

國學院大學學術情報リポジトリ

情報化と宗教団体の邂逅

メタデータ	言語: Japanese 出版者: 公開日: 2023-02-05 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 石井, 研士, Ishii, Kenji メールアドレス: 所属:
URL	https://doi.org/10.57529/00000726

情報化と宗教団体の邂逅

石井研士

はじめに

本論は1980年代から始まる情報化が宗教団体にどのように浸透したか（しなかったか）について、具体的な事例をもとに考察することを目的としている。ここでいう情報化は情報通信技術が新聞、ラジオ、テレビといったマスメディアの段階を超えて、双方向性を持つようになった1980年前後からを想定している。

近年、DX (Digital Transformation) といわれる情報化の

新たな段階に入ったと指摘される⁽¹⁾。新型コロナウイルス禍でのニューノーマルな生活様式は、従来はまったくとつていいほど利用されていなかったオンライン会議など、我々の社会が新しい段階に入ったことを実感させることになった。折しも、政府は第5期科学技術基本計画（平成二八〜平成三二年度）においてSociety5.0を主張している。内閣府の説明を引用すると次のようになる。

サイバー空間（仮想空間）とフィジカル空間（現実空間）を高度に融合させたシステムにより、経済発展と社会的課題の解決

を両立する、人間中心の社会 (Society)。

狩猟社会 (Society 1.0)、農耕社会 (Society 2.0)、工業社会 (Society 3.0)、情報社会 (Society 4.0) に続く、新たな社会を指すもので、第5期科学技術基本計画において我が国が目指すべき未来社会の姿として初めて提唱されました。(https://www8.cao.go.jp/cstfd/society5_0/)

政府の描くSociety5.0は具体性に乏しく、コロナ禍において進展しつつあるデジタル化が好ましい日本の未来社会の姿なのかは別にして、非接触や在宅勤務を強いられる中で、コンピューターやスマートフォンをはじめデジタル機器を利用したネットワークへの依存が確実に大きくなったことは明かである。そして、こうした顕著な文化的傾向のただ中に、宗教団体や私たちの宗教的行為も存在することは改めて想起すべきことであると考える。

本論では、DXにいたるまでの情報化と宗教団体について言及し、現在のDXと宗教との関わりについては校を改めて論ずることにはしたい。

情報化の進展

それにしてもコンピューターやネットワークの進展は著しく早い。図表1は情報機器の普及率を平成一一年から示したものである。

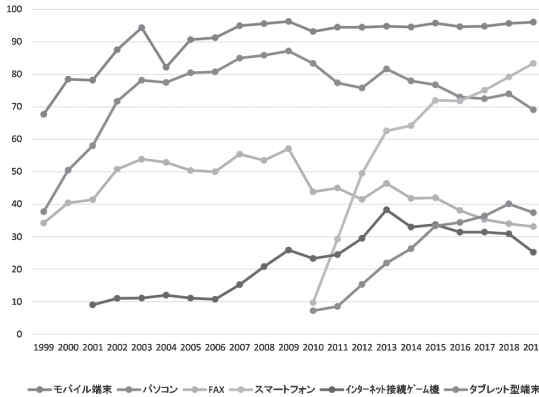
コンピューターがマイコンといわれて個人に普及し始めたのは、シャープからMZ80K (昭和五三年)、日立からベーシックマスターMB6880 (昭和五三年)、NECからPC8000シリーズ (昭和五四年) が発売されてからである。これらは8ビットパソコン初期の御三家といわれた。一般に普及していくのは1990年代になってからである。10パーセントほどだった保有率は90年代になった急速に増加し、平成一二年には五〇パーセントを超え、平成二一年には87・2パーセントと最多となった。

日本におけるインターネットは昭和五九年のJUNETの運用開始が最初とされる。平成7年にWindows 95の発売が開始、翌年ヤフージャパンの日本語版がサービスを始め、数パーセントだった普及率はしだいに増加していった。インターネットの普及率は平成一三年に50%を超え、現在は8割ほどとなっている。

る。

図表1で興味深いのは、平成二〇年代以降の変化である。パソコンをはじめ、インターネットに接続する家庭用ゲーム機、最近ではタブレット端末の保有率が減少していく一方で、スマートフォンへと一極集中していく様子は留意しておく必要があるだろう。

生まれたときからインターネットが身近にある世代を「デジタルネイティブ」と呼ぶが、デジタルネイティブ世代におけるスマートフォンの普及の早さは目を見張るものがある。図表1は保有世帯の調査結果であるが、マクロミルが実施した「若年層に各種メディアへの接触・利用実態を把握するための調査」によれば、携帯電話やスマートフォンの保有率は、中学生が6割であるのに対して、高校生以上はほぼ100パーセントである³⁾。



図表1 情報通信機器の世帯保有率推移

* 『情報通信白書』平成24年版、令和2年版より作成

宗教団体とニューメディア

1980年代の半ば頃「ニューメディア」という表現が使われるようになった。ビデオ、ワープロ、コンピュータ、パソコン通信、衛星放送、CATVといった新しいメディアが登場し、私たちの生活に直接利用できるようになった。この時期に多くの教団が新しいメディアに関心を持ち布教の道具として利用を考えていた。

筆者は1980年代にアメリカのテレヴァンジェリストの調査研究を行い、やや時間をおいて日本でも同様の現象が生じるのではないかと考えていた。事実、阿含宗、創価学会、立正佼成会、統一教会が通信衛星の利用に関心を示し、衛星のチャンネルの購入、利用を始めたが、アメリカとは制度や文化的状況も異なり、短期間で多くの信者を獲得することはできなかった。この時期、多くの教団が強い関心を示したのは「映像」だった。1980年代になってVTRは急速に普及し、1990年代初めには7割を超えるまでになった。教団は教団内での研修やニューズレター利用だけでなく、布教用として多様な種類のビデオを作成した⁴⁾

さてコンピュータであるが、宗教界におけるコンピュータ利用も、日本社会全般へのコンピュータの浸透に合わせるように、あるいはやや遅れて普及したと思われる。明確な統計的資料がないのでやや個人的な印象に頼ることになるが、教団の機関誌や広告等から判断すると、宗教界へのコンピュータの浸透はまず事務の側面からと思われる。企業がコンピュータを従業員への給与や管理のために用い始めたように、教団においても給与等の計算や文書の作成のために導入されていた。その後まもなく宗教団体の事務に合わせて「菩提樹」「千手観音」「韋駄天」「お寺の大黒柱」や「寺院会計らくらく」といった専用ソフトが次々と開発されていった。さらに信者の管理のための「寺院システム」等のソフトが開発された。寺院を例にとれば、檀家管理や納骨管理、さらには過去帳や現在帳を入力してデータベース化し、事務を軽減するとともに、ダイレクトメールの発送による各種催物への案内を出すことによって死者を媒介せずに直接「生者」へサービスしようとするものがあった。曹洞宗の大本山永平寺では昭和六三年にコンピュータを導入したが、その目的は増大する事務作業を省力化し座禅や勤行に注力するためであった⁵⁾。

1980年代に普及したワードプロセッサ(ワープロ、文

章を入力し活字で印字するシステム)の導入と相まって、手書き文書の活字化が進み、寺報や社報、機関誌をワープロで作成する試みも行われるようになった。⁽⁶⁾

新宗教の大教団の中には、膨大な数の信者管理をするために大型のコンピュータを導入している教団も現れた。教団本部内でLANを構築した生長の家や、心の状態と病状との関係をコンピュータを用いて分析するといったバーフェクトリバイ教団のような教団である。

コンピュータ・ネットワークの発展にともなって独自のネットワークを構築する教団も現れた。全国8万余の神社を包括する神社本庁では、平成元年から3ヶ年計画で、神社本庁にホストコンピュータを設置した上で、包括する全神社にパソコンを導入し、電話で回線をつないだコンピュータ・ネットワークを構築することを決定した。また、平成17年には神社本庁自体を情報センター化する構想の柱であった神社、神職、研修、階位の四つのデータベースを完成させた。全国8万余の神社を包括する神社本庁が、コンピュータ利用に関して明確な目標を設定したことは、宗教団体が高度情報化社会にどのような対応を選択するかを考察する上できわめて大きな意味を持っている。

個々の神社にいつ頃から導入されたのかは明かではないが、神社界の新聞である「神社新報」の記事によれば、もともと早い導入は大宮八幡宮で、昭和五七年一二月に社務合理化のためにコンピュータを導入したと記載されている。⁽⁷⁾

その後の経緯を見ても、もともと広範にコンピュータ利用を進めようとしたのは仏教寺院である。浄土真宗本願寺派では昭和六三年に一部の僧侶によって本願寺派ニューメディア研究会が結成され、本願寺派内にパソコン通信センター開設の要望が出された。翌六四年には本願寺派ネットが開設され、パソコン通信が始まった。⁽⁸⁾ パソコン通信はホスト局のサーバと個々のパソコンを通信回線(電話回線)によってつなぎ、データのやりとりをするサービスのことをいう。インターネットとは異なり、クローズドなシステムである。真宗ネットの通信サービスは、宗門の情報提供と各種設定したテーマをめぐる意見交換の場としての電子掲示板、歎異抄や注釈版聖典の収納された資料保管庫、電子郵便、電子世間話の四つとなっていた。ホストコンピュータに登録して初めて会員となる。入会料は無料で、通信は24時間稼働していた。

真宗ネットの開局を知らせる本願寺新報の記事には「新時代の伝道に」「広く一般に開放」の文字が見える。⁽⁹⁾ 開局の目的は

三つで、より簡素で正確な情報通信、コンピューター世代の青少年の教化伝道、僧侶間の横のつながりの形成である。真宗ネットはゲストとして僧侶ではない一般人もアクセスすることができた。¹¹⁾

本願寺新報が真宗ネットが開設されて一年後に利用状況を報告している。記事によると、開設された5月の会員申込数は75件で、その後もコンスタントに申し込みがあり、翌年の3月現在で286件になったという。¹²⁾ 提供されているサービスでもっとも利用されているのはチャットのように、記事によると「袈裟にはどうしているんな種類があるのか」「葬儀や法事の勤め方は」といった問いかけに対して他の会員が回答している。毎月の通信回数は1400件であるという。

パソコン通信はその後インターネットの普及によって役割を終え消えていくことになったが、関心や問題は引き継がれていくことになる。

浄土宗は昭和六三年からコンピューターを利用した浄土宗総合情報システムの作成を開始した。僧侶1万人の僧籍台帳や功績の評価、宗費の告知・収納のためのデータベース化を終了し、平成四年度を目途にVAN(付加価値通信網)を利用した事務

のコンピュータ化を進めた。¹³⁾

当時の技術による新しい試みであったが、それまでのメディアと比較して、自らが情報の発信媒体となりうるかもしれないという希望を抱かせるものであり、あたらな布教の可能性や組織の刷新を拓くと考えられた。

「マルチメディア」の時代

平成六年の通信白書では、平成六年を日本のマルチメディア元年と位置づけてゐる。

近年、デジタル技術をはじめとする技術革新等の急速な進展に伴い、文字やデータの情報だけではなく、音声や映像情報についても複合的・一体的に利用し、対話的にやりとりするといったマルチメディア化の動きが進んでいる。特に今年はケーブルテレビの双方向サービスの実験に向けた取組の進展、通信機能を有する携帯情報端末の発売、現実感のある3次元映像を楽しめる次世代ゲーム機の発売等マルチメディアをめぐる様々な動きが予想されるなど、各分野でマルチメディア化の動きが本格化することから「マルチメディア元年」といわれている。

宗教系統によって、メディアへの関心と取組はかなりことなるが、マルチメディアに強く反応したのは仏教界であった。先に述べたように、平成七年にWindows95が発売され、平成八年に「Yahoo! JAPAN」日本語版がサービスを開始するにいたって、インターネットは急速に我々の社会に広がっていった。この時期の宗教界の情報化への関心は「インターネット」であり、「ホームページ」の開設であった。

平成八年七月一日、全日本仏教会は「仏教とマルチメディア・インターネットの可能性」と題するシンポジウムを開催した。脇英世東京電機大学教授（当時）が「仏教とマルチメディア・インターネットの可能性」という講演を行いインターネットの急速な拡大とその内容が説明された。その後「仏教とマルチメディア研究会」が平成九年四月一日を第一回として継続的に開催された。全日本仏教会の機関誌「全仏」では第一〇回の研究会まで確認できる。その後「仏教とマルチメディア」（平成一一年六月八日）、「宗教教団のマルチメディア対応の現状と今後」（平成一二年一月二〇・二一日）、「最先端マルチメディアの動向と仏教研究極のマルチメディア」（平成一三年三月二七日）といった公演会が開催され関心の高さとともにマルチメディアへの強い期待をうかがうことができる。

最たる関心はインターネットであり、とくにホームページの開設による教化の有効性が期待された。^①

インターネットの普及とホームページの開設

平成一三年一月二〇日現在での、インターネット上にホームページを開設している宗教関係ホームページの状況を振り返ってみよう。平成七年くらいから個別の寺院や神社、教会のホームページが開設されはじめ、追いかけるように宗派など包括する団体のホームページが次々と立ち上がった時期だった。その後の増加の状況をヤフー・ジャパンで検索可能なホームページを検索する形で実施した。

調査方法は当時のインターネットの状況下で行われたもので、現在は同様の方法で調査することには必ずしも意味はないと考える。図表2と3はヤフー・ジャパンの「生活と文化」内の「宗教」（1752件）を中心に、リンク、検索をかけることによって、系統別のホームページを採取した結果である。宗教団体の開設するホームページの推移に関しては、どこまでを宗教団体とするかで多少のぶれが生じるが、おおよそ以下の通りと考えられる。

平成七年に始まった宗教団体のホームページ開設は、平成一年まで急速な勢いで増加していく。しかし、その後開設のスピードは明らかに落ちていく。

また、宗教団体の系統別に分けて当時のホームページ数を示すと図表3のようになる。もともとホームページの多いキリスト教系では新たに開設されるホームページはほとんどないことがわかった。もともと人口の1.5パーセントほどの信者数のキリスト教系は、すでに飽和状態に達しつつあるものと考えることが出来る。その他の系統はまだ潜在力を持っているが、新宗教系の伸びは鈍い。

当時の利用状況の概況を示すと次のようになる。
 神道系のコンピュータ利用・ホームページの問題についてはすでに記したことがあるので、簡単な経緯を示すに止めることにしたい。¹⁸⁾

神社のインターネットの導入によるホームページの開設に関して特筆すべきは、その慎重さというか消極的態度にあった。境内という実際の場を重視する神社にとつて、ネット上で神社を紹介（ヴァーチャル参拝）されることに違和感があったと考えられる。

全国の神社の大半を包括する神社本庁は毎年「神社活動に関

図表2 ホームページ開設宗教団体数の推移

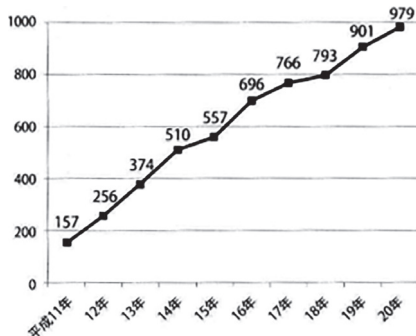
調査年	ホームページ数	
1996年	90	『日本のホームページ』（アスキー）
1998年 3月29日	1022	Yahoo!JAPAN登録のホームページ
1999年 3月17日	1411	Yahoo!JAPAN登録のホームページ
2000年 5月17日	1615	Yahoo!JAPAN登録のホームページ
2001年11月20日	1752	Yahoo!JAPAN登録のホームページ

図表3 ホームページ開設団体数・系統別

神道	仏教	キリスト教	その他	
131	561	740	183	Yahoo!JAPAN2000.5.17
169	627	749	207	Yahoo!JAPAN2001.11.20
85000	77000	4000	41000	2000年末宗教法人数（『宗教年鑑』）

する全国統計」を公表している。この全国統計に平成一年から「インターネットホームページ開設」が掲載されている(図表4)。平成二一年に一五七であったホームページの数は順調に増加していったが、近年は増加のスピードが鈍りつつある。神社界のインターネット利用について調査を続けてきた黒崎浩行も「全般的な傾向としては、神社のインターネット利用は他の宗教に比べてあまり活発でなく、それも都市部に偏っていたことがわかる」と述べている⁽¹⁹⁾。後に述べるように、宗教団体全体の利用状況は企業や学校と比較して格段に少ないことを考慮すると、その消極性はよく理解できる。

1990年代に神社界にもしだいにホームページを開設する神社が現れ始めたときに象徴的な出来事が何件も見られた(神社本庁の公式ホームページが開設されたのは平成二一年一月)。神社界でもっとも早くホームページを開設した神社のひとつであるA神社に対して好ましくない評価がされた。ホームページ内で「ヴァーチャル参拝」として入り口から本殿まで画像で順次紹介した「ヴァーチャル参拝」に、実際の神社とは異なった「架空」や「実態のない」「空虚」「見せかけ」といったイメージが先行した⁽²⁰⁾。神社のホームページが少なかった当時、動画やVRでないにもかかわらず、拒否反応が存在したことになる。



図表4 神社のホームページ数の推移(神社本庁)

初期のホームページには、ITに関心の強い宗教者が作成したものがあつた⁽²¹⁾。平成八年に神職有志によって神社オンラインネットワーク連盟が結成された。神社オンラインネットワーク連盟は、平成九年一月に神社界の雄志で結成された。連盟は、「このHPは由緒ある正式神社の運用です」と記された公認パターンによる統一ロゴや、www.jstn.jpドメインの提供アドレスの採用を実施するなど、実際にホームページを運営する中で生じたさまざまな問題に対して、敏感に反応し、積極的な対応を試みた。

当時問題になっていた「清め塩問題」など議論されたようであるが、こうした議論は一般に公開されることなく登録された会員間でクローズドに行われた。

神社本庁はインターネットを利用した神社の広報活動に関し、神社の尊厳性を損なふやうな事例が散見されるとして、平成一八年七月一八日付で各都道府県神社庁長宛に通知を發した。一部の神社のウェブサイトに、おみくじ、神符守札の授与、バーチャル参拝などがインターネット上で行われることで、伝統的な神社神道の尊厳性が損なわれる、誤解をもたらすのではないかと危険性を指摘し、情報産業の商業主義的な傾向にのった神社運営のあり方にも警告を發したのであった。留意点は次の三点であった。

(1) 社会一般の健全な信仰を害する、いはゆる「バーチャル参拝」のやうなインターネットを通じた拝札等の行為を勧奨すること

(2) 祈願は参拝を以て行ふといふ原則にもとる、願主の参拝を伴はない祈願の執行を「通信祈願」等と称してインターネット上で日常的に喧伝すること

(3) 神符守札は社頭で頒布するといふ原則にもとる、神符守

札を一般商品(課税物品)販売と同様にインターネット上で頒布すること⁽²⁾

その後も産経新聞紙上に「バーチャル参拝 是か非か」(平成九年八月二四日)が掲載され、テレビニュースでもインターネット上で参拝行為の是非が問われることになるなど、問題の解消にはいたらなかった。平成一一年末から翌年の年頭にかけていわゆるY2K問題が取りざたされた際に、新聞紙上で「お守りCD販売」が取り上げられ、本庁の指摘で販売が中止となる事件が起きた(CDの中に画像のお守りが収納されていた)。平成一八年からインターネットに係わる研究会が開催され、ガイドラインの模索が続いた。そして平成一八年にふたつの原則を確認した。

原則① インターネットの利用は「情報発信の伝達」・「通信手段」を原則とする。

原則② デジタル情報(画像等)を経由しての「神威の発揚」は、想定されない。

この原則確認以降、社会全体の情報化は急速に進展したが規

程の変更は行なわれていない。

神社のネットの内容

一部の神社で危機感を感じて布教用としてホームページを利用しようとする積極派が存在しているが、大半は「知ってもらい」程度の内容に終始していた。大半のホームページは、由緒・沿革・縁起、絵図写真、おみくじ、リンク集の構成となっていて、印象的な画面が多かった。教義や教説といった一般的に布教や教化といわれるものはほとんど掲載されていない。また、BBS、CHATはほとんど見られなかった。全体的にいえば、神社を紹介するチラシやパンフレットのなもので、参拝者からのリ spons を受けるための工夫はされていなかった。

この時期ホームページが普及していく過程に関してまとまった研究を行ったのは浄土宗総合研究所である。浄土宗総合研究所の機関誌『教化研究』には第1号（平成二年）から情報化と宗教に関する報告が掲載されている（水谷浩志「宗教とニューメディア」）。平成七年から「情報研究」が始まるが、「浄土宗の教化活動に必要なさまざまな情報を、宗レベルから寺院レベルに至るまで、ネットワークを駆使して情報を収集・蓄積し、

データベースを構築し、「情報の共有」をはかろうという構想」（五一頁）である。平成一〇年から「布教・情報研究」と名称を変更し、「布教教化活動を情報活動として時代の流れに即応させる必要」（『教化研究』No.11、六五頁）があるとしている。

ホームページの調査研究は、今岡達雄（善照寺住職（千葉県市川市）で、前職は三菱総合研究所勤務）がプロジェクトリーダーとして平成一四年度から「ホームページによる教化情報運営」を始めてからである。²⁸⁾

プロジェクトチームの作業は複数設定されているが、ここでの関心は「寺院のインターネット利用」の実態調査である。当時は現在と比べて数は多いとはいえないものの検証しようとすればすべてのホームページを実見可能な量であった。先に筆者が行ったヤフー・ジャパンのインデックスを利用した仏教各宗派のサイトや、ネットのリンク集を加味しながらできる限り実態に迫ろうとしている。調査時期は平成一四年・一五年である。浄土系は浄土宗と真宗十派の一宗派、禪系は一八宗派、天台系は五宗（天台系単立を加えると六団体）、真言系は二宗派（真言系単立を加えると二二団体）、日蓮系は一〇宗と、仏教者ならではの細やかさで分類し比較分析を行っている。

ここでは仏教界を理解するための宗派別のホームページ数と

内容を引用することにした。図表5が仏教系の宗派別ホームページ数と割合である。

図表 5

	全寺院数	HP作成寺院数	比率
天台系	4,464	107	2.40%
真言系	12,446	265	2.13%
浄土宗	6,929	437	6.31%
真宗系	20,825	324	1.56%
禪系	20,875	227	1.09%
日蓮系	7,209	196	2.79%
総計	72,748	1,556	2.14%

浄土宗総合研究所編『研究叢書第3集 寺院のインターネット利用—現代社会に対応する寺院』(浄土宗、平成16年、42頁)

図表を見てまずわかるのは、全体の寺院に占めるホームページ開設寺院の割合の少なさである。すでに本論で、情報化に積極的に対応したのは仏教だと指摘したが、中小企業でも6割がホームページを開設していた時期に、積極的な対応を見せたと思われる仏教界でもわずかに数パーセントにすぎなかった。

分析者は私見として、利益を生み出したい企業と古くからの檀家とのつき合いを重視する寺院とは状況が異なっており、知ってもらおうとする意欲が低い、と指摘している^④。

それでは地域や場所を越えて寺院が伝えたいと思っている内容は何だろうか。宗派別の集計が示されているが、宗派によって特色が見られる。

どの宗派においても多いのは「寺院概要」「行事案内」「事業広告」の三つである。「事業広告」とは、墓地の案内、書物やお守りの販売、祈祷案内等である。分析者の小澤憲雄は「お寺と世間との直接の交流を構築し、密にしようという意図を、多くの寺院が持っていると感じられる」としながらも、同時に「布教などの機能を果たす情報発信を行っているホームページは比較的少ない」とも記しており、調査結果の判断が揺れているように思われる。

この時期のキリスト教会のホームページの状況に関しては、神道系や仏教系の団体に見られる総合的な調査研究は管見の及ぶ限り見られなかった。先に一覽で示したように、キリスト教は、言葉による積極的な布教を心がけており、ホームページ数の多さはそうした積極性の表れと考えられる。しかしながら、キリスト教だけでなく、ホームページを開設して情報や教義を

図表 6

教団名 内容類型	天台系	真言系	浄土宗	真宗系	禅系	日蓮系	平均
寺院概要	82.2%	79.7%	93.8%	63.1%	93.4%	79.3%	81.1%
行事案内	54.2%	61.7%	14.4%	29.4%	48.2%	38.6%	35.9%
広報	5.6%	3.8%	2.1%	11.4%	23.9%	6.5%	8.4%
教義解説	7.5%	6.9%	2.5%	23.5%	24.3%	22.3%	13.1%
法話	11.2%	8.0%	5.7%	32.5%	27.4%	17.9%	15.8%
活動報告	19.6%	15.3%	4.1%	17.6%	26.5%	18.5%	14.7%
事業広告	38.3%	25.3%	10.1%	7.1%	37.6%	29.9%	21.0%
エッセイ	13.1%	5.0%	3.9%	19.2%	32.7%	21.2%	14.1%
レスポンス	20.6%	17.6%	4.3%	8.2%	27.9%	30.4%	15.4%

浄土宗総合研究所編『研究叢書第3集 寺院のインターネット利用—現代社会に対応する寺院』（浄土宗、平成16年、48頁）

掲載し行事を説明すれば信者が獲得できるという期待は、現在まで裏切られている。キリスト教系のホームページは他と比べて完成度が高く、コミュニケーションが全面に出されている。説教講話が充実している点も特徴的であった。

最後に新宗教教団であるが、新宗教教団は、人材といい経済的基盤といい、あるいは関心といい十分な展開力を有しながら、ホームページに関しては慎重なスタートを切ったという印象が強い。新宗教教団はマスメディアを利用した布教に関しても消極的であったが、インターネットの利用に関して、日本人の受容状況やインターネットの特性を見極めようとしていたように見受けられた。新宗教教団の場合には、当時は支部教会毎にホームページが開設されるというよりも、開設された教団本部の正式なホームページはかなり充実したものであった。

1990年代半ばから二一世紀初頭、日本社会に急速にインターネットが普及していったときに、総体的に見て宗教界の反応は様子見だったといえることができる。黒崎浩行は普及期の神社のホームページに関して実際に神社のホームページを確認すると「そのほとんどが、社殿や境内の写真を多用し、交通アクセス地図や由緒、年中行事、祈祷案内を載せたサイト」であり

「ありていに言えば、新聞広告やパンフレットと機能的にあまり変わらない」と指摘している。⁽²⁶⁾

深水顕深の調査結果も参照しておこう。深水顕深は広島の水が宗教ウェブサイトの実力としてまず第一グループとしているのは、「寺院住職や教会牧師の個人的趣味の延長線上にある宗教系サイトが、非常に多く」、⁽²⁸⁾ 宗教活動の意味づけが明確でなく、更新されずに放置される場合が多いという。

第二のグループは、現実の宗教活動の案内をホームページ上で行い信者の獲得につなげようとするもの、第三のグループは、インターネット上で完結する宗教活動である。一部には積極的にホームページを開設する団体が見られ、布教、説教、コミュニケーションの場としてホームページを利用しようとする傾向が明らかに見られた。しかしながらホームページを開設すれば多くの人々に知識や情報が届き、関心を有してもらえないのではないかという期待は現在まで期待のままである。

ホームページのその後

平成七年から2000年代に入ってからの情報化に対する関

心は、とにかくもホームページの開設であった。その後ホームページがどの程度開設されたのかを宗勢調査から見よう。

情報化に強い関心を示していた浄土真宗本願寺派のブログ・ホームページの開設は、必ずしも進んでいない。全国平均で「開設している」は11・1パーセント、「開設する予定」は10・4パーセントと合計しても21・5パーセントにとどまっている。浄土宗ではパソコンを保有していると回答した寺院（60・3%）に活用方法を尋ねているが、「ホームページを通じた情報発信」は13・7パーセントで、全体の割合に換算すると8・3パーセントとなる。⁽²⁹⁾ 曹洞宗でも「寺院ホームページやブログの公開」は7・0パーセントに留まっている。⁽³¹⁾

ホームページの開設割合では神社の方が高いという結果が出ている。「神社・神職に関する実態調査」報告書（神社本庁総合研究所、平成二八年）によると「インターネットホームページ開設」は18・4パーセントで、「開設を検討している」が11・3パーセントとなっている。⁽³⁰⁾

学校法人や医療法人など他の公益法人のホームページ開設状況を念頭に置くと、宗教団体のホームページ開設は圧倒的に低いといわざるをえないが、そこにはただ開設しない・できない以上の問題が存在する。それは、基本的には日本人の宗教性の

問題であり、媒体が変わったからといっても、あるいは比較的容易に宗教者や宗教団体の情報が発信できるようになっても、宗教団体と日本人の関わり方は変わらなかつたということになる。

日常生活では、日本人の宗教性の発露の場と考えられてきた年中行事や通過儀礼の実施率が低下していった。家庭においても、神棚や仏壇の保有率は減少を続け、「祈る」行為は不定期で気まぐれなものとなつていった。

おわりに

本論で扱ってきた1980年代以降の日本社会の情報化と宗教との関わりについては、いくつかの節目が見られた。その節目は、利用者によるものではなく、通信衛星やCATV、DVDの登場と普及、コンピュータの普及とネットワークの構築といった機器と情報の変化によるものだった。

情報化と宗教に関する研究の蓄積は、日本社会においては多くない。それでもときどきは興味深い研究会やシンポジウムが開催され議論が交わされてきた。筆者は平成2年に浄土宗の教化情報センター21の会が主催する「宗教メディア進化論」と

題するトークイベントに参加した。筆者が講師を勤めたが、ゲストは浄土真宗本願寺派でパソコン通信・真宗ネットの立ち上げの中心的人物であつた筑後誠隆、阿含宗で通信衛生布教を進めようとした松沢正博ら五人で、イベントの趣旨からも積極的な発言が多かつた。筑後は、これまで仏教はただしい教化をしていなかつたのであり、「今こそ対応策ではない真の教化を、この新しいメディアを使って実行しなくてはならない」と述べ、松沢は「宗教戦略ツールとしての通信衛星」について熱く語つた^③。筆者が講演で具体的な事例を複数紹介した後で、ニューメディア利用の危険性について言及した。つまり、教団がニューメディアによつて発信しようとするメディアが受容者の理解に任されていること、教団内の秩序の混乱、科学的思考の浸潤などであつた^④。

宗教界の情報を幅広く提供している中外日報は、平成四年九月から「寺や神社もハイテク時代」という連載を開始した。以上引用したような記事はどれも当時の雰囲気をよく伝えているように思われる。実際にニューメディアに対して関心を示していたのは、宗教界の一部で、とくに1990年代半ばまでは宗派や教団といった大規模な組織体であつた。新しいメディアが布教や教化に有効ではないかと考えられた。

そして1990年代半ばになってホームページの開設が可能になったときに、大規模な組織や費用という制約は外れ、いよいよ個人や単体の神社、寺院、教会からの発信が可能になった。

情報化に関して研究の蓄積がわずかであると指摘したが、いくつかまとまった研究を確認できる。平成三年度から四年間にわたって文部省科学研究費重点領域研究「高度情報化に伴う社会システムと人間行動の変容に関する研究」が実施された。多くの人文系研究者が参画した研究で、全体を五つに分け、第5郡「高度情報社会の成立と文化変容」はさらに五つの班に分割し、宗教に関しては第5班「情報化と宗教」を設けた。平成三年一月には三日間にわたって公開シンポジウム「文化変容の現在」が実施された。⁽³⁵⁾平成七年六月には「宗教と社会」学会主催のシンポジウム「情報時代は宗教を変えるか？」⁽³⁶⁾が開催された。平成一一年一月には財団法人国際宗教研究所の主催で開催された公開シンポジウム「インターネット時代の宗教」が行われた。

「宗教とインターネットをめぐる問題は、今後本格化していく⁽³⁸⁾」と予見されたが、実際には宗教界の関心が醸成されないのに合わせるかのように、研究者の関心は宗教団体の情報化、もしくは日本社会の情報化と宗教の問題から離れていき、他の領

域へと移っていったように思う。しかしながらその後もインターネットやコンピュータは我々の生活の隅々に不可欠のインフラとして浸透していったのであり、それは宗教者や宗教団体も例外ではない。

そして、令和四年一月の時点に立って、改めて宗教団体と情報化について考えてみると、従来とは状況が一変していることが理解できる。ホームページの普及率を見ると、宗教界での利用は不十分のように思われるかも知れない。しかしながら、情報化が宗教界にもたらした影響はかなり大きい。たとえば、自らの団体のホームページを開設していなくても、観光協会や旅行業界が地域の宣伝のために情報を流していたり、個人のブログやツイッターで、あるいはインスタグラムで取り上げられていることは珍しくない。Pokemon GOのポケストップには神社や教会が相当数含まれている。グーグルのストリートビューを利用すれば、過疎地の宗教団体も確認することができる。

新型コロナウイルスが発生したのはこうした状況においてだったが、コロナ禍の中でどのような業界も急速なデジタル化を迫られる結果となった。令和三年は日本のDX（デジタルトランスフォーメーション）元年と呼ばれる年になるかもしれない

いという指摘がある。コロナにより促進された情報化は、これまでのホームページを中心とした在り方と根本的に異なっている。コロナ禍とリモートはオンライン参拝・法要の可能性を生み、コロナ禍と非接触はキャッシュレスの導入を正当化した。研究者が情報化と宗教に関してどのような議論を行ってきたのか、オンライン参拝・法要、キャッシュレスの現状と問題点に関しては校を改めて論じたいと思う。

注

- (1) DXに関しては、ピーター・デアマンティス他『2030年すべてが「加速」する世界に備えよ』(令和二年、ニューズビックス)、馬田隆明『未来を実装する テクノロジーで社会を改革する4つの原理』(令和三年、英治出版)等参照
- (2) 令和元年、インターネットリサーチ、高校生の保有率は99・2パーセント、大学生は99・3パーセント。調査の項目名は「携帯電話・スマートフォン」であるが、調査結果の大半はスマートフォンであろう。(日本における情報化については、各年度の『情報通信白書』、佐々木裕一『ソーシャルメディア四半世紀』(日本経済新聞社、平成三〇年)、天野彬『SNS変遷史』(イースト出版、令和元年)参照
- (3) 通信衛星とCATVを利用して、教会での礼拝や説教をテレビで中継し高い関心を集めていた。石井研士「アメリカにおける宗教テレビの現状」(『宗教研究』269号)昭和六一年)、石井研士「情報化と宗教」

- (4) (井門富二夫編『アメリカシリーズ 宗教』弘文堂、平成四年)参照
ビデオの一部リストは石井研士「布教・教化メディア」(『新宗教事典』弘文堂、平成二年)に掲載し解説を付した。この時期の宗教団体のメディア利用全般に関しては石井研士「日本宗教の情報化の現状―高度情報化社会における個人化と宗教」(『東洋洋学術研究』平成元年)参照
- (5) 朝日新聞、昭和六三年八月二日。なお、この時期の宗教団体のコンピュータ利用に関しては、石井研士「情報化と宗教」(島蘭進・石井研士編『消費される宗教』春秋社、平成八年)参照
- (6) たとえば、「ひげ和尚 ワープロで寺報」毎日新聞(名古屋)昭和六二年一月五日
- (7) 「大宮八幡宮 新社務所が完成す」神社新報、昭和五七年一月二三日
- (8) 教化情報センター21の会『TALK EVENT』宗教メディア進化論』平成二年六月二九日
- (9) 「パソコン通信を開局」本願寺新報、平成元年六月一日
- (10) 「パソコン通信「真宗ネット開局」(中外日報、平成元年五月三一日)、「パソコン通信で宗教情操の広場」(産経新聞、平成元年五月二四日)筆者もゲストに登録してアクセスしたことがある。資料保管室の文献を参照した
- (11) 本願寺新報「満一年迎え軌道に乗る」平成二年六月一日
- (12) 平成二年七月一日号の文化時報には、七月四日時点で三二〇名と記されている(『真宗ネットの一年』文化時報、平成二年七月一日)
- (13) 「コンピュータ化の波、お寺にも」日本経済新聞(夕)、平成二年八月一四日
- (14) 「全仏」428号(平成九年五月一日)
- (15) 「全仏」478号(平成一四年五月一日)。機関誌には他にも「仏教と

- マルチメディア」のコラムが掲載され、各宗派へのインタビュ어가掲載されている。
- (17) 全日本仏教会がホームページを開設したのは平成九年七月一日
- (18) 石井研士「神社界と情報化」『戦後の神社・神道―歴史と課題』神社新報社、平成二二年
- (19) 黒崎浩行「神道文化の現代的役割―地域再生・メディア・災害復興」弘文堂、令和元年、八七頁。黒崎浩行「日本宗教のインターネット利用の比較分析に向けて―神社ウェブサイトの場合」『国学院大学日本文化研究所紀要』(83)、平成二一年、他にもこの時期の宗教に関するホームページの概要については黒崎浩行「インターネット上の宗教情報の現状―ホームページを中心に」(国際宗教研究所編『インターネット時代の宗教』(新書館、平成二二年) 参照
- (20) 「ヴァーチャル参拝はいけないか？」国際宗教研究所編『インターネット時代の宗教』(新書館、平成二二年) 参照
- (21) 現在は専門業者に依頼されたものが大半である。
- (22) 『月刊若木』平成九年八月一日号
- (23) 研究成果は「教化研究」(No.15、平成二六年)、「インターネットと寺院―評価と実践―」(平成15年2月14日)、浄土神本願寺総合研究所「研究叢書第3集 寺院のインターネット利用―現代社会に対応する寺院」(平成一六年)としてまとめられている。
- (24) 浄土宗総合研究所「総研叢書第3集 寺院のインターネット利用―現代社会に対応する寺院」平成一六年、四四頁
- (25) 同、九〇頁
- (26) 同、九一頁
- (27) 深水顕深「宗教ウェブサイトの実力―広島県内の寺院・教会の事例より」『宗教と社会』Vol.6、平成二二年
- (28) 同、五七頁
- (29) 『浄土真宗本願寺派 第10回修成基本調査報告書』第10回宗勢基本調査実施センター、平成二九年、八四頁
- (30) 『第七回浄土宗勢調査報告書』平成三〇年、五五頁
- (31) 『曹洞宗勢総合調査報告書』曹洞宗事務局、平成二七年、九九頁
- (32) 同、五五頁。この調査の回答率は60・1%で、仏教宗派と比較するとかなり低い点に留意が必要である
- (33) 教化情報センター21の会『TALK EVENT』宗教メディア進化論―届いているかホトケの声』平成二二年
- (34) 「トクイイベント 宗教メディア進化論」(京都新聞、平成二二年七月一六日)、「社会・宗教の変容にどう対応 将来像求め意識高まる」(中外日報、平成二二年七月四日)、「ニューメディア 宗教利用の展望問う」(仏教タイムズ、平成二二年七月五日) 参照
- (35) 宗教に関わる研究成果は、島蘭進・石井研士編『消費される宗教』(春秋社、平成八年)、島蘭進・越智貞編『情報社会の文化4 心情の変容』(東京大学出版会、平成一〇年)
- (36) 池上良正・中牧弘允編『情報時代は宗教を変えるか―伝統宗教からオウム真理教まで』(弘文堂、平成八年)
- (37) 国際宗教研究所編『インターネット時代の宗教』(新書館、平成二二年)
- (38) 井上順孝「あとがき」『インターネット時代の宗教』(新書館、平成二二年)