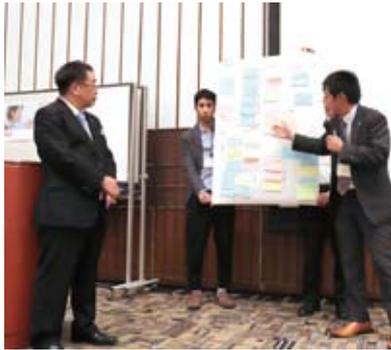


ぜんしゅうきょう

2018
12月
December

通巻89号



声をお聞きしますが、いざ自社に帰って現実と向き合うと研修の内容をなかなか活かすことができない、どうしたらいいのだろうか?という声も一方で聞こえてきました。そこで今回は、販売や営業の現場で行動に落とし込むための手法をご紹介いたします。相対する意見の人と、それぞれの問題点をどう改善できるのか、この業界が避けて通ってきたテーマをあえて取り上げました。活発な意見を出し合い実践に活用していただけたらと思います。



司会の吉田光宏氏

京都研修会を
墓田吉昭先生に
お願いして今年
で4回目になり
ます。
毎回素晴らし
い講演で好評の

吉田総務委員長より

平成30年10月3日(水)・4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86名。今回のメインテーマは「INORRのワークショップ:課題認識から具体的なアクションへ」。昨年よりさらに進化し、ディベート形式の思考を取り入れたワークショップ。現状の強みと、弱みを考え、解決策を導き出すところまでを実際に体験しました。

平成30年度全国研修会を京都で開催!!



【目次】	
P1	全国研修会開催 受講者アンケート
P2	[基調講演] ひきたよしあき氏
P3	模擬ディベート
P4~P5	ワークショップ
P6	[ご講演] 松島靖朗氏
P7	[総括講演] ひきたよしあき氏 [総評] 池田典明理事長
P8	西日本豪雨災害支援ボランティア報告 仏事コーディネーター試験結果報告 事務局からのお知らせ

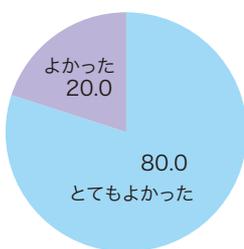
受講者アンケートから

今回の研修会は学んだことを具体的なアクションに移すことに重点を置いたカリキュラムになりました。皆様のアンケートより抜粋してご紹介させていただきます。

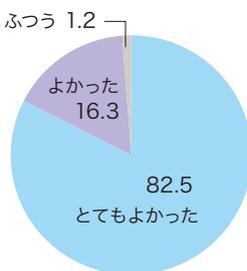
職種区分内訳

経営者 41.3%
従業員 47.5%
無回答 11.2%

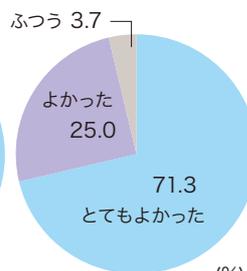
1. 研修テーマは?



2. 研修内容は?



3. 研修会の運営は? (時間/進行など)



研修会の評価 (5とてもよかった→1よくなかった) (%)

本研修会全体についての満足度は?

- 初参加であったが、大変勉強になった。また情報共有も出来、他社情報も仕入れることが出来た。(男性・30代)
- “未来の考え方”が、目からうろこでした。古いこと(伝統)が大切だと思われやすい業界で、過去の積み上げよりも、設定した未来が現在になるという言葉は、大変に響きました。(男性・30代)
- ワークショップがより具体的で、自社に持ち帰ることができる。(男性・50代)

具体的にできること、お客様に伝えたい内容は?

- 接客力の向上。敷居の高さの改善。ネットも店舗もさらに明朗に、わかりやすくできるように努めたいです。(女性・20代)
- お客様の立場を考えることを大切にしたいと思いました。(女性・40代)
- マンガラートは直ぐに活用したいと思います。お客様には祈りについて伝えたいです。(男性・30代)

「INORIのワークショップ」

「課題認識から具体的なアクションへ」

株式会社博報堂ビジネス開発局アーム開発部
シニアクリエイティブプロデューサー

ひきたよしあき 氏



プロフィール

1984年、博報堂入社。コピーライターとして通信・IT、保険などの広告制作後、博報堂生活総研・客員研究員、「広告」副編集長、東日本大震災・内閣官房広報アドバイザーを歴任し現職に。

本日はこれからの未来を考えていくことでこの業界がどうなっていくのか、その考え方を話します。

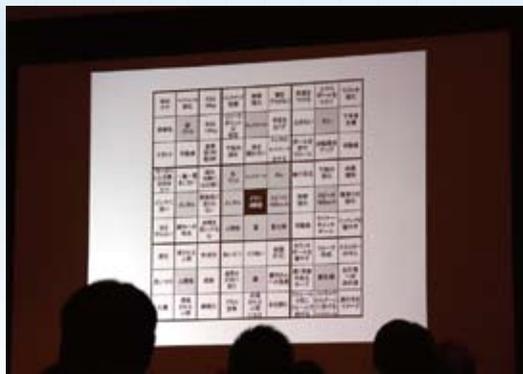
私は夏に自分の資産の洗い出しを徹底的に行いました。家族の年齢、ライフイベント、現在の収入、公的年金、他支出まで全部記入し、二十年後まで作ります。それを専門家が住宅ローンなどの負債も全部含めて試算した瞬間に、このままの生活を続けるとあなたは何歳で破綻しますよと数字で示され、現実を直視させられました。最近では多くの企業で、定年を控えた年代に行う研修です。哲学などを教えているハワイ大学名誉教授の吉川宗男先生から「アメリカの企業や大学はそんなことはまず一番初めにやるよ」と聞きました。それは『死生学』です。自分が死ぬ時にどうなっていたいかをまず考えることにより、今どう生きるべきかを考える。企業も将来無くなった時、世間からどんな企業であったと言われたいか。皆さんも考えて下さい。あなたがこ

の世を去った時、あなたの人生はどうであったと憶えておいてほしいか。どんな甲辞を書いてほしいか。これは私の甲辞です。「墓田君、君の一生は伝えるということに集約できる人生でした。書いた本は五十五冊、教えた大学は二十校を超えている。全国の小中学校を飛び回り、日本の言葉と文化を伝え続けた君はまさに現代の福沢諭吉。そして君は人が笑顔になる術を常に探求し、弱い立場の人の側に立ち、与え続ける人でした。君の書いた児童小説は多くの教科書に掲載されました」

これが自分の理想を明らかにする一番具体的な方法です。宗教用具業界にどんな未来が待っているでしょうか。例えば仏事の風化、少子高齢化、後継者不足、ネット販売の台頭、現代的仏壇と伝統的仏壇、コミュニティの崩壊等の問題を先送りにはしていないか。この業界が終わった時にどんな業界だったと思われたいかというところから考えないと解決しません。

では、未来を考える時にどうするのか。スティーブ・ジョブズ氏がアップルを創業する際に『死生学』を勉強したと言われています。自分が死ぬ時にアップルという会社がどんな会社だったと言われたいか、座禅を組んで徹底的に考えました。「宇宙を囲ませるような発明をした会社だ」と言われることを死生観に据え「世の中を変えるような商品でなければアップルの商品ではない」と決めました。それがMacやiPhoneで

す。過去をいくら積み重ねても未来にはなりません。歴史がある会社でも決して未来が保証されているわけではありません。自分の会社の未来を描くことが大事。起業して一年の会社は、来年一年のことしか見通せません。三年の会社は、その実績で三年先は見通せる。三十年続いた会社は、三十年後を設定する力が本来はありますが、長い歴史に安住して未来を設定しなくなる」と創業して一年、三年の会社と同じになり



大谷選手が実践するマンダラート

ます。宗教用具業界の未来は、仏事を活性化させる、祈りの回帰・日常化させる、少子に祈りの習慣をつける、後継者へ未来のある産業に見せる、ネット販売に対応する、現代的仏壇と伝統的仏壇の融合、新コミュニティを作ることで描かれる未来です。大きな理想の姿をイメージしてください。私は羊羹で有名な「虎屋」の八代目社長を尊敬しています。百年後、二百年後を考えているからです。「伝統とは革新の連続である」という「虎屋」は応仁の乱から続いています。その歴史は不幸の連続でした。

明治期は洋菓子に押され、戦時中は小豆が無く餡が作れない。その中でも「革新」を守り続けてきました。では、皆さんの会社は何をどう革新するのか、それを考えます。現状維持は緩慢なる自殺行為です。そして、一番良くないのは「昔は良かった」と懐かしむこと、「成功体験」を語る。昔の体験が役に立つのはネットが出てくる前の話です。

未来に向けて行動を起こすために、野球の大谷翔平選手が実践するマンダラートをご紹介します。彼はマンダラートを常に持ち歩き、未来への志とそれを実現する方法を確認しています。彼のすごい所は、今でもずっとやっていること。だから彼は悩まない。迷っている無駄な時間はなく、前に進むのみ。大谷翔平選手の影響で若者たちも真似するようになりました。未来像をまず決めてマンダラートの中心に書く。それからそのために必要なこと、アクション、立ち方はだかる問題の解決方法を書いていく。大谷選手は、今も毎日書き換えています。

例えば「インターネットで仏壇を販売する」と決断したら、どんな行動を起こしますか。ネット流通について勉強する、ネット販売する業者と差別ポイントを探る、反対する人への説得材料を考える、広報・宣伝を考えるなど、いろいろ考えられると思いますが、どうやってリアルにぶつかっていくか、どう行動に移していくかが重要になります。伝統と成功体験だけで将来の展望は描けません。この業界の未来を単に議論するのではなく、マンダラートに具体的に書き、そのためにはどうアクションすればいいのか、考えてみましょう。マンダラートをお子様や会社の若い人達にぜひ教えてあげてください。頭だけで考えていても何も動きません。アクションを起こすことです。

ニューリーダー部による模擬ディベート

「これからの日本社会に仏壇は不要である」

ディベートとはテーマについて肯定側と否定側にわかれて理論的に議論し説得力を競い、討論が進行されます。今回は、この流れで行います。



【ディベートの目的】

1. 真理の探求(反対にも真理がある)
2. 意思決定の訓練
3. 問題解決力アップ

※以下の討論は、あくまでディベート上のもので、各人の本心・主義主張とは異なります。

①肯定側立論

安田: 初めに、お仏壇の定義ですが、一般では家庭における仏像や位牌を安置する厨子です。各宗派の御本尊を安置するためではなく、ご先祖様を祀るために仏壇を購入の方がほとんどでしょう。現在の日本の大きな社会問題として少子高齢化と格差社会があります。データでは1970~80年代の我が国の世帯構成は両親と子供の家族が全体の4割を占めていましたが、2015年には全体の26.8%。逆に単独世帯は34.5%、これは2035年には37.2%になると予想されています。一部に富が集中し、貧困から脱出できない人の増加、それに伴い家庭をもてないのが現状です。このように家の概念は確実に崩れ、先祖観の喪失へ繋がり、仏壇の不要という意識になります。俗名の位牌や手元供養の増加は現代人の需要が現れた結果です。ゆえに仏壇に固執せず、新しい形を作らなければなりません。そのために我々の業界こそが日本社会に仏壇は不要であるという認識をもって臨んでいかなければいけないと主張します。

③否定側立論

可児: 日本人のほとんどが初詣に行き、お寺や仏壇の前で手を合わせます。日本人の51.8%が無宗教ですが、宗教的行為を無意識に日常で実践していると小堀前理事長が『日本人が誇る無宗教』で述べられました。自分の力ではどうしようもない時に、神という完全な存在に対して「祈る」のです。民俗学者の柳田國男先生は日本の神の本質は先祖であると述べられました。先の朝ドラでも、お仏壇の祖父母を神様のように祈りを捧げる場面がありました。これは一般的な日本人の先祖観で、長年染み付いてきた先祖観は世帯の形態が変わったからといって簡単に失われるものではありません。家の概念が崩れてきている一方で、ネット上に多くの家系図作成業者があります。これは家を大切に、その伝統を残したいという需要があるからです。和食がユネスコ無形文化遺産に登録されましたが、記載されている文言は「和食: 日本人の伝統的な食文化—正月を例として」とあります。ユネスコ無形文化遺産とは芸能や伝統工芸等、その土地の歴史や生活風習など密接に関わりがあり、文化を保護するための制度です。お仏壇を安置し先祖を供養するという風習も立派な日本の文化で、我々日本人の礼節を養ってきたのです。私達の業界こそが仏壇という大切な日本文化を守っていくためにも仏壇は必要であると主張します。

⑤否定側反駁

山本: 私達はおせち料理を食べて正月を感じます。黒豆や昆布巻にはそれぞれ意味があり、この習わしこそが文化だと思います。そして仏壇に仏像・位牌を祀るという習わしをいかに消費者に伝えていくかが業界の使命であり、我々の扱う商品の付加価値を高めていくのです。仏壇に代わる手元供養では、お骨を自宅に置いたり、お骨そのものをペンダント加工して身につけるなど、特定の個人だけが供養するため、次の世代は先祖を供養する意識が無くなります。先祖を供養するのは日本の伝統、このような伝統が日本人の道徳観を作ってきたと思います。先祖供養の象徴である仏壇という日本の文化を失ってはならない、そのために仏壇は必要であると主張いたします。

肯定(不要)派



安田元慶氏 小森隆司氏

否定(必要)派



山本裕基氏 可児錠二氏

VS

②否定側による尋問

山本: 今年は初詣には行かれましたか?

安田・小森: はい、行きました。

可児: NHKの朝ドラ「半分、青い」を見ていましたか?

小森: 時々見ていました。

山本: 安田松慶堂さんの創業はいつですか?

安田: 寛政4年1792年で、8代目です。

可児: 次の質問です。和食がユネスコ無形文化遺産に登録されたのはご存知ですよね?

安田・小森: はい

山本: 日本人は礼節を重んじる国民だと思われませんか?

安田: そうですね、東日本大震災での秩序正しい行動やサッカーのワールドカップの時にスタジアムを掃除する姿は諸外国からも評価されています。

④肯定側による尋問

小森: 現在のような仏壇ができたのはいつ頃でしょうか?

山本: 江戸時代初期だと思います。

小森: なぜ江戸時代にそういう仏壇ができたのでしょうか?

山本: 戦国時代より経済的に安定してきたのと、江戸幕府が始めた檀家制度の影響だと思います。

安田: 現在の日本人女性は平均で何人子供を産んでいるでしょうか?

可児: 2人よりは少なかったと思います。

小森: 端午の節句はご存知ですね? では重陽の節句はご存知でしょうか?

可児: 聞いたことはありますが、詳しいことは…。

⑥肯定側反駁

小森: 現在の形の仏壇が誕生したのは、家族形態が大きく変化した17世紀の江戸時代初期。今、檀家制度が崩壊し、また家族形態も大きく変わろうとしており、新しい祈りの形が生まれる必然性があると思います。今後、世帯数そのものが減り、兄弟がいない家庭では法事もなくなります。単身世帯の増加に伴い、我々の業界もそれに対応した祈りの形を考えなければなりません。重陽の節句は江戸時代に定められた五節句の一つで、当時は最も盛んでしたが現在は知る人も少ない。それからおせち料理、最近ではデザートでフレンチやイタリアンまであり、このように文化も時とともに大きく変わります。以上のような観点から、今後の日本社会に仏壇は不要であるということを主張いたします。

ヘーゲル弁証法ノート

<p>〈強み〉</p>	<p>《改善策》 より高い次元の 解決策を 考える</p>
<p>〈弱み〉</p>	

《今回のワークショップの目的と進め方》
対立する意見の2チームが、それぞれに現状の〈強み〉と〈弱み〉を述べます。自分たちの主張に対して、逆のポジションから反対意見が出されます。
その意見をよく聞き、自らも立場を変えて弱点を考え、そして問題解決に繋がるより高い次元の《改善策》を導き出しましょう。



専門店

VS

多角経営

- 〈強み〉
- ・ 専門知識が豊富、それに伴った確かなアドバイスが可能
 - ・ 専門商品の豊富さ
 - ・ 安心感、責任の所在がわかる
- 〈弱み〉
- ・ 多角化にかなわない視点や視野の広さ
 - ・ 知識が狭くて深いので、専門分野以外は極端に弱い
 - ・ 敷居が高く入りづらい

- 《改善策》
- ・ 地域のイベント等で相談コーナーの設置や、SNSでの情報発信で、ウエルカム感を出して敷居を低くする
 - ・ 専門店同士の横の繋がりを作って業務提携をし、販売商品が限定されないようにする

- 〈強み〉
- ・ 売上のメリット、現代では一つの事業だけで進めていくのは難しい
 - ・ 雇用の拡大、年齢層など様々な人を雇える
 - ・ 窓口が多いので入りやすい
- 〈弱み〉
- ・ 新しい事業への参入や新しい知識を身につけるのはリスクが高い
 - ・ 人材の育成が難しい
 - ・ ブランド力に乏しい、専門店より劣る

- 《改善策》
- ・ 専門知識をつける、人材育成、これらを解消するには専門店の吸収合併

葬儀は必要

VS

葬儀は不要

- 〈強み〉
- ・ 死を実感する、死生観が養われる
 - ・ 参列者が故人を偲ぶことができる
 - ・ 残された人の心の整理 ・ 歴史的にも必要
 - ・ 故人への最後にして最高のプレゼント
- 〈弱み〉
- ・ 高額。金額に対しての内容が不明瞭
 - ・ 効果がよくわからない ・ 無宗教者には必要ない
 - ・ 時間がかかる。心の整理がつかない時に色々なことを決める

- 《改善策》
- ・ 「生老病死」の死から関わるのではなくその一歩手前、老病の時点で仏教の話などする
 - ・ 一業者としてではなく身内になることで、この業界の良さが輝くのではないか

- 〈強み〉
- ・ 意味もなく高い費用を払わなくていい
 - ・ お寺との縁がなく、信用ができない
 - ・ 縁がなかった
- 〈弱み〉
- ・ 故人を偲ぶ機会がない
 - ・ お別れの場、故人にしてあげられる最後の場は必要ではないか
 - ・ 故人に縁のあった方へ感謝できない
 - ・ 世間体が悪い

- 《改善策》
- ・ 葬儀に変わるセレモニーとして宗教色のない会費制のお別れ会を開催し、故人を偲んだり、家族や友人がお別れをする場を作る
 - ・ アプリでのお別れ会開催や SNS で訃報の発信等

それぞれの〈強み〉や〈弱み〉は反対意見ではなく、取り入れるべき意見ではないかとわかります。決して相対する関係ではなく、どうやって取り入れたら新しいものが出てくるか。未来がどうあるべきから逃げない。未来をちゃんと設定して考えると解決策が見えてくる。解決策をどんどん実践することで、また新しい業界ができてくると思います。



INORIのワークショップ

～課題認識から具体的なアクションへ～

ワークショップでの原則

- アイデアを書き出し、否定語を使わずポジティブに話す。
- 意見を出した人に対して拍手をし、称賛する。



ひきたよしあき 講師

今回はポジションチェンジをします。「葬儀が必要」という人がいて、反対に「葬儀は不要」という人たちがいます。自分の主張と違う意見を考えることで反対意見の人の思考ポイントを知る。逆にそのポイントを突かれたときに、そうじゃないよと言える考え方を学んでもらいます。

伝統的仏壇

VS

現代的仏壇

- 〈強み〉
- ・職人の伝統的な技術で作られ、荘厳な雰囲気、高級感がある
 - ・和の雰囲気を醸し出す、彫刻や技術の集約がある
- 〈弱み〉
- ・掃除がしづらい、大きいとマンションに置けない
 - ・価格が高い
 - ・無宗教の人には宗教色が強く出てしまうので勤めにくい

- 《改善策》
- ・コンパクトで掃除しやすい、価格を抑えた仏壇を作る
 - ・仏壇を売るためのアドバイザー、コーディネーターの育成
 - ・後継者、技術者の育成もしていく
 - ・展示会、マスコミ等にアピールする

- 〈強み〉
- ・デザイン性。デザインの多様化で様々な年齢層に対応できる
 - ・小さいので場所に捉われずにお祀りできる
- 〈弱み〉
- ・単価が低くメーカーとしても小売としても厳しい
 - ・仏壇らしさがなく手を合わせる気になれない
 - ・職人がいなくなり守ってきた伝統・技術・文化をなくしてしまう

- 《改善策》
- ・商品売るだけでなく、正しい仏事の在り方を情報発信し、総合的な販売をする
 - ・伝統的な技術を継承、伝統技術を絶やさない
 - ・第三者機関が仏壇と認めたものを売っていける業界にするのが理想

戒名は必要

VS

戒名は不要

- 〈強み〉
- ・出家の証、仏門に入った証が本来の意味合い
 - ・戒名があることで神仏として手を合わせることができる
 - ・お寺に貢献できる
- 〈弱み〉
- ・お寺がつけるので、馴染みがなく、覚えにくい
 - ・高額、金額に根拠がなく不信感
 - ・お寺との関わりが薄く戒名をつける気にならない

- 《改善策》
- ・ご遺族とお寺がよく話し合い納得いく、馴染みのある戒名にする ・料金の統一など仕組みを作る
 - ・現在、戒名代はお布施扱いで、領収書が出るように
 - ・お寺の努力、イベント、仏式の結婚式を流行らせる等、距離を近くする

- 〈強み〉
- ・お金がかからない ・俗名だと誰の位牌かすぐわかる
 - ・無宗教の人には必要ない
 - ・俗名でも祀るとい文化は廃れないのでは？
- 〈弱み〉
- ・文化の継承ができない
 - ・戒名がないと位牌を置く文化も消え我々の業界に致命的
 - ・お寺との繋がりができる

- 《改善策》
- ・俗名で位牌を作る
 - ・ご友人や家族を偲んで好きだった言葉などを付け、手を合わせる文化をつくる
 - ・戒名代が不要になれば、そのお金で良い仏壇が買える

対面販売

VS

ネット販売

- 〈強み〉
- ・何を買っているかわからないお客様に説明ができる
 - ・家族揃って商品が選べる ・現物が見れる、触れる
 - ・プロが話を聞いてくれる ・安心感が高い
- 〈弱み〉
- ・敷居が高い、入りづらい
 - ・対面だと本音が言いにくい
 - ・商圏が狭いので種類が限られてしまう

- 《改善策》
- ・敷居の高さや喋りにくさを改善するために、ネットで情報を拡散して知ってもらう機会を増やす
 - ・ネット販売ではできないようなきめ細やかなサービスを行う

- 〈強み〉
- ・便利、たくさんの商品を家にいながら買える
 - ・店や店員をもたなくて良いのでコストカットできる
- 〈弱み〉
- ・信頼性がない
 - ・人の説明がない
 - ・サーバーが落ちたり停電の時に対応できるのか
 - ・価格競争が起きる

- 《改善策》
- ・信頼・安心を得るために正確で詳細な情報の開示
 - ・ネットの便利さを活かしたコミュニケーション方法で関係性を築く
 - ・価格競争に陥らないよう独自の商品の開発が重要

「おてらおやつクラブ」

「信仰の力・未来への相続」

松島靖朗 氏



プロフィール
浄土宗安養寺32代住職。1975年奈良県生まれ。早稲田大学商学部卒業後、一般企業でインターネット関連事業、企業経営に従事。2010年浄土宗総本山知恩院にて修行を終え僧侶になる。2014年に「おてらおやつクラブ」活動開始。2017年8月に特定非営利活動法人化。特定非営利活動法人おてらおやつクラブ代表理事を務める。

今日は仲間たちとはじめた「おてらおやつクラブ」の活動についてお話しします。

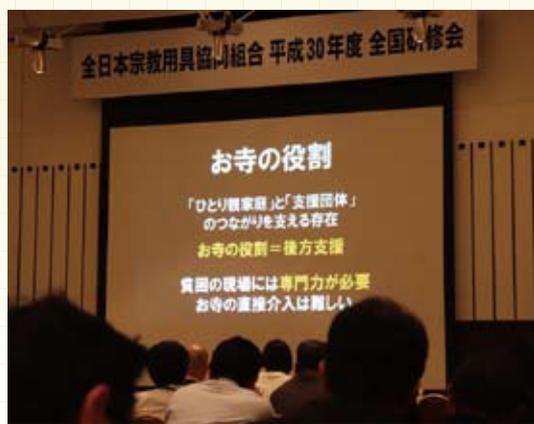
お寺はご縁のある人たちからたくさん食べ物をお供え物として頂戴します。それを私たちお寺を預かる者が食事やおやつで「おさがり」としていただきます。また、お寺に集まる子どもたちやお客様にも「おすそわけ」でふるまうこともあります。しかし時には賞味期限を過ぎてしまったり、夏場は野菜や果物がすぐ傷んでしまつ。これは勿体ないと思つていました。その一方で、「日一食の食事さえままならない子どもたちが増えている」という報道があります。「お寺にはあるが「社会には無い」を繋げて社会にある課題を解決しよう」というのが私たちの活動です。

貧困には発展途上国で最低限保証されるべき生活ができない「絶対的貧困」と、先進国であつてもその国の世帯所得の中央値の半分以下で生活する「相対的貧困」の二種類があります。貧困問題はどこか遠くで起つていて、平気な顔で生活する母子世帯が多い。その

ことが原因で、子どもの貧困という問題も引き起こしています。親の収入が少なく、十分な教育を受けられません。進学や就職が不利になり、希望する職にも就けません。その結果子どもたちも貧困を相続してしまつ「負の連鎖」。全国の子ども七人に一人、約二八〇万人の子どもたちが貧困状態にあります。単純にお金や物が無いということに留まらず、人の繋がりが持つことができない。誰にも相談することができない。社会的弱者に対し強い自己責任論も強く、なかなか助けると言えない社会。それが今の日本です。

今から約五年前、大阪で二八歳のお母さんと三歳の息子さんが餓死状態で発見されるという事件が起きました。二人が暮らしていたマンションの一室には「最後にお腹いっぱい食べさせてあげたかった。ごめんね」と書かれた一枚のメモが残されていました。私も母子家庭で育ち、またこの事件を知ったのは父親になってすぐでした。何かできないかと考え、試行錯誤の末、お寺さんに呼び掛けてこの活動をスタートしました。今では全国で賛同いただいているお寺が九九二寺院、連携している支援団体が行政を含めて三九四団体。毎月全国で九千人の子どもたちがお寺から届くお菓子・おやつを楽しみにしています。お米や文房具・タオルや下着などの日用品も送ります。困りごとを相談できるように窓口の連絡先と、「おすそわけ」をお送りいただくお寺さまからのメッセージを添えた紙を一枚送って支援団体に送ります。それらを支援団体の活動の中で子どもたちにお

分けする。お寺の役割は、あくまでも専門知識を持つて活動している団体の後方支援です。活動を始めて三年ほど経つた時、ある若い和尚さんが私にこんなことを言いました。「この活動を知った時、十年は関わる必要があると考えました。覚悟を決めて参加しました」。どうして十年なのか聞きますと「十年は続けないと子どもたちがどれほど成長したかを見ることができません。その姿を見て、ようやく自分たちの活動がどんな意味を持つていたのかが判断できるのではないかと」言ってくれました。



新しいご縁も生まれています。お供えをしたので、おてらおやつクラブに参加しているお寺を紹介してほしいという問い合わせが増え、お寺とご縁を結んでいただく人が増えていきます。お寺離れの話題が多い昨今、ありがたいことです。活動の副産物です。

「貧困」は経済的に支援が必要な状況にある「貧」と、困りごとを誰にも相談できない「困」の二つの要素から構成されます。後者の困りごとがあるけれども「孤立」して解決の糸口をつ

かめないことが問題の難しさです。お母さんから寄せられるメッセージに共通しているのは「見守ってくれる人」への感謝。私たちの活動が、孤立感を少しでも解消する役割になっているのではないかと感じています。

社会問題を解決する「三つの助け」、「自助」「公助」「共助」。私たちお寺の役割は「仏助」を提供することにより三つの助けの橋渡しをしていくこと。それが「お寺だからできること」です。「おてら」は仏様、「おやつ」は法を味わう場所、「クラブ」は学び実践する者が集まる場所、「僧伽(サンガ)」。私たちの活動は今の時代に合わせた新しい活動ではありません。仏教伝来以来続いてきた「三宝」を敬う活動です。この活動が広がってきた背景にあるものは、人々の仏様に寄せる信仰の力、「祈り」の姿です。今、お寺離れ・仏教離れが言われていますが、お釈迦様の教えをどう未来に繋いでいくかが私どもお寺に課せられた大きな使命です。どんな環境で生まれても人々が笑顔でいられる社会、それがこの活動が目指す社会です。このご縁を大切に活動を続けてまいります。

グッドデザイン大賞2018

「おてらおやつクラブ」の活動が高く評価されて大賞を受賞されました。おめでとうございます。

おてらおやつクラブ グッドデザイン 🔍 検索

<https://www.g-mark.org/award/describe/48291>

【活動へのご寄付や応援はこちらから】

おてらおやつクラブ 🔍 検索

<https://otera-oyatsu.club/>

<https://ja-jp.facebook.com/oteraoyatsu/>

総括講演

研修から実践へ

ひきたよしあき氏

この研修には昨年指摘された「泥船」からの脱却という「裏コンセプト」がありました。そのためには未来を思い描く。ゴールを設定することによって今が変わってきます。仏事の風化、祈りの多様化、少子高齢化、後継者不足、ネット販売の台頭、仏壇の需要の変化、コミュニティの崩壊の問題をどういう未来で変えていくのか、宗教用具の未来をどう考えるのか。未来を明確に描き、バックキャストで現在に戻ってくることを学びました。問題点を前向きに考えることが一番大切で、おてらおやつクラブの話がまさにこれでした。

ワークショップの意見を読んで、私なりに解釈したものを紹介します。

まず「伝統的仏壇 vs 現代的仏壇」。私と双方の意見から考えた改善策は、現代的仏壇の大きさ、デザイン性、簡便さに、伝統仏壇の技術の融合はできないか、そうすれば、また違ったものになるのではないか。また、一代限りの仏壇と普遍的な仏壇を、年齢や地域別等で分けつけたマーケティングができるのではないか。「祈る」という行為を子どもや若者に教育することや、職人の育成も必要です。伝統だ現代だと対立している時ではありません。

次に「ネット vs 専門店」は相反するものではなく、ネットから専門店で誘導する

ことも可能で、ネット販売は「信頼」を醸成する情報の流し方やルールを研究する。対面販売はお客様に「本音を言いつらい」と思われない販売ノウハウを学び、専門知識がある販売員と知識のないお客様のギャップを接客力で埋める努力が必要だとわかりました。



次に「葬儀は必要 vs 不必要」。感謝という言葉や軸に置くと、葬儀の新しい定義が見えてきます。人が亡くなったら葬儀をするのが「当たり前」では通用しない時代になっていくからです。儀式の二つ二つにどんな意味があるのかを広く知らしめることが重要だと思います。故人ではなく「生きている人」に着目するものが多く、家族の意見を取り入れたセレモニーの立案や金銭面の不明瞭を解決することが求められ

ます。

「専門店 vs 多角経営」では多角経営がリアリティにかけているため、一般的な意見になりましたが、宗教用具における多角経営は「祈りの百貨店」を目指すことで現実味を帯びてきます。専門店が小回りが利いて地域に根付いているという店側と、仏事があった時に一回だけ関わるといってお客様側の想いに乖離が起きていて、敷居を下げてウエルカム感を出す、相談コーナーの設置やSNSで情報発信に努めるということが見えてきました。

そして「戒名は必要 vs 不必要」。日本人の半数が無宗教の日本で、お寺との関係が

総評

研修を実践に活かすために



池田典明 理事長

今研修会に北海道から沖縄までたくさんの方に参加していただきました。講師の

臺田先生には、昨日のワークショップで出された意見を拾い上げる作業を深夜まで行い、先ほどチームごとの意見をわかりやすく解説していただきました。そのお蔭で宗教用具業界の真ん中にあるものは「祈り」であること。祈りを形に変えていくことが我々の仕事であることに、より理解が深まったと思います。

希薄になっていくうえに価格の不明瞭が否定側の大きな要因としてあり、戒名の意味を教えることが大切で、その後に家族と話し合いつける、俗名にする等のオプションも必要になるのかもしれない。

いろんな未来が見えてきましたが、これをマインドラートという行動に起こして我々にやるにはどうしたらいいか考えてみてください。全宗協も時代の流れによって変わっていきます。その時真ん中にあるもの、コアとは何か？ それは間違いなく「祈り」で、この部分を変えずに他をどう新しくしていくか、それをワークショップや研修会で作りあげていきたいと思っています。

今全国に7万7千カ寺があり、そのうち無住職のお寺と活動をしていないお寺が合わせて約2万2千カ寺と言われています。少子高齢化、檀家の減少、様々な要因が考えられますが、お寺の数が減少し、講義でもあったように生活者とお寺との関わりは限定され、関係性は薄くなっているのが現状です。おてらおやつクラブの活動はその現状に貢献しており、新しいお寺のコミュニティが形成されつつあります。

この研修会を通して、私たち宗教用具業界こそが、お寺とおお客様の橋渡しをするべきで、全宗協にしかできない橋渡しの仕方があると強く感じました。そして、この研修で学んだように宗教用具業界の未来を描き、習得した行動指針を活用して、それぞれの会社に戻り、是非アクションを起こしてほしいと思います。

西日本豪雨災害支援ボランティア報告

《日程》

平成30年7月31日(火)～8月2日(木)

《参加者》

(有)川本商店1名 (株)保志3名

《行程》

- ・7月31日 16:30～20:00 京都にて宗教者災害支援連絡会(出席1名)
- ・8月1・2日 9:00～14:00 呉社会福祉協議会:呉市個人宅の泥だし・清掃(参加4名)

《費用》

合計 96,933円(1人あたり24,233円) 現地レンタカー代、宿泊代(2泊)

《報告》

宗教者災害支援連絡会主催の第33回情報交換会(東日本大震災で発足し、定期的に開催)

在来宗教、新宗教の方々が基調講演後に情報交換を行う。関連業界団体の参加はなく積極的に参加するべきである。

災害ボランティア

マスコミに取り上げられている岡山でなく、先遣隊の意味を含め広島を選択。一人あたりの補助が高くなったのは参加人数が少なかったため、募集期間を長く設けて動員を図りたい。

ボランティアの手が足りていない。公道は自衛隊が重機で作業しており、その脇で個人宅の泥出しを行う。35℃超えの酷暑の中、休みながらの作業が進まない。第2、第3の派遣が必要。



平成30年度 仏事コーディネーター試験 結果報告

- 開催日:2018年11月14日(水)
【東京会場】中小企業会館 【大阪会場】新梅田研修センター
- 受験総数:91名(欠席3名)
- 合格者数:75名(東京43名・大阪32名) 不合格者13名



『仏壇仏具ガイダンス Ver. 5』
改定版準備中にて取り扱い中止、
来年5月頃の発売予定となります。

事務局からのお知らせ

1. 当面のスケジュール

平成31年2月26日(火)役員会(東京エッサム神戸)
平成31年4月16日(火)役員会(東京エッサム神戸)
新元号元年5月22日(水)第32回通常総会(メトロポリタン盛岡)
新元号元年10月2日(水)～3日(木)全国研修会(メルパルク京都)

2. 組合員数 342名 平成30年11月30日現在

新規加入者 平成30年7月1日以降
(株)清閑堂 群馬県

* 会報『ぜんしゅうきょう』3月号は都合により休刊いたします。

3. 組合関係者の訃報(平成30年6月21日～12月14日)

【東海地区】

(有)仏壇工芸ほりお 代表取締役 堀尾雅紀様ご尊父
堀尾俊三様 平成30年6月22日

【京滋地区】

(株)三浦太幸堂 代表取締役 三浦豊隆様ご尊父
三浦庸弘様 平成30年7月1日 享年78歳

【北越地区】

(株)加藤物産 取締役 加藤國夫様
平成30年9月20日 享年77歳