



表紙 「さつまいも」

おおぞね りくと [小木津聖徳保育園]

東京教区教化委員会報 ネットワークナイン

発行日 2020年9月1日

編集 教化委員会広報・出版部門

「ネットワークナイン」班 編集員

総編集長：本田 彰一（東京1）

チーフ：朝倉 俊隆（東京5）

佐々木誠信（東京4） 五島 大地（東京8） 中村 晃（茨城1） 大山 信敬（茨城2）

チーフ：田上 翼（茨城1）

坂東 性悦（東京2） 平松 正宣（東京3） 櫻田 純（東京6） 秦 顕生（湘南）

チーフ：鞠川 卓史（湘南）

内藤 友樹（東京1） 渡邊 尚康（東京3） 田宮 真人（東京8） 相馬 法道（茨城1）

発行 真宗大谷派東京教区教化委員会

〒177-0032 練馬区谷原1-3-7東本願寺真宗会館

TEL. 03-5393-0810 FAX. 03-5393-0814 Email. nw9@ji-n.net

ご意見、ご感想は上記連絡先までお願いします。

# もくじ

特集 広報出版部門研修会報告

- 03 コミュニケーション思考の基本
- 
- 09 法語ポスター
- 教区教化通信 教学館
- 10 私の出遇った言葉 渡邊 尚康
- 教区教化通信 児童教化連盟
- 11 じれん オンライン子ども会 本田 彰一
- はい！こちら真宗会館です
- 12 駐在日記 渡邊 誉
- はい！こちら真宗会館です
- 13 所員のつぶやき 不動 眞徳
- 教区教化通信 本願寺横浜別院
- 輪番就任・退任挨拶 森田 成美
- 14 「報恩講」内勤めのお知らせ 坂田 智亮
- 
- 15 敬弔・涌 大山 信敬
-

# 伝える

# 伝わる

## 特集

広報・出版部門 合同内部研修会 報告（5月1日）

## 「コミュニケーション思考の基本」

講師：竹川 英紀（東京4組 願正寺住職）



### 講師紹介

たけがわ ひでき  
竹川 英紀

1970年生まれ。東京4組 願正寺住職・石川県小松市の在家出身。ラジオの実況アナウンサー・プロデューサーを経て2012年に得度、2016年に願正寺住職に就任。新型コロナウイルス感染拡大の影響をきっかけに、ネット配信『浄土真宗ライブ』を立ち上げる。

5月1日に広報・出版部門、「出版班」、「ネットワーク9」班、「ホームページ班」の3つの実行班合同内部研修会として、竹川英紀氏（東京4組願正寺）をお招きし「コミュニケーション思考の基本」をテーマにお話しいただきました。当日は、新型コロナウイルス感染症拡大による緊急事態宣言発令中ということで、インターネットを用いてテレビ電話方式での開催となりました。  
今号では研修会の内容を掲載いたします。

東京4組願正寺の竹川と申します。今日は「コミュニケーション思考の基本」ということでお話しをさせていただきます。

私は2015年までラジオ局に勤めていました。その中で私が出会った人物が佐藤尚之さんです。この人は、僕の仕事上での師匠みたいな人です。この人から消費者に対してどうアプローチするかということ学びました。今日の話は、企業や団体が消費者や生活者に対してどうアプローチし、どうコミュニケーションしようとしているかの基本です。これはお寺や組など、いろいろな現場でも通用するコミュニケーションの基本的な考えだと思います。

### コミュニケーションとは

まずはコミュニケーションの定義です。企業がある情報を発信したいと思った時に、企業が生活者・消費者と情報を共有することのすべてをコミュニケーションと言いたいと思います。

一例として思い浮かぶのがテレビCMです。商品を販売するためにCMという形で表現を

して消費者と接する。ほかに店舗の作りです。店舗がどういう風に見てもらいたいのか、商品がどういうものなのか、どういう考え方で商品を作って販売しているのかということ。店舗の外観やロゴで表しています。ですから企業はテレビCMもそうですし、店舗そのものやロゴとか色、あるいは商品そのもの、商品に付属している物もコミュニケーションの一つだということになるのです。

ここでコミュニケーションの基本の3パターンを紹介したいと思います。

- ① トップダウン広告
- ② コミュニケーションデザイン
- ③ ファンベース

今日は「ファンベース」とは一体何かという話を中心にしていきたいと思いますが、まずは「トップダウン」からいきましょう。

### トップダウン広告

「トップダウン広告」とは、上にいる発信者が、下にいる聴衆者に対して情報をスピーカーで吹きかけるように一方的に下ろしてくる広告です。興味関心のない相手を妨害してで



まるで上から  
スプレーで吹き  
かけるように

も無理やりに振り向かせようとする手法を用います。例として、テレビで表示される自己に興味のない商品のCMやスマホに突然表示される広告などです。つまりは発信者である企業本位、商品本位な手法です。

日本では「トップダウン広告」が全盛だったわけですが、流通情報量が2005年を境に飛躍的に伸びました。これにより私達の周りには情報が多くなり過ぎて、消費者は情報を処理しきれなくなりました。生半可な露出、インパクトでは広告が効かなくなってしまう。そこで企業がどうしたのか、どう転換したのかというと、「コミュニケーションデザイン」という手法を編み出しました。





(イメージ)  
トラックの窓から  
隣の車の天井広告を眺める

## コミュニケーションデザイン

トップダウンが企業本位、商品本位であったのに対して、「コミュニケーションデザイン」というのは生活者本位です。「コミュニケーションデザイン」は生活者に役立つ情報を生活者の身になって、相手より先回りをして丁寧に手渡すのです。何よりも大切なことは伝えたい相手のことであるという思考が変わっていききました。

例えば、トラック運転手向けの雑誌を広めたいとき、どう広めるかを考えたいと思います。解決策の一例として、車の屋根を使うとい

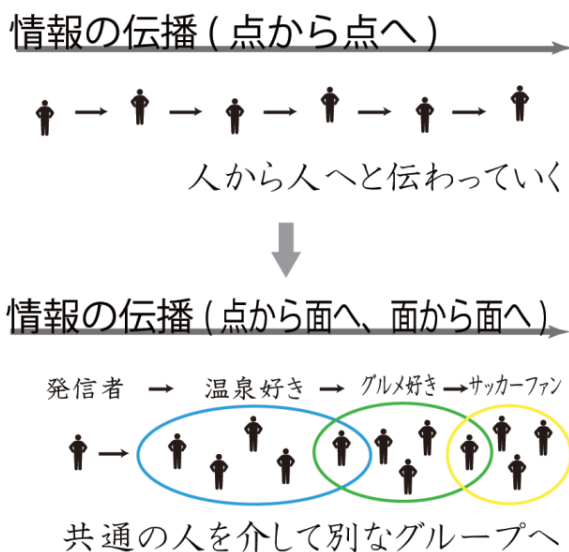
う方法です。これは乗用車を運転している人には見えずに、トラックの運転手だけがこの広告を見ることが出来ます。ただ休憩所に貼ってある広告のポスターを見るより、車の屋根の広告を見てからの方が広告の効果が変わってくると思います。

「トップダウン」の時は、広告の情報源の一つでしたので、消費者に強制的に見せれば見てもらえた。しかし、情報があふれて広告は無視するものになった。そこで相手に興味を持たせて見ってもらう。伝えたい相手のことをよく考えてちゃんと手渡すという手法が「コミュニケーションデザイン」ということです。

## SNS誕生による情報伝播の変化

2005年に情報洪水が起こり「コミュニケーションデザイン」という考え方が起きました。2010年にSNS（インターネット上で友人や知人、同じ趣味や趣向を持つ人と交流できるシステム）の誕生と普及によってコミュニケーションの現場が大きく変わりました。このSNSの重要なポイントは、趣

味などの共通の関心を持つ人同士の繋がりが（コミュニティ）が可視化されたということです。私たちは人との繋がりは一つではなく、複数の繋がりを持っていると思います。高校の同級生の繋がりが、グルメ好きな人との繋がりが、お坊さんの繋がりがあると思います。実は自分の知らないところで友達同士が繋がっていたということなどがSNSによってわかるようになったのです。このように繋がりが可視化（グループ化）されたことによって情報の伝わり方が「点から面」に変わりました。



「点から面」に変わったとはどういうことかという点、SNSを通して情報を伝えると、伝えた相手のみならず、相手が所属するコミュニティの他の人にまで情報が伝わるということ。例えば、私がSNSを通して温泉旅館の情報を出した時、温泉好きの人に伝わるだけでなく、グルメ好きの人が反応したりします。そのグルメ好きの人の中にサッカーファンがいたら、その人を通じてサッカー好きのコミュニティにも私の情報が広まってきます。今までは自分と相手、点から点へと情報が伝わっていたのが、SNSになると面から面です。面を介して、面のまた一人を介して、面に繋がっていく。これがSNSになって「点から面」に変わったということです。

### 情報が伝わらない時代へ

もともと処理しきれないほど情報が多かったのに、SNSの登場によって私たちの周りには情報がさらに溢れてしまいました。そのため情報を発信しても、受け取る側は情報に周りを囲まれすぎているため、コミュニケーションデザインで相手のことを考えて手渡そ

うとしても出来ない。それがSNS時代です。

ただ、この逆風の中、生活者の目に届く方法が一つだけあるのです。それは友人です。人は情報が多すぎると、どんな情報も信頼できなくなり。しかし、信頼している友人から勧められれば、その情報は信頼する。さらに友人とは自分の価値観を共有しているのので、友人が好きなものは自分も好きである可能性が高いということです。

ですから友人のお勧め具合や、友人との信頼関係によっては今まで無視してきた興味の無いものに対して興味を持つかもしれません。

### ファンベースの誕生

ここで例として競馬の話をしします。

「トップダウン広告」時代では、競馬のCMが流れても、競馬に興味の無い人はCMを無視していました。

しかしある競馬ファンが、友人に「競馬はおもしろいぜ！一緒に行こうよ！」と勧めたらどうでしょうか。今までは興味がなかった友人も「あなたがそう言うなら一回ぐらいは行ってみようかな」と、競馬ファンのお勧め

具合や、競馬ファンと友人との信頼関係によっては今まで無視してきた競馬に対して態度が変わるかもしれません。

そこで競馬ファンが友人知人に熱く競馬をお勧めしたくなるように企業が考えます。例えば、競馬以外の楽しいイベントを計画して、それを口実に友人を誘ってきてもらおうとします。競馬ファンから競馬ファンでない人に競馬の楽しさを伝えてもらおうとする。これが「ファンベース」です。

ファンが友人に伝えたくなるようにすると。ファンに伝えて、ファンから伝えてもらうことが「ファンベース」です。

少人数でもいいからしっかりとファンに伝える。なぜ少人数でもいいかというと、今はSNS時代ですから先程の点から面への繋がりがあからずです。「ファンベース」が出てきたのは、このSNS時代だからということが言えると思います。

### 「誠実」からファンが生まれる

ファンベースのキーワードの1つ目が「誠実」です。ファンベースは誠実でないとだめ

なのです。自分自身がその商品や会社のファンじゃないと嘘になります。

たとえば、お寺で誰かに浄土真宗のファンになってもらおうと思つたら、お坊さん自身からまずファンでないと嘘になります。お寺であれば、まず自分自身がお寺のファンにならないとファンになつてもええないということですから、自信教人信のような部分が出てきます。

もともと、「ファンベース」というのは仏教、真宗、宗教とも非常に親和性があります。例えば、蓮如上人の布教スタイルは「ファンベース」じゃないかとも思えるわけです。日本で一番「ファンベース」を使った人は蓮如上人じゃないかと思えます。

### 思いやりから「共感」へ

「ファンベース」の事例をご紹介したいと思います。法話をインターネット上で生配信する「浄土真宗ライブ」です。2月の末にふと私が思い立ち、3人ほどの仲間と0からの企画を立ち上げました。伝えたい相手は誰なのかということからまずは考えました。今回

浄土真宗 Liveさんの投稿の写真を  
ライブの案内にしています

彼岸に僧が **Live!**

緊急開催! **3月21と22日**

いまだからこそ 伝えたいのです

**浄土真宗 法話生配信**

令和2年3月21日と22日 19:30~22:00

インターネットで生中継します!

■生配信サイト: Facebook: 浄土真宗Live (@shinshu.live)  
YouTube: 浄土真宗Live

|     |                 |                |
|-----|-----------------|----------------|
| 21日 | 花園 一実 副住職 (圓照寺) | 酒井 義一 住職 (存明寺) |
| 22日 | 中根 信雄 住職 (明福寺)  | 瓜生 崇 住職 (玄照寺)  |

詳しくは <https://note.com/takehide/> をご覧ください

の新型コロナウイルス感染症拡大の影響によつて聞法の機会が減つてしまった寺院や門徒や聞法者に伝えようと思ひました。この人達を言い換えると真宗ファンです。

「コミュニティデザイン」的な考えで、我々がしなければならぬことは現在の真宗ファンに共感してもらうこと、真宗ファンを失望させないことでした。生活の中で法話を聞く機会が減つてしまった人たちに対して、今回はインターネット上でもいつもの法座であるべきだと考えました。みなさんに共感してもらうためにも、ただ法話をするだけでなく、御本尊をお飾りして、冒頭は三帰依文を拝読し、終わった後は恩徳讃を唱和するなど、いつもの法座を意識しました。

先ほど「誠実」というキーワードがありま

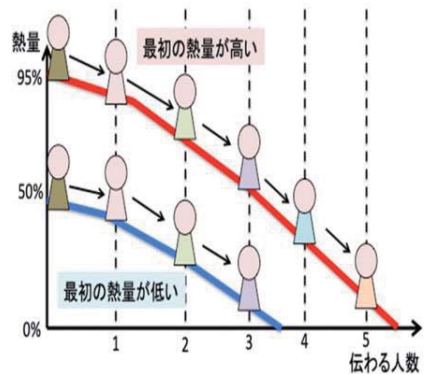
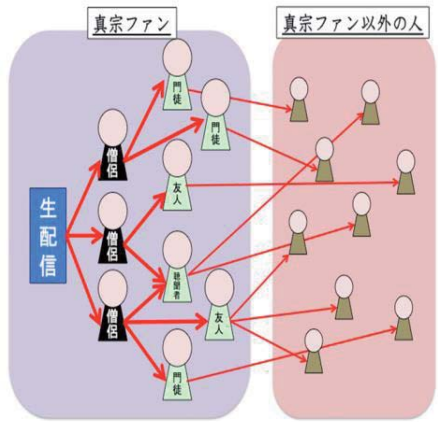
したが、「ファンベース」のキーワードの2つ目が「共感」です。ファンに自分のことを納得してもらつて共感して頂くというのが非常に大事だということです。目の前の人に共感してもらいファンになつてもらうのです。

### 「熱量」がコミュニティを超える

法話を「浄土真宗ライブ」で生配信するにあたり、どうやって沢山の人の目に届くかという課題が生まれてきました。今回はファンベースの考え方に基づいて、生配信の情報を広めようと考えました。最初は真宗の僧侶、門徒や信徒といった現真宗ファンに、SNSを通して生配信を伝えようと思ひました。さらに多くの人に観てもらうために、真宗ファンから真宗ファン以外の人に伝えてもらおうと考えました。私たちが真宗ファンにちゃんと熱量や共感をもつて伝えることができれば、真宗ファン以外、コミュニティの外にも伝わるのが「ファンベース」の考え方だからです。何よりも自分自身がファンであることの大切さというのが熱量です。3番目のキーワードです。1番目が誠実、2番目が共感、3番



## 情報の伝播と熱量



目が熱量です。自分のファン度と言いましょ  
うか。自分の熱量が基点となるわけです。自  
分の最初の熱量から徐々に伝わるに従って熱  
量は下がっていきます。伝わった先が自分の  
熱量より上回るということはあまりありませ  
ん。まず自分の初期の熱量を高く守ることが  
大切なのです。

### あなたのコミュニケーションはどれ？

我々が「ファンベース」に共感したとして  
も我々がやってしまいがちなコミュニケーシ  
ョンは「トップダウン」です。「ファンベー  
ス」と言いながらも結局、自分の思いをよく分か

らない人に無理矢理に伝えようとしてしま  
うのが私達です。だから、「トップダウン」に  
ついてもよく理解してもらいたいです。重要  
なのは中間の「コミュニケーションデザイン」  
です。「相手のことを考える」、これを経ると  
いうことを必ず忘れないで頂きたいです。「コ  
ミュニケーションデザイン」を考えた上での  
「ファンベース」です。自分の伝えたい事だ  
けを発信している方、伝えたい相手が見えな  
くなっている方にも各現場で「トップダウン」、  
「コミュニケーションデザイン」、「ファンベ  
ース」を頭に入れて、自分がやるうとしてい  
るのはどれなのか、この3つのどこに当ては  
まるのだろうかを考えてもらいたいと思いま  
す。

(記事文責編集部・朝倉班)

## 竹川氏講義で紹介

書籍・インターネットページ

### ◆企業コミュニケーションを学ぶ本

佐藤尚之氏著書

『明日の広告』

アスキー新書

743円(税別)

『明日のプランニング』

講談社現代新書 840円(税別)

『ファンベース』

ちくま新書 880円(税別)

### ◆浄土真宗ライブ



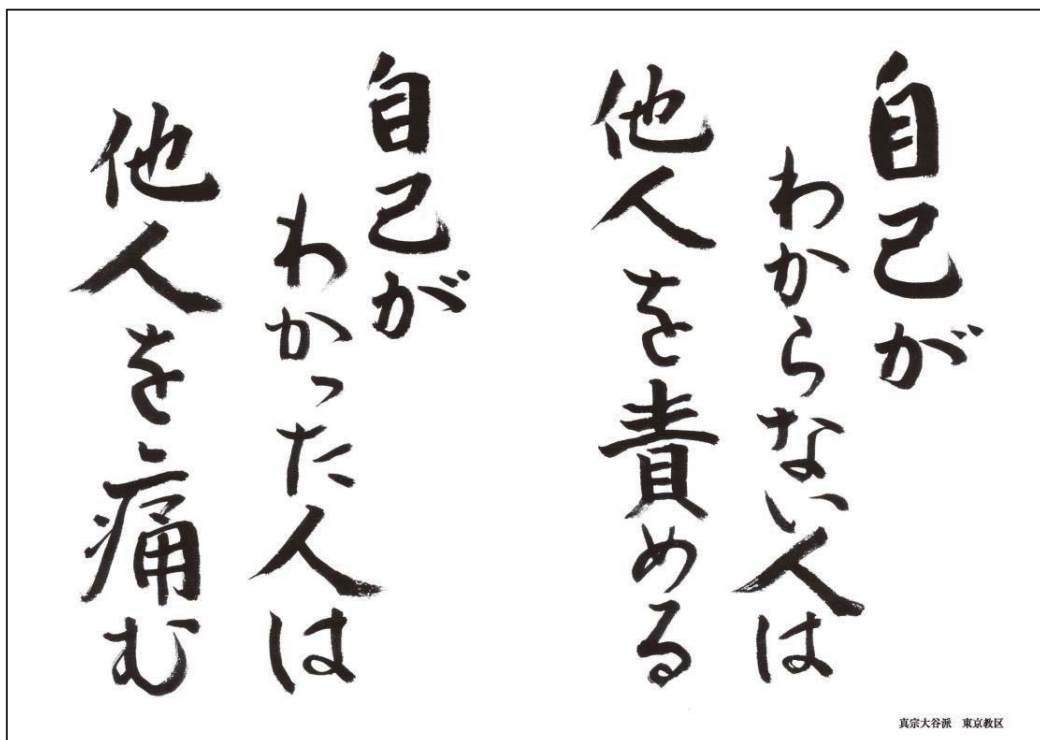
QRコード

竹川さんが代表を務める「浄土真宗  
法話配信有志の会」が運営。浄土真  
宗の法話を配信

URL: <https://www.facebook.com/shinsu.live/>



## 今月の法語



書：佐藤 多仙

- ・頒布中「掲示伝道用ポスター」(A2 サイズ)  
「掲示伝道ポスターミニ」(ポストカードサイズ)
- ・「掲示伝道用ポスター」が貼れる門徒宅用掲示板を無償設置いたします。  
詳細は東京教務所まで。

教区教化通信 教学館

# 私が出遇った言葉

東京3組 忠綱寺 渡邊 尚康



## 『罪の自己の死』

毎年、記録的〇〇という言葉を目にする。実感として乏しいが、常に新しい今を生きていて、これからも想像の範囲を超えていくのだから、記録的と聞いても、それはそうだと感じられる。

時代や身の回りの環境は変化しつつあるのに、ほんとうの意味で信仰生活をしているのか、自己が救われたいのか、このままであり続けるのか、自問自答が続く。よく考えれば、まだ時間があると考えているのだから、随分と悠長なことである。竹中智秀<sup>たけなかちしゅう</sup>先生が「お金で時間を買うのなら、そうしたい」と、ボソッと漏らしたことの真意の一旦でもわかれば、こんなに悠長に構えていることはないのだろう。しかし前回も大谷専修学院で的一幕

を書いたのだが、こうして今でも心に残っているということは、阿弥陀さんが張り巡らした網の目に絡み取られているからであろう。

さて、ほんとうの意味で阿弥陀さんの御前で心を痛めた自身と対したことはあるのか。小学生の時、クラスの人気者だった友達がつ越すと聞いた夜は、私を含め皆が涙したと同窓会の折に聞いた。当時、私は言い知れない悲しみを感じると、本堂に行き、阿弥陀さんの御前に座って心を静めていた。今考えるとそのときの方が、一見すると敬虔な信徒だったのだと思える。しかしながら、物理的な阿弥陀さんとの対峙によって「阿弥陀さん何とかしてください」という一方的な請願でもあった。であるなら、今、門徒として対峙す

るときに、阿弥陀さんとはほんとうの意味で対しているかと問われれば、逃げ一辺倒の策を弄している。

阿弥陀さんの御言葉の前に立たない限り、信心の成立は無い。自己の苦しみに気づかず、雑行を棄てさることもない。むしろ幼少期より複雑化した厄介な大人。いずれかの束縛を選ぶ自由しかないといわれれば、間違いなく阿弥陀さんという糸で幾重にも編まれた網の中をうろろろすることを選ぶが、進み出ることが出来ない私の善悪の心は、未だ死んではない。

### 第15回 教学館月例研修会(オンライン開催)

2020年7月8日～9日

#### 基調講義：眞宗原論

・阿弥陀佛と知の被限定性の臨  
界点に立ちての私論・

西田 眞因 氏 (元教学研究会 所長)

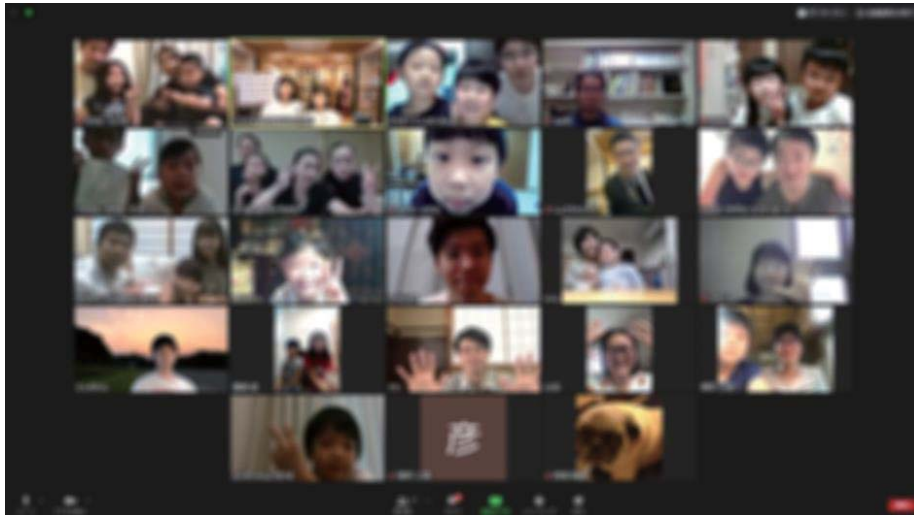
#### 特別講義：

「大正期、大衆文学の視点からみた親鸞」

大澤 絢子 氏

(大谷大学眞宗総合研究所)

東京分室PD 研究員)



↑：第1回 じれん オンライン子ども会 参加者集合写真  
当日は子ども24名・おとな16名が参加（※画像はぼかし加工）  
↓：委員長のお寺の様子



教区教化通信 児童教化連盟

# じれん オンライン子ども会（7月23日）

児童教化連盟委員長 東京1組 本明寺 本田 彰一

**予告** 第3回 じれん オンライン子ども会  
10月4日（土） 午前8：30～9：30  
内容：おつとめ おはなし、ゲーム  
※参加には**会員登録**が必要です。右のQRコードから  
ご登録ください。

じれんオンライン子ども会  
会員登録



<http://urO.work/YpMu>

**【お問い合わせ】**

東京教区児童教化連盟  
庶務 三浦 雅彦  
東京都新宿区若葉2-1-3 真英寺内  
[tokyojiren@gmail.com](mailto:tokyojiren@gmail.com)

じれんのFacebook ページでは

【私の好きな〇〇】  
【絵心 展覧会】  
を開催中！ぜひ、ご参加、  
ご覧ください！



はい！こちら真宗会館です

|   |   |
|---|---|
| 駐 | 在 |
| 日 | 記 |



駐在からひとこと

聖徳太子の死因は痘瘡（天然痘）に感染し、脱水症状や心不全によって死去したといわれる説と、他に暗殺説も根強く残っている。

東京教区駐在教導

渡邊 誉

昨年10月、東北連区駐在教導研修会で長野市にある善光寺を訪れた。

本堂に入り、ご本尊にお参りを終え、暫くすると講師の和田献一先生（部落解放同盟栃木県連合会執行委員長）から「奥にある1本の角柱（四角）が見えますか？」と聞かれた。薄暗い中、目を凝らすと、ご本尊が安置されている正面左側最奥の瑠璃段にある1本がそれだとわかった。柱には金箔が施されていた。この1本の角柱は「守屋柱」と呼ばれている。守屋とは物部守屋のことである。物部守屋といえば父の尾輿とともに仏教伝来に対して強硬な廃仏派であった。崇仏派の蘇我氏と対立し、戦にまでなっている。その守屋の首がこの角柱の下に埋められている話や、もともとこの柱は四天王寺（大阪）にあったものをそのまま移築したとされる

話も説話として、この善光寺に残されている。

蘇我馬子をはじめとする蘇我氏とともに守屋と戦った聖徳太子の像も以前はこの本堂に安置されていたというが現在は別の場所に移動されているのか不明である。

守屋の首が下に埋められていることから四角の柱を据えることで「守屋の怨念を封じている」として伝えられているし、「善光寺の謎」（祥伝社黄金文庫）では、そもそも善光寺は物部守屋の鎮魂のための寺院であると著者の宮元健次氏は本の中で記述している。廃仏派の守屋によって難波の堀江に棄てられた阿弥陀如来を拾ったのが善光寺を建立した本田善光であるという伝承は何か出来すぎている話だと思うのは私だけであろうか。



はい！こちら真宗会館です



東京教務所書記  
不動 眞徳



担当：願事事務・法人事務・共済事務・教区慶弔・  
『教報』・教化委員会事務・教区ホームページ・別院事務

最近興味があること：釣り

新型コロナウイルス感染拡大の影響を受け、私たちの生活は大きく変わった。その中の一つが会議の開催方法だ。今までの会議は、一カ所に集まり、顔を突き合わせて様々な議題について議論をしていた。しかし、コロナ禍の現在、多くの会議はリモートにて行われている。最初こそリモート会議に対する抵抗があったが、今ではかえってリモートの方が楽だと思っている方は多いように感じる。

最近リモートの会議だけではなく、リモートでの飲み会が流行っている。私自身も何度か行ったが、最初こそ違和感があるものの、時間が経つにつれリモート独特のタイムラグにも慣れ、普段会えない友人と楽しく飲むことができた。

コロナウイルスの影響を受け、様々な飲食店がテイクアウトのサービスを

始めた。専用のサイトも立ち上がり、普段はお店に足を運ばなくては食べられない料理を宅配やお持ち帰りで簡単に楽しめる。1月に子供が生まれ、子連れでの外食の大変さを身に染みて感じていた矢先の事であったので、お店に行かずともお店の味を楽しめるこのような取り組みは、個人的にもタイミング的にも有り難く感じた。

私たちは、身に起こる様々なことを自分の都合で解釈し、よし悪しを判断していると改めて感じている。もちろん現在のコロナウイルスの影響は喜ぶべきことではない。医療現場の最前線で働かれている医療従事者や専門職の方に深い敬意を払うと同時に、一人でじっくりと考える時間や、家族でゆっくりと過ごす時間は、日々忙しく動き回る私たちにとって大切な時間になったのではないだろうか。

## 本願寺 横浜別院輪番就任・退任挨拶



輪番 <sup>もりた しげみ</sup> 森田 成美

2020年8月1日付をもって、横浜別院輪番を拝命致しました。

省みますと、1987年9月、金沢教区駐在教導を拝命して以来、北陸、東北の各教区で駐在教導、教務所長、兼任の別院輪番としてお育てをいただき、本年6月30日、三条教務所長兼三条別院輪番を最後に定年退職と相成りました。自坊に戻り、一住職として同朋会運動の推進に尽力しなければならないと考えておりましたところ、山命を拝し、横浜別院輪番の任を務めさせていただくことになりました。

非力ではありますが、日頃より御崇敬いただいております皆さまの御指導御鞭撻の下職責を果たしていければと存じますこととあります。

何卒宜しくお願い申し上げます。

合掌



前輪番 <sup>さかた ちりょう</sup> 坂田 智亮

この度、7月31日付をもちまして、真宗大谷派本願寺横浜別院輪番並びに学校法人横浜大谷学園理事長を退任いたしました。

4年3ヵ月に亘り「別院に願われていることを形にする歩み」の具現化、本来の別院を目指した神奈川教化センターの機能の充実を根幹に据えた取り組み、また、大谷幼稚園における真宗保育の実践、横浜子ども支援協会の設立など微力ながら関わらせていただきました。現今、新型コロナ感染拡大という社会状況が一層将来の不安を駆り立てていますが、本願念仏の伝統に想いを馳せて、忝くも歩ませていただくほかありません。これまで、皆様方には一方ならぬご支援ご指導を賜り、何とかここまで辿りつくことが出来たこと、衷心より御礼申し上げます。今後は、有縁の皆様方の声を結集し、別院・教化センターが時代社会に応える地域の中心道場として、愈々存在意義を深められんことを願うばかりであります。

一々拝眉の上、ご挨拶申し上げるべきところ、略儀ながら寸楮をもって離任の挨拶とさせていただきます。

合掌

## 本願寺 横浜別院 「報恩講」 内勤めのお知らせ

本年10月18日から20日にかけて勤修予定の本願寺横浜別院「報恩講」は、未だ新型コロナウイルス感染症による感染拡大が懸念されている状況を鑑み、参拝の受け入れは行わず、僧侶のみの「内勤め」としてお勤めさせていただきます。

毎年、ご参詣いただいている皆さまには大変恐縮に存じますが、何卒ご理解を賜りますようお願い申し上げます。

【お問い合わせ】本願寺 横浜別院

〒234-0051 横浜市港南区日野1丁目10-8

電話：045-841-3434





## 7月敬弔

大塚充 様

三浦組 西來寺 住職  
七月十日命終 61歳

生前のご功勞を偲び、  
念仏合掌して哀悼の意を表します。

涌ゆう

編集員の随筆



自坊には樹齡三二〇年余になる江戸彼岸枝垂れ桜がある。この桜は水戸光圀公の御手植えと伝承され、毎年春彼岸の頃より花を咲かせ、見る方々を和ませている。(興味を持たれた方は、阿彌陀寺・桜で検索)そして、お陰様で今年も見事な花を咲かせた。その背景には毎月清掃奉仕並びに、御門徒及び様々な方々のご苦勞がある。有難いことだ。そんな枝垂桜だが、毎年七月半ば頃から、もう一つの姿を現す。そう、落ち葉である。流石三二〇年の歴史。並の大きさではないため、約四カ月間その葉は落ち続ける。朝落ち葉掃きをして、夕べには元通り参道が葉で覆われる。なんなら、掃いている時からひらひらと舞い落ちている。それはまるで私自身のように、穏やかな気持ちになったと思えば、次の瞬間恨み嫉み妬む心が沸き上がるようなものだ。少し話脱線するが、プロ野球の日本ハムや阪

神で活躍した、片岡篤史選手は、高校時代スランプの頃、当時同級生で同部屋のキャプテンであり、彼のミスタードラゴンズ、立浪和義選手より、毎早朝グラウンドの落ち葉掃きに誘われ、スランプを脱したという。立浪氏曰く、悩み苦しんでいた姿を見て、「毎日の生活を掃除で始めることにより、新鮮な気持ちで始めてほしかったから」と片岡選手を誘った背景を語っていた。今の自分には、なんとなくその気持ちが分かる。

そんなことなどを考えながら掃除をしている。もう毎日のことなので、ルーティンというべきか。また、俗的なことでは、その時間にお墓参りに来られる方には、仕事をしている感を与えることができる。それは半分冗談だが、その際のコミュニケーションもとても大事なことだ。日々の出来事もアンテナを張ると色々見えてくるものがある。

(茨城2組 阿彌陀寺 大山 信敬)