

深刻化する「若者の神社離れ」を防ぐ取り組みとなるか？ ——「神社復興アイドル」の舞台裏

価値観やライフスタイルが変化している現代において、若い世代に神社の意義とその魅力を伝える課題に取り組むために、異業種のプロフェッショナルが連携し、新たなプロジェクトが動き出している。今回は延喜式内社をめぐる旅から一息入れ、番外篇ということで、若者の神社離れ、という大きな難問に向き合う「神社復興アイドル」プロデューサー事業の仕掛け人の二人に話を聞く。

音楽のもつ力を社会事業に

——お二人は全く異なる職種ですが、なぜ共にこのような課題に取り組もうと思われたのですか。

オキタ／文明開化から戦後の成長期を経て、日本の人口は劇的に増えていきましたが、それに対して神社の氏子数は減っていく一方であり、根本的な解決手段をはかる時期にさしかかっています。

猛烈に神々が勧請され、神社の数が飛躍的に増えた江戸時代と比較して、現代は1億人ほど人口が増えていますが、25年後に40パーセントもの神社が消滅するという試算が出ています。人口は増えているのに氏子数は減っていくという状況、これは神社そのものへの関心が著しく薄まっているということに他なりません。

可能です。この間口の広さは、つまり幅広い層からの支持が得られる理由でもあり、多くの日本人の心をつかむ入口になるのではないかと考えられます。

オキタ／もう一つ重要なのは、アイドルという依り代を介することによって、若い世代（アイドルと同世代の人々）が理解しやすい共通言語でメッセージを伝えることが出来る点です。郷土史や『古事記』の勉強会を実施しても、若い世代が関心をもつことはありませんが、コンセプトを歌に乗せて伝えることで、自分たちに関係のあること（自分ゴト）として彼らが受容してくれることを期待しています。

日本人が本来もっているDNAは、古の人々も若い世代も変わらないはずなのです。初詣に行ってお賽銭をあげるぐらいしか、神社に関わったことのない人でも、神社が無惨にも倒壊している写真を見ると、うまく言語化は出来ないが、とても悲しい……という実感をもち、その彼らももっている本質の種を開花させることがこのプロジェクトの真意であるとも言えます。DNAレベルで喜びや悲

私は事業再生の立場から、退廃していく神社を保全する術を考えてきましたが、とくに若い世代の関心を集めるためには、全く異質なブランディングをする必要があると思っていました。そんななか、共通のビジョンをもつ仲間として出会ったのが、音楽プロデューサーの宮脇渉さんだったのです。

宮脇／私は、十数年間の音楽活動を経て、音楽のもつ特別な力を実感していました。日本はじめヨーロッパやアメリカなどでライブを行うなかで、我々の作った音楽で場が変容し、人の行動が劇的に変わる場面にたびたび立ち会ったのです。

辛い人、ハッピーな人、その人が置かれている状況を代弁してくれるもの、あるいは、その人が言葉にできないこと、考えているけしみを分かち合い、何が最も重要なかを体感させることで、彼らも徐々に意識をもつようになるでしょう。

現代的な手段で、本来の姿に立ち戻る

——この事業によって打開できることは何でしょうか。

オキタ／神社の世界は、よい意味でも悪い意味でも閉じられている側面があります。本来、神界は聖域であり、秘すべきものなので、それは当然でしょう。しかし、今日では、一般の人々の生活と神社の世界が極端に切り離され、あまりに遠ざかっているように感じます。氏子連などの神社関係者や神社に関心がある人々は、祭事の際に積極的に神輿の担ぎ手になったり、お神楽を演じたりと当事者意識がありますが、一般の人々からするとそれは自分とは無関係な出来事ではかありません。

そんななか、神社を保全する活動についても、好きな人たちが勝手にやっているだけ、という冷やかな視線を向けている人が少なくないのです。実はあらゆる日本人の生活に密着している最も重要なルーツが神社であることを一般の人に知ってもらうにはどうした

れども誰にも共感されないことをメッセージとして音に乗せて発信できるのが音楽です。メジャーシーンのただなかで活動していた時期は、その手段を何かに役立てようという意識をもつ余裕がありませんでしたが、演者としての活動を引退し、プロデューサー事業を軸にするようになって、この音楽業界の仕組みそのものを、何か社会的なものに役立てることが出来るのではないかと考え始めました。

そんななか、出会ったのがオキタさんであり、「神社」という根源的なテーマだったのです。

しかし、神社復興は大変デリケートな課題であるため、容易には最適解を見出せず、その後、数年間2人で議論を重ね、ようやく臚げながら「アイドル」という手段が見えてきました。八百万の神々を

講演会でレクチャーをしても、関心がない人はそもそもそこには訪れないでしょう。神社にはそれほど興味がないけれどサブカルチャーは見逃せない、という人々の関心部分にアプローチし、巻き込んでいく手法をとることで、神の世界と一般的な世界をより近づけることが出来るはずですよ。

——この事業の新奇性とは何でしょうか。

宮脇／そもそもこの事業は企画や演出の「目新しさ」を売りにするものではありません。むしろ、逆に「本来」のあり方に戻っていく動きと言えましょう。

私は愛媛の宮大工の家系ですが、実家の周りは数十メートルおきに古社があるような場所で、日頃から神社に通い、神社という場を通してさまざまな人間（大人）に出会ったのが、私の少年期の楽しみでした。境内で缶蹴り遊びをしているときに、宮司さんが隠れ場所を教えてくださいました。

このような「生きた」コミュニティの場が本来の神社だったように感じています。

中心とする豊穡で多様な日本の世界観を表現するのに、「バンド」の形態は固定され過ぎず、演劇のような上演芸術では大衆やメディアを取り込むことは出来ない。神々の数だけ要素を増やしていける仕組みが「アイドル」にはあり、それが神社の仕組みにも合致する上に、実社会への影響力を有する一般性があると考えたのです。

——「神社復興アイドルプロジェクト」とは、どういったものなのでしょう。か、その意図と特徴を教えてください。

宮脇／アイドルの事業モデルが神社復興をPRする上で非常に理に適っている理由としては、まず第一に360度全方位的な幅広い活動ができるという利点が挙げられます。通常のミュージシャンは基本的に、曲を書いて歌を歌う活動に集約されますが、アイドルは言わば存在そのものが総合芸術であり、歌うことや踊ることはもちろん、演じること、各地域や神社のシンボルになることなど、あらゆること

オキタリユウイチ クリエイティブディレクター
昭和51（1976）年、徳島県徳島市生まれ。早稲田大学中退。行動経済学に基づく経済心理学を独自の手法でマーケティングに応用し、数々の事業再生に従事。京都の老舗米屋をネットで17億の売上にするなど、驚異的な成果を生み出す。同時に社会活動家として、自殺者撲滅や障害者の起業支援を日本財団と共催するなど、社会的課題の解決にも取り組む。

宮脇渉（みやわき・わたる）音楽プロデューサー
昭和55（1980）年、愛媛県松山市生まれ。平成19（2007）年、ユニバーサルミュージックよりメジャーデビュー。日本に加えアメリカ、フランス、ドイツなど海外での活動も積極的に行う。平成26（2014）年にバンド活動を休止し、現在はプロデューサーとして後進の育成に力を入れる。Amebaのプログランピングに度々ランクインされるなど、アルファブリーダーとしても知られる。



都内の神社を巡り、日本のルーツに想い馳せる。左：宮脇渉 右：オキタリユウイチ

しようが、本来のあり方は必ずしもそうでもなかった。季節ごとの祭事の際には立場を超えて人々が集う賑々しい空間でしたし、舞台では里神楽が、社殿では延年の舞などが奉じられる芸能の場でもあった。神事の奉納はつまり、自分たちの芸能活動、自身のPRでもあったりと、複合的な意味をはらんだ空間でもありました。

つまり、神社はさまざまな人物・事が「つながる」場であり、本来は私たち人間に密着した、ダイナミックに活気づく生きた文化だったはず。本来は意外とアイドルの芸能活動のルーツに当たるものだったように思うのです。

しかし、近代になり、静的で慎むべき場所とされ、ただお参りにいくだけの場所というイメージが固定してしまっただけでなく、形骸化した状態から、再び神社を人間の生活に密着させ、生き生きとしたものに復活させること、そのことがこの事業のもうひとつのテーマでもあります。

——神社には元来、もっと多様な役割があったということでしょうか。

オキタ／たとえば、神社の「縁日」はもともと、文字通り縁をつなぐ日であり、いろいろな村から若い男女がやってきて出会う場でもあります。

神饌で、炊いた米をどんぶり山盛りにして捧げる神社がありますが、その神様はきつとどんぶりに



鎮守の杜で撮影されたプロモーション写真。7人のメンバーにもそれぞれ、神社に関わる思いがあり、揺るぎない決意がある。

りました。そこで出会いが生まれ、他の村に嫁いで、子供が生まれるきっかけとなったのです。日々、交流の機会が少ない村と村の関係をつなぐのが「縁日」の役割でした。いまでは、そのような神社の本来的な機能が失われつつあり、その代わりに人々が「出会い系」のアプリを利用するなどの手段に代替されています。もっと「人間の生活」を肯定し、神社と人々が再び融合できるのではないのでしょうか。

宮脇／私も、神社がもっと本来のコミュニティの場として機能したほうがよいと思います。通常の出会いも素晴らしいですが、神聖な場である神社での出会いは、神様のお導きという必然性が加わる。神社は本来、いろいろな意味がより合わさった、ホットな場所だったように思います。消滅していくものとして危惧するだけでなく、もう一度神社を活気づけていく動きが重要ではないでしょうか。

オキタ／現代では、シェアハウスやカーシェアリングといった新しい「共有」の手段が提案されていますが、それは決して新しいものではなく、無尽講や伊勢講のような、神社のコミュニティで本来行なわれていた活動に同様の機能がありました。色々な人が寄り集まって力を結集し、課題を解決してい

山盛りの白米が大好物だったんだらうなど思うのです。このように、神々ももっと身近な存在なのです。神の趣味や主義にも着目していくことが、神の魅力伝えていく要素にもなるはず。

近代以後、自分たちから遠く離れた偉大な存在、自分たちとは関係のない向こう側にいる畏れ敬う対象として神々を見るようになり、再デザインしなくてはならない。この神様はユニークで面白いとか、私はこの神様がカッコいいので好き……というような個人的な感情が入り口でも全く構わない。敬いながらも身近な大先輩として、神々を次世代に伝えていくことが今後ますます重要なアプローチになるはず。

古のメッセージを大和言葉に乗せて

——今後の事業的なビジョン、数年先の未来像についてお聞かせください。

宮脇／私たちがこのプロジェクトでこだわっているのは、私たち自身が日本を徹底的に体現することです。そのため、日本人的な所作やモノの考え方、「侘び・寂び・数寄」などの「儂さ」や「弱さ」を

く営みはいつの時代にも存在していたのです。

神社の機能が失われたことで、DNAレベルでそれを補おうと現代的な手段に転化されているのでしょうか。神社が本来担っていた機能を再びとり戻し、散り散りとなった人間関係を神社を中心とする営みに再び戻していくことがこの事業の真価なのです。

神々のキャラクター性を伝える

——若い世代に神社の意味や役割を伝えるために、どのような手段を検討していますか。

宮脇／たとえば、日本の神々のコンセプトを伝えるために、歌詞のフレーズに印象的なキーワードを入れたり、紙芝居的なアニメのシナリオを用意するというのも方法の一つです。一方で、私たちは神様のキャラクターに注目させる手法を重視しています。日本の神々ももともと非常にタレント性に長けています。各神々のプロフィールは若い世代が関心をもてる面白味のある特徴であり、そこを彼らが日常的に使っている受け入れやすい言葉で伝えていくことが入り口として有効となるでしょう。神社復興というテーマを一度、神々のプロモーションという発想に切

重視した和のコンセプト、「もてなし」のスタイルなどを出来るかぎり学んでいく姿勢を重視しています。運営チームはもちろんのこと、メンバーの女の子たちにもそれぞれ身につけてもらう必要がありますし、そこに真摯に取り組むか否かを評価の基準にします。加えて、日本を本当に良くしたいという志を個々がもち、実践していくことが重要です。メンバーを選定していく上で、大義への向き合いかたを注視することがこのプロジェクトのレベルを保持していくことにもなります。

海外展開にむけて、フランスのコーディネートとも会議を重ねていますが、外国人は私たち以上に日本という国に憧れ、日本人らしさに触れることを夢見ています。

その憧れの対象は、サムライやニンジャの鮮烈な生き様だったり、日本女性の品位であったりしますが、その彼らの期待に添えていくことが日本という国をPRし、売り込んでいくことにもつながるのです。彼らがアニメやゲームを通して知った、スサノオやアマテラスといった神々の意味を、正しく伝えていくことが私たちの役割になるでしょう。また、同時に海外の目を通した日本の見え方を私たち自身が学ばなくてはなりません。

り替えたほうが得策かもしれません。

オキタ／構造や仕組みを重視する西欧に対して、キャラクターに注目するのは日本的なものの見方ではないでしょうか。そこに面白味を感じる性質は、私たち日本人のDNAに組み込まれているのです。

たびたびこの連載でも言っていることですが、日本の神々は尊敬し愛すべき大先輩であり、失敗を乗り越えてきた存在でもあります。そこに私たちが生きていく上での方法、悩みを乗り越えるための知恵がメッセージとして隠されているのです。生まれつき有能だった訳ではなく、失敗をくり返し、試行錯誤をして成長していったストーリーが『古事記』の物語です。兄弟全員からいじめられて、3回も殺されるといふ壮絶な青年期を経て、努力の末にいろいろなることを開拓し乗り越え、最終的には王となった大國主（大己貴）。人間関係を絶望し、一度は引きこもりながらも、そこから脱却した天照大神。このような、すごく人間らしくて共感するところがある神々の身近な魅力を伝えることで、「神様って意外と身近なんだな」と若い世代に興味をもってもらい、彼らを勇気づけることが出来るはず

オキタ／いまのメンバーでひとつの型が出来た後、日本各地にご当地神様アイドルとして展開していけば、より本質的な動きになるでしょう。日本の神々が面白いのは、それぞれの地域と神が結びついて

いることなのです。
ライブのあり方なども、地域ごとの神々のプロフィールに基づいて演出が変わっていくでしょう。○〇県では、こういうかたちで神饌を祀って、直会はこういう風にやっているから、ライブはこうなる……というように、各地域に根ざしたスタイルでライブを展開させることで、その地域の本来性、その土地らしさが人々の記憶に刻まれ、日本のルーツを保持していくための基本的な情報共有にもなるはず。

私たちの本来性を見失わないように、日本は本来こういうことだったという形を新たなスタイルで残していきたい。新しい世代が、古き日本に関心をもち、新たに解釈し、また次なる日本らしさを発明していくために、このプロジェクトが一つのきっかけになることを望んでいます。

インタビューより編集構成
石黒壯明