HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	サブカルサプリ第25回 : 大衆文化としての初詣 : 神社からアニメ聖地を考える
Author(s)	山村, 高淑
Citation	埼玉新聞
Issue Date	2012-12-31
Doc URL	http://hdl.handle.net/2115/51119
Type	column
Note	埼玉新聞2012年12月31日版、特集「サイタマニア」、p.2
File Information	20121231Saitamania subcul supple No.25.pdf

Instructions for use

Hokkaido University Collection of Scholarly and Academic Papers : HUSCAP

山村高淑の サブカルサプリ

アニメや漫画の舞台地が多いサブカル王国・埼玉。その魅力を「アニメツーリズム」の専門家、山村高淑氏が紹介する。

大衆文化としての初詣

神社からアニメ聖地を考える

アニメファンにとって初詣といえば、埼玉です。冬コミに参加し、寝不足のまま鷲宮神社で初詣という、ある種の苦行を伴う定番の巡礼路は言うに及ばず、秩父神社でじんたんとゆきあつのあのシーン（『あの花』第4話ですね）を回想しつつ、めんまの願いに思いを馳せるもよし。縁結びなら、川越のミカゲ社（富士見櫓跡）で願をかけるもよし（『神様はじめました』）。探し物がある方は、出雲祝神社（入間市）で手を合わせるのもよし（『ポッタラケの島』）…と埼玉はアニメファンにとって霊験あらたか（？）な神社が各地にあります。お正月はこうした神社を七福神巡りのようにまわるもの良いかもしれません。

初詣と絵馬～その大衆化の歴史

実は歴史を紐解くと、現在のように有名な寺社に初詣客が集中するようになったのは近代に入ってからのこと。交通網（特に鉄道網）とマスコミの発達に伴い盛んになっていった、比較的新しい形の年中行事なのです。古くは大晦日に産土神や氏神の社に集まり、元旦まで籠り明かすのが普通でした。これがのちに大晦日は家で過ごし、元旦に寺社を参詣する形式が一般化。江戸時代には、その年の恵方（年神が宿る方向）にある神社に初詣に行く「恵方詣」が流行。こうして現在の初詣に繋がっていきます。つまり現在の初詣とは、民俗信仰に由来しつつ大衆観光の要素を多分に含む行事なのです。

絵馬も同様に江戸期以降、本来の奉納の意味が多様化していきます。もともと絵馬の由来は、神の乗り物として生きた馬「神馬」を捧げることでした。これがのちに生馬の代わりに、馬形（土や木でつくった馬の模型）や板立絵馬（板で形づくった馬）を献上するようになります。この板立絵馬を簡略化したものが小絵馬（掛け絵馬）です。この小絵馬奉納の習俗が一般大衆に広まったのが江戸中～後期。大衆化に伴い、奉納の意味や絵馬の絵柄は多様化していきました。和算家が奉納した「算額（数学の答えを書いたもの）」などはその好例です。こうして今や、絵馬に書く願文はそれこそ多種多様、絵柄も何でもありになっています。

このように、特に江戸期以降、神社参詣は大衆化してきました。そして、アニメ聖地としての神社にファンが詣でるのも、絵馬掛け所に「痛絵馬」を奉納するのも、この流れに位置づけて見てみると、何ら特殊な現象ではないことがわかるのです。

「アジール」としての「アニメ聖地」

ここで重要なのは、日本の神様はこうした多様な参詣者、手を合わせる人すべてを受け入れて下さる懐の深い存在である点です。これはまさしく、神社という場所が「アジール」（統治権力の及ばない、世俗から縁の切れた聖域、自由で平和な避難地）であり続けていることの証左です。

そもそも、歴史的に寺社仏閣など宗教的な聖地の多くはアジール的な性格を持っていました。あの名作アニメ『電脳コイル』でサッチー（行政が導入した違法電脳体駆除ソフト）が神社に入れないという設定がありますが、これなどはまさに神社がアジールであることの現代的表現であり、視聴者はそれを違和感なく理解できるわけです。更には宗教的な聖地だけではなく、統治権力からの自治を獲得した、町人による商業都市などもアジール性を持ちました。

実はここにアニメ聖地を読み解くひとつの鍵があります。全国でファンに愛されているアニメ聖地の多くが、共通してこうしたアジール性を持つのです。すなわち、神社があり、商工会や商店会が地域側の主体になっており、行政が表に出ていません。

つまり、そもそも大衆文化とは、アジール性を持つ場所がないと育たないのです。例えば土師祭やコミケなどは現代のアジールの典型例です。逆に公権力や大資本などが、大衆の自治や自由を統制しようとした途端、こうした大衆文化は力を失っていくものなのです。

「聖地巡礼」と「お接待」

さて、日本における文化としての聖地巡礼を考えるとき、もうひとつ忘れてはならない重要な点があります。それは「お接待」の文化です。代表例は、四国八十八ヵ所を巡礼するお遍路さんに対する、地元の方々からの食べ物や飲み物、宿などの無償の提供。お接待をする理由は、功徳を積むためであったり、一種の代参であったりと、様々な言われがありますが、こうした仕組みがあることで、貧しい巡礼者も目的を達成することができたと言います。

もちろんこれを単純に現在のアニメ聖地巡礼に当てはめることはできません。しかし旅人の旅先に対する純粋な想い、そして地域の人々が旅人のことを思いやり、旅人が地域の人々に感謝する気持ち、これらは共通です。そして、ファンから愛されるアニメ聖地は必ずこうした旅人と地域の人々の気持ちが結ばれる場所になっています。

このところ、中央省庁や地方自治体でサブカルやポップカルチャーの集客効果・経済効果が今までになく注目されるようになっています。何かそこには焦りすら感じる今日この頃です。しかし、こうした効果はあくまで結果であり、目的ではなかったはず。初詣は、旅や巡礼、接待の持つ本質的な意味を、今一度冷静に考えてみる良い機会なのかもしれません。

●プロフィール　やまむら・たかよし：北海道大学観光学高等研究センター准教授。埼玉県アニメツーリズム検討委員会座長。