

## メリー・クリスマス!

石井研士

(文化庁宗務課)

日本人にとってクリスマスとは何なのだろうか。

九月一日に「サンタブック」という雑誌が出版された。私が知ったのは今年をはじめだが、すでに刊行が始まって四年目になるのだという。電車の中吊りの広告には、サンタクロースを思わせる真赤な帽子とドレスを着たチャーミングな女性がつこり微笑んでいた。クリスマス月とは無関係な九月に「サンタブック」が出版されているのはそれなりの理由がある。この本は「サンタクロースを予約する本」なのである。子供への熊のぬいぐるみから彼女への一二三四本(二月二四日にちなんで)のバラのブーケ(ちなみに値段は五〇万円)、さらにはネックレス、指輪、時計まで、実に様々な品物が掲載されており、そうした品物をカタログ・ショッピングするための本なのである。期日までに申し込むと、指定した日時と場所にプレゼント・パッケージが届くことになっている。

「サンタブック」は三ヵ月以上も早く我々にクリスマスの雰囲気をお届けしてくれる。しかしながら、この本のどこを見ても、クリ

スマスがどのような日であり、サンタクロースは何であるかといったことは書かれていない。ともかく「クリスマス」がこれでもかこれでもかと提示され、我々は購買意欲を刺激されてプレゼントを選び、子供や妻や恋人の喜ぶ顔を思い浮かべることになる。

昨年一月に買ったSARACCA(OL)になって二〜三年目くらいの女性がターゲットの女性誌)のクリスマス特集号(実際にはこんな露骨な書き方はされておらず、SPECIAL ISSUE Xmasとなっている。男性と女性の外人モデルがちょっとアンニュイに寄り添っている姿が表紙を飾っている)は、まず「クリスマスを彩る天使達のファッション&ヘアメイク」から始まり、「星の数ほどきらめく私のアイデンティティ」という装身具、「ふたりだけの聖夜のため」のレストラン案内と続く。

ここ数年のことであるらしいのだが、クリスマスが近づくと、an・anやHANAKOのクリスマス特集号に、即席信者でもミサや礼拝に参加することのできる教会一覧が掲載される。私の持っている二年前のHANAKOには、カトリック麹町聖イグナチオ教

会、日本キリスト教団靈南坂教会といった、芸能人の結婚式などで有名な、いわゆるブランドものの教会がカラー写真とコメント入りで紹介されている。どうも恋人たちは、こうした情報誌を頼りに、二人の大切なクリスマス・イブの序章として教会へ雰囲気を楽しむにいくらしい。ところが、神父さんや牧師さんにかがうと、恋人たちのマナーはきわめて悪いそうである。クリスマス・ミサや礼拝、あるいはキャンドル・サーピスの途中だということに、ものの三〇分もいたかと思うと周囲はおかまいなしにそそくさと出ていってしまうのである。クリスマス・の雰囲気を楽しむのであれば、三〇分でも十分ということらしい。しかもこうした「三分のわか僧者」は近年増加傾向にあるという。そのため未信者のクリスマス行事への参加を許可しない教会も現れている。

クリスマスがキリスト教とは無関係な様式で行われている、ということはいまさら繰り返すまでもない常識であるとしても、繁華街でのジングルベルやクリスマスケーキの売り声、あるいは家庭でのクリスマスケーキといったイメージは、しだいに多様化しているように思われてならない。ともかくもクリスマスは、子供から大人まで重要な年中行事として日本人の生活の中に定着しているということだけは確かな事実であるようだ。

クリスマスが日本人の年中行事として定着しているとすれば、クリスマスは年中行事の中でどのような位置、役割を担っているのだろうか。これまで日本人の年中行事を主に研究し分析してきたのは民俗学である。しかしながら、私の知る限りでは、きちんとクリスマスは年中行事の中に位置づけて説明している民俗学の

文献は存在しない。柳田国男編「民俗学事典」に「クリスマス」の項目は見られない。柳田国男監修・民俗学研究所編「年中行事図説」にも項目はない。もともと両書の刊行年は昭和二六年と昭和二八年であるから、クリスマスが戦後とくに高度経済成長期以降に浸透したとすればしかたがないのかもしれないが、実はもっと根深い、民俗学の基本的構造やその存立に関わる問題が潜んでいる。というのは、近年の研究成果にもクリスマスへの言及は見られないのである。民俗学がクリスマス・を無視しているというのはなくて、民俗学が年中行事の中にクリスマスを取り込めない、といった方が正確であると思われる。

年中行事の構造に関して民俗学は興味深い研究成果をもたらしてきた。図からも分かるように、小正月とお盆の行事がともに祖霊を迎える行事であること、物忌の時期である六月と一二月の行事が対応していることなど、民俗学は年中行事の構造を農耕儀礼や祖先崇拜の視点から説明してみせたのである。

しかし待てよ、と私は思う。この図の年中行事の中で現在私の周囲が行っているのは、大正月（たんに正月）、節分、ひなまつり、端午の節句、七夕、お盆だけである。私は昭和二九年に東京で生まれ、学校も職場も東京で過ごしているが、他の年中行事は子供るときから一度も行ったことはない。一人私個人だけでなく、都市に住む者は、多少の相違はあれ似たような経験をしているのではないだろうか。そして都市民は、この図に含まれていない行事を突に盛大に行っている。この図にはクリスマスはもとより、若者を中心に国民的な年中行事になりつつあるセント・ヴァレンタ



イーは活況を呈し、銀座のカフェは一年で一番のかき入れ時となつたという。戦後クリスマスは盛り場を中心に賑わいを取り戻し、昭和二〇年代終りの銀座では、キャバレー開幕の午後七時から八時にかけて最高の人出となり、五丁目にはさながら人の渦であつたという（銀座年鑑「銀座タイムス社、昭和三二年」）。クリスマスが家庭で家族揃ってケーキを食べ、安いシャンペンを飲み、子供がサンタクロースではなくて親から知りつつプレゼントをもらう日になつたのは、高度経済成長期以降のことである。

どの文献も根拠が明示されていないので、どこまで客観的な事実として、つまり単なる個人的な印象を越えた社会的事実として信頼できるかについては疑問が残るが、いくつかの点は指摘することができる。第一に、クリスマスは商業主義と結びついて日本人の間に浸透し、第二に、盛り場での賑わいからしだいに家族中心の行事へと移行し、第三に、この点がもっとも重要であるのだが、年末の行事として定着したという三点である。

第一の点に関してはより広範囲にデータを収集して実態の把握に努めるとして、私は第二の点に関して、経済構造と家族構造の変化から分析を行うべきだと考えている。戦後日本の経済的発展と核家族化こそが現在のクリスマスを形作った基礎になるからであり、マイホーム主義や私生活主義の成立があつてはじめて、父親が家族とともに家でケーキを食べ子供たちにプレゼントを送る年中行事が定着したと考えるからである。そして昨今の生活様式の多様化と情報量の増大を考慮すると、ようやく冒頭に挙げた「サンタブック」などの例を理解することが出来る。つまり年中行事

の個人化が進んでいるのである。民俗学が作成した年中行事の図を現状に合わせて書き換えればいいかというところ、そう簡単ではない。現在では、個人の属する年齢階層別や集団別によつて、さらにはそれらが重複してクリスマスは祝われており、一枚の図式での把握は困難である。

多様性を包括しながら日本人の年中行事としてのクリスマスを理解するための鍵は、クリスマスが宗教的行事ではないといえるのかどうか、という点にある。クリスマスが日本人の間に定着したのは、第三の点として指摘したように、年末の行事であつたためである。クリスマスはその後に続く正月と一連の行事として考えないと理解できない。クリスマスは、学生は終業式を迎え、公務員やサラリーマンはボーナスが支給された稔り入れ時期である。生活の中で一年の終わりが最も切実に実感できる時でもある。次回で述べるように、現代の日本人は年末にいったん死んで、新年に新たな力を獲得して再生するとすれば、クリスマスは「死と再生」の儀式に先立つ収穫と（若者を中心とした性の解放を含む）解放の祭として理解できないだろうか。そうだとすれば、クリスマスがキリスト教の儀式としての宗教性をそっくり落としてしまつたとしても、依然として日本人には重大な宗教性を持った行事としてクリスマスを考えることが出来るのではないだろうか。