

「宗教」の資源化・商品化・再日常化

巡礼ツーリズム、及びその地域的展開からみた
「生活」論としての宗教研究試論

Commodification of Folk Religion and its Re-Embedding in Everyday Life :
An Experimental Ethnography on Pilgrimage Tourism in Contemporary Japan

門田岳久

KADOTA Takehisa

- ①はじめに：生活論としての民俗学的宗教研究
- ②ポスト世俗化論としての宗教商品化論
- ③ナショナルコンテキスト：モダニティの中の四国遍路
- ④ローカルコンテキスト：巡礼産業の地域的展開
- ⑤日常への宗教的経験の再埋め込み
- ⑥結論：「現代」の外延

【論文要旨】

本論の目的は、第一に、「文化資源化」「宗教の商品化」といった概念を用いて、現代日本における巡礼ツーリズム（半ば産業化された巡礼）の成立と地域的展開の民族誌的記述を行うことであり、第二に、市場経済や消費社会の文脈上に生成される「宗教的なもの」を記述していく作業が、日常生活の全体を描こうとする現代民俗学的な宗教研究において、いかなる理論的貢献をなすものなのか明らかにすることである。

本論はマクロからミクロへとスコープを絞っていく記述方式を採る。まず、20世紀初頭以降の日本において、「観光」という行為形式が人々に広まっていくマクロな状況を背景に、巡礼が生活世界における慣習的習俗から脱埋め込みをなされ、文化産業によって、人々が自由選択可能な「商品」としての巡礼ツーリズムへと転化するプロセスを描く。次に、宗教的習俗の商品化が、よりローカルな社会空間において具体化していく姿を示すために、新潟佐渡地方における調査事例から、地元巡礼産業の営業活動と、そこに参与する巡礼者たちの日常実践を記述していく。ここに観察されるのは、資源化＝脱埋め込みによってもとの文脈を離れた諸要素が、巡礼産業の地域活動と巡礼経験者の諸実践を媒介することで、再び日常の文脈に再埋め込みされていくプロセスである。

一見「信仰」が盛んであるように見える佐渡の巡礼ではあるが、人々の宗教的経験を可能としているのは地域的伝統であるというよりも、このように巡礼諸産業に下支えされた市場経済的構造である。従って生活論としての現代民俗学は、空間的に境界付けられた小地域（村）を記述の外延として設定し、その内部の出来事をただ描くだけでは不十分である。「文化資源化」は、観察対象が「全体」においていかなる布置を見せているのかという、ミクロとマクロの相互反照性を常に考慮すべきことを、我々に要求する概念なのである。

【キーワード】文化産業、現代民俗学、日常、佐渡、脱埋め込み