（公財）国際宗教研究所　宗教情報リサーチセンター

「ラーク便り」　小特集

→他の論文・研究ノート・小特集のバックナンバーは**こちら**をご覧下さい。

＊印刷してご利用の際は 2 頁目以降を印刷して下さい。

小特集③

アマビエブーム

はじめに

新型コロナウイルスが猛威を振るう中、江戸時代に疫病封じをすると信じられてきた半人半魚の妖怪「アマビエ」が注目を集めた。アマビエは未来の作物の出来や流行病の予測を告げる「予言獣」として、江戸時代の弘化3（1846）年、肥後国（熊本県）の海中に現れたといわれている。京都大付属図書館に所蔵されている摺り物がアマビエの存在を示す唯一の歴史的資料で、つぶらな瞳に鳥のようなくちばし、長い髪の毛、うろこに覆われた胴体が特徴的で、「もし疫病が流行したら、私の姿を描いた絵を人々に見せよ」と告げたとされている。

こうした愛らしい姿と疫病退散の伝承が相まってSNSでは、2月末頃からアマビエのイラストが拡散され、新型コロナウイルスの騒動を乗り切ろうとする「アマビエ祭り」「アマビエチャレンジ」が大きな話題を呼んだ。ツイッターでは2月末、「疫病退散」「コロナが早く収束しますよーに」といった言葉と共に、自作イラストを投稿する人が増えた。3月17日には、水木プロダクションが「ゲゲゲの鬼太郎」の作者・水木しげる氏のアマビエの原画をツイッターに投稿したところ、12万件以上のリツイート、24万8千件以上の「いいね」がついた（北海道・札幌・夕4/4、東京・東京5/21）。こうしたSNSでの盛り上がりがきっかけとなり、厚生労働省のコロナウイルス感染防止啓発キャラクターにアマビエが起用されたり、全国各地の企業や寺社ではアマビエを用いた商品や「疫病封じ」のお札や御朱印が製作されたりしている（読売・東京・夕5/16）。以下では4月から6月までに新聞各紙で報じられた、アマビエ関連の記事を①「アマビエグッズの商戦化」、②「寺社仏閣によるアマビエの活用」、③「第二のアマビエの登場」、④「アマビエブームの背景にあるもの」の4つに整理する。

1. アマビエグッズの商戦化

アマビエをモチーフにした商品は、作家や企業によって製作されており、それらはSNSを介して人気商品となるケースが多い。とりわけ、食品業界では全国の和菓子店がアマビエを模した和菓子を製作しSNSに投稿する「アマビエチャレンジ」が広まっている（山形・山形4/17）。横浜市の「磯子風月堂」では、練り切りでアマビエを作製しその写真をツイッターに投稿したところ、一晩で約1万件のリツイートがつき、通販サイトでは2時間で300個の注文が来たという（朝日・東京・夕4/9）。愛知県半田市の老舗和菓子店・丸初製菓本舗では、4月12日にアマビエを模した生菓子を販売したところ、発売早々に写真がSNSで拡散され、各地から問い合わせが殺到しその日のうちに完売となった（中日・知多4/17）。水戸市にある「阿さ川製菓」では、人気商品のどら焼きとまんじゅうにアマビエのイラスト焼き印を入れ販売したところ、5月の1ヶ月間でそれぞれ1万個以上が売れたという（毎日・山梨6/27）。このほかアマビエは、金太郎飴やラテアートのデザインや日本酒や弁当といった商品のラベルなど数多くの食品に用いられている（河北新報・仙台6/26ほか）。

アマビエは食品のみならず、南部鉄器や博多人形などの伝統工芸品にも活用されている（毎日・福岡4/21ほか）。南部鉄器工房の「及富」では、新型コロナウイルスの影響でインバウン

ド向けの商品の受注が落ち込むなか、南部鉄器によるアマビエ像を製作。SNSに製作過程を投稿すると、反響を呼び商品化を決定した。注文は5千件を超えたという（毎日・岩手4/23）。そのほかアマビエは、チェーンソーアートなどの芸術作品、キーホルダー、ブローチ、缶バッチといった装飾品にも用いられた。トロフィーやメダルの製作を手がける「東京トロフィー」がアマビエを彫った木札の販売を始めたところ、2ヶ月で400個以上を売り上げた（毎日・東京6/4）。

2. 寺社仏閣によるアマビエの活用

企業がアマビエを用いた商品を次々に開発しSNS上で話題となる中、寺社仏閣ではアマビエをモチーフにした御朱印やお札が登場した。

長野県松本市の護国神社では、同神社の公式インスタグラム（写真共有アプリ）のフォロワーから提案を受けてアマビエをあしらった御朱印を製作。スタイリッシュでカラフルなアマビエがSNS上で話題を呼び、全国からの申し込みは4月以降、約700件に上ったという（市民タイムス・松本5/23）。香川県丸亀市の春日神社のアマビエ御朱印は、授与開始から2週間で全国から約150件の申し込みがあった（毎日・香川6/26）。宇都宮市にある正光寺（天台宗）では、疫病神を退散させた「角大師」と地元の病気よけのシンボル「黄ぶな」とアマビエを描いたお守り札を製作。インターネットで受け付けを行ったところ、全国から約100件の申し込みがあった（毎日・東京5/26）。

また、アマビエそのものを対象にした法要や奉納行事も営まれた。アマビエゆかりの地・熊本市では、地元の仏壇店がアマビエを本尊にした仏壇を製作し、同市にある寺院で開眼法要が営まれた（毎日・南九州統合5/6）。富山県高岡市の高岡関野神社ではアマビエが描かれたオリジナルのお守りの入魂式が開かれた（北日本・富山6/26）。そのほか、各地の寺院や神社ではアマビエ曼荼羅の奉納、アマビエの塗り絵の配布といった独自の取り組みも行われている（富山・富山4/21、大分合同・大分5/21）。

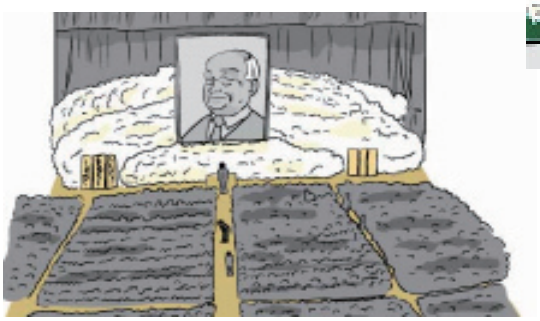
3. 第二のアマビエの登場

このようにアマビエが様々な業界で取り上げられ、全国的なトレンドとなる中、「クタベ」や「ヨゲンノトリ」といった疫病除けの妖怪にも注目が集まり、第二のアマビエとして期待する動きもみられた。富山県高岡市の郵便局は、疫病を退散させると伝わる立山の霊獣「クタベ」が描かれた護符を利用者に配布している（北日本・富山6/9）。岩手県西和賀町の「ユキノチカラプロジェクト協議会」では、同町の伝統的な疫病除けの行事「人形送り」の人形をモチーフにしたポストカードを1万枚作製した。ポストカードは、ふるさと納税で寄付した人などを対象に返礼品と一緒に同封する（岩手・一関6/13）。山梨県立博物館は、幕末にコレラの流行を予言したとされる「ヨゲンノトリ」をSNSで紹介したところ1万3千件以上の「いいね」がつき、100件を超える関連商品が販売されているという（毎日・山梨6/27）。その他、新聞各紙では「アマビコ」「件（くだん）」「神社姫」といった魔除け妖怪も紹介された（朝日・東京6/6ほか）。なお京都大付属図書館が所蔵するアマビエの唯一の摺り物が、兵庫県歴史博物館（姫路市）の特別展「驚異と怪異－モンスターたちは告げる」で展示されることになったが、今回の人気を受け混雑を警戒し予定より広い場所でお披露目された（神戸・神戸6/11）。

4. アマビエブームの背景にあるもの

最後に今回のアマビエブームに関するアンケート調査と、アマビエブームの背景にある疫病と信仰の関わりについて触れておく。JTB総合研究所が15～79歳から無作為抽出した3千人を対象に行った「アマビエに関する調査」では、「効力を期待しないが、人が少しでも明るい気持ちになればよい」が22.4%、「少しでも効力があればよい」が13.5%と合計35.9%を数えた。一方「非論理的なものがはやるのはよくない」と回答した否定派は28%と、ブーム肯定派が否定派を上回る結果となった（長崎・長崎4/30）。

このようなアマビエブームの要因について、水木しげる氏の長女で水木プロダクション代表の原口尚子氏は、「アマビエの出現が伝えられた江戸時代よりも科学技術ははるかに進んだかに見えますが、有効なワクチンができていない現状では、現代人は同じ立場に立たされている」と話す（東京・東京5/21）。

国際日本文化研究センター名誉教授の小松和彦氏は、日本人の疫病と信仰の観点から分析している。同氏は、幕末の麻疹流行の際には「はしか絵」という擬人化された麻疹を退治する様子などを記した錦絵が多く出版されたり、明治時代のコレラの世界的流行の際には「コレラ絵」が出回ったりするなど、日本人は古くから治療法のない疫病を造形・絵画化してきたという。そして今回のアマビエブームも幕末の伝承を「疫病除けの絵」として再発見しようとしたものであるが、疫病除けの効果よりもコロナウイルスの恐怖を和らげたいという心情の表れだと分析している（東京・東京・夕4/8）。

［文責：福井敬］