

寺院経営と仏教周辺ビジネスの課題 —僧侶派遣ビジネスと巨大納骨堂の経営を中心に—

中村久人

前号(第15号)掲載の中村(2018)では、今やわが国は都市部での仏教文化の希薄化、地方での過疎化、全国的な少子高齢化等によって、一部の著名寺院や観光寺院を除いて寺院の存続が危ぶまれる状況にあり、これら寺院の経営はいかにすれば再生可能になるのか、経営戦略論的観点から検討した。本稿では、再び経営学の観点から、今日多くの事例がみられる仏教周辺ビジネスの台頭について、石材店や葬儀社を中心に検討する。次に、葬儀社やその仲介業者と関係の深い「僧侶派遣ビジネス」の実態(IT系葬儀業者によるものと寺院主体によるもの)について考察し、さらには寺院と民間企業が共同で経営する「ロッカー式」や「自動搬送式」の巨大納骨堂の出現とそれらが生じた背景や課題についても検討する。また、巨大納骨堂建設に当たって、現実にはどのような問題が発生しているのか大都市での実態を明らかにする。最後に、寺院経営とこれら仏教周辺ビジネス全般にわたる課題や在り方等について筆者なりの見解を示す。

keywords : 寺院経営、仏教周辺ビジネス、葬儀社、僧侶派遣ビジネス、巨大納骨堂

目次

- 1 はじめに
- 2 仏教周辺ビジネスの近況
 - 2・1 石材店
 - 2・2 葬儀社
- 3 僧侶派遣ビジネス
 - 3・1 IT系葬儀サービス
 - 3・2 寺院主体の僧侶派遣サービス
- 4 巨大納骨堂の出現
 - 4・1 巨大納骨堂出現の実態
 - 4・2 巨大納骨堂出現の背景
 - 4・3 巨大納骨堂の課題
- 5 おわりに

1 はじめに

わが国は少子高齢化に突入し本格的な多死社会を迎えている。厚生労働省や国立社会保障・人口問題研究所などによれば、1970年には71万人だった年間死亡者数が2015年には120万人を超え、2030年には160万人になるという予測もある。

こうした環境下でもわが国の仏教文化や宗教心は薄れつつあり、そもそも自分の家の宗派が何なのか分からないような人も増加している。また、前号(15号)で明らかにしたように日本の寺院、特に一部の著名寺院や観光寺ではない地方の普通の

寺院は消滅の危機に瀕している。

日本創成会議が2014年に896の消滅可能性都市を発表したが、その推計結果を宗教法人に当てはめて、4割弱の仏教・神道系の宗教法人が消滅する可能性を指摘した研究もある^{註1}。この研究では消滅可能性都市に存在する宗教法人を「限界宗教法人」と位置づけ、法人の経済的格差の拡大傾向、文化財保護の在り方、後継者不足への対応策等、早急に議論を進めることを提案している。

ただ、消滅可能性都市以外に立地している宗教法人でも、檀家や後継者の減少で存続が危ぶまれる法人は少なくないのである。

本稿執筆の目的は、そのような環境下において、まず、仏教周辺の「葬儀ビジネス」、特に石材店や葬儀店のビジネスはどうなっているのか。石材店については寺院との関係はどうなっているのか、葬儀店あるいはその仲介業のビジネスについても同様であるが、特に、IT系葬儀ビジネスの実態に迫りたい。

次に、それとの関連が強い最近の「僧侶派遣ビジネス」について、寺院が直接関わる僧侶派遣も含めて検討する。

さらに最近、大都市部で盛んになってきた「機

械式巨大納骨堂」の建設と運営の実態、さらにそのことが持つ意味合いについても検討したい。最後に、寺院経営とそれらの周辺葬儀ビジネスの課題について筆者なりの見解を述べたい。

2 仏教周辺ビジネスの近況

寺院がかかわる周辺ビジネスとしては、寺院墓地、霊園、納骨堂、僧侶派遣サービス、石材店、葬儀社、仏具店、花屋、仕出し店等があるが、ここではまず石材店と葬儀社をとり上げる。

2.1 石材店

まず、石材店について検討する。人は自分の家が裕福になると墓を高級なものに改装したいと思うものらしい。「それぞれの墓の建立年度は、ものの見事にその家計の一番反映した時期と重なるものだ」という(井上、2010)。

墓石の値段についてはかなり不透明だと言えよう。墓石はお寺や霊園が指定した石材店からしか購入できない「指定石材店制度」になっているため競争原理が働かないのである。

お寺によっては信頼できる石材店に名義を貸して、その寺院の名前で墓を分譲している。こうした墓地経営は寺院経営の安定に寄与している。墓地が売れば石材店も儲かるが、寺院のほうでも檀家が増える。通常は、墓地は寺院と檀家との取引で、墓石は石材店と檀家との取引になっている。

墓の値段を分析すれば、墓石代金、工事費、永代使用料、管理費の4つの項目から成り立っている。永代使用料とは、墓用の土地を使用する権利である。首都圏の石材店について関係者の話をまとめた井上暉堂氏によれば、原材料費としての墓石の原価は、販売価格の1割から1.5割に過ぎないという。霊園開発の場合、運営母体は非常利事業者である必要があるため、開発業者や石材店は寺院に手数料を払い名義を貸してもらう。この場合、原材料費や開発費を除いても、4～5割の利益があるという(井上、2010)。

2.2 葬儀社

次に、葬儀社である。戦後10数年たったころか

ら葬儀社が急成長し、現在では都市化現象と核家族化により葬儀社抜きの葬儀は考えられないほどになっている。これによってかつては寺院が仕切っていた葬儀の主導権が葬儀社に奪われてしまった感が強い。僧侶は、お通夜や告別式においても、葬儀社の式次第の通りに行動し、いわば「小道具・お飾り」として読経さえすれば、その後はお役御免である。

お布施も喪主は葬儀社に渡し、3～6割のマージンを抜かれて僧侶の手に届く。その意味で、「寺院は葬儀社の下請け」に成り下がってしまった(井上、2010)。

また、葬儀社は寺院、病院を取り込んで葬儀の一切を取り仕切る場合が多い。ほとんどの大規模な病院には、出入りの葬儀社があり、病院と業務委託などの契約をしている場合もある。指定業者になると、かなり高額な「寄付金」のほか、一遺体につき数万円を病院に支払うのが普通だという(井上、2010)。

3 僧侶派遣ビジネス

ここでは主としてIT系葬儀サービスによるものと寺院主体の派遣サービスについて検討する。

3.1 IT系葬儀サービス

近年の特徴として、IT系の葬儀サービスが伸びている。「みんなびび」、「ユニクエスト・オンライン」、「鎌倉新書」といった企業である。ただ、これらの企業の主力事業はそれぞれ異なっている。

「みんなびび」は、アマゾンで僧侶手配サービスの「お坊さん便」を始めた先駆けである。お坊さん便は、インターネットで簡単に、しかも定額(移動なし、戒名なしで3万5千円)で僧侶を手配できるほか、クレジットカード決済が可能という魅力的なサービスである。ただ、「お坊さん便」は「事前予約」が可能な法要に限られており、死亡後すぐに行われるお通夜、葬儀、告別式には対応していない。「ユニクエスト・オンライン」は、葬儀価格を追加料金不要とした「小さなお葬式」で反響を呼んでいる。「鎌倉新書」は、消費者に葬儀社、霊園、墓地、仏壇店等を仲介する東証一部上場企

業である（週刊ダイヤモンド、2018/03/24）。

これらIT系葬儀サービス企業の売上は大きな伸びを示しているが、反面課題も浮上している。例えば、15年に「みんれび」が、インターネット大手販売サイトの「アマゾン」で「お坊さん便」というサービスの販売を開始したが、これに対して日本の主だった伝統仏教宗派などでつくる公益財団法人全日本仏教会(全日仏)は、販売開始直後、次のような懸念の抗議声明を理事長名によって発表している。「宗教行為としてあるお布施を営利企業が定額表示することに一貫して反対してきました。お布施はサービスの対価ではありません。同様に、戒名、法名も商品ではありません」「『アマゾン』の、宗教に対する姿勢に疑問と失望を禁じ得ません」、というものである。同会は、さらに16年3月には「お坊さん便」の販売中止を、販売元の「みんれび」ではなく、アマゾンジャパンとシアトルにあるアマゾン本社に要請している。

また、「みんれび」に登録していたある僧侶の告白によれば、手取りが少ないケースもあり、その契約だけでは安定した生活はできなかったと言っている。法要一回につき僧侶に支払われるのは税込み1万5千円で、この金額には交通費も含まれている。なかにはパチンコ店でアルバイトをしながら、「みんれび」からの依頼を待つ僧もいたという（週刊ダイヤモンド、2018/03/24）。

また、同業の「イオンライフ」は17年12月に消費者庁より景品表示法違反で改善措置命令を受けている。新聞広告に「追加料金不要」と記載しているにもかかわらず、実際には条件によって追加料金がかかるケースもあり、一般消費者に誤解を与える表示であった。

3・2 寺院主体の僧侶派遣サービス

僧侶派遣ビジネスには、葬儀社やIT系葬儀サービス以外に、少数ではあるが寺院主体によるものもある。前号で経営革新に励む寺院の例としてとり上げた埼玉県熊谷市の曹洞宗寺院である見性院では、同寺院を中心とした「善友会」という宗派を問わない僧侶グループが形成されていて、全国規模で僧侶派遣の求めに応じて、メンバーを葬儀や法事の場に派遣するという事業も行っている。

見性院の橋本英樹住職によれば、「『善友会』は宗派ごとに分断された縦社会の仏教界に横のつながりをつくり、お寺の改革や経営に関心を持つ若い僧侶たちを少しでも助けることができると考え、宗派を超えて議論および勉強ができる任意のグループ」として結成されたものである（橋本、2016）。

僧侶派遣の活動はまだ始まったばかりであるが、松本住職自体若い頃に僧侶派遣サービスに世話になったこともあり、同じような境遇の僧侶たちをサポートしたいという思いで開始したという。この照会サービスは、あくまで僧侶を主体とするサービスで、仲介料は受け取らず、僧侶に活動の場を提供している。ただ、葬祭業者から依頼を受け、マージンを要求されたら支払うことになっているそうである。

また、「善友会」に集まっている僧侶は総勢40名～50名であり、「かたくなに変化を拒んで“籠城”している仏教界を“開城”させよう、“文明開化”させようという使命感を抱いたさまざまな宗派の僧侶たちである」という。

先述の全日本仏教会(全日仏)は、「みんれび」の「お坊さん便」に非難声明を出しているが、まさに一般の伝統仏教寺院においても、その住職自身が「定額制の葬儀」や「僧侶の派遣」を行っている事実があるのである。

前号でも述べたように見性院の橋本氏は、自社の檀家制度を廃止し、誰に対しても申し込みがあれば葬儀を行い、お布施を定額制にした革新的な住職である。「もう檀家制度に頼ってお寺を運営することは無理です」「現代社会ではきちんとした定額の明示がないサービスは受け入れられない」と実に“常識的”な目線で先進的な寺院改革を行っている住職といえるのである（宗教問題14、小川、pp.30-37）。

こうした橋本住職の寺院経営改革に対して、近隣の寺院や曹洞宗教団の宗務本所からの反発はないのであろうか。橋本住職はこれに答えて曹洞宗教団の埼玉県第一宗務所の所長からの手紙による警告について述べている。

それは見性院のような行為は「『供養する心』を軽視し、檀信徒の信仰心を幻滅させる」もので

あり、「僧侶手配サービス」を認めるつもりはないと断言している。また、「これをやめない場合、教団への背信行為になる可能性があることをあらかじめお伝えし、注意を喚起いたしたいと存じます」というものである（『宗教問題』14、p.37）。

このことを取材した雑誌『宗教問題』の編集発行人である小川寛大氏は、「この寺は極めて常識的な考え、態度に基づいて運営されている」、さらに、「寺とは、そこに住む住職が、『ここは寺だ』というから尊いのではない。仏教を求める人が、尊敬する僧侶の住む場所に敬意を持って訪れ、そこを寺と呼ぶから尊い場所となるのだ」と述べている（『宗教問題』14、p.37）。

また、派遣僧侶の経験もある真宗大谷派の僧侶・瓜生氏は、「実質的に定額化している宗教行為はすでにいくらかもあります。例えば、納骨堂の料金。・・・一般寺院が教団組織に収めている上納金も『お布施』の範疇に入るわけですが、たいがい金額が決まられています。・・・自分たちに都合のいいことに関しては定額にしておきながら、葬儀や法事、戒名だけは、『定額まかりならぬ』というのは、ダブルスタンダードとしか言いようがありません」と述べている。さらに、「全日仏の理事を務めているような僧侶は、ほとんどみな名門寺院の住職たちで、多数の檀家を親から引き継ぎ、息子へ受け継がせることもできる人たちで、一種の“宗教貴族”であり、仏教界の格差構造の頂点にいる。こうした寺では一回の葬儀で、高額なお布施をもらうことも決して珍しくないのです、葬儀一回の基準ができてしまうのは、都合が悪いのでしょうか」と喝破しているのである（宗教問題14、ルポライター古川琢也、pp.54-55）。

また、インターネットを介して定額で僧侶を派遣する「みんれび」と同業のユニクエスト・オンラインの八田知巳氏は、「今の日本の社会で、明確な値段のついていないモノやサービスはほとんどない。そういう世の中で、葬儀の時だけ『お気持ちでお願いします』などと言われても、多くの人はどう対応してもいいか分からないのでは」と述べている（『宗教問題』14、pp.24-26）。

4 巨大納骨堂の出現

最近、東京、大阪、名古屋などの大都市に突如として巨大な納骨堂が出現している。その実態とそのような納骨堂が出現するに至った背景について探索する。

4.1 巨大納骨堂出現の実態

故郷の菩提寺との寺檀関係を解消し、先祖代々の墓を菩提寺の合祀墓に入れることを「改葬」という（鶴飼、2016）。さらに、故郷を離れた遺骨の受け入れ先として、近年、都会で巨大な納骨堂が続々出現している。こうした傾向を牽引しているのが、地方の農村から都会に出てきた団塊世代だと言われている。こうした人々のお墓に対する考え方で急増しているのが「永代供養」である。

永代供養の最大の特徴は、墓を持つことのハードルが低いことである。つまり、①宗教宗派を問わない、②檀家になる必要がない、③料金が明示されている、のである（鶴飼、2016）。

この個人で入る永代供養墓は、大きく分けると「屋内型」と「屋外型」がある。屋内型は納骨堂形式のもので、ロッカー式のものが一般的である地域によって、趣向が異なっている。東京はどちらかというシンプルで実用的なものが多いが、

表1 都内で近年開業した主な機械式納骨堂

納骨堂名	住所	開業時期	規模(墓)
赤坂浄苑	港区	2013年4月	3,700
新宿御苑前聖楼	新宿区	2014年5月	4,000
吾妻橋天空陵苑	墨田区	2016年5月	4,500
小石川墓陵	文京区	2016年10月	6,600
赤坂一ツ木陵苑	港区	2017年2月	8,000
麻布十番ゆめみどう	港区	2017年6月	5,000
千日谷浄苑	新宿区	2017年9月	4,200
藏前陵苑	台東区	2017年10月	7,500
東京御霊本館	荒川区	2017年11月	5,000
日黒御霊	品川区	2018年1月	7,500
上野さくら浄苑	台東区	2018年3月	4,500
たから陵苑	墨田区	2018年8月	4,157
本駒込陵苑	文京区	2018年12月	11,500

出所：鶴飼(2016)および週刊ダイヤモンド 2018/03/24

福岡のものは、仏像や位牌、仏具などを組み込んだ仏壇型と呼ばれるものが多い。一方、名古屋のそれは実に個性的で、かなり派手である。

ロッカー式に代わって、今後主流になると予想されるのが自動搬送式の納骨堂である。仕組みは立体駐車場や自動倉庫と似ている。こうした墓は「機械式納骨堂」と呼ばれている。表1は、東京都内で近年開業した主な機械式納骨堂である。

例えば、新宿御苑前聖稜は地上6階建で一見瀟洒なマンション風で、新宿駅東口から徒歩7、8分と交通至便な場所にある。運営するのは浄土宗太宗寺であり、永代供養墓の販売は、仏壇・仏具の「はせがわ」に委託されている。3階以上が納骨施設になっており、各階の参拝ブースでICカードをかざすと、扉が開き、1分ほどで銘の彫られた石板付きの納骨箱が出現する。参拝ブースではすでに花が生けられており、電熱式の商工代も用意されており、参拝者が準備するものは何もない。冷暖房完備、清掃も行き届き、休憩用の洒落た椅子も配置されており、年配者も季節を問わず参拝できる快適な施設になっている。都内屈指の路線価の土地柄ではあるが、100万円以下の費用で利用できるそうである。

さらに、港区にある曹洞宗の伝燈院(本院は石川県金沢市)が運営する「赤坂浄苑」は2013年に、自動搬送式の納骨堂として約3700基を収納している。

場所は東京メトロの3駅からアクセス可能で、特に赤坂見附駅からは徒歩2・3分と交通至便である。建物は5階建でモダンな佇まいである。全館バリアフリーで、一階の受付ホールはホテルのロビー風の豪華さであり、お寺の事務所もある。2階と3階が参拝室で、4階は客殿・客間で、5階は伝燈院の本堂・庫裏になっている。1基の購入代金は150万円(年間護持会費1万8千円)である。

他の機械式巨大納骨堂と同じく専用カードを「カードリーダーにかざすと家紋や文字が彫刻された墓石(骨壺)が出てくる。生花も線香も用意する必要はない。夜9時まで開館なので、勤め帰りにでもその気になれば手ぶらでも参拝できる。」「いつでも会える、故人(あなた)と会える、もう一つの家」というのが当浄苑のキャッチフレー

ズである。販売は、ここでも「はせがわ」が担当しており、知名度の高い「赤坂」の地名を強くアピールしている。

赤坂浄苑といえば難題も抱えている。2015年に東京都から「無宗派の納骨堂は宗教行為とはいえない」と判断され、固定資産税と都市計画税、約400万円の納税を要求された(鶴飼、2016)。伝燈院はこれを不服として、東京地裁にこの課税の取り消しを求める訴えを起こしたが、認められなかった。その根拠は、①宗派を問わず多くの人を受け入れている点、②民間事業者である「はせがわ」に販売委託している点、他宗の僧侶が読経を行う副本堂を有料で貸している点、大量の遺骨を集めて収益を得ている点、などであった。

それにしても、ロッカー式の巨大納骨堂は、今のところ課税されていないが、なぜ自動搬送式だけが課税されたのか、釈然としない思いは残るのである。

赤坂浄苑への固定資産税や都市計画税の課税は、表1にあるような他の機械式巨大納骨堂を運営する寺院にも及ぶのではないかと、関係者は内心穏やかではないものがあるだろう。

さらに、赤坂浄苑にとって深刻な問題は、当浄苑のすぐ近くに、表1にもある「赤坂一ツ木陵苑」や「麻布十番ゆめみどう」といったさらに巨大な機械式納骨堂が次々と建立されたことである。特に、赤坂一ツ木陵苑は「赤坂不動」の名で古くから知られる真言宗智山派の威徳寺が運営主体で、規模は赤坂浄苑の倍以上の8000基を収容する。販売は民間霊園事業大手の「ニチリョク」が担当している。このように東京都港区では納骨堂ビジネスを巡って血で血を洗う「レッドオーシャン戦略」が展開されている。

4・2 巨大納骨堂出現の背景

2000年代後半になると、個人で入るタイプの永代供養墓が本格的に増加してきた。都会に出てきた団塊の世代が本気になって「墓支度」を始めたためである。厚生労働省の統計によれば、1997年の納骨堂施設は全国で10,975箇所、2007年は11,801箇所、2016年には12,440箇所と推移している。特に、東京都では97年の259箇所から405箇所

と146箇所増加しており、大阪府では同期間に139箇所から261箇所へと122箇所増加している。

「機械式納骨堂が普及してきたのには、需要側と供給側双方の理由がある。需要側から言えば、都市への人口集中と参拝者の高齢化、都市部での墓地不足という時代の変化と利用者ニーズに、機械式納骨堂が合致していたことだ」（週刊ダイヤモンド、2018/03/24）。

既述のように、こうした永代供養の巨大納骨堂の最大の特徴は、需要者側から見れば、「墓を持つことのハードルの低さ」である。都会に住む人が初めて墓を求める場合、檀家制度を前提にした墓選びは敷居が高い。しかし、機械式巨大納骨堂は大都会の交通至便の場所にあることが多く、参拝には生花や線香を持参する必要もなく、墓所を掃除する必要さえなく手ぶらでも行ける利便性がある。

供給側にとってもこの巨大納骨堂ビジネスには大きな魅力がある。しかし、墓地や納骨堂の建立や運営には、自治体以外では宗教法人や公益法人しか関われない。そこで企業は寺院と組んでその名義を借り、建設費等を支援する形で開発に乗り出すことになる。その企業としてよく登場するのが仏壇・仏具販売大手の「はせがわ」と墓地・霊園業大手の「ニチリョク」の2強であるが、ここ数年は不動産投資会社や鉄道業者まで、異業種からの参入が相次いでいる。外資系のゴールドマン・サックスもすでに数か所を手掛けているという（週刊ダイヤモンド、2018/03/24）。

収益構造は、次のようなものである。都心であれば1基の価格は100万円前後である。仮に5000基の納骨堂建立の場合、完売すれば50億円前後の売り上げである。通常、この売り上げを寺院と販売会社で分配する。つまり、売り上げから寺院の取り分は、建設費と借入金金利、寺の利益等であり、販売会社の取り分は、広告宣伝費、人件費、販売会社の利益等となる。

多くの場合売れ残っても販売会社が販売保証をしているため、寺院は低リスクで大金を手にすることができる。さらに、寺院として檀家が増えれば、法要などのお布施の収入も増え、納骨堂契約者からは年間護持会費等定期的な収入も期待でき

る。

4.3 巨大納骨堂の課題

巨大納骨堂は早くも供給過剰の懸念が出てきている。すでに倒産している大型納骨堂もある。福井県あわら市にある浄土真宗東本願寺派の永宮寺が2005年に建立した「はちす陵苑」がそれである。コンピューター制御された自動搬送式納骨堂としては、福井県内初の施設だった。しかし、5000基の収蔵能力に対して、2010年の破産時点の契約数は約60基であったという。寺は現在、経営再建中である。「建設計画は最初から、ある建設会社と組んで行われ、納骨堂運営の実務に当たる有限会社も新設されたが、寺は納骨堂の業務をその会社に丸投げしていた」という（『宗教問題』12、pp.36-37）。

さらに、2012年には仙台市太白区内で地上5階、地下一階という大型納骨堂を運営していた萩恩院が破産している。納骨堂の建物自体が完成したのは2001年である。有名芸能人を起用した広告を打つなど派手な宣伝をしていたが、3000基の収容能力に対して契約は100基足らずであったという。萩恩院は、建設を請け負った工務店に代金を支払うことができなくなって、怒った工務店は納骨堂の引き渡しを拒否した。100基足らずとはいえ規約者たちは納骨できない状態になり、揉めに揉めたそうである。納骨堂として開館できたのは、2007年であったが、そのまま経営状態は好転することなく倒産に至ったのである。なお、萩恩院はすでに法人として解散しており、存在しない（『宗教問題』12、p.38）。

北陸と東北で起こった、この宗教法人の倒産に共通してみられるのは、①立地が大都市の都心でないこと、②建設を建設会社に一任し過ぎたこと（業者主導）ではなかろうか。

「かつては売れば売れる状況だったが、今では大都市でも施設によって売れ行きに差が出るようになってきている」。「顧客の奪い合いも過熱しており、大量の新聞折込チラシ、タレントを使った広告、見学会参加や契約者に金券やグルメ食材をプレゼントする」といった激しい販売競争が展開されている（週刊ダイヤモンド、2018/03/24）。投資金

額が多いほど、利益も大きいため、機械式納骨堂の規模は次第に大規模化しており、表1に見るよう一万基を超える施設も登場している。

また、上記以外にも各地でトラブルも生じている。例えば、千葉県浦安市では、商業地に位置する地元で40年以上も続く産婦人科医院の隣に、病院と同じ高さ5階建てのビル型納骨堂が建設予定である。この納骨堂の建設を進める市内の千光寺の住職は病院の院長を訪ねて納骨堂建設を伝えてはいるのだが、病院としては五階までの窓が23メートル近い巨大な壁に塞がれることになる上、赤ちゃんが生まれる産院の隣に納骨堂ビルが突然できることに「納骨できない」と言っている（『宗教問題』21、p.42）。

浦安市の市条例では、商業地に寺院やビル型納骨堂を建設してはならないという規定はないし、納骨堂は墓地ではないので隣接する住民が認めなくても原則造ることは可能である。

そこでこの産婦人科医院の院長と周辺の住民たちは建設反対の署名運動を行い、一か月ほどで集めた7000筆の署名を市に提出した。しかし、市は今回の納骨堂建設計画は止められないと回答したのである。

そこで住民側は、千光寺に対して説明会の開催を要求した。説明会は冒頭から荒れたそうである。肝心の住職が欠席して、代わりに檀家総代と名乗る人物が応対に出たからである。また、千光寺は地元で長年活動してきた宗教法人でないことも、集会参加者には納骨がいかなかった（『宗教問題』21、p.45）。

しかし、結局は建築認可が下り、2017年11月から工事が始まり、2019年2月には竣工する運びである。産婦人科医院の院長は急なお産や手術の際は、振動が響くと非常に危険なこともあるので、対策を講じてくれるまで、一時工事を中止してくれるよう裁判所に仮処分申請を提出しているが、まだ仮処分の審理が続いている（『宗教問題』21、p.45）。

また、浦安から比較的近い東京都墨田区東向島でも宗教法人「宝徳院」が計画している3階建ての収蔵数4157基の納骨堂建設に絡むトラブルが発生している（『宗教問題』21、p.45）。

目を西に転じれば、大阪圏でも納骨堂をめぐる紛争が生じている。大阪府淀川区門真市にある真言宗国分寺派の宗教法人「宝蔵寺」が計画した6000基規模の搬送式納骨堂建設に対して、市が許可を出したのだが、住民が取り消しを求めて大阪地裁に提訴している。

また、滋賀県大津市では、400年以上の歴史を有する浄土宗の「乗念寺」が近く飛び地に所有するビルを納骨堂に改装する計画に対し、市が近隣住民の反対を理由に「宗教的感情に適合しない」などとして不許可処分とした。「乗念寺」は「市長の裁量権の乱用」として強く反発しており、処分の取り消しを求めて2016年に提訴する事態が生じている（『宗教問題』21、p.45）。

この紛争については、15年3月に寺が開いた近隣住民向けの説明会で、「気持ち悪い」「無念の死を遂げたお骨もある。生活が脅かされ恐怖だ」などの反対意見が噴出したという。寺側は、「近隣は寺の密集地で、すぐ近くにも別の寺の墓地がある。乗念寺の納骨堂だけ気持ち悪いという特別な感情を宗教的感情と捉えるべきではない」と訴えている。地域の13寺が宗派を超えて加盟する「大津市仏教会中央分会」が納骨堂設置に協力すると文書を添えて提訴している。

各地の納骨堂が抱える問題はさまざまだが、ポイントがある。一つは経営が純粋な宗教法人によるものかである。つまり、寺院の経営といえども宗教活動ではなく、営利活動と考えられる場合である。

また、トラブル発生の原因の一つは、納骨堂建設が国の法律で一律に規制されておらず、許可権限が市町村にゆだねられ、各地の条例に基づき判断されることである。

さらに、販売業者の倒産ということも考慮しておくべきだ。機械式巨大納骨堂の場合、販売事業は宗教法人ではなく、建設にあたって協力関係を結んだ一般企業に委託されることが多い。もしこの企業が経営不振によって撤退・倒産すれば大きなリスクが発生する。納骨堂の場合は一社で請け負っている場合が多いので、利用者へのダメージに直接係わることになる。

最後に、東京都中央区にある浄土真宗本願寺派

の本山直轄寺院、「築地本願寺」に2017年11月「合同墓」と銘打たれた納骨堂が完成した。地下に253m²の遺骨保管スペースを作り、そのうちの個別保管区域に約2万4千件、合同区画に同じく約2万4千件の遺骨を取納できる大規模な納骨堂である。

これはどこかの営利企業と合弁で運営しているのではなく、築地本願寺による直営である。礼拝スペースには阿弥陀如来の仏像こそあるが、参拝者が個人の遺骨と直接向き合って焼香できる「自動搬送式」にはなっていない。

本山級寺院が、なぜ中央区築地で「巨大納骨堂」を建造したのか、その理由について安永雄玄宗務長は、「都市開教」をして、門信徒を増やすためであると言っている。確かに大きな教団ではあるが、それは京都・西本願寺を中心とした西日本であって、東日本では寺院数も門信徒も決して多くないのである。

同寺院では、合同墓の契約者たちから生前整理や法要の相談、遺言作成、相続、ライフプランや自分史作成のサポートなど新サービスを行う体制も整備しつつある。

安永宗務長は、この「合同墓」を作った目的は、あくまで布教伝道であり、単なる「納骨堂の販売」ではありません。説明会の席でも、「ここはお寺です。お寺と、浄土真宗とのご縁を持って戴く、そのための合同墓です」と述べている。

また、「過去の宗派は問いません」としているが、築地本願寺と縁があった以上は、これからは浄土真宗の教えに触れながら、歩んでいって欲しいと、安永宗務長は述べている。

東本願寺では、合同墓の契約者に、「築地本願寺倶楽部」という組織に入会を要請している。それは仏教を学んでもらうための場であるという。法話の会であるとか、仏教教室とか、そういう取り組みを行っていききたいそうである。既述の生前整理や法要の相談、遺言作成のサポート、等々もこの組織の活動の一環であると述べている（『宗教問題』21、pp.20-29）。

5 おわりに

「みんなび」などのIT系葬儀ビジネスが窓口

にしているアマゾンに対する全日本仏教会（全日仏）の販売中止の要請については、賛否両論がある。確かに全日仏の「お布施はサービスの対価ではない」、「戒名、法名も商品ではない」という主張は仏教の教えからすれば正論であろう。

ところが、上記の主張に対して、「宗教を商売にしているのは、むしろ既存の寺の住職だろう?」、「安くて明朗な料金で何が悪い。騒いでいるのは定価にしたら儲からなくなる高額所得坊主とその手下だけだ」など、世間からは厳しい意見も多かったのである。また、「実際にアマゾンをはじめとする僧侶派遣サービスを利用したいと考えている人たちに対して、全日仏は何の代替案も示していない（『宗教問題』14）、という意見もある。

全く価値観の異なる相手に自分の価値観を理解してもらうには、まず相手の価値観を理解したうえで、相手にも理解できる言葉で、自分たちの価値観を示す必要がある（松本、2010）のかもしれない。

もっとも、「お坊さんは『商品』なのでしょうか?」、「誰が来るか本当にお坊さんかも分からないチケットは反対です」、「お布施はお坊さんへの宗教的な捧げもの。そこからピンハネするなどキチガイ沙汰だ」、といった全日仏に肯定的な意見もあるにはある。

このケースから見えてくるのは、現在の葬儀ビジネスの世界において、2つの考え方が対立している姿である。一つは、「消費者のために、安く分かりやすいサービスを提供しよう」という考え方、もう一方は「ある程度の葬儀や法事のサービス品質を維持していこう。そのためには、消費者から少し高い料金をもらって事業を運営する」というものである。

巨大納骨堂の運営においては、①都心の交通至便の立地が求められること、②建設や運営でタイアップした業者任せにしないこと、の2つが要注意事項である。ただ、都心の交通至便の立地といっても、大都市には既に多くの巨大納骨堂が存在しており、立地だけでは成功要因にはならない。業者任せにしないことは重要ではあるが、だからといって企業=悪という見方では、両者の提携関係

は上手く機能しないであろう。ただ、その提携関係はなぜできたのか、寺院側はよく考えてみる必要があるだろう。冷静に考えれば、「営利企業が一儲けするために、納骨堂の建設許可を行政から取得して欲しいと宗教法人としての寺の名義貸しを利用しているだけの話し」でもある。

翻って、「われわれは何のために、墓を造り、供養するのかを考える必要があるだろう。供養の本質を見失い、「ただの買い物」として墓を選ぶことは、極めて危うい事態になろう。自分につながる先祖に感謝を込め、思いをはせてこそ、正しい供養につながると言えるのではなかろうか」(鶴川、2016)という言葉は傾聴に値する。

注記

1 國學院大學石井研士教授の調査である。消滅可能性都市には宗教法人の35%、6万2971法人(仏教系では2万4770法人)があることが判明。

参考文献

- 井上暉堂(2010)『仏教ビジネスのからくり』朝日新書
 鶴川秀徳(2016)『無葬社会』日経BP社
 鶴川秀徳(2015)『寺院消滅』日経BP社
 中村久人(2018)「日本の寺院と経営学—寺院再生の経営的考察—」『現代社会研究』第15号、東洋大学現代社会総合研究所
 橋本英樹(2014)『お寺の収支報告書』祥伝社
 橋本英樹(2016)『お坊さんが明かすあなたの町からお寺が消える理由』洋泉社
 松本紹圭・井出悦郎(2013)『お寺の教科書』徳間書店
 松本圭介(紹圭)(2010)『東大卒僧侶の「お坊さん革命」』講談社
 「大特集 追跡、“僧侶派遣ビジネス”」『宗教問題』(2016) Vol.14、季刊2016年春季号、合同会社宗教問題
 「特集 巨大納骨堂ブームの光と陰」『宗教問題』(2018) Vol.21、季刊2018年新年号、合同会社宗教問題
 「特集 神社・仏教 大騒乱」『週刊ダイヤモンド』(2018年3月24日)、ダイヤモンド社