について、客引きをし、又は人に呼び掛け、若しくはピラその他の文書図画を配布し、若しくは提示して客を誘引すること（客の誘引にあつては、当該誘引に係る異性による接待が性的好奇心をそそるために人の通常衣服で隠されている下着又は身体に接触し、又は接触させる卑わいな接待である場合に限る。）。

四 前三号に掲げるもののほか、人の身体又は衣服をとらえ、所持品を取りあげ、進路に立ちふさがり、身辺につきまとう等執ように客引きをすること。

五 次のいずれかに該当する役務に従事するように勧誘すること。

イ 人の性的好奇心に応じて人に接する役務（性的好奇心をそそるために人の通常衣服で隠されている下着又は身体に接触し、又は接触させる卑わいな役務を含む。以下同じ。）

ロ 専ら異性に対する接待をして酒類を伴う飲食をさせる役務（イに該当するものを除く。）

六 性交若しくは性交類似行為又は自己若しくは他人の性器等（性器、肛門又は乳首をいう。以下同じ。）を触り、若しくは他人に自己の性器等を触らせる行為に係る人の姿態であつて性欲を興奮させ、又は刺激するものをビデオカメラその他の機器を用いて撮影するための被写体となるように勧誘すること。

上に掲げた第七条の三と四は客引きに、五と六はスカウトに関する条文である。街頭の「無秩序」に対する取締り強化の動きは止まることがなく、2012年7月1日の施行に先だつて開催された、迷防都条例改正に関する東京都議会の議事録からは、スカウトの「待つ行為」そのものを規制しようとする意図が読み取れる（東京都平成24年警察・消防委員会速記録第三号、平成二十四年三月二十一日（水曜日））。

しかし、2013年1月現在、度重なる規制条例の改正にもかかわらず、客引きとスカウトは歓楽街の路上で活動を続けている。これは取締りに何らかの不徹底や欠陥があつてのことなのだろうか？それとも客引きやスカウトは警察に逮捕されるリスクを冒すに足るほど魅力的な収入を約束してくれるのだろうか？法令改正や取締りは彼らの活動にどのような影響を与える／与えないのだろうか？冒頭の「客引きとスカウトの活動を法による統制と経済的合理性との関連から分析する」ということで意味していた本研究の目的とは、まずもってこれらの問いに答えることである。

2. 先行研究

歓楽街で働く客引きとスカウトは紛れもなく性産業の一部分を構成するが、日本ではそもそも性産業に関する先行研究の数が極めて限られている。いわゆるキャバクラ、ホステスクラブで働くホステスに関して一定の蓄積がある他には、性風俗については要友紀子と水島希による『風俗嬢意識調査』が貴重な調査研究としてあるのみで（要・水島 2005）、性産業における組織構造や男性の役割についての研究はほとんどない。

これはある程度まで欧米にも共通している傾向である。性産業の経済構造や参入経路に関して行われた手堅い実証研究は、ほとんどが路上で働く売春婦を対象としている（Rosen and Venkatesh 2008; Moffatt and Peters 2004; Edlund and Korn 2002; Weitzer 2000; Phoenix 1999; Ahlburg and Jensen 1998）。日本の客引きとスカウトを兼ねたような職業として欧米には“Pimp”と呼ばれる男たちがいる。彼らは売春婦と客のあいだを取り持ち、売春婦が客から暴力をふるわれたりすることを防ぐ一方で、売上の一部をピンはねするため、しばしば「ポン引き」などと訳される。これについては、メキシコで主に人身売買に近いかたちで性産業に関わるPimpに関する研究や（Zhang 2011）、Pimpに支配されている売春婦／支配されていない売春婦の比較を社会病理学的観点から行った研究（Norton-

Hawk 2004)、暴力などによっていかにPimpが売春婦を支配しているかを詳細に明らかにした研究 (Williamson and Cluse-Tolar 2002) などがあるものの、いずれもPimp本人への聞きとりが欠如していたり、性産業が位置づけられるべき文脈であるところの歓楽街との結び付きが無視されていたりする欠点がある。そもそも、欧米では路上の売春に関する研究の蓄積は厚いものの、室内の性産業はほとんど顧みられてこなかったのである (Murphy and Venkatesh 2006: 135)。

以上の様に、歓楽街の客引きとスカウトについて、日本はおろか欧米においてもほとんど何も知られていない。このような先行研究の状況を鑑み、本研究ではまず客引きとスカウトの職務内容と報酬構造を記述的に明らかにし (4節)、その後彼らがその一部分をなすところの歓楽街の地域経済との関係について分析する (5節)。最後に結論として法と経済の観点から客引きとスカウトを位置づけ、歓楽街のストリートにおける彼らの存在をどのように理解することができるかを示す (6節)。

3. 対象と方法

本研究では日本を代表する歓楽街である新宿区歌舞伎町とその周辺で働く客引きとスカウトを取り上げる。この対象選択は、歌舞伎町が近年の日本における割れ窓理論的政策の「モデルケース」として扱われていることから重要である。

具体的には、一名の客引きと一名のスカウトにインタビューを行った。客引きの男性は40代の元暴力団員であり、何回目かの収監を終えて出所後、暴力団から脱退し客引きになった。スカウトの男性は20代で、6年間建設補助職に従事した後にスカウト業に転職した。

また、歌舞伎町やその周辺での客引きやスカウトが活動する路上での非参与観察を延べ20時間以上実施したほか、風俗業関係者や商店街組織の関係者、自治体職員、警察関係者へのインタビューも行った。本稿で言及される各種調査はすべて2010年から2012年のあいだに実施されたものである。

4. 職務内容と報酬構造

(1) 客引き

客引きは別名「キャッチ」とも呼ばれ、日本の歓楽街では路上で多数の客引きが活動している。歌舞伎町の中央を東西に走るメインストリートである花道通りでは、全長600メートルほどの路上に延べ1000人ほどの客引きがいるとも言われる (風俗業関係者への聞きとり)。

彼らのもっとも一般的な活動内容は、路上での通行人に対する声かけである。声かけの内容は「キャバクラ2時間飲み放題三千元！」とか「おっばいいかがですか！五千元！」

などである。客引きは一般的に言って「店付きの客引き」と「フリーの客引き」に大別できる。店付きの客引きはその名の通り各店の従業員としてそれぞれの店に客を勧誘するものであるのに対し、フリーの客引きは店舗に所属せずに様々な案内先との関係を保持している。店付きの客引きは各店舗の経営構造に深く関わっており、単独で取り上げることは難しい。個別店舗の経営にまで踏み込んだ記述を行うことは紙幅の都合上かなわないため、本稿ではフリーの客引きのみを取り上げることにする。

フリーの客引きは通常3人から10人程度のグループで活動している。彼らはそれぞれのグループごとに暴力団に対して月に3万円から5万円程度のみかじめ料を支払っており、各々が暴力団から割り当てられた活動範囲である縄張りを持っている。縄張りの外で客引きをすれば他の客引きや暴力団員から注意されたり、暴力や金銭的な制裁が課されたりする。

ひとりの客引きが案内先として関係を持つ店舗は300から400程度あると言われ、その種類はキャバクラ、ヘルスから「フィリピンクラブ」、「おっぱいパブ」、「韓国マッサージ」まで多様である。客引きはそれぞれの店舗に客を案内した際に得られる報酬（「バック」と呼ばれる）について、それぞれの店舗とのあいだで取り決めを行っている。この取り決めは大きく分けて定額制と歩合制の2種類がある。定額制における定額部分と歩合制における歩合はそれぞれ店舗ごとに決められている。たとえばあるキャバクラは客が支払った料金の40%を客引きに支払う（歩合制）。また別のヘルスは客の支払いから一万円を取り、残りは客引きに支払う（定額制）。

客引きには利益を生み出すためのいくつかのテクニックがあるが、そのうちのひとつは「パス」と呼ばれる。パスとは客引きが他の客引きやさまざまな店舗とのあいだで客を紹介し合い、紹介料を折半する仕組みのことである。つまり彼らはサッカーの試合でボールを「パス」し合うように、歓楽街で客を紹介し合うのである。たとえばある客引きがなじみのキャバクラAのフロントから電話を受け、「今うちのお客さんが帰るところなんですけど、どこかもう一軒行きたいらしいから案内してやってくれないか」と頼まれたとする。客引きはキャバクラAの客を別の店舗Bに案内し、その案内先の店舗Bから得た紹介料を、キャバクラAのフロントと折半するのである。この折半について気前のいい客引きは、さまざまな店舗からより多くのパスを得られるようになる。

お店側も、これはもう居酒屋からもパスもらって。「この人は信用できるので」って。それで居酒屋の店長にも半分バックする。だからけっこうパスも多いです。ホストクラブからももらいますし、おなべバーからももらいますし。でもそれを自分はカネずるくしないで、半分バックして。（客引きのインフォーマントの語り）

客引きが用いるもうひとつのテクニックが「手出し」である。これは客引きが自身のポ

ケットマネーを客に与えることによって信頼を得ようとするテクニックである。もちろんこのポケットマネーは紹介料から出ている。つまり、客引きは自身の取り分をディスカウントし、その金額を直接客に握らせることによって、客は結果的に安い料金で店舗を利用できるようになる。

お店は6千円でしか入れないので、自分千円出しますから、って言って入れても、2落ちなので、お店の取り2千円なので、バックは4千円。それで自分は一番お客さんいっぱい持ってる。(中略)自分は常連を。手出ししても、損して得取れじゃないですけど。(客引きのインフォーマントの語り)

客引きのインフォーマントは、客が大きい金額を使った場合はタクシー代を握らせることもある、と語った。手出しの恩恵にあずかった客は客引きに信頼感を覚えるだけでなく、ときにはその客引きの常連客となる。「遊びに」きた常連客は、お気に入りの客引きを探して歓楽街を歩き回ることもあるという。

(2) スカウト

今回聞きとりを行ったスカウトのインフォーマントは、新宿駅周辺で働くスカウトの数を100人から200人程度ではないかと思積もった。彼らは主としてさまざまな風俗営業店に女性を紹介することによって収入を得ている。

彼らの活動内容は「ナンパ」によく似ている。つまり、街頭で女性に声をかけるのである。声かけの内容は、「キャバクラとか興味ないですか?」とか、「ちょっとだけお話いいですか。怪しい者じゃないので。お小遣い稼ぎませんか?」などである。スカウトも客引きと同様に暴力団にみかじめ料を支払っているが、その金額は客引きよりも少ない上に、スカウトの活動場所は指定されていない。つまりどこでもスカウト行為を行うことが可能である。

スカウトは女性を紹介する紹介先の店舗と「契約」を結んでいる。これは書面ではなく口頭で交わされるものだが、実質的に多額の経済交換を拘束するルールとして機能している。「契約」は「買い取り」と呼ばれるものと「永久」と呼ばれるものに大別でき、それぞれ接待系の風俗営業店(キャバクラなど)と、性風俗特殊営業店(ヘルスなど)との区別に対応している。

「買い取り」契約の形式はキャバクラなどの風俗営業店に適用される。紹介した女性が一定期間その店舗で勤続すると、紹介女性1人あたりおおむね10万円前後がスカウトに支払われる。つまり、店舗が10万円でスカウトから女性を「買い取る」のである。

これに対して「永久」は性風俗特殊営業店に適用され、紹介した女性はその店舗で働き続ける限り、その女性の給与の15%程度に当たる額がスカウトに支払われ続ける。つま

り、スカウトは「永久に」、紹介女性の勤務から利益を得続けられるのである。

スカウトは以上のような風俗営業店での勤務だけではなく、美容院やネイルサロン、不動産屋に至るまで、ありとあらゆるものを女性に紹介すると言う。これらの紹介からは全てスカウトに紹介料が発生するが、それは副次的なものである。スカウトに最も利益をもたらすのは風俗営業店への女性の紹介であり、美容院などに紹介することは風俗営業店への紹介を可能にする、女性からの信頼を獲得するための手段なのである。「買い取り」と「永久」について言えば、「買い取り」に比べて「永久」がはるかにスカウトの利益になることは一目瞭然である。もちろん歩合制なので女性が性風俗店でどの程度の売上を上げるかにもよるのだが、延べ「最低百万は」スカウトに利益をもたらすという。しかしキャバクラ等に比べてヘルスやソープは女性にとって抵抗感が大きいため、信頼の構築が重要になる。そのため、様々な紹介を行う他に個人的な悩みの相談などを受けることも多く、女性を「世話してる感じ」になると言う。インフォーマントによれば、スカウトは簡単に高収入を得ていると一般に思われているかも知れないが実際にはそんなことはなく、スカウト業を「やってみたらいいですよ一回」と語った。

同時に、スカウトは店舗の信頼を得ることに注意を払う。例えば今回聞きとりを行ったスカウトのインフォーマントは、女性の挨拶の仕方や基本的な礼儀作法について口うるさく注意するという。それは個人的な「ポリシー」であるほかに、紹介先の店舗に対する配慮があるとも語った。後述するように、スカウトはときに女性の報酬について店舗と交渉する場合もあり、店舗とのあいだの「信頼」の関係を非常に重視しているのである。

5. 地域経済に対する両義的性格

(1) 客引きの両義性

1) 風俗営業はどんな広報手段を持っているか

日本における風俗営業の広告は公式、非公式に強い制限のもとにある。

まず公式には、「風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律」（以下「風適法」と略）に以下の条文がある。「第十六条 風俗営業者は、その営業につき、営業所周辺における清浄な風俗環境を害するおそれのある方法で広告又は宣伝をしてはならない」⁴⁾。風適法について2002年に警察庁生活安全局長名義で通達された「風俗営業との規制及び業務の適正化等に関する法律等の解釈運用基準について」（以下「解運」と略）では、風適法の曖昧な条文に対して以下のようにより具体的な説明が加えられている。

第16 風俗営業の規制について（中略）

4 広告及び宣伝の規制

（中略）

(2) 内容

ア 清浄な風俗環境を害する等この法律の目的に反するものに限る。

イ 視覚に訴える広告・宣伝にあつては、典型的には衣服を脱いだ人の姿態や性交、性交類似行為、性器等を描写するもの、営業所内で卑わい行為が行われていることを表すもの（中略）等が規制の対象となる。

（中略）

エ なお、単に店名及び料金のみを表示する広告・宣伝、単に色彩が派手である広告・宣伝等は、清浄な風俗環境を害するおそれがあると認められる場合を除き、規制の対象とならない。また、建物の外観は、それが広告又は宣伝に当たるものと解されない限り、本条による規制の対象となるものではない。

この場合の「広告又は宣伝」とは「公道、駅前広場等」における広告物や「プラカード」、「ピラ配り」、「公衆電話」における広告などを指している（解運第16-4（1）ア）。つまり、一般に目につきやすい場所では「店名及び料金のみを表示する広告・宣伝」のみが認められるが、「営業所内で卑わい行為が行われていることを表すもの」と見なされれば規制の対象となる。風俗営業の広告に対しては、店内でのサービス内容を表示することができないという強い制限がかけられているのである⁹⁾。

他方、非公式には一般的な新聞やテレビなどにおいては風俗営業の広告は忌避され、いわゆる夕刊紙やスポーツ新聞、風俗情報誌や無料案内所、インターネット上の風俗情報サイトなどでの広告料が高騰している。たとえば風俗情報サイトでは、簡単な店舗の紹介の掲載だけで月に10万円程度の広告料がかかり、目立つ場所にバナー広告を置くなどの場合にはさらに追加料金がかかると言う（風俗営業関係者への聞きとり）。

2) 地域経済活動の活性化？

風俗営業に関して以上のような状況が存在することによって客引きの価値は高められている。客引きは明らかに広告機能を有しているし、報酬は完全に出来高制である。これは情報誌やウェブサイトへの広告費が高額であるにも関わらず「ほとんど広告からは〔客は〕来ない」（風俗営業経営者への聞きとり）こととは対照的である。

さらに客引きは風俗営業店と密接に連絡を取り合うことによって、需給調整の機能を果たしている。例えば、その日の客の入りが悪いと見た店長が客引きに対して「今日は千円安くてもいいですから、あと女の子ドリンク一杯サービスしてもいいですから」と電話をかける場合がある（客引きのインフォーマントへの聞きとり）。これは客引きにとっても客に対して安い料金やよいサービスを提示できるため、声かけの成功率上昇につながる好ましい申し出であり、言うまでもなく客にとっても歌舞伎町にある無数の店舗のなかから割引を行っている店舗の情報を得ることができる点で有益である。

また、先述した「パス」は、店舗にとっては客の要望に応じて「もう一軒」のお店を客引きで紹介させることで、客からも好感を得られるだけでなく客引きからも紹介料の一部を得られる。そして客は客引きの媒介によって別の店でさらに支払いを行うのである。

客にとっての客引きの存在価値は割引だけに求められるわけではない。まずもって客引きは客が行きたい店に行くことを可能にする。歌舞伎町は約600メートル四方の区画に3000軒以上の風俗営業店が存在し、料金やサービス、女性のタイプなどそれぞれに特色がある。この膨大な集積の中で、客引きは客の嗜好と店のタイプのマッチングを行うことができる。客引きが有する以上のような効果はすべて地域経済に対してポジティブな役割を果たしていると見ることができる。

しかし、当然ながらそれが客引きの全てを説明するわけではない。客引きのほとんどは客にはじめに提示した金額よりもはるかに高額な会計を要求する「ぼったくり」であると言われる（客引きのインフォーマント、ならびに風俗営業関係者への聞きとり）。ぼったくりの客引きは「ぼったくり店」と結託して利益を分配している場合も多い。歓楽街におけるぼったくり行為は全国的によく知られており、歓楽街の店舗の評判にとってネガティブな影響を有している。言い換えれば、ぼったくり店と客引きが行うぼったくり行為により、歓楽街全体の信用が損なわれているのである。ある風俗営業関係者は、ぼったくりの客引きについて以下のように語った。

あいつらは客が払った金額の20%とかが自分の報酬になるから、客が1万円しか払わないよりは10万円払ってくれた方がいいですよ。あるとき、ある客引きに対して「そんなことしてたらお客さん来なくなっちゃうよ」って冗談めかして言ったんですよ。そしたら返事が「どうせ俺がやらなくても誰かがぼったくる。それなら俺がやった方がいいでしょ」。

(2) スカウトの両義性

上述の通り、スカウトの報酬構造は仕事に応じて高額な収入を可能にし、年収はしばしば3000万円から5000万円ほどにもなる。このような高額な収入は性産業のなかでスカウトがいかに重要な役割を果たしているかを一面から物語っている。例えば、あるデリヘル⁶⁾のオーナーは従業員女性の60%ほどがスカウトの紹介による就業であると語った。風俗営業店の経営者は常に求人誌やウェブサイトに出しているが、「広告を見て来た女の子がかわいいとは限らない」と言う。女性の「魅力」は風俗営業にとって根本的な構成要素であり、スカウトは選択的に街頭で声かけを行うことによって優れた人材の安定供給を可能にしていると言える。これは性産業における離職率の高さという観点からも重要である。つまり、店舗は常に新しい女性従業員を必要としているのである。

女性の「魅力」に関して、もちろん、スカウトでも常に優れた容姿の人材を確保できる

とは限らない。しかしスカウトは店舗の人事機能を部分的に引き受けており、この点に関して店舗には女性の容姿に関係なくスカウトを利用する利点がある。例えばキャバクラにおける女性の勤務に関して、時給や出勤日数、ノルマなどの条件についての折衝を店舗が行うのではなく、スカウトが事前に合意点を見つけた上で店舗に紹介するのである。風俗営業店の労務管理は標準化の程度が低く、一人ひとりの従業員に対して個別の対応が必要とされる。また、店舗の人事担当者は現場監督をするマネージャーや店長と職掌が未分化であることも多く、女性の容姿やこれまでの業績を勘案して時給を折衝することは、その後の勤務における摩擦の原因ともなる。スカウトのインフォーマントによれば、労働条件の調整について「かわいい子は簡単」であり、「かわいくない子が時給1万円ほしい」と要求してきた場合に、その時給では雇用できない理由を丁寧に説明するのがスカウトの仕事だと言う。

また、スカウトは取引関係にある店舗からの女性の引き抜きをしてはならない、という暗黙のルールが存在する。ただでさえ離職率の高い業界において引き抜きが許容されていれば、店舗の経営はより不安定なものとならざるを得ない。この暗黙のルールから逸脱してしまった場合は高額な「罰金」が課せられる。罰金支払いの強制力は当然フォーマルな権力には求められないが、業界内で情報が行き渡ることによって、支払いをするか、東京で仕事ができなくなるかの選択に追い込まれることになり、一定の拘束力を持つとされる。

店舗だけでなく女性従業員にとってもスカウトはポジティブな役割を果たしている側面がある。例えば「あのお店は、女の子がだめになるから連れて行かない方がいいよ」という情報があれば、そういった店をスクリーニングするという。女性が性産業内で長く安定して勤続するほどスカウトは利益を得られるので、「女の子がだめになる」ような店を紹介しないという選択は極めて合理的であると言える。同様に、スカウトは女性の収入が最大化するように店舗間の移籍、移動を手助けする⁷⁾。これもまた、「永久」タイプの契約においては女性給の歩合でスカウトの収入が決定されるため、女性の収入を最大化させる戦略はスカウトにとっても合理的である⁸⁾。以上をまとめれば、スカウトの媒介によって、女性従業員は性産業内部においてより安全により高額の収入を得ることができるのである。

しかしここにも、歓楽街の基幹労働力である女性従業員に対してスカウトが有する両義性は潜在している。既に述べた通り、スカウトにとっての合理的選択は女性をより長い期間働かせ続けることであると考えられる。つまり、女性の性産業からの退出はスカウトにとって明らかに好ましくない。しかし、言うまでもなく、性産業における労働には雇用の安定性が存在せず、女性従業員は長期的には経済的に不安定な状態に置かれている。このような状態から抜け出すための主要な方法はフォーマル経済での就労であるが、スカウトがこれを援助することはない。女性が性産業での労働という一種の不安定就労に留まるこ

とを補助しているという意味で、スカウトは女性従業員の長期的な経済安定性に対してネガティブな効果を有しているのである。

また、不安定な職業であるにも関わらず、性産業で稼得された賃金はいわゆる「あぶく銭」のように見なされやすい（風俗営業関係者への聞きとり）⁹⁾。ここには、性産業に就労している女性とスカウトとのあいだに一種の共犯関係が成立していると見ることができる。つまり、女性の「あぶく銭」に対する需要をスカウトが満たしている、という構図である。この構図のもとでは、女性が一度は性産業から退出することができても、再び性産業に「出戻り」をすることがほぼ不可避となるだろう。ある風俗営業関係者は、「うちの女の子で一回ですばっと辞められるひとはほとんどいない。大抵は戻ってくる」と語った¹⁰⁾。

以上を要約すれば、スカウトが歓楽街の基幹労働力である女性従業員に対して有する機能とは以下のように理解することができる。ポジティブな面としては、女性と店舗の適切なマッチングを店舗に代わって行うことによって潤滑化し、しかも女性がより安全により高額な収入を得られるような役割を果たす。しかし同時にネガティブな面として、女性にとって長期的な安定性を欠く性産業での就労に、女性が留まることを補助してもいる。性産業で就労した後のキャリアパスが不明確で不確実であることは、女性の性産業への就労意欲を抑制する波及効果もあるだろう。つまり、短期的には稼げるかも知れないが持続可能性のない就労だと見なされる限りは、性産業が望ましい就労先であると判断される蓋然性は低い。性産業への就労が女性にとって望ましくないものである限り、地域経済にとって重要な労働力の供給は常に不十分なものであり続けるだろう。

6. 結論

(1) 客引きとスカウトは何故いなくなるのか

以上、本稿では客引きとスカウトの活動内容について検討してきた。彼らは全く異なる活動内容と報酬構造を有していたが、路上で通行人に声をかける活動スタイルが有する高い可視性を共有している。この可視性は彼らの活動内容を鑑みれば必然的なものであるが、一方で商店街などの地元組織や自治体にとっては「迷惑」や「無秩序」として問題化の対象となる。取締りのための法令が近年厳格化の傾向にあることは冒頭で確認したとおりであるが、路上には以前と変わらず客引きやスカウトが数多く見られる。

言うまでもなく法の条文と執行は別個の社会過程であり、条文が存在しても法執行がなされなければ「有名無実」の法として——自動車の制限速度のように——公然と逸脱が行われることになる。今回の聞きとりからは、客引きとスカウトに対する法執行は散発的なものに留まっていることが分かる。たとえば客引きのインフォーマントは、警察官に声をかけて風俗店に案内してしまい「一回捕まりました」と語る。収監はされず罰金は「30

万]円で、3年のあいだ歌舞伎町の目抜き通りで毎晩客引きに立って逮捕されたのはこの1回だけだと言う。一方でスカウトのインフォーマントは6年間のスカウト業で検挙されたことは一度もない。周囲のスカウトが大抵一度は検挙されているので、自分もいつ検挙されてもおかしくないとは考えているが、他のスカウトたちも検挙されても「全然普通にしますよ。みんな[スカウトに]戻ってやってる」と語る。

検挙自体のリスク、つまり罰金や収監期間がそれほど重大ではないにせよ、日本のフォーマル経済での就労における「前科」への不寛容を考えれば、散発的な検挙であっても抑止力としては十分であるようにも思われる。では彼らは単に向こう見ずで非合理的な就労を続けているのだろうか。それともフォーマル経済における平均的な生涯賃金に見合うだけの収入を、常に検挙の可能性にさらされる不安定な労働のなかで得ることが出来るのだろうか。

客引きのインフォーマントは既述の通り元暴力団員であり、刑務所に3回服役したことがある。3回目の服役中に「俺はまじめにやろう」と考え、「ラーメン屋に10軒以上面接に行った」が、40歳を過ぎていたからか、もちろん前科については言わなかったにも関わらず、すべて不採用だったという。そこから、「もう必要悪だ」と思い客引き業を始め、客に喜んでもらうことをモットーとしながら、月に100万から200万円ほどを稼いでいる。

スカウトのインフォーマントは東北地方から17歳で上京し、6年間、建設補助職に就いていたが、あるとき知人にスカウト業を勧められ、最初は兼業していたもののスカウト業がとんとん拍子にうまくいったために建設補助職を辞めたという。現在では月に200万から300万円以上の収入があり、「何ておいしい仕事なんだ」と思っているが、ゆくゆくはフォーマル経済のなかで起業したいと考えている。スカウトのなかにはフォーマル経済での起業に成功した事例があると言い、このインフォーマントにとってのロールモデルとして機能している様子がうかがわれる。

彼らの得ている収入はたしかに高額ではあるが、フォーマル労働市場における制約（不採用や重労働低賃金）との関連を考慮に入れてもなお、客引きやスカウトであることが合理的選択だと見なせるのかどうかは微妙である。ここで注目したいのが、今回インタビューすることができた2人のインフォーマントに共通していた、「自分は他の客引き／スカウトとは違い、社会にとって有益なことをしている」という意識である。これは言うまでもなく、このような意識があるからこそ調査に協力を申し出てくれたというセレクション・バイアスであり、決して一般化することはできない。彼らは、「他の客引きはほとんどがぼったくりですが、仕方ないですね」とか、「女の子を騙したりするような変なスカウトはどんどん捕まえてください」と語る。

だから「ぼったくりもしないし、いつも少しでも安く客を案内しているので、信頼を得られているから」自分なんかは、「収入が」100万は切ったことはないですけど。

いままでで月に。(客引きのインフォーマントの語り)

そういうこと [スカウト業で莫大な年収を得ているとテレビで語っていた人物を検挙すること] しないくせに、その辺でこそそそやってるやつ [スカウト] を捕まえて。暇なんでしょうねお巡りさんも。あいつら [警察] こそスキマ産業ですよ。(スカウトのインフォーマントの語り)

本稿の内容はほとんどが客引きとスカウト本人たちの語りに基づいており、彼ら本人のことに限っても、その実態が、語られたとおりのポジティブな性質を有しているのかの判断には慎重にならざるを得ない。しかし少なくとも彼らの語りからは、性産業や歓楽街というより大きな社会構造の中で一定のポジティブな機能を果たしている可能性が示唆されており、これは関係する他のアクターの語りによっても一応の傍証が得られている。

彼らは彼ら自身について「必要悪」であると語り、人びとによる「需要」があるところには必ず誰かが「供給」を行うだろうと語った。2人のあいだに接点は全くなかったが、歓楽街における「需要」に対して、彼らはコミットメントと自己肯定感を持って応えようとしていた点で共通していた。客引き行為ならびにスカウト行為への肯定的な意味づけが、彼らの職業への従事に果たす役割は決して小さくない。そのような意味づけは翻って法的取締りに対する不服従の心理と、高額収入のなかに自己肯定を確認する心理を、それぞれもたらすからである。

(2) 歓楽街のストリート

冒頭で述べたように、法的取締り強化の動きは世界的なネオリベリズム的動向の一環として捉えることができる。この動向の担い手はミドルクラスの土地所有者と行政による一種の連合体であり、これは歌舞伎町においても当てはまる。土地所有者たちは客引きやスカウトの「違法性」、迷惑な見た目、そして「ぼったくり」や「女性を騙して働かせる」などの悪評について彼らを糾弾する。悪評こそが地域への投資を遠ざけ地域経済を衰退させると土地所有者たちは考えている。しかし同時に、彼らは性産業全体に対して強硬な姿勢を取ることは失敗している。土地所有者たちは性産業こそが歓楽街歌舞伎町の主要産業であることを理解しており、代替的な「地域の魅力」を模索し続けながらいまだ成功していない。つまり、土地所有者たちの態度もまた両義的なのである。

このような状況下で、客引きとスカウトの実態を把握しないままに土地所有者—行政の連合体が彼らを徹底的に排除したとしても、性産業が存続している限りは、客引きとスカウトが満たしていたニーズに別のかたちで応えるアクターが登場するであろうことは想像に難くない。しかしながら、その新しいアクターが現在の客引き、スカウトよりも望ましい存在である保証はどこにもない。本稿が明らかにしたように、客引きとスカウトは性産

業と歓楽街の経済、社会構造に深く埋め込まれている。彼らをより包括的に理解するためには、歓楽街という都市社会の文脈に彼らを位置づけることを可能にするような調査研究が今後、必要であろう。

謝辞

インフォーマントのみなさま、とりわけ本稿の大部分を占めるインタビューに応じて頂いたおふたりに深謝する。おふたりの、寛大かつ無私の協力がなければ本研究が論文として形となることはなかった。心から感謝の気持ちと御礼を申しあげる。

本稿の元となるアイディアは2012年に開催された都市社会学会大会、グローバル都市研究会、ならびに日本社会学会大会で発表の機会を頂き、それぞれ部分的に報告した。いずれの場でも極めて有益なコメントを頂き、それぞれの会の参加者のみなさまには記して感謝申し上げます。

本稿の一部は科学研究費補助金（特別研究員奨励費、10J08221）による研究成果である。また、英文校正についてはEnago（www.enago.jp）に感謝したい。

注

- 1) ニューヨーク市の売春については取締りのひと段落したあとに優れた調査研究が行われた（Thukral and Ditmore 2003; Murphy and Venkatesh 2006）。しかしこれらも、後述するような先行研究の限界である、売春婦に限定された調査である点が共通している。
- 2) ある新宿区職員はインタビューの中で、「割れ窓理論」に明確に言及しながら、これに基づいた「環境美化」について語った。
- 3) 客引きは「風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律」において以下のように全面的に禁止されている。「第二十二條 風俗営業を営む者は、次に掲げる行為をしてはならない。一 当該営業に関し客引きをすること。（後略）」。
一方、スカウトは職業安定法の「第三十條 有料の職業紹介事業を行おうとする者は、厚生労働大臣の許可を受けなければならない」とする規定に違反し、ほとんどが無許可で職業紹介を行っている。
- 4) この条文については「あまりに漠然としているのではないか」「表現の自由や営業の自由を侵害しており、憲法違反ではないか」などの質疑が昭和59年5月21日の衆議院地方行政委員会で議論されているが、この議論はその後の大勢に影響を及ぼしていないためここでは割愛する。
- 5) 条文や解釈運用基準に従って実際に法執行がなされるかどうかについては別に議論が必要なのだが、例えば新宿周辺で2000年前後に一斉に風俗営業の屋外広告が見られなくなった経緯については、今回の調査では必ずしも明らかにならなかった。条文等がこのような実態に与えた影響については、現在までに以下の2点を確認するに留まっており、今後のさらなる調査が必要な論点である。
 - (1) 新聞記事を見る限りでは、1990年代前半から少年補導員や自治体職員が違法看板を撤去する活動が報じられているが、2012年に入っても川崎駅前にある風俗店の看板撤去に取り組

む商店街の記事が見られ、全国的に包括的な対策が取られているわけではないことが分かる。

(2) 一方で、歌舞伎町周辺では電話ボックスのチラシや捨て看板は全く見られなくなっており、風俗情報誌や無料案内所といった代替的手段へのシフトが完全に遂行されている。「この変化は店舗にとっては広告費の高騰を意味したが、暴力団にとっては無料案内所を経営することで『合法的』に多額の利益を上げることができる」、という説明はひとつの可能性としてあり得るが、憶測の域を出ない。

- 6) 「デリバリーヘルス」の略で、客から電話を受けて、女性従業員を客の自宅やホテルなどに派遣し、性的サービスを提供することで対価を受け取る業態。
- 7) 風俗営業店においては「新人の女性はひと通り指名する」という客が一定数おり、店舗で働きはじめた当初はこれらの客によって一定の売上を上げることができるが、相当な「売れっ子」でない限りは概ね1年前後で売上が落ちる時期が来るという（風俗営業関係者への聞きとり）。このため、店を移籍することで収入を再び上昇させることが可能になる。
- 8) もっとも、女性がどのような条件で働くかがスカウトの報酬に影響を及ぼさない、「買い取り」タイプのキャバクラなどへの紹介に際しても、女性のこれまで在籍していた店での成績や容姿などを根拠に、その女性の時給を上げるようにスカウトがキャバクラに交渉することもあるという。これはスカウトと紹介先のキャバクラのあいだにかなり強い信頼関係がある場合に限られるようであるが、直接には自身の利益にならないような交渉をスカウトが（必ずしも女性に頼まれてもいないのに）自発的に引き受けるのは、彼らが女性との信頼関係をいかに重視しているかを物語っている。しかし言うまでもなく、この信頼関係は、スカウトがより利益を得られるような、性風俗への紹介の可能性に直結している。
- 9) 欧米の性産業においても同様の報告が見られる。性産業内で得た金銭は、“fast cash”や“easy cash”などと捉えられ、抵抗なく浪費されてしまうと言う（Jeffrey & MacDonald 2006; Phoenix 1999）。
- 10) これは、ジュリアーニ市政下の取締りでニューヨーク市の売春が室内化したことによって生じた売春の「プロフェッショナル化」が、売春からの退出を困難にした、というMurphyとVenkateshの議論とも同型である（Murphy & Venkatesh 2006）。ただし、日本の性産業に従事する女性は「プロフェッショナル化」とは異なるメカニズム——その一端はスカウトによって担われている——によって性産業に滞留しているものと考えられるが、今回は厳密な比較を意図した調査設計ではなかったため、直接的な比較対照を行うことはできない。

文献

- Ahlburg, Dennis A. and Eric R. Jensen. 1998. “The Economics of the Commercial Sex Industry.”
Martha Ainsworth, Lieve Fransen and Mead Over eds. *Confronting Aids: Evidence from the Developing World*. Brussels: European Commission.
- Allison, Anne. 1994. *Nightwork: Sexuality, Pleasure, and Corporate Masculinity in a Tokyo Hostess Club*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Edlund, Lena and Evelyn Korn. 2002. “A Theory of Prostitution.” *The Journal of Political Economy*.

110 (1) : 181-214.

- Jeffrey, Leslie Ann and Gayle MacDonald. 2006. "'It's the Money, Honey': The Economy of Sex Work in the Maritimes." *Canadian Review of Sociology*. 43 (3) : 313-327.
- 蔭山信. 2008. 『注解風営法I・II』東京法令出版.
- 要友紀子・水島希. 2005. 『風俗嬢意識調査——126人の職業意識』ポット出版.
- Moffatt, Peter G. and Simon A. Peters. 2004. "Pricing Personal Services: An Empirical Study of Earnings in the UK Prostitution Industry." *Scottish Journal of Political Economy*. 51 (5) : 675-690.
- Murphy, Alexandra K. and Sudhir Alladi Venkatesh. 2006. "Vice Careers: The Changing Contours of Sex Work in New York City." *Qualitative Sociology*. 29 (2) : 129-154.
- Norton-Hawk, M. 2004. "A Comparison of Pimp- and non-pimp-controlled Women." *Violence Against Women*. 10 (2) : 189-194.
- Phoenix, Joanna. 1999. *Making Sense of Prostitution*. New York: St. Martin's Press.
- Rosen, Eva and Sudhir Alladi Venkatesh. 2008. "A "Perversion" of Choice: Sex Work Offers Just Enough in Chicago's Urban Ghetto." *Journal of Contemporary Ethnography*. 37 (4) : 417-441.
- Sinclair, Joan. 2006. *Pink Box: Inside Japan's Sex Clubs*. New York: Abrams.
- Thukral, J. and M. Dittmore. 2003. *Revolving Door: An Analysis of Street-based Prostitution in New York City*. New York: Urban Justice Center Report.
- ヴァカン, ロイック. 2010. 「世界に拡大する法秩序の嵐——ネオリベリズムと刑罰にかんして」『犯罪社会学研究』35: 72-86.
- Weitzer, Ronald. 2000. *Sex for Sale: Prostitution, Pornography, and the Sex Industry*. Routledge.
- Williamson, C. and T. Cluse-Tolar. 2002. "Pimp-controlled Prostitution: Still an Integral Part of Street Life." *Violence Against Women*. 8 (9) : 1074-1092.
- Zhang, Sheldon X. 2011. "Woman Pullers: Pimping and Sex Trafficking in a Mexican Border City." *Crime Law and Social Change*. 56 (5) : 509-528.