

## 吉原遊廓の広告について -現代の広告の視点から-

荻本祥

本研究においてとりあげる「吉原遊廓」とは、江戸幕府によって公認された、吉原にあった遊廓のことを意味する。吉原遊廓は江戸時代の出版文化を支えていたとも言われ、歌舞伎や洒落本の舞台になり注目されていたことから、当時の流行の発信地になっていたとされている。

SNS もインターネットもなかった時代にどのように遊郭や遊女の名が広まり、どのようにお金が動いていったのかを現代的視点で明らかにすることは、現代の「娯楽」を支えるエンタメコンテンツ業界や広告メディア業界にかかわる者たちにとって役立つ知識となりうると考えられる。本研究は、その点について明らかにすることを目的とする。研究方法は文献調査を行った。

本研究において、「マーケティング戦略」に注目した。まず、本研究において「マーケティング戦略」を1. 年中行われる華やかなイベント戦略、2. 巧みな広報戦略 3. タイアップ戦略の3つに分けることにした。1. に関しては「吉原俄」というイベントが開催され、四季折々に展開した集客のための演出がたくさん行われたとされている。2. に関しては、現代でいうところの出版業を営んでいた蔦屋重三郎に着目した。蔦屋重三郎は、二次情報ではなく、実際に自らが調査収集した一次情報を発信し、また後に人気絵師となる歌麿や、人気作家となる京伝などを発掘、育成して用いることによって、自らの出版物の売り上げをのばすことに成功した。3. に関しては、江戸最大のレジャースポットである吉原を舞台にして、歌舞伎で大人気だった「助六」が登場したとされており、主人公が舞台上で飲食している食べ物や飲み物はスポンサーの商品だった。今でいうところの、テレビやドラマの中で道具や飲食を登場させることで消費者に商品や商材を認知させるという一種の広告手法である、プロダクト・プレイスメントと同義だと考えられる。

現代は、インターネット上に乱立し人々が広告に触れる機会が飛躍的に増え「広告＝邪魔なもの」になったとされる。「邪魔なもの」でなくするためには、蔦屋重三郎の功績が参考になると考えられる。

現在さまざまな技術が開発されているが、それらを比較検討した結果、「Non-Fungible Token」(NFT)を取り入れることが、邪魔なものと感じられなくなるために有効な方法と考えられる。蔦屋重三郎は、信頼度の高い一次情報を発信し、ただ発信するだけでなく一般大衆に好感度の高い絵師・作家も用いたりした。NFTを用いることによって、信頼度が高まれば「邪魔なもの」と思う者は減少しよう。今後の課題としては、まず具体的にNFTを用いた広告を制作し、実証実験を行い、検証することである。

(指導教員 綿拔豊昭)