

観光と「鬼」表象

観光政策や町づくりから見られる韓国のドッケビ表象

朴美暲

I はじめに	1
II 観光のなかで韓国のドッケビ表象	3
1. フェスティバルのドッケビ	3
● 俗離山ドッケビフェスティバル	4
● 長安山ドッケビ・フェスティバル	6
● 民間伝承を活かしたフェスティバル	7
2. テーマパークのドッケビ	8
● 谷城のドッケビ村	8
● 済州のドッケビ公園	11
3. ご当地キャラクターとしてのドッケビ	11
● 「ヒョンイ」と「プンイ」	12
● 「ヤケビ」と「ビョンケビ」	12
● 「クムケビ」と「ウンケビ」	13
III まとめ	13

I はじめに

韓国の「ドッケビ」は妖怪全般を指す意味範囲の広い言葉である。ドッケビと日本のオニは、その言葉によって人々が想起するイメージや説話・伝承で果たす役割において一定の差異が見られるが、その典型的な視覚イメージ——角が生え、トゲトゲの棒を持ち、縞のパンツをはいている——は共通している。ドッケビとオニの視覚イメージの同一性については韓国国内で論争となり、国家アイデンティティーやオリジナリティーの問題にまで発展するなど（これについても過去に拙稿で論じた）、日韓の視覚文化をめぐる相互理解はまだ十分とは言えない段階にあると思われる。日韓の文化交流は現在では活発に行われているが、韓国で完全な日本大

衆文化開放が行われたのは2004年でつい最近のことである。

近年、日韓両国で観光政策・地域振興の分野でのキャラクター利用が盛んに行われており、キャラクターとしてドッケビ・オニが採用される事例が多数確認されている。観光の中で使われているドッケビ表象はどのように現れているかを調べるのが第一の目標である。そして、韓国におけるドッケビと日本におけるオニが観光政策・地域振興の分野でそれぞれどのように視覚化・キャラクター化されているのかを事例に基づき、日韓の視覚文化上の特徴・差異を明らかにすることが第二の目標である。ただし、本報告では韓国の事例を中心にまとめ、今後の研究において、日本のオニの表象と比較して考える。

今回の現地調査は、ドッケビをキャラクター化して利用している地域を中心とし、関係機関の協力を得て行った。韓国ではじめて多くの学者含む専門家たちが集まって企画したが、第3回で終わってしまった「俗離山ドッケビ・フェスティバル」、現在ドッケビ・テーマパーク企画されほぼ完成の段階にある「谷城妖術ランド」、済州島の「ドッケビ公園」、ドッケビ博物館がある「長水」、そして、その地域で住民が中心となって行われていた「長安山ドッケビ・フェスティバル」、廃鉱になった場所を観光資源としてつけた「旌善画岩窟」などを見学・調査し、韓国におけるドッケビの活用実態やその過程を調べる。加えて、現在ご当地キャラクターとして使われているドッケビを調査する。特に、ご当地キャラクター商品の現状を調べる。

事例研究は、以下の点に留意して行われる。第1に、キャラクターが用いられる文脈の多様性である。例えば、一口にオニと言っても、マンガ・アニメ・映画などのグローバルマーケットを想定した大衆メディアに登場するオニと、地域の祭りに登場するオニと、観光地・特産品に利用されるご当地キャラクターとしてのオニとではそれぞれ目的が異なり、それに対応して様々な点（地域性の有無、歴史性の有無、デザイナーなど専門家の関与の度合いなど）で異なる特徴が確認されることが予想される。諸事例を分析・比較する際には、こうした文脈によって生じる差異と、対象地域（日韓）の文化的背景の違いによって生じる差異とを注意深く区別しなければならない。

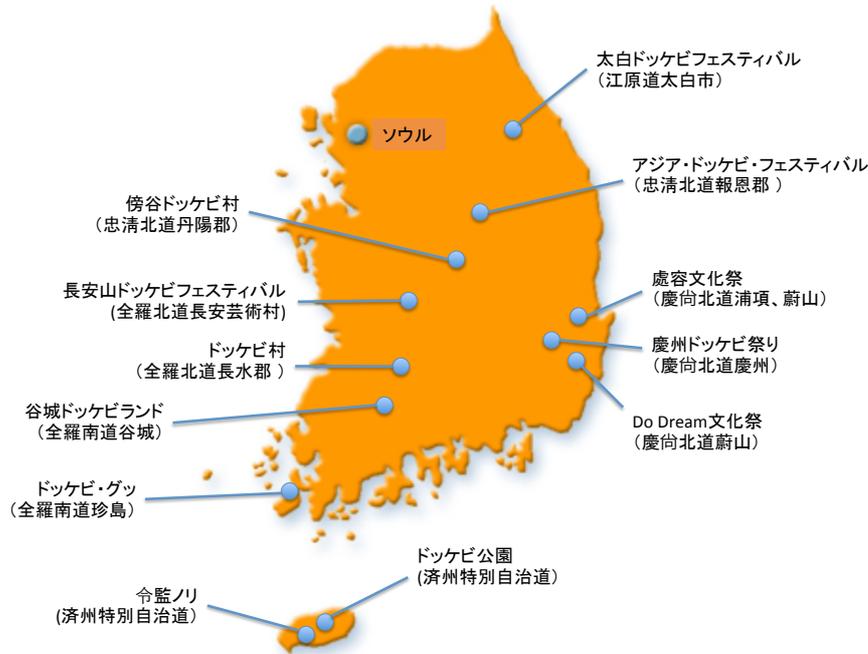
第2に、これまでの研究で既に明らかになっている日韓の視覚文化上の差異を念頭に置き、それがどのような形で諸事例において反映されているかにも留意して研究を進める。例えば、韓国では儒教の影響などから伝統的に事物を描き視覚化することに消極的でドッケビについても確立した視覚イメージが存在していなかったこと、そしてそのことが日本のオニの視覚イメージがそのままドッケビの視覚イメージとして容易に受容されていった一要因となったことは、過去に拙稿で指摘した。また、現代においても韓国では宗教団体や地域住民がドッケビの視覚化・キャラクター化に難色を示すなど、日本と比較すると障害が大きい。日韓の諸事例を分析・比較する際には、こうした文化的背景・差異も念頭に置かなければならない。

II 観光と韓国のドッケビ表象

1. フェスティバルのドッケビ

ドッケビ関連フェスティバルは地域に元々伝統行事や伝説があるところと、直接関わる特定の伝統行事や説話が無いところに分けられる。民俗行事としてドッケビ関連宗教・文化行事が行われる地域、例えば、済州令監ノリ、珍島ドッケビ・グッ、處容文化祭が挙げられる。もう少し細かく見ると、令監ノリは済州特別自治道の伝統行事で無形文化財 2 号に指定されている。令監はドチェビ(ドッケビの済州方言)に対する敬称である。巫女の舞の一つ、仮面舞、神としてのドッケビに大漁や、病気の治療を祈る¹⁾。ドッケビ・グッ(全羅南道珍島)は女性を中心になる厄払いの儀式で伝染病を防ぐために女性の血のついた下着をほうきや棒にかける²⁾。しかし、このような伝統行事にはフェスティバル・キャラクターなどはない。この行事が民間信仰としての聖なる儀式であるため、真正性が大事なことであり、それを形象化することはあまり見られない(ここで真正性とは、伝統の尊重や歴史的考証の正しさを意味する)。令監ノリでつける仮面も特定のドッケビのイメージというよりは白い紙で作った簡単なもので行事が終わるとまとめて燃やす。

最近企画されたドッケビ関連のフェスティバルが行われる地域はドッケビとの関連性が強い訳ではないが、むしろ、観光地として好評を得ている自然の奇麗なところ、つまり国立公園のある山の方が多い。



Map.1 ドッケビ関連の地域活性化プロジェクト

韓国では地域の特徴のある地域祭りはあまり見られない。代わりに全国でほぼ同時に行われる農業と関連する春分、お盆祭りはあるものの、民間行事として有名な先祖、天に豊作を祈る祭事など儀式はある。地域の個性のあるものは植民地時代、軍事独裁時代に産業化のなかで消えていった。セマウル運動で農山漁村を近代化すると同時に地域開発の一貫で自然の奇麗な場所を国立公園と指定し、地域祭りを支援した。有名な山の名前を入れたフェスティバルが1960年代企画された。例えば、1966年の雪嶽山文化祭、1978年の俗離祝展、1982年の太白祭などが企画された。そして、1997年以降登山客が多くなってから山岳祝祭、地方特産、季節商品を販売しながら改めて山を中心としたフェスティバルがブームになった。その中では官主導、民主導に分けられる。まず官主導で一番注目すべきドッケビフェスティバルプロジェクトは俗離山ドッケビ・フェスティバルである。

● 俗離山ドッケビ・フェスティバル

俗離山ドッケビ・フェスティバルは2009年から2011年にかけて3回まで行われた地域フェスティバルである。正式の名称としてはアジア・ドッケビ・フェスティバル（忠清北道報恩郡）で、文化観光部が支援するプロジェクトであった。他のフェスティバルが2-3日間で企画されるのに比べ俗離山ドッケビ・フェスティバルは7日間の企画であった。この地方には具体的な説話などではないが、俗離山の峰と谷、岩の奇麗な景色の一つ一つ（9大8峰8石文）がドッケビのいたずらで創られたと言われている点に着目し、出発しているとみられる。この地域で行われた最も大きな理由としては趙子庸がここに創ったドッケビ関連の遺跡を展示している「エミレ博物館」があったからではないかと考えられる。現代建築を勉強し、韓国の鬼瓦に魅了され俗離山に「エミレ博物館」を創り、民画やドッケビ瓦など、ドッケビ関連資料や遺跡を集めた趙子庸が中心になった。彼はドッケビを韓国の魂を表すものと同時に世界共通の精神だと思って東アジア三国を結ぶフェスティバルを試みた。忠北日報の記事には趙子庸のこのような発言が見られる³⁾。

「ドッケビ芸術は韓国だけではなく日本、中国など東アジアを一つにする重要な研究対象であり、世界的にも貴重な資料である」

このフェスティバルの成功のために2010年7月23日、ソウル歴史博物館でドッケビと観光資源化に関して会議が行われるなど、民俗学者、専門家を中心に議論が進められていた。年間に7億ウォンをかけ周辺に民俗村、ドッケビ公園、ドッケビ博物館を建設することを支援し、フェスティバルの内容としては、チャンスン創り、ドッケビ模様展示とドッケビ描き大会、ドッケビの版画を写し色を塗って持ち帰るなど体験プログラムも行った。学術発表も内容に含まれ、一般の人々も参加して聞くことができた。中央大学国楽科のドッケビ・グッ、ドッケビ嘶

の人形劇などのパフォーマンスの他に、日本の「竹の子劇団」の『コブトリ』や中国の『変剣』も上演されるなど、アジア諸国のドッケビ関連アーティストを集める国際的なフェスティバルを目指した。

このフェスティバルにおいても一つ注目したい点は、ご当地キャラクターとしてデザインされた「俗離山ドッケビ」が登場している。全国コンペを通して採択されたキャラクターが専門家によって創られ、多様なプログラムや広告に使われ、フェスティバルには「俗離山ドッケビ」着ぐるみも活躍した。このキャラクターは有名な国立公園のある俗離山という自然遺産と地方特産品のナツメをモチーフにしたもので、山と雲を連想させる顔にナツメの首飾りをしている。毛皮の服装に棒を持つことでドッケビの記号を満たしているが、典型的なドッケビ（＝日本のオニの姿）とはすこし異なる姿でデザインされている。このキャラクターを主人公とした約10分のアニメも制作されフェスティバルで上映された。しかし、関連商品の開発や販売には繋がらず、想定の結果は上げられなかった。ちなみに韓国の様々な地域でドッケビ・フェスティバルが開催されたが、いわゆる公式キャラクターはほとんど存在していない。日本とは異なり、そもそもキャラクターに関する需要が乏しいという側面があるなかで、「俗離山ドッケビ」の例は非常に興味深い。

このフェスティバルは2009年から2013年まで行われたが、3年で中断された。調査においては担当官庁の協力を得て企画段階から結果報告書などの関連資料をもらい、担当者にインタビューを行った。継続されなかった原因に関しては区役所の関係者によれば、内容も3年間変わらないうえ、リピーターを作れなかったこと、そしてドッケビを迷信と思う地域住民も多く、地域住民の参加がすくなかったことなど、持続するには難しい点が多かったと答えた。地域祭りとして、地域にとけ込むことができなかつたと考えられる。そして、求心力になっていた趙子庸氏が亡くなったことも大きいと考えられる。俗離山ドッケビ・フェスティバルは文化観光部が支援していたこともあり、始めからアカデミックなアプローチから始めた。専門家たちが参加し官主導で進行された。そのため最初からこのフェスティバルはドッケビの真正性にこだ



フェスティバルキャラクター「俗離山ドッケビ」



俗離山ドッケビフェスティバル

わるしか無かった。最も残念なことは、2014年火災でエミレ博物館が焼失し、貴重な資料も喪失されたことである。

●長安山ドッケビ・フェスティバル

長安山ドッケビ・フェスティバルは2002年から「(株)長水ドッケビ委員会」、「長安山青年会」が主催で地域住民が中心になって創られたもので、全羅北道長水郡7つの村が参加して行われる4000万ウォンの小規模なフェスティバルである。

「長安山ドッケビ・フェスティバルは長安文化芸術村の商品を広告し、伝統工芸を継承、開発、伝授し、ドッケビをテーマとしたキャラクターを導入し、長安ドッケビ・テーマパークを育成するために企画された。独自の文化商品を開発することで、村の住民や出品者皆が共同体意識を高めることに寄与できると考えられる⁴⁾」

この地域には「長安文化芸術村」と「ドッケビ博物館」があり、「長安文化芸術村」が参加して伝統文化体験を提供し、その他住民が参加して行うプログラムがたくさん見られる。ドッケビを祭る祭事、演劇、のど自慢大会、ドッケビ道歩き会、洞窟キムチ作り、ドッケビ塔にお祈り、ドッケビ火体験、マス釣りの一般プログラムと、長安文化芸術村の芸術家たちが参加して行われる伝統文化の継承と開発のための商品の紹介、販売が行われ、体験としては染色、陶芸、拓本、木刻、チャンスン⁵⁾ 創りなどが行われる。

2013年、第12回まで行われたこのフェスティバルの企画を担当したフリーランサーで文化祭企画をしていたイ・ギョンヒ (이영희) は、当時のことを以下のように語っている。

「私の文化祭の企画の仕事で一番記憶に残っているのは長安山ドッケビフェスティバルです。村の住民が直接参加するフェスティバルが創りたかったんです。私はフェスティバルを創る過程が一番大事だと思います。だから村の青年会、婦人会の皆さんと一緒にしました。まず一般の方なので企画プロセスは分



長安山ドッケビ・フェスティバル



長水ドッケビ博物館

かってもらえず、皆さん意見も多くて、小さい村なので言葉が誤解された。村の住民の協力を得て少ない予算からも外部観覧客 1000 人の成果を上げました⁶⁾。」

ちなみに、「長水ドッケビ博物館」はドッケビに関する説話伝承が展示され、長水郡の観光地と伝説も紹介している。体験空間も設けられているが、団体で予約を入れていくときだけ使われた。全体的にドッケビに関する伝承が中心に創られていて、情報伝達が充実している印象があった。

フェスティバル・キャラクターなどは見られない、そして、毎年使われるドッケビの絵が変わっている。もちろん記念品が作られたり、商品化させることも無い。キャラクターを通して宣伝したり、遊ぶことに重きをおいてないと考えられる。さらに、2012 年には韓国サッカー・サポーターのロゴもドッケビのイメージとして舞台上で使用している場面も見られる。時には可愛らしいオリジナルのイメージが使われたこともあり、続けて使われれば良いとも思うが、決まって使われることは無く概ね一年で変わっている。繰り返し使われるイメージや造形物はあるが、名前を付け多様な場面で活用するまでには発展しない。しかし、このキャラクターは説明する機会と時間を与えられてないこともあり、非常に分かり易いドッケビとして描かれる。そして、ドッケビに扮装してイベントに登場したり踊りを披露したりする場面で、ドッケビの表象が良く見かけられる。このドッケビたちは概ね典型的なドッケビの姿をしている。人が直接ドッケビのパフォーマンスを見せるので、大きな変形はできないうえ、ドッケビイメージはすぐ認知できる姿形が望ましい。そうになると、角、虎皮（あるいはヒョウ柄）の服装、棒、原色の肌のコードが守られていることが分かる。

●民間伝承を活かしたフェスティバル

ドッケビと関わりのある民間伝承を基に企画されたフェスティバルを挙げると、説話を基にした文化祭として慶州ドッケ祭り（慶北慶州）があり、「鼻荊郎の説話」⁷⁾、處容説話とともに『三國遺事』に記録されている古いドッケビ噺をモチーフにしたお祭りである。「鼻荊浪」も、處容も異界のものを司る力を持っていて、人間と異界のものの中で生まれた中間者である。鼻荊浪はドッケビたちの力を借りて大きな仕事を達成する。鼻荊浪がドッケビを使って建てたというドッケビ橋近隣にはドッケビをテーマにして飾られている公園がある。

浦項・蔚山地方で有名な「處容説話」の主人公の「處容」はドッケビを退治しているため、彼の顔の絵、つまり處容面は魔除けの意味を持つ。處容舞も無形文化財として處容文化祭で披露される。處容文化祭（慶北浦項・蔚山）には處容面から作られた處容のキャラクターはあるが、普通の成人男子、官僚の姿で、ドッケビのような変わった姿ではない。2011 年からワールド・ミュージック・フェスティバルと名称を変更し、民俗行事からグローバルフェスティバルに変えていこうという自治団体の意志が見られる。

この地域でもう一つのフェスティバルとして、セブリ祭（慶北蔚山）が挙げられる。この地域では豆豆里⁸⁾（ドドリ）という木神を祭る民間信仰の対象がキャラクターになっている。言語学者、民俗学者の徐廷範は韓国語の子音「ㄷ」に叩く、打つ等の意味があるといい、この説を支持している。ドドリは名前から叩く行動を含めたもの、鉄を叩く行為から鍛冶や、打楽器を打つ行為とつなげ民俗音楽と連携して解釈することがある。

「蔚山はドッケビだ。鉄をたたいて生きてきた我々はみんなドッケビだ。… 豆豆里（ドドリ）は『たたく』という動詞で鉄をたたく動作から、ドッケビはみんな金さんというと振り向く、ということから金の神と言われる、製錬所のあるこの地域のキャラクターとして適切だ⁹⁾」

ちなみに、太白ドッケビ・フェスティバル（江原道太白市）は雪祭りと連携して行われる祭りで、古朝鮮の建国神話の三千の群を三千のドッケビたちと解釈、様々なドッケビの住む村¹⁰⁾という企画で始まっている。ここでも特定のキャラクターは見られない。

2. テーマパークのドッケビ

●谷城のドッケビ村

最初、谷城のドッケビ村企画は民間から始まった。個人として私設団体を作ってドッケビ村づくりに積極的に参加しているキム・ソンボム（김성범）はドッケビ村長と呼ばれる人物である。最初は小規模で馬天牧将軍説話のある場所にドッケビ彫刻作品を自然に展示する形で始めた。馬天牧将軍説話¹¹⁾は山ときれいな水で有名な一級河川の蟾津江が流れる奇麗な自然景観のある場所にある。ドッケビ関連の調査をして展示館を創り、展示館の一階では演劇ができる場所を設けた。以降 12 年間劇団を創り、ドッケビ関連の演劇、人形劇をしているが、この記念館だけでなく全国を回りながら出張上演もしている。村長キム・ソンボムは直接彫刻した像を設置し、ドッケビ公演を創り、童話を書き、歌を作って韓国のドッケビを広める運動を続けてい



キムソンボム作のドッケビ像

る。

谷城ドッケビ展示館の入り口には彼が創った様々な形をした像が並べられている。概ね角があつて棒をもっていて、オニとも大きく違わないように見えるが、彼は自分のドッケビはオニとは違うものであると本人の著書「ドッケビを探せ」で主張している。

最初の地域住民の反応はどうだったかという質問に対してキム・ソンボムは、ドッケビがテーマであるためにキリスト教の信者の反対もあったと答えた。また、官で行われているドッケビランド企画との協力に関して聞くと、現在は完全に別の組織であり関わっていないが今後ドッケビランドがオープンすると協力することもあるかも知れないと話していた。

谷城郡(全羅南道谷城郡)は国家予算としては最大規模の金額である 28 億ウォンをかけて「妖術ランド」が創設された地域である。2008 年から 2014 年までの企画で、初期の段階では「ドッケビ・ランド」であったが、地域キリスト教団体の反対で妖術ランドに名前を変えた。その理由はドッケビが持つ多様な意味の中で悪魔として受け取られる面もあり、偶像崇拜禁止の意味もあつて反対署名運動が行われていた。郡庁でも地域住民と摩擦をさける点もあり、企画においても一律のドッケビに関する知識を伝える記念館としてではなく、方向を変えてマジックを楽しむ体験館として修正した。こうして、怖いドッケビではなく面白く可愛らしいドッケビ記念館が誕生した。2014 年 8 月に完工され 10 月にオープン予定であるが、今回特別に記念館の内部を案内してもらい、企画全体の責任者である谷城郡庁のカン・ソンス氏と展示企画チーム長のカン・スンピル氏にインタビューを行った。企画者カン・スンピルによると、最初は既存のお化け屋敷のような少し怖い空間や、おばあさんが聞かせてくれる伝説に充実した空間も考えていたが、企画を完全に変更して、今のようにドッケビをテーマにしているのは同じでも不思議、マジック、遊びに焦点を合わせたと言う。二階は全部体験空間にして科学技術を利用した目の錯覚で起こる現象ではあるが、子供たちが遊べるインタフェース・デザインの技術を最大限に活用した。最後の 10 分程度の短い 4D 映画(3D 映画+香り、触感などの装置が使われてい



谷城妖術ランドのドッケビ歴史体験館の入り口



谷城妖術ランドのドッケビ歴史体験館完成図

る映画)上映を含め、全部で1時間から1時間半のコースで企画されている。

谷城テーマパークの中には妖術記念館が入っている。この体験館は現代科学技術が動員された子供の遊び場であり、ドッケビを怖い説話の主人公、面白い民話の主人公ではなく新しく創っていく未知の魔術の世界の案内者として使っている。ドッケビの伝承は紹介するが多くの部分を新しく企画した遊び空間として使っている点で長水の博物館と差別化される。先に建設された長水ドッケビ博物館も同様にドッケビを紹介し、体験場を設けた子供向けの観光名所ではあるが、長水ドッケビ博物館は民俗学、伝説に忠実に創設された。そのため内容には新しいものが乏しく、娯楽としては単純かつ古い印象もある。民間伝承に基づいているために植民地時代以降にまとめられた韓国の伝来童話や民俗から切っても切り離せない特徴を持っている。このプロジェクトにはそれを代表するキャラクターもなく遊びに繋がる企画が少ないため、リピーターを獲得するためには物足りない。観光振興の観点からは、歴史や文献の真正性にこだわらず積極的な視覚化をする必要があると思われる。記念館の展示でも見られるように、箒ドッケビ、蓋ドッケビ、毛布ドッケビなど様々な姿のドッケビが紹介されているが、特定のキャラクターは存在せず、記念品などの販売も行われていない。

谷城郡の郡庁観光課の担当者、記念館監督、キャラクター監督にインタビューを行い、ドッケビ記念館の施設を事前に見学した。ドッケビランドは国家や地方自治団体の支援を得て企画されるプロジェクトであるため、日本のゆるキャラとはまた異なるアプローチではあるが、キャラクター開発と関連商品の制作が積極的に進められている。「チャンケ」という将軍とその家来「チョンビ」と「ホンビ」である。このキャラクターは2011年、韓国コンテンツ振興院の支援(9000万ウォン)を得てコンペティションを行い選ばれたもので、谷城に伝わる馬天牧将軍説話から、将軍と青い石のイメージを用いて創られた。このキャラクターはキムソンボムやキャラクター業界会長、文具会社の関係者が集まり会議をした。また地域小学校で投票で決められたらしい。商品は筆記道具、ぬいぐるみ、カバン、パウチ、シール、キーホルダ、パズルなどに創られ、販売される予定である。

キャラクター商品としての開発も行われ以下のような商品が準備されている。このような地



キャラクターぬいぐるみ

ボールペン

消しゴム

方のキャラクター商品販売は韓国初で、谷城の妖術ランドのオープンとともに販売される予定で、今後国内旅行が増えることを考えると収入になることを期待している¹²。

● 済州のドッケビ公園

その他、済州大学産業デザイン学部の イ・ギフ (이기후) 教授と学生たちが製作に参加したドッケビ公園 (済州特別自治道) も観光地のテーマパークとして創られたが、入場客は多くなく、多くの地域活性化プロジェクトがそうであるように最初は国家あるいは地域団体の支援を得て多様な企画が行われていたが、現在は劇場や体験プログラムや公演は中止になっている。公演自体は約 2000 個のドッケビ造形物がある中規模のもので、このテーマパークのための特定のキャラクターは存在しない。形にこだわらず不思議な世界を作っている。



済州のドッケビ公園

3. ご当地キャラクターとしてのドッケビ

フェスティバルにキャラクターを活用する努力も 2010 年以降に見られる傾向で、日本と比べるとキャラ

クターへの関心と需要が確実に異なる。もちろん、韓国でご当地キャラクターが無い訳ではない。市、道、郡のイメージ・キャラクターだけでも、一つ二つではない。特産品や観光名所などをモチーフにして、それぞれ作られている。しかし、有効活用されている例は少ない。長水ドッケビ博物館がある長水にも特産品であるリンゴの「サグア (リンゴ) ラン」、韓牛の「ハンウ (韓牛) ラン」キャラクターもあり、朝鮮時代の国のために命を捨て敵の日本の将軍と一緒に河に投身したと伝わる「論介 (ノンゲ, 논개)」のキャラクターもある。ドッケビランド建設中の谷城も特産のメロンをキャラクターにした「ロニー (로니)」、使わなくなった線路を利用したレイル・バイクと観光用の蒸気機関車観光の事業があるために自動車キャラクター、害虫駆除に天敵を使った農業が行われている特徴を活かしてつくった天敵記念館のマスコットである「ラッコ」のキャラクター、目の見えない親のため海に身を投げた「沈清」のキャラクターなどがあるが、実際にはあまり活用されていない状況である。

「地方自治団体がキャラクターを無分別に創りだしていることについては、地域特徴を活かしたいという意図にもかかわらず広告効果があまり見られないという批判が多い。公共デザインの専門性を持っている部署が担当すべきであるが、大体の自治団体では関連の無い部署が担当している例も少なくない。¹³⁾」

そのなかで、大邱の玄風百年ドッケビ市場、山清の漢方薬草祭り、旌善画岩窟はご当地キャラクターとしてドッケビが使われている地域である。特に大邱玄風市場、山清薬剤市場は小規模で行われる地域祭りのようなものだが、キャラクターを創り地族的に活用していこうとする試みが見られる。特に地方で行われる行事ではキャラクターを創っても活用があまり持続的には行われる例が少なかったために非常に興味深い点でもある。

●「ヒョンイ」と「プンイ」

しかし、実際に商品として制作された例はほとんどなく、広告用としてホームページのパンフレットが制作されているに留まる。2012年、「文化観光形市場」をつくるという政策で、食べもの、見るもの、楽しむもの3つが共存される「大邱玄風百年ドッケビ市場(현풍 백년 도깨비 시장)」を企画した。ここには「悩みを食べてくれるドッケビが住んでいる」という設定でキャラクターや物語を創り、漢方薬剤を売っている市場に結びつけた。キャラクターの名前は「ヒョンイ(현이)」と「プンイ(퐁이)」といい市場の名前に由来する¹⁴⁾。「ヒョンイ」と「プンイ」の物語は絵本として制作され、ホームページに公開されている。合唱、民俗楽団、踊りのドッケビ芸術団を創り支援して発表会などを設けて商人会のイベントにしているなど、キャラクターを積極的に使っている。

●「ヤケビ」と「ビョンケビ」

慶南山清の漢方薬草市場で行われる小規模のこの祭りは、朝鮮時代の有名な名医許浚の故郷でもあり、許浚が医術を広めた場として毎年追悼祭が開かれる場所でもある。追悼祭は漢方薬剤市場で行われるが、ここでのご当地キャラクターは治療するための薬草をイメージした「ヤ(薬)ケビ(약깨비)」と病気を移す鉄槌を持っている「ビョン(病)ケビ(병깨비)」である¹⁵⁾。



「ヒョンイ」と「プンイ」



「ヤケビ」と「ビョンケビ」



「クムケビ」と「ウンケビ」

● 「クムケビ」と「ウンケビ」

旌善画岩窟は衰退した鉱山街を観光に利用した例である。石灰石と金鉱石で作られた洞窟で、「クム（金）ケビ（금깨비）」、「ウン（銀）ケビ（은깨비）」のキャラクターを利用、洞窟のなかには金銀宝石を集めるドッケビの生活を鉱夫の生活として物語のように展示し、共に旌善の特産品と食べものなど紹介している¹⁶⁾。1803メートルの展示で約一時間から一時間半がかかるコースである。洞窟から外に出ると「クムケビ」と「ウンケビ」が入口や公園にも設置されて写真を撮るのに人気のある場所となっている。

実際ドッケビキャラクターデザインコンペティションは国家主導でも自治団体主導でも数回行われた。そのコンペで受賞したものはドッケビキャラクターと以上で確認したこのようなご当地キャラクターは異なる特徴が見られる。以下のように韓国文化振興院が作って運営している「ドッケビ」サイトのメインキャラクター「キム・ソバンドッケビ（김서방 도깨비）」は普通の男の人で間抜けな印象、木の棒を持っている。角は見当たらないが、朝鮮時代の成人男子の髪型であるサントゥをしている。以後その他の会社で開発した「キム・ソバンドッケビ」もある。他にもドッケビの新しい視覚イメージの創作に力を入れる努力はゲーム、アニメなどのキャラクターのためにも進められている。しかし、ご当地キャラクターに現れるドッケビは一貫して典型的なオニのイメージを守っている。



Neograph 「キム・ソバンドッケビ」



Boians 「キム・ソバンドッケビ」



Hangame 『鬼魂』

III まとめ

地域活性化のための産業振興は今一番注目されている課題でもある。国家政策としても地方の仕事を増やし、観光で地方に国内観光の需要が急速に増えている。地域活性化事業は文化政策の一環として、現在韓国では地域特産、有名な自然景観、地方に伝わる伝説の主人公などを素材としたキャラクターを探して活用する企画が行われている。特に、ドッケビの視覚化が官民間問わず、全国的に進んでいる。説話がある村は説話を基に、伝統芸能が残っている地域は伝統芸能を基にしてドッケビ・キャラクターを作って、地域活性化に活用しようとしている。本

研究ではドッケビをテーマとしているフェスティバル、テーマパーク、ご当地キャラクターへの活用を中心に検討してみた。

フェスティバルの例をみると多くの地域活性化政策が中央政府や自治団体が施設を造成し、官が運営する、官主導で行われたが地域住民の生活と密着できず、持続する例が少なかった。地域密着型で住民の参加が多い方が長く続けられている。学者や専門家参加でより良い観光コンテンツを作ろうとする努力は大事であるが、ドッケビの真正性、ドッケビ伝説の叙事性にこだわると内容が繰り返されるだけで飽きてしまい、持続できなくなる場合もある。ドッケビをテーマにしているがドッケビやドッケビ叙事を説明することから離れて考える必要もあると思われる。また、テーマパークでも以前のドッケビのイメージやドッケビ叙事の真正性にこだわらない、娯楽の素材として使われる方向に変わりつつある。

韓国ではキャラクターの活用がまだ十分でない点もあるが、一般的にドッケビを一つのキャラクターに統一してしまうことにも違和感を感じているようにもみえる。ご当地キャラクターが地域を象徴する表象として作られる際に、すでに知られているドッケビの記表と記意に結束力があるため、一般に受け入れられる新しいものが作れるかどうかは難しい。特にドッケビは韓国を象徴するものとして取り上げたり、その膨大な記意を単純化して一つの表象に固定したりするというのはとても困難なことであろう。しかし、このような悩み、批難がありながらも、現在実際に使われているご当地キャラクターは、観光客にとっては親近感があり、すぐ何を表しているのが分かる、一番良く知られているイメージである典型的なオニのイメージが多い。そのイメージは今まで見た通りにオニと同様、角があり、虎の皮（あるいはヒョウ柄）を巻き、多くの割合で棒をもっている。

なかなか活用に繋がらないにも関わらず 10年間の自治団体の観光政策においてマスコット・キャラクター作りが定番になって多く作られてきたのは、韓国の地域活性化モデルとして日本の例を参考にすることが多いという側面がある。しかし、日本と韓国はキャラクター文化が違うために日本のような成果を期待するのは難しい現状でもある。現在のキャラクターを使う観光宣伝戦略は表面的な模倣に留まっているようにも見える。ご当地キャラクターを活用する文化は活用が広告以外の商品化とはまだ繋がっておらず、全国的に行われて 10年以上経っているにも関わらずまだ定着していない。今回の調査を通して、フェスティバルも、テーマパークもご当地キャラクターにおいても真正性にこだわると一般受けできないということが分かった。キャラクターに触れる機会を増やす努力、例えば、一時的なフェスティバルの記念品以外にも、持続的に商品、普段のイベントに使うことなど、キャラクターを大切な文化コンテンツであると語るだけでなく、マーケットで本当に流通されるようにする商業システムの変換も必要である。

文化コンテンツ産業として多様なキャラクターがマンガやアニメを通して商品化され、注目

されており、今後もその需要は高まると思われる。特に最近の子供たちは多くの日本のアニメやキャラクターに接しているため、今後のキャラクターへの認識と関心は異なる方向に展開していくと思われる。今後の研究において、観光・地域振興におけるキャラクター利用については日本が時間的・量的に先行しているという認識の下で、日本における成功事例・失敗事例から韓国が学び取るべき教訓・課題を明らかにしていきたい。

- 1) 令監ノリは庭に祭事床を用意して深夜行われる。豚の頭、キビ餅、焼酎などを置き札を上げる。キセルを持って
- 2) いる令監ノリが入器物から生まれるアとハを煮る。着拜氣の韓国ノリ(蒙で編母た敷物)の器物を分類し儀式を行な金
養儀令監ノリ面や使ケだ道具本の槽喪機や『妖怪玄海の送統と創造』(せりか書房、2013) 347-348
- 3) 忠北日報、2008. 9.22
- 4) 長安山ドッケビフェスティバルホームページ
(<http://www.chookje.com/detail/main.asp?idx=614>)
- 5) 村の守りとして村外れに立てる男女一体の木像や石像。
- 6) 이로운「당신의 멘토를 소개합니다-문화 기획자 인터뷰: 이경희」就職ポータルサイト『saramIn』(2013.12.11)
2014.9.3 最後確認
(https://www.saramin.co.kr/zf_user/career-information/mentor-view?doc_idx=12423&page=2&keyword=&jikjong_bcode=)
- 7) 金相一「鼻刑浪説話」『도깨비』(三中堂、1967) 143
- 8) 姜恩海「豆豆里(木郎)再考; 도깨비의 명칭 分化와 관련하여」『韓國學論集』16、1989、7
- 9) 蔚山毎日新聞 2013.5.8
- 10) 古記云 昔有桓因 謂帝釋也 庶子桓雄 數意天下 貪求人世 父知子意 下視三危太伯 可以弘益人間 乃授天符印三
簡 遣往理之 雄率徒三千 降於太伯山頂 即太伯今妙香山 神壇樹下 謂之神市 是謂桓雄天王也 將風伯雨師雲師 而
主穀主命主病主刑主善惡 凡主人間三百六十餘事 在世理化 時有一熊 一虎 同穴而居 常祈于神雄『三國遺事』
- 11) 朝鮮開國功臣である馬天牧將軍は子供の時谷城の川の辺に住んでいた。ある日病気のお母さんのために魚を釣りに川に出て青く光る不思議な石を拾い家に戻った。その夜、ドッケビが夢に出てその石はドッケビ大将で返してほしいと言った。馬天牧は川に魚が良くつれる場所を作ってくると返してあげると約束した。次の日川に行ってみると魚梁ができていた。
- 12) 이용규「도깨비 캐릭터, 곡성발전 ‘요술방망이’ 되나」『전남일보』(2014.1.1)
- 13) 김성수「전남 지자체 CI 있으나 마나」『전남일보』(2013.5.8)
- 14) 현풍 백년 도깨비 시장 홈페이지 (<http://www.hyunpungdokaebi.com/story/character.asp>)
- 15) 산청 한방 약초 축제 (http://www.scherb.or.kr/sub/01_06.asp)
- 16) 정선 시설 관리공단 (http://www.jsimc.or.kr/sub/sub05_2_go3.asp)