

宣伝することの困難さや人材登用の際に宗教を持ち出すことの難しさが透けてみえるが、ともあれ、このような背景で現在の熊野では「癒し」と「蘇り」が地域振興の意図のもと「サービス」として科学的根拠を持って提示されるに至っている。

最後に本報告では、霊験の語り直しの渦中にある熊野の社寺の位置付けを確認した。結論から言えば、寺社等はいった新しい語りに、歴史的な裏付けを与えている他、「単なる観光ではない」という観光から「はみ出す特別な部分」の魅力を場所に与えるという仕方、自治体と相補的に熊野の「特別さ」を支えていると結論づけられるのである。

観光地としての聖地

——ブラジル世界救世教の聖地ガラピランガ——

松岡 秀明

日本の新宗教教団のいくつか——たとえば、PL、世界救世教、崇教真光——は、巨大な聖地を有していることで有名である。これら聖地が強調するのは、「美しさ」であり、自然景観の中に伝統的なあるいは斬新な(時に奇抜な)建造物を配し、独特な空間をつくりだしている。

ブラジル世界救世教(以下、救世教)は一九五五年以来ブラジルで積極的に布教を行なっている。信者数は二〇〇〇年の国勢調査によれば十万九千三百十、日本の世界救世教いづのめ教団のホームページでは四十一万となっている。一九九五年、救

世教はサンパウロ市郊外のガラピランガ湖に面した三十二万平方メートルの広大な敷地によく整備された聖地を竣工した。それ以来、信者・非信者を問わず多くのブラジル人が聖地を訪れている。

救世教でこの聖地は、「ガラピランガ」、「聖地」(solo sagrado)、そして「地上天国」(paraíso terrestre)と呼ばれる。救世教は地上を天国にしようと主張するが、ガラピランガはそのモデルとして建造されたからである。広大な敷地に、七十一メートルの高さの塔を配したストーンヘンジ様の円環状の神殿、池、広場等々を配するガラピランガは、あたかも天国を主題とするテーマパークのようである。

観光地は、日常世界にまして美を鑑賞することが可能なように社会によって割り当てられた場所——フーコーの言葉を借りるなら「指定用地」(emplacement)——である。聖地は、宗教的な権威や正統性が顕示される指定用地、また、場合によっては宗教的実践を行なう指定用地でもある。そして、聖地が美を鑑賞するための指定用地となっている場合も少なくないが、ガラピランガも例外ではない。

救世教は美を重視しており、熱海、箱根、京都の日本の聖地と同様、ガラピランガも美を意識して造られている。「なんて美しいんでしょう。言葉では説明できません」。聖地へ参拝した三十歳の女性の救世教信者は、私にこう語った。ガラピランガを訪れている信者にその印象を問えば、多くの人はこんなふうに答える。

ガラピランガは、信者だけの空間ではない。この聖地は入場

料無料で一般公開されており、信者以外の人たちも訪れることができる。二〇〇七年七月にはサンパウロの新聞『デアリオ・ヂ・サンパウロ』に「サンパウロの隠された七つの名所」と題して、それほど知られていない七つの施設や場所を紹介した記事が掲載された。環境保護区、植物園、ガラピランガ湖などとともに、救世教の聖地も選ばれている。

一方、救世教の聖地が位置するサンパウロ市パレリエイロス区は、サンパウロ市最南端にあり、湖、滝、原生林等々の豊かな自然が残されている。同区は、二〇〇九年頃から同区の名所へのエコツアーを積極的に宣伝しているが、救世教の聖地もその対象とされている。なるほど、自然と人工が調和している救世教の聖地がエコツアー対象となっても不思議ではない。

このように、ガラピランガは行政の協力も得て観光地としての側面を持つに至っており、そこも訪れる非信者の数も増加してきている。非信者が聖地を観光地としてとらえて訪れることが救世教の信者の増加に直結している訳ではない。しかし、少なくとも救世教という宗教があり自然を重視した広大な聖地を持つていてということを経世教の信者以外にも知らしめているのである。

聖なる観光地

——宗教ツーリズム論からみたパワースポット——

岡 本 亮 輔

パワースポットそれ自体は興味深い対象ではない。すでに指摘されている通り、パワースポットは二〇〇三〇代の働く女性がターゲットの女性誌を中心にしかけられ、二〇〇五年前後から急増したメディア主導のブームという性格が強い。パワースポットといわれる場所の多くは新たに発見されたわけでもない寺社で、情報だけが大量に供給・消費される「宗教情報ブーム」ともいえる。筑波山や御岳山のような伝統的宗教性をはらむ場所が自称するような状況も見られると同時に、築地市場や東京ジャーマイも金運や赦しのパワースポットとされている。要するに、パワースポットとは観光メディアで用いられるようになった「ラベル」であり、基本的にはどこにでも貼り付けることができるわけである。また、雑誌等でパワースポットとして取り沙汰されても、寺社側が好意的・積極的な反応を示すとも限らない。従来とは異なる参拝者のあり方に対する戸惑いも目立ち、「境内の一隅」にのみ関心を引きつけるようなパワースポット・ブームに対する神道界からの批判もある。

一方で、パワースポットをより広く「場所の(再)表象」として理解した場合、それは単に集客目的の商業主義としてだけではなく、「ある場所をめぐるイメージをどのように編集するのか」という宗教ツーリズムの論件として浮上する。新たに発見