

妖怪文化の現代的活用 に関する研究

地域住民を主体とする 妖怪存在の再創造の事例から

Writer

市川 寛也 ICHIKAWA Hiroya

博士後期課程芸術専攻
芸術学領域 3年

●はじめに—研究の目的と背景

妖怪文化は、時代や地域に応じて様々なかたちで再創造されながら生きてきた文化として受け継がれてきた。ここには、妖怪が無形民俗文化としての側面を持つと同時に表象文化としての側面を内包していることが影響していると考えられる。

本研究では、以下の二点から現代の妖怪文化について考察を行った。第一に戦後の日本の地域社会における妖怪文化の活用事例について妖怪観の形成と継承の視点から明らかにすること、第二に地域住民を主体とする妖怪存在の再創造を触発するアートプロジェクトの手法を開発することである。これらのアプローチを通して、地域を表現する素材としての妖怪文化に光を当てることを目指す。

●妖怪文化の創造と伝承

そもそも、民俗社会における妖怪は、身の周りで起こる不思議な現象（妖怪現象）に対してその体験者が名前を付けることで「妖怪存在」として見なされている（小松和彦『妖怪文化入門』せりか書房、2006年を参照）。ここでは、体験者は「一次的な物語創作者」として位置付けられるわけだが、そうした物語が口頭によって第三者に共有されることで初めて民間伝承の段階に至る。ここまでの、暮らしの中で必然的に生成されてきた心意現象としての妖怪の創造と伝承のプロセスである。

こうした民俗語彙としての妖怪は、近代以降、主に民俗学者によって記録

されることで文字化されてきた。ここでは、妖怪存在が「知識」として蓄積されていく。そして、それらを素材として表現者によってキャラクター化されることで、妖怪は「物語ソフト」として流通していくことになる。ここでは、大衆が各種メディアを通して商品化された「作品」を娯楽の対象として消費することで妖怪が一時のブームとして市場を賑わせた。作家の京極夏彦は、1960年代以降に水木しげるの作品を通して形成されてきた妖怪観を「通俗的『妖怪』概念」として定義し、①前近代的存在であり、②民俗学的なイメージを持ち、③これらの条件を備えたキャラクターが確立していることを「妖怪」の条件として挙げている（京極夏彦「通俗的『妖怪』概念の成立に関する一考察」小松和彦（編）『日本妖怪学大全』小学館、2003年所収）。

●ふるさと資源としての妖怪文化

こうした時代を背景に、妖怪は「ふるさと」を象徴するキャラクターとして活用されていくようになる。本論では、妖怪文化を素材とする民衆文化の再創造の事例として、静岡県伊豆長岡町（現在の伊豆の国市）における「鶴ばらい祭り」の調査を行った。『平家物語』において源頼政に退治されたとされる鶴は、「頭は猿、手足は虎、尻尾は蛇」の姿をした化け物として、絵馬や謡曲、歌舞伎など様々なメディアを介して表現されてきた。これらの既存の物語をもとに、温泉観光地の誘客イベントとして1966年に始まったのが「鶴ばらい祭り」である。毎年1月28日に厄払い

の意味も込めて行われるこの祭りでは、頼政の鶴退治の場面が再現される。祭りが始まった当時から関わっている現旅館経営者への聞き取り調査では「コマージュルベース」の観光イベントとして始まった行事であったことが明らかにされた。しかし、1992年に地元の中学生に担い手が引き継がれたことで、今では地域の「伝統」として認識されつつある。この事例には、体験に基づかない民間ベースでの物語の創作と定着の過程を見ることができる。

一方で、高度経済成長期には、行政主導による妖怪文化の活用もなされていった。1967年に「トオノピアプラン」を発表した岩手県遠野市が「民話のふるさと」としてのまちづくりに着手したのを皮切りに、1980年代末の「ふるさと創生事業」に至るまで、妖怪は民衆文化の再興と結びつきながら地域との接点を保ってきた。

このように、地域活性化のためのコンテンツとしての妖怪の可能性を増幅させたのが、1992年に「水木しげるロード」の整備を始めた鳥取県境港市である。ただし、ここでは地域に根差した民間伝承というよりも、水木しげるが生み出したキャラクターを活用しているという点において、「コンテンツ・ツーリズム」の代表事例として位置付けるべきであろう。

●物語を創作する消費者と地域住民

上に挙げた事例はいずれも「物語ソフト」の消費に重心が置かれていたわけだが、その中で「創作する消費者」が誕生することになる。大塚英志が「物語消費」と

定義した人々の消費行動では、①〈物語ソフト〉ではなくモノないしはサービスが消費の直接あるいは見せかけの対象となり、②そのモノ及びサービスは〈物語〉によって秩序付けられるかあるいは秩序付けられるべく方向が与えられ、③消費者は消費行動を通じて〈物語〉を疑似的に創作するか体験ないしは演じる、とある（大塚英志『物語消費論改』株式会社アスキー・メディアワークス、2012年を参照）。ここでは、従来の民俗社会における経験に基づく現象に置き換わり、「作品」の読みによって生じる「世界」が消費者によって構築されていく。

妖怪文化の活用においても、従来の「物語ソフト消費」から「物語消費」への転換を見ることができる。本論で取り上げた徳島県三好市山城町の場合、その出発点は水木しげるが描いた「こなきじい」の伝承の再発見にあったのだが、その後の地域住民の活動によって多様な伝承が発掘され、それらを活用した地域づくりに取り組むために任意の団体として「四国の秘境山城・大歩危妖怪村」が結成された。そこでは、地域の外側から輸入した大衆文化としての物語を場所と結びつけることで観光商品を提供するだけでなく、住民が自らの暮らす場所から物語を抽出し、新たな地域価値が創出されている。

●妖怪文化の創造における地域住民の主体性の回復

創作する消費者の台頭によって、従来の「表現者→消費者」という固定された関係から、誰もが物語の担い手となり得る可能性が開かれていった。こうした状況

は、地域住民を主体とするまちづくりの隆盛とも呼応しながら、妖怪文化の活用新たな回路を生み出していくことになる。とりわけ2000年代以降の事例に着目すると、改めて身の周りで起こる不思議な現象に向き合う「物語創作モデル」とも呼ぶべき取り組みが見られるようになってきた。地域固有の妖怪語彙である「ガオ」を地域行事として再生させた滋賀県東近江市（旧八日市市）の「ほない会」、地域住民が描いた幽霊・化け物・妖怪画を重要伝統的建造物群内の公開物件に展示する岩手県胆沢郡金ケ崎町の「金ケ崎まちづくり研究会」などは、地域住民による自発的な表現活動の素材として妖怪文化が活用されている事例である。

●アートプロジェクト《隅田川妖怪絵巻》の実践

本論では、NPO法人千住すみだ川との協働により、東京都荒川区南千住におけるアートプロジェクト《隅田川妖怪絵巻》の実践を通して、物語の創作過程を追体験することを試みた。これは、まちを歩きながら地域の不思議を探求し、それらをもとに新たな物語を編んでいくことを目指したプロジェクトである。（図1）この活動の中で、とある参加者（昭和25年・足立区生まれ）は、幼少期に南千住界隈で遊んでいた経験を思い出しながら、泪橋の近辺で「南千住の駅の方に、そこをやった時に、その一、電車の音とは違うような音が、聞こえたら、お前、注意しろよ」と注意されたことを語っている。その時に描かれたワークシートでは、こうし

た記憶に「ことだま返し」（図2）という名前が付けられ、「その昔、刑場へ向かう最後の身内またはゆかりの人との別れが出来ない亡霊の変化」として再創造されている。物語創作型の活動では、個人の記憶に留められていたことが地域の物語へと昇華されていく。

●まとめ

妖怪文化の現代的活用の特徴として、地域住民自身が妖怪存在を再創造する物語創作型の取り組みは注目すべきである。特に、物語の消費者から創作者への移行がなされることで、妖怪文化の創造と伝承の主体性が回復されていくのである。



図1 《隅田川妖怪絵巻》まち歩きの様子（2013年6月22日）

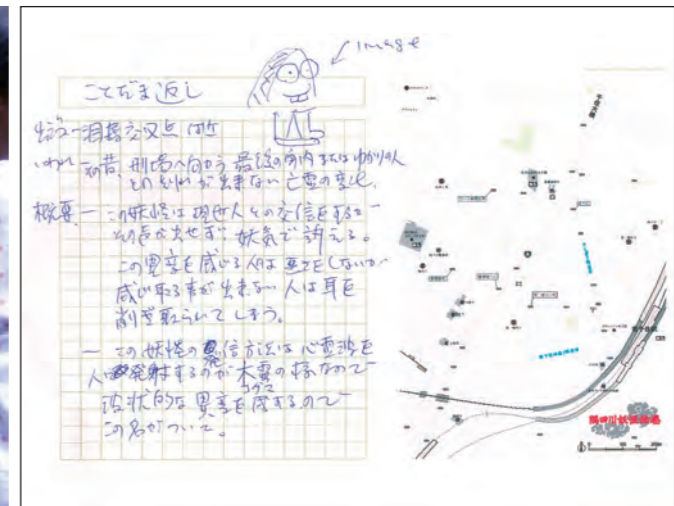


図2 参加者が作成したワークシート《ことだま返し》（2013年1月14日作成）