

# 遷宮を継承する次世代とは誰なのか

石井 研士

## はじめに

平成二十五年に第六十二回式年遷宮が斎行される。近年は年間七百五十万人が神宮を訪れ、遷宮の年には一千万人を超えることが予想されている<sup>1)</sup>。筆者はこれまでに、実証的な資料を基にして、日本人と神社との関わりについては、厳しい現状と変容を指摘してきた<sup>2)</sup>。

一例を挙げれば、氏神と氏子の関係、氏神に対する意識に関して、かなり大規模な変化が生じていることがわかつている。すでに、人口の流動化に伴う氏子意識や行動の希薄化は、研究者によって昭和四十年代から指摘されてきたが、今やそうした状況が顕著に認識されるまでにいたっている。平成八年から五年ごとに神社本庁によって実施されている「神社に関する意識調査」から、氏神をめぐる現下の問題をいくつか指摘してみたい。

図1は「あなたは、あなたの氏神様（あなたの住んでいる地域の神社）を知っていますか」という質問に対する回答である。調査を始めてから十年の間、数値は一貫して減少を続けている。平成八年に七二・六％であった氏神の認知は、平成十三年に六九・一％、平成十八年に六五・一％と、十年間で七・五ポイント減少した。とくに大規模都市（十六大都市 七一・九％から五九・五％）、二十代（四九・四％から三三・六％）での減少が著しい。同じ割合で変化

遷宮を継承する次世代とは誰なのか

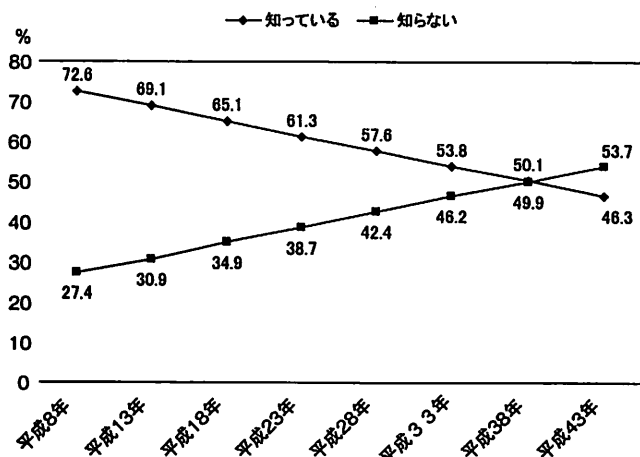


図1 氏神様の認知 (神社本庁)

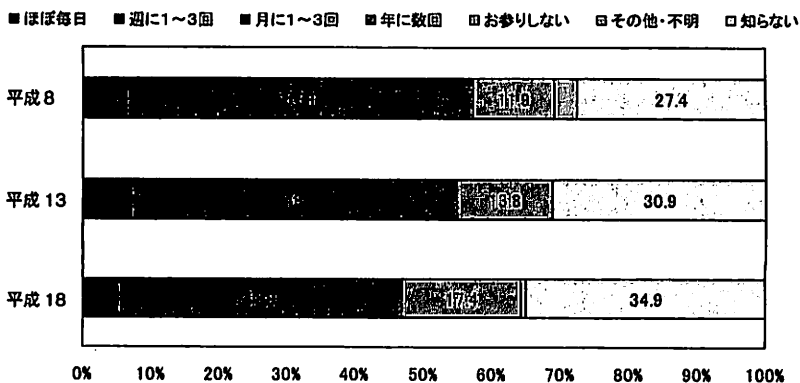


図2 氏神様への参拝状況 (神社本庁)

すると、平成三十八年には、「知っている」と「知らない」がほぼ同じ割合になる。

さらに、氏神への参拝状況を加味すると、事態はいっそう明確になる。図2は、氏神の認知と参拝の頻度を加えた十年間の変化である。「月に一〜三回以上」の定期的な参拝者は全体の二割に達せず、「氏神様を知らない」「お参りしない」の合計はしだいに増加して平成十八年では五割を超えるまでになっている。

こうした傾向は、氏神と氏子の関係が、意識的に絶たれたということを表しているわけではない。新しい家族の創出と人口の高度な流動性こそが、地域社会との関わりや愛着を弱め、氏神との関係を脆弱にしているものであり、居住年数の短いものほど「氏神様を知らない」ということになる。

他にも神棚の所有率の低下、神棚への参拝状況の低下など、日本人の日常的で具体的な神社との関わりは希薄になりつつある。こうした中で、本論の冒頭で述べたように、神宮の参拝者数が増加しているのである。本論では、実証的な資料に基づいて、日本人の神宮との関わりや意識の現状を理解したいと思う。

## 一 伊勢神宮の認知度

伊勢神宮の認知度はきわめて高い。図3は平成二十一年十二月に実施した「日本人の宗教団体に関する認知・関与・評価に関する世論調査」の結果である。伊勢神宮以外にも、明治神宮、創価学会、天理教など日本人がよく知る宗教団体があるが、伊勢神宮の九六%という認知度は、日本人であれば知らない人はいない、というレベルである。この世論調査は平成十一年より五年ごとに実施しているが、三回ともに伊勢神宮がもっとも高い認知度を示している。<sup>3</sup>

それでは伊勢神宮の高い認知度はそのまま参拝という具体的な行動に結びついているのだろうか。神社本庁は平成十六年に「伊勢神宮に関する全国意識」世論調査を実施した。調査では、伊勢神宮を知っているかどうかとは別に、参

選宮を継承する次世代とは誰なのか

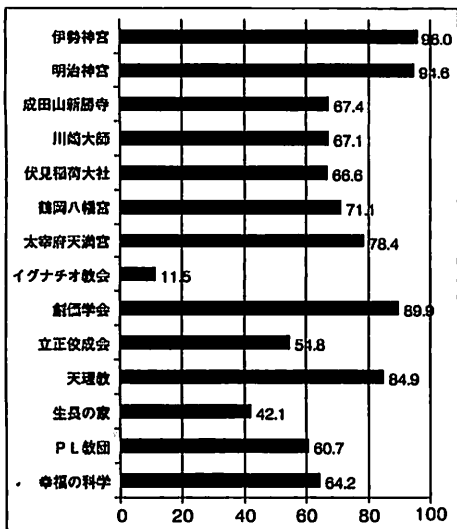


図3 伊勢神宮の認知度

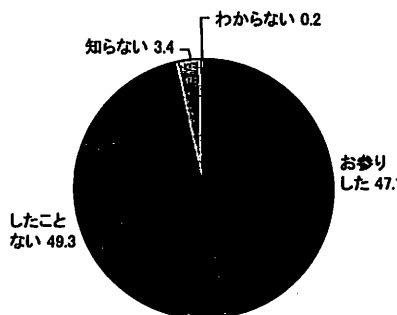


図4 伊勢神宮の認知と参拝の有無

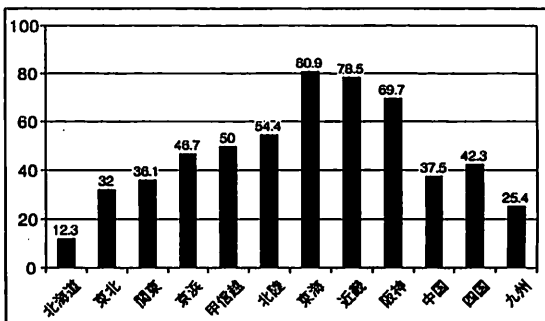


図5 お参りをしたことがある：地域別

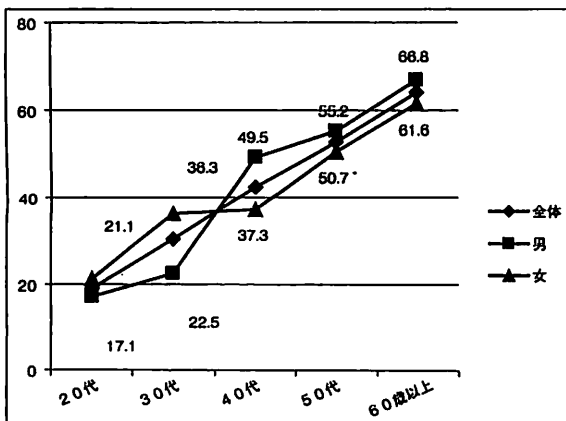


図6 お参りをしたことがある：年齢・男女別

拝の有無についても尋ねている(図4)。

調査結果を見ると、これまで実際に「参拝したことがある」と回答したのは半数以下の四七・一%だった。つまり、伊勢神宮について認知はしていても、これまで実際には参拝したことがない日本人が約半数いるのである。

伊勢神宮への参拝に関しては、地域的な変数が大きな要素として存在している。図5は、これまでに伊勢神宮に参拝したことがあると回答した者を地域別に示したものである。一目して明らかなのは、伊勢神宮からの距離によって、参拝の割合が決まってくるということである。実施には距離よりも、参拝のためにかかる時間(交通上の距離)であろうと考えられるが、北海道、東北地方、九州の参拝率は他の地域と比較して圧倒的に低くなっている。他方で、東海地方と近畿地方は八割ほどと、ひじょうに高い参拝率を示している。

日本人の宗教性に関しては、一般的にいつて宗教意識、宗教行動ともに女性の方が強く表れるが、伊勢神宮への参拝を性別に見ると、年代によって微妙な相違が示されている(図6)。二十代、三十代で高かった女性の割合は、四十代以降逆転し、男性が高い。参拝率を示すようになる。

## 二 参拝の回数と参拝の意向

参拝者の基本的属性のうち、所属している地域、性別について検討したので、参拝の実態について考察したいと思う。実際に参拝したことがある人に限定して、参拝の回数を尋ねたのが図7である。もともと多かったのは「一回」で半数弱の四五・八%だった。「三回以上」を頻繁に参拝した者すると、五三%にのぼるが、この数値を回答者全体の割合に換算すると、二五%となり、日本人の四人に一人の割合となる。

質問では、どのような機会に伊勢神宮に参拝したかも尋ねている(図8)。もともと多かったのは「家族との旅行」

選宮を継承する次世代とは誰なのか

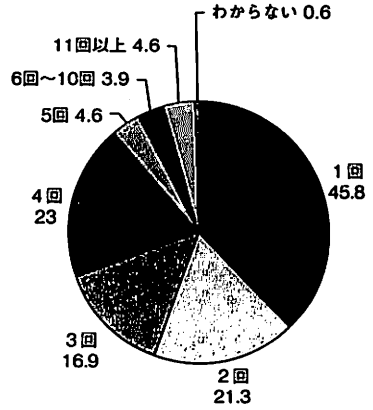
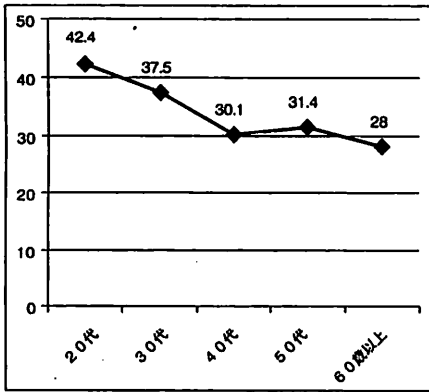


図7 参拝の回数

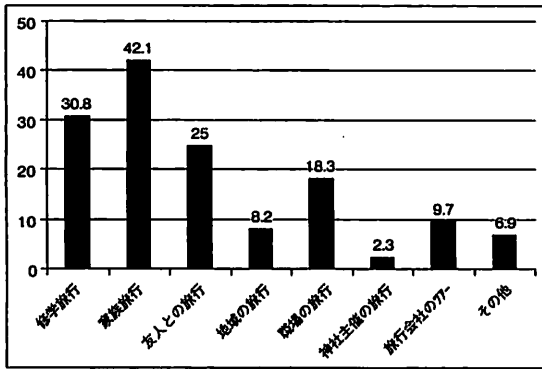


図8 参拝の機会

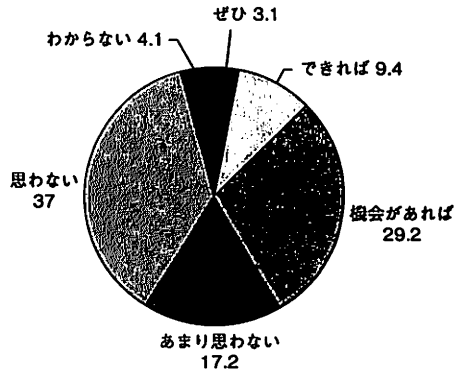


図9 参拝の意向

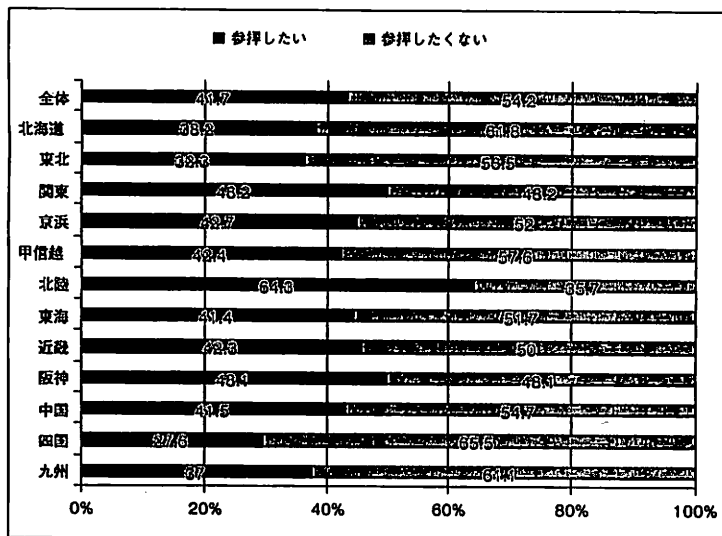


図10 参拝の意向・地域別

で四割を超えた(四二・一%)。次に多かったのは「修学旅行で」(三〇・八%)で、修学旅行に関しては、若年層の回答が高く、むしろ五十代、六十代の修学旅行での参拝は少なかった。他にも「友人との旅行」「職場の旅行」など、一般的な旅行の機会に訪れており、「神社主催の旅行」はわずか数%に過ぎなかった(二・三%)。

今後、伊勢神宮に参拝したいかどうかを尋ねた結果が図9である。もっとも多い回答は「参拝したいと思わない」で三七%だった。回答結果を「参拝したいと思う」「(ぜひ)参拝したい」「できれば参拝したい」「機会があれば参拝したい」の合計)と、「参拝したいと思わない」「あまり参拝したいと思わない」「参拝したいと思わない」の合計)に分けると、「参拝したいと思う」の四一・七%に対して、「参拝したいと思わない」五四・二%となり、消極的な意見が上回った。

先に、伊勢神宮への参拝に関しては、地域的な変数が大きな要素として存在している点を指摘したが、参拝の意向に関して地域的な差が強く表れている。参拝の意向を「参拝したい」「参拝したくない」に分け、地域ごとに見たものが図10である。「参拝したい」がもっとも多かったのは「北陸」で、回答者の

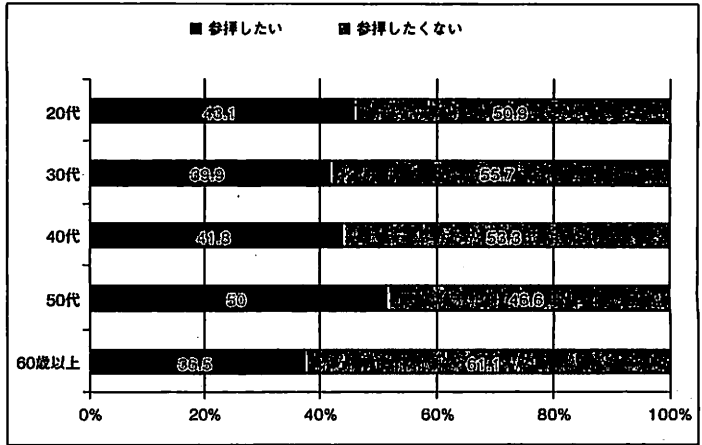


図 11 参拝の意向・年代別

ほぼ三分の二が肯定的な回答だった。

しかしながら全体で「参拝したくない」が多かったように、他の地域ではより消極的な態度が強く示されている。参拝したくない割合の高かった「北海道」「東北」「九州」では「参拝したくない」が六割を超えた。「参拝したくない」割合のもっとも高かったのは「四国」であるが、四国も必ずしも参拝した率の高い地域ではなかった。参拝率の高かった「東海」「近畿」でも消極的な意見が積極的な意見を上回っている。

参拝の意向を年代別に見たのが図11である。図から分かるように、参拝に消極的なのは二十代、三十代ではなく、六十代以上の年配者であることがわかる。近年、世界遺産やパワースポットとして、多くの若者が伝統的な神社仏閣に訪れるようになっており、実際に訪れるかどうかは別にしても、若年層に当初から強い拒否感は存在しないものと考えることができる。

### 三 伊勢神宮に対する印象と知識

伊勢神宮の印象はどのようなものだろうか。該当するであろう項目を挙げて複数選択するようになってきているが、圧倒的に多かったのは、全世代において「歴史伝統を感じる」だった。他の項目は、どれも、またどの世代においても三〇%を超えなかった(図12)。

伊勢神宮の印象に関して興味深いのは、世代によって印象に差が見られる点である。図12の個々の項目で、調査結果が階段状になっているものがある。世代が高くなるにつれて結果が増えていく項目に、「きれい美しい」「御社殿が立派である」「廣大である」「神々しい」「すがすがしい」「緑が豊かである」「心がなごむ」がある。こうした印象は、特別な知識や情緒的成熟を用するわけではないと思われるが、世代間に少なからぬ差が見られるのである。換言すれば、二十代は、きれい美しいと思わず、御社殿が立派だとも感じない。廣大であるとも神々しいとも、森が豊かであるとも、心がなごむとも感じない傾向が強いのである。そして「何も感じない」割合が強い。とくに「すがすがしい」「心がなごむ」の低さが目を惹く。

先に、伊勢神宮の知名度がきわめて高い点に言及した。それでは、伊勢神宮の何について知っているのだろうか。調査では一〇の選択肢が設けられ、複数回答で質問が行われている(図13)。「三重県にある」「有名な観光地である」の二つは、高い割合を示した。二十代でも「三重県にある」ことを知っているという回答は六割近い。しかしながらこの二問を除いては、「天皇陛下(皇室の祖先)がお祀りされている」がやや高いものの、他の項目の割合は低いといわざるをえない。

興味深いのは、これらの項目の回答が、世代の上昇と同時に上昇している点である。これも換言すれば、若い世代は「内宮と外宮のふたつのお宮から成り立っている」「日本で最も古い神社の一つである」「天皇陛下(皇室の祖先)がお

選宮を継承する次世代とは誰なのか

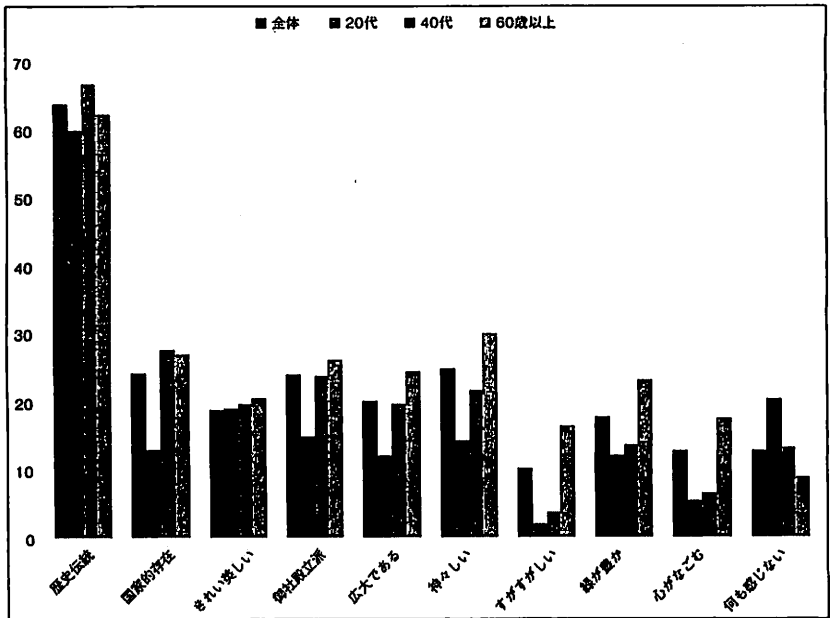


図 12 伊勢神宮の印象・世代別

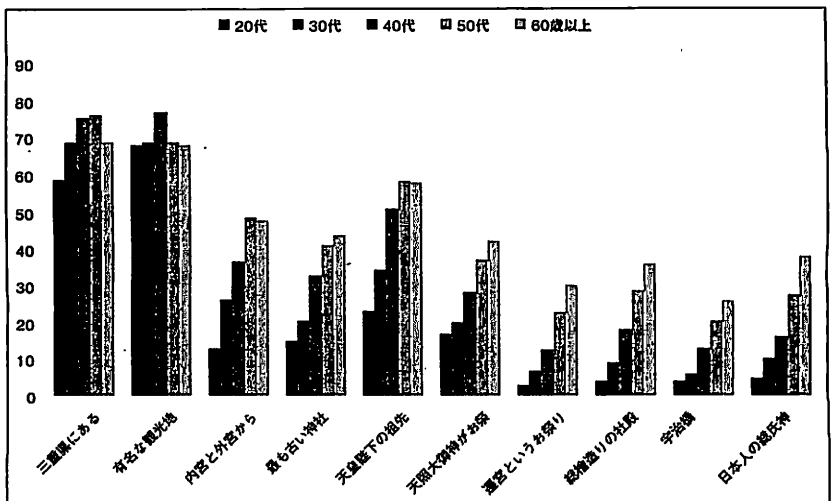


図 13 伊勢神宮について知っていること・世代別

祀りされている」「天照大御神がお祀りされている」「遷宮という神様が引越をするお祭がある」「絵槍造りの御社殿である」「宇治橋という木造の橋が架かっている」「日本人の総氏神として信仰されている」ことを、ほとんど知らなかった、ということになる。

## おわりに

式年遷宮は国民総奉賛のもとに行われるのが当然であるとしたときに、世論調査から見る限りでは、伊勢神宮と日本人との具体的な関わり、認知、関心などは、必ずしも密接な状態にあるわけではないようだ。神宮を本宗と仰ぐ神社界と「三重県にある有名な観光地」と見なす日本人との間には深刻な認識上のギャップが存在するのではないかと。

ギャップが生じる主たる理由は、大きく分けて二つではないかと考えられる。ひとつは、本論でも部分的に指摘したように、日本人の氏神離れ、氏子意識の希薄化、神棚の保有率の減少といった現象となつて現れている日本人と神社との関わりの変容である。

いまひとつは、神社や神道に関する情報の入手先の問題である。実生活において神社と日本人の関わりが希薄になつたときに、どこから伊勢神宮や式年遷宮の情報が伝わっているのだろうか。図14は、式年遷宮について知っていると同答した人に対して、式年遷宮に関する情報の入手先を複数回答で選択してもらつた結果である。もつとも多かつたのは「神宮にお参りして」で四〇・六%だった。次は「ラジオ・テレビ」で約三割であつた(二九・三%)。注目すべきは「神社・神職から」でわずかに八・四%だった。

遷宮を継承する次世代を考えたときに、神社界が直面している氏神神社を取り巻く大規模な構造的変動と、他方でパフォーマンスを初めとした情報のあり方、そしてつけ加えれば、神社の次世代を担う神職後継者の問題は、きわめて重

選宮を継承する次世代とは誰なのか

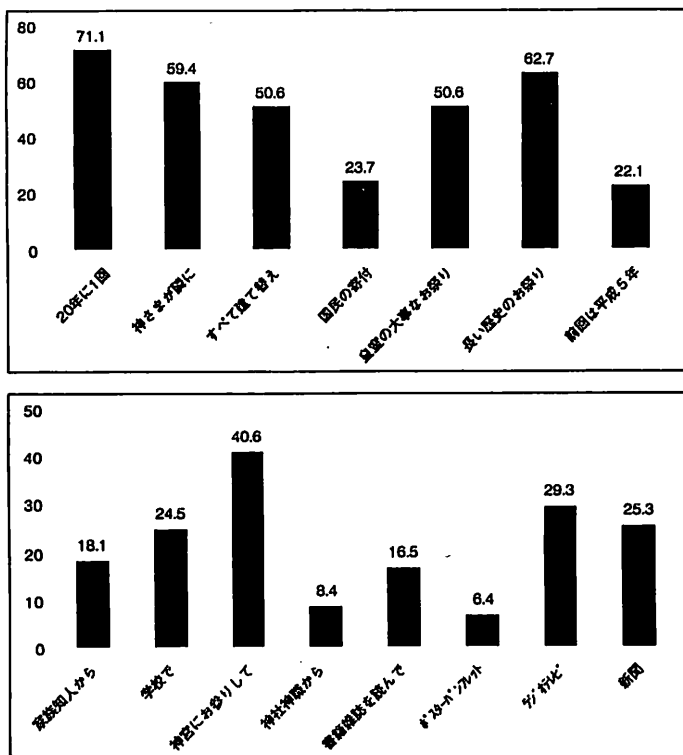


図 14 式年選宮に関する情報の入手先

大なる意味を持つものと考えることができる。

- (1) 「奉祝 天皇陛下御即位二十年 天皇后西陛下御結婚滿五十年 第二十七回東北六県神社庁関係者連絡協議会記録」平成二十一年、四十四頁参照。
- (2) たとえば、「氏神信仰の十年」神社に関する意識調査「から」(第三回「神社に関する意識調査」報告書)平成十九年、神社本庁教  
学研究所、「現代社会における神道教学の諸問題」(「神社本庁教学研究所紀要」第一三三号、平成二十年)、「神社神道はどこへ行くの  
か」(皇學館大学神道研究所紀要)第二五輯、平成二十一年)参照。
- (3) 第一回・第二回調査に関しては、國學院大學二十一世紀COEプログラム「日本人の宗教意識・神観に関する世論調査二〇〇三年  
日本人の宗教団体への関与・認知・評価に関する世論調査二〇〇四年 報告書」(平成十七年)参照。