

神社と奉納

—コンテンツ『温泉むすめ』がもたらす文化の再構築—

Shrines and Dedication :

Reconstruction of culture brought about by the contents of "Onsen Musume"

渡辺賢治

本稿では、2016年11月より始動開始し、アニメや漫画、キャラクターや声優などを通じて、日本全国の温泉地や地方都市の魅力を発信・展開しているコンテンツ『温泉むすめプロジェクト』（通称：『温泉むすめ』）を一例として挙げ、その中で展開されるキャラクターグッズの「奉納」という行為に関して考察を試みる。そこから『温泉むすめ』の持つキャラクター要素（下級の温泉の神様という設定など）がどのようにファンや地元民に「奉納」といった行為に結びつき、各温泉地における「物語」を補完しているのか。換言すると、コンテンツがどのようにして伝統文化を補強しているのかを検証していく。

考察からは、まず『温泉むすめ』ではスクナヒコを筆頭として下級の神様というキャラクター設定や鳥居からの瞬間移動を行うといった世界観が形成されているが、これらの要素がキャラクター等身大パネルを「ご神体」として認識し、キャラの缶バッジなどグッズの「奉納」や「祭壇」の設置といった行為の形成に接続していることが挙げられる。しかも、それはファンや地元民からの自発的な現象として表出しており、運営者側の意図や思惑から離れている。このことは特筆すべき事象であり、一過性かつ消費レベルのコンテンツとは一線を画している証左としても挙げられる。

また、宗教表象としての位置づけも注目すべきであろう。ファンの行動を通して、キャラクターの宗教的設定がより補完・強化されている。これは各温泉地の物語の再構築としての機能とともに、新たな文化形成としての役割も認識される。その土台として、『温泉むすめ』全キャラクター設定に際しては、温泉地の文化や風習などを意識した形での性格づけや特徴などの設定を行っている。だからこそ、地元側も親和性を抱きやすく、かつ神様といった存在も相まって、尊さとしての要素が親和性に付加されていくものと考えられる。いわば、コンテンツが温泉地の伝統文化を再構築しているわけだが、換言すれば、宗教表象が各温泉地の物語の再構築に影響を与えていると言えるのである。多メディア時代を迎えている現代だからこそ、コンテンツといったメディア媒体による温泉地における物語の再構築が可能となっていくと考えられる。

ただし、そこには問題点も孕んでいる。例えば、コンテンツによる温泉地での物語の再構築に伴い、従来の環境とは異なった、違和感も指摘される（例えば、キャラクター等身大パネル設置に伴う現地の景観変化など）。もちろん、コンテンツを通じた文化や物語の再構築によって創出された新たな現象への抵抗感は『温泉むすめ』に限ったことではない。いずれにせよ、継続性を持ったコンテンツが今後、問題点に対してどのように向き合っていくのか注視される。

その他、『温泉むすめ』の特異性としては、運営者側の一貫した地域主導という姿勢である。こうした姿勢からは、単なるメディア戦略論ではなく、メディア受容論としての萌芽もうかがえる。『温泉むすめ』以外の「聖地巡礼」における事例や理論との照合等も踏まえ、さらに論究していきたい。