



現代における猫人気の考察

メタデータ	言語: jpn 出版者: 公開日: 2017-04-18 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 堀江, 珠喜 メールアドレス: 所属:
URL	https://doi.org/10.24729/00006032

現代における猫人気の考察

堀 江 珠 喜

《ソファの下の猫》

「ソファの下から猫の尻尾が出ているのをちらっと見ただけで、猫全体のイメージがわきあがる。体から離れた尻尾だけがあるように見えて、はっと息をのみ、パニックを起こしたりはしない。あるいは不思議の国のアリスのように、猫の体のほかの部分はどこへいったらうと考えることもない」との一節は、幻肢に始まる脳内活動についての有名な書物、V.S.ラマチャンドラン、サンドラ・ブレイクスリー共著『脳のなかの幽霊』（山下篤子訳）第5章の初めに近い部分からの引用である。原著は1998年に米国で出版され、翌年に邦訳が刊行された。上記は要するに、見えない部分を人間の脳は補い「書き込み」を行うという事象を、一般の読者にわかりやすく説明しているのだ。

もとより拙論は、このような脳科学について考えるものではない。ただこの箇所では気になるのは、なぜ「猫」が取り上げられたのかという点なのだ。犬ではだめなのか？という素朴な疑問を感じてしまうのだ。もちろん上記引用箇所の直前に、やはり扉の向こうにいるうさぎに言及しているので、『不思議の国のアリス』に合わせた粹な文章ではある。だが、同章の終わり近くでも「猫を見ることと猫を思い浮かべることの区別の話」がある。脳の働きが異なる説明なのだが、対象は猫である必要はない。猫だと特殊な脳活動が起こるとの議論ではないのだ。

さらには第10章のユーモラスな落ちによる面白さの説明でも、「猫」を出す。夜中に大きな物音がしたので、泥棒と思い様子を見にゆくと大きなトラ猫が花瓶を壊したことが判明、との極めて平凡な話である。第12章では、クオリア（主観的な感覚）をもたないと「猫の尻尾がテーブルから出ているのをみると、そこに猫がいると思うし、猫を想像することもできる」とし、その反対にクオリアが強いと「テーブルの下にいるのは、猫の尻尾を移植した豚かもしれない」と考える可能性がある旨、述べている。

この猫を用いた説明は、2段落後にも、しつこく繰り返される——「テーブルの下から猫の尻尾が出ていると、私はテーブルの下にはたぶん尻尾に続いて猫がいると、『推測する』あるいは『わかる』。もちろん犬の尻尾であったら犬と判断できるわけだが、尻尾の長い動物のほうが想像しやすくと猫が選ばれたのかもしれない。それならネズミだってよさそうなものだが、尻尾が細くて見難いし、じっとしているとは思えないということなのか。しかし別にテーブルの下の設定にこだわらなければ、他の生物でもいいだろう。

ただ、脳学者ではなく、比較文学者で『蛇のファッション考』（2012）をも著した私としては、猫の長い尻尾（短い尾の猫もいるが、それだとテーブルの下から出にくい）が、ときに「蛇のよう」と比喩されることが多いことから、つい余計なことを考えてしまう——これを見た者が、「猫」の存在を認めながらも「蛇」を連想するときの脳内活動はさぞ複雑になるのだろうか？

ともかく、この名著のなかで、猫の登場頻度が他の生物に比べて多いのは、なぜだ。単に作者に愛猫がいるだけなのかもしれない。また『トム・ソーヤの冒険』の冒頭部で、トムを探しているおばさんが、ベッドの下を箒でつつくと、猫一匹しか出てこなかったというシーンからもわかるように、猫は家具の下に隠れる動物とのイメージが普及していることは事実である。だが、そればかりではなく、『脳の中の幽霊』の場合、一般書として出版された難解な脳科学の議論において、おそらく多くの読者は、この突然の「猫」の出没に、癒やされるのではあるまいか。

猫による癒やし効果は昔からあったのだろうが、意外にその件については描かれてこなかった。本来「癒やす」とは広辞苑によれば「病気や傷をなおす、飢えや心の悩みなどを解消する」とある。実際のところ、現代の我々にとっての、むしろリラクゼーションの意味での「癒やし」は、この言葉のかなり新しい使われ方なのだ。そんな「癒やし」が必要とされるほど、ストレスをより多く受ける社会になったのだろう。

1996年に出版した拙著『猫の比較文学』において、これまで文学、画像、映画などで描かれてきた「猫」は、4種類に大別できるとの持論を展開した。① 役に立つ猫（本来、ネズミ捕りのために飼われた経緯から、主人公のために働く猫が描かれるのは当然である。）② 神秘的（あるいは不気味）な猫（音を立てずに暗闇で行動できることから超能力を持つ存在とみなされ、それが否定的に描かれると妖怪猫となる。）③ エロティックな猫（猫のような女性は必ず魅力的な妖婦として描かれ、ときにはその逆に、人間の女性よりもエロティックな雌猫が登場することもある。）④ コミカルな猫（②とは対照的に、漫画などでは、ひどい目に遭わされる猫が描かれる。「猫ふんじゃった」や「山寺の和尚さん」の歌詞もまたしかり。）

これらについては、すでに拙著で詳しく議論したので、ここでの説明はこのくらいにしておく。その『猫の比較文学』刊行から、速いもので20年が過ぎた。その間も、常に「猫」への関心は続き、資料を集め、考察を続けてきた。そこへ近年の、いわゆる猫ブームの到来である。猫の写真展に人々が押しかけ、猫の動画だけでテレビ番組が成立し、以前はキャットフードの宣伝に猫としてしか登場しなかった猫が、半擬人化されて他企業のCMにも主役として起用されている。猫関連専門店もあるそうだし、百貨店でも「猫」をテーマにした物産展をときおり開催し、猫が描かれたさまざまな品物を所狭しと並べている。

ちなみにエスパフェリシオモ（神戸市須磨区）では関西最大級の猫イベントとして2016年3月20日に猫カフェや猫雑貨などの「ネコ市ネコ座」を行い、同年4月20日～26日に阪神梅田本店では「まるごと猫フェスティバル」なる猫グッズ販売会が開かれた。いっぽう神戸ゆかりの美術館では同年1月22日～3月27日まで「猫まみれ展」、そごう横浜店の美術館では「あそぶ浮世絵ねこづくし」が、同年4月2日～5月8日まで開かれた。これらはほんの一例で、ネットで検索すれば続々と情報が出てくるはずだ。20年前には、そのような便利なツールは一般化しておらず、アナログ的な調査しかできなかったが、逆に、現代人においては、スマホ検索のみで満足してしまう危うさは感じられる。

また20年前に拙著で猫的ファッションとして豹柄や豹の毛皮について触れたのだが、その

後、日本のメディアにおいては、豹柄を「大阪のオバチャン」のトレードマークとして報道することがいわば「定番」になってしまった。当時、ファッション関係のエッセイを繊維業界誌に数年間連載した私は、かつ大手出版社による流行発信型の雑誌で、「豹柄」コレクターとして紹介されたことなどから、近年に至るまで、「大阪のオバチャンと豹柄」のテーマで、マスコミからコメントを求められる機会も多かった。（この豹柄についての持論はすでに拙著で述べたし、正直なところ、浪速女性の衣服に興味は無いので、本論ではこれ以上、パンサーやレパードについて語るつもりはない。）

そこで、本論では20年前の拙著の補足という意味合いも込めて、今世紀に入ってから「猫」の描かれ方、使われ方について考えたいのである。

《ネズミ捕りより癒やし？》

せっかくなので、「癒やし」効果から考えよう。動物セラピーは既に20世紀からあったし、ふわふわして温かいものを触ることで、ある種の気持ちよさを感じることは毛皮製品を身に纏えばわかることだ。（ただし、毛皮については動物愛護団体の抗議が予測されるので、勧められない。個人的な経験では、ミンクの毛皮といえども死体なので、触れるとフェイクに比べて冷とした感じがある。その点は、フェイクのほうが肌心地は良さそうだ。）猫を抱くと、脳内で幸せを感じる物質が出るといった説もあるが、猫嫌いの方もあるので、このあたりの科学的議論は、その道の専門家に任せておきたい。本論では、あくまでも人々の行動によって、「猫」効果を読み解きたいのである。

かつて猫は、ネズミ捕りのために飼われた。あくまでこれは人間側の言い分で、実は猫のほうから人間を利用しに近づいてきたらしい。というのも人間が農耕をはじめ、穀物を蓄えるようになったため、そこにネズミが繁殖し始めた。それまで野生動物として、野山を走り回って狩りをしなければならなかった猫だが、人間のそばに行けば、大好物のネズミを、なんの苦勞もせずに食べ放題。満腹になれば、雨露をしのげる快適な場所で寝ていればいい。そのように本能的に賢い、というか要領の良い猫が、故郷を捨てて人間の生活圏内へ移住してきたというわけである。せっかくの穀物をネズミ食い荒らされて困っていた人間にとって、猫はありがたい存在となった。だから可愛がるのは当たり前だし、ときには神格化されたのだ。

ところが21世紀の大都会では（下水道に恐ろしく大きなネズミがいると聞くし、今世紀初め、ロンドンの最高級ホテル、サボイのアフタヌーンティー・ダンスのおり、小さな白いネズミがフロアを横切ったのを見たが）、ネズミ捕りの役割を猫に求めたりはしない。それよりも猫自身、集合住宅でも飼える愛玩用として品種改良されてきたため、豪奢でおとなしく、グルメで、とてもじゃないがネズミ捕りの能力を有しているとは思えないくらいだ。（いざとなれば本能を発揮するのだろうが。）

それでも猫を飼うのは、とりわけ大都会の集合住宅では、小型犬よりも世話が楽との理由もあろう。散歩に連れてゆく必要が無い。それどころか高価な猫ほど伝染性の病気に弱いので、外出は危険とまでいわれている。集合住宅によっては犬の場合、廊下やエレベータの共有部分

を抱いたまま通る（ことが可能なサイズ）という規約もあるし、拙宅では頭の高さから尻までの長さに規制がある。その点、家猫は大きな種類でも大型犬ほどに成長するわけではないし、静かに部屋へ閉じ込めておくのであれば管理組合からうるさくは言われない。しかも犬の獣臭さが、きれい好きの猫にはないのも室内飼育に向いていよう。

本来は犬派でどちらかといえば猫を苦手にした者でも、集合住宅や周辺の事情を鑑み、犬ではなく猫を飼ってみたところ、その魅力にとりつかれることもあるようだ。拙著『蛇のファッション考』の資料収集のため、大阪の某一流ホテル社長を訪ねたところ、携帯電話に収められた愛猫の写真を見せられた。話を聞けば、やはりもともとは犬派だったが、嫌だった猫を飼ってみると可愛さに参ってしまったとか。

つまりは大都会でライフスタイルに合わせて、ペットの需要が犬から猫に変化したところ、愛猫家が増えたということになりそうだ。そして一般論として犬を飼う者は、自分の犬だけが可愛い、あるいは特定の犬、たとえば一時期流行したレトリバーが好き、という感性を持つことが多い。おそらくは飼い主と犬との間で主従関係が成立するためでもあろう。（まだ狼的性質を持ち続けている犬は、リーダー不在によって不安定な精神状態に陥りやすい。）

それとは対照的に、猫を飼う者は、自分の猫はもとより、猫なら誰の猫でも、たとえ野良猫でも可愛いと餌付けをしてしまう。世界中にいわゆる「猫おじさん」や「猫おばさん」がいるのだ。猫にリーダーは必要ない。世話をしてくれる者がいれば世話になるだけのことである。外国人観光客にも人気の「ネコカフェ」も、この猫好き気質をうまくビジネスに取り込んだ発想によるものだ。

猫好きが猫に向かうのは、無意識のうちに猫から癒やされるため、すなわちストレスの多い生活において防御本能が働き、人間を猫に向かわせていると思われてならない。一昔前なら、人々は宗教によって癒やされたのだろうが、田舎はともかく、多くの都会人は宗教施設とは無縁の日常生活を送っており、信仰心も浅い。それは「個人葬」や「直葬」といった死後処理の変化からも伺えよう。

大手メディアの本拠は大都会にあるので、その地の現象を時代の流行として全国に発信する。すると大都会の「話題」に全国の人々は飛びつき、時流に遅れまいと、地方のメディアもそれに倣う。「猫」がそのような扱われ方をしたとき、またたくまに「癒やし」を求める社会と結びついて、その人気は急上昇したと考えられる。

ニューヨークのアルゴンキン・ホテルは有名知識人が集った文学サロンだったことで知られているが、現在の「ウリ」は、そのロビーの猫、ラグドールのマチルダ3世である。このホテルは1932年から、猫を飼いはじめた。1987年までは雄で、その名はハムレットに決められていた。ハムレット7世の後を継いだのがマチルダ1世。雌の場合はマチルダと定められた。今の3世は2006年に「就任」した。

英国BBCが、この猫を取り上げて報じたところ、マチルダに会いたいとの目的で英国から渡米してきた客もいると聞く。人馴れしており、写真も撮られ慣れているおとなしい猫だが、欧米では高級とはいえ、とりわけ珍しい猫ではない。それでも、この猫を目当てにこのホテルを

訪れる客は後を絶たず、まさに「招き猫」の役目を果たしているのだ。

同様に、パリは高級ブティックが立ち並ぶサントノーレの高級ホテル・ブリストルのゴージャスな長白毛のバーマン雄、ファラオンも有名だ。2010年からここで飼われており、その人気にあやかるためか、子孫を得させてさらなる話題作りを狙ってか、2014年夏に同種同色の雌、クレオパトラを迎えた。どちらもホテル内を散歩し、客におとなしく触られ、やはり写真撮影に慣れている。もし見当たらないようなら、従業員にチップを渡して頼めば連れて来てくれることもある。どうやらお気に入りの隠れ場所があるらしい。当然ながらホテルの広告やカレンダーにも使われているので、経済的に余裕のある猫好き観光客が訪れるスポットなのだ。

日本では、和歌山電鐵の廃線寸前にまでなった貴志川線貴志駅で、2007年に猫の「たま」を駅長にしたという報道がなされるや、このふつうの三毛猫を見るために、国内はもとより海外からも客が押し寄せたという事例も有名である。2015年に死亡し、本稿執筆時には「ニタマ」が二代め猫駅長に就任している。柳の下の2匹目のどじょうよりも、こちらの2匹めによる客集めのほうが期待できそうではある。

現代は多くの観光客たちがSNSなどで自分たちの行動を即時に発信し、また他者からも同様の手段で情報を入手して次の目的地決定の参考にする。そんな時代に、ちょうど「猫ブーム」が重なったことも、ますます猫人気に拍車をかける結果を導いたのだ。また自分が発信する情報を、できるだけ多くの人に見てもらいたい、そのためには「猫」の写真や動画をつけるというあざとい方法も採用されているに違いない。実際、それに効果が認められたため、ますますこの傾向が高まり、ネットは猫だらけになる。

しかしそれでも、決して飽きられることがないのは、猫に「癒やし」を求め、それが得られているからではあるまいか。それこそ、スマホ画面に写った小さな猫が、頭を箱に突っ込んでいても、我々の脳は見えない頭部分を「書き込み」、2センチの頭無し猫とは思わず、膝に乗せればちょうどいいくらいの大きさで、ふわふわの温かくて可愛い生き物と認識するはずなのだ。

《擬人化される猫》

たまについての詳細はウィキペディアなどを参照していただきたいのだが、2011年に常務執行役員、2013年には社長代理にまで出世した。かつて本学経済学部長だった宮本勝浩によれば、たま駅長による和歌山県への経済波及効果は、就任後の1年間で11億円に達するとか（2008年10月3日付けmsn産経ニュース）。それが事実とすればまさに「ネコノミクス」で、当然ながら全国に、動物を「長」に据える場所が誕生する。だが、それらについてはもうメディアもいちいち取り上げてはいないようだ。

ただしその中でも、「猫」については発信しやすいらしい。単に担当者が猫好きだったのかもしれないが、たとえば姫路に「猫店長（名はひじき）」のいるワインバー情報が、『Kiss Press（2016年5月）』に出ている。

いっぽう、2015年5月初め、ケンタッキーでは、男子高校生が女友達の飼猫Limberbutt

McCubbinsの名前を、大統領候補者名簿に登録してしまった。なんと連邦選挙管理委員会のホームページにアクセスして必要条件を打ち込む30分足らずの作業で、登録完了。民主党候補となったが、それはDemo-Catとダジャレで入力したらDemocratに自動変換された結果だ。そのとたんに、寄付申し込みの問い合わせやら、応援のボランティア申し込みが殺到したらしい。ファーストネームがおかしいと思ったジャーナリストが取材に来て「猫」とわかり、マスコミがそれを報道すると、かえって支持者が増えたようだ。パロディ的ポスターやバッジまで作成され、高校生たちの政治への関心を高めさせることになった。

もちろん猫好きは、マスコミから「嫌われ者」とのレッテルを貼られたクリントンやトランプよりもこの猫をホワイトハウスに送りたいと半ば本気で考えかねまい。実はジョークの好きな米国では1968年には豚、2008年にはダックスフントが候補者として登録されたらしい。それなりに当時の候補者たちに対して不信不満があったものと思われる。まず1968年はキング牧師や有力な大統領候補だったロバート・ケネディが暗殺され、ニクソンが選挙で勝った。2008年に初めて黒人が勝利したとき、感動した米人もいれば、当然ながら人種差別主義者もいた。ただ、過去の動物候補の存在については、話題として広がるツールに乏しかっただろう。

また今回の猫の後、犬が登録されたが、二番煎じのためか、犬だったせいか、猫の大統領候補ほどの話題にはならなかったようだ。その理由の一つに考えられるのが、前述のように猫好きはどこの猫にでも関心を持つが、愛犬家の犬への興味は限られているということだ。

さらに考えられるのが、「擬人化」の妙である。物語や漫画において猫は擬人化されることが多かった。ペローの名作『長靴をはいた猫』しかり、赤塚不二夫のニャロメ、『じゃりん子チエ』に登場する小鉄とジュニアなど、枚挙にいとまがない。入江たか子の化け猫も、まさに猫が人間に化ける話であった。しかし犬が人間に化ける話は聞かない。犬はあくまで犬なのだ。例外的に2本足で歩く犬は、スヌーピーくらいのものであるまいか。

現代日本の企業広告にも、たとえばソフトバンクの白犬は白戸家の主でありながら、どう見ても自然な犬の姿である。ところがソフトバンクの関連会社ワイモバイルの場合、猫が、ときにトラックを運転し、ときに二本足で繁華街を歩き、舞台上で踊っているような映像を用いている。80年代の擬人化された子猫集団「なめ猫」も登場させている。

つまり、現代の猫人気の理由として、猫には擬人化に向くという特性があることが挙げられるのではあるまいか。だからこそ『吾輩は猫である』やら、その発想を取り入れた東野圭吾著『夢はトリノをかけめぐる』という、猫の目を通した人間模様の描写がたいした違和感なく成立するのかもしれない。もちろん、ソフトバンクの白犬のように自由には戸外を動けず、鎖でつながれている可能性の高い犬とは違い、猫の行動は自由だ。従って、人間を観察する状況にあるという設定も理解できる。

だが、果たして実際の猫は、人間ウォッチングなどするのだろうか。いや、事実は問題ではない。重要なのは、猫が人間を見て何か思っているかもしれないと、我々が想像できてしまうことなのだ。つまりは、人間の思い込みによる脳内での猫の擬人化なのである。飼い主が、猫を自分の家族とか、友とか、子供、ときには恋人や主人、つまり自分のほうが主人である猫に

仕えているなどとみなしやすすいのは、やはり擬人化というより、脳内で人間に変換しやすい動物だからではあるまいか。

《猫を使った表現》

日本語には「猫の手も借りたい」との表現があるが、それは猫の前脚を手に見立てているのだ。実際に、猫は器用に前脚を手のごとく使うことがある。従って、同様の表現はなくても、猫の前脚を手に見立てるのは日本人ばかりではないのではあるまいか。だからこそ『長靴をはいた猫』の物語も受け入れられたのだ。その点、犬に「御手！」と言って自分の手にふれるよう命じることがあるが、通常、犬の前脚を手とはみなさないだろう。

「猫の子一匹いない」も、「誰もいない。人っ子ひとりいない」（広辞苑）との意味だ。けれども、まさか「サハラ砂漠のど真ん中で猫の子一匹いない」という使い方はしない。そんなところに人間の存在が期待できないからだ。あくまで人間の生活空間において、どうしたことが誰もいないという状態を表しているのだ。しかし「人」ではなく「猫の子」に置き換えて事態を多少ユーモラスに強調することは可能でも、「犬の子」にはならない。

「猫を被る」は、「本性をかくし、おとなしそうに見せかける。また、知っていながら知らないふりをする」（広辞苑）と、人間のときには卑劣とも思える行為を表す。人間の擬猫化ともいうべきか、いや、猫にはそんな卑怯な意図はないはずだ。というより、そんな知恵はあるまい。（猫自身が猫を被っていた日本昔話はある。恐ろしい山猫が子猫に化けて獵師に飼われ、彼の母親を食い殺すのだが、これはあくまで人間の創作物語だ。）

猫は、必要に応じて行動しているまでで、もともとは夜行性なので昼間は寝ることが多い。「寝る子」だから「寝子」が「ねこ」になったという説もある。だが、いざ、狩りとなれば飛びかかってゆく。そんな自然体の猫の様子を、人間にあてはめてみると、上記のようになるのだ。いずれにせよ、いかに人間が猫を観察し、ときには自分たちと同等に扱ってきたかが伺えよう。

もちろん「犬」がある種の人間を表すこともある。広辞苑によれば「ひそかに人の隠し事を嗅ぎつけて告げる者、まわしもの、問者」とあり、これではあまり良いイメージは抱けない。（「忠犬」との言葉もあり、その像が愛され、ランドマークとなっている事実を考えれば意外にも思えるが、雇用者に忠実なのはスパイの職務でもある。）

さらにこの辞典には「ある語に冠して、似て非なるもの、劣るものの意を表す語、また、卑しめ軽んじて、くだらないもの、無駄なもの、無駄なもの、無駄なものの意を表す語」とあり、例として「犬蓼」、「犬死」や「犬侍」が挙げられている。（近年「犬侍」をもじった『猫侍』なるタイトルの時代劇が、猫好きにはたまらないだろう。長屋暮らしの浪人が白猫の玉之丞を飼っているだけの話なのだが、やはり物語の中でも、この猫はさまざまな猫好きから猫可愛がりされる。）他にも「犬畜生」（人を犬になぞらえてののしってという語）が日常語として使われているのではあるまいか。

もちろん日本で「犬」は安産の象徴でもあり、戌の日にしかるべき神社に安産祈願に参る風習はまだ残っているようだ。最近の愛玩用高級犬は難産の場合があると聞くが、確かに女性に

とって出産にともなう不安を和らげるのに、「神頼み」は有効だろう。(ただし、個人的経験の披露をお許しいただけるなら、私が生まれる3カ月前、飼っていた雑種犬が出産したものの、子犬は死んで生まれた。さらに産後の肥立ちが悪く、母犬まで死んでしまった。この犬は「安産」とは無縁だったのだ。いっぽう私は月足らずで小さく生まれたので、母には楽だったと思われる。日本の迷信で同じ家に妊婦が2人いるとどちらかの子供が死ぬという意味の言い伝えがあるらしく、国際的な人気を博したNHKの連続テレビドラマ『おしん』でも、それを理由に主人公が姑からの嫌がらせを受けている。結局は、出産時が重なり、放ったらかしにされたおしんは失神し、子供は死ぬという、この迷信の論理的展開となる。)

ところで、犬を神格化した「犬神」も地域によって伝えられている。広辞苑では「四国などにつたわる俗信で、人に害をなすという目に見えない憑きもの。犬などの霊とされる。これに憑かれた家筋(犬神筋)は縁組などを嫌われた。」とある。当時の科学レベルでは理解できなかった症状を、犬の霊のせいにして納得していた昔人の知恵に感心するが、同時に、彼らの「犬」に対する否定的感覚も伺えるのである。ただし、これは地域限定バージョンで、より一般的には「犬」より「狐」だろう。

話題を「猫」を用いた表現に戻そう。「猫も杓子も」は「どんな人も、だれもかれも、どいつもこいつも」(広辞苑)を意味するから、やはり猫が人間の代わりに、ユーモラスに用いられている。辞書によっては「猫も杓子も」は本来「女子(めこ)も弱子も」(女も子供も、の意)から音が似ている言葉に換わったとの説を載せている。すると「女」=「猫」となって、これはこれで興味深い。日本では芸妓を「猫」と呼ぶことがあった。猫の皮を用いた三味線を使うからである。

やはり「猫」=「女」のイメージが出来上がってきた。しかし「女」をエロティックな存在とみなすのは、すでに前述の拙著で論じたとおりだ。べつに今回の新しい発見ではない。欧米においても「猫」にあたる言葉には、エロティックなイメージが重ねられてきたし、それが絵画に描かれることもあった。

だが今世紀に入ると、また異なった猫=人が登場する。それは20世紀に映画化された「キャット・ピープル」のような妖怪ではなく、親友としてのものだ。たとえば2002年に子供向けに出版された堀家喜久子著『ねこじまくん』だ。

《猫が親友》

その名の通り、小学校4年の転校生のねこじまくんは、小柄で猫のような男の子だ。なにしろ得意なのは国語とネズミ捕りで、運動能力は超人的(すなわち猫的)、大好物はサバの味噌煮。顔は小さくて目が大きいだけでなく、黒目がビー玉みたいに大きく光っていて、不気味でもある。感性が他の児童と異なるので、クラスメートが意地悪を仕掛けても、まったく気にしない。それどころか、机の中にミミズを3匹いれて嫌がらせをしても、ねこじまくんは「あっ。だれがくれたの? どうもありがとう」と喜び、授業中ミミズで遊ぶ。また、物置に閉じ込められても、全員が彼を無視しても、平気なのだ。まさに単一行動を好む「猫」である。

クラスの腕白大将「いぬやまくん」の提案で、無理やり「ねこじまくん係」にされ、初めは、この不思議な男子との交際を苦々しく思っていた「ぼく」だが、やがては親友とみなすようになる。ところが、ねこじまくんは、また急にこの学校から去ってしまった。だが「ぼく」は、その頃、あけぼの橋近くの土手で黒猫を見つけ、ねこじまくんに渡そうと思っていた給食のサバの味噌煮をやり、語りかける——「おまえ、ねこじまみたいな、ねこだな....ねこじまが変身してるんだったりして....おまえ、ねこじまだろう？」そして、猫が懸命に食べる様子を見ていると、「ぼく」は胸が痛くなり「そんなかっこで食うなよ。まるで、ホントに、ねこみたいじゃないか！」と言った瞬間、この主人公にとって、この猫は「ねこじまくん」になってしまうのだ。

当然ながら、少年はこの猫を家へ連れて帰り、「ねこじまくん」との名をつけて飼うことになる。「だから、ぼくは、これからも、ずっと、ねこじまくん係のままなのだ」という一文で、この物語は終わる。つまり、彼にとって、この猫は、ペットではなく親友の「ねこじまくん」なのだ。この物語では、もともとこの少年ととても親しい友はいなかった。腕白大将には気を使わなければならないし、可愛い森さんとも、ねこじまくんの友達としてやっと親しくしゃべれるようになったのだ。

そのような孤独な少年にとって、「猫」という親友と暮らせるようになったのは、「ねこじまくん」との突然の別れの後の、ある種のハッピーエンドといえそうだ。もちろん少年には家族がいる。だが、晩婚化、非婚化、高齢化の現代社会において、独居のライフスタイルを送る者が、猫を同居「人」として選択する傾向にあっても、驚くにはあたるまい。もちろん独居である必要はないが、過去と比べてときに気がつく、顕著な社会変化のひとつが、これなのである。

それに加えて、先にも述べたようにパソコンやスマホなどの普及が、さらなる猫人気を促した。というのもSNSなどの通信媒体は、実は人と人をつないでいるようでありながら、直接的な触れ合いの機会を奪い、対面での付き合いが苦手な人間を増加させているように思えてならない。そんなとき、「猫」情報は孤独感やストレスを「癒やし」てくれる。単独行動を好む「猫」が、孤独な人間を励ましてくれるような気になるのかもしれない。

『ねこじまくん』にしても、理論的に読み解くならば、一人称物語であることに着目すべきだろう。つまりすべては「ぼく」によって主観的に書かれている。ひょっとしたら、すべては孤独な「ぼく」が飼猫を相手に妄想した作り話とも受け取れる。友達のいない「ぼく」が、「ねこじまくん」という架空の人物を生み出したかもしれない。そんな「ぼく」には「ねこじまくん」という猫だけが心を許せる相棒だったとも考えられるのだ。

《キティちゃんは猫ではない！》

さて、サンリオの超人気キャラクター、ハローキティの影響も検討すべきだろう。同社が扱っていたスヌーピーに対抗するように1974年に開発されて以来、日本では「キティちゃん」と親しまれ、世界的に有名になったハローキティは、たとえばフランスなどでは「エロキチ」(Hello Kittyのフランス語読み)として現在の40代女性なら幼少期からこれを愛し、自分たち

の娘にも、キャラクターグッズを買い与えているようだ。つまり、すでに母娘二代に渡って、好まれているのである。同じくロングセラーのバービー人形などとは異なり、「キャラクター」なので、さまざまな品物とタイアップされ、入手しやすい。日常的に使われる物に、これが貼り付いていたりするのだ。

このキティ人気、犬より猫を選ぶ行動に女性たちを導かなかったと言い切れるだろうか？ 幼少期からの「刷り込み」は、まさに日本の諺「三つ子の魂百まで」である。

ただし、1996年刊行の前述の拙著は、キティについて触れていない。執筆時は、すでにこのキャラクター誕生から20年が経過していたわけで、当然ながらグッズは街に氾濫していた。我が家にも期間限定弁当のプラスチック容器があったほどだ。とはいえ、本を書くほど「猫」にこだわりがあったくせに、キティについては初めから眼中になかったのが、自分でも不思議だった。おそらくは、キティには「猫」らしさが感じられなかったのだろう。

確かにキティは、拙著及び本論にて挙げた猫の4要素のうちの、「神秘性」に欠けているわりには「コミカル」でもなく「エロティック」でもなく、ましてや「役に立つ」わけではない。拙著執筆時には、猫の実用性に「癒やし」効果など、含めていなかったのだ。もちろん好きでもない者が、キティに癒やされるわけがないのだが。

すると、キティ誕生から40周年の2014年10月から約半年間、リトル・トウキョウの全米日系人博物館で、キティの記念展示会が開かれることになった。これに際し、当館学芸員でハワイ大学のヤノ教授が著した紹介文中の「キティは猫」という一節に、サンリオが訂正を求めた。つまりサンリオの見解では「キティは猫ではない」のだ。展示室の壁にもHello Kitty is not considered a cat...と記された。

驚いたロサンゼルス・タイムズが8月27日に報じたところでは、ハローキティは猫ではなく、「小さな女の子」で、「4本足で歩く姿が描かれたことはない」のだそうだ。サンリオによれば、ハローキティは英国生まれの明るく優しい女の子で、ロンドンで商社マンのパパと専業主婦のママ、双子の妹ミミィと暮らしているのだとか。しかもチャーミーという猫まで飼っている。

「猫でない」事実を知った世界中のキティ・ファンは衝撃を受けたはずだ。マスコミ各社がこの件を報じた。ファンでなくても???!!!と呆気にとられただろう。あんな猫顔の「女の子」なぞいるものか。よく文学でな猫タイプの女が妖婦として登場するが、意味が違う。キティの顔は「猫タイプ」ではなく、猫そのものではないか。

2本足で立っているというの、「猫」でないという言い訳にはならない。前述のように、コミカルな猫のほとんどは2本足で立ち、前脚を手のように描かれてきたし、我々もそれを何の抵抗もなく受け入れてきたではないか。サンリオのスヌーピーだって2本足で立っているが「犬」とされている。サンリオ側の説明では、スヌーピーは犬小屋で寝るが、キティは普通の家で暮らしているとか。

そういえば、そもそも「猫小屋」の存在事体が稀だ。猫は人間の生活空間に入り込んでいる。寝起きをともしにするので擬人化しやすく、ペットというより家族や友達云々として見做されやすいのだろう。ともかく、メーカーのサンリオがそのように宣言した以上、エロキチは猫では

なく「女の子」なのだ。後日、サンリオはキティについて、「猫ではない」とは言い過ぎで猫のモチーフ（擬人化）であることを認めたが、ではあの「猫ではない?!」騒動はいったい何だったのだろうか。

かつて「猫」の拙著を出すにあたって、すでに人気の高かったキティを無視した我が感性に、今更ながらというか我ながらというか、驚きを禁じ得ない。もっとも、我が脳が、ソファやテーブルの下の尻尾だけを見て猫を思い浮かべることができるくせに、キティの全体を見ても「猫」と認識してくれなかっただけなのだ。さらには、犬嫌いのためか我が脳は、犬小屋に住んでいても2本足で歩くスヌーピーを、「犬」ではなくチャーリーの友達としてしか受け入れそうにない。

摘要

拙著『猫の比較文学』の出版から20年経ち、空前の「猫ブーム」が到来した。この20年間、私にとって「猫」は関心事であり続け、いわばその「変形」として『蛇のファッション考』を2012年に著すことになる。だが、本論では改めて、20年前の拙論の「補足」として、現代における猫人気について検証した。

農耕民族がネズミ対策として飼った事情とは異なり、大都会でストレスを溜めた孤独な人間は、猫に「癒やし」を求める傾向が強くなった。人間同士のアナログ的付き合いよりも、コンパニオンとして「猫」を好むようになったのだ。他動物に比べ、「猫」が昔から擬人化されやすかったとの文化的背景も、その理由として考えられよう。

もちろんパソコンなどで、画像や動画が瞬時に送受信でき、検索も容易になったことが猫ブームに拍車をかけた。猫好きが、自身の飼猫はもとより、どんな猫にも興味を持つため、「ネコノミクス」なる造語が生まれる社会現象が起き、「癒し猫」は「招き猫」となったのだ。