

現代、ペット・ブームとも相まって、猫、さらにはそのキャラクター化の先駆ともいえる「招き猫」が人気を呼んでいる。「招き猫」の発生については、江戸中期から後期とされ、数々の伝説が語られているが、いずれもはつきりしたものではない。招き猫はいわば「夢の論理」から生成されているともいえる。

本稿では、「招き猫」に関わる近世の都市伝説を分析し、その生成の背景と意味の構造から現代に至る人気の理由を検討する。それは、「流行現象」と「民俗信仰」の関係から、社会に潜む「夢の論理」をひもとうとする、新たな理論的アプローチである。すなわち、固有性と普遍性、通時性と時代性の交差から、招き猫現象を考えるものとする。

「招き猫」人形は、江戸後期、都市部を中心に、つくられはじめたとされる。「招き猫」の起源についてはいくつもの説話があり、それらの説話と結びつく寺社も数多い。むろん、それらの由来はいずれも風説に過ぎないが、なぜ「由来の風説」が必要なのか。そこに、「縁起物」の位置の微妙さが窺われる。

都市部では、「招き猫」は、「縁起物」として、花柳界や商店に飾られた。この位置は、かつて一般的に祀られていた「神棚」の稲荷狐を想起させる。招き猫は稲荷狐の代替アイコンではないか？ 実際、伏見稲荷や浅草寺をはじめ、寺社の参道の土産物店では、稲荷狐と招き猫が並んで売られており、それらの位置および形態の親縁性は明らかである。機能的にも、農業や養蚕における益獣であるなど、共通性が観察される。江戸期の猫説話でも、「猫憑き」や「化け猫」など、かつての狐の妖異を猫が担っている。住吉大社の楠?社は、まさに狐と猫が交差する地点である。

さらに、吉野裕子も指摘するように、稲荷狐は、祖霊信仰／水神信仰／山岳信仰／巨木信仰としての蛇信仰へとさかのぼることができる。さらに吉野は、「ヘビ」という音が「カミ」と同義であることを主張している。

招き猫が神狐の変容したものであり、神狐が蛇神の変容したものであることを裏付けるように、招き猫は蛇神の面影を忍ばせている。そしてこの神話構造は、大衆的表象には、無意識のうちに断片化して埋め込まれている。

しかし、「招き猫」の原型が古代神にまで遡りうるとしても、それだけではなぜ江戸期にブームを巻き起こしたかを説明できない。江戸期ブームの背景には、日本社会の都市化、脱宗教化、貨幣経済化の潮流があり、また他方で、疫病や自然災害に伴う社会不安の増大があった。18世紀後半からはさまざまな流行神が民衆の願いごとを叶えるものとして人気を集めた。「招き猫」もその一つであった。流行神ブームは、やがて江戸から東京への歴史変動へと接続する。

しかし、社会変容だけではすべてを説明できない。同時代の「流行神」たちは短期間でブームを終えたのである。

そこで、江戸期の様々な猫説話の構造を分析すると、それらが一つのモチーフに収斂することがわかった。そしてそれは、北関東～東北地方に広く分布する「おしらさま」説話と同型であることもわかった。さらにその同型性は、日本のもっとも古い始原神話である「三輪山伝説」とも接続するのである。しかもこの同型性は、おどろおどろしい「化け猫騒動」とも共通するのである。表層的で非合理と見なされがちな「猫ブーム」の深層には、始原神話の再想起—「世直し」の希求も潜んでいたのではないか。(実際、そのような例もあった)。

大きな「流行」とは、「時代性」と「神話構造」の交差する点で発生する。

別の視点から見てみよう。東京における猫伝説の地の分布を見てみると、それらの〈場所性〉にいくつかの特徴が共通してあることがわかった。すなわち、その地は人びとにとって古代聖地(土着権力)のかすかな記憶を喚起する場所であり、またそのアイコンとしての形代を作出し得る場であった。したがって、時代が揺らぐとき、人びとは「社会再創出(世直し)」の夢とその地とを無意識に結びつけたと考えられるのである。

以上の考察が示すのは、江戸期「招き猫」現象は、当時の社会環境と始原的世界観、局所固有性(土着性)と普遍性(世界共通性)が、複合的に衝突する地点で発生したものであるということである。そして現代、異なる時代

状況において、同様の複層的衝突のなかで「招き猫」ブームが生成されていると考えられる。この視点は、あらためてわれわれの社会における「流行」とその未来に関する理論的基礎を提供する。