

神青協

NO. 132

発行日 令和4年3月31日

発行者 神道青年全国協議会



日本
祭興

第32代 会長挨拶

小林 慶直

東日本大震災発災十年

物故者慰霊祭 祭詞	2
物故者慰霊祭 被災地域視察	4
東日本大震災発生より十一年を迎えるにあたり	8
(初發神社 瀬宜 田村貴正)	
(國魂神社 瀬宜 宮川 淳)	

令和3年度 夏期セミナー

於 ウェブ開催

主題 日本祭興 ～いま青年神職に求められるもの～

第1講 神社を取り巻く環境変化

～これからの神社機能を考える～ 11

野村證券株式会社
金融公共公益法人部 法人ソリューション課 塚嵯 智志 先生

第2講 築地本願寺の経営改革 22

浄土真宗本願寺派築地本願寺 代表役員宗務長 安永 雄玄 先生

第3講 コロナ禍における 祭りとコミュニティの在り方 33

オマツリジャパン共同代表取締役 山本 陽平 先生

令和3年度 活動報告

役員紹介	43
活動報告	44

■表紙写真 撮影地 白山神社（新潟県新潟市鎮座）

第三十二代会長挨拶



神道青年全国協議会
会長 小林 慶直

先ず以て、謹んで聖寿の万歳と皇室の弥栄をお慶び申し上げますと共に、神宮におかれましても諸祭恙無く斎行されてをられますこと、慶賀に存じ上げます。
新型コロナウイルス感染症により、あたりまへのことがあたりまへでなくなった世の中。それは、神社でもあたりまへの光景を一変させ祭礼や神賑行事も規模縮小、中止となり、氏子崇敬者との接点が減少してから二年が経過しました。国内情勢はもとより世界の先行きも混沌とした中にあり、人々の価値観と生活様式が大きく変化し続ける今、我が国、そして神青協にとっても大きな転換点を迎へてをります。進化論を唱へたダーウィンは「この世に生き残る生き物は最も力の強いものか。さうではない。最も頭のいいものか。さうでもない。それは変化に対応できる生き物だ」といふ考へを示したと言はれてゐます。

先人達がこれまでの歴史の中で数々の困難を乗り越えてきたやうに、我々青年神職も環境の変化に伴ひ伝統文化を守り伝えるために変革の時期を迎へてゐます。ウィズコロナと呼ばれる新しい時代になった現在、革新的な技術やサービスは日々変はりゆく社会課題を解決するために必要不可欠であります。デジタル等の新たな力を取り込みながら神職としての本分である祈りを重ねアフターコロナへ向けて祈りと行動を積み重ねて参ります。

例年ですと神社本庁に集ひ夏期セミナーを開催してをりますが、令和三年八月は第五波のコロナ禍にあり、一堂に会しての研修会開催は困難であることからオンラインでの研修会を開催しましたところ近年では最多の二百二十名の会員出席のもと全国各地よりオンラインにて受講する研修会となりました。

コロナ禍にあり神社運営に危機感を覚えてゐる会員や、これまでの一泊二日が半日に短縮されたこと、これまで東京まで足を運ぶことが難しかった会員もウェブを

用ゐることによつて、参加しやすい環境がこのやうな数字に表れたのではないかと推察するところです。

コロナ禍にあり、神社に於いても地域コミュニティの核としての機能が失はれつつあり、御祈禱や参拝者の減少により、護持運営に苦しむ神社も多数生まれてゐます。また、人口の都市圏集中と云ふ社会構造の変化の中で、地方の神社に於ける後継者不足や祭事を担ふ地域住民の減少などの課題も色濃くなつてゐます。一方で旅行に対する需要は多様化の一途を辿つてをり、若年女性を中心としたパワースポットブームや御朱印ブームが浸透しつつある側面も見られてゐます。

日本に於ける神社や仏寺は、現代に於いても地域の「象徴的なもの」となり得てゐるのでせうか。或いは国内の社会構造が大きく変化する中で、社会が社寺に求める役割が変化し別の責務が求められてゐるのではないでせうか。観光や人の交流と云ふ切り口から地域活性化の方策を摸索する社寺と共に、伝統文化の継承と地域コミュニティの中で神社が担ふべき機能、人的交流を通じた地域経済への貢献の方策を事例と共に考へ、いま我々にどのやうな役割が求められ、地域住民とどのやうに繋がることで社会に於ける新たな機能を担ふことができるのか、その可能性を探るべく研修会を開催しました。

アフターコロナを見据ゑて我々はいま何を準備すべきか。さうした考へから全国では初の試みとなりますウェブ研修会も開催致しました。会員が地元にあながらにして青年神職に必要な知識、これから必要になるであらう情報・見識や学びを得る機会を提供することができると兼業の会員でも参加しやすいやうに平日の午後六時三十分から九十分間の研修を二日間受講すると平日研修を得ることができると研修会を十月十一月と二カ月連続で開催致しました。コロナ禍にあり、なかなか直接集ふことが難しい現状ですが、ウェブを活用し今だからできること、今やなくてはならないことを実践し挑戦を続けていきたいと思つてをります。最初は一隅を照らすやうな小さな灯火でも、その灯火が十、百、万となれば、国中をも照らすことになる。ただ一途に自分の真心を尽くす。さうすると、そんな一隅を照らす行為に励まされた人が私も一隅を照らすやうな行為をしようと思ひ、いつしかその輪は広がっていくものだ。地域地域で神職が光輝き、地域を守り、そして導いていく全国三千五百人の会員が地域で光輝くことにより日本を、日本全国の神社が光輝くやうな新型コロナウイルスを乗り越えていきたい。日本祭興。日本が最高と思へるやうに。時代を変えることができるのは、未来を変えるのは今しかありません。コロナを言ひ訳にすることなく歩みをとめることなく、地道に一步一步進んで参りませう。神道青年の大同団結を図ることを目的として発足した本会の設立の精神に倣ひ全国会員の絆をひとつに結び固めてこの時代の転換期に臨んでいかう。

東日本大震災発災十年

物故者慰霊祭・被災地域視察

●期日 令和三年三月十一日
●場所 物故者慰霊祭 初發神社境内
被災地域視察 福島県内
※記事中の役職名は事業実施当時に基づく



祭詞

此乃初發神社乃広庭乎今日乃斎場登選毘定米氏神籬高久招伎奉里坐世奉留先乃東北地方太平洋沖地震乃甚母由々志伎災害尔遭比氏身罷里坐志々御霊達登未多御跡果敢無伎御霊達乃御前尔斎主謹美敬比氏白左去志平成二十三年弥生十一日未刻尔起里多留思比返須母痛麻志伎大地震波忽知尔大地登大海原乎揺佐振里氏地波裂介

山波崩礼家波傾倒礼更氏波襲比来多里志大津波波有里登有留物乎悉久卷伎込押志流志群衆須諸人等逃介惑布母為術母逃留々道母有良受遂尔波水尔溺礼喚部奴母答閉受或波寒佐尔耐閉良礼受身罷里給比志波一五八九〇余柱乃多伎乎数閉又未陀亡骸乃在所母解良奴儘尔成里終閉故郷乃遠津御祖等乃鎮麻留産土乃神奈備尔帰里得奴御霊等波二五七〇余柱尔及毘奴更尔波福島県尔設介良礼志原子力発電所与里漏礼出伝多留物質乃災比波海川山野乃四方尔麻伝及毘氏人々波住美慣礼志家乎追波礼自由奈良奴仮乃暮良志乎強伊良礼身体母精神母深伎苦志美尔与里病美煩比或波最母嚴志伎務米尔氏運命虚志久生命果氏多留波美尔口惜志久哀志伎極美奈里然礼杼朝奈夕奈尔在里志日乃御姿乎眼交尔浮加辺咲久花尔楽志加里志時乎思比吹久風尔苦志伎折尔母励麻志乎賜波里志乎思比浮加辺氏幾春秋乎送里迎閉日乎重称月波廻里氏隙行久駒乃足速美今日波志母先尔告奉里志日与里十年乃忘礼得奴日乎迎閉留事登成里奴礼婆全国乃若伎神職等尔氏組織須神道青年全国協議会乎始米東北六県神道青年協議会福島県神社庁長丹治正博伊又是尔関礼留神職等参来集比現世尔坐志々当時乎偲毘氏懇尔御霊慰米奉里併世氏速也介伎復興精神乃平穩乎乞祈美奉良久登御前尔種々乃味物乎献奉里御神楽乎母奏奉里氏御祭仕閉奉留状乎平良介久安良介久聞食志諾比給比氏全氏乃御霊波産土大神乃導伎給布随尔天津通路只一筋尔大神乃御許尔参昇里御心安介久鎮麻里坐志氏災害尔苦志牟諸人賀心穩比尔一日母速久元津生活乎取里戻志給比氏進美行久復興乃途波天津日乃輝伎渡留大空乃如久澄美渡里拓介行久新志伎世乎守里導伎給比此乃東北地方乎始米日本乎永久尔安国登有良志米給閉登謹美敬比氏白須

◆式次第

- ・斎主以下祭員参進
- 東日本大震災時刻
- ・黙祷
- ・次に大祓詞奏上
- ・次に修祓
- ・次に招霊の儀
- ・次に献饌の儀
- ・次に祭詞奏上
- ・次に浦安の舞奉奏
- ・次に斎主玉串拝礼
- ・次に神道青年全国協議会 副会長玉串拝礼
- ・次に東北六県神道青年協議会 会長玉串拝礼
- ・次に福島県神社庁 庁長玉串拝礼
- ・次に福島県神道青年会 実行委員長玉串拝礼
- ・次に撤饌の儀
- ・次に昇霊の儀

祭典終了後

- ・神道青年全国協議会 会長挨拶
- ・東北六県神道青年協議会 会長挨拶
- ・来賓挨拶 福島県神社庁 庁長挨拶
- ・斎主以下祭員退下

◆奉仕者

- | | | |
|------|-------|-----------------|
| 斎主 | 金田 祐季 | 神道青年全国協議会 会長 |
| 副斎主 | 吉田 芳樹 | 福島県神道青年会 会長 |
| 祭員 | 熊谷祐司郎 | 宮城県神道青年協議会 会長 |
| | 谷藤 大典 | 岩手県神道青年会 副会長 |
| | 山谷 聡 | 青森県神道青年会 会長 |
| | 石澤 宗之 | 秋田県神道青年協議会 会長 |
| 典儀 | 鎌倉 宏晃 | 山形県神道青年会 会長 |
| 鞆鼓・琴 | 石川 昌隆 | 宮城県神道青年協議会 常任理事 |
| 太鼓 | 三浦 寛紀 | 福島県神道青年会 事務局次長 |
| 鉦鼓 | 川尻 国広 | 秋田県神道青年協議会 理事 |
| 鳳笙 | 加藤 直昌 | 福島県神道青年会 副会長 |
| 箏 | 菊地 康倫 | 山形県神道青年会 常任理事 |
| 龍笛 | 深谷瑞比古 | 福島県神道青年会 副会長 |
| 舞 | 遠藤 由理 | 福島県神道青年会 理事 |
| 舞 | 足立 薫子 | 福島県神道青年会 理事 |



先ずいて東日本大震災発災十年物故者慰霊祭に対しご理解とご協力を賜りました全ての方に厚く御礼申し上げます。本稿では将来の参考に供す為、中央研修会と慰霊祭を併せて行ふ当初計画から慰霊祭のみへと変更した経緯をご説明致します。

令和二年三月、神青協役員会にて令和二年度中央研修会を東北地区主管、福島県担当にて開催することを決議しました。開催予定は令和三年三月であり、東日本大震災発災十年の節目に当たります。研修会と慰霊祭を別々に行ふ可能性も検討されましたが、一人でも多くの会員に慰霊祭に参列戴きたいとの想ひから令和三年三月十一日に慰霊祭と現地視察十二日に研修を行ふ方向性で計画を進めることになりました。この時期は新型コロナウイルスが世間に脅威と認知され始めた段階で、当会でも令和元年度中央研修会（東海地区主管・静岡県担当）を急遽取り止めました。いつ終息するかかわからず、明確な基準もない状況で開催に向けて情報収集し暗中模索しました。やがて行政から会場収容人数の何割なら集会を開催してよい等の基準が示されるようになり、担当の福島県神道青年会には研修会と懇親会の会場を予定してゐたスパリゾートハワイアンズと入念な打合せの上、換気やソーシャルディスタンス等、基準を十分に満たす会場準備を進めて戴きました。スパリゾートハワイアンズを会場に選定した理由は同施設が震災復興の象徴の一つであり、また感染症対策をしつつ開催できる充分な規模を備へてゐるからです。

令和二年八月までは中央研修会の方向性で計画が進められ、研修の主題は震災や感染症などの災害を乗り越えて将来の神社の為に青年神職として何ができるかといふ方向性で講師の選定をしてゐました。慰霊祭の祭場については、久之浜漁港、久之浜防災緑地公園、豊間防災緑地公園等の候補が挙げられてゐました。しかし、秋頃からの感染増加により状況が急速に厳しくなり、屋内での研修会と懇親会は実施困難と判断されました。中央研修会から慰霊祭への変更に伴ひ、東北地区で慰霊祭を継続されてきたことを考慮し、神道青年全国協議会主催、東北六県神道青年協議会共催、福島県神道青年会主管と改めました。また参列の人数に付きましては、他地域から慰霊の為に来訪することで感染が拡大するのではないかといふ地元の不安の声もあり、行政や他団体主催の慰霊祭も全国への案内を自粛したことに倣ひ、各単位会から三名までと制限を課した上で案内させて戴きました。祭場につきましては、初發神社のご理解とご協力が得られ、同神社境内に全天候対応のテントを設営して斎行することとなりました。



物故者慰霊祭・被災地域視察

東日本大震災発災十年



物故者慰霊祭・被災地域視察

東日本大震災発災十年

そして令和三年を迎へましたが、慰霊祭の案内発送後、感染が急速に拡大し、緊急事態宣言が各地で適用されて情勢は更に厳しいものとなりました。各単位会から三名のご参列も厳しく、既に参列のご回答を戴いてゐた方々へは誠に申し訳ない限りでしたが、神道青年全国協議会、東北六県神道青年協議会、福島県神道青年会からそれぞれ代表を出して人数を大幅に制限した上で斎行することとさせて頂きました。そのご連絡をさせて頂きましたところ各方面からお供へのお申し出を多数戴きましたので謹んでお受けする旨を通知させて頂きました。以上の経緯により



令和三年三月十一日、初發神社境内において、午後二時より東日本大震災発災十年物故者慰霊祭を恙なく斎行致しました。尚、コロナ禍の中で幾度も計画修正をしながら準備を進めた東北地区・福島県、また準備完了後に急遽取り止めとなった東海地区・静岡県等の労は中央研修会の主管・担当としての責を充分に果たしたものと主催として認めてをります。

当日、会員に対し二つの祈りを当会よりご依頼申上げました。一つは慰霊であり、慰霊とは物故者に対するものであります。当会としては東日本大震災発災十年物故者慰霊祭の時刻、斎主として奉仕する金田祐季会長に合せて黙祷を捧げることと致しました。もう一つは復興祈願であり、こちらは物故者を対象とする慰霊祭とは異なりますので、祝詞例文を添へて各社での「東日本大震災復興祈願祭」執行をご依頼申上げました。これらの祈りに対し、祭典を奉仕される時の神饌として東北地区・福島県よりお米を供進致しました。また一般国民に対しても神棚拝詞(例文)を作成し頒布すると同時に、国民全体として被災者と被災地へ心を寄せて頂けるやう、当会周年委員会(篠泰比呂委員長)にて社頭掲示用のポスターを作製、データを神青協ホームページに掲載し、全国の会員奉務神社で活用出来るやうにしました。コロナ禍で一同に会しての祭典はできませんでしたが、金田会長のもと大同団結して物故者の御霊の平安と震災復興の祈りを捧げることができました。これも偏に神社本庁、福島県神社庁、東北地区をはじめ全国の諸先輩方のご理解とご支援、全国同志のご協力によるものと改めて深く感謝申し上げます。

今回、発災直後に復興支援活動に参加した現役会員の熱い想いを肌で感じました。復興支援活動に参加した会員は年々卒業していきまうので、被災地に寄せる心も受け継いで戴きたいと切に願ひます。マスクミを見ますと、復興が完了したかのやうな報道を散見します。確かにインフラは整備されたかもしれませんが、未だ氏子の戻らない地域、神賑行事を縮小したままの神社が多数あるのが実情で、祭典や地域文化までを含めた「まつり」の復興は程遠いと言はざるを得ません。被災地域の視察を日程に組み込んだのはそのやうな現状を見て戴きたかつたからであり、当日は慰霊祭に先立ち神青協地区理事を中心に被災地域の視察を行ひました。被災地の現況につきましては田村氏、宮川氏の御寄稿を是非ともお読み下さい。全国の会員各位におかれましては引き続き被災地に心をお寄せ戴き、「まつり」の再興に向けてご理解とご協力をお願い申し上げます。

(前教化委員長 河村忠伸)



物故者慰霊祭・被災地域視察

東日本大震災発災十年

東日本大震災発生より 十一年を迎へるにあたり

はじめに、東日本大震災発生直後から全国津々浦々より、多大なるご支援とお心寄せを賜つてをります事、衷心より御礼申し上げます。昨年は、浪江町鎮座初發神社境内に於いて、東日本大震災発災十年物故者慰霊祭が金田祐季会長の下厳肅に斎行され、全国各地よりもオンラインを通じて、深い祈りを捧げて頂きました事に重ねて御礼申し上げます。一万五八九九人が犠牲となり、一〇〇万棟以上の家屋が被害を受けたあの日から、早十一年が経過しようとしてをります。当たり前の日常が、非日常の世界に変わる事は、想像すらし得ない事でした。

平成二十三年三月十一日午後二時四十六分、社務に一区切りをつけ、娘を幼稚園に迎へに行くその瞬間、今まで経験したことが無い猛烈な揺れに見舞われました。家族もそれぞれ別の場所にゐた事から、その身を案じながら揺れの収まりを待ち、家を出ると、道々には崩れ落ちたブロック塀や瓦が散乱し、住民も驚きと困惑の表情で立ちすくんでゐました。幼稚園に着くと、子ども達は皆泣きじゃくつてをり、断続的に続く余震の中、子ども達の安全を守るために必死で動き回る先生方の姿がとても印象的でした。家族の無事が確認出来、少し安心しましたが、停電、断水、収まらぬ余震と非日常の日々が暫く続く事となりました。

私の住む福島県の浜通り地方は、昔から海と共に生きる町でした。漁業を生業としてゐる方も多く、夏には多くの人々が海水浴を楽しみ、何よりも日常の風景の中に海が切っても切り離せないものとして存在してゐました。それ故、大地震によって引き起こされた大津波により、広範囲の街々が飲み込まれ、多くの尊い命が奪はれた事は、俄かには信じがたく住民の心に深い傷を残す事となりました。

更に、福島第一原子力発電所における未曾有の事故は、長きに亘り福島県民に深い影を落とす事となりました。発電所の近接町村の住民は、詳しい事情も分からぬまま、着の身着のまま愛する故郷を離れざるを得

ず、目に見えない放射線といふ存在に、県民は強い不安と恐怖に苛まれました。全国でも有数の生産量を誇る福島県の農水産物は風評被害により、甚大な被害を蒙りました。

先ゆく光が見えない中、道行く灯りをともしてくれたのが、全国各地より寄せられた支援の手でした。地震発生直後に支援物資を届けて頂いた、ボランティアによる復興作業が行はれてゐなかつた、いわき市久之浜地区での町の復旧作業に尽力して頂いたりと、とても心強い支援を頂きました。当時は、道路の破損や原子力発電所の事故の影響で交通インフラが整つてゐない状況で、県内の移動も儘ならない中ではありましたが、全国から多くの方々の力添へを頂き、地震や津波により、倒壊、流失してしまった神社の整備作業、仮社殿や鳥居の設置作業等をして頂きました。同時に、避難所での炊き出しや、境内での緑日等、心の復興に資する支援も多く頂きました。震災から十一年余が経過した現在でもご支援の力を頂きながら、被災神社の復興活動は継続的に行はれてゐます。

福島県神道青年会では、支援に入られる方々との交流も大切にしてきました。その交流によって結ばれた縁は、会と会だけでなく人と人との絆としてこれからも繋がっていくものと確信してゐます。東日本大震災発生後にも、熊本地震や西日本豪雨、北海道胆振東部地震等、沢山の自然災害が発生しました。現地の方と話をする度に、「人の心」がその場所に戻る事が復興だといふ認識を共有します。我々神職の存在は、産土様の下、人の心を故郷に回帰させる事も一つの大きな使命だと思つてゐます。今後も結ばれた絆を力に、福島県の復興、復旧に力を尽くして参ります。

現在、県内の沿岸部では、津波の被害を受けた箇所の区画整理が進み、大部分に一〇m程の防潮堤が築かれ、防波林や緩衝地帯の整備も済んで、希望する住民は元の町に戻る事が可能となった所も増えてきました。先祖代々、慣れ親しんだ町とは趣も変はり、高い防潮堤により海と共に生きる事が感じ難くはなつてしまひましたが、町に少しずつ人の心が戻つてきてゐる所も増えてきました。一方で、原発に近い地域では、そのスタートラインにすら立ててゐない所も未だ存在します。福島県の全ての町に、人々の温もりが溢れる日まで、お心寄せを賜り、報道等で福島の前進する様を目にとめて頂けますと幸ひです。そして、この福島ので皆様にもまたお会い出来ます事を、心より楽しみにしてをります。

(初發神社 彌宜 田村貴正)
(國魂神社 彌宜 宮川 淳)

夏期セミナー

神道青年全国協議会では、文化伝統の継承・発展の観点から、「歴史的仮名遣ひ」を用い、将来ともこの方向性を堅持する方針です。夏期セミナー、中央研修会の講演録は、広く会員内外に読まれ、研鑽の機会を提供することを目的としてをります。より広く活用頂く為、敢えて講演録に限り、「現代仮名遣ひ」を用ゐ表記させて頂きます。
※この情報は講演日時点に基づいています。

●期日 令和三年八月二十七日 ●場所 ウェブ開催

主題

「日本祭興」

いま青年神職に求められるもの

【第一講】 演題 「神社を取り巻く環境変化」

講師 塚寄 智志 先生

(野村證券株式会社)

金融公共公益法人部 法人ソリューション課)

【第二講】 演題 「築地本願寺の経営改革」

講師 安永 雄玄 先生

(浄土真宗本願寺派築地本願寺 代表役員 宗務長)

【第三講】 演題 「コロナ禍における祭りとコミュニティの在り方」

講師 山本 陽平 先生

(オマツリジャパン 共同代表取締役)



第一講

「神社を取り巻く環境変化
これから神社機能を考へる」

野村證券株式会社
金融公共公益法人部 法人ソリューション課

塚寄 智志 先生

皆さんこんにちは。野村證券金融公共公益法人部の塚寄と申します。宜しくお願ひ致します。私は入社が平成二年でございまして、入社して三十年が経ちます。宗教法人の方々をお手伝いする立場になりまして、もう九十五年ぐらいになります。全国の神社界の方々にも相当お世話になったり、いろいろな勉強をしております。私のほうからいろいろと偉そうにお話をするよりも、皆様の先輩方からいろいろなことを学んでいる立場でございます。

ただ、今回は神道青年全国協議会の夏期セミナーということで、講師としてお招きいただきまして、改めましてお礼を申し上げます。せっかくいただきましたお時間でございまして、本来であれば直接皆さんとお会いして、皆さんの反応や表情などを見ながら講義を進めていくのが、一番私としてもやりやすいとは思っております。



ども。何せこの一年半コロナ禍という環境の中で、オンラインというシステムはかなり確立したこともございますし大分普及してきましたので、今日はこのシステムにのっとりましてお話をしたいと思います。

私は神社界だけではなくて、仏教界、キリスト教会または新宗教の方々ともいろいろなお付き合いをしております。その中で私が知り得る情報や経験も、今日はデータに含めてお話をできればと思っております。時間も限られておりますので、なるべく全てお話しできるような形で進めたいと思います。

まず演題にありますように、神社を取り巻く環境変化と、副題にこれからの神社機能を考えると掲載しております。本日はデータを中心にお話をしたいと思っております。私もいろいろな教団のお手伝いをしておりまして、実は第二講で登壇されます、築地本願寺の安永宗務長とも今週も別の会議で一緒にしたり、そういう関係ではあるんです。そうすると会議などでも定量的な分析に基づかない、例えば感情的な話や思い込みで話をされた方は、実は非常に多くて特に皆さんのような若い方は、どちらかというとデータも大事にされるし、逆にいうと経験がない分だけ、データを見なければいけない部分があるのかもしれない。どうしても、神社界の中でも大先輩方と言われている方々は、自分たちの成功体験を基にお話をされる。こうあるべきはいいのですが、こうあるだろうという話をされることが非常に多いので、混乱することがあります。なので、せっかく私は金融機関という立場におりますので、今日はデータを基にお話をしたいと思います。

そして、このデータはたまたまタイミングよく今年の六月に実態調査を行いました。少し下に書いている寺院・神社に関する生活者の意識

何を言いたいかというと、もう御承知のとおりで人口が減るということは、これまで神社またはお寺を支えてくれていた人たちがいなくなるということになっていきます。感情論的に神社は経済的にも大丈夫だというのは、そこは客観的に、冷静的に見直していただいて、皆さんを支えていただいている氏子や崇敬者の方々が周りからいなくなるこの意味をきちんと認識していただく必要があるかと思っております。人口の話を始めると切りがなくなってきましたので人口の話はこれまでにしておきます。

早速ですけれどもデータを見ていきたいと思います。減っていく人口の中で皆さんが関わっていらつしやる氏子や崇敬者の方々の認識や行動が、どういうふうに変わっていつているのかを見ていきたいと思います。

これは、あなたは、あなたの氏神様を知っていますか。という問いです。こういった問いは、国学院大学の石井先生の調査などでは出てくると思うのですが、一般的にはあまり知られていないデータで、氏神様を認識していると答えた方が三十八%、全国でいらつしやるんですね。正直に言うと思外と多いと思っただけです。私は当然この仕事をしていますし、すぐに氏神様というのを東京都の神社庁にお電話させていただいて、どこどこに住んでいるんですが、この辺の地域の氏神様はどこですかと引つ越したその都度聞くようにはしているんです。そうすると丁寧にちゃんと教えていただくので、そこにまず参拝に行つて出来ればお札も受けております。残念ながら今の私の氏神様のところには神職の方が常駐されている神社ではないのでタイミングが合えば神職の方とお会いできるかな、お祭り事のときぐらいかなというような感じです。

逆に知らないと答えた方が六十三%、六割を

調査を、六月にインターネット上でN数一万件という形で行わせていただきました。この一年半のコロナ禍における状況も含めた、かなりホットなデータを盛り込んでおりますので、これを基にお話をしていきたいと思います。

元来、そういった神社を取り巻く環境変化という話になってしまつと、もともと私はいろいろな全国の神社庁や神青会のお手伝いをするとはあるのですが、どうしてもそのベースにあるのが人口問題。国内の人口減少が始まっています。二千百年時点では今一億二千六百万人ぐらゐの国内人口が五千万人ぐらゐになります。消滅可能性自治体と言われている自治体自体が機能しなくなるなど、そういう話がかなり全体にドンとくるんですね。それは大体データを見ていただくとお分かりだと思つので、今日はその辺は割愛をしてお話をしていきたいと思います。どちらかというと、皆さんに人口問題は当然ながらダイレクトに影響はあるのですが、合わせて宗教観や宗教行動や意識などを、データを見ていただきながら確認していきたいなと。私も一緒に確認して今後の神社界を考えていければと思っております。

もともと本調査の目的自体は、生活者の寺院、神社に対する意識、期待を把握して、これまで恐らく期待値などはあまり出さなかつたと思うのですが、今回私はこの調査に加わることによつて、かなり神社のデータを盛り込んでいます。寺院、神社の健全な運営及び僧侶、神職の研鑽につながり得る示唆を得ようということで、今回のデータを取っています。調査対象は一人、二十歳から七十九歳までの全国の男女一万人です。後でそこから抽出した二千人にフォーカスを当ててお話をしてみたいと思います。調査時期は丁度二か月前、六月です。ほやほやです。インターネットで行ひまして、調査主体は

超えるのですが、第一印象としては意外と氏神様はちゃんと認識されているんだなと思う一方で、地域別または年代男女別でいうと、これだけの格差が出ている。やはり若い人たち、特に若い女性には七十七%ぐらゐしか認識がない。二十代は少ないですし、七十年代になつてやつと半分かなと。男性もそうですけれどそういう感じですね。

冷静に考えていただきたいのですが、氏神様の認識が三十八%で、少子高齢化が進んでおりますので、六十代、七十代の方々がここから何十年間になくなりまふ。人間というのは致死率百%ですから必ず死にます。その時に、若い年代の方々に対して氏神様の認識がこれだけ弱いことは、お分かりですね。言わずもがなで、そんなに急に氏神様の認識が高まるわけではございませんので、今のうちに何が必要なのかということが重要かと思つています。

私もよく立場上うちの若い社員から聞かれるんです。塚崎さん、どこにお参りに行けば一番効果的というか、聞いてくれますかね、というような話をよく聞かれるんですけれど。まずは氏神様なのではないかという話をするのですが、言うのと分かるんです。まずはそうですねという話になるんですが、やはりなかなか、その認識が弊社の中の社員を見ても弱いと思ひますのでこの努力は必要かな。努力の仕方云々に関しては、後段のところでお話をしていきたいと思います。

次は神棚に手を合わせる機会の話です。あなたは、神棚に手を合わせる機会がありますか。そもそも今生活様式はこれだけ変わつていふので、家に神棚がない家庭が多いと思ひます。なのでこういった結果にならざるを得ないというか。一部の神社庁によつては今の生活様式に合わせた形のシンプルなというかモダンな。モ

弊社と一般社団法人お寺の未来総合研究所で、一緒になつて動いています。お寺の未来総合研究所は、お寺のコンサルや寺院の経営診断などを行うような団体でございまして。そこ、いろいろなところでお手伝いを一緒になつてしています。少しでも皆さんのお役に立てるような情報が、今日はお渡しできればいいかと思ひています。

このデータに入る前に、今週の月曜日の日経新聞の朝刊の一面に、こういう記事が出ているんです。どういう記事かというと、これまでに世界の人口は、もつとずつと増え続けていると言われていたものが、要は人類史初めて追つてくる減少という記事が、日経の一面にドンと出たんです。国内の人口減少はよく言われていますけれども、世界的に人口減少が今後は早まりますという記事です。なおかつ、今日の朝の朝刊ですと、中国の人口も大体一割ぐらゐのさばを読んで多く言われているのを、アメリカの大学の教授が発表したりして、その火消しに今中国が躍起になつていふような状況なんです。

やはり国力を考えた場合に、人口動態は実はすごく重要な要素を持つております。人口のデータが間違つていふ、または恣意的に間違つた数字を出しているとなつてくると色々な問題が起きます。ただ残念ながら日本を含む世界の人口が、今後は減少に陥るのは間違いないと認識しています。特に日本もそうなのですが、日本の合計特殊出生率、要は一人の女性が生涯のうち、何人の子供を産んでくれているかという数字を見ると、昨年が一、三四人ぐらゐなんです。一人の女性が一、三四人ぐらゐのお子さんを産んでくれる。二、〇七から二、〇八人ぐらゐのお子さんを産んでくれないと日本の人口は維持できませんので、確実に日本の人口は減つていきます。

ダンなという言葉は死語なのかな。今風な神棚の在り方を募集された時期もありました。仏壇なども実は同じで、マンション住まいが多いので仏壇、神棚の置き場がないということになつてくると、必然的に神棚に手を合わせる機会はなかなか少ない。

私などはたまたまこの仕事をしていふので、お札がちゃんと天照皇大神宮、それこそ神宮大麻が真ん中にあつて、氏神様のお札、崇敬社のお札という形で並べておりますけれども。なかなかそういう人は、神社界の常識が一般的な常識と一緒にいうと違うと思つています。なので、そこはしんどい状況の中ではありますけれども、生活においての神棚の存在をどうするかということは神社界全体で考えていくべき課題なんだらうと思つています。まず神棚を通して神様と接してもらふ、または神社を見てもらふことがすごく重要になつてくるかと思ひています。やはり昔のような、私の福岡の実家にあるような仰々しい神棚はなかなか置くスペースがないので、この辺の在り方も考えていく必要があるかと思ひます。

次は初詣のお札の問いです。初詣で受けるお札を次の中からお選びください。これは質問の時に、最初はそのお寺に参られる方が買うと書いてあつたんです。多分一般的な感覚だと、買うなんです。でも私はこの立場でやつていふと、買うと書くときさすがに神社界の方に怒られるよということ、ちゃんと受けるというふうな。多分、一般の方に受けると言つても、なかなか通じないと思つたので、括弧して買うに変えてくれと。問いのことも気配りをしながら問わせていただいた質問になつていふます。

どういふ結果が出てきたかというと、残念ながら初詣には行かないと答えた方が三割を超えています。お札を受けないと答えた方も三割弱





第1講 神社を取り巻く環境変化～これからの神社機能を考える～

何が起きているんだということを、ここからまた分析をしなければいけないと思っただけです。これはね、まだ、ごめんなさい。自分の中でも結論というか答えが出ていません。何でこんなことになっているのか。

ひよっとすると、この一年から一年半のコロナ禍において、世の中で人と接する機会が減った、または色々な情報が飛び交っているのがあるのかもしれない。一方で、自然の一部に帰る、お骨としてお墓の中に眠るなどという方が、十%以上減っているんですね。これは何なんだろうというのもあるので、ここから色々とした情報などを入手、分析をしながら、次回どこかの機会で皆さんにこの辺はお伝えできればいいかと思っただけです。これは参考までに見ておいていただければいいかと思うんですが、でも非常に面白いデータだと思っただけです。

地域別、年代別にも多少のばらつきはあるかと思っただけです。特に三十代、四十代の男性などはあまりそんな感じはないようなんですが、若い男性または女性は特にこういう感覚をお持ちの方が多いいみたいで、若い人たちは僕たちが感じない独特というか、何か違う感性でこういう形に見えていらつしやるのかと思います。

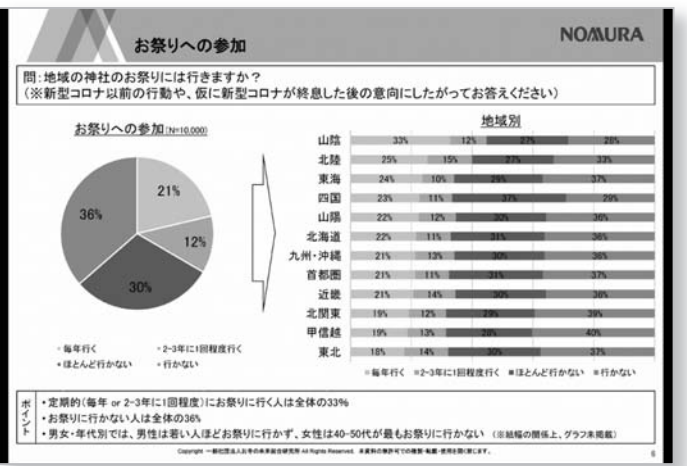
逆に言うと、今日参加されていらつしやる若い神職の方々は、この辺がひよっとすると私たちよりもなるほどと思うところがあるのかもしれないと思っただけです。もしその辺に何かヒントがあれば、また後ほどお聞かせいただければありがたいと思っただけです。

次は、せっかくなのでコロナ禍で頼りたい対象を聞いてみました。新型コロナウィルスが発生して以来、あなたが不安を感じるときに頼りたい対象として存在感が増したものの、存在感が増した人たちですね。これは当たり前だろうと思っただけです。ばつと見ると一番上の家

です。複数選択可能なので重複されている方も多いいと思います。当然初詣に行っていない方はお札を受けてないと思います。ただ、受ける方は地域の神社、氏神様のお札を受けていらつしやる方が二十七%、ちゃんといらつしやることも事実です。なので、今は神宮大麻の頒布量の問題や、それと並行して自分のところの神社の氏神様のお札をどう頒布するかなど、神社界の中でもいろいろと議論されていることも存じ上げておりますけれども、やはりまずは、神宮大麻をないがしろにするわけではなくて、それはもう両輪として、きちんと自分のところの神社のお札を受けてもらうこともやっていく必要があるかと思っただけです。これが現状出てきたデータの全てであります。

次はお祭りへの参加です。地域の神社のお祭りには行きそうですかという問いです。これは今のコロナ以前の行動や、または仮にコロナが収束した後の意向をベースにお聞きしています。さすがに今神社のお祭りは、なかなか昔のように氏子や崇敬者の方々とどんどん入れて行うのが難しくなっている状況だと思いますので、そういう前提になっています。毎年行く、または二、三年に一回程度行くと答えた方が三十三%なので、大体定期的に行く人がちやうど三割ぐらいいらつしやるなど。ほとんど行かない、行かないと答えた方が七割弱ぐらいいらつしやるので、なかなかやはりこの辺は伸びないのかなと思う。

それと、ポイントに書いていますように、男女年代別では男性は若い人ほど意外とお祭りに行っていない。もうこれはイメージが違うんですね。若い子たちは意外とお祭りに行っているようなイメージがあるんですが、でもこういうデータでちゃんと見ると、あまり行っていない。特に東北や甲信越、それから北関東、近畿などでも、意外と行っていないと答えた方が



多かったです。女性は四十代から五十代が最もお祭りに行かない。これは何でかなと思っただけです。議論をしてみたのですが、そうすると三十代、子供が小さいころはお子さんを連れてお祭り事や、神社、お寺に行ったりすることは多いと思うんですね。四十代から五十代になってくると、今度は子供が独立をして子供と一緒に祭りに行く機会は、そうそうないなという感じですね。私なども振り返ってみても、そうかなと思います。子供は子供たちが勝手に友達、彼氏や彼女などと一緒に行くようになるんでしょう。四十代、五十代のお母さんなどは、あまりこういったお祭り事へ積極的に参加されている方はいらつしやらないというようなデータになってお

族に目が行ってしまっただけです。それはだまされては駄目で、一番下に特になしという方が五割いらつしやるんですね。これは後でまた似たようなデータを見てもらいますけれど、ある意味こういつたデータを取るとあるあるのデータなんですね。特に頼る必要はないよ、存在感が増した人はいないよと返ってきます。

その中でも頼りたい対象として多かったのが、やはり家族。これは当然かと思っただけです。弊社社員でも感染した社員もおりますし、私の個人的な友人にも感染して現在も苦しんでいる友人などもいますけれども、その時にやはり頼りになるのは家族であつたりします。次に来るのが、神様。その次に、友人。仏様。御先祖様。御先祖様に頼るのが、よくピンとこないのですが、手を合わせてお願いすることだと思っただけです。あとは宗教者の方で、お寺のお坊さんまたは神社の神職。神職の方も一%はいらつしやるのですが、また後でこの神職の役割や機能などは分析していききたいので、この辺はざらっと聞いていただければと思っただけです。ポイントに書いていますように、宗教者は若干選択されておりますけれども、存在感が大きく高まったとは言えないねということだと思っただけです。

ついででございまして、次を見ていただくと、神社から少し離れてもらって、お寺のデータをせっかくなので見ていただきたいと思います。あなたは特定のお寺の檀家ですかという問いです。これはもう皆さんもよく御存じだと思います。これはもう皆さんもよく御存じだと思います。これも二〇一六年、五年前と比較でもそうなんですが、檀家であると答えた方は二十五%で、前回の調査から比べると四%減っていることになっています。実は一割強減っているんですね。

逆に檀家ではない、または分からないと答

ります。こういったところも、実は今後神社として、どういうふうな氏子や崇敬者の方々と関わっていけばいいかと考えたときの、大事なデータになってくるかと認識しております。

次は、年間の寺社への参りの回数です。一年間にお寺または神社を訪れる回数を教えてくださいという問いです。二十回以上行く方は、それでも三%いらつしやって、十回から十九回までが五%。なので、十回以上は行く方々だけで十%弱ぐらいはいらつしやることになっています。かなりコアな信者の方々になるかと思っただけです。ただ一方で、訪れる機会がない、行つたとしても一回程度かなという方で、ほぼ半分を超えるデータになっています。

逆に言うと、この辺をきちんとマーケティングやアプローチをする余地はいくつでもあるのではないかと。コアな信者の方々との関係性を深めることと並行して、薄い方々をどう取り込んでいくかが今後は重要になっていくのかと思っただけです。東日本ほど参詣機会がない人が増える傾向にあるのが、何か地域性なのか、色々な事情があるのか、こういったところにデータとして出てくることになりそうです。

次はかなり変わったアプローチというか、変わった質問になっていきます。死後の行き先ですね。あなたは自分が死後にどこに行く、どこにいると思っただけです。いろいろな調査分析でこういった質問はあまりしないと思っただけです、面白いのでやってみようということをやってみました。

極楽浄土または天国、あの世、どこかからの異界、違う世界に行くことと答えた方が四十八%もいらつしやるんですね。約半分。これは神社を入れずに、お寺だけの調査をやつたのが五年前、二〇一六年に行っているんですね。実はそのときと比べると倍増しているんですね。この五年間

た方々が四%増えて七十五%まで増えている。地域別は結構面白くて、やはり首都圏または近畿、意外と北海道、東海の方々が、山陽もそうですが、檀家でないことと答えた方々の五割を超える地域になります。首都圏などは分かるなと思うんですが、東海など実は意外と浄土真宗系のお寺が強かつたりして、仏教について近いかなと思っただけです。意外とそうでもないな、これぐらいのお寺離れというか、距離感が一気に広まってきたなというのはこういうところでも感じる事ができます。

年代を見るともつと顕著で、若い人ほど当然ですが、檀家ではない、分からない。特に分からないですね。私もそうでしたけれども、若いときにある特定のお寺の檀家かどうか、または自分のところのお寺が何宗ということを知れども分からない人がほとんどだと思っただけです。私もよく聞かれるのですが、うちの社員などと話を聞いて、どうでしょう、実は八割から九割は二十代、三十代の人たちは答えられないんです。なので、これは至極当たり前のデータが出てきたかと思うんですが、一方で六十代、七十代の方々も、これだけ檀家であると答えた方々が減っている事実。これをどう捉えていくかということの方が重要かと思っただけです。

これは皆さんとは関係ないところではあります。実はお寺さんとの関係もこれだけ変わってきていることで、きちんと認識していただく必要があるかと思っただけです。

こういつたことがあるので、第二講の安永さんのコマでは築地本願寺ではどういうふうな具体的な施策、経営戦略を持って遂行していらつしやるかということの具体的な話がなされるんだらうと思っただけです。私もそれは何回も聞いたことあるのですが今日も楽しみに聴講させてもらおうかと思っただけです。

次はお墓参りの回数です。先ほどの檀家さんとの関係もそうなんですが、今回のお墓参りの回数に関しては、お墓参りをしないと答えた方が二十八%、約三割弱。増えているんですね。これはもうお分かりのように、ポイントに書いていますようにコロナ禍において帰省の機会がかなり減っていると思います。その分がこういった形に影響しているんだろうと思っています。

ただ一般的に言って、最近はお寺さんとの付き合いが減っていて、お墓やお寺さんの在り方、または葬送の仕方などがどんどん変わっていつています。そもそも、お墓は要るのかという話になってきています。最近私の周りでもよく聞くのは、亡くなった方のお骨を家にそのまま置いていた方が実は多かったです。一時期、散骨や樹木葬などは流行りましたが、今日多分築地本願寺の安永さんの話でも、合葬墓、集合墓の話が出てくると思うんですが、そういったお墓の様式の変化なども出てきていますので、そういったものも実は興味を持って見たり聞いたりしていただくと今後の神社の経営にも大きな影響を与えてくるのではないかと注意していただければと思っています。

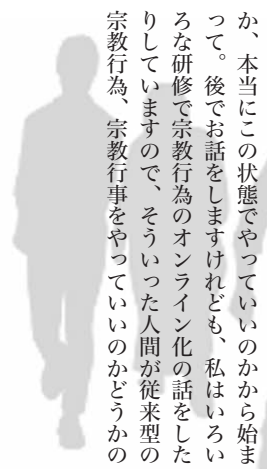
次は葬儀で重視するもののデータです。あなたは家族など自分に近い人の葬儀において何を重視しますか。神社における神葬祭は当然ながらありますし、葬式がないわけではないのですが、よりお寺のほう葬式をやる回数や規模は大きいと思いますので、お寺が中心の話になつてしまいかもしれませんが、葬儀で重視するものの一番大きいのは故人の遺志。それでも実は前回のデータ、調査から比べると六%減なので、一割弱は減っている感じになっています。

何が増えているかというと、簡易さ、できるだけ短い時間、低労力で済ませるといのが増えている。もう一つ、これはどうなのかなと思

うのが重要だと感じるものはないと答えた方が、五%も増えているんですね。あとは規模、これはコロナ禍の影響も大きいと思うんですけども、参列者の数ですね。もう今は基本的に人を集めるような宗教行為はなかなか難しいのでこういった答えになってしまふのかと思うんですけど、費用も当然ながら抑えられるし、簡易で、低コストで、または一方ではもうあまり重要ではないよねというような人が増えてくると今後こういった宗教行為にダイレクトに影響が出てくる。

こうなってくると、お寺の少しいやらしい生々しい話をしますが、お寺の収入の源は葬儀、法事またはお墓の管理、それに御祈禱、この辺がメインになります。そういった宗教行為が変わっていくことは、ダイレクトに収入に影響が出てくる話になります。この一年半のコロナ禍で一番影響を受けていたところは、観光地にある拝観料収入を得ていたような観光寺院がしんどいと思いますが、その次にしんどくなつてきているのが、こういった宗教行為が変わつてきているような一般のお寺であつたりします。ポイントに書いていますように、故人の遺志で経済性を重視している場合、葬儀の低価格化は進んでいくのだろうと思っています。

私事で申し訳ないのですが、昨年の年末に父を亡くして、私が中心となつてお通夜、葬儀を執り行つたんです。そのときにやはり考えるのは当然ながら、コストがどうなつていくかということももちろん考えますし、会場をどうするか、本当にこの状態でやつていいのから始まつて。後でお話をしますけれども、私はいろいろな研修で宗教行為のオンライン化の話をしたりしていますので、そういった人間が従来型の宗教行為、宗教行事をやつていいのかどうかの



五割を超える。六割近い形になってきています。これは多分、どんどん減つていくんだろうと思っています。

次は、もつと生々しいデータも取っています。葬儀の御布施、お金の話です。時間も限られていますのでポイントだけお話をしますと、三万円未満または御布施をしないと答えた方だけで、五割を超えるデータです。これが実情です。もう基本的に、お金を出したくないということです。これまでは言われるがままにお金を出していたものが、宗教行為に対する対価をどう考えるかということを、一消費者として考えるようになってきていると認識してください。お寺と檀家の関係性というよりも、サービスを提供する側とサービスを受ける側という認識、意識がすごく強くなっている結果こういうことが起きている。

最近顕著になつてきているのは、昔は家の宗教だったのが、もう家の宗教ではなくなつてきています。要は檀家制度等々が崩壊しているのが現実には起きていますので、家の宗教ではないということは、そのお寺さんと付き合つていく必要がないということになります。となると、檀家側は自由にお寺または僧侶を選べることになりまして、選ばれなかった人たちからはどんどん人が減つていくことになります。恐らく第二講の安永さんはその辺の話をされると思うんですが、そういう新しい人たちを築地本願寺では取り込んでいくという動きも出てきています。こういったデータからも、顕著にその辺は動きとして出てきます。

では、ここから後半に入りたいと思います。ここからは年間の参詣回数一回以上の方々にかなり絞つて、N数を二千に絞ります。それで、特に神社関係の方々に関する問いを中心にお話をしたいと思います。あなたが一年間に神職、

神主と会う回数を教えてください。これは、私と言うまでもなく、皆さんもそうだなと思われと思うんですが、会う機会はないと答えた方は七割を超えるんです。そんなことないよとおっしゃる方もいらっしゃるかもしれませんが、現実的なデータはこうです。十回以上会うと答えた方は、それでも二%はいらっしゃる。五回から九回が約一%。だから大体どうでしょう、一回以上、年間ですからね、年一回。一回というのは会つたのか、見かけただけなのかでも、また違うと思うんですけど、一回以上とした場合でも、十四〜十五%しかないということです。年代別でいうと、あまり差はないんですが、五十代は少ないという感じがすかね。女性は、六十代が本当に少ないという感じがす。会う機会がある人の中でも、四回以下の人が四分の一ぐらいいらつしやるので、正月なかのお祭りというのがほとんどなんだろうな。日常的に皆さんとお会いする機会というのはかなり少ないかと思っています。

確かに私もこの仕事をするまでに神主や神職の方と会っているかという、ほぼ会っていないですね。今は多分、誰よりも下手すると会っているかもしれませんが、十五年ぐらい前までに振り返ってみると、ほとんど会つた機会はない。それから年一回、会社として正月に初詣へ行つて御祈禱をしていただく際に、神職の方を見かけるといのはありますけれど、あとはほとんどないですね。これを頭の片隅に置きながら、これ以降を聞いてください。

次は、最近なかなかこの辺はコロナ禍で難しいと思うんですが、御朱印の数を聞いています。受けたこととはないと答えた方は七十三%なので意外とまだ多いですね。何を隠そう、私はこれだけ全国のいろいろな神社やお寺の方々と実際にお会いしたり、その神社、お寺にお邪魔し

ところは、正直に言つて葛藤がありました。

でも、私は福岡の田舎のほうの生まれ育ちで、今でも昔からの因習、慣習または地域の方々とつながりが残っていますので、後々のことを考えた時にこれは従来どおりやつたほうがいいなという判断で、本当に普通にやりました。仮通夜、通夜、葬儀、初七日まで数週間かけてきちんとやつて、四十九日もやりました。やつてよかったと正直に思いました。データが出てきていますが、本当にやつた人は違うと実感しています。

実は神社における宗教行為も同じだろうと思つていて。その場を共有できるか、独特な宗教行為特有の空気感や、独特な場を共有できることは特殊なんですね。すごく大事だと思っています。なので、ここは、今後コロナ禍またはポストコロナにおいて宗教行為を考えていく際にも一つのヒントにしていいただければと思っています。

ポイントの一番最後に書いていますように、女性のほうが故人の遺志、費用、簡素化を望み、男性のほうが伝統や家の宗教を重視する。これは非常に分かりやすい傾向かと思えます。どちらかという女性感性が超現実的で、男性のほうが情緒的という感性で動く人たちで、昔からの因習、慣習を大事にしたが。でも女性はずうではなくて今をどう生きるかということをやちゃんと考える。そこは男女の同権ではなくて同質。異質のところ、質の違うところとして出てくるのかと思つております。

せっかくなので、僧侶の読経も少し簡単に話しておきます。とても重要と答えた方はほとんど減少しています。お坊さんの読経もそうですよ。逆に、もう要らないまたはあまり必要でない、どちらでもいいような人も、はるかに

たりしてお話させていただいておりますけれども。こんな話をしている本当に申し訳ないのですが、御朱印を一枚も受けていない、受けたことがないです。何でもかという、別に僕はその場でお参りしているのに受けてなくてもいいかなと思うのと、きりがなしと思ひ始めたのと、僕は意外とA型で細かいので、一個抜けたらするとイライラするだろうと思つたので、それだったら最初からやらないほうがいいなと思つたのであえて受けていませんけれど。

現実的にはこうです。一般の方に聞いた問いに関しては、こういった答えが返つてきています。百以上を受けている方が二%、二千万の百ですからね。これは結構な割合なんです。五十から九十九では、二%ぐらいはまだいらつしやるということですね。

次を見ていただくと、御朱印を今後受ける意向という、受けたいと答えた方々が二十四%なので、まだまだ広がる余地はあるなということと、逆に受けたくないという方は、何で受けたくないのかよく分かりませんけれども三十%。特に七十代の男女は四十%、女性で三十六%ぐらいは受けたくないと答えている方が多いので、この方々はどちらかというと御朱印がどうこうというよりも、そこにちゃんと直にお参りをして手を合わせて頭を下げるこのほうが重要なんだろうと思つていたりします。

逆に言う若い年代の方々は、こういう言い方をすると皆さんからお叱りを受けるかもしれませんが、スタンプラリーの感覚で御朱印を受けている方々が一方でいらつしやるということも事実なので。または、ゆゆしき問題として、特殊な限定的な御朱印がマーケットで売りに出されたり、そういった話もよく聞きます。それは今後の在り方としては考えていく必要があるのだろうと思つていたりします。ただ、御朱印



第1講 神社を取り巻く環境変化～これからの神社機能を考える～

というものも、一つのアプローチの仕方の入口としては、すごく重要な要素としては存在するかと思えます。

次はお守りの話です。お守りを受ける、これも先ほど話したように、買うと括弧で書いていますけれど。うちの社員でも平気で、塚畠さん、どこのお守りを買ったらいいか、どこどこに行かれるんだったらお守りを買ってきてと言われるので、いや、買うのではないんだと、販売所と書いていない、授与所と書いてあるだろうという説明をすると、ああそうですよねという話になる。皆さんからも、そういったことも細かいかもしれませんが、お伝えいただく努力は必要かと思っています。

それは置いておいて、あなたはどのお守りを受けていますか。これは非常にいい答えが返ってきていて、地域の神社、氏神様のお守りを受けていますと答えた方が三十六％、著名な神社のお守りで三十％。これは観光が何かで行かれたときに、受けられたんだろうと思います。お寺よりも神社のお守りを受ける人が多いというのは、僕も今日はこういった講師を仰せつかって、このデータを見て、にやつとしたんだけれど、良かったなと思っただんですが、そういったことが起きている。ただ、一方でお守りを受けないと答えた方は三十六％、同じぐらいにやつしやるということも事実です。横に男女年代別のデータも載せていますので、後で御覧いただければと思うんですが、意外とどちらかというところと六十代、七十代は多いという感じですかね。

次は、皆さんも興味があるところだと思うんですが、お寺、神社に関する情報収集の方法です。私より皆さんはお若いはずなので、私よりも感性も豊かでアンテナも高いし、色々なところのものを仕入れていらつしやると思うんです。

ます。僕もいろいろなプロジェクトに入ったりしていますが、プロジェクトチームに必ず若い女性を入れてくれとお願いをします。男性だけの感性、おじさんだけの会議は本当にナンセンスです。おじさんだけで会議をやっている、何の生産性もないということもよく経験していますので。そこは神社界特有の独特な因習慣習を変えていく必要はあるかなと、外の立場から見ると感じておりますので、気をつけていただければと思っています。

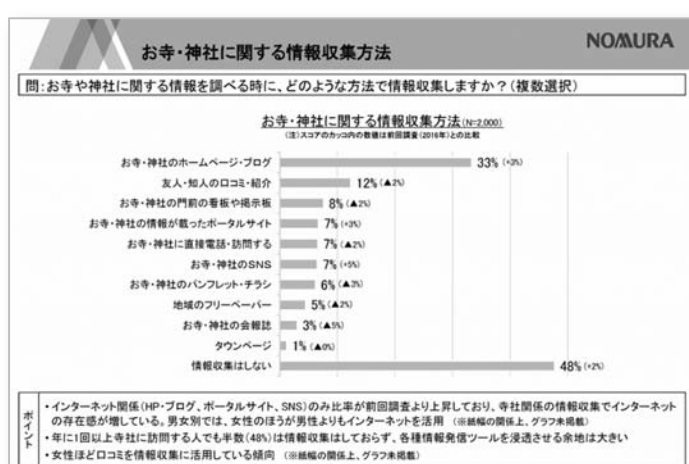
次は、ひよつとすると、まさしく今の話だと思っています。現状というか現代の話だと思うのですが、現時点のお寺、神社における新型コロナウイルス対策として重要だと思ふもの。安心してお参りするために重要だと思ふもの。意外なデータが出てきたんです。

意外というのは、ソーシャル・ディスタンスを確保する方法。これは至極当たり前。参拝人数の制限。そうでしょうね、上と一緒にです。基本的に密を避ける。日常の清掃、消毒、これは神社にとって当たり前の話で、綺麗にしておく。あとは各所でのアルコールの備付け、それはそうでしょう。うちの会社などもそう、どこに行ってもそうです。混雑情報の開示というのは少し特殊かと思うんですが。若い人ほどネット検索の慣れが影響していると思うんですが、こういった情報を欲していると思うんですが、神社は空気の入れ替えなどは普通に行われているはずなので、問題はない。ただ、神主、巫女さんのマスクの着用は十％で少ないのは、私の中で非常に意外でした。ひよつとすると、マスクをしていることが大前提で語られているので、あえてチェックをする必要がないと答えたのではないかとは思っているんですが。

それと、授与所のビニールカーテンの設置は、四％しかないんです。なので、ひよつとすると、

当たり前の話だと思えますけれども、お寺、神社に関する情報収集の方法としては、三十三％、三割の方がお寺、神社のホームページまたはブログなどから情報収集をしています。ポータルサイトを使っている人も増えています。お寺、神社のSNSから情報を取っている人も増えています。

一方で、門前の看板や掲示板、それからパンフレットやチラシ、あとは会報誌、要は紙媒体またはその場に置いてあるような看板などからは、情報を得る人は減っているという、生々しい今を象徴するかのようデータです。なので、ここはきちんと活用すべきところだと思っています。



あまり最近神社などに行かれていない人が多いので、授与所をイメージしづらかったのかもしれないなと思っています。要はコンビニのような感じですね。コンビニのレジのビニールカーテンのようなイメージですね。

さすがに授与所で受渡しする金銭の消毒というの、それでも二％いらつしやるので、それぐらい何かあるかなと。気にならないと答えた方は二十％ぐらいいらつしやるのですが、女性のほうが対策を気にする人が多かったようです。当たり前だと思ふんですが、こういったものを参考にして、今後の神社のウイルス対策をやつていただければと思っています。

次を御覧ください。これは今後の恐らく神社界、宗教界でも、色々なところで具体的な議論をしていかなければいけない話だろうと思っています。キャッシュレス化の話です。寺社のキャッシュレス化をどう考えるか。キャッシュレス化をしてもいいものを選んでくださいという問いです。

神社で拝観料を受けていらつしやるところはあまりないと思うんですが、これはどちらかというと、京都や奈良などの拝観料を受けているような、お寺中心だとイメージをしていただければと思います。三十四％はキャッシュレス化で十分ですね。あとは授与所、頒布品、お守り、お札もキャッシュレスでいいですと。

少し違和感があったのは、祈願、祈祷料までキャッシュレス化でいいと答えた方は、三割弱ぐらいいらつしやるんですね。これはうちの社員にもいろいろと聞いてみたんですが、社員の中でも交通系のICカードとクレジットカードでも、扱いが違うという答えが返ってきます。私も使っていますけれど、交通系ICカードは意外と自分の財布と同じような感じで使うことが多いと。ただクレジットカードとなると、少

ただ、ここで一つだけ苦言を呈しますと、若い宗教者の方々にありがちなですが何を目的としているのかが理解されていない方が多かったです。何を言いたいかというと、ホームページやSNSなどで発信すること自体が目的になっている人。何のためにそれを発信するのかということが、目的がそこではなくて、作ることが目的となつていいるものは全く意味をなしません。何も琴線に触れません。尚且つ、そこで終わつてしまっています。

なので、何のためにこういった媒体を使うのかということ、きちんと理解した上で行う。どの媒体で誰に対して、何を発信していくのか。結果、何を期待するのか、何を目的としているのかが重要になっていきます。そこを間違えないようにしていただければいいかなと思っています。あるんです。塚畠さん、きれいなホームページを作ったので、一回見てくださいと言われて見てみると、きれいなんだけど何も伝わってこない。または、それで何でしたっけというようなこともよくあるので、そうならないように。

やはり神社というのは、そこに来て神社、神様を感じて、人間の五感で感じられるものをきちんと感じてもらうというのが最終的に求められ、そこで神社の機能というものをどう展開していくかが重要になってきますので、机の上でパソコンを見て、良かったねで終わらないようにしていただければと思っています。

もう一つ、女性ほど口コミを情報収集に活用している傾向は多かったです。これは恐らく女性特有のネットワークというのがあったと認識しています。これは私、五十を超えたおじさんが言ってもあまり説得力がないかもしれませんが、神職の中でも女性神職の感性や考えなど、そこはすごく大事になってくると思

しだけハードルが上がる感じがすかね。なので、御祈願料とか祈祷料というのはどちらなのかというのを、今後はいろいろと分析しなければいけないかと思っています。ただ一方で、お賽銭箱に入れるお賽銭などは、まだまだ二十％弱。それでも十八％はいらつしやるという事実もちゃんと受け止めないといけなくなってきたかなと。ただ一方で、キャッシュレス決済は使わない、または使いたくないと答えた方も四十％ぐらい、まだまだいらつしやるので、やはり宗教行為に対するキャッシュレス化というのはそんなに簡単に変わっていくものでもないかと思っています。

これは笑い話なのか、笑い話にしてはいけないのかは、皆さんの判断にお任せしますけれど、私は東京のあるところに住んでいて、どこと言うと多分その神社が分かってしまうのであって言いませんが。多分今日聞いていらつしやる方も、塚畠家はどこに住んでいるかと知っている方もいらつしやるかもしれません、うちの氏神様にたまにお参りに行くくと、去年か一昨年か行ったときに、おもむろにお賽銭箱の正面に、ペイペイのQRコードが貼つてありまして、それは如何なものかなと。

私はこんな立場でキャッシュレス化の話をいろいろなところでして、今後の方向性としてどうかなと話をしていますけれども。お賽銭箱にQRコードが貼りつけられていた瞬間に、やはり興ざめだし、引いてしまふですね。気持ちには分かんだけれども、お賽銭箱で十円または百円、五百円、千円を受ける経済的な効果と、QRコードを貼ったイメージが悪くなることによつて、神社と、氏子や崇敬者の方々の距離感が開いてしまうことによる、経済的な効果または心理的な逆効果を考えたときに、どちらがいいのかなというのは正直考えさせられたことであります。なかなか割がされないで、これで



進まれるのだろうか。普通は人がいない神社ではありますので、そうせざるを得なかったのかもかもしれませんが、少し残念だなというのは正直な気持ちであつたりします。

この辺は皆さんの若い感性で、今後の神社界または宗教界、そういった社会情勢など、もつと言うならば宗教界、または宗教活動、宗教行為における課税問題も含めて、議論をしていく時期に来ているのではないかと思います。ぜひそれは議論していただきたいですし、私ももし議論に入ることが可能なのであれば、ぜひ一緒に議論していきたいなと考えています。

次は、先ほど同じようなデータを取りましたけれども、悩みまたは話を、どの宗教者に聞いてほしいかという問いです。心理カウンセラーと答えた方々が十二％で、お寺のお坊さんが九％、神社の神主が四％。残念ながら一番下にあるように、聞いてほしいと思わないと答えた方々が七十四％いる。これが現実です。皆さんの周りにいらつしやる方々の現実。これつてすごく残念だなと思うんですね。

ただ一方で、少し明るい兆しがあつて、右側に男女年代別のデータ、二十代、三十代の男性のところを見ていただくと、神社の神主と答えた方が十％いらつしやるんです。これはすごく僕は明るい材料だなと思っていて、若い人たちに神社の神主の方つて期待されているんです。悩みを聞いてほしいと思つていらつしやる。

でも逆に言うと、聞いてほしいと思つているけれども、皆さんからそういった聞くような場は提供できていますかというの、一つ問題提起です。人の話や悩みを聞くのは、すごく厳しいし苦しいと思います。難しいと思います。でも、そういった一つ一つをクリアしていくことが、皆さんにとっての氏子や崇敬者の方々を獲得していくことや、皆さんの神社や、神主とし

い、伝統のみだよ、など。

あとは、これは面白いんですけども、神社や神職には、その場で人を待つだけではなくて、もつと人に寄り添うような行動をしてほしい。これは非常にヒントになるような答えではないかと思つています。期待してないのところにもあるんですね、接する機会がない、接点がないので期待していません、など。実際に聞いてみるとやはりこういった答えが出てくるんです。要は数字のデータだけではなくてこういった問いを聞くと、皆さんに対して何が求められているかということが如実に出てくるので、こういったものから目を背けないできちんと今後のアクション、行動に起こしていただければいいのではないかと思つています。

次以降のところは、オンラインの参列の話などを載せています。オンラインの話なので、オンラインの御祈禱などは、なかなか神社では肯定的ではないと思えますけれども、場所を考えるのか、そういったシーンを考えるのか、機会を考えるのかも含めて、オンラインに関してはまだ、益々これからの議論を深めていく必要はあるかと思つています。ただ、この後のコマの安永さんのところでもオンライン法要の話は出てくると思いますので、そこでも聞いていただければいいかと思つています。

では最後に、2〜3分を使わせていただいて、今日お伝えしたかったことをまとめてお話をしたいと思います。

すみません、ばたばたとお話をしましたが、今日お伝えしたかったことのポイントは六つです。まず、正確な環境認識を行ってください。要は社会情勢を感情論や思い込みではなくて、定量的にちゃんと理解をしてください。数字だけ見ても間違えます。数字だけを見るのではなくて、当然ながら現場で起きていること、それ

てのステータス、プレゼンスを上げていくことになつていくと思えますので、ここは少し気をつけていただければと思つています。

次に、その理由について文書で回答を頂いています。神社の神主つてどういう理由で答えたかという、話を聞いてくれそうな雰囲気がありますよと答えた方は言つてくれているんですねので、書いてある通りで、家族や友人には話しづらいことも全くの他人なら話せそうだからということもそうだし、ポイント話を丁寧に聞いてもらえそうだからというのは、僕は意外と肝なのではないかと思つています。

今日は仏教界の方がいらつしやらないので、あえて後ろから、背中から刺される覚悟で言いますけれど、僕は仏教界にもいろいろな仲間、友達もいますし、神社界もいっぱい知り合いもいますけれど、やはり神社界、神職の方のほうが見えにくい。比較した場合に間違いない。見える部分ですよ、中身はいろいろなことが生じるでしょうから、お話をしませんけれども、そういったことはあるかと思つています。真剣に聞いてくれそうな雰囲気があるからということだと思います。後でこれは細かいところを見ていただければと思います。

時間が限られてきましたので、こちら辺を最後にしたいと思つていますが、皆さんへの期待です。神社や神職に何を期待していますかという事です。とても期待しているが三％、比較的期待しているが十五％、どちらでもないが四十六％、残念ですがあまり期待していない、全く期待していないが三十六％ぐらいあるということになります。先ほど話しましたように、男女年代別では若年層の肯定的な評価は高いんですけれども、なかなか上がりづらいということです。やはり神職の方、皆さんと会う機会がかなり少ないことが影響しているのではない

から経験、今お話ししてきたような一般の方々が何を考えているかということをやちゃんと理解する。これを定量的に理解するかどうか。

それとも一つ大事なのは、自己分析をやちゃんとやつてください。意外と、中にいると俯瞰的に自分の神社を見る機会はなかなかないはずなので、客観的、俯瞰的に自分の神社または奉職されていること、関わつていらつしやることを見る。その中で地域性、各神社の特性などをちゃんと理解することが重要なんです。

それと、この一年半のコロナ禍において、宗教者として何が問われているかという、神社としての本質が問われているのだと僕は思つています。要は神社としてどうあるべきなのか、神社つてそもそも何なのかという存在意義であ

かと思つています。

なので、会う機会が増えれば期待している人の比率が高まつていくと私も確信しているので、会うという接点をいかに作るかということが今後は重要になるかと思つています。すごくシンプルなことなんですが、すごく難しいこと、でも一番やりがいがあること。人間と会うということなので、摩擦を生じるし、しんどいかもしれませんが一番面白い。ここは今後の神職としての一番の期待できるところだったり、面白い部分なのかと思つています。

次を見ていただくと、具体的な回答が返つてきていて、一番左の方から、とても期待している、比較的期待していると答えた方々はどこに期待しているかという、神社としては心のよりどころとして必要な場所であつたり、心の安らぎであつたり、コロナ禍で不安を抱えている方々の救いになり得る存在。あとはすごく大事なところで、地域のつながりの機能というものを求められています。人が集まる憩いの場、個の時代に地域社会とのつながりを持てる場として貢献してほしいという、皆さんに対する要望、期待が出てきています。上に書いている日本の伝統文化というのは当然ながら大事なものが求められているということをやちゃんと理解してください。

それと、真ん中のどちらでもないというところでは、普段から付き合いがない、接する機会がなくてよく分からないと答えた方がやはり多いです。ここをどうクリアしていくか。逆にあまり期待していない、全く期待していないと答えた方は、どういう部分に期待していないか、なぜ期待していないかという、皆さんには耳が痛い話かもしれませんが、神社に何かできるとは思えない、世の中に影響力があると思えない

り価値というものを、再度根つこのところから考える必要があるかと思えます。若いからゆえにこれができるのではないかと思つています。残念ですが、私みたいに五十代になつてくると、やはり経験が勝つてしまつて、なかなか柔軟性を持つた対応ができなくなっていくことも事実だと思えますので。神社界の中では年功序列というか、縦の社会がきついても重々承知しておりますが、そこは皆さんの若いパワーで変えていっていただきたいと思つています。

あとは、神職としての役割。神職とは何なのかということをや常に考えて、自分に問うていただきたいということ。

それと、戦術ではなくて戦略を考えていただきたいと思つています。私もいろいろな神社、お寺にお邪魔する機会がありますが、イベント屋になつていませんかということはよく感じます。何か人集めのイベント屋みたいになつていて、その後が全然見えてこない。どうしたいのかが見えないところもあるので、僕はあまりイベント屋に意味はないと思つていて、目的がある中での一イベントだったら理解できるんですけれども、先ほどのSNSやネットなどの媒体の使い方と同じで、これが目的になつていまいせんかということにならないように、戦術ではなくて戦略をやちゃんと考えてください。

それと、もう一つ大事なのは、参詣者、氏子、崇敬者の方々がちゃんと見えていますか、ということが皆さんに問われているかと思つています。何を求められているのかをきちんと考えるいい機会に今日はなつていけばいいなと思つております。

最後になりますが、これからのますますの皆さんの御活躍を、私が祈つてもあまり効果がないので、活躍を期待して、私の話を終わりたいと思つています。最後まで御清聴ありがとうございます。(了)

第1講 神社を取り巻く環境変化～これからの神社機能を考える～



第一講

「築地本願寺の経営改革」

浄土真宗本願寺派築地本願寺
代表役員宗務長

安永 雄玄 先生



皆さんこんにちは。全国各地の神社様の若手の経営者の集まりと伺っております。正直なところ私は今、寺院に勤めておりますけれども、神社がどういう成り立ちで、どういう形で経営されているのかというのは、それほど深くは存じ上げません。しかしながら、同じ宗教法人として、全く同じような社会経済環境の変化の中において、どうやってサバイバルしていくのか、それを皆さんが真剣に考えていらっしゃるだろうなと、一応仮説を持っております。ですので、私がこの宗教教団に対して、どういうふうに思っているのか、今、築地本願寺でこんなことをさせていただいている。まだまだ改革の途上ですけれども、今後もこんなことをやっていきたいと考えていること。それから、なぜそういう考え方、実行のやり方をしているのかということ、皆さんに少し御披露するということも、

皆さんが自分たちの神社の宗教法人の経営を考えるに当たっては、かなり有用なのかなと思います。今回の御講演を引き受けさせていただきます。

六十分という短い時間でございますので、あれもこれも何となく浅い感じになるかもしれませんが、そこはご了承いただき、あとは質疑応答の時間で補っていただければというふうに思います。用意したチャートが少し多いので、実際には飛び飛びになってしまえますけれども、そこは御容赦いただければと思います。それでは今から画面共有をしてチャートを中心にさせていただきます。

実際に今日お話しするテーマとしては、簡単に私の自己紹介を。今していただきましたので、少し端折りますけれども、私はお寺の出身でも何でもなく一門徒の家系でございますので、なぜお寺さんになったんですかというような話。それから、私自身は、宗教法人は普通の株式会社の経営と全く一緒だろうと考えております。急激な社会環境変化の中で何を考えて、築地本願寺のどんな経営改革をしたのか。そして、寺院に限らず神社の再生に対して、どんなことを考えていかなければいけないのか。それから最近、コロナの時代にどうしたらいいんですかとよく聞かれるので、そのときにお話ししている「コロナの時代に心豊かに生きるための5つの条件」というのを、少し端折りながらお話しして終わらせていただきます。

まず、私の経歴は、東京生まれの東京育ちです。両親は佐賀の出身で、比較的敬虔な神道と宗教の。神道といいますが、私が生まれたうちには小さかったんですが、やはり神棚があつてその下に仏殿。仏様がいらっしゃるという、そういう両方を拝む生活を小さい頃からしていました。中学、高校、大学と、東京の大学を卒業いたしました。当時の三和銀行、今の三菱UFJ銀行

行に入りましたところ、大阪勤務で大阪に八年間おりました。大阪に行くのは万博のときに次いで二回目という、本当におのぼりさんならぬ

大阪は初めてのような感じでしたけれども、都合八年間大阪で、梅田・堂島・天満の三つの店におりまして、そこで徹底して大阪商人として育てられた。そして東京を通り越してロンドンに転勤して、ロンドンでは、英国の地場の大企業向けの営業マンをさせていただき、四年間やっただけ、ケンブリッジに約二年半弱くらい留学をさせていただいて、帰ってきてからはどちらかというと本部の企画畑が長かったです。

その中でも、JR東日本に課長として出向したり、最後もモビリティという会社を立ち上げるために出向しておりまして、四十六歳で銀行をやめて転職しました。そこから約十五年間は人材のコンサルティングをやったり、二〇一五年からは今の浄土真宗の築地本願寺の宗務長という立場に立っております。

宗務長というと、何か事務方のトップですよねとよく言われるんですが、現実にはお坊さん組織のトップなので皆さんの組織でいうところの宮司というような立場でございますが、住職というのは御門主がいらつしやるので、私は宗務長という肩書になっております。週に三回から多いときは四回、五回と各種の法要をこなし、実は今朝も晨朝の法要が私もございましたが、やりながら経営をやるという形です。

そんな私は銀行をやめてから、たまたま仏教の勉強したいということで、浄土真宗の僧侶を養成する学校、中央仏教学院に入りまして、これは通信教育課程があるんですね。三年かかって卒業し、たまたま仲がよくなった友達が多くな得度をするということになり、私も一緒に得度させていただいた。そうしたらそれを、坊主姿を見た私の大学の先輩が、自分の実家に連れ

ていつて、そこのお寺の副住職になることになりました。

そんなことで、教団の中の組織、それから人材、人脈の中に入っていく、色々なお友達や先輩、後輩ができるようになって、二〇一二年からは浄土真宗本願寺派の常務委員、これはいわゆる社外取締役。それから築地本願寺の評議員というのをやるようになります、その中でいろいろ発言をして行動しているうちに、二〇一五年七月、今を去ること約六年前から現在の立場に立っております。

今はお坊さんを育てる学校である東京仏教学院の学院長をやったり、宗門のいろいろな委員会の委員長をやったり、武蔵野大学の理事をさせていただいたり、宗門の運営する学校法人とか社会福祉法人の理事長をやったりしております。

なぜお坊さんになったのかとよく聞かれるんですが、親の跡を継いで寺を継ぐためになったわけではないので、なかなか答えにくいところはあるんですけど、やはり銀行員生活を二十二年送っているうちに、必ずしも銀行のために働くことが社会のためにならないのではないかと、思うようなことがいっぱい起こりまして、これは何かよくないと思つて銀行をやめて、銀行をやめた後はずっと人材コンサルティングとしてやってきましたけれども、何となく最初の銀行のときの違和感が少し抜けずに、そのために、それを拭うためにいろいろな勉強をしまして、

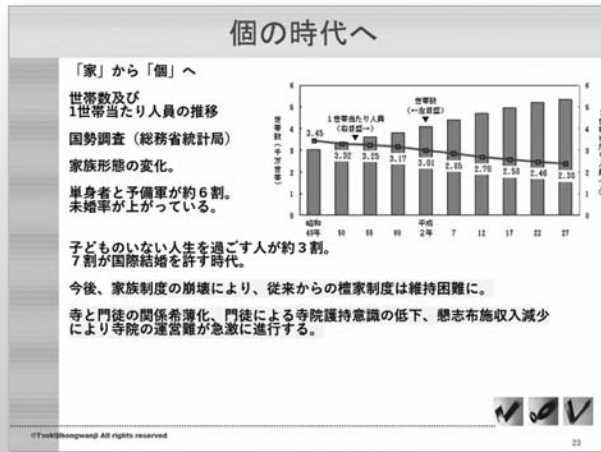
仏教の勉強をしようということで中央仏教学院に入り、先ほど申し上げたように、たまたま友達に恵まれて得度をしたという形でございます。でも、お坊さんになって特に副住職になってからですが、一般の御門徒さんとお話をしたり、いろいろなコミュニケーション、それから中には非常に不幸な出来事が起こつて相談に来られる方の応対とか、そういう方たちのお葬式や御

第2講 築地本願寺の経営改革





第2講 築地本願寺の経営改革



また、男性女性の生涯の未婚率というものもどんどん上がっています、女性の二十％弱、

ということですが、これは、皆さんお聞きのように、地方から東京へという形で全体のパイが減っているんだけど、その中でもまた地方から東京へと、余計に減っているということが言えます。東京の一極集中。東京に入ってきた人たちは多くの方が無宗教になっていくんですね。家を構成する、昔は三世代同居が当たり前でした。少なくとも二世代ぐらいは一緒に住んでいた。ところが今や核家族であり、尚且つそれでも単身世帯が増えている。二〇二〇年のときで千八百万世帯が独身世帯です。単身世帯です。通常の親子で暮らしているなんていうところは、もう本当に少なくなってきた。これからどんどん減っていくだろうと。

ということですが、

宗教法人法には、宗教法人というのは宗教の教義を広め、儀式行事を行い、及び信者を教化育成することを主たる目的とする法人だと謳われておりますが、役員構成なども普通の株式会社と一緒にございまして、目的のところが少し特殊なだけ。だからある意味、聖と俗を併せ持った存在が代表役員であり、責任役員なのかなと思っています。聖のほうは儀式を執り行ったり、法話をしたりというような能力ですけれども、俗のほうも非常に重要でございまして。宗教

宗教法人法には、宗教法人というのは宗教の教義を広め、儀式行事を行い、及び信者を教化育成することを主たる目的とする法人だと謳われておりますが、役員構成なども普通の株式会社と一緒にございまして、目的のところが少し特殊なだけ。だからある意味、聖と俗を併せ持った存在が代表役員であり、責任役員なのかなと思っています。聖のほうは儀式を執り行ったり、法話をしたりというような能力ですけれども、俗のほうも非常に重要でございまして。宗教

法事をしていううちに、仏教はいわゆる形式、儀式を整えることではなくて、実践なんだなというところに、何ていうんですか、やって初めて気がついたということでございます。

私自身は、人生の経営ということと企業経営そして皆さん方の宗教法人の経営と基本的にはそんなに違いはないだろうと考えております、やはり人生の目的は志、生きがい、自分は何のためにこの仕事をするのか、神社を営むのか、寺院を営むのかというようなことで、そのための目標は一体何を置くのか。門徒さんの数なのか、信者さんの数なのか、本殿の再興なのか、色々あると思います。短期的な目標ですね。そしてそのためにどんなキャリアが要るのか。それからそれを実現するための戦術。スキルとかノウハウです。中には営業力や神職や宗教者としてのスキルだけではなく、いろいろな能力が必要になります。特にコミュニケーション能力です。そんなことも戦術の一つかなと。そして、それを達成するために常に目標を決め、施策を決め、そしてPDCAを回していく。プラン・ドゥ・チェック・アクション。これはもう人生のキャリア戦略も企業戦略も、寺や神社を営むことも全く同じだろうと考えております。そういう考えから宗教法人も会社も全く一緒だと私は常々申し上げております。

夏期セミナー

法人は公益法人ということで、公益的な役割が求められるので、そのところが少し特殊である。でも経営の本質は一緒ですので、株式会社も宗教法人も経営目的は社会への貢献。いわゆるステークホルダーへの貢献ということになりますし、私どもの浄土真宗本願寺派の目的は、あらゆる人々に阿彌陀如来の智慧と慈悲を伝え、もって自他共に心豊かに生きることの出来る社会の実現に貢献することとされていきます。つまり社会貢献が目的の一つなんです。だから株式会社も宗教法人も全く根本的な相違はない。多くの株式会社は経営理念などを見ても、収益最大化が目的なんて書いてある会社はほとんどありません。ほとんどが顧客・社会への貢献が目的で、手段として商品サービスを提供するというような書かれ方をしております。ですので、宗教法人の経営もある意味、株式会社の経営と全く一緒で、キャッシュフローがなければ成り立たない。

また、皆さんの神道における一つのそういう理念のようなものは、「敬神生活の綱領」というものを見てみましても、神慮をかしこみ祖訓をつぎ、いよいよ道の精華を発揮し、人類の福祉を増進する使命がある。こういったようなことを掲げて、やはり社会貢献。大御心をいただいて、むつびやわらぎ、国の隆昌と世界の共存共栄を祈ることが、神道の大きな目的である、こういうふうに書かれておりますので、それ基本的には一緒かなと思っています。

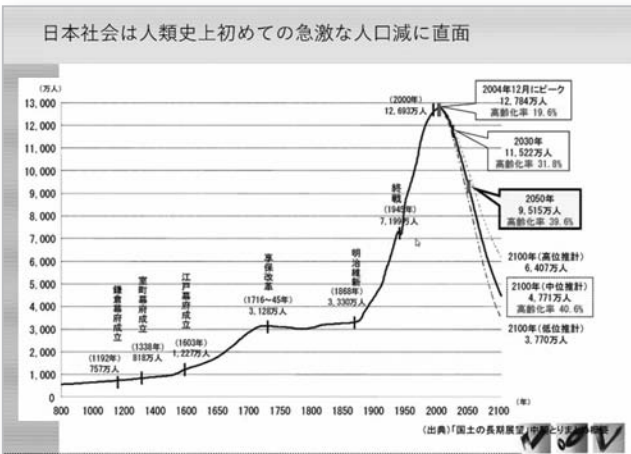
さて、社会環境の認識、私の前に講演された塚崎さんなんかも、この辺は触れられたでしょうから、簡単に見ておきますけれども、我々の宗派としてもちゃんと社会環境は認識しております、これは宗派の公式な報告書の一部なんです、今後は伝統的な家とのつながりだけではなく、個々人とのつながりを寺院運営の中心

男性の二十五％強が五十歳までの間に一度も結婚したことがない人。結婚しなければ基本的に家族も生まれませんから、核家族にもならないというような現状がございまして。どんどん、どんどん家族から個の時代に転換していつておりまして、そうすると寺院を支えていた門徒、門徒が寺を支えるということが建前なんですけれども、それが建前としてはもう全然崩壊している。地方では人口減少とともに、門徒さんもどんどん減っておりますけれども、都会でもうお寺に所属しない人が増えているという形です。家の檀家ですかと聞かれたときに、檀家ですと答える人はほんの僅か。二十九％です。全国ベイスで二十九％。東京に至っては二十四％しかない。四人に一人しか檀家だという意識を持っていない。檀家ではありませんという人が東京では六割ということ。全国ベイスで見ても、半分以上の人がもう檀家ではありません。

そして、寺院の大きな収入源である御葬儀を見ても、一般葬という普通のお葬式はどんどん減っております、こちらのデータは古いんですけども、家族葬、家族だけで執り行いますというようなものがどんどん増えていきます。また、一日葬、お通夜をせずに直接葬祭場に出向いて、お骨にしておしまいという直葬も、またどんどん増えているというのが状況です。これは地域別に見ても、東北地方や中国、四国九州地方などは、まだまだ過半数が普通葬ですけども、もう東京に至っては約三分の一が普通葬。このデータは二〇一五年のデータですから、多分もう今や直葬のほうが普通の葬儀を完全に凌駕している状況でございます。

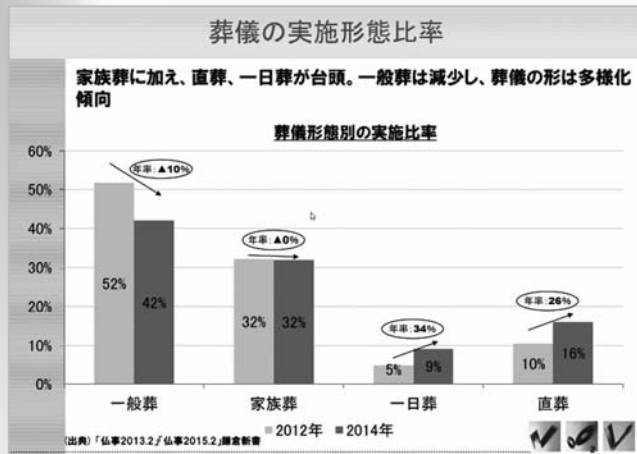
一般の生活者もどんな意識かというと、葬儀は必要だと言っている人が四十二％いますけれども、宗教に、葬儀において宗教性、つまりお

に据えていく必要がある。家族制度から個との関係へというような形です。人口減少、人口移動、家の不継承ということが謳われております。外部環境の変化はさらっと述べますので、見ておいていただければ結構だと思います。一つは人口減少。これはもう我々誰も避けようがなく、どんな業界も一緒にございまして。この図を御紹介する度に、私自身が改めてびっくりするんですが、明治維新のときは僅か三千三百万しか人口がいなかったんですね。それが終戦のときには倍以上になり、今はピークで一億二千五百万人くらいなので、明治維新のときから比べるとほぼ四倍です。それが今後、少子化に伴ってどうか、そもそも結婚しない人が増えていきますので、これからどんどん減っていく。これはもう社会の大変革が起こることは間違いない



坊さんの介在、牧師さんの介在が必要だと思っ

ている人はほんの僅かです。必要だと言っている人は三十三％しかいません。宗教法人そのものに對して世間から結構厳しい目がありまして、宗教団体への信頼度というものは、國學院大學の石井教授の調査によると、ほぼ主立った公的組織の中では最低の十四、五％ということ。世間的な信頼が宗教団体は少し低いようです。一般の生活者が寺院や僧侶に期待しているものも、期待している人は三十三％。また期待していないという人は三十六％ということ。期待度も低い。これは真宗教団連合という真宗十派が、その門信徒に対するアンケート調査で調べた結果なんですけれども、門信徒でさえも、二十九％の人がそのお坊さんたちに不満を持っている。態度、姿勢、行動が不満だということ



もあるし、法話とか教化とか修学に対する不満もある。これはもう本家本元のところですよね。このようなデータが出ていますし、何ていうんですか、いろいろと環境は良くない。

お寺が消えるのではないかと、神社も消えるのではないかということが、環境変化の中で当然予想されるわけですが、しかし、明るい材料も若干あつて、皆さんはよく御存じかもしれませんが、宗教そのものを信じている人、信じていない人というのは戦後そんなに変わっていないんですね。信じていない人が七割前後で、信じている人は三割前後。今度は宗教心。これは神道も仏教も含めてそういう神や仏をあがなう心、敬う心が必要だと思っている人は、七割前後はやはりまだ依然としている。そういうのは大切ではないという人は本当に二十％、少数派でございませう。そういう意味からは、まだまだ回復の可能性があるのではないかと。仏教への親しみ、親しみを感ずる宗教はどうかというのと、仏教が六十五％。これは少し古いデータですけれども、神道も二十一％。キリスト教さんともつとあるかなと思つたんですが、十三％ということでございます。

東京地区。皆さんは全国各地でしようから、東京地区ではどうかというと、これはTBSというところの子会社が、毎年毎年嗜好調査をしておりまして、そのデータを我々も買わせていただいているんですけども、東京ではやはりさすがに一番信仰している宗派が多いのが創価学会さん。西本願寺派は三、六％。つまり築地本願寺なんかですね。神道は二、七％。約三％弱。カトリックは二、二％。でも、一番多いのは何といつても宗教に無関心層です。築地本願寺は、宗教的浮動層を（も）対象に伝道布教活動をやろうという、一つの大きな目的を掲げております。

土真宗本願寺派、「お西さん」と言われている本願寺派の中における、直轄寺院という位置づけになっております。「直轄寺院は幾つあるんですか」と聞かれるんですけども、たった一個だけです。ここが首都圏の東京における中心のお寺という位置づけになっております。

江戸時代の一六一七年にできて、今年で四百年、もう少しで四百年になります。今のところに移つてきて「築地」と。海の中の土地をもらつてそこを埋め立てて造つたので、築地という地名の由来になつていくというふう聞いております。これが、江戸時代の錦絵に現れてくる昔の築地本願寺であります。そして、現在の築地本願寺は、関東大震災で全部丸焼けになつてしまひまして、一九三四年、昭和九年に再建されてこんな感じになりました。尖塔の部分は古代インド様式。こうやって両脇に出っ張つているのは西洋の宮殿の形式。外観は少し異様ですが、中は純粋に日本式の建築で、木造で造られております。外側は鉄筋コンクリートです。当時としては珍しく、お参りするところの靴のまま入つてきて、椅子席に座するというふうになつております。パイプオルガンもあり、本堂にまるで教会のような中身でございます。

築地本願寺恩講や、ここに写真に出ているような盆踊り、花まつり、成人式、様々な行事をやつておりましたけれども、残念ながら去年、今年は思うようにはもちろんできておりません。

そういう築地本願寺は先ほどの環境変化を受けて、二〇一五年に私がやってきました、十年の計画を立てました。「寺とプロジェクト」というプロジェクト名をつけて、スローガンは「ひらけ、築地本願寺」ということでやらせていただいたいます。それはどんなことをやってきたのかというものを若干ざらつと見ていきますと、基本的にやはり人々の暮らしに寄り添つ

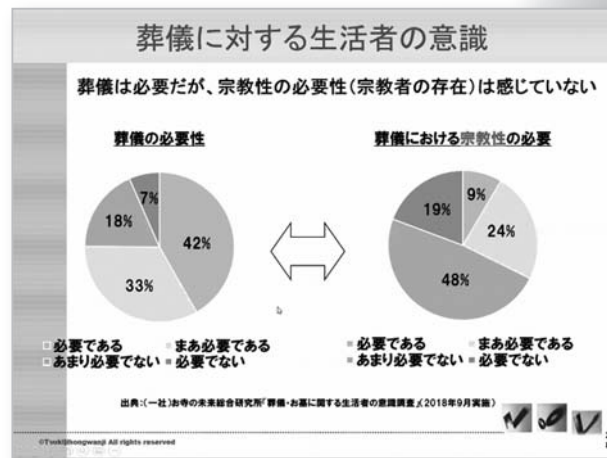
昨今の新型コロナウイルスの感染症の影響はどうかという、実はお寺に対する期待度は高まっています。でも、お寺にもう来られなくなつたことによつて、例えばお盆やお彼岸に来たけれども来られないという形で、今まで来ていた人でも、今年もやつてもらつたという人は半分になつてしまつていくわけですね。例年お経をあげている方でも、今年やつてもらつたという人が半分です。つまりお寺の収入も半分になつていく。ざつくりですけれども。そして、お寺に求められる役割は何か。これは全日本仏教会が調べた結果、どんなことを寺院・僧侶は担うべきか。不安な人たちに寄り添う。そして、コロナ禍の終息を祈つてほしいということが人々の願い、ニーズだということがこれで分かります。また、築地本願寺が独自にいろいろな調査を致しますと、コロナ禍の不安度というものは男性よりも女性のほうが高いですし、また、年代別で見ると五十代の不安度が最も高いようでございます。特に不安を感じている内容は女性です。特に女性の二十代、三十代の人は、ここには書いていませんけれども、四人に一人が死にたいと思つたことがあるということ、何ていうんですか、告白されているということから、ものすごく不安の中身というものはほんどん高まっていると思ひます。これは少し層別にしたものでございます。

だからこのように宗教界を取り巻く様々な環境変化は、ものすごく進んでおりますし、脱宗教化、死んだらおしまいというような思想がどんどん蔓延している。樹木葬とか散骨とか、合葬とか、そういった後の人に迷惑をかけたくないということ望む人が非常に増えている。また、宗教法人に対する厳しい目線などが結構ある。そして、世の中では自死、うつ病、それからセクハラ・パワハラ、差別意識など様々な問



ていく寺にしていこう。それから、人々の役に立つお寺にしていこうという形で、そういう形に、社会に寄り添つた形に再構築していくというこで、「寺とプロジェクト」と名づけております。

境内地は、まず入つて左側のところに、インフォメーションセンターというものをつくりまして、そこではいろいろな御相談に応じます。もちろん「トイレはどこですか」から始まつて、「本堂にお浄土はあるんですか」のような話まで、ここで受付をしてお話をさせていただいております。それから、そこにはカフェ、オフィシャルショップ、ブックセンター、そして、いろいろな法話などをする多目的ルームなどがございます。そこは中がこんな感じで、築地本願寺カフェはこんな形で、七十席くらいの小さな



題が起こつていきますし、心の救いを求める人がものすごくいっぱいいるにも関わらず、伝統仏教や宗教団体がそういうものに応え切れていない。その人たちをちゃんと救いようとしているのが、新宗教といわれる人たちのかなと思つております。

そういう環境変化の中で、では築地本願寺は何をやつてきたのか、ということをも簡単に御紹介します。これが今の築地本願寺の正面から見えた絵姿で、境内地はほとんど何もなくなつています。昔を知っている人は、ここに様々な木が鬱蒼と、ケヤキや桜や見事なイチヨウの木がいっぱい立つていたんですけども、ごめんなさいといつて、全部切つてしまいました。きれいに創建当時の境内に戻しました。その跡に何をつくつたのかというのを、これから御説明いたしますが、築地本願寺そのものはいわゆる浄

カフェなんですけれども、朝八時から出している十八品の朝食が評判になり、今でも開店前から行列ができていくという状況でございます。それ以外に、仏教書を中心とした本屋さん、いわゆるお土産物屋さんですが、オフィシャルショップと呼んでいますけれども、少し離れた小物を扱っております。

それ以外に、銀座の中央通り、大きな銀座通りの二丁目、銀座サロンというものを設けまして、ここではカルチャースクールをやっております。寺で待つていても人が来ないので、では私たちのほうから街の中に出ていこうということで、このカルチャーセンター、築地本願寺銀座サロン、銀座二丁目の一階、二階が4℃という宝石屋さんのビルの五階で、様々な講座を毎日させていただいております。もちろん仏教、宗教に関する講座もありますが、それ以外に様々な趣味的な講座、本を読む講座もあれば、お花やお茶や書道の講座もあれば、それこそ心を悩んでいる人のためのカウンセリングの講座とか、それから、体を動かして元気になつていただくもの、ヨガや身体感覚講座、そのようなことを様々な毎日やらせていただいております。また、ここでは暮らしの不安を僧侶にざつとばらんに相談できる、「よろず僧談」という枠がございます。いろいろな僧侶が、四十五分から五十分ずつアポイントメントベースで御相談に応じます。大体、今、水曜日と木曜日の午後によらせていただいております。

それから、いろいろなことの相談をお受けするお店のような形で、コンタクトセンターがオープンしております。今ほとんどの電話での相談を、このコンタクトセンターが一手に引き受けているという状況でございます。

また、先ほど申し上げましたインフォメーションセンターのすぐ前に、合同墓というものを



寺の境内の中につくりまして、ここの見えるところが礼拝堂。この緑のところが地下が大きな地下室になっておりまして、そこにいろいろな方のお骨をパウダーにして、一つ一つ棚に収めていくという、お墓のマンションのような形になっております。礼拝堂の中はこんな形になっておりまして、ちょうどここから尖塔の先の部分が見えるということです。生前の申込みを原則にしたこの合同墓のサービスは、年会費も無料でございます。生前に申し込んでいただくという事で、三十万円からという形でやっておりますが、現在、二〇一七年十一月の設置以来、約四年弱で約一万五千件の御契約をいただいております。既にご納骨された方が約三千五百です。まず、一万人以上の方が御契約いただいて当然まだ入っていない。まだ生きていらっしゃる方が、メンバーになっていただいているという状況でございます。

これ以外に、こういった活動を支えるために、エンディング・ステージのワンストップサービスを提供しようという事で、エンディング・ステージというのはいわゆる終活です。法要やお墓だけではなく、それにまつわるいろいろな御相談、遺言や、自分が住んでいるうちをどんなふうに整理したらいいのか、生前整理の問題とか、いろいろな問題に幅広くお答えするために、築地本願寺倶楽部というクラブ組織を作り、そこで様々な人生サポートサービスを提供しています。この築地本願寺倶楽部は入会金・年会費無料ということで、現在約二万九千名の方がいらつしやいます。合同墓の会員の方が差し引き一万九千くらいいらつしやいますので、一万九千人くらいの方は、お墓を持っていない単なるクラブ会員という形です。ここで、人生や暮らしのあらゆる不安を解消していく、心のサポート、生きがいサポート、終活サポート、そ

して、去年の七月から婚活、結婚相談所のサービスを始めております。

この辺をちらつと御紹介いたしますと、心のサポートとしては、従来からやっている「よろず僧談」、これは銀座サロンで大体今水曜と木曜に、毎週一〇枠ずつくらいですかね。それから、先ほど御紹介した「KOKOROアカデミー」カルチャーセンターですね。それから、ここではメディカルなどです。終活サポートの中には、そういう法要・葬儀の相談だけではなくて遺言、ライフプラン、自分史の作成、そしてメディカルサポートサービス、それから最近、三井住友信託銀行と提携して、人生の最後一人になったときに、自分の後始末を全部つけてくれる委託をして、その費用も予め払っておく、「お一人様信託」といったようなことも、我々が仲介してさせていただいております。

それから、これが「寺婚」。昨年7月からやっておりまして、もう成婚者が約二十人弱出ております。今度の九月には、築地の結婚相談所で登録した人同士でうまくいった方の結婚式が、行われる予定にもなっています。

これ以外にもSDGsの活動の一環として、慈光院というお寺でやっている「寺子屋」や、地域の皆さんが参加しての「おみがき」、仏具を磨いたりすること。それから、築地の市場とも連携をして、いろいろなことをお互い、相思相愛ではないですけども、ギブアンドテイクでやっていくということ、地元との関係を深めたりしています。

それから、先ほどのコロナ対応の中で、これも結構マスコミに取り上げられましたけれども、僧侶が結構自発的に、全てのものをWEBで見られるようにしようと、法要もWEBで、我々がやっている毎日の行事も全部WEBで見られる。今後は双方向を目指してやっていくという

昨年の十一月に東洋経済から出した本ですが、この辺の経緯等について、私なりの視点で語っている本でございます。御興味があれば一読いただければと思います。

これからが皆さんとの共通の問題提起になってくるわけですけども、経済環境の変化とか、そういったものに伴って、顧客の層もどんどん変わっている。なので、こういう時代はどんな法則的に変わっていくし非定型、今までやられてきた好況があつて不況があつて、また好況があるみたいなことはもうない。非常に複雑に進化していく。だから予測がなかなか難しい。そういう環境変化かなと思っております。こういう時代に生き残っていくためには、もう現状変革型にかじを切るしかないだろうと、私は常々思っております。その辺のことをテーマに、約十年前前に本を書きました。「日本型プロフィールの条件」という本を書いたんですけども、その中でも言っておりますが、現実や問題を直視できる多様な視点性を持つていないといけない。今までこうだったから、こういうふうに戻るのはないかというのを思っているなら、やはりもう減びてしまうわけですが、変革にコミットしていく。変わることが人間は嫌です。私自身も何かを変えるのはとても苦痛です。でも、その変革にコミットして、実行に伴うリスクを取らないとできない。もう変えられない。国全体がそうですけども、グローバル環境の中にもう追い込まれていますので、そういったものをきちんと変えていく必要があるだろうと。

現状変革型経営者人材というのはあまりない世間で言われているんですが、そんなことはない。私自身はいっぱいいると思っております。だからそういう人たちを育てていけばいい。一番簡単なのは世代交代です。積極的な世代交代。

第2講 築地本願寺の経営改革



まいりました。だから、今までやってきたことを何とか守っていれば、そのうちまだ生き残れると思うこと自体がもう危険なんです。だから従来の活動を漫然と繰り返すことが最もリスクーだと。八百年続いた我々の浄土真宗本願寺派であっても、根拠のない安心感のなかと、個人的には思っております。だから、あるべき姿を見直して、寺院の経営を本格的に考える時代。サバイバルするためには、何をしなければいけないのか考える時代に来ている。そのため、やはり思い直すのは寺院経営の目的というのが、新しい門信徒の創造。そしてイノベーション。それを導き出すためにはイノベーションではないのかなと。まさに、経営学者のドラッカーが言っているのと一緒です。上から目線ではなく、門徒目線。受け手の目線、顧客の目線で、ニーズを先取りする改革を実践しないと、生き残っていないだろうと思います。

そういった意味で、長期的な視点に立つて、いろいろなことをやっていたいけなくてはいけないと思います。ここで私がよく言うのは、ダーウィンの適者生存の法則。強いものが生き残るのではなく、環境変化に対応したものが生き残るのだと。逆に変化できない教団、変化できないお寺、変化できない神社は滅びていく。衰退していくということですね。少し悲しい現実ですけども。これからの築地本願寺はこういうことを念頭において、一人一人と御縁を結び、仏教・浄土真宗を伝えていくこと。または、管轄する東京区域の寺院と共存共栄をしながら、誰もが心豊かに安心して生きることのできる社会を実現していくことを考えてやっております。

「また行きたいお寺を目指して」というスローガンなんですけれども、やはりこれを職員一人一人に根づかせるのが、私の仕事かなと思っております。「築地本願寺の経営学」という本は、

うことでやらせていただいております。毎日、ユーチューブで中継をしておりますので、お寺で何をやっているか大体一目で分かります。いかに寄り添えるかを考えるということで、職員のアイデアでいろいろなメッセージを発信しております。ユーチューブ、ツイッター、それからインスタグラム、それから最近はノートをとったいただいた門信徒、または門信徒の候補者の方たちとどうやってリレーションシップを高めて、御縁の薄い方から御縁の濃い方へ、御縁のない方から門信徒の方へということ、関係を深めていただくために、このCRMシステムというものをつくっております。これはもう概念図ですけども、御縁のない方を御縁あり、信徒門徒といった形でステップアップです。ステップアップしていくような仕組みを今システムで構築中でございます。なかなか大変で、やる人がいないので、いろいろ外の人の手伝いを借りたりしておりますけれども、こういった形で、できればライフタイムで、生まれたときから死ぬまで、それから死んだ後も御家族と一緒に、築地本願寺とのリレーションをずっと続けていたこう、という構想でやらせていただいております。

今の時代は非常に不安定で不確実です。コロナ感染症の影響もあり、時代・環境が大幅に変わっているということは、もう皆さんも御存じだと思いますが、スピードです。ね。ものすごいスピードで環境が変化していますので、何もしないで、何とか昔のようにまた戻るのではないかと思うことが、もう最大のリスクになって

そして、経営責任の明確化です。目標を立てて失敗をした人は退場。新しい人がまた出てきて、コミットしてきちんとやる。そういう信賞必罰のようなものがないと、いつまでも、これを改善するのが私の責任です、というようにしてロールのリーダーが居座っていると、まず改革は難しいだろうと、この辺のことを書いているのが、「日本型プロフィールの条件」という本でございます。

この中で、日本型経営プロフィールとしては専門性、それから規範、それから使命感、覚悟、引き受けた仕事で、必ず結果を出す覚悟と実行力を持っているかどうか、ということが問われると私自身が主張していて、まさに今これを、自分で書いた本を自分に突きつけられている感じで、やらせていただいているという状況です。

さて、いろいろな環境変化、認めたくないものもいっぱいありますけれども、結構大事なことは、変えられることと変えられないことを皆さんが認識すること。私自身もそうですけども。例えば、部下がいかに出来なからうが何しようが、部下を変えることは出来ないです。実際には、自分を変えるしかないです。自分が変わり、どうやったら部下ができるようになるのか、部下ができるステップに落としていけるのかというふうに、自分の考えを変えられない。また、不運とか人間関係の問題は、自分自身の人生にとって必要な出会いなんだと思つて、もう折り合いをつける。自分で変えられないことはもうあるがままに受け入れる。そうすると、不平不満を言わずに、前向きに進んでいけるのではないかなと思つています。

宗教というのは文化現象と言われていまして、岸本英夫さんという宗教学者の定義では、非常に人々によって信じられている営みを中心とし



第2講 築地本願寺の経営改革

の所属しているお寺・神社には、どのような独自の存在価値があるのか。そして、それを確かめるためにはまず現状の認識、自分の住んでいる地域の認識、そして、生き残りのための戦略、どうしたらいいのか。もう寺院も神社もある程度統合して、合理的に統合して集約して生き残っていくしかないかもしれません。そこをどうやって統合していくのかというのは、ある程度ITの活用によって、広域をカバーするということができます。そして実行プロセスをつくり、大胆に実行していく。そして、そういう広域カバーをした、大きな企業体としての神社や宗教寺院を運営していくためには、やはり経営力が重要ですので、経理会計、IT、マーケティングなどの力を備えた人材を育成していく。そして、決めた計画を地道なPDCAを回すことによって実行していく。もうこれしかないというふうに考えております。

各寺院の強みをやはり生かして、お寺や神社に関わる人と一緒に考え、一ヶ寺で困難なケースも多いですから、グループ、統合組織で連携しながら、どうやって分担してやっていくか。どうやって資金を調達するのか。どうやって人材を調達するのか。一ヶ寺、一神社で対応困難なところを、やはり統合グループで考えていく必要があるだろうと。課題解決の道筋を見出す人は、必ずいると信じてやっていく。伝えるのではなくて伝わるようにするにはどうすればいいか。

何よりも、受け手の期待に応えるということが大事であります。受け手というのは顧客ですね。神社にお参りする一般の参拝者が何を求めているのか。祈禱なのか、心の安らぎなのか、はたまた具体的な物なのか、ソフトタッチのサービスのなのか、その辺は明確に地域によって違うと思いますので、その辺をきちんと見極

た文化現象なんだと。非常に広い定義です。文化現象というのは人間の営みなんだと言っていますが、人間のやっていることはみんな文化現象なんだと、そういう定義なんです。だから、我々の人生観とか人生哲学というのも、非常に大きな宗教的な文化現象そのものなのかなというふうに、私は考えている次第であります。

寺院や神社再生に今求められているものは、やはり変革のリーダーシップなのかなと。伝統を守るためには、やはり変革をしないといけないと伝統は守れない。だから、法要、儀式の仕方そのものは守っていいと思うんですけど、それをも、それを支える周りのもの、神社や仏閣をどういうふうにつくっていくかということも含め、門信徒を、信者の人たちをどういうふうにも集めるかということも含め、それにはどんな変革をしていかないとダメです。それから、宗教法人経営者そのものの自己変革も必要だろうと。これだけ社会が変化していますから、昔のように成り行きで何とかなるなんてことはもうあり得ない。成り行き運営、経営から脱却して、そして、この時代に一番大事なものは受け手です。顧客、参拝者、浄土真宗では門信徒といっております。神社さんでは何ていうのか分かりませんが、けれども、我々のところも顧客というのは少し抵抗があるので、受け手という言葉を使っております。その期待を満たす宗教法人に変革していきます。今までのように上から目線で、教えをお伝えするみたいなことを言っていたら、もう絶対に相手が来てくれません。何を相手が聞きたいのかを聞いて、その目線に合わせてお伝えしていくしかない。

寺院・僧侶のサバイバルに必要な視点というのは、これは神社のサバイバルもほとんど一緒だと思いますので、今まで述べてきたような環境変化を受け入れ、伝統的な寺院の運営方針、



める必要があるだろうと。何ていうか、上から目線でこれを取るべきだとか、これが売れるはずだろうという、大体失敗します。特に二十年三十年後に受け手は何を寺院に、神社に期待しているのか。期待される役割は何なのかといったことを、少し改めて考えてみられるといいのかなと思います。受け手のニーズに答えられ

神社でもそうですよね。近代的な財務管理を入れてIT化を推進して、もう非常に合理的でスリムな組織にする。

寺院はいま葬儀や墓地、納骨堂の収入によって成り立っていることが多いんですけども、個別の寺院はこれだけに頼っていたらもう滅ぶだけです。だから多角的に保育園や、学校や老人ホームや、不動産賃貸業など事業運営を多角化していく必要があるだろうと。そして、何よりも僧侶が僧侶の仕事しかできませんというのではなくて、自己研鑽に励み、本当にいろいろなものを変えていく経営力を身につける。そして、高いコミュニケーション能力を身につけるということが、非常に大事なかなと思います。

僧侶一人一人の自己革新といったことは、言うのは簡単なんですけれども、なかなか具体的には難しい。でも、やはり一つ言えるのは、寺院経営の基本的な知識を持って、中長期計画を作り、公益法人としての運営、収支の均衡を図り、健全な経営をするということが必要なかなと思っております。

経営手法はどんなものが必要なのか。これはもう一般の会社と全く同じです。市場環境を正しく理解する。再生の目標を決める。目標と現状のギャップを正確に認識する。そのギャップを埋めるための施策。一遍にはいけません。これをちゃんとつくる。そして、寺院のメンバー、職員だけではなくて、門信徒や支えてくれている人たちに対しても、目標、戦略、実行プラン、なぜそれを行わなければならないのかを、正しく伝えて動機づけをする。そして、組織として戦略、実行プランを実行する。PDCAを回して、振り返ってそれをまたよいものにしていく。これの繰り返しなのかなと思っています。これは一般的な問題解決の手法でもあり、組織運営の考え方もあり、寺院を改革する一つの

考え方であります。

こういうことをやるのに必要なのは、やはりかなりメンタルなスキルが重要でありまして、これも一般の会社の経営者に求められるメンタルスキルと一緒に、何が何でも結果を出すという目標達成の強烈な意志。もう成り行きで経営していたら絶対に結果が生まれません。それから2番目は勇気です。今までやってきたからといって効果のない施策はやめる勇気。それから変える勇気。不完全な情報でもやろうと決める決断力。そして洞察力。これは少し難しいですけども、今起きている事象を論理的に個別要素に分析して、定量的に理解して、それをどういうふうに統合していくのか。洞察力。そして、しっかりと考える。どうやってうまくいくんだろう。何回も何回も。そんな一発でうまくいくなんていうことはありませんので、実行し、地道に実行しながら、しっかりとやるということです。そして、ソフトな統率。今の職員の人たちを引っ張っていくのに、やはり夢を掲げて、夢を共有するスタイルをとっていくしかないかなと思っております。

地方の寺院とか神社の再生というのも、皆さんが直面している課題だと思いますけれども、再生というのは再び生きること。よみがえらせるという意味ではないんです。再び生きるんです。再び生かすとはどういうことか。使命を果たし目的に向かって戦略を練り直し、生き生きとした寺院、神社になるということです。では、そのための使命は何なのか。お寺の使命、神社の使命は何なのか。社会における存在意義を改めて問い直す。これは地域によってかなり違うと思います。

浄土真宗でも、滋賀のお寺と大阪のお寺と、東京のお寺と、北海道のお寺と、九州のお寺では全く使命感が違うんですね。本当です。自分

ない組織は、当然収入が入ってきませんから、必ず衰亡していきます。

私自身は、人生は予測可能で変革可能だと楽観的に考えていまして、自分の未来は分からないですけれども、予測は不可能ではない。これはもうニュートンの法則にあるように、物体にある力を加えれば動く。だから、人間の未来も、どんな努力、今どんな努力、勉強、鍛錬などを加えれば達成できるかは予測可能だろう。最近、オリンピックがありますし、今のパラリンピックもありますけれども、あんな不可能と思えることも一つ一つの訓練の積み重ねでできるようになるわけです。私自身の経験でも、大学受験に失敗しましたが、大学受験でも健康でも会社での昇進昇格でも、どんな努力を積み重ねればどうなるかとある程度予測可能であります。だから、私たち寺院や神社の経営者の未来というの、現在の資源、自分の能力・体力・時間を何に投資するかによって変わってきます。だから、究極的には今日の前にあるやるべきことを、十二分に実行するしかありません。様々な予測不可能な不確実性、いろいろありますけれども、それはあらゆることを想定して、準備しておくしかないだろうということでございます。

さて、最後に、「コロナの時代に心豊かに生きる五つの条件」というのを、簡単に御紹介して終わらせていただきます。ここに書いてあるようなこと、大前提は自分の人生を主体的に生きるということから、五つございますので、簡単に今から御紹介いたします。

まずは、自分の人生を主体的に生きる。ほとんどの皆さんは親から引き継いで、官司の職を引き継いでということかもしれませんが、若いといつてもいつ死がやってくるか分からない。今日も朝、お昼ですけれどもね、七歳か八歳年

上の先輩、同じグループのお寺の住職でしたけれども、亡くなって御弔問に行つてまいりました。でも、人生はいつ突然に死がやってくるか分からない。人生にはいつも想定外の出来事があるし、昨日まで当たり前だと思つていたことが、いつ当たり前ではなくなるか全く分からないということは、今回の三・一一でもコロナでも、皆さん、本当に自覚されたのではないかなと。だから、今この瞬間に心を込めて生きることしかできないということですね。

第一の条件は少し否定的ですが、思い通りにならないと諦める。人生は苦であるということです。これをまず認識する。私自身も若かりし頃のキャリアどおり、キャリア目標どおりにはいつていなくて、現在は全く想定外の宗教家をやつております。でも、出会った仕事に没頭して一生懸命やつていううちに、次の展開が開けるのかなと思つております。諦めるという字は明らかに見るという意味で、現実をきちんと認識するという意味でもあります、この諦めるの「帝」という字、「タイ」という字はサンスクリット語のサトヤということの漢語の訳語でありまして、そのサトヤというのは、悟りとかそういうった原理原則といった意味を持つています。

第二の条件、承認欲求を否定し、ありのままの自分を受け入れる。そして、自分のダークサイドを理解し受け入れる。承認欲求、誰かに認められたい。特に若い場合、私もそうでした。親に認められたいというようなことがとても多いんですけども、もう親に認められるのではなくて、忖度しない。必要以上の遠慮はしない。もう決めて開き直る。何かをやろうとするときは、必ずダークサイドの声に惑わされず。煩悩ですよ。それに惑わされないようにする。ありのままの自分を受け入れる。ビジネスパー

ソンとして生きていくときには、いろいろな倫理的なチャレンジを受けます。コンプライアンスだけではありません。皆さんも受けているかもしれない。バワハラ、セクハラです。でも、人生で起きる出来事には意味はないので、自分たちが選択しているだけなんだということです。

それから第三の条件。これは感謝です。謙虚に感謝。神仏や先祖、両親、御縁のある他者に常に感謝する。私たちの人生は、様々な御縁によつて導かれておりまして、神様、仏様の大いなる何かに導かれているという「物語」を心の中に持つことが、心の平安を与えてくれると考えていますので、私たちを支えてくれる両親、兄弟、先輩、後輩、同僚など多くの人々のおかげによつて今日がある。そんなようなことに謙虚に感謝するというのが第三の条件です。

第四の条件は、積極的に挑戦して失敗する。何だと思ふかもしれませんが、まずはトライするしかないです。失敗を恐れず失敗から学び、自己の成長に結びつけるというつもりで、とにかくやるということです。

そして最後の第五の条件は、「一日一生」で毎日を生きる。そしてあと五年の生き方を貫く。これが、私が一番言いたいことなんですけれども、もし明日死んでしまうのだたらどうしますかと。五年後に死ぬとしたら今やっていることをやりますか。いつかしたいと思つていたことは、先延ばしせずに今やみましょう。本当にしたいかどうか分からない、そのうちやりたいと思つていることは、もうやらないと決めましょう。そして、やると思つたこと、思い立ったことはもう二週間以内に第一歩を踏み出す。こんなことを皆さんに御紹介していきたいと思ひます。人生にとつて最も大事なことは時間でありまして、この講演を聞いていらっしゃる

方はほとんど若い方ですけれども、分からないです。死はいつやってくるか分かりません。だから、人生で取り返しつかないものは時間であり、いつかしたいと思つていることは今すぐ始めましょう。今これが5つの条件を述べたこととございます。

そして、この変化の時代に、どうやつていったらいいのか。まずは常識を疑う。今までうまくいつていたからということも、もううまくいかないかもしれないと思う。現状に安住せず、常に自己否定を恐れない。そして何よりも自分の内なる思想、自分らしき、自分は何のために生きて、自分の人生で何をしたいのか。そういう志とかコア・バリューということを最優先していく。そして、人生の最後になって、自分の人生はよかったかと評価できるように、毎日を生きて。とにかく失敗を恐れずに、とにかく実行を常に繰り返すしかないだろうと思ひます。こういうような話で、皆さん、今日が人生最後の日だったらどうですか。この帯津良一先生というお医者さんは、死ぬときに安らかに死ぬ人、後悔しながら死んでいく人を分けるのは、自分の人生でやり残したことがあるかどうかだと言つています。そういう意味で、やはり夜寝る前に、一日一日、心を込めて生きている。そして、今ここを生きてすることに全力投球する。過去や未来や他責志向に逃避しない。こんなことが大事なかな。そして小さな実行。毎日とにかく実行を積み重ねていくということです。こんなことをやる。一言でいえば、「一日一生」と思い定めて一日を生きて。毎日を生き切るといったことを、皆さんに送らせていただいて、私の拙い講演を終わらせていただきます。御視聴どうもありがとうございました。(了)

第三講

「コロナ禍における祭りと コミュニティの在り方」

オマツリジャパン共同代表取締役

山本 陽平 先生



オマツリジャパンの山本と申します。今日は私の特にコロナ禍で身近に感じる部分だったり、あるいはこれからもつと祭りをこうしていくべきだというような思いを皆様と共有できればなと思ひますので、どうぞ宜しく願ひ致します。それでは私から本日、「コロナ禍における祭り」とコミュニティの在り方」をご説明させていただきます。

今日の目次なんですけれど、最初に弊社オマツリジャパンの紹介をさせていただいた後に、次に祭りの概況とコロナにおける課題、そして私自身が民間の有識者として政府の中でお祭りの対策支援だったり、その辺りをやつておりますので支援対策の部分の御説明、そしてコロナ禍における祭りの先行事例、そして神社と祭りの連携の事例、そして最後、祭りの在り方と提言というふうに締めさせていただきます。

といふことで一番最初、手前みそではありますけれどオマツリジャパンの紹介を簡単にさせていただきます。今回はこうやってお話しさせていただける場を、大変ありがたいなと思いつつ、弊社が何をやっているのかを端的に申し上げると、日本で唯一のお祭りの主催者の方をサポートする会社を行っています。全国で約三十万件、これは約なので誰も数えたことはない、あくまでフェルミ推定なんですけれど、お祭りが、やはり基本的には運営側は非常にボランティアだったたり、厳しい状況の中で運営をされている、その火を絶やさないためにこういった会社を私ともう一人の代表の加藤で立ち上げました。ミッションとしては祭りで日本を盛り上げるといふことをやっております。

一番最初にご説明を差し上げたいのは、今回こういった場ですので神社による伝統的な神事お祭りというところがもちろん中心にはなってくるとは思うんですけど、弊社としてはもちろんそういったところもございいますが、地域活性化を目的にした、いわゆるイベントに近いような市民祭り、例えば阿波踊り、七夕、ねぶたなど、あるいは商店街の夏祭り、盆踊り、そういったところまで幅広く対象として位置づけていますので、少し幅が広いんだと御理解いただければ助かります。

少し会社の説明をする前に、こちらは日々皆様も感じられているところを改めて復習も含めて、今祭りの課題は何なのかというところも会社の概要にも関わってくるので少し説明をさせていただきます。

祭りの課題、これは一言で申し上げても難しいところはあるんですけど、大別すると恐らく四つあるかなと思っています。まず一つがヒトです。少子高齢化だったり担い手不足、あるいは運営者がいなくなっているということ。

第3講 コロナ禍における祭りとコミュニティの在り方



それそれから、両面から解決をしていくことをやっております。今現在は八年目のまだまだ小さいベンチャーですけれど、サポート実績としては三百件程度、全国各地津々浦々、大きなものから小さいものまでやっているところでございます。あとは少し簡単にですけれど、では具体的にどんなことをやっているのかという話をさせていただきます。

こちらは沿革です。まず我々が手をつけたのは、実はお祭りは三十万件あるというお話は先ほどさせていただきましたが、まとまっているポータルサイトがあまり日本にはなかったです。例えば Walkerplusさんだったり、Let's ENJOY TOKYOさんだったり、本当に表面的に概要だけをまとめたようなところはあったりするんですけど、お祭りの楽しみ方だったり、なぜお祭りをやるのか、あるいはお祭りにどう参加できるかだったり、そういう専門メディアがないということでもまずそれを作りました。現在は日本最大になっています。

こちらで各、月間五百万人ぐらいの方に訪れていただいておりますし、ここにいわゆるお祭り版の食べログのようなものを作りたくて、行ったお祭りの口コミが書けたり、あるいはその人に合った、リコメンドしたお祭りを掲載あるいは発信したりしております。そのネットワーク、データベースとして持っているものも五千万件を超えておりますし、ファンの数も今は四万人を超えているということで、そういったお祭りのメディアをやっています。

この中の例えば一つの機能としては、今はコロナ禍なのであまり登録はないんですけど、担い手に困っている主催者の方と、お祭りに入りたいんだけど、参加したいんだけど入り口が分からない参加者の方をマッチングするブ

そしてモノであればいわゆるコンテンツという中身の部分が、これがややもすると少しマンネリになってきている、あるいは少し見栄えがしないものになってきているかもしれない。時代に即さなくなっているかもしれないです。そしてお金の部分です。これは応援者が減ってきて資金不足。これは非常に顕著になっているかなと思います。そして最後、PRというところが、こちらは意外に盲点かもしれないんですが、かなりお祭り全体が実はすぐアナログなままです。やっている取組は非常に面白いんだけどPRがなかなかうまくないという、こういった祭りの課題がまずあるというのは御理解いただきたいです。この課題が山積されて地域文化のコミュニティの衰退だったり、地域経済の停滞に繋がっているとございます。

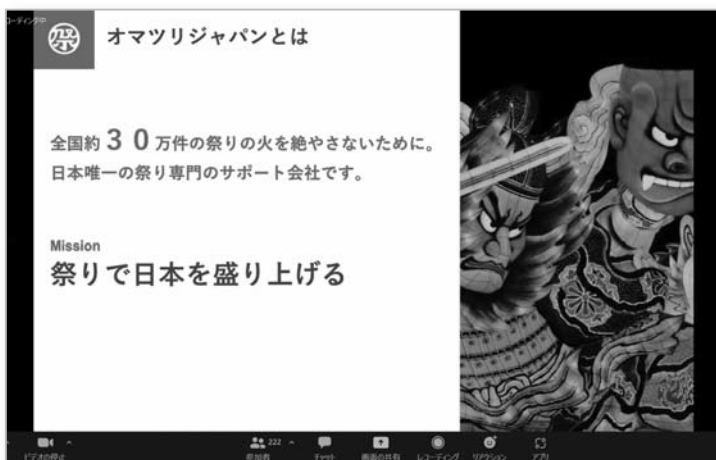
具体的に申し上げると、まずヒトというところ、これは地方にいる方は非常によく見られるかなと思うんですけど、もう担い手がいらないとせっかくの神輿も担ぎ手がいません。そうするとトラックの荷台に乗つけて、それで回って渡御をせざるを得ない状況ももう一般的になっているかなと思います。モノであればいわゆる修理ができる方だったり、場所がどんどん少なくなっている。このあたりの修繕費、物理的な費用あるいはモノがなくなっています。そしてお金です。こちらはもうご覧の通りなんですけれども、資金調達の方法自体もずっと変わってきていないというのも、世の中の流れの中からは少し変わってきているんじゃないのかなと感じているところです。そして先ほどお話ししたのがPRです。町会の祭りであればこういった町会の中の掲示板にこのように。ただこれはどのくらいの人が見るのかというとなかなか難しいところもいろいろあります。

もう一つお伝えしたいのが、これは意外かな
と思われるかもしれないですけれど、実は業界
団体のお祭りはほとんどないなと私は思ってい
ます。そして監督官庁もないものもあります。
なので例えばこういったコロナの状況の中で、
何とかしなければいけないという中で、実は統
率の取れた対応力がないというのも、祭りの幅
の広さゆえになかなか統一をした団体がなく、
あるいは官庁もないところでござい
ます。

例えば監督官庁でいくと、文化財に指定されているものは文化庁の範囲にももちろん入ります。あるいは観光活用できるものであれば観光庁に入ります。ただそうでもないような町会の地域のお祭り、あるいは神社の小さい祭礼のようなものは、はどこに入るのかということが実はなかったりもします。というのが一つ課題としては挙げられるかなと思います。

こういつた課題が蓄積されていって、そこにコロナが来て今非常に厳しい状況になっているというのがまずあります。ただ一方で、やはりお祭りといえは日本人にとって、地域にとって大切なアイデンティティと位置づけられているものです。下のほうを見ていただきたいんですけど、文化継承はもちろんそうですし、交流の場、生きがい、さらには経済の波及効果まで含めて日本にはなくてはならないなと思っていますところなんです。我々としては、弊社は祭りだけを盛り上げるのではなくて、祭りの課題解決を通じて新しい地域活性化のムーブメントをつくりたい。それを日本の活性化につなげていきたいと考えております。

では具体的にどんなことをやっているのかというところですが、先ほどお話をさせていただいた、ヒト、モノ、カネ、PR、こういった主催者の抱える問題をオンライン、オフライン、



ラットフォームの機能も設けています。これは

実は非常に好評をいただいている、割と、例えば私はふだん今は東京にいるんですけど、東京で転勤をされてきた方々が地域に溶け込みたいな、そうしたら祭りに出てみたいなと思っても、入り口がどこか全く分からないというのが結構あったりするんです。それは例えば神社のお祭りなどもそうです。どこで神輿を担げばいいか分からない。でもこういうところが場として提供できれば、そこをつないであげるといいうのを実は弊社としてはやっています。というのがメディアのサービス。

そして国や自治体向けのサービスも行っております。具体的には祭りをはじめとする地域文

化の観光活用を促進したり、あるいは文化財の保護のサポートをしたり、あるいはお祭りの運営自体のコンサルティングプロデュース、要は運営の中に入ってしまおうということを行っております。先ほどお話をしたメディアパワーやあるいは感染症対策、この後話をしますけれど、そういう部分、あるいはプロデュースをできる力を少し力にして全国各地で運営しております。感染症対策でいくと、日本青年会議所さん、JCさんと一緒に去年の十二月に政府公認の業種別ガイドラインというものを、祭りといイベントのガイドラインを策定をいたしました。政府としても一応専門家として認められているので、こういった知見を生かして各地の感染症の対策支援はやっております。例えば私は三月だったかな、にやったのが青森県の祭りの感染症対策もサポートさせていただきました。残念ながら中心としては青森のねぶただったんですけど、ねぶたをどう開催していくかを詰めていたところはあったんですけど、最後の最後でこういった状況なので中止になって、代替プランとしてあるんですけど、そういった支援もさせていただきます。いただいたりします。

あとは地域文化のプロデュースということで、これは少しイベントに近いんですけど、阿波踊りとプロジェクトに近いので掛け合わせたいような新しい高付加価値の踊り方、見せ方を、これは東京の高円寺なんでもですけども、総合的なディレクションを行って実施をすることによってまいりました。

いろいろなところと取引実績がありますという事です。というのが公共です。

あとは法人もやっていて、これは何をやっているかという、先ほどの一番最初にお見せしたこの状況を実は私はすごく変えたいなと思っているんです。これはどういう状況かという、

個人の方はいいと思うんですけど、企業からするとお付き合いで毎日出している、でもそれが企業からするとあまり実はメリットがもうないというのが、やはりいろいろなところで話を聞いていて思います。これで五万円、十万円出すのであれば、では不景気になった場合にもうやめてしまおうというような、企業からするとなかなか、言い方はあれかもしれないですけど、メリットがない状況が続いていると。ただ、祭りとしては企業からの協賛、収入が非常に大きな柱でもあるので、ここに新しいことをやりたいなと思うって取り組んでいる事業であつたりします。

具体的に何をやっているかというと、企業からするとお祭りへの協賛金はいわゆるCSR、社会貢献としてやっていることが非常に多いです。社会貢献のお金を取りに行くのではなくて、しっかり企業のマーケティングの費用を取りにいきましようということを狙って、それに合ったプロモーションや、企業のサポートをお祭りで受け入れるようにお祭りの主催者と今一緒に動いています。はつきり言って桁が違ふんです。なのでその大きなパイを狙ってしかるべき、例えばここに書いていますけれどサンプリングや、差し入れや、そのお祭りで少しPRをできる場を、しっかり企業のメリットを合わせた上でやると、今まで五万円、十万円しかもらえなかったものが百万、二百万をもらえる。そうするとお祭りの主催者にしつかりお渡しができる、継続的なお祭りとして資金調達ができることを今サポートしていつているところでございます。

その中の一環としていろいろなことをやっているんですけども、例えば最近やって少し、日経さんやいろいろな企業に取り上げられた、この右側の事例なんですけれど、これはどんなことかというとうと東京の渋谷に渋谷横丁というところがあつて、そこにサッポロビールさんの赤星というビールがあるんです。このビールを飲むと全国各地のお祭りに支援、お金の運営ができます、なので飲んで応援しようというようなキャンペーンを行ったりもしております。なのでこういう売上げもつくれるし、プロモーションでできるし、世の中、ソーシャルグッズだよなというプロモーションを数多く今まで手がけてきてまいりました。

あとは東京の神田明神さんに非常に御縁をいただいて、いろいろさせていただいているんですけども、プロモーションだけではなくて、これは神田明神の中で江戸東京夜市という、いわゆる夜に楽しめるようなお祭りを開催しまし



ようということ、全国各地のお祭りを法人例として実施しています。少しコロナで止まってしまったんですけど、月一程度で実は行っていた内容でございました。

あと、ぜひ入っていただきたいところは、Facebook Japanさんからお声がけをいただいて、祭り未来会議というオンラインのコミュニティをつくりました。これは何かというと、今回ここにいらっしゃる皆さんもそうだと思うんですけど、日頃お祭りに関わられている主催者の方は一人で悩みを持っている方が非常に多かつたりするんです。誰かと同じ悩みを持っているんだけれど横でつながれなかったり、あるいは誰かがいい解決法を持っているんだけれど、そこに対してなかなかつながらないというところを、オンラインのコミュニティをつくってそこでやり取りをするだつたり、相互に知恵を出し合うなど、イベントをするようなコミュニティも運営をしています。

あとはこういったこともやっているというお話をすると、全国のオリジナルのビールを福岡県のクラフトビールメーカーさんと実は造つて、これは飲んで地域のお祭りに支援が行くよと。なので飲んで応援しよう、マツリエールというエールビールを造つたりもしております。というのが簡単な弊社の説明でございました。

なので何をやっているかというと、公共向けの仕事のプロモーションだつたり、プロデュースもやっていたり、あるいはメディアの運営、全国のお祭りを紹介したり、お出かけをするようなメディアをやつたり、あとは今の企業向けにお祭りを活用して新しいプロモーションをやりましようだつたり、プロデュースをしていきたいと思います。この右側をやって、いわゆるお祭りの本場にサポートをしている会社をしています。

第3講 コロナ禍における祭りとコミュニティの在り方



次に祭りの概況とコロナ禍における課題を説明させていただきます。先程もそも祭りの課題は何なのかという話を少ししたもの、さらに肉づけをしていきたいと思ひます。まずこれはどこかで見たことがあるかもしれないんですけど、去年からずつと変わらないイベント開催制限の段階的に緩和ということ、今の状況ですと見ていただきたいのは右側のお祭り・野外フェスという部分なんですけれど、先ほど少し話をしたねぶた、大規模な阿波踊り、よさこいのようなものは屋外でそのままやるのは今は難しい状況。ただ、地域の行事に関してはやっいていいよというふうに体制や仕組み的には実はなつてはいるんです。ただ緊急事態宣言が増えてきている中で、皆さん、厳しくなつてきているというのも実態としてはございます。

去年一年だけだと何とか頑張ろうという方々も非常に多かつたんですが、やはり二年連続だとうしようかというのが非常に厳しくなつてきています。本来の神事であればやっいてるものはもちろん皆さんも含めてあるかなと思ひますけれど、いわゆるにぎやかしの部分がやはり縮小というか基本中止です。こういっところ地域での落胆、文化的、経済的な打撃は非常に多いかなと思ひます。

ちょうど今年の三月から五月、これは日本政策投資銀行が経済損失額を公表しております。フェスティバルの内容が少し自治体のイベントに近い部分なんですけれど、参考までにご説明をすると、一、七兆円が経済的にも飛んています。夏で言うとうと花火ですけれど、二千億円程度というところで非常に厳しくなつてきている状況です。

私自身、花火屋さん、煙火店さんと非常に仲よく、いろいろな花火大会も支援しているんですけど、お祭り以上に煙火店さんが今非常に

厳しい状況というのでも御説明したいと思ひています。やはりボランティアではなくて本当に仕事としてやっている煙火店さんです。ただこういった状況でなかなかできない中で、もともと八割が零細企業で成り立っている業界なので、これを機に店を閉じてしまふという非常に厳しい状況かなと思ひております。もちろんお祭りでも祭りの用品や浴衣、ちようちん、そういったところも今は厳しくなつて開店休業という状況になつてきていると思ひます。

一つここでお話をしたいのは、なぜここまで中止の状況がひどいのかということなんですか、祭り、そしてイベントも書かせていただきましたが、主催者が直面する課題としてはこの二つがあると思ひております。まず一つは、コロナの対策に関する知見とノウハウがそもそもない。どこまでがオーケーでどこまでが駄目なのか分からないという部分と、あとは万が一クラスターが発生してしまった、あるいは感染者が出てしまった場合に責任の取りようがない。もともと仕事としてやる場所もあるかもしれないんですけど、ボランティア、あるいは多くの人にとつては本業でやることは非常に少なかつたりするので、そういった場合に責任を取りようがないので、いわゆるグレーな部分だから安全サイドに倒そうということが非常に多かつたりします。なので、コロナ禍の状況においては開催中止あるいは延期の判断をせざるを得ない状況で、ここが解消されないともそも開催自体が、どうすればいいか分からないというのがあります。

弊社に社内のシンクタンクとして祭り・イベント総合研究所を去年から立ち上げて実は運営をしていて、なかなかお祭りの状況を、あるいはイベントもここでは入っているんですけども、統計的にまとめているデータは世の中に転

がっていないんです。特に祭りは本当にないです。先ほどの日本政策投資銀行も基本はイベントだつたりするので、こういったところ意識調査や動向調査に関しては、弊社がやはり率先してやらなければいけないだろうと少し私のほうで思ひて立ち上げました。

その意識動向調査も少し御共有させていただきたいと思ひております。ちょうど今年の一月から二月にかけてオンラインのアンケート調査を実施しました。JCさんや自治体の職員の方、神職の方々を含めて有効回答を確認しようというところで、今お祭りをどう思ひているか、あるいはどういことが課題か、そういったことを聞いたりしました。

細かい部分はあれなのでサマリーだけ少しお話をすると、七割が祭りとしては中止になつてしまつた部分がございます。これに関しては関係者からの反対や行政の方針、そしてコロナ対策の難しさ、こういったところで多くの祭りが中止になつたということです。特によく聞くのが公道を使った場合でのお祭りに関しては、いわゆるお祭りのコロナ対策が一番難しい部分なんです。なぜ難しいかという入り口と出口がない。どこからでも入つてこられてどこからでも抜けられる。そうすると、では検温する、消毒をする、このエリアの中に入っている人たちは安全かどうかは実は分からなかつたりします。そういった状況で数万人、数十万人のお祭りができるかという当然できるはずもないということ、中止になるものが非常に多いということです。

さらにあつたのが、二番目に書いてありますけれど、合意形成がやはり非常に難しいところなんです。先ほど私が少しお話をしたところもありまうんですけど、やはりコロナに感染したとき、責任の取り方が、やはり関係者と同じ方向

を向いていないのが一番難しいなと思いました。端的に言うとうと温度差がある。そこまで意義を持つてやっている方もいれば、そうではない方もいればというところで、非常にそこでの数か月ぐらいで意見を取りまとめるのは非常に難しいところがございます。また、行政からの補助金に頼る場合も非常に多くて、そこが全部コロナ対策に持つていかれてしまっているの、観光費用として、補助金として出すのも難しくなっているのも実質的にはございます。

そして、これを回答いただいたときは一月だったので、そのときは非常にポジティブな回答が非常に多かったんですけども、九割以上の方が祭りはやはり開催したいと考えている方が非常に多かったです。特にオンライン、リアルな場所で開催することに意義を感じる方が非常に多かったと思います。ただそのためには様々なサポートが必要になってくるというのもリアルな声として集約いたしました。ということで、ここでお伝えしたかったのは、今コロナ禍において祭りの開催自体が、やはり意識調査のレベルでもそうですし、政策としても非常に厳しくなってきたところでございます。

その政策的な部分をもう少し掘り下げて、私の知る限りでお話をさせていただきます。もうこれは最初に言ってしまった大変恐縮なんですけれど、祭りの救済策は現時点でほとんどありません。これはもう大変私としては苦しい思いをすくしているんですけど、なかなか難しい状態があります。

今あるだろうというところが文化庁や観光庁の事業の支援、端的に言ってしまうとばらまきのようなものは一部あります。例えば文化庁であれば地域無形文化遺産継承のための新しい生活様式の支援事業ということで、PR動画を作ったり、オンラインでの配信をするためにこの

費用を使ってくださいというものがありません。ただ、少し小さくて見えづらいと思うんですけど、予算額が二億円ぐらいしかないんです。これでは世の中のお祭りは救えないだろうと私も思っています。

あるいは文化庁が、今年の四月十六日に国会で通って新しく法律が改正されたんですけど、文化財の保護法が一部改正されました。これはもともと有形の民俗文化財であれば登録すれば経費補助が出るものが、無形のところにももう少し広げてみようという話で、無形の文化財の登録制度ができた。それに併せてこれは来年からの施行なんですけれども、届出をしてそこから補助がもらえる制度が成り立ちました。ただ、これは来年四月からの話で、まだまだ実行するには非常に厳しい状況ではあるかなと思います。こういった状況がある中で、少し政治の話になつてあれなんですけれど、実は自民党の中にお祭り議員連盟がございます。先ほど私がお話しした有識者というのは、こういったところの有識者も実はやっていて、下村先生が会長になられて不定期でやられているんですけども、今のような祭りの支援策ができない、文化庁や観光庁を含めてお金を用意できないかという工面の部分も微力ながらやっている状況でございます。なかなかこれも、私が言うのもあれですけど、もう少しパワーがほしいというところはございます。

ここで言う話でもないんですけど、もともと議員の先生方は非常にお祭りが好きな方が多いんです。政治も政といえは政なのでやはり地域の意見をしっかりと聞いて、そこに地域の名士の方がもちろん来られますし、そこでいわゆる票につながる活動もできたりするので、もともと見ていただくと非常に御高名な方も多い中で、ただやはり祭りをどう定義するかはもちろ

んそうですし、祭りをどう扱っていくかのような政府としての大きな指針がないのが多分一番大きいかなと思っています。なので単発、単発の支援策になりがちかなと私は今感じているところでございます。

先ほど少し説明をした、実は祭りの業種別のガイドライン、いわゆる政府のガイドラインも実はお祭り議員に私から直訴したのがきっかけでした。これもお話をすると、コロナになったのが去年の二月です。二月になったときに夏のお祭りぐらいの主催者から弊社に駆け込み寺のように、どうやってお祭りを開催すればいいか分からないと。そのときは全容が見えなかったところもありますし、何を守ればいいのか分からない、そもそもガイドラインがない、これは誰がやるんですかとすぐ来たんです。私もそのときに先ほど話をさせていただいた業界団体がない、あるいは監督官庁がないというのにはつと、それまで頭では持っていたもののそこまで大ごとではないと思つたときに、ここでやはりその重要性に気づいて、こういうガイドラインをつくらないと日本のお祭りがそもそも運用できません、運営できません、やらせてくださいという話をさせていただきました。

まさに下村先生のところに私が直訴をしに行ったんですけど、それはそのとおりだねという話ではつくるうといったときに、弊社は株式会社オマツリジャパンなので、そこからガイドラインを出すのは公的にはなかなか難しいので、そこはもう専門家として中に入つてJCさんの名前を出しましょうというので、去年の十二月に出たというところでございます。

ただ、この一つの事例と取つてみていかに受皿がないか。JCさんも全国に六百か所ぐらい支部がございますし、入られている方も非常に多いと思うんですけど、それぞれの支部で

やられてはいるものの全国のお祭りを別に見ているわけではないので、自分のところはやるんだけれどほかのところは参考にしてねぐらいのレベルなんです。

あとは例えば日本商工会議所さんだったり、まさにそこら辺の大きな受皿を幾つか用意をした上で、やはりコンソーシアムのなつくりをするような、お祭りに一致団結して取り組むような働きかけが必要ではないかというものを、私のほうで少し実は提案をしようかなと考えているところでございます。

ここは本当に大きな課題で日本でも、お祭りで私もいわゆる飯を食っているんですけど、お祭りをなりわいにしている、あるいはサポートをしているのが残念なことに今弊社の一社しかないの、単純にパワーが足りないんです。なので、このあたりをぜひ皆さんと連携をしながら、大きな協力を取り付けられるとうれしいなと思っています。ということで今、政府の事例、支援策がなかなか厳しい状況にあるとお伝えさせていただきました。

ここからは祭りの先行事例をせっかくなので少しお伝えをしたいなと思っております。祭りはコロナで何が変わったかという、祭りに起きた大きな変化としては、祭りを組み立てる上での優先順位が大きく本当に変わったと現場にいて思います。主にこの二つです。まずはコロナ対策を最優先しないとどうしてもそもそも開催できないという部分と、あとは先ほどアンケートのところでも少しお話ししましたけれども、オンラインやデジタルの選択肢がそもそも今までほとんどなかった。それ自体が選択肢になつてきたというところの、この二つが非常に優先順位としては変わった部分かなと思います。

デジタルのところは例えば、オンラインでの対応もウェブ予約をする、あるいはICTを活



用して来場者の登録をする、そういったところから情報発信、映像配信のようなところまで幅広く含めて話をしていきます。

せっかくなので事例としてお伝えしたいのは、これは東京でやっている盆踊りです。この事例が、これは数百人規模でやっていたお祭りなんですけれど、少し近未来感というか、こういうふうに本当にコロナの中で運用しようと思うと、ここまで必要なんだというのを少しご紹介させていただきます。

高輪ゲートウェイという新しくできた山手線の駅ですけれど、そこで開催されるお祭り、盆踊り大会でした。まず見ていただきたいのが、入場予約の状況ということで、まずウェブでこ

のホームページに行つて自分がどこに入れるかを選ぶんです。さながら東京デイズニールンドのような形で、その枠がそれぞれ百人ぐらいしか決まっている。その枠の中で楽しんでくださいというような、まず受付でしっかりとその情報を把握する。登録するときに基本情報を全部入れるというふうになっています。そこから実際に入ると検温や消毒があります。

場所柄的にも多言語の表記を会場の立て看板の中にも出来たり、あるいは足でやるようなデイスペンサー、こういったところを各地に置いて盆踊り大会の会場の中で安全性を保っているという状況と、あとはやぐらについても、やぐらを造つてしまふとなかなか密になつてしまふおそれがあるので、本当に簡易なものになつて外に外枠を設けて、この中で百人、先ほど話をしたような方が入って輪踊りをするという状況でございます。屋台です。ここは少しお洒落な屋台が多かつたんですけども、屋台に関してマークを下にひつつけて、この中でしっかりと守つてやってくださいということです。

あとは非常に面白かつたところが、輪踊り、踊りをしている最中に密にならないように、いわゆる一メートル、二メートル四方、周りでソーシャルディスタンスを取れているかどうかをチェックしているスタッフの方なんですけれども、そのまま警備員として立たせてしまうとはつきり言うとお祭りの雰囲気台なしになつてしまふんです。威圧感もあると思います。そこをスタッフの方が浴衣で、自分自身も踊りながら周りに気を遣つて踊りを楽しめるという会場の設計をしているのは、私は他のところであまり見たことが実はない。結構いろいろな会場もすぐ行つているんですけど、これは非常に面白いなと思つて、実際に夏場は今年も幾つかは盆踊りもやられていましたけれど、本気でや

第3講 コロナ禍における祭りとコミュニティの在り方



るんだったらこれくらいは必要だろうなと実際は思ったところだ。

あともう一つが、オンラインのお祭り開催も先ほど話をさせていただきましたけれど、今年もかなり多くの数でやられているところだともいます。そもそもオンラインの祭りはなぜやるのかというところなんですけれど、第一は、そこに元々いたお祭りのファンがやはり一緒に楽しめる場を提供する部分が、祭りの運営の方々にお話を聞いていると一番大きな目的になるのかなと思います。なかなかオフライン、要はリアル開催のような熱気や匂いや共感性はもちろん難しい部分はあるんですけど、逆にその場に行けない人が楽しめるというのがありますし、その映像自体がアーカイブになっていくのでそのアーカイブをまた楽しむやり方もあれば、あるいはそこをYouTubeで配信することによって、そこに投げ銭をデジタルでするだったり、新しい応援の形だったりお金の動き方、想いの発し方は選択肢としてはあるのかなと思います。

これは実際、弊社も去年オンラインの夏祭りを自分たちでやってみたんです。全国八ヶ所ぐらいのお祭りをインターネットで中継をして、本当に実はお金は全然真つ赤な感じだったんですけど、実施をしました。自分たちでやってみてこれはなきにしもあらずだなというところまでは実は思ったところです。PVとしても四万ぐらいだし、参加する方もやはり数百人程度はいる、露出効果も大体一、七億円程度あるということ、なくてはならないけれど代替手段にはならないかな、補助手段かなと私は思うところだ。

各地、オンラインの祭りとしては今年もねぶたはやられていますし、桐生の八木節もやられ

して四百円で売ります。一パック三枚入りで四百円で売る。これを通常時にも売ったら十%、お祭りや天満宮に寄附がされるということ。なので皆で買って応援をしようということでした。デザイナーも非常に有名な秘密結社鷹の爪という、御存じの方もあると思うんですけど、やはりお祭りがない中で何か寂しいなという部分と、関係者、天神祭というと講といういわゆるグループがあるんですけど、その関係者が非常にこういうものを買ったり、プレゼントしたりという形で盛り上げるというのをやっております。

これをオンラインとオフラインで売って、今は大体二千パックぐらいは売れているというところなんです。買う人は十枚、二十枚、束でどんなパックを買うという状況にもなっていて、やはりお祭りがない中で何か寂しいなという部分と、関係者、天神祭という講といういわゆるグループがあるんですけど、その関係者が非常にこういうものを買ったり、プレゼントしたりという形で盛り上げるというのをやっております。

第二弾、第三弾を今どこでやろうかなと、全然大きなお祭りではなくても、我々としては魅力的なお祭りであればどんなほかのところをやっていききたいなというところ、祭りだけではなくて例えばこのキャラクターを作れば、お守りやマスクなどいろいろなところで活用できると思うので、公認の応援キャラクターを全国各地の神社やお祭りで作っていききたいなと思っています。もし興味があればぜひお声がけいただければと思います。すみません、少し宣伝でした。

最後にこれからの祭りの在り方と提言を私の方からお話をさせていただきます。ここまで話をしてくて皆様も日々お祭りに関わられている方としては思うところもあるかなと思うんですけど、私がコロナ禍で祭り縮小、中止する中

ていましたし、能登のキリコもやられていたということ、幅広くやられているのが今年も散見されることでございます。というのが簡単な祭りの先行事例というのか、こんな取り組みもあるんだなというのを御説明を差し上げました。

次にお話をさせていただきたいのが、最近の弊社と神社との連携の事例ということで、こちらもBP説明をさせていただきます。

大阪天満宮さん、ここでは特に懇意にはしていたので御説明をすると、これも去年に開催ですけれど天神祭、日本三大祭り、祇園祭、神田祭、天神祭のうちの一つですけれど、やはり神事のみ開催ということで、例年ですと百万人以上が来るような大阪を代表するお祭りでございます。ここがなかなか神事だけということ、ただどうしても何かしら新しいトライアルというか取組もやっていきたいなと思って、オンラインツアーを行いました。これは具体的に何をやったかということ、まずチケットをクラブツーリズムさんと二千円で売ります。その中に天神祭、天満宮の特別うちわと神事の中継を配信を鑑賞できる権利をつけました。集まったのが大体三、四十人ぐらいだったと思います。

具体的にやったものとしては、オンラインツアーとしては少しここに書いてあるんですけど、天神祭の見どころの紹介や神事のライブの配信という部分、ここは非常に実は好評でした。なぜかということ天神祭自体、御存じの方はたくさんおられるかと思うんですけど、やっている祭事の内容がものすごく多いんです。ふだん、オフラインで見たときに何をやっているか実はよく分からないという方が多分めちやくちや多かったというところがあります。なので、ここをしつかり天神祭はこういうお祭り、今この神事はこんなことをやっています、これはふだ

んは見られない実は有り難いものなんですという、いわゆる特別体験が非常に好感触でした。なので、ここは実は新しい情報発信の仕方でもありますし、楽しみ方として定着する可能性はあるかなと感じています。

天神祭だけではなくて地域の商店街の紹介や、地域の周辺のエリアの紹介も併せて実施をして、大体一時間のツアーで満足度も非常に高かったの、クラブツーリズムさんと天満宮さんとやったんですけど、いろいろなところをやっているかとか今話としてはあります。この事例は私たちとしてもいろいろな各地の魅力的なお祭りとオンラインツアーをつくって、弊社のサイトでチケットイングで売れるのでそういったところもやっていきたいなと思っています。

もう一つ、実は去年これをやっていて今年は何をやろうかなと思ったときに、あまり同じことをやっても面白くないので、こんなことをやってみようというところで、応援グッズ、先ほどのビールの話だったり、いろいろ出したと思うんですけど、同じような内容です。応援消費という、今の時代で物を売るのは私の発想としては単なる物を売るではなくて、やはりストーリーと一緒に届けようということは非常に大事だと思っています。そういう意味でなぜわざわざこれを買わないといけないのか、買いたくなるのかということ、やはりそこに気持ちが乗っているからだと思っています、我々がやったのはオマツリーズという一つのキャラクターを作って、これをステッカーとして展開をしていきたいなと思っています。

具体的に作ったのが、天神祭の中で出てくる主要なキャラクターを全部ステッカー化したんです。例えば願人、どんどこ船、龍踊り、傘踊り、臥牛、神輿ということで、これをパックに

ちろん重々承知しているんですけど、運営やボランティア、関係者含めての話だと思っています。

二つ目が先ほどのデジタルもそうですけど、今までやらなかったことに対して新しく目を向けるきっかけになったなと思っています。このプラスだけではなくてやるべききっかけにもなっているなと思っています。

そして三つ目が、先ほどお話をさせていただいたまさに有事に弱い対応力です。ここは何とか改善をしないと、この先お祭りが地域に残っていくのは、もう一回同じようなこと、あるいはこのコロナが長引いたときには非常に厳しくなってきたらと思うなと思います。

コロナ禍でこれを軸に少し考えをまとめていきたいんですけど、先程のきっかけの部分、祭りの本質を考えると、ここはやはり地域で徹底的に考えて合意をする必要があるなと思っています。例えば徳島の阿波踊りが去年ニューモデルとしてやられていた事例があるんですけど、そのときに徳島の阿波踊りは「ヤットサリ、ヤット、ヤット」という掛け声、非常に重要なんですけど、その掛け声自体が出ることが禁じられたという、飛沫拡散というところ、やはりやめようという話にもなつた私も聞いています。

ただ、それ自体は本当にお祭りとしては大事なものであったりするので、ではそれを生かした上で何を残して何をそぎ落とすかという部分の取捨選択は、徹底的に、いろいろな見方があるんですけど、出し合う、合意をするというところはこの二年間はやるべき、まさに来年の夏、秋に向けてもやるべきかなと思っています。

もう一つはコロナ対策のところなんですけれども、これは非常に難しいと思っているのが、私もガイドラインをつくる中で非常に感じている

第3講 コロナ禍における祭りとコミュニティの在り方



のが、この三つがすごく大事だと思っています。先ほど話をした地域の合意形成という部分です。これはもうお話はしませんが、開催の必要性などリスクを含めて何のためにやるのかという合意形成がまず必要になって、それが前提にあった上で次にやるべきは科学的な根拠に基づいた感染対策です。これがしっかりとしないと、全てにおいてなぜこれをするのかという科学的な根拠が安心感に伝わると思うので、ここがな

いと結局、ではやらなければいいとなったり、あるいはなぜそんなにリスクを冒してまでやるのか、これで安全なのかというところに対して聞えないというのがあつたりするんです。例えば先程のねぶたの話もそうなんですけれど、ねぶたを実は四月ぐらいに今年は開催しますと発表したときに、全国からものすごくクレームが来たと聞いています。ただ、そのクレームの全てが感情的なものが非常に多くて、そういったときに科学的な根拠に基づいた感染対策をしつかりやっていますという武器にもなるかなと思つているので、ここは絶対にやるべきだと思つていますし、ここに関しては必要であれば疫学の専門家や、我々のような祭りの専門家も含めて入れながらやるというのが非常に大事なかなと思つています。

あともう一つは地域性を生かした感染対策です。金太郎あめ的な感染対策は非常に難しいと思つていますし、心理的な安全性だったり地域性、地域に負荷をかけないような、負荷をものすごくかけるのであればやるべきではないと思つているので、このあたりを生かした具体的な感染対策はやっていく必要があると思つているのが、この開催方法をしっかりと探るということです。

ほどお話をしたところもありますけれど、オンラインでの連携はゼロイチでいわれる切る、切らないではない形でつくつていったほうが、この世の中、これからの時代は祭りとしての存続の可能性は高まっていこうなと思つております。一番具体的にはやはり資金調達あるいはそのファンの方をつくつていく、関係者を巻き込んでいくという部分においてはやはりオンラインは非常に強い。特にSNSは一番強いと思つていますので、このあたりをどうこれから設計をしていくかは非常に大事なかなと思つています。

これは大きな事例で恐縮ですが、京都の祇園祭です。祇園祭が、クラウドファンディングを実は四年ぐらい実施しているんですけれど、今年も寄附型で伝統文化と技術継承を願い、サポーターを募集しますという内容でもこれぐらい集まります。やはり非常に大事だなと思うのは、寄附者が千五百に対して金額が千五百万集まっている。なので、一人当たりの出している数はそんなに多くはないなと思うんです。一人で十萬、二十萬を出しているわけではない、塵積でここまで集まっているというのがやはりオンラインならではですし、先ほどのちやうちんもいと思うんですけれど、提灯以外の方法をしつかりオンラインでつくつていくということ

ををぜひご検討いただければなと思つています。この中でやはり私が伝えたいと思うのは、祭りの参加者の関わり方をもつと変えたいと思うんです。神社でお祭りをやる方もフリーライダーの方が非常に多いのではないのかなと思つていて、これは地域のいろいろなお祭りもそうなんですけれど、やはりもともとお祭りは皆ができることをやっている、汗をかく、お金があるんだつたらお金を渡す、力があるんだつたら力

を貸す、そうやって成り立っていくものなのかなどとはもちろん思っているのですが、そこがやはり根本、コロナ前はやはりどんな規模の拡大や、あるいは商業主義になつてきた部分も含めて、しつかりお祭りの関わり方自体も当事者の認識を持たせるのも非常に大事だと思つています。

そういう意味で、今お話ししたようなクラウドファンディングなどももちろん一つの地域に興味を持つきっかけになりますし、あるいはふるさと納税の返礼品として入れるようなやり方もありだと思つますし、行けないけれど情報発信をしてくれるだったり、そういったオンラインでの関係の人口、あるいはファンを増やしていくという発想も今後お祭りには必要になるのかなと思つています。

ということで、やはり従来型の大量送客のようなものは、恐らくコロナが終わつても戻つてこないんじゃないのかなと個人的には思つています。時代に合わせたお祭りの変革がまさに今求められているんじゃないかなと思つますし、求められる祭りの役割としては伝統を支える、お祭り自体は保護、継承、活用という、私は三つの役割があるかなと思つていまして、伝統を後世につないでいくために今活用から運営を支えるというしつかりしたサイクルを回していかないと、今後二十年、三十年、百年と行くときにはなかなか厳しいんではないかなと思うので、ここをいかに作れるか。それが自分たちだけで作れるのならもちろんいいですし、作れなければしつかり外と連携しながら作つていく、あるいは成功事例をしつかり真似ていくような体制は必要になるのかなと思つているところでございます。

本日はありがとうございました。以上でございます。(了)

令和三年度 神道青年全国協議会 活動報告



令和三年度 役員

役職

氏名

奉務神社／職名

会長 小林 慶直

白山神社／宮司

副会長 藤原 大修

盛岡八幡宮／禰宜

副会長 湯浅 迪彦

中山神社／禰宜

副会長 大島居良人

亀戸天神社／宮司

理事 宮崎 真一

井草八幡宮／禰宜

理事 上野 敬則

白鷺神社／禰宜

理事 北方 宏和

札幌諏訪神社／禰宜

理事 吉田 芳樹

春日神社／禰宜

理事 日比野 梯明

伊奈波神社／禰宜

理事 島山 邦洋

諏訪神社／禰宜

理事 西田 周司

榎原神宮／禰宜

理事 白石 憲一

琴崎八幡宮／禰宜

理事 柳原 永祥

嚴島神社／禰宜

理事 黒木 興輔

御年神社／宮司

理事 高島 俊亮

天祖神社／禰宜

理事 小佐野 正崇

富士山小御嶽神社／禰宜

理事 勝沼 達朗

廣島神社／禰宜

理事 佐山 崇

八坂神社／禰宜

理事 清住 邦廣

深志神社／禰宜

理事 河崎 智洋

大野湊神社／禰宜

理事 上野 潤

熊野速玉大社／禰宜

理事 秦 祥岳

長浜神社／禰宜

理事 宮崎 祥悟

宇佐八幡神社／禰宜

理事 吉武 誠礼

宗像大社／禰宜

理事 平尾 朝典

神社本庁／主事

兼総務局長

神宮／神宮宮掌

参与 千秋 季嗣

秋葉山本宮秋葉神社／權宮司

参与 河村 忠伸

太宰府天満宮／宮司

監事 西高辻 信宏

旭川神社／禰宜

監事 芦原 大記

白鳥神社／禰宜

総務局長 猪熊 兼高

神社本庁／録事

総務局長 金子 元紀

神社本庁／録事

総務局長 吉田 健真

神社本庁／録事

令和三年 活動報告

令和三年

四月二十二日
監査会 於 神社本庁

四月二十二日
第一回役員会 於 神社本庁・ウエブ

四月二十三日

新旧三役明治神宮正式参拝 於 明治神宮

四月二十三日
第七十二回定例総会 於 神社本庁・ウエブ



五月十九日・二十日

役員就任奉告参拝 於 神宮・熱田神宮



五月二十日

第二回役員会 於 シンフォニア テクノロジー

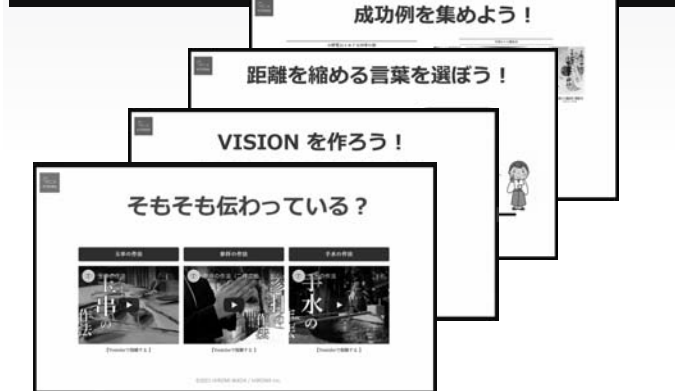
響ホール伊勢・ウエブ

五月二十三日・六月十六日
オンライン地区訪問会 於 ウエブ

六月二十一日
大祓教化リーフレット配信

六月二十三日
役員研修会 於 ウエブ

講師 株式会社HIROWA 代表取締役
ビジネスコンサルタント 和田 裕美 先生



令和三年度 活動報告

七月五日

「国旗小旗頒布事業」

リーフレット配信

七月十九日

第四回役員会 於 ウェブ

七月三十一日

『神青協通信』第一四三号発行



七月三十一日

神青協七十年史発行

八月二十六日

第五回役員会 於 ウェブ

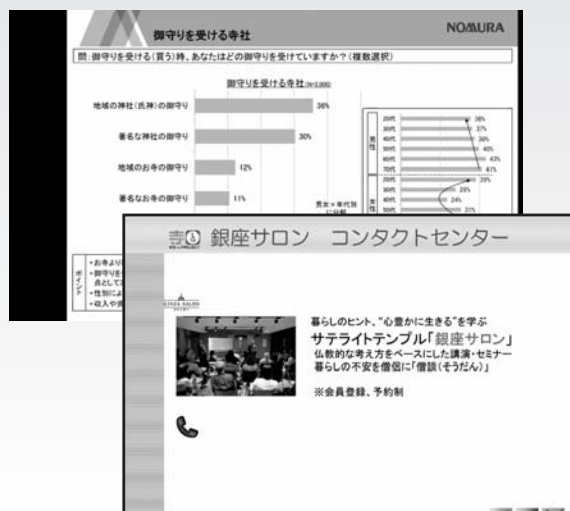
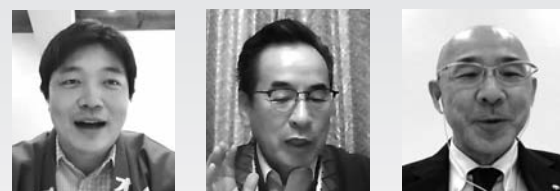
八月二十六日

令和三年度七・八月大雨被災情報の共有

八月二十七日

夏期セミナー 於 ウェブ

「日本祭典〜いま青年神職に求められるもの〜」



【第一講】「神社を取り巻く環境変化」

講師 野村證券株式会社 法人ソリューション課 塚崎 智志 先生

【第二講】「築地本願寺の経営改革」

講師 浄土真宗本願寺派築地本願寺 代表役員宗務長 安永 雄玄 先生

【第三講】「コロナ禍における祭りとコミュニティの在り方」

講師 オマツリジャパン 共同代表取締役 山本 陽平 先生

九月三十日

第六回役員会 於 ウェブ

十月二・四日

「デザイン思考と情報発信を学ぶ」
ウェブ研修会 研修一 於 ウェブ

【第一講】

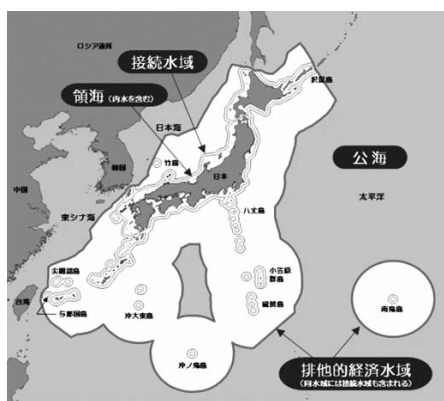
「魅力をもつけるアイデアジャーニーと
情報発信の新しいかたち」
講師 株式会社あそびとデザイン 吉田 ちかげ 先生

十月六日

七五三参拝促進ポスター配信

十月七日

北方領土問題に関する役員研修会 於 ウェブ



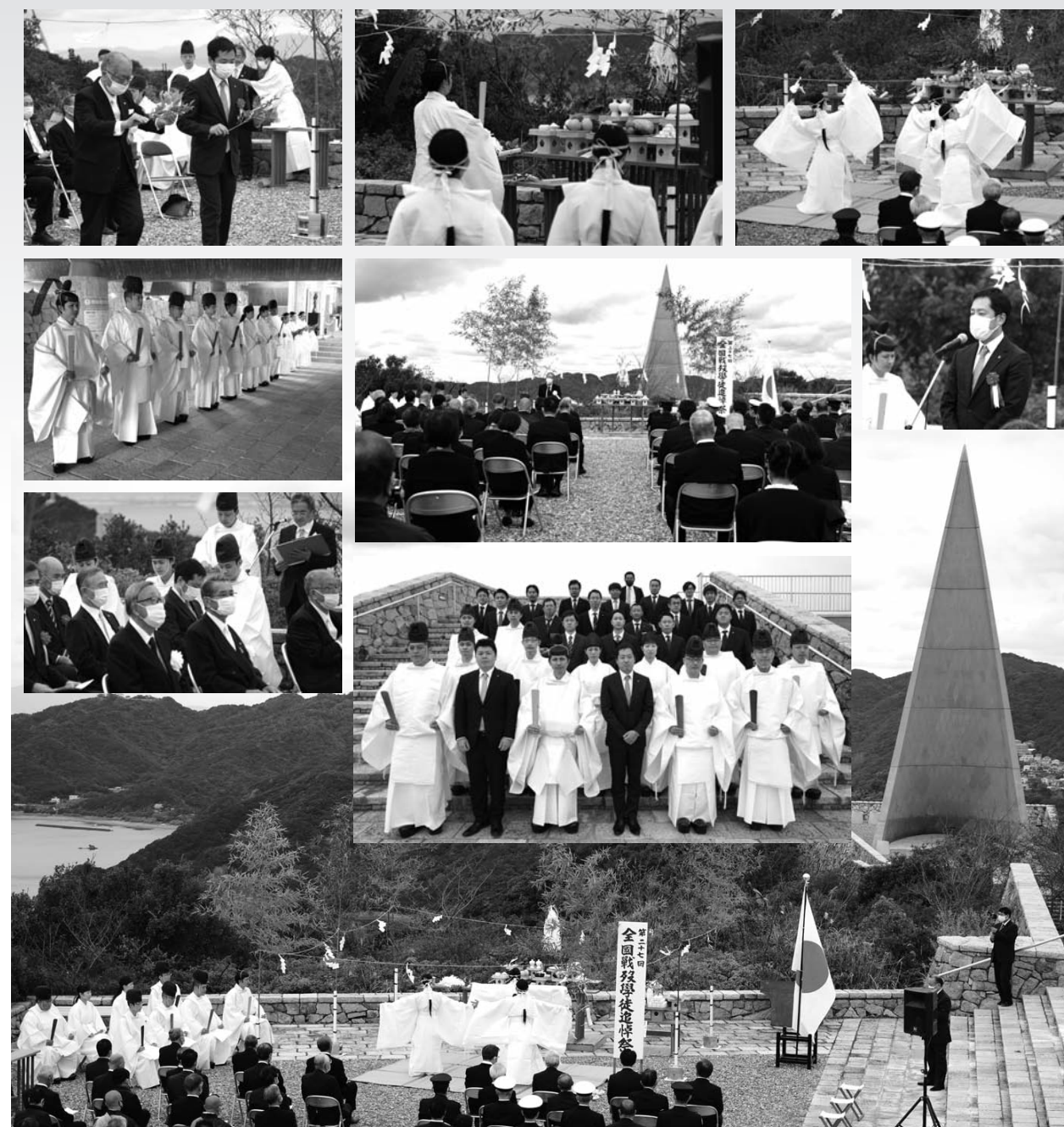
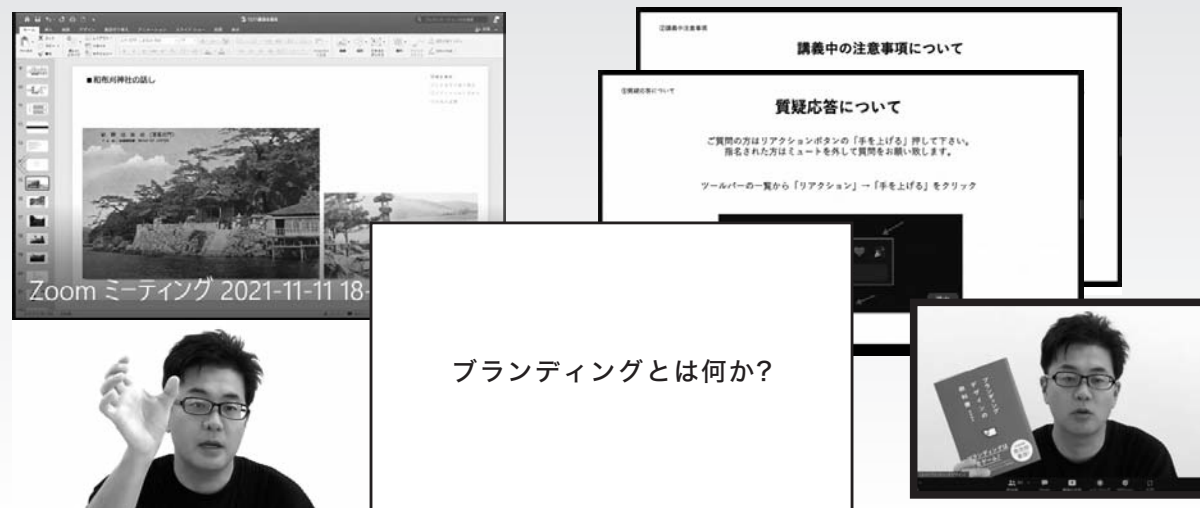
令和三年度 活動報告

十月二十一日
全国戦没学徒追悼祭
於 若人の広場公園



十一月九日
神宮大麻頒布促進啓発
チラシ配信

十一月九・十一日
「デザイン思考と情報発信を学ぶ」
ウェブ研修会
研修二
於 ウェブ
【第二講】「超実践！」
神社のブランディング
講師 株式会社エイト
ブランディングデザイン
代表 西澤 明洋 先生



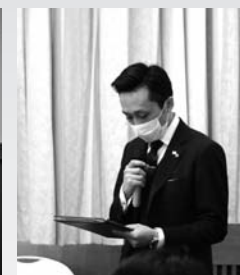
令和三年度
活動報告

十一月十六日
靖國神社正式参拝
並びに役員研修会
於 靖國神社・ウエブ



十一月十六日
第七回役員会
於 靖國神社・ウエブ

十一月十六日
(中間) 監査会
於 神社本庁



十一月十七日
硫黄島訪島事業
於 硫黄島



令和四年

一月一日
『神青協通信』
第一四四号発行



一月十八日
第八回役員会
於 ウエブ



令和三年度 活動報告

二月九日
第九回役員会
於 ウェブ

三月七日
表彰委員会
於 白山会館・ウェブ

三月八日
第十回役員会
於 白山会館・ウェブ

三月九日・十日
中央研修会 於 新潟市音楽文化会館
「発信力」郷土を愛してやまない
若者たちへ」

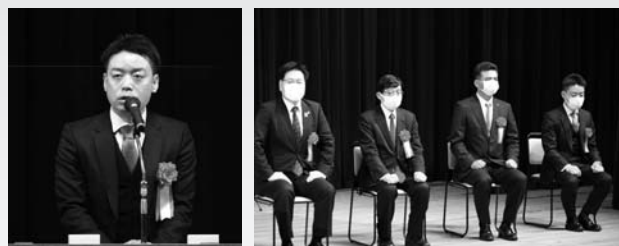
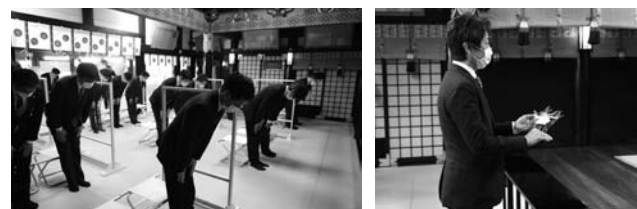
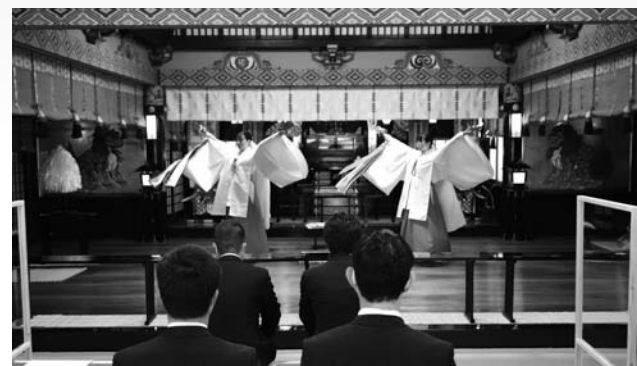
【第一講】
「起業家の力で故郷（ふるさと）を元気に
く神社の魅力発信と未来を考える」
講師 フラー株式会社 代表取締役
会長 渋谷 修太 先生

【第二講】「強くて優しい国」
講師 衆議院議員 稲田 朋美 先生

【第三講】「青年神職の皆様へ」郷土の
精神的支柱と実践者であれ」
講師 株式会社NSGグループ
会長 池田 弘 先生



三月十七日
令和四年度福島県沖地震の被災情報共有
会報『神青協』第二三二号発行



全国各神社御用達

神符・守札・木札・錦守・御守矢・交通安全守
集印帳・御守り袋・絵馬・その他各種御札・御守
奉書紙・書道半紙・耐水奉書・他各種和紙謹製

創業江戸時代後期 真心で奉仕する

今村紙業株式会社

代表取締役 今村 和弘

〒409-3601 山梨県西八代郡市川三郷町市川大門6237-11
電話 055(272)0514
FAX 055(272)8818

誠実と真心で奉仕する

御守・授与品・参拝記念品奉製
天然石厄除開運腕輪守・天然石みくじ

御一報次第カタログ御送り致します。

グリーン産商株式会社

〒547-0033 大阪市平野区平野西4丁目8番29号
TEL(06) 6702-6009(代表) FAX 0120-34-2996 sansho@green3.co.jp

神社授与品奉製

御神矢・絵馬・招福熊手・木札・メタル守
御神笛・ステッカー・御守袋・弓矢・御守各種

株式会社



信頼、真心

福岡奉製

事務所 〒834-0081 福岡県八女市立花町山崎 1961
TEL (0943) 23-3412 FAX (0943) 24-4483
E-mail fukuoka@mx3.et.tiki.ne.jp

八女千歳あめ本舗 工場 〒834-0082 福岡県八女市立花町兼松 208-3
TEL (0943) 37-1117 FAX (0943) 37-1118

インテリアになじんで、
自分たちが欲しいと思う神棚を
つくりました。

組立式ですので
神具も一緒に
コンパクトに
収納してお送り
します。

民俗工芸
製造部木工課

神棚セット
いろは

株式会社
民俗工芸

〒857-1162 長崎県佐世保市卸本町18-1
TEL0956-34-5500 FAX0956-34-5511

御社頭授与品
御参拝記念品

神社本庁・各神社 御用達

〈営業品目〉 ●交通安全御守護 ●開運招福鈴 ●文鎮 金盃
●各種記念品類 ●胸像・レリーフ・鋳造類

鈴木徽章工芸株式会社

〒113-0032 東京都文京区弥生2-12-1
TEL. 03-3814-1811 E-mail: info@suzuki-kisho.co.jp
FAX. 03-3818-8332 http://www.suzuki-kisho.co.jp

創業百年 信頼のブランド
麻・鈴緒・鰐口紐・化繊注連縄製造

有限会社 **モミヂヤ**

〒328-0042 栃木市沼和田町 12-14
フリーダイヤル 0120-22-1312
FAX 0282-22-1387
<https://momidiya.com/>



神棚セットの事なら...



〒165-0027
東京都中野区野方 4-44-10-3F
TEL : 03-3386-1153
FAX : 03-3386-1165
Mail : info@kubodera.co.jp
URL : https://kubodera.co.jp

榊・玉串

新鮮な状態でお届けする自慢の品質です

●神社の火災保険 無料鑑定実施中

神社賠償責任保険、神社の火災保険、お祭り傷害保険
など神社に必要な損害保険・生命保険を取扱しております。

神社の保険専門



村上代理店

〒151-0051 東京都渋谷区千駄ヶ谷 4-5-10
TEL:03-6447-5455 FAX:03-6447-5456

神社の保険



<http://www.murakami-hoken.co.jp/>

特殊鋼製 鳥居

安全性抜群・自信をもっておすすめ
(神戸震災地で耐震性実証済)



有限会社 宮田鉄工所

《本社》 〒932-0121 富山県小矢部市矢水町665-1 ☎ (0766)54-6250 (代)
FAX(0766)54-6249

《石川工場》 〒929-0426 石川県河北郡津幡町竹橋メ85 ☎ (076)288-0326
FAX(076)288-0327

ホームページ <http://miyata-tekkousyo.co.jp/>

メールアドレス miyata-tekkousyo@nifty.com



神社本庁 御用達 國學院大學 推薦店 明治神宮 指定店

誠実奉仕・信用第一

瀬戸装束店

〒164-0001 東京都中野区中野3丁目10番5号
電話 : 03-3381-4927 / FAX03-3381-4927
JR・地下鉄東西線 中野駅 南口下車 徒歩7分

創業百有余年

伝統の技術を活かした授与品作り

全国の神社でご利用頂いております

御朱印帳・木札・紙札・熊手・金欄御守袋
守護矢・交通安全守・ステッカー・その他各種授与品

ご一報いただければカタログ送付致します

株式
会社

丸井紙店

TEL 055-272-0136

〒409-3601 山梨県西八代郡市川三郷町市川大門763 FAX 055-272-3966

創業 明治以前



各種御神符・守札 その他授与品全般

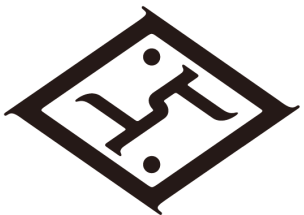
湊御神符奉製所

株式会社 湊

伊勢市神宮会館前 (〒516-0025) <http://www.ise-minato.co.jp>
TEL(0596)22-2442(代表) FAX(0596)28-8445 info@ise-minato.co.jp

井 宮内庁・神宮司庁・神社本庁 御用達 筒

IZUTSU



●本社
601-8347
京都市南区吉祥院観音堂南町7番地1
Tel 0120-075-980 Fax 0120-075-970
Mail izutsu4@iz2.co.jp
Web shouzokuten.izutsu.co.jp

●東京店
160-0008
東京都新宿区四谷三栄町14番地31
Tel 0120-863-522

井筒装束店

都 装束・調度・御神輿・雅楽器・舞楽衣装・授与品・稚児衣裳

SINCE 1705

既製サイズで
我慢していませんか？

土佐絵
自由自在!!

ご希望サイズで
作ります

森の道具屋 (三方除く)

弊社神具木工品は全品受注生産

〒781-2120
高知県吾川郡いの町枝川177-3 TEL 088-850-4087 FAX 088-850-4076
URL <http://www.morinodouguya.ecweb.jp> e-mail morinodouguya@titan.ocn.ne.jp

神社・仏閣向けの御守などの授与品や縁起物を製造・販売

新日本工芸(株)

＜本社＞
〒311-4153
茨城県水戸市河和田町 3891
TEL: 029(251)0997
FAX: 029(252)8287

＜仙台営業所＞
〒981-1104
宮城県仙台市太白区中田
3丁目 6-24 健美館1階 101号室
TEL / FAX: 022-741-7074

置物になる縁起物に開運おみくじをプラス。



干支おみくじ・招き猫、七福神おみくじなど授与品オリジナル製作いたします

株式会社 おみくじ工房

〒516-0804 三重県伊勢市御園町長屋693
TEL 0596-22-8686 FAX 0596-22-4705
E-mail info@omikujis.net

検索ワード 検索

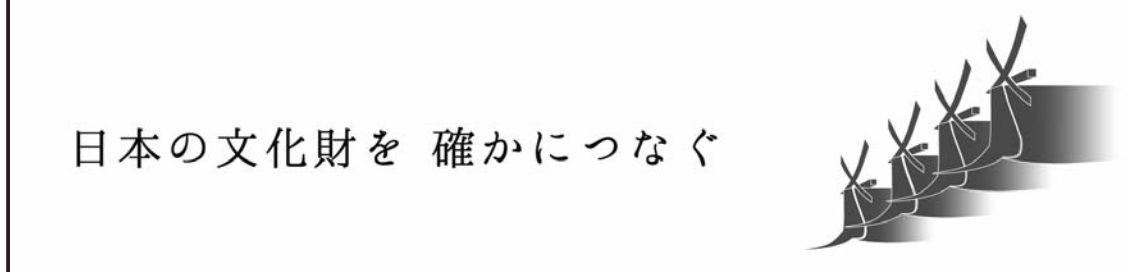
神祭具 授与品 記念品 奉製

神路社 株式会社

本社 〒516-8611 三重県伊勢市岩瀬2丁目5番29号(私書箱第26号)
電話番号 0596-24-5858 / FAX 0596-24-5110
E-mail info@kamijisya.co.jp

神苑(東日本営業所) 〒150-0013 東京都渋谷区恵比寿1丁目26番14号 ACTビル4階
電話番号 03-3280-6720 / FAX 03-3280-6721
E-mail info-tokyo@kamijisya.co.jp
<http://www.kamijisya.co.jp>

日本の文化財を 確かにつなぐ



漆塗・極彩色・剥落止・単色塗・鍍金具・各種工事請負施工(建造物・美術工芸品)

小西美術工芸社 株式会社

東京本社 日光支社
東京都港区芝4-4-5 三田KMビル3F 栃木県日光市所野 2829-1
電話 03-5765-1481 / FAX 03-3455-9250 電話 0288-54-1198 / FAX 0288-54-1196



大切なイメージをカタチにします。
オリジナル授与品・記念品

株式会社 晃和ディスプレイ

東京都目黒区目黒本町3-13-10 〒152-0002
TEL: 03-3792-0211 FAX: 03-3792-0925
ホームページ <http://www.kowa-dsp.co.jp/>



神青協 HP
(会員用 ID: shinsei PASS: hinomaru)

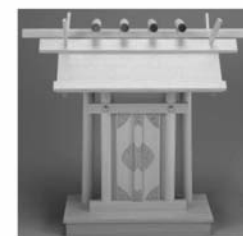


神青協 Instagram



神青協 Facebook

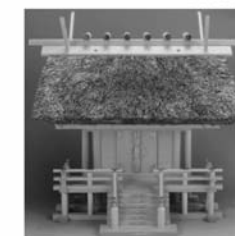
神棚に御札をおまつりし
家内の安全をお祈りいたしましょう



板葺神棚 (中)
外寸: 幅46×高44×奥20cm
内寸: 幅12.5×高32×奥8cm
10,000円 (税込)



洋風神棚
外寸: 幅20.6×高30.6×奥8.2cm
おまつりできる御札 (最大) 角紙
2,000円 (税込)



茅葺神棚 (中)
外寸: 幅57.5×高51.5×奥37.5cm
内寸: 幅21.5×高32×奥8cm
50,000円 (税込)

※茅葺神棚・板葺神棚の大きさは各(大)(中)(小)がございます。他に壁掛け用神棚もございます。
種類・寸法など詳しくはホームページをご覧ください、以下の連絡先からお願いします。

TEL 0596-22-0001 FAX 0596-22-1517 E-mail tsuhan@jingukaikan.jp

Dancing Stone 御守



古くから不浄を払い、運気を高めると言われている光。
ダンシングストーンは、わずかな動きで中石が揺れ続け
眩い光を放ち続けるクロスフォー社の特許技術です。

デザイン、ご利益などご要望に応じてご提案致します。

【お問合せ先】株式会社クロスフォー 新規事業チーム
山梨県甲府市国母 7-11-4 TEL: 057-008-9640 (代表)
Mail: cf.eigyuu.news@crossfor.com



ダンシングストーン御守の輝きはこちらをご覧ください。

奉じる心を大切に 全国社寺 授与品 総合奉産

金襴錦守・絵馬・木札・紙札・記念品・製造販売

京都・吉祥院

東和奉産株式会社



本社
〒601-8348
京都市南区吉祥院観音堂町7
Tel (075) 691-3000
Fax (075) 691-3300
Email info@towahosan.jp
HP <http://www.towahosan.jp/>

北関東営業所
〒319-0323
茨城県水戸市鯉淵町
Tel (029) 297-8077
Fax (029) 297-8076

神社を知ろう

神社検定

日本文化興隆財団事業品のご案内

神社検定の“虎の巻”

『神社のいろは』が待望のマンガ化！



マンガ版 神社のいろは

神社検定に挑戦する童女
ミカンコ（御神子）ちゃん

氏子崇敬者には「見て楽しい！
神職には便利な備忘録！」

神社検定副読本



企画：公益財団法人日本文化興隆財団
発行：株式会社扶桑社

A5判 200ページ
定価 2,200円税込 送料無料で電子版あり

目次

- 第1章 身近な神社のあれこれを知りたい
- 第2章 参拝などの正式作法を知りたい
- 第3章 全国的な神社の由来を知りたい
- 第4章 お祭りについて知りたい
- 第5章 神棚と家のお祭りについて知りたい
- 第6章 お伊勢さんについて知りたい
- 第7章 皇室のお祭りについて知りたい
- 第8章 神社にまつわる制度と歴史について知りたい

ご注文は、インターネット・電話・ファックスで承ります。

『神社のいろは』も好評発売中！



神社検定公式テキスト①

神社のいろは

A5判/184ページ/
定価 1,781円税込・送料無料で参拝作法から、神様、お祭り、歴史までQ&A方式で平易に解説。神道、神社入門書の決定版。

電子版あり

■インターネットの場合

日本文化興隆財団ホームページ
<https://www.nihonbunka.or.jp>
クレジットカード・コンビニ決済が選択できます。

■電話・ファックスの場合

公益財団法人日本文化興隆財団
〒151-0051 東京都渋谷区千駄ヶ谷4-5-10

☎ 03-5775-1145 FAX 03-3475-5805

受付時間/11時～19時（土日祝日を除く）

■会報『神青協』第一三一号

令和三年度

神道青年全国協議会 広報委員会

委員長	吉田 芳樹
副委員長	柳原 永祥
委員	吉武 誠礼
委員	秦 祥岳
担当副会長	湯浅 迪彦
担当監事	猪熊 兼高



神道青年全国協議会
東京都渋谷区代々木1丁目1番2号