

第2章 派手婚

1. 派手婚の派生と意味に関する一考察

石井 研士（國學院大學）

1. プロローグ

いわゆる「派手婚」は昭和50年代になって現れる現象であるが、すでに昭和30年代の終わりには、そうした「派手婚」の源流とも見られる挙式形態が新聞や週刊誌で取り上げられている。とくに週刊誌では、当時の主流であった「ジミ婚」とでもいったほうがよい、戦後の窮乏生活を背景にした新生活運動とも歩調を合わせた挙式とは対照的で、「ショー」ともいわれるような形態が誌面に載るようになる。

昭和33年にTBSテレビ（当時は東京放送）で放送されていた30分番組「結婚式のプレゼント」（通称テレビ結婚式）はかなりの関心を持って視聴者をとらえたようだ。昭和37年6月20日に行われた飛行機をチャーターしての二組の結婚式、昭和40年1月20日に行われた芦ノ湖の海賊船上での結婚式などがその都度、週刊誌には話題として取り上げられている。

昭和40年には、「流行する“アイデア結婚式”」として特集記事が組まれている。取り上げられている結婚式は、飛行機結婚式、なぎさの結婚式、高原の結婚式、ロープウエー結婚式、市電結婚式の五例である（『女性』昭和40年10月13日号）。

こうした結婚式はまだ奇抜で批判の対象ともなったようだ。すでに昭和34年には、近頃の「挙式は逆コース？」として簡易挙式が減りデラックス組が増えていると指摘されている（『週刊読売』昭和34年4月19日号）。昭和49年にはデザイナーの森南海子が「誰がために結婚披露宴はある？」と題して、結婚披露宴はショーであるとして批判している（『文藝春秋』昭和40年4月号）。

しかしながら、「流行する“アイデア結婚式”』は「人間一生のうち必ず迎える三つの祭りがあるといえます。誕生、結婚、死です。なかでも結婚は、当人が意識し、式次第に手を加えることのできるただひとつのもの、そして自分たちで企画し創造的な式にすることで、一生の心の財産になるのです」というように、従来慣行にならないうり方ではない結婚式への希求がすでにこの頃から存在したと考えてもかまわないだろう。

斬新な形式への関心は、その後も散見される。スキューバー・ダイビングによる海底結婚式（『女性セブン』昭和41年8月3日号）や、新しい形式の結婚式をプロデュースする女性の繁忙という記事での無人島での結婚式、デパートでの世界の結婚式が紹介されている。

以後、個別の事例を挙げることをしないが、キーワードは「ふたり」「海外」「チャペルウエディング」「ドレス」になる。女性の主張が強く全面に出るようになっていく。

2. 昭和 50 年代—派手婚登場の予兆

挙式数は昭和 47 年をピークに減少を始める。その結果、式場の淘汰・減少が始まった。他方で、一部と思われるが、参列者が増加し式の規模が大きくなる傾向が現れ始めた。たとえば明治記念館は次のようであったと報道されている。

年間挙式 5000 組、日本一の実績を持つ明治記念館が今年から、14 室あった披露室を 13 室に減らし、その分だけ部屋を広くした。出席者が年々増えるためである。人数が増えれば、一組当たりの必要時間も伸びる。平均 2 時間 10 分だったのを今年は 2 時間 2,30 分と見込んでいる。結婚式場協議会本部長の紀村武男さんの話だと、5,6 年前にはやった二人だけの結婚式が最近はめっきり下火になったという（『朝日新聞』1976 年 2 月 24 日付）。

結婚が少なくなるにつれて、披露宴は豪華絢爛になり、費用をかけるようになってきた。親がかりとなれば、披露宴や支度が派手になってしまう。ご兩人じゃなくて両家の“祭典”になってしまう。最初は双方の親が「簡潔にやりましょう」で意見一致しているのだが、式が近づくにつれ、エスカレートしてくる（『読売新聞』1976 年 3 月 21 日付）。

新郎のお色直しが普及し、さまざまな演出が登場するようになった。次の記事は昭和 52 年の毎日新聞に掲載された記事の一部である。派手婚というとすぐにも玉姫殿の発明によるもののように思われているが、玉姫殿の演出は、すでにこうした傾向の延長線上に受け入れられたものである。

最近の結婚式にはこれまでと違った特徴が出てきている。そこで、千代田区平河町の結婚式場マツヤサロンの調査データから新しい傾向をさぐってみた。……〈相合いガサで登場〉披露宴にいろいろこった演出を考えるカップルが多くなっている。お色直しの後のメモリアルキャンドルなどは、すでに一般化。最近ではカップルが相合いガサで登場したり両家の家紋入りの提灯を持って、長持唄で入場といった新手も。バックグラウンドミュージックとしては、エレクトーンの人気が高く、エレクトーンのない披露宴なんて……というほど。

〈男性のお色直しも当たり前〉披露宴での男性のお色直しがここ、2,3 年でふえ続け、最近では、10 人のうち 9 人までが、紋付から白のタキシードに着替えるとか。それもほとんどが貸衣装だが、借料の方は 1 万円ほどで、花嫁衣裳に比べるとかなり安い。〈費用の平均 85 万円〉招待客の人数は平均 60 人で、年々増える傾向にある（『毎日新聞』1977 年 3 月 6 日付）。

3. 派手婚の誕生と反響

玉姫殿のさまざまな創意工夫の中で、もっとも一般の関心を引いたのは「 Gondra」である。「 Gondra」は派手婚の代名詞となったといっても過言ではない。玉姫殿の Gondra は、たんにマスコミによって目新しい、あるいは奇異な装置として映ったために取り上げられたわけではない。実際に、かなりのカップルの関心を惹起した。以下に、いくつかの証言を取り上げておく。

全盛期の Gondra 人気はものすごいものでした（梅田玉姫殿 川野洋司支配人：『モノ・マガジン情報号』No.426、2001年）。

うちは守口、梅田に次いで'79年にオープンしたんですが、 Gondra に乗りたいからその会場で、と言うお客さまがかなり多かったです。2機の Gondra をフル稼働させても追いつかず、お客さまが Gondra に乗りたいがために、空いている日を選ぶということもありました（マリアージュ 彦根玉姫殿 宮本良孝副支配人：『モノ・マガジン情報号』No.426、2001年）。

Gondra の発案者である齋藤眞一氏の次女・齋藤理美さん、鈴木智株式会社セラマ専務取締役へのインタビューにおいても（2015年12月8日実施）この点は十分に確認することができた。玉姫殿グループはその後、15年間で全国に数百の式場を持つ大グループへと成長していく。

「 Gondra」の発案者は齋藤眞一である。齋藤眞一は昭和5（1930）年6月8日、京都市上京区一条通りに、生業であった食酢製造業・玉姫酢を営む齋藤金次郎・いつの長男として生まれた。昭和28年に関西大学商学部を卒業後、昭和34年に父親が創業した（有）京都市冠婚葬祭互助センターの専務取締役に就任した。国内最大規模の結婚式場を完成させたときに、齋藤眞一は「結婚式・披露宴に演出を取り入れなければ将来が危うい」（『モノ・マガジン』前掲、191頁）と予見したという。齋藤は次々と新しい意匠を考案していく。



写真1 できあがった Gondra の前に立つ 齋藤眞一氏

最初に大ヒットしたのは新郎新婦から両親への花束の贈呈であった。次に考案したのは映像とナレーションによる新郎新婦の生い立ち日記の上映で、両親への感謝の言葉を添える演出は「幸せのメルヘンとして」ブライダル業界で一大ブームを起こした。

昭和46年に大阪府守口市に（株）京阪互助センターが設立され代表取締役に就任した。さらに同市に昭和52年7月守口玉姫殿を新築したが、齋藤が初めて Gondra を設けたのはこの玉姫殿であった。同社にはオープン当時の写真が残されている（写真1）。施設の壁面にリフトのように取り付けられた装置は、大きなハートがあしらわれ白い柵で囲われている。

施設に当たっては、守口市自体にも関係がありそうである。守口

市は当時、三洋、ナショナルといった家電メーカーが集まる電気の街であり、「夢の Gondra」プロジェクトは、消防関係の許可をとることに苦労したものの、順調に進んでいった。

なぜ「Gondra」であったのかについては、複数の説が残されている。毎日新聞は平成5年に「ショー型披露宴」として玉姫殿を取り上げ、「派手な演出、ルーツは「宝塚」としている。梅田玉姫殿のドライアイスの白煙の中から Gondra に乗った新郎新婦の登場写真とブランコで登場する宝塚歌劇の舞台写真を並べて強調して見せた。齋藤真一のインタビューも掲載し、『ベルサイユのばら』は見ました。……とても参考になりました。……ショートして新しい披露宴演出を考えたとき、宝塚大劇場は大いに参考になった」としている（『毎日新聞』1993年1月24日付）。このほかにも齋藤は、パリのオペラ座など世界の劇場を訪ね、幕あいなしの場面転換や照明の使い方などの演出を研究したという。その結果、グループの7号店になる守口の玉姫殿で実験的に始められたのが、ドライアイス、5色の劇場用照明、そして Gondra であった。

Gondra の直接的な発想は、齋藤の娘の言葉であったようだ。次女である齋藤理美は次のように述べている。

私の妹がある時になにげなく、“今度は新郎新婦が両端から歩いて、真ん中で合体して降りる Gondra なんぞどう” っていう。それ、いただき！ っていうことで誕生したんです（『モノ・マガジン情報号』No.426、2001年）。

4. なぜ関心を集めたのか

齋藤真一が考案したものは、Gondra の他にも、舞台照明と舞台付き会場、立体音響、集中コントロール式ビデオ装置、ステージ付き会場、スモークやドライアイスを使った演出など、数多い。齋藤が目指したのは、たんにショーアップされた披露宴ではないようだ。「嬉しい時も涙、悲しい時も涙。我ら儀式業界者はお客さまに涙してもらって初めて料金をいただくことができる」が齋藤の口癖だったという。関係者からの証言からも明らかのように、当時は多くのカップルが齋藤のいう儀式性を求めて、披露宴を行ったのだった。

こうした、一見すると、通常は行わないような Gondra やスモークを利用した披露宴のあり方は、「イベント」や過度な消費行動であるにとらえる者もいる。たとえば、社会心理学者の市川孝一は次のように述べている。

披露宴では、70年代以降結婚産業主導のショー化・イベント化・パフォーマンス化が進み、豪華さを競う見世物的披露宴が一般化している。両家への花束贈呈、キャンドルサービス、新婦のお色直しはもとより、新郎までがお色直しをしたり、ドライアイスのスモーク、レーザー光線、Gondra など様々な小道具を使った派手な演出がなされる。このような多額の費用のかかるはでなポトラッチ的（消尽的）披露宴を支えているのは、生活の芸能化と、根強い世間体への配慮と「人並み意識」であろう（市川孝一「結婚式」

『大衆文化事典』弘文堂、平成3年)。

市川の批判的な指摘の背景には、「人並み意識」つまり1970年代に形成されたとされる一億総中流がある。内閣府は昭和33年から「国民生活に関する世論調査」を実施している。昭和36年に生活程度が「中」と回答した者は77パーセントであったが、昭和44年には89パーセントに増加した。日本人は所得倍増計画のもとで所得を増やし、国民総生産が世界第2位になるなど、全体的に豊かな生活を獲得していったのである。

高度経済成長によって所得・消費水準は向上したが、他方で生活様式は平準化していった。生活に人並みであるという余裕が生まれ、地域社会や親族構造といった重大な社会構造に緩みが見られるようになった時点で、指向性に分化が見られるようになる。つまり、集団の中に埋没することに対する抵抗感と、より自分の趣味や趣向を前面に押し出したいと人々は考えられるようになっていく。とくに、人生の重大な区切り目である結婚式に個性を反映させたいと考える人々が登場したのである。

すでに70年代において、その後結婚式に顕著になるいくつかの指向性を見ることができると。ひとつは「地味」であり、今ひとつは「二人」である。結婚式に多額の費用をかけるよりは、結婚後の新生活にあてたいとするカップルが現れていることが週刊誌等の記述から理解することができる。こうした現実派にとっては、結婚式に多額の費用を費やすカップルは刹那的で無意味な行為をするように見えるかもしれない。「地味」であることを選択することができるようになった、と考えることもできるだろう。

今ひとつの「二人」は、すでに述べたように、それこそ新郎と新婦の考えが前面に押し出されたもので、結婚式や披露宴、あるいは親族を抜きにした海外への新婚旅行などに見ることができる。

どのような様式の結婚式を選ぶにせよ、新郎新婦、とくに新婦の意見が強く反映されているようだ。伝統的な「家」から解放された花嫁は、結婚式においては個人を象徴する存在であったのではないか。70年代の派手婚は、結婚式を選ぶことのできるようになった個人が、みずからの個性を発揮するものとして、選択したものである。バレンタインやクリスマスの定義、普及に関しても「商略」が同様に指摘されるが、けっして結婚式産業によって踊らされた人たちではないだろう。みずからの人生の主役になることが望まれた時代に、結婚式産業は「形＝儀礼」を与えたのである。