



HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	オタク絵馬とは何か：宮城縣護國神社の絵馬調査結果とその分析
Author(s)	佐藤, 善之
Citation	
Issue Date	2010-03-20
Doc URL	http://hdl.handle.net/2115/42932
Right	© 2010 佐藤善之
Type	bulletin (article)
Additional Information	



Instructions for use

オタク絵馬とは何か

宮城縣護國神社の絵馬調査結果とその分析

佐藤善之¹

1. はじめに

本稿の目的は「絵馬」の記述内容からその役割を考察することにある。ただし、ここでいう「絵馬」とはただの絵馬ではない。「痛絵馬」、「オタク絵馬」、「アニメ絵馬」、「萌え（系）絵馬」などと呼ばれる一風変わった種類のものだ。これは簡単にいえば、アニメーション（以下「アニメ」と略記）やゲームに関するイラストが描かれた絵馬のことである。

こうした絵馬は、インターネット上では「痛絵馬」と呼ばれることが多いようだ。また、後述する先行研究でも「アニメのキャラクターが描かれているもの」に対して、この呼称を用いている（今井 2009:88）。以下こうした事情を踏まえ、アニメやゲームのイラストが描かれた絵馬のことを「痛絵馬」と呼ぶ。また、痛絵馬を含む「オタク関係²」の文言が書かれた絵馬のことを「オタク絵馬」と表記する。

このオタク絵馬は、「(アニメやゲームの) 聖地巡礼」と呼ばれる行動と深く結びついている。勿論、この「聖地巡礼」とは宗教的な巡礼のことではない。ここでいう「聖地」とは、アニメやゲームなどの「作品のロケ地またはその作品・作者に関連する土地で、且つファンによってその価値が認められている場所」(山村 2008:146) のことであり、この「聖地」を「訪ねたり、その周辺を周遊したりすること」(岡本 2008:1) が本稿での「聖地巡礼」である。

例えばアニメ『らき☆すた³』の「聖地」である鷲宮神社⁴には、多くの「聖地巡礼者」(以下、巡礼者と略記) が集う。境内には巡礼者たちの残した多数のオタク絵馬があり、その周りには絵馬を眺める別の巡礼者たちの姿がある。巡礼者にとって、絵馬そのものが観光資源として機能しているのである。

その一方、後述するようにオタク絵馬に対する批判も少なからず存在する。いわゆる「萌え絵⁵」が大きく描かれ、一部の人間にしか意味の通じない慣用語が踊るその様は、

1 神道文化民間研究者。

2 本稿でのオタクとは「コミック、アニメ、ゲーム、パーソナル・コンピュータ、SF、特撮、フィギュアそのほか、たがいに深く結びついた一群のサブカルチャーに耽溺する人々の総称」(東 2001:8) を指す。

3 らっきー☆ばらだいす制作のテレビアニメ。美水かがみ作の同名漫画を原作とする。2007年4月から9月にかけて放送され、人気を得た。

4 埼玉県北葛飾郡鷲宮町に鎮座する神社。祭神は天穗日命・武夷鳥命・大己貴命である(白井・土岐 1997:358)。

5 「萌え」の定義については諸説あるが、本稿ではアニメ・ゲーム調のイラスト(ないしキャラクター)

他の絵馬と比べて異質に見える。絵馬とは「人々の祈りの形を現したもの」（神社本庁 教学研究所 2004:71）であるとされるが、オタク絵馬の見た目はこの範疇から外れているようにも思えてしまう。そのため、一部の人々から齟齬を買ってしまうのだ。

では、オタク絵馬とは一体何なのか。これは絵馬とは呼べないのだろうか。

この問いに答えるためには、まず次のようなことを考える必要がある。巡礼者はどうしてその絵馬を掛けたのか。そして、その結果何が得られたのか。つまり、オタク絵馬とはどのような役割を担っているのか。

この点を明らかにしたとき、初めてオタク絵馬の持つ意味が見えてくるだろう。

本稿では宮城縣護國神社に奉納された絵馬の調査結果を素材として、オタク絵馬の果たす基本的な役割について考えていく。

第2章では調査の概要を簡単に説明し、併せて先行研究の知見も取り上げる。第3章では調査結果の報告をおこなう。また、オタク絵馬の記述に対してテキスト分析をおこない、そこから3つの分類を提示する。第4章では痛絵馬に描かれた萌え絵（イラスト）の意味について、先行研究や丸田一の論を基に考察する。

結論を先取りすると、オタク絵馬は聖地における「キャラクター」としての役割を担っていると考えられる。この「キャラクター性」によって巡礼者は聖地の中へと近づき、それと同時に他の巡礼者と聖地を共有していくことが可能となるのだ。オタク絵馬は、いわば聖地への入り口として存在しているのである。

なお、本稿は宮城縣護國神社におけるオタク絵馬の実態報告とその役割の考察に主眼を置いている。他所の事例との詳細な比較など⁶、より踏み込んだ考察については稿を改めておこないたい。

2. 調査概要説明

絵馬（オタク絵馬ではない）に関する研究は主に民俗学の領域でおこなわれてきた。郷土史研究者による地域の調査報告も多い。いわゆる民芸品として古風を残すもの、つまりは古い絵馬が主な研究対象として扱われてきたといえるだろう。その一方で、現代の絵馬に関する調査研究は驚くほど少ない。ましてオタク絵馬に関する研究ともなると、ほとんど無いに等しい。恐らく今井信治による鷲宮神社の絵馬調査研究が挙げられる程度ではないだろうか。

今井は『『らき☆すた』の聖地』鷲宮神社に奉納された絵馬の全数調査をおこない、そこからオタク絵馬を奉納する巡礼者たちが神社関係者や他の参拝客に引け目を感じている様子を浮かび上がらせた。また、（アニメ）聖地巡礼を「精神的な中心への旅」と

に対して抱く愛情、という程度の意味で理解されたい。つまり「萌え絵」とは、見る者に「萌え」を感じさせる絵のことである。

6 オタク絵馬だけでなく、別種類の絵馬（例えば埼玉県日高市の高麗神社に奉納されている「韓流ファン」の絵馬など）との比較も可能だろう。こうした比較を通じて、現代における絵馬の意味そのものを捉え直すことが可能となるのではないだろうか。

して位置づけている（今井 2009）。

こうした捉え方はオタク絵馬、さらには聖地巡礼という行為を理解していく上で極めて示唆に富む。しかし、さらに理解を深めていくためには他の事例との比較が重要となるだろう。また、現代の絵馬に関する研究という視点から見てもより多くの調査事例が必要とされる。

そこで今回、調査事例の蓄積を目的として『戦国BASARA』⁷の「聖地」宮城縣護國神社に奉納されている絵馬の全数調査をおこなった。もっとも、この調査だけでは数の上でまだまだ物足りない。より多くの調査事例蓄積とそれらの比較が重要な課題として残る。さらなる研究の発展を期待したい。

なお、これは私見に過ぎないが、オタク絵馬の調査は研究倫理上、極めて難しい問題を抱えているように思う。

岡本健は巡礼者の足跡である「聖地巡礼ノート」分析の課題として、倫理面での配慮の必要性を指摘し、内容をそのまま公表することは控えるべきだとする（岡本 2008:8）。この指摘はオタク絵馬の調査についても当てはまる。さらに、聖地巡礼ノートが他者の目に触れることを意識して書かれたものであるのに対し、絵馬は必ずしもそうとはいえない面が強い。素直に考えれば、それは神仏に対して捧げられたものであろう。調査対象の神社に許可を得るのは当然のことだが、果たしてそれだけで良いのか疑問が残る。

従って、奉納者のプライバシーに最大限配慮する必要がある。また、絵馬に書かれた内容をそのまま公表することも好ましい行為ではない。岡本の言を借りれば、「何らかの分析を施したデータを公表すべき」（岡本 2008:8）だろう。本稿では祈願内容毎の集計表と、頻出語に着目したテキスト分析の結果を使用している。

今回調査を実施した宮城縣護國神社は宮城県仙台市の旧青葉城本丸に鎮座する。明治維新以降の諸事変・戦役における殉難者5万5千余柱の霊を祀る神社である。明治37年に建立された招魂社をその起源とし、昭和14年に宮城縣護國神社と改称した。外苑には伊達政宗騎馬像や島崎藤村詩碑などがあり、観光名所としても知られる（白井・土岐 1997:323）。

宮城縣護國神社になぜオタク絵馬が奉納されているのか。それは同神社の鎮座する青葉城址が「伊達政宗」ゆかりの地だからである。『戦国 BASARA』にも同名のキャラクターが登場する。そのため、ファンにとっての聖地となっているのだ。

宮城縣護國神社にオタク絵馬が登場した時期については、はっきりしたことはわからない。しかし、後述する産経新聞の記事によると、「1、2年前から」巡礼者が増え、オタク絵馬が目にとまるようになったとのこと⁸。ゲームの影響による聖地巡礼者とオ

7 『戦国 BASARA』とは、カプコンから発売されている戦国時代をモチーフとするアクションゲームの名称である。伊達政宗や真田幸村など、有名な戦国武将をモデルとしたキャラクターが多数登場する。2005年7月に第1作目が登場。以来シリーズ化され、多くの続編が発売されている。また、2009年4月からTEAM BASARAの制作によるテレビアニメも放送された。

8 「萌え系絵馬に英霊戸惑う!? 宮城県護國神社『成り立ち理解を』」産経新聞首都圏版 2009年5月

タク絵馬は 2007 年前後から徐々に目立ち始めたということのようである。

現在、同神社のオタク絵馬はかなり目立つ存在となっている。そのため、これを問題視する向きもあるようだ。2009 年 5 月には、神社関係者や参拝客がオタク絵馬に戸惑っている様子が産経新聞で取り上げられた。この記事では、オタク絵馬について「参拝者の間では賛否両論」があることと、「神社側は困惑しているが、敢えて取り外したりはしない」ことが報じられている⁹。

本稿の調査はこの記事が書かれる以前（同年の 3 月）におこなったが、オタク絵馬はその時点ですでに目立つ存在だったことを付記しておく。

なお、2009 年 5 月 24 日に再訪した際には、明らかにオタク絵馬の数が増えている様子を見ることができた。アニメの放送開始がさらなる増加に拍車を掛けたのだろうか。こうした増加（や減少）の要因を探るためには、長期間にわたる調査の実施が必要となる。今後の課題として検討していきたい。

3. 調査結果とその解析

今回の調査は 2009 年 3 月 14 日に実施した。時間などの制約もあり、ハンドカウンターで枚数を数えながらデジタルカメラで絵馬の両面を（何か記述がある場合は側面も）撮影し、後日その内容の分析をおこなった。

境内に奉納されていた絵馬の総数は 289 枚。そのほとんどが 2009 年に奉納されたものである。一部、前年に奉納されたと思われる絵馬もあったが、特に区別はしていない。

宮城縣護國神社の絵馬掛け場は入り口から神殿へと向かう参道を挟んで 2 カ所、向かい合わせに設置されている。守札授与所のすぐそばに位置しており、絵馬を奉納する者の姿は神社関係者や他の参拝者の目にとまりやすい。先行研究においてオタク絵馬は神社関係者からの可視性が低い位置により多く掛けられることが指摘されている（今井 2009:100）が、今回のケースでは左右どちらとも可視性に殆ど違いがないと判断し、左右の比較は省略している¹⁰。

まず、イラストが描かれた絵馬の枚数を円グラフにして図 3-1¹¹に示す。図のように、289 枚のうち 59 枚、全体の 20%程度に何らかのイラストが描かれている。これらの中から干支など「痛くない（＝萌えない）」イラストの分 10 枚を除外した 49 枚を「宮城縣護國神社の痛絵馬」とする。

15 日 26 頁などを参照。

9 同上。

10 私見だが、痛絵馬は群れをつくるようにして固まりあって分布しているように感じられた。これは、神社関係者に対する引け目から仲間どうして集まろうとする意識が働いた結果なのかもしれない。

11 この図は今井による鶯宮神社絵馬調査報告との比較を意識し、そこで提示された図を踏襲するかたちで作成した（今井 2009:91）。

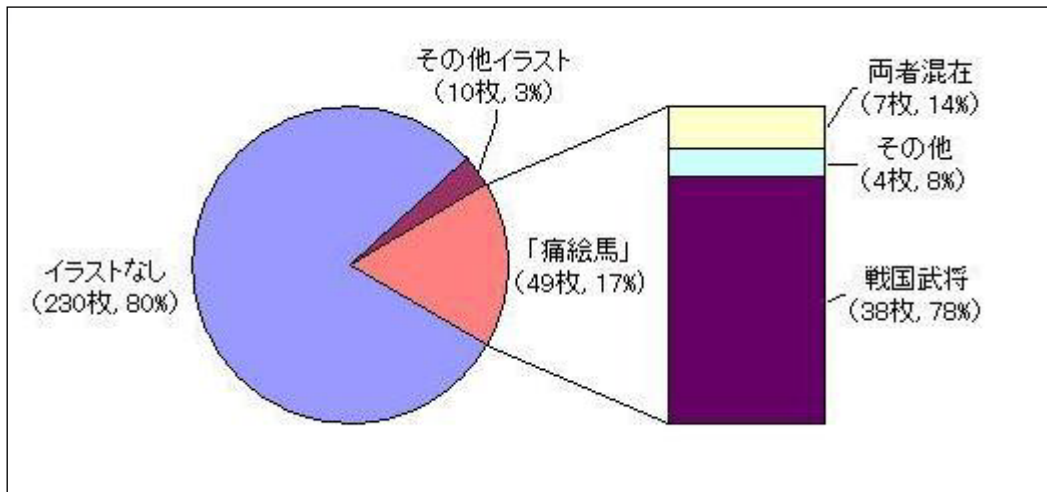


図 3-1：宮城縣護國神社におけるイラストの有無（左、N=289）
痛絵馬の分類（右、N=49）

痛絵馬の内訳を同じ図中に示す。実に 9 割近くの痛絵馬に戦国武将関連のイラスト（その殆どが伊達政宗や片倉小十郎である）が描かれている。この場所が戦国武将（ゲーム）の聖地とされていることを考えれば当然の結果ではある。しかし、鷲宮神社の事例では痛絵馬全体のうち 22%を「その他の作品」のイラストが占める、という結果が報告されている（今井 2009:91）。それに比べて、宮城縣護國神社での「その他の作品」が占める割合は 8%とかなり少ないように見える。

これは、恐らく神社が持つ聖地としての意味の差によるものだろう。宮城縣護國神社が「戦国時代をモチーフにしたゲーム」ファンにとっての聖地であるのに対し、鷲宮神社は個々の作品にとらわれぬ（＝『らき☆すた』だけではない）「オタク文化」全体にとっての聖地となりつつあることを示しているのではないだろうか。

次に、祈願内容を分類した結果を表 3-1¹²に示す。また、表中には鷲宮神社と比較した調整済み残差も記している¹³。以下、残差が 1%水準で有意な項目に着目しながら説明を加えたい。

まず、鷲宮神社と比べてもっとも大きな差のある項目は「オタク関係」である。この項目には、ゲーム・アニメに関する祈願やキャラクターに関する記述、あるいはオタク文化特有の慣用語などをカウントしている。この項目が全体に占める割合は決して小さくない（20%）が、鷲宮神社と比べるとかなり少なく見えてしまう。これは神社を訪れる巡礼者数の差に由来するものだろう。あるいは性別による差も考えられる。鷲宮神社を訪れる巡礼者が男性中心であるのに対し（岡本 2009:177）、宮城縣護國神社に集う巡礼者は女性中心であるとされることが多い。先述した産経新聞の記事でも「若い女性

12 この表も図 3-1 と同様、今井の提示した表を元に作成している（今井 2009:93）。

13 調整済み残差の算出には R version 2.9.0 (R Development Core Team 2009) を用いた。

観光客の姿が目立つ」と報じられている¹⁴。こうした巡礼者の性差がオタク絵馬の奉納数およびその内容に影響を与えている可能性もあるだろう。

表 3-1：宮城縣護國神社絵馬祈願内容分類と鷲宮神社との比較 (*p<0.01)

祈願内容	枚数(%、調整済み残差)	祈願内容	枚数(%、調整済み残差)
合格祈願	76枚(26%, *-2.7)	恋愛に関する祈願	36枚(12%, *4.2)
学業成就	7枚(2%, -2.2)	家内安全	40枚(14%, *6.0)
技能上達	9枚(3%, -1.4)	交通安全	8枚(3%, 1.6)
子供に関する祈願	10枚(3%, 0.8)	職に関する祈願	64枚(22%, *5.7)
心願成就	78枚(27%, *4.5)	厄除け	1枚(1%, -1.8)
身体健全	33枚(11%, 1.0)	外国人祈願	4枚(1%, 0.8)
		オタク関係	57枚(20%, *-7.9)

総枚数289枚。

複数祈願の絵馬があるため、合計数と総枚数は一致しない。

次に目立つのは「職に関する祈願」と「家内安全」の差異である。これは「昇殿参拝」の影響と推測される。宮城縣護國神社では昇殿参拝のうちに、大きな菱形の絵馬が授与される。この絵馬が調査時には53枚(全体の約19%)奉納されており、そのほとんどに「商売繁盛」が、また半分近くに「家内安全」が記されていた。そのため、結果に影響が出ているのだ。

また、立地条件も祈願内容に影響を与えているように思われる。宮城縣護國神社は仙台の観光名所として名高い青葉城址に位置しており、休日ともなれば多くの観光客で賑わう。従って、家族連れや恋人どうし、または友人連れなどグループでの参拝が多くなるため、集団内でお互いの幸せを願うような祈願内容が増加するのではないか。こうした要素は「恋愛に関する祈願」の数にも影響していると思われる。共に神社を訪れた恋人たちが、お互いの関係が未永く続くことを祈願するのである。

次に、オタク絵馬(痛絵馬または「オタク関係」の記述があるもの)には一体どのようなことが書かれているのかを見ることにする。その上で、オタク絵馬に書かれた文言に対してクラスター分析をかけることにより記述内容のおおまかな分類をおこないたい。

まず、全部で57枚あったオタク絵馬から頻出語の抽出をおこなった¹⁵。抽出に際し、明らかに同じことを指している語は一つの項目にまとめてカウントしている。

例：政宗、政宗様、まさむね、独眼竜 etc. → 「伊達政宗」

また、奉納者のプライバシーに配慮し、特定個人と結びつく恐れのある特殊な語句を排除する意味も込めて、全体(57枚)の約1割にあたる5枚以上に書かれている語句

14 脚注8を参照。

15 抽出にはTinyTextMiner version0.64を使用した。これは松村真宏が公開している自然言語処理ツールである。2009年8月31日現在、ウェブサイト「TMM: TinyTextMiner β version」(URL: <http://mtmr.jp/ttm/>)よりダウンロードが可能である。

のみを抽出した。その結果を表 3-2 に示す。

表 3-2：宮城縣護國神社のオタク絵馬頻出語（総数 57 枚）

語	出現件数(%)	語	出現件数(%)
伊達政宗	32枚(56%)	なる	11枚(19%)
絵文字	27枚(47%)	仙台	10枚(18%)
セリフ	18枚(32%)	片倉小十郎	8枚(14%)
来る	16枚(28%)	AA	7枚(12%)
する	12枚(21%)	会う	6枚(11%)
戦国BASARA	12枚(21%)	良い	5枚(9%)
		幸せ	5枚(9%)

以下、それぞれの項目について説明を加える。

全体の中でもっとも件数の多かった語句は「伊達政宗」である。これと「戦国 BASARA」は、共にゲーム『戦国 BASARA』にまつわる言葉である。「片倉小十郎」も同様だ。『戦国 BASARA』に登場するキャラクター「片倉小十郎」は、伊達政宗の腹心であり政宗と共に登場することが多い。そのため、このオタク絵馬にも「片倉小十郎」が登場しているのである。

2 番目に多かった「絵文字」は携帯電話のメールなどでよく利用される「ハートマーク」や「スマイリー」などの顔文字や記号を、一つの項目としてまとめたものだ。同様に「AA」はインターネット掲示板などで目にする事の多い、「アスキーアート」と呼ばれる文字記号の組み合わせで表現されたイラストを指している。

「セリフ」という項目は「Let'sParty!」や「Ya-ha!」等、ゲーム内でキャラクターが喋るセリフをまとめたものだ。『戦国 BASARA』を実際にプレイしたことの無い者にとっては全く意味の通じない単語ばかりである。

「来る」という単語は、旅行の感想や目的を表す際に用いられている。「仙台に来て良かった」、「仙台が好きだ」等、ポジティブな感想がそこには書かれている。また、「伊達政宗」に「会う」ために「来た」、と書かれているものも多い。オタク絵馬のうち 11 枚にこのような記述が見られた。

「する」と「なる」は祈願をおこなう際に用いられた動詞だ。抽出の結果、「幸せ」以外の単語はすべて落ちてしまっているが、実際には様々な願いがそこに書き込まれている。

次に、これらの頻出語に対してクラスター分析をおこなった¹⁶。その結果、得られた樹形図を図 3-2 に示す。

16 分析には R version2.9.0 (R Development Core Team 2009) を使用した。

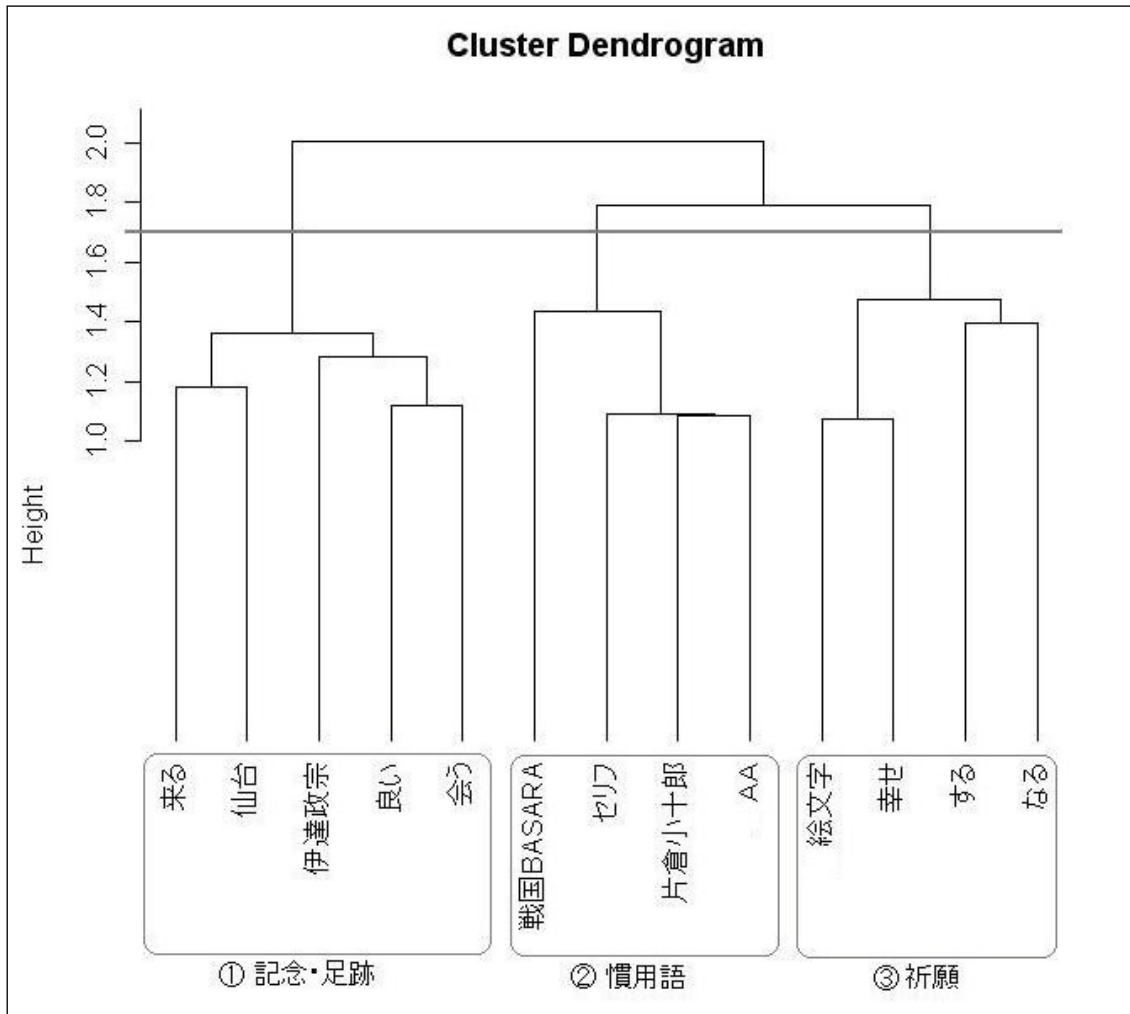


図 3-2：オタク絵馬頻出語に対するクラスター分析で得られた樹形図

図中に示すように、この樹形図に従って Height=1.7 のレベル（図中の横線）でグルーピングをおこない、3つのグループを導き出した。以下、それぞれについて説明を加える。

① 記念・足跡

旅行（巡礼）の目的や感想が書かれている。先にも述べたとおり、一般的なかたちとしては「伊達政宗に会うために仙台へ来た」というものになるだろう。巡礼の目的は「伊達政宗に会うこと」にあるようだ。

ここで少し付け加えておくと、「記念・足跡」としての表現はオタク絵馬以外では見られなかった。このような記述はあまり一般的なものではないようだ。

② 慣用語

『戦国 BASARA』に関連する言葉が並んでいる。前述した「AA」が使用されているということは、インターネット掲示板と同じような調子で書かれているのだろう。あ

る種の共通言語を用いることによって、仲間とのコミュニケーションを楽しんでいる姿が見えてくる。

③祈願

先述したように、実際には「幸せ」を願うだけにはとどまらない様々な祈願がおこなわれている。ここで、このグループの中に分類されている「絵文字」に注目しておきたい。

鈴木謙介は携帯電話などのメールに利用される顔文字には「現実の身体から離れてわたし自身を表象する、『バーチャルなわたし』が仮託されていると指摘する（鈴木 2007:68）。同様のことが絵馬における「絵文字」にもいえるのではないだろうか。つまり、絵文字を使うことによって自己を絵馬に託していると考えられるのである。

以上のような結果からは、巡礼者たちがオタク絵馬を掛けることに楽しみを見いだしている様子うかがえる。「記念」として旅行の感想を記し、「慣用語」を使って仲間との会話を楽しみ、そして可愛らしい絵文字を使った「祈願」をおこなう。まるで学生時代にもらった寄せ書きのようである。

このような性格から考えると、オタク絵馬はいわゆる「創作絵馬」に近いものであるように思われる。創作絵馬とは、「祈願を目的として絵馬を直接神仏に奉納するのではなく、絵馬をつくることに興味をもってつくられた」絵馬のことである（岩井 1974:103）。見る者を楽しませることに主な目的が置かれている。

そう考えると、オタク絵馬は創作絵馬と同様、「絵馬本来の意義をもたないもの」（岩井 1974:104）であるかもしれない。しかし決して過去に例を見ない珍奇なものではないのだ。社会の変遷と共に立ち現れてきた一つのかたち、民間の習俗として絵馬の歴史の中に位置づけることが可能だろう。

また、慣用語だけでなく祈願が書き込まれたものが多いのも事実である。これは一般的な絵馬の理解（約束事）に従った結果なのかもしれない。荒唐無稽な祈願も中には見られる。しかしその一方で、真摯な願いも少なからず見受けられるのだ。これらを祈願でないと一概に否定することはできない。

4. 萌え絵の考察

ここで絵馬に描かれた「萌え絵」、つまりイラストについて丸田一の論を参考にしながら考えてみたい。

丸田一は東浩紀の論を基に聖地巡礼の目的について、「フィクションと現実を架橋」してキャラクターとの同期を図る場合と、「現実」にキャラクターを降り立たせ「プレイヤー」の位置へと少しでも近づいていこうとする場合という2つのケースが考えられるとする。前者は巡礼者が作中の登場人物（キャラクター）に感情移入しようとする行為であるのに対し、後者は巡礼者がメタ物語視点、つまりゲームのプレイヤーのような超越的位置を目指す行為である（丸田 2008:107-115）。

この論を参考にして考えると、第3章で見た「記念・足跡」としての言葉、「伊達政宗に会うために仙台へ来た」の意味が見えてくる。この言葉は、『戦国BASARA』のキャラクターである伊達政宗に会うことが巡礼者たちの目的である、ということの意味しているのだ。無論、巡礼者たちは現実と架空（ゲーム）とを混同しているのではない。彼らはあくまで想像の中にしかない架空の世界を、何らかの方法で現実に垣間見ようとしているのである。

そのため、彼らは特定のシンボル——宮城縣護國神社の場合、伊達政宗騎馬像——に対して想像力を働かせることにより、そこにキャラクターを見いだそうとしているのではないか。シンボルを通じて「フィクションと現実を架橋」するのである。

しかし、ここで我々はもう一つのキャラクターを見つけることができる。

それは痛絵馬に描かれたイラストだ。

宮城縣護國神社の痛絵馬に見られるイラストは、前章で見たようにその殆どが『戦国BASARA』のキャラクターである。聖地に掛けられたキャラクター（聖者？）のイラスト。これはキャラクターそのものの代用として考えることができるのではないか。

この仮定に従えば、痛絵馬を奉納するという行為は丸田のいうところの「現実」にキャラクターを降り立たせる行為」として理解することができる。痛絵馬は聖地に降り立ったキャラクターとして場に存在しているのだ。例えば聖地の風景写真中にキャラクターの代わりとして置かれたフィギュアや、あるいはキャラクターに扮装（即ち「コスプレ」）した巡礼者のように。

このようにして現実に降り立ったキャラクターは、特定の想像力に頼らずとも「実際に」目にすることができる。その結果、誰でも手軽に想像の中に存在する聖地を「実感」できるようになるのだ。また、聖地に奉納された痛絵馬は可視的なシンボルとなり、他者に対しても聖地におけるキャラクターとして作用する。絵馬というツールを利用することにより、より多くの巡礼者がキャラクターを観ることが可能となるのである。

キャラクターとしての働きはそれだけではない。今井によると、「精神的中心」を求める巡礼者はキャラクターと同じように『観られる』側にまわる』ことで二次元の世界、つまりキャラクターのいる想像の世界へと溺れ込むことが可能となる（今井

2009:106)。この説明は痛絵馬の奉納という行為に当てはめて考えることができるだろう。キャラクターとしての絵馬を掛けている自分を観る、つまり痛絵馬に「観られる」側の自己を置くことにより、聖地の中心へと自らを送り込んでいるのだ。

ここで再び丸田の論に戻る。丸田は「現実キャラクターを降り立たせる」ことを期待する巡礼者はメタ物語的位置を目指すとしている。しかし、これは奉納された痛絵馬を観察する時、すでに実現されているのではないだろうか。キャラクターと、そしてキャラクターに仮託した自己とを、さながらゲームのプレイヤーのように（現実の側に居ながらにして）超絶的視点から眺めることができるのだ（図 4-1）。痛絵馬とは巡礼者にとって極めて重要な意味を持つ存在なのである。また、キャラクターとなるのはイラストだけとは限らない。キャラクターを象徴する文字（名前やセリフなど）でもその代わりを務めることができるだろう。つまり、オタク絵馬は聖地におけるキャラクターと成り得るのである。

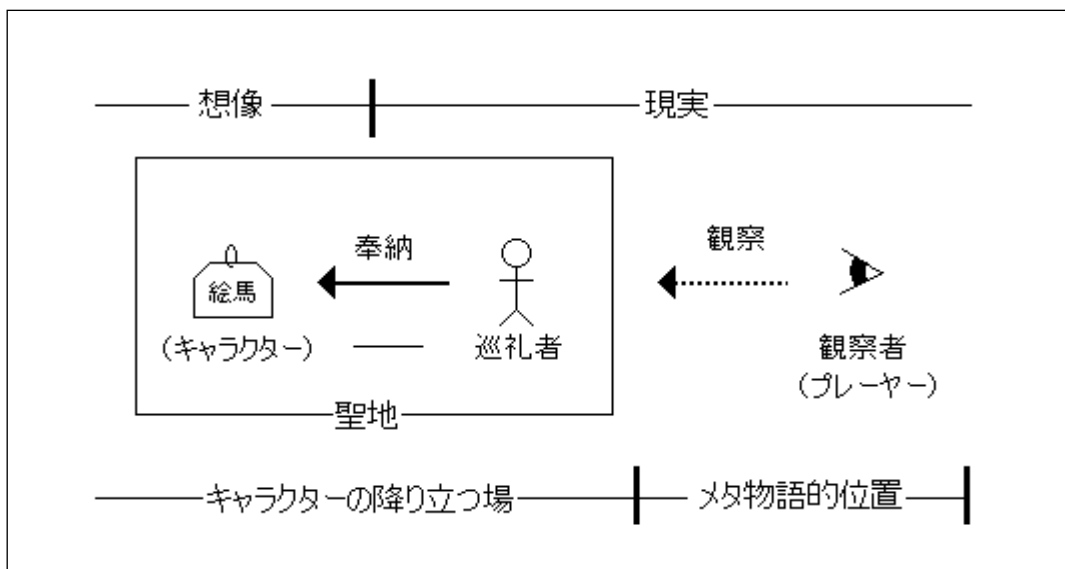


図 4-1：聖地における絵馬の役割概念図

以上のように考えると、伊達政宗とは直接の関係を持たない宮城縣護國神社にオタク絵馬が登場したのは決して偶然ではないとことがわかる。巡礼者達は自らの望みを叶えるため、「精神的中心」へと向かうために、オタク絵馬をシンボル——伊達政宗騎馬像——のすぐそばにある神社に奉納しているのである。

5. まとめ

ここまでの論をまとめる。

本稿ではオタク絵馬の内容を次の3種に分類した。

① 記念・足跡

②慣用語

③祈願

その上で 4 番目の内容ともいうべきイラストに着目し、オタク絵馬の持つ「キャラクターとしての働き」を導き出した。

無論、個々のオタク絵馬には上記の要素が混在している。ある絵馬がどの項目に当てはまるのかを明確に判断することは不可能に近い。それぞれがキャラクターであると同時に祈願の象徴でもあるのだ。

このような内容からは、巡礼者たちの強い共有志向がうかがわれる。本稿の例でいえば、巡礼者たちは『戦国 BASARA』というゲームやそのキャラクターに関する知識を背景として、「政宗様の聖地」仙台（青葉城）という空間を共有する様子が見えてくる。イラストや言葉を用いて仲間に対する語りかけをおこなっているのである。

また、第 4 章で見たようにオタク絵馬は聖地におけるキャラクターであり、自己でもある。こうしたオタク絵馬の「キャラクター性」は聖地をより特別な場所にする。誰の目にも映るキャラクターは観察者をプレイヤーの位置へと導く。同時に、観察者もまた被観察者の側、つまりキャラクターの場へと参入できる可能性を示すのだ。

以上をまとめる。

聖地におけるオタク絵馬は神仏への祈願のシンボルであると同時に、キャラクターのシンボルでもある。想像の向こう側にある聖地を現実の場へと重ね合わせるために奉納されているのだ。

こうして生まれた聖地は他者との共有が可能となる。結果として巡礼者たちはキャラクターを介した想像上のコミュニケーション空間を、現実の場において手にするのである。

オタク絵馬により、キャラクターと観察者、そしてキャラクターの場へと降り立った奉納者によるコミュニケーション空間が形成されていく。絵馬を介した「精神的中心」への志向。そして絵馬を通じて他者をつながろうとする願い。これらもまた、現代におけるある種の祈願であるといえるのかもしれない。

参考文献

東浩紀

2001 『動物化するポストモダン』：講談社。

今井信治

2009 「アニメ『聖地巡礼』実践者の行動に見る伝統的巡礼と観光活動の架橋可能性：埼玉県鷲宮神社奉納絵馬分析を中心に」北海道大学観光学高等研究センター文化資源マネジメント研究チーム編『CATS 叢書第 1 号 メディアコンテンツとツーリズム』 pp.85-111。

岩井宏実

1974 『絵馬』ものと人間の文化史 12：法政大学出版局。

神社本庁教学研究所監修

2004 『神道いろは 神社とまつりの基礎知識』：神社新報社。

丸田一

2008 『[場所] 論 ウェブのリアリズム、地域のロマンチズム』：NTT 出版。

岡本健

2008 「アニメ聖地における巡礼者の動向把握方法の検討 聖地巡礼ノート分析の有効性と課題について」『観光創造研究』 No.2, pp.1-13。

2009 「資料 2：『聖地巡礼者』 動態分析 13 の視点」北海道大学観光学高等研究センター文化資源マネジメント研究チーム編『CATS 叢書第 1 号 メディアコンテンツとツーリズム』 pp.177-188。

R Development Core Team

2009 R: A language and environment for statistical computing. R Foundation for Statistical Computing, Vienna, Austria. ISBN 3-900051-07-0, URL <http://www.R-project.org>.

白井永二・土岐昌訓編

1997 『新装普及版 神社辞典』：東京堂出版。

鈴木謙介

2007 『ウェブ社会の思想 <遍在する私>をどう生きるか』：日本放送出版協会。

山村高淑

2008 「アニメ聖地の成立とその展開に関する研究：アニメ作品『らき☆すた』による埼玉県鷲宮町の旅客誘致に関する一考察」『北海道大学国際広報メディア・観光学ジャーナル』 No.7, pp.145-164。