

研究論文

誰のための寺院であるべきか

福井良應

1. はじめに

筆者はこれまでもマーケティングの見地から寺院運営についての試論を求められ、寄稿をしてきた¹。その論旨は、次のとおりである。

現代社会における寺院の運営は、住職や寺族の能力、各寺院の特長、地域の実情を鑑みた創意工夫によって、多種多様に実践されるべきであり、今後の寺院の存続・興隆・協力について、全国一律で有効な解決方法はない。

同一の宗派内であっても、住職、寺族、寺院を取り巻く環境など諸条件のばらつきは大きいため、具体的な寺院運営に関する打ち手については個別に考えるべきである。従来、宗派によっては寺院運営の事例集を制作、共有することもあったと聞く。しかし、コロナ禍によって時代の前提条件が根底から変わってしまった今、ビフォーコロナの事例はそのままでは使いにくいものとなっているだろう。コロナ禍が地域や寺院に及ぼした心理的・経済的な影響は様々であることから、やはり打ち手については各寺院が個別に考え抜くしか方法はない。

コロナ禍による時代の変化は、地球環境の変化、生活者の価値観の変化、企業の競争環境の変化など、様々な側面における不可逆的な性質をもった変化である。昨今ウィズコロナの環境下において、企業はそもそも何のためにビジネスを行うのか根本から見直しを迫られており、社会課題を解決する活動を企業を中心に据えなければならないという主張も多く聞かれるようになった。そう

(20) 誰のための寺院であるべきか（福井）

した社会的な存在意義は「パーパス」とも呼ばれ、ビジネスのキーワードとなっている。岩岸博論・佐々木康裕著『パーパス —「意義化」する経済とその先—』によれば、社会的存在意義とは、社会においてどのような責任を果たすのかを明らかにしたものであり、関係する多くの人々の共感を集め、あるべき世界の実現に向けて協働するための指針であるという²。企業は社会的存在意義を問い直し、その大転換に伴って事業内容や諸活動にも大きな変化を生じさせている。こうした潮流は、寺院に対する社会の見方も変えていると思ったほうがいだろう。早く元の世界のように戻ってほしいと願うのが人情ではあるが、いつまでもピフォークロナの気分でいられないのが現実だ。

では、ウィズコロナ時代の寺院運営の方針はどのように立てられるべきであろうか。もはや過去の経験や直感だけでやっていける社会環境ではない。企業と同様に、客観的な事実や調査の結果などを伴った情勢判断が必要だろう。それは、本山クラスの寺院でも地域の末寺院でも同様のことであると考ええる。

2. マーケティングの定石「顧客主義」

寺院も非営利組織の一形態である以上、マーケティングが必要かつ有効であることはいうまでもない。ここでは要点を絞り、拙稿をもとに寺院のマーケティング実践について概観する³。

マーケティングでは「顧客主義」を定石とするが、それは寺院運営にも適用することができよう。顧客、すなわち英語の“customer”という語は、語源をさかのぼると「同じ場所を習慣（custom）的に行き来する人」という意味である。寺院と仏法の存続のためには、この顧客の習慣に着目して考える必要があるだろう。寺院運営のマーケティング実践は、既存の檀信徒だけでなく新しい人々との縁が広がるように、顧客の再定義と提供価値の見直しを絶えずおこない、住職や寺族の負担をいわずらに増やさないよう外部組織をうまく活用し、その結果として寺院・僧侶に共感が寄せられて新たな役割や魅力が立ち顕れ、ひいては存続のための利益がもたらされるという順序に整理される。どう

いう時代背景であれ、寺院が存続するかどうかは、ひとえにこの顧客の共感を得られるかどうか次第であろう。

したがって、本稿のテーマ「誰のための寺院であるべきか」の「誰」とは「顧客」に違いなく、この顧客をどう設定するのが問題となる。通例、いわゆる檀家寺では既存の檀信徒を指し、観光寺院では観光客を指す。本山クラスの大寺院であれば、包括関係にある所属寺院や信徒を指すだろう。しかし寺院への関心が希薄化する昨今、こうした従来の顧客定義だけでは先細りしていくことは必至である。そこで顧客の再定義、すなわち、これからどういった人々と新たに縁を結ぶのか、その構想が重要である。本稿では本山クラス寺院の例に触れた後、地域寺院について考察を進める。

3. 本山クラス寺院は誰のための寺院であるべきか

筆者は以前、真言宗御室派諸問題検討委員会に所属し、宗勢調査のデータを元に本山および末寺院をめぐる課題の構造化を行ったことがある。ここでは詳細を記すことは避けるが、要点は次の3点である。1、末寺院は将来に不安を覚えており、本山や宗団に対する期待感は高くない。2、末寺院の宗団への不信感あるいは無関心が蔓延しており、宗費等の経済的負担の軽減を求めている。3、末寺院の本山への信頼度は低下しており、今後は本山が独自で魅力を向上させる施策の実施によって、末寺院からの寄付によらない運営を求めている。他宗派でも、同様の傾向が大なり小なり現れていると推察する。

総本山仁和寺では、その後どの程度に上記の分析が参照されたかは不明であるが、従来の筆頭門跡寺院の立場に寄せた奥ゆかしいあり方から一変、仏教への関心の希薄な人々の興味を引くような施策を展開し、総本山が率先して大掛かりに教化を行うようになってきている。筆者から見れば分析結果に基づいた方針転換と感じられ、また他宗派でも同様の課題を内包していると思われることから、仁和寺が仏教低関与層へ目を向けて大胆に施策を展開している動きは注目に値すると考える。

(22) 誰のための寺院であるべきか (福井)

ここで総本山仁和寺の最新の状況について触れておきたい。本稿執筆現在、総本山仁和寺は読売新聞とクラウドファンディング企画を実施している⁴。その趣旨は次のとおりである。

仁和寺は国宝の金堂など多くの文化財を保有し、日本の宗教、文化、芸術を伝承、公開しています。多くの古典でも、文化発信の場として描かれてきました。様々な文化施設を有し、これまでも美術展や華道展、コンサートなどを催してきました。今般の世界的パンデミックの中、私たち仁和寺は改めて社会における使命を省みた結果、コロナ禍で活動の場を失った若い、あるいは意欲的な芸術家の支援のため、「国宝のある芸術祭」の開催を決めました。あわせて、ご不幸に見舞われた方々への鎮魂、安寧の祈りを捧げたいと思います。(強調筆者)

この記載に従えば、総本山仁和寺の社会的存在意義は「芸術家を支援する寺院」ということになるだろう。その設定により、どれほど多くの共感を呼ぶことができるかが試されている。

4. 地域寺院におけるコロナ禍による影響とその対応

次に、地域寺院の課題意識について考察してみたい。ここでは、2020年5月に大正大学地域構想研究所・BSR推進センターが実施した調査の結果(有効回答数:517)を概観する⁵。主な回答者は寺院僧侶である。

まずはコロナ対策の実施状況についてである。客間や本堂をこまめに換気する、間隔をあけて席を配置するなど、いわゆる3密回避の対策が行われている様子がうかがえる。「特に対応はしていない」という寺院は1.4%にとどまることから、ほぼすべての寺院がコロナ対策を行っていることがうかがえる。また葬儀と法事についての変化も「特に変化はない」という寺院は5%以内にとどまっており、ほぼすべての寺院に影響を与えていることが明らかである。さらに定期的に行う写経会・法話会・座禅会等の行事、毎年行う落語会やコンサート等のイベントについても、それらの実施寺院のうち95%以上が実施見合わせ、

または形を変えて行くことを余儀なくされている。自由回答を見ると「法要や葬儀を簡素化あるいは開催しないことを、ある意味新型コロナウイルスが後押ししてしまった。一度楽なことを憶えると元の面倒なやり方には戻らないかもしれないという不安」を吐露する声。あるいは「寺院の経済的基盤の布施収入が減少して寺院の護持運営に支障をきたす」といった先行き不安の声が散見される。

では、従来通りの寺院運営が通用しなくなっている状況に対して、地域寺院はどのような工夫を行っているのでしょうか。コロナ禍をきっかけに始めたことの内容を見ていくと、オンライン対応が最も多くを占め、無参拝法要・代理参拝、寺報・郵送物、ウイルス対策、写経、御札・御守り配布、ウイルス退散祈願、掲示板、子供支援、電話、境内整備と続く⁶。

以上の調査データから、次のような地域寺院の実態が浮かび上がる。すなわち、寺院ではコロナ感染症対策を実施しているにもかかわらず、コロナ禍により葬儀・法要や定例行事が簡略化または延期されるという事態に至っており、その影響は昨今の“仏教離れ”を強く推進することに直結、世代間継承をいっそう困難にし、やがては法務収入が激減することにつながりかねないという懸念を引き起こしている。一部の寺院では、オンライン化、代理参拝、寺報などによって檀信徒とのつながりを絶やさない懸命の努力を行っているが、依然有効な手立ては見つかっていないといえるだろう。

そうした寺院の苦境に関連して、鵜飼秀徳氏は「国は見殺し“コロナでお寺がどんどん消滅”で国民が被る深刻な影響」と題した記事を寄稿した⁷。鵜飼氏は、布施収入だけで生計を立てられない寺が多数派である事実を宗勢調査から明らかにした上で、国や行政レベルで寺院消滅回避への対策が必要であると論じている。しかし現時点でそうした機運は高まっておらず、地域寺院は自助努力で先手を打っている状況にあると推察する。

一方でウィズコロナの環境下において、一般の生活者は地域寺院に何を期待しているのであろうか。その事実との突き合わせがなければ、地域寺院の社会

(24) 誰のための寺院であるべきか (福井)

的存在意義は明らかとはならない。

5. 生活者に聞いた、コロナ禍が仏教寺院に与える影響

ここでは、2020年8月に全日本仏教会・大和証券が実施した調査の結果（有効回答数：6,192）を概観する⁸。回答者は一般生活者で人口動態に合わせた性年代および地域構成となっており、調査精度は高いといえよう⁹。

この調査で最も注目すべきは「コロナ禍において寺院・僧侶はどのような役割を担うべきか（Q29、複数回答）」という設問への回答状況である。全体の中で最も多くを占める回答は「特に担うべき役割は無い；35.3%」。次いで「不安な人たちに寄り添う；32.1%」、「コロナ禍収束を祈る；21.9%」が続く。この点についての全日本仏教会・大和証券の分析コメントは次のとおりである。

- ① 「菩提寺の有無」や「仏教への関心の有無」に関わらず、コロナ禍において僧侶への期待は高く表れている。
- ② 通常の調査では〈特になし（無関心）〉の項目が高く表れることが多いが、本設問においては〈特になし〉の回答比率が3割台と低く表れている。
- ③ 今回のコロナ禍においては〈寄り添う〉、〈祈る〉が強く表れていることが特徴的であり、それだけ寺院・僧侶に対しての期待は大きいと考えられる。（強調筆者）

この調査結果をどう読むかについては、ウィズコロナにおける寺院・僧侶の役割を再考する上で重要である。改めて全日本仏教会・大和証券による分析を検討してみたい。

まず①の分析については、「特に担うべき役割は無い；35.3%」が最大値の項目であることに触れておらず、その事実を直視していないことを指摘しなければならない。「特に担うべき役割は無い」という回答が最多であるにもかかわらず、「僧侶への期待は高く表れている」と分析してみせるのは少々無理があるのではないだろうか。

次に②について、「〈特になし〉の回答比率が3割台と低く表れている」と言及しているが、この評価は誤りであろう。先のとおり「特に担うべき役割は無い」は最多を占めているのである。また、ここで3割台を低いと評価するのであれば、次の③の分析と矛盾する。

③では、「〈寄り添う〉、〈祈る〉」の項目がそれぞれ「32.1%、21.9%」であることについて、「〈寄り添う〉、〈祈る〉」が強く表れていることが特徴的」と言及している。②では35.3%を「低い」と評価したにもかかわらず、③では32.1%と21.9%を「強く表れていることが特徴的」と評価するのは一貫性に欠ける。

ではあらためて、この設問の結果からはどのような内容を読み取るのが妥当であろうか。筆者の見解は次のとおりである。

- ① コロナ禍における寺院・僧侶の役割について「特に担うべき役割は無い」が最多を占める。
- ② 続けて期待される役割は、「不安な人たちに寄り添う」、「コロナ禍収束を祈る」。
- ③ 菩提寺不満層では「生活に困っている方たちの支援を行う」が特徴的に高く挙がる。

まず①は、一般の生活者から見て、寺院・僧侶の社会における立ち位置を把握するという点で重要な示唆を与えていると考える。調査時点の2020年8月は、新型コロナウイルスの感染拡大が第2波を迎えた時期に当たる。政府が不要不急の外出を控えるよう呼び掛け、何が不要で何が不急であるかに社会が戸惑う中、すでに見たとおり、ほぼすべての葬儀・法事が簡素化または見送られたことは、「仏事＝不要不急」という意識の現れといえるだろう。3密回避が推奨され「エッセンシャルワーク」という言葉が浸透し、ワクチン開発途上という人類の危機において、寺院・僧侶に役割はないと見るのは無理もない。

次に②について、調査時点ではワクチン開発もままならず、コロナ禍の先行きが見通せない中で、寺院・僧侶に「不安な人たちに寄り添ってほしい」、「コロナ禍収束を祈ってほしい」という回答が上位に挙がったのは、そうした切実

(26) 誰のための寺院であるべきか（福井）

な願いが調査結果に反映されたものと考ええる。従来の主な社会的役割であった「しっかりお葬式を執り行うことを心掛ける；18.1%」よりも、これら2項目が上位に挙がったことは、寺院・僧侶への期待内容に根本的な変化が起きていることを示していると考ええる。

最後に③について、菩提寺に不満を持つ人々がコロナ禍で寺院・僧侶に「生活に困っている方たちの支援を行う」ことを強く求めている点は注目すべきである。通常、不満を持っている人は無関心になりがちである。しかしそうではなく、社会の不安な現状を目の当たりにして、寺院・僧侶にコロナ禍で苦しむ生活困窮者を支援してほしいと、具体的な社会に対する働きかけを望んでいるのである。

その他、調査結果で押さえておきたい設問を2つ紹介する。1つは「コロナ以降、菩提寺からの連絡の有無とその経路（Q20）」である。その結果によれば、コロナ禍発生以降に菩提寺から何らかの連絡を受けた人は36.5%。うち菩提寺への満足度の高い層に限ると53.9%となるが、普通層では21.9%と数値が半分以下となる。つまり、僧侶の側が連絡しやすい人にしか連絡を取っていない実態が浮かび上がる。もう1つの設問は「菩提寺のコロナ対策に関する認識状況（Q22）」である。その調査結果によれば、菩提寺のある人のうち75.8%は、自分の菩提寺がコロナウイルス対策を実施しているかどうかを知らないという。前節では98.6%の寺院が何らかの対策を実施していると回答しているにも関わらず、そのことを知らない人が75.8%に上るとするのは、寺院に対するイメージの問題とはいえ、大きな課題であろう。

以上、コロナ禍において一般生活者が寺院に対して何を期待しているのかを調査結果から概観した。コロナ禍において寺院・僧侶に役割はないという声が最多を占める一方、不安を感じている人たちへの寄り添いや、コロナ禍収束の祈りを求める声が次いで高く挙がっている。また一部では、コロナ禍で苦しむ生活困窮者を支援するよう求める声も見られた。その他、コロナ禍以降、寺院からは連絡しやすい人にしか連絡を取っていないと思われる傾向が浮かび上が

り、そのためか、一般生活者には寺院がコロナ対策を行っているイメージが希薄である実態も浮き彫りとなった。

6. 生活者と寺院・僧侶のすれ違い

こうして生活者の意識を紐解く作業により、寺院・僧侶の側から、一般生活者に向けてのコミュニケーションの不足が垣間見える。寺院・僧侶の側は従来どおり心安らく時間を持てるように、3密回避の儀式執行を中心に工夫や対策を講じているという。その内容は多いものの順に、オンライン対応、無参拝法要・代理参拝、寺報・郵送物、ウイルス対策などであった。ところが、「仏事＝不要不急」と言われかねない状況の中で、寺院・僧侶の側から積極的にコミュニケーションを取ることは難しくなっているのであろう。また、寺院の経済的基盤の布施収入が減少して、寺院の護持運営に支障をきたすという焦りもあるだろう。そうしたことによって、生活者が真に求めるものを十分には汲み取ることができておらず、自らに期待されている内容と、自らが提供している内容とのあいだに、微妙な齟齬が生まれているのではないだろうか。つまり、従来とは異なる期待内容を持っている生活者と、工夫しながら従来どおりにやりたい寺院・僧侶の側とですれ違いが起きているということである。

この「生活者と寺院・僧侶のすれ違い」は、拙稿で触れた「イノベーションのジレンマ」と同じ構造によって生じているといえよう¹⁰。それは時代の変革期において、事業者が従来通りのあり方に重きを置き過ぎることによって、社会の価値観の変化に対応できずに衰退してしまうことを忠告する経営学の理論である。これを現代の寺院経営にあてはめると、長い歴史をもち伝統を大切にす寺院は従来の顧客に向けたやり方を大切にしすぎるあまり、自身を取り巻く環境の変化に適応できずに衰退の道をたどる、ということになろう。コロナ禍を経て、生活者が寺院・僧侶に期待する役割は変わり始めている。寺院・僧侶が今それに気づき対応しなければ、必然的に衰退の道をたどってしまうということである。

(28) 誰のための寺院であるべきか（福井）

では衰退の道はどうすれば回避できるのか、拙稿により以下に3つのポイントを提示する。1つ目は従来の顧客、つまり従来からの檀信徒に寄り添い、彼らの想いに応えるように工夫や改善を行うことである。先に見たオンライン対応、無参拝法要・代理参拝、寺報・郵送物、ウイルス対策など、コロナ禍に寺院が行った工夫はこれに該当する。2つ目は新規顧客、つまりこれまで縁のなかった人との接点をつくる活動を行うことである。コロナ禍において僧侶のYouTube等への動画配信が注目されたが、それも一例である。また、子どもの貧困問題という社会課題の解決を目指す「おてらおやつクラブ」の活動や、LGBTQなどの性的少数者を支援する活動なども新しいご縁づくりの活動として該当するであろう。3つ目は、1点目と2点目の両方を偏りなく行うということである。つまり、従来の檀信徒だけを見ていては先細りとなるし、新しいことばかりを追いかけていては従来の檀信徒から見放されてしまう。だから寺院としては、両方の塩梅に目配りする必要があるということである。筆者は、このどちらにも偏らないこともまた中道であり、それゆえに衰退の道を回避できるのではないかと考えている。

本節では2つの調査結果をもとに「生活者と寺院・僧侶のすれ違い」を指摘し、その構造の読み解きと課題解決について考察を行った。とはいえ、オンライン対応も新しい活動に踏み出すのも、どちらも負担は大きいかもしれない。そこで次節以降では、比較的取組みやすい事例を紹介する。

7. 従来顧客とのコミュニケーション活性化

ここでは明日からできる実践の事例として、すべての関わりある檀信徒に電話することを提案したい。その目的は、先の調査結果で触れたとおり、僧侶の側が連絡しやすい人にしか連絡を取っていない実態があり、コミュニケーション不足が指摘できるからである。また誰もが不安を抱えている社会環境下で、寺院には「不安な人に寄り添ってほしい」という期待が寄せられているからである。

用事がないのに電話をするのは難しい。しかし案外に檀信徒の側も同じように感じていると、渡邊元浄師（静岡県伊豆の国市、正蓮寺住職）は遠藤卓也氏のインタビューで指摘している¹¹。「この状況で檀家さんたちはお寺に行くことが出来ませんし、かといって電話をしてもお寺にご迷惑かなと遠慮している可能性がありますよね。だから、こちらからかけるんです」。渡邊住職の「用事のない電話」の会話と、その背景にある想いは参考になるだろう。抜粋して以下に引用する。

「もしもしー〇〇さーん。住職です～。特に用事はないんですけどね～、お加減いかがかなと、お電話でお見舞いしようと思ひましてね～」と切り出すと「あら～わざわざ申し訳ありません」なんて掛け合いから始まります。基本的には安否確認と世間話ですかね。「調子はどう？眠れてる？」「息子さん東京だったよね？」「お孫さんの食事の準備大変だよねえ」とか。10軒もかけた頃には、今の檀家さんの生活ぶりもわかってきて、やりやすくなりました。こんな時期だから相手も在宅していることが多いです。夕飯時だと、ご家族が揃っていることがあって、次々に電話を代わることもあります。正蓮寺は「檀家さん」を家単位で数えず、人数で数えていますから、一口にいても、それぞれ一人の人間なので、できれば全員と話すことを心がけていますね。（中略）

〈時間がかかりませんかという問いに答えて、〉こども園の仕事をやりながらですが、土日や隙間時間に1日に20～30件くらいかけて、3日で70件かけました。一週間も続ければ終わると思います。〈住職一人でやっているのかという問いに答えて、〉手分けはしていません。肉声が一番かなと。規模にもよりますが檀家名簿のデジタル化など、環境はどんどん便利に使いやすくしていったほうがいいと思っています。コミュニケーションはなるべくアナログがいいです。ITを使えない人にあわせておくのが大事だと考えています。（中略）

中には、これまで打ち明けにくかったという心の不調を告白してくださ

(30) 誰のための寺院であるべきか（福井）

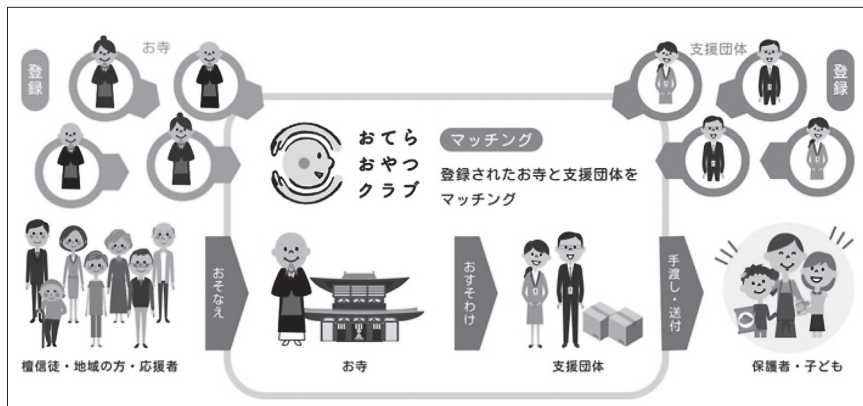
った方もあります。精神的に不安定で、周囲から浮いてしまっていることもご本人は自分で気づいていて。誰かと話したい時があっても、無責任に励まされて会話が終わってしまうことが寂しいようなんですね。〈どのように対応されたんですかという問いに答えて、〉「そうですねえ。そうですねえ。いいときもあるしねえ、わるい時もありますよねえ」って言葉をかけると「そうなんだよ！お医者さんもそう言ってくれるんだよ！」と、少しご安心された様子で「今度はこっちから電話してもいい？なんでもいいから話したい時もあるんだ」と言ってくれました。（下略）

8. 社会課題に取り組む

次に明日からできる実践の事例として、「おてらおやつクラブ」の活動を紹介したい。その目的は先の調査結果で触れたとおり、寺院・僧侶にコロナ禍で苦しむ生活困窮者を支援してほしいと、社会に対する働きかけを望んでいる実態があるからである。

おてらおやつクラブは、共助社会の創出を目指す認定NPO法人の活動である¹²。「たよってうれしい、たよられてうれしい」と社会的存在意義を掲げているとおり、社会的弱者、とくに貧困状態にあるひとり親家庭の子どもの生活支援のために様々な施策を展開している。なかでも、「おそなえ、おさがり、おすそわけ」という寺院のお供え物をおすそわけする活動は、当団体に登録した賛同寺院が、近隣にある貧困家庭を支援する民間のひとり親支援団体、子ども食堂、児童養護施設等を紹介され、お供え物が多く集まった際に配送したり直接持ち込んだりして、支援団体への後方支援を行っている。（図1）

地域寺院が活動に携わることで住民にも「社会課題と向き合う気持ちのあるお寺」と認識が変わり、お寺を拠点として人々が集うようになり地域コミュニティが拡大していく傾向がしばしば見られる。また、お布施とは別に活動のための寄付、お供えとは別に寄贈物資を用意するなど、従来の檀信徒が熱心に活動を支えてくれるようになったという事例も数多く報告されている。先に見た



(図1) おてらおやつクラブの仕組み

とおり、コロナ禍の現状を鑑みて、困っている人のために何かしたいという人が増えていて、地域の寺院がそういった人々の想いの受け皿になりうることを示していると考えます。当団体の代表理事・松島靖朗師（奈良県田原本町、安養寺住職）は『月刊住職』のインタビューで活動について、次のように語っている¹³。

おてらおやつクラブは決して新しい活動をしているわけではありません。従来からの僧侶としての活動、ご本尊様をお守りしているからこそのお供えであり、その先のお下がりやを困っている家庭に分配する。NPOは分配していくことに役割がありますが、NPOが成り立っているのは、全国のお寺が信仰の存在としてあることが一番大切です。それが自ずとお供えを受け取るに足る存在になっていく。だからそれぞれのお寺が信仰のもと役割を担うことと矛盾はしないのです。(中略)〈生活困窮者へ〉一方的におすそわけしたり、受け取っているのではなく、みんなの声にならない思いに感じられる存在に〈寺院・僧侶が〉なっていく。それが一番、大切だと思ふ。(下略)

なお、当団体のレポートによれば直接的に支援している世帯の多くは30-40

(32) 誰のための寺院であるべきか (福井)

代女性と子ども1-2人のひとり親家庭で、多くはパート・アルバイトに従事しており、仕事での収入は月10万円前後、預貯金は50万円未満であるという¹⁴。

9. 総 括

ここまで「誰のための寺院であるべきか」というテーマをめぐって、本山クラス寺院と地域寺院に分けて、コロナ禍中における寺院に関する2つの調査を概観しながら考察を進めてきた。「誰」の中身は、各寺院の特徴や置かれた環境、社会的存在意義によって変わるはずである。それが多様になることで寺院のあり方も多様になり、ひいては誰一人取り残さない社会の実現に寄与するのではないかと想像する。

最後に私見としての「誰のための寺院であるべきか」を述べておきたい。前節で見たとおり、コロナ禍によって子どもの貧困問題はいっそう深刻化の様相を呈している。食費を切り詰めるために母子とも十分に食事を取っていないケースや、金銭的な理由で進学を断念せざるをえないというケースも散見される。食に関してはフードロス、教育に関しては大学全入時代が社会問題と言われるなか、そもそもその「社会」の水準に達していない厳しい暮らしに苦しむ子どもたちがいることに目を向けたい。当然のことながら、子どもはどのような境遇に生まれるかを選択できない。また親自身が問題を解決できないケースが多いということから、行政に任せきりではなく、お寺を含む地域の人々が子どもに直接働きかける場を作る必要があるだろう。地域で子どもを育てる、子どもも多くの人に見守られる、そういった意識の醸成と関係性の構築が急務である。将来の地域と社会の担い手を救うために、そして仏教信仰の相続を確かなものにするためにも、子どもの貧困問題の緩和・解決に関心をもつ寺院や僧侶が増えることを期待したい。

注

- 1 拙稿「寺院消滅時代に、マーケティングを。」『高野山時報』3448号、高野山出版社、2018、pp.6-10。拙稿「これからの寺院にマーケティングがなぜ必要か（1）」『月刊住職』550号、興山舎、2020、pp.86-91。拙稿「これからの寺院にマーケティングがなぜ必要か（2）」『月刊住職』551号、興山舎、2020、pp.110-117。
- 2 岩崎博論・佐々木康裕『パーパス —「意義化」する経済とその先—』ニューズピックス、2021。
- 3 注（1）拙稿。
- 4 読売新聞クラウドファンディング「京都仁和寺 国宝のある芸術祭開催 コロナ禍に苦しむ文化芸術を支援し暖かい灯をとめます」（最終閲覧日2021年10月24日）<https://idea-yomiuri.en-jine.com/projects/ninnaji2021art>
- 5 大正大学地域構想研究所「寺院における新型コロナウイルスによる影響とその対応に関する調査 単純集計の結果報告」（最終閲覧日2021年10月24日）<https://chikouken.org/wp-content/uploads/2020/06/036f50d3c678dd30836a3b9afe9a4bc0.pdf>
- 6 この調査結果の通りであれば、オンライン対応する寺院が全国的に大幅に増えたことになるが、実際のところはどうであろう。筆者の感覚では、一部の情報感度の高い寺院に限定された動向のように感じられ、調査回答寺院群に偏りがあると推察する。数少ない調査データが示す事実を尊重しつつも、調査結果の読み込みには一定の注意が必要と考える。
- 7 PRESIDENT Online 「国は見殺し “コロナでお寺がどんどん消滅” で国民が被る深刻な影響」（最終閲覧日2021年10月24日）<https://president.jp/articles/-/45318>
- 8 公益財団法人全日本仏教会・大和証券株式会社「仏教に関する実態把握調査（2020年臨時調査）」（最終閲覧日2021年10月24日）http://www.jbf.ne.jp/wp-content/uploads/site211/files/pdf/bukkyoureport2020_102.pdf
- 9 この調査では「菩提寺の有無」を聴取し、それを分析軸としている点が特徴的といえる。ところが「菩提寺がある」という層に限定してみても、仏教への関心は比較的高くはなく、仏教は理解できず、信仰心はないと感じているという傾向

(34) 誰のための寺院であるべきか（福井）

は注意すべきである。檀信徒と言っても、仏教に関心をもち、信仰心があると自認する層はどちらかというところと少数派であるということを示している。また「菩提寺がある」という方の菩提寺への満足度を見ると、満足層は約4割、普通層は約半数、不満層は約1割という構成である。さらに彼らの今後の菩提寺への付き合い方を見ると、普通層でも約半数は「今までより菩提寺との付き合いを減らしていく、または、付き合いをやめたい」と回答、不満層ではその割合は7割強に及び、今後の檀信徒との関係維持の困難さが垣間見える。

10 注（1）拙稿。

11 遠藤卓也「非常時の檀家コミュニケーションを考える」（最終閲覧日2021年10月24日）https://note.com/taso_jp/n/n2393d494fd94

12 本稿執筆現在、筆者は当団体で理事を務めている。

13 「おてらおやつクラブはなぜ1600寺にも広がったのか」『月刊住職』567号、興山舎、2021、pp.78-87。

14 認定NPO法人おてらおやつクラブ「直接支援家庭の意識と実態に関する調査 2021年8月」（最終閲覧日2021年10月24日）<https://otera-oyatsu.club/wp/wp-content/uploads/2021/09/research2021.pdf>