戦後から1980年代までにみる四国88か所巡礼の動態

——マス・メディア，観光とのかかわりから——

森　　正人

I　はじめに

1990年代半ばから興隆する四国88か所巡礼（以下，四国遍路と略称）は，「癒し」や「自分探し」などと結びつき，老若男女を問わず多くの人々を四国の旅へと導いている。ツアー，自家用車を用いる，全行程を徒歩でまわるなど，そのスタイルも様々である。特に近年は徒歩による巡礼者も増加しており，その数は2000年には約1,700人，10年前に比して10倍とされるが，このような徒歩の巡礼者の増加に対して旅行会社がそれをツアーとして商品化するという戦略も見られる（朝日新聞・夕刊，2001年5月31日付）。四国遍路は「癒し」や「自分探し」をもたらす「旅」や空間として捉えられているのであり，さらにバスツアーや徒歩といった四国遍路の空間を巡る手段も商品化されている。

商品の消費からサービスやイメージの消費への移行において，交換価値は他の商品と比較されてはじめて意味を獲得するような示差的価値となり，場所や空間もその示差的価値を担う（ハーヴェイ1999）。また特定の場所や景観も，複数の主体により他の場所と異なるイメージを付されながら，単なる交換価値を持つだけでなく，他とは異なる価値を持つものとして記号化されたり，それを媒介してコミュニケーションがなされるものとして「商品化」されるのであ

り（成瀬1993），それを成立させる建造環境の生産とも弁証法的な関係にある。

このような分析視角から，1970年代後半と80年代を中心にして行われる四国遍路の商品化について，それを成立させる社会背景や建造環境と関係付けることが本稿の目論見である。これまでの四国遍路に関する研究は，主に歴史学，宗教社会学，民俗学などにおいてなされ，四国遍路の成立時期やその歴史的展開，弘法大師信仰との関わり，巡礼者の属性，さらに四国に見られる習俗と四国遍路との関わりなどを明らかにしてきた。また近年は第2次世界大戦後の四国遍路の展開も考察されるようになってきている（道空間研究会編1994，1997）。筆者はすでに1960年代以降に四国遍路が「発見」され，その建造環境が生成される過程を論じているが（森2001 a），それがどのようにマスメディアにおける表象や消費と結びついているのかということについての考察は，現代の四国遍路が多様な関わりの中で存在していることから，四国遍路や巡礼研究における研究課題であると考える。

本稿では案内記を含む既往の刊行物の他，雑誌記事や新聞記事(1)，伊予鉄観光開発発行で巡礼者の情報誌である『へんろ』（月刊）を用いる。また伊予鉄道株式会社への聴取を実施し（1999年4月6日），関係資料の提供を受けた。

II　1960年頃までの四国遍路とステレオタイプ

(1) 四国遍路について

真野（1980）によると四国遍路は早ければ11世紀の後半，おそくとも平安時代末期には一応完成され，12世紀頃から現れた高野聖による弘法大師信仰の普及活動にともない，四国遍路の宗教思想が形成され全国に流布されていった。四国遍路の寺院の宗派や本尊は一定ではないが，弘法大師信仰によって結びつけられており，33の寺院の本尊が観音菩薩であることから西国33カ所巡礼が「本尊巡礼」と呼ばれるのに対して，四国遍路は「聖蹟巡礼」と呼ばれる。

四国遍路が興隆を見せるのは江戸時代に入ってからであるが，江戸時代の過去帳を調査した社会学者の前田卓は，そこに記された全巡礼者の約40分の1しか苗字を持っていなかったこと，飢饉が起こると巡礼者が増加することから，当時の巡礼者が社会的に低位の階層から構成されていたことを明らかにした（前田1972）。時代が下り1930年頃になると，このような社会階層以外に，西洋風の服装をしたり公共交通機関を用いて「合理的」に巡礼を行う「モダン遍路」と呼ばれる巡礼者も登場する（森2001 b）。

第二次世界大戦が激化すると巡礼者の数は減少し，戦後しばらくは四国遍路の巡礼者は少なかったとされる。戦後再び四国遍路が多く行われるようになるのは1950年代半ばであると思われ，1954年にはこの時期に再び増加しつつあった巡礼者に対して，四国鉄道局が近畿地方に四国遍路に関する書籍を「観光と宗教の旅の道標」として約2千部作成・配布している（四国新聞，1954年3月16日付）。

(2) 四国遍路のステレオタイプと巡礼者の階層

戦前の四国遍路について，例えば鉄道省の職員で雑誌『旅』の記者でもあった飯島實は，「四国巡拝の旅は行と懺悔と感謝の生活でなければならない」としている（飯島1930：79）。また，1922年生まれの宗教学者である宮崎忍勝は，少年時代に「不思議な法力をもった恐ろしい人」や不就労者や何らかの病気にかかった者を，四国遍路から連想したと述べる（宮崎1974：174）。戦前は四国遍路を，ハイキングや娯楽として捉える思想も見られたが，四国遍路を語るときには多くの場合に暗鬱さや異常さがステレオタイプ化されていた。戦後しばらくの四国遍路に対するステレオタイプも戦前とあまり変わらず，「私は遍路に対してどうしようもない人生の残酷さを感じ，暗いイメージをもつようになったのである」（渡部1975：4）という語りが見られる。

このような語りは「遺骨は抱いていなくても心を暗くするような境遇にいる者が多い」（宮本1975：34）というように，「職業遍路」や「乞食遍路」(2)と呼ばれる巡礼者の存在と結合し，またそれに支えられていた。この巡礼者はか

つての村落共同体に居住することが不可能であった者たちであり，第二次世界大戦後も四国遍路の巡礼者の一部を構成していた。かつてのバスツアーの添乗員に対する聴取では，このような巡礼者が1960年代半ば頃まで見られたとされる。

1971年に劇団の主宰者である笹原茂朱が四国遍路を行った記録でもこのような巡礼者に関する記述が見られるが，同時に香川県善通寺市の善通寺で出会った老人の巡礼者から聞いた「もうたいがい死んでしもうたし，老人ホームに入れられたりしてわしらの他には誰もいなくなりましたわい」という話を記載している（笹原1976：17）。また1978年の四国遍路の記録にも，「今は社会福祉がととのっているので」この巡礼者たちが見られなくなったという，旅館経営者の語りが紹介されている（山崎1978：152）。

「職業遍路」や「乞食遍路」と呼ばれた巡礼者が，実際に老人ホームなどの福祉施設に入居する過程を捉えることは困難であるが，1963年には「老人福祉法」が施行され，それにともない「特別養護老人ホーム」や「養護老人ホーム」などが創設された。高度経済成長による経済的安定と福祉政策の充実は，少なくとも新規の「職業遍路」への参与を抑制し，また「職業遍路」と呼ばれた巡礼者たちを福祉施設へと導いていったと考えられる。このような巡礼者の存在は社会的不平等を過剰に示すことから，それを内在させたままでの四国遍路の商品化は困難である。したがってその減少は，四国遍路のイメージ転換と商品化に対する1つの要因となったといえる。

III　レジャーとしての四国遍路の登場

(1) バスツアーの登場と四国遍路の商品化

第二次世界大戦前にも公共の交通機関を利用して四国遍路が行われていた（森2001 b）。しかし貸切バスにより四国遍路を行うツアーは，1953年の伊予鉄観光社によるものを嚆矢とする。

伊予鉄観光社による四国遍路のバスツアーは，5万分の1地形図や1934年

版『四国霊蹟写真大観』をもとにして立案され，新聞広告や，高野山にある全国の信者名簿を借用して参加者の募集が展開された（『へんろ』19, 1985: 6)。順拝バスの第1号は1953年，ボンネットバス1台で出発した。1人当たり13,600円であった第1回目は全行程に13泊14日かかったが，公共交通機関を用いる四国遍路と比較すると10日以上短縮し，この後，瀬戸内バスによっても1956年よりバスツアーが開始される。第1表に示したように，伊予鉄順拝バスの使用車両数は年を経るごとに増加しており，1984年の弘法大師入定1150年御遠忌を第1のピークとする(3)。

第1表　伊予鉄順拝バスの台数

年	のべ台数（台）
1953	1
1954	3
1955	5
1962	50
1965	100
1975	600
1985	955

資料：伊予鉄道株式会社での聴取をもとに作成。

バスツアーの登場に続き，昭和30年代以降の自家用車の普及にともない「マイカー遍路」が登場し，個人，家族づれといった，団体による順拝とは違った順拝のパターンを生む（山本1995)。また1990年代にはタクシーによる順拝ツアーも開始された(4)。正確な年は不明であるが，1960年代後半のバスツアーの利用者が全体の7割弱であることが示されているし（前田1971: 66)，時代が下るが，1992年に四国霊場会の公認先達(5)に対して行われた利用交通機関についてのアンケートでは，貸切バスを用いた者が7割以上，タクシー，自家用車を用いた者は両方とも1割強であった。

バスツアーに関する聴取では，当初は住職と檀家や講または近所で誘い合い，団体でバスをチャーターしていたとされる。このような参加の形態は1980年代に徐々に変化し，個人での参加申し込みが増加するようになるときく。また第2表に示したように1970年

第2表　伊予鉄バスのプランの変化

年	内　容
1976	「一国まいり」開始
1978	「日曜遍路」開始
1979	コースの中に観光地も取り入れる
1992	「平日遍路」開始
1999	旅程の一部に徒歩を入れる

資料：伊予鉄道株式会社での聴取をもとに作成。

代後半からツアーの内容が変化したり，新たなツアーが企画されている。1960年代のバスツアーの体験記にはいくつかの観光地を訪れていることが記されているが（松田1963，八木1962），より多くの観光地が徐々にプランに取り入れられていった。さらにツアー中の食事として名物料理が取り入れられたり，宿泊に際しては個室が多く利用されるようになる。つまりバスツアーは1970年代後半からその参加者の参加パターン，またプランの内容が変化し，より観光に特化したものとして商品化されたといえよう。

バスツアーをはじめとする四国遍路の商品化や，自家用車による簡便な各寺院間の移動は，それ以前には存在しなかった巡礼の形態であった。そして四国遍路は1970年代後半から個人化へと向かっていったのである。

(2) ハイキングとしての四国遍路

四国遍路とハイキングの節合は，特に1938年に公式に開始される，健全な娯楽と国民の体位向上をめざす厚生運動において盛んになったと思われる。1939年には増加しつつある四国遍路を行う者に対して，高松市観光課が「四国遍路案内記」の編纂を始めている（香川新報，1939年2月14日付）。

第2次世界大戦後，行政や地方自治体が四国遍路に注目することは1960年代までほとんどなかった。1964年から1967年まで，文化財保護協会により「四国八十八箇所を中心とする文化財特別総合調査」が行われ，四国遍路が文化的な価値を獲得し，また1970年代の文化や歴史の再発見の中で，行政や自治体に流用されていく。

1970年より厚生省（1971年より環境庁）が「長距離自然歩道」，1975年には文化庁が「歴史の道整備活用推進事業」を開始するなど，ハイキングへの関心と文化や歴史へのまなざしが交叉しながら歩道が整備されていった。このような中で，環境庁により「四国自然歩道」（1981～1988），建設省により「四国のみち」（1981～）が，それぞれ遍路道をモデルとしながら整備された（森2001 a）。

ハイキングルートの整備にともない，複数の主体により四国遍路をハイキン

グとして捉える活動が行われるようになる。現在確認できるこの活動の初期のものは，1976年に当時の香川県善通寺市長の主唱で，信仰と健康を兼ねて組織された「八十八ヶ所を歩く会」であり，1980年ごろの会員は1,000名近くであった（鈴木1980）。1974年に創設された高松ハイキング協会[6]も1979年の12月に「札所とへんろ道を訪ねて」というテーマで遍路道を利用したハイキングを行い，四国のみちの整備がなされた後はそれを利用した活動を行っている。また「四国のみち」の整備を行った四国地方建設局の各出先機関も，1984年から「四国のみちハイキング」を行っており，毎年のべ800人程度が参加している。その他1990年から愛媛新聞は「四国のみちを歩く」を主催し（建設省，環境庁などが後援），毎回約80人が参加した（『へんろ』73，1990：5）[7]。

歩道という建造環境の整備により遍路道を歩く者が再び増加したが，ハイキングを目的とする四国遍路は，「職業遍路」などと称され歩き続けることを余儀なくされた旧来の巡礼者とは質的に異なっていた。そこでは「みんなスポーツウェアを着て，家族連れで，車で来て，これは楽しいレクリエーションです」（浅田・森戸ほか1983：47）と語られるように，新たにレクリエーションとしての価値が付されていったのである。

IV　四国遍路の商品化とその受容

(1) マスメディアにおける四国遍路の表象と流通

前章で述べた巡礼の個人化とハイキングなどへのレジャー化は，1970年代以降の日本における観光のあり方と関係している。この時期の観光は自分たちの足元を見つめようとする視線である「ディスカバー・ジャパン」（1970）が起こり，70年代後半には「質」が問われ始め，「いい日旅立ち」キャンペーン（1978）では「情緒あふれる物語性」が求められる（葛野1998）。この新たな観光の形態がメディアを介した日本的なもの，ローカルなものの消費であったなら（Ivy 1995），そこでの四国遍路やその空間の表象が議論の俎上に上が

る。

1964年から1982年まで，日本全国の諸事象を739本のフィルムに記録し映像化したNHKの番組「新日本紀行」において，1972年8月に四国遍路が取りあげられ放送された。「新日本紀行」は，「故郷」から「都市」へ人口が移動する中で，自分と他人の故郷を比較しその差異と同質を認識しさらに都市居住者の一体感を醸し出す役割を担ったとされる（坪井1986）。

「旅には旅する掟がありました」と過去形の語りから始まるこの番組は，御詠歌を歌う老婆，山道を歩く巡礼者，遍路道沿いに並ぶ石仏や地蔵，山中にひっそりと生活する老夫婦など，忘れ去れたもの，懐かしさを感得させるものとして四国遍路を表象すると同時に，死者の供養を行う巡礼者，巡礼者が死者に出会うなどの伝承，亡くなった子供の供養に関する話など，「死」を強調することで四国遍路の独自性を前景化している（NHK編1996）。四国遍路についてのこの放送は，反響が大きかったとされる（坪井1986）。

第3表は第二次世界大戦後の，四国遍路に関する雑誌記事の一覧である。雑誌の種類や数が時代により異なるため一概には判断できないが，表からは1970年頃までほとんど四国遍路に関する記事が見られず，1975年から徐々に記事が増加していること，そして1980年代末からは「エクササイズ」，1990年代には癒しや自分探しと四国遍路が結合していることが看取される。1975年の『週間女性』と1980年の『素敵な女性』に掲載された雑誌記事の内容は

第3表　大宅壮一文庫に収められた第二次世界大戦後の四国遍路に関する雑誌記事

年	タ　イ　ト　ル	掲載雑誌名
1963	お遍路どろん	週刊現代
1971	旅の人間像，遍路以前，山河彷徨の人々	伝統と現代
1975	若い女性が急増中　爽やかな初夏，お遍路さんの旅　四国88カ所	週間女性
1976	今週の話のタネ　四国霊場巡り	平凡パンチ
1979	旅のレコード「四国巡礼の旅」ユピテルレコード	旅行ホリデー
1980	“私”に出会う旅　巡礼の足音を聞く　南四国早春譜 四国八十八カ所巡り	素敵な女性 月刊ペン

1983	グラビア　八十八カ所遊行　第一番札所　霊山寺 八十八カ所遊行20回　第29番札所・国分寺	週間新潮 週刊新潮
1984	八十八カ所遊行（45）第七十番札所・本山寺（以下52回まで連載）	週刊新潮
1986	四国遍路を結願して（6回連載）	正論
1987	再発見の旅　心を洗う，魂をみがく西国三十三カ所巡り・四国八十八カ所巡り	NEXT
1989	しあわせアイランド四国　エクササイズ・ウォーキング四国遍路の旅 随筆　遍路の道にて 地名拾遺　大窪寺　四国遍路の結願寺	旅の手帖 婦人公論 月刊百科
1990	「四国遍路」宿業の旅人たち 世紀末漂流50　四国遍路「いのり」の細道 隔週連載深層ルポ　世紀末漂流　四国遍路「いのり」の細道 「四国遍路」宿業の旅人たち 弘法大師もビックリ!?お遍路さん，子ガモを道案内する犬 四国88か所お遍路でダイエット＆恋愛成就!?	新潮45 毎日グラフ 毎日グラフ 新潮45 FLASH non・no
1991	肌で感じた感動　大病を転機に四国88か所を遍路して得たもの 山田太一「心のシナリオ」対話　四国遍路1360キロと人生の岐路 大病に勝ったスターたち！「1360キロの四国遍路で生きる勇気が」	致知 現代 女性自身
1992	空海　自然とともに生きる心　3泊4日，伊予霊場巡りに同行し，垣間見た男女27名「それぞれの人生」「心の旅」 四国巡礼「ひと模様」 古岩屋温泉　四国88カ所霊場を巡り歩くお遍路さん御用達の湯があった ようこそ「讃岐」こんぴらさんにお遍路さん お休みもらったら四国お遍路の旅をしてみたい！	プレジデント 旅の手帖 オレンジページ 週間プレイボーイ
1993	不景気退散・政界浄化・家内安全・商売繁盛を祈願しつつ四国遍路1週間300キロを歩く 大人の愉楽　四国お遍路八十八カ所　1800キロ巡礼の旅 俺たちゃチャリンコお遍路さん　四国八十八霊場ひと巡り “ツール・ド・空海”同行記” 四国八十八カ所サイクリング巡礼　難行苦行の“心の旅”	週刊朝日 自由時間 週間プレイボーイ アサヒグラフ
1994	対談　自分にヤキ入れたくてお遍路やっちゃたよ 立腹・抱腹　遍路ボケ 書評 Books　早坂暁著「遍路国往還記」朝日新聞社 歳詩季16　春景色編　岩屋寺 あなたを変える！心と体に楽しいセラピー「発見！」お遍路リラクセーション フォト・エッセイ　オランダ　ライデン大学生お遍路に挑む	週間文春 週間文春 アサヒ芸能 サンデー毎日 CREA 週刊新潮

資料：『大宅壮一雑誌記事検索総目録』をもとに「遍路」「四国八十八ヶ所」をキーワードとして検索を行った。

分からないが，タイトルには「若い女性が急増中」や「“私”に出会う旅」とあり，四国遍路が1970年代に現出した新たな観光に包摂され消費されることになったと考えられる。表中にはないが，この様相を示すのが，「日本らしい，美しい風土」や「のどかな田園」を「気まま」に旅するために四国遍路を行った山崎（1978）の紀行文である。1週間をかけて，四国遍路の11の寺院を信仰のためでなく，また白装束のかわりに洋服で地方の人々と交流を行いながら女性が一人で旅するというスタイルは，ディスカバー・ジャパンや女性の個人的な感傷旅行をファッションとして消費する「アンノン族」の影響が認められる（原田1984）。

しかもこの紀行文では，弘法大師信仰という宗教性を全く排し，代わりに寺院，仏像，道端の地蔵などに日本の美を見出すなど，四国遍路を信仰というコンテクストから引き剝がし，新たに対象化している。このように，メディアにおいても四国遍路は商品化され，そのイメージは消費されていったのである。

(2) 商品化・観光化への対抗言説と霊場会の活動

表象や商品化には事象の取捨選択がなされるのであり，「職業遍路」や宗教的な文脈を排する新たな四国遍路のスタイルには，対抗する語りも出現していく。例えば，「住職がプリプリしているので何事かと訪ねたら，今若い二人が納経がすんだら，すぐ車に乗ろうとしたので注意したところで，このごろは「サラヘン」（サラリーマンへんろ）が多くなりろくろくお参りもしない人が多くなった」（川上1975）という語りがみられる。「サラヘン」が意味するものは不明であるが，寺院でなすべき作法を省略する者，もしくは納経を代行しそれを売買する者であると思われる。また香川県の民俗学者の武田明は，「いまの遍路は大半が貸切りバスでやって来て，わいわいと騒ぎながら行ってしまう。遍路墓の哀れさなどは一向に知らないでいる」と，従来とは異なる四国遍路のスタイルがもたらした四国遍路の脱コンテクスト化を嘆いている（武田1982：91）。1970年代後半に興隆していく四国遍路の新たなスタイルは，同時代において信仰の「後退」や「荒廃」として捉えられ，批判されていくので

ある。

巡礼者に対して一般の人が金品を与えることにより，自らも間接的に四国遍路を行った功徳を得ることができるという「接待」と呼ばれる習俗についても，「最近では観光バスやマイカー，タクシーなどの乗り物を利用する遍路が増えたためか，せっかくのお接待があっても，見向きしない人もある。（中略）遍路が“観光化”しつつあるのに比例して，お接待の姿も目に見えて減少し，それも形式化しつつある」（朝日新聞徳島県版，1984年9月6日付）とある。観光化により四国遍路を構成していた習俗が喪失されるという，エントロピックな語りが見られる。

このような四国遍路の観光化に対する批判の一方で，四国遍路の全寺院によって構成される「四国八十八カ所霊場会」（以下，霊場会と略称）は1980年代後半から，四国遍路における「ホスト」としての役割を自覚していく。まず霊場会は1988年に各寺院周辺の遍路道を花で飾る「花の遍路道」運動を行う。これは徳島県阿波郡阿波町による活動を視察した霊場会が「美しい環境で巡拝者を迎える」ことを目標に掲げ，花の苗を購入し，各寺院に5百本ずつ配布したものである（『へんろ』61，1989：2）。同時に霊場会は全国5千か所に相談所を設置する他，各寺院により異なっていた納経の受付時間を統一したり，寺や巡礼者を対象とするガイドも作成している。また1988年に徳島市で開催されたシンポジウムにおいて提言された，老朽化したり不衛生な各寺院のトイレの問題に対しても，「トイレプロジェクト」として取り組み，1993年以降に霊場会の「モデルトイレ」が作られていく。

さらに1988年に本四架橋の開通を記念して岡山県と香川県で開催された「瀬戸大橋記念博覧会」の「四国会場」では，西日本放送により「四国八十八カ所お砂ふみ」が展示されたが，これには当時の四国霊場会会長からの働きかけがあった（財団法人香川県瀬戸大橋架橋記念博覧会協会編 1989）。四国遍路の商品化に対して，四国遍路を構成する寺院からなる霊場会もそれに反応し，1980年代後半から新たな需要に応えたり，自らが関係する四国遍路を商品として客体化していったのである。

V　おわりに

本稿は，1970年代後半より，四国遍路がそれを取りまく主体や制度から影響を受けながら，変容していく過程を論じた。1960年代後半の福祉政策の拡充と高度経済成長は，それまで四国遍路において見られた共同体から疎外された階層の人々を減少させた。この巡礼者たちの存在は四国遍路に対するマイナスのステレオタイプを維持させる要因の1つであったと考えられるが，この巡礼者の減少は観光やハイキングといった，新たなイメージの誕生を支えることになる。マスメディアを通しての四国遍路の新たなイメージは，自家用車の普及やバスツアーの内容の変化において見られる巡礼の個人化や観光化，さらにハイキングルートなどそれを支える建造環境の成立と結びついていた。一方，それまでの四国遍路を構成していた事物は伝統的な習俗としてマスメディアにおいて表象されるが，こうした表象が他の観光の対象との差異を示すという，四国遍路の商品化の役割を担っていた。こうして1970年代後半から起こる四国遍路の商品化や観光化に対しては，それに対抗する語りも産出されることになるが，四国遍路を構成する寺院から成る四国八十八カ所霊場会も，四国遍路の観光化におけるホストを意識した活動を1980年代末から見せていく。

本稿では商品化の過程を追ったため，マスメディアにおける四国遍路の表象については深く議論ができなかった。また他の観光地やスタイルとの差異を示しながら商品化された四国遍路が，1990年代以降においてどのように展開しているのであろうか。これらは今後の課題としたい。

（追記）調査にあたり伊予鉄道株式会社の田中國廣氏，矢野隆氏より多大なご協力を賜りました。記して心より感謝申しあげます。

注

(1)　主に用いたのは全国紙の朝日新聞と地方紙の四国新聞である。

(2)　当時の史資料において多く見られるこのような表現は，現在では差別的表現とみ

られるが，当時の巡礼者たちに対する思想を示すものであるため，別の表現に置き換えては問題を明確化できないと考える。よって，本稿では資料に基づく差別的な表現は「　」内に表記することにする。

(3) この後バスツアーの参加者は緩やかに減少していたが，1998年から2000年春まで放送されたNHKによる番組「四国八十八か所　こころの旅」の影響から再び巡礼者が増加している。この番組の放映によりそれまで四国遍路へ参入が少なかった関東地方からの参加者が増加したと聞く。

(4) 1992年よりタクシーによる順拝ツアーを行っているJRでは，利用者が1998年には約600人と6年前に比べて3倍に増加している（毎日新聞，1999年11月1日付）。

(5) 公認先達とは四国八十八カ所霊場会により認められた者である。巡礼の回数により，先達，権中先達，中先達，権大先達，大先達，特任先達，元老先達となる。

(6) 1998（平成10）年の会員数は450名で，高齢者が多い。月に2回の定例のハイキングである「月曜ハイキング」と「日曜ハイキング」を実施しており，毎回120名から200名ほどの参加者があるという。

(7) 同じ年には，日本歩け歩け協会，朝日新聞などによって「空海のみちウォーク」が開催されている。

参考文献

浅田　孝・森戸　哲ほか（1983）「＜座談会＞“四国”論」，地域開発223, 39–51頁。

飯島　實（1930）『札所と名所　四国遍路』，寶文館，441頁。

NHK編（1996）『新日本紀行第53回　へんろの道――阿波・讃岐――(VHS)』，日本ビクター株式会社，30分。

川上和己（1975）「遍路」，郷土丸亀1, 27–30頁。

葛野浩昭（1998）「観光振興と地域文化の再構成」（長谷政弘編『観光振興論』，税務経理協会）97–109頁。

財団法人香川県瀬戸大橋架橋記念博覧会協会編・発行（1989）『瀬戸大橋架橋記念博覧会協会　四国公式記録』，327頁。

笹原茂朱（1976）『巡礼記　四国から津軽へ』，日本放送出版協会，270頁。

真野俊和（1980）『旅のなかの宗教――巡礼の民俗誌――』，日本放送出版協会，236頁。

鈴木寛風（1980）「香色山の遍路道」，遍路宿67, 46頁。

武田　明（1982）「弥谷寺－死者の魂の帰る寺」（『心のふるさとをもとめて　日本再発見36　巡礼の道』，暁教育図書株式会社）85–91頁。

坪井洋文（1987）「故郷の精神誌」（谷川健一編『日本民俗文化大系12　現代と民俗――伝統の変容と再生――』小学館）267–308頁。

成瀬　厚（1993）「商品としての街，代官山」，人文地理 45-6, 618-633 頁。
ハーヴェイ，デヴィッド（1999）『ポストモダニティの条件』青木書店，478+26 頁。
原田ひとみ（1984）「“アンアン”“ノンノ”の旅情報――マスメディアによるイメージ操作――」，地理 29-12, 50-57 頁。
松田富太郎（1963）『四国八十八カ所霊場巡拝記』，自費出版，30 頁。
道空間研究会編（1994）『現代社会と四国遍路道』，早稲田大学文学部・道空間研究会，100 頁。
道空間研究会編（1997）『四国遍路と遍路道に関する意識調査』，早稲田大学文学部・道空間研究会，170 頁。
宮崎忍勝（1974）『遍路　その心と歴史』，小学館，288 頁。
宮本常一（1975）「旅心をさそうもの」，あるくみるきく 104, 34-38 頁。
森　正人（2001 a）「遍路道にみる宗教的意味の現代性――道をめぐるふたつの主体の活動を中心に――」，人文地理 53-2, 173-189 頁。
森　正人（2001 b）「近代期における四国遍路の順拝手段」（『2001 年度人文地理学会大会　研究発表要旨』）96-97 頁。
八木義徳（1962）『四国遍路の旅――観光地から山寺まで――』，秋元書房，241 頁。
山崎透子（1978）「巡礼――女のひとり旅」（『別冊ジュノン JUNON　すばらしい旅の本』，主婦と生活社）147-162 頁。
山本和加子（1995）『四国遍路の民衆史』，新人物往来社，250 頁。
渡部　武（1975）「遍路旅歩」，あるくみるきく 104, 3-27 頁。
Ivy, M. (1995), *Discourses of the Vanishing: Modernity phantasm Japan,* University of Chicago Press, p. 270.

――大学院文学研究科博士課程後期課程――