

のそれと比較すると、約10倍にも膨れ上がっていることがわかる⁴⁾。こうした増加傾向は何も書籍ばかりではない。一つの例として、都市における「占いの店舗数」の動向を示してみよう。〈占いの街〉発祥の土地であると思われる、もしくは「占いのメッカ」と呼ばれる神戸市の「占いの店舗数」の動向を示したのが図表3である⁵⁾。ここから、ここ数年は横這いぎみではあるが、コンスタントに占いの店舗はその数を増加させてきていたことがわかるだろう。これらのことから、いわば占いは日常生活を構成する要素の一つとなっており、と言っても過言ではないかもしれない。とくに〈占いの街〉という占いの空間の形態の出現が、占いの日常化(生活への定着)、あるいはその需要を拡大化させる一つの契機となっているように見える。以下、〈占いの街〉という占いの空間の特徴についてふれ、そしてその特徴がどのように占いの需要の拡大化と結びついているのかについて見ていこう。

二. 占いの空間の形態とその変容

占いの師が客に占いを施す空間には、大きく四つの形態がある⁶⁾。第一は「街占」で、これは占いの師が「街頭(大道)」に店舗を開き占いをおこなう形態である。第二は「宅占」である。宅占の「宅」とは、文字通り自宅の「宅」からきており、占いの師の自宅を店舗とし占いを施す形態である。第三は「テナント」を店舗として占いを施す形態であ

る⁷⁾。第四はデパートなどの「イベント」のなかで占う形態である。例えば化粧品などの新商品が売り出される時のイベントには、「開運」などのための化粧方法を教授する占いの師たちがいるが、それがこの形態である。

第三の「テナント」での形態は、大きく三つに類別できる。第一は一つのテナントを一人の占いの師で借りきっての形態である。この形態は、一人の占いの師による経営という点で、「宅占」と同じであると言えるだろう。第二は一つのテナントを複数の占いの師で借りる形態である。この場合、同じ流派の占いの師同士で共同で借りての形態と、占いの師の間に関係がなく日替わりの交替で入る形態がある。なお、一つのテナントを衝立などで複数の空間に区別している場合もある。留意する必要があることは、その区別した空間は「個室」にはなっていないことである。この「個室」という点は次の形態との差異となる。第三は〈占いの街〉という形態である。〈占いの街〉とは、ビル全体あるいはそのいくつかのフロアに「個室」が設けられ、その個々の「個室」には様々な流派の占いの師が配置された、占いの師の店舗(「個室」)が集まる空間の形態の名称である。その「個室」そのものがテナントであることから、その点では第一の形態と言えるかもしれない。しかし「個室」ないしテナントが集まっている点で、まったく第一の形態とは異なる。

ところで、「宅占」は占いの師としての実力を必要とする形態であると言われている⁸⁾。なぜならば、

- 4) 書籍および雑誌自体の総数が増えており、図表1と2で示している増加が直接的には占いに関する関心の増加を表してはいないかもしれない。しかし、もし関心がなければ当該の書籍や雑誌記事の増加を示すことはなかったかもしれない、これらの増加は占いに関する関心を傍証していると思われる。
- 5) 図表3は職業別電話帳で作成したものである。この数値は占いの店舗の数であり、占いの師の実数を表しているわけではない。この数値には街頭で占いをしている占いの師—「街占」—は含まれていないと思われる。〈占いの街〉のような集約的形態をとる店舗は代表の電話を1~2本引いているのにしかすぎず、すべての占いの師の部屋に電話があるわけではない(ただし、携帯電話の普及により近年事情が変わりつつあるかもしれない)。例えば、「ジュエリー占いの街」では100人ほどの占いの師が登録されている。したがって、職業別電話帳の数は限定的に捉える必要がある。いわばその数は氷山の一角でしかないのである。また周知のとおり、一九九五年の一月に神戸は大地震にみまわれ、その結果例えば「ジュエリー占いの街」は一時期閉鎖に追い込まれている。その後、交通機関の回復とともに、店舗を再開した。そうしたことから、九五年の数値は再開後のものと考えてよい。
- 6) 露木まさひろ(1993)や山下嘉範(1985)によると、「街占」、「宅占」、「イベント」という言い方は、占いの師たちの世界でのスラングである。
- 7) 露木まさひろ(1993)によれば、繁華街における「テナント」での形態はとくに関西で発展してきたようである。しかしながら、露木はそうしたことを言いうる資料の出版を示していない(自らの聴き取りでえているのかもしれない)。
- 8) 露木まさひろ(1993)と山下嘉範(1985)を参照。