

ぜんしゅうきょう 全宗協

発行：全日本宗教学具協同組合 〒101-0048 東京都千代田区神田司町2-16-7 第二小林ビル2階 TEL:03-6206-0413 FAX:03-6206-0414



令和7年度全国研修会を京都で開催！

「全国中小企業団体中央会」の補助金事業による全宗協全国研修会は、10月15日(水)、16日(木)の2日間、TKPガーデンシティ京都タワーホテルでリアル参加のみで開催されました。「AIで変容する社会に業界はどう応えるか」5年後の店づくりを考える」をテーマに、生成AIを実際に動かしながら実例から学ぶ講演と、グループワークでじっくり考え発表する実践的な研修となりました。全国各地からの参加者は総勢44名となりました。

【総評】

AIで変容する社会に業界はどう応えるか

池田 典明 理事長

講師の先生方皆様それぞれ素晴らしい講義をありがとうございました。特にひきた先生には昨日のワークショップの模造紙をホテルに持ち帰っていただけ、深夜までまとめの作業をして、こうして総括していただくことで、研修の講座ごとの内容が整理され、より深く理解し、それぞれ持ち帰ることができます。改めて感謝申し上げます。

こうして全国からひとつの会場に、どの、中小企業の業界人が補助金事業の恩恵を受け、ともに話ができることは貴重なことだと思います。活発な意見交換を行い、生成AIの活用法について学ぶこんな機会を活用して、会社で新たな事業のきっかけや、接客のヒントになりますことを願っております。ワークショップでたくさん意見が出ました。普段はライブであったりも、

同じ悩みを抱え色々な地域世代から異なる意見や発想が聞ける機会が全国研修会だと思えます。5年後の店づくりがテーマでしたが、AIの社会になるとますます、人や地域が大事になると感じました。

全宗協には仏事コーディネーターという資格制度があり、お客様に的確な対応ができる。仏壇業界の価値を守り、業界を支え、次につなぐための業界人としての大切なものです。AI社会になっても、正しい知識を、人や地域を大事にしながら、祈りの心を変わらず伝えることが我々の使命と考えます。

これからそれぞれの職場に戻り、研修で得た学びや気づきを、日常の業務にどんどん活用していただけますよう期待しております。二日間、皆さま、ありがとうございました。

アンケートから

2日間の参加者のアンケートより。「研修内容」の高い評価と、講師ごとのキーワードを抜粋してお伝えいたします。

ひきた氏 基調講演

独自の視点と分かりやすい表現 / AIに興味があった / ChatGPT を使いたい / 販売と客のせめぎ合い? / 興味が湧いた /

ワークショップ《話し合い》

多世代の考えに触れた / 「モノ」より「コト」 / 業界の目指す方向 / 課題の共有 / 色々の発想が刺激 / 様々な業種の視点 / 異なる意見

ワークショップ《発表》

まとめる難しさ / 違う考えを知る / ユニーク / ローソクの火を見つめる / 立場の違いと異なる目線 / 若い人の発想 / ライフプラン

近藤氏 講演

修行とビジョン / 数値化・コンセプト / 家業のリブランディング / 座標軸の整理 / 家業を次世代に継ぐ / 移動距離とチャレンジ

鐘居氏 講演

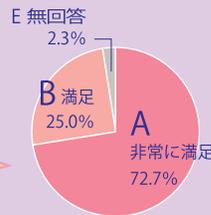
細かいプロンプト力 / 実例・実演をリアルタイムで体験 / 質問入力に命 / 生成 AI と商売の関連付け / 使用時の注意点など参考に

ひきた氏 総括

振り返り・まとめで貴重 / 考えを整理するための AI / 研修の理解が深まる / ヒントが多い / 祈る力を取り戻す / 総括が基調講演の鍵

満足度高評価!!

北海道から九州まで幅広いご参加をありがとうございます。地域世代を超えた交流が研修会の醍醐味です!



【基調講演】

宗教用具業界は何を求められているのか、 どう応えるか

(株)スマイルワーズ 代表取締役
大阪芸術大学客員教授

ひきた よしあき氏

私が博報堂に勤めていた時代、情報はパソコンと代理店によって簡単に操作できていました。それがSNSで誰でも発信できる今は、急激に普及した生成AIの情報により、今までは質・スピードが激変して、前回の都知事選ではネットユーザーによる情報発信で無名の新人が大きく飛躍する現象が起きました。

いま、私が講師を務める大阪芸大では講義を録音し、ChatGPTで要約した提出物を作成する生徒がいます。また、「ChatGPTはこう言っています、先生はどう思いますか？」という質問が日常的に聞かれるようになっていきます。

この3年ほどの社会変化は大きく、生成AIが単なる情報検索や文章作成のツールではなく、学生だけではなくコピーライターやコンサルタントの仕事から法曹界に至るまで、AIに簡単に仕事を代替されるようになっていて、産業構造の変革が起きています。

コロナ禍で大きく変化した社会において、人間関係や価値観も大きく変化しました。それまで「自己実現」を目指していた若者が、「社会貢献」にも目を向け、本業のほかネットを活用した副業が当たり前となり、個人の働く意識も変

容しています。

また、ChatGPTを何でも話せる相談相手と考え、生成AIは相手を否定せず、励まし、安心して何でも話せるメンターの存在になりつつあり、自己肯定感を高める使い方がされたりします。しかし一方で、ChatGPTは偏った判断や、間違った情報をもとに回答することもあり、災害時などには危険なことも考えられますので、使う際は人間が慎重な判断をするように心がけることが大事になります。

生成AIを動かすには、正しい問いを出す『Prompt力』が必要となってきます。「Prompt」とは、迅速な、機敏な、促す。というのがもともとの意味です。自分がどんな目的を持って、どんなものを導き出したいのか、使う側の質問力が大事になってきます。

たとえば「全宗協について教えて」と問いかけると、「全宗協を小学生にも分かるように教えて」と、質問によって答えが大きく違ってくるのです。これは、Z世代と会話するときにも同様で、言わなくてもわかるだろうという曖昧なことではなく、正確な言葉で正しく問いかけないと相手に届かない。コミュニケーションに通じ

る問題でもあります。

最近はその音声や文章でも反応ができませんが、蓄積されたデータからの答えなので、創造性や、新鮮さに欠け、やはり最後は人間の思考や想像力が求められます。

この業界で「仏壇はなぜ売れない」というと、「家が狭い」「家族の形が変化した」など瞬時に答えが出てきます。大事なことは「AIを正しく活用する能力」「精緻な指示を出す力」それに「人間ならではの想像力と判断力」この3つを組み合わせることがこれからの社会で必要となってくると思います。

今日の午後のワークショップでは、そのように急速に変化するこの時代において『5年後の仏壇店の店づくり』を皆さんと考えてもらいます。



住田社長のミニ講座！ 「今、なぜAIなのか」



小泉八雲が見た仏壇
「日本警見記」より
松江地方の仏壇

PCを開くと「何かお手伝いしましょうか？」と生成AIが言ってきます。従来のYahoo等の検索から、ChatGPTなど生成AIで簡潔に表示されるようになりました。今後、検索に載らないお店は存在しないも一緒ということになるという危機感を持ちました。全宗協と引くとHPを紹介されるのではなく、ネット情報から要約された「全宗協を説明する内容」が表示されるのです。

試しに「仏壇保有世帯数 全宗協」と検索してみます。すると、全宗協によると、現在、日本の3世帯に1世帯が仏壇を保有しており、これは**歴史上最高の保有率**となっています。

と、出てきます。この「歴史上最高の保有率」は果たして、真実か？フェイクか？実はフェイクです。全宗協のHPには「日本の3世帯に1世帯が仏壇を保有しており、お仏壇の世帯保有数は、歴史上最高……」というのが正しい表記なのですが、AIが勝手に読み違えて「保有率は最高」としているのです。AIは勝手に読み違えても、謝りません。無責任です。そこをわきまえて、使う側が情報の検証をすることが大事になります。

また、「仏壇と小泉八雲」とAIに聞いてみると、八雲は著書『知られぬ日本の面影』において、仏壇が家族の精神的な拠り所であり、死者との関係を現実の生活の中で継続する重要な役割を果たすと述べています。(全宗協より)と、出てきます。私が朝アップした情報が夕方には一般情報に反映され、こうして素早く取り上げられます。

いま、ネットで「死」を語ることが困難になっています。「極楽浄土」を説くことがしにくくなっていて、仏教でもマインドフルネスなどは取り上げやすいけれど、死についての情報は出しにくい。それはキリスト教にとっても終末論、復活に関することも話しにくくなっていて、「社会貢献」や「自己実現」といった内容が語りやすくなっている。

しかしながら、その語りにくい情報（検索しても出てこないこと）こそが、お客さんが知りたいのではないのでしょうか。全宗協のネットワークで正しい情報を届けることが大切なのではないかと考えます。

《グループワーク》

テーマ1・新店舗の提案意見

テーマ2・新店舗の方向性

＜ワークショップ1 話し合い＞

【話し合いから発表へ】(A～Fグループ)

「5年後の店づくりを考える
……凡庸に埋もれない専門店を目指すには？」

講師 ひきたよしあき氏



初めの課題は「新店舗の提案意見」を考えてもらいます。発表の持ち時間は各班それぞれ4分で各グループとも、まとめてください！



＜テーマ1＞

新店舗の提案意見

C 敷居の高い仏壇店から、立ち寄りやすい仏壇店へ体験型の店舗にする。店頭には子供から大人まで、今は海外の人気も高い「仏具のガチャガチャ」を置き、お店の敷居を低くしてヨガや、マインドフルネスの体験ができるようにする。また、相談窓口を作り『もの知りおじさん』を育成し、日常のあれこれを気軽に相談できるよう人情味ある対応を売りにする。体験を通過点と考えると、どこをゴールとするのかが、課題かなと思う。

D 『ライフスタイルトータルサポート』型のお店を提案します。仏壇が昔は「必須」だったのが、今は「選択肢のひとつ」と変化している。「娯楽」や「旅行」に太刀打ちできる価値を見出すためにも、AIにはできない「地域密着型のサービス」や「人とのつながりを強化」する。してゆく。

今回は「5年後の店づくりを考える」この変化の大きな時代に、どうしたら凡庸に埋もれない専門店になれるか、じっくり考えてもらいます。

日本では昔、明治維新で大きな変化がありました。吉田副理事長から、この宗教用具業界も先祖は刀のつばや鎧兜を作っていたが、その技術を活かしてお仏壇を作るようになったというルーツを持ったお店もあると聞きました。トヨタや富士フィルムも、昔と今では作るものが変化しています。トヨタは機織り、紡織機のスプリング技術が優れていたもので、車の技術に応用されて世界のトヨタになりました。富士フィルムや味の素も長年培った、独自の技術を違う分野で活かしています。

また、アメリカのゴールドマンサックスの調査では、ホワイトカラーの人たちの仕事がAIに取って代わられる。産業構造の変革期にあると言われます。「仏壇・仏具」にとっても、それぞれのグループで変化のスピードの激しい5年後にどんな展望を持って何を打ち出してゆくのか、どんどん付箋に書き込み、模造紙に貼って行ってください。

話し合いのテーマですが、1つ目は凡庸に埋もれないための『提案意見』を考えてください。そして、そのあと、2つ目『新店舗の方向性』を考えてもらいます。時間は各テーマ20分です。はじめましょう！

A 若い世代と社会をつなぐことが大事だと考え、社員が楽しく成長し、仕事ができる環境の仕組みを考えました。具体的にはZoom相談やドローンの技術でお墓参りなど、家に居ながら受けられるサービス。高齢者は自宅や施設から、海外で暮らす若い世代にも参加してもらえるサービスを目指します。

B 社会の変化に合わせた仏壇の提案と、シニアライフ全般をサポートする事業の提案を考えた。高齢化、家族形態の変化、宗教離れ、寺離れ、地域密着型のサービスの重要性から、人が集まる寺づくりを行う。また今後、多宗教、多民族と起こりうる地域の課題にも対応する必要が出てくるので、AIを活用しながら地域で「信頼やつながり」を強化してゆきます。

《グループワーク》

- テーマ1・新店舗の提案意見
- テーマ2・新店舗の方向性

＜ワークショップ2 発表＞
「5年後の店づくりを考える
……凡庸に埋もれない専門店を目指すには？」
講師 ひきたよしあき氏



E 先祖供養に特化した専門店としての店づくりを提案。社会の二極化により高品質を求める層と、低価格の層が存在するのに、デジタル技術やメタバースを活用した供養で対応。全宗協と連携して「供養の発信」を強化することで、AI 検索にも、生成 AI のデータベースにも正確な情報が蓄積され、来店頻度が高まることを目指す。

＜テーマ1＞

新店舗の提案意見



＜テーマ2＞

新店舗の方向性

A 若い社員が楽しく成長でき、地域の社会とを結び付けることが重要と考え、若い人が訪れたいくなる店づくりを提案。Zoomの活用、デジタルアートの遠隔体験や、ドローンを用いたお墓参りサービスをクラウドファンディングで資金調達をして事業化する。こうした技術で若者が興味を持って働きやすい環境の仕組み作り。

F 『先祖供養のワンストップ案内所』として、お通夜などの来店者に黒いネクタイから珠数まで、対応できるように用意する。日常で発生する供養関連の悩みをすべて解決できるようにする。仏壇店が安心して「なんでも相談できる場所」となることで、来店機会を増やし、売り上げにもつながる。

＜講師のまとめ＞

1 つ目の課題「提案意見」。みなさん4分の持ち時間にきっちりまとめられて素晴らしい発表でした。グループのキーワードから見えてきたことは、5年後にはただ商品売る場ではなく、地域・生活・精神性につながる体験型の専門店へ変容する可能性が見えました。AI はツールとして活用しつつも、人がかかわることを大事に、そこを最大化することが重要です。



- ・平成7年3月27日より『仏壇の日』周知開始
- ・平成10年 組織の活性化を図るため研修会を開始
- ・平成13年 12月ホームページを開設
- ・平成14年 4月1日より『国産仏壇統一表示』スタート

・平成16年
『仏事コーディネーター 制度』始まる



- ・平成18年
「全宗協20周年記念プレート」作成配布
- ・H18年 NL 部発足



- ・昭和63年5月(1988)の第1回通常総会開催記事が「第1号」となる。記念講演会を当時薬師寺管長の高田好胤殿下にご講話をいただく
- ・昭和64年(1989)平成元年となる



昭和63年4月全宗協設立登記会報は「号外」にて告知



E こちらは、先祖供養に特化した店の方向性を考えました。顧客の二極化を踏まえ高品質を求める層に向け、供養のニーズに応じた商品開発など行う。また、正しい情報を伝えるため全宗協と連携して供養の情報発信を強化する。発信頻度を高めることで検索上位に来て、ひいては来店動機を高めることに繋がりたいです。

F お店の方向性は単なる販売店ではなく、「生活上の相談窓口」や「案内所」として、顧客の小さな困りごとから相談できる場の提供。お通夜での来店者が、欲しい商品をそこで全て対応できるよう用意する。仏壇店が安心して「なんでも相談できる場所」となることで、具体的なニーズに応えるワンストップの仕組みを考えました。

<講師のまとめ>

全体的に「若年層から高齢者まで」「多様な宗教観に対応する工夫」「デジタル技術やネットへの対応」「地域密着のサービス強化」「体験・相談型の店舗運営」「0歳から100歳までトータルサポート」供養だけでなく、「さまざまなライフイベントで接点を持つ」。『地域社会』と『総合的なサービス』が今後の課題であると整理されました。

B 現状分析からスタートし、社会構造の変化、家族形態の多様化、宗教離れ、寺離れ、伝統技術の衰退が課題と考え、顧客に合わせたコーディネートや提案。ネット販売の強化、逆に高齢者には出張販売など新たな流通手段も重要と考えました。さらに、日本人だけではなく移民の宗教観など多様化に対応する必要性も指摘し、日本人の神道や、仏教間の発信も変化に合わせて対応が必要になると考えました。

C Cグループは入りにくいという仏壇店の敷居を低くし、誰でも入りやすくなるよう店頭にガチャガチャを置くなど遊び心を持って一步入ってもらいます。そこに日用品、香りの良い石鹸など親しみやすくちょっと良質な商品に触れてもらいます。次に体験型のイベントを通してマインドフルネスなど仏教の瞑想に通じるなど、一段ずつ上級へ興味を持って上ってもらうよう工夫し、最終的には供養につながる高額な商品を提供するステップをご用意していきます。ただ、最終ゴールを決定できませんでした。

D 「ライフスタイルトータルサポート」を目指し、AIにできない地域とのつながりを強化する。人生の様々な局面に対応するタッチポイント、商品提供だけではないサービスを用意することが必要と考えました。コロナ禍以降の価値観の多様化に、仏壇購入だけではなく、娯楽と関連した商品の魅力も持つ、魅力ある商品開発の必要性を提案しました。

■ Group Work ■

- 平成24年 仏壇公正競争規約運用開始 (仏壇公正取引協議会)
- 平成25年 PRAY for (ONE) 活動開始 (2015年3月より)
- 平成29年 『祈りの日』3月27日 (「仏壇の日」を残し記念日登録)
- 平成30年・令和元年(2019) 西日本豪雨災害 第3回 ボランティア (7月31日～8月2日)
- 令和2年 コロナ感染症 (COVID19) 感染拡大 外出禁止。活動自粛。
- 令和3年 メルパルク京都ハイブリッド研修会
- 令和4年 築地本願寺にてハイブリッド研修会
- 令和6年 能登半島地震 ボランティア活動 (第4回 2024年3月26日七尾市2カ寺へ)

- 平成19年 NL部、活動開始
- 平成22年 活路開拓 - 調査事業
- 平成23年 東日本大震災発生 (2011.3.11) 第1回震災ボランティア活動 (2012年3月石巻・南三陸へ) 第2回震災ボランティア活動 (2012年4月石巻・南三陸へ)

会報
「ぜんしゅうきょう」
100号
to be continued

講演

京都で伝統あるお店の深化する実例を学ぶ

〜 専門技術を活かし社会変化に応用する

(有) 斗六屋(とうろくや)代表 近藤 健史氏

私は『種菓斗六屋』の4代目当主近藤と申します。今は京都の壬生に位置しておりますが、曾祖母すえのが、賑やかな南座近くの先斗町で戦前に創業し、来年100年を迎える甘納豆の専門店です。家業としての理念は二つあり、一つは「京都を代表する品質のものを作る」。二つめは「元祖としての価値を守ること」です。戦争を挟み家業として甘納豆の卸売りをしておりました。

私は平成生まれで、中学時代に甘納豆でからかわれたことから、『甘納豆屋』にはなりたくないと思っていました。京都大学で微生物の研究をして院生として就活を始めたころ、地元、壬生の神社で行われた節分祭で、実際に300人ほどの参拝の人に甘納豆を直接手渡して喜んでもらえる体験をしました。その後『たねや』さんで修業をしてから26歳で家業に入り10年目です。現在は「B to C」つまり個人向け販売がほぼ100%となっております。従来のお豆を素材とした「甘納豆」とは違う食感の砂糖菓子、世界の種を素材にした「種菓SHUKA」ブランドの商品をいろいろなお店で販売してもらっています。

また、ジェラートの販売も始めました。なぜジェラートかというと、イタリアのスローフードの見本市に行ったときに、老若男女が笑顔でいろいろな味のジェラートを食べる姿が印象に残りました。実は以前から甘納豆を作



る段階で出る甘いシロップを無駄にしたくないと考えていたので、これまでは捨てていた、お豆のシロップを活用して豆乳ベースのジェラートにしたことで、グルテンフリーやヴィーガン(完全菜食主義)層からの支持を得ています。

日本の食文化のひとつとして、昔ながらの自然の風味を活かした甘納豆の伝統製法を守りながら、見た目や豆の触感を残して現代風にアレンジすることで、中国茶やワインと一緒に楽しむお菓子として、若い人や海外の方からも受け入れてもらっております。従来の甘納豆の需要は減ってきていますが、世界のヴィーガン市場は伸びていて、甘納豆も自然の中の「種を大

事にした食品」としての価値を再発見できると考えております。研究者だったことを活かしてレシピづくりを細かくデータ化し、『家業から企業』へとリスク分散を考えて、今まで職人肌の叔父が受け継ぎ、体で覚えてきた製造工程と味を、次世代に継承できる体制を作っております。

菓子の修行に行ったたねやさん、ブランドの勉強は中川政七商店さんに伺いました。そこで私も中川さんに倣い100億あったらどんな理想郷を描けるか考えてみました。実は稲も種です。日本の里山のイメージで水田があり、畑に囲まれた風景の中さまざまな種の甘納豆や、世界の種をベースにしたジェラートを食べられる。『種を楽しむ』食のテーマパークSHUKAランド(仮)を考え、事業に取り組んでいます。

伝統を守るだけでなく、素材や製法、デザイン、海外展開まで考え次世代に繋ぐことが使命。また、「発想力は移動距離に比例する」とも考えます。本日の話が、皆さんの何かのヒントになれば嬉しいです。

総括

社会のトレンドから宗教用具業界は何を求められているか、どう応えるか

ひきたよしあき氏

2日間の研修が行われましたが、「AIは素晴らしい」というだけではなく、「AIは無責任で、時には間違っている(読み違える)」ことが分かりました。また、業界として扱う「死や供養」については、正しい情報を生成AIに与えなければ、間違っている内容が、まるで正しいことのように広められることも解りました。使う側の質問力「プロンプト」が大切であること、精緻な問いを立てて、どんな質問の精度を高めることが、正しい情報を引き出すために大事なことです。

ワークショップでは時間通りの発表で素晴らしいパフォーマンスを見せてもらいました。6つのグループともに良く話し合い、意見の集約が見事でした。過去10年間の参加者の変化・成長が感じられました。皆さんのアイデアマップを持ち帰り、深夜ホテルで模造紙を広げてまとめてみると、多くのチームで『仏壇店から○○』というソフトチェンジが見られました。

また、『技術を見直す』『仏教から離れる』『捨てる勇氣、取り組む勇氣』『時代の裏をかけ』『自らの宗教観を問い直す時代』と、たくさん意見が出たワークショップでした。みなさんの「傾聴力」と「要約力」「発信力」このバランスがレベルアップしました。

総括

伝統工芸に携わる集団【Zen Craft KYOTO】の

ChatGPTの活用実例を学ぶ

THE MOMENTO(株)代表取締役

鐘居 祐介氏

【Zen Craft KYOTO】は吉田

副理事長が代表をされている、仏具という日本が誇れる「美」を新たなプロダクトとして展開し、発信していくユニットです。昨年、京都市の伝統産業未来構築事業に応募し、そのプロジェクトが採択されましたが、応募の際にはChatGPTを用い、書類を作りこんでいきました。今回はこの事例を参考に、実際の活用方法に触れてみるという時間になります。AIの得意な事、苦手なことと人間の手を加えるところなど実際に操作しながら皆さまにご説明させていただきますので、本日はよろしくお願致します。

まず、ChatGPTはアメリカのOpen AIという企業が開発した人工知能です。人間の言葉を理解して、質問や指示を受けて即座に自然な文章を作ってくれます。生成AIは過去のデータから成り立っているため、過去の蓄積された情報を引き出すことに長けています。

実際の申請書類を実例としてご紹介いたします。まず、「海外に向けて日本の伝統を発信する事業の申請書類の構成を考えてください」と、質問をしました。この時に「伝統産業未来構築事業」と目的をしっかりと入力することが大事になります。その情報をもとに、その特性を生かしたうえで、成果・評価も考えた資料となります。



しかしながら、ありふれて埋もれないように、自分が希望する個性を持ちクオリティの高い魅力あるプレゼン資料になるよう、よりの確かなプロンプトの指示を繰り返し、繰り返し返し、イメージに近い形に仕上げていくことが大事になってきます。ですから、答えを導き出すための「プロンプト力」がとても重要になります。プロンプト(細かな指示)の事例を積み重ねることで生成AIに学習させて、自分が意図する、細かい指示による実例の変化を見ると、時間の効率化と、自身の意図するイメージがどれだけ具現化されているか、例えば、最初に出てきたものが、ありふれた感じであれば、「カジュアルに」「ビジネス向けに」「スタイリッシュに」など、より具体的な指示を出すことによ

てプレゼン資料がグレードアップして行きます。生成AIのスピードを味方として活用し、基礎的な作成時間を短縮できた分、より高度な仕上げの作業に時間をかけるなど、業務効率の有効化にぜひ活用してください。各種SNS向けの投稿や商品紹介はAIには得意分野です。「仏壇の魅力を若い人たちに伝えるキヤッチフレーズをSNS向けに5点考えてください」といった内容で、インフレット作製翻訳など、無料版でも十分便利に使えるところAIではなく、自分の考えを整理してくれる有能なアシスタントとして、質問をどんどん繰り返すことで、自分の考えもブラッシュアップして、是非業務の効率化やアイデア出しの参考にももらえたら幸いです。

◎ 質問タイム ◎

質問…無料版でどの程度の質問をしていいのか教えてください。

回答…会社のホームページで開示している内容であれば、問題ないと思います。そのまま情報を学習し共有されますので、機密情報は出さないよう気を付けてください。

実は今回の講演をどういう内容にしようか、生成AIと相談しながら作りしました。どんな事を伝えようか、しっかりとプロンプトを考えてお話をさせていただきました、ありがとうございます。



最後に吉田副理事長から何った言葉から「二次元の広さ(本やネットの知識)でだけではなく、三次元の高さ(一流の人と直接会う)」と深さ(実体験)を持った学びをすること」このような姿勢で仕事に取り組みることが大切です。ぜひ来年また、この研修会という学びの場でご会いましょう。

種葉・近藤さんの講演では、「家業から企業へ」という次世代に繋ぐ「データ化」「移動距離に発想力は比例する」。印象深い言葉がいくつもありました。

先ほどの鐘居さんのように、プロンプトを練って、近藤さんのようにAIに「仏具店が100億で何をすべきか？」と質問してみました。①「祈り産業への転換」「仏壇から祈りへ業態を拡張」する、②「地域と記憶の再生プロジェクト」(祭りや風習のデジタル化、アーカイブ化)、③「死から生を考える」社会をイノベーション。「心の供養」をサポート。と、具体的な意見が出てきました。さらに、「全宗協のイメージキャラクター」を作ってくださいと尋ねてみたら、『折結(いゆ)ちゃん15歳、誕生日は3月27日の祈りの日生まれ。静かで、人の痛みに敏感。誰かが悲しんでいると、そっと花を置いていく。』そんなキャラクター像が、あっという間に作り出されました。



第1部 各寺院の取り組みの発表



第2部のパネルディスカッション



地下鉄神谷町駅から徒歩1分の好立地にあるお寺カフェ。都心とは思えない癒しの空間

NL部 秋の研修会 11月19(火)～20日(水) 2025 in 東京 1日目 光明寺(港区神谷町) 未来の住職塾様と合同研修会

NL部の研修会では松本紹圭先生が主催されている、『未来の住職塾』様と合同で研修会を行いました。テーマは「人の集まるお寺に学ぶファン作りのエッセンス」。

第1部は未来の住職塾のご住職、寺族の方4名を講師に、違う宗派、地域差のある中で「ファンづくり」「ストーリー発信」「ブランディング」の観点から寺院経営や、地域との交流など、さまざまな角度から取り組んでおられる様子を伺いました。

第2部では、仏具製造・数珠製造・小売店それぞれ所属のNL部員と講師がグループに分かれ、ディスカッションしました。「お寺・店舗・メーカーそれぞれが感じる『供養』のニーズを、『モノや場』にあらわす」をテーマに活発な意見が交わされた。

翌日は、築地本願寺様で参拝、見学を行い、古代仏教建築を模した建物を見学。様々な彫刻やステンドグラスなどの装飾を見学し、シルクロードからの仏教伝来の歴史を肌で感じる研修となりました。2日間の参加者は外部の方含め12名でした。

NL部は**新入部員**を募集中!

共に学び、共に進んで参りましょう!

お問い合わせ先: 全宗協 事務局

TEL: 03-6206-0413

結果報告

令和7年度 仏事コーディネーター試験

- 開催日: 令和7年11月12日(水)
- 会場: (東京) 台東区民会館
(大阪) 新梅田研修センター
- 受験者数: (東京) 48名 (大阪) 19名
- 合格者数: 63名



最新版 好評発売中!!

『仏壇仏事ガイド ver6.0』

仏壇販売の現場で役立つ

・業界標準テキスト

全宗協組合員価格 **13,200円**(税込)

一般価格 16,500円(税込)ともに入金確認後送料着払いで発送

振込口座: みずほ銀行 銀座通支店(普通) 2088398

口座名: 全日本宗教用具協同組合

事務局からのお知らせ

1. 当面のスケジュール

- 令和8年2月24日(火)
令和7年度 第2回理事・役員会(エッサム神田1号館)
- 令和8年4月21日(火)
令和7年度 第3回理事・役員会(エッサム神田1号館)
- 令和8年度 総会5月20日(水)(ホテルニューオータニ高岡)

2. 組合員数 277名(令和8年1月20日現在)

3. 組合員関係者の訃報(令和7年7月20日～令和8年1月31日)

【関東甲信地区】

- (株) やまと 代表取締役 町田 守様 ご尊父 町田 聖治様
(10月8日 88歳)
- (有) 温古堂 代表取締役 山田 哲也様 ご尊父 山田 宗宏様
(11月22日 89歳)

【北越地区】

- (株) 福宝 代表取締役 石塚 福栄様 ご母堂 石塚 シズ様
(12月7日 行年90歳)

【京滋地区】

- (株) 松栄堂 専務取締役 畑 元章様 ご尊父 畑 正高様
(8月9日 71歳)

【阪奈兵和地区】

- (株) 佐倉幸保商店 代表取締役 佐倉 浩徳様 ご尊父 佐倉 弘様
(10月3日 享年82歳)
- (株) ルーツ 代表取締役 千秋江以子様 ご尊父 千秋 明正様
(12月18日 85歳)