

ポピュラー文化の観光資源化と「伝統の創造」

—台湾南投県溪頭妖怪村を事例として—

山中 千恵*・伊藤 遊**・百瀬 英樹***

仁愛大学人間学部*・京都精華大学国際マンガ研究センター**・世新大学人文社會學院***

Popular culture-based tourism resources and the ‘creation of tradition’: a case study of Taiwan’s ‘Yaoguai Village’

Chie YAMANAKA*・Yu ITO**・Hideki MOMOSE***

Jinai University*・Kyoto Seika University International Manga Research Center**・Shih Hsin University***

本論文の目的は、台湾南投県にあるテーマパーク型宿泊施設「妖怪村主題飯店－溪頭明山森林会館」が作る南投溪頭妖怪村の事例をとりあげ、ポピュラー文化を活用した観光資源創造の可能性について検討することにある。非場所的な性質を持つポピュラー文化が、その特質ゆえにローカル化を容易にし、それによって、あらたな場所性を創造していくことを可能にする過程を確認する。

調査を通じて明らかになったのは、「妖怪」をめぐるポピュラー文化の再場所化を支えるのが、そこに書き込まれた「物語」を消費することではなく、むしろ、そうしたテキスト間の横断をうながす「キャラクターの自律性」という、日本に顕著にみられる能動的なポピュラー文化消費の形式と、それを支えるシステムだということである。こうしたシステムの存在に注目することで、ポピュラー文化のグローバルな消費をめぐる議論を、ファンの受容行動にとどまらない文脈へと接続することが可能になると思われる。

キーワード：台湾 観光資源 ポピュラー文化 妖怪

1. はじめに

近年フィルムツーリズムをはじめとするコンテンツツーリズムが注目されている。これらは、映画やアニメ、マンガなど、先行するポピュラー文化の消費に基づいて成り立つ観光であるため、ポピュラー文化を活用すれば、街おこしも可能になるのでは、との期待が各地で高まりつつある。しかし、ポピュラー文化消費の拡大と、地域の活性化、言い換えればその地域の固有性の再創造という二つの目的は、必ずしも相性がいいわけではない。

そもそも、ポピュラー文化の楽しみの多くは、J.アーリがいうような「観光のまなざし」を構成することはあっても、その実践それ自体が固有の場所を必要とする

わけではない。キャラクターやその世界観を消費するディズニーランドなどのテーマパークが、場所に縛られないのもそのためである。

しかし、ポピュラー文化の消費と地域文化の再創造がうまく重なり合いつつあるような事例がある。台湾南投県にある、南投溪頭妖怪村がそれである。本稿では、この事例をとりあげつつ、非場所的な性質を持つポピュラー文化が、むしろその特質ゆえにローカル化を容易にし、あらたな場所性を創造していくことを可能にした、その過程を確認する。これを通じて、ポピュラー文化を活用した観光資源創造の可能性について検討してみたい。

2. 南投溪頭妖怪村の概略

南投溪頭妖怪村は、南投県鹿谷郷溪頭の山中にある「妖怪」をテーマとした商業施設である。正式名称は、村の経営母体に基づき「妖怪村主題飯店－溪頭明山森林会館」である。以下この施設全体を「妖怪村」と呼ぶ。村は台中駅から溪頭行きのバスに乗るかマイカーを走らせて一時間半ほどの山中にある。

「妖怪村」のある南投県は、台湾中部に位置し、東アジア最高峰の玉山や台湾では珍しい冬季の積雪観光ができる合歡山などの山々に囲まれ、レイクリゾートで賑わう台湾最大の淡水湖・日月潭を有する、自然観光資源の豊かな唯一の内陸県である(図1参照)。22の県及び直轄市の中でも第四位の観光客数を誇り、観光産業と農業を主要産業としている(交通部観光局2013)。

なかでも溪頭という地域は、清朝末期は単なる溪流の源流のある小村であったが、日本統治期の1902年に東京帝国大学農学部の演習林として採用されて以降、ここで亜熱帯から寒帯の各種植物の生態や森林経営の方法などの研究が行われていた。この台湾総面積の約

1%にあたる32,786ヘクタールの実験林は、戦後の日本の引き上げに伴い、1949年、国立台湾大学に移管された。「国立台湾大学生物資源及び農学院実験林管理センター」の管理下に置かれた後、1970年に演習林の一部が森林遊楽区(現在の溪頭自然教育園区)として開放されると、溪頭の重要な自然観光スポットとなっていた。「妖怪村」はこの溪頭自然教育園区と隣接している。位置的には、隣接というよりその一部のようにも見える。

「妖怪村」の経営母体である明山森林会館の成り立ちは、「日本統治時代(1895年～1945年)」の演習林駐台主任であった久保田と、信頼関係で結ばれていた、その部下の台湾人青年・松林勝一(林贍)に始まる。終戦後の引き揚げ事業の際、何らかの理由で、松林勝一が東京帝国大学農学部の演習林の一部の土地を引き継ぐこととなり、1971年、彼はその約7,800坪の敷地の一部を明山森林会館という宿泊施設の開業に用いるようになった。当初は主に登山客を対象とした旅館経営を行っていたが、台湾が飛躍的に経済発展を遂げていくのに伴い、溪頭は人気の新婚旅行先もしくは学生の卒業旅行先として賑わうようになっていった。しかし、1999年9月21日、南投集集大震災で甚大な被害を受けてから、溪頭の観光産業は下火となっていった。

もちろん、明山森林会館はこれをただ傍観していたわけではない。この時、稼業を引き継いでいた、松林勝一の孫で現総支配人の林志穎は「…(震災後は)客足も途絶え、経営的に大変苦しい時期でした」と言う。旅館経営を引き継いだ林志穎は、かつての賑わいを取り戻そうと、明山森林会館の木立の残る裏庭で、「童話森林小木屋」という北欧風の童話世界をモチーフにしたコテージ経営を始める。花を売る少女や白雪姫、小人、カボチャの馬車といったオブジェを配置し、20のコテージを設けたが、「この企画は失敗でした」というように、経営はなかなか軌道に乗らなかった。このように、キャラクターを使ったテーマパーク的な観光地の整備は、「妖怪村」に先んじて試みられていたのだった。しかし、「北欧風の童話世界」というコンセプトは人気を呼ぶまでに至らなかった。

三年ほど様子を見たが、なかなか集客が回復しないことから、林志穎は、地元の自然環境や土地の風土に



図1 台湾の市と県¹

より馴染んだテーマパークの運営を考え、2009年初め、同敷地内に日本風の木造建築を連ねた商業施設を開業し、創始者の松林勝一を偲んで「松林町」と命名した。

これは、溪頭地域が東京帝国大学の演習林だったころ、松林勝一が現場作業員のために冷水や雑貨、弁当などを提供していた当時の歴史をイメージし、再現したものであった。同時に、太鼓や鳥居、「大自然の守護者」として巨大な天狗の面のオブジェを設け(写真1)²、林志穎が少年期によく聞かされた、松林勝一が餌付けし、なついていた動物「枯麻(台湾黒熊)」をキャラクター化した看板を配置した(写真2)。しかしまだこの時は、必ずしも「妖怪」というコンセプトを全面的に押し出していたわけではなかった。ある意味、「日本統治時代」の記憶が残るこの地区の特性を活用した、「ノスタルジックな日本のイメージ」を消費するための場所ではなかった、とさえいえる。

しかしその後、一つの契機が訪れる。それは、「日本

統治時代」に結ばれた、松林勝一と久保田の縁に由来したものだ。遡る1974年のある日、久保田から松林勝一宛てで手紙が届いていた。そこには、松林勝一の八十歳の誕生日の記念に「枯麻」の木彫りを作ったので受け取って欲しいと書かれていた。しかし、松林勝一は当時、「肺がんを患っており出国できず」⁴、再会の機会が得られないまま、1975年、久保田は他界する。1979年、再会が実現できなかったことを残念に感じている旨を子孫に伝え、松林勝一も他界、その後は連絡が途絶えたままであったが、2009年9月、ようやく久保田の親族と連絡の取れた林志穎が、熊の木彫りを受け取りに久保田の生家のある鳥取県へ向かうことになったのである。

そのとき林志穎に同行した、ビジネスパートナーでデザイナーの曾俊林(アーティストネームは牛哥)は、「…鳥取県には妖怪村があり、偶然にもそれが久保田さんの出身地でした。…そこには新鮮な驚きがありました。」と言い、現在の「妖怪村」のコンセプトを作り上げたのだ。この地と日本、そして人の縁がもたらした展開であった。

2010年、台湾に戻った二人は、まず、久保田と松林勝一の「友情を記念」して「久保田烘焙坊」というパン工房を設けた。そこで「咬人猫」という妖怪を解説した包装紙に包まれた「咬人猫麵包」を限定販売で売り出したところ行列の人気メニューとなった。

とはいえ、当初は、観光客が不安がるのを恐れて、「妖怪村」という言葉を使ってはいなかった。しかし、先だつての鳥取県の妖怪村の記録をアップロードしたブログを見た人が「松林町」を訪れ、「台湾にも妖怪村がある」とネットで喧伝したところ、好反応な話題を呼んだこともあり、曾俊林(牛哥)らは「…これを見て、安心して『妖怪村』という言葉が使えることが分りました」と考えるようになった。

そして、ブログなどによる口コミが一層の広がりを見せるなか、2011年に初めて「妖怪村」の看板を掲げることとなる。こうした経緯から、「妖怪村」の開村は、厳密な意味でいえば2011年ということになるだろう。

「妖怪」というコンセプトが固まると、村は一層拡大することとなった。同年、さまざまな妖怪をデザインした雑貨や文具などを販売する日本式木造家屋を増



写真1 天狗のオブジェのついた店舗



写真2 オリジナル妖怪「枯麻」の看板³

設し、「松林二町」と名付け、居酒屋を併設した。また、松林勝一が拾ってきてかわいがっていたという、絶滅種となった台湾雲豹の「八豆」をデザインした郵便ポスト(写真3)を設けたり、民間伝承をもとにしてデザイン化した「山大王包子簡」という妖怪のオブジェ(写真4)を設置したりするなど、「妖怪」が次々と商品化、モニュメント化されていった。また同年には、「妖怪抱報」という月報を始めている(写真5)。2012年には、日本統治時代に抗日運動の犠牲となった八名の「武士」を記念して「十六響鈴侍」という喫茶スペースを開

設、2013年には、定期的に行われる妖怪をテーマとしたイベントにも対応できるよう、神社の能舞台を模した「舞濱舞台」を設け、また、敷地後方に、商業施設としては唯一コンクリートで作られた、中華民国初期を彷彿させる様式で「妖怪有楽町」という食堂を新設し



写真3 「八豆」をデザインした郵便ポスト(左)



写真5 月報「妖怪抱報」



写真6 入口付近には鳥居がそびえたつ



写真4 「山大王包子簡」のオブジェ

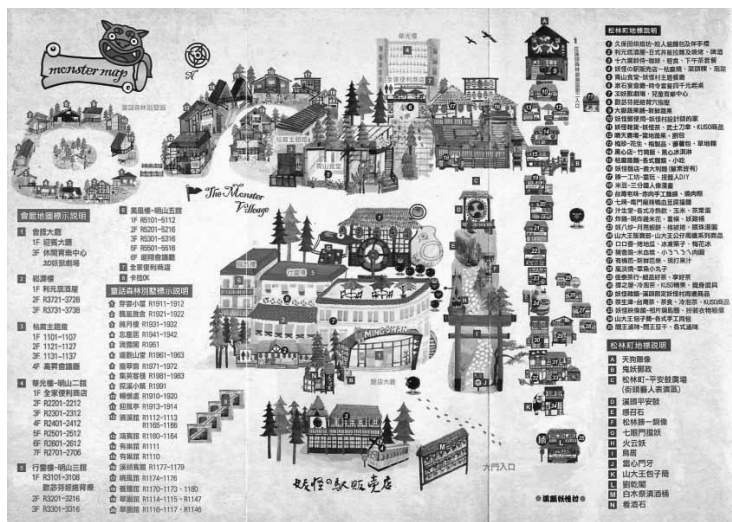


図2 妖怪村MAP

た。このようにして、一大「妖怪」テーマパークとしての「村」が形成されていったのである(写真6、図2)。

2015年現在では、京都伏見稲荷神社の千本鳥居を思い起こさせる、小規模な鳥居の朱色鳥居群が建設中であるなど、引き続きテーマパーク内の施設を設けている。

また、京都一条妖怪ストリートと「妖怪姉妹提携」を結び、2014年に開催された「魔人祭り」では、日本側から「伊賀忍者」が派遣されるなど、日本との交流も積極的に行っている。入場券がないため正確な来場者数は把握されていないが、警察による交通量の報告から判断すると、近年では平日で4千から6千人、休日には1万5千から2万人、2010年から2011年にかけて倍増し、現在、年間で30万人ほどの来場があり、30歳以下の客層が半分を占め、女性客が比較的多いと言う。

このように、人気の観光地となった「妖怪村」は、「妖怪」というコンテンツを利用したテーマパークとして成功を収めているといえる。村では積極的に日本との交流が行われており、日本イメージが消費されているようにも見える。しかしその一方で、絶滅種となった台湾雲豹や現地の妖怪である「山大王包子簡」の積極的な活用など、いわゆる地域に根差した民間伝承の掘り起しが行われてもいるし、「十六響鈴侍」の利用など、台湾における「日本統治時代」の記憶を想起させるものもある。以下では、このようにハイブリッドなイメージにあふれる「妖怪村」は、来場者にどのように受け取られているのか、あるいはそもそも「妖怪村」の作り手でもある運営者たちは、なぜこのような村を作り上げてきたのかを、調査をもとに考えてみたい。

3. 来場者にとっての「妖怪村」ーポピュラー文化の消費

3-1. 来場者の属性と「妖怪村」の印象

「妖怪村」の来場者はこの場所をどのようにとらえているのか。ここでは、2014年9月8日～20日に実施した質問紙調査の結果にもとづいて、これをとらえてみたい。調査はホテル、妖怪村主題飯店溪頭明山森林會館の協力をえて行い、フロントでの受付時および、「妖怪村」入口付近でホテル従業員が用紙を配布、来場者に記入を依頼した。回答協力を得ることができたのは97人である。「妖怪村」の経営者側へのききとり調査(後述)と照らし合わせると、ホスト側がもつ来場者

表1 回答者の概要

		(N=97)	
		(人)	(%)
男性回答者数	33	新竹県	6
女性回答者数	64	雲林県	1
	(歳)	嘉義市	1
回答者平均年齢	32	基隆市	1
回答者最高年齢	50	高雄市	13
回答者最低年齢	10	彰化県	4
	(%)	新北市	9
学生	8	台中市	24
大学生	10	台南市	4
会社員	54	台北市	15
自営業	10	桃園市	8
主婦	6	南投県	6
その他	10	苗栗県	4
不明・無回答	1	屏東県	1
		不明・無回答	1

に対する印象と、回答者の属性などに大きな隔たりはないということであった。回答者の属性は表1のとおりである。

これを見てわかる通り、回答者の職業は会社員が最も多く(54%)、平均年齢は32歳である。近隣の台中市(24%)からの来場者が比較的多い。この場所が溪頭自然教育園區へのハイキングを目指す中・高齢者中心であったというかつての特徴をみると、来場者の「若返り」がうかがえる。また、3人以上の家族連れか(全体の41%)、カップルなど2人での来場(36%)が7割をしめている。団体との回答もあり、これは主に学校からの遠足や、社員旅行での来場であった。彼らの多くは、知人(46%)やネットの情報(30%)を介して「妖怪村」を知り、やってきたと回答している。

つまり彼らは、知人を介して「妖怪村」を知り、台湾各地から、家族、友人や恋人などと連れだつて訪れた人々だといえる。では、彼らは「妖怪村」に対してどのような印象を持っているのだろうか。

自由回答形式で答えてもらった「妖怪村を体験し、どのような場所だと感じたか」という項目をアフターコーディングしたところ⁵、以下の6つのカテゴリーが存在することがわかった。要素の出現率が多い順に、1) 独自性・特色、2) 目新しさ・面白さ、3) 日本的、4) 開放感とくつろぎ、5) かわいさ、6) 懐かしさ、である。このほかには、「観光地である」「いいところ」「人が多い」などの回答があった。

まず目立つのは、その独自性を指摘する意見である。「ストーリーマーケティングのクオリティが高い!」

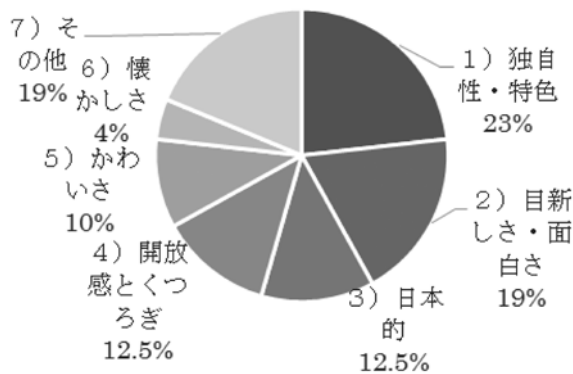


図3 妖怪村をどのような場所と感じたか

「独特のテーマがある」といった感想が寄せられている。これと類似しているが、「目新しい」ことを強調し、その独自性を新鮮さとしてあらわす意見も目立つ。また、「日本式な村」、「日本風味がするホリデーリゾートだ。」というように、直接的に日本らしさを感じられることを述べる意見もある。もちろん、この場所がそもそもリゾート地として栄えてきたという歴史を踏まえれば、「快適で気持ちいい。リラックスできる」や、「空気がいい」などの評価も少なくない。そして、「かわいい枯朝(クマ。「妖怪村」のオリジナル妖怪キャラクター)がいる」「妖怪さんたちがかわいい。私はこういう場所が大好き」などの意見に見られるように、「妖怪村」のためにデザインされたキャラクターを中心にしながら、かわいさを評価する意見も多かった。また一部には「昔の物語を思い出す」や、「子どものころの面白さを思い出す」などのようなノスタルジーを感じる意見もあった。

以上のことから、「妖怪村」は、まずもってその独特なコンセプトが目新しく感じられる場所であり、日本風のエキゾチックさと自然の景観が評価されるキャラクターテーマパークとしてとらえられているといえるだろう。

3-2. 「妖怪」イメージと「日本」

さて、「妖怪村」の感想として少なからずの人が「日本」を感じるのとべているのだが、あとの設問ではさらに直接的に、「妖怪村は日本的だと思ったか」を尋ねている。これに対する回答は、図4のとおりで、ほとんどの人が日本的であると思った、と回答している。

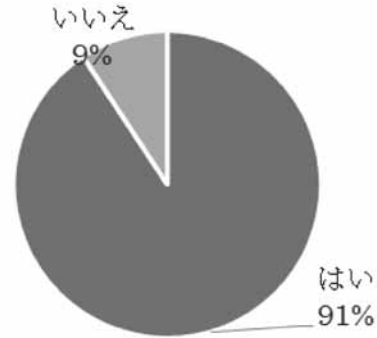


図4 妖怪村は日本的か

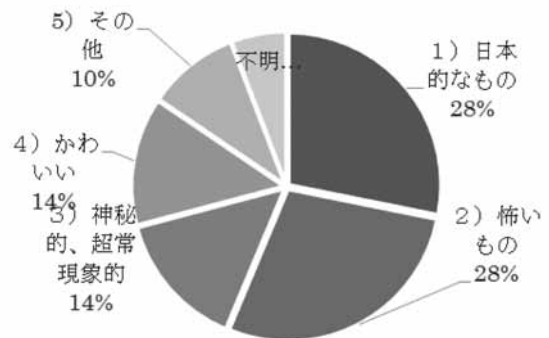


図5 妖怪のイメージ

では、彼らは村の何に対して「日本」を感じているのか。どうやらそれは、ここが「妖怪」村と名付けられた場所であることが大きく影響しているようである。

「『妖怪』といえば、どんなイメージが浮かんだり、連想されたりしますか」という設問への自由記述を見ると、そこには日本イメージとの深いつながりが見て取れるからである。「妖怪」に関するイメージは、次のようなカテゴリーに分類できる。1) 日本的なもの 2) 怖いもの 3) 神秘的、超常現象的な存在や現象 4) かわいい 5) その他、である。「日本的」というイメージと「怖い」というイメージは同数出現した。

この「日本的」というカテゴリーの中身を見ると、「妖怪に関する伝説はさまざま、妖怪は日本の歴史をつらぬく。妖怪文化は日本を理解するための一つの起点であり、日本文化そのものの重要な構成要素である」といった日本文化論を展開する人もいたが、「ゲゲゲの鬼太郎」や、「夏目友人帳」「百鬼夜行抄」など⁶、妖怪の出てくる日本マンガやアニメがあげられることが多く、中には「宮崎駿のトトロを思い出した」、「貞子」というように、妖怪とは分類しきれないものもふくま

れていた。これを見ると、日本のポピュラー文化のなかに描かれた土俗的なものや霊的なものをおおまかに「妖怪」としてイメージしている様子が見て取れる。そしてもちろん、「恐ろしいもの、怖いものを連想させる」や、「廃墟や流血、生首があるべき」というような恐怖のイメージともつながっている。しかしそれらは、「恐れるべき人型生物」というような意見にみられるように、また、3)のカテゴリーに幽霊や化け物、鬼という意見が多くみられるように、霊的なもの、超常現象を伴うようなものや死のイメージなどがまざりあっている。また、「変な形をしていてかわいい」や「かわいい日本な感じ」など、キャラクターとして妖怪を評価する回答もあった。このように、台湾において「妖怪」というコンテンツはそもそも日本のイメージとむすびつくものであり、「怖い」と「かわいい」という、相反する要素が合わさって魅力を形成しているようである。

以上をまとめておけば、「妖怪村」の来場者は、独自性をもつ目新しいテーマパークとしてこの施設を受容しており、その新鮮さの感覚には、「妖怪」が導き出す、「日本」イメージや「かわいい」ポピュラー文化のイメージが重要な役割を果たしているといえるだろう。

さて、こうした来場者の「妖怪村」観から、ここを非場所的な性質をもつポピュラー文化の消費の場であると結論づけるべきだろうか。妖怪という言葉に対し、台湾の妖怪はイメージされていないことからみても、台湾ではその概念自体が場所的、土俗的なものと結びつく形で浸透しているわけではない。とすれば、キャラクターとしての「妖怪」を用いれば、「妖怪村」は、溪頭という場所でなくても成立しうるといえるのだろうか。この事例は、あくまでもポピュラー文化の非場所的消費の例に過ぎないのか。

結論を急ぐ前に、主流とは言えなかったが、「妖怪村」体験を形作る要素には、開放感や懐かしさ、つまり、空間的な感覚や、来館者の身体感覚や記憶と関連付けられた感覚もまた、その魅力を形作っていたことに注意をむけてみたい。以下では、こうした感覚が非場所的なポピュラー文化の楽しみと平行しつつ表れてくる理由を、妖怪というコンテンツの持つ性格と、それを生かしつつ「村」を意味付けようとする「妖怪村」の作手たちの試みから探っていくこととする。

4. 「妖怪村」経営者とデザイナー — 非場所的なものの場所化

「妖怪村」を作ったのは、経営者——名刺には「村長」とある——である林志穎と、同郷で、彼より3歳年下の「親友」であり、ビジネスパートナーであるアーティスト・曾俊林（牛哥）と言ってもいいだろう。ここで「作る」とは、経営者として林が出資をし、マルチアーティストとして「妖怪村」の様々なデザインを曾が担当している、という意味に限らない。できあがった「妖怪村」という場に対して、正に我々のような者を含めた「外」に向かって彼ら自身が行っている「妖怪村」に関する言説、意味付けの創出をも意味している。

以下では、林と曾に対して行ったインタビュー調査⁷を元に、むしろ後者に注目しながら、「妖怪村」がどのように成立しているのかを考えてみたい。

前章では、「妖怪村」の人気のひとつが、描かれたり立体化されたり、キャラクターグッズとして売られたりすることで、村のいたるところで目にする「妖怪」にあることにふれた。この「妖怪」の存在は、来場者が漠然と感じ取っている以上に、作り手たちにとって重要な存在である。結論から言えば、「妖怪村」の独自性は、元々は日本の概念である「妖怪」というものに対する、2人それぞれの解釈の同居、ある種のローカル化の戦略によって担保されている。

4.1. アーティスト・曾俊林（牛哥）へのインタビューより ——社会諷刺と人間諷刺の手段としての「妖怪」

その「妖怪」の造形を、ほとんどひとりで担っているのが、アーティストの曾俊林（牛哥）である。曾は、「妖怪村」の前身である「童話森林小木屋」にも一部関わっていたが、「いまいちだったので辞めてしまった」。一方、「妖怪村」に関しては、村全体のデザインから、建築物の設計、妖怪キャラクターのデザインにいたるまで、あらゆる部分を、林から任されている。曾によれば、「妖怪村」に関しては、曾がアイデアを出して3日以内に、林から反対がなければ実現されるという暗黙のルールがあるそうだ。

二人のインタビューからはお互いへの信頼が感じられるが、曾がひとつだけ林に対して不満があるとすれ

ば、「芸術家の気持ちがわからない」ことだと言う。事例としては数少ないと思われるが、曾が提案したプロジェクトを、別のスタッフに渡して作らせてしまったことがあり、実際、別のスタッフがキャラクターデザインを担当した妖怪も存在する。

曾は、イラストやマンガ、立体造形や建築物にいたるまで、様々なタイプの作品を作り続けているマルチアーティストだが、少なくない作品に日本の作品や作家からの影響が感じられる。現在作っているのは全長数メートルの巨大ロボットだが、それは、日本の巨大ロボットアニメのキャラクターを彷彿とさせる。マンガ作品も（現代の多くの台湾のマンガ家もそうであるように、）日本マンガの影響が見て取れる（写真7）。

実際、彼自身、日本のマンガ家・アニメ作家である手塚治虫や宮崎駿、現代美術家の村上隆が好きで、影響を受けたと語っている。もっとも、それらの自作解説などを聞いていると、彼の作家性が、社会と、人間そのものが持つ性（さが）や業に対する、ユーモアを通じた諷刺精神にあり、日本的な表象は、あくまでその手段であることがわかる。



写真7 曾による妖怪紹介漫画『山大王包子簡』

そのことは、「妖怪」というものに対する曾の解釈に如実に表れている。曾は、「小さいころから（日本の）妖怪が好き」と語り、その造形を「妖怪村」のいたるところで採用しているが、ひとつひとつの妖怪の説明を聞くと、それぞれの妖怪が持っている日本における物語＝文脈とは別の意味が付されていて、場合によっては、名前すら変化していた。そして、それら妖怪の説明には、人間社会、あるいは人間そのものに対する諷刺の意味が込め直されているのである。曾は、オリジナルの妖怪もたくさん作っているが、最新の妖怪として「毀滅神」というキャラクターを紹介してくれた。人の悪の心から生まれたもので、人間を滅ぼす力があるが、これは、人間への警告として創造されたキャラクターなのだという。また、曾に、最も好きな「妖怪村」の妖怪は何か、と尋ねたら、「教訓的」な「山大王包子簡」と答えた。

このように、「妖怪」というものを、社会や人間そのものの諷刺的手段とすること自体は、実は、江戸期以降における正しい妖怪の使い方である。妖怪は元々、伝説のような「物語」と不可分なものとして、ことばの世界の中だけで存在するものであった。実体化して悪さをすると信じられていたため、視覚的に描かれることもなかった（もっと言えば、名付けられることすらなかった）。ところが、江戸時代中期以降、特に都市部では、そうした信仰の薄れもあって、妖怪物語は娯楽的に消費される対象となり、そこに登場する妖怪たちに次々と姿かたちが与えられていく。視覚的な造形を得た妖怪たちはしばしば、元々あった文脈＝物語から遊離し、それ自身が「キャラクター」として消費されることになる。民俗学者の香川雅信によると、この時期、妖怪をモチーフにした「キャラクターグッズ」が大量に作られたことと、妖怪に対する信仰のあり方の変化とは無関係ではないという。

妖怪は、伝承や説話といった「言葉」の世界、意味の世界から切り離され、名前や視覚的形象によって弁別される「表象」となっていった。それはまさに、現代で言うところの「キャラクター」であった。そしてキャラクターとなった妖怪は完全にリアリティを喪失し、フィクショナルな存在として人間の娯楽の題

材へと化していった。[略] ここまでが、近世後期——十八世紀後半以降の都市における妖怪観である。(香川2005: 24)

元の物語から自律したキャラクターとしての妖怪たちは、それ以降、絵師たちによって、しばしば諷刺を目的とした戯画のモチーフとされるようになる。醜い異形の者たちは、時の幕府に見立てられ、退治されることで民衆の溜飲を下げた。また、怠け者や嘘つきといった人間の性(さが)を実体化させた妖怪として発明されていった。つまり、キャラクターとなった妖怪たちは、もともとの伝説(物語)から浮遊し、あらたな物語の創造をけん引した。曾が、「妖怪」というモチーフ/手段において行っていることは、正に、こうしたことなのである。

だが、曾が生み出す「妖怪」は、かつて江戸の妖怪のキャラクターが、時に幕府に見立てられたように可変的で、かならずしも特定の場所と結びついてはおらず、物語に内在する存在というよりは「設定」のようなものだと言える。そして、これに物語を与えているのが、実はもう一人の「妖怪村」の立役者、林なのである。林へのインタビューからは、曾がアーティストとして妖怪キャラクターの造形にこめた「設定」を、南投溪頭の「妖怪村」という文脈に埋め込み、再場所化していく様子がうかがえる。以下にこれをみていこう。

4-2. 経営者・林志穎へのインタビューより—— 再場所化の戦略

林志穎は、自分の経営するリゾート地のモチーフとして「妖怪」というものが選ばれたのは、「観光名所には物語が必要だから」と、我々に語った。「妖怪」の登場する伝説はどこの地域にもある物語であり、この「妖怪村」もこの地域に伝わる伝説を元に行っている、と言う。まず、ここで林が言及している「物語」には、溪頭という「この場所」が前提されている点に注意しておきたい。

とはいえ、実際には、「妖怪村」がモチーフとしているのは、「溪頭の伝説」といった「物語」そのものではない。確かに、「妖怪村」の様々なところで、この地域に伝わる(とされる)伝説が紹介されているが、「妖怪

村」を視覚的に特徴づけるのは、あくまで、妖怪の「キャラクター」なのである。もちろん、キャラクターそれぞれには、曾によって物語らしきものが付されている。しかしそれは、前述したように、特定の場所や時間と文脈付けられたという意味での物語というよりも、そうした文脈からは自律した「設定」であり、文字通りそれ自体の性質＝「キャラクター」であった。

興味深いのは、(江戸期以降の)妖怪というキャラクターが持っており、曾が利用していたこの自律性という特質を、林自身が、インタビュー時においても利用し、新たな「地域の物語」を語ったようにみえたことである。

筆者らの「妖怪村」への興味は元々、「妖怪」という日本独特の概念が持ち出されることで、「日本」が観光資源としてどのように消費されているのか、ということであった。日本イメージのグローバル消費がなされる現場として、「妖怪村」をとらえていたといえよう。インタビューにおいても、そうした関心は、インタビューに伝わったことだろう。

実際、「妖怪村」は、来場者にも意識されたように、日本的な意匠にあふれている。村のあちこちでみかける妖怪たちの造形は、あきらかに日本の妖怪画に影響を受けているし、村に流れているBGMも、ジブリ作品のサウンドトラックをイージーリスニングにした楽曲や、沖縄民謡、軍歌など、日本(語)の曲も少なくなかった。

にもかかわらず、林は、「妖怪村」が日本文化のテーマパークであるとされることに、抵抗感を持っているかのように見えた。そのことは、あきらかに日本の妖怪を参考にしたと思われる「妖怪村」の妖怪たちを、日本のそれらとは異なるものだと説明しようと努力する、インタビュー調査時の林の態度からも垣間見ることができる。しかしそれは、曾のというような人間性や風刺を描くためのツールとしての妖怪解釈とは異なっていた。彼はむしろ、それらは、「妖怪村」のあるこの地に伝わる伝説に基づいたキャラクターであると語ったのである。

例えば、「妖怪村」のある溪頭の「魔神仔」である「黒斜素」という妖怪は、日本の河童が意識して作られたキャラクターだ(写真8、9)。そのことは、このキャ

ラクターの造形を創作した(曾とは別の)デザイナーも認めている。しかしながら、林は、インタビューの中で、こうした日本の妖怪の姿をまとったものを説明するにあたって、溪頭ローカルな妖怪や神々の物語を強調していった。



写真8 「黒斜素」のスケッチ



写真9 2014魔神祭⁸の黒斜素

これは何を意味しているのだろうか。おそらく、元々それらが所属していたはずの(日本における)伝説=物語から乖離し、海を越えて台湾にやってきたキャラクターとしての妖怪に、この地のローカルな物語が、林によって再インストールされたのだと言えるだろう。あるいは、元々存在した物語が復活したのではなく、妖怪のようなキャラクターが存在することに触発され、新たな物語が創造され、古くから伝わる伝説として語り直されるようになっているのだとも考えられる。

こうした「伝統の創造」は、「妖怪村」成功の最大の理由を、敷地内に「夜市」を作ったことだと語り、我々インタビュアーに対する、ローカル(あるいは「ナショナル」)なアイデンティティを強調した林の態度にもうかがえるだろう。

夜市とは、夕方から真夜中に営業する屋台や露店等が集合した市場のようなもので、台北の「士林市場」などが有名だが、台湾の夜の観光地としても賑わいをみせる。そこでは、買い食いしつつ、ひしめき合う露店をひやかしながら歩く姿が見られるが、しばしば台湾の象徴として語られる。林によると、「台湾人が一番好きなのは夜市」なので、これを、元々あったホテルの周りに展開していくことを考えたと言う。「妖怪」というのは、あくまでそこを彩るための単なるモチーフでしかない、と言うわけだ。

インタビュー調査で見られた林の態度は、「妖怪村」に「日本らしさ」を発見しようとやってきた我々のようなアウトサイダーを前にした、ローカル/ナショナルアイデンティティの即興的な発露であったと理解することもできる。そしてそれは、実は、私たちが日常的に行っている「伝統の創造」の現場でもあった。

このように、林の営みは、曾が生み出した「設定」を文脈化し、非場所的なものに場所性をあたえていくものでもある。まさに来場者が、「妖怪村」を目新しい観光地であり、日本イメージの消費に魅力を見出しつつも、その空間的特徴に感情をゆさぶられてもいるのは、こうした林の紡ぎだす物語が、インタビューにおける即興的・一時的なものというだけではなく、「妖怪村」に溪頭というこの場所ならではの固有性が生まれつつあることの証左ではないだろうか。

5. おわりにかえて——ポピュラー文化が促す「伝統の創造」

「妖怪村」は、「妖怪」をめぐる重層的な物語の消費と場所の再創造が行われている事例であった。この重層性をささえているのは、「妖怪」というキャラクターがもつ性質である。

「妖怪村」を作る側にいる曾と林は、「妖怪」というキャラクターに、元々日本において語られていた「物語」とは別の何かを託そうとしていた。そうした行為は実は、江戸期に、元の「物語」から自律する可能性を持った「キャラクター」として生まれ変わった「妖怪」という概念そのものの援用だったのである。前出の香川雅信も示唆しているように、江戸期に“発明”された、「キャラクターの自律性」とでも言うべき概念は、マンガ等の「二次創作」に象徴されるような、日本に顕著にみられる能動的なポピュラー文化消費の形式と相通する⁹。

この点について、本論では深く掘り下げることはできないが、とすれば、曾と林が日本から輸入したのは、こうした概念込みでの「妖怪」だったのではないか。つまり、彼らは、宮崎駿や水木しげるのアニメやマンガなどのポピュラー文化を通して、台湾でも日本を象徴するものと認識されているような、表象としての妖怪ではなく、現在の日本のポピュラー文化を特徴づけている「キャラクターの自律性」というシステムとして、それを取り入れたと考えられる。

「妖怪村」と、その前身である「童話森林小木屋」との大きな違いは、「童話森林小木屋」のために作られたキャラクター造形のクオリティの差ではない。「童話森林小木屋」が(ヨーロッパの)「物語」そのものを、台湾の山奥に再現しようとして失敗したのに対し、「妖怪村」では、各地の文脈に合わせて、それぞれの「物語」を紡ぐことが可能な「システムとしてのキャラクター」というものを、そのシステムの“元祖”とも言える「妖怪」を扱うことで、(無意識に)採用していたからではないだろうか。

来場者たちが、「妖怪」を通じて日本のポピュラー文化を消費しているかのように見えつつも、そこを「目新しい」と感じたのは、「妖怪村」が「システムとしてのキャラクター」を用い、非場所的な要素を場所化して

いく、キャラクターと物語のダイナミズムを読み取ったからではないだろうか。

「妖怪村」の事例からみえてくるのは、日本イメージを消費するというポピュラー文化実践と、そこから取り残される地域文化の乖離ではなく、ポピュラー文化の非場所的(場所横断的)な性質をこそ、場所の活性化につなげる可能性なのである。

引用・参考文献

- アーリ, J. (1995)『観光のまなざし』法政大学出版局
 伊藤剛 (2005)『テヅカ・イズ・デッド』NTT出版
 伊藤龍平 (2014)「これが台湾の妖怪村だ」『怪』41号, 角川書店
 香川雅信 (2005)『江戸の妖怪革命』河出書房新社
 ポズボーム, E. 他 (1992)『創られた伝統』紀伊國屋書店
【中国語文献】
 王思云 (2013)「以場所精神探討觀光區主題之營造-以台灣妖怪村為例」銘傳大學觀光事業學系碩士在職專碩士論文
 李亞珍 (2014)「擬像與符號消費理論之應用—以南投「妖怪村」景區為例」淡江大學法語文學系碩士論文
 交通部觀光局 (2013)『102年國人旅遊狀況調查』p.76-77
 松林町管理委員會 (2011)『妖怪抱報』創刊號
 松林町管理委員會 (2012)『妖怪抱報』九月號
 松林町管理委員會 (2012)『妖怪抱報』十一月號
 松林町管理委員會 (2013)『妖怪抱報』一月號
 松林町管理委員會 (2013)『妖怪抱報』十一月號
 松林町管理委員會 (2014)『妖怪抱報』十月號

本研究はJSPS 科研費24730447の助成を受けたものです。

注

1. 維基百科中華民國行政區劃 <https://zh.wikipedia.org/> をもとに引用。2014年12月25日、桃園県が直轄市となり桃園市と改称したが、サイト記載の地図が2014年版であったため桃園県→桃園市に修正して掲載した。
2. 後述するアーティストへのインタビューによると、とりわけ日本文化を崇拝していたからだとか、神聖さをあらわすためこうしたオブジェをもうけたのではなく、例えば、天狗を選択したのは、「天狗の造形がソーセージ屋の看板にぴったりだとおもった」というように、連想による面白さ追求の結果、選択されたという。

3. 妖怪村園区建設與装置年表 <http://b.kumar.tw/?p=131>
(最終検索日2015年10月10日)より引用
4. 「妖怪抱報」月報2013年1月号.ただし,王思云[2013]によると,「松林勝一は当時,国民党政府に拘束され出国が制限されており…」とある.「妖怪抱報」は2011年6月に創刊された妖怪村で発行されている月報である.妖怪村の設立や各施設,各種イベントや村内で販売されている商品など,それらにまつわる伝承を創造しながらユーモラスに紹介している.その一部を <https://www.facebook.com/media/set/?set=a.185855198134527.82050.114963841890330&type=3>にて閲覧することができる.
5. 97人の回答にコードを振り、さらにそのコードをまとめて6つの要素を抽出した.一つの意見には、複数の要素が含まれている場合があるが、その場合、含まれている要素ごとにカウントした.
6. 「ゲゲゲの鬼太郎」(水木しげる、講談社他、1965～)、「夏目友人帳」(緑川ゆき、白泉社、2003～)「百鬼夜行抄」(今市子、朝日ソノラマ、1995～)
7. 林志穎へのインタビューは、2014年9月11日、伊藤、百瀬、山中によって、妖怪村において行われた.ここには、同村マネージャー(特助)・王雪莉氏も同席している.牛哥(曾俊林)へのインタビューは、2014年9月12日、伊藤、百瀬、山中によって、妖怪村から車で1時間ほどの同南投県内の山奥にある彼のアトリエにおいて行われた.
8. <https://www.facebook.com/media/set/?set=a.674629002602451.1073741867.147115435353813&type=3>(最終検索日2015年10月10日)より引用
9. マンガ研究において、こうした物語から自立する、人格を感じさせるような図像を、マンガ評論家の伊藤剛は「キャラ」と名付けている.物語に埋め込まれ、その中でいきいきとした内面をもつ存在として読み取られるキャラクターとは異なり、キャラはテキスト横断的に浮遊する性格を持っているとしている(伊藤2005).キャラは二次創作などの「別の物語」を作り出すきっかけともなるものであり、本論であつかった「妖怪」はまさに伊藤のいうところの「キャラ」としてとらえることができるだろう.