

現代日本における墓石の形状変化

内藤理恵子

NAITŌ Rieko

はじめに一研究の目的・意図・方法論

近年、風変わりな墓石をちらほらと見かけるようになった。球状、ハート型、雪だるま、囲碁ができるもの、ソファーを墓石で象ったものなど、多種多様である。これらはニューデザイン墓石と呼ばれ、その名称は業者が与えたものに他ならない。2010年には、テレビCMにおいても、考古学者と全国優良石材店の会（＝全優石¹）の会長がピラミッド建造になぞらえて「想いを形に遺す墓が流行している」とこれらを宣伝している。テレビCMの提供元は全優石で、それらは墓石業者の加盟団体である。全優石の調べによれば、2008年に建立された墓石のうち12%がデザイン墓²であるという。

しかしながら、はたして、この墓石は本当に流行しているのだろうか。本当に流行しているならば、どういった人々の間で流行しているのだろうか。そもそも欧米の墓石は各々が違う形状であることが珍しくない。イギリスのヴィクトリア朝には、もはや芸術作品と言えるほど彫刻を施された墓石が当たり前のようにあった³。現代日本において、こういった現象が起きている背景にはなにがあるのだろうか。

この風変わりな墓石、「ニューデザイン墓石⁴」と呼ばれているものに着目し、その普及の実態について主に名古屋市とその近

郊の調査によって明らかにしたい。まずは、ニューデザイン墓石の定義について言及したい。「ニューデザイン墓石」は想いを形に遺す、といった意図で業者が「風変わりな墓石」に与えた商品名であるものの、洋型を少しだけアレンジしたもの、家名を「任意語」に変更しただけのものも含まれ、その線引きは非常に曖昧である。本稿においては、「和型」に「先祖代々の墓」もしくは「家名」「南無阿弥陀仏、などの使用頻度の高い宗教に関する語句」が刻まれたものを「一般的な墓」とし、その一般的な墓を「横長」にしただけの「洋型」はニューデザイン墓石には含まない。

本稿では、それ以外の何らかの工夫を凝らした墓石を「ニューデザイン墓石」と定義する。墓石の研究において、この「ニューデザイン墓石」の事例は過去の事例とは断絶され、「近年だけに見られるイレギュラーな存在」としてほぼ黙殺されていた。まれに新聞報道でこのような墓石が取り上げられるものの、たとえば2008年7月27日朝日新聞に掲載されたようにニューデザイン墓石は「墓の継承、相続上の問題」により存在するという分析で片づけられていた。ニューデザイン墓石の出現をたんなる「継承問題」としてとらえて良いのだろうか。少子化・未婚化率の増加により墓石を継承するものがないからデザイン性の高い個

人墓を自由に建立するようになった、という分析は偏った考察ではないか。継承問題をクリアするならば、むしろ永代供養を挙げるべきではないだろうか。また、継承問題を挙げてニューデザイン墓石を分析する場合、売る側の視点が欠けている。新型の墓石、つまりニューデザイン墓石を営業の前面に押し出し、それによって新しい購買層を獲得するのが業者側の狙いであるからだ。たとえば、新型の自動車売るためには、旧型の自動車の欠点とそれを補う性能をPRすることが必要となるし、また新しい購買層を獲得するために「いままでは一家に一台の自動車が常識でしたが、これからは一人一台自動車を持つ時代です」といったアピールが必要となる。墓石を売る場合も、こういった自動車販売と同じ原理が必要となる。旧型の墓石はもはや古臭いといったイメージ戦略、夫婦もしくは個人墓の必要性の訴えは、「先祖代々の墓を所有しているユーザーに新たに墓石を売る戦略」でもあるのだ。

また、2009年7月23日の中日新聞には、ニューデザイン墓石の増加を全優石のコンテストを主軸とした記事が掲載され、「個性を尊重する団塊の世代によって、墓も自分らしくする、が流れになっている」といった結論となっている。2008年の朝日新聞の報道、2009年の中日新聞の報道を併せると、ニューデザイン墓石の存在の分析は「継承者問題」と「自分らしさの表現」に留まっているといえる。これらはあくまでも報道であって、学術的な分析ではない。自分らしさの表現は、果たして団塊世代の墓石ユーザーの意志によるものだろうか。この分析にも消費文化における売り手、つまり「メーカー」の視点が欠けているのではないだろうか。こういった現段階を打破し、ニュー

デザイン墓石の存在を墓石研究史の中に組み入れることが本稿の目的のひとつである。

研究史の概要

墓についての伝統的研究の概要

墓石の石の形状変化に着目した研究が墓石研究だとしたら、「埋葬方法」「埋葬にともなう宗教的儀礼」を含んだ墓制の研究もあり、さらにそういった研究に加えて臨終から弔い上げまでの包括的な人間の営みを研究する場合、それは葬送の研究となる。本稿においては墓石研究を中心とする。なぜならば、埋葬方法については、1948年埋葬法制定以降変化は見られないからだ⁵。

埋葬法制定以前は、研究史において、「両墓制」の研究が日本の墓制研究の中核をなしてきた。遺体埋葬地点と石塔建立地点が離れた両墓制は関東・中部・近畿に多く見られる⁶ものの全国総数においては少数とされている。しかしながら、日本の埋葬の原型とされる風葬からの発展形として両墓制は研究対象となった。それに対し、埋葬地と隣接した石塔の建立を「単墓制」と呼んだ。また、浄土真宗地域もしくは、日本海側などのもともとからの火葬地域において、遺骨を本山などに納骨し、石塔建立がなされない墓制を「無墓制」と呼んだ⁷。現在においても、日本列島の墓制を分類する際には、この「両墓制」「単墓制」「無墓制」という用語で分類する場合が多い。

しかし、これらの分類について、葬送研究の中で便宜的に発生したものであると批判し、現実の墓の現象に即し、新しい墓石研究の視点を提示したのが岩田重則の功績である。岩田はこう批判している。

仏教的装具として建立されるようになった

後発的な石塔と、遺体埋葬地点に設営される複合的墓上施設は、明らかに異質であるがゆえに、何をして墓とみなすのか、その本質を解明する糸口を提示してくれると考えられるのである。しかし、従来の日本の民俗学では、こうした墓とはそもそも何なのかという問題は、いわゆる両墓制研究における石塔論の中で、初期の段階から解決済とされてきてしまった。⁸ (ア)

その上で、岩田は以下のように墓制の分類基準を設定しなおした⁹。

処理 形態	遺 体	遺 骨
処理 方法	埋 葬	非 埋 葬
二次的装置	石塔建立	石塔非建立

これらの分類基準を、すでに日本に存在する墓制に当てはめたものが以下の表¹⁰である。(ク)

形式	処理対象	処理方法	石塔の有無	名称
x 型	遺体	埋 葬	非建立	石塔をともなう墓制の前段階
	遺体	埋 葬	建 立	「単墓制」「両墓制」
y 型	遺骨	埋 葬	非建立	墓上植樹
	遺骨	非埋葬	非建立	「無墓制」
z 型	遺骨	非埋葬	建 立	現代のお墓、カロウト式石塔(現代の墓は埋葬ではなく、カロウトへの納骨という解釈になる)

なお、岩田の分析によると、お墓参りの対象となるのは、遺骨をおさめた「カロウト¹¹」(納骨棺)ではなく「石塔」であり、これは土葬の段階でも現代においても変わることのない「共同幻想」である。この「共同幻想」の意味は日本人の墓参りの奇妙さを指摘した言葉とも言える。遺体・遺骨ではなく、角柱型石塔に対しての儀礼が「墓参り」であるわけだから、石塔に対し、何らかの特別な信仰があるかと言えばそうではない。そこで、石塔への想いを「信仰」ではなく「幻想」と表現したことは適切であったといえるだろう。そして、岩田はその幻想の対象である石塔の素材は「商品価値」をもった消費文化の対象になっていることを指摘し、それを結論としている。つまり、ニューデザイン墓石はそのような共同幻想を持つ墓石の形が変化していること、とも言い換えることができるのである。

本稿においては、この結論のその先である「商品価値」を持たされた「石」がどのような変遷をたどり、加工され、新しい文化を

生み出しているのか、「共同幻想」が生み出す現代日本の石塔文化について、実地調査、そしてメーカー側からの視点を取り入れつつ、研究をすすめたい。

墓の現代変遷についての最近の研究の概要

墓の現代における変遷については、井上治代の研究が挙げられる。それは墓石研究というよりは、墓に刻まれる文字、つまり墓碑銘の研究とも言える。井上治代は『墓と家族の変容』において、継承型の脱家的墓祭祀(継承を前提とした墓石ではあるが、個人墓・夫婦墓などイエ単位の祭祀から脱しているケース)の墓碑銘の場合には家名ではなく「宗教語・任意語」という「脱家名化」が起こると結論付けた¹²。井上治代は、脱家的な代替システムとして、「家名→宗教語・任意語」の傾向を強調した¹³。また井上はこう指摘している。

90年以降の墓における大きな変化とは、脱継承、自然志向、個人化といえるだろう。

個人化とは、従来のように家のメンバーとして没個性で、自分の死後を子孫に託すのではなく、核家族が一代限りの家族であればこそ、自分がどう生きて、どう生を閉じるのに関心が移行し、自分で用意する生前墓や自分らしさを主張したデザイン墓石などの増加を意味する。¹⁴

このように、ニューデザイン墓石についての研究は「自分らしさを主張する」といった意味合いでの分析に留まっている。しかしながら、デザイン墓石が建立される墓地を訪れると、「自分らしさ」を重んじた墓石はほとんどのケースで早世者（本稿においては、平均寿命の約半分の年齢以下で死亡したケースを指すこととする）のものであり、たとえ墓石に任意語が刻まれていてもイエ名や家紋と併用されているケースがマジョリティで、必ずしも脱イエ化はなされていないのである。つまり、デザイン墓石という大きな枠組みの中で、奇抜なデザイン、自分らしさを重んじたものは、「ごく一部」であるということがいえる。ではなぜ、こういったごく一部の事例が一般化されがちなのだろうか。そこには、企業側の営業戦略とメディア報道の偏りが見受けられると考えられる。そういった偏りを是正し、メディアを通さないニューデザイン墓石の実態を、日本の墓石研究史の中へと組み込むことが本稿の意図である。

墓石調査から得られた知見

調査の概要

では、これらニューデザイン墓石について、具体的には、どのような調査を行えば良いのだろうか。まず、問題となるのは、「これらの墓石は主にどこにあるのか」といった素朴な疑問である。そこで、実地調査として愛知県内の公営墓地「平和公園」「八事霊園」「みどりが丘公園墓地」「潮見坂平和公園」「春雨墓苑」、民間墓地「名駅中央霊園」、寺院墓地「瑞仁寺」「正起寺」、村落墓地「岩倉市大地町」「一宮市千秋町加茂」を実地調査し、どのような墓地にニューデザイン墓石が多く見られるのかを検証する。「八事霊園」に関しては、公営墓地として大正時代から古い歴史を持つ墓地であったため公営墓地の代表例として選定した。「みどりが丘公園墓地」と、「潮見坂平和公園」「春雨墓苑」は、現在も墓苑の増設が継続されている公営墓地として選定を行った。増設が継続しているため、ニューデザイン墓石の増加が増設部分によって直接的に確認できるからである。また、民間墓地として「名駅中央霊園」と、その他いくつかの寺院墓地と村落墓地の調査を行った。また、県外の事例として、東京都の霊園「町田いずみ浄苑」「青山霊園」と、地縁血縁の強い地域の事例として、富山県南砺市の村落墓地も調査の対象内とした。

これら実地調査の結果を、先行研究と照らし合わせ、日本における墓石変遷の中に組

平和公園： 公営墓地	名古屋市千種区の墓地。都市部に存在する。全体の広さは約1,480,000平方メートル。このうち495,869平方メートルを墓苑として、戦災復興土地区画整理事業で市内の寺院墓地から185,000基が昭和56年9月までに移転した。ゆえに基本は寺院墓地の集合体である。
八事霊園： 公営墓地	名古屋市天白区の墓地。都市部に存在する。高級住宅地の付近に存在する。墓域面積271,875.00平方メートルで墓所面積159,467.94平方メートル。墓石数は約50,000基。大正～昭和30年にかけて市によって整備された歴史ある墓地である。

みどりが丘公園墓地： 公営墓地	名古屋市東南部丘陵の緑区鳴海町地内に位置し、計画面積 600000 平方メートル、墓地 36,000 区画（完成時）を有する都市計画墓園として整備をすすめている。1988 年から現在も増設は続いている。つまり新規区画を増設しながら運営されている新しい墓地。近隣には三好ヶ丘ニュータウンが存在する。
潮見坂平和公園： 公営墓地	財団法人春日井市市民サービス公社が運営。愛知県春日井市（名古屋市のベットタウンとして機能）に存在する。総面積 796,000 平方メートル。そのうち 423 区画が特別に芝生霊園となっている。「ニューデザイン墓石のメッカ」として、葬送業界誌で特集が組まれたこともある有名な墓所。近隣には高蔵寺ニュータウンと桃花台ニュータウンが存在する。他所よりも急速に増設が進んでいる。
春雨墓苑： 公営墓地	愛知県瀬戸市運営の墓地。総面積 336,000 平方メートル。5,111 区画。瀬戸市は人口約 13 万人、中堅都市であるが、墓地の近隣には菱野団地というニュータウンが存在する。潮見坂平和公園と並び、「愛知県のトレンド霊園」（つまりニューデザイン墓石が多いとされている墓所）と称されている。新規区画を増設している。この墓所のニューデザイン墓石はその多くが K という石材店のものであるようだ。
名駅中央霊園： 民営墓地	名古屋市の都心部に存在する。300 平方メートルの小型霊園。（宗）光明院の墓所の裏手の土地を「リングストーン」という石材店が開発して販売している。光明院の墓所とはフェンスで仕切られている。近代的なバリアフリーの墓所である。都心部で土地が限られているため個々の区画が他所よりも狭いゆえに、墓石は「定番」の形、和型・洋型を選ぶこととなっているようである。その定番の上で、自由なアート書を刻んだり、イラストを入れたりして「定番のアレンジ」としてのニューデザイン墓石を見ることが出来る。
瑞仁寺： 寺院墓地	愛知県一宮市の浄土真宗の寺院。近隣にニュータウンは存在しない。昔ながらの寺院墓地である。
正起寺： 寺院墓地	愛知県岩倉市の寺院。岩倉市は県内で一番小さな市であり、人口は 48,000 人と極めて小さい。近隣にニュータウンは存在せず、未だに地縁による講組の名残がある地域である。
町田いずみ浄苑： 民営墓地	東京都町田市に存在する民営墓地。日本最大のニュータウン、多摩ニュータウンに対応する墓地であると言える。墓所までシャトルバスが運行している。平成元年から販売開始した新しい墓地で総面積は 26,500 平方メートル。日本における墓地開発の最前線とも言える墓所である。 ディズニースタイルのようにテーマごとの区画を分けており、その区画イメージに適合する墓石しか建立することができない。モダン墓地はニューデザイン墓石のみ、ペットと共にいる区画もデザイン墓石しか見られない。和型を希望する人は和型の区画に入ることとなる。永代供養は 8 種類の供養墓から選ぶことができる。樹木葬も存在している。
青山霊園： 公営墓地	東京都南青山にある墓地。開発当初は神葬祭墓地であった。1874 年 9 月 1 日、市民のための公共墓地となり、1889 年、東京府から東京市に移管された。1926 年、斎場の建物のすべてが東京市に寄附され、日本で初めての公営墓地となった。現在は東京都の所管である。面積は約 260,000 平方メートル。
富山県南砺市の 村落墓地	山間にある村落墓地（村落墓地とは、埋葬法が制定される以前から村落の住民が共有していた墓地。制定以後も存続されているが新規に造られることはない）。人口の流入は無いに等しく、都市化の影響が見られない地域。
岩倉市大地町： 村落墓地	愛知県の小都市であり人口の流入が激しくない地域。
一宮市千秋町加茂： 村落墓地	瑞仁寺の寺院墓地と区画が繋がっている村落墓地。

み込んでみたならば、墓石変遷の流れの中にニューデザイン墓石を位置づけることが可能である。

ニューデザイン墓石の偏在

デザイン墓石が具体的にはどこに所在しているのかを考察しよう。市営の霊園である名古屋市営・八事霊園においては、総数5万基のうち、ニューデザイン墓石は数えるほどしかみられない。つまり1パーセントにも満たない、ごく稀な墓石形態となっている。ニューデザイン墓石の報道がなされている一方で、八事霊園においては、そのような事態はほとんど見ることが出来ない。この疑問に対し、霊園管理者に問い合わせのメールを送ったところ、2009年9月18日霊園管理者から「八事霊園は、大正から使用が開始された墓地であり、もう40年近く新規造成を行っていない。返還区画を整備し、再度公募に付しているものの、全体数に比べて非常にわずかな数でしかない。新規に公募に付された使用区画においては、確かに、ニューデザイン墓に該当するものがある。工事業からの申請でも、ニューデザイン墓に該当するものがあることがわかる。しかし、全体的にみれば、古い墓石や古いデザイン墓が絶対的に多く、現地調査だけでは増加傾向はわかりかねる。増加傾向を調査しているのであれば、旧来からの使用区画と新規造成区画が区別されているような霊園を調査してみてもどうか」といった主旨のメールを拝受した。

つまり、新規増設されている霊園以外においては、ニューデザイン墓石はレアケースに留まり、調査対象として成立しえないものであることがわかる。平和公園においても、同じく調査対象として成立しない。

そこで、新規増設中の民間霊園、名駅中

央霊園において2009年9月18日に個数を調査したところ、民間業者の区画では以下の割合で洋墓・デザイン墓が見られた。この民間業者では、狭い土地に多くの区画を販売しているため、既製の墓石カタログから墓石を選ぶという形式となっている。墓地を経営しているのが墓石業者であるため、既製品にアレンジを加えるという形式で奇抜なデザイン墓は数多くない。ゆえに、洋墓の延長線上としてのデザイン墓が数基確認されただけであった。しかしながら、契約順に奥から手前に新規増設しているため、墓石建立傾向の経緯が順を追って確認できる利点がある。

和型	72基
洋型	11基
デザイン墓	2基
総数	85基

なお、洋型とデザイン墓について、2009年9月18日にリングストーンの社員（営業）に聞き取り調査を行ったところ、「5年前に販売した一番奥の区画には、和型が多くみられるが、前の列になるに従って（つまり年月が経つにつれて）洋型の割合が増えている。1年半前に開いた区画に関しては特に洋型が増え、デザイン墓も見られるようになった。営業としては特にデザイン墓や洋型をすすめているわけではないが、民間墓地で気軽に墓を建立したいユーザーはこういったデザインを選ぶ傾向にある。民間墓地のユーザーの場合、檀那寺と檀家という結びつきが面倒なようで、墓のショウイレ¹⁵の儀礼の時だけ、僧侶を呼ぶ、という淡白な宗教者との付き合いが見られる。寺院の檀家にはなりたくないユーザーさんがこういった民間墓地と契約します」と述べた。

一方、純粋な寺院墓地、つまり寺院がユ

ーザーと檀那寺—檀家の関係を結び、檀家に限り使用を許可している墓地でのニューデザイン墓石は皆無に近い。

なお、墓地や埋葬等に関する法律が制定される以前から村落の住民が共有していた墓地である村落墓地（現在は市町村や地区単位で所有する、現在ではこうした墓地を新たに作ることはできない）のケースにおいても、ニューデザイン墓石は見られない。

2009年9月20日に愛知県一宮市の浄土真宗・瑞仁寺の寺院墓地とその寺院墓地に隣接する村落墓地を調査した。寺院墓地の区画において例外的に1件洋型の墓石が見つかったため、この件について、寺の庫裏に聞き取り調査を行ったところ、「真宗(ア)

系はもともとお墓にこだわらない教えなので石のことは石屋さんと檀家さんにお任せしています。宗旨宗派によって、また住職の個性によっては、墓石の形を指南するでしょう」とのことであった。ここから、寺院墓地における墓石の建立はケースバイケースであると言えるだろう。同日に愛知県岩倉市の浄土真宗系の寺院、正起寺についても調査を行った。こちらは、全基が和型のみで、洋型もデザイン墓も見られなかった。

これらニューデザイン墓石についての偏在は以下のような表にまとめることができる。

さて、では、これらニューデザイン(ク)

全てがデザイン墓石である墓地 (区画)	<ul style="list-style-type: none"> 町田いずみ浄苑の中にある「ペットと共に入ることのできる墓地区画」(WITH ペットという名称) みどりが丘公園墓地の芝生墓地の区画 潮見坂平和公園の新規増設区画
10%以下の割合であるがちらほらとデザイン墓石が確認できる墓地	<ul style="list-style-type: none"> 民間墓地 春雨墓苑の新規増設区画
まったく確認できない墓地	<ul style="list-style-type: none"> 寺院墓地 (ただし住職の裁量による) 村落墓地

墓石には、どのような建立事例があるのだろうか。ニューデザイン墓石の専門カタログ『思いのこもる美しい墓』(2006年、仏事ガイド編集部)では、ユーザーが購入に

いたるまでの経緯を以下のようにいくつかとりあげている。

これらの事例を整理すると、5つに分類することができる。まず、生前に建立する

F・Mさん (56歳、女性)	亡き母親のために個人墓を建立した
K・Kさん (53歳、女性)	早世した夫のために建立した。
	「主人が長寿を全うして亡くなったのなら、ここまでデザインに凝ったお墓は建てなかったでしょう」と述べている。
N・Aさん (70歳、男性)	自分のための墓石を生前に建立した。デザインは自分でラフスケッチを描き、デザイナーさんと打ち合わせてつくった。
S・Mさん (39歳、女性) K・Rさん (37歳、男性)	故人の義理の弟と、故人の妻が故人の記念碑として生前の職業をイメージした墓石をデザインした。
G・Hさん (53歳、男性)	イエの墓を建立し、「100年くらい持つんじゃないか」との期待を込めた。いつか顔の知らない子孫が「じいちゃんがいいものを残してくれたな」と喜んでくれたらいい、と語る。

K・Sさん（55歳、女性）	亡き主人のために妻と子どもたちが1周忌に間に合うようにデザインした墓。住職にデザインを大反対され、苦労したエピソードがある。
U・Hさん（45歳、男性）	薄井さんの家族他、お兄さんの家族、薄井さんの両親、奥様の両親の4世共同墓を生前に建立したケース。両家墓の場合、〇〇家と刻むことができないため、デザイン墓にするケースである。ビートルズの歌の歌詞を刻んだ。
I・Kさん（女性）	亡き夫のためにデザインしたが、自分も将来入るつもりである。

ケースのうちの3種、「自己表現として個人墓をデザインする」、「イエ墓を子孫のためにデザインする」、「両家墓として複数の世帯と打ち合わせて建立する」、次に死後に遺族が建立する2つのケース、「早世した故人のために凝ったデザインの個人墓を記念碑として建立する」、「故人のためにデザインしたが、将来的に遺族も入るイエ墓、夫婦墓として機能させる」といった分類が考えられる。このように、ニューデザイン建立にはさまざまな事例を見ることができるのである。

こういった分類をもとに、ニューデザイン墓石が点在する「春雨墓苑」を調査した。ここは約5,000区画の中に42区画程度といった割合ではあるものの、ここ数年の新規増設区画にデザイン墓石が集中しているた

め、新規増設区画では10件に1件程度の割合でデザイン墓を確認することができる。ここでは、美術的な要素が強く、はっきりと「ある特定の個人を記念・顕彰している」と言えるニューデザイン墓は、必ず「早世者の墓」であった。以下は、春雨墓苑の中で見られた早世者の墓である。

つまり、ニューデザイン墓石は、新聞報道で結論付けられた「継承されないことによる個人墓化」や「団塊世代の自分らしさの探究」ではなく、早世者の生きた証を残すためにニューデザイン墓の高い技術が使用される事例がある、といった現象の分析が必要であろう。

春雨墓苑において、ニューデザイン墓石と判断される墓石が42件あり、上記の写真の事例に見られるケース以外のニューデザ



20代で亡くなった女性の墓。

このようにある個人の特徴が分かるような特定のモチーフが彫られている場合は、必ずと言ってよいほど「早世者の個人墓」である



20代で亡くなった女性の墓。

随所に若い女性らしさを表現するこだわりのあるデザインが見られる。



20代で亡くなった女性の墓。
亡くなった年と月が大きく刻まれている。故人の没日を大きく刻んだ墓はこの1例のみで、この4つの事例のうち、個人の人生を記念する意味合いがもっとも強いのがこの墓石である。

イン墓石は、スタンダードなイエ墓をアレンジした形態であった。つまり、42件中39件がイエ墓の亜種であった。そこで、ニューデザイン墓石におけるマジョリティである「イエ墓の亜種」としてのニューデザイン墓石に着目したい。美術的な装飾が控えめであるが、墓碑銘が任意語であることが特徴の「イエ墓の亜種としてのニューデザイン墓石」については業者側にインタビュー調査¹⁶を行った。その結果、脱家化の要素は関係なく自由な文字を刻む傾向があり、特定の理由があって墓碑銘を任意語にするわけではないことが分かった。また、洋型のほうが1区画のスペースが狭くても販売可能になり、洋型の場合、任意語との相性が良いという流れがあきらかとなった。ゆえに、任意語は「個人化」というよりは消費文化化した墓石販売における流行、新しい商品としての特徴、と見なしたほうが良いだろう。

墓石コンテストの意味合い

2009年7月23日、中日新聞において「管



この墓石の横に置かれたモニュメントは18歳で亡くなった男性を記念するためのものである。墓そのものはイエ墓の形式になっているが、早世者を記念する手立てとしてこういった個人的な記念モチーフが併用される。

制塔やジャンボジェット機を配した空港風の墓「太鼓型の墓」の写真が掲載され、それを「永遠のすみか 自分らしく 増えるデザイン墓」といった見出しで記事がまとめられていた。たしかに、このような現象があるものの、コンテスト入賞者に対するインタビュー、コンテストの事務局長によるデザイン墓石についての考察、主催者の全優石が提供したデータを使用した分析など終始一貫して全優石というフィルターを通した報道となっている。

このように、全優石が墓石のデザインコンテスト¹⁷を実施し、それがマスコミに取り上げられるために、「風変わりな墓石＝ニューデザイン墓石」であると認識せざるをえない。しかしながら、「ニューデザイン墓石」は業者が与えた名称に他ならない。墓石がニューデザインかどうかの線引きは曖昧で、1995年に開催された第1回目のコンテスト（3月から4月にかけてデザイン墓石の写真の募集を行い、受賞が決定されるのは6月である）の受賞作品を見ると通常の和型に少しだけアレンジを加えただけ、もしくは単なる洋型に少しだけレリーフを施

しただけ、という程度である。この時点では、コンテストを開催しても、奇抜なアイデアを墓石に取り入れるユーザーは少なく、「少しでもアレンジしてみる」程度に留まっている。本格的な変容が見られるのは1997年の第3回のコンテストからである。このコンテストにおいて、彫刻家に依頼したという全身彫像の墓石が受賞し、翌年からまるで何かのタガが外れたように自由な墓石が受賞するようになった。思い切りのよいデザイン墓石を受賞作品とし、メディアに流し、全優石で推奨することにより、ユーザーの意識を変えていったことがニューデザイン墓石という商品の成立を可能にしたのであろう。

先行研究において岩田重則は「共同幻想としての墓」としてカロウトではなくその上の石塔を祭祀する傾向があると述べ、その墓石が商品価値を持たされていることを指摘したが¹⁸、私は、商品としての墓石の最終地点がニューデザイン墓石であると結論づけたい。なぜならば、石の可能性を最大限に使用し商品化したニューデザイン墓石以上に、墓石の展開は考えられず、もし今後墓石に変化があるならば、過剰な飾りへの反発からシンプルな形へと変容するかもしれないが、それもまたニューデザイン墓石の範疇に入るからである。今後、墓石の形状が変化しても、全優石がコンテストを継続する限り、それはニューデザイン墓石であるとの報道、認識がなされ、商品価値を高めるだけのことである。

考察

早世者のための墓石

早世者の祭祀は日本の伝統的祭祀観において、そもそも特殊なものであった。柳田國男の『先祖のはなし』によると未婚のま

ま死んだ若者・夭逝した子どもの霊について「小児の生身玉はマブリとも又ウブともウツツとも呼んで居たらしいが、是は年とった者に比べると、身を離れて行く危険の多かつた代りに、又容易に次の生活に移ることも出来て、出入ともに甚だ敏活なやうに考えられて居た¹⁹」とされている。そして、柳田は、当時の祭祀方法の例として、沖縄諸島の童墓、近畿中国の児三味、佐渡の花籠、阿波の船形の石塔などを挙げている²⁰。また、桜井徳太郎によれば、天寿を全うしない「異常死者」に対する畏怖の念が強く、民間信仰はそれに対する呪術的対策をしたという歴史がある²¹。つまり、現世に未練を残す霊に対して、現世にいる遺族は、通常ではない方法でその霊を鎮めようとした。過剰なまでのデザイン墓石で祀るという方法は、そうした未練を残す霊を鎮めようとする「呪術的対策」の名残の意味合いも含まれている。通常でない者の死に対して、通常以上の何らかの供養で祀ろうとする遺族は、その霊が現世に対して残している未練を慮り、過剰とも言える供養方法に頼ろうとするのではないだろうか。中牧弘允が「慰霊碑が中断された生を逆に戦死・殉職を積極的な意味で肯定することになる²²」と指摘しているように、早世者のためのニューデザイン墓石には、中断された若者の「生」を少しでも積極的に肯定する慰霊碑もしくは記念碑²³としての役割を果たしていることを指摘したい。戦死者の祭祀については矢野敬一の先行研究が挙げられるが、矢野は公葬を経た後に碑を建立して追悼・顕彰されること、また戦死者を郷土誌に掲載すること、これらの回路を通じて戦死者が郷土の栄光を担う存在として歴史に組み込まれた²⁴としている。この回路を早世者とニューデザイン墓石の関係にあてはめるとど

うなるか。早世者は、葬儀を経た後、遺族の手によって記念碑的役割を果たす墓石を建立されることとなる。その墓石のデザイン性が高ければ、コンテストで入賞し、墓石の写真と共に故人の人生の記録がインターネット上に広く流布することになる。また、その墓石は報道関係者へのプレスキットとなり、そのプレスキットを通じて新聞が墓石の取材に来ることによって故人の人生とそれを象徴する墓石の写真がセットで記事となり全国に配信される。戦死者も、現代における早世者も碑とメディア掲載という両面からの故人の顕彰が、未練の残る死をカバーする役割として認識されている。しかしながら、慰霊碑、記念碑は遺骨との関連性は無く、詣り墓の役割に近いが、デザイン墓石はカロウトに納骨されることが前提となるため、その役割は異なる。慰霊碑、記念碑においては遺族以外の第三者に「死者の死の意義を伝える」役割を担う。他方で、早世者のためのニューデザイン墓石は「早世者の人生を他者に知らしめる、もしくは墓石コンテストで社会に知らしめる」という役割を果たしているため、慰霊碑もしくは記念碑の役割を兼ねているとの解釈も含まれるべきである。

また伝統的な日本の先祖祭祀では、地域によって「早く亡くなった子ども」は墓に入れないというケースがあった。松山光秀によれば、徳之島において7歳以下の幼児には特に儀式はせず、屋敷内、しかも軒下の雨だれがおちるところに埋葬する習慣があった。子どもの霊は墓の霊の仲間入りができないため、「屋敷内の神々」の守護にまかせるといふ風習であり、その後の法事もない²⁵。新谷尚紀はこれらの江戸時代の事例について「夫婦連名で一基の場合、その間に童子とか童女の法名をもつ幼死した子

供たちの名前を刻んでいる例が多い²⁶」と述べている。そこには日本の伝統における子供の死に対するアンビバレントな感情をくみ取ることができるだろう。子供の生まれ変わりを信じて楽観視し祭祀しないという面と、早世した子供に対し法名を付けて記録に残し祭祀するという面、これらは子供の死というショックに対し親が抱くアンビバレントな気持ちがそれぞれの形で表出したのである。このように、もともと日本には、早世者のための特別な祭祀が存在していた。戦死者のための墓石の方が、現在のニューデザイン墓石よりもインパクトが強いデザインが施されている。(具体例として八事霊園における以下の事例を提示する)

現代日本においてはいかがだろうか。先述の春雨墓苑の事例にも見られたように、現代、少子化の時代において、子どもは「かけがえのない子ども」として扱われ、デザイン墓石などで子どもの「生きた証」を残





そうとする切実な試みが見られる。つまり、宗教的な供養よりも追憶主義²⁷を重視する傾向にある。このような特殊な事例が、ニューデザイン墓石の代表例としてマスコミに登場した²⁸理由としては、「ニューデザインお墓コンテスト」の影響が大きいのである。つまり、墓石業者のネットワークである全優石のPRとして行われているコンテストは最新の墓石加工技術を競う側面もあるので、どうしても、通常の事例よりも過剰なデザインのものが選ばれがちなのである。そして、ニューデザイン墓石は特異な事例ばかりが世の中にPRされているという状況にある。しかしながら、特異なデザインの墓石は、春雨墓苑の事例でも見られたように、すべて早世者のものである。

その傾向は、デザイン墓コンテストの受賞事例でも見られ、第1回から第15回までほぼ毎年、早世者の墓が受賞していることから分かる。(ただし100歳まで生きた記念碑としての役割として建立する事例が

2009年に見られた。この場合、「明るい気持ちでお墓参りがしたい」(長寿を全うできた喜びを表現)という意味合いが墓石デザインに反映されている。つまり平均寿命より短い生、長い生、いずれにしても記念すべき生としてデザイン墓石の対象となるようだ)

このように、特殊な事例であるからこそ、過剰に凝ったデザインとなり、それが入賞するのである(全優石の吉田剛会長が審査を取り仕切っている)。こういった経緯の中には中国から墓石が輸入され、国内の墓石業者の技術力を広くアピールしたいという主旨が含まれており(全優石のサイトに掲載された吉田会長のインタビュー²⁹にも輸入問題が言及されている)、技術力をPRするには特殊な事例における過剰ともいえる墓石の装飾をとりあげることになる。特殊な事例ばかりが「個人墓」として掲載されるため、「デザイン墓は個人単位のもので、継承を前提としない(個人墓であるので子孫が代々管理費を払い続けて継承していくことはない)墓である」と結論を出してしまいがちだ。しかし、実地調査をしてみると分かることは、このような早世者のための記念碑的な造形は少なく、ニューデザイン墓石といえども、継承を前提とした「かつての伝統的なイエ墓のアレンジ」としてのニューデザイン墓がほとんどなのである。ゆえに、「早世者のためのモニュメント」と切り離して、一般向けのイエ墓の亜種としてのニューデザイン墓石を考察する必要があるだろう。むしろイエ墓の亜種としてのデザインの過剰さは、墓石ビジネスの業界側の視点から語られるべき問題である。そして、その点がジャーナリスト的な視点と学術的研究の分岐点にあたるであろう。

墓碑銘における変遷

さて、次は、ニューデザイン墓石と和型・洋型の線引きの役割をする「墓石に刻む文字が任意語になること」に着目したい。墓碑銘の変遷がデザイン墓と密接に関わっていることは、縦型の竿石から横型の竿石への変化と関係している。デザイン墓は横型の竿石、つまり洋型のアレンジであるケースが多く、その場合、「愛」や「やすらぎ」などの柔らかい雰囲気のある文字³⁰との相性が良い。たとえば、「ずっと一緒にいいですか?」「あわててくるなよ」などの墓碑銘は、これまでの和型に刻むと、まるで落書きのように感じてしまいがちであるが、デザイン墓に彫りこまれていると、デザインと相まってひとつの美術的価値を高める効果がある。井上治代は、脱家的な代替システムとして、「家名→宗教語・任意語」の傾向を強調した³¹。

しかしながら、この宗教語・任意語には、オリジナル墓石が増加しつつある現在、他の墓と重なる現象が起こっている。(たとえば「やすらぎ」という言葉が3基並ぶという現象がある。つまり任意語であることは必ずしもオリジナルではない)

また、井上治代は『墓と家族の変容』において、継承型の脱家的墓祭祀の墓碑銘の場合には家名ではなく「宗教語・任意語」という「脱家名化」が起こると結論付けた³²が、任意語が刻まれていても、イエ墓(継承を前提とし、子孫の遺骨がそこに累々と収納されることを前提とした墓)であるケースは多い。むしろ、任意語のみ刻まれた個人墓である場合はごく少数に限られている。たとえば、春雨墓苑のニューデザイン墓石の中において、完全な個人墓(継承を前提としない、個人のみを対象とした記念碑的墓石)は3件しかなかった。井上は

近年の変化を「自分らしさ」を主軸として語った³³が、デザイン墓石が建立される一般的な墓地を実際に調査すると、「自分らしさ」を重んじた墓石はほとんどのケースで早世者のものであり、たとえ墓石に任意語が刻まれていてもイエ名や家紋と併用されているケースが90%以上で、必ずしも脱イエ化はなされていない。

ではニューデザイン墓石における墓碑銘の変容を歴史的な流れに配置すると、どうなるであろうか。まず、墓石に刻む文字・形状の変化は主に江戸時代に見られる。新谷尚紀によれば、仏種子から家紋に変化したのが天保期、祀る対象も単記から二名連名になったのが元禄期、それが先祖代々となったのが明治30年とされている³⁴。これらの流れに本稿の調査結果をあてはめてみよう。(以下の表を参照)

寛永 (1624-1643)	単記
元禄 (1688-1703)	二名連記
明治 30 年ごろ	先祖代々
現代	先祖代々と任意語が並存

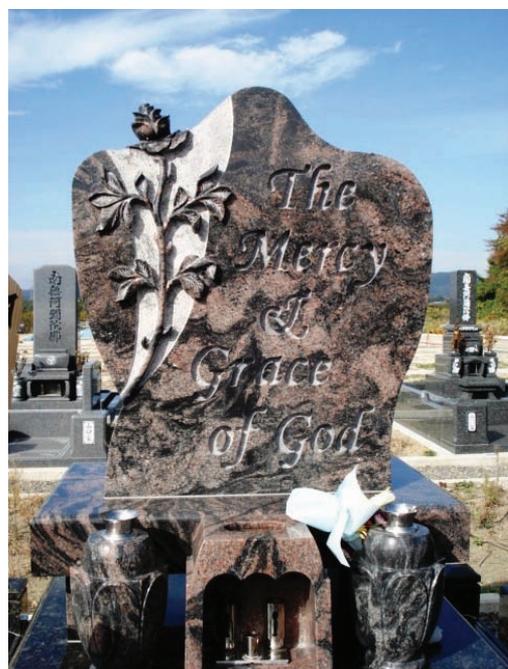
任意語は、継承性の問題からではなく、「自己表現」として機能している場合もあれば、脱イエ化に伴いしかたなく(イエに拘らず誰でも入ることのできる墓として、両家の家名を刻んで両家墓とする方法もあるが、それを継続していくとどんどん家名が増加してしまう。* *家* *家…という家名を増やしていくよりも、両家が「愛」や「ふるさと」など何らかの任意語を選んで刻む方がスマートな方法であるといえる)刻んでいる場合もある。そして、「飾り」の事例としての「宗教的なモチーフ」を使用する例も見ることができる。

たとえば、春日井市の事例の「仏教の墓だが GOD を崇める墓石」、「キリスト教モチーフを取り入れた仏教式の墓石」である。

「墓石は仏教式のものであるが、その宗教性に拘らず、他の宗教的モチーフで飾る試み」をここでは見ることができる。これは信仰の表現とは一線を画した行為であるとみなすことができるだろう。仏教の墓をキリスト教モチーフで飾るということは、仏教信仰の範疇から大きく逸脱しているといえるからだ。つまり、日本では、宗教の「いとこどり現象」、たとえば、寺院の檀家で



卒塔婆の横には天使が彫りこまれている



Godの文字があるが、浄土真宗の墓である

ありながらカトリックの学校に通い、初詣に行き、教会で結婚式を挙げ、葬式は仏教、夫婦はちがう宗教のまま結婚する、といった混沌とした宗教観を持ち、それをそのまま墓石に刻むことも可能なのである。つまり、現代における任意語を分類すると「自己表現」「脱イエ化に伴う事例」「宗教語」に分類される。さらに「宗教語」においては「信仰の表現」と「飾りとしての宗教モチーフ」の2種に分類することができるだろう。

調査からこれまでの研究に対して 提起できる新知見

ニューデザイン墓石が象徴することは、墓が「家建てる」行為に近づいてきていることであろう。屋内型の墓地では「モデルルーム公開中」といった宣伝が打たれているし、生前にあれこれとニューデザイン墓石の設計を考える様は、住宅を建てる時の感覚に近づいてきている。渡辺武信は人間が住宅を造る際に「存在論的防衛性を本質的に持っている³⁵」としている。それは「神にしる仏にしる、人間を超えた超越性、彼岸性を生きる人は、住宅に大げさな役割を求めない」が「民間信仰としての神や仏はそれなりに尊重するにしても、それらを生きる支えにはしきれない俗人にとっては、たよりになるのは、今ここに生きているという此岸性にしかない」としている。そして、「宇宙の存在論的空虚に、ささやかな抵抗をする武器」としての住宅に「存在論的防衛性」を見出している。この「存在論的防衛性」は「ニューデザイン墓石」にも表出しているのではないだろうか。近代以前、土葬の際に「置き石」をして死者が蘇らないようにした「石」は、やがてシャーマニズム的な依り代（僧侶を招いてのショウイ

レの儀式に見られるように竿石への信仰はある種のシャーマニズム的要素を見出すことができる)へと価値転換し、その依り代は「自己表現をするためのデザインの素材＝ニューデザイン墓石」へと転換しつつある。現代日本の場合、たとえ宗教的な墓石であっても、ニューデザイン墓石のそれは自己表現の副次的なシンボルであることが多い。たとえば、天使が好きだけれど家は仏教だから、仏教式の墓に天使を彫りこむ、といったシンボルの使用である。それら宗教的モチーフは自分らしさのシンボルとして副次的に使用されているに過ぎない。

では、そのようなキッチュな文化³⁶を併せ持つニューデザイン墓石を建立する人々はどのような人々なのであろうか。それはニューデザイン墓石が数多く建立されている地域の共通性に見出せることができる。ニュータウン³⁷の存在と、ニュータウンから派生した郊外化、そしてその高度経済成長期の残影としてのニューデザイン墓石の増加である。

ニューデザイン墓石を購入するのは、故郷を捨て、ニュータウンに移り住んだニューファミリーと呼ばれる人々である³⁸。彼らが高齢化し、墓を購入する際には、親の墓を継がないため、伝統に縛られる必要がない。そのニュータウンを新しい故郷として骨を埋めるからである。ゆえに、ニューデザイン墓石を継承問題と結びつけるのは安直すぎる。彼らニューファミリーは団塊世代の次男三男、ないしは跡継ぎでありながら故郷を捨てたものであり、新しい街で一軒家を購入し、「その土地で初代のご先祖様」になろうとしている者たちである。彼らの子供たちが少子化世代であり、その子供たちが「団塊世代の過剰消費の文化の名残りであるニューデザイン墓」を継承する

のか、また新しい墓を購入するのは未知数である。団塊世代は消費文化の担い手であった。団塊ジュニアである「いちご世代」が消費文化のターゲットになった理由は、いちご世代の必要とする商品を親である団塊世代が買い与えるという「団塊世代が財布の紐を握る構図」が存在していたからである。

その団塊世代が現在、60代である。この購買意欲に燃えた特異な世代を狙った商品開発は健康関連商品、そして凝った墓である。つまり高い年齢層を狙った商品開発、隙間産業としてのニューデザイン墓石文化でもある。団塊世代は学生運動に燃えた「伝統を壊す」ことに情熱を費やした世代である。これらの世代の購買意欲をそそる文言は「自分らしさ」である。「自分らしい墓」としてニューデザイン墓石を勧められたら、それは最強の殺し文句となるだろう。

なお、愛知県の人口移動については北橋拓馬が調査を行い、1920年から1995年にかけての人口移動経緯をふまえ、「中区は、戦争で疎開したためか人口が急激に減少し、戦後、多少回復はしたが、現在では、名古屋圏最大の都心(栄)であり、ドーナツ化現象で人口が減少している。豊田市、鈴鹿市など自動車工業地として、中川区、緑区、春日井市などはベットタウンとして人口増加が目立つ³⁹」と結論付けている。

本稿で調査を行ったみどりが丘公園墓地と潮見坂平和公園はいずれも北橋が調査した人口増加に該当する地区に立地しており、ニュータウンによる人口増加とニューデザイン墓石が出現した墓地の関連性はあると考えられる。なぜならば、代々の土地に住み続けているもの、墓の拠点を移さない者はこれまでの「代々墓」を利用することができるからである。新たに区画の権利を購

入し、そこに墓石を建立する者は、新しい街の住人たちである。ニュータウン以外の住人も、もちろん新たに墓石を建立するケースはあるだろう。しかしながら、八事霊園に見られるほんの少しの事例のように「目立たない程度」にしか増加はしない。移住者が大量に墓を買い求める場合、やはりそこにはニュータウンの存在抜きには語れないのである。さらに、多くの移住者が増設区画を買っていくと、増設区画は新規建立のみ区画になり、「むしろ和型の墓石を建てると浮いてしまう」状態になる。周りとの調和を考察するに、より自由な発想の墓石を建立できるのは、こういったニュータウン周辺の墓地なのである。

今回調査した墓地においても、ニュータウンとその他地域との差は歴然としていた。しかしながら、未だ十分な調査とはいえず、今後はニュータウン周辺の墓地、そうではない地区の調査を継続して比較調査していく所存である。また、このような趣向を凝らしたデザイン墓石を子孫がその墓を引き継ぐのかどうか問題である。管理費も必要になってくるため、各々の先祖がこのような個人墓を建立した場合、後々の子孫が個性的な墓の維持のために膨大な負担を背負うことになる。

結果として、このような個人のデザイン墓は、永続的なものではなくなる可能性が高い。デザイン墓が一般に普及してから日が浅いため、調査はなされていないが、たとえば「空港を模した墓石」や「故人の彫像を施した墓石」を子孫はどう管理していくのか、今後の調査対象としたい。つまり、自己表現としての墓は、結果的に一時的なものに留まり、結局は改葬する可能性も出てくる。消費文化が浸透し、商品の消費が自分らしさに繋がる現代社会において、親

世代の「表現」をそのまま子世代が受け継ぐとは限らないからである。このような自己表現のための墓石を建立することは「豊かさ」の証拠でもあり、大正期に葬列が過度に華美になったように一時的な流行である可能性もあるだろう。

ニュータウンと墓石偏在との関連性についての補足調査、継承の有無の確認を今後の研究課題としたい。

まとめ

本稿では、これまで「自分らしさのあらわれ」として片付けられていたニューデザイン墓石の存在を、建立するケース別に分類し、デザイン墓石の中でも特に装飾性が高い個人墓が早世者のものであることをつきとめた。そうしたレアケースとしての奇抜な個人墓がメディアに取り上げられ一般化されている理由として、墓石デザインコンテストの実施、そのコンテストを実施する全優石の存在を挙げた。つまり、ニューデザイン墓を認識する際には、早世者の墓と、そうでないものが存在することを前提にしなければならないだろう。また、ニューデザイン墓石における「宗教のいいとこどり現象」や墓石のニュータウン周辺への偏在を突きとめた。今後の課題としては、フィールドワークの範囲を広め、調査の精密さを増すことである。

注

1. 正確には全国 286 店舗（なお、全国に約 12000 件ある墓石業者のうち、全優石に加盟しているのは 286 件であるので、加盟率はあまり高くない）がこの全国優良石材店の会に加盟し、その加盟店で墓石を購入したユーザーは石材店と全優石の保証を二重に受けることができる。またローンや、ユーザーのブログ開設サービス、書籍販売もこの会の活動内容

である。そして、この全優石が最も顕著にその特徴を表している活動が1995年から開催されている「お墓のデザインコンテスト」である。

2. 2009年7月23日中日新聞朝刊

3. 岩谷薫「天国のようなヴィクトリア時代の墓地」『夜想 特集ヴィクトリアン』ステュディオ・パラポリカ、2008年、89頁。

4. 和型・洋型と呼ばれる一般的な墓石とは違い、何らかの像が彫りこまれる、もしくは形状自体が風変わりでそのデザイン性が新たな価値となっている墓石のことを指す。洋型とデザイン墓石の線引きは難しく、洋型に少しアレンジを加えただけのものも広義ではデザイン墓石と言うことができるだろう。ニューデザイン墓石とは、業者が与えた名称ではあるが、その名称をそのまま使用することとする。

5. なお、新しい埋葬法に関わる研究は博士論文にて論じた。内藤理恵子『葬送文化の今日的変容－現代日本における社会変動と新たな葬送文化の形－』南山大学大学院、2010年提出。

6. 最上孝敬『語り墓』（名著出版、1980）に付記されている「全国両墓制分布図」による。

7. 岩田重則『お墓の誕生』岩波新書、2006年、100頁。

8. 岩田重則『墓の民俗学』吉川弘文館、2003年、56頁。

9. 岩田重則『お墓の誕生』、103頁。

10. 岩田重則『お墓の誕生』、128頁。

11. 語源は「カラウド」（唐櫃）で、それがなまってカロウトとなったといわれている。意味は「死者を葬る棺」のことで、現在では納骨堂のことを指す。カロウトはお墓と一体となっているもので、カロウトがないお墓はない。カロウトの形式は、地上にあるもの、半地下式、それに地下式の三種類ある。周囲の状況や土質、墓地の広さなどによってカロウトの形式が決まる。（全優石HP「お墓の形と構造」から引用 www.zenyuseki.or.jp/knowledge/shape/ アクセス日 2010/04/21）

12. 井上治代『墓と家族の変容』岩波書店、2003年、270ページ。

13. 井上治代『墓と家族の変容』、270ページ。

14. 井上治代「死者儀礼のいま」『葬送のかたち（発行者 横田幸雄）』佼成出版社、2007年、12ページ。

15. ショウイレとは「精入れ」と記述する儀礼。墓石、仏壇という「商品」を購入し、それを宗教用具として使用する際には、僧侶にお経をあげてもらふことと供物（宗旨宗派によって違う）を必要とし、それを精入れという。

16. 2008年7月18日葬儀専門誌のマネージャーに聞き取り調査を実施した。

その結果、「費用的には、和型の旧型の方が高いケースがあるから、1件1件の売り上げに関しては、なんとも言えないけれど、洋型を流行らせようと思っ掛けているのは、業者が仕掛けている。なぜなら、先祖代々の墓に入る層も、新しい墓石を提案することによりそれなら代々墓に入らず、自分らしい墓に入ろうということで、墓石のニーズが増えるから。団塊の世代の夫婦墓はマーケティング的に狙い目。あとひとつ、スペースの問題もある。墓地のスペースが小さくて、西洋型を建てた方がよい場合。西洋型だと、和型のように定番の家名に拘る必要がなくなるから、任意語・宗教語を刻むケースが増える。マーケティングの観点から考慮すると、任意語・宗教語を墓石に刻むケースが増えたのは、業者の「営業」と夫婦墓・核家族墓・個人墓のニーズの一致による」との回答を得た。

しかしながら、本インタビューと同じ質問を都市部以外の石材店に実施したところ、夫婦墓・核家族墓・個人墓という理由で自由な文字を刻むケースは稀で、ほとんどが「先祖代々の墓だが自由な文字を刻む」ケースであるという。つまり、さまざまなケースがあるため、任意語を刻むことに関しては脱家化とは関係がなく、さらにマーケティングの観点、墓地のスペースの問題から派生した現象でもあることがわかる。

17. 全優石主催の「お墓デザインコンテスト」の受賞作品は全優石ホームページ www.zenyuseki.or.jp にて閲覧可能。1995年から開催されたこのコンテストは全優石で墓石を購入したユーザーから写真を募り、毎年受賞作品を選んでいる。回を追うごとに受賞作品数が増え、受賞作品は報道関係者へのプレスキットの中に使用される。報道におけるデザイン墓の扱いは、このような受賞作とプレスキット、それを使用した報道、といった流れの中で生まれている。

18. 岩田重則『お墓の誕生』、145頁。

19. 柳田國男『先祖の話』筑摩叢書、1975年、207頁。

20. 柳田國男『先祖の話』、207頁。

21. 桜井徳太郎『靈魂観の系譜』講談社、1989年、178頁。

22. 中牧弘允「国内における供養モニュメントの類型と分布」日本宗教学会『宗教研究』2007年、437頁。

23. 慰霊という言葉については中村生雄が「聖職者の関与あるなしにかかわらず使用できる」ことを指

摘している。また、記念碑の定義は、原田敬一が「1945年以降に以降に拡大した、慰霊という行為に記念という世俗の意味合いが付加されたもの」としている。つまり、慰霊碑は「聖職者の有無に関係なく祭祀行為を行うことができる石碑」であり、また記念碑については「慰霊碑に記念という世俗の意味合いを付加した石碑」であると定義できるだろう。

24. 矢野敬一『慰霊・追悼・顕彰の近代』吉川弘文館、2006年、100頁。

25. 松山光秀『徳之島の葬制』『葬送 墓制研究集成』第1巻、名著出版、1979年、417頁。

26. 新谷尚紀『墓の変遷と先祖供養』『葬送のかたち』俊成出版社、2007年、61頁。

27. 「追憶主義」の定義については、別の論文で論じた。以下はその要約である。「追憶主義とは供養、慰霊、追悼などよりもむしろ純粋に故人を偲ぶことに重点を置いた葬送儀礼や墓の建立などを指す概念である。(注：この定義は宗教文化研究所渡辺学氏と筆者との会話の上で定義が行われたものである)追悼が悲しみを含む概念なのに対し、追憶は純粋に他界観とは切り離され、生前の思い出に力点を置くことが特徴的である」「追憶主義」についての詳細は、『南山神学別冊第25号』『日本の文脈における死者儀礼の諸相』南山大学大学院神学研究室、2010年の「追憶主義」の項目を参照のこと。

28. 2009年7月23日中日新聞朝刊

29. 「お墓づくりと家族の絆」吉田剛と加地伸行の対談形式でサイトに掲載されている。http://www.zenyuseki.or.jp/this_and_that/conversation (アクセス日2010/05/01)

30. 墓石に刻まれる「宗教・任意語」について、2008年に筆者はフィールドワークを行った。フィールドワークを行ったのは、名古屋市平和公園(1947年から整備された市営の公園墓地)・名古屋市みどり丘公園墓地の芝生墓地区画(1988年から整備された新設の市営の公園墓地)・東京都町田いずみ浄苑のwithベット区画(1989年から設備された民間業者による墓地)・愛知県春日井市の潮見坂平和公園(1961年から整備された春日井市民サービス公社による墓地)の4箇所である。

愛	任意語
安らかなる憩を	任意句
夢	任意語
やすらぎ	任意語
やすらかにここに眠る	任意文

憩	任意語
念ずれば花ひらく	任意語
我が鷺の翼蒼穹を跳ぶ(ママ)	任意文
心	任意語
悠々	任意語
慈	任意語
空無	宗教語
ありがとう	任意語
憩	任意語
如寛見	宗教語

墓石に刻まれる文字一覧・名古屋市平和公園

平和公園のほとんどが寺院墓地であることから、面積97haの広大な墓地部分には、数えるほどしか「脱家名化」された墓石がなく、大部分は代々墓の典型的な形式を保っていた。一部、民間業者が買い上げた区画には、任意語を刻んだ墓が多く見られた。やはり寺院墓地においては、寺院と契約した墓石業者の繋がりの影響も大きく、従来どおりの墓が多く見られる。

愛	任意語
無限(西方家のイエ名と家紋が見られる)	任意語
誠切	任意語
Thinking of you	任意句
尽きぬ想いにんげん 果てぬ夢演劇	任意句
MAY GOD BLESS ALL	宗教語
私は死ぬのではありません生命に入るのはです	宗教語
私は信仰であり命です私に信仰を働かせるものは死んでも生き返るのです	宗教語
核廃絶(家紋が見られる)	任意語
主ありて安らかに眠る主を待ち望む者は	宗教語
新たな力を得る	宗教語
愛	任意語
Certain good days have passed and new challenging days will start.	任意文
時空をこえて	任意語
永遠の生命へ	宗教語
看守る人に 永遠の幸せを	任意文
来てくれてありがとう	任意語
共に歩みて悔いは無し(イエ名が見られる)	任意句

妙	任意語
あわててくるなよ	任意語
墓石に刻まれる文字一覧・名古屋市 みどりが丘公園墓地の芝生墓地区画	

みどりが丘公園墓地は、1988年から整備された新設の市営の墓地であり、また寺院とのつながりが薄いことから、宗教語・任意語を自由に刻んだ墓石が多く見られた。フィールドワークを行った「芝生墓地」では、西洋型の墓石のみを建立する制限があるため、ニューデザイン墓石と、キリスト教の墓が多数見られた。

また私は新しい天と新しい地とを見た。 「見よ、神は彼らと共に住み、 彼らの目の涙をすっかりぬぐい取って くださる。もはや死もなく、悲しみ、 叫び、苦しみもない。 なぜなら、以前のものが、もはや過 ぎ去ったからである。」	宗教文 黙示録 21:1,3,4
万物は無限に流転し、 太陽は日々新たである。	任意語
知識と感性を磨く人生	任意語
和	任意語
ずっと一緒にいいですか（家紋・イエ 名無しのケース。こういった脱イエ化 した墓石も見られる）	任意文
私は世の光である 私に従うものは 暗闇の中を歩かず 命の光を待つ	宗教語 ヨハネ 8:12
ありがとう	任意語
Always and forever	任意語
人の一生は重荷を負て 遠き道をゆく が如し	任意句
Love family	任意語
Graceful Days	任意語
酔	任意語
酒（墓の下部にはイエ名が見られる）	任意語
ありがとう いつまでもいっしょ	任意句
Eternally	任意語
Dream	任意語
Many thanks to all my loving	任意語
ありがとう	任意語
ずっと一緒…あったかいね！	任意句

ここで立ち止まるな 挫けたら最後だ 堂々と行け	任意文
墓石に刻まれる文字一覧・東京都町 田いずみ浄苑のwithペット区画	

いずみ浄苑の「with ペット」はペットと人間が一緒に埋葬されることを可能にした、新しいタイプの民間業者による墓地である。それゆえ、墓石には「ペットへの感謝の気持ち」「ペットと一緒に埋葬されることを喜ぶ」事例が多数見られるという特殊な事例である。

憩	任意語
眠	任意語
浄	任意語
やすらぎ	任意語
やすらぎ	任意語
一曹	任意語
心	任意語
優	任意語
愛	任意語
The Mercy and Grace of God	宗教語
俱會一虔	任意語
敬	任意語
forever	任意語
いつもよろこんでいなさい	宗教語 テサロニケ 5:16
想	任意語
和心	任意語
悲しみを暖めたら 優しさになりました	任意文
万古長青	任意語
香	任意語（天使 の彫刻と卒塔 婆が併設）
陽	任意語
愛	任意語
私は静かに 神を待つ	宗教語
やすらぎ	任意語

荒野にきみはひとり立っている 行く道はいくつもある だけどたどりつく場所は きっとただひとつだけ どの道歩いて行こうと 君は君の その人生を 受け入れて楽しむ他ない 最後には笑えるように	任意文（詩）
墓石に刻まれる文字一覧 愛知県春日井市の潮見坂平和公園	

潮見坂平和公園においては、「新規開発され、現在売却途中である区画」を調べた。新しく建立された墓が集中的に並ぶ区画である。ここにおける特徴は、キリスト教の世界観を示す宗教語を刻みながらも、卒塔婆や戒名を刻んだ墓誌が併設されており、仏教の墓であるにも関わらず、キリスト教の信仰を示す墓が複数存在することである。

以上のフィールドワークをふまえ、以下のように分析した。まず、「宗教語」を墓石に刻む場合、キリスト教の墓を示す場合はほとんどである。

任意語の場合は、漢字一文字を刻んだもの、遺された者に対するメッセージの2者に分かれる。また、座右の銘や詩を刻んだものまで見られ、「墓を見るすべての人へ何らかの遺志を伝える」メッセージボードとしての墓石の役割が新たに生まれている。特に「核廃絶」の事例では、故人の生前の強い意志を見ることができよう。

31. 井上治代『墓と家族の変容』岩波書店、2003年、270頁。

32. 同上。

33. 井上治代「死者儀礼のいま」『葬送のかたち』（前掲注15）、12頁。

34. 新谷尚紀「墓の変遷と先祖供養」『葬送のかたち』佼成出版社、2007年、61頁。

35. 渡辺武『住まい方の思想』中公新書、216頁。1983年。

36. キッチュとは「異種混合」で生み出される文化で、高尚なものというよりは「俗っぽい」印象を与えるものに見出される価値観である。葬送文化における「キッチュな文化」の事例としては、宮型霊柩車が挙げられるが、宮型自動車に続く事例としての「ニューデザイン墓石」を認識しても良いだろう。

この「異種混同」「カスタマイズ」という特色は「ヤンキー文化圏」に見出される特徴でもある（五十嵐太郎編著『ヤンキー文化論序説』を参照）。服飾品を刺繍で装飾し（自分の好きな物・言葉・菩薩などの宗教モチーフを使用）、また服飾品の一部分のデザインを誇張することはこの文化圏において頻繁に行われることである。たとえば、デコレーションされたトラックに見られるエアブラシアートもヤンキー文化圏のものであるが、この技術を応用したエアブラシアート仏壇も販売されており、これらの文化圏に属するメーカーとユーザーがこういった異種混合、カスタマイズを繰り返すことにより、新たな葬送文化を生み出している。

しかしながら、宮型自動車においても、庶民の憧れではあったものの、知的階級には嫌悪の対象でしかなかったように、ニューデザイン墓石も賛否が分かれる文化であり、商品化された墓石に抵抗のあるユーザーは散骨などの選択肢を選ぶこととなるだろう。しかしながら、ニュータウン文化とニューデザイン墓石のような異種混合文化は相性が良く、キャラクタービジネスユーザーの層とも重なったことにより、ニューデザイン墓石に好きなキャラクターをあしらったり、天使を宗教モチーフではなく飾りとして（天使を可愛いキャラクターとして扱っている側面もあるだろう）墓石デザインに取り入れるというアイデアが生まれたと考えられる。

37. ニュータウンの定義は福原正弘による。福原によればニュータウンとは「新しく計画的に造られた街」（福原正弘『ニュータウンは今』より定義を抜粋）であり、それは戦後高度経済成長の歩調に合わせて建設されたものである。大都市で働く人のためのベッドタウンもあれば、働く場所と一体化したものもある。なお、欧米ではもっと広い意味合いで使用される語句でもある。

38. 潮見坂平和公園、春雨墓苑のニューデザイン墓石の墓誌を確認すると、ほぼ100%が初代の先祖が建立しており（つまり墓誌には1人ないしは2人しか戒名が刻まれていない）これはニュータウン近郊のものが新たに建立した墓だといえる。

39. 北橋拓馬「名古屋圏における人口重心の移動に関する研究」大阪経済大学、1998年度卒業論文。

ないとう・りえこ
 本研究所非常勤研究員