

広報委員会 2018 年度事業

「母の日参り」

「秋分の日はお墓参りの日」

ポスター配布について

「あの町でもポスター見かけたよ！」

2013年度からスタートした「秋分の日はお墓参りの日」推進ポスターが毎年ご好評をいただいています。その半面「どこに貼ったらよいか、わからない」「10枚もいらぬ」という声も。会員から事務局に寄せられた、活動事例をご紹介します。

会員の活動事例

「石産協会員ではない石材店に配布。反応はとても好意的でみんな貼ってくれた。」

「21ヶ寺と近隣の花屋さん2店舗。いい習慣だとお褒めいただきました。」

「運送会社、墓石店（石産協未加盟）、サウナ、喫茶店など、普段行きつけのお店へ。」

「お寺に配布（浄土真宗、日蓮宗、法華宗、真言宗）は本堂に掲示してくれました。」

「地元の郵便局、幼稚園、自社、展示場へ掲示。みなさん喜んで協力してくれました。」

「船待合所、町内掲示板、フェリー内、飲食店、ガソリンスタンドなど。」

「日頃からお付き合いのあるお寺や葬儀社へ。反応としてはお墓参りの日という活動をしていることを知らなかったが、認知してもらえた。また、ポスターのデザインが非常に可愛らしかったので、この点も好感をいただきました。」

「ある会合で話をしたら賛同者が集まったので200枚を追加注文します。」

「あるセミナーを聞いて、ぜひ活動に協力したい！」・・・と広島県の生花市場より、400部のご注文をいただきました。

「母の日参り」てなに？

日本香堂(株)が中心となり立ち上げた「母の日参り」に当会もパートナー団体として参加しています。母の日は、100余年前のアメリカで亡き母を偲ぶ一人の女性の呼びかけから生まれたと伝えられています。日本でも1947年、アメリカに倣って「5月の第2日曜日は母の日」と制定され、以来、長きにわたり母親に日頃の感謝を表す“ギフト記念日”として親しまれてきましたが、近年、記念日の原点回帰を想わせるように、亡き母の墓前を訪ねる母の日参りが広がりを見せています。



日本香堂(株)の調査によれば、40代以上の男女生活者におけるゴールデンウィークから母の日にかけての墓参実践率は、2007年～2017年比較で約1.7倍にも拡大しており、そこには母親を見送った世代で〈モノ〉に代わって〈祈り〉を贈る、新たな母の日文化の芽生えが窺えます。当会では昨年からの「母の日参り」のポスターを作成し、広く呼びかける活動を行っています。

「秋分の日はお墓参りの日」をもっと広めたい

そもそも、なぜ『秋分の日』なのか？春分の日も、お盆も、誕生日もお墓参りをしてもらいたい！という声もいただいています。それは石材業に携わる者が当然思うことです。ご存知でしょうか？秋分の日には1948年に交付・施工された国民の祝日に関する法律によって「祖先をうやまい、亡くなった人をしのぶ」ことを趣旨として制定されました。広報委員会ではココに目をつけ、法律で制定されているこの秋分の日をもっと広めよう！と日本記念日協会に申請し、2013年に「秋分の日はお墓参りの日」が制定されたのです。多様な弔い方が選択できる世の中で、簡略化されていくことも多くあります。しかし、忘れてはならないのは「先祖を敬い故人をしのぶ」心です。秋分の日がお墓参りの日であることを少しでも多くの人々に知っていただくことを願い、広報活動を続けていきたいと思っています。そのためには、全国1200社の会員みなさまのご協力が欠かせません。「あの町でもポスター見かけたよ！」そんな声が広がっていくことを期待しています。

SNSの活用 —お墓参りを盛り上げる！—

誰もが気軽にインターネットを使える世の中です。広報委員会ではtwitterをフル活用しようと、アラフィフ（一部アラ還）のおじさんたちが猛勉強。みなさまも、お墓参りキャンペーンにご参加ください。「#母の日参り」または「#秋分の日はお墓参りの日」というハッシュタグを付けて「ここにポスター貼ってます」「こんな会話が生まれた」など、活動報告してください。