

厳しい現状に直面する伝統仏教寺院 II

葬祭儀礼の商品化

前回、全国の寺院は約7万5800寺以上あるものの、うち1万5千から2万寺は無住寺であると書いた。今、寺が減少の一途をたどっているが、これは寺壇制度の解体と軌を一にしている。とくに過疎地域でその傾向は顕著であり、檀家家庭が代替わりする頃には劇的な影響が出てくると予想されている。主に葬祭収入によって維持されている大多数の寺院は、寺壇制度の崩壊はただちに存続の危機につながる。

寺院にとってもう一つ大きな危機は、葬祭儀礼が市場で商品化されていく昨今の動向である。大手スーパーのイオンが葬祭業界に参入し、HPで「お布施」の値段表を一時公表したとき、仏教界は大きな危機感を抱いた。これは仏教儀礼が葬儀サービス業に完全に組み込まれ、一種の商品と見なされることを意味する。そこでは布施は、僧侶による読経一式代や戒名の名号別対価として位置づけられるのである。

慶応大学の中島隆信は、もし寺壇制度が完全に無くなり、寺が葬儀サービスの一部に過ぎなくなってしまうと、寺院数は一挙に現在の1割未満の6千寺にまで激減するだろうと予測している（『AERA』2010年10月11日号「特集・『お寺』はもういない」参照）。寺壇制度のない沖縄県ですでにそうになっており、寺の数も8,400世帯に1寺の割合でしかない。今のところ、日本全体では600世帯に1寺であるが、いずれ沖縄県のような状況にならないとも限らない。そうなるものならないのも一般国民の判断しだいであり、しかも都市部を中心に次第にそのように見始めている。「お布施が高い、戒名は要らない」といった声が最近とみに聞かれるようになったのも、檀家信徒の側に対価意識がすでに芽生えていることを示している。人々が皆イオンのような取り組みを歓迎するようになったら、お寺はもう終わりである。中島氏は、国民に必要なのはそもそもお寺でなく、仏教のほうであると述べ、そのような状況を招きつつある寺院側に警告を発している。

対価主義への反省

それにしても、僧侶による葬祭儀礼がサービス事業と読み替えられてしまえば、仏教が伝統的に培ってきた活動の重要な部分は息の根を止められてしまう。これは仏教界にとって大きな危機であるばかりではない。宗教者のあらゆる活動にも影響が出てくるものとなろう。この危機を乗り切るためには相応の説得力ある理念を提出し、これに基づいて行動しなくてはならない。

日本の仏教は事実上の在家仏教である。僧侶もまた肉食妻帯し、寺院を相続して、檀家家庭の墓を代々預かり、葬祭や法要で生計を立てている。それは外面的に見れば、酒屋や電器店や不動産業などの自営業者と同じように、職業としての「仏教家業」を営んでいる姿に他ならない。現状がそうである以上、それはそれで認めなければならない。しかし内面的にもこの意識のままでは、布施も僧侶の仕事の対価と判断されてしまうだろう。信者の差し出す金を自分に与えられたものと見なしてしまえば、その瞬間から仏教（宗教）の墮落が始まるのである。

仏教界が布施の値段表に反対するのであれば、何よりもまず自

らがそうした対価主義的な発想を払拭すべく、人々に対しても自らに対しても意識変革に努めるべきである。これは葬祭などの儀礼の執行だけに限らず、仏教者（宗教者）本来の職務である心魂の救済に関わる事柄にも言える。一般のカウンセリングにおいてカウンセラーが料金を受け取るのと同じように、宗教者も悩みの相談に対して同様のことを行って報酬を受け取るならば、やはりそれは宗教カウンセリングの対価という意味を持つであろう。しかし両者は似て非なるものである。

臨床心理士の東山紘之は、仏教者の加藤廣隆との共著『カウンセリングと宗教』（創元社、2007年）の中で、次のような重要な指摘を行っている。

「宗教家と信者の関係は、宗教家と信者の契約ではなくて、神仏と信者の契約です。宗教家が行うカウンセリング料金は、料金ではなくて布施です。布施はカウンセラーに対しての感謝や対価ではなくて、神仏に対しての感謝の気持ちを、施しによって表す行為です」（201頁）。

東山氏は、共著者の加藤氏が行っている布施の仕方を紹介している。加藤氏は京都の釘抜地蔵（石像寺）住職であるが、寺内にカウンセリング室を設けて独自に仏教カウンセリングを行っている。料金はとくに設定されておらず、クライアントの感謝の気持ちは布施として地藏尊の前に置かれる。その際、布施が捧げられるのは祈願する前である。これが大切なのだと言う。それは、信者が神仏に自らの祈りや願いを謙虚な気持ちで行う姿勢を表すものに他ならないからである。信者が全身全霊を捧げて祈願するのであれば、相応のお金を供えることにもなろう。それは信者の側の主体的判断による「喜捨」であるべきである。もしこれが祈願の後であれば、対価になりかねない。

布施は何よりも神仏に捧げられ、それを神仏に奉仕する者への謝礼として、宗教者は感謝の心で受け取る。そこが、布施が報酬的な性格のお金であるように見えても、酒の代金や電器の修理費や土地建物の仲介料と根本的に異なるところである。これらの料金は、あくまでも取引に基づく対価の支払いである。もしそのような発想を布施に適用してしまえば、神仏にお祈りしても現実がうまくいかない場合、対価に見合わぬ利益が得られないということになり、したがって布施する必要もなくなってしまう。しかし、これでは神仏との契約にはならない。

今、人々が布施の額をどう決めていいかわからないということ自体、神仏との関わりへの仲立ちをしてくれる宗教者との関わりがすでに希薄になってしまっていることの現れである。そのことで宗教者の側が信者を責めるとしたら、筋違いと言うものであろう。むしろ、時代の急速な変化に無自覚で、信者への適切な関わりを怠り、旧態依然の発想で事足りてきた宗教者側の責任である。宗教者は、まず自ら襟を正し、真の意味での神仏への勤めを全うし、信者に奉仕しているか、しっかりと問い直した上で、信者と神仏との間の仲立ちという職務に徹していくべきなのである。