

はじめに

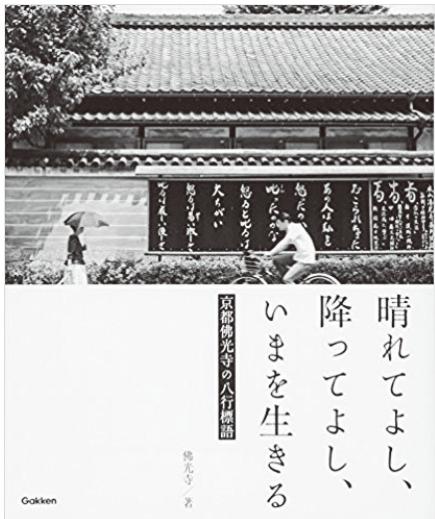
浄土真宗本願寺派総合研究所（以下、総合研究所）では、現代伝道のあり方について研究を続けています。伝道は、お聖教などを通した学び、聞法、学習会の開催などさまざまな方法で行われていますが、昨今メディアなどで注目されるようになつたのが「掲示伝道」です。特に、真宗佛光寺派の本山・佛光寺の「ともしび標語」は、TwitterなどのSNS（ソーシャルネットワーキングサービス）上で話題となり、書籍も販売されています。また、2018年からは仏教伝道協会において「輝け！お寺の掲示板大賞」が開催されています。この企画は、あるSNSへの投稿をきっかけに、新聞やテレビなどで話題となり、2019年も大きな盛り上がりを見せました。

浄土真宗本願寺派では、掲示伝道を行う寺院が7割近くあります。お寺ごとに工夫に富んだ掲示が行われていますが、浄土真宗本願寺派本山の佛光寺には、南門横の掲示板（8枚）に8行からなる「ともしび標語」（八行標語）が掲示されています。この掲示板がSNS上で話題を呼び、メディアなどで大きく紹介され、2015年には『晴れてよし、降つてしまふ』と題して、『いまを生きる』（学研パブリッシャー）として出版されています。総合研究所では、2019年6月に真宗佛光寺派

総合研究所としては、ここ数年「掲示伝道」が人々の関心を集めている要因を探り、1人でも多くの方に浄土真宗のみ教えが伝わるための一助としたいと考えています。

1、佛光寺「ともしび標語」

浄土真宗本願寺派総合研究所
伝道方法研究部会



佛光寺門前の八行標語が美しい写真とともに紹介された『晴れてよし、降ってよし、いまを生きる——京都佛光寺の八行標語』(学研パブリッシング)

晴れてよし、
降ってよし、
いまを生きる
京都佛光寺の八行標語
発光寺著



佛光寺・聞き取り調査の様子。奥が佛光寺派の吉田譲氏。

宗務所・宗務部長の吉田譲氏を訪ね、「掲示伝道」の経緯や対象、効果などについて聞き取り調査を行いました。

● 経緯

佛光寺の標語が注目されるようになつたのは、境内に「D&D」(セレクトショッピングとカフェの併設店)が開店され、若い世代の観光客が佛光寺に多数訪れるようになつたことです。ある時、Twitterに「ともしひ標語」の写真が投稿され、約250,000ツイートされました。

それ以降、テレビ(フジテレビ「めざましアクア」など)や雑誌(『婦人公論』など)の取材を受け、

さらに学研パブリッシングからの依頼で、それまでの標語をまとめて前述の書籍として出版されることになりました。現在も版を重ねているそうです。

こうして制作される8行の標語は、不特定多数の方を対象とし、ご門徒のみに限らない老若男女の方々、これまで仏縁の無かつた方々、他の宗教に所属する方も対象とし、「仏教」あるいは「仏教的世界觀」が伝わることを念頭に制作されています。実際の制作段階では、道行く人に注目してもらうため、季節感を入れたり、社会の動向を反映したり、流行のフレーズを入れたりと、さまざまな工夫が凝らされています。テンポ良く読めること、標語を形で見せること、語り口

● 制作と対象

月替わりで掲げられる標語は、月刊機関誌『ともしひ』の編集スタッフ8名が順番で作成し、吉田氏を交えて検討・決定されています。編集委員は、男性6名と女性2名、出身は関東や関西・九州など各地の僧侶が担当し、年齢も30~60歳代と、幅広い人材で構成されています。そのため、多様な視点から法語が作成でき、忌憚のない意見を出し合って標語の採否や修正を行つてはいるそうです。

月替わりで掲げられる標語は、月刊機関誌『ともしひ』の編集スタッフ8名が順番で作成し、吉田氏を交えて検討・決定されています。編集委員は、男性6名と女性2名、出身は関東や関西・九州など各地の僧侶が担当し、年齢も30~60歳代と、幅広い人材で構成されています。そのため、多様な視点から法語が作成でき、忌憚のない意見を出し合つて標語の採否や修正を行つてはいるそうです。



「絵入り法語印」の例。両堂（阿弥陀堂・大師堂）へ参拝された方に渡され、御堂への参拝に繋がっているという。

は御朱印をいたしませんが、そうした方々に対しても、「法語印」を作成して渡しているとのことでした。これは、吉田氏が、浄土真宗の教えが示された法語と絵と、それに合う絵を複数の形態で提示することにより、これまで仏縁のあった方も、これから仏縁を持たれる方にも「仏教的世界観」に誘う効果があることがわかりました。

別の紙に法語の解説を付けて配布しているものです。

調とすること、オチをつけることなどによつて、教えを聞くことによって開かれてくる世界を表現しているそうです。法

語や経典の言葉をそのままというわけでなく、やわらかい日常語を手書きの筆文字で書くことで、生活の中に仏教があることに気づいてもらうことを意識しているそうです。吉田氏は、活字離れが進む現代において、標語は有効であると強調されました。

○道行く人を堂内へ

佛光寺には、御朱印を求めて来られる方がいらっしゃるそうです。浄土真宗では宗派内の寺院の掲示板や堂内に掲示さ

「法語印」を始めたことで、結果として御堂への参拝者が増加しているとのことでした。また、浄土真宗の書籍を多く出版する京都の書肆・法藏館の依頼で、吉田氏の絵が「絵はがき」として販売されるようになりました。「絵はがき」は、拡大してお寺の掲示板に貼られたり、額に入れて本堂に並べられたりしており、宗派内の関係寺院からの掲示依頼も多いそうです。

佛光寺では、「ともしひ標語」（八行標語）は道行く人を境内に導き、「法語印」は御堂内に導く効果があり、「絵はがき」は宗派内の寺院の掲示板や堂内に掲示さ

2、「輝け！お寺の掲示板大賞」

「輝け！お寺の掲示板大賞」は、お寺の掲示板の写真をTwitterなどに投稿してもらい、標語の有り難さ、ユニークさ、インパクト等について入賞を決定する企画です。総合研究所では、2019年7月に仏教伝道協会で開催された「輝け！お寺の掲示板大賞2019 キックオフイベント」に参加し、その影響と掲示板の効果について学んだ内容を報告いたします。

◎企画の経緯

2018年、公益財団法人佛教伝道協会の江田智昭氏（本願寺派僧侶）の発案により始まったこの企画は、主催の仏教伝道協会が仏教伝道協会大賞・仏教伝道協会賞を設置するほか、仏教系の新聞やネットメディアによる中外日報賞・仏教タイムス賞・彼岸寺賞・フリースタイル賞・寺子屋ブッダ賞・まいてら賞・お寺の窓口賞・お笑い芸人・笑い飯の哲夫さんによる「笑い飯哲夫賞」があります。

当イベント第1部では、発案者の江田氏により、その企画の経緯などが説明されました。2018年7月に掲示板の募集を開始しましたが、当初はなかなか認知されていなかったようです。しかし、7月16日、のちに大賞となる「お前も死ぬぞ 稲尊」が投稿されたことが、大きな反響を呼び、流れが変わったといいます。朝日新聞（2018年8月4日）の記事がYahoo!トップニュースや朝日新聞デジタルLINE版の全国トップニュース

月にはテレビ朝日・タモリ俱乐部（11月24日）で特集が組まれ、以後もTBS・あさチャン（12月7日）、NHK・シブ5時（12月7日）などのテレビ番組で取り上げられました。現在は、ダイヤモンド・オンラインで連載を持ち、1か月間で約30万ページビューを超えているそうです。2019年9月26日には江田智昭氏により、「お寺の掲示板」（新潮社）が出版されました。お寺の門前に掲げられた標語が写真で掲載され、江田氏による解説も付けられています。

◎掲示板の作り方

第2部では、真宗大谷派超覚寺（広島県）の住職である和田隆恩氏と、本願寺派永明寺（福岡県）の住職である松崎智海氏により、「お寺の掲示板のつくりかた」が紹介されました。和田氏は、「お寺の掲示板は、ご自身にとってのお布施（法施や無畏施）の一環であり、またどのようなお寺なのかを知らせる廣告塔の役

割があるとされました。掲示板に示したどれかの言葉が誰かに響くことを念頭に置いて制作しており、毎週日曜日に張り替えていたところ、実際に掲示板を見た人が法事の依頼をしてきたこともあったそうです。松崎氏は、掲示内容に違和感や疑問など「何か引っかかるもの」を入れることで、道行く人を一秒でも止めることがあると述べられました。また、お寺の周縁にある掲示板を活用し、伝道することで、人々をお寺の中に誘導でき、仏縁につながっていくと強調されました。

◎掲示板の効果

第3部では、投稿されたさまざまなお寺の掲示板が紹介されました。江田氏によれば、仏教とは関連の薄いものが投稿されることもあるそうですが、テーマとしては、「自己」をみつめる」「他者との関わり」といったものを表現する標語が多いといいます。さらに、日本のみならず、台湾・中国系のメディアでも取り上



2019年9月に発刊された江田智昭氏『お寺の掲示板』(新潮社)



仏教伝道協会にて開催された「輝け！お寺の掲示板大賞2019キックオフイベント」の様子。

げられており、日本に限定しない効果や反響があるそうです。

本イベントを通して、「掲示伝道」は、

道行く人に対して、仏教や真宗の教えに何らかのエンパシー（共感）を感じる要素や機会を作り出すことで、個人をお寺の境内へと促すのみならず、さらにその個人から異なる人々へと縁が広がつていくきっかけとなることが明らかとなりました。

なお、佛光寺の「ともしび標語」（八行標語）や「輝け！お寺の掲示板大賞2018」については、『伝道』第91号に特集「掲示伝道の極意」として紹介記事がありますので、そちらもご参照ください。

3、本願寺派での取り組み

ここまででは、佛光寺や仏教伝道協会の取り組みを紹介し、「掲示伝道」が話題となっている要因と効果について確認してきました。これらを踏まえて、本願寺

派での取り組みの可能性について考えてみたいと思います。

◎「掲示伝道」の意味

浄土真宗本願寺派では、2000年にブックレット基幹運動No.12『掲示伝道』（現在は絶版）を発刊し、文書伝道の一環としての「掲示伝道」の重要性を示した上で、いくつかの事例や掲示伝道用文案を紹介するなどしています。本書の第4章には、「掲示伝道がもたらすもの」として、「寺院の活性化」と「聞法の充実」が挙げられています。前者は、寺院外に発信することによってもたらされる効果です。お寺が活動していることを対外的に示すことや、短くわかりやすい言葉を通して道行く人が仏法に出遇う機縁となります。後者は、寺院内での効果です。掲示板は、住職だけが掲示できるというわけではなく、門信徒組織や教化団体が掲示することも可能です。あるいは、お寺に掲示してあるものをきっかけに、日常の中で仏法に触れ、浄土真宗の

ここまでは、佛光寺や仏教伝道協会の取り組みを紹介し、「掲示伝道」が話題となっている要因と効果について確認してきました。これらを踏まえて、本願寺

み教えが日常会話の中で味わわれることにつながります。

はじめは一方通行かもしませんが、寺族・門信徒を問わず、ともに「掲示伝道」を作り、読み、味わい、語り合うことで、多大な影響力を示すことになります。SNSを通してこうした現象が起きているのが、佛光寺の「ともしび標語」（八行標語）であり、仏教伝道協会の「お寺の掲示板大賞」なのです。

●「掲示伝道」を行う寺は多い
はじめに述べたように、浄土真宗本願寺派においては、「掲示伝道」を行う寺院が多くあり、寺院の諸活動のうち最も割合の高い数値となっています。ここ数回の宗勢基本調査の結果を確認してみましょう。

- | | |
|---------------|---------------------|
| 第8回（2003年実施） | 掲示伝道66・4%、文書伝道42・5% |
| 第9回（2009年実施） | 掲示伝道67・0%、文書伝道48・2% |
| 第10回（2015年実施） | 掲示伝道69・2%、文書伝道47・5% |

（それぞれ、各回の宗勢基本調査報告書参照）

7割近い数値が示されていることは、長年にわたって、各寺院で伝道に尽力されてきたことの現れといえます。第8回

報告書では、第1回が40%台、第5回と7回が60%台であって、活動率が上昇傾向にあること、また農山漁村と比べると相対的に市街地寺院で活発に行われていることが示されています。第9回報告書では、第8回の調査時とほぼ同様の実施率となっていることから、宗門寺院における伝道活動として定着している活動であると述べられています。そして、直近の第10回報告書では、第9回と比較すると約2ポイント数値が下がっていますが、教区別みると、北豊・鹿児島・沖縄で8割、北海道・東海・滋賀・大阪・備後・安芸・山口・福岡・佐賀・長崎で7割をそれぞれ超え、東京教区は69・3%となっています。教区によってバラツキはありますが、これまで積極的に活

●これからのお寺の「掲示伝道」

現在、佛光寺の標語や「輝け！お寺の掲示板大賞」が注目を浴びている要因を考えてみると、SNSの影響を無視できません。SNS上でさまざまな言葉が共有されることで、これまでとは異なる状況が生じてきています。従来、お寺での掲示物について、見た人の直接の反応を窺うことは難しい面がありました。親しいご門徒であれば何らかの反応を窺う機会があるかもしれません、それ以外の方の反応は、好印象・悪印象・無関心を問わず、わからない状態にあります。それが、お寺の掲示板を見た人が「いいな」と思った標語がSNSに投稿され、実際に見ていない人にも届けられることによって、掲示物に対する具体的的

用してきた地域ではより親しみやすいものを、あまり用いていない地域ではこれまでと異なる方法として用いることで、「掲示伝道」の有効性をさらに發揮できる可能性があります。

な反応を窺うことができるようになったのです。短いけれど大切な言葉を通して、私たちの生活の中に仏教があることを実感し、その世界観を多くの方と共感する。佛光寺や仏教伝道協会の取り組みによって明らかとなつたのが、こうした「不特定多数」の方の掲示板に対する反応でした。佛光寺の「ともしび標語」（八行標語）や、「輝け！お寺の掲示板大賞」での標語などは、境内の外の「不特定多数」の方に呼びかけるものであり、SNS上で拡散することで、多くの方がお寺に親しんでいたときっかけになります。掲示板制作者にとっても、どのようないかがつています。

SNS上で拡散することで、多くの方がお寺に親しんでいたときっかけになります。掲示板制作者にとっても、どのようないかがつています。

その一方で、掲示する場や対象を明確に設けることで、異なる効果も期待されます。現在の「掲示伝道」は、「だれか響く人がいるだろう」ということを前提として、全世代を対象とした伝道と位置づけることができます。それに加え、例えれば、法事をする世代向け、その子世代向け、孫世代向けなど、明確な設定とそれに対応した掲示の場を設けることで、先に示した「掲示伝道のもたらすもの」がより豊かに展開されるのではないでしょ

うか。「掲示伝道」の可能性は、境内の

例えはお寺には、石碑や看板・広報板など長期間に及ぶ掲示物もありますが、「掲示伝道」にはそれらと異なる役割があることに起因しています。それは、「頻繁に張り替え可能」という点です。この利点を活かして「不特定多数」の人にお呼びかけることで、まずはより多くの人にお寺の境内に入つていただき、仏縁を結ぶきっかけとしていただく。これが、これから「掲示伝道」において大切にすべき視点となります。

総合研究所としては、まずはお寺に入ることを促し、さらにお寺の活動に参加しながら仏教や浄土真宗のみ教えに親しんでいただくという、「掲示伝道」をきっかけとした2つの可能性について、今後も追求していきたいと考えています。

○伝道の歴史に学ぶ

文書伝道の歴史を振り返ると、親鸞聖人の「御消息」や蓮如上人の「御文章」など大切なものがあります。有縁の人々が寄り集まつて、お手紙の形で示された淨土真宗のみ教えを読んだり聞いたりされてきた伝道のあり方が、現代に継承されています。また、現代の「掲示伝道」とはやや趣きが異なりますが、大切な法語は掛け軸などの形で見えるようにされてきた歴史もあります。親鸞聖人は、大切なお聖教の言葉を本尊や影像などの

外にある掲示板だけでなく、本堂内や境内各所に適切な形で掲示することで、その空間に入つた方に対してもより具体的なアプローチができます。

外にある掲示板だけでなく、本堂内や境内各所に適切な形で掲示することで、その空間に入つた方に対してもより具体的なアプローチができます。

上下部に讃銘として示されました。蓮如上人は、親鸞聖人の『教行信証』の中から大切な「正信念仏偈」や「御自釈」のご文を抜き出して書写し、二対の軸装（掛け軸）にして門弟に授けられました。あるいはご自筆の「御文章」を門弟に授与したものが軸装として多く伝えられています。これらは、当時の門弟の方々に對して、浄土真宗のみ教えの要となるご文を視覚的に知らせるもので、親鸞聖人や蓮如上人が多くの地域の人々に説き広められた浄土真宗のみ教えを、正確に、わかりやすく伝えることのできる効果があつたことと推察されます。

こうした歴史が重ねられてきたことを顧み、多くの方をお寺の中に導くための「掲示伝道」と、お寺の本堂に参拝された方に浄土真宗のみ教えを伝えるための「掲示伝道」、この双方を充実させていくことが、今後、寺院や僧侶に求められています。

おわりに

総合研究所では、より多くの方に浄土真宗のみ教えを伝え、親しんでいただきために、現代伝道の一環として「掲示伝道」に着目して研究を行っています。今は、今、注目が集まる、佛光寺の「ともしひ標語」や「輝け！お寺の掲示板大賞」の調査報告を通して、「掲示伝道」の可能性について探りました。

これまで、多くのお寺で、手書きのもの、絵入りのもの、印刷された法語など、多種多様なものが掲げられてきましたが、「掲示伝道」の効果は、SNSなどによつて新たな反響を呼ぶ時代になりました。これまで仏縁の無かつた方々にお寺の中に入つていただくための方法の一つとして「掲示伝道」を活用するとともに、お寺にお参りいただいたご門徒の方々に浄土真宗のみ教えをわかりやすく伝え、それを以後のお寺への参拝や法事・月忌参り、日々のおつとめなど、具

（報告者：富島信海）

i 各賞については、「輝け！お寺の掲示板大賞2018」HPにて参照できます。<http://www.bdk.or.jp/kagayake2018/publication.html> 参照（閲覧日：2019年10月31日）。なお、2019年12月には「輝け！お寺の掲示板大賞2019」も発表されました。こちらも仏教伝道協会HPにてご参照いただけます。