

〈新型コロナウイルス感染症に関する対応〉

## メッセージポスターの公開と活用について(2)

浄土真宗本願寺派では、新型コロナウイルス感染症に関する対応の一環として、「新型コロナウイルスの感染拡大に伴うすべての人へのメッセージポスター」を作成しています。メッセージポスターは、『本願寺新報』に掲載されており、より多くの人にメッセージが届くよう、浄土真宗本願寺派HPにも公開し、ポスターデータやメッセージの詳細を掲載しています。前回（『宗報』2020年7月号）は第1回・第2回公開分について報告しました。今回は、第3回公開分について報告いたします。

### 第3回ポスター

第3回は、横置き『生きて死ぬのちを 生きている』と、縦置き『父さん 母さん 来たよ』『新しい生活は「和顔愛語」で』の3つを公開しました。

第2回と同様、QRコードを活用して、HP上に【メッセージ文について】として、解説文を掲載しています。ぜひともご参照ください。

### ●第3回アンケートを実施

第3回のポスターにつきましても、引き続き簡単なアンケートを実施し、一般の方の率直な反応を聞いています（2020年7月、インターネット調査会社を利用して実施。回答数は1000名）。

私の言葉は、第2回入りの「新文庫」の一冊をもちこんだものです。読者様の中には「読者の反応も、多くの人がお応えのことを受けて、上はこれをお題になりました。

いま私は、世界中で新型コロナウイルスに感染して多くの方が亡くなっておられることを思う、たいへん願しい言葉です。しかし、読者上人は、決して、亡くなった方やその御霊の心算を無視するわけではなく、亡くなった御霊の御心算のこととしてこのようにお話をうかがったのであります。

生まれてきたのは、必ず死んでいくという、いのちの現実を被る（被る）ことなのです。

しかし、その現実を受け止められないのが人間の境です。そのような私ではあることを見取り、そのまますぐで救うと今ここで死んでおられるのが、阿彌陀如来という仏さまの御姿です。そのように御姿の御心に届くことこそが、読者のお心算を見ながら、生きて死ぬのちを驚かさない生きていく道があります。

・本願寺新報2020年7月1日号掲載  
・2020年6月26日HP公開

調査内容は、「メッセージポスター（『生きて死ぬいのちを生きている』）が、一般生活者の心に響いているかを尋ねたもので、また言葉の意味が伝わっているかも併せて聞いています。なお、年齢層と



新しい生活は「和顔愛語」でおだやかな顔とやさしい言葉

少しでも「安心して生活・活動を行っていただくために、ガイドラインを作成いたしました。ポスターのデザインとメッセージの調整とともに、ホームページに掲載しています。



父さん 母さん  
来たよ  
「よく来てくれたね」

浄土真宗本願寺系（西本願寺）

性別については、割合が均等になるように指定して調査を行いました。

〔調査対象〕 一般生活者1000名

①ポスター全体の印象

メッセージポスターが心に響いたかどうかを聞いたところ、次のような結果となりました（図1は年代別割合を示したものの）。

- ・とても響いた……………6・8%  
（前回6・4%）
- ・響いた……………33・3%  
（前回25・0%）
- ・あまり響かなかった……………38・7%  
（前回44・4%）
- ・まったく響かなかった……………21・2%  
（前回24・2%）

第2回のアンケート（『宗報』2020年7月号参照）では、「とても響いた」6・4%・「響いた」25%と、約3割の方に届いたという結果でした。今回は、「と

<年代別>

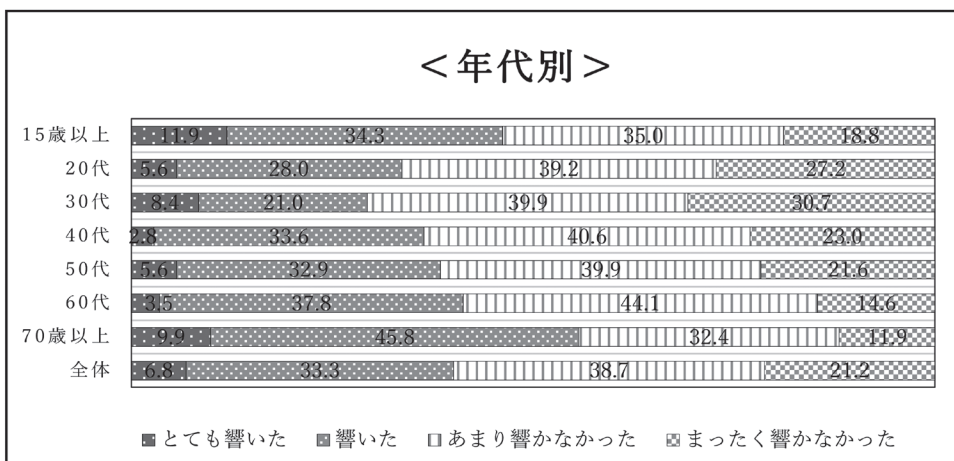


図1 ポスターが心に響いたか

でも響いた」「響いた」を合わせると約4割に達し、約10ポイント上昇しています。ただし、残りの6割の方に響かなかったという事実は、重く受け止める必要があります。その内実を知るため、年代別の変化に注意してみたいと思います。

年代別では、前回は20代・50代の世代にあまり響いていないという結果でしたが、今回も同様の傾向が見られます。特に30代は、「とても響いた」「響いた」と答えた方の割合が年代別で最も低い数字となったことに加え、「まったく響かなかった」と答えた方が、唯一3割を超えています。厳しい結果が出ていると言えます。

また、前回は60代以上としていましたが、今回は60代と70歳以上に分けて聞いたところ、少し傾向が異なることが見えてきました。70歳以上は、「とても響いた」「響いた」が合わせて約55・7%と、年代別で最も高い割合となりました。一方、60代では、「響いた」と答える割合

が2番目に高く、「まったく響かなかった」と答えた方も14・6%と比較的少ない反面、「あまり響かなかった」と答えた方が最多の44・1%に上りました。30代・50代だけでなく、60代にもなかなか響いていないことが、60代と70歳以上に分けることで判明しました。

②言葉の意味はわかったか

言葉の意味はわかったかどうかを聞いたところ、次のような結果となりました(図2は年代別割合を示したものの)。前回の結果と合わせて示しておきます。

- ・とてもよくわかった……12・7% (前回4・6%)
- ・わかった……55・8% (前回24・8%)

- ・あまりわからなかった……20・3% (前回43・0%)

- ・まったくわからなかった……11・2% (前回27・6%)

「とてもよくわかった」「わかった」を

合わせると約7割となり、ポスターで伝えようとしている内容が、一定程度理解されている様子が窺えます。年代別でも、少なくとも6割以上に伝わっている結果となっています。

ただし①で見たように、ポスターが心に「響いた」と答えた方は約4割でしたので、2・3割程度の差があります。本アンケートだけではわからない部分もありますが、「言葉の意味はわかったがポスターの内容が響かない」という方が一定数いると考えられ、そうした方々に「伝わる」メッセージを発信することも今後の課題の一つです。1回のポスターで万人に伝えることはなかなか難しいことですが、継続してメッセージを発信する中で、さまざまな年代の方にアプローチ・調査し、わかりやすく伝えていくことが求められます。

なお、今回は、ポスター内でメッセージの意味を理解していただくため、ポスター左寄りに解説文を付しています。参考までに、解説文を読む前後の比較も

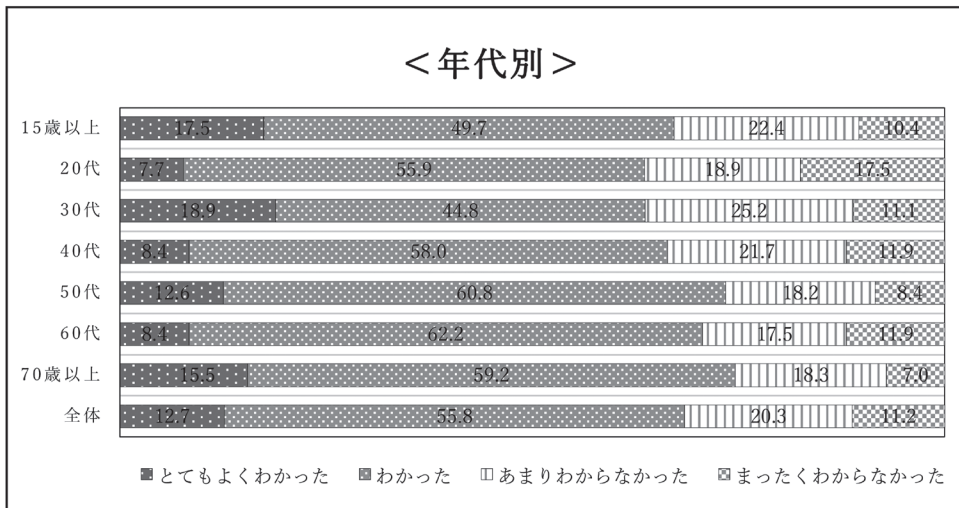


図2 言葉の意味はわかったか

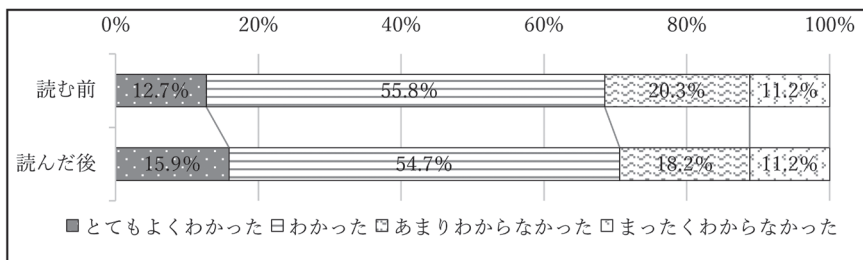


図3 解説文読前・読後の理解度

行っています（図3）。「あまりわからなかった」が減り、「とてもよくわかった」が約3ポイント増えていることから、解説文によって、やや理解が深まったことがわかりました。

### 今後の取り組みに向けて

今回は、浄土真宗の重要な用語などを使っていないメッセージであり、その分、意味を理解して下さる方が約7割となりました。しかし、このメッセージポスターのみで仏教の教えを全世代の方に十全に伝えることは難しいことです。今回は、ポスターの一部に解説文を載せ、またこれまでと同様にQRコード先のHP上にも【メッセージ文について】として、詳しく内容を掲載しています。さまざまな手段を用いながら、メッセージポスターの背景には仏教の教え、浄土真宗の救いがあること、そして、生死を超える道があることを、わかりやすく示していくことが求められます。このポス

ターをきっかけとして、こうしたことが議論されることも、浄土真宗の、今、そして未来にとって重要な意味を持つことと思います。

突然病に襲われ、死への不安に直面し、誰しもが「生きることの意味」を考えさせられている今だからこそ、「生きて死ぬいのち」のあり方を見つめ直し、お寺が、僧侶が、多くのいのちとともに心豊かに生きていくために動いている姿を見せていく。そのためにも、まずは、

仏教の教え、浄土真宗の救いに関心を持つきっかけをつくり、お寺やお墓にお参りする中で、仏さまの声を聞き、つながりを大切に生きていく世界があることを、広く伝えていくことが必要です。寺院・僧侶のみなさまにおかれましては、ポスターの活用を含め、さまざまな工夫で、「伝わる」伝道を進めていただきたいと思います。

なお、『宗報』2020年7月号でもお知らせしておりますが、第3回分の公開と併せて、「法事・法要 勤修のため

の留意点（ガイドライン）」（門信徒向けと僧侶向けの2種）をHPに公開しております。新型コロナウイルス感染症は、未だ終息の見通しがたない状況であり、地域によっては取り組みが難しいところもあることと存じますが、十分な感染予防を行いつつ、できることから、仏事の勤修、そして伝道教化を進めていただきたいと思います。

「新型コロナウイルスの感染拡大に伴うすべての人へのメッセージポスター」は、『本願寺新報』および浄土真宗本願寺派HP「新型コロナウイルス感染症（COVID-19）に関する対応について」（<https://www.hongwanji.or.jp/news/cat5/000816.html>）に掲載しています。ポスターのQRコードから、データのダウンロード、メッセージ文の詳細および「法事・法要 勤修のための留意点（ガイドライン）」を確認できますので、併せてご活用ください。



ポスターのデータと  
メッセージの詳細は  
ホームページに掲載しています。

### 浄土真宗本願寺派 HP

「新型コロナウイルスの感染拡大に伴うすべての人へのメッセージポスター」QRコード

※ QR コードは株式会社デンソーウェブの登録商標です



メッセージポスターの掲示例

第1回・第2回公開分



第3回公開分 (左・右)