



経済産業省公認

# 全石協 news

## ◎令和 6 年度第 3 回理事会 (2 月 17 日(月) 15:00 ~ 17:00、芝パークホテル)

※ 令和 7 年度総会について

日時：令和 7 年 6 月 16 日(月)

総会 /15 時～ 懇親会 /17 時 30 分～

場所：芝パークホテル 東京都港区区芝公園 1 - 5 - 10

### 【報告事項】

1、『みんなのお墓』検索ポータルサイト事業について

2、アンケート調査報告

3、相続税軽減の適用について現状報告

財務省財務大臣宛て、意見書提出骨子の内容

①一般庶民による建墓は、400 年以上続く民俗的伝統であること

②戦後の現行民法制定及び相続税法施行時の時代背景からみて、現状と齟齬<sup>そご</sup>があること

③個人主義の浸透と核家族化の進展に伴う葬墓制の多様化により、社会的ニーズが存在すること

以上の 3 点から、没後相続人による墓碑及び墓地の購入費用も相続財産から控除されるのが望ましいと考え、社会的課題として政策的な配慮が強く望まれるため、意見具申する。

### 【検討事項】

4、樹木葬まるわかりブック（お墓の冊子原稿）について

本原稿を最終案として冊子を作成する。

5、みんなのお墓「墓じまい」広告のランディングページ案について

組合事業として組合員にも以下の 3 点に留意する。

①お墓の処分に必要な許可と運用ができていますか？

・お墓の処分に必要な「一般廃棄物収集運搬許可証」を持っている（または、都道府県

知事の許可を持った業者に委託している)

- ・産業廃棄物管理票（マニフェスト）の交付と返送の運用ができています

## ②反社チェック

- ・都道府県暴力団排除条例を遵守しているか？
- ・役員および社員が反社会的勢力でないこと、反社会的勢力との関わりを有していないこと

## ③個人情報保護を保護する体制になっているか？

- ・個人情報保護法に則った運用がなされているか（個人情報漏えい発生時の報告体制やプライバシーポリシーの整備状況など）

※今後は新規組合員加入促進に活用

## 6、その他

# ◎フューネラルビジネスフェア 2025 は 6月4日・5日、横浜で！！

全国から葬祭事業者が一堂に集う業界随一のビジネスフェア「フューネラルビジネスフェア 2025」が下記のとおり開催されます（主催：総合ユニコム株式会社、月刊フューネラルビジネス）。今回の開催について、主催者は次のように話しています。

「2025年は、After コロナといわれていた時期から次のステップに進む時期となりました。コロナを経て小規模葬がスタンダードとなり、ハードとしての葬祭会館のあり方や提供するサービス・ソフト、葬儀プランもこれまでとは異なったものが求められるようになりました。必然的に各種戦略も新たに構築しなければなりません。

そこで、約30年にわたり葬祭業界の変遷を俯瞰してきた『月刊フューネラルビジネス』が、新たな時代にふさわしい情報を発信するとともに、情報交換の場として『フューネラルビジネスフェア 2025』を開催いたします。ぜひ、さまざまな情報や、戦略立案のヒントを本展示会場＆シンポジウムでつかんでいただき、次代に向けた第一歩を踏み出してください。皆様のご来場をお待ちしております」

全国石製品協同組合も後援しています。お時間がある方は、ぜひ足をお運びください（右記の案内を4月末に皆様へお送りします）。



・日時：6月4日（水）10:00～17:00、6月5日（木・友引）10:00～16:30

・会場：パシフィコ横浜 展示ホールC・D / アネックスホール（シンポジウム）

〒220-0012 神奈川県横浜市西区みなとみらい1-1-1

TEL.045-221-2155（総合案内）

## ◎石材業「2023 年度決算売上高ランキング」～墓石は苦戦、建築石材は上昇傾向

『月刊石材』(石文社)がまとめた 2023 年 4 月以降の決算期における各社売上高調査によると、掲載企業(売上高 3 億円以上が対象)の業種別合計は、墓石関連小売業者が 684 億円(前年比 95.4%、前期と同じ合計 79 社)、墓石関連商社・卸・加工業者が 362 億円(同 94.3%、4 社減で 35 社)、建築石材関連業者が 1,103 億円(同 115.0%、11 社増で 78 社)となった。

新規の建墓が減少するなか、最大の供給地である中国からの仕入れ価格の高騰に加え、前期から続く円安がさらに通年で 15%以上進行したことで、墓石業は厳しい経営を強いられた。その一方で、建築石材業はおおむね順調に推移した。

### ◎墓石小売業者

上位の大半はいずれも首都圏及び大阪の霊園販売業者で、市場を牽引する上位 20 社の合計金額は 402 億円(前年比 94.6%)という結果だった。全体で見ると、前年比 110%以上の企業は前回の 14 社から一挙に 4 社へ減少。同 90%未満の落ち込みの大きい企業は 10 社となり、それ以外(前年比 90～110%未満)の大多数がほぼ横ばいだった。

また厚生労働省が「衛生行政報告例」としてまとめた 2023 年度の全国の改葬件数は過去最高だった前年度をさらに 1 万 5,000 件余り上回る結果となり、依然として「墓じまい」が増加し、常態化している状況が読み取れる。前回も指摘したが、その改葬後の遺骨の受け皿は、もっぱら樹木葬や納骨堂、散骨などに流れている可能性があり、一般墓の需要をいかに確保するかが課題となっている。

### ◎商社・卸・加工業者

円安が大幅に進んだ割に売上が伸びていないのは、墓石小売業者の苦戦がそのまま反映した結果であろう。上位 10 社のなかで前年比 110%以上の企業は前回の 3 社から 1 社へ減少し、ほとんどの企業がほぼ横ばいで推移する結果となった。

#### ◎墓石小売業者の上位 20 社

(株)メモリアルアートの大野屋グループ(東京)  
須藤石材(株)(東京)  
(株)サンボウ(群馬)  
(株)加登(連結ベース)(大阪)  
(株)ニチリョク(東京)  
山岡石材工業(株)(富山)  
(株)やまと石材グループ(埼玉)  
(株)石長グループ(神奈川)  
(有)岩崎石材(連結ベース)(埼玉)  
(株)霊園・墓石のヤシログループ(大阪)  
(株)ミササ(栃木)  
(株)大塚(埼玉)  
(株)いせや(東京)  
(株)和泉家石材店(千葉)  
(株)川辺(連結ベース)(東京)  
(株)山水(千葉)  
(株)江戸やグループ(千葉)  
(株)ゴダイ(群馬)  
大阪石材工業(株)(大阪)  
(株)中山石渠(大阪)

#### ◎商社・卸・加工業者の上位 20 社

いずみ産業(株)(千葉)  
日本石材センター(株)(大阪)  
(株)オクノ(岡山)  
(株)サンセキ(鳥取)  
鳴本石材(株)(岡山)  
(株)石英社(大阪)  
(株)フクイシ(福島)  
(有)南印度洋行(東京)  
(株)イナダグループ(東京)  
(株)石販(島根)  
三国産業(株)(大阪)  
Nトレード(株)(岡山)  
(株)沖セキ(神奈川)  
インターロック(株)(東京)  
(株)越智久石材センター(愛媛)  
(有)ルイ(千葉)  
清水組石材工業(株)(愛知)  
(株)興石(岡山)  
(株)堀石材工業(茨城)  
邑偉石材(株)(愛媛)

# ◎ミレニアル世代（1981年～1996年に生まれた世代）の“お墓”についての考え方をアンケート調査

【調査対象】 全国 29 歳～ 45 歳の男女＝ミレニアル世代（1981 年～ 1996 年に生まれた世代）

【調査期間】 2025 年 1 月 10 日～ 2025 年 1 月 30 日 【調査方法】 インターネット調査

【有効サンプル数】 300 名

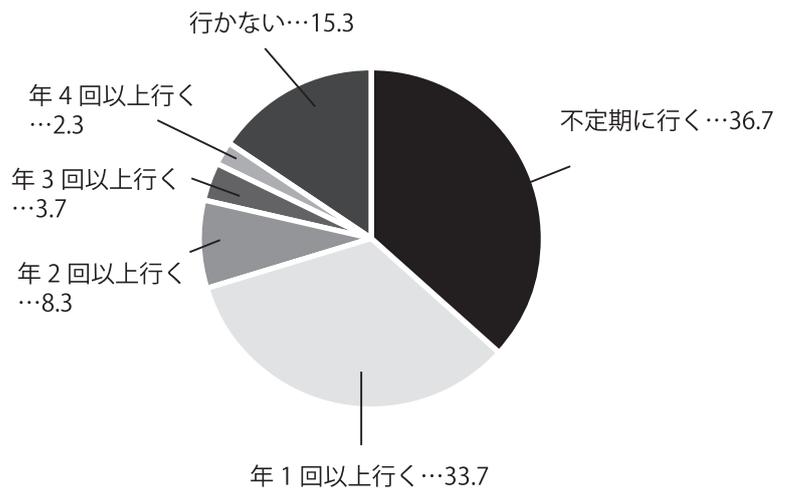
21 世紀に入り今年で 25 年目を迎える。2000 年以降に成人・社会人になった世代をミレニアル世代といい、これは彼らがデジタルや IT 技術の台頭とともに成長してきたことに由来する。この世代の特徴の一つとして、インターネットでの情報収集に優れ、SNS でのコミュニケーションを使いこなすという点が挙げられる。また、社会問題に関心が強く、それらについて積極的に発言し、関わろうという意識も強い。その他にも「モノ」より「コト」、「所有」より「共有」という消費行動を好み、新しい技術やサービスにも柔軟に適應することができる、などの傾向があるとされている。全石協では、実際にお墓を購入する世代（50 代から 70 代）よりも若く、「将来」お墓を考えるであろうミレニアル世代に焦点をあてて、調査を実施した。

## Q、「お墓参り」へ行く回数は？

48.0%の人が年に1回以上お墓参りへ行き、36.7%が不定期にお墓参りへ行くと回答し、合わせて84.7%の人が何らかの形でお墓参りへ行くことがわかった。

※ 2022 年 3 月に実施した全石協のアンケート調査（40 代以上）では、年に1回以上お墓参りへ行く割合が64.5%。それと比較すると、ミレニアル世代は16.5ポイントほど、低いことがわかった。

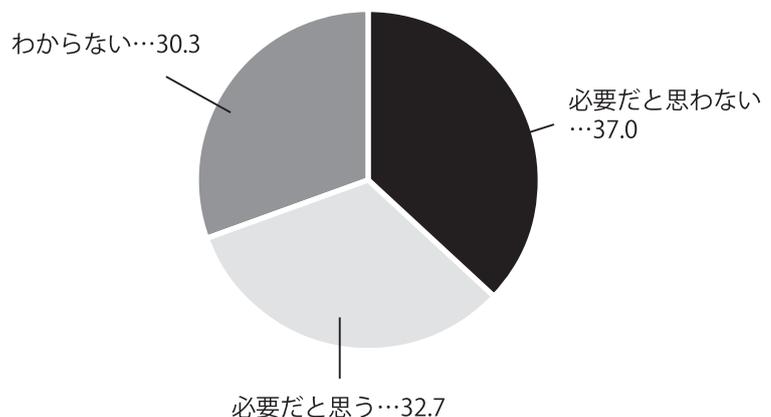
「お墓参り」へ行く回数は？（単位：％）



## Q、お墓は必要だと思いますか？

“お墓は必要だと思わない”が一番多く37.0%、“お墓は必要だと思う”が32.7%、“わからない”30.3%という結果となった。

お墓は必要だと思いますか？（単位：％）



“お墓は必要だと思わない”と回答した人の理由は、“管理維持が大変”28.8%、“弔う手段がお墓でなくてよい”14.4%、“必要性を感じない”13.5%、“お墓に対する想いがなくなってきた”12.6%と続く。

一方、“お墓が必要だと思う”理由は、“ご先祖様を敬うことが大事だと思う”46.9%、“心が清らかになる”20.4%、“ないと不安だから・守ってくれる”11.2%と、78.5%が宗教的、慣習的、精神的な理由を挙げている。

### Q、ご自身が亡くなった場合、どこへ入りたいですか？

“特に意志はないので後継者に任せる”が52.3%で半数以上を占め、“石のお墓”19.3%、“海に散骨する”14.3%、“樹木葬”9.3%、“納骨堂”4.7%と続く。

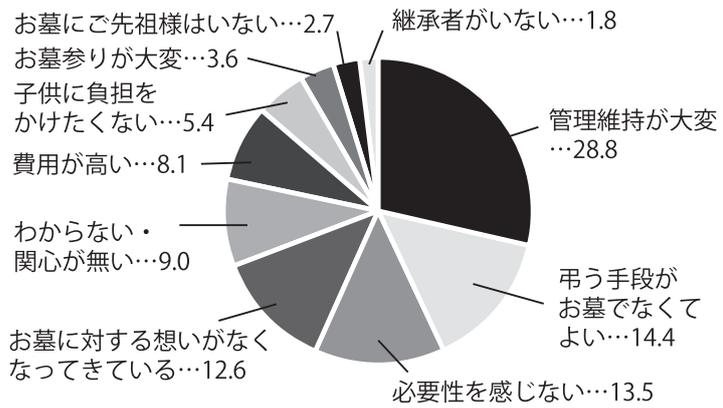
### 《まとめ》

“お墓参り”の頻度については、不定期あるいは年に数回しか行かないという回答を含むとは言え、ミレニアル世代の84.7%が、何らかの形でお墓参りの習慣を持っていることがわかった。

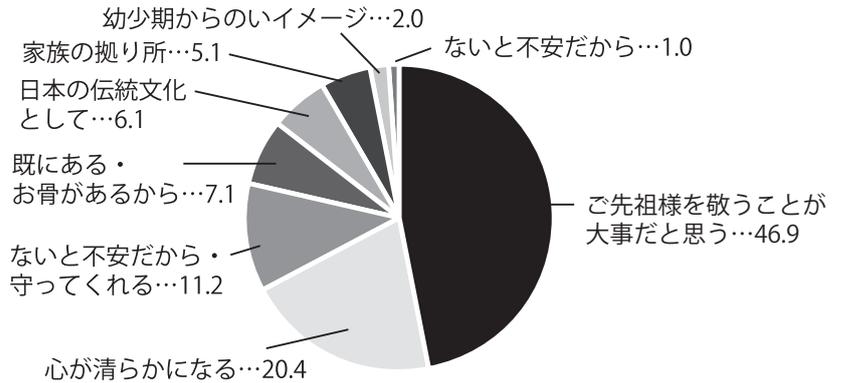
しかし、“お墓の必要性”については、必要を感じないとの回答が最も多い結果となった。理由としては“管理維持が大変”がトップで、昨今の石のお墓に関するネガティブな印象から否定的な回答になっているのではと想像できる。それ以外にも様々な回答があり、供養に対する多様性や価値観の変化は、ミレニアル世代においてより顕著であると言える結果となった。

一方、“お墓が必要だと思う”理由については、精神的な理由を挙げている回答が多く、日本文化としてのお墓の意味がこの世代にも継承されていることがわかった。ただ、将来入る自分のお墓については、自身の意志はなく“後継者に任せる”という回答が半数を超えた。自身が亡くなったら先祖代々のお墓へ入るという固定観念がこの世代にはなく、従来の石のお墓も数ある供養の選択肢のひとつに過ぎないと考えている可能性を示唆していると言える。

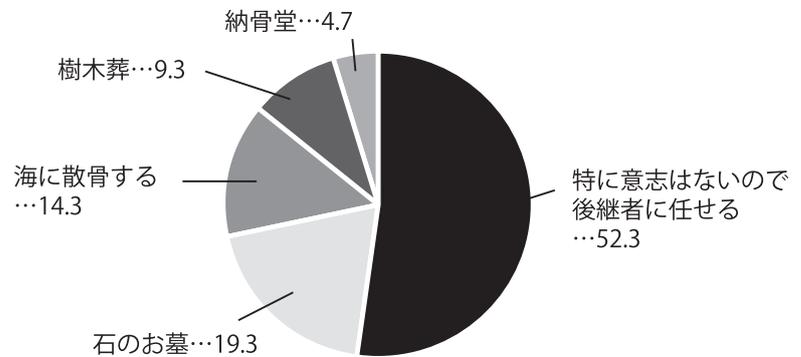
お墓が必要ない理由 (単位：%)



お墓は必要だと思う理由 (単位：%)



ご自身が亡くなった場合、どこへ入りたいですか？ (単位：%)



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/>