「鉦や太鼓が街を行く」

増山雄三

私が大学二年の昭和三十一年の頃だったと思うが、家庭教師のアルバイトで貰った謝礼で買った、当時はやっていた赤いジャンパーを、意気揚々と着ていたのを見た七つ年上の兄が、いつも黒いやぼったい学生服を着ていた私をみて、少し派手と思ったのか、「なんだお前、まるで『チンドン屋』みたいだな」と、冷やかされたことを思い出した。

そのチンドン屋、私も何度かは遭遇した事はあったが、締太鼓と当たり鉦を組み合わせた、チンドン太鼓と呼ばれる楽器を、「チンチン・ドンドン・チンドンドン」と鳴らして人目を集め、その地域の店舗などの商品宣伝を行う、日本独得の請負広告業の一類型だったが、「披露目屋」とか「広目屋」、あるいは「東西屋」などと呼ぶ地域もある。

彼らは、奇抜な衣装や仮装をして、チンドン太鼓を演奏しながら、時には諸芸をしながら街を練り歩き、依頼者の指定した地域や店舗へ人を呼び込み、そこで口上やビラまきをして、商品の購入を促すのだ。

音声広告は、売り声やかけ声それに鳴物等を使用した広告の総称で、行商人や大原女などのそれに、様々な工夫がこらされる様になり、口上に「トウザイトウザイ」の表現も現れ、鉦や太鼓で個性をだし、派手な衣装で歌や踊りを披露しながら、飴売りがその声を売り物にし「東西屋」となり、楽器演奏を行なって、チンドン屋の母体になっていった。

類似した広告請負形態として、ジンタやサンドイッチマンなどもあるが、ジンタの演奏家が、チンドン屋に流入してチンドン屋の普及に貢献し、サンドイッチマンは、音楽や口上を伴わず特別な技能は必要ないとはいえ、街頭宣伝という点では共通している。

さて、チンドン屋に話を戻すと、それは三

人から五人程の編成が一般的だが、チンドン太鼓、楽士、大太鼓（ゴロス）を中心に、旗持、ビラまきらが加わり、チンドン太鼓は、屋号を持った事業主の親方が担当で口上も兼任し、大太鼓のゴロスを持った楽士は、主に着飾った婦人の担当である。

そしてこの楽士は、クラリネットやサックスなどの管楽器で旋律を演奏し、旗持ちは幟を持ち先頭を歩くのが役割で、ビラまきはチラシを配布し、背負いビラと呼ばれる、店名が書かれたポスターを背中に背負い、チンドン太鼓の前を行進するのだ。

こうして、店舗や近隣を巡る「街廻り」の仕事を基本とするが、大規模店舗や催し物の会場内を廻る事や、店の前やステージなどでの演奏を依頼される事もあり、仕事の始めと終わりや、雨天時などで、そこへ留まって演奏する、「居付き」を行なったりもする。

このチンドン屋という言葉は、明治十一年（一八九八年）の郵便報知新聞に、「チンド

ン屋よろしく大道飴売」とあり始まったが、普及し始まったのが昭和初期で、当初は華美な衣装を身に着け、口上を行なうだけで、管楽器の演奏を伴はなかったが、のちに、軍楽隊退役者が市中音楽隊を作り「ジンタ」と呼び、運動会など祭事の宣伝を行い始めた。

そして、全盛期の昭和十一年には、チンドン屋の組合をつくり、議会選挙の票の取り纏めに利用されたりしたが、十六年になると、戦時体制強化のため、チンドン屋及び各種大道芸は禁止されてしまった。

それが、戦後の復興の中で、チンドン屋は勢いを取り戻し、特にパチンコ店からの仕事が多く、昭和二十五年のチンドン屋人口は、二千五百人に及び、「全国チンドンコンクール」も開催されたが、時代が進みテレビや情報伝達の変化もあり、チンドン屋は「古くさいもの」になっていった。

しかし、このような古くさいものではないアプローチが、昭和六十四年（一九八四年）

に大阪西成区で旗揚げをした「ちんどん通信社」で始められ、注目を集める風貌と演奏などで、店を宣伝したりイベントを盛り上げたりしてきたが、いま、新型コロナで大打撃を受けているとはいえ、めげずに街へ出て笑顔を届け続けている。

ところで、この「ちんどん通信社」は、旗揚げの二年後、大阪中央区へ拠点を移し、一九九四年に放送されたＮＨＫ大河ドラマの、「青空にちんどん」のモデルになった。

そして、富山県で開かれるチンドンコンクールでは優勝が十四回あり、今年七月時点で二十人が所属し、チンドン屋団体では日本最大規模とされ、海外公演は三十回を越え、外国人観光客らの人気も集めている。

東京では、大熊ワタルらが、高田宣伝社で楽士としてチンドン演奏を始め活躍していたが、震災後の神戸で活動し、雑誌でチンドンに関する記事も執筆し、既存業者の高齢化を補い、この業界に若い人材が参入する流れを

作り、全国のチンドン屋の数も、今では百五十人を数える様になった。

一方、先述のちんどん通信社は「アメちゃんどうですか、ドリンクも八十円です」といって、大阪摂津市の路上でこの七月中旬、化粧をしてマスクを着けたメンバー三人は、依頼主の飲食店を宣伝するプラカードを持ち、にぎやかに楽器を鳴らすと、その音に誘われて、窓から顔を出して手を振る人もいるし、すれ違った男性は「今はこういうのは減ってしまった。おもろいなぁ」と、差し出されたあめ玉を笑顔で受け取った。

一行は人通りに応じてルートや曲をかえ、ベビーカーを見ると、音量を絞りながら、約三時間の行進を終えたが、四十八才になるメンバーの花田雅史さんは、少しでも店の力になれればと、流れる汗をぬぐった。

宣伝を頼んだ、同市にある焼き肉もつ鍋店「輪々や」は、四月に八周年を迎えたが、新型コロナで売上は激減したので、店長の大山

さんは、雰囲気がどんよりした今こそ、楽しいことをして、周囲が笑顔になってほしかったと語るが、生演奏を見て、「最高や。やっぱりプロやな」と感無量だったが、早速、客からの予約の電話が入ってきた。

福岡県出身で、ちんどん通信社のリーダーを務める、六十四才の林幸治郎さんは、ニューオルリンズジャズの経験者で、立命館大学を卒業後の四十年近く前、老舗の青空宣伝社で三年間の修行を積み、この業界の魅了に取りつかれ、一人で飛び込んだ。

その後、昭和から平成そして令和の時代にわたって、景気の浪に振り回されながらも、全国で活動を続けてきたが、今年は新型コロナで、約八十件が延期やキャンセルされ、五月はゼロになったが、林さんは、これからは若いメンバーの感性に期待し、今後の事を考えたいと話すその姿には、全く気負ったところがないのが救いだった。

令和二年十月