

# ラバーダックと観光文化

研究員 田中 真知

2023年6月10日、香港のビクトリアハーバーで風変わりなアートイベントが行われた。登場したのは2体の巨大なラバーダック。形はお風呂に浮かべるおもちゃでおなじみのプラスチック製のあひるだが、高さが18メートルあり、黄色い体とオレンジ色のくちばしは遠くからでもよく目立つ。2体のラバーダックは2カ月にわたりビクトリアハーバーに浮かべられ、その間香港の町中や駅の構内などいたるところに、ラバーダックをあしらったイラストやアート作品が展示された。

この巨大ラバーダックはオランダ人アーティスト、フロレンティン・ホフマンの考案によるアート・プロジェクトである。2007年からオランダ（アムステルダム）、フランス（サン・ナゼール）、ドイツ（ニュルンベルク）、オーストラリア（シドニー）、韓国（ソウル）、ブラジル（サンパウロ）、ニュージーランド（オークランド）、台湾（基隆・高雄）、その他、世界各地の湾や河川を毎年巡回し、「世界を旅するあひる」として国際的なアートイベントとなっている。日本でも2009年より、ほぼ毎年、大阪の中之島やほたるまちで展示された。2012年には尾道水道での展示もあった。

ラバーダックはもともとお風呂に浮かべて遊ぶおもちゃだが、アーティストのホフマンによると、地球の海や川はつな

がっており、1つの大きなお風呂に見立てることができる。地球の巨大なお風呂に、大きなラバーダックを浮かべることで、国境や文化や民族などのちがいを超えようというコンセプトだという。「ラバーダックは、人びとを差別せず、政治的意図とも無縁です。親しみやすく、子どもも大人も癒し、子どものころの思い出を呼び起こし、世界的な緊張を和らげる力があります。ラバーダックは幸福の象徴です」とホフマンは述べている。本稿では、このラバーダックと観光の関係を概観するとともに、その起源や、その特徴を見ていきたい。

ラバーダックは日本では昔からとてもポピュラーな存在だ。家庭のお風呂に浮かべて遊ぶあひるのおもちゃは昭和の時代からあった。とはいえ、特定のキャラクターとして名付けられたりすることのないまま、お風呂で子どもが遊ぶ安価なおもちゃとして広く普及していた。

ところが、そうしたあひるのおもちゃの一つが1995年に日本テレビ系バラエティ番組「ザ!鉄腕!DASH!!」のロケで番組のマスコットとして使用されるようになった。この企画が人気を博したことから、このラバーダックは「アヒル隊長」と名付けられ、ブランド化された。また、同じころから、100

写真1 2012年尾道にやってきた巨大ラバーダック



写真2 2014年、巨大ラバーダックがやってきた台湾の基隆はあひる関連商品で溢れていた



円ショップで中国製のラバーダックが販売されるようになった。「アヒル隊長」は2014年には鹿児島県霧島市の霧島温泉大使に任命され、温泉のPR活動やイベントなどに出演するようになった。

日本各地のスーパー銭湯や温泉ホテルにおいても、湯船に大量のラバーダックを浮かべたスペシャルデーを設けるなどしてファミリー向けの宣伝やPRに活用されるようになった。「一人一個ご自由にお取りください」と小さなラバーダックが置かれているスーパー銭湯もある。

ラバーダックを観光やPRのために活用している場所はお風呂や温泉だけではない。京都市東山区の粟田神社の手水鉢は、何百個もの小さな黄色いラバーダックが浮かべられていることで知られている。2020年、コロナ禍のときに、水を抜かれて殺風景だった手水鉢に、氏子の男性が150個のラバーダックを並べたことがきっかけで、以来、宮司がラバーダックを増やしたり並べ替えたりするうちに、観光客や参拝客の目を引くようになった。

ほかにも、伊香保温泉にあるほこら祠に、三社札を貼るように小さなラバーダックが並べられていたり、自衛隊の演習場にラバーダックが並べられたり、また渋谷の円山町のホテルの前に大量のラバーダックが毎日フォーメーションを変えて並べられていたりという現象も起きている。いずれも計画的なものというより、自然発生的な個人の遊び心から始まっているのが特徴である。

欧米においては、ラバーダックは、お土産品として特異な位置を占めているように見える。大英博物館のミュージアム・グッズコーナーへ行くと、歴史的なモチーフをかたどった種々のラバーダックが売られている。2012年に筆者が訪れたときは、スフィンクス、ローマ兵、バイキング、サムライ、ネイティ

ブアメリカンの5種類が販売されていた。その後、ローマ兵ダックは百人隊長と千人隊長の2種類になり、新たにシェイクスピアをかたどったラバーダックが販売されるようになった。

大英博物館ばかりではなく、規模の小さな博物館でも展示に関係するキャラクターを模したラバーダックが販売されている。たとえば、シャーロック・ホームズ博物館では、パイプを手にしてフロックコートをもったシャーロック・ホームズ・ダックが、フローレンス・ナイチンゲール博物館では、カンテラを手にした白衣のナイチンゲールに扮したラバーダックが人気商品として販売されている。

ロンドン塔へ行けば、ロンドン塔をかたどったラバーダックや衛兵ビーフィーターに扮したラバーダックが、土産物屋や雑貨店には王冠をかぶったエリザベス2世に扮したラバーダックが、またロンドンホームタウンとするフットボールチーム、チェルシーFCのアンテナショップへ行けば、チェルシーのユニフォームを着たラバーダックが応援グッズとして販売されている。オックスフォード大学へ行けば、黒いマントと帽子を身につけて、卒業証書を手にしたラバーダックが置かれている。地元ゆかりのある歴史的人物や名所が、ラバーダックによって表現されているのである。

同様の現象は、ほかのヨーロッパ諸国においても見られる。オランダのアムステルダムでは住民登録をすると、記念としてラバーダックが配られる。画家フェルメールの故郷デルフトでは、地元の名産デルフト陶器を模した白地に青い柄のラバーダックが売られている。ドイツのベルリンにあるユダヤ博物館には、黒ずくめの衣装に豊かなあごひげと長いもみあげをたくわえた超正統派ユダヤ教徒に扮したラバーダックが、ウィーンでは19世紀のオーストリア皇后だったエリザベートと、その夫であったフランツ・ヨーゼフ1世のラバーダックが販売されている。また、スペインのサンチャゴ・デ・コンポステーラ大聖堂に付属するショップでは、伝統的な巡礼装束であるひょうたん杖とホタテを身につけたラバーダックが販売され、バルセロナでは建築家アントニ・ガウディのラバーダックが販売されている。

こうしたラバーダックの多くは、その有名人にちなんだ地元で販売されているが、同時に2015年にオランダのアムステルダムに出店されたDuck Storeというラバーダック専門店でも主要なものが手に入る。2023年現在、Duck Storeは、パリ、バルセロナ、ベネチア、マドリッド、ミラノなど、ヨーロッパ7カ国の主要都市に15店舗に拡大し、ネット通販も行っている。

写真3 大英博物館の人気グッズ





アメリカでは、ラバーダックはやや異なる展開を見せる。ヨーロッパに比べて歴史が浅いことと関係していると思われるが、歴史的人物よりもスポーツチームのマスコットとして普及している。メジャーリーグ・ベースボールでいえばヤンキースやドジャースのユニフォームを着たラバーダックが、アメリカンフットボールでいえば、マイアミ・ドルフィンズや、フィラデルフィア・イーグルスといったチームのユニフォームを着たラバーダックがアンテナショップで販売されている。

また、アメリカ独特のラバーダックの展開として、1980年代からアメリカ各地の河川で行われているダックレースというイベントがある。これは数千個、あるいはそれ以上のラバーダックを川に投じて、どのラバーダックが下流に設けられたゴールに早く到着するかを競うレースである。目的は慈善団体への寄付金や、コミュニティ運営のための資金調達のためである。ダックレースを主催する非営利団体の1つGAMEによると、1988年以来、募金総額は2億8000万ドルに達するという。この団体は2024年には20回のダックレースを予定している。

元来、お風呂の子ども用のおもちゃであったラバーダックが、このように幅広く、多様な用途へと展開を遂げたのは、どうしてだろうか。そのことに触れる前に、ラバーダックの歴史を簡単に振り返ってみたい。

今日普及しているラバーダックはプラスチック製だが、もともとはその名の通りラバー、つまりゴムでできていた。ゴム製造の歴史は、19世紀のアメリカ人発明家チャールズ・グッドイヤーが1939年にゴムの弾性を一定に保つ方法を発見したことに始まる。その後、19世紀後半にスコットランド人医師のダンロップや、フランスのミシュラン兄弟が、このゴムを用いて、折しも勃興してきた自動車産業を一気に進めるきっかけとなった空気入りタイヤを開発した。その一方で、ゴムを

用いたおもちゃの開発も進められた。それが中空のあひるのおもちゃ、つまりラバーダックだった。

ラバーダックの普及を加速させたのは1970年代に放映されたアメリカの子ども向け番組「セサミストリート」だった。番組の人気キャラクター、アーニーが手にラバーダックを持ってお風呂に入り「ラバー・ダッキー」という歌をうたった。「ラバー・ダッキー、きみがいれば、お風呂は楽しい」と歌われるこの歌は、お風呂をいやがる子が多かった当時、ラバーダックと遊ぶお風呂は楽しい場所なのだと思込ませる教育効果があったといわれる。こうしてお風呂のおもちゃといえばラバーダックというイメージができあがった。

だが、その後、見てきたように、ラバーダックはお風呂のおもちゃにとどまらず、地元になんだ歴史的人物や名所旧跡をはじめ、さまざまなキャラクターに扮したものが次々と生み出され、欧米各地の定評ある土産物になっていく。イヌやネコといったペットの定番、あるいはクマやゾウなど絵本や童話での人気キャラクターをさしおいて、なぜ、あひるなのだろう。

その理由を2つの点から考えてみたい。ひとつは元になっている「あひる」という家禽<sup>かきん</sup>と人間との関係から、もう一つはラバーダックという製品の特徴からである。

あひるは、2000年以上前のヨーロッパや中国で野生のマガモを飼い慣らしたことによって作り出された家禽である。家禽化によって体重が増え、羽が小さくなって飛べなくなった。雑食で、旺盛な繁殖力があるため、ガチョウやニワトリ同様、世界で広く飼育されるようになった。

あひるは、瞳がつぶらで、歩く姿もユーモラスであることから、昔から民話やおとぎ話にしばしば登場した。「集団で列をなして歩く」「鳴き声が人間のおしゃべりのように聞こえる」「身の程知らずで自分よりも強い相手でも向かっていく」といった特徴があることから、擬人化もされやすい。英国のベアトリクス・ポターの「ピーターラビット」、ロフティンクの「ドリトル先生」シリーズでは、あひるは世話好きなお母さん的キャラクターを与えられている。

ラバーダックは家禽のあひるをモデルにしている。その大きな特徴は基本的に「黄色い」ことである。家禽のあひるは羽毛の色は白のほか、さまざまであり、黄色いのはひなのときだけだ。ひなをかたどったのか、あるいはゴム加工技術が未発達でくすんだ色のラバーダックしか作ることができなかった時代の名残なのかはわからない。しかし、結果的に黄色い体にオレンジのくちばしという視認しやすさが、子どもにとっての親しみやすさにつながったとも考えられる。

写真4 筆者所蔵のラバーダックの一部



イヌやネコ、そのほかの動物の人形とはちがって、ラバーダックには個体差がほとんどない。表情もポーズも基本的にどれも同じである。それは逆にいえば、あらゆる差異から自由であるということである。性別も、年齢も、文化や国籍のちがいが、ラバーダックにはない。「黄色」がひなの色だとはいつでも、ラバーダックが「ひな」というわけではない。冒頭でとりあげたオランダのアーティストのフロレンティン・ホフマンが語っているように「人びとを差別せず、政治的意図とも無縁」なのである。そのことによって、逆にラバーダックは何にでも扮することのできる自由を得た。個体差や個性によって、かわいらしさや存在をアピールする必要はないのがラバーダックの特徴だ。だからこそ、同じキャラクターでありながら、各地の歴史的人物や名所旧跡になりかわっても違和感を覚えずにいられるという普遍性を得た。

最後に、そんなラバーダックが近年、政治的意図のもとに用いられているエピソードを紹介する。きっかけは1989年の天安門事件の報道写真だった。人民解放軍の戦車の前に立ちあがる青年を撮影した写真は有名だが、中国国内では規制のためネットでは検索できない状況が続いていた。ところが

2013年、この戦車を巨大ラバーダックに加工した写真がネット上に出回るようになった。これに対して当局は「大きな黄色いアヒル」の検索に規制をかけた。

このことがきっかけとなって、ラバーダックは自由や民主化のアイコンとして用いられるようになった。2015年には、ブラジルのサンパウロで起きたジルマ・ルセフ大統領（当時）の弾劾を求めるデモに巨大ラバーダックが登場し、2017年にはプーチン政権の反対派のデモにラバーダックが登場。反政府活動家がラバーダックを窓に掲げて抵抗を示したり、警察がラバーダックを逮捕（押収）したりという事件も報道された。2020年のタイでは、若者たちによる民主化運動で大きな浮き輪のかたちをしたラバーダックが大量に登場した。若者たちは警察の放水に、ラバーダックで対抗した。SNS上では、この民主化デモを「ラバーダック革命」と呼ぶ者もいた。

本稿冒頭で2023年の香港に巨大ラバーダックが登場したと書いたが、長らく検索不能だった「大きな黄色いアヒル」を香港当局自ら招いたことが何を意味しているのかは今後の検討を待ちたい。