



観光地点検

奈良県立大学地域創造学部講師

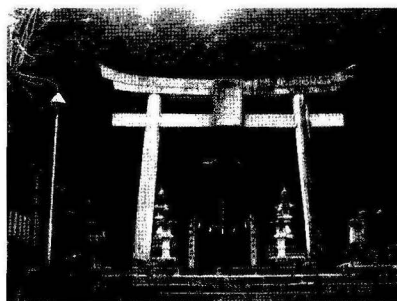
岡本 健

妖怪伝説を現代風に改編 地域の伝統文化知るきっかけに

大量送客によるマストツーリズムの弊害を反省することで生まれた、地域主導、着地型のオルタナティブツーリズム。そうした観光振興で重要視される事柄の中に「その地域ならではの魅力」が挙げられることは多い。具体的には地域に独特の自然環境や景観、歴史、様々な文化などである。

この考え方はもっともであるが、これが極端になると問題も出てくる。地域側の理屈を強調しすぎた結果、旅行者にとっての魅力が薄れてしまう場合があるのだ。観光は、その性質上、地域を守るためにのみあるものではない。観光によって結果的に地域の文化や社会の維持につながることがあるにしても、まず旅行者に関心を持ってもらい、その場所に来て楽しんでもらわなければならない。地域側のエゴが前面に出た観光振興では誘客はおぼつかず、結果的に地域振興につながらないという事態をも招く。観光には「遊び」の要素が不可欠なのだ。

とはいえ、過度に旅行者に合わせて地域文化を大きく変容さ



『朝霧の巫女』の表紙で背景として描かれた太歳神社鳥居



稲生物怪録の展示（三次市歴史民俗資料館）

せることは、その土地ならではの文化の破壊につながり、本末転倒である。今回は、この問題を考察してみたい。

地域伝承活用し、観光振興

広島県三次市は、マンガ『朝霧の巫女』の舞台となった場所である。『朝霧の巫女』は、宇河弘樹氏の作品で、2000年から「ヤングキングアワーズ」で連載が始まり、2013年5月に単行本9巻が出版され完結した。02年にはアニメ化もされ、聖地巡礼も行われた。

コンテンツツーリズムの事例の中には、コンテンツ作品の背景として現実の風景が用いられても、作品内で舞台となった地域が明示されないことや、明示されていても話の内容はその地域とさほど密接に関わっていないケースもある。『朝霧の巫女』は、コミックス全巻の表紙

の背景に、三次市三次町にある太歳神社の鳥居が描かれている。また、ストーリーも三次に江戸時代から伝わる妖怪に関する伝承『稲生物怪録』をモチーフにしたものだ。作品のサブタイトルが「平成稲生物怪録」となっていることからそのことがうかがえる。

三次では、以前から稲生物怪録を活用した地域活性化が行われてきた。1999年に地元有志が「物怪プロジェクト三次」を結成する。物怪プロジェクト三次は『朝霧の巫女』を活用した観光振興についても、ファンの声を取り入れつつ積極的に実践した。スタンプラリーなどのイベントやグッズの製作、販売が行われ、アニメファンが訪れた。作者もこうした動きに協力的だったと言う。地域の伝承が現代風にアレンジされてコンテンツ化し、それがファンを誘客した

事例と言えよう（経緯の詳細はコンテンツ文化史学会の論文集『コンテンツ文化史研究』3号（2010）に収録されている玉井建也氏の論文「物語・地域・観光 ―「稲生物怪録」から『朝霧の巫女』、そして「聖地巡礼」へ」に詳しい）。

『朝霧の巫女』から興味拡大

だが、ここで疑問が生じる。コンテンツは本当に地域文化をこれまでとは異なる層に広く知らせることに役立っているのだろうか。ただアニメファンがグッズやイベントを目当てに訪れただけではないか。実際のところ、どうなのだろうか。筆者が09年夏に実施した質問紙調査のデータを見てみよう。この調査は、『朝霧の巫女』のファンが立ち寄る三次市内のカフェ「卑弥呼蔵」にて実施し、43のデータを得たものである。

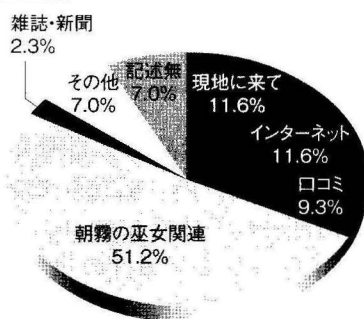
表 旅客の性別と世代

性別	
男性	83.7
女性	16.3
合計	100
世代	
10代	11.6
20代	53.5
30代	27.9
40代	2.3
50代	4.7
60歳以上	0
合計	100

その結果の一部をご覧に入りたい。まず、性別、世代であるが、80%以上が男性である。そして、世代は20代が53.5%と最も多く、次いで30代の27.9%、10代の11.6%と続く。10

代から30代を合計すると、93%となり、回答者のほとんどが、これまで旅客としてあまり三次を訪れていなかった若者層であることがわかる（表）。

図 稲生物怪録を知ったきっかけ



さて、これらの旅客が「稲生物怪録」を知ったきっかけはなんだったのだろうか。この問いに対する回答として最も多かったのが「朝霧の巫女関連」であった（51.2%）。そして、「現地に来て」「インターネット」（いずれも11.6%）、「ロコミ」（9.3%）が続き、これらを合計すると8割を超える（図）。コンテンツによって若者に地域の伝承が知られたり、コンテンツの舞台として現地を訪れて初めて伝承が知られたりしている。

さらに、質問紙調査を実施した時期には「妖怪だらけのマンスリー in 三次」と銘打ったイベントが開催されており、その中に「三館めぐりスタンプラリー」があった。これは、「広島県立歴史民俗資料館」「三次市歴史民俗資料館」「三次市文化交流館」の3館を巡ってスタンプを集めるとプレゼントがもらえるというもので、それぞれの

館では、稲生物怪録や妖怪に関わる催しがなされていた。そのこともあって、質問紙の自由記述欄には、『朝霧の巫女』をきっかけに稲生物怪録を知って興味が湧いたため、予定には無かったが三館の展示を見に行きたいという旨の記述もあった。また、稲生物怪録のみならず、妖怪文化全体に興味、関心が広がる場合もあるようだ。

このように、地域の伝承を元にしたコンテンツは、地域の伝統文化や、それに関わる文化への入り口になり得るのだ。

今後のポイント

今回の事例からは、地域資源をうまくコンテンツ化できれば、そのコンテンツのファンを地域に呼び込め、かつ、その地域の伝統的な文化にも深い関心を持ってもらえるようになることが分かる。地域資源は、絵画や音楽、小説、漫画やアニメなど、視聴者に楽しみを与える様々な情報の源になるのだ。

この時、地域資源それ自体を大きく変える必要はない。「その地域ならではの魅力」を保ったまま、様々な「魅せ方」をすれば良い。

三次では12年8月にも三次もののけまつりが開催され、「三次妖怪シンポジウム」や「仮装妖怪百鬼夜行」が催されている。コンテンツの核となる伝承を大切に守りながらも、様々な人に地域で遊んでもらうための工夫が続けられている。G