



経済産業省公認

全石協news

◎第 11 回通常総会・懇親会の開催のご案内

- ・開催日：令和 5 年 6 月 14 日（水）
- ・開催場所：東京都港区芝公園 1-5-10 芝パークホテル 2 階ローズ 1
- ・通常総会：15 時～17 時
- ・懇親会：17 時 30 分～（参加費：5,000 円）

出欠席の有無及び出席者名を、6 月 7 日（水）までにご返信くださいますようお願いいたします（返信用紙、総会資料等は郵送済みです。お手元にない方は、事務局までご連絡ください）。

※令和 5 年度の理事会開催予定日

第 1 回理事会 令和 5 年 8 月 28 日（月）

第 2 回理事会 令和 5 年 11 月 20 日（月）

第 3 回理事会 令和 6 年 2 月 19 日（月）

◎第 32 回技能グランプリ、来年 2 月に九州で初開催！

- ・日程：令和 6 年 2 月 23 日（金）～26 日（月）
- ・場所：西日本総合展示場（福岡県北九州市小倉北区浅野 3 丁目 8-1）
- ・主催：厚生労働省、中央職業能力開発協会、及び一般社団法人全国技能士会連合会
- ・協力：業界団体

技能グランプリは、特級、一級及び単一等級技能士の一層の技能向上を図るとともに、その地位の向上と技能尊重気運の醸成に資することを目的としています。

※石工競技部門 大会副会長 加登隆三（全国石製品協同組合理事長）

運営部門 山川 隆（全国石製品協同組合理事）

競技委員 谷本雅一（全国石製品協同組合会員）

競技委員 井上崇秀（全国石製品協同組合会員）

◎ 第 10 回『お墓を建てて当てよう！キャンペーン』、6 月 1 日（木）～
今回は組合設立 10 周年を記念し、合計 100 名様に賞品が当たります！



第10回『お墓を建てて当てよう！プレゼントキャンペーン』は、6月1日（木）から来年5月31日（金）まで実施します。キャンペーン期間中に全国石製品協同組合の組合加盟石材店でお墓を建てられたお客様を対象に抽選で素敵な賞品をプレゼントする大好評の企画ですが、**今回は組合創立10周年を記念して、合計100名様に賞品が当たります。**

賞品は JCB ギフトカード 10 万円分が 1 名様、
JCB ギフトカード 3 万円分が 3 名様、QUO カード
2,000 円分が 96 名様となります。

なお、ご応募できるお客様は、全石協発行の保証書をお持ちの方が対象となりますので、ご注意ください。

詳細は事務局までお問い合わせください。

◎フューネラルビジネスフェア 2023 は 6 月 20 日 (火)、21 日 (水)



全石協が後援する葬祭サービス・ライフエンディングサポートシステムの総合展示会＆シンポジウム「フューネラルビジネスフェア2023」が6月20日（火）・21日（水）の2日間、横浜市西区のパシフィコ横浜（展示ホールC・D）にて開催されます。

26 回目となる今回は「『新たな葬送のカタチ』へのアプローチ」をテーマに、134 社 (231 小間) が全国より集結します。主に葬具及び付帯サービス、業務支援などの出展が中心となり、お墓や樹木葬、海洋散骨、手元供養などを扱う

業者も出展します。

有料制のシンポジウム（先着順、予約制）も盛り沢山の内容で、鵜飼秀徳氏「コロナによって変わった『多死社会』の今後」、山田慎也氏（第9回『全石協 news』に特別インタビューを掲載）「現代社会の状況と『葬儀』と『墓』のこれから」などが予定されています。

◎ 2022 年石材輸入統計～金額は円安でほとんどが増加。総数量は 17 年連続減少

財務省発表「日本貿易統計」によると、2022 年（1～11 月は確報値、12 月のみ速報値）の石類輸入金額は 612 億 4935 万円（前年比 114.8%）、数量は 45 万 6,148 トン（同 94.6%）となり、総数量は 17 年連続の減少となった。

金額の増加は数量が増えた品目が多い結果（新型コロナによる落ち込みの回復）でもあるが、何よりも円安の影響が大きい。

◎花崗岩製品（墓石や灯籠など）の輸入実績

花崗岩製品は、前期（2021 年）と同じ 17 カ国から輸入された（右上表）。

今期も中国が製品全体の約 98%を占めるが、数量で 17 期連続の減少となり、前期同様に 2005 年ピーク時のおよそ 4 分の 1、金額の増加は円安による結果である。

◎国別に見た輸入実績

2022 年の石類輸入金額を国別に合計し、上位 25 カ国の過去 4 年間の実績を掲載した（右下表）。今期は前期より 8 カ国多い全 59 カ国から輸入され、新型コロナの影響は世界的になくなりつつあると思われる。また円安の影響で、多くの国が金額を増加させた。

上位の 4 カ国は前期と同じ顔ぶれだが、数量ベースで見ると、中国、ベトナム、インド、ブラジルの順で、イタリアは 6 番目となる。

ポルトガル、アメリカは再び減少。ウクライナの実績は 2014 年の舗装用石以来で、大理石板とトラバーチン、アラバスター製品が輸入された。

2022 年花崗岩製品の国別輸入実績

（単位：トン、1,000 円、%）

国 名	数 量	前 年 比	金 額	前 年 比
中 国	289,902	94.5	47,548,316	114.2
イ ン ド	2,206	84.8	361,510	100.2
イ タ リ ア	189	192.9	126,686	388.5
ベ ト ナ ム	1,970	78.5	100,923	86.0
ア メ リ カ	3	—	15,429	633.9
韓 国	9	900.0	8,791	473.4
台 湾	70	40.7	8,725	18.7
ポルトガル	20	40.8	4,170	85.2
インドネシア	26	—	3,099	—
南アフリカ	—	—	1,939	757.4
ト ル コ	10	—	1,881	—
タ イ	8	80.0	1,659	71.0
ス ペ イン	22	95.7	1,477	68.2
フィリピン	—	—	1,239	33.6
ド イ ツ	—	—	715	4.6
フィンランド	1	50.0	326	60.5
フ ラ ン ス	—	—	216	—
合 計	294,436	94.2	48,187,101	114.1

※花崗岩製品は、墓石や灯籠などの石刻品が中心

過去 4 年間の国別輸入実績

（単位：100 万円）

国 名	2022 年	2021 年	2020 年	2019 年
中 国	54,531	47,144	44,896	57,893
イ タ リ ア	1,934	1,408	1,045	1,211
ベ ト ナ ム	1,236	919	998	843
イ ン ド	1,058	841	761	1,164
ブラジル	613	516	480	594
フ ラ ン ス	350	236	212	265
インドネシア	221	142	192	209
ギ リ シ ャ	214	128	182	322
台 湾	152	136	103	257
ト ル コ	144	146	103	119
韓 国	109	167	64	86
ス ペ イン	83	81	94	179
ポルトガル	76	493	79	143
ア メ リ カ	72	550	28	70
ド イ ツ	72	159	47	112
パキスタン	43	20	19	32
イ ギ リ ス	40	28	39	49
カ ナ ダ	35	3	11	16
ス イ ス	34	67	16	26
ベルギー	28	53	23	27
エジプト	26	17	23	26
アルゼンチン	19	15	47	28
ウクライナ	17	—	—	—
フィリピン	17	20	25	99
ノルウェー	16	9	3	3

◎墓石の建立についてのアンケート調査

【調査対象】全国 30 代以上の男女

【調査期間】2023 年 1 月 1 日～2023 年 1 月 31 日 【調査方法】インターネット調査

【有効サンプル数】683 名

- ◇お墓を建てるときの石材は「きれいに磨いてあり光沢のある石材」が 37.9%でトップ。
◇墓石に彫る文字の字体は、6 割以上がパソコンのフォント文字である。
◇ただし、墓石に彫る文字については、女性と若年層については、「書家が書いた文字」や「自分で書いた文字」についても、他の層と比較し多い結果となった。

【調査結果】

**Q1、あなたがお墓（墓石）を建立
するとしたら、どんな石材を
選びますか？ 最も当てはまるものを選
んでください。**

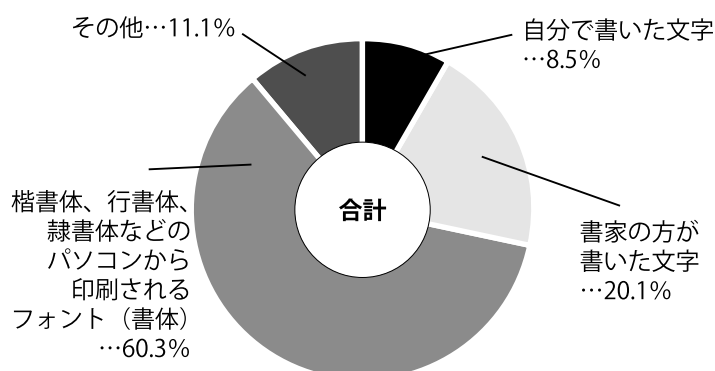
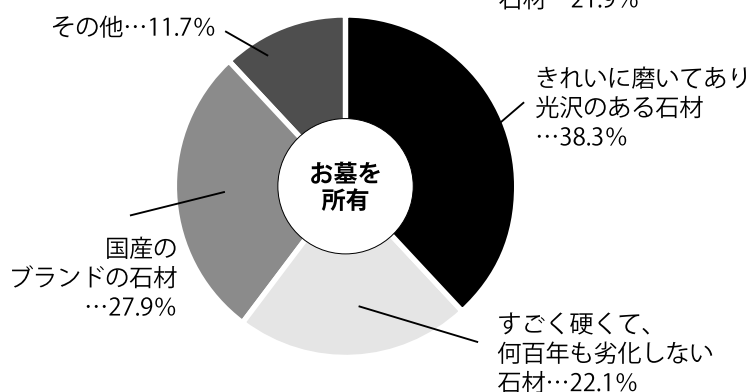
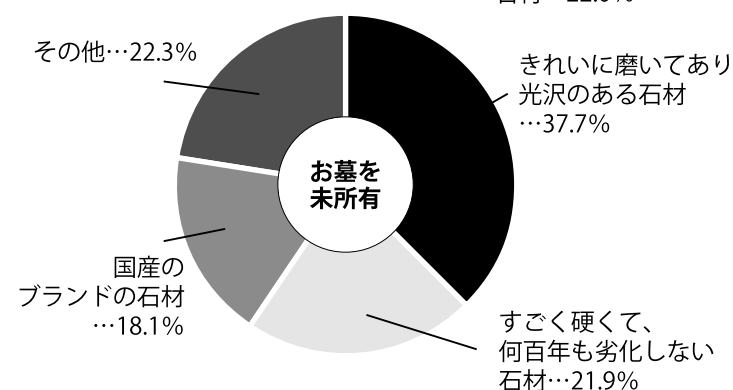
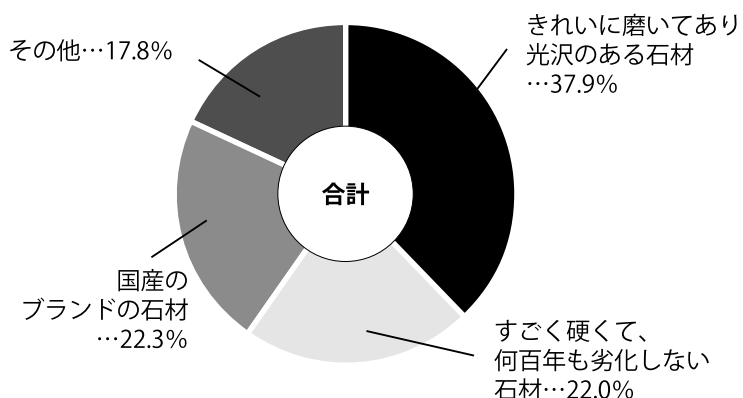
合計では、「きれいに磨いてあり光沢のある石材」37.9%、続いて「国産のブランドの石材」22.3%、僅差で「すごく硬くて、何百年も劣化しない石材」22.0%と続く。

お墓を所有している人と所有していない人で分けると「きれいに磨いてあり光沢のある石材」はほぼ同じ割合であった。「国産のブランドの石材」については、お墓を所有している人の割合がそうでない人と比較して、9.8 ポイント上回る結果となった。

これは、お墓を所有し使用する中で、経験的に墓石の素材について知識が深まった結果、国産石材の良さや価値を認識したのではないかと予想できる。また、男女別、年代別では特に全体の数値結果とほぼ同じ傾向になっていた。

**Q2、墓石に彫る文字は、どんな字
体であると良いと思います
か？ 最も当てはまるものを選んでく
ださい。**

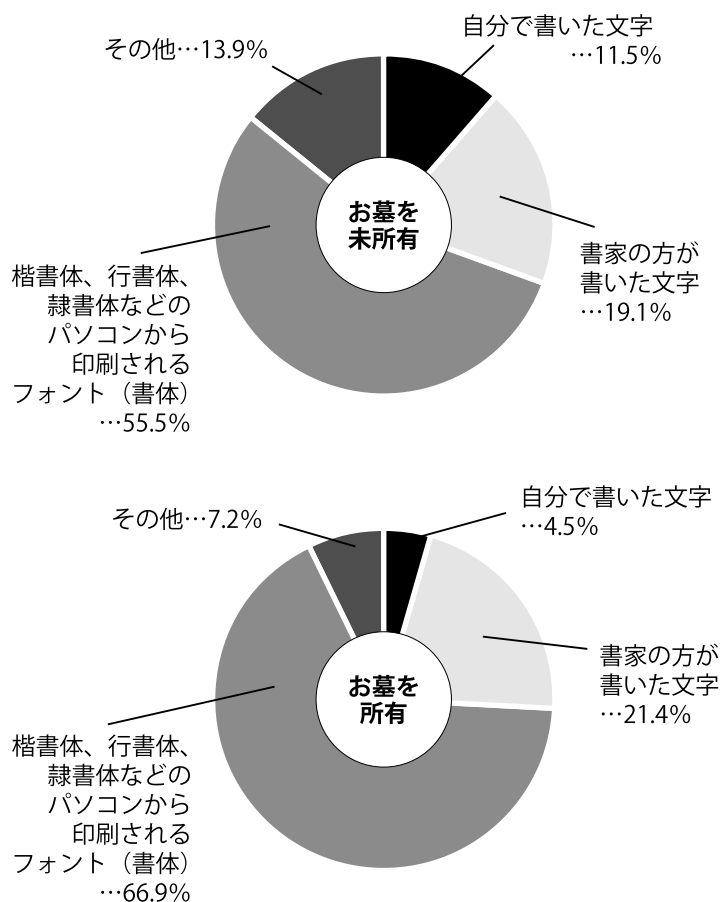
6 割以上の方が「楷書体、行書体、隷書体などのパソコンから印刷されるフォント（書体）」と回答し、「書家が書いた文字」、「自分で書いた文字」が続く。こ



の設問についてもお墓を所有している人と未所有の人で分けて見ると、お墓を所有していない人は、「自分で書いた文字」が11.5%だったのに対して、所有している人は4.5%と約半減している。

これは、お墓を所有している人が「自分で書いた文字」は価格面や作業労力などの問題で現実的なハードルがあることを過去の経験値から認識しているからではないかと推測できる。

男女別では、女性の「書家の方が書いた文字」の割合が男性より9.0ポイント高く、逆に「パソコン文字」が低かった。年代別では、「パソコン文字」の割合は30代が一番低く、逆に70代以上が一番高い結果となった。また、30代が「自分で書いた文字」の割合が最も多い結果となった。彫刻文字については、高齢者層が保守的、若年層および女性は他者とは異なる傾向があるという結果となった。



Q2、男女別・年代別の結果（人、％）

項 目	男 性		女 性		30 代		40 代		50 代		60 代		70 代以上	
自分で書いた文字	40	8.4	18	8.6	12	18.5	11	8.3	16	8.9	13	7.6	6	4.4
書家の方が書いた文字	82	17.3	55	26.3	17	26.2	32	24.2	43	23.9	27	15.8	18	13.3
パソコン文字	302	63.7	110	52.6	30	46.2	78	59.1	102	56.7	110	64.3	92	68.1
その他	50	10.6	26	12.5	6	9.1	11	8.4	19	10.5	21	12.3	19	14.2
合 計	474	100.0	209	100.0	65	100.0	132	100.0	180	100.0	171	100.0	135	100.0

《まとめ》

「お墓（墓石）を建立するとしたら、どんな石材を選びますか？」という質問に対しては、お墓を所有し使用する中で、経験的に墓石の素材について知識が深まった結果、国産石材の良さや価値を認識したのではないかと予想できます。

「墓石に彫る文字は、どんな字体であると良いと思いますか？」では、パソコン文字が一般化していることとお墓の彫刻文字にこだわりを持つ人は多くないことがわかりました。ただ、彫刻文字については、高齢者層が保守的、若年層および女性は他者とは異なる傾向がわかり、このことから若年層や女性について、価値観や意識の変化や多様化が読み取れる結果となりました。

全石協は、今後も、個人や家族のライフスタイルに対応した多様なお墓のニーズに応えられるよう、供養文化や正確な墓地・墓石情報の提供に努めてまいります。



経済産業省公認 20121004情第5号

全国石製品協同組合

お問い合わせ等は、☎ **03-5733-3776**

〒105-0012 東京都港区芝大門2丁目9番14号5F
FAX：03-5733-3778 E-mai：info@zenseki.or.jp

<https://zenseki.or.jp/>