

へ「伝える伝道」から「伝わる伝道」へ①

新型コロナウイルス感染症流行下での模索

——より多くの方に届けるために——

浄土真宗本願寺派総合研究所

浄土真宗本願寺派総合研究所では、現代伝道のあり方について調査・研究を行っています。二〇一七年・二〇一八年に実施された「浄土真宗に関する実態把握調査」（真宗教団連合）によれば、浄土真宗で重要な言葉の認知度や理解度が低く、知っていたとしても誤って認識している場合があるという厳しい結果が示されています。特に将来を担う若い世代への伝道に大きな課題があるということができません。

宗門では、二〇二三（令和五）年に親鸞聖人御誕生八五〇年・立教開宗八〇〇年慶讃法要をお迎えいたします。このご縁を前に、より多くの方にみ教えを届けるためにも、「伝える伝道」から「伝わる伝道」へと本質的に転換し、親鸞聖人のみ教えを正しく、わかりやすく、ありがたく伝えることが求められています。そのためには、「伝わる言葉」の創出や、言葉や情報を伝えるための新たな「コミュニケーションツール^{*1}を活用した伝道方法の確立が急務となっています。

今号では、「新型コロナウイルス感染症流行下での模索——より多くの方に届けるために——」をテーマとして、メッセージポスターやSNSを用いた新たな試みの進捗について報告いたします。なお、本文中の用語（※1～5）については、最後にまとめて註に示していますので、適宜ご参照ください。

1、新型コロナウイルス感染症流行下での発信

総合研究所では、『宗報』二〇二〇年四月号において、SNS

S（ソーシャル・ネットワーキング・サービス^{*2}）などを活用した新たな伝道方法として、「掲示伝道」が注目を集めた要因や可能性について報告しました。現在も、新型コロナウイルス感染症

症が世界に拡散し、仏教界にも大きな影響を与え続けており、全日本仏教会や真宗教団連合、そして各宗派本山などは情報をまとめ、新型コロナウイルス感染症に対する声明やガイドラインなどを発信しています。これらは、安心安全のために延期や中止の判断をも念頭におきつつ、仏事・法事・葬儀・法座などを安心して執り行うために、国や自治体などによって示された感染対策に基づいて制作されたという性格のものが多かったようです。

宗教者から発信されるものごとには、「教えを伝える」ことが根本にあります。これまでもさまざまな媒体で「ここに響く言葉」が発信され、あるいは「教えを伝える」ためにお寺に人々を招いて仏事・法要や行事・イベントなどが行われてきました。

しかし、新型コロナウイルス感染症が拡大する中では、まずは「安心・安全」、そして「不安の拡大を防ぐ」ことが優先され、寺院の法座や研修会なども中止・延期を余儀なくされました。一方で、「集まらない」状況の中での工夫が求められ、配布物やポスター、SNSや動画配信などによる伝道が盛んに行われるようになりました。病気への不安、感染への不安、差別や偏見への不安などさまざまな「不安」が実感として世の中に広がる中で、宗教者からのメッセージは人々に届いたのか。心の安寧に繋がるような有効な発信ができていたのか。こうした課題は、今後、検証されていくべきでしょう。

2、「コロナポスター」から見える課題

日本で初めて緊急事態宣言が発出された最中に取り組まれたのが、「新型コロナウイルス感染症拡大に伴うすべての人へのメッセージポスター」でした。『本願寺新報』と宗派公式ウェブサイトに公開されたこのメッセージポスターは、二〇二〇年五月から十二月にかけて毎月公開されました。このポスターの紙面やメッセージ文は、各お寺での掲示やSNS上での転載などが盛んに行われ、法話や研修会などさまざまな場面でも活用されました。

メッセージポスターでは、毎回、一般生活者を対象としたアンケートが実施され、その結果と分析が『宗報』に報告されています。一般生活者の感想を直接聞いたものであり、ここから「伝わる伝道」に向けた課題を抽出することができます。

アンケートの分析では、例えば二十代の方で、メッセージ文の意味が「とてもよくわかった」と答えた方が0%という結果が出るなど（『宗報』二〇二〇年七月号）、厳しい結果が示されています。そして、次のような課題が導き出されます。

- ・ 二十〜五十代の理解度が顕著に低い
 - ・ 仏教や真宗の専門用語を使うと急激に伝わらなくなる
 - ・ 日常的な言葉を用いても、容易に伝わるわけではない
- 伝道においては、人々に「教えたい」「紹介したい」「説明したい」という宗教者側の思いから取り組まれることが多いことと思いますが、その反面、「なにが」「だれに」「どう」伝わっ

ているのかの反応はなかなか得られず、曖昧な感覚に留まっていたことは否めません。一般生活者の率直な反応を通して、「伝えたい」という思いだけでは、「伝わらない」という現実が数字として明らかになりました。

み教えを正しくわかりやすく伝えていくためには、「一方的な語り」では不十分であり、読み手・聞き手はどんな言葉にどのような反応しているのかを知ることが大切であることが、はつきりと示されました。

3、公式インスタグラム

新型コロナウイルス感染症の影響が続き、以前のように人がお寺に集まらない中で、二〇二〇年八月に新たに「伝わる伝道」の具体的取り組みの一つとして始められたのが、宗派公式インスタグラム (nishi-hongwanji) です。二〇二一年八月にはフォロワー数^{*4}が七千人を超え、宗派・本山関連で最も多いSNSの一つとなっています。

SNSとしては、フェイスブック (Facebook) やツイッター (Twitter)、ライン (LINE) などが有名であり、現在、宗派・本山では、さまざまなSNSを開設しています。インスタグラム (Instagram) は「インスタ映え」という言葉に象徴されるように、写真の投稿がメインです。宗派公式インスタグラムでは、本願寺の美しい写真や、浄書担当者による筆文字の法語、写真や法語についてのわかりやすい解説や味わいなど、投稿が随時行われています。二〇二一年一月の御正忌報恩講法要の時

期には、五十年前の立教開宗慶讃記念版画(徳力富吉郎作・京都徳力版画館蔵。『宗報』八九〜一〇〇号(昭和四十六〜四十七年)に掲載)による「親鸞聖人の生涯」が投稿されています。さまざまなコンテンツを組み込むことで、本アカウントの投稿に気づいた人々の心に響くことを目指し、日々更新されています。

インスタグラムをはじめとするSNSでは、閲覧者の反応をさまざまな数字でうかがうことができます。宗派公式インスタグラムでは、三十代から五十代のフォロワーが多く、前述の「ボスター」で課題として浮上した年代にも届いているという点で、今後の伝道において有効なツールといえます。

インスタグラムでは、それぞれ投稿毎に、閲覧回数、「いいね！」を押した人の数などがわかります。例えば、写真一枚を投稿したとき、それに気づいた人、気に入った人などが、

- ・「いいね！」ボタンを押す
- ・投稿をシェア^{*5}する
- ・投稿を保存する

など、さまざまな反応をします。インスタグラムにおいては、「いいね！」は発信者と登録者・視聴者との「絆」を示すものと言われ、「絆」が深ければ、さまざまな反応が得られ、フォロワーや閲覧者が増えていきます。そこで「いいね！」の反応を投稿内容別に紹介したいと思います。

①写真

インスタグラムで最も重要なのが写真です。その特性にあわ



せて、仏教・真宗に興味を持っていただくために、本願寺の境内地を中心としてプロのカメラマンが撮影した写真がアップされています。写真では、次のような投稿の「いいね！」数が多くなっています。

・廊下を歩く僧侶……917いいね！

(二〇二〇年十二月二十一日)

・花まつり ……2252いいね！

(二〇二一年四月八日)

・唐門の麒麟 ……1076いいね！

(二〇二一年五月十日)

・大賀蓮 ……1235いいね！

(二〇二一年六月二十九日)

本願寺の美しい建造物や季節感が伝わるもの、そして僧侶の日常の姿などが高い数字となっています。本願寺の今が伝わり、お寺の中で人々が生きていることが伝わったものに多くの

関心が寄せられていると考えられます。



②親鸞聖人のことば

毎月十六日には、国宝「安城御影」（本願寺蔵）の画像とともに、次のような「御消息」や『歎異抄』などの親鸞聖人のことばを紹介しています。

・「世のなか安穏なれ 仏法ひろまれ」（『親鸞聖人御消息』）
人はみなつながっている。そう気づくことで、世界はもっと安らかで穏やかになる。ひろまれ、仏法っ！！

……954いいね！ (二〇二一年八月)

・「一切の有情はみなもつて世々生々の父母・兄弟なり」

（『歎異抄』第五条）

目の前の家族だけが家族なのではない。すべての命あるものは、いつかどこかで親子や兄弟だった。

……899いいね！ (二〇二一年七月)

・「遇いがたくしていま遇うことを得たり」

〔「教行信証」総序〕

人生がひっくり返るほどの出会いがある。出会えて本当によかった。

……873いいね！

（二〇二一年五月）

各月の「いいね！」数は左下の図のように推移しています。

二〇二一年四月以降は、開設当初と比べると倍以上の「いいね！」数となっています。フォロワー数の増加とともに次第に親鸞聖人のことばが届くようになり、各投稿の「いいね！」数の増加にも繋がっています。

なお、公式インスタグラムは、おおよそ次のような推移でフォロワー数が増加しています（参照「フォロワー数の推移」）。フォロワー数が4000から5000近くとなった頃から、「いいね！」数が増加しています。今後のフォロワー数の増加により、さらに多くの方に響くことが期待されます。

③法語

毎週1〜2回投稿されているのが「法語」であり、浄書担当者による筆文字を基本として、短い仏教語や釈尊のことばなど、仏法や浄土真宗のみ教えがわかりやすい言葉で綴られる内容です。例えば、二〇二一年六月〜七

月の投稿（釈尊のことば）では、

・「幸福はたくさんの人と分け合っても減らない」

〔「四十二章経」〕

……932いいね！

（二〇二一年六月三十日）

・「自らを愚かであると思える人こそ賢者である」

〔「ダンマパダ」六三偈〕

……918いいね！

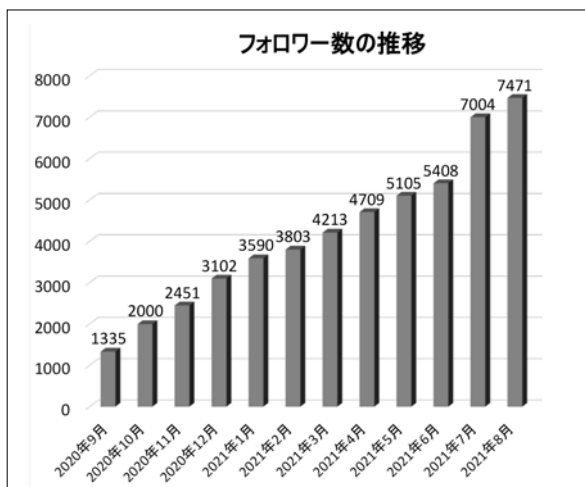
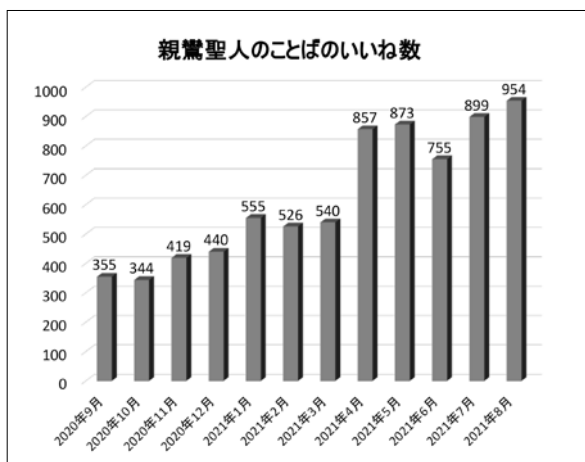
（二〇二一年七月十四日）

・「怒らないことによって 怒りに打ち勝て」

〔「ダンマパダ」一一三偈〕

……975いいね！

（二〇二一年七月二十一日）





といずれも900を超える「いいね!」となつています。

写真の解説や法語には、国際伝道担当者による英訳も付されており、海外のフォロワー数も増えつつあります。

④ 仏教マンガ『ヤンキーと住職』

二〇二一年七月以降、新たなコンテンツとして投稿されているのが、浄土真宗本願寺派の僧侶であり、マンガ家である近藤丸氏による仏教マンガ『ヤンキーと住職』です。

各投稿回の「いいね!」数は次のようになっていきます。

・ 第一席「天上天下唯我独尊」(二〇二一年七月十日)

……………1984いいね!

・ 第二席「諸行無常」(二〇二一年七月二十日)

……………2165いいね!

・ 第三席「卑下慢」(二〇二一年七月三十日)

……………1705いいね!



・ 第四席「娑婆」(二〇二一年八月十日)

……………1338いいね!

これまでとは異なるコンテンツでの投稿が始まり、異なる層の方の興味を引いたことから、フォロワー数や「いいね!」数が大幅に伸びていることがうかがえます。例えば、第2回の投稿ではリーチ数(投稿を見た人の数)が30923(83%がフォロワー外から)、インプレッション数(投稿が表示された総回数)は32706といずれも3万を超え、多くの方に見られていることが明らかになりました。一つひとつの数字の関連性は推測に過ぎない部分もでてきますが、こうした高い数字は、他の投稿の閲覧・いいね!数や、フォロワー数の増加に繋がっていると考えられます。

このように、写真を中心に本願寺の今を伝え、さまざまなコンテンツを組み合わせることで、多くの方の反応が得られるよ

インプレッション数（総閲覧数）トップ15



うになってきました。SNSで投稿される内容は、毎週開催される会議において迅速に決定されます。さまざまな部署が垣根を越えて連携をとりつつ、外部人材を交えながら、写真・デザイン・マンガなどが作成・投稿されています。宗門内外のさまざまな人材がそれぞれの専門性を活かして関わりあうことで、質の高い本願寺の写真を届けることが可能となり、「この言葉は一般生活者に伝わるのか」という視点で対話や議論を重ねることで、専門用語からわかりやすい言葉への転換が図られています。「これでは伝わらない」という危機感が「伝わる言葉」の創出を後押しし、現代に生きる人々の生活の一部として広く親しまれているコミュニケーションツールを活用することで、これまでではなかなか仏教の教えが伝わらなかった方々にも、国や地域、年代を超えて、仏法や親鸞聖人のみ教えが伝わる可能性が広がってきています。

4、SNSを入り口として

新型コロナウイルス感染症の拡大以前から、み教えがなかなか「伝わらない」という課題は指摘されてきましたが、集まることもままならない現実、「伝える」機会が失われるという現実を前にした私たちは、一般生活者、教えを聞く側の視点をこれまで以上に大切にしていかなければなりません。

新型コロナウイルス感染症拡大にもなって始められた「ポスター」、そしてSNS（インスタグラム）を活用した伝道を通して、極端に浄土真宗のみ教えが伝わらない世代があることが明瞭となり、その世代に繋がるツールとしてSNSの活用が有効であることがわかりました。不特定多数の方への投稿によって、これまでお寺に縁の無かった方も含めて、何らかの反応が得られることがSNSの利点です。これまでの「掲示伝道」の課題と同様、「素通り」される方もいらっしゃるでしょうが、一度「絆」を結んだ方が次の行動を示す姿も確認できます。一方通行の「伝える」ではなく、それに気づいた人々が反応（「いいね！」など）を示し、次のアクション（投稿のシェアや保存など）へと繋がっていきます。こうして築かれていく「双方向性」は、これからの伝道において最も注視すべき事ではないでしょうか。そのアクションが容易にうかがえるのもSNSの利点でもあり、宗派公式インスタグラムでは、「いいね率」にも着目して運営が進められています。「いいね率」とは、のべ閲覧数に対する「いいね！」などの反応の割合を示した数値のことです。

す。一般的なインスタグラムの平均「いいね！率」は4%程度と言われていますが、宗派公式インスタグラムでは、昨年度末（二〇二二年三月末）時点で平均の「いいね！」獲得率が14%という高い数字となっています。

本願寺の美しい景観や心に響く言葉を見聞きする。その反応は、継続して投稿を閲覧し、繋がりのある人に届き、そして実際にお寺を訪れるなど具体的な行動に結びついていきます。そして、お寺を訪れた方は、境内の雰囲気や味わい、堂内でお経やお念仏の響きを感じ、心静かにみ教えを聞いていく。その繰り返しですが、より深くみ教えを味わい、お念仏の慶びを他の人とともにする豊かな生き方に繋がっていきます。

私たちが先輩方から受け継いできたみ教えを、今の世代、未来の世代に繋いでいくためには、デジタル空間を有効に活用する必要があります。ただ、SNSなどはあくまでもツールですから、「何を伝えていくのか」、「何が求められているのか」を常に考えていくことが重要です。今回紹介したこれらの取り組みを通して、SNSのみならず、アナログ、デジタル、紙、音声などさまざまな方法を組み合わせながら、多くの人々との出会い、関係を結び、味わいや慶びをもたにしていけることが「伝わる伝道」であることを確認できました。今後ともみ教えや言葉を伝えること、そしてそれに共感した人々がお寺に来られたときに何ができるのかを常に念頭に置き、「伝わる伝道」に取り組みんでいきたいと思えます。

（総合研究所教学伝道研究室 現代伝道研究担当）

※文中の「インプレッション数」「いいね！数」などは、二〇二二年八月三十一日正午時点のものです。

【本文中で用いた用語について】

- ※1 コミュニケーションツール……意思や情報を伝達するための道具のこと。従来は電話やメールが主流であったが、デジタル化の進展に伴って、ツイッターやインスタグラムなどSNS（※2参照）の利用者が増えてきている。
- ※2 SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）……人と人との社会的な繋がりを維持・促進するさまざまな機能を提供する、会員制のオンラインサービス。インスタグラム(Instagram)、フェイスブック(Facebook)、ツイッター(Twitter)、ライン(LINE)などの利用者数が特に多く、スマートフォンやパソコン、タブレットなどさまざまな媒体で閲覧・投稿などを行うことができる。
- ※3 宗派公式ウェブサイト……浄土真宗本願寺派が運営する公式Webサイトのこと。浄土真宗のみ教えや浄土真宗本願寺派（西本願寺）に関するさまざまな情報を、広く宗門内外に提供している。 <https://www.hongwanji.or.jp/>
- ※4 フォロワー……SNS（※2参照）において、投稿内容を見ることができるよう登録した人のこと。
- ※5 シェア……投稿内容を見た利用者が、その投稿を転載して、他の利用者にその内容を伝達して共有すること。

浄土真宗本願寺派
公式Instagram



nishi.hongwanji