

まつり
が育む
地域の力

現代“まつり”考

—その効用と処方箋

端 信行 *Written by Nobuyuki Hata*

国立民族学博物館名誉教授

● 2つの手帳 ●

年の暮れになると、例年、さまざまな手帳が書店や文具店を中心に売りだされる。最近では人びとの多様なニーズを考えて、じつに種々多様な手帳が売りだされている。さまざまな情報が世にあふれかえり、それらをいかに選択しつつ自らの生活を設計するか、手帳はその手引きのひとつとなる。

今年はそのタイトルに魅せられて、2つの手帳を見つけた。『日本の伝統祭り手帳』と『家族で楽しむイベント手帳』（いずれも技術評論社）である。前者は言うまでもなく全国のお祭りカレンダーで、全国の神社寺院の祭礼がかなり細かく取り上げられている。これに対して後者の方は、○○大会とか××市など、なかには“近江神宮かるた祭”といった例もあるが、おおむね全国のおもな催しを取り上げられている。そしてこちらの方でも“何々まつり”という名称の催しが非常に多いのである。

このカレンダー式手帳は、ちよつとふつうの手帳とはちがいで、お祭りやイベントがいつ、どこで、といった情報が重要なので、当然それらの情報が中心に編集されている。つまりふつうの手帳であれば、週単位の編集が前提でそこに祝日や暦の情報を付加するのであるが、このお祭り・イベント手帳は平日つまり月曜から金曜までと週末の土曜・日曜が別ページでセットになっている。もともと伝統祭りの日取りは旧暦で決まっていたのであろうが、現代ではどうしても週末の土曜・日曜に集中する傾向がある。この2つの手帳では、いずれも土曜・日曜の祭り・イベントが圧倒的に多くなっている。

● “祭り” “と” まつり ●

2つの手帳をよくよく見てみると、まつりの名称が“祭り” “ないし” “祭” “と漢字で表現している例と” まつり “と、かなで表現している例とがあることに気づくだろう。そして伝統祭り手帳の方が漢字の名称の祭礼がはるかに多いことに気づく。これに対してイベント手帳の方は△△” まつり “とかなの名称の催しが目立って多いのである。

現象としては、単に漢字で表したかそれともかなで表現したか、というちがいに過ぎないようであるが、なぜイベント手帳に掲載される催し

が、かなの” まつり “とされている例が多いのか。伝統祭り手帳の祭礼でも” まつり “とかなで表現されている例もかなり見られる。これらには何か法則のようなものがあるのだろうか。

国語辞典的に行くと、この両者は一体として扱われている。つまり項目としては、” まつり “とあつてそれに漢字で【祭(り)】と振ってある。そこには何ら意味的区別はない。意味としては、①神霊を迎え、供え物などをして祈願する儀式。生産強化や通過儀礼、祖霊信仰によるもの、観光的なものなど、その目的はさまざま ②記念・祝賀などのための集団的行事(『日本語大辞典』講談社)となっている。

わたしはかつてこのことについて考察をくわえたことがある(「祭からイベントへ」、『文化としての経済—文化人類学からの接近』所収、ダイヤモンド社、1986年)。そのときの結論はこ



毎年7月に大阪で行われている天神祭(本宮)、境内殿の様子

うである。身近な例で考えれば、京都の祇園祭や大阪の天神祭はけっして祇園まつりとか天神まつりとか言わない。これに対して姫路ゆかたまつりや各地の夏まつりなどは浴衣祭とか夏祭りとは言わないのである。大まかにその傾向をみとめたうえで、①の意味合いでは漢字で“祭(り)” “と呼ばれることが多く、” まつり “とかなで呼ばれるものは②の意味合いが強い、としたのである。

さらに本特集のねらいと関連するが、” まつり “とかなで呼ぶものは、近年ますます注目されるその数も増えつつづけているイベント化と結びついて、増加傾向にあると考えられる。

つまり、②の意味をもつ” まつり “は、イベント化の進展を暗示しているのである。寺社の祭礼であっても” まつり “と呼ばれる例が増えてきているが、それはとりもなおさず伝統的” 祭(り) “が祭礼や神事にとどまらず、なにがしかの現代的な催しを付加し、行事全体がイベント化する傾向にあることを示している。

● “祭(り)” “の本義とその現代化” ●

“祭(り)” “の本来の意味は、もちろん①に由来する。古来、日

本人は土地のカミや農耕のカミそして自分たちの祖霊をカミ(氏神)として祀るなど、自然と人間の神ガミを一体的に信仰の対象としてきた。そして人びとは一年の節目や人生の節目にそうした神ガミと儀式を通じて交感してきた。中世以後の農村共同体では、そうした神ガミを祀ることと村落社会の営みとは不可分の関係にあった。

各地でさまざまな儀式が発達したが、それらの儀式の本来の意味は神ガミと共同体との交感にある。カミの来臨をうながし、供え物をし、歌舞音曲でカミをなぐさめ、御輿に座したカミが旅するときは、カミに活気をもたらすためにしばしばかけ声とともに御輿を揺らす。儀礼を通じて共同体はカミと一体になり、カミと共同体はよみがえる。こうして儀礼の場では、人びとは日常の労働の日々をわすれ、カミと過すひとときをたのしみ、よみがえるのである。柳田国男は、こうした儀礼の場と日常の暮らしの変化をハレとケの構造としてとらえた。そこには神ガミとともに生きる人びとの姿が描きだされるのである。

いつの頃からかこうした「祭(り)」「におおきな変化が生まれる。現代的にいえば、「祭(り)」「に見物する人、つまり観客という要素が加わったのである。カミと共同体の儀礼の場では、もちろん子どもや老人などの見物はあったかも知れないが、基本的にはカミと共同体だけで成立するものであった。見物という要素は本来的にはなかったのであるが、いつのまにか「祭(り)」「に観客という要素が不可欠になった。阿波踊りで有名な「踊る阿呆に見る阿呆」のせりふではないが、「祭(り)」「に演じる側と観る側とが形成され、その結果当然のように「祭(り)」「が観られるもの、見せるものへと変質していった。その過程こそ、「祭(り)」「から「まつり」への変化であったと言えるよう。

● 都市経営と「まつり」 ●

日本古来の「祭(り)」「のかたちは都市においても基本的なくみはおなじであった。近世では、三都と呼ばれた江戸や京、大坂のような大都市ではおおきな祭礼が発達したが、農耕のカミなどの要素は薄れ、かわって職人や商人など生業の神ガミが信仰されたのは当然であろう。また人口の集中した都市生活では疫病の流行や火事や地震などおおきな災厄があり、そうした災厄を除ける祭礼儀式が発達した。しかし都市といえども、祭礼儀礼を通じて都市生活者と神ガミの一体化というしくみは農村共同体と基本のおなじであったと言えるよう。

日本の都市にあたらしい「まつり」が登場するのは、明治以降になって近世の諸制度が廃され、殖産興業とともにあらたな都市づくりが求められてからである。それは博覧会という形式ではじまった。すでに欧米の諸都市でおこなわれていた博覧会があたらしい都市づくりに有効であると考えた明治政府は、殖産興業の目的のもとに勸業博覧会を東京、京都、大阪で開催した。その名残はいまもあざやかに残っている。また現在の阪急電鉄の創始者である小林一三は、宝塚の開発にあたって、結婚博覧会や家庭博覧会など庶民向けの博覧会をいく度も開催している。こうして明治以降になると、都市経営のモデルとして、博覧会やその他の催しが開催されるようになり、それらの一部には「まつり」の名称が使われるようになった。とくに明治の中頃以降になると、市町村制がしかれ、府県制のもとで中世以来の村や町が再編成され、たび重なる合併を繰り返して現代にいたるのだが、こうした自治体は合併の度にあらたなアイデンティティ

の形成を迫られてきた。こうした自治体が経営モデルを博覧会に求めたのは当然であろう。しかしここでは地域住民のアイデンティティ形成が課題であったから、地域に密着した名称として“まつり”が多用されることになった。さきにあげたイベント手帳には自治体主催（多くは観光課担当）の“まつり”がたくさんあるゆえんである。

● “まつりの類型” ●

伝統祭り手帳やイベント手帳に見るように、いまや全国には数知れないほど多くの“祭(り)”“や”まつり”がある。すでに述べたように伝統祭りですら、その多くがイベント化し“まつり”化している。もはや現代では、かつては秘儀であったような儀式ですら観客に見せる時代である。観客なしには現代の“まつり”は成り立たないと言えよう。こうしたイベント化がすすむ“まつり”は一体どこへ向かっているのだろうか。

このことを考えるために、マクロな視点に立って“まつり”の類型化を試みる。“まつり”の類型化といっても民俗学的な分類ではない。あえて言えば、生活学的もしくは文明学的分類とも言えるであろうか。



毎年5月に行われている兵庫県神戸市の新開地音楽祭。
主催NPOにより他にもさまざまなイベントが行われている

現代の“まつり”はおおきくは文化祭系と体育祭系に分けられるだろう。文化祭系のもっともおおきな祭典は国際博覧会であろうか。国内の博覧会についてはすでに触れたが、現在では国民文化祭を頂点に全国各地に種々多様な文化芸術祭がある。これに対する体育祭系となると、オリンピックやワールドカップが国際的な祭典であろうし、国内では国民体育大会を筆頭にそれを占めているのは甲子園を舞台とした全国高校野球であろう。

ここで注目されるのは、伝統“祭り”の位置づけであろう。古く由来する伝統“祭り”は、どちらかというと文化祭系と思われがちであるが、じつは伝統“祭り”は文化祭と体育祭とが混合しているのである。神事や歌舞音曲などの面をみれば一見して文化祭系とも見えるが、じつは伝統“祭り”にはかならずと言っていいほど身体競技的要素がふくまれている。もっともよく知られているのは綱引きである。一連の神事のなかで綱を引きあつて、豊穣を占ったりする。社殿新造に際しての木挽き、御興や太鼓台など山車の競争、近年では年中行事のようになっている西宮神社の戎祭における福男えらびの競走など、数えあげればきりがない。静寂のなかのカミとの交感とは程遠い男性的な力のぶつかり合いが祭礼をいるどる。古来の“祭り”にはこうした文化祭系と体育祭系の両方の要素が複合しているからこそ、現代の“まつ

り”として人びとにとって魅力的なのであろう。

いまひとつ“まつり”の属性で注目されるのは、その周年性である。アニバーサリーはなにも西洋の特性ではなく、“まつり”というものが生起する基本的要件である。これは組織一般を考えるとのおおきなヒントになる。人とおなじように組織にも誕生日があり、創立記念日や創業祭など周年性にもとづいた“まつり”は、共同体から企業にいたるまで普遍的に存在すると言ってもよい。それはそこに特別の役割がこめられているからであらう。

● “まつり”の経済的機能 ●

かくもイベント化した現代の“まつり”にはどのような機能がみとめられるのか。社会にこれだけ多くの多様な“まつり”があるかぎりには、それ相応の機能が期待されているからであらう。

最近ではもつとも期待される機能としてよく言われるのは、“まつり”のもつ経済的機能であらう。新聞等ではもつと端的に、この“まつり”の経済効果は〇〇億円、などといった見出しが紙面を飾る。この場合の経済効果は、おもに集客による消費需要の発生と宣伝効果であらう。宣伝効果によって地域のどの部門が利益を産みだすかというのは実際問題としてはなかなか計算が難しいところであらう。ふつう“まつり”の経済効果と言えば集客による消費需要がメルクマールとなる。“まつり”にこれだけの人が集まったからこれぐらいは落としていく(消費する)であらうという推計がなされる。

しかし集客数が予測できるかというところ、これがなかなか困難である。とくにいま“まつり”の集客は、サービス経済の需要予測とおなじであるから、これは基本的に経験値に頼るしかない。前年はこれだけだったので、今回はこれだけであらう。世の中にはこうした経験値で動いている現象がいくつもある。この原稿を書いているときは入学試験シーズンの真つ最中であるが、どの程度の受験者があるかというのは、これはどの学校でも悩ましい問題で、いろいろ聞いてみると結局は経験値しか頼るものがないという。

神社仏閣での節句祭礼では組織化された氏子や信者の数が目安となるだろうが、正月の初詣客とか戎祭とかになると、寺社側で準備するお守りや飾りなどの数はやはり経験値に頼ることになる。

それらは寺社が立地する自治体や交通機関などにとってもおなじことであらう。自治体によっては伊勢市や天理市などのように門前町の性格をもつ都市があるが、こうした都市の経済は相当程度、信者などの来訪とその消費に依存しているだろうから、需要予測もおろそかにはできない。しかしなかなか確実に予測する方法はないようである。

● キャラクターは“まつり”の情報発信メディア ●

また最近の傾向を見ると、“まつり”といったようなイベントが企画されると、かならずと言ってよいほど、キャラクターが創作される例が多い。キャラクターの大集合といった“まつり”まで実施されているほどである。このキャラクターなる

ものはどういう現象なのであろうか。

“まつり”を企画する機能には広報宣伝を兼ねた情報発信への期待もおおきい。まして世の中は情報機器があふれかえる高度情報社会のまっただなかにある。担当者してみると、企画した情報をいかに社会のすみずみにゆきわたらせるかは、たえずあたまを悩ます難問である。情報の浸透とともに、イメージを正確に伝えることができていかもまたおおきな難問である。文字媒体で情報のイメージを伝えるのはじつに困難である。当然画像や映像媒体も考えられるが、これはこれで誰もが受けることができるものではない。

キャラクターの発案はそうしたイメージ伝達のあたらしいメディアと言えないか。確かにキャラクターで伝えたい情報を十分に伝達できるのかとの疑問も聞こえてきそうだが、大人も子どもも一目見て少なくとも情報発信母体を理解できる機能をもっていると言えそうである。“まつり”の動く広告塔といったところか。現実に人びとへの浸透度はかなり高く、いまのところキャラクター人気はおとろえそうにないのである。このようなあたらしいメディアが創生されるのであるから、“まつり”そのものの情報発信機能にはおおきな期待が寄せられるのであろう。

● 現代 “まつり” の第三の機能 ●

現代の“まつり”は、3つの要素からなる。まずは“まつり”を企画し主催もしくは主宰する主体という要素、主催者の企画に賛同し具体的に“まつり”のさまざまな事業を担当する担い手という要素、そして“まつり”を見物する観客という要素の

3つである。この3つの要素がなければ、現代の“まつり”は成り立たない。すでに見たように伝統“祭(り)”は、はじめの2つの要素で成りたったのであったのであるが、現代の“まつり”では観客の要素が不可欠なのである。

そしてこの観客の登場は、あたかも劇場公演を想起させるほどに、3者を観る側とみせる側に峻別した。主催者と担い手は舞台上が上がってしまったのである。さらには主催者の胸算用によると、観客は料金を払ったお客とも見えてくる。そうなるといやおうなく、主催者と担い手は綿密にコミュニケーションをとって舞台を成功させなくてはならなくなる。この主催者と担い手が綿密にコミュニケーションすることが、じつは現代の“まつり”の第三の機能なのである。

昨秋、姫路城下でB級グルメの祭典、B-1グランプリが開催された。会場そのものは姫路城の周辺に特設されたが、玄関口である姫路駅から会場までのあいだは、戦災で焼けたもののその後復興した城下の町内を抜けていかななくてはならない。このとき各町内がそれぞれに工夫をこらして遠来の客を歓迎していた光景が見られた。会場だけでなく“まつり”は町の人びとも巻き込んでいた。主催者と担い手が綿密にコミュニケーションしたあかしである。

もう一度ここで“まつり”の周年性を特筆しておきたい。企業であれ共同体であれ、社会集団はそれ自体が歴史の実体であり、人とおなじように年月を重ねる。創立記念日や1周年、10周年などなど、組織によつては100周年、150周年などと、人の年輪を超えて組織の永続性を示す例も多い。こうした集団の周年性は普遍的なものであり、アニバーサリーを組織内で共有し確認することが一般的である。そしてそこから読み取れるの

は、集団の周年行事は組織内の絆を強め、組織そのものを活性化するということである。

現代の“まつり”の第三の、もっとも重要な機能は、“まつり”の企画や実行を通じて主催者（組織の管理者）と担い手（市民や社員）が綿密なコミュニケーションをもち、その結果として集団が活力を取り戻しよみがえるということである。そしてそのもつとも普遍的な性質である周年性は、おのずと集団の“まつり”を生起する。

現代の“まつり”は確かに伝統”祭り”のイベント化したかたちではあるが、伝統”祭り”そのものが儀式を通じて人びとが神ガミと交感し、共同体がよみがえる機能をもっていたことを想起すると、現代の“まつり”もまた組織や人びとの活力をよみがえらせる機能をもつのだと言える。ただ異なるのは、かつては神ガミとの交感が重要であったが、現代は人と人のコミュニケーションこそが要件であるということである。

● “まつり”は不滅だ ●

日本企業がアメリカに工場進出した頃の話だが、当時は日本ではふつうであった社内運動会を現地で実施したところ、大変好評であったという。職域のちがう人たちが一堂に会し、さまざまな競技をとにもこなうことで、あらたなコミュニケーションが生まれ、職場の雰囲気が悪くなったというのだ。体育祭の試

みがアメリカにおいても“まつり”の効用を発揮したということであろう。

しかし最近ではどうだろうか。学校や地域の自治会などではいまま運動会がつづけられているようだが、企業の運動会はあまり聞かなくなった。また学校の運動会もずいぶんさまがわりして、学内行事化していると聞く。時代とともに“まつり”をめぐる社会の環境はおおいに変化している。

もつともおおきな変化は、私たちの生活リズムのなかで、ハレとケの境界があいまいになってきたことであろう。ハレとケの概念はもともと農民的な生活が背景にあるが、現代のように都市的生活が普遍的になると、わたしたちの心身の生活リズムはおのずとハレの感覚にとりまかれるようになった。現代人にとってのケとは何かを定義するのが困難なほどである。しかし、である。だからこそわたしたちは、たえずあらたなハレを求めて“まつり”を創造しつづけているのではないか。

CEL

端 信行（はた・のぶゆき）

アフリカ民族学。1941年大阪生まれ。京都大学文学部卒業後、天理大学教養学部講師、国文学研究資料館助教授、国立民族学博物館教授、京都橋大学文化政策学部教授などを経て現職。主な著作は、『サバンナの農民―アフリカ文化史への序章』（中公新書）、『文化としての経済―文化人類学からの接近』（ダイヤモンド社）など。