

メディアの中の温泉地と文化の位相
—東北地方における『温泉むすめ』の展開—
Hot Springs and Cultural Phases in the Media :
The Development of "Onsen Musume" in the Tohoku Region

渡辺 賢治

本稿では、他メディア化時代を迎えている現況を踏まえ、メディアの中の温泉地と文化の位相について、『温泉むすめ』というコンテンツを一例として挙げ、考察してみたい。

既に拙稿「福島県における温泉文化とコンテンツ—『温泉むすめ』を一例に一」（『芸術文化』第 24 号）において、温泉地におけるコンテンツの果たしている役割や現状を考察し、そこから今後の可能性や問題点について論及した。『温泉むすめ』自体は全国規模での展開ではあるが、焦点を絞っての論究であった。本稿ではもう一步、枠組みを拡大し、東北地方における『温泉むすめ』の展開について扱うこととする。

具体的には『温泉むすめ』の視覚的特徴ともいえる、各温泉地に設置されている等身大パネルに注目し、そこから温泉地を表現するツールとしての役割や地元民の認識、また温泉地における物語の抽象化や再構成について検証を試みた。

特徴としては、等身大パネルがキャラクターという存在そのものを表現するツールとともに、各温泉地を表現するツールとしても機能している点が挙げられる。いわば『温泉むすめ』の「視覚的特徴」としての機能を果たしていると考えられる。なお、各温泉地を表現するツールとしての等身大パネルは、それぞれ当地における由来や文化、風習等を踏まえながらキャラクターに反映されている。だからこそ、より地域との接続性も強化されていると考えられる。また、Twitter や Facebook など SNS を通じて、等身大パネルの所在がファンにとっては撮影場所であり、「アクセスポイント＝目印」となっている。

また、等身大パネルを通して、各温泉地を表現するツールとしての機能を果たしていることを踏まえ、ツールとしての機能も含めた『温泉むすめ』の物語世界を受容する側、すなわちファンやユーザー側の視点から考察した。これは受容する側にとっては、温泉地の目印といった一つのツールとして機能している等身大パネル(図像) という媒体(メディア) から、温泉地を認識しているという見方である。つまり、各温泉地においてキャラクターを等身大パネルとして設置することは「虚構」への人間の想像力を働かせる役割を果たしていると言える。もう一步、掘り下げた言い方をすれば、『温泉むすめ』の等身大パネルは、想像の世界への橋渡しを担う働きをもつ物体として認識できるということである。こうした現象について、ケンダル・ウォルトン著、田村均訳『フィクションとは何か』(2016年 5 月 名古屋大学出版会) の理論やピアジェの「象徴機能」などを援用しながら考察した。総じて、人間は『温泉むすめ』が虚構世界(フィクション) だと分かっているにもかかわらず、象徴機能という「見立て」の行為によって、想像的世界へと入っていくことができるものと考えられる。

現況においては、コロナ禍という厳しさは続いているが、『温泉むすめ』の地域創生の旗振り役としての機能は高く、等身大パネルを始めとした図像メディアによって、温泉地の物語を抽象化・再構成していると考えられる。他のコンテンツと一線を画す姿勢を堅持する『温泉むすめ』の今後の展開にも注視していきたい。