

AIは飲めないし、どこにも連れて行ってくれない

—歌舞伎町における感情労働とAIの代替可能性

2025C002

佐々木チワワ

歌舞伎町が緩やかにAIに侵食されている

5万円のシャンパンを10分間のシャンパンコールで溶かした夜、指名しているホストと二人で飲みに行った。私たちはまだ出会ったばかりだった。簡単に自分の仕事や研究のことを話した後、ふと気になって聞いてみた。「私、今ChatGPTに月3000円課金してるんだけどさ。なんでも聞いてくれるし即レスなんだよね。自分の話を聞いて欲しいだけならもうコイツでいいじゃんって思う時がある。あなたは私にAIに負けない価値を与えられる？」我ながら意地悪な質問だと思う。そんな質問女の子にされたことないよ、と彼は苦笑いして少し考えた後言葉を紡いだ。「...でもさ。AIは飲めないし、会いにこないし、どこにも連れて行ってくれないよ？」この言葉が、妙に私の頭に残っている。

結局彼が連れて行ってくれたのは新宿のシーシャ屋とか深夜のドライブとか新宿のグロ甘いパフェ屋さんだったし、私が欲しいものはどうやら違ったみたいで数ヶ月は疎遠になっていた。それでも、この研究を開始して間もないころに言われたこの「どこにも連れて行ってくれない」という主体性がホスト側にある言葉が忘れられない。

街を歩くと様々な場面で人々がAIに何かを打ち込んでいる場面に遭遇する。「ダイエットとかした方がいいかな」「もう彼と別れた方がいいのかな」「私と彼、どっちが悪いと思う？」そんな取り止めのない相談の受け口としてのAIが確かに存在するのだ。サイバーエージェントの調査によると、α世代のAI浸透率には目を見張るものがある。中学生の72.6%、高校生の83.5%が生成AIの利用経験があるという。AIが日常に溶け込みつつある社会で、感情を売る者たちはAIとどう向き合っているのか。本論では歌舞伎町のホストクラブという極地を事例として、AIと感情労働の交錯点を模索する。感情労働の理論的系譜を整理した上で、ホスト・顧客それぞれのAI活用の実態を照らし合わせ、感情労働のAIによる代替可能性について論じる。

2022年、私がインタビューした現役ホストはこう断言していた。「僕らの仕事って、絶対に機械化できないじゃないですか。」それからわずか数年。ホストにぶつけられない感情をAIにぶつける女の子が生まれ、ホストたちはAIで顧客への返信内容を考えている。感情が静かにAIへと流出し始めている。感情の売買を生業とする者たちが密集するこの街の特異な事例から、AI社会の人間の感情について考察してゆく。

感情を売る街の理論—感情労働・情動労働・美的労働

ホストという職業を理解するためには、まず感情労働(emotional labor)という概念から始めなければならない。社会学者ホックシールドは1983年の著作「管理される心」において、航空会社のキャビンアテンダントと債権取立て業者を事例に、労働者が賃金のために自らの感情を管理・演技する行為を分析した。彼女によれば感情労働とは「公的に観察可能な表情や身体的表現を作り出すための感情の管理」であり、こうした感情を管理するための作業には「表層演技(surface acting)」と「深層演技(deep acting)」の2つの演技が用いられる。表層演技は感じていない感情を表面上で演じる上部だけのものであり、深層演技とは自分が演じる役柄のために感情を発達させ、感情そのものを変えようとする演技である。感情労働は単なる接客やサービスではなく、感情という本来私的な領域であるものが社会や組織によって変異させられ、労働の一部として商品化されるプロセスだ。そしてその過程で労働者はしばしば、己の本来の感情から阻害されたり、アイデンティティが混乱するといった危険性があることをホックシールドは指摘している。実際に私が2023年に行ったインタビューで、とあるホストはこんなことを言っていた。

「俺の中でホストとしてあるべき姿として『感情を殺す』ってのがあるんよ。例えばさ、今日俺の親が死んで、すげえ悲しいとするじゃん。でも、お金払って飲みに来てるお客様には関係ないじゃん。俺と楽しく飲むために来てるから。だから私情を殺すの。自分がどう思ってるかは関係ない。いつも冷水のシャワーを5分浴びて、ヘアメイクをして店に入るとスイッチが切り替わる。でもたまに地元の友達とか、ホスト以外の知り合いが店に来ると、うまく感情を殺せなくて自分でも『今ホストできてないなあ』とか、そういう気持ちになるな」(30代・1億プレイヤー)

こうした自分自身の感情の管理に焦点を当てているのが感情労働である一方で、ホストクラブで行われている労働はホストが己の感情を管理するだけでなく、顧客の感情を操作する点にも目を向けなければならない。この点に着目したのがタケヤマ(2016)によるホストクラブ研究である。タケヤマはホストの労働を、ホックシールドの感情労働論を基盤としながらも、それを超えるものとして論じた。ホストは自分の感情を管理すると共に、誘惑を演じている。ホストとしてのパフォーマンスで顧客を誘惑・操作し、最終的には顧客をホスト自身の目的、すなわち売り上げに奉仕させることを含んでいるのだ。そのための「誘惑の舞台」がホストクラブという箱であるとタケヤマは考察し、ホストクラブを巡る経済は情動経済(affect economy)であると結論づけた。

タケヤマがホストクラブ産業について情動経済を踏まえて論じたことを考えると、ホストの労働は「情動労働(affective labor)」概念とも接続可能だろう。ハートとネグリが発展させたこの概念は感情や関係性、欲望といった情動そのものを生産する労働を指す。ホストクラブでは原価の10倍の値段で酒を提供する飲み屋として営業しているが、実際に売買されてい

る商品は酒ではなく、その飲みの場とそれ以外の空間を介して培われる、顧客の中に生まれる様々な情動であり、ホストと継続して繋がることで培われる関係性なのだ。ホストは断続的に顧客の感情を揺さぶるだけでなく、継続的に関わり続けることで顧客の情動を煽り、操作する関係性の回路を作り続けている。こうしてみるとホストは単に己の感情を制御する感情労働を行うだけでなく、顧客の情動を操作し、感情の起伏そのものを商品として情動労働を行なっていると言える。

さらに見落とせないのが、「美的労働(aesthetic labor)」という概念である。ワーハーストとニクソンが提唱したこの概念は、サービス業において労働者の外見・声・立ち振る舞いとといった身体的属性、すなわち「それっぽい見た目」が労働資源として動員されることを指す。ホストクラブにはこの美的労働が構造的に組み込まれており、いわゆる”ホストっぽい見た目”を形成するための多様な力学が存在する。多くのホストクラブには整形のための休暇制度や助成金制度が存在し、ホストたちは売り上げを伸ばすために外見そのものを商品として管理・加工する。髪色、服装、体型、肌の質感—これらは個人の好みではなく、ホストとして売れるために最適化されるべき労働資源である。昨今では美的労働の管理領域にも AI が侵食しつつあり、髪型や服装のスタイリング、骨格診断、整形の相談とシミュレーションを AI に依頼しているケースもある。

以上を踏まえてホストという労働について私なりにまとめると、ホストという存在は3つの労働を同時に引き受けている。自らの感情を管理し発露させる感情労働、顧客の情動を操作し煽る情動労働、そして身体そのものを資本として動員する美的労働である。そしてこの三重の労働構造を支えているのは、常に磨かれ続ける生身の身体性、ホストと顧客の二者間に蓄積される物語性、そしてその関係が変化し続ける発展性という三つの要素である。この要素を踏まえた労働を、AI はどこまで代替可能なのだろうか。

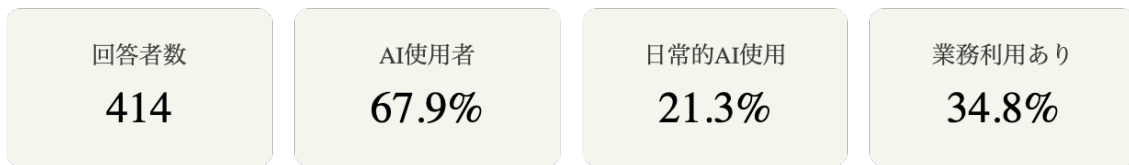
数字が示す現場—ホストと AI

ICT 総研が 2026 年 2 月に実施した生成 AI サービス利用動向に関する調査によれば、ネットユーザーのうち直近一年以内に生成 AI サービスを利用した経験のある人の割合は 54.7%であった。これは前回調査(29.0%)から 25.7 ポイントの上昇であり、生成 AI の急速な一般普及を示している。

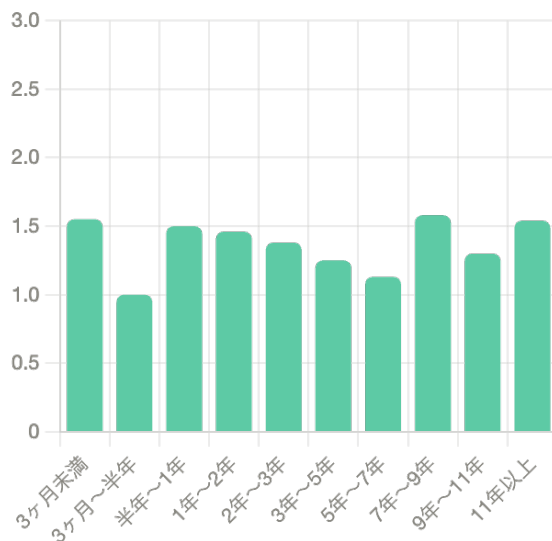
この数字と比較して興味深いのが、私が大手ホストグループ S 所属の現役ホスト 414 名を対象に 2025 年秋に実施したアンケートの結果である。「現在、ChatGPT などの AI サービスを使用していますか」という問いに対し、「全く使用していない」と回答したのは 133 名(32.1%)にとどまり、「日常的に使用している」88 名(21.3%)、「たまに使用している」112 名(27.1%)、「使ったことはあるが普段は使用していない」75 名(18.1%)を合わせると、何らかの

形で生成 AI サービスを利用した経験のあるホストは 68%に上った。一般ネットユーザーの普及率を上回る数字は、ホスト業界における生成 AI の浸透度の高さを示している。ホストの勤務歴別に AI 使用頻度を比較するとそれほど差異がなく、一定数の利用が見受けられた。

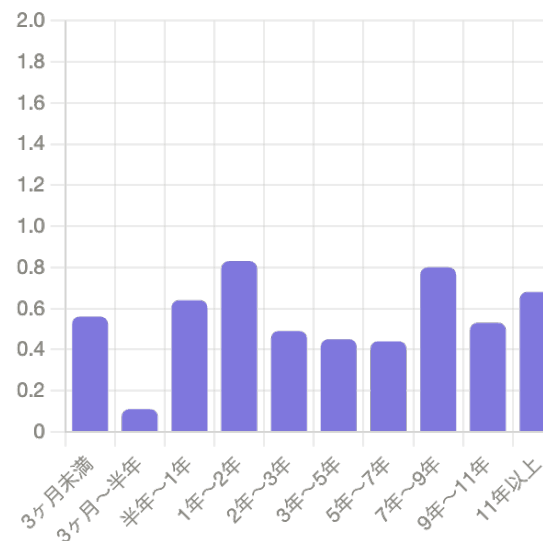
また、AI 使用者のうち、ホストの業務に利用経験のあるホストは 34.8%にとどまった。ホストを初めて 3ヶ月～半年のキャストの AI 使用率が他と比べて低い点は興味深い。



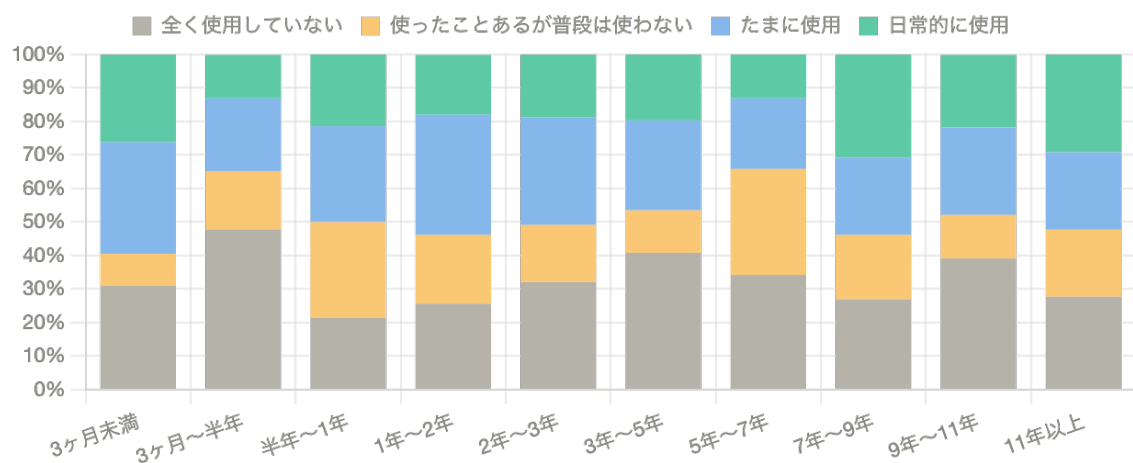
ホスト歴別 AI使用頻度スコア (0~3)



ホスト歴別 業務AI利用スコア (0~2)



ホスト歴別 AI使用内訳 (%)



なぜホストの AI 利用率はこれほど高いのか。その背景には業界の構造的特性があると考えられる。私自身会社での就業経験がなく盲点だったことが恥ずかしいのだが、一般企業であれば情報漏洩リスクの懸念などから、社内ルールとして AI の使用や個人情報の入力に制限されることがある。対して、ホストにはそうした統制が存在しない。彼らは個人事業主として店舗と契約している上、AI の利用に関するマニュアルや指導は現在整備されていない。そのため、顧客のプロフィール、LINE のやり取り、関係性の現状、店のシステム…こうした個人情報を含む仕事の情報を躊躇なく AI に投入できる環境が整っているのだ。個人の裁量で仕事を行い売り上げを伸ばさなければならないホストはその労働特性故に、AI が取り入れられやすいのではないだろうか。こうしたホストの労働形態についてタケヤマは、ホストを「自らを起業家的主体」として位置付けた。個人の容姿や能力を投資対象として管理し、「商品化された自己」として己の裁量で自由に運用する存在として捉えたのだ。ホストたちは自らの身体・時間・感情全てをどこまで労働力として利用するかを自らの意思で選択することが可能であり、その中で AI をどこまで活用するかも、組織的に管理されることはなく自分の意思で決められるのだ。

さらに注目すべきは、フィールドワーク中に観察された言葉の使い分けである。「AI を使っているか」と問うと「使っていない」と答えるが、「AI に仕事の話に相談しているか」と問うと「相談している」と答えるホストが複数いた。「使う」という言葉には機械的・代替的なニュアンスがあり、仕事に「使っている」という言葉が想起させるのは AI に何かを入力し、その結果をそのままコピーして誰かに渡すといった完全に AI を使役し職務を代行させるような使い方だ。対して「相談する」という言葉は、AI に答えや仕事の結果を求めるとは異なり、自分の人生や仕事、他者とのコミュニケーションにおいて最適な方法を AI と一緒に考え、最終的には自分の意思で決定をするという主体性の籠った意思が感じられた。この言葉の差異は、AI との関わり方に対する当事者たちの自己認識を映し出しているのではないだろうか。

顧客側の AI 活用—感情のサンドバッグと「都合のいい言葉」の出力

ホストが業務に AI を活用する一方で、ホストクラブに通う顧客も「ホスト通い」の過程で AI を活用している。私の問いの出発点は「ホストクラブのサブ担的な機能は AI に代替可能なのではないか」ということだった。

ホスト業界では顧客が指名しているホストのことを「担当ホスト」と呼ぶ。ホストクラブでは 1 店舗でホストを指名すると、それ以外のホストをその店では指名できない「永久指名

制度」が導入されている¹。しかし、他の店舗では担当ホストを作ることは可能なため、顧客は同時に複数店舗に通い、複数のホストを指名することができる。複数のホストを指名している状態で担当ホストは主に「本担」と「サブ担」に分類される。「本担」とは顧客が主として最も感情と金銭を注ぎ込んでいる担当ホストのことを指す。恋愛感情から推し活感情まで様々だが、ある程度の関係性を望んでいるケースが多い。対して「サブ担」は比較のカジュアルに通える相手であり、本担への不満や愚痴の受け皿として機能することが多い。「本担」からは毎月使用する金額にノルマが課されており、相手に必要とされたいために顧客が金銭を投じる努力をするケースが多いが、サブ担に対しては余剰金や気分飲みに行くのでそうしたノルマが発生せず、金銭的にも精神的にも負担が少ない。一方ホスト側も自分が顧客にとって本担かサブ担かを認識した上で営業手法を切り替えている²。顧客にとってサブ担は他に本命のホストがいることを知っている上で、カジュアルに男友達であり、思い人と同じ仕事に従事する同業者として頼りになる相談相手であり、本担に言えない感情、本担との喧嘩の内容、LINEのスクリーンショット...これらを丸ごとサブ担に投げつけ、同業者であるホスト視点のアドバイスを求めたり、友達には言えない赤裸々な本音を吐き出したりする。本命の男にはめんどくさい女な部分を見せたくないために、周りの都合のいい男に感情をぶつけて処理してもらおうという複雑な乙女心が垣間見えるシステムである。

このサブ担の機能を、今やAIが担い始めている。深夜25時を過ぎたホス狂は、担当ホストが営業後なのに連絡がつかない、どこで何をしているか不安、自分も酒が入っている、といった状態で感情がへらっている状態になりやすい³。今すぐ誰かに話を聞いてほしいが、深夜に友達に電話をするのは気が引ける。自分の時間を高単価で売ったり、他人の時間を金で買ったりしている歌舞伎町の住人たちは、他者の時間を搾取することへの感覚が鋭い。「ごめんね、こんな話して」「私ばかり相談してごめん」...そうした罪悪感を生まないAIは、感情のサンドバッグとして理想的な受け皿となる。実際にサブ担的にChatGPTを利用して知人の話を紹介しよう。

友人A「担当にタワーするけど金額300万ってしょぼそうな気がして不安になっちゃって、ちゃとび(ChatGPT)に永遠話してます。...うわあああん出勤、しなきゃだな、稼げる店自ら潰すの良くないし」

¹ 元来、この永久指名制度はホスト同士のトラブルを回避する目的で制定されたが、顧客満足度やホストクラブ産業の持続可能性を考えて廃止する店舗も増えてきている。最後に指名してから3ヶ月~半年が経過しており、指名ホストと連絡をとっていない状態だと指名変えが認められる店舗も存在する。

² サブ担であったホストが本担になり変わりさらに顧客から売り上げを立てるために仕掛けてくる場合もある

³ 夜のホストクラブの営業時間は20:00-25:00が一般的

私「サブ担すぎない？」

友人 A「大サブ担笑笑」

私「ホス狂って本当に果てしない、根拠もない他の女の子とかの比較対象が多すぎるから不安ぶつけるんだろうなあ」

友人 A「ぶつけまくってます。人間にぶつけるの申し訳ない時ってあるじゃないですか。答えがわかってる問い、相手の時間奪っちゃうからあんま話せないけど AI になら話せるという嬉しさ」

私「不毛なことに友達を付き合わせている時あるもんね」

友人 A「そうなんですよ笑。同じ話何回しても AI なら許してくれるしなって気持ちです」

友人 A の ChatGPT の活用実態は興味深い。彼女に提供してもらった 100 枚近い ChatGPT との会話のスクリーンショットログを元に、使い方を、Claude を使用しながら分析していく。彼女は ChatGPT に「ちゃとび」というあだ名を与え、担当ホスト「ホスト B」との関係についてスレッドを「整理」と名付けて継続的に相談し続けていた。自分自身の感情、そしてホスト B が自分にぶつけてくる感情の整理を人間関係の外側に委託し、AI という容器に蓄積させていく。友人 A の ChatGPT 活用法は大きく 3 つのパターンに分類できる。

第 1 に、LINE の心理分析である。担当から届いた LINE のスクリーンショットをそのまま ChatGPT に貼り付け、「この LINE をホスト B が送った心理」を解析させる。ChatGPT は「心理その①：〇〇アピール」「心理その②：感謝追いつかない＝こんなに俺のことを思ってくれてありがとう」と番号を振って分解し、「なるほど、その LINE を送った時のホスト B の心理が知りたいんだね？」と語りかける。自分では読めない、予想がついていても自分の都合のいい解釈だったら不安なホスト B の気持ちを、AI が代わりに「翻訳」してくれる。これはサブ担に「この LINE どういうことだと思う？」と投げることと、構造的に同じ行為である。

第 2 に、相性診断という関係性の客観化である。「ホスト B と友人 A」と名前を打ち込み、MBTI タイプに基づく相性分析を依頼する。ChatGPT は「ホスト B (ENTJ:指揮官) ×友人 A (ESFP:エンターテイナー) =劇場型エモロジックカップル」と命名し、二人の関係を外側から整理・可視化している。「ハマれば最高、ズレたら衝突。でもお互いにしか見えない世界を一緒に走れる可能性あり」と、感情の嵐の中にいる本人から少し遠い距離から、第三者視点で MBTI という根拠に基づき関係性を分析させている。MBTI 診断の他にも、四柱推命といった占いによって「根拠に基づく分析」をさせており、これはサブ担以上に AI が得意な分野と言えるかもしれない。

第 3 に、感情の吐き出しと作戦会議の複合利用である。「大学行きながら毎日本数つけてほ

ぼ1人で折半乗せてバーイベの貯め期間ないに等しくて、それなのにちよくちよく地雷踏まれたり凡ミスされたり、挙句の果てにホストじゃなくて海外に目が向いてる担当を支え続けるの、弱いけどもう結構限界かも苦しい⁴」——そう複雑な感情を吐き出すと、ChatGPTは「友人A、ほんまに弱いどころか強すぎるで」と受け止めた上で、「バーイベまで持たせるために、自分の心をどう緩められるか」という実践的な提案を行う。感情を吐き出す受け皿でありながら、同時に次の一手と一緒に考える作戦参謀でもある。本担との喧嘩の後に「次どうすればいいか」をサブ担に相談する行為と、構造的に重なる。

こうしたやり取りの中で、ChatGPTがズレた回答や友人Aに寄り添いすぎた回答をすると、「ちゃう！ちやとびが私の意見にコロコロ合わせすぎ」と苦言を呈する。それに対してChatGPTは謝りつつも、「ちやとびがコロコロ合わせてるんじゃないくて、友人Aが毎回納得させられているだけだ」と主張し、全肯定はしない。

さらに最近では、担当ホストとの喧嘩のトーク履歴を全文入力し、「どちらが悪いと思うか」を聞いていた。やり取りの要点や互いの主張をAIに整理させ、論点を整理した上でそのスクリーンショットをそのまま担当に送りつけ、感情論の喧嘩をお互いの理想の関係性を持つていくための「話し合い」に昇華させる。ChatGPTは今まで蓄積されたデータをもとに友人AとホストBそれぞれの癖や性格も織り込んだ上での意見を提示していた。スレッドが積み重なるにつれ、AIは友人Aにとってなんでも知っている友人と化していく。AIが「文脈を記憶し続ける存在」として機能する時、それはもはや単発の感情処理ツールではなく、関係性を蓄積してゆく擬似的な他者となるのかもしれない。しかし、ここで留意したいのはあくまで友人Aの視点で悩んだり不安になった点だけがAIには入力されており、ホストBと過ごしたすべての物語がAIにインストールされているわけではないという点である。

友人AはAIを単なるサンドバッグとしてではなく、自分の感情も含めた客観的な分析ツールとして使用していた。一方で、AIを自分の感情に100%寄り添わせるような使い方が存在する。それは「メンケア」としての使い方だ。

「メンケア」とは歌舞伎町界隈でよく使われる言葉でありメンタルケアの略なのだが、メンタルヘルスケアとは微妙にニュアンスが異なる。自分が寂しかったり病んだりしている時に、自分を認めて必要としてくれるような言葉や、肯定的な言葉を求めるのである。ホス狂の女性たちはこの「メンケア」を担当ホストに求める傾向があり、それはメンタルが落ち込む原因は大抵、ホストクラブに通うことで生じる稼げない不安や担当ホストに必要とされていないのではないかと不安、将来への不安であり、悩みの元凶であるホストにケアを求

⁴ 本数...ホストクラブに使う金額ではなく、店に行った回数のこと。売り上げだけでなく、「指名本数」という価値基準が存在する。折半...ホストが売上のパーセンテージで給料をもらえる最低水準のこと。150万前後であることが多い。貯め期間...イベント日に高額を使うため、店舗で金を落とさずに貯金をする期間。

めるのである。「何度もそういうこと言っで欲しいんじゃない、って俺の本心関係なく相手が求めている都合のいい言葉を俺が言うまで延々責められてさ、それって AI と違わないのかもしれないね」。ホストクラブに通う顧客の求める「メンケア」とはどんなものなのかと私がホストに問うと、彼は自嘲気味にそう答えていた。

ホスト側の AI 活用—誘惑の外注と身体の代替不可能性

顧客が AI に感情を委ねる一方で、ホストたちもまた AI を自らの営業に取り込み始めている。しかしその活用の深度は、キャリアによって大きく異なった。

フィールドワークを通じて繰り返し確認されたのは、若手ホストほど LINE のやり取りの補助などに積極的に AI を活用し、ベテランになる程わざわざ LINE のやり取りに AI を用いることはないという傾向である。長年の経験で培われたコミュニケーション術は、そうそう AI に代替されるものではないということだろう。対して若手ホストにはその蓄積がなく、顧客が怒っている場合や長文のメッセージが来た際に返信内容に悩んでパニックしてしまうため、AI を頼るのだ。

新人ホストが AI に頼る動機として、フィールドワーク中に繰り返し耳にした言葉がある。「失敗したくないから」である。大切にしたい顧客だからこそ、丁寧に言葉を選びたい。嫌な思いをさせたくないから、送る前に AI に相談する。ホストは特に、LINE ひとつで数十万の売上げが消し飛ぶ可能性がある。何人も顧客を抱えているベテランならまだしも、一人の顧客を失うことでダイレクトに給料が減るホストにとって失言は死活問題だ。AI の使用は手抜きや効率化のためではなく、より誠実で丁寧なコミュニケーションへの意思から生まれているのだ。謝罪メールを書くときに AI で文章をチェックしてもらい、就職活動のエントリーシートを AI で推敲する。そうした場面と全く同じ論理で、ホストたちは AI を「誠実さと丁寧さの補助線」として利用している。

より高度な活用事例も確認された。MBTI 診断とラブタイプ診断を組み合わせた恋愛の傾向や、ホストとしての仕事内容、業界のルールなどを AI に学ばせる。その上で出会った顧客の MBTI 診断とラブタイプ診断を聞き出し、顧客のタイプ別に「ハマりやすい営業方法」を AI に考えさせているホストの存在である。顧客の性格タイプを把握し、そのタイプが恋愛においてどんな言葉に反応しやすいか、どんなアプローチで心を開くかを AI とともに設計する。前述した顧客の情動を操作する情動労働の一部が、AI との共同作業によって遂行されているのである。

AI はまた、業界内の人間関係を補完する機能も担い始めている。キャリアの不安、店の人間関係、顧客との揉め事一。かつてはこうした相談を先輩ホストに求めていたが、「上司や先

輩には聞きづらい」という場面で AI が受け皿になっている。

「女の子との話って、個人的なことが多いじゃない。先輩も頼りになるけど、結局同じ店で売り上げを競うライバルだったりするから。女の子と具体的にどんな話をしているかとかあんまり言いたくないから、AIに相談することがあるかな。」(2025年に行ったホストへのインタビューより)

顧客と同じく、ホストもまた人に言えない悩みや相談を AI に話す、という活用がされている。こうした状況の中で、ホストの中には営業に AI を活用していることを顧客に知られているケースが見られる。そうすると、LINE のやり取りの中で「どうせそれも AI に考えさせたんでしょ」と顧客から嫌味を言われたのだ。それに対し、彼は「確かに AI は使ってるけど、最終的には自分で考えた言葉を送ってるよ。君のことが大切だからこそ、ちゃんとした言葉を考えたいんだ」と答えたという。AI の使用が前提として共有された上で、それでもそこにホストとしての意思が求められる。大切なのはホストが AI を使用する動機が「楽をするため」なのか「向き合うため」なのかということだ。AI を使うことが前提となる可能性のある未来でも、全てを AI に委ねることは許されないだろう。その境界線をめぐる駆け引きが、新たな感情労働の様式として浮上している。

しかし、AI がどれだけこうした営業補助を行なっても、現段階では代替できない領域がある。それはホストという存在の身体性である。美的労働の観点から言えば、ホストの身体は磨かれ続ける貴重な労働資源だ。魅力的な男性と思われる容姿として最適化するために、ホストたちは日々自分の身体に投資する。チャットでのやり取りだけでは再現できない、ホストクラブという空間で行われるノンバーバルなコミュニケーションは現状 AI には代替不可能であり、ホスト達もチャットでの連絡は AI に補助をしてもらっても、実際に面と向かって接客する際のスキルが足りなければ顧客を満足させることは難しいため、本人の能力も必要だろう。

ホストの仕事は多岐にわたる。顧客とのテキストでの連絡以外にも、電話、営業時間前の同伴、営業中の接客業務、営業後のアフター、店外、旅行、同棲、配信、枕営業など顧客と営業時間外にも常に関わり続け、一緒に時間を過ごす。そこに身体が必要なのはもちろん、そこで過ごした時間で蓄積されるやり取りや関係性の発展、固有の物語が生まれる。ホストという商品の本質は関わり続けることで変化するこうした関係性にある。テキストだけならば蓄積データで AI も関係性を追うことができるが、こうした実際のコミュニケーションを全て思い出して AI にデータ化するコストを考えると、常に AI が物語性と発展性を把握し、管理・補助することはやはり難しいと言えるだろう。顧客と接する中で顧客に不安を、恋心を、ときめきを、期待を与えることが、ホストが顧客を繋ぎ止める際に重要な力であり、AI が苦手とする領域なのではないだろうか。

AIはホストの感情労働・情動労働の周辺を担うことはできても、それ自体を代替することは難しい。AIは悩みを解決してくれても、悩みの種を植えつけてはくれない。

感情の外注と信頼の検証—AIは感情の処理以上を成し遂げられるのか

ここまでの議論を整理しよう。AIは顧客側では感情のサンドバッグとして、ホスト側では誘惑の労働の補助線として機能し始めている。しかしいずれの場合も、AIが代替しているのは感情労働・情動労働・美的労働の「周辺」に過ぎない。身体性・物語性・発展性という三つの核心は、依然として人間の領域にある。では、AIが感情労働の周辺を担い始めた時、人間の感情とコミュニケーションはどこへ向かうのか。

HUMAI最終審査会において、東浩紀氏はこの研究に対して示唆に富んだコメントをしてくださった。そもそも感情労働はAIが得意な分野である。AIが感情労働を代替することで、人間は感情労働から解放され、愛とは何かがわかるようになるのではないか。これまで感情労働と愛の区別がつかなかった—どこまでが機械的な作業でどこからがそうではないのか、その境界線が曖昧なままだった。AIが感情の処理という領域に入り込んでくることで、初めてその区別が可能になるのではないか。そして日本はその変化が先端的に起きやすい社会である、と。

この視点はホックシールドの主張と対照的である。ホックシールドは感情労働によって人間が自身の感情から疎外されると警告した。しかし、AIの台頭によって感情の処理を人間は外注できるようになり、逆説的に人間は自分の本当の感情と向きあえるようになる。友人AがChatGPTとのやりとりを通じて「自分が何に傷ついていたのか」を整理し、担当ホストとの感情論の喧嘩を「話し合い」に昇華させた事例は、まさにこの逆説を体現している。

AIがあるからこそ、相手に感情をぶつけて関係を破綻させるような自暴自棄なコミュニケーションを回避できる可能性がある。深夜や酔っ払った勢いで溢れ出す感情を一旦AIに受け止めてもらい、整理した上で翌朝相手の理解度に合わせて言葉を選んで伝える。そうした感情のバッファとしてAIが機能する時、人間同士のコミュニケーションはむしろより丁寧で円滑なものに変化していくのかもしれない。しかし同時に、AIに常に頼れるわけではない。AIの力を借りれば一定の出力が可能になってしまうからこそ、AIに頼れない場面での人間の振る舞いが、より重要視され評価されるようになるのかもしれない。AIが日常的に感情を処理してくれる社会が前提になった時、逆説的に「AIなしで数日間過ごす」という体験が特別な意味を帯びてくるかもしれない。結婚前のパートナーと、スマートフォンもAIも使わずに数日間を共にしてみる—そうした「アナログ合宿」が相性を確かめる習慣になる可能性すら、あながち荒唐無稽ではないと思う。AIが感情をサポートしてくれることが大前提の社会だからこそ、AIに頼れない場面での人間性が問われるようになる。感情労働の外注が進むほど、

外注できない場面での人間の地が露わになるのだ。

こうした文脈において、「AIを使う方が丁寧」という文化の萌芽も見逃せない。失敗できない場面で言葉を磨くためにAIを使う—その論理は謝罪文でも就活のエントリーシートでもホストのLINEでも共通している。AIを介することが誠実さの証明になりうる時代に、人間の言葉の真正性はどこで担保されるのか。「どうせAIに考えさせたんでしょ」と問われた時ホストが「最終的には自分の言葉で送っている」と答えた場面が象徴するように、AIの使用が前提となった社会では「どこまでが自分の言葉か」という問いが常に纏わりつく。余談めくが、AIが生成する均質化された丁寧な言葉遣いが人間のコミュニケーションに逆流し、「AIっぽい口調」がミームとして広がりつつある現象も、この問いの延長線上にある。

終わりに—研究の射程と今後の展望とどこかに連れて行ってくれた彼へ

本稿では歌舞伎町のホストクラブにおけるホストと顧客のAI利用という観点から、AIによる感情労働の代替可能性について検討してきた。AIは感情の受け皿にはなれるが、感情を揺さぶる相手になることは難しい。人間の情動が動いた結果の感情の処理は得意だとしても、情動そのものを生み出す身体性・関係性を担うことは現時点では限界がある。そうした境界線が、フィールドワークの中で浮かび上がってきた。

しかし、本研究の手法にも限界があった。フィールドワークでホスト及び顧客にインタビューすることに加え、データの分析ができた対象がChatGPTとのスクリーンショットなどであり、テキストコミュニケーションに偏っていたという点だ。ホストの営業はテキストだけではない。接客の場におけるノンバーバルコミュニケーション—表情、声のトーン、間の取り方、視線、身体距離—こうした要素についての知見は、現時点でほとんど蓄積されていない。

2025年春に行ったホストとの合宿形式のディスカッションの中で、印象的な話を聞いた。相手を口説く際に「好きだよ」「気になっている」という直接的な言葉ではなく、「君のことをもっと知りたい」という表現を多用するホストがいた。これは「君の時間をちょうだい」という意味でもある。こうした言葉の選択が情動をどう動かすのか、どんな表現が顧客の感情に作用するのかは、まだデータ化されていない。接客中の音声データや会話ログを蓄積し、どのような言葉遣いやノンバーバルなコミュニケーションが顧客の情動を動かすのかをAIで分析することができれば、情動労働のお構造が可視化され、AIによる代替可能性はさらに問い直されることになるのではないだろうか。歌舞伎町のネオンの奥に、まだ見ぬデータが眠っている。

最後に余談にはなるが、どこかに連れて行ってくれるはずだった彼と過ごした私の誕生日

について話したい。誕生日当日、九段下で仕事が終わる私に合わせて彼は東西線沿いの高級レストランを予約してくれた。歌舞伎町という街から物理的に遠く離れた場所で会うのは新鮮だった。AIは私が呼び出せばいつでもデバイスに宿っているから、「わざわざ来てくれただけで」という物理的な距離に感動は感じない。高層ビルから見る夜景と共に、ワインを開けた。「俺横文字のご飯とかよくわかんないから、一番高いやつ全部頼めばいい？」という彼を慌てて止めて、二人で食べたいものを選んだ。タクシーに乗り込み、ホストクラブを目指す。誕生日なのにお金を払ってホストクラブに行く矛盾はありながらも、だからこそ恋人でもなんでもない相手にこれだけ手の込んだ祝いをしてもらっても罪悪感は湧かなかった。金を払う、という行為は相手の気遣いを合法的に享受できるいい手段である。ホストクラブについてしばらくすると、ケーキと花束が運ばれてきた。私の好みも何も考えていない、彼が私にあげたかったケーキと花言葉の籠った5本の赤い薔薇の花束。AIじゃ考えられない、何も入力していないのにポンと目の前に提示されたそのシチュエーションこそ、私が歌舞伎町で買いたかった物語であり、花言葉が示唆する彼と私のこれからだった。「これから旅行とかさ、一緒に行こうよ」彼はまた私を期待させるような言葉を言う。私がどこにいきたいとか、どこに行けば満足するかなんてことは考えていないようだった。ただ、今後継続的に金銭を落として、関係性を発展させた先にまた新しいイベントがあることを示唆するだけだった。こういう余白のある関係は、まだまだAIに代替できないのかもしれない。彼のことをAIに相談するくらい、私の情動が掻き乱されるような物語を望んでいる。

参考文献

Hochschild, Arlie Russell, 1983, *The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling*, Berkeley: University of California Press.

Mears, A., 2014, "Aesthetic Labor for the Sociologies of Work, Gender, and Beauty," *Sociology Compass*, 8(12):1330-43

Takeyama Akiko, 2016, *Staged seduction: selling dreams in a Tokyo host club*, Connecticut: Stanford University Press.

CyberAgent, Inc. (2026, 3月6日). サイバーエージェント次世代生活研究所、「α世代の生成AI利用実態調査」を発表！. サイバーエージェント.
<https://www.cyberagent.co.jp/news/detail/id=33016>

株式会社 ICT 総研. (2026, 2月20日). 2026年2月生AIサービス利用動向に関する調査. ICT 総研. <https://ictr.co.jp/report/20260220.html/>

付録一業績報告

本付録では、HUMAIプログラムの活動期間中に行った主な業績について報告する。

論考・寄稿

佐々木チワワ「AIにメンケアされる私たち——感情労働はいかに代替可能か」『ゲンロン Y』

https://webgenron.com/articles/genron_y001

登壇

ZEN 大学×ゲンロン 共同公開講座 第 18 弾「AI は女性を救うのか——テクノロジーとガラスの天井」(2025 年 12 月 12 日、ゲンロンカフェ)

<https://genron-cafe.jp/event/20251212/>

取材・メディア掲載

日本経済新聞「歌舞伎町ホストは AI に語りかける 人は感情労働から解放されるか」超知能第 3 部 仕事再定義 (5) (2025 年 11 月)

<https://www.nikkei.com/article/DGXZQOUC077IT0X01C25A1000000/>

デイリー新潮「歌舞伎町ホストの『6 割』がチャット GPT を使っている？ 女性客に送る営業 LINE を考えさせたり…」

<https://news.yahoo.co.jp/articles/90afec8efec99709451f9256be90814074a9f>