

「夜」に対する人間の恐怖と好奇心

—日本における心霊スポットとゴーストツーリズムの事例—

矢ヶ崎太洋・上原 明

首都大学東京都市環境学部

夜は人間の開放感と恐怖の入り混じる時間帯であり、その恐怖は幽霊や妖怪を生み出し、現代でも都市伝説やオカルトという形で存続する。その一方で、これらの都市伝説やオカルトは好奇心の対象として消費されており、ゴーストツアーという形態で顕在化している。本研究は、心霊スポットおよび心霊ツアーを対象に、夜の場所に対する人間の恐怖と、その恐怖に対する好奇心を動機としたツーリズムを分析することで、人間が感じる恐怖と場所との関係性について考察した。心霊スポットは、場所の特性を反映して、恐怖の対象が異なり、その差異は怪談に現れる。日本におけるゴーストツーリズムは、実施企業にとって宣伝・広告の意味を持ち、倫理的な配慮がなされる。心霊スポットの分布と心霊ツアーのコースは一致せず、ツアーでは主に郊外の心霊スポットを消費している。

キーワード：心霊スポット、ゴーストツーリズム、恐怖、好奇心

I はじめに

人間社会における「夜」を対象とした研究、いわゆるナイトライフ研究が地理学や社会学で提起され、夜の経済・文化的な活動について研究が進められている。Liempt et al. (2015)によると、夜間における人間活動の特徴は、暗闇が地域を覆うことにより、日中に営まれていた人間活動が休止し、それによって生じる社会規範の弱体化である。その一方で、照明の発明と普及は夜間における暗闇を取り払い、夜間における人間活動の拡大に貢献した。ナイトライフ研究や夜を対象とした地理学研究は、社会規範から逸脱した夜の娯楽や親交の場を提供する歓楽街に関する研究と、夜間に活発化する犯罪や反社会的な活動に関する研究の2つに分類することができる。いずれも夜の暗闇における人間の解放感や恐怖という背反する感情が背景にあり、ナイトライフではこれらの感情を伴いながら、昼間の社会規範が弱体化した夜間の地域、つまり非日常的な空間を消費しているといえる。本研究は暗闇に対する恐怖に着目しつ

つ、人間社会における夜という非日常空間の消費についてアプローチする。

人間社会や個人は何に対して恐怖を感じるのだろうか。トゥアン (1991) は、人間社会や個人が恐怖を感じる対象として、飢餓、悪魔、死病、魔女、亡霊、公害、刑罰などに言及しており、暗闇は死などと同様に、いずれの文化圏でも恐怖の対象であった。トゥアンは、恐怖を感じる対象は人間の想像力の産物であり、いつの時代においても全ての対象に恐怖が宿る可能性があることを指摘した。小口 (2002) は、日本人の好まれない空間、つまり、嫌悪や恐怖を感じる場所であるという主観的な評価を受けた場所を対象として、実証的な研究を試みた。小口は好まれない空間という評価が下された場所を、生物的 (死、病気、不快感など)、社会的 (犯罪、非行など)、歴史的 (過去の事件、事故など)、空間的 (辺境、過疎など) という4つに類型化し、主に生物的、社会的に好まれない場所、すなわち罪、凶兆、邪霊、危険性、不快感、他界に関する場所について検討を行った。好まれないと評価された場所であっても、相

対的な価値観の差異，例えば，個人による価値観の差異，時間の経過に伴う価値観の変化，地域的な価値観の差異によって，場所の持つ意味は異なる。恐怖はあくまでも個人の感情や認識，つまり主観的な解釈によるものであり，恐怖や不快感などが意味づけられた場所は類型化できるものの，時代や文化を反映して，若干の違いが生じることがわかる。

日本人の恐怖と想像力が顕在化した事象として，民俗学を中心として研究が進められた幽霊や妖怪があげられる。民俗学は，妖怪や幽霊の研究を通して，日本人の文化や習俗の背景にある人間の精神性を探求することを目的としており，幽霊や妖怪などの超常現象は人間社会の文化が投影された結果とされる（小松，2001）。小松によると，幽霊と妖怪の出現する時間帯は異なり，幽霊は夜中に，妖怪は宵と暁の薄明に出現する傾向にある。これは夜に対する恐怖の表象といえる。民間伝承としての幽霊や妖怪には集落の共通認識が反映されるため，集落ごとにこれらの出現に差異が生じる。佐々木（1992）は徳島県の首切れ馬（「クビナシウマ」と呼ばれる場合もある）の伝説を対象に，集落ごとの伝承の差異や徘徊ルートを検証した。集落ごとに共有されるメンタルマップを反映して，その伝承や徘徊ルートは異なっていた。佐々木（2009）によると，伝承や怪談にはその時代の社会状況が隠喩として含まれ，その表象として，集落間の境界，集落と未開地との境界，時代の裂け目としての廃墟などがあげられる。実際，妖怪や幽霊の出現には場所性が影響すると指摘され，それらは道路の交差点，橋，坂などの境界で多く出現する（宮田，2001）。夜間に現れる幽霊や妖怪は，社会で共有された価値観と，個人の恐怖，不快感，不思議などの感覚が複雑に寄与して形成されるもので，現代に至るまで怪談や伝承という形で残存する。

現代の日本では，伝統的な幽霊や妖怪を感じることでできる環境が失われたとされる一方で，怪異は学校の怪談や都市伝説など，異なる形で残存する（宮田，2001）。例えば，夜間の学校は子どもにとって恐怖や不思議を感じる空間であり，学校の怪談ブームという形で顕在化した。高橋（2000）によると，学校の怪談の多くは，1980年代後半の学校の怪談ブームのきっかけとなった常光（1990）の著作『学校の怪談』の影響を受けている。子どもが学校で恐怖を感じる場所やモノは，トイレ，教室，音楽室などに集中しており，視覚や聴覚などの感覚でその恐怖を感じるという。また，階段，廊下，校門，交差点など，境界を意味する場所に関する怪談も多かった。

学校の怪談に限らず現代の日本社会では，超常現象，心霊現象，不思議現象などの超自然的な現象は「オカルト」と総称されて，今なお存在している。大学生による不思議現象（超常現象など）の信奉と態度に関する小城ほか（2008）の研究によると，不思議現象に対する懐疑と信奉が共存する集団，それらに肯定的な集団と懐疑的な集団，そしてそれらを娯楽として楽しむ集団に分かれた。娯楽として楽しむ集団は，現代に存続する怪談や都市伝説を理解する上で重要な意味を持つ。

都市伝説や学校の怪談は，子ども向けの絵本，雑誌，書籍，アニメ，映画などの題材として，娯楽化することによって残されてきた（佐々木，2009）。日本の伝統的な遊びである肝試しや百物語も，幽霊や怪談に関する娯楽の一例である。イギリスやアメリカでは，怪談や都市伝説を娯楽の対象として消費する産業としてゴーストツーリズム（Ghost Tourism）が成立しており，ツーリズムの分野で研究が進展した。

Hanks（2015）はゴーストツーリズムの形態として，①ガイドの怪談を交えながら街の歴史地区を徒歩で回る幽霊ツアー（Ghost walking），

②テレビ局や企業による商業的な目的のための幽霊屋敷での捜索や宿泊 (Commercial ghost hunts), ③非営利な組織による幽霊屋敷での捜索や宿泊 (Non-profit ghost hunts and paranormal investigations) の3つに分類した。いずれの形態においても、ゴーストツーリズムを通して、ツアーの参加者やテレビの視聴者はイギリスの文化を消費する。スコットランドではゴーストツーリズムは主要な観光産業の一つであり、観光客は地域の風景や歴史への解釈を通して、ハイランドやケルトの神秘性を消費する (Inglis and Holmes, 2003)。

ゴーストツーリズムは、幽霊や怪談を通して、地域の文化や精神性を消費する側面が存在する一方で、参加者が不気味なものに対して抱く解放感と好奇心によって規定される (Holloway, 2010)。アメリカのゲティスバーグの事例では、ゴーストツアーのガイドが怪談を語って雰囲気構築することで、参加者は幽霊の存在をより身近に感じ、その感覚や雰囲気を消費する (Thompson, 2010)。その一方で、ゴーストツーリズムは死、戦争、恐怖、超常現象などを題材としたダークツーリズムに分類され、そのため倫理的な配慮と商業化による利益とのバランスが求められる (Garcia, 2012)。

ゴーストツーリズムは「夜」という非日常的な空間を消費するツーリズムであるが、幽霊は非物質的であり、観光客の感覚や想像力に大きく依存する。従って、ゴーストツーリズムは、アー・ラスン (2014) の「観光のまなざし」が最大限に発揮されたツーリズムの形態であるといえる。

以上のナイトライフ研究、民俗学や地理学における幽霊・妖怪の研究、ゴーストツーリズムの研究をまとめてみよう。夜という時間帯は、都市を解放感と恐怖の入り混じる非日常的な空間へと変貌させる。人間は自己の抱いた恐怖や不快感を幽

霊や妖怪などの形で表象化するが、その形態や怪談には文化の影響が認められる。科学技術が発展し、都市化によって幽霊や妖怪を感じる場所が消失しつつある現代においても、都市伝説やオカルトなどといった形で、人間の恐怖や不快感などの感覚に依拠する表象が残存する。心霊現象や心霊スポットは、ゴーストツーリズムという形で娯楽として消費されており、それは恐怖に対する好奇心が人の行動として顕在化した事例である。ゴーストツーリズムは文化地理学の分野のみならず、ツーリズムの分野においても重要な研究対象である。

本研究の目的は、心霊スポットおよび心霊ツアーを対象に、夜の場所に対する人間の恐怖と、その恐怖に対する好奇心を動機としたツーリズムを分析することで、人間が感じる恐怖と場所との関係性について考察することである。心霊現象に類似した用語は、研究分野や著者によって異なるが、本稿では、物質的に存在しえない超常現象を「心霊現象」、それに関連する場所を「心霊スポット」とする。なお、本研究では、心霊現象の有無については議論しない。

心霊スポットは人間が恐怖を感じる場所であり、それ自体はゴーストツーリズムの潜在的な資源であるものの、ゴーストツーリズムによって実際に消費されるとは限らない。つまり、人間の恐怖に対する好奇心とゴーストツーリズムを捉えるためには、ゴーストツーリズムの対象となって実際に消費される地域やその企画を検討すべきである。従って、夜における人間の恐怖と場所との関係性を考察するにあたり、心霊スポットの分布と怪談の関係性 (Ⅱ) および心霊ツアー (ゴーストツアー) の具体例 (Ⅲ) について分析を進める。

Ⅱの心霊スポットの分布の特徴と怪談の分析では、インターネット上でアクセス可能な心霊スポットのデータベースを利用して、テキストマイ

ニングとGISによる計量的な分析を試みる。民俗学などでは、妖怪や幽霊に関する文脈が重視されたことや、資料や調査対象者の数量的な制約によって、聞き取り調査が中心であった。一方で、現代の都市伝説やオカルトは、インターネットの普及によって容易に拡散するとともに保存されるようになった。そのため、心霊スポットのデータは膨大であり、計量的アプローチはそれらを分析し法則性を導くために適した手法である。

Ⅲの心霊スポットを巡るツアーの具体例では、関東地方で毎年の夏季に実施される「心霊スポット巡礼ツアー」を企画したS社への聞き取り調査を2019年5月に実施し、その企画の経緯や行程について考察する。聞き取り調査では、S社の概要、心霊ツアーを企画した経緯と概要、参加者の特性などについて質問した。ただし、コースや怪談に関する詳細な情報や参加者の個票については、企業秘密および個人情報保護のため、取得できなかった。そのため、本研究では心霊ツアーの概要や企画のみを考察した。ただ、日本では心霊ツアーに関する研究が少ないため、これは貴重な事例である。

Ⅱ 心霊スポットの分布の特徴と怪談

心霊スポットとは「心霊現象が発生する場所」であるが、明確な定義はない。ただ、不特定の人間が恐怖を感じたり、心霊現象を経験した場所が心霊スポットである。そして、恐怖や心霊現象の経験が噂話やインターネット上での書き込みを介して伝達・共有され、人間社会に怪談として伝承される。つまり、心霊スポットは人間が恐怖を感じる場所や、場所に関する怪談によって成立するため、その種類は多様であり、あらゆる場所が心霊スポットとなる可能性を有する。心霊スポットは人間もしくは社会によって、恐怖という意味づけがされた場所であるが、時代を反映して新たに

創造される一方で、人間や社会から忘れ去られることによって消滅する。つまり、心霊スポットは揺らぎや変移に特徴付けられることに留意する必要がある。本章では、心霊スポットの分布や怪談を分析することにより、心霊スポットの特徴や、それを規定する条件を明らかにする。

1. 使用するデータの概要と分析方法

心霊スポットの把握には様々な課題が存在する。例えば、鈴木・于(2019)は富山県の心霊スポットの分布の変化を分析するにあたり、1914年に高岡新報社が連載した「越中怪談」に関係記事を加えた『越中怪談紀行』(高岡新報, 2015)と、インターネット上で収集した心霊スポット情報を比較した。心霊スポットは人間社会に広がる噂に過ぎない、揺らぎのある場所であるため、心霊スポットの収集の難しさ、判断基準の不統一性、情報の真正性などの問題を抱える。

そこで本研究では、心霊スポットの公開度と情報の統一性を考慮し、インターネットで閲覧可能な「全国心霊マップ」を分析の対象とする。このサイトは怪談や心霊スポットの情報を投稿形式で収集・掲載しており、心霊スポットの場所(緯度経度情報)、分類、怪談(場所の詳細)などを紹介する。このデータは投稿形式によるため、真偽不明の情報、無関係な場所の存在、投稿者の偏り、人口の偏在などの影響が懸念される。ただ、心霊スポットはそもそも揺らぎや不確実性を伴う場所であり、インターネットで公開されている時点で心霊スポットとしての性格を持つという前提で分析を進める。

心霊スポットを分析するにあたり、日本国内で場所が特定できた1,862件の心霊スポット(2019年5月30日に取得)を対象に、テキストマイニングを行った。テキストマイニングは文章という定性的な記述データを定量的に分析する技法であ

り、本研究で扱うようなインターネット上の膨大なテキストデータを分析するために有効である(松村・三浦, 2009)。テキストマイニングによって抽出された位置情報や怪談を分析することで、心霊スポットの分類、分布の傾向、怪談の特徴などを明らかにすることができる。なお、テキストマイニングではTiny Text Miner 0.83を、空間分析ではArcGIS 10.6を、怪談の内容分析にはR 3.6.1を使用した。

2. 心霊スポットの分類と分布の特徴

「全国心霊マップ」では、心霊スポットがトンネル、廃墟、墓地、山・森、病院、海、川・湖、橋、学校、神社、公園、その他の12に分類されている。ただ、実際的心霊スポットの怪談と分類が一致しないものも存在する。そのため、場所の名称と怪談の内容から心霊スポットを検討し、川・滝、道・峠道、住居、商業施設、宿泊施設、遊園地、駅・踏切の分類を新たに加え、再分類した。元々の分類における「廃墟」は建物の状態であり、場所の分類としては問題を抱えるため、建物の利用形態である住居(戸建と集合住宅など)、宿泊施設(ホテルや旅館など)、商業施設(商店やデパートなど)、遊園地(お化け屋敷を含む)の4つに再分類した。元々の「川・湖」を水の動きを基準に、湖・池(ダムや沼を含む)と、川・滝に再分類し

た。元々の「山・森」や「その他」に含まれていた道・峠道、駅・踏切を抽出し分類を新設した。山・森に含まれる城跡や展望台を公園・城跡に、供養(慰霊)碑・塔や火葬場は墓地へ再分類した。山・森の分類については、広い面積を持ち、場所の特定の難しい心霊スポットが多く含まれるようにした。以上のように、心霊スポットを18に分類して分析を進める。

日本全国的心霊スポットの分類の割合(図1)をみると、トンネル(17%)や公園・城跡(12%)の心霊スポットが多いことがわかる。なお、住居、商業施設、宿泊施設、遊園地の多くは廃墟である。心霊スポットの都道府県別の分布(図2)をみると、東京都が161か所で最も心霊スポット数が多く、関東の1都3県(東京都、埼玉県、神奈川県、千葉県)の合計は491か所であり、全体の26.4%を占める。関東圏は人口も多く、心霊スポット数や報告数が多いと推察される。

次に、関東圏(1都3県)の心霊スポットの分布をみていこう。心霊スポットの空間的な偏在を示した図3をみると、心霊スポットは東京都23区(79か所)に最も集中し、次に八王子市東部と多摩市西部(79か所)にまたがる地域に集中することがわかる。東京都23区と多摩地区の心霊スポットの構成(図1)をみると、東京都23区は多摩地区と比べて、トンネルや山・森が少なく、宿

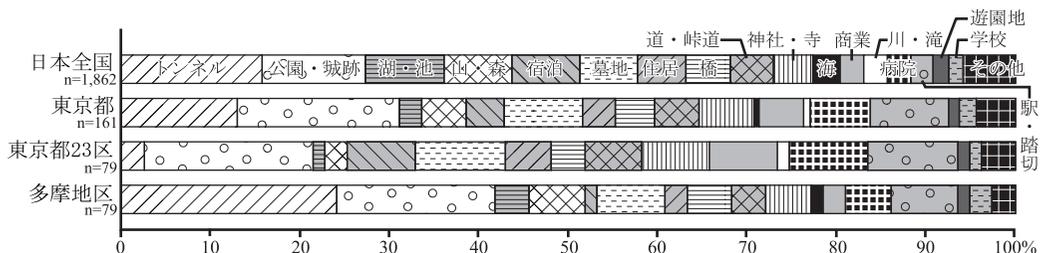


図1 日本全国と東京都の心霊スポットの分類と割合

東京都の心霊スポット3件は島嶼部に位置する。

(全国心霊マップより作成)

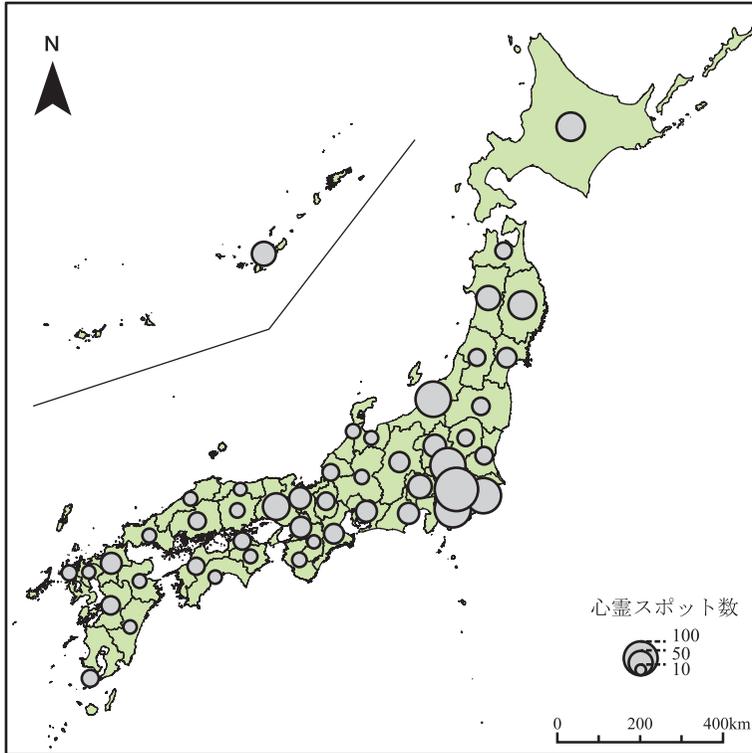


図2 都道府県別の心霊スポットの分布

心霊スポットの総数は1,862件である。

(全国心霊マップより作成)

泊施設、住居、商業施設、病院など、都市特有の心霊スポットが多いことがわかる。なお、東京都23区の建物に関する心霊スポットは、廃墟ではなく営業中のものが多い。

以上から、心霊スポットは空間的に偏在しており、都市地域では建物に、郊外地域ではトンネルや自然的事物に多く存在することがわかる。ただ、都市地域と郊外地域では人口規模や密度が異なり、心霊スポットも人口密度に対応している可能性がある。

3. テキストマイニングによる怪談の特徴

心霊スポットには、恐怖を感じる雰囲気や場所につながる怪談が存在する。心霊スポットにつ

わる怪談をテキストマイニングによってコレスポネンス分析し、心霊スポットの分類との対応関係を探ってみよう。

心霊スポットの分類と怪談が対応した表データを Tiny Text Miner で形態素解析を実施し、合計 56,239 語が分析の対象となった。その際に、幽霊、心霊、霊などの 21 語を同義語¹⁾として処理し、心霊スポットの分類に関する語句（森、山など）、代名詞（そこ、それなど）、語句の意味の特定が難しい名詞や形容詞（中、長いなど）、動詞を除外した。統計分析ソフトの R を用いたコレスポネンス分析では、心霊スポットにつながる怪談において出現率が 3% を超えた 42 語と、心霊スポットの 18 の分類との対応関係を探った。なお、今

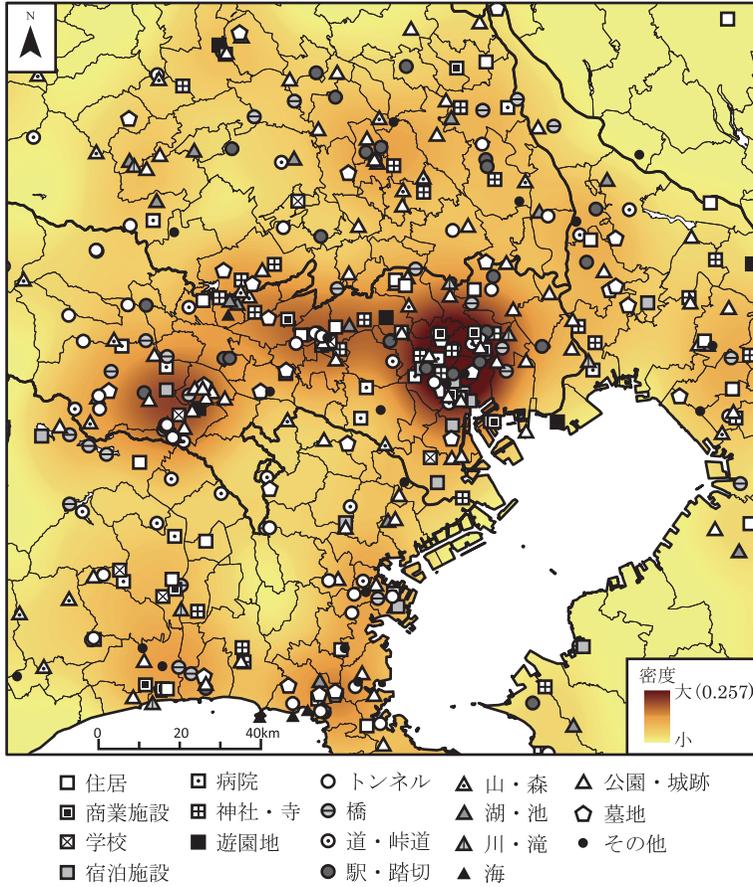


図3 関東圏の心霊スポットの分布と密度（カーネル密度）

心霊スポットは人間や社会が恐怖という意味づけした場所であり、発生と消滅を繰り返す揺らぎのあるデータであるため、カーネル密度で示す。なお、カーネル密度の算出にはArc GIS 10.6を使用した。

(全国心霊マップより作成)

回の分析における累積寄与率は77.59%であった。

コレスポネンス分析の結果である得点（表1）を示した散布図（図4）をみると、4つのグループ（A, B, C, D）に分けることができる。

Aは住居、宿泊施設、病院、遊園地、商業施設、学校が属するグループであり、廃墟の語句との関係性が強い。Aでは廃墟が恐怖の対象であることが推察できる。ただ、遊園地、学校、商業施設、病院への寄与率は相対的に低い傾向にあり、それらは現在も営業を続けていることがわかる。

Bは道・峠道、トンネル、墓地が属するグループである。道・峠道とトンネルの分類は老婆、車、事故の語句と関係性を持ち、交通事故が多発する場所が心霊スポットの成立に寄与し、怪談では老婆と一緒に語られることが多いようである。墓地の分類に関しては、処刑と慰霊碑の語句と関係性を持つ。実際、処刑場の跡地や処刑、慰霊碑が怪談の中心の内容であった。

Cは湖・池、海、公園・城跡、川・滝、橋が属するグループであり、自殺、遺体、発見、赤い、

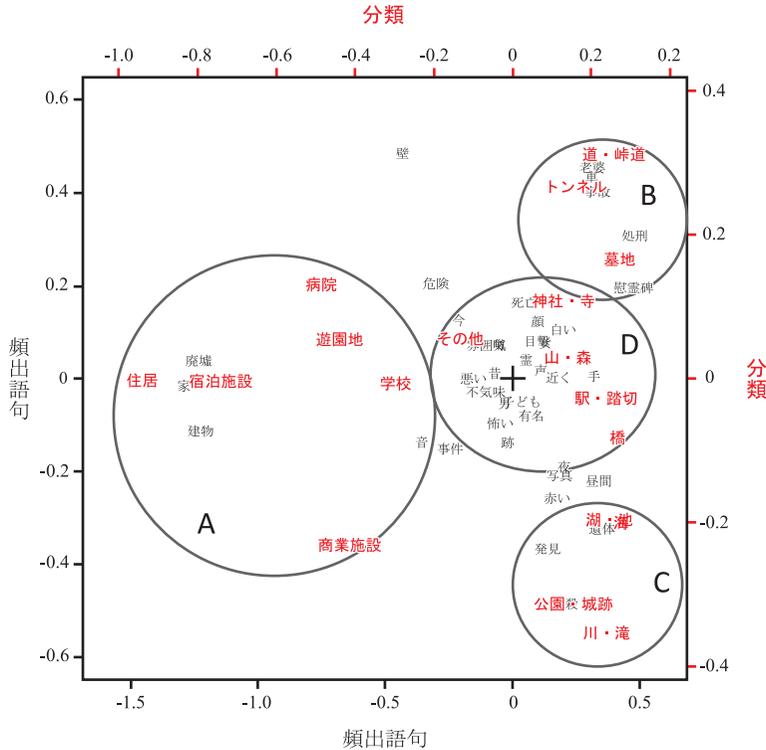


図4 心霊スポットの分類と怪談における語句の対応 (対応分析)

図中の十字は中心を示す。上部と右部の軸は心霊スポットの分類に、下部と左部の軸は頻出語句に対応する。分類はゴシック体(赤字)で、語句は明朝体(黒字)で示す。軸の数値は対応分析で得られた得点であり、近くに分布する分類や語句は同じ出現パターンを示す。

(全国心霊マップより作成)

写真、昼間、夜といった語句との関係性が強い。これらの場所では、自殺者や遺体が発見されることが多く、そのような話が心霊スポットの成立に寄与する。

Dは駅・踏切、山・森、神社・寺、その他が属するグループであり、死亡、顔、白い、女、手、目撃、多いといった語句と関係性が強い。これらの場所では、死者の表象としての白い女や手が目撃されることが多いようである。ただ、Dの得点は0に近く、心霊スポットの怪談では普遍的に使われる傾向があることがわかる。

得点が0に近い場所に位置する雰囲気、昔、悪

い、不気味、男、子ども、怖い、有名、跡、近く、声、霊などの語句は、心霊スポットにまつわる怪談で普遍的に使われる語句であることがわかる。特に、昔や跡など語句が位置することから、現在ではなく、過去の事象が心霊スポットの成立に普遍的に寄与することがわかる。

以上の4つの分類で明瞭なグループ分けができたのはAのみで、B、C、Dは得点の差異が小さく、Dと似通った傾向を持つことに留意したい。心霊スポットは、廃墟という非日常的な空間や、死に関係する場所の記憶によって規定されることがわかる。

表1 コレスポネンス分析で得られた実際の得点

分類	1次元	2次元	語句	1次元	2次元	語句	1次元	2次元
その他	-0.34	0.28	霊	0.15	0.22	雰囲気	-0.28	0.37
トンネル	0.44	1.33	噂	-0.13	0.38	顔	0.27	0.63
住居	-2.55	0.00	近く	0.48	0.02	怖い	-0.14	-0.47
公園・城跡	0.41	-1.54	女	0.35	0.38	トイレ	-0.14	-4.11
商業施設	-1.11	-1.14	多い	0.71	0.15	遺体	0.95	-1.59
墓地	0.74	0.84	自殺	0.58	-2.40	発見	0.38	-1.82
学校	-0.80	-0.02	夜	0.55	-0.93	危険	-0.81	1.02
宿泊施設	-2.02	-0.01	昔	-0.19	0.07	手	0.87	0.04
山・森	0.38	0.16	廃墟	-3.35	0.21	音	-0.97	-0.67
川・滝	0.65	-1.75	有名	0.20	-0.39	跡	-0.05	-0.68
橋	0.73	-0.40	目撃	0.26	0.41	慰霊碑	1.30	0.98
海	0.75	-0.97	今	-0.58	0.63	悪い	-0.42	0.01
湖・池	0.67	-0.97	事故	0.91	2.01	昼間	0.92	-1.09
病院	-1.32	0.66	車	0.85	2.16	建物	-3.32	-0.55
神社・寺	0.35	0.54	男	-0.08	-0.25	赤い	0.47	-1.26
遊園地	-1.19	0.28	写真	0.50	-1.02	壁	-1.17	2.42
道・峠道	0.70	1.56	事件	-0.66	-0.74	部屋	-5.05	-0.32
駅・踏切	0.64	-0.12	子ども	0.09	-0.25	死亡	0.12	0.83
			声	0.30	0.10	老婆	0.85	2.27
			不気味	-0.28	-0.13	処刑	1.31	1.54
			白い	0.52	0.54	家	-3.50	-0.06

コレスポネンス分析（対応分析）の詳細は本文を参照

（全国心霊マップより作成）

Ⅲ 心霊スポットを巡るツアーの事例

日本では、民間企業が企画した心霊スポットを巡るツアーは少数であり、主にオカルトに関する同好会や個人による心霊スポットの来訪が主である。本章では、日本でも数少ない心霊スポット巡礼ツアーを開催しているタクシー会社のS社の事例を検討し、日本におけるゴーストツーリズムの考察を行う。

1. S社の概要とツアー企画の経緯

S社は東京都、神奈川県、埼玉県においてタクシーおよびハイヤーを展開する中規模タクシー会社である。S社の特徴としては、様々な独特な企画²⁾を展開することで、知名度の向上と就職希望者の増加を図っている点である。

現在のタクシー業界に携わる人員の7割が60代の年齢であり、10年後には運転手が半数になると予測されるため、中規模タクシー会社であるS社は今後の人員不足に危機感を抱いている。一般的に、タクシー会社は面白い職場であるという印象が無く、入社希望者は少ないという。そこで、S社の代表が、広告賞であるカンヌライオンズ賞を受賞した企業では翌年の就職希望者が増加するという話を聞き、話題性のある企画を実施する運びとなった。最初の企画は2013年に始まったタートルタクシーで、急発進や急ブレーキを抑えたエコドライブを体験できるというものである。カメのようにゆっくりとエコで安全な運転を心がけるタートルタクシーは、目的地になるべく早く到達することを前提としたタクシーの常識を覆す企画であった。タートルタクシーは「2014年度グッ

ドデザイン賞&グッドデザイン・ベスト100」を受賞するなど、大きな話題となった。結果的に、新卒の新入社員が2005年には3人であったのに対して、2018年には20人まで増え、取り組みの効果は絶大であった。

心霊スポット巡礼ツアーは、S社による独特な企画の内の1つであり、その発案はタクシーと心霊現象の親和性であった。実際、「タクシーが人を乗せたら、その人は消えて、座席が濡れていた」といったような、タクシーと心霊現象に関する怪談は多く語られている。ただ、ツアーの実施には、トラブルの発生を懸念してS社内でも賛否両論があった。安全性や迷惑を考慮した企画を作成することによって、2015年の夏季に試行され、現在まで続いてきた。

2. 心霊スポット巡礼ツアーの概要と企画

心霊スポット巡礼ツアーは2015年の夏季に開始され、当初は横浜のコースのみであった。その後、横浜、多摩（多摩）、凍京（東京）、不死身野（ふじみ野）の4つのツアーコースが設けられ、7月中旬から9月初旬まで、毎週日曜日と月曜日に実施される。毎年、各コースの実施回数は12回程度である。参加者の募集は6月下旬から行われ、2018年には定員に対して約40倍の倍率であった。

最初の心霊スポット巡礼ツアーでは、横浜を中心に金曜日と土曜日に計14回ほど実施された。当初は広報活動は行わず、ホームページを作成しただけであったが、応募が殺到して3日で完売した。2016年には、タクシーの繁忙期と個人の心霊スポット来訪者との競合を考慮し、開催する曜日を日曜日と月曜日に変更するとともに、東京と多摩のコースを追加した。なお、2016年には700～800組の応募があり、多摩で28回、東京で14回、横浜で14回ほどのツアーが開催された。2017年には、ふじみ野のコースが追加され

た。2018年には4つのコースで、12回ずつツアーが実施された。心霊スポット巡礼ツアーは主にインターネットや口コミで広がり、3年目になると夏の風物詩のような存在となった。現在では、テレビ番組やインターネットの個人配信者からの問い合わせが多いという。

心霊スポット巡礼ツアーの行程をみると、参加者はまず最寄り駅に集合し、安全の確保や迷惑の防止を目的とした誓約書に記入する。その後、タクシードライバーの運転と怪談の語りとともに、心霊スポットを周り、スポットごとに探索や怪談を体験する。最終的に、出発地の最寄駅へ帰還する。コースによって出発時間と所要時間が異なり、短いコースで約2時間30分、長いコースで約8時間である。

コースの企画にあたって、インターネットだけでなく、タクシーの運転手や事務員などの社員から心霊スポットに関する噂を集める。心霊スポットの選定にあたって、公共性の高い公園、トンネル、橋などを採用し、廃墟や私有地などは管理者に配慮して採用しない。加えて、最近起きた事件や、遺族の存在する殺人事件などに関する心霊スポットは扱わないなど、倫理的な配慮を行う。コースを作成するために、心霊スポットの候補地を昼と夜に下見して、場所の雰囲気、タクシーの駐車スペースの有無などを検討する。なお、具体的な心霊スポットの場所やコースに関する情報は一般に公開していない。

心霊スポット巡礼ツアーのコースは固定されたものではなく、その年ごとに変更される。ツアーが開始された2015年の横浜コースでは、市街地に近い心霊スポットを巡ったが、徐々に郊外の心霊スポットを巡るようになった。ツアーが近隣住民におよぼす迷惑や、心霊スポットの雰囲気を考慮して、郊外地域を巡る形となる傾向にあり、凍京コースでは千葉方面まで足を伸ばすこともある。

S社の実感としては、参加者は全体的に女性が多く、年齢は20代後半から40代半ばまでである。グループの構成は2～3人が多く、男性1人と女性2人の組み合わせが多いという。参加者は恐怖を楽しみたい、心霊写真を撮影したいという動機で参加する傾向にある。

IV 心霊スポットとゴーストツアーの関係性

夜の場所に対する人間の恐怖と好奇心を明らかにするために、日本の心霊スポットと心霊スポット巡礼ツアーについて検討および分析を行った。本章では、人間が感じる恐怖と場所との関係性や、それを規定する要因をみていこう。

全国における心霊スポットは不特定の人間が恐怖を感じた場所であり、噂やインターネットを通して、伝達・共有される。その種類をみると、心霊スポット数の上位にあるトンネル、公園・城跡、湖・池、山・森は、夜間には暗闇に覆われる場所であり、人間が恐怖を感じやすい場所であろう。特に、都市の周辺地域に位置するトンネルは、その暗闇から人間が恐怖を感じる典型例である（青木，2009）。今回の分析では、宮田（2001）などの指摘とは異なり、地域の境界にあたる道路の交差点、橋、坂などの場所は心霊スポットとして多くはなかった。これは照明の普及や夜間の経済活動の活発化の影響を受けた可能性がある。

心霊スポットの空間的な偏りをみると、関東圏に偏在し、東京都23区と多摩地区に多くみられた。多摩地区は東京大都市圏の周辺地域であり、佐々木（2009）の指摘する集落と未開地の境界にあたるため、心霊スポットの集積に影響していると考えられる。東京都23区は心霊スポットの集積する地域であったが、心霊スポットの投稿の偏在や過去の場所の記憶などがその要因としてあげられる。これについては今後の詳細な分析が求められる。

心霊スポットの分類とその怪談との対応関係に関する分析では、おおよそ4つのグループに分類できた。住居や宿泊施設などの人工建造物は、人の活動が終焉した廃墟という状態になることで、人間が恐怖を感じる対象となる。佐々木（2009）によると、廃墟は時代が変わる裂け目の意味を持ち、恐怖の対象になったり、芸術作品として注目されてきた。他の分類では、自動車の事故、自殺、遺体の発見など、死に関する記憶が怪談として残り、恐怖の対象となっている。怪談については、トンネルと道・峠道などで、老婆に関する怪談が語られるなど、心霊スポットの種類ごとに定番ともいえる怪談が存在するように見える。これは、学校の怪談のブームによって、全国の学校で似たような怪談が生まれた事例（高橋，2000）と類似する。心霊スポットの怪談は人間の恐怖の表象であるため、同じ文化的な背景を持つ人々は似たような怪談を作り出すのであろう。

日本のゴーストツアーの事例として扱ったS社の心霊スポット巡礼ツアーについては、Hanks（2015）の中の、徒歩で巡る幽霊ツアー（Ghost walking）に分類できる。ただ、Hanks（2015）の幽霊ツアーは都市を徒歩で回ることを前提とするが、S社のツアーは心霊スポットをタクシーで回る点で異なる。しかし、心霊スポットの到着後は、タクシー運転手のガイドと怪談とともに散策するため、徒歩で回る幽霊ツアーに分類することができる。

S社が心霊スポット巡礼ツアーを開始した経緯については、就職希望者を増やすための宣伝・広告を目的としたものであり、それ自体で利益をあげることを目的とはしなかった。結果的に、ツアー頻度を増やさないと、周辺住民への配慮がなされることから、Garcia（2012）の指摘したゴーストツーリズムにおける商業化と倫理的な配慮のバランスが実現できていた。

心霊スポット巡礼ツアーのコースをみると、心霊スポットの多い東京都23区よりも、大都市周辺部が中心であった。これはツアーを企画する上で、人口の多い都市よりも郊外地域の方が、恐怖の雰囲気を持つことを意味する。Thompson (2010) と Holloway (2010) が指摘するように、ゴーストツーリズムは、参加者の抱く恐怖と好奇心に規定され、場所の雰囲気やガイドによる怪談が重要な意味を持つ。つまり、日本では都市よりも郊外地域の方が、恐怖を五感で感じられる環境が存在するといえる。ただ、本論文では心霊スポット巡礼ツアーのコースや心霊スポットの詳細は会社の都合により得られなかったため、今後の課題としたい。

V おわりに

本稿では、夜の場所に対する恐怖について、心霊スポットやゴーストツアーの事例を通して考察を行った。心霊スポットは人間が恐怖を感じる、意味付けられた場所であり、潜在的なゴーストツーリズムの資源である。心霊スポットは東京都23区や大都市周辺地域に偏在し、その怪談は廃墟という非日常空間や死に関する場所の記憶によって規定される。ただ、これらの心霊スポットを消費するゴーストツーリズムは、倫理的な配慮や場所の雰囲気から、東京都23区よりも大都市周辺地域で実施されていた。考察で明らかになった知見は以下の3つに整理できる。

1つ目は、心霊スポットにまつわる怪談は、場所の種類によって、恐怖の対象が異なる点である。住居や宿泊施設などの人工建造物は廃墟となることで人間の恐怖を引き起こす一方で、自然に関する心霊スポットは、死に関係する記憶によって恐怖が生じた。2つ目は、本研究が扱ったS社のゴーストツーリズムの事例は、宣伝・広告の目的であったため、倫理的な配慮が十分になされて

いた点である。一般にダークツーリズムは倫理的な観点で問題を有するが、宣伝・広告が目的で、過度な利益を追求しないのであれば、商業的な効果と倫理的な配慮の両立が可能である。3つ目は、心霊スポットの密集する東京都23区はゴーストツアーのコースとして使われていない点である。ゴーストツーリズムに求められるのは、ツーリストの恐怖を掻き立てる雰囲気と怪談であり、大都市周辺部ではこの両立が可能であった。

夜を対象とした地理学やナイトライフ研究が活発化した背景には、照明の普及による人間活動の拡大が存在する (Liempt et al., 2015)。その一方で、トゥアン (1991) が指摘するように、恐怖という人間の感情は想像力によって規定されるため、消滅することはない。ただ、現代のゴーストツーリズムのように、暗闇への人間の恐怖と、それに対する好奇心という相反する感情が、大都市周辺の心霊スポットを消費するツーリズムを引き起こしている点は興味深い。本稿では、幽霊ツアーの運営会社への聞き取り調査のみに基づいて論じたが、今後はツアー参加者の動機や恐怖を感じる場所と雰囲気に関する詳細な調査と分析が求められる。現代では科学の発達著しく、恐怖を抱かせるような超常現象は消滅しつつある。夜は人間が恐怖という感情を思い出す時間帯であり、人間社会は夜という非日常空間を好奇心の対象として消費し始めているのかもしれない。

【付記】

聞き取り調査に応じていただいたS社の担当者に感謝を申し上げます。本研究の一部を、第12回地理空間学会大会シンポジウム「地理学から「夜」を考えるー都市社会と自然環境における夜ー」にて、題目「「夜」から景観を考えるー見えない夜と感じる闇」で発表しました。また、国際学会EAJSにて、「Landscape at Night: Invisible Night and Experienced Darkness」を発表し、さらなる議論を行った。本研究の遂行に当たり、日本観光研究学会研究分科会助成「ナイトライフ観光とナイ

トタイムエコノミーに関する研究」(平成30～令和元年度)(研究代表者:池田真利子)の一部を使用した。本研究の調査と議論は矢ヶ崎太洋と上原明の両名で実施した。本論文の執筆にあたり、矢ヶ崎はⅠ章、Ⅱ章を、上原はⅢ章を担当した。Ⅳ章とⅤ章は2人で議論しつつ矢ヶ崎が主に執筆した。

注

- 1) 形態素解析において同義語として設定した語句は霊, 女, 夜, 今, 昔, 処刑, 人, 多い, 男, 写真, 自殺, 有名, 子ども, 近く, 目撃, 事件, トイレ, 跡, 廃墟, 噂, 慰霊碑の21語である。
- 2) 具体的な企画としては、タートルタクシー, 忍者でタクシー, SP風TAXI, 陣痛119番, ペットタクシー&ペット119番, 心霊タクシーなどである。毎年, さまざまなタクシーを用いた企画が実現している。

文 献

- 青木茂治 (2009): トンネル空間にみられる落書きの実態と特徴-茨城県北部における観察と分析から-。地理空間, 2, 175-188.
- 小口千明 (2002): 『日本人の相対的環境観-「好まれない空間」の歴史地理学』古今書院。
- 小城英子・坂田浩之・川上正浩 (2008): 不思議現象に対する態度: 態度構造の分析及び類型化。社会心理学研究, 23, 246-258.
- 小松和彦 (2001): 『怪異の民俗学⑥ 幽霊』河出書房新社。
- 佐々木高弘 (1992): 伝説と共同体のメンタルマップ-徳島県美馬郡脇町の「首切れ馬」伝説を事例に-。地理学報, 28, 129-143.
- 佐々木高弘 (2009): 『怪異の風景学-妖怪文化の民俗地理-』古今書院。
- 鈴木晃志郎・于燕楠 (2019): 心霊スポットの空間分布パターンにみる超常現象観の時代変化。2019年度日本地理学会春季学術大会発表要旨集, 613.
- 全国心霊マップ (<https://ghostmap.net/>) 閲覧日: 2019年5月30日。
- 高岡新報 (2015): 『越中怪談紀行』桂書房。
- 高橋伴幸 (2000): 学校の怪談-子供にとっての恐怖の空間の研究-。茨城地理, 1, 46-61.
- 常光 徹 (1990): 『学校の怪談』講談社。
- 松村真宏・三浦麻子 (2009): 『人文・社会科学のためのテキストマイニング』誠信書房。
- 宮田 登 (2001): 『都市空間の怪異』角川書店。
- Garcia, B. R. (2012): Management Issues In Dark Tourism Attractions: The case of ghost tours in Edinburgh and Toledo. *Journal of Unconventional Parks, Tourism & Recreation Research*, 4(1), 14-19.
- Hanks, M. (2015): *Haunted Heritage: The cultural politics of ghost tourism, populism, and the past*. Left Coast Press.
- Holloway, J. (2010): Legend-Tripping in Spooky Spaces: Ghost tourism and infrastructures of enchantment. *Environment and Planning D: Society and Space*, 28(4), 618-637.
- Inglis, D. and Holmes, M. (2003): Highland and Other Haunts: Ghosts in Scottish Tourism. *Annals of Tourism Research*, 30(1), 50-63.
- Thompson, R. C. (2010): "Am I Going to See a Ghost Tonight?": Gettysburg ghost tours and the performance of belief. *Journal of American Culture*, 33(2), 79-91.
- Tuan, Y. (1980): *Landscape of Fear*. University of Minnesota Press. トウアン, Y. 著, 金利光訳 (1991): 『恐怖の博物誌』工作舎。
- Urry, J. and Larsen, J. (2011): *The Tourist Gaze 3.0*. London: Sage Publications. アーリ, J.・ラーセン, J. 著, 加太宏邦訳 (2014): 『観光のまなざし』法政大学出版局。
- van Liempt, I., van Aalst, I. and Schwanen, T. (2015): Introduction: Geographies of the urban night from Urban Studies. *Urban Studies*, 52(3), 407-421. 池田真利子訳・解題 (2018): 『アーバニスタディーズ』より「序論: 都市の夜の地理」。地理空間, 11, 145-164.

Fear and Curiosity in the Darkness: Ghost Tourism and Haunted Places in Japan

YAGASAKI Taiyo and UEHARA Akira

Faculty of Urban Environmental Sciences, Tokyo Metropolitan University

Darkness in the night brings about the feeling of fear and a sense of liberation for human. Japanese ghosts called *yokai* and *yurei* were the creation of fear of darkness, while the fear continues to exist today being manifested as urban legends and the occult. Urban legends and the occult are consumed as a result of human curiosity in the form of ghost tours. This study attempts to examine the relationship between the human feeling of fear and the feared places in Japan. Haunted places and ghost tours are thus studied, by analyzing human fear of darkness in the night and ghost tourism based on the curiosity of fear. Reflecting the local characteristics of places, haunted places vary in terms of the source of fear, and many types of ghost stories are told. Ghost tours operated by a company examined in this study are not for the purpose of profit but for the means of advertisement, thus ghost tours are ethically considered. The routes of ghost tours, visiting haunted places in the suburbs, do not reflect the overall distribution pattern of haunted places.

Keyword: haunted place, ghost tourism, fear, curiosity.