

援助交際における性の商品化の様相*

—— 援助交際の社会学④ ——

圓 田 浩 二**

1. 問題の所在

1996年11月23日号の米誌『News Week』アジア版の表紙を見てみよう。表紙に用いられている写真には、右手に「性感生ヘルス」の看板が見える、新宿歌舞伎町と思われる歓楽街の通りを、茶髪に白メッシュ・ミニスカートのセーラー服・ルーズソックスというコギャルファッションに身を包んで歩く、ティーンエイジャーの後ろ姿が写っている。この表紙にある「JAPAN'S DIRTY SECRET」という言葉の下には小さな文字が次のように並んでいる。「Schoolgirls Selling Sex:The New Teen Trade Raises Questions About the Country's Moral Values」。この記事では、当時日本で社会問題化していた援助交際を女子高校生の流行として取り上げ、その原因を「てっとり早くお金をもうけたい」という性の商品化に求めている。この記事のように、しばしば援助交際は性の商品化という側面から語られる。しかし、果たして性の商品化という表現が、援助交際を的確に表現したものであるのだろうか。

本稿では次の問題を取り扱うことになる。それは、「援助交際とは性の商品化の一形式なのか」という問題である。この問題を、本稿においては、

筆者が収集した事例に即して検証することになる。その結果、この問いの答えは「援助交際は性の商品化の一形式である」というものである。しかし「援助交際が性の商品化であるか否か」を論じていく過程において、これまでの性の商品化論では論じられることのなかった新しい論点が登場する。本稿ではその論点を、筆者が行ったインタビュー調査を通して得たデータをもとに、性的承認と名付けている。

これまでの性の商品化論はジェンダー（男女）間の非対称性に関して男性によって女性がモノ化され、商品として扱われるという論点を保持し続けていた。しかし性的承認という概念が導入されることによって、筆者は、このジェンダー間の非対称性という構図における男女関係を転倒させ、女性が男性によって性的価値を与えられるという論点を呈示する。この論点は、これまでの性の商品化論に全く欠けていたものである。この論点を呈示することで、新しい性の商品化論の構築を試みたい。

なお、本稿で引用されているデータは、筆者が行った援助交際を対象としたフィールドワークから得られたインタビュー事例¹⁾に拠っている。

*キーワード：性の商品化・ジェンダー間の非対称性・性的承認

**またこうじ・関西大学大学院社会学研究科博士課程後期課程

1) 援助交際の調査は1997年の5月から現在も継続し行われている。今回の論文では、1999年の6月30日までに収集した調査データ64件の中から用いている。このうち面接インタビューは45件であり、残りの19件は電話インタビューである。

なおここで使用データは、①援助交際をしたと自認し、さらに②インタビュー内容をテープに録音することを了承した女性であること、③その録音したテープの会話内容をすべてノートに記録したという、この三つの操作を満たしたものであることを明記しておきたい。

また取材相手の名前は本人が希望した名前を仮名として採用している。インタビュー内の（ ）は、筆者の補足である。またインタビュー事例の後に付いてある（ ）には、取材相手の当時の年齢、社会的身分、取材日、取材場所が記載されている。

調査方法と具体的手続き、データそのものの特性については、圓田 [1998] を参照のこと。

2. 性の商品化と売春

2-1 性の商品化論

本稿で使用する性の商品化とは、簡潔に性の商品化を定義した瀬地山にならって「性にまつわる行為、情報が商品という形で金銭を媒介として流通すること」[瀬地山 1992 p.49] という意味内容をさす。ここで言う「性にまつわる行為、情報」とは、性的身体に関わる行為や情報をさす。

まず性の商品化には、直接的なものと同接的なものがある。ここで言う間接的な性の商品化とは、性的身体に関する表象やこの身体を使用した性的なサービスが、お金や品物の量によって交換されることではなく、身体の性的な価値を高めるために、人工的な操作が加えられることを指している。例えば女性の化粧やダイエットは、社会から強いられるという面も指摘できるが、身体の性的価値を高めるためにコストをかけている点では、性の商品化と言えるだろう。また直接的な性的商品化とは、性的身体に関する表象やこの身体を使用した性的なサービスがお金や品物の量によって交換されることを指している。この直接的な性的商品化には二つの側面が存在している²⁾。

一つは性的表象の商品化と呼ばれる側面で、性的な身体を主題としたあらゆるすべての映像や活字といった情報の商品化である。これには性的な身体や行為を主題とした小説や漫画、写真といったポルノグラフィなどがある。

他方は性的サービスの商品化の側面である。これには二つのものが存在し、サービスそのものの商品化と、サービスに関わるモノの商品化である。サービスに関わるモノの商品化とは、性的行為そのものを補助するモノの商品化であり、これ

には避妊具や媚薬などがある。サービスそのものの商品化とは、性的身体を用いた性的な行為やコミュニケーションが他者にサービスとしての提供されることである。性的身体の所有者が女性である必然性は全くなく、男性の身体に性的魅力を感じる人々にとっては男性の身体もまた性的身体となりうる。女性の身体に関する性的サービスとして行われている諸行為を挙げれば、女性器への男性器の挿入を行う性行為からフェラチオやストリップまでの性的サービスを含み、またクラブやラウンジ、キャバクラ³⁾といった飲食と女性との会話を提供するサービスをも含んでいる。

また性的商品化は資本主義の成立と密接に結びついている。大まかな見取り図を示すと、土地を離れて労働力しか売ることができない労働者階級を出現することで、男性たちが賃労働者となって居住地から離れて、住居外で労働力を提供する代わりに、その配偶者である女性が主婦となって家内労働に従事する。このように近代家族の成立と資本主義は不可分に結びついている。主婦となった女性は家庭内にその生活圏を制限され、家内労働を行う。そしてセックス（性交）に関しては、家族の再生産を行うための、生殖が目的とされることになった。そこで男性にとって女性とのセックスは生殖と快楽という二つの目的に分化する。つまり主婦となった女性は家庭内で性＝生殖に従事し、主婦以外の女性の一部は賃労働者たちの売春婦となった。売春婦は有償で家庭外で性＝快楽を男性に提供する。こうして性的商品化、本稿の文脈では性的サービスの商品化が成立した。もちろん、この見取り図は十八世紀の西欧をモデルとしたものであり、現代日本にこの状況は当てはまるものではない。ここでは、性的商品化が資本主義の成立と近代家族の誕生に密接に結びついている

2) 筆者と同じように、性的商品化には二つの異なる領域があると主張する小倉によれば、「売春などについては性的身体の商品化とよび、ポルノなどについては性的表象の商品化と呼ぶことにする」[1998 p.221]。この説明には次のような欠陥がある。「性的商品化」という言葉には、「性には商品的な価値がある」ということを含意している。性という言葉は物質的な対応物を持たない抽象語であるために、この性的商品化は身体を経由して具現化する。つまり身体を介してのみ、性は語られ、行為され、商品として売買される。したがって、「性的身体の商品化」は「性的商品化」全般に当てはまることであり、「性的サービスの商品化」とするべきである。一方の「性的表象の商品化」は適切な表現であると考えられる。

3) 女性とお酒を飲むサービスを提供する酒場である。女性はミニスカートのボディコンファッションなど、性的魅力を強調したファッションに身を包んでいるのが主流とされている。1985年にクラブとキャバレーを併せた業種として登場した。

こと、この影響によってセックスの目的が生殖と快楽とに二分化したこと、この二点を押さえておけばよい。

性の商品化にはさまざまな議論が存在する。本稿では性の商品化における、性的表象の商品化ではなく、性的サービスの商品化の側面を取り上げる。ただ一点指摘しておきたいことは、「性の商品化」という言葉は、性が商品とにならないものという前提に立った上で発せられた言葉であるということである。性が商品となっはいけないという前提の供給源を性道徳に求めるとするならば、この立場から、「<性の商品化>は、商品化するというまさにそのことにおいて公となり、したがって性道徳に違反する。<性の商品化>は不道徳なのである」[永田 1995 p.17] という、性に関する非公然性に依拠した道徳説が登場する。「<性の商品化>は「人としての尊厳を害し、社会の善良の風俗をみだすものである」から悪いのである」[永田 1995 p.2]。本稿は、この道徳的な立場に関与してはいない。性道徳に限らず道徳は、時代によってある社会現象に対して全く異なる価値判断を下してきたし、現在あるとされている性道徳が時代を超越した普遍的なものであるという保証はないからである（性道徳を含め道徳は変わりうる）。性の商品化という言葉には、性道徳の存在が関連していることを指摘しておく。

次に、性の商品化の事例としての、しばしば取り上げられてきた売春について論を展開したい。

2-2 近代社会における売春の成立

売春防止法第二条によれば、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」と定義されている。この言葉から売春を成立させる三つの要件が導き出せる。一つ目は「対償を受け又は受ける約束」という箇所から何らかの代償や見返りを得る、あるいはその約束をすること、つまり代償の存在である。二つ目は「不特定の相手方」という箇所から、不特定の相手という要件である。三つ目は「性交」、つまり女性器に男性器を挿入するというセックスの存在であ

る。

先にも論じたように、近代家族制度は成人女性に対して、主婦となって家内労働に従事することを要請するが、家内労働は賃労働ではない。つまり主婦となった女性は、配偶者の労働によって得た賃金で生活を送っている。その家内労働には生殖という労働力の再生産も含まれているので、主婦もまた「対償を受け」ることで「性交」を行っていると考えられる⁴⁾。しかし特定の相手、つまり配偶者である男性と性交を行うことで、主婦は売春婦と区別される。ここからも、女性を主婦と売春婦に二つに分化する契機が資本主義と近代家族の成立にあることが推測できる。

しかし、異種同根とも言える主婦と売春婦の差異が全く別物と考えられるほどに極大化してしまったのはなぜだろう。筆者はその理由を、中世ヨーロッパで誕生したロマンチック・ラブと言われる恋愛の制度化にあると考えている。ロマンチック・ラブは異性に対する強い情熱と感情的な結びつきを拠り所としている。この情熱は時場所を問わず人を襲い、名状しがたい感情であるがゆえに神秘化され神聖視される。そして何よりも、この感情のもたらす情熱は何物にも代え難いものであるがゆえに、唯一性を強調し一対一の恋愛を成立させた。この恋愛制度と、特定の相手を配偶者とするという一夫一妻の結婚制度は重なり合い、本来代償を与え受けるという近代家族の夫婦間の不均衡を隠蔽したのである。現在でも両性の愛を前提とした結婚（恋愛結婚）が歓迎され、見合い結婚よりも価値あるものとされているのはこのためである。そして、この枠組みから漏れ出た、代償を受け不特定と相手と性交を行う女性は売春婦、代償を受けずに不特定の相手と性交を行う女性は淫婦となって、近代家族制度を称揚する社会から排斥されるようになったのである。こうして「売春は善良な女性を守った」[Vern & Bonnie 1987=1996 p.300] とされるのである。

2-3 ジェンダー間の非対称性と売春

性の商品化を売春問題としてとらえる議論から、新しい議論が登場している。一つは女性だけ

4) この問題は専業主婦売春説として認知されている。例えば、「通常、妻と娼婦は、対極のように考えられがちであるが、この両者は、全く同じ根から出ている」[駒尺 1978 p.25] という主張に見ることができる。

の売春だけでなく、男性の買春もまた同様に取り上げようとする、ジェンダー間の非対称性から脱しようとする議論⁵⁾であり、もう一つは売春など性的サービスに従事する者を性労働者としてとらえ、彼女らの権利と尊厳を守るために、運動を行うという性労働 (sex work) に関する議論である。本稿ではこの二つの問題について考察を行う。まずは性労働という観点から性的商品化について考えてみよう。

性労働という視点は、性的商品化が性を商品として扱ってはいけないという観念に抵触する。つまり資本主義の成立以来、労働力は商品化されることとなった。性的商品化、ここで言う性的サービスの商品化は、近代を問わず古代社会にも存在はしてきたにもかかわらず、近代社会では公には許されてこなかった。性労働という観点は、性的サービスに従事する者を労働者として認め、その権利を保障することに主眼がある。現にイギリスやオランダ、ドイツなどでは、性労働者に対する法的な整備がなされている。

このような性労働者の出現に対して、フェミニストたちは全く異なる二つの立場をとっているように見える。一つは性労働者を積極的に支援していこうとするグループであり、もう一つは性労働者自体を認めようとしなないグループである。性労働者を積極的に支援していこうとするグループにも、性労働者はジェンダー間の非対称性の犠牲者であり、女性が性労働者となる、あるいはならざるを得ないのは、ジェンダー間に歴然とある経済格差や、それを生み出している性差別があるからだ、主張している。例えばそれは次のように語られる。

「売春させられている女性の姿が次第に明らかになってきたが、それはポルノグラフィやマスコミが喧伝している嘘とははっきり異なっている。社会学者たちが証言するように、彼女たちは、ほとんど資産のない女性たちだ。ほとんどが貧乏で、性的暴行や強姦や虐待の経験者である」[De-lacoste & Alexander 1987=1993 p.326]。この記述では、売春婦が自らの意志に基づいて売春婦となったと主張する「ポルノグラフィやマスコミ」の「喧伝」は真実でなく、「貧乏」という女性の置かれた経済的な状態や「性的暴行や強姦や虐待」という男性による女性への暴力が原因となって、売春婦は彼女の意志に反して売春婦にさせられていることが真実であるという主張になっている。要約すれば、男性や男性中心になっている社会が、女性の意志に反して彼女を売春婦にさせているという主張である。同じ社会学者として、全く異なる事態を例示する。

それは「貧乏」や男性による女性への暴力・搾取ではなく、自らの意志で売春することを選んだ女性たちの存在である⁶⁾。女性たちが売春することを選んだ理由に、多額の報酬が存在することは否定できないが、彼女たちにはそれ以外の理由も存在する。例えば、元AV女優であり風俗嬢でもあった女性は、昼間は定職に就きながらも夜間や休日に自らの意志で風俗嬢となっている女性たちへの詳細なインタビューを行っている[酒井1998]。彼女たちにとって、風俗という仕事は昼間の仕事では得ることのできない何かを、彼女たちに与えている。それは、性的行為の中でしか得られない、性的な快楽とは異なった、コミュニケーション的な快楽であったり、心理的な安定感で

5) 売春だけでなく、買春に焦点を当てた文献として、[いのうえ 1966] や [男性と買春を考える会 1998] などがある。

6) しかし、自由意志による売春婦の存在が明らかになったとしても、これについて二つの批判があり得る。一つは、「売春婦が自由にやっているつもりは、実は社会による強制の結果であり、本当の自由ではない」[赤川 1995 p.180] に代表される社会構造としてのジェンダー間の経済力の格差の指摘である。この批判を正当なものとするには、まずジェンダー間の経済力の格差の存在の証明と、経済格差と売春婦との因果関係を明らかにする必要がある。たとえ明らかになったとしても、この問題は売春という固有の問題設定の枠を超えてしまっているのではないかと、筆者は考える。もう一つは、セックスワーカーに対して、「危険性・暴力性を帯びた性的妄想を、「労働」とか「性的サービス」の名の下で実際に受けとめさせられる女性たちの立場を考えたことはあるのだろうか。彼女らの心身に危害が及ばないことを誰も保証できない」[浅野 1999 p.221] というセックスワーカーがもつ職業上の危険がそれ以外の職業よりもずっと大きいという指摘である。この指摘に対して、この主張が現場で働くセックスワーカーの証言をもとにしていないために、「私個人から見てそうに違いない」という主観の域を超えていない。このような主張がなされることで、セックスワーカーたちが「心身に危害が」及んでいる人たちと、スティグマを押しつけられることを、筆者は危惧する。

あったりする。

筆者は援助交際に関する取材を通じて、現役の風俗嬢や元風俗嬢であったと語る女性たちにもインタビューを行っている。彼女たちが風俗嬢となる道を選択したのは、経済的な必要性のために短期間に大金を稼げるという理由で風俗嬢となったという女性ももちろん存在したが、ここで挙げるユミという女性のように、昼間OLとして働きながら、風俗嬢となっている女性もいる。取材当時、彼女は両親と同居しながら、専門学校卒業後から勤めている会社で事務職を続けながら、週末の金曜・土曜・日曜と、キャバクラやファッションマッサージ⁷⁾、ソープランド⁸⁾などで長年働いている。彼女に、なぜこの種のバイトを続けているのかという動機について尋ねてみた。

<データ1>

筆者：なぜ、そんなに長く夜のバイトを続けているんですか？

ユミ：ファッション・マッサージはもともと男に（フェラチオが下手だと）なじられたのが原因で、ソープ（ランド）は友達が行きだして、（中略）話とか聞いて「あっ、面白そう」と思って。

（28歳 OL 1998.6.13 大阪難波）

ユミが風俗嬢として働くことに関しては、経済的な動機というより、性的な行為のテクニックを磨くためや、好奇心に駆られてという風に、彼女自身の個人的な動機の方が強い。ユミのような動機で風俗嬢となって、売春を行う人が何人いるかは分からないが、経済的な理由や半強制的に売春を行っていない女性たちがいるのも事実である。

次に、援助交際がもつ性的商品化の側面について考察を行いたい。

3. 援助交際における性的商品化

3-1 援助交際≠売春

まず最初に、援助交際は売春であるのかという議論について触れておきたい。援助交際の行為内容には性行為だけでなく、さまざまな行為が含まれる。筆者が直接耳にした限りでは、食事やカラオケを一緒にする、下着や胸を見せる、フェラチオや身体を触るという性的行為、または男性のオナニーを見たり、もし男性がM（マゾヒスト）であるならば殴るといった身体的暴力を加えるような行為までを含んでいる。したがって、「分かってほしい「援助交際」は「売春」だと」[産経新聞 1997.11.12 朝刊]という新聞記事は事実の伝えるのには十分ではない。本稿では、売買春の行為内容を、射精で完了する男性器の女性器への挿入行為を条件としたい⁹⁾。筆者の立場は、援助交際という行為のカテゴリーには売春という行為も当てはまるが、援助交際=売春とは必ずしもならないことを確認しておきたい。

3-2 性と労働

「援助交際とは、ある人が金品を代償に、他者の性的な部分を自主的に売買することを前提として成立するコミュニケーションである」[圓田 1998 p.120]と定義したように、金品と性的な部分を交換する経済的行為である。金品と性的な部分を交換する際に、それは性的なサービスという形式で現れる。性は身体を経由して、性的行為として可視化され、性的サービスの形式で売買される。同じように、労働そのものは売買されないが、身体を経由して、労働は労働力として売買される。では、商品化に関して性と労働は何が異なっているのだろうか。

7) 風俗業種の一つで、客が料金を払って、個室で女性から性的なサービスを提供される。一般的には、客はシャワーを浴びた後、女性からキス、全身舐め、フェラチオ、シックスナイン、素股などのサービスを提供され、射精をさせてくれる風俗店である。「本番」と言われる性行為は行わない。ファッション・ヘルスとサービス内容は同じであるが、1985年に施行された新風営法により、風俗関連第五号営業店の個室マッサージ業として認知を受けたため、ファッション・マッサージという名前になっている。

8) 正式名称は個室付特殊浴場で、客が料金を払って個室で入り、浴室の中で女性からさまざまな性的サービスを受けながら、「本番」と言われる性行為を行うことのできる風俗店。1951年の売春防止法の施行によって、東京吉原に誕生した。

9) 本稿とは異なる立場で、買春内容を「お金を払ってするセックス（擬似セックス、マスターベーション援助などの各種性的サービスを含む）」としているものもある。[男性と買春を考える会 1998 p.167]。

ミナホはお金を得ることに関して、長年働いていたOL時代と今の援助交際を比較してこう語る。

<データ2>

筆者：援助交際をして、自分を傷つけているとかダメにしているとか、そういう感じはない？

ミナホ：ないです。それは私は私だから。結局入れ物でしょう、身体は。結局、その身体をどういうふうに使っているかだけだから。結局、お饅頭を作ってその時間労働するのも、身体を売るのも、結局は一緒やと思っているから。それを社会的にどう言うかは知らないけど、私の感覚の中では一緒です。

(29歳 家事手伝い 1999. 2. 21 神戸三宮)

この言葉から伺えるように、性は売買されてはいけないという信念をもつことのない人々にとって、「性の商品化」という言葉は無効である。では、援助交際を含めて性の商品化はなぜ非難されるべき事柄なのだろうか。このことについて、ミナホに尋ねてみた。

<データ3>

筆者：援助交際をやっていることは、悪いことだと思いますか？

ミナホ：社会通念的には悪いことだけど、個人的に言えば悪いことじゃないと思います。

筆者：その理由は？

ミナホ：両者が結局は和解した上でやっていることだから。結局、法律で禁止されているから悪いことだけどっていうだけで。

筆者：でも、男の人がお金を払うんですね？

ミナホ：それは当然の結果としての報酬ですから。

筆者：当然というのは？

ミナホ：こちらは肉体を与えたんだから、当然としての報酬。そうじゃないと、誰がエッチします？

ミナホにとって、援助交際は「個人的に言えば悪いことじゃない」が、「社会通念的には悪いこと」であり、また「法律で禁止されているから悪いこと」でしかない。橋爪は、売春が悪いとされる具体的な根拠は全くなく、「排除されるからこそはじめて、売春は邪悪なものだったことになる」[橋爪 1992 p.23] という見解を示しているが、ミナホの発言もこれとパラレルである。

そして、「両者が結局は和解した上でやっていること」という男女間における二者間の自由意志の問題は、橋爪が言うところと（管理）売春が援助交際と異なる点である。次にこの自由意志の問題について考察を展開してみよう。

3-3 援助交際の新しさ

本稿では、売春を、女性が女性器への男性器の挿入という性行為の代償に金品を受け取ることと定義している。そして売春には管理売春と自由売春がある。管理売春とは、男女が金品を媒介にして女性器への男性器の挿入を伴う性行為を行う際に、買い手と売り手以外に第三者が介在する売春の形態である。この第三者が場所を提供したり、買い手と売り手の交渉を仲介する。ソープランドが代表的な業種である。

自由売春とは第三者が介在しない売春であり、売り手と買い手という二者関係である。広義には性行為を伴う援助交際もこれに含まれる。管理売春と自由売春の違いは、何かトラブルが生じたときの責任の帰属という点に現れてくる。管理売春の場合、トラブルの際に、管理者である第三者が処理を請け負ってくれるが、自由売春は個人の問題として処理しなければならない。

そして自由売春に関しては、自由意志という問題が生じてくる。ここでの自由意志とは、自由売春において、買い手も売り手もお互いが納得をして性行為を行っており、誰にも迷惑をかけてはいないのだから、第三者からとやかく言われる筋合いはないという考え方である。例えば、それは次のような主張に代表される。「買売春は、買う側も売る側もOKしているのだから、犯罪じゃない。食欲はレストランで買うのに、性欲は買ってはいけない！という、モラルの問題を法律で取り締まるのはよくないと思う」[いのうえ 1996

p.142]。援助交際がこれまでの言われてきた売春と異なる最大の点は、個人の自己決定によって、援助交際が行われていることにある。筆者がインタビューした中で最年長の援助交際女性であるスマレは、援助交際女性が「昔の吉原の売春婦みたい」と前置きした上で、その違いを「管理されているかされてないか」であると指摘し、援助交際は相手を「自由に選ぶ」ことができると語っている(52歳 自営業 1999.1.6 東京三軒茶屋)。このように、援助交際と管理売春を区分するのは、管理者という第三者の有無と、相手の選択可能性を含めた自由意志の存在である。

管理売春では女性が借金を理由に強制されるケースも存在したが、現在では強制による売春の数は以前より減っていると考えられる。現代日本社会で自由意志による援助交際が誕生した背景には、テレクラ・伝言ダイヤルなどの電話風俗の誕生と、携帯電話の普及というテクニカルな側面がある。これによって、誰もが簡単かつ安全に援助交際という形式で買売春に参加できるようになった。

最後に、援助交際が性的商品化であるか否かに関して言えば、援助交際を、「ある人が金品を代償に、他者の性的な部分を自主的に売買することを前提として成立するコミュニケーションである」と定義したように、「ある人が金品を代償に、他者の性的な部分を自主的に売買すること」で成立する以上、性的商品化である。管理売買春とは性的サービスを売買しているのである。性そのものは売買できないが、性を身体を経由して、性的サービスの形で売買することはできる。管理売買春と異なって、援助交際はコミュニケーションと性的サービスを売買している。この違いは大きい。

風俗産業は、客にあらかじめ決められたマニュアルに従って、性的サービスを提供している。しかし、援助交際においては金品と引き替えに、提供される性的サービス内容は、もちろんサービスの質は異なるかもしれないが、風俗産業と同じである。援助交際が風俗産業と異なるのは、相手を選ぶ際の選択性が高く、援助交際そのものの内容や交渉過程にも高い自由度が保たれており、その性的サービスだけでなく、また性的サービスの提

供に至る過程も、コミュニケーションとして売買される点にある。例えば、買春する男性は、援助交際を、疑似恋愛や疑似家族てきな関係を演出することによって、援助交際におけるコミュニケーション的側面を消費している[圓田 1999b]。

次に、自主的に、自らの自己決定によって、女性たちに、援助交際を行うことを決意させているものは何であるのかについて考えてみたい。

4. 性的承認

4-1 援助交際女性の自己決定と性的商品化

援助交際と性的商品化に関しての本稿の見解は、援助交際は性的商品化の形式の一つであるというものである。ただ援助交際が男女の自由意志によって選択される行為であるが故に、管理売春とは異なった様相を呈している。

フェミニズム理論は、その長い歴史の中で、女性が社会の中で男性と対等な立場で、能動的な主体として社会生活を送ることのできることを主張してきた。この文脈から、性的表象の商品化と性的サービスの商品化に二分される、性的商品化は、女性の尊厳を傷つけ、男性が女性を従属させ、女性の主体性や自己決定を損ない、社会における女性の活動や生活の場を限定するものであると考えられてきた。しかし援助交際において、女性が自らの意志で、男性と対等な立場で、売買春に参加している。この事態について、次のような記述が参考となる。「[援助交際]が「売春」とちがうのは、彼女たちが「商品」でないからです。「商品」は客を選びません。彼女たちは「客」を選ぶ一種のフリーランスの自営業者たちです」[上野 1998 p.16]

この記述に現れているように、援助交際女性は「客を選ぶ」ことが可能である。テレクラや伝言ダイヤルといった電話回線において相手を選別する段階でも、男性と会った段階でも、女性は男性を選んでいく。そして、援助交際に関わる男女の多くは次の二つの基準で、相手を選択している。一つは、金額や性的行為の内容が自分の希望と合うかどうかという性的サービスの提供に関する効率性の基準であり、もう一つは相手の心身が生理的・性格的に自分の心身に合うかどうかという適

合性の基準である。上野は、商品には客を選ぶ権利がない、客を選ぶ自己決定が存在してはいないから、客を選ぶことのできる援助交際女性は商品ではないと主張する。

しかし援助交際女性は、彼女の性的な何か、それは若さや裸体やセックスなど何であってもよいが、それを男性との相互行為の中でサービスとして提供し、金品を受け取っている。この男性たちは援助交際女性を買う意志をもつ人たちであって、女性はこの買春の意志をもつ男性という枠の中で、自分にとってふさわしい相手を選んでいるに過ぎない。援助交際男性にとって援助交際女性が商品であるように、援助交際女性にとっては、援助交際男性もまた、金品を与えてくれる商品となっている。つまり援助交際に関わる男女は、相手への選択権をもった商品なのである。援助交際において性の商品化論に関して新しい論点として指摘すべきことは、上野が指摘したことではなく、援助交際女性が客である男性と対等な主体性、自己決定権を把握しているということなのである。このことは、従来の性の商品化論において、性の商品化が女性を男性によって搾取され、劣位に置かれるという見解を改めさせるものとなる。この意味において、援助交際は性の商品化論に新しい問題を提起するのである。

4-2 援助交際における承認の付与

以前の論文〔圓田 1999a〕で詳述したように、援助交際女性を彼女たちの動機と行為の帰結から分類すると、次の三つのカテゴリーが得られる。内面希求型「欠落系」、欲望肯定型「快楽系」、効率追求型「バイト系」の三つである。さらに欠落系は、「AC系」と「魅力確認系」の二つのサブカテゴリーが存在する。

ここで取り上げたいのは、援助交際という性の商品化の形式が援助交際女性に何をもたらしているかという問題である。バイト系の女性にとっては、援助交際は効率のいいビジネスでありアルバイトに位置づけられる。この類型の女性は自らの性を性的サービスとして商品化している。しかし内面希求型である欠落系の援助交際女性にとっては、単なる金品を得る手段とはならない。欠落系の援助交際女性にとって、援助交際は、金品とい

う物質的なものや性的な快楽を得るよりも、彼女たちの内面に承認 (approval) を得ることが重要となる。

<データ4>

筆者：(先に言ってもらった) 援助交際した理由、お金が欲しい、(職場の人間関係におけるトラブルに対する) あてつけ、自分を女性として認めて欲しいという承認欲求のなかで、どれが一番大きい？

シホ：認めてほしいということが一番大きいですね。

(25歳 無職 1999. 4. 30 大阪茨木市)

データとして呈示したシホのように、援助交際にはお金を得るという理由よりも、女性としての承認を得るという理由が大きい位置を占めるものもある。つまり、欠落系に分類された援助交際女性は当初の動機はともかく、援助交際においてその行為の帰結として承認を得たと言う女性たちである。

ここで使用する承認とは、援助交際における性的な諸行為やコミュニケーションによってもたらされる。承認とは他者によって何らかの価値ある人間存在として認められることである。社会的認知 (social recognition) やコミュニケーション過程における理解の概念に類似している。コミュニケーション過程における理解は、送り手の情報伝達における伝達内容を、受け手が了承するという意味であり、ここで言う承認とは異なる。社会的認知は、社会的において古くから使用されてきた。それは、個人と社会との相互作用において、個人がもつ四つの欲求 (desire) の一つとされる。個人には新しい経験を求める欲求、認知を求める欲求、支配を求める欲求、安全を求める欲求の、四つがあるとされ [Thomas & Znaniecki 1958 p.73]、社会的認知は個人と社会の関わりにおいて重要とされる。筆者は、承認と社会的認知との違いに関して、次のように考えている。

それはこの経験を経た個人の存在の仕方に違いがある。承認が他者を通して新しい自己の発見や自己の変容という含意をもつものに対して、社会的

認知は他者を通して現にある自己を確認・再認するという含意をもつ。つまり個人に対して、承認は自己肯定感を、社会的認知は集団への帰属感をもたらす。この点で、本稿で使用する承認と、従来使用されてきた社会的認知は異なっている。承認が自己を変容させるのは、単に個人の一部を認めることなく、個人のある一部を認めることで個人の存在のあり方をも認め、肯定することができるからである。このため承認は、個人の置かれた状態や他者によって限定され、いつでもどこでも誰にでも、承認を与えることができるというものではない。それゆえ、社会的認知が一般的な文脈で与えられるものであるのに対して、承認は特定のコミュニケーションの文脈において与えられる。本稿では援助交際という特定のコミュニケーションの文脈で考察している。

承認のもっとも基本的な形態は、精神分析家E・H・エリクソンによって命名された基本的信頼(basic trust)である。基本的信頼とは、乳幼児が泣いたり叫んだりして求めている要求を母親が満たしてやり、微笑んだりあやしたりすることによって、乳幼児に承認が継続的に与え続けられる状態のことであり、それは人間の安定した情緒を形作っていく。この承認が欠損すると精神的な障害の原因となるとされている。他にも承認は、友人として認められ仲間になることや、異性から魅力的だと言われること、組織において上司から部下が有能であると誉められることなど、個人の変容を促すことができれば、さまざまな形式で与えることが可能である。

援助交際における承認は、欠落系において顕著に見ることができる。それは二つのものを想定することができる。一つは、AC系に見ることができる、他人から一人の人間として必要とされる、

扱われるという承認で、これをエリクソンにならって、基本的承認と名付ける。もう一つは、前者の基本的承認とは異なる、魅力確認系に見ることのできる、援助交際において与えられる承認である。これを性的承認(sexual approval)と名付ける。性的承認は、ある個人が性的な魅力があること、性的価値をもつことを、他者によって認めてもらうことである¹⁰⁾。そして、性的承認は当人が性的な存在として欲望するジェンダーから供給される。例えば、ヘテロセクシュアルの女性は男性から、またホモセクシュアルの女性は女性から、性的承認を供給される。

性的承認は、金品を介在しない性的な関係でも付与される。通常の夫婦関係や恋人関係でも女性は男性に、男性は女性に、相手が性的に価値があることを伝達し合う。しかし援助交際では、この承認は異なった形態で付与される。例えば、先にも登場してもらったミナホは、自分の性的価値を次のようにして知る。

<データ5>

筆者：(援助交際で)自分の魅力を確認するという側面はありますか？

ミナホ：結局、(自分の値段が)4万(円)やったら、4万払う価値(が)あると、(相手が)言ったら、あー、私、よかった、4万の価値(が)ある人だとか(思う)。

ミナホは、身体を直接的で計量可能な商品価格に置き換えることによって、通常言葉や行為によって伝達される性的承認を得ている。援助交際において性的承認は、お金や品物というモノとなつて、直接的に与えられる。もちろん、援助交際においても、通常の性関係のように、「かわいい」や

10) ここで言う性的承認の理解を容易にするために、次の記述を参照していただきたい。

テレクラや伝言ダイヤルにはまってしまい、その場限りのセックスをしていた35歳の独身女性の発言「やっぱりエッチで気持ちイイってコトそのものより「あなたはOKですよ。あなたはちゃんと女の人で、それなりにイイ感じのステキな人ですよ」って、せめて言ってほしかった。女どうしじゃダメなの、甘えられない。気持ちの保護者じゃないと。自分はデブでブスで、どうしようもない思っていたから」[今 1998 p.183]。

女性という存在が男性からの性的承認を得るか否かに大きく依存していることについては、次の記述が参考になる。「女の子が、男の子から選ばれることによってしか自己の存在肯定を得られない、ということ、単に「白馬の王子さま」幻想で片づけることはできない。問題はもっとずっと根深いのだ」[藤本 1998 p.92]。またある摂食障害の女性は、「自分が女として認められないという不安にどっぷり浸っていた分、ちょっとでも自分のセクシュアルな部分を認められるとすごく嬉しい。だから彼以外の男性にもよろよろしてしまうわけだ。いっそ、売春でも出来れば楽なのに、とさえ思う」[グループ 人魚のくつした 1998 p.95]。

「きれいだ」という言葉による性的承認や、抱きしめ合うことやオルガズムを得たり与えるといった行為によって性的承認は与えられる。

援助交際が性の商品化の形式でありながら、自らの性を性的サービスの形で売るために、通常の性関係では得ることのできない性的承認を、金品の形態で与えることができる。このことが、援助交際が性的承認の付与に関して、有効な点である。

4-3 ジェンダーの非対称性がもたらす逆説

援助交際における性的承認という議論は、これまでの性の商品化論がジェンダー間の問題として取り上げていた、男性を加害者、女性を被害者という図式を逆転させる。性の商品化論において性的承認という視点は、男性を加益者、女性を受益者とする。

この視点から、これまでの性の商品化論が前提としてきた性関係に関する限定された見解が現れてくる。それは性の商品化論のもつセックスに対する一面的な見方である。性関係をセックスに限定すると、セックスには次の三つの側面が存在する。一番目は生殖としてのセックスであり、二番目は快楽としてのセックスであり、三番目はコミュニケーションとしてのセックスである。生殖としてのセックスは近代家族の夫婦間の中で労働力の再生産として行われる。

性の商品化論は二番目の快楽としてのセックスに焦点を当て、男性のみが性的快楽を独占し、女性は商品として強制もしくは従属させられているために性的な快楽はない、女性に性的快楽が与えられるのは商品化されない通常の性愛関係だけであるという考えをもっていた。しかし、たとえ金品を代償に行う商品化されたセックスであっても、風俗嬢と呼ばれるセックスワーカー〔酒井 1998〕や、援助交際女性も性的快楽を得る場合がある〔圓田 1999a〕と語っている。

そしてこれまでの性の商品化論に全く欠けてい

たのが、三番目のコミュニケーションとしてのセックスという側面である。性科学者石浜は「セックスは、人と人とのコミュニケーションであると同時に、情緒安定の行為です」〔読売新聞社生活情報部 1998 p.146〕と述べている。コミュニケーションとしてのセックスは、当事者たちの情緒に安定をもたらす。この情緒安定への一つの手段が、自己の女性性や性的価値が劣位もしくは不安定である女性にとっては、性的承認となる。つまり性的承認という視点は、これまでの性の商品化論が男性のための快楽としてのセックスに焦点を当てて論を展開していたのに対して、男女のコミュニケーションとしてのセックスに焦点を当てている。

これまでの性の商品化論が男女間の非対称性を加害-被害という関係でとらえていたのに対して、本稿では男女間の非対称性があるから、承認が与えられるという論理を呈示する¹¹⁾。したがって、「最近の高校生などの「援助交際」も主婦売春とあわせて、現代資本主義が個人の欲望をコマーシャルなどによって外部から極限的に肥大させることによって生じる買売春現象であって、貨幣の物神化が生み出すものであるという意味ではコマダムの登場と本質的には寸分の違いもない」〔千本 1997 p.152〕という記述は、援助交際と性の商品化との関係における一側面しか見ていないことになる。ここで記述されているのは、筆者の論文「援助交際女性の類型論」において呈示したバイト系の女性たちに該当する記述としては該当するだろう。しかし、後の三つの類型には該当しないので、援助交際を語る上で不十分な記述といえる。本稿では、援助交際を題材に、性的サービスの売春という視点だけでなく、性的承認という視点を導入することで、性の商品化に対する新しい論点を投げかけている。

11) 同様の論理を呈示している吉澤は、「有名企業の優秀なOLが売春をしていて殺人事件に遭遇したという事件」を取り上げた論考で、「性の商品化」の局面は、あからさまに「序列化」の実質を体現しているがゆえに、逆説的なことだがかえって、日常生活のどの場面においても決してジェンダーの関係性を「おける」ことのできない女性たちに、仮にでもそこから一時待避するわずかな可能性を与えているのではないだろうか」〔吉澤 1998 p.81〕と述べている。

5. 性に関する議論の困難さ

性という領域は猥褻という事業があるように、公的な領域から閉め出され、近代以降社会生活の隠れた部分を担ってきた。性は表立ったコミュニケーションの話題にはなることが少ないので、私秘化され、個人化される。個人化されているがゆえに、人によって性に関する自明性＝認識が大きく異なっている。ある人にはノーマルで当たり前の事象が、別の誰かにはアブノーマルで受け入れがたいことになる。このように性は現代社会において個人を考察するときの重要な題材となる。そしてこの個人的な領域を考察することで、個人的なものを構成する社会的なものが逆照射され、浮かび上がってくる。

ただ性に関する議論は、常に現状を把握して行わなければならない。売春に関する言説についてもここ十年でめまぐるしい変化をしている。例えば上野は、8年前の1991年に次のように発言している。「今だって自由売春はほとんどありませんね。売春ってというのはよく女が男に身体を売る行為だといわれるけど、とんでもない。あれは男が女の身体を別の男に売る行為です。だから実態は男同士の間で売春行為です」[赤松・上野・大月 1995 p.233]。上野の発言にあった「自由売春」は、1991年当時テレクラや伝言ダイヤルにおいて、「援助交際」という呼び名ではなかったが、現実には行われていた。先に登場したスマレは、1980年代後半からテレクラで援助交際を行ってきたが、すでにその当時には性行為を金品を介して行う習慣が存在したと語っている。上野は、1998年の段階では援助交際女性を「フリーランスの自営業者」と呼んでいる。1991年と1998年の自由売春に対する、上野の正反対の判断は、上野自身の錯誤や怠惰によるものではなく、ここ十年の性的関係の変化によるものである。そこで必要となってくるのは、性関係に限らず、問題となる現場の変化に対する鋭敏な感性と、現場から適正な情報を収集する調査能力、そしてその現場から得られた情報をデータとして加工・分析し、理論化をしていく能力なのである。

引用・参考文献

- 赤川学 1995 「買春春をめぐる言説のレトリック分析」 江原由美子編 『性の商品化』 勁草書房所収 pp.153-201
- 赤松啓介・上野千鶴子・大月隆寛 1995 『猥談』 現代書館
- 浅野千恵 1999 「ネオ・リベラリズムと性暴力」 『現代思想 vol.27-1』 青土社
- 男性と買春を考える会 1998 『買春に対する男性意識調査』 報告書』
- Delacoste, F. & Alexander, P.(ed.) 1987=1993 *Sex-work* Cleis Press: 『セックス・ワーク』 角田由紀子・山中登美子・原美奈子訳 現代書館
- グループ 人魚のくつした 1998 『摂食障害ってなんだろう』 三一書房
- 橋爪大三郎 1992 「売春のどこがわるい」 江原由美子編 『フェミニズムの主張』 勁草書房所収 pp.1-43
- 藤本由香里 1998 『快樂電流』 河出書房新社
- 今一生 1998 『家を捨てよ、街へ出よう』 メディアワークス
- いのうえせつこ 1996 『買春する男たち』 新評論
- 駒尺喜美 1978 『魔女の論理』 エポナ出版
- 圓田浩二 1998 「「援助交際」というコミュニケーション」 『関西学院大学社会学部紀要第81号』 pp.117-128
- 圓田浩二 1999a 「援助交際女性の類型論」 『関西学院大学社会学部紀要第82号』 pp.183-195
- 圓田浩二 1999b 「父と娘」のドラマトゥルギー」 『関西学院大学社会学部紀要第83号』 掲載予定
- 宮台真司編著 1998 『<性の自己決定>原論』 紀伊國屋書店
- 永田えり子 1995 「<性の商品化>は道德的か」 江原由美子編 『性の商品化』 勁草書房所収 pp.1-33
- 小倉利丸 1998 「性の商品化」 近藤和子編 『性幻想を語る』 三一書房所収 pp.221-260
- 酒井あゆみ 1998 『眠らない女』 幻冬社
- 瀬地山角 1992 「よりよい性の商品化へ向けて」 江原由美子編 『性の商品化』 勁草書房所収 pp.45-91
- 千本秀樹 1997 「労働としての売春と近代家族の行方」 田崎英明編著 『売る身体・買う身体』 青弓社所収 pp.141-194
- Thomas, W. I. & Znaniecki, F. 1958 *The polish peasant in Europe and America* vol.1 Dover publications
- 上野千鶴子 1998 『発情装置』 筑摩書房
- Vern, Bullough & Bonnie, Bullough 1987=1996 *Woman and Prostitution* Prometheus Books :

『売春の社会史 下』 香川檀・家本清美・岩倉桂
子訳 筑摩書房 (学芸文庫)
読売新聞社生活情報部編 1998 『性の風景』 読売新
聞社
吉澤夏子 1998 「個人的なことは、個人的である」
『論座 98年12月号』 朝日新聞社 pp.72-83

付記：ご意見・ご感想・情報提供などございましたら、次の電子メールアドレスまでお願いします。
Ghost@ma 5.seikyou.ne.jp

Aspects of Commercialization of Sex in Compensated Companionship

ABSTRACT

This paper is a my fourth paper sub entitled ‘The sociology of “compensated companionship” (*enzyo-kousai*)’. This paper addresses the question ‘Is compensated companionship one type of commercialization of sex’. This problem is analyzed through interviews with more than 60 women involved with compensated companionship. On the assumption that compensated companionship is not equivalent to ordinary prostitution, the conclusion is that ‘compensated companionship is one type of commercialization of sex’.

In this paper, a new discussion is presented to respond to the question: ‘Is compensated companionship one type of commercialization of sex’. It is sexual approval that he or she is accepted as sexual attractive by anyone. Arguments about commercialization of sex usually have been made the point that women are objectified by men because of asymmetry in gender. But, the argument about sexual approval is that women are given sexual value by men from asymmetry in gender. This argument has not been in analyses about commercialization of sex. This paper tries to constitute a new understanding of commercialization of sex.

Key words: commercialization of sex, asymmetry in gender, sexual approval