

観光対象化された教会における教会活動の変遷

- 函館市の4教会を事例に -

The Changes of Christian Church Activities in Hakodate City, regarding Churches as Tourism Object

實淨和沙
MIKI Kazusa

1. 序章

(1) 背景

現代のキリスト教教会（以下、教会）は信者のみならず観光客が訪れる場所としてもみなされている。観光対象化^{注1}による外部者^{注2}の訪問は、一方では宗教研解の促進や貴重な建造物の保護に貢献し、他方では信仰の場の「商品化」への信者の抵抗感や物理的被害（盗難やごみ問題など）を起こす^{注3}など、功罪両面をもたらす。教会は、「信仰の場」としての価値（宗教的価値）と「生きている遺産」としての価値（文化遺産的価値）を有しており、双方に対する観光対象化の影響を総合的にとらえ、教会の本来有している価値を保ちつつ外部と接していくためのマネジメントを展開することが求められる。そのためには、教会を本来の信仰共同体として機能させ、かつ、「生きている遺産」として成り立たせている「教会活動」（教会組織によって行われる活動）が、観光対象化とどのような関係にあるかを整理する必要があると考えられる。

(2) 目的

本研究では、観光対象化の過程を把握した上で、教会活動の変遷と現状を観光対象化との関係から明らかにし、教会における宗教的・文化遺産的価値を維持しながら観光と関わる方法を考察することを目的とする。

(3) 対象



図1. 対象教会の位置関係(数字は表1の番号に対応).

表1. 研究対象

教会名	所属教派	観光対象化開始年	観光情報誌掲載回数 ^{*1}	各種文化財指定
①函館ハリストス正教会	正教会	1967	52	国指定重要文化財(1983)
②日本基督教団函館教会 ^{*2}	メソジスト派 (日本基督教団)	1994	12	-
③函館聖ヨハネ教会	聖公会	1967	41	-
④函館カトリック元町教会	ローマ・カトリック	1967	47	伝統的建造物(1988)

*1 対象とした観光情報誌は全52冊。

*2 本研究の通常文中では「函館教会」と記す。

観光対象となっている点と、半径150m圏内の近い距離に位置し(図1)、教派ごとの違いを迫る可能性を有する点から、北海道函館市内に位置する、教派の異なる4つの教会を対象とした(表1)。

(4) 論文の構成と研究方法

第1章では序論として本研究の概要を示した。第2章では観光情報誌および観光計画から観光の文脈における教会の扱われ方の変遷を把握し、時期区分を行った。第3章で対象教会の特徴を明らかにした上で、第4章では教会における教会活動の変遷を分析した。第4章の教会活動の分析は以下のようにして行った。まず、教会活動を主な対象者と目的を基準に9類型に分類した(表2)。そのうち観光対象化との関連性が強いと思われる5類型(表2中「活動タイプ」③⑤⑦⑧⑨)の教会ごとの変遷を、各類型の具体的な活動の数(活動種数)から把握した。活動種数の情報は、第2章で区分したそれぞれの時期において入手できた単年度のデータから得た。単年度のデータが得られない時期については、沿革誌などから各時期に実施・開始された具体的な活動を抽出することで活動傾向の変遷を把握した。第5章ではまとめとして、第2章と第3・4章とを照合することで教会活動と観光対象化との関係を考察し、教会と観光との適切なかかわり方について検討した。

表 2. 教会活動の分類(網掛け:本研究の対象活動タイプ)

主な対象者	主目的	活動タイプ	具体の活動例
信者	教義の実践 信仰心の向上	①教会暦に沿った礼拝	・日曜礼拝
		②教会独自の礼拝	・七五三礼拝
		③教への理解・実践のための活動	・勉強会
		④外部への寄付・援助	・物資援助
	共同体の発展	⑤信者同士の親睦を深める活動	・祝会
	細寺管理	⑥教会の管理・運営上必要な活動	・総会
外部者	教会と外部者との交流	⑦外部者への伝道活動	・伝道集会
		⑧教会と外部者との交流活動	・バザー
	外部者の対応	⑨外部者への対応活動	・聖堂公開

2. 観光対象化の変遷と現状

(1) 函館観光の概況

函館市の観光入込客数は1989年度に400万人、1991年度には500万人を突破している。2014年度の入込客数は北海道内の都市で4番目の484万人であり²⁸⁴、現在も多くの観光客が訪れている。また、民間調査では、市町村の魅力度ランキングにおいて2014年・2015年と2年連続1位、観光意欲度ランキングでも2015年に1位を獲得した²⁸⁵。以上をふまえると、同市は全国的に高い評価を得ている観光都市の1つといえる。

(2) 観光対象としてのキリスト教教会

対象教会は北海道函館市の西部地区にあたる元町に位置し、明治から昭和にかけての和風、洋風、和洋折衷様式の歴史的建造物とともに、国際港湾都市として発展した街の歴史を映す独特の景観を形成している。近年では、教会はまち歩きコース内の目玉であり、「異国情緒の雰囲気になれるスポット」として紹介されている。函館市によるアンケート調査によると「元町周辺」や「歴史的建造物」は函館観光の目的として高い人気を誇っている²⁸⁶ことから、それらの代表として位置付けられている教会は、函館観光を象徴する観光対象であることがうかがえる。

(3) 観光対象化による時期区分

観光の文脈における教会外部からの教会の扱われ方を5つの時期に区分した。

(i) 観光情報誌登場以前期(戦後～1966)

函館自体は観光情報誌に載っているものの、教会は掲載されていない時期である。一方で、「まち歩き」の提唱、近代都市景観や夜景に代表される「美しい景観」のアピール、「異国情緒」のイメージをもつトラピスチヌ修道院の観光対象化が見られ、後の教会観光と親和

性の高い文脈が既に存在していた。

(ii) イメージ付与期(1967～1981)

函館ハリストス正教会、函館聖ヨハネ教会、函館カトリック元町教会が観光情報誌に掲載され、教会の観光対象化が始まった時期である。函館が新たに「異国情緒」というイメージでアピールされるようになったと同時に上記3教会が取り上げられるようになった²⁸⁷。この時期には、教会は函館観光の新イメージである「異国情緒」をアピールする存在として認識され、そのイメージを付与する役割が課せられていたといえる。

(iii) 観光対象確立期(1982～1998)

函館市が「函館市第一次観光基本計画」を策定し(1982)、観光拠点として重視した西部地区の観光整備を始めた時期である。地区内の歴史的建造物の文化財指定が進められるとともに、「ロマンと異国情緒を強くアピールするエキジチックタウンの形成に努める」²⁸⁸として道路の石畳化や街路樹・街路灯設置などの景観整備が行われる。この流れの中で、函館ハリストス正教会が重要文化財に指定され(1983)、同教会および函館カトリック元町教会が伝統的建造物群保存地区(翌年に重要伝統的建造物群保存地区に選定)内の伝統的建造物に指定される(1988)。また、1989年に「函館市西部地区歴史的景観条例」が制定され、函館教会は景観形成指定建築物に指定される。このように、イメージ付与期に作られた「異国情緒」というイメージに沿うような景観整備や建造物の保護施策によって、教会が名実ともに「異国情緒」あふれる函館を代表する観光対象となっていた。また、1998年には函館教会の掲載が見られたことで、観光情報誌上でも4教会全てが観光対象として認識されることとなった。

(iv) 外観重視期(1998～2003)

教会の外観が観光の魅力として強調された時期である。観光情報誌では、教会が異国情緒あふれる景観を構成する目玉として紹介され、まち歩きの中で教会を観光するスタイルが定番化されはじめる。また、函館市も、数々の映像作品の舞台とされてきた街の歴史による「絵になる街・函館」のイメージを観光に一層活用していくための施策として「はこだてフィルムコミッション」を設立した(2003)。これにより「絵になる風景」の構成要素としての教会が外部者にますます印象付けられることとなったと考えられる。

(v) 内部公開発展期(2004～現在)

観光情報誌でも観光計画でも「景観」の文脈で教会がとらえられており、前期に見られた外観を重視する傾向が当時期も継続してみられる。その一方で、市の

公式観光情報サイトが教会空間内での行事・イベントを紹介したり、観光情報誌が内観の説明や写真、教役者の写真の掲載を始めたりするなど、内的要素にも関心が向けられていく。教会の外観を魅力として認識する一方で、教会内部の観光対象化も進んだ時期である。

(4)小括

以上の5つの時期の変遷を総括すると、教会の観光対象化は「異国情緒」のイメージと共に始まり、そのイメージが継続しているということ、また、外部者のニーズは外観のみへの関心から外観と内部への関心へと移ってきているということが明らかとなった。市が教会空間内の行事・イベント紹介の必要性を感じ⁹⁹、また、特定の宗教に取り立てて関わらない人間が宗教的な場や体験にいやしや安らぎを求める「スピリチュアル・ツーリズム」への期待が、涙を流して拝観する外部者や堂内の感想ノートなどの様子からうかがえることから、「外部者の内部への関心」は、視覚的要素にとどまらず、宗教的・精神的な知識や作用といった広い意味に及んでいると推察される。

3. 各教会の様相

本研究の論旨である教会外部との関係に対する認識や活動に関係すると思われる教派の特徴（教派における社会性¹⁰⁰、教会空間の位置づけ）、信者数、現在の主な活動内容について把握した。

(1)教派における社会性

キリスト教では、宣教や奉仕が教会および信者の使命の1つとして位置付けられている一方、その具体的な実践内容は各教派の姿勢・考え方の違いによって異なる。したがって、各教会の教会活動上の外部者への開き方は、所属教派の社会に対する認識・活動姿勢に基づくと考えられる。信者向けの手引書や教派の関係資料を分析すると、函館ハリストス正教会は、信者個人の自己研鑽に大きな宗教的意義を見出すという内向

表3. 各教会の様相

教会名	教派	社会性	教会空間の位置づけ
函館ハリストス正教会	正教会	低	儀礼の場として 神聖視
日本基督教団 函館教会	メソジスト派 日本基督教団	高	あらゆる人間に開かれた 公的な集会所
函館聖ヨハネ教会	聖公会	高	他者との交わりの場
函館カトリック 元町教会	ローマ・ カトリック	高	儀礼の場として神聖視

的な性格を有しており、社会性は低いといえる。一方で、他の3教会では外部者と接触することも信仰生活上で重要な位置に置いており、社会性が高いといえる。

(2)教会空間の位置づけ

礼拝への考え方の違いに由来して、礼拝活動の行われる聖堂（教会堂¹⁰¹）を中心とした教会空間は、その構造・意味などが教派ごとに異なる。この位置づけの違いは外部者に対する教会空間の開き方にも違いを生み出すと考えられる。函館ハリストス正教会および函館カトリック元町教会は、信仰の上で最重要視する儀礼が行われる場として教会空間を神聖視する考えが強いことがわかった。他方、函館教会、函館聖ヨハネ教会では、教会空間を外部者とも共有する場として認識していることが明らかになった。

(3)信者数

函館教会、函館カトリック元町教会では、イメージ付与期以降、信者数の減少が見られた。

(4)現在の活動内容

外部者に向けた聖堂公開（オープンチャーチ）を行っているという点は4教会で共通している。ただし、函館カトリック元町教会では、外部者と信者とが交流する活動はほとんど行われていなかった。他の3教会では、信者との接触を伴う外部者への対応を行っている。しかし、函館教会と函館聖ヨハネ教会は信者対象活動（「活動タイプ③（教えの理解・実践のための活動）⑤（信者同士の親睦を深める活動）」）においても外部者を受け入れているのに対して、函館ハリストス正教会では、信者対象活動では外部者の参加を勧誘する活動を行っていなかった。このように、活動内容には教会ごとの違いがみられた。

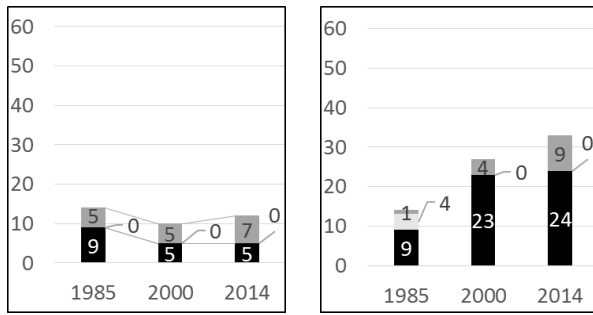
4. 各教会における教会活動の変遷

各教会の教会活動の変遷を量的（活動種数）・質的（外部者との関係）から分析すると以下が明らかとなった。

(1)教会活動の外向化

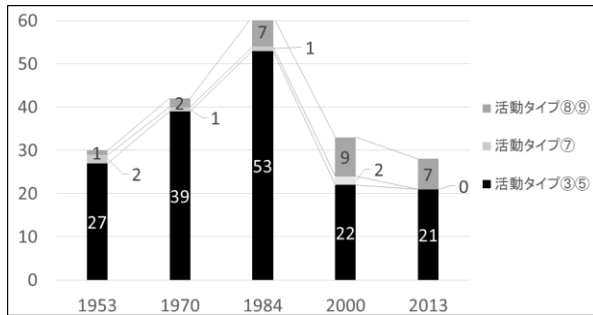
量的変遷が追えた函館ハリストス正教会、函館教会、函館聖ヨハネ教会における信者対象活動種数（図2内「活動タイプ③（教えの理解・実践のための活動）⑤（信者同士の親睦を深める活動）」）は、函館聖ヨハネ教会では増加した一方で、函館ハリストス正教会および函館教会では減少していた。函館カトリック元町教会においても、以前に活発な活動を行っていた教会組織内の団体が現在休止・解散していることから、信者対象活動が低調傾向にあることがうかがえた。

一方で、函館ハリストス正教会、函館教会、函館聖



函館ハリストス正教会

函館聖ヨハネ教会



日本基督教団函館教会

図2 教会活動の量的変遷

ヨハネ教会における外部者対象活動（図2内「活動タイプ⑧（教会と外部者との交流活動）、⑨（外部者への対応活動）」の種数の変遷をみると、3教会とも、観光対象確立期以降、両活動の合計が教会活動全体種数に占める割合が増える傾向にあった。また、表4は両活

動タイプに含まれ、開始されてから後の時期まで継続して行われている活動の開始時期を示している。同表によると、とくに観光対象確立期以降に継続的な活動が新しく増えていることが分かる。また、函館カトリック元町教会においても、観光対象確立期から開始された「外部者への対応活動」の活動種数が後の時期で増加していることが確認できた。このことは、同教会においても外部者対象活動が拡充していること意味しているといえる。すなわち、対象教会では、観光対象確立期以降、外部者に対する教会の間口がより広がったという点が共通している。

(2) 信者対象活動における外部者との接触

対象教会の間には、情報発信を行い外部者の参加を勧めている活動（外部者参加勧誘活動）に関する違いがみられた。函館教会、函館聖ヨハネ教会では、同活動が観光対象化以前より継続して行われている。一方、函館ハリストス正教会では、観光対象確立期以降、同活動が減少していた。また、函館カトリック元町教会では、市内教会合同で行うキリスト教信者向けの活動のみが確認できた。すなわち、函館教会、函館聖ヨハネ教会では信者と外部者とが接触する機会が設けられている一方で、函館ハリストス正教会と函館カトリック元町教会では信者と外部者との分離がみられる、あるいは進行していると考えられる。

表4 「教会と外部者との交流活動」および「外部者への対応活動」における継続的な活動の開始時期

時期区分	活動タイプ	観光情報誌登場前期 (終戦～1966)	イメージ付与期 (1967～1981)	観光対象確立期 (1982～1998)	外観重視期 (1998～2003)	内部公開発展期 (2004～現在)
函館ハリストス正教会	⑧教会と外部者との交流活動			諸活動 開始	バザー 開始	
	⑨外部者への対応活動			通年聖堂公開 開始		
日本基督教団函館教会	⑧教会と外部者との交流活動	バザー 開始				
	⑨外部者への対応活動				オープンチャーチ 開始	
函館聖ヨハネ教会	⑧教会と外部者との交流活動			バザー 開始		
	⑨外部者への対応活動					諸活動 開始
函館カトリック元町教会	⑧教会と外部者との交流活動				でんけんコンサート 開始	
	⑨外部者への対応活動			聖堂公開 開始		

5. 考察

(1) 教会活動と観光対象化との関係

第3章および第4章の結果をふまえ、教会活動と観光対象化との関係を考察した。

第3章で見た各教会の様相をもとに、対象教会における教会の意味付けを大別すると、儀礼および教会空間を重要視する傾向の強い函館ハリストス正教会、函館カトリック元町教会（儀礼・空間重視タイプ）と、教えの実践において教会外部への開放に高い必要性を見出す、あるいは儀礼・教会空間の宗教的重要性が比較的低い函館教会、函館聖ヨハネ教会（開放性重視タイプ）に分かれる。外部者の関心が、教会の外観などの外的要素から（視覚的要素、宗教的知識、精神的作用を含めた）内的要素にまで及ぶようになったことをふまえると、信者対象活動と外部者対象活動の双方において信者と外部者との交流機会が見られる「開放性重視タイプ」の教会は、教会本来のあり方を保持したまま外部者の観光需要へ応えうると考えられる。このように、信者と外部者の双方に得るものが多いことを考えると、「開放性重視タイプ」の教会は観光との親和性が高いと考えられる。

教会活動の外向化は、行政（函館市）が教会に観光対象として働きかけを始めた観光対象確立期から始まっていた。したがって、観光対象化の一連の流れの中でも特に行政による働きかけが教会活動の外向化を促す契機であったといえる。行政の働きかけによる影響には2つのパターンが見られた。「儀礼・空間重視タイプ」の2教会は、行政の文化財指定による公開要請が聖堂公開などの「外部者への対応活動」を開始する契機となっていた^{註2註13}。これらは行政の直接的な働きかけによって外向化が始められたといえる。一方で、「開放性重視タイプ」の2教会は、「儀礼・空間重視タイプ」と比べると、観光情報誌掲載回数が少なく、また文化財指定も受けていないことから、外部による観光対象としての認識は薄かったと考えられるが、観光対象確立期には「教会と外部者との交流活動」の開始・増加がみられた。これは、行政によって、同じ立地エリアである「元町」の、またそこにおける同種施設である「教会」の観光対象化が進められたことが、「開放性重視タイプ」における、教会を外部者に対しても開放する場としてみなすという意味付けと結び付き、「教会と外部者との交流活動」という形で自発的に教会を開放することとなったと考えられ、間接的に行政の働きかけの影響を受けたといえる。

あわせて、「儀礼・空間重視タイプ」に分類され教会

空間を儀礼の場として神聖視する函館ハリストス正教会、函館カトリック元町教会では、信者対象活動において外部者と信者の活動上の分離がみられた。「開放性重視タイプ」に分類され、教会を外部者に対しても開放する場としてみなす函館教会、函館聖ヨハネ教会では、信者対象活動において外部者参加勧誘活動が多くみられた。

また、信者対象活動の減少・低調がみられた函館教会および函館カトリック元町教会では、著しい信者数の減少がみられた。

以上、教会活動と観光対象化との関係をまとめると、観光対象化は教会活動の外向化をうながすと考えられるが、その開始には外部者に対して開放的な性格を有するという内的要因と、直接的・間接的な行政の働きかけという外的要因が影響していた。その後、教派の特徴および信者状況という内的要因によって、教会ごとに各々異なる展開を示すことが明らかとなった。

(2) キリスト教教会と観光との関わり方について

教会は様々な教会活動を営む場として信者の生き方に深く関わる。これは教会が【宗教空間としてのアイデンティティ】を有していることを意味する。一方で、教会活動の変遷を見ると、教会は対象教会ごとに異なる意味付けがなされており、その意味付けが外部者への教会空間・教会活動の開き方に違いを生み出すという、【教会ごとのアイデンティティ】を有していた。すなわち、教会は、【宗教空間としてのアイデンティティ】の上に【教会ごとのアイデンティティ】が乗っているという二層構造によって「信仰の場」としての意味を成立させていることが明らかとなった。したがって、その観光対象化においては、この二層のアイデンティティを考慮した教会マネジメントが求められる。

しかし、対象教会においては、観光の文脈における露出が高く、外部からの観光的関心が高い教会は「儀礼・空間重視タイプ」の教会（函館ハリストス正教会、函館カトリック元町教会）であり、観光との親和性が高い「開放性重視タイプ」の教会（函館教会、函館聖ヨハネ教会）と一致していなかった。

この理由として、文化財指定を受けていることが該当教会の注目度・認知度を向上させ、また、聖堂内部の装飾が多いという特徴が外部者の目を引きやすくしていることが考えられる。他方で、観光との親和性が高いと思われる「開放性重視タイプ」の教会においても、外部者によるマナー問題が見られた。以上のことは、教会の【宗教空間としてのアイデンティティ】も【教会ごとのアイデンティティ】も外部者に正しく認

識されていないこと示唆している。

対象教会にみられる現状は、観光の文脈において教会がもつ二層のアイデンティティが看過され、異国情緒を演出する教会の景観要素が優先されていることによる。どの教会においても共通して基盤となる【宗教空間としてのアイデンティティ】が軽視された結果、両タイプの教会におけるマナー問題につながったと考えられる。この現象には日本においてキリスト教信者が少数派であり、キリスト教や教会に対する周知が不十分であるという点が関係していると推察される。加えて【教会ごとのアイデンティティ】が軽視された結果、「儀礼・空間重視タイプ」の教会では、教会活動の外向化によって教会を神聖視する信者の精神的負担が増加すると同時に、信者と外部者の分離によって外部者の内的要素への関心に対応しきれず、「開放性重視タイプ」の教会では、外部者との交流を必要とする教えを充分に実践できないという齟齬が発生したと考えられる。

(3) 今後の展望

今後の教会における観光では、二層の教会のアイデンティティに沿って教会活動が展開され、かつ外部者がそれらを理解した上で教会空間を経験する状態が目指される。教会の外観だけでなく内的要素にまで関心が及びはじめている現在の内部公開発展期の傾向は、見せ方によっては、教会の有する二層のアイデンティティが尊重される状態を促す契機になることが期待される。そのためには、教会の観光対象化を取り巻き、外部者による教会のアイデンティティの理解に貢献しうる主体（信者、行政、マス・メディア）が、同アイデンティティをふまえた開き方に向けて行動することが求められる。

観光対象化に対して教会の性質が変わるのか否か、信者の負担がどの程度かかるのかは、教会が所属する教派の特徴や教会の状況と観光との親和性に依る。また、マナー問題などを前にして、一般信者の心情は必ずしも教派の教えと一致するとは限らない。教会の管理者である教役者は、教派の教えと信者の心理・物理的状況の両方をふまえ、信者の負担にならない範囲で、外部者によるアイデンティティの理解を促す教会活動を展開することが望ましいと考えられる。行政は【教会ごとのアイデンティティ】を理解し、建造物などがもつ有形的価値と、教会それぞれの信仰のあり方を反映した教会活動によって表される無形的価値の両方への影響を踏まえた上で文化財指定などの働きかけを行

うことが期待される。マス・メディアはマナー啓発などを通して、【宗教空間としてのアイデンティティ】を強調し、キリスト教に馴染みのない日本人をはじめとした外部者に対しても、「信仰の場」としての教会空間にふさわしい立ち振る舞いを促すことが期待される。

脚注

- 注1) 観光情報誌あるいは行政の観光計画への記載をもってそのものの観光対象化が始まったと判断する。
- 注2) 本研究では教会組織外の信者・住民・観光客と定義する。
- 注3) 松井圭介: 観光戦略としての宗教・長崎の教会群と場所の商品化、筑波大学出版会、pp.160-161、2013。
- 注4) 北海道経済部観光局観光戦略グループ (2015) 「北海道観光入込客数調査報告書 [平成 26 年度]」、
<http://www.pref.hokkaido.lg.jp/kz/kkd/toukei/H26_irikomi_honbun.pdf>。
- 注5) 株式会社ブランド総合研究所: 第 10 回「地域ブランド調査 2015 調査結果、2015、
<<http://iiki.jp/news/wp-content/uploads/2015/09/newsrelease20151.pdf>>。
- 注6) 函館市観光部観光振興課: 函館市観光基本計画 2014-2013、p.34、2014。
- 注7) 小長谷悠紀: 新旧旅行観光情報誌に見る函館エリアの観光対象、立教観光学研究紀要 4、pp.37-42、立教大学大学院観光学研究科、pp.39-40、2002。
- 注8) 函館市: 函館市観光基本計画、p.49、1982。
- 注9) 永井 恵一、十代田 朗: キリスト教会と観光-函館を事例に、日本観光研究学会全国大会学術論文集 24、pp.169-172、日本観光研究学会、p.170、2009。
- 注10) 本研究では「教会外部の人間に積極的・能動的に働きかけを行う性質」とする。
- 注11) プロテスタント諸派では「聖堂」に該当する礼拝施設を「教会堂」と称する。本研究においても、函館教会の礼拝施設は「教会堂」と記述する。
- 注12) 函館ハリストス正教会史編集委員会: 函館ハリストス正教会史、函館ハリストス正教会、p.214、2011。
- 注13) 函館カトリック元町教会 150 年記念誌編集委員会: 栄光 150 年、函館カトリック元町教会、p.163、2009。

参考文献

- 1) JTB 編: るるる情報版 函館、JTB、1995-2015 年度版。
- 2) 朝倉俊一: 函館の観光地イメージの構造について～そのブランド力の源泉～、日本観光研究学会全国大会学術論文集 27、pp.117-120、日本観光研究学会、2012。
- 3) 小長谷悠紀: 新旧旅行観光情報誌に見る函館エリアの観光対象、立教観光学研究紀要 4、pp.37-42、立教大学大学院観光学研究科、2002。
- 4) 日本基督教団函館教会: 日本基督教団函館教会 信徒総会資料、日本基督教団函館教会、1953・1970・1984・2000・2013 年度版。
- 5) 函館カトリック元町教会 150 年記念誌編集委員会: 栄光 150 年、函館カトリック元町教会、2009。
- 6) 函館聖ヨハネ教会: 函館聖ヨハネ教会 信徒総会資料、函館聖ヨハネ教会、1985・2000・2014 年度版。
- 7) 函館ハリストス正教会: 函館ハリストス正教会 教会報 第 33～39 号、函館ハリストス正教会、2014～2015。
- 8) 函館ハリストス正教会史編集委員会: 「函館ハリストス正教会史」、函館ハリストス正教会、2011。
- 9) 松井圭介: 観光戦略としての宗教・長崎の教会群と場所の商品化、筑波大学出版会、2013。