

教化の目的と手段

大場唯央

こんにちは。静岡県藤枝市にあります大慶寺というお寺で勤めています大場唯央と申します。本日はよろしくお願
いいたします。大慶寺があります藤枝市は、人口十四万人の地方の街です。私自身は大慶寺で勤める一方地域でNP
O法人や一般社団法人を経営したりボランティア団体を運営したりしながら地域作りに関わっています。

そんな経験故か、現在日蓮聖人降誕八百年記念事業の寺フェス事業のプロジェクトチームに属しておりまして、以
前宗務院の会議で寺フェス事業について発表する機会がありました。その際に、現宗研の所長様よりお誘いをいただ
き今此の現場にいるわけでございます。

大変恐縮なのですが、例年の発表大会がどのように行われていて、どのような内容を話されているかも存じ上げま
せん。少し場違いなのかもしれませんが、本日は自分の経験を元に、お話しをさせていただきますが、私自身研究者
でもなく学者でもないため、あくまで私見ということでご理解いただき、ご聴聞の程よろしく願っています。十
五分という短い時間ですのでテンポ良く少しペースを上げてお話をさせていただければと思います。

持続可能性の問い

我が宗門の日蓮宗は立教開宗から七百六十年以上、伝道教団として教化活動をしてきました。今後も教化を続けていくためには、まず必要なことは『どんな教化をしていくのか?』という問いももちろん大事なのですが、その前提として、『我々日蓮宗という宗門が今後も続いていくこと』という土台になる部分の議論も同時に必要なのではないかと考えています。

というのも、今まで七百六十年続いているからと言って、今後も七百六十年宗門が伝道教団として続いていく保証はどこにもないからです。つまり、教化を考える上では『我々日蓮宗という宗門が今後も続いていくこと』すなわち「宗門が持続可能」でなければいけない。

五年十年というスパンではなく五十年、百年先という長期の目でみたとき「持続可能かどうか?」ということが大切であり、今日はこういったアプローチから「教化の手段と目的」という話に結んで行きたいと存じます。

宗門の持続可能性

では「宗門が持続可能か否か」そのデッドラインは何か? ここには様々な要素があると思いますが、私は「多様な有無」に関わっていると考えています。

というのも時代は急激に変化しています。まさしく「諸行無常」でこの先はどうなるかわからない。いつ何が起るかわからない。

例えば「現在ものすごく成功している寺院」があったとしても、それは「現代」という「特定の環境において」成功しているだけであって、同じあり方が今後も続くとは限らない。

そして成功している寺院を参考に、現代の経営者が行っているように「選択」と「集中」をし、効率化をはかり、合理化していく。宗門が本社・支社のように、組織でガチガチに固めて、全てのお寺が同じように教化をし、寺院の経営をしていく、まさしく単一化です。例えば〇〇宗のように。

こうした場合、成功してる時は、もちろん莫大な効果があるかもしれませんが。しかし、「何かあったとき」は総崩れドミノ倒しです。単一化にはそうしたもろさがあります。

山や自然界もそうですよね？ 単一性の竹林、杉林より、広葉樹もあり針葉樹もあり、下草も生えて多種多様な植物が生息している山の方が強いんです。生命体もそうなんです、長いスパンで続いていく事を考えたならば色々なパターンを残す必要がある。

つまり日蓮宗ということを考えてときに、多様性を持っていた方が、今後何十年何百年単位で時代が変化していても、ゼロになることはなく、様々な変化に対応出来るんです。

では、宗門の多様性とは何か？それは紛れもなく、各寺院の個性です。各寺院の多様なあり方、教化方法です。例えば、檀家さん相手に供養をしているお寺、信者さんに御祈祷をメインにやっているお寺、寺子屋活動に精を出すお寺、檀家制度を廃止したお寺、住職が兼業しているお寺、など多様な寺院のあり方があると思います。

そして教化の方法も、供養の法要、修法、説教など画一的なものではなく、各寺院の各教師のあるいは寺庭婦人のそれぞれの能力や特技やコミュニティを生かし、アプローチをしていく。

こうした各寺院の草の根的な教化活動というのは、短期的に見たら効率が悪かもしれない。けど、長期的にみたら、このような多様の寺院のあり方を包含していた方が宗門としては強いと思います。

ですので今、必要とされているのはそうした『宗門の多様性』各寺院の個性』なんです。各寺院の多様なあり方、そうした『寺院の多様性』を強化していく必要があると感じています。

自坊の取りくみ

その「寺院の強み」による教化のアプローチとして、自坊で行っていることを例として簡単に説明します。

私の勤めている大慶寺では藤枝市の中では歴史も七百六十年と古く、本堂・客殿の伽藍も立派で、天然記念物もある、旧東海道沿いであって、駐車場もあり、地域の観光マップなどではよく掲載される寺院です。かなりの強みです。

役割分担

檀信徒教化においては住職が中心となり行っています、信頼関係もかなり築いていると思っています。お寺に戻った私の役割としては「未信徒教化」。つまり五十年後の種まきです。

課題

未信徒教化にあたり、いきなり課題がありました。それはお寺の認知度です。歴史のあるお寺なので「藤枝市の大

慶寺」はそこそそ有名なのだろうと思っていました。しかし「井の中の蛙大海を知らず」です。

ごくごく狭い中学校単位のなかでは、大慶寺といえば「あーあそこね！」ということは認知してもらえますが、少し離れると「どこにあるの？」という有様。全然市内にもまだまだ認知されていない。

いきなり未信徒教化といっても、何も伝わりません。教化までいくにはいくつかのステップがあると考えました。

『お寺の認知度アップ↓接点づくり↓お寺のファンづくり↓教化』です。

認知度向上

そこです。『知ってもらいたい』ということと考えました。しかし、ただ「お寺が広告をうつ」ということは下手をするとイメージを下げることになる。田舎の地域はそういうものです。なんとかして「こっそり」お寺のプレゼンスをあげたいと考えました。

そこで、私がボランティア団体やNPOなどのまちづくりに関わっていたので地域内のネットワークがそこそこあります。ですのでまずは「お寺で何かしらのイベントをやってもらおう」ということです。それもお寺主催じゃなく、地域の人が主催するイベントを行政がサポートするというやり方です。

この手法の強みは『いち宗教団体のイベント』ではなく、あくまでも「地域のイベント」なので公共性が担保される。そうなるイベントのチラシが藤枝市全戸に回覧版で回ったり、広報誌にも掲載されたり、新聞・テレビ・ラジオの取材があったり、そこではもちろん教義的なことを話すわけではありませんが、「会場は大慶寺」というだけで、

認知度が上がりました。

それだけで考えてみると、会場提供しただけで色んなメディアに「大慶寺」という名前がでてくるようになります。下手な広告をうつより、有効です。完全なステマです（笑）。

看板

こうした活動も継続していく一方で、より親しみをわかすために門前に大きな看板を立てました。目的は「認知される、知ってもらう」こと、その為の手段が「看板」という形態です。

なので、認知される看板でなければ意味がないのです。そこで作ったのが、「DKG」という看板です。最初は檀家さんに怒られるかなろと思っていました。おおむね好評でした。

そして、この看板のおかげで同じく新聞やテレビにも放映されました。先ほどの会場提供とこの看板設置、広告換算費にすればかなりの額になってるんじゃないかと思えます。

接点づくり

そうした、認知度向上を計ったら、その次に必要なのが「接点」。「直接お寺と触れ合う場」です。ここではじめてのが「毎月三日にお寺を開放する」という取り組みです。平日・土日祝日関係なく「毎月三日」はお寺を開放してマシエやワークショップやリラクゼーション、など複合型のイベントを開催しています。この毎月三日のイベントに私も常に滞在し、参加する人や、出店者などとコミュニケーションをとるようにしています。ここではお寺との接点を増やしネットワークを構築することができました。

三日にした理由は、毎年自坊では十一月三日にお会式と毘沙門天の祭を行っているのですが、そちらの参拜も増えるのではないかと、また二月三日節分です。いままで節分の行事はやっていなかったのですが、節分の行事にもアプローチが出来るのではないかと考えました。

こうした活動を地道に続けていき、お寺の認知度も向上し、ネットワーク構築もでき、今では檀家さん以外でお寺へ来る人も多くなりました。

けれどまだまだファンにもなっていないし、教化には至っていません。接点を作ってからファンになってももらうには、より一層のアプローチが必要になります。

ファンづくり

ファンになるにはまず信用されること。そして「触れ合う場＋交流＋感動体験」。今度は私自身が主役となって企画を行うことが必要だと考えて、毎月三日の「おかげさん」に、自分自身が出店者として「おもいで供養祭」という人形など愛着あるものの供養祭をしたり、二／三には節分祈禱を始めてみたり、「寺シネマ」として「上映会＋トーク」をしたり、交流を図っていました。また近所のバーを貸し切ってお坊さんと話しながら飲みましょう！というポーズバー！という企画を試みたり、「年越し水行」、「七五三」など自分がアプローチできるターゲットを決めて様々な取り組みをしています。

教化の成果

成果の方は『教化できたか』というと、成果指標をどこへもっていくか？にもよりますが法華経や仏教の信仰へ導くという点ではまだまだ。途中経過です。ただ、こうした活動で直接檀家が二軒増えたという現状もあります。

また、一点ものすごく可能性があるなーと感じたのは、仏教に興味ある若者が多いということがわかりました。

それが「ポーズバー」です。ただお坊さんと飲もうよという企画です。今二年続けてやっていますが、告知を強化したこともあり、予約開始その日に予約満員です。「もつとやってー」との声も聞こえてきます。お坊さんが仏教のお話しをするという、ごくごく当たり前のことが求められているんだなーと感じました。

このように、「教化」にいたる手段・方法はいくらでもあると思います。大事なことは手段を目的化しないこと。例えば、「認知度向上」が「目的」で行う「イベント開催」という「手段」。これをイベント開催することが目的化にならないこと。

また翻って、我々が昔から行っている年忌や葬儀などの供養の法要、あるいは修法や法話など、「手段」が目的化されていないか、つまり何の為にしているのかという目的を見失い「お坊さんは法事をしていればいい、法話をしていればいい」という行う事自体が目的化していないかと問い直すことも必要かと思えます。

手段の目的化は「阿羅漢」です。目的を見失い、前例踏襲するのは阿羅漢です。例えば法華経を信仰していたとして

も、そういうスタンスが阿羅漢です。

今一度「目的」を整理すれば、教化の方法は多種多様にあると思います。一千人いれば一千通りの教化の方法があるんじゃないでしょうか。仏教は人に合わせて教えがありますから。ですので、今宗門に必要なのはそうした『多様な教化方法の開発にチャレンジする場づくり』なんです。

そして、これが日蓮宗八百年の「寺フェス事業」で提案するものになりますので、ご期待下さい。

寺院の個性を生かし、多様な教化方法を開発し、多様な寺院のあり方をつくる。これが宗門の多様性であり、持続可能な宗門をつくっていきます。

統合性

さらに、より宗門を強固にするには、多様性だけでなく統合性を求めていくことも必要です。

多様性と統合性、相反するものですが是を可能にするのが日蓮宗なんです。それは、まぎれもなく多様性と統合性の思想は「開会」の思想に通ずるからです。お曼荼羅の世界だからです。

そして宗門の統合性というのは「子弟教育」「教義教学の発展」「プレゼンスアップ」になると考えます。コチラについてもお話ししたいところではありますが、時間の都合上また機会がありました時にお話しさせて頂ければと存じ

ます。今日はご静聴ありがとうございました。