

# ぜんしゅりきょう

2011  
11月  
November

通巻69号

## 平成23年度全国研修会京都で開催!!

平成23年度全国研修会が、10月18日(火)～19日(水)と2日間わたり京都メルパルクで開催されました。今年の基本テーマは、「業界再生に向けて各テーマに基づく解決軸」。参加者は88名と多数受講し盛況でした。研修の1日目は基調講演「潜在意識を活用して、あなたの可能性の扉を開こう」、活路開拓調査・実現化プロジェクトについて、ライフスタイルの変化への対応、仏壇・仏具業界に求められる経営近代化対策がテーマで、2日目は公正取引規約についての講演と質疑応答、プレスリリースのやり方、午後からは法然上人800年大遠忌が営まれる浄土宗総本山知恩院参拝見学をし、研修会を終了しました。

を復活させるための対話の重視」とそれを支える②「製造/販売現場による現場力の向上」に加えて、これまで皆様から業界としての情報発信の強化を強く望まれてきた声に応じて、今年度以降、(全宗協)として注力していく③「花まつり」イベントの展開の3つを基本の柱に据えて、今後、その事業メニューの実現化と深掘りに取組んで行かれると伺っております。

●第4のテーマとしては、「業界がなすべき経営近代化対策」です。各事業者が自らの経営姿勢や経営戦略を根本から見直し、どの戦略を選択していくかを自身で決定していかねばなりません。本ビジョンでは、小売業態、製造・卸業態の各々について、3つ×4つ提示しています。しかしそのいずれもが、サブイバルに向けた厳しい選択であり、過酷な努力が必要とされます。「差別化戦略展開のためにも重要な事項であり、また、併せてそうした戦略展開には不可欠ともいえるべき経営管理や、ネットインフラを活用したマーケティングなど、最低限の情報収集管理にも活用されるべきであると考えられます。

公正競争規約が制定されれば、虚偽や誇大表示を行う悪質販売事業者を厳しく取り締ることができ、業者間協調による公正な競争が期待できます。



プロジェクト統括  
(株)アドインターフェース  
取締役 中山 良一

### 活路開拓調査・実現化プロジェクトについて

活路開拓調査・実現化プロジェクトの調査研究成果について概要を説明すると同時に、本プロジェクトの主眼でもある業界再生に向けての解決軸について報告いたします。

本プロジェクトは「調査・研究事業委員会」、「ビジョン作成事業委員会」、「成果普及事業委員会」の3つの事業委員会によって構成され、22年7月～9月にかけて本プロジェクト全体の作業フレームを策定し、全宗協の会員および全国の宗教用具関連事業者へアンケート調査と関東圏を中心として事業者へのヒアリング調査を実施、それらの調査結果の整理・分析をおこないました。

そしてその成果をもとに22年10月～

12月にかけて「ビジョン作成事業委員会」において、課題の抽出と解決軸の模索について討議を重ね、外部専門委員の先生の方々を中心にビジョン作成が進められ皆様にお配りした報告書にまとめさせていただきました。

なお、ビジョン作成の素地、アンケート調査結果、ヒアリング調査結果、問題点の整理、ビジョン作成に向けての取り組みは報告書をご参照ください。本日、皆様に最もお伝えしたいことは、本報告書の解決軸をひとつのきっかけとして、業界再生に向けて皆様が具体的な行動を起こすということです。中央会へも今後5年間にわたり具体的な数値を含め成果の報告が求められているのです。

### 4つの基本テーマに基づく解決策

ビジョンを実現するために、4つの基本テーマを設けました。

●第1のテーマは、「国民の仏壇・宗教への関心を高める対策」です。これは先に述べましたアンケート調査でも

●第2のテーマとしては、「ライフスタイル変化への対応」をどう日常営業にとり込んでいくかです。例えば、高齢化の一途をたどる単独世帯や、年々増加する「未婚世帯」にどう働きかけていくか。もはやこつした人たちは仏壇セールスにとって対象外だと切っ捨てて考えているようでは新たな活路は到底見出せません。彼らこそ強く求められている「心の安らぎ」をどうすればご提供できるかについて、その方策を業界全体で考えていくべきだと考えられます。お客様の声をしっかりと受けとめる傾聴の姿勢を活用した、多様な分野への「攻め」のアプローチこそが、いま仏壇販売店が取組まねばならないことなのです。

【目次】	
P1	第23回全国研修会開催
P2	公正競争規約について
P3	業界再生に向けて
P4	
P5	基調講演
P6	知恩院参拝・事務局からのお知らせ

以上、内容詳細につきましては報告書をご参照ください。ありがとうございました。

# 公正競争規約について

独立行政法人  
中小企業基盤整備機構  
理事 吉田 雅彦氏



## 1. 仏壇公正競争規約の申請・審査状況

- (1) 5月26日、仏壇公正取引協議会準備委員会第4回発起人会で規約案合意
- (2) 6月14日、消費者団体との連絡会に説明し了解
- (3) 7月7日、公正競争規約、施行規約を仏壇公正取引協議会準備委員会から申請
- (4) 消費者庁からの質問・回答
  - ①7月13日、同規約及び施行規則の内容について、消費者庁より同協議会へ質問。7月14日、質問に対する回答を協議会より消費者庁へ提出。
  - ②7月19日、再質問。7月20日、回答
  - ③9月15日以降、規約、施行規則修正指導あり。

## 2. 通知書

- 9月6日から21日にかけて11社から内容証明郵便等で「通知書」が準備会事務局に送られました。「通知書」は
- (1) 消費者庁との協議、要請等を受けての修正は理解できない
  - (2) 消費者庁の指摘を受けて作成したとされる施行規則別表第4及び第6の修正は5月26日に行われた第4回発起人会の議論をまったく無視された修正がなされている。
  - (3) 製造工程や原価構成等について調査が不充分。等に回答が必要との内容。
- 9月16日、小堀代表から「通知書への回答」を发出。

## 3. 現在の動き

- (1) 10月26日、第5回発起人会が開催。
- (2) 規約、施行規則案について発起人会で了解され、消費者庁が了とすれば、認可に向けて、公聴会及びパブリックコメントを消費者庁が実施します。

こちらの内容につきましては、HP (<http://butudan-kousei.com/>) にも載っていますのでご参照ください。  
なぜこのような規約を作るのかといいますと、消費者が仏壇・仏具を購入した際にトラブルや詐欺があった場合の立件はとてמודルの高いものでした。理由として、弁護士さんや裁判官が仏壇業界に詳しくないため、仏壇関係のトラブル内容を理解する事が難しいからです。

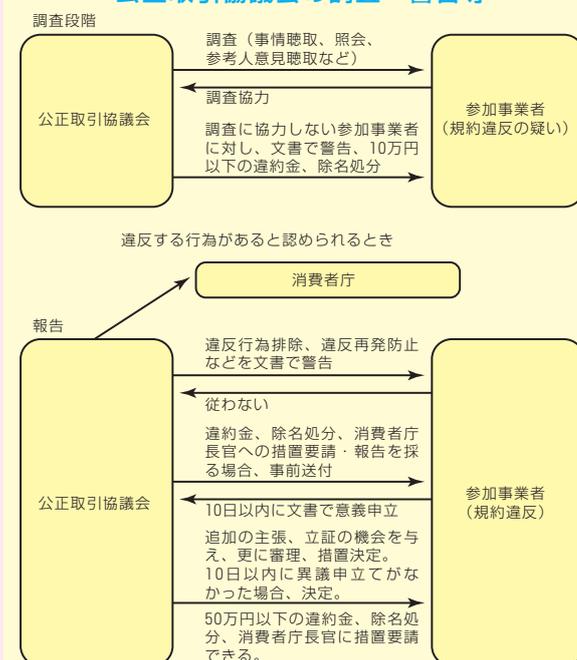
そこで規約を作っておけば、何が正しくて何がいけないのか勉強をすることができ、消費者も動きやすく、警察も処理がスムーズになります。その効果というのは非常に大きいものがあります。

いままでは消費者が違反を訴えるのも難しかったのですが、この規約ができれば消費者も安心できます。消費者団体からのご要望もありましたのでこういった規約を作りました

非会員は守らなくていいのか？という質問もありますが、規約が業界の一般的なものになってくると、法律としての解釈になってきます。規約を破ると弁護士さんもこの規約をもとに調査を進めることができます。会員ではない悪質業者に関しても、協議会の活動の一環として告発ができます。

規約を作って努力をしていけば、作らないより格段に業界全体が良くなっていくと思っております。

### 公正取引協議会の調査・警告等



# 業界再生に向けて 各テーマに基づき解決軸



住田 孝太郎 氏  
 (株)宗教工芸社  
 代表取締役

## ライフスタイルの変化への対応

### 土地の記憶 人の記憶。

現在仏壇は持ち家、借家、その他住宅を合わせたうちの3割しか持っていないという数字が出ています。1500万戸くらいまだ仏壇の需要があるのではないかと考えられますので、みなさんの努力次第で仏壇はまだまだ売れていくという数字です。

日本の構造自体が変わっていくなかで、どのようにして仏壇仏具を提案していくかが重要です。

土地の記憶つまり産土うぶつちの記憶、ご先祖さまへ繋がるという人の記憶、これらがないと心が宙ぶらりんになってしまうのですが、実は仏壇・神棚が魂と命を繋ぎ留め、宙ぶらりんにさせない装置として機能しています。

都市部に住んで2代目、3代目という方々で郷里には仏壇があるという方の場合、仏壇は死者供養のものと勘違いされがちですが、親と祖父母、身内の記憶しかなく、そこから先の産土うぶつちの記憶、先祖の記憶が欠落した状態なので、死

者供養しかやりようがないのです。

産土うぶつちの記憶と人の記憶が印象づけられた出来事が3月11日に起こりました。

津波被害で多くの仏壇店さんも被害にあいましたが、短期間で立ち上がっていきました。

地震当日からお客様の問い合わせがたくさんあったからです。蝋燭をわけてください、仏壇が倒れたので見に来てください。これは無意識のうちに自分が土地の記憶と人の記憶から切り離され宙ぶらりんになっていると感じ、こみ上げてくる不安に襲われたのではないかと思います。

土地の記憶、人の記憶は精神分析学を確立させたユングの言う集合的無意識に重なりますが、ここにアクセスできないと人の心が宙ぶらりんになります。

なんらかの形で宗教的な儀礼に参加する、お墓参り、祭礼、お葬式、そういうものを通して実は私達は集合的無意識にアクセスすることになります。

借家、共同住宅や一人暮らし、どこの家でも仏壇・神棚が必要な理由がここにあります。ライフスタイルが変わっても人の本質は変わらないので、自分がなにかしっかりしたものには繋ぎとめられている感覚は必要です。

仏壇のチラシは仏壇を知っているという前提で作っていますが、知らない人たちに仏壇

を並べてサイズやメッセージだけを書いても共感をもらえません。

言葉をかえる、図柄を変える、詳しく説明しあげる、そうしないと仏壇というのはよく伝わっていきません。人が人として持っている意識・無意識・集合的無意識にアクセスしてあげる、産土うぶつちの記憶、土地の記憶、ご先祖・人の記憶があるということを伝えてあげる。それらを伝えていくためには今のようなチラシ、展示の方法だけでは伝わりにくくなっています。仏壇を知らない方はお鈴の鳴らし方も蝋燭の点け方もわからないので、お店の中に体験コーナーなどを作ってあげるのも良いかもしれません。



清水 祐孝 氏  
 (株)鎌倉新書  
 代表取締役

## 仏壇・仏具業界に求められる経営近代化対策

近代化対策というテーマでお話をしたいと思っています。

大小様々な変化が目の前で起こっている中で、自分がどこを変えていけるかというのが

我々がこの商売で生き残っていけるための唯一のポイントだと思います。

最近の人は信仰心が薄いと仏教離れとか言いますが、そうではなく、社会構造・産業構造が変わったのです。

1. 世帯人員の減少
2. 少子化
3. 産業構造の変化

このような変化で、祖父とお墓参りに行く、毎日仏壇に手を合わすなどの家庭の習慣が引き継がれにくくなりました。しかし亡くなった家族を供養するなどの気持ちはお持ちになっているので、我々の供養に係るビジネスが無くなるわけではありません。形態が変わっていくということです。

仏壇専門店が仏壇仏具と言うハードだけではなく、仏事についてのアドバイスなどソフトを併せて消費者に提供する商売でしたが、檀那寺がない、法事や法要を行う事を考えない消費者はそのようなアドバイスが必要ありません。だから専門店で買う理由もなく、仏壇は買ってきて箱をあげたら飾り方の説明書が入っていてそれでOKのような事が起こります。さらに大きな仏壇は運搬も大変でしたが、小型化が進み、宅配便で翌日に自宅まで届く時代になると近隣の専門店で買う必要性は更に失われていきます。

社会の構造や環境の変化が業界の低迷を招いているのです。この構造を変える事は私たちに不可能ですが、業界の規模縮小と一企業一店舗の売上や利益の低迷とは必ずしも相関関係があるものではありません。そんな中

で、1つの企業・店・私達が取り組むべき課題は、新しい調達先をみつける、在庫の縮小、ポップを変える、広告を出す等たくさんあります。これらの可能性を一回書き出して可能性がある事、出来る事出来ない事を分ける、出来る事な事には挑戦する。例えば、見直しをひとつを見直すことからはじめる。見直しは業界用語などを入れがちですが、消費者には不親切です。業界用語があるなら、その説明と一緒に教えてあげなくてはなりません。

このように、常に何かを変えていく、日々の改善活動が大事です。

これからの時代に必要な考え方を2点指摘したいと思います。

一点目、現在は情報丸見え社会。インターネットで個人でも情報発信ができる時代では、ごまかしは通用しません。隠す、ごまかすことは消費者が不信感を抱きます。正直さが共感を生み、企業としての生存を許されるのです。

次に、私たちは仏壇の場合は木でできた箱を売っているのではなく、消費者は、手を合わせることによって向こう側の人との会話をしたり、その思いを共有する家族の絆を確かめ合ったりしているのです。これらの手伝いをする、繋がりを提供するという意識を持たなくては、私たちはいつともモノの安売り競争に巻き込まれてしまいます。

以上、視点を変えれば意識が変わり、意識が変われば接客自体が変わってきます。日々現実には厳しい要求を突きつけてきますが、そのような意識を持ち続けることが、消費者から支持を受けるお店になるためにも必要な考え方だと思っています。



株式会社 TENPACHI  
代表  
福満 ヒロユキ氏

### プレスリリースのやり方

日本人の日本酒離れが進んでいて海外のバイヤーに売ろうとしたところ、反応が悪かったわけでは無いのに売上には結びつきませんでした。そこで、日本酒というより酒蔵のストーリーに着目したプレゼンを流したところたくさんの方が来てくれ、外国人の評判もよかったです。

新潟県のある酒蔵さんは、名米「亀の尾」でお酒を作りたいと思いましたが戦後に亀の尾は残っていませんでした。

しかしある日掃除をしていたら、「亀の尾」の種籾が奇跡的に出てきたのです。

さっそく植えようと近所にお願いしに行きますが、無農薬は無理だと断られてしまいます。そこで少しでも農薬の少ない酒蔵の裏山を自分で耕したところ、近所の農家の人達が手伝ってくれてなんとかお酒が造れました。

そして新潟信越地震、この酒蔵も例外ではありませんでした。

倉は土砂で飲み込まれてしまい明日出荷の酒もすべて飲み込まれてしまいました。

社長は「倉はこんな状態で酒造りの状態ではないから家に帰ってください。倉はこのまま死んでしまうかもしれないがみなさんは死

なないで生きてください。」と言って従業員を帰しました。

ところが少し落ち着いてくると、全従業員が戻ってきてくれました。また泥を被っていた酒を洗い、社長は小売店を自ら廻りました。今ではこの蔵のお酒、申し込んでから7年待ち、最近ではインターネットで抽選が行われるほどの人気です。

「生きてください、死ななくてください」そう社員に言う社長が一生懸命造っているお酒。こういう話をすると人に言いふらしたくなりますよね。商品やサービスの表面的な部分だけではなく、「誰がどういう想いでつくり、受け継いでいるのか。」

なので、記者にも言いふらしたくなる話、伝えてほしい話をします。適正価格や味などは人に伝わりづらいですがストーリー（先代や自分がしてきたこと、その思い入れなど）は人から人に伝わりやすいのです。

記者の情報収集はプレスリリースが一番です。2000〜3000枚置かれているリリースを1枚5秒で目を通していきます。5秒で捨てるか残すかが決まるのです。

### 【リリース3原則】

**新規性**…これとこれを組み合わせるなどして新規性を生み出します。

**社会貢献度**…こんなのがあってありがたい、便利…という生活者の笑顔。

**経済効果**…この製品、サービスを導入することにより〇〇円が〇〇円になって市場がこのくらい拡大しますというのを伝えま

す。思い込みでもかまいません。

### 【記者の目】「飛び込んでゆく」原稿の書き方

相手にとってわかりやすい原稿。相手の言語に合わせることが「コミュニケーションの原則」。

### 【書き方のコツ】

**5W5H**…5W（何が・いつ・誰が・どこで・何故） 5H（どのように・数量・価格・期間・将来性）

文章を書く前にこれらの横に書けるものだけ単語で書きだしてみよう。

**結転結**…結で5W4Hまで出し、転にはストーリー・想い・伝えたい事を書き、最後の結に将来性を書きます。

### リリース原稿のレイアウト

〇年〇月〇日  
〇〇新聞〇〇支局〇〇部〇〇記者様

---

http://〇〇.com 会社名  
住所 TEL/FAX  
E-mail  
担当：〇〇(フリガナ)

HPにもリリース内容を書き込んでおく相手にも安心感を与え、取材までもスムーズになります。

PR手帳（社日本パブリックリレーションズ協会）を活用することやリリースを流す時間もタイミングを考える。

※著書に「メディアを動かすプレスリリースはこうつくる」(同文館出版)がある。

●株式会社 TENPACHI  
http://www.tenpachi.co.jp/

# 「潜在意識を活用して、あなたの可能性の扉を開こう」



経営コンサルタント  
株式会社サビエンスマネジメント  
代表取締役 中井隆栄氏

## 幸せな成功者とは

「幸せな成功」を構成する10分野にわけ、検討することが大切です。成功する人ほど自分の成功の定義が明確です。10種類のカテゴリーに細分化して理想の状態を書き出してみましよう。



- ①仕事について  
あなたはどんなビジネスで、どのような成功を収めたいですか？
- ②お金について  
あなたの年収をいくらにしたいですか？資産はいくら位持ちたいですか？
- ③モノについて  
あなたはどんな家に住みたいですか？どんな車に乗りたいですか？何でも手に入るとしたら、欲しいモノはなんですか？
- ④体験について  
あなたはどんな体験をしてみたいですか？どこにでも行けるとしたら、旅行してみたいところはありますか？
- ⑤知性について  
あなたはどんな知性を磨きたいですか？新しく勉強してみたいことはありますか？

## ⑥人間関係について

あなたは家族、友人、職場の人など、どのように円滑な人間関係を築きたいですか？

## ⑦時間について

あなたは自由な時間が手に入ったら、何をして過ごしますか？

## ⑧愛について

あなたはどんな素敵なパートナーと人生を共に過ごしますか？どのような幸せな家庭を築きますか？

## ⑨健康について

あなたの思う健康とはどのような状態ですか？スポーツやトレーニングはしていますか？

## ⑩自己実現について

あなたが最高に成功した自分をイメージしてみてください。そこにはどんな姿のあなたが見えますか？

人生全般の成功を収めるにはこのように理想の状態を書き出し、バランス良く満たされていることが必要です。

## 潜在意識の活用と言葉の使い方

今、脳科学は発展してきました。脳科学と心理学をビジネスにどう生かしていくかが大切です。人間の脳でメモリーがいっぱいになるとフリーズしてしまいます。まず言葉に置き換えて整理してアウトプットすると記憶に残ります。脳の中の海馬というところで記憶されます。記憶するには言葉の整理をすることが必要です。

とです。

たとえば、友人と映画を観に行った後、映画について話をお互いに行くと記憶に残りやすい。一方DVDを借りてきて一人で見る。比較すると前者のほうが記憶に残ります。このような事を応用することがビジネスの世界でも役立ちます。

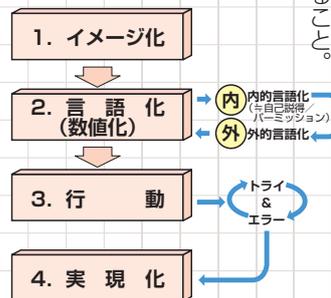
脳科学では短期記憶を顕在意識といい、長期記憶を潜在意識といいます。

短期の記憶は言葉の世界です。長期記憶はイメージの世界です。我々は両方訓練することが大切です。思考を上げビジネスの現実化に役立ちます。現実化させるには意識を変えることが大切です。特に経営者は本人が成功のイメージを数字に置き換え、明確にすることが大切です。そうすることが納得できるビジネスプランを作ることが出来ます。

## 夢・願望実現の4ステップ

- ①イメージ化する  
まず第一にイメージを思い描くことが大切です。イメージを思い描くトレーニングをする。
- ②言語化する  
次にイメージを言葉に置き換える。まずつぶやき(内的言語化)から言葉・数値化(外的言語化)を書き出すことをする。整理してまとめること。
- ③行動する  
まとめた事を実行する。トライ&エラーを

しつづけて精度を上げていく。始めからうまくいくことはない。テストをしながらいかにリスクをおさえるか？情報を集めてチャレンジすること。



## ビジネス7つの問題点、解決策

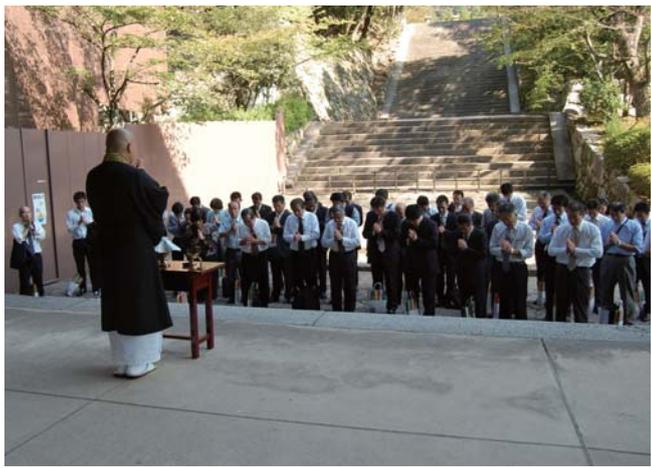
- ①ビジネスの知識・技術・経験が不足している  
↓自分に足りない事をもっと勉強・経験を積み。
  - ②ビジネスプランがつかれない  
↓言語化(言葉にする)・数値化(数字に置き換える)をする。
  - ③USP(ユニーク・セリング・プロポジション)が不明確  
↓独自性を売り込む。□□に載せる一言で言える言葉を作る。
  - ④お金の本質を理解していない  
↓お金は道具。決済機能、蓄財機能、投資機能を理解する。
  - ⑤お金に対してトラウマがある  
↓お金に対しての思い込みをなくす。
  - ⑥脳の仕組みを理解していない  
↓脳の潜在意識を理解する。
  - ⑦心のサイフが小さい  
↓自分の価値を認め、心のサイフを大きくする。
- 「正しい方法を「正しい順番」で継続する」と、ビジネスはうまくいきます。

# 知恩院参拝

法然上人800年大遠忌が営まれる浄土宗総本山知恩院に参拝し、50年に一度の機会を得ました。京都の東山区に在る念仏のふるさと知恩院は鎌倉時代に法然上人が住まわれ、念仏の教えを説かれた所です。徳川家康、秀忠、家光公によって現在の寺域が形づくられました。全国に7千の寺院と6百万人の檀信徒を擁する浄土宗本山です。

念仏の元祖 法然上人は、1133年に岡山県久米郡に生まれました。「恨み、報復のない、全ての人が救われる仏の道を求めよ」という父の遺言に従い、15歳のとき比叡山に登り仏道修行に励まれました。そして阿弥陀仏のご本願を見出します。それは「南無阿弥陀仏」と唱えることによってすべての人が救われる専修念仏の道でした。上人は、1212年80歳で亡くなりました。

三門下にて灌頂十念



「宗教工芸社撮影」

## ◎三門 (国宝)

高さ24M幅50M、木造の門としては世界最大級の門です。徳川秀忠公によって建てられました。「華頂山」と言う山号額が掲げられ、楼上にはお釈迦様や羅漢様をおまつりしています。一同お祈りをしてから参拝をいたしました。

## ◎経蔵 (重要文化財)

御影堂の南東に建っている経蔵は三門と同じ元和7年(1621年)に建てられました。唐様と和様を取り入れた造形美で、内部は鮮やかな色彩です。將軍秀忠公によって納められた輪蔵を一回転させれば、大蔵経を読誦するのと同じ効徳を積むことが出来るといわれています。

## ◎御影堂 (国宝)

元祖法然上人の御影(みえい)をまつることから、御影堂(みえいどう)の名を持ち、総本山知恩院の中心をなすお堂です。奥行き35M、間口45M、周囲に幅3Mの大外縁をめぐるというスケールの大きさは圧巻。寛永16年(1639年)徳川家光公によって再建されました。

## ◎大鐘楼 (重要文化財)

高さ3.3M、口径2.8M、重さ約70トンの大鐘楼は京都方広寺、奈良東大寺と並ぶ大鐘です。寛永13年(1636年)知恩院第32世雄誉豊巖上人のとき製造されたものです。この大鐘が鳴らされるのは法然上人の御忌大会(4月)と大晦日の除夜の鐘のときです。

三門にて一同



「宗教工芸社撮影」

知恩院 (三門)

知恩院 (大鐘楼)



## 事務局からのお知らせ

### 1. 当面のスケジュール

- 平成24年2月22日(水) (会場未定) 研修会
- 平成24年5月22日(火) 第25回総会 (高知県)  
講師 辰巳琢郎氏予定

### 2. 組合員数 平成23年11月2日現在 378名

- 新規加入者 平成23年6月8日以降
- ①(株)セレモニ一宝典 荒井 一夫 様 (7月5日)
- ②(株)しんこう 石川 カ 様 (10月20日)
- ③高山商事(株) 高山 正浩 様 (11月2日)

### 3. 組合関係者の訃報 (平成23年6月6日~平成23年11月18日)

- (九州沖縄地区)  
(株)お仏壇の千寿 (東 照夫様) 社長ご尊父 7月23日 82歳

(中国地区)

(株)三村松 (三村ハナヨ様) 社長ご母堂 10月7日 93歳

(北海道東北地区)

(株)ごんきや (佐藤仁治郎様) 会長 11月16日 87歳

(東海地区)

(株)吉田仏壇店 (吉田 政弘様) 社長 11月18日 72歳

### 4. その他連絡事項

注文受付中です!!

(注文される方は事務局までご連絡下さい)

- ・仏壇・仏具ガイダンス 組合価格 ¥7,500(税込)
- ・お仏壇の日の幟追加注文 1枚 ¥800(税込)