

# ぜんしゅうきょう

2014  
12月  
December

通巻78号

## 平成26年度全国研修会を京都で開催!!

平成26年10月1日(水)・2日(木)、京都のメルパルクKYOTOにて全国研修会が開催されました。参加者は72名。1日目は4名の講師による講演会、2日目は3名の講師による講演会とパネルディスカッションが行われました。

司会は株式会社吉田治市商店の吉田光宏氏。小堀賢一理事長の開会挨拶の後、全国研修会は幕を開けました。一日目は六時間、二日目は四時間、合計十時間という研修内容でした。

### 小堀理事長挨拶



小堀賢一理事長

本日はご参集いただきまことにありがとうございます。ございます。何年か継続してこの研修会に参加しておられる方はもしかしてお気づきかも知れませんが、当初は例えば唐木仏壇の材質の説明とかが多々ありました。今はお仏壇のハード面でのテーマは無くなったわけです。今回のカリキュラムは皆様にはバラバラに見えているかも知れませんが、綿密に検討されて組み立てられたものです。今お店ではハードを表に出して販売するのではなく、お仏壇の意味、お仏壇の果たす役割、そういった所から確認しようというところから



司会の吉田光宏氏

ターゲットしているわけですから。そういったお仏壇の役割という

ものが日本人にきちっと伝わっているのか、もう一度見直してまとめて情報発信しようということです。研修会の締めくくりにもお時間を頂戴して説明させていただきましたが、全体としての流れがハードからソフトへ移行しているということをし、頭の片隅に置いて受講していただければ幸いです。どうぞ宜しくお願いいたします。

### 【目次】

|    |                                               |
|----|-----------------------------------------------|
| P1 | 小堀理事長挨拶                                       |
| P2 | 《ご講演》                                         |
| P3 | 吉田隆太氏・山崎正人氏                                   |
| P4 | 大谷徹英氏・久米信行氏                                   |
| P5 | 《ご講演》八木隆裕氏・辻徹氏                                |
| P6 | パネルディスカッション<br>《ご講演》モニカ・シュリンプ氏                |
| P7 | 統括講義                                          |
| P8 | 仏事コーディネーター試験合格者一覧<br>正常化委員会からのお知らせ、事務局からのお知らせ |

## 全日本宗教用具協同組合 平成26年度全国研修会



参加者のみなさん

お店や商品を魅力化する「ブランド新創造」

## 情報過多時代の伝え方

株式会社ミスター・エム取締役  
吉田 隆太氏



吉田 隆太氏

株式会社ミスター・エム取締役  
マーケティング人材育成コンサルタント、  
中小企業診断士、米国サンダーバードア  
メリカ国際経営大学院MBA

今日伝えたいことは大きく分けて三つあります。一つ目は「ブランドやブランディングとは何か?」です。横文字で難しい概念に聞こえるかも知れませんが、なるべく分かりやすくお伝えしていきたいと思います。

二つ目が「ブランドを創る上での想いの大切さ」です。みなさんが普段提供する商品やサービスの意義や価値というものがどこにあるのか、みなさん自身の想いがどこにあるのかということを考えてみたいと思います。

そして三つ目は「3ステップマーケティングに基づいたブランド新創造マーケティング」です。マーケティングやブランディングの本質は、業種に関らず大きく変わりません。事例を交えてお伝えしていきたいと思います。

最初に、私の事業の想いや使命は「会社や商品のブランド創りと、その実践の場を通して人創りに貢献すること」です。その「人創り」を一言で言いますと、想いを持って、戦略を描き、成果を出せる人を創ることです。一年ぐらいで人は考える力が付いて変わってきます。また私たちのビジョンですが、「世界から日本の中小企業はマーケティングに強いと言われる時代を創りたい」と考えております。

さて、まず「ブランドとは何か?」ですが、ある人は「志」と言ったり、ある人は「お客様との約束」

と言ったりしていますが、私たちの定義づけは「顧客にとって価値が高いと感じてもらえるもの」ということです。従ってブランディングとは「顧客にとってより価値が高いと感じてもらえる活動」ということになります。よって、ブランド新創造を行うマーケティングの定義とは「より価値が高いと感じてもらい、その価値を届ける活動」です。ではどうしたらそう感じてもらえるかと言うと、第一にどんな想いでやっているのかというところがお客様に伝わっているかどうか、それがお客様の心を大きく動かします。

ここで動画を見ていただきます(略)。  
サイモンシネック氏の「ゴールデンサークル理論」です。それは三つからなり、まず「Why」とは「信念」「理念」「ビジョン」「使命」、なぜその事業をやるのかということ。二つ目の「How」は「戦略」「ノウハウ」「テクニク」で、どのように行かれます。三つ目の「What」は「何を」「物」やサービスのことで。この理論で一番大事なことは「Why」から始めることです。

さて、「3ステップマーケティング」はこのうちの「How」の部分にあたります。ここからは、「3ステップマーケティング」についてお話しします。まず第一に重要なことは「差別化」です。競合とどう違うのか、またターゲットが明確であり、顧客のニーズに合っているかどうかということ。二つ目は「表現の魅力化」です。差別化や想いをどのように魅力的に伝えていくかです。三つ目が「集客の効率化」です。ファン創りにつながるステップをどう構築していくかとなります。そして、この三つは「差別化」から優先順位が高く、また、それぞれが掛け算になって顧客に良い価値が届くのです。

ここでお店づくりの事例をお話します。サウナのブランドリニューアルです。差別化から見直し

てお店のシヨップコンセプトを整理し、明文化していただく「一番大事な仕事でした」。

まず「ターゲットの整理」です。既存顧客を大事にしたいということで大きくは変えませんでした。次は「ニーズ」です。重要なことはただ単にサウナというハードを提供すればよい場所ではなくて、お客様は色々な思いを持って来店していることを理解することが大切です。「競合分析」では、立地上、直接の競合はありませんが、都内のサウナなどをベンチマーク企業として研究しました。次は「シヨップコンセプト」の作成です。「お客様のサードプレス」「日本一癒すサウナ」としました。これを明文化し社員に浸透させます。そのことが「作業」を「仕事」に変えます。次に、「シヨップコンセプト」を魅力的にどう表現していくか、これが「魅力化」です。施設の内装は、羽田空港のラウンジを参考にしました。またシヨップコンセプトからネーミングを考えましたが、今までにない業態をイメージして、ネーミ

高齡化社会、仏壇は家族の思い出のコアになる

## 認知症患者とお仏壇のお話

スタジオタイ代表  
山崎 正人氏



山崎 正人氏

スタジオタイ代表  
インダストリアルデザイナー、認知症介護  
研究、東海大学デザイン学課程、社会福  
祉学科、医療技術短大非常勤講師

今日のキーワードとしては「超高齡社会」「認知症患者」「介護家族」「お仏壇」ということを衷心にお話します。

母が認知症になり十三年間介護しました。最初のスライドは、我家の仏壇でお位牌はなく時計が置かれています。不思議な光景ですが意味

ングを「サウナバー」としました。ロゴマーク、パンフレットも作り変えました。最後の「集客の効率化」では、既存顧客を意識したイベントを企画してプレスリリースを配信し、メディアで紹介されるようにパブリシティを行いました。今後は、体制ができたなら新規顧客の獲得施策を行う予定です。(その後、ワークシヨップを行いました。ワークシートが配布され、みなさん真剣に書き込みをしていました。また気づきをお隣の同士で五分間共有して頂きました。話を聞くだけでなく話し合うことによって新たな気づきを得てもらいたいとのことからです。)

最後に動画を見て頂きます。昔読んだことがあるかも知れませんが「チーズはどこへ消えた?」という本の動画です。変化への対応や挑戦することの重要性を理解して頂くためのものです。本日の私の講演が皆様のブランド新創造のきっかけになればと願っています。どうか一つでも実践して頂きたいと思います。

のあることなので後ほど解説します。

私の仕事は工業デザイナーです。工業デザインの対象は大量生産をする道具で家電製品や雑貨、列車などもあります。社会が複雑になった今日では身の周りの問題を発見しデザインの領域で解決することが大きな役割になっています。有名なデザイナーである阪大名誉教授の川崎和男先生は、交通事故から障がい者となり今までにない機能とデザイン性に優れた車いすを、心臓病の入院を機につなぎのない人工心臓を開発して医学博士にまでなりました。また、お父さんのために斬新な仏壇も提案しました。この仏壇では、先の時代のことを見て世の中に問いかけをしています。そこから仏壇のことを見直したり家族

の絆を考えました。

我が家では、実母が認知症になりました。母も辛い。家族の生活にも影響が出ました。これらをデザインで解決できないものか、主治医の協力もあり在宅の介護環境を整える工夫がはじまったのです。この工夫は効果を分析し認知症ケア学会で発表し高い評価を頂きました。現在は母の看取りを終え家族介護の支援や当事者の生活を支える機器開発、現場でのケアも行っています。

日本の現状は超高齢社会、現在六十五歳以上が二十五%、認知症の人は軽い人なども含めて四四〇万人。二〇二五年には四八〇万人になると言われていて社会問題になっています。イギリスでは国策で、認知症の問題に取り組んでいます。日本では厚労省が「オレンジプラン」を提唱しいろいろな取り組みが進んでいますが、独居の認知症患者や介護者不足の問題が山積しています。

認知症の母の毎朝の日課はお仏壇の世話でした。冒頭のスライドは、母の症状が中度期のことです。お位牌は大切だから包んで身近な場所に保管、時計はなくなると困るので大切な仏壇に入れるという意味でした。健康者とは異なりますが仏壇は母にとって大切な場所でした。安全な日課を考慮して直火から電池式の口ウソクに買い替えましたが、樹脂の炎は偽物であるとコンロ口で火をつけ溶かしてしまいました。高齢になった時点で電池式の口ウソクに慣れておく必要があったのです。また、墓参りにいつ行ったかという心配では、その質問の繰り返しに対して墓参りの写真と行った月日で構成した表示物を作成することで不安が軽減できました。

介護施設の入居者では、初詣のイベントで簡易神社を作り参拝するところがあります。トイレの場所に迷い人目のない廊下で排尿してしまつ対処では、小さな鳥居を置くことで施設の衛生が保てた例もあります。認知症になつても

仏様神様の存在は認識されており心のよりどころになつていくのです。施設内でお仏様に手を合わせたいという方もたくさんいます。最近では、法事に行けない祖父母に、携帯端末でお経を上げる様子を撮ってリアルタイムで見せてあげているお孫さんなどもあります。学校に行けない子供に教室の授業を捉え携帯端末に送ってくれるオリヒメというロボットが開発されました。特養施設では、歩ける利用者と職員が一緒に買い物に行き、その際にオリヒメも同行させました。施設内で待つ利用者さんは、タブレット端末に映し出されたスーパースターの様子を見ながら会話に参加しながら買い物を楽しみました。この技術を応用すれば、家や施設に居ながら親戚とお墓参りに行けるのではないのでしょうか。

認知症は昔の記憶が比較保たれます。我が家のお仏壇の位置づけは、「窓」です。仏壇という窓を通して母は回想したり、記憶に残るヒトと語りかけをする必要な場所でした。

諸事情で仏壇を施設に持ち込めない利用者はお位牌と写真のみのコーナーに手を合わせています。多くは、この写真の様にカラーボックスに納められています。私は、この場所の大切さを理解しているからこそ、ある方のコーナーをお仏壇風にデザインして差し上げました。また、全国で増加する空き家を、介護施設に改装、皆でそこにあつたお仏壇をお世話する新しい試みもあります。

最後のまとめです。少子高齢化の中で仏壇の継承問題が浮上、長期の介護や入院で高額な費用がかかり葬儀や仏具購入に影響が出ています。今は小さいお仏壇の購入でも、お客様への理解とつながりを持ち続けることで今後スケールアップした仏壇の購入となるのではないのでしょうか。

母の介護体験からお仏壇の大切さを学ばせていただいたいことをお話させていただきました。

## ― 幸せの条件 ― 大谷 徹英氏

薬師寺執事



大谷 徹英氏

薬師寺執事。芝学園高等学校在学中17歳の時、故・高田好胤薬師寺住職に師事、薬師寺の僧侶となる。龍谷大学文学部仏教学科卒業、同大学院修士課程修了。1999年春から全国各地で「心を耕そう」をスローガンに法話行脚。

私は全国の小中高校からお声がかかり、寄附講座に行っています。最近挨拶の出来ない子ども達が増えていっているように思います。何故かという、大人が出来ていないからです。挨拶の元々の意味が分からず、ただ頭を下げるのが挨拶だと思っているのが大きな間違いで、挨拶とは身体を倒した時に一言「出会えて良かった」と心の中でつぶやかなければいけないのです。出合いを喜ばざらざらとした容姿が出来ようになりません。さあ、皆様にご起立いただいて、出会えたことに感謝し、そして「出会えて良かった」と大きな声で挨拶しましょう。

さて、私たちには必ず先祖様がいて自分があります。私たちが死ぬと先祖と呼ばれるようになります。そこから子孫が育っていきます。私たちが生きているのは、ちょうどこの真ん中の一部分だということをしつかり覚えておいていただきたい。駅伝に例えると、今私たちは先祖様から襷をもらって懸命に走っていますが、いつか100%の確率で襷を次の人に渡していかなければなりません。前に走る者がどんな生き方をするかによって次の人の幸せが変わってしまうのです。今、私たちが何故幸せか。私たちの頑張りもありますが、先輩方が頑張ってくれたからなのです。私の師匠の高田好胤はこんな言葉を遺しています。

「親が苦勞して、子が樂をして、また孫が苦勞する」

私たちが今生きている時間を奈良時代では、「中今（なかいま）」と言っていました。昔の先輩は「今」に後があり、先があつたということを知っていたのです。戦後の私たちは「今教育」を受けて来ました。「今さえよければいい」「自分さえよければいい」と言うアメリカ流の自我教育です。先の先輩とどう付き合うか。

法然上人は「敬上慈下（けいじょうじげ）」と言う言葉を残されています。日本の文化がだめになったのは、年上の方への敬いが無くなり、学校でも家庭でもフレンドリーが正しいと思つている。そして年下の人には慈を持って接するように生きていかなければいけないと言う思いが無くなっているからです。

今日皆様方と勉強するのは、この真ん中「中今」をどう生きて行くかということです。今「墓終い」をする人が多くなっています。私はお墓やお仏壇を無くしてはいけなと言っています。命は自分だけのものではありません。奈良には日本を代表するお寺が幾つもありますが、中でも有名なのが東大寺と法隆寺、そして薬師寺。この三つのお寺はお墓を持たずお坊さんは一切葬儀に触れることはありません。亡くなった人は相手にしないのです。心の使い方を勉強するための道場、「心の学校」として建てられたのが薬師寺です。わたしはここに高校二年の時に入学しました。そこで使う教科書のことを「お経」と言います。「経」の字は「けい」とも読み、北極と南極を繋ぐ線のこと。上と下を繋ぐという意味です。そのお経が何を繋いでいるのか。それが「人間関係」なのです。私は人間をずっと見続けて「つだけ知つていることがあります。それは「人間が人様に見せる顔は嘘つき」だということです。皮を一枚剥いたらどんな顔が出て来るか分からない。人間は生まれてから死ぬまで迷いと悩みの動物です。

私たちはずっと迷っている。その迷っている私たちが幸せになれるように導いてくれるガイドブックそれがお経です。呪文なんかではありません。人生の先輩方が、穴に落ちないように壁にぶつからないように親切に説いて下さったのがお経です。それをちゃんとお坊さんが教えないのが残念です。では迷っている私たちがどうすれば悟れるのか。私も修行中に救われた「身心安楽（しんじんあんらく）」。「お薬師様のお経の中にある言葉です。これが幸せのヒントになる言葉です。この四文字の言葉の中にある「安心」は幸せになるための言葉ですが、どうすれば「安心」になれるかが難しい。そこで私は逆に「不安な心」を勉強しました。不安の種は、どこにあるのか。それが「人間関係」ということが分かりました。

お金も健康もみんな人間関係。人間関係が悪いと苦しみになります。では人間関係はどんな時に悪くなるのかと言いますと、私たち一人一人が持っている「価値観」という物差しの目盛りの幅が違うのです。目盛りの幅が近い人とは仲良くもなれるし喧嘩にもなりません。けど、目盛りの幅が遠い人とは仲良くも出来ず喧嘩にもなります。では、どうすれば好き嫌いを超えて人間関係を良くするご縁を築くことができるのか。この縁を受け止めることができるのか。どうすれば、それを誰にでも分かり易い言葉で表すことが出来るのかをずっと考えてきました。それが、「よっぽどの縁」という言葉です。皆さん、世界八十億人の中で家族、友人と呼べる人が何人いますか？ それこそ、「よっぽどの縁」と呼べる人ではないでしょうか。これからは、自分と違う価値観を持っている人と出会うことが多いと思います。その時に、どのように人間関係を良くして過ごしていくのかを、勉強していくことが大事なのではないのでしょうか。

皆様と学びの場をいただきましたことに感謝申し上げます。どれか一つでも幸せの種として育てていただければと思っています。お出合いを心から感謝いたします。ありがとございました。合掌

ネットコミュニケーション時代のアイデンティティーの活かし方

## 「二十一世紀の

## コミュニケーションの本質とは― 久米 信行氏



久米 信行氏  
久米繊維工業株式会社代表取締役会長  
明治大学商学部非常勤講師、東京商工会議所墨田支部副会長、東京商工会議所IT分科会長、墨田区観光協会理事、日本財団CANPANセンター理事

今日はソーシャルメディアを大いに活用し「宗教用具業経営者はメンター（師匠）を目指そう」というお話をさせていただきます。

私のささやかな信仰心は幼少期から二十代までに育まりました。東京の下町に生まれ、大山請や三峰講の世話人や、氏神様の氏子総代を務める祖父と暮らしていたのです。ご近所には、商店や町工場を営む家が多く、どの家にも神棚や仏壇があつて、秋祭りは大いに盛り上がりました。氏神様のボイスカウトにも入団、神拝詞や神道儀礼を覚え、伊勢神宮の五十鈴川で禊して、神道章も授かりました。

残念ながら、地元の小中学校、慶応高校では、宗教教育はほとんど受けませんでした。不眠症で人間の終わりがかり考えるような高校生だったのも、心の支えを見つけれなかったからでしょう。だから大学で哲学や宗教の選択科目を受講して答えを探していました。

そして、ゲーム会社や証券会社で経営者修行をしていた時に、幸いにして多くの出会いがありました。ヨガや瞑想などを試しつつ、聖地巡りをしている時に、生涯の師である、大雄山最乗寺の故余語翠庵老師に教えを受けることができたのです。超能力や悟りにこだわっていた

久米繊維工業株式会社代表取締役会長  
有限会社自在遊求社取締役

エゴの塊だった私に、老師は「いくら坐禅しても超能力も得られない、悟ることもない」「人間の法ではなく天地の法で生きる」「天随」の心根を教えてくださいました。また、日本におけるロボット工学の第一人者、森正弘先生から「まじめでも不まじめでもない非まじめ」「善・無記・悪」など、二元論を超える自在の心を教えていただきました。最先端の科学が、仏教の教えに通じることを知って、大いに驚いたことを覚えていました。

さて本題です。今「日本はもうダメだ！宗教用具経営はますます厳しい」と言われていますが、それってホントでしょうか。確かにこれまでの二十世紀型ルールは通用しない大変な時代に突入しました。だからこそチャンスがある。むしろ宗教用具業のオーナー経営者だからこそできる戦略、楽しめる生き方があると思うのです。日本人が戦後教育の影響で無宗教になりかけたのは事実です。しかし、インターネットの進化で、生活者の意識も変わりました。大企業主体で一方通行のマス社会から、中小企業や個人主体で双方向のソーシャル社会に変わったのです。オンライン神社の「桜神宮ネット」や料理好き個人が主役の「レシビプログ」などが良い例です。

そこで私は二十一世紀型の宗教用具業経営として七つのことを提言します。

- 一、お客様とソーシャルメディア&メルマガで毎日・毎週つながる
- 二、顧客リストの数×情報発信数に売上・利益は正比例する
- 三、提携する寺社参拝と講話ツアーで新規顧客を獲得
- 四、提携寺社の住職・宮司の言葉を再編集し

て発信 五、心安らぐ本や映画から名言を切り出して発信 六、ネットでつながるお客様の言葉を切り出して発信 七、愛される編集長になって毎月店舗でイベントを開催

こうすれば若者たちとネットとリアル両面で心の交流が広がり信仰心も深まるはず。宮司や住職とのご縁を生かして、その心と言葉を若者たちに届けるメンターになれるのです。

私も力不足ながら、明治大学の講義、著書、ネットを通じて、師匠たちから学んだ教えを若者に伝えていきます。新著「ピンで生きなさい」でも、幸せな仕事・人生って何だろうと迷っている若者に、今こそ幸せの尺度を持つて独自の覚悟で生きようと呼びかけています。

ピンで生きる極意は「五つのT.O.D.O.」。

- 一、大きな夢を持とう！一人でも多くに語ろう！
- 二、一〇人の師匠を探そう！
- 三、第三の場所（仲間）を探そう！
- 四、上手なリスクの取り方、失敗の仕方を学ぼう！
- 五、近くにいる人の批判や嫉妬を受け流そう！

私は初面談で必ず「あなたの夢は何ですか？十年後は何をしたいですか？」と質問します。即答できる人は「十年後になりたい自分マップ」に近づける人。仕事場のみならず、寺社仏閣の集まりやNPO活動などで、師匠や仲間を見つけて元気になれば夢も叶います。

これからの二十一世紀をピンで生き抜く仕事人像とは「社畜↓独立自尊↓独創共栄」「理財↓経世済民↓修郷福民」「唯物↓和魂洋才↓和魂和才」。即ち働くように遊ぶ人、遊ぶように働く人が二十一世紀型仕事人です。

ジョン・レノンが名曲イマジンを歌ったように「私を夢想家と君たちは笑うだろうが、夢を見ているのは私ひとりではないのです」。

一緒に、夢を見て新しい未来を創りましょう。今日の素敵なご縁に感謝します。お互いピンで生きながらネットで「独創共栄」しましょう。

伝統工芸の **新**しいかたち

「GO ON」とは…

「伝統工芸」と言われてきたものを受け継ぎ、自分たちの技・素材を国内外の企業・クリエイターに提供し、今までにない新しいものを生み出していく、プロジェクトユニットです。

伝統を継ぐ若者たちの挑戦

プロジェクトユニット **「GO ON」**

開化堂様の茶筒と高台寺金網つじ様の金網製品

## 八木 隆裕 氏

株式会社 開化堂取締役



私の会社はお茶筒を手作りで作っている会社です。百三十年程の歴史があり、現在では世界十五カ国位で売られていて日本での販売も四ヶ月待ち。順風満帆にみえますが、日本の情勢や社会の変化により売上が一気に落ちた時代も度々ありました。BtoBとして物を売っていたときにバブルが崩壊したため、BtoCとして一般のお客様にも売られるようになりました。元々英語の勉強をしていたのでそういった会社に就職しましたが、ある時米国の方がうちのお茶筒を買って行かれるのを目にし、これは面白い商売かもしれない、実家に戻り海外の市場を目指すことになりました。

イギリスやパリのデパートの実演販売もし、パリでは日本的な服装でと言われたので作務衣を着ていたのですが、パリの子も達から忍者と言われ、私が伝えたかったのはこういう日本じゃないなと思い(その時はやはり売上も悪く)、考えた結果、服装を変え、普段のジャケットという出で立ちで売ったところ、売上は戻ってきました。その時に、ちゃんと伝えなくては良い物を作っても物は売

れないと気づきました。パリで開催される世界最高峰のインテリア&デザイン関連見本市メゾン・エ・オブジェに出品を決め、その戦略として考えたのがまず自社の強みとは何か？

- ①シンプルなデザイン
- ②機密性
- ③百何年前と同じものが使われ長く使えるということ

パリでの経験を元に、所謂「日本らしさ」は伝えず、英語の自社パンフレットも極力日本語を排除しました。二年目・三年目に売上を伸ばす戦略を初年度に考え、自社製品の紹介もきっちりやり、取材を受けた際にはお茶筒をプレゼント。メディアの方、バイヤーさんにも名前入りの茶さじをプレゼント等の工夫を凝らしました。そして参加時には必ずメディアの方やバイヤーさんと夕飯をしています。そこでは一切仕事の話はしませんが、今後仕事を一緒にしたいと思わせる関係性をいかに構築するのか、という事を主眼にしています。結果、徐々に受注も増え、五年間で全体の売上の二割を海外で賄うところまでいきました。

毎年、何を伝えたいのか?を微妙に変えながら出展しています。京都も面白くなってきましたので、今後ホームの日本に入ってもらったときにもっと深い部分を伝えて、十年二十年後を考えながらやっていきたいと思っています。

## 辻 徹 氏

高台寺金網つじオーナー



高台寺金網の辻と申します。うちのお店は茶こしや焼き網などの料理道具を作っている会社です。父が創業して私が継いで十二年。卸しをやっていて私の給料も出ない状態でしたので、問題があった卸しをやめて七年前高台寺に自社製品を売るお店を出しました。我が社の焼き網で餅やパンを焼いても美味しいということで、伝統工芸らしくない食パンのCMに出ています。要は我が社の製品を使って美味しい物を食べていただければいいわけです。

六年前商工会議所の事業で我が社の商品をパリに持って行きました。その時は何の受注話も無く、悔しくて泣きたいほどの悪夢の

一週間でした。翌年ミラノに行きました。その時言われたのが一年で結果を出すというのではなく五年十年やらなあかん。簡単に諦めたらいけないということです。それから毎年、経費削減で安いドミトリーなどに泊まりながら海外に出るようになりました。

昨年から全世界行脚を始め、ベトナム・マレーシア・台湾・上海などに行きました。どこに行ってもたくさん取材を受けます。どこも手仕事が減って悩んでいるからです。日本に対する見方・評価が海外では違う。グローバルな商材としてバスケットやカプセルなどを作り、海外でギフトに使ってもらおうと販売を強化しています。

今一番大事にしていることは、海外の人に合わせるということです。これからはもっと日本の文化を発信し、海の向こうの人たちにも楽しんでもらえるよう、価値観を共有できるようにPRして行きます。

# パネル ディスカッション

■株式会社開化堂 取締役 八木隆裕氏  
 ■高台寺金網つじオーナー 辻 徹氏  
 ■NL部 株式会社安田松慶堂 代表取締役社長 安田元慶氏  
 ■NL部 株式会社青銅社 代表取締役社長 石崎萬里氏  
 ◆株式会社吉田治市商店 吉田光宏氏

**司会** さつくばらんいろいろな話を聞いたら  
 と思っていますので宜しくお願いします。

**八木** 会社に入つたのは十五年前。それまでは京  
 都にある免税店のアマタ株式会社に勤いていま  
 した。父親からは職人と商売頭が二ついるしん  
 い商売だからやめとけとも言われましたが、物作  
 りの伝統を引き継ぎたいこともありまして入社  
 しました。

**司会** バブルがはじけた直後くらい？

**八木** はい。自分人くらい食べられるだろうと  
 らいの感覚で。それよりも祖父や父がやっていた  
 物作りを見てきたので、自分もそういうのを  
 ざつとやりた。後を継いでみたいと思いまし  
 た。後を継ぐ事に関して父からは「自分自身の責  
 任として頑張れ」と言われました。

**辻** 私は高校を出てから三年間くらい洋服屋さ  
 んで働きました。それからジャマイカに行つて  
 帰つて来てから家業を継ぎました。そこで自分の  
 目と足で体験したものだけを信じて教えられる  
 知らない国にも行つてその空気を感じることが  
 がこれからのビジネスには必要と思っています。  
 父親を見てこんなに割に合わない仕事はしたく  
 ないと思つて来ましたが、何故か導かれるように  
 この仕事に入りました。今はいい勉強をさせても  
 らっていると思っています。

**安田** 商売のこと仕事のことなど言われたこと  
 は無く、まあ宿命でそうだったと言つた。

**石崎** 静岡の実家の母はクリスチャンなので仏  
 壇はありませんでした。結婚して今の会社に入  
 り十五年くらいになります。

**司会** 「憧れられる職人」ということですが、目  
 的といつてまで達成といふことは？

**八木** ここ二・三年が勝負。子供達や若い人達  
 に、職人の仕事はやりがいがあるし、世間で言わ

れているほど全く不景気なだけじゃない、など職  
 人の現状をちゃんと伝える、意識改革が大事な  
 じゃないかと思っています。

**辻** 教育の中で伝統工芸は時代遅れでもう使わ  
 れない、食へて行けないと教えられていますので  
 暗いイメージになっている。なので僕たちは今の  
 時代に合った見せ方、ビジネスを展開していかな  
 ければと考えています。

**司会** 職人が憧れられる職業になるにはわが仏  
 壇業界が十年後三十年後どうあらねばならない  
 かを伺いたいと思います。

**安田** やはり日本人らしい作法とか想いを発信、  
 アピールして行くことが三十年後五十年後につ  
 ながると思います。

**石崎** 一つは自分の仕事に誇りを持てる業界であ  
 りたいということ。二つ目は便利で自由な時代で  
 はあるけど本質を見失つてはいけないのではない  
 かということ。

**辻** 最初から伝統工芸でなくてはいけないとい  
 うのではなく、使つてみて使い心地がいいからと  
 いうことではないでしょうか。

**八木** 日本の伝統工芸の技術にはものすごい宝  
 が眠っています。お茶筒がたとえ形を変えたとし  
 ても、その基板は残っています。その中で自分の  
 原点を考えながら、伝えていきたいと思っていま  
 す。

**司会** 海外の人はどういふところに日本らしさ  
 を考えているのか？

**八木** 絶妙なところでとめるのが日本人らしさ  
 なのではないでしょうか。

**辻** 昔の日本を美化しても海外では評価しない。  
 日本といふブランドの使い方を間違っているの  
 はないでしょうか。

**司会** 仏壇業界における日本らしさとは？

**安田** 真面目、几帳面、細部に拘る。これらが日  
 本人らしさ。仏壇仏具を通して心の大切さを発  
 信して行きたい。

**石崎** 日本の各産地らしさを形にして行くこと  
 が大切なのではないでしょうか。

**八木** 自分たちで出来ることをきちんと考え、  
 三十人規模の小さい会社で、世界で知られている  
 会社になりたいです。

**司会** 「SUCCESSES (成功)」の語源は「下に  
 続く」。貴重な成功のお話をいただきありがとうございます。  
 ございました。

(了)

## ー日本仏教との出会いー

モニカ シュリンプ 氏 ドイツ テュービンゲン大学日本学科・日本宗教研究科教授



私と日本仏教との出会いについてお話する機会をいただき  
 感謝します。

私は大学に進むに当たって異文化・異言語を習得しようと  
 考え、父に勧められて日本学科を選びました。その後『明治時  
 代における仏教のキリスト教との出会い。一近世、近代の仏教  
 徒がキリスト教の教え・倫理・儀礼や宣教師をどのように捉  
 え、どのような点を批判したのか』の研究でボン大学日本学  
 科で博士号を取得。日独の大学の研究員などを経て、現在は  
 テュービンゲン大学日本学科教授を務めています。

私の宗教的背景を申し上げますと、幼少期よりキリスト教  
 の教えを深く信仰していました。しかし、十代以降キリスト教  
 は信仰というよりも文化的背景として大切な要素になって行  
 きました。学校教育、日々の生活、休日や祝日などに現れるキ  
 リスト教の文化的影響です。

近世や近代における仏教とキリスト教との出会い、特に仏  
 教のキリスト教への批判を研究した結果、日本の仏教は何よ  
 りもまず理性的で哲学的な教えであり、個人ののための宗教と  
 いうよりは政治的共同体の宗教として機能していたのではな  
 いかと感じました。

現代仏教の研究を進め、日本仏教の別の側面も見えてきま  
 した。日本の寺院における宗教実践は日常生活の様々な不安  
 に対応しています。たとえばお守りは健康や職業の成功など、

お札は家内安全、絵馬は仏や菩薩に願いが叶えられたことへ  
 の感謝という具合です。お参りに来る人々は僧侶の法話、座禅  
 会、阿字観などを通して、落ち着き、エネルギーが与えられる  
 という功德を期待しています。その他、水子供養は女性たちの  
 心理的苦しみを和らげるだけではなく死者と生者との絆を強  
 める役割も持っています。

ある在家仏教団の「家庭集會」は、信者たちが抱える困難  
 な状況に対して、援助・連帯・道徳的導きなどの役割を果たし  
 ています。日本仏教は個人の悩みに耳を傾け、困難な状況に対  
 処するための儀礼的及びコミュニケーションの方法を提供す  
 る宗教であるとも考えられます。

葬送儀礼・追悼儀礼や仏壇前での日常的な実践は、死者と生  
 者の親しい関係を表しています。この関係は、一つに死者が生  
 者たちの世界に統合され、親族の日常生活にその後も参加し  
 続けることです。もう一つは、先祖と親族の関係は相互依存関  
 係にあり、死者と生者はお互いに助け合い、共同体を形成して  
 いるということが大きな特徴だと理解しました。

最後に日本のお仏壇の美しさには目を見張りました。これ  
 からも日本仏教の研究をして行きたいと思います。

## 統轄講義

# 『仏壇』の持つ意味とは？ ～今回の研修をいかに活かすか？

小堀賢一理事長

モニカ・シュリンプさんのお話をお聞きし、ドイツでは教会が政府の管理下にあって、定率の教会税があることには驚くばかりです。日本では憲法問題になってしまっていますが、このことがドイツでの教会離れになっているということでした。

さて「宗教用具の役割」ですが、たとえばお仏壇には日本人の日常生活を律する働きがあると言えます。さりげなく日常生活の規範がつくられ、そのことが礼節や倫理観に繋がるのでしょうか。家庭や学校で多くの事件が起こっていますが、もしもお仏壇があったらと思わざるを得ません。今の日本人には“玉”と言えるものがありません。最後に頼る所、命がけで守るものが必要です。お仏壇がその一役を担うこともできる筈です。

次に宗教用具業界の役割ですが、お仏壇が日常生活を律するといっても、それは形や仕草から始まります。それを引き出すのが莊嚴です。自然界の生き物を浄土世界にふさわしい形に作り直したからこそ、さりげなく合掌や礼拝、挨拶という姿が生まれるのでしょうか。こんなところにも宗教用具業界の役割があるのではないのでしょうか。



次に、今取り組んでいることについてですが、国際化時代ということで、誰もが容易に国際交流ができるようになりました。しかし、日常生活の国際比較には目が届いていません。日本の家庭にお仏壇があることは我々にとっては当たり前かも知れませんが、世界を見渡すと、これは特異なことです。家庭内に立派な礼拝場所があって、時には僧侶が来てくれ、家族や親族縁者が一堂に会する、こういった習慣は海外には少ないことです。きっと驚かれることでしょう。日本人に対する評価の鍵がここにあるのかもしれない。海外の方のその驚きによって日本人にその大切さに気付いてほしいものです。

今年度は広報委員会でのこのことに取り組みははじめました。今年度中にはご覧になって頂ける予定ですのでご期待ください。

この後質問コーナーがあり、全国研修会の全行程が終了しました。



## 正常化委員会からのお知らせ

## 不当景品類及び不当表示防止法(以下景品表示法)の一部改正

本年12月1日施行の改正景品表示法(本年6月に成立した改正法(平成26年法律第71号))につきまして、お知らせをいたします。

改正のポイントは、次のようになります。

- ①事業者の表示管理体制の強化
- ②行政の監視指導体制の強化—権限の委任等—  
都道府県に措置命令権が付与される。
- ③違反事案に対する課徴金制度  
施行日は未定であるが、遅くとも2016年5月までには施行。

詳細については、

消費者庁ホームページ

<http://www.caa.go.jp/representation/keihyo/guidelines.html>

こちらから改正景品表示法に関する各種資料を、ご覧いただくことができます。

## おめでとうございます

## 平成26年度仏事コーディネーター試験合格者一覧

### ■東京会場合格者(47名)

本間 勝彦 (株)ふくば  
羽田 雄司 (株)ふくば  
高嶋 恵子 (株)JA東京中央モリセーター  
菅野 靖 (有)小柳仏壇店  
佐藤 正彦 (有)藤澤仏壇店  
遠藤 善浩 (株)一休さん大黒堂  
大和田みち子 (株)一休さん大黒堂  
長谷川由香 (株)一休さん大黒堂  
佐々木絵理 (株)一休さん大黒堂  
新川 信男 (株)一休さん大黒堂  
小林 健一 (株)門井佛具店  
種村 誠 (株)門井佛具店  
安藤菜々子 (株)保志  
石川 奈穂 (株)保志  
浜本 裕子 (株)保志  
安藤 康平 (株)保志

### ■大阪会場合格者(46名)

田中 祐大 (有)田中仏光堂  
神谷 勝隆 (有)田中仏光堂  
重松 誠吾 (有)田中仏光堂  
平井 美枝 (株)中原三法堂  
山下 健一 (株)中原三法堂  
梶原 功平 (株)中原三法堂  
南 さえ子 (株)中原三法堂  
鈴木 理英 (株)中原三法堂  
義積由香里 (株)森田石材店  
眞下 尚利 (株)森田石材店  
加藤 健二 (株)仙台屋  
定本 由美 (株)中原三法堂  
浅田 知枝 (株)中原三法堂  
古市 公彦 (株)中原三法堂  
岡林 優介 (株)岡林  
藤田 祐子 (有)新町仏具印判店

鈴木 和義 (株)保志  
岩橋 亜希 (株)保志  
三浦 夏実 (株)保志  
石塚 翔子 (株)保志  
宇内 優子 (株)保志  
森 大貴 (株)保志  
飯山 輝一 (株)滝田商店  
増田 孝之 (株)太田屋  
池田 和生 (株)太田屋  
戸張 友貴 (株)JA東京中央モリセーター  
中村 俊作 (有)中村極楽堂  
海野 明美 (株)お佛壇のやまぎ  
宮脇香代子 (株)お佛壇のやまぎ  
酒井真由美 (株)お佛壇のやまぎ  
柴戸 祐子 (株)お佛壇のやまぎ  
高妻美恵子 (株)太田屋

小山 啓介 (株)太田屋  
西入 誠治 (株)太田屋  
五十嵐尚寛 (有)五十嵐仏壇店  
吉田 智美 (株)武蔵屋  
長濱 公久 (株)安田松慶堂  
竹田 祐介 (株)福宝  
星野 邦典 (株)福宝  
佐野 正克 (株)吉蓮堂  
佐藤 茂 (株)吉蓮堂  
中山 靖典 (株)吉蓮堂  
中野 勇貴 (株)吉蓮堂  
小嶋 恭子 (株)小嶋源五郎本店  
伊藤 央康 (株)伊藤佛具店  
古川 良枝 (株)日本宗教用具  
望月 和弘 (株)法月

小川 善子 (株)山田念珠堂  
尾島 恵子 (株)山田念珠堂  
木口 義浩 (株)中原三法堂  
平野 孝明 (株)大黒屋仏壇店  
金刺 知則 (株)大黒屋仏壇店  
西尾 悠 (株)大黒屋仏壇店  
宮崎 光臣 (株)大黒屋仏壇店  
高木 光典 (株)大黒屋仏壇店  
持元 直子 (株)永栄屋  
狩野 有美 (株)永栄屋  
河村 春樹 (株)永栄屋  
居原田さやか (株)永栄屋  
竹田 太 (株)伊藤佛具店  
杉山 侑司 (株)伊藤佛具店  
伊藤 義孝 (株)伊藤佛具店  
鷺北 洋司 (株)大越仏壇

竹内 彩 宝樹  
乗松 弓香 (有)丸金横江仏具店  
永地 徹 (株)中原三法堂  
境垣内 護 (株)中原三法堂  
西村 國男 (株)永田屋  
吉田 拓也 (株)ひょうま  
岩切 香子 (株)永田屋  
福成 悦子 (大坂仏壇佛具センター) 越前屋  
濱西 隼 (大坂仏壇佛具センター) 越前屋  
中野 郁子 (大坂仏壇佛具センター) 越前屋  
横山 亮徳 (大坂仏壇佛具センター) 越前屋  
宮本佐和恵 (株)ぶつだんのもり  
浦森 秀和 (株)ぶつだんのもり  
河村 慎也 (有)お佛壇の創館館 浜崎酒販(株)

## 事務局からのお知らせ

### 1. 当面のスケジュール

平成27年2月24日(火) 役員会・全国研修会(東京 神田エッセム)

平成27年5月19日(火) 第28回 通常総会

(ANAクラウンプラザホテル神戸)

### 2. 組合員数(平成26年12月1日現在 369名)

《新規加入者》平成26年7月20日以降

宝 樹 竹内 彩様(9月10日)

(株)伊藤佛具店 伊藤央康様(9月22日)

### 3. 組合関係者の訃報(平成26年6月21日～26年12月5日)

#### 【北越地区】

(株)山文商会 代表取締役会長 山本文夫様 6月30日 81歳

#### 【関東甲信地区】

(株)安田松慶堂

代表取締役会長 安田松慶様ご令室 安田道子様 7月22日 73歳

(株)淨邦堂 代表取締役社長 辻博明様ご母堂 辻 久子様 8月13日 80歳

#### 【東海地区】

澤徳佛壇(株)

代表取締役 澤忠知様ご母堂 澤 秋子様 9月30日 90歳

(資)児玉仏具店

代表社員 児玉武司様ご母堂 児玉容子様 10月25日 82歳