

セクシュアリティ表現の多様化

「異装」のコンセプトカフェ

Diverse expressions of sexuality

A study of the “concept café”

飯野智子

共通教育科目非常勤講師

抄録：

オタク文化とカフェが融合したメイド喫茶は、若い女性の商品化という意味で、従来のジェンダー役割を逸脱するものではない。しかし、執事に扮した男性がサービスするカフェでは、女性客が男性を鑑賞する。さらに男装の女性がサービスするカフェは、男女ともに利用する。メイド喫茶のような女性性を商品としたものに対して、市場規模は小さくとも、多様な需要に応えるべく、様々なコンセプトカフェが存在するのである。本論では、ジェンダー役割を超えるものとしての「異装」に着目し、「異装」を取り入れたカフェにおいて、ジェンダーやセクシュアリティがどのように受容されているのかを分析した。男性向けセクシュアリティ産業において圧倒的に買われる側であり、男性の期待する女性像を提示されてきた女性が、ジェンダーを超える「異装」とその物語世界を楽しむ現象は何を意味するのか。女性が「異装」をどのように捉えているのかを見る事で、セクシュアリティにおける男女の非対称性という問題を考える。

Summary：

The maid café, which is otaku culture and café is fused, in the sense that the commercialization of young women, do not depart from the traditional gender role. However, in the café men acts as butlers, female customers look at the men. In addition, the café women wearing men's clothes to work, are available to both men and women. As compared to the maid café, even market size is small, to meet the diverse demand, there are many kinds of concept café. In this paper, I will focus on “The concept café” to analyze how to accept the gender and sexuality there. And I will especially investigate the phenomenon in which women enjoy the story world and “to wear men's clothes.” Women, who are the side that is overwhelmingly bought in men's sex industry, have been presented the female image that expectations of men. The purpose of this paper is to think about equality in sexuality.

キーワード：コンセプトカフェ、セクシュアリティ、異装

Key Word : Concept café, sexuality, Dressed as a man

1 はじめに—セクシュアリティと異装

1.1 男装、女装のジェンダー差

筆者は、多様化する性的サービスの受容や消費形態から、ジェンダー、セクシュアリティの意識の変化を読み取ろうとしてきた。昨年度は女性向けのアダルトビデオやレンタル彼氏、出張ホストといったエスコートサービスについて調査を行った。また、これまでにホストクラブとキャバクラの違い、女性向けポルノコミックスとボーイズラブコミックス、男子校カフェや執事喫茶、メイド喫茶についても調査を行ってきた。セクシュアリティの売買においては買う側の男性と売る側の女性という構造が明確であるが、それでも変化は起きていて、女性向けのサービスは確実に増えているということが明らかになった。ではこのような現象は、女性は性的には主体ではない、性欲は男性に比べてあまりない…といったステレオタイプから女性が脱却しつつあることを表しているのだろうか。あるいはただ単に経済力を手に入れた女性の受容をセクシュアリティ産業が掘り起こしただけの、「何でも商品となる」現象というだけだろうか。いったい女性が「買う」という状況は女性にとってプラスなのかマイナスなのか。

今回は、このような問題意識の延長として、特に「異装」を特徴とするコンセプトカフェについて調査を行った。コンセプトカフェである以上、何らかの異装をする事は当然であるが、異装自体、男女の性差をより際立たせるものであるので、セクシュアリティの研究に有効と思われるからである。日常においては異装はタブー視されている。特に公の場における男性には禁忌の感情が強い。そもそも男性の服装は女性と比較して選択の幅が狭く、つまり規範が厳格で、「男らしくない」服装をした時の制裁は厳しい。労働の現場において「労働服」を着用しなくてもよいのは自営業、なかでもクリエイティブな仕事と見なされる仕事についている場合、ファッションや芸能関係などに限られている。また、非日常的な、休日やパーティーといった場においては異装は許容される。さらに「女装」は芸術の世界では美的なものと評価される。もちろん祭りといったハレの場においては、様式的な異装は祭りの規範として許容というよりも強制される（男性が女装をする祭りなど）。しかし日常において禁忌であるからこそ、非日常での異装が許されるのであり、日常は男性が異装をする事は逸脱であるとされる。「女装」はまともな男性のする事ではない、つまりそのような男性は男ではないとされるのである。男性は、男性性の競争とその結果である階層の為に、男性らしくない行動は、男性性の否定というよりも、男性である事そのものの否定につながる。

対して女性は、男性より服装選択の幅が広い。時と場合により、過度に「女性らしい」服装や化粧が要求される事があるが、全体として男性的なファッションをしていても、それはあくまでも

「ファッション」と見なされ、女性である事の否定にはつながらない。単に男性的な服装を好む女性とか、あるいはむしろ女性性を際立たせる為に装っていると見なされる。つまり、「異装」という同様な事をして、女性の場合そもそも「異装」と見なされないほどに服装の自由があり、男性の場合男性である事を否定されかねないほどに、禁忌事項なのである。男性が女性に比較してジェンダーアイデンティティを獲得する事の困難さはよく指摘されるが、服装一つをとっても「男性である事」には厳しい条件があるのであれば、なるほどアイデンティティを安定させる為には、自分の好みよりも「男性らしさ」を優先せざるをえないのも当然である。否定されるのであれば男性である事よりも好みの方を否定される方が傷つかない。ジェンダーアイデンティティの危機を回避するため、男性は女性的な要素のあるファッションを「女装」として退ける。ユニセックスという、本来ならどちらの性別であっても着用できるファッションも、実際には男性的ではあるが女性も着る事ができるというような、どちらかというとな性的な特徴がある。例えば、ユニセックス的なパンツはあるが、ユニセックス的なスカートはないということからも明らかである。

このような状況の中で、「オタク文化」は「異装」といういわばトランスジェンダーな現象に別の意味を与えた。アニメやコミックスのキャラクターに扮するというのは確かに非日常な事ではあるが、例えば年に一度の祭りであり、その日以外は厳しく禁止されているというような、まれな事とはいえない。オタク文化は大衆文化として日常の延長上にある。秋葉原は毎日がお祭りという空間であり、コスプレイヤーの存在は日常の風景となっている。秋葉原に限らず、アニメの祭典など大々的なものではなくとも、コスプレイヤー達は休日ごとに様々な衣装で自由に移動している。近年日本でもハロウィーンが盛んになりつつあるが、仮装という特質が若者や子供達を引きつけていると思われる。そのくらい、現代の日本では、「異装」が日常風景となっている。

1.2 異装とコンセプトカフェ

ここで、異装について整理をしておこう。

- ① 伝統的な祭りなどにおける異装…ハレとケ、聖と俗における、ハレ＝聖なるものの為の異装。日常の破壊であり、混沌への欲求をくみ上げるもの。日常を更新する為に必要なもの。規範的、形式的、強制的である。
- ② ホモセクシュアル文化…個人の性的指向による。セクシュアリティそのものが強く押し出される。クィア文化など、当事者以外の視点からは過度に装飾的、女性的と映ることもあるが、セクシュアリティが重要問題であるとの前提では当然であろう。異装は当事者からすれば異装ではない。個人のセクシュアリティと、自由や創造性の象徴である。
- ③ オタク文化…セクシュアリティが重要な要素である場合と、コスプレの一種である異装で、個人のセクシュアリティが問われない場合がある。既存のキャラクターのコスプレの場合衣装は決まっているが、伝統的な祝祭のような規範、形式というよりも、より「らしいもの」を追求するという楽しみの延長にあるので、強制的なものではない。

それでは、コンセプトカフェはどこに位置づけるべきなのか。結論からいうと、オタク文化に分類されるものから、ホモセクシュアル文化に近いものまでである。あるいはホモセクシュアル文

化の香り付けをしたオタク文化とでもいおうか。もともとコンセプトカフェは様々な要素が混ざり合っている。カフェ文化、ポップカルチャー、コスプレ、アニメ等のオタク文化などである。そこに異装という要素が加わる事で、ジェンダー、セクシュアリティについてボーダーレスな場が生じている。今回は女性の男装エスコートサービス、男装のカフェバー、男性の執事喫茶、男装とコスプレのカフェバーについて、経営者、従業員にインタビューを行った。それぞれについて、異装の捉え方とその商品化の特徴について見ていく。(調査は全て2014年に行った。)

2 ウィズコレクション (旧ギャルソンと一緒)

(メールによる、従業員へのアンケート)

ウィズコレクションは、2007年に秋葉原で開店した、男装エスコートサービス店である。10名以上の従業員(ギャルソン)は男装した女性で、男性的な女性、ファッションとしてのボーイッシュとは異なり、「女性的な美しさを持った男性」といった外見をしている。ギャルソンの年齢は20代が中心で「女性目線の男性」つまり女性の理想とする優しい男性を演出している。当初は秋葉原を案内するデートから始まったが、現在では秋葉原以外でも、おしゃべり、買い物、遊園地、カラオケ、観劇などのエスコートサービスを行っている。通常料金は女性の場合は30分2000円からで、30分毎に2000円ずつ増す。指名料は1000円で、オールナイトバック7時間になると40000円となる。2名での利用もできる。男性の場合は30分3000円からで30分ごとに3000円ずつ増す。

Q:「男装したギャルソンとデート」というサービスを開始したのはなぜか。

A: お店を始めた当初は世の中になかったサービスで、「ギャルソンと一緒」ができる前にメイドさんのエスコート店を男性向けに始めていたので、ごく普通の流れで出店になった。

Q: 客層の男女比

A: 男性3割、女性7割

Q: 男性と女性では、サービスの利用の仕方に違いはあるか。

A: 男女分け隔てなくサービスを行っており、お客様の要望は個人個人で違う。男女で特徴があるという訳ではない。

Q: 新規客とリピーターはどちらが多いか。

A: 月毎に違いはあるが、リピーターが多い。

Q: 新規客とリピーターには、サービスの利用方法に違いはあるか。

A: 新規はお話がメイン。リピーターになると要望がかなり多く、ギャルソンと付き合うことが目的のお客様が多いと感じる。

Q: ギャルソンの採用基準。

A: 謙虚、相手の気持ちを察する人物、自分の目線で物事を考えない人物、お金だけが目的になっていない人物、人の話を聞くのが上手な人物、女性を感じさせない人物。

Q：ギャルソンがお客様から個人的に贈り物を受け取ることはあるか。

A：よくある。ギャルソンもよくサプライズを心がけて些細な贈り物はしている。

Q：デート時間を延長するお客様はどの程度いるか。

A：6割程度。

Q：ギャルソンのデート中の服は制服か、私服か。

A：私服。

Q：ギャルソンは普段の生活でも男性の服装をしているのか。

A：女性物の下着、服は持っていない。

Q：ギャルソンはこの仕事以外に仕事を持っているのか。

A：100%メインの仕事は持っている。

ギャルソンと言われる従業員は、日常生活でも男装をして生活をしている。ただ、どの程度男性として振る舞っているのかは、個人個人で違うということである。また、従業員のジェンダーアイデンティティを公表するようなことはない。この点は、性自認が男性であると公表している所謂「おなべパー」とは異なる。スタッフの外見も新宿の「おなべパー」とは明らかな違いがあり、男性的というよりも宝塚的な「男装の麗人」あるいは「アンドロギュヌス」的である。秋葉原というコスプレが日常的な場所においては、例え中性的な容姿をしている人がいても、かならずしも個人的なセクシュアリティを表しているとは見なされない。新宿で男装をする事と、秋葉原でする事では、周囲の捉え方が大きく異なるのである。新宿ではセクシュアリティを表に出している人であり、多くの場合性的マイノリティと見なされるが、秋葉原においてはコスプレをする人、つまり趣味の人と見なされる。しかしながら「異装」である以上ジェンダー秩序を逸脱しているのは確かである。つまり女性が男装をしている事が、個人的セクシュアリティを表しているのか、それとも趣味なのか明確ではないというその曖昧さこそが、魅力を生み出していると思われる。

また、女性利用者にとっては、相手があくまでも女性であるという安心感は大きい。第一に、犯罪に巻き込まれるのではないかという不安が軽減される。法外な金銭を要求されたり、暴力を受けるのではないか、という心配をしなくても済む。さらに、男性を買うという抵抗感なしに、周囲から見れば男女のデートができるのである。レンタル彼氏にせよホストにせよ、女性が男性を買うという事は「普通」とは見られていない。それが男装の女性という非日常性の高い存在になると、むしろ金銭を払う事に抵抗感が薄らぐ。「彼氏」には日常性があるが、「男装の麗人」にはないからである。彼氏がないから買わざるを得ないのだという非難は当たらない事になる。

また、利用者の要求は様々であり、男女差よりも個人差が大きいという回答は興味深い。男性でも全体の3割の利用がある。ギャルソンはコスプレではなく、仕事だから男として装っている訳でもないというが、では日常的に男性の服装をしている女性に男性は何を求めているのであろうか。メイド喫茶では、男性はメイドという物語性もさることながら、実際は目の前の女性そのものに魅力を感じている。アニメやコミックス、ゲームの世界から抜け出たような「生きた女性」

である。男装の女性に惹かれる男性は、演じているのではない男装の女性に、それでも女性としてのセクシュアリティを感じているのか、あるいは女性としてのセクシュアリティを超えた魅力を感じているのか、この点に関しては、今後サービス受容者の調査を行い、検証していきたい。

3 QUEEN DOLCE

QUEEN DOLCEは秋葉原にある男装カフェ&バーである。平日は14時から飲酒する事ができる。ハロウィーンやバレンタインデーなど季節の行事に合わせたイベントを欠かさず開催している。さらにアニメとのコラボレーションを積極的に行っており、カクテルなどの飲み物や食事、スタッフの衣装もアニメの世界観に合わせて変更する。

インタビュー対象者：代表取締役 吉田みかさん、店員 霧島霜苺さん

(1)コンセプト、経営方針について

Q：なぜ男装カフェにしようと思ったのか。

A：一番質問されることであるが、このようにして聞かれることが答え。「なぜ」が存在するのが秋葉原であるから。興味をもたれる場所であるからこそ、男装喫茶。

Q：経営するにあたってどのような需要を見込んだのか。

A：基本的に「萌え」に特化したかった。その中の一つの軸が男装喫茶。

Q：経営を維持するための努力や大変なことは何か。

A：コンセプトカフェだからといって手を抜かないこと。利用者への対応やドリンクひとつにしても、それをしっかりやること。

Q：今後の展望

A：7年目である今が、ある意味展望なのかもしれない。現状維持が一番大事であるが、もちろんそれ以上は目指している。守らなければいけない部分を守り抜き、ずらさなかったという部分が、7年間店舗を経営維持している理由であると考えている。他にもお店はほしいと思うが、秋葉原というジャンルを考えると、「男装」という軸をぶらさずに提供や接客においてひとつひとつ丁寧に店舗を運営していかなければ生き残れない。学園祭のノリのように、みんなが楽しければいいというわけではない。

(2)サービスの内容について

Q：競合店との差別化のために何かしているか。

A：競合店との差別化は全くしていない。他のお店がしているからやらないということは全くない。一度も思ったことないかもしれない。

Q：お店独自で行っていること

A：アニメとのタイアップをしてコラボイベントを多く開催している。コンセプト自体がギャルソンなので、ある意味お祭り感覚でも、何でもできる。でも男装喫茶という部分は変えない。

コンセプトを変えない範囲で積極的にコラボしていく。

Q：コラボイベントの工夫

A：アニメのタイアップをする際、そのイベント担当のスタッフを必ず決めて行う。そのアニメが大好きで、作品愛が強いスタッフに担当させる。好きな作品であればオタクな部分はあり、中途半端な部分があれば作品を観てそのアニメの勉強をする。アニメはメーカーさんのものであり、イコールユーザーさん（アニメファン）のものであるので、そこにある世界観は壊さないようにコラボしていく。

(3)客層について

Q：年齢や性別

A：男女比率は6：4。「意外」と言われることが多いが男性のほうが多い。年齢は詳しくは把握できていないが、女性客は20代が多く高校生も訪れる。

Q：利用者のリピート率

A：常連さんは30%、2回目以降来店される方は45%。常連さんは週に2回ほど来店してくれる。

Q：利用者がお店に求めるものはなにか。

A：メインは会話。あとは男装喫茶であるため、男装の萌えの部分。

(4)スタッフについて

Q：選考基準はなにか。

A：見られる仕事であるので、一番は顔を見る。お酒を取り扱っているため20歳以上で、身長は高いほうが良い。あとは、お店のギャルソンが求めているタイプ。例えば、小さいギャルソンが辞めたら求めているのは小さいギャルソンであって、そこで大きいギャルソンを雇ったらスタッフのバランスが取れない。好みはそれぞれ違うので、楽しませるためにはバランスが大事。一人一人違うタイプのギャルソンを求めている。

Q：社長がスタッフに求めているもの

A：男装喫茶は軸に置いて、男装喫茶ではない部分。男装喫茶だからといって「ちょっと変わっている」という風にはなりたくない。非常に難しいレベルの部分であるが、でも「男装喫茶」という部分。色々なジャンルのお店があり、それを好きな人もいればクィーンドルチェのようなお店がダメな人もいる。コスプレイヤーや学園祭のノリのように、楽しいだけはやらない。お金もらっているのでそこはきちりとした線引きを。

(5)スタッフへの質問

Q：なぜこの仕事をしようと思ったのか

A：自分の声にコンプレックスがあり、それをマイナスではなくプラスに活かせる仕事がないかと思ひ探していた時に、男装喫茶の存在を知って受けたのがきっかけ。ほかのスタッフはコスプレが好きだから、といった理由や、アキバで働きたいから、自分がオタクで帰りにアニ

メイトに寄りやすいから、といった理由もある。

Q：仕事のやりがいや、楽しいこと

A：一から全部作れること。イベントの企画も自由にやらせてもらえる部分が多いので、こういうものをやりたい、という企画を上げてからカクテルを作るなど、そういう経験はなかなかできないと思うので、そこにやりがいを感じる。

Q：苦勞する部分

A：トーク。会話がつまらないとお客様に楽しさが提供できない。あとは、カクテル作り。また、「男装喫茶に入る」というお客様のハードルをどう取り除けるかが、楽しませることにつながると思っている。

Q：接客における心構え

A：同じく、トークと味、気配り。灰皿に吸殻が溜まっていれば取り替えたり、水が減っていたら足したり、そういった当たり前のことをしっかりやるのが大事。1回目は、「自分でも入れるのか」とか「そんなに悪くないな」「ハードル高くないな」と思ってもらい、次にアキバに来たときに「そういえばあそこに男装喫茶があって意外と普通だけで行ってみる？」と、お茶を飲むついでにお店に来てくれたら。2回目は、もう少し居心地がよくなってくれたり会話が生まれていたり、それができたら嬉しい。

Q：普段の服装はどういったものを着ているか。

A：メンズ。お店にいる時は制服を着ているが、それがTシャツ・ジーパンになるだけで何も変わらない。スカートは持っていない。メイクも働いているときと同じ。普段から一人称も「オレ」や「ボク」。スタッフ全員そのまま。

Q：働いていることを家族や友人に伝えたか。

A：普通のカフェバーで、プラスアルファとして男装という認識なので、そんなに特別なところで働いているとは思っていない。スタッフの母親や兄弟も、お店に遊びに来ることがある。

Q：スタッフは、オタクやアニメ好きの人が多いのか。

A：多い。企画イベントで女装デーや執事デーなど、よそのお店では話が出ると思うが、このお店では七夕やクリスマスはやるが、そういったものはしない。あまりコスプレ寄りにしたくない。スタッフにはアニメ好きな人が多く、コラボイベントでそのメーカーさんに傷をつけたくないという思いもある。預かっている部分なので、好きな人にやらせた方がお店の装飾なども変わる。(カクテルで)ここでさくらんぼ使う、使わないとかもそう。星型に抜く、抜かないもそう。ストーリーのことも考えるだとか、その流れを考えるだとか。たとえば、長期のイベントだと2日ずつメニューを変えて、それがストーリー仕立てになっているだとか、濃い部分をわかっていないとお客様に楽しんでもらえないので、そこはそのアニメを好きなスタッフに任せる。みんなオタクで、コスプレが好きな人もいれば、作品が好きな人もいれば、キャラクターが好きな人もいる。「この子はこういうジャンル好きだな」とか、萌えが好きな子には、「この子にこういうことやらせよう」など、考えている。

(6)ジェンダー・セクシュアリティ観について

Q：異性や同性に対する意識、男装についての考え

A：スタッフの彼女たちというか彼らというか、そこを男装と見ておきたいので、スタッフのジェンダーに関しては知りたくない。アニメは2次元、ここは3次元。よく言うのが、男装やメイドは「2.5次元」。2次元でもないし3次元でもないで全部をわかってしまうと魅力がなくなってしまう。だからこそメイド喫茶に設定があるのではないか。ここのお店では、ジェンダーに関しては興味がないという感じのルール。

(7)利用者について

Q：一人で来るよりも、何人かで来る人が多いのか。

A：アニメのイベントになると3人もいれば4人もいるし1人もいる。作品によって人数はばらけている。季節や時期によってアキバは変わる。おそらく、アキバだけではなく大阪の男装喫茶もそう。常連の人は1人が多い。女性は2人や、何人かで来ることが多いが、ギャルソンと話したいために1人で来る人もいる。男性だと、最初2人や3人で来て1人だけハマるパターンが多い。1人だけまた来て、お店の常連さんと仲良くなってその2人で来ることもある。

Q：男性より女性の方が会話を求めているのではないか。

A：男性も一緒に、会話を求めている。男性だからといって、触りには来ない。あとは、単純にお酒を飲みに来る人が多い。アキバで昼から飲めるお店はそれほどないので、飲みに来るサラリーマンの方もいる。

クイーンドルチェもウィズコレクションと同様に、スタッフのジェンダーアイデンティティは問わないし公表しない。秋葉原が、アニメ、コミックス、ゲームというメディアから起こされた「2.5次元」の空間となっていることを意識し、メイド喫茶と同様「2.5次元」的な、現実と非現実の中間を演出している。ただしスタッフは全員が普段から男装をしているという。男性客の方が利用が多いのはウィズコレクションとは異なっている。スタッフは、女性からは「女性的な美しさと男性的な美しさを併せ持つ男性」「中性的な魅力のある人」と見える。しかし男性から見ると「男装をした女性」「ボーイッシュな女の子」であり、自分と同じ男性という見方はしない。だからといってキャバクラなどに求めるようなサービスを求めている訳ではない。「男装の女性」は男性として接するべきであり、女性性を求めてはいけないというコードが存在する事が分かる。

また、アニメ、コミックス、ゲームといった秋葉原的なものとのコラボレーションを頻繁に行うという意味では、「単にコスプレに終わりたくない」という意識は持っていても、やはりコスプレとしての男装という面を持っている。「2.5次元」の秋葉原では、生身の人間のセクシュアリティより、キャラクターのセクシュアリティの方が重要なのである。「男装」がコスプレではない新宿のゲイカルチャーとの違いは明らかで、生身の人間のセクシュアリティによって築いてきた文化と、まずメディアの提供する物語とキャラクターが先行して存在するオタク文化では、異

装の意味が異なるのである。新宿のゲイカルチャーは、当事者の確固としたアイデンティティと世界があるので、勝手な解釈を許さない。どこまでも生身の人間が主役の文化だからである。

対して、秋葉原的異装文化は、アニメ、コミックス、ゲームが現実ではないのと同様に、目の前の男装した女性も、個人の現実のセクシュアリティを表しているとは限らない。それゆえ、サービスの受給者は、どのような想像をする事も（どのように「萌える」ことも）自由である。男装の女性を男性と思おうと女性と思おうとその他であると思おうと自由である。「偏見を持つてはいけない」という不自由もないのである。例えば、「腐女子」といった、男性のホモセクシュアリティに「萌える」女性がいるが、当事者にとっては個人のジェンダーアイデンティティやセクシュアリティであり、また、マイノリティとして社会との関わりを深刻に考えざるを得ない事柄であっても、「腐女子」としては「趣味」である。ボーイズラブという男性同性愛を扱ったジャンルは、ほとんど当事者とは関係なく存在している。現実の同性愛ではなく、物語世界の同性愛に「萌えて」いるのである。創造された男性同性愛世界があり、そこから現実の男性（例えば男子校カフェ）へと広がる。

そしてホモセクシュアル文化がマイノリティである事は今日でも変わらないが、秋葉原に代表されるオタク文化は、メジャーなのである。クィーンドルチェも、「男装」に「萌える」人が利用する訳であるが、「男装が好き」ではなく「萌える」という言葉を使ってしまうと、自身の性的指向を晒すような深い意味合いでなく、ちょっとした好みの問題となる。

4 悪魔執事喫茶 Devil'sRose

悪魔執事喫茶 Devils'Rose は都内のレンタルスペースで営業しているカフェであり、「悪魔的に美しい執事たちが、お嬢様、旦那様のお帰りをお待ちしております」と謳っている。元々は、眼鏡スーツカフェでイベントとして行われていた。このイベントを行う際に、他店と差別化を図り、『黒執事』というコミックス（出版社：スクウェア・エニックス社／原作：枢やな）から「悪魔で執事」という要素を取り入れた。店舗での営業は月に2日ほどであるが、エスコートサービスもはじめ、1時間¥9000、1Day Pack 24時間のサービス ¥200000 Winter Pack スキー&スノーボード Pack ¥100,000（日帰り 12時間）スケート Pack ¥40,000（4時間）などのコースがある。
インタビュー対象者：執事 天さん、フットマン 荒木さん、キュージニエ 斎藤さん

Q：客層について

A：10代から50代までの幅広い客層で、平均すると20代後半。全体の99.9%が女性客で、新規のお客さんは非常に少ない。約90%が眼鏡スーツカフェの時からのお客さん。

Q：接客時のキャラクター設定について

A：キャラクターを決めすぎてしまうとずれてきてしまうので、本人に会ってみて最低限だけ決めてしまえば、あとは素のままでも問題ないと思う。

Q：主旨について

A：単純に1つの単語としてコンセプト喫茶って挙げていたのが、メイド喫茶でもクラシカルな人たちもいれば、現代風のアイドルの人たちもいて、男性もだんだんそっちに寄ってきているように感じる。そうしてメイド喫茶が盛り上がってきて、それを女性向けに展開したのが執事喫茶。また執事喫茶ができる前に、D-boysというグループが執事役を演じたドラマがあり、そこからブームが広がったのだと思う。先駆になったのがスワロウテイルってところで、あそこは世界観を作り上げて絵に描いたような給仕する人たちがいて、そこから今色々なコンセプトになっていった。だから、変にきっちりお迎えするのではなくて執事だけど対人間だから、当然執事にキャラクターがあって、そのキャラクターが分かれて執事喫茶でも差異が出てくる。根本にあるのが、お嬢様っていう設定を崩さずに、お店の特色とかを出せていけたら面白いと思う。

Q：スタッフで定めているルールはあるか。

A：個人で差異が出てきてしまうが、例えばうちの代表はマメでtwitterとかのオンライン上でお客様が困っていたら声をかけるし、話しかけられたら丁寧に返してあげるっていうマメさがあって、お客様に極力かまってるっていう気持ちを感じられる。でも、執事って使用人なので主人にそんなこととしてはいけない。なので、お店としては統一しているわけではなく個人に任せており、お客さんと個人的に連絡を取ることは禁止しておらず、常識的に考えて分かるところは自分で考えるといった感じ。色恋についても、大まかに禁止しているだけで売り上げに繋がってトラブルが無ければ良いという考えなので、バレなきゃいいという考えが結構ある。

Q：女性向けビジネスについて。

A：この業界にいると女性向けビジネスのほうが難しいと思う。男性向けのメイド喫茶って内装が非常にしょぼいところが多く、料理も本当に不味いにも関わらずリピーターが多い。女の子が可愛いだけで男性は来る。しかし女性向けの場合は男性がかっこいいだけでなく、清潔感や一定の内装、もちろん料理はおいしくて値段が安い方が良い。こういったところが、女性の方がわがままと言われる所以だと思う。男性の方はメイドさんに商品としてお金を払っているのに対して、女性は全体を商品として捉えているので難しいと思う。

Q：コンセプト喫茶ならではの苦労

A：メンバーが変わると店が変わっていく。だから、ものによっては本当に人気な人が1人抜けただけで大打撃みたいな場所もある。どうしてもキャラクターを売る商売なので、店がどんなに良くても個人個人についているファンの方がいたりすると、その人がいなくなると店を離れちゃうこともある。コンセプトを気に入ってもらいリピートしてもらうことで、より理解を深めてもらうことが理想です。また、ここは他のコンセプト喫茶よりも単価が高く平均8,000円～9,000円くらいで、1日の客数が4人くらい。例えば、倍の客数であれば単価が半分で済むのだが、常連しかいない分単価は上がってしまう。新規が多いような店であれば、入店しやすい値段になる。その問題は色々なコンセプト喫茶が苦労しているところ。

Q：利用者の望んでいるサービス。

A：お客さん一人ひとりによって変わるが、悩み相談を受けたりもする。また、新宿でスペースを借りて営業していた時には、店内がもっとダークな暗い内装だったので厳かな感じで接してただけど、こっちの高円寺に移ってからは、空間が明るいので、わりとみんなライトな受け答えしたりとか。常連さんとはもっとくだけた感じで。高い紅茶やお酒のような、「もの」でお金を増やしていただくといいよりは、コミュニケーションのやりとりや話の膨らませ方で信頼度を上げていって付加価値をつけながら、また来てもらえたり、長くいたいと思ってもらえるように心がけている。

Q：スタッフについて

A：元眼鏡スーツカフェのスタッフと元ロイヤルサーバントのスタッフ。ロイヤルサーバントはコスプレを重視したお店だったため、元々コスプレイヤーだった人がほとんど。

Q：スタッフの採用条件について

A：芸事（声優、俳優など）をやっている執事喫茶で働いていることを肩書きにしたい、自分についているファンの方を店に呼べる、またはお店で獲得したファンの方を自分のお芝居に呼びたい人など、お店とスタッフとでお互いの共有関係を保っていけることや、このお店に入って何をしたいかが明確であることが大事だと思っている。また、衣装を着る際や、メイクができるという理由からコスプレイヤーの方も優遇している。

Q：スタッフの衣装は個人のものか。

A：スタッフの衣装は自前のものを使用している人と、店で借りているものを使用している人と両方いる。

Q：お店で開催しているコスプレのイベントについて。

A：毎月あるコミックマーケットやコスプレのイベントのようなところで宣伝目的のために人気のアニメのコスプレをして名刺を配る活動や、悪魔執事が普段とは違う格好をしているといった趣旨で浴衣や私服のイベントを行ったりしている。

アニメ等のコスプレをする場合はその作品が好きだという方もいらっしゃるし、誰それがこのキャラをやっているということから来る場合など色々な理由でお店に来られる。またうちの店はリピーターさんが多い分、特殊なのだが、アニメのコスプレの場合はリピーターさんの反応が悪く、新規のお客さんの方が反応はいい。常連さんに受けがいいのは、浴衣とか、私服の方。スタッフ本人そのものを求めているお客さんが多いという傾向があるんだと思う。

Q：コンセプト喫茶だからこぞできることは。

A：コンセプト喫茶というのは、そのお店の定めているルールの範囲の中で自分たちのやりたいことを形にできるという点がある。一般的な飲食店だとお客様一人ひとりに対して特別に親しくするということがなかなかない。例えば、「今日なんでそのメニューにしたの?」とか「その食材好き?」とか、料理を出している人間が直接話せたりして、次来てくれたときに、嫌いなものを省けたりとか、好きなものをその日やっているメニューに変えて出せたりとかその人に合わせてあげられたりできるので、特殊だ。

また、コンセプト喫茶の店員というのは、あくまでもそこのお店に勤めているその世界の

中のキャストさんっていうだけだが、それでもその人に興味をもったりとか、それなりに対価を支払ったり、芸能人とイベントで記念撮影するのと同じ感覚で写真取ってもらったり何かを買っていただけたりするのは貴重な。

Q：今後の展望。

A：2次元を3次元に起こすというような、そのキャラ設定を演じきれるようなキャストの方と小さなディズニーランドのようなものを作りたいという気持ちはある。

デビルズローズは男性による執事喫茶でありエスコートサービスであるので、異性の服装をしている訳ではない。「執事」というコスプレ喫茶である。また、店外でのエスコート時には執事の制服を着る訳ではないので、「悪魔的に美しい男性とのデート」という事になる。1時間9000円という値段は、出張ホストやレンタル彼氏と比較するとかなり高い。印象的であったのは、男性客中心のメイド喫茶との違いである。筆者は以前男子校カフェ、外国人従業員によるのバトラーズカフェ、女性客の多いメイド喫茶について調査をしたが、女性と男性ではコンセプトカフェに求めるものが異なっていることがわかった。男性は女性の魅力に惹かれるが、個々の女性というよりは、「メイド」という女の子一般を求めている。女性は、個々のスタッフの魅力に惹かれることも確かであるが、それはプライベートでという訳ではなく、あくまでも店の雰囲気、世界観の中で動く自分の好みのスタッフに惹かれるのである。男性は料理や店の調度より具体的な「女の子」が重要であるが、それは必ずしも特定のその女性でなくてもいいのである。女性は料理や店の調度込みの「〇〇さん」を求める。女性は演出された「この人」を求め、現実の男性そのものへの興味は薄いのである。

では、レンタル彼氏といったエスコートサービスやホストクラブとの違いは何であろうか。レンタル彼氏は疑似恋愛をサービスし、恋人とのデートを演出する。「彼氏」は、客の理想の恋人になる。ホストクラブ、出張ホストはエロスをサービスし、ホストという職業、地位が重要である。ホストはホスト的に振る舞わねばならず、いわばホストを演じなければならない。対して執事喫茶や男子校カフェのようなコンセプトカフェでは「物語」をサービスするので、演劇性があるスタッフは執事など特定の役割になりきって、個人の属性を出さないようにする。その時々客の要望に合わせるのではなく、はじめから設定通りの役割を演じているのである。ただし、コンセプト喫茶により、客とのプライベートにおける接し方や、自分の「地」の部分の出し方に関する規定は多様である。完全に役になりきり、「地」を出す事を禁じている店に比べて、デビルズローズは規制が緩い。エスコートサービスと両立させているのも、うなずける。エロスの要素が重要な順は、ホストクラブ、レンタル彼氏、コンセプトカフェであり、演劇的要素の重要な順では、コンセプトカフェが第1であるが、レンタル彼氏とホストクラブの演劇性はどちらが高いとは言えない。

5 花の宴

花の宴は、2011年より営業している和風男装異形をテーマにしたコンセプトカフェである。女性従業員がメイクをし、ウィッグを被り、男性の妖怪に扮し接客をする。固定の店舗は設けておらず、秋葉原などでイベントスペース等を借りて和風の店舗になるよう空間づくりをして営業している。開催は不定期で1ヶ月から3ヶ月に一度のペースとなっている。通常の営業の他にも各シーズンに合わせたイベントの開催やお客さんと共にクッキーをつくるなどのワークショップも行っている。喫茶店としての経営の他にもプロメイドや従業員をイラスト化した缶バッチのグッズ等のサービスも行っている。

インタビュー対象者：代表 杉山麻衣さん、スタッフ 琉衣さん

(1) お店について

Q：どうして和風男装喫茶を始めようと思ったのか。

A：コスプレや男装、異装に対して興味を持っていたから。自分自身で企画をして楽しいことができたらいいなってというのがきっかけ。

Q：なぜ男性で営業しようと思わなかったのか。

A：男性のビジュアルだと女性は受け付けない。一般の男性のコスプレイヤーで奇抜な服が似合う人がなかなかいなさそう。女の子の方が女性のお客さんにも親しみやすいだろうと思ったから。

Q：なぜ不定期に開催するのか。

A：常設店だとコストがかかってしまう。メイド喫茶とか波があるから、不定期開催にしてお店をやっていた方が、マイナスにはならない。今のところ赤は出していない。一時期ブームがあったが、男装喫茶自体落ち着いてきていて、すごく混むことはなくなった。

Q：開催の頻度はどのくらいか。

A：だいたい3カ月に1回くらい。目標は3ヶ月以内に次の開催を告知すること。短いスパンだと1ヶ月とかもあったけど、なかなか難しい。

Q：開催に向けての準備は何をしているのか。

A：キッチンはメニューを変える、初めて接客する人は接客練習や会話練習など。お客さんが飽きないようにさまざまな企画など。物語の設定は毎回変えているが、イベント続きだとバランスが悪くなってしまうので、男装にコンセプトを置きつつ営業する。

Q：経営を維持するための努力、他の男装喫茶との差は何か。

A：世界観さえ生かせば基本的には何でもあり。普段は普通の喫茶店だけど、季節ごとにいろんなイベントや、和風だから江戸末期の世界観を出すために企画を行う。たとえば、夏祭りや時代設定を動かしながらハロウィーンなど。お客さんと一緒にプラバンやクッキー作りなど、お客さんとのふれあいを大切にしている。

Q：和風の世界観について、どのような設定があるのか。

A：おおまかな時代だけ。あまり設定に凝ってしまうと接客の際にぼろが出てしまうから。なるべくカタカナ言葉を控えたり言い換えたりしている。たとえば、トイレを厠など。オッケーなどは言わないようにしている。

Q：キャラクターはどのようにして決まるのか。

A：キャラクターを大切にしているので、お店をやめた人のキャラクターも必ず残すようにしている。新しい従業員に引き継ぐことはない。本人の希望を取って、1からキャラクターを考えて作る。キャラクターを描くのは、ソーシャルゲームやカードゲームで活動している人にお願ひして、細かい設定は本人や経営者で決めていく。あまり形を作りすぎると従業員がキャラクターになりきれないことがあるので、なるべく今の自分を出せるような性格などにして個性を出してあげるようにする。ほかの人の兼ね合いも多少ある。たとえば、獣耳つけている人が多いからもう要らないなど。水木しげるさんや、日本の神話、ネットで「日本の妖怪」って調べるといっぱい出てくるので、そのあたりを参考にしている。

(2)利用者について

Q：客層はどのようになっているのか。

A：男性1割、女性9割。ひとりで来る人と、友達連れで来る人と半々くらい。リピーターがほとんどで、新規客がちよこつと。年代は幅広いが、20代、30代手前が多い。お客もコスプレをしている人もいる。男性客は男装が好きで来たのではなく、興味が少しあってきた人や男装系の企画をやっている調査で来る人がほとんど。

Q：客単価はどのくらいか。

A：2500から3500円くらい。テーブルチャージが最初にあり、1時間越えともう1品頼んで延長というシステム。ドリンクのほかに、チェキなどのグッズを買ったりするとそのくらいの値段になる。新しいプロマイドが出たときやイベント時などはもう少し上がる。ドリンク1杯の人もいるのでピンきり。

Q：客は何を求めているのか。

A：従業員同士のやりとりとかを楽しみにしている人や、好きなキャラクターとお話したい人、初めてだから妖怪たちの雰囲気を見たいという人など。従業員を2次元的にとらえていて、恋愛対象になることはないが、従業員同士のやり取りを見ているのが好き。アニメとかマンガのような感じで求めている。個人的に従業員に贈り物をする人もいるが、恋愛感情ではなく、ファンとして。

(3)スタッフについて

Q：採用条件はあるのか。

A：お店のイメージに合うか。世界観を大切にしているか。18歳以上。研修をカチカチにやりすぎるとキャラが生かされなくなるので、あまりカチカチにはやらない。失礼がないようなら、実践で基本的に覚える。失敗したら周りがカバーするようにしている。

Q：スタッフの普段の生活は。

A：社会人やフリーターなど。とりあえず働きながら自分の趣味を楽しんでいる人が多い。オンとオフがしっかりとっていて、ウィッグを外してメイクを変えると誰だかわからないような人もいる。私服は、中には女の子らしい人もいるが、ボーイッシュな人も多い。

Q：(スタッフに)なぜこの仕事をしようと思ったのか。

A：コスプレの延長線。ほんとにコスプレをやっていてやってみたいなって人もいれば、男装に興味があったり世界観に興味があったりとか。和風が好きとか、そういった子たちが集まったりして今の形態になっている。

Q：この仕事をしていてやりがいを感じるのはどのような時か。

A：一番はお客さんとのふれあい。「また来るね」って言葉に、また次回も頑張ろうと思える。

Q：接客するとき心がけていることは何か。

A：ご新規さんに関してはやっぱり緊張すると思うので、慣れ慣れしすぎずに話しかけたりして、自分のキャラクターや他の従業員に興味を持ってもらうようにしている。

Q：衣装やメイクはどのようにしているのか。

A：自分で着られない人は、着付けができる人にやってもらう。メイクは自分で。ナチュラルを保ちつつ、そのキャラクターになるように心がける。

Q：ジェンダーアイデンティティについて。

A：女として生活しているけど、ファッションはボーイッシュを楽しんでいる。同性愛の人もいたりするけど、拒絶はなし。

Q：異装についてどう思うか。

A：なりきりみたいに、楽しみを感じている人もいる。

花の宴は、女性が妖怪の扮装をするのであるから、コスプレである事は明らかであるが、性別としては「男性」の妖怪であるので、セクシュアリティの要素を含んでいる。コスプレのコンセプトカフェとしては同業界内でも有名で、その徹底した世界観の構築が評価されている。妖怪というコスプレと男装というコスプレが重なる事で、非日常性が強化される。しかしながら、男装というセクシュアリティの要素がありながらも、エロスの要素は感じられない。妖怪という要素があるので、先に上げたクィーンドルチェと比較して、さらに非日常的である。イベント=お祭り感を前面に押し出しているので「淫靡」な雰囲気はなく、明るい健全な楽しみ感に満ちている。元々コスプレでは好きなキャラクターに扮するので、そのキャラクターが自分とは違う性別であれば当然「女装・男装」という事になるのであるが、当事者にとってはそのような側面よりも性別を超えた「装い」なのである。花の宴も、「男装」要素よりは「キャラ」要素の方が強い。エロティックな要素なしのセクシュアリティ表現となっている。

コスプレは男性が女性キャラクター、女性が男性キャラクターに扮している時も、どのようにセクシーな格好をしていようと、「コスプレ」という事実がエロスを覆い隠す。セクシーさは個人的な特徴ではなくキャラクターの特徴だからである。「コスプレ」における変身とは本来その

ようなものであろう。つまり、自分自身の個人的な資質として変身するのではなく、キャラクターの特徴に一体化するのである。そのため変身願望を手軽に満たせ、かつ自分自身のアイデンティティを見失わなくても済む。コスプレならジェンダーアイデンティティが揺らぐという脅威を感じる事なしに、異装ができるのである。

6 おわりに

以上、セクシュアリティ産業の多様化、特に女性向け市場の広がりを探るべく、異装を特徴とするコンセプトカフェについて考察を行った。異装は新宿を中心としたホモセクシュアル文化と秋葉原を中心としたオタク文化の2つの流れがあるが、上記のようなコンセプトカフェはセクシュアルな雰囲気を保ちつつオタク的コスプレ要素も取り入れ、多様な指向に込めている。

「悪魔執事喫茶」は男性による男装であるが、コミックスやアニメの要素を取り入れたコスプレ・コンセプトカフェである。利用者である女性は目の前で繰り広げられる演劇の参加者であり観客である。館のお嬢様と執事という演劇的な物語をスタッフと利用者が共に作り上げていく。美しい男性の姿形、全体的な雰囲気を鑑賞するものなので、目の前の男性は現実の欲望の対象とはならない。利用者は直接的なものを求めているのではなく、自分の想像力をより喚起するような世界観の展開を期待している。主に男性を利用者とするメイド喫茶と比べて料理、衣装、調度などを含めて、全体的な物語の完成度が要求される。利用者も、お嬢様という役割を演じなければならない。コンセプトカフェは、コンセプトが明確で、演出が凝っていればいるほど、利用者への要求も厳しくなる。世界観を乱すような行為はできない。一方、「ウィズコレクション」における“男装の麗人”という不思議な存在とのデートというのは、男性の男装である執事喫茶よりむしろセクシュアルな要素が強い。男装した女性ではなく「美しい男性」と見えなければならない。そのためウィズコレクションの男装はコスプレではない。日常的に男性の服を着ているスタッフばかりである。「クイーン・ドルチェ」もスタッフは男装の女性であるが、“男装の麗人”のセクシュアリティを前面に押し出すということはない。男装への「萌え」の部分を大切にしつつ、単なるコスプレではないという、セクシュアルな要素とオタク的な要素のバランスを重要視している。そして「ウィズコレクション」、「クイーン・ドルチェ」にもレズビアン的な要素は感じられない。「花の宴」は、女性が和風の男装でしかも妖怪というきわめて個性的で明快なコスプレ・カフェである。他には見られないコンセプトでお祭り＝非日常感に満ちている。セクシュアルな雰囲気は最も薄い。妖怪というコスプレにより、男装の部分のエロティックな側面が隠されている。

以上の事から、コンセプトカフェの「異装」は、新宿三丁目における「異装」とは意味が異なっているという事が明確になった。それは必ずしも個人のセクシュアリティを表すものとは見なされない（例え本当は表している）。オタク的な「萌え」とコスプレとセクシュアルなものとのバランスの上に成り立っている。利用者は、生々しい個人のセクシュアリティに触れる事なく、また、自身の性的指向性に何らかの疑問や問題意識を持つ事なしに、オタク文化というメジャーな趣味の範疇で、セクシュアルなものを消費する事ができるのである。

それでは、セクシュアルなものに金銭を払うという事に対して利用者の抵抗感はどのようなものであろうか。ここでは非日常性が高くなればなるほど金銭を払う抵抗感は低いという仮説をたててみたい。2章でも触れたが、例えば通常はホストはホストというコードをまとい、独特の外見、雰囲気醸し出して、そして値段も高いので、「一般の女性」(キャバクラやソープランドなどの風俗店で働いていない)は、ホストクラブへ行ったり、出張ホストを利用する事には抵抗感がある。しかしレンタル彼氏は、明らかにホストとは異なる外見と雰囲気、「イケメンでセンスがよく優しい」つまりよくできた恋人を演出しているので、一般の女性が利用する。しかし実際に金銭を払い一緒に過ごす時の「割り切りかた」はどうであろうか。出張ホストは、風俗営業に届けている、つまり性的サービスを行うところもある。むしろこのように性が商品化されていると明確な方が、実は心理的には圧迫感がないのではないか。「彼氏」は、例え2時間であっても「彼氏」であり、性を売っている訳ではなく「愛のようなもの」を売っている。性より愛を買う方が圧迫を感じるのではないだろうか。崇高な愛はお金では変えないが快樂は買える、という物語である。ホストに払う金銭はホストというコードに支払っている、目の前の男性に支払っている訳ではないが、彼氏は目の前の男性に支払っている。ホストははじめから「職業」であるが、「彼氏」は職業ではない。ホストはどのような女性でもお金を払わなければならないが、「彼氏」は本来ならお金を払わず手に入れるものなのである。そこにむしろ日常性ゆえの抵抗感が生じると思われる。以上の仮説は、サービスの日常性／非日常性と受給者の心理的抵抗感について仮説をたてたものであるが、検証と分析を行うには、利用者への調査が必要であり、それは今後の課題である。

文献

- 東浩紀『動物化するポストモダン—オタクから見た日本社会—』2001、講談社現代新書「トレンド潮流 コンセプトカフェ 2.5次元の出会いを求める乙女たち」20100410、週刊東洋経済 (6255)
- 上野千鶴『腐女子とは誰か?—サブカルのジェンダー分析のための覚え書き』2007、ユリイカ (39-7)
- 牛山美穂「異装のエロチシズム〈特集〉」198705、すばる9(5)、集英社「少女のサブカルチャーに見るジェンダー・パロディの実践…コスプレ少女の事例から」2005、文化人類学研究 (6)
- 佐伯順子『女装・男装と現代文化』2009、講談社
- 杉浦由美子『腐女子化する世界—東池袋のオタク女子たち』2006、中公新書ラクレ『コスプレ女子の時代』、2008、KKベストセラーズ『かくれオタク9割—ほとんどの女子がオタクになった』2008、PHP
- 谷口秀子「少女漫画における男装：ジェンダーの視点から」2002、言語文化論究 (15)
- 原田薫「〈男装の少女〉のセクシュアリティ—少女漫画世界におけるジェンダー表象—」201205、女性学評論 28号
- 三浦俊彦『日本の消費者はなぜタフなのか—日本的・現代的特性とマーケティング対応』、2013、有斐閣、p22
- 宮台真司(監修)『オタク的想像力のリミット』2014、筑摩書房(金子・加藤)
- 森川嘉一郎『趣都の誕生—萌える都市アキハバラ』2003、幻冬舎「男装の麗人—ギャルソンに恋する乙女たち：わたしたちフツウの男じゃ満足できない!」20120210、週刊朝日 117 (5)