



2023（令和5）年12月6日

京都 西本願寺で初のブランドマークとタグラインが完成！

このたび京都 本願寺（以下 西本願寺）ではブランドマークとタグラインを策定しました。西本願寺では今まで特にブランドマークなどは無く、今回初めての公式ブランドマークとなります。今後は、西本願寺の紋として使用している“下り藤”とは別に、公式ブランドマークとしてあらゆる場面で使用していきます。

今回制作したブランドマークは、西本願寺の阿弥陀堂と御影堂という二つのお堂（国宝）をイメージした形をもとに、境内の大イチョウの葉と重ね合せ、生活のあらゆるシーンになじむ、軽やかなマークとなっています。また、“人はひとり。だからこそ、ご縁を見つめたい。”というタグライン※は、仏教の「独生独死独去独来」という教えから、「人は本来孤独であるからこそ、人とのご縁のありがたさに感謝し、ご縁を大切に生きていくことができる。」という思いを反映させつつ、僧侶とご参拝の方々のご縁、さらにご参拝の方々同士のご縁を生むようなお寺になりたいとの思いを込めました。

西本願寺は、生きている人の悩みや苦しみ、喜びや幸せに一生寄り添えるお寺をめざしたいと考えています。そのために、門信徒（浄土真宗の信者）だけでなく、そのほかの方にも西本願寺に親しんでもらえる、分かりやすいシンボルが必要だと考え、ブランドマーク・タグラインを制作しました。本日より公式ホームページや各種 SNS などに展開されると共に、順次名刺や印刷物、各種アイテムなども新しいブランドマークに差し替えていきます。

今後はこのブランドマークとタグラインのもとで、幅広い世代の方に西本願寺に興味をお持ちいただき、ご参拝頂けるように、新たな企画の実施や積極的な情報発信を行います。どうぞご期待ください。

※ブランドのメッセージを端的に表現したもので、ブランドロゴやマークに添えられる一行

【ブランドマーク】



西本願寺

このマークの形は、西本願寺の中心である阿弥陀堂と御影堂をイメージしています。二つのお堂のイメージをもとに、多くの人に親しまれてきた、西本願寺のイチョウの色と形を重ね合わせました。形と色に品格がありつつ、現代の生活の中に溶け込むモダンなマークができたと考えています。門信徒の方をはじめ、観光で訪れる方や、仏教に興味を持たれる方、幅広い方々に、西本願寺といえば阿弥陀堂と御影堂を思い出してほしいという願いを込めたものです。



2023（令和5）年12月6日

【タグライン】

今後、西本願寺の社会的な役割を広く内外に伝えるために、二つのタグラインを伝える内容やシーンによって使い分けていきます。

●メイン・タグライン

“人はひとり。だからこそ、ご縁を見つめたい。”

私たちの前にある現代社会に目を向けると、「無縁社会」とまで言われるほど、人々の孤独・孤立が社会問題になっています。今こそ、西本願寺とその僧侶が真価を問われる時であると考えています。

仏教では、人が孤独な存在であることを受け入れるところから始めます。そして、孤独であるからこそ、仏様や他の人とのご縁に心から感謝して、ご縁を大切に生きていきたいと考えます。私たち西本願寺はこれから、あらゆる方々のご縁の結び目として、ご縁を見つめ大切にして、自他共に心豊かに生きられる社会の実現をめざしてゆく。そんな意志を込め、伝えていくために制定したのが、このメイン・タグラインです。

●サブ・タグライン

“誰もが、ただ、いていい場所。”

西本願寺は、誰もが自由にお参りでき、様々な思いを持ち寄って過ごせる場所です。すべての人を受け入れます。

前段でも述べましたが、現代日本の社会では、孤立したり、孤独を感じたり、自分の居場所がないと感じる方が増えています。そんな気持ちに寄り添って耳を傾ける存在が西本願寺であり、私たち僧侶であるべきです。時代のキーワードで言えば、誰も取り残さない、インクルーシブな場所ということになるでしょう。この原点を改めて、伝えていきたいと考え、制定したのがこのサブ・タグラインです。

【安永雄玄西本願寺執行長のコメント】

現代において、お寺はお葬式やお墓が主体かのように捉えられています。しかし元来、お寺は人々の生活の中心にあり、生きる喜びも悲しみも共有する存在でした。

宗門が掲げている「自他共に心豊かに生きることのできる社会の実現」とは、現代風に言えば、まさに“ウェルビーイングの実現”となるのでしょうか。そのためには、西本願寺はもちろん、どこのお寺もが魅力づくりに励み、一人でも多くの方に参拝していただくことで、仏様はもちろんのことお寺や僧侶とご縁を結んでいただく機会を増やすことが重要です。

長い西本願寺の歴史の中で初のブランドマークを策定したことにより、もっと多くの方に西本願寺を身近に感じていただきたいと思います。今後はあらゆるところでブランドマークやタグラインを見て頂き、西本願寺の想いが広く皆さまに伝わることを願っています。

News Release



西本願寺

2023（令和5）年12月6日

【ブランドマーク、タグライン制作者紹介】



西本願寺 クリエイティブ・ディレクター

原田 朋（はらだ ともき）

博報堂、スマートニュースを経て、2023年に独立。グローバル企業からNPOまであらゆるブランディング、コピーライティングを手掛けてきた。日経広告賞グランプリ、カンヌ国際広告祭PRライオン等、国内外で受賞多数。京都府出身。伯母が西本願寺出版部に勤めていたことから、幼少期は西本願寺のお堂や境内で遊んで過ごした。



西本願寺 統括デザイナー

サノワタル

東京・大阪・京都の制作プロダクションを経て、2013年に大学時代を過ごした京都にてカフェ機能を追加したデザインスタジオを設立。2017年にグラフィックデザインを軸に、ブランディングデザイン・内装デザイン・ウェブデザイン・パッケージデザインなどの様々な領域のデザインや企画を手掛ける「株式会社サノワタルデザイン事務所」を設立、代表取締役。 <https://sanowataru.com>

～取材に関する問合せ～

本願寺（西本願寺）内務室

広報担当：田中・衣笠

TEL：075-371-5181（代表） e-mail：h-kouhou@hongwanji.or.jp



お問い合わせ
フォーム