

1. 背景とねらい

地域の人々が気軽に集まれる場所が減っている
お寺は「文化」と「安心」の拠点になり得る
そこで、助成を活用して
居場所づくり
文化・歴史体験
多世代交流
を作っていく活動にした。

マルシェの賑わい：

『買う・癒される・学ぶが同時に起きる場』



『お寺が、地域の“居場所”になった一日』

烏が池癒しのマルシェのメインイベント。
露の団姫さんの落語会で満員の会場



今後の取組み

四季の定例化：春コンサート
秋のマルシェ、夏の寺子屋、
冬の屋内企画
他の団体などとのコラボイ
ベント

助成により「単発イベント」
ではなく、地域の人々が通える
“場”の基盤ができました。次
年度は運営のスケジュールを
共有し、改善が回る体制にし
ます。



【1回目】

3

烏が池 むすびばプロジェクト

東区

実施した活動

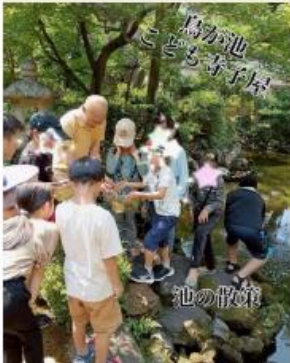
2-1. 夏の寺子屋（7/29～31）

宿題タイム+日替わり体験

入口を「子ども・保護者」に作り、夏に関係人口を増やした

子供会ラインの活用：多数の小学校区にわたって利用してもらうことができた。

宿題タイム：初めてくるお寺に
どきどきしねがらも、静かにお勉強。



普段入ることのない庭で貴重な体験：たくさんの生き物が見れて大満足。



音楽に触れる体験も：広い本堂ならでは。みんな歌って踊って大はしゃぎでした

2-2. 癒しのマルシェ&落語会（11/3）

マルシェ、癒し体験、学びブース、子ども企画、落語会
“お寺に入るハードル”を下げ、滞在と交流を増やした
SNSの発信や新聞に取り上げられるなど広報活動にも力を入れた。

『大人から子供まで1日中楽しめる』

『中日新聞に取り上げられました』



本堂の露の団姫落語会

『文化体験は“選べる形”で届く』

椅子が足りないくらいいっぱいの人。マルシェをきっかけに初めて落語に触れる人。仏教と落語の両方が学べた。



成果

3-1. 参加者の評価（アンケート）

入場者数 約200人

回答：102名

満足（満足＋非常に満足）：約82%

「日常入ることの出来ないお寺に入ることができて楽しかった」

「お庭が美しかった」

「季節ごとに開催してほしい」

3-2. 多世代の“同席”が起きた

60代以上：52名（最多）

10代以下：16名

30～40代：計23名

→子育て世代とシニア層の橋渡しが見えた



『20組の出店者とスタッフ、ボランティア』

4. 活動を通じて得た学び

入口を分けると、関係人口が増える

夏：子ども・保護者

秋：地域全体

“文化”は押し付けず、選べる形にすると届く

マルシェ→落語→庭園へ、

段階的に深まる導線

運営は資産化できる

申込、連絡、当日タイムラインは次回の再現性につながる

5. 課題と改善

課題：初来場者の道順案内が不足

改善：写真付きルート案内を1枚に統一し、SNS・チラシ・Webで共通化

課題：運営が属人化しやすい

改善：役割別チェックリスト＋雨天・混雑・救護の場面別手順をカード化





文化と会話が芽吹く、お寺の「むすびば」づくり

活動の内容

烏が池むすびばプロジェクトは、名古屋市東区の養念寺・烏が池を中心に、「お寺が地域の居場所になる」ことを目指す取り組みです。夏は子ども寺子屋、秋は癒しのマルシェと落語会を開催。文化に触れたり、世代をこえて会話が生まれたりする時間を大切にしながら、地域のつながりが育つ場をつくっています。



団体からのメッセージ



皆さま、いつも温かいご支援をありがとうございます。私たちは、文化と歴史が息づくこの街の魅力を、日常のなかで“体験できる場”としてひらく活動を続けています。寺子屋やマルシェ、落語会を通して、身近なお寺の空間にふれて、世代をこえた会話が生まれました。これからも学びと交流のきっかけを増やし、街の記憶を次へつないでいきます。引き続き見守ってください。