第 4 章コミュニケーションが行われる場所

4-1　地域による街廻りの違い

3-6-4 で地域ごとに『ちんどんコミュニケーション類型』の集計を行った。集計した表を表 4-1 に示す。(　)内は、街ごとの『ちんどんコミュニケーション類型』の出現数を街廻りの時間（h）で割ったものである。これは 1 時間あたりの出現数を表している。最下列の〔　〕内は、各『ちんどんコミュニケーション類型』の合計が、全コミュニケーションのうち、何%を占めるかを表している。

表 4-1　地域別『ちんどんコミュニケーション類型』の集計

	ついてくる	応答	目を配る	引き寄せ	声かけ	合計
①0503 新世界 4h	1 (0.25)	23 (5.75)	6 (1.5)	0	1 (0.25)	31 (7.75)
②0510 塚本 3h	2 (0.67)	6 (2)	11 (3.67)	0	1 (0.33)	20 (6.67)
③0606 十三 3h	0	14 (4.67)	21 (7)	0	1 (0.25)	36 (12)
④0607 園田 6h	0	12 (2)	29 (4.83)	0	7 (1.17)	48 (8)
⑤0611 上本町 3h	2 (0.67)	1 (0.33)	30 (10)	4 (1.33)	4 (1.33)	41 (13.67)
⑥0619 難波 3h	3 (1)	13 (4.33)	3 (1)	1 (0.33)	0	20 (6.67)
⑦0620 難波 3h	1 (0.33)	11 (3.67)	6 (2)	0	2 (0.67)	20 (6.67)
⑧0627 お初天神 3h	1 (0.33)	5 (1.67)	7 (2.33)	0	0	13 (4.33)
⑨0703 あびこ 5h	1 (0.2)	11 (2.2)	14 (2.8)	0	1 (0.2)	27 (5.4)
⑩0711 東住吉 3h	0	5 (1.67)	21 (7)	2 (0.67)	3 (1)	31 (10.33)
⑪0719 道頓堀 3h	0	11 (3.67)	1 (0.33)	0	0	12 (4)
⑫0725 道頓堀 3h	0	3 (1)	1 (0.33)	1 (0.33)	1 (0.33)	6 (1.99)
合計	11[3.6%]	115[37.7%]	150[49.18%]	8[2.62%]	21[6.89%]	305[100%]

最下列の『ちんどんコミュニケーション類型』の合計から、「応答型」と「目を配る型」が多いことがわかる。まず、ちんどん屋が観客の目を惹き付け、そこからコミュニケーションを行う様子がうかがえる。

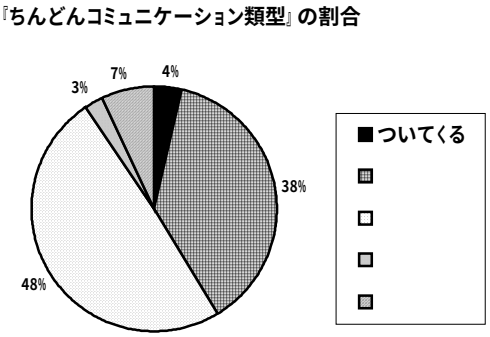

図 4-1　『ちんどんコミュニケーション類型』の割合

次に、『ちんどんコミュニケーション類型』を街ごとに比較する。1 時間あたりの『ちんどんコミュニケーション類型』の出現数（表 4-1（　）内）をグラフで表したものが図 4-2 である。

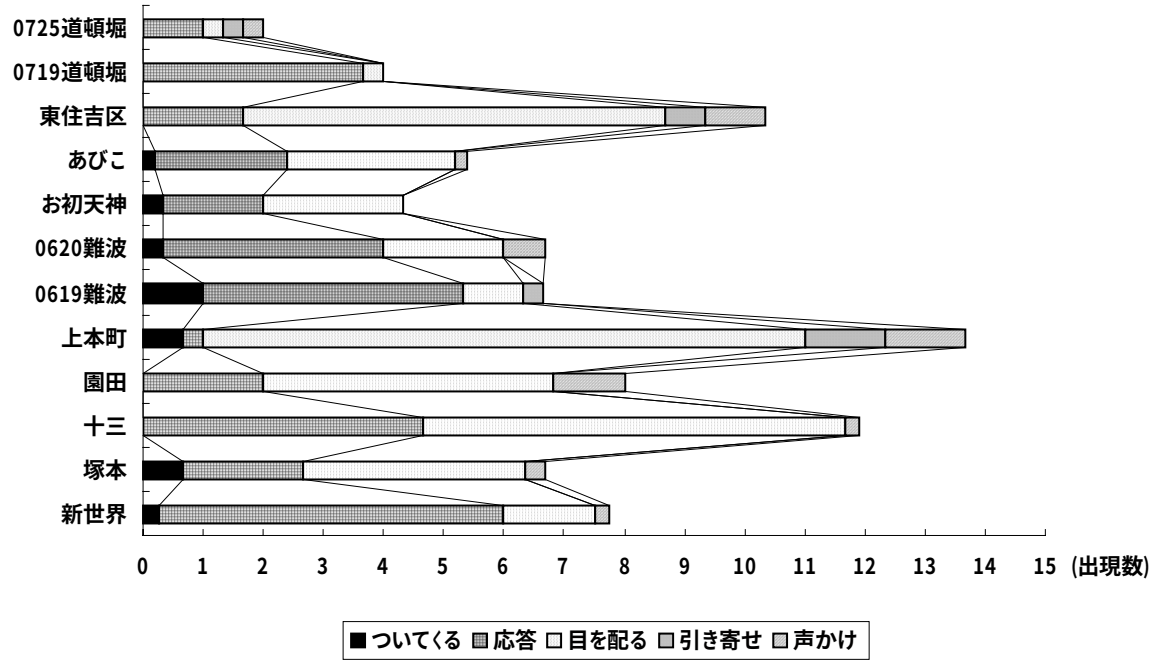

図 4-2　1 時間あたりの『ちんどんコミュニケーション類型』の出現数

街ごとに比較すると、新世界では「応答型」が多い。写真を撮る人が多い。また、調査の際に、新世界独特の雰囲気が観客の気持ちを高ぶらせているように感じた。

上本町では、「目を配る型」と「呼びかけ型」が多い。上本町に「東西屋」がある。そのため、ちんどん屋は子供が集まる場所や住民が外に出てくる場所を狙って行くことが可能だったと考えられる。

園田と上本町で「声かけ型」が多い。これは外に出ている人が多かったためと考えられる。

繁華街で「応答型」は多く見られる。一方、「声かけ型」は少ない。ちんどん屋の話[1)]では、「アメリカ村のような所にいる人は、着飾っていて緊張している。そういう所ではコミュニケーションが起こりにくい」ということを伺った。繁華街は、周囲の音がうるさく、人が多くて狭いうえに、そこにいる人が緊張しているため、声をかけにくいようだ。

住宅街で「目を配る型」は多く見られる。

4-2　コミュニケーションのつながり

『ちんどんコミュニケーション類型のつながりを考察する。

3-6-3 で『ちんどんモデルマップ』から『ちんどんコミュニケーション類型』のみを取り出して並べた。それらをすべて並べて考察する。その図を図 4-3〜4-5 に示す。

図 4-3〜4-5 より

■「ついてくる型」はよく見られる街廻りと全く見られない街廻りがある。「ついてくる型」が見られるかどうかは、その場所にいる観客によると考えられる。

■「応答型」は、全体的に散らばって見られる。応答型がどこで見られるかは、「ついてくる型」と同様にその場所にいる観客によると考えられる。

■「目を配る型」が、かたまって見られる。これは、住宅街ということと、外で起きたことに関心がある地域だと考えられる。

■「目を配る型」と「声かけ型」は、街廻りの初めの方に見られることが多い。ちんどん屋が観客を警戒させないようにしていると考えられる。また、ちんどん屋自身が観客の反応をうかがっているようだ。

■「引き寄せ型」は、円の大きさが大きい、すなわち滞在時間が長い場合が多い。お互いが寄って行く、すなわち、お互いが相手とコミュニケーションを行う余裕があると考えられる。

全体的に、1 廻り目（2 廻り目）～終わりにかけて、1 廻りの滞在時間が短くなっていく傾向がある。1 廻りの移動距離も短くなる傾向がある。このことに関してはちんどん屋に話を伺っていた[1)]。

「初めの方はまだ時間が早くて、観客はどこの店に行こうか、何をしようか決めていない。宣伝店から離れた所で宣伝しても観客は来やすい。遅い時間になってきて、店から離れて宣伝しても観客は来にくい。初めの方に遠出をする。」という話を伺った。

この話からも、初めから終わりにかけて、１廻りの時間と距離が短くなる傾向があると言える。

4-3　コミュニケーションが行われる場所

3-6-3 で得た『ちんどんコミュニケーション類型』と動線を抽出した図に基づいて、コミュニケーションが行われる場所を考察する。

全体的に見ると、コミュニケーションが行われる場所は、ちんどん屋が立ち止まって向上を述べる場所が多い。ちんどん屋は、演奏をしていると観客に声をかけにくく、観客は、ちんどん屋が演奏している時よりも止まっている時の方が声をかけやすいためである。また、ちんどん屋が止まる場所は、会話ができる空間があるためである。

以下、街ごとにコミュニケーションが行われる場所を考察する。

（1）　新世界街廻り（図 4-6～4-8）

■図 4-6～4-8 より

・依頼店前で「応答型」が多く見られる。店前には通天閣と人が集まれる広いスペースがある。観光客と広場に人が集まり、そこにちんどん屋が加わり、ちんどん屋も名物のようになっていた。ちんどん屋が観客に写真を撮るように勧めることがあった。また、その場で回転をしたり、写真撮影の時にポーズをとったり、見せ物としてのちんどん屋の様子が見られた。

・天王寺動物園の付近では、子供に対して「目を配る型」が見られた。

■図 4-6 より

・劇場前で「応答型」（写真撮影）が見られた。

・「づぼらや」横（通天閣全体が見える）で「応答型」（写真撮影）が見られた。

■図 4-7 より

・映画券売り場で「目を配る型」が見られた。ちんどん屋が券を売っている人の視線に気づきチラシを渡しに行った。これは、観光客ではなく、地元の人に目を配っている。

・人通りの少ない時に「声かけ型」が見られた。

・天王寺動物園横で、動物園内の子供に対して「目を配る型」が見られた。
・細い道では、コミュニケーションが見られなかった。細い道で、この日は観客が多かった、このような場所では、ちんどん屋が止まれる空間がないため、コミュニケーションが行われにくかったと考えられる。

（2）塚本街廻り（図 4-9～4-11）

■図 4-9～4-11 より

・住宅付近では、目を配る型が多く見られた。観客が住宅から顔を覗かせ、ちんどん屋がれそれに気づいて、口上を言う。またチラシを持っていく、上階の人に看板を見せる、声をかけるなどする。マンションの 10 階の窓から覗く観客もいた。

■図 4-9 より

・商店街で「応答型」が見られた。商店街では人が通る。ちんどん屋は、その観客に向かって口上を述べる。商店街で口上を述べている時に観客が話し掛けてきた。

■図 4-10 より

・公園内でついてくる型が見られた。宣伝内容は子供が対象ではないが、子供が親に話すという口コミの宣伝効果が考えられる。また、子供を喜ばせようというちんどん屋の思いがある。ちんどん屋は子供が知っている曲を選曲し、公園内を歩いていった。また、子供が公園から飛び出さないように気を使っていた。

（3）十三街廻り（図 4-12～4-15）

■図 4-12～4-15 より

・「目を配る型」が多く見られた。依頼店の人が着ぐるみを来て宣伝していた。それが一因と考えられる。着ぐるみが観客の目を惹いた。
・　住宅で「目を配る型」が見られた。

■図 4-12 より

・会社のビルの前で「目を配る型」が見られた。上階から覗く人や、下まで降りてきてチラシをもらう人がいた。
・人通りの少ないところで「声かけ型」が見られた。人の歩いていない道に、観客が出てきて、その人に声をかけた。
・道路で「目を配る型」が見られた。観客が車内からちんどん屋を見ていた。それに対

し、ちんどん屋は背中の看板を見せて歩いた。
・飲食店前で店員に対して、「目を配る型」が見られた。

■図 4-13 より
・将棋会館の前で店員に対して、「目を配る型」が見られた。

■図 4-14 より
・商店街で「応答型」が見られた。配っていたティッシュをもらいに来る観客がいた。宣伝店のティッシュ配りが「（ティッシュは）男性のみです」と言って、初めて宣伝内容を知るおばさんが数人いた。
・「目を配る型」が多く見られた。着ぐるみに反応する子供が多かった。

■図 4-12～4-15 より
・1、2 廻り目の方が、3、4 廻り目よりも移動距離が長い。

（4）園田街廻りについて（図 4-17～4-21）
■図 4-17 より
・初めの方に「声かけ型」が見られた。
・駅高架下の人通りの少ない所で「声かけ型」が見られた。ちんどん屋がチラシを配りやすいように（観客がもらいやすいように）折っていた。そこを通った人に声をかけた。

■図 4-18 より
・自転車置き場付近で、自転車整理員に対して「応答型」が見られた。
・商店街で、店員に対して「目を配る型」が見られた。また、一戸建ての家や、マンション、アパート、不動産屋、接骨院、飲食店などで「目を配る型」が見られた。
・外にいる人（遊んでいる子供や仕事をしている人など）がいると、「声かけ型」が見られた。

■図 4-18 と 4-19 より
・中学校付近で「声かけ型」と「応答型」が見られた。

■図 4-19 より
・住宅で「目を配る型」が見られた。
・美容院の前で「目を配る型」が見られた。美容院のおばちゃんが出てきて、隣人を呼び、写真を撮った。

・自転車置き場で、自転車整理員に対して「応答型」が見られた。

■図 4-20 より

・マンション下で「目を配る型」が見られた。親子が外に出ていた。
・小学校で「目を配る型」が見られた。
・マンションで「目を配る型」が見られた。

（5）上本町街廻りについて

■図 4-22 より

・商店街で、店員に対して「目を配る型」が見られた。商店街の店員は、あまり驚いた様子ではなかった。ちんどん屋がよく通るためと考えられる。
・小学校で「引き寄せ型」が見られた。
・商店街付近の住宅で「目を配る型」が見られた。
・高校で「目を配る型」が見られた。
・古い家が多い通りで「目を配る型」が見られた。外に出てくる人が多かった。長屋や門のない家や引き戸の家が多い通りである。
・公園入り口で「声かけ型」が見られた。

■図 4-23 より

・公園で「引き寄せ型」が見られた。3 つの公園で 3 回見られた。また公園付近で「声かけ型」が見られた。
・住宅、会社のビル、店などで「目を配る型」が見られた。
・公園～寺～商店街にかけて「ついてくる型」が見られた。子供が 3 人ついてきた。
・横断歩道で「声かけ型」が見られた。信号待ちの子供に声をかけた。

ターゲットが子供なので、子供への呼びかけが多い。
上本町は、長屋などの古い町並みが残っている街として有名である。古い家の造りは、外に出やすい構造になっている。

（6）0619 難波街廻りについて

■図 4-25・26 より

・「ついてくる型」が多く見られる。ついてくる型の赤楕円は 4 つあり、3 人がついてきた。自転車でついてきた人、祝儀をくれた人、倒れて救急車で運ばれた酔っぱらいという個性的な人だった。

■図 4-25 より

・広い空間があるとちんどん屋がそこに止まり、「応答型」や「目を配る型」が見られた。商店街であっても道が狭すぎると立ち止まらない。

・横断歩道で「目を配る型」が見られた。信号待ちの子供に手を振った。

■図 4-26 より

・裏通りで、会社のビルから「目を配る型」が見られた。

調査の際、繁華街の街廻りでは、ネオンの音や人の声などでちんどん屋の演奏や口上が聴こえにくかった。また人が多いため、ちんどん屋の動きが追いにくかった。ちんどん屋も観客の動きが見にくくなると考えられる。

（7）6020 難波街廻りについて（図 4-28～30）

6019 難波街廻りと宣伝店や時間が同じ街廻りである。「呼びかけ」が見られるのは知り合いに会ったためである。「ついてくる型」はすべて同じ人によるものである。

■図 4-28 より

・依頼店前から出発し、少し行った所（初めの方）で「目を配る型」が見られた。少し驚いている様子の観客に笑顔を向け、手を振った。

・各所で「応答型」が見られる。会社帰りの人が声をかけることが多かった。

・街廻りの初めの方で「声かけ型」が見られた。

■図 4-29 より

・街頭で宣伝をしている人に対して、「声かけ型」が見られた。

■図 4-30 より

・商店（2 階に人が住む）で、親子に対して「目を配る型」が見られた。

・広い空間で「応答型」が見られた。

・依頼店前で「応答型」が見られた。

（8）お初天神通り街廻りについて（図 4-32～35）

この日は雨が降っていたため、アーケードの下を通ることが多かった。

■図 4-32～34 より

・店員（ゲームセンター、宝くじ売り場、レストラン、立ち呑みなど）に対して「応答型」、「目を配る型」が見られた。

■図 4-33 より

・お初天神横の人通りの少ない道～宣伝店まで、「ついてくる型」が見られた。これは、店の場所まで観客を案内したためである。

■図 4-34 より

・横断歩道横で「応答型」が見られた。信号待ちをしていた観客が拍手をした。

・依頼店付近で「応答型」が見られた。店の場所がわかりにくいため、観客が道を尋ねた。

（9）あびこ街廻りについて（図 36～39）

この日は雨が降っていた。アーケードもなく、ちんどん屋は傘を身体に取り付けて歩いた。雨宿りをすることが多かった。雨のため行動が規制された。

■図 4-36 より

・店（不動産屋、商店）で「目を配る型」が見られた。

・商店街で「応答型」が見られた（外にいる人）。

■図 4-37 より

・横断歩道で

・「目を配る型」が見られた。ちんどん屋が横断歩道を渡っている時に、車内の人に手を振った。

・焼き鳥屋台で飲食している人に「応答型」が見られた。

■図 4-38 より

・商店街で「目を配る型」と「応答型」が見られた。商店街付近に子供達が多かった。これは、子供が学校から帰ってきたためと推測する（16 時～17 時の間）。

（10）東住吉区街廻りについて（図 4-40～42）

■図 4-40～42 より

・店員に対し、「目を配る型」が見られた。

■図 4-40 より

・長屋や食堂などで「目を配る型」が見られた。
・道路で「応答型」が見られた。バイクに乗った人が声をかけてきたためである。これは、車が多い道では見られない。
・公園と幼稚園で「呼びかけ型」が見られた。
・幼稚園付近では「目を配る型」が見られた。幼稚園児が帰る時間であった。

■図 4-41 より

・道路で宅配バイクの人に対して「応答型」が見られた。
・仕事場や会社のビルで「応答型」と「目を配る型」が見られた。

（11）0719 道頓堀街廻りについて（図 4-43）

■図 4-43 より

・外にいる人（セールス、キャンペーン、たむろしている人など）に対して応答型が見られた。
・観光客に対して、「応答型」が見られた。
・「目を配る型」は、服屋の店員と駐車場の管理人に対して見られた。

（12）0725 道頓堀街廻り（図 4-44～45）

この街廻りでは、コミュニケーションが少なかった。警官が多く、警官の前では演奏しない時があった。

■図 4-44 より

・高級衣料品店の前で「応答型」が見られた。店の中から警備員が出てきて、演奏を止めるように言った。

・工事の囲いの前で「声かけ型」が見られた。ちんどん屋が警備員にあいさつをした。

（13）（1）～（12）のまとめ

■繁華街では、「応答型」が多い。観客による写真撮影や拍手が多く見られる。ちんどん屋が観光の対象になることがあると言える。

■商店街や繁華街では、「目を配る型」が多い。店員や時間的余裕がある人（不動産屋、医療施設の人、信号待ちの人など）に対して「目を配る型」が多く見られる。

■住宅街では、「目を配る型」が多い。住民に対して多く見られる。外部に対して開放的な造りの建物（長屋、門がない住宅、商店など）では、「目を配る型」が多く見られる。ちんどん屋は住宅の上階や、店の出入り口、路地など様々な所に目を配っている。

■子供がいる場所（公園・学校など）では、コミュニケーションが行われることが多い。特に「引き寄せ型」が多い。子供はちんどん屋に対する反応がよい。

■人通りの少ない場所で「声かけ型」見られることが多い。「声かけ型」は、屋外にいる人（遊んでいる子供や仕事をしている人など）に対して見られる。子供やお年寄り、信号待ちの人など時間的余裕がありそうな人に対して、また困っている観客がいると、「声かけ型」が使われる。

■観客が屋外にいると、ちんどん屋と観客とのコミュニケーションは行われやすい。「応答型」、「目を配る型」、「声かけ型」などが見られる。

■会話ができる物理的空間がない場所では、コミュニケーションが行われにくい。

■ちんどん屋が止まって口上を述べる場所は、依頼店前や交差点、横断歩道、少し広い空間などが多い。そこでは、コミュニケーションが起こりやすい。

第 4 章　脚注

1）2003 年 1 月 17 日、著者が東西屋へ行き、ちんどん屋に聴き取り調査を行った。