

コンセプト下水道【第29回】

キリスト教に学ぶイノベーション

～カトリックが普及した5つの理由～



最も普及したイノベーションはキリスト教！？

イノベーションは起こすだけでなく普及して初めて成功したと言えます。これは、エベレット・ロジャースのイノベーション普及理論や、ピストロ下水道の事例などをもとに、これまで本連載でも何度か言及してきました。では、実際に世界で最も普及したイノベーションはなんのでしょうか。私はふと、それがキリスト教ではないかと思いました。キリスト教徒は世界の全人口の30%を占めていると言われていています。これは宗教別にみると最も多く、第2位がイスラム教の20%、第3位がヒンドゥー教の10%です(ちなみに仏教は5%程度)。また、キリスト教にはカトリック、プロテスタント、ギリシャ正教会など様々な宗派がありますが、キリスト教徒の半数を占める最大宗派がローマ教皇を最高指導者とするカトリックです。

宗教というイノベーションは、改宗も含め、それまで各地で信じられていた信仰や日々の生活の礎を大きく方向転換することを意味します。確かにインターネットやスマートフォンといったイノベーションも画期的ですが、利便性を追求する技術革新の延長線上だと言えなくもない。信じるものを新たにつくる、または変える、そして普及されるという宗教のスケールにはおよばない気がします。

なぜキリスト教(特にカトリック)は世界的な普及が可能だったのか。関心を持ちいろいろと調べてみました。今回は、その中で発見した、現代のイノベーションにもつながる方法論について書いてみたいと思います。もちろん私は宗教家でも神学者でも歴史学者でも

ありませんし、歴史には諸説あります。学問としての正確さに関しては甚だ自信がないことをあらかじめご承知おきください。

Win-Winの関係を構築してきた歴史

キリスト教(カトリック)がなぜ世界へ拡大していったか。様々な論考がありますが、私なりの解釈で大きく5つの点に整理してみました。

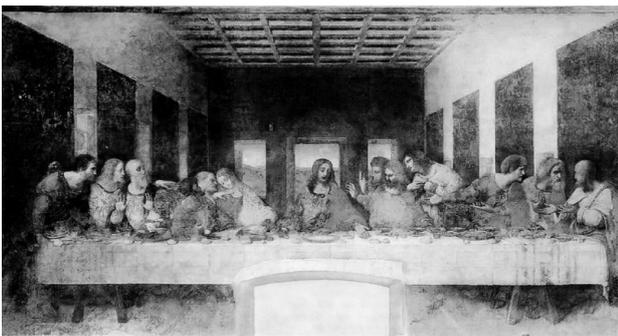
1つ目は「Win-Winの関係構築」です。キリスト教の普及は、十字架に架けられたイエス・キリストが数日後に復活し、弟子たちに布教の必要性を伝えたところからスタートします。弟子たちは迫害を受けながらも少しずつ布教活動を進め、ローマに教会を建てました。これがカトリックの総本山であるローマ・カトリック教会で、ここを中心にカトリックが広がっていきます。当時、ヨーロッパを支配していたのはローマ帝国です。当初はカトリック教徒を迫害していましたが、313年、時の皇帝であるコンスタンティヌス帝が「ミラノの勅令」によりカトリック教徒に信教の自由を与えたことで、カトリックは飛躍的に普及しました。この皇帝、最後はカトリックに帰依することになるのですが、実は戦略的にカトリックを公認したとも言われています。ローマ帝国が掲げる「唯一の神、唯一の皇帝、唯一の帝国」という構想に、イエスの「世界の民は一つに結ばれる」という教えが一致したため、戦いをしないで効率的に帝国を拡大するためカトリックを「使った」というのです。

さて、時代は遡って16世紀の宗教改革でキリスト教はカトリックとプロテスタントに分かれます。プロテスタントの登場によりカトリックの信者が減ってきたことに危機感を感じたローマ教皇はポルトガルとスペインにカトリックの布教を条件に発見した土地の所有を認めました。ポルトガルやスペインの国王としては領土を広げたい。一方、カトリック教会は海外に布教して信者を増やしたい。こうした利害が一致したことで、多くの宣教師たちが世界各地へと旅立ち、ヨーロッパ以外の地域にもカトリックが広まるきっかけになり

ました。

同じ頃、カトリック教会の内部にも宗教改革に対抗する組織改革が起こりました。そこで結成されたのがイエズス会で、同会の宣教師として日本にはフランシスコ・ザビエルらが訪れました。日本でも、宣教師にとっては戦国大名に取り入ることで信者を増やし、大名にとっては南蛮貿易で利益を得るという相互利益の関係が働いていました。

このようにカトリックは時代や地域に応じてWin-Winの関係を構築することで普及してきた歴史がありました。また、それが求められた背景として、特に宗教改革以降に関しては、プロテスタントというライバルへの対抗意識があったことも指摘しておきたいと思います。



『最後の晩餐』（レオナルド・ダ・ヴィンチ作）

グローバルとローカルの視点

私が考えるカトリックが普及した2つ目の理由が「信者の一体感・つながり感の醸成」です。カトリックの語源はギリシャ語のカトリコスで、「普遍的」という意味があるそうです。カトリックには民族を超えて世界中のあらゆる場所でその真理が教えられるべきであるという世界的な一体感を持っています。分かりやすい例はイエスの生誕を祝うクリスマスというイベントです。実はイエスの誕生日は不明で（3～4月とも言われているらしいです）、12月25日はもともと土着の冬至のお祭りだったらしいのですが、それをイエスの誕生日としてイベント化したようです。このほか、様々な言葉に翻訳されている聖書や、教会で行われるミサ（典礼儀式）なども信者の一体感やつながり感の醸成に

一役買っています。

3つ目は「既存の文化へのリスペクト」です。カトリックの特徴として、布教先の土地に残る異教信仰や祭儀、文化と共存する道を戦略的にとったことが挙げられます。例えばコプト教と呼ばれる初期教会では、古代ギリシャやローマの時代のシンボルを使って古代文明の遺産を継承しながら布教活動を進めていったそうです。また、日本で広まったカトリックも日本流にアレンジしていると言われています。こうした既存文化へのリスペクトによる連続性の確保も、カトリックが世界中に広がった要因の1つと考えます。下水道の世界でも某外資系企業の幹部が地域のお祭りなどに積極的に参加している姿を見たことがあります。何か重なるものがあるような気がしています。

実はこの2つ目の「信者の一体感・つながり感の醸成」と3つ目の「既存の文化へのリスペクト」は表裏一体だと思っています。前者は世界的なつながりを志向するという意味でグローバルな視点を持っています。一方、後者は地域性を尊重するという意味でローカルな視点になります。グローバルとローカルのいずれの視点も持っていることがカトリックの大きな特徴であり、強みだと考えます。これは、日本の下水道技術や政策を全国、そして海外に普及する際に大いに参考になる方法論だと思います。

五感への訴えと伝道師の存在

4つ目は「五感や右脳に訴えるわかりやすさ」です。最たる例は聖書です。その物語性は叙事詩としても高い水準にあり、普及に大きな役割を買ったと考えられます。また、宗教画をはじめ、キリスト像やマリア像（マリア様はカトリック特有の信仰です）、賛美歌などの五感に働きかけることも、カトリックを身近に感じさせる手段として効果的です。さらに教会ではステンドグラスから光を取り入れて視覚的にも神の存在を意識できるようにしています。こうした五感や右脳への訴えるアプローチも、カトリックの普及方法の1つと言えそうです。

ところで先日、たまたま奈良県の吉野で仏教の住職さんとお話しする機会がありました(初めての滝行で長年の(?)邪悪を流してきました)。お寺の仏様の周囲に並べる金色に光り輝く美しい装飾品(視覚)や、木魚の音(聴覚)、線香の香り(嗅覚)は、極楽浄土を五感で意識してもらうとともに、お経を唱える一体感をつくるねらいがあると話されていました。カトリックと近い方法論だと思いました。

さて、最後の5つ目が「伝道師の育成と教育」です。伝道師と言えば日本にも訪れたイエズス会のフランシスコ・ザビエルがまず思い浮かびますが、彼らは現地言葉の覚えたり翻訳をしたりと一様に熱心で、その熱意が多くの人たちの心を動かし信者の獲得につながりました。また、ザビエルも所属したイエズス会は、若者や女子への教育に力を入れていたことで長期的な持続性の確保に努めたことも知られています。こうした熱いハートで意識が高く、普及のノウハウを有する伝道師の存在と、それを育成・教育するシステムが普及の大きな基盤になっていたことは想像に難くないと思います。



『受胎告知』(レオナルド・ダ・ヴィンチ作)

下水道が学ぶべきこと

ここまでカトリックの歴史を振り返るとともに、普及した理由を私なりに考えてみました。最後に、本シリーズは下水道を対象としているので下水道事業との関連において学ぶべきことを思いつがまま、少しでも並べてみたいと思います。

まずWin-Winの関係構築は比較的わかりやすいと思います。今後は、業界の中や外、官と民、そして地域においても関係者がネットワークを形成することが重要ですが、その際にはWin-Winの関係を意識していく必要があります。ビストロ下水道では農家も自治体も低コストになることが普及の一因になっていますし、PPPであれば自治体、企業(地元を含め)、市民にとって三方良しのWin-Winの仕組みをつくる必要があります。

一体感・つながり感や既存文化のリスペクトに関しては、自治体の枠を超えて広域的なつながりをコーディネートしながらも、地域ごとの水文化や産業振興を尊重することの大切さを認識できます。汚水普及率という統一的な目標が達成しつつある中、課題は多様化していますが、日本の下水道界全体の一体感やつながり感をどのように醸成すれば良いのでしょうか(形式的な会合は多数ありますが……)。共感できる目標が第一に重要ですが、テクノロジーとしては左脳的なDXの活用には期待したいところです。

右脳的な五感の話で言えば、産官学や市民が五感で共感し合える場をつくる必要を感じます。ビストロ下水道の収穫の喜び、川や海の色や街の中で感じる臭いなど、新たな課題は五感から発見できそうです。伝道師についても、下水道の世界でも不可欠な存在のようですが、果たして誰(どの組織)がそれを担っていくべきなのでしょうか。次から次へと政策が打ち出されますが、同時に優れた伝道師を育てていく必要があると考えます。

今回はキリスト教をイノベーションの普及という視点から考えてみました。ついつい世の中にあふれるハウ・ツー本を読み漁りたくなりますが、身の回りであることに問題意識を持ち、調べて考えてみる、自分の業務にも応用する、という態度も必要ではないかと感じています。十字架に架けられ、没後2000年経っても世界の人々の行動や考え方、心に大きな影響を与え続けているイエス・キリスト。皆さんは、この力をどのように捉えるでしょうか。