



# ぜんしゅうきょう

協 宗 全

## 平成20年度全国研修会を東京で開催

毎年、恒例の秋の全国研修会が10月16日、17日の2日間にわたって開催された。今回の開催地は東京。五反田のゆうぽうとを主会場にパネルディスカッションや分科会、講演会など、多彩なプログラムが繰り広げられた。



パネルディスカッションでパネラーを務めた左から藤本晃氏、西春貞男氏、内田長祐氏、加茂定治氏、菱田康平氏、岸本光史氏

研修会の初日は小堀賢一全宗協代表理事の講演からスタート。小堀氏は「市場の動向と需要拡大の方策」をテーマに仏壇業界の現在の問題点などについて語った。この講演の中で小堀氏が強調したのは異質な考え方の企業も含めて業界全体で団結していくこと。「たとえファイナルであっても、その方と手を組んでやらなければできないことがいっぱいあると思う。そして、それが需要拡大のひとつのポイントになるのではないか」と指摘し、業界の危機を克服する道筋の一端を示した。



研修会の冒頭で講演を行う小堀賢一代表理事

### 金仏壇と唐木仏壇に分け、6人のパネラーがディスカッション

この小堀氏の講演に続き、今回の研修会のメインイベントとしてパネルディスカッションが行われた。テーマは「業界の危機その2『仏壇編』」。昨年の研修会ではろうそくと線香をテーマに同様のディスカッションが繰り広げられたが、今回は仏壇がテーマに選ばれた。

氏、(株)浜田商店社長の西春貞男氏、(株)フジモト社長の藤本晃史氏が務め、コーディネーターとして宗教工芸社の住田孝太郎氏が参加した。

最初にパネラーとして発言したのは岸本商店社長の岸本光史氏。金仏壇の産地である彦根の製造・卸の立場で、金仏壇と彦根の変化について語った。この中で岸本氏は同じ金仏壇の産地である鹿児島県の川辺の例を挙げ、ピーク時の平成6年と平成18年では本数で8割強、出荷額では7割と共に大幅に減少している実情を示した。さらに、彦根については正確なデータはないとしながらも、工業統計のデータから平成12年から18年の6年間で約8割の落ち込みが見られると厳しい状況にあることを強調した。

このパネルディスカッションでは前半が金仏壇、後半が唐木仏壇とふたつの伝統仏壇に分けてそれぞれのパネラーが問題を提起、さらに質疑応答などを行う形で進化した。前半の金仏壇のパネラーは(株)岸本商店社長の岸本光史氏、(株)菱田屋社長の菱田康平氏、加茂定代表の加茂定治氏、後半の唐木仏壇のパネラーは(株)大黒堂社長の内田長祐

次に販売面では「彦根でも小型化と低価格が進んでいると思う」と語った。同時に、真宗どころの彦根でこれまで仏壇といえば金仏壇だったが、最近では唐木仏壇が売れ出しているとも証言。その理由とし

## CONTENTS

- 1~4面 平成20年度全国研修会を開催
- 5面 第5回仏事コーディネーター試験・合格者発表
- 6面 特別寄稿・全ての防災・難燃加工金襴商品に関する説明の統一と明確明記の必要性 (サカエ金襴株式会社)
- 7面 「こんな仏壇あったらいいなコンテスト2008」インターネット人気投票
- ・第2回海外研修を実施・バリ島で仏壇工場などを視察
- 8面 そよ風/ひろば/NL交差点



休憩中には加茂氏が持参した京仏壇のかざり金具に人の輪ができた

て金仏壇の取り扱いが難しいことのほか、「唐木のようにいろいろなデザインに取り組んでこなかった」という反省点も挙げた。

### 衰退の危機を迎える伝統産業

続いて発言したのは名古屋の菱田屋社長の菱田康平氏。菱田氏は「名古屋に戻って12年になるが、その間変わったと思うのが仏壇の処分。今は週に1回くらいは仏壇の処分を頼まれる」と語った。その理由としては家を引っ越

して大きな仏壇が置けなくなったといった住宅事情のほか、跡取りがいない、永代供養墓を頼んだからもうお世話しなくてもよいといった考えの人までいることを明かした。

こうした一方で、経済産業大臣指定の伝統的工芸品の指定を受けている名古屋の製造本数がかかり減っており、その結果「売れないから作らない。作らないと職人が高齢化して跡取りがない」といった問題が出てきていると指摘した。そして、今後は「従来の大枠は残しながらも、より手入れのしやすいものなど、住環境にマッチした仏壇を造っていかないといけない」と述べた。

これに続き、金仏壇の3人目のパネラーである加茂定代表の加茂定治氏は、京仏壇の現状などについて問題を提起した。この中で加茂氏は「京仏壇の問題点として「経済産業大臣指定のマークの仏壇が京仏壇だと口をすっぱくして言っているが、中には京型仏壇を京仏壇として販売しているところがある。これは中国製の仏壇を国産だと言っているのと同じだ」と指摘し、京仏壇の伝統を守っていく必要性を訴えた。こうしたパネラーの発言を受けてディスカッションは進行していったが、ここで提起された問題は概略次のような点だった。

○伝統工芸品であるいわゆる伝産仏壇

の販売不振

○パーツの生産を海外に頼らざるを得ず、伝産以外は純国産仏壇が造れない

○職人の高齢化と後継者の不在

○金仏壇自体の製造・販売の不振

○産地表示や品質表示が十分でない

### 問われる小売店のモラルとメーカーの品質表示問題

この金仏壇を巡る議論を受けて、後半では唐木仏壇をテーマに同様のディスカッションが繰り広げられた。唐木仏壇の最初のパネラーとして発言に当たった大黒堂社長の内田長祐氏。内田氏はまず虚偽販売の問題を取り上げ、「これは絶対してはいけない」と言葉に力を込めた。そして、自社が12万円で定価表示を出していた同じ商品を29万8,000円で売っていた店があると実例を挙げ、その店ではその商品をブランド物と称し、他店は中国製のコピー商品だと主張していたという話を紹介し、こうした店が少なくないのが関東地区の実情だと述べた。

こうした実情は一義的には小売店のモラルの問題だが、その背景にはメーカーの対応にも問題があると内田氏は指摘した。「各メーカーから同じような商品が入ってくるが、皆伝票の表示が違っている。例えば、アッシュの材料



パネルディスカッションの後に開かれた分科会にも多くの組合員が参加した

で樺色に塗ってあるものは樺無垢、樺調、アッシュ樺色と皆表示が異なっている。メーカーに言わせると、本樺と書いたら本物の樺ですと。樺無垢と書いたらアッシュでもいいのですと。こうなるとちょっとおかしいのではないかと内田氏は語り、虚偽の販売を慎むためにもメーカーの表示の統一が必要だと訴えた。

続いて東京浅草の仏壇通りにある浜田商店の西春貞男氏が東京の小売店の事情などを語った。この中で西春氏は海外製品の氾濫の問題を取り上げ、安売りが横行している状況などについて解説した。



懇親会の席で挨拶に立つ  
小堀代表理事



懇親会での乾杯のシーン

そして、こうした危機的な状況は業界が自らの行いで作り上げてきた側面がある」と指摘し、その一例として先ごろ公取委より仏壇店に排除勧告が出されたというニュースを紹介した。

これはこの仏壇店が計5回に渡り、樺色メーカー希望小売価格4万6千円と称

する仏壇を4,500円で販売すると表示した問題で、公取委は比較対象とした価格はもっぱら自らが小売販売している商品について自ら設定したものと認定し、排除勧告を出した。西春氏は4、5年前にも誇大広告が問題になったことがあるとして、今回の勧告が当該仏壇店だけでなく「業界全体に対する警告だと認識している」と述べた。

その上で「真実に基づいた広告を出していかない限り、この業界が消費者から見放されるのではないかと強く感じている」と危機感を表明した。

この西春氏の話に続き、唐木仏壇の最後のパネラーを務めたのはフジモト社長の藤本晃史氏。藤本氏は徳島の産地メーカーとしての立場で、唐木仏壇を巡る問題点を指摘した。

藤本氏はまず徳島の生産高について解説。それによるとピークは平成2年ごろで、330億円くらいの出荷額だったという。それが直近の平成18年、19年には四分の一程度にまで下落している」と述べた。その要因として藤本氏は海外ものの流入と販売単価の下落を挙げ、「小型化が非常に進んでいると思う」と語った。

次いで藤本氏は中国の事情に触れ、為替や税制の問題、資材の高騰といった事情を背景に、昨年、過去最高の売上を上げながら赤字を出した中国のメーカーの例を挙げるなどして、「3年後

くらいには今の中国のメーカーは半分以上にはなくなるのではないかと見通しを示した。

その一方で、国内の産地では原材料の入手難と高騰で苦境に立たされている実情について数字を挙げて訴えた。さらに、藤本氏はメーカーの情報が小売店の販売現場に十分届いていないといった問題や今後は小型化・高級化が進んでいくといった見方を示した。

全体的には唐木仏壇についても前半の金仏壇と同様の問題が挙がったが、ここで提示された問題点は概略次のような点だった。

- 虚偽表示・誇大表示
- メーカー表示の不統一
- 従来どおりの販売方法の見直し
- 海外製品の横行等による値崩れ
- 唐木材の入手難と高騰
- メーカーから小売の現場への情報伝達の不徹底

今回のパネルディスカッションではパネラー間の意見交換のほか、参加者からの意見も活発に寄せられ、白熱した内容となった。その後、研修会ではここでの議論を受け、製造・卸部会と小売部会の2つに分かれて分科会を開催。さらに議論を深め、全宗協として今後取り組んでいく課題を話し合った。こうして二日目の研修会は終了し、夜には懇親会が催された。

## 各委員会からの報告 —— 会員増強委員会では5年間で150名の会員増を目標に活動



談笑する会員増強委員会のメンバー

研修会の二日目の朝には各委員会が開かれ、講演会後にその報告があった。このうち会員増強委員会では今後5年間の中期目標を発表した。

それによると、全体としては今後5年間で150名、1年に30名程度をめどに、各地区ごとに目標を設定してもらうことになった。各地区では増強委員をさらに3名増やして活動をバックアップ。加えて10月、1月、4月、7月を増強月間とし、組合員全体が増強活動に取り組む方針を打ち出した。

すでに会員増強のツールとして「全宗協のご案内」と題するパンフレットも完成しており、これを各地に配布して活用することになっている。

# インボイス会長の木村育生氏が「IT時代における販売戦略」と題して講演



講演を行う木村育生インボイス会長

研修会の2日目には(株)インボイス会長の木村育生氏が「IT時代における販売戦略」と題して講演を行った。

木村氏はまず26歳で会社を立ち上げた経緯を説明。普通は事業のドメインを決めてから会社を興すものだが、木村氏は何をすると決めずに会社を作ったと述べた。最初はアメリカ留学の経験で培った人脈をもとに商品を輸入し、販売に当たったが、これはまったく売れなかったという。しかし、木村氏は東証一部上場を果たした現在も「最初の商品が売れなかったときの経験を生かして仕事をしている」と語った。

このとき木村氏はなぜ売れなかったのかを追及し、これが商売の原点になったという。ここで木村氏が指摘したのは「経費とはお客様に対して、仕入先に対してかいた汗だ」ということ。したがって、単に販売価格を下げただけなら汗をかくことになる。

「要は値段を下げてでも売れないということ。そこにお客様が喜ぶ汗をかかないといけない。それが創業当時に分かった」という。

木村氏はこの「汗をかく」という行為をコンビニなどの例を挙げて解説した。例えば、同じ商品をスーパーでは120円、コンビニでは140円で売っている。値段だけならスーパーで買ったほうが多い。その理由は急いでいるとか面倒だからということ、条件が変われば人は値段だけで商品を買うわけではない。コンビニの多くは1階にあり、同じ造りだからどこに何が置いてあるか分かる。価格ではなく、品揃えや利便性などを通じて顧客の満足度を追及してきたが、それがコンビニが汗をかいてやってきた結果だというわけだ。

木村氏はさまざまな例を挙げて「汗のかき方」を紹介しながら、自社の取り組みについても解説した。インボイスは通信料金を1枚の請求書にまとめるサービスを提供しているが、これは「お客様に代わってどうやって汗をかくかを考えた」結果だという。つまり、顧客の手の軽減やソリューション(問題解決)が汗をかくことにつながるというわけだ。

木村氏は最後に「お客様の困っていることを助ければ利益が出る。この業界はサブプライムの余波などもあまりないだろうし、ニーズは必ずある。値引きをせずに汗をかくことを考えてほしい」と語り、講演を締めくくった。

## NL部が「仏壇仏具市場調査」を開始

12月には集計作業を終え、結果を公表へ

NL(ニューリーダー部)は10月16日、17日の全国研修会に合わせ、研修会及び役員会を開催した。この席で平成20年度の事業計画として実施する「仏壇仏具市場規模調査」の実施要綱を決定した。

すでに全宗協の全組合員(小売実施企業)にアンケートを送付しており、11月中にこれを回収し、その結果をまとめて12月には調査報告書の完成を目指すことになった。NL部ではアンケートの100%回収を目指しており、役員がエリアを統括すると同時に部員が各地域を担当し、督促などの業務に当たることになっている。12月2日にはアンケートの集計作業が完了する予定で、調査報告書が完成した時点で組合員にはその結果が公表される。

この調査は業界の市場規模を知ること、将来の経営判断の指標とすることを目的に実施される。NL部ではアンケートと並行してヒアリング調査なども実施し、専門家のアドバイスも受けてより精度の高い調査結果を導き出す考えだ。

また、これとは別にNL部では今後も新規部員の獲得に力を入れていく。10月の全国研修会には30名以上の部員が参加するなど、その活動はますます活発になっているが、新たに



研修会には30人以上の部員が参加した

作成したチラシなどを活用してさらに増強を図っていく構えだ。

## 研修会の2日目には曹洞宗大本山總持寺を訪問

全国研修会の締めくくりとして企画されたのは、曹洞宗大本山總持寺の見学。研修会の2日目の午後に横浜・鶴見の總持寺を訪問し、寺院側の案内で施設や敷地内を見て回った。

修行僧が毎日磨き上げているという百間廊下や位牌堂など、各所を見学した一行はその歴史の重みや仏教の持つ奥深さに改めて感じ入っていた。



総受付の香積台



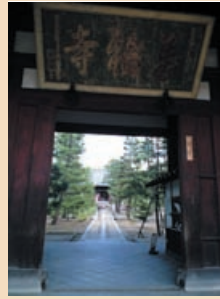
百間廊下

参加者は寺院側の説明に熱心に耳を傾けた

# 平成20年度第2回研修会 2月12日（木）に京都の黄檗宗大本山萬福寺で開催

平成20年度第2回研修会が平成21年2月12日（木）に京都の黄檗宗大本山萬福寺で開催される。今回の研修会では宝蔵院経蔵並びに黄檗宗萬福寺を拝観し、法話を聴講。さらに、鈴木君代さんと天白真央による法話ライブも視聴する予定になっている。

当日は黄檗宗大本山萬福寺三門前に午後1時に集合。1時から3時45分まで上記の内容の研修会が開かれる。参加資格は組合員または家族及び従業員（1社2名以内、ただしNL部員は別枠）。参加費は無料。問い合わせは事務局まで。



## 第5回仏事コーディネーター試験を開催

平成21年には第一回試験の資格取得者の資格更新も

平成20年仏事コーディネーター試験が11月12日（水）に東京と大阪の2会場で行われた。第5回目となる今回は東京会場で64人、大阪会場で96人の計160人が受験した。

試験に先立ち、東京会場では仏事コーディネーター資格審査協会の滝田雅敏副会長と清水祐孝幹事が、大阪会場では小堀賢一会長と住田孝太郎幹事がそれぞれ講師を務めた。このうち東京会場で講師を務めた滝田氏は講義の中で仏事コーディネーターの使命と心構えについて言及し、合格した後も日々精進し、知識を吸収して専門家であることを認識すると同時に、自信を持ってお客様に接してほしいなどと述べた。また、慣習など地域によって異なる事柄については、先輩を始め他の人達の話聞きながらよりよいコーディネーターになってほしいとエールを送った。

なお、平成16年に行われた第一回試験の資格取得者の資格有効期限は平成21年12月31日までとなっ



東京会場の模様



大阪会場の模様

ており、平成21年中の資格更新が必要となる。更新に当たっては資格更新講習を収録したDVD（ビデオ）を配布し、これを視聴することで講義とすることになっている。また、現在のIDカードを返却し、新たにゴールドカードが発行される。この更新の通知は有資格者である本人とその所属する会社に対しても行われるが、更新方法の詳細は仏事コーディネーター資格審査協会より後日連絡されることになっている。

### 平成20年仏事コーディネーター試験・合格者一覧

#### ■東京会場合格者

小杉輝好	滝田哲也	計良司道	古川好延
木村耕一	大倉光子	中浜浄太	山本智宏
笹川浩一	佐藤由美子	池田壽夫	北河太
荒木和彦	滝沢トミエ	土田誠	木村邦彦
竹内俊樹	高岸誠	加藤務	高橋英樹
小川進	奥田マヤ	星富治	羽生光雄
原健男	飯野まり子	秋山芳彦	坪谷利勝
杉田哲	大澤啓子	久保沢真由美	石井二三夫
檜林徹	柏原久美子	澤田るみ	星野家康
仲達也	内山康生	井上隆弘	林啓嗣
伊藤達也	佐藤峰子	垣谷昌一	萩原敦夫
秋山夏恵	松澤実	石黒章代	二木昌之
三井桂子	田村崇	中澤愛	

#### ■大阪会場合格者

松村野里子	藤村功	谷澤政彦	熊谷英男
光安孝則	出口博之	米田励史	段松義
小清水孝博	難波竜彦	小林正英	楠本一夫
佐野弘美	古谷啓子	内藤大介	頓名公文
兼井よしの	谷田利一	瀬尾哲也	吉田隆
高須砂和子	児玉豊樹	中矢隆清	廻神隆禎
竹内優子	清水文子	越後愛	吉村一郎
浅野隆弘	政安亨子	山田優	平野敏之
田邊智香	佐々木玲子	辻野剛	川畑輝和
井ノ上侑三	犬飼恵子	福田一喜	松村健司
田端明	河野裕姫	阪口誠	須佐美秀人
石崎敦子	中岡正敏	網野勇三	今井将登
合田由美子	樽谷直記	横江邦洋	西川順二
長谷川育代	伊達瑞穂	彦坂佳助	菱田雄介
大上香奈恵	高谷淳一	三浦達也	村上恭子
福田和代	平野載朗	横江功好	石井亮子
岡田正美	池田秀子	陶山佳範	豊田隆昭
濱田妙子	松本明	新村和秀	敬称略

## 全ての防災・難燃加工金欄商品に関する説明の統一と明確明記の必要性

サ力工金欄株式会社

## 【高砂消防局からの検査依頼の内容】

2008年5月中旬に、高砂消防局より電話にて、兵庫県高砂市内でアロマキャンドルを経機敷に直に置き放置したため、引火して火災が発生したため、実験の協力を要請がありました。消防署からの話では、経機敷はサ力工金欄製のものではないとのことでしたが、仏具・金欄製品業界への影響も考慮し、実験に協力をする事にいたしました。弊社の通常商品である防災加工経機敷、難燃フェルトマットを提供して2008年5月から7月にかけて燃焼実験を行った次第です。

今回の火災は、金欄やローソクが火災の原因と捉えられかねない状態でした。しかし、火事については取り扱いの不注意についても大きな問題が指摘されています。防災加工ならびに難燃加工を施した商品に対しての過信による使用方法にも、大い

に問題があることは消防所職員の方も重要視しているとのことでした。

また、従来の仏壇用に使用されてきた日本ローソクとは異なり、アロマローソクに使用されているアロマオイルなどには、炎上を補助する成分が含まれており、こうしたローソクを仏壇で使用する場合には、使用者各自も防火について細心の注意をいただかねばならないことも実験で証明されました。

金欄はポリエステル100%の繊維であるため、何も加工をしていない生地の場合には、燃え上がりやす。しかし、防災加工をした金欄は、着火をしても延焼しにくく、鎮火をするという実験結果が高砂消防局で、金欄生地の延焼実験結果として出されました。防災加工をしたものと加工をしていないものとは大きな差があるのです。

「難燃フェルトマット」については、富山県工業技術センターにてJIS L1091 繊維製品の燃焼性試験方法 A2法（ミクローバーナー、メックルバーナーにて2分間加熱し、残炎時間、残じん時間を測定する方法）

にて試験をしたところ、4段階評価のうち、区分3を取得しております。

「仏壇付近で火を使う事が危ない」という先入観により、経機敷やローソク、線香などの販売に影響が出る事は不本意でございますし、今回の件は火事の事例が表面化し防災商品が問題視されております。しかし、防災加工をした商品を使用していたからこそ未然に防止できた火災の実例については、公表はされていませんが、沢山ある筈です。私たち仏具業界の人間が、この件について前向きな対応をしないと、お仏壇に手を合わせるという習慣を一層遠ざけることにも繋がりがかねません。

今回の事件を機会に、仏具業界全体で防災・難燃に対し、販売をする際の説明方法の統一、商品の注意事項の明確明記をする事により、生産、販売の責任の向上を目標にしなければならぬと思います。その努力が無い限り、市場で起こりうる様々な問題に対応が出来ないのではないかと考えるからです。

今回の消防署からの防災・難燃商品に対しての品質の問題、品質表記強化の申請などからみても、「商品が誰により作られ、どのような処理をされているのか？」という事は、消費者の立場としては購入をするかしないかの意思決定をする為の、一つの材料なのではないかと思えます。

私たち製造者は、自分たちが製造をする商品に誇りと自信を持っており、商品に誇りと自信を主張するためには、製造業者名をしつかりと表記することが不可欠です。また、販売店の方々にも、商品の取り扱いに対する説明、メーカーブランドの説明などを大いに活用していただければよいのではないかと感じております。

私たち仏具業界は、仏様の名を預かり、商いをするという意味の尊い業界です。多様に变化する市場に対応し、胸を張って商品を販売する事こそが、仏具業界の発展を支え、信仰心の普及、商品の普及に繋がるのではないのでしょうか。

# 「こんな仏壇あったらいいなコンテスト2008」 インターネット人気投票

1位には(株)丸玄工芸の「壁埋め込型」が選ばれる

「こんな仏壇あったらいいなコンテスト2008」のインターネット人気投票が8月31日に締め切られ、投票結果が判明した。コンテストには全部で81の作品が出品。インターネット上で写真を公開して、一般の消費者に気に入った仏壇に投票してもらった。

その結果、1位に選ばれたのは(株)丸玄工芸が出品した「壁埋め込型」。全体の得票数の8%近い165票の最多得票を獲得し、見事栄冠に輝いた。投票した人々からは「現代の住宅事情に合わせた素敵なデザインに仕上がっている」と思いました。このようなデザイン

なら若い世代の人達にも受け入れやすいのではないのでしょうか」といった高評価が多数寄せられた。

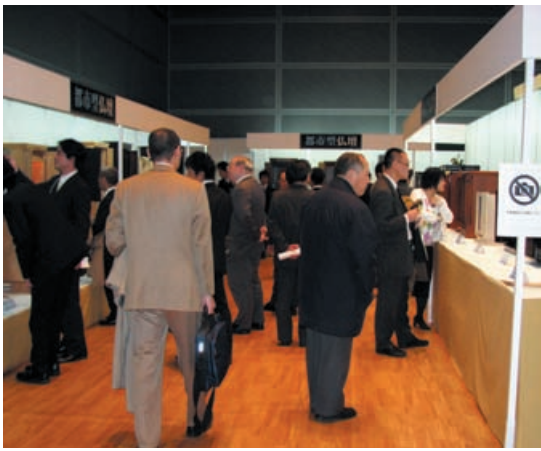
これに続き2位には(株)お仏壇の「白い風」が選ばれた。「今までの仏壇の概念を吹き飛ばすような斬新な白を使っているという点や、“仏”という和のイメージにとらわれず洋風のデザインが素敵だと思いました」といった斬新なイメージが気に入ったとする感想が多く見られ、デザイン性に人気が集まった。

3位には(株)とどろきの「凜」が選ばれた。「周りが赤を使っているのでも明るく、いつも故人が笑っているように感じる。天国で幸せに生活してい

るような気がします。今風で、すばらしい作品だと思います」といった高評価が得票に結びついた。

なお、4位から10位までには以下の作品が選ばれている。

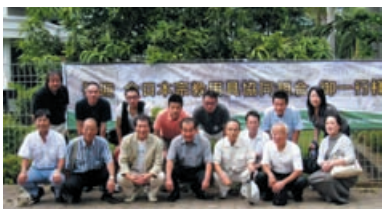
- 4位「春慶 円(まどか)」(株)飛驒仏壇 工匠館)
- 5位「夢幻」(株)丸玄工芸
- 6位「純金黄金仏壇」(京仏壇 加茂定)
- 7位「欄(らん series朱)」(株)小野屋漆器店)
- 8位「京」(株)とどろき)
- 9位「桜美」(有)桑原木工所)
- 10位「空気清浄機付B型モダン仏壇 “さわやかB型” (株)保志卸センター)



## 第2回海外研修を実施

## バリ島で仏壇工場などを視察

第2回となる海外研修が9月にインドネシアのバリ島とジャワ島で開催された。9月9日～13日の5日間の日程で行われたこの研修では、丸喜(株)の仏壇工場を視察したほか、ポロブドゥールやプランバナンといった世界遺産も訪問。さらに、デンパサルとヒンズー寺院等の観光なども行い、参加者は充実した時間を過ごした。



### 新規加入 (6月～11月分)

地区	ご逝去	組合員名
●荒井健一	(株)日本の心	東京都八王子市八幡町3-23
●丹野浩成	(株)ジェイ・エイ東京中央	東京都杉並区成田東5-18-1
●八尋なお子	(株)せいぜん	福岡県北九州市小倉北区篠崎1-6-2
●林直男	(株)おにし堂.com	群馬県藤岡市藤岡2431
●石川卓	(株)サンメニー	石川県加賀市宇谷町ター1-7

地区	ご逝去	組合員名
●東海	(株)愛知屋佛壇本舗・太田泰輔	20年6月8日 享年53歳
●九州	(株)木佐木佛壇店・木佐木和幸	20年7月6日 享年99歳
●阪奈兵和	(株)畑中・畑中穰様	20年5月23日 享年66歳
●ご本人穰様		20年11月21日 享年97歳
●北陸	笠間製箔(株)・笠間貴勝	

(株)大黒堂  
(埼玉県川口市)  
内田長祐



ひょうま  
COMMUNICATION  
COLUMN

私が仏壇業界に参加したのは、昭和44年4月、世の中も戦後の貧困時代から、発展の時代に変化する時でした。先祖を敬い、祀る日本の心が混乱した時代から心に余裕が出来た良い時代でした。仏壇の需要も急速に伸び、商品の確保が商売の基本のような時でした。毎日夜になると職人周り、浅草の大手仏壇店から融通して戴き、静岡の製造業の工場周りをし、車は1年で6万キロも走り、寝る暇も無く商品の確保に奔走した毎日です、同業各社が私に協力してくれたのも、仏壇の町浅草に育ち、毎日仏壇屋の友人を学校に行くのに迎えに行き学校に通った、地元の暖かい支援と感謝しています。私の故郷は浅草と思う。そして毎日仏壇店を眺め、遊びに行き商売を覚えたものです。門前の小僧です。

当時は品不足で商品を確保出来れば売れる良き時代でした。その後オイル・ショックがあり、品不足現象が起きましたが、商品は多数確保していたので、同業者から融通の要請で殆んど展示品以外は全部吐き出し、若干の利潤を得たものです。

時は変わり、仏壇業界の不況が顕著に現れ始め、業界の三原色(仏壇・葬儀・石材)の各社が垣根無しに参入し、不正な虚偽の販売が横行し、信用が損なわれる事態になり、また客層・住宅事情も変化し、若年層の宗教離れが著しくなりつつあります。この時代を乗り切るには、顧客の要望する、満足度を如何に掴むかが重要です。仏壇はこうするのが常識、これは顧客無視の非常識。私達は宗教家ではありません。仏壇・仏具の販売で生計を立てている商人です。今こそ真剣に考える時。私もお世話になった業界の隆盛の為、組合の理事の立場で懸命に努力し、恩返しするのが責務と思います。

(株)ひょうま  
(鳥根県益田市)  
山本浩章



ニューリーダー  
NL 交差点

ニューリーダー部の発足に先立ち、設立準備委員会の一員に加えていただいたのは、確か平成19年の冬のことでした。全宗協の中からもなにより新しい取り組みが動き出していること、そしてその動きの中に引き込んでいただいたことに感謝すると同時に、せつかくこの機会を活かし、自分なりに貢献しなければと奮い立ったものでした。

これまで順調に成長してきた宗教用具業界は、いまや全国的に長期の業績不振にあえいでおり、その上、将来の見通しも決して明るいとはいえません。どちらかといえば保守的とされてきたこの業界も否応なく自己変革を迫られています。その現われの一つがこのニューリーダー部の発足であろうと思います。

ニューリーダー部の会合は数ヶ月に一度と、それほど頻繁ではありませんが、会合を開くたびにメンバーが増え、議論もより活発になってきています。なによりもメンバーが前向きな姿勢で、積極的な議論を交わしていることに、この業界の次なる成長の可能性を感じています。この可能性を現実のものにするためにも、自分を含めメンバー一人ひとりが真剣に考え、行動し、形のある成果を上げなければいけません。

現在は監事という、言ってみれば「お目付け役」的な役割をいただいておりますが、決して傍観者になることなく、果敢にチャレンジしていくつもりです。

# そよ風 初めて参加した全国研修会 で覚えた感動と感銘

(株)イマヤマ 今山 聖子



当社のある徳島市福島という地は、1585年当時阿波国(徳島県)に入国した蜂須賀家公が水軍基地を置き船大工を住ませ、維新後廃藩によって職を離れた方々がその高度な木工技術を生かして鏡台筆筒等を製造するようになり、木工業の盛んな町として発展してきました。

当社(株)イマヤマも大正7年、現社長の祖父がこの地で鏡台を製造しておりました。その後、大阪の卸屋さんの依頼で仏壇を作り始め、今に至っていますがその当時はまだ徳島で仏壇を製造している所もなく、特に内陣、彫刻の制作に苦労したようです。そうした経緯から徳島で初めて

の仏壇メーカーとして現在、徳島唐木仏壇の元祖を謳わせていただいております。その後、仏壇業界は大きく成長、発展しましたが、現在に至っては仏壇離れ、海外製品に押される等々で環境も大きく変わり、当社も苦労しながら地元の方々の協力の下で徳島産を守っています。

さて話は変わりますが、私は先日開催された全国研修会に初めて参加させて頂きました。皆さんが闊達なご意見を交換し合い、特に男性職の感が強いこの世界で、女性の方々が実に生き生きと輝く姿を目にして驚きと感動を覚える2日間でした。

お天気にも恵まれた2日目に訪れた横浜・鶴見にある曹洞宗大本山總持寺は、荘厳な圧倒される建物で、足を踏み入れた瞬間に凜とした空気が漂い、別世界のようでした。途中、案内された百間廊下はその名の通り百間近くもの長さがある廊下ですが、修行僧の方々が毎日3回水で絞っただけの雑巾で拭くそうです。顔が映るくらい磨き上げられた廊下は角が取れ、全体的にやわらかな光沢を放っていました。

廊下だけではありません。窓も棧も同様です。この廊下をどれ程の修行僧が掃除してきたのか、単調にして何度も繰り返される作業、何を感じて雑巾を絞ったのか、想いの籠められた廊下にはたして自分の様な者が足をつけていいのかが、一瞬にして考えさせられる場所でもあったように思います。また、法要を営む僧侶の方々のお経の荘厳なリズムが音楽となり、その音色を聴きながら、幾重にも並べられた数え切れない程の位牌を祀った位牌堂を後にした時は、私達仏壇業界に携わる者が、祖先の存在の上に自分があるという現実をどのよう現代社会に伝えたらいいのか、考えさせられるような肝銘を受けました。

拝観後外に出た私達を迎えてくれたのは秋の気配を漂わせる豊かな木々達でした。小春日和を感じさせる日差しを背に、心地良いそよ風を頬に感じながら寺を後にしました。