

# 「十年間の成功と失敗」から得たニュートラルポジション

尾藤 宏明

## 十年間の成功

成功① ウェブサイト

◆平成十六年 ウェブサイト ver. 1

一般人が増加し、申込数が月十件になった。一般人の生の声を聞くことが多くなり、お寺と一般人との温度差やギヤップを初めて知った。今までの布教活動は自分の自己満足であったと気付いた。

◆平成二十年 ウェブサイト ver. 2 (リニューアル)

元筆頭総代の孫のアドバイスにより、一般人の感覚を反映し、可能な法務をすべて掲載し、お布施の金額を明示した。一般人が激増し、他のウェブサイトのデザイン会社から高評価を得た。最近の若い世代の人は「お気持ちで」と言われると悪意を感じる」という声も聞くことができた。宗教界も諸行無常であると気付いた。

◆平成二十六年 スマホ対応ウェブサイト ver. 3 (リニューアル)

通販(クレジット可)を導入するなど一般企業と同じサービスを取り入れた。継続的に一般人が増加したが、ウエ

ウェブサイトをリニューアルしたからといって、または新規に作ったからといって、参詣者が特別に増えることがない実感した。それだけ、寺社のウェブサイトの数が増加している証拠である。これから、ウェブサイトは、内容やコンテンツを充実させて、有益な情報を提供しなければならぬと気付いた。

## 成功② 動画CM『はひふへ本光寺』

### ◆平成二十二年 動画CM『はひふへ本光寺』配信

自死者三万人以上というニュースを見て、お寺がちんと機能していない、そして、お寺の存在が忘れられているという危機感をおぼえた。お寺に来てもらいたいが、お寺のハードルの高さ（入りづらさ）が非常にネックになっており、何とかしてハードルを低くしたい（入りやすくしたい）と思った。

## 『はひふへ本光寺』のコンセプト

- ①仏教を知らず、お寺に行ったことがない若者に興味を持ってもらいたかった。
- ②お寺は法事を行う悲しみの場だけであるというイメージから脱したかった。
- ③お寺は誰でも利用できる公共の場であるということを知ってもらいたかった。

## 『はひふへ本光寺』の工夫したポイント

- ①仏教・お釈迦様・日蓮聖人・お寺・僧侶を誹謗中傷するような表現、またはイメージを低下させてしまう表現は  
一〇〇%避けるということ。
- ②その限られた条件の中で、インパクトのある奇抜な表現を行い、それとともにきちんと伝えたいこと（コンセプト

ト)を表現すること。

『はひふへ本光寺』の再生回数(平成二十八年十月二十二日現在)

- ① YouTube 五九〇、二二七回(現在、一日に四十回ほど再生されている計算)
- ② ニコニコ動画 三一五、三八八回(現在、一日に二十回ほど再生されている計算)

動画CMを見て自殺をやめたと御礼を言いに来てくれた若者(男性)がいた。他にも全国から御礼の参詣に来てくれた。誰もがお寺に気軽に入りたい、そしてお寺をもっと知りたい、そしてお坊さんとお話ししたいと望んでいる。お寺は、誰にでも平等に、もっとオープンにしていかなければならないと気付いた。

### 成功③ 絵本『木魚のぼっくん』

◆平成二十五年 絵本『木魚のぼっくん』出版

仏教を知らず、お寺に行ったことがない子供に興味を持ってもらいたいと思った。本光寺が行っている子育て応援活動の一環としての社会福祉活動(寄贈)であった。

### 『木魚のぼっくん』の寄贈内容(計一〇二五冊)

市川大野の浄光寺幼稚園様へ贈呈「入園・進級のお祝い三〇〇冊」(平成二十五年四月四日)

市川市内の子育て応援企業様一八三社へ贈呈(平成二十五年四月二十三日)

市川市内の幼稚園・保育園様一三五園へ贈呈(平成二十五年五月四日)

市川市内の小児科の病院様七六院へ贈呈（平成二十五年五月十日）

市川市内の小学校様四二校へ贈呈（平成二十五年五月一日）

千葉県内の図書館様一九五館へ贈呈（平成二十五年五月二十一日）

市川市内の耳鼻咽喉科・産婦人科・小児科の病院様九四院へ贈呈（平成二十五年六月二日）

寄贈先から御礼の手紙をたくさん頂戴した。本光寺の社会福祉活動が評価された。宗教法人の社会福祉活動は必須であると気付いた。

#### 成功④ 一般人とコラボ

#### ◆平成十八年 公開教室

仏教文化、日本文化を伝えるために定期的に開催している。生徒が永代供養墓に申し込み、葬儀を依頼するなど、「生徒↓墓・葬儀」の流れができた。

仏画教室 平成十八年開講、月四回開催、生徒四〇名

茶道教室 平成二十年開講、月二回開催、生徒四名

写経教室 平成二十一年開講、月一回開催、生徒三名

仏像彫刻教室 平成二十三年開講、月四回開催、生徒四〇名

着物着付け教室 平成二十四年開講、月四回開催、生徒一〇名

◆平成二十二年 寺社コン（お寺でのお見合い・合コン）

宿坊研究会堀内克彦様からの要望により、本光寺での寺社コンが実現し、定期的に開催している。堀内克彦様が本光寺で仏前結婚式をあげるなど、「縁結び↓仏前結婚式」の流れができた。

写経コン

過去六回開催

唱題行コン

過去五回開催

模擬仏前結婚式コン

過去三回開催

浴衣着付け教室コン

過去二回開催

中山法華経寺荒行僧によるご祈祷コン

過去二回開催

成功⑤ 行政とコラボ

◆平成二十五年 八カ月までの赤ちゃんとママのひろば

社会福祉活動（子育て応援）の観点から、本光寺より「市民の意見箱」を通じて、場所の提供を提案し、平成二十五年より定期的に開催される。

◆平成二十七年 いきいき健康教室

社会福祉活動（高齢者の応援）の観点から、本光寺より「市民の意見箱」を通じて、場所の提供を提案し、平成二十七年より定期的に開催される。

本光寺は平成二十二年に子育て応援企業第一号の認定を受けた。営利目的でなければ行政と一緒に取り組みできることに気付いた。宗教法人が税の優遇を受けていることを、少しでも市民に納得してもらうために、社会福祉活動を積極的に行う必要性も気付いた。

## 十年間の失敗

### 失敗① 檀家布教

平成五年に住職就任後、檀家に対して、月例祭、会報、祈祷などさまざまな布教を行ったが、何の反応もなく、高齢化とともに行事（催事）への参加人数は減る一方であった。檀家は檀家制度によりお寺と強制的につながっているが、檀家の継承者（次世代）の感覚は一般人とほぼ同じであり、お寺サイドが思うほどお寺に興味がないことに、最近ようやくよく気付いた。

### 失敗② 信行会

平成二十年にお手伝いの方々の高齢化のため、毎月の信行会でふるまっていた手作り弁当をやめた。すると徐々に参加者も減ってしまった。食事をしながらみんなど会話を楽しむというコミュニティの場を奪ってしまったことに気付いた。

### 失敗③ 檀家規則

檀家制度の崩壊をストップさせるために、また次世代（継承者）にお寺との付き合い方を知っていただくために、平成二十六年八月に顧問弁護士との監修のもと「檀家規則」を施行した。代表者と継承者に署名・捺印をいただくこと

を条件にしたら、二軒が離檀、一軒が異議を申し立てた。この規則は「寝た子を起こす」行為だった。しかし、檀家規則を説明しながら檀家の家族構成をあらためて聞き取りしてみると、「子供がいない」「娘しかいない」「息子が未婚」という割合が約七割だった。将来、約三十年で檀家数が約三割に自然消滅することが判明した。この情報をもとに、檀家の代表者が七十歳〜七十五歳に達したら、代表者を次世代（継承者）に移行するようなルールが好ましいということに気付いた。代表者や継承者が元気なうちに、住職と一緒に将来の無縁化について具体的な解決策を模索することが望ましいことも気付いた。

#### 失敗④ 私生活

平成二十年から本格的にネットを利用するようになり、今では一日三時間、パソコンを扱うようになった。パソコンを利用することにより、家族や友人と向き合う時間を確実に失ったことに気付いた。

### 成功と失敗から得たニユートラルポジション

ニユートラルポジションとは、左にも右にも、上にも下にも、前にも後ろにも、自由自在に対応できるポジションのことである。

過去のポジション	+	未来のポジション
高齢者	+	若者、子供
檀家	+	一般人
アナログ（教箋）	+	デジタル（ネット）
儀式	+	法話

観覧(見)	+	体験(行)
葬儀式(弔事)	+	結婚式(慶事)
日本人	+	外国人
厳粛	+	勧笑

諸行無常。社会は常に進化・変化し続けている。お寺が変わってはいけない、ということはない。お寺も変化しなければならぬ。しかし、今までの取り組みも大切に守らなければならない。例えば、デジタルだけでも駄目、アナログだけでも駄目。デジタルを大切にし、今までのアナログも大切にす。葬儀のかたち、お墓のかたちなど宗教界を取り巻く環境は目まぐるしく変化している。日本人の価値観も激変している。その変化に柔軟に対応できるように、お寺・住職があらゆるポジションを吸収し、オールマイティに活動していかなければならない。

## 本光寺の歴史や特徴

- ◆ 約六五〇年の歴史があると伝えられている。
- ◆ 昭和三十年頃から祈禱寺・信者寺として布教を行う。
- ◆ 檀家数の推移は、昭和初期三十五件↓平成初期一〇〇件↓現在二〇〇件。  
(※布教による実質的な増加ではなく、墓地分譲により増加した)
- ◆ 住職就任時には貯金が六十万円だった。(※貧乏寺だった)
- ◆ JR武蔵野線「市川大野駅」から徒歩三分。立地条件は良い。



## 成功と失敗から得た八つの格言

格言① 下手な鉄砲も数を撃とう！

取り敢えず行動してみるという行動力が大切である。「教を撃てば当たる」という精神で、保守的にならず、いろいろとチャレンジしよう。

格言② お寺のストーリーを作ろう！

村興し。これは村を起こすのではなく、村人を目覚めさせて起こすのである。寺興し。これはお寺を起こすのではなく、住職自身が目覚めて仏神をも目覚めさせて起こすのである。住職がお寺の歴史や仏神に新たな風をもたらすために、あらゆる物のストーリーを作り上げよう。

格言③ 一般人の感覚、意見を尊重しよう！

「ご住職、お上人、先生」と呼ばれていると雲の上の存在になる。雲の上の存在はとても居心地がいい。これからは雲の上に居てはいけない。地上に降り立ち、一般人の感覚、一般人の意見を尊重することが必要である。まずは仏教を全く知らないご意見番（アドバイザー）を見つけてよう。

格言④ 子供に伝えよう！

子供に仏教を伝えるほど難しいものはない。一方的に専門用語をならべて伝えればいいというわけではなく、伝わらなければ布教の意味がないのである。幼稚園児でもわかるように、かみ砕いた表現を心掛けよう。

### 格言⑤ 時代の流れにのろう！

インターネットで検索して情報が出てこないのは、もはや情報化社会の現代では存在しないと同じである。ネットにお寺の情報を流そう。

### 格言⑥ 一般人のお金の感覚を知ろう！

一般人の方々の金銭感覚を知るべく、期間限定で古物商免許を取得してサイドビジネスを始めた。売上げは年間四〇〇万円。四〇〇万円を稼ぐのにどれだけ大変か、税金をいくら納めるのか、そして宗教法人がどれだけ優遇されているか。お布施（例えば、三十分の法事で五万円だとすると時給十万円）に文句を言う一般人の感覚などを、三年間のサイドビジネスで体験した。一般人の金銭感覚を知ろう。

### 格言⑦ 成功する会社の特徴を学ぼう！

会社が元気であるためには、人件費が収入の三割以内でなければならぬ。また成功する会社と失敗する会社の違い。失敗する会社は、売り上げ利益で、自分を飾る高級車や高級時計を買う。成功する会社は、施設を拡張したり新規に機械を購入したり、会社に投資する。成功している会社の経営者からお寺の運営方法を学ぼう。

### 格言⑧ 檀家だと安心するのはやめよう！

檀家は、お寺とご縁が深いだけで、特別に信仰心があるわけでもなく一般人そのものである。檀家が集まるイベントには一般人は集まらない。檀家のためのコミュニティなので一般人には興味がない。逆に一般人が集まるイベントには檀家も集まる。つまり、一般人がお参りしないお寺は、檀家も徐々に離れていく。檀家が二五〇軒以上あるから大丈夫だとあくらをかいて安心するのはやめよう。