



経済産業省公認

全石協 news

◎令和 7 年度第 3 回理事会 (2 月 17 日(月) 15:00 ~ 17:00、芝パークホテル)

【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、令和 8 年度総会について

日時：令和 8 年 6 月 15 日(月)

総会 /15 時～ 懇親会 /17 時 30 分～

場所：芝パークホテル 東京都港区芝公園 1 - 5 - 10

4、特別還付金消滅に伴う原材料費値上げ

一部の商社より 4 月 1 日からの納品分に関して、中国側より特別還付金が無くなることにより、部材の価格が従来より約 10%上がる可能性があるとのアナウンスがあった。

現在、見積りしていても 3 月 31 日迄に発注しないと還付金の対象外となるとのことだった。⇒部材の仕入れ値の 10%高騰により、業界全体の霊園の外柵墓石の販売設定価格から 5 ~ 10%値上がる可能性が高い。

5、GoogleMap でのクチコミ評価によるブランディング

WEB での資料請求が全売上の約 7 割を占める中、GoogleMap での評価が低評価だと他決してしまうリスクは否めません。霊園紹介のようなポータルサイトでは、クチコミを活性化させるため Amazon ギフト券を配ったりしていますが、Google のポリシーでは金銭を配ってクチコミを増やすことは禁じられています。評価を向上させるには、5.0 のクチコミを 1 件でも多く地道に獲得を続けていくほかに手がありません

GoogleMap のクチコミ評価がもし 2.0 だとしてもクチコミが 2 件程度であれば、その後の社内全体の取り組みで評価を 2.0 ⇒ 4.0 へ向上させることは可能です。今後の取り組みとして、お問い合わせのあった際は親身にご相談にのり、お役に立てた際は Google へ

のクチコミへの協力を強く願います。評価の良し悪しに関わらず、できる限りクチコミの6時間以内にお礼の回答を経営者自身で行うことを心掛ける。Googleのクチコミが低評価であるのは経営者だけでは対処のしようがないかもしれませんが、その後を良くも悪くもするのはすべて経営者の手腕にかかっているといっても過言ではありません。あきらめずに取り組むことが肝要です。

◎石材業「2024年度決算売上高ランキング」～墓石は振るわず、建築石材は堅調

『月刊石材』（石文社）がまとめた2024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657億円（前年比96.1%、前期より5社少ない合計74社）、墓石関連商社・卸・加工業者が320億円（同88.4%、5社減で30社）、建築石材関連業者が1,126億円（同102.1%、3社減で75社）となった。

墓石業は前回と同様、新規建墓の減少、仕入れ価格の値上げ、円安の進行というトリプルパンチを浴びせられた状況で、より厳しい経営を強いられた。一方、建築石材業は前期に続いて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398億円（前年比99.0%）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4社から8社へ増加。同90%未満の落ち込みの大きい企業は7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。

厚生労働省「衛生行政報告例」の令和6（2024）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9,200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続いている。そうしたなか、石材店としての存在（価値や意義）をいかに見出すかが大きな課題。本誌前号の厚生労

◎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）
山岡石材工業(株)（富山）
(株)ニチリョク（東京）
(株)やまと石材グループ（埼玉）
(株)石長グループ（神奈川）
(株)ミササ（栃木）
(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)カナクラオールストーン（香川）
(株)大塚（埼玉）
(株)いせや（東京）
(株)川辺（連結ベース）（東京）
(株)和泉家石材店（千葉）
(株)江戸やグループ（千葉）
(株)中山石渠（大阪）
(株)ゴダイ（群馬）
(株)メモリアルアシスト（東京）

◎商社・卸・加工業者の上位20社

いずみ産業(株)グループ（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）
(株)イナダグループ（東京）
(有)南印度洋行（東京）
Nトレード(株)（岡山）
(株)石販（島根）
(株)沖セキ（神奈川）
三国産業(株)（大阪）
インターロック(株)（東京）
(有)ルイ（千葉）
(株)越智久石材センター（愛媛）
清水組石材工業(株)（愛知）
(株)興石（岡山）
(株)和泉屋石材店（香川）
(株)堀石材工業（茨城）

働省「無縁改葬後の墓石等の取扱い等について」、総務省「墓地等の管理者が埋葬等の事実の証明を拒んだ場合の取扱い」など、お墓をめぐる行政の動向に目を光らせながら、時代の変化にしっかり対応していくことが求められる。

◎ 商社・卸・加工業者

小売店と輸入元の調整役（板挟み）として、前文で述べた墓石業のトリプルパンチをもらい受け、大手・中堅を問わず、ほとんどの業者が軒並み前年割れとなった。前年比 110%以上の企業は 2 社のみだった。

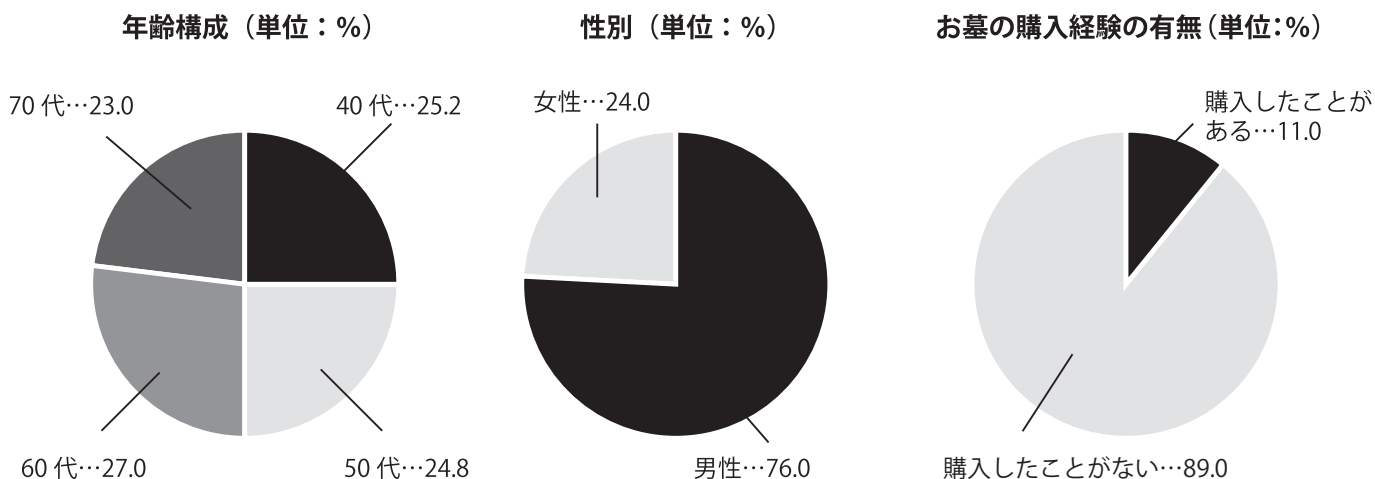
※『月刊石材』2026 年 2 月号（2 月 15 日発行）より抜粋して転載

◎ 「お墓の購入」についてのアンケート調査を実施

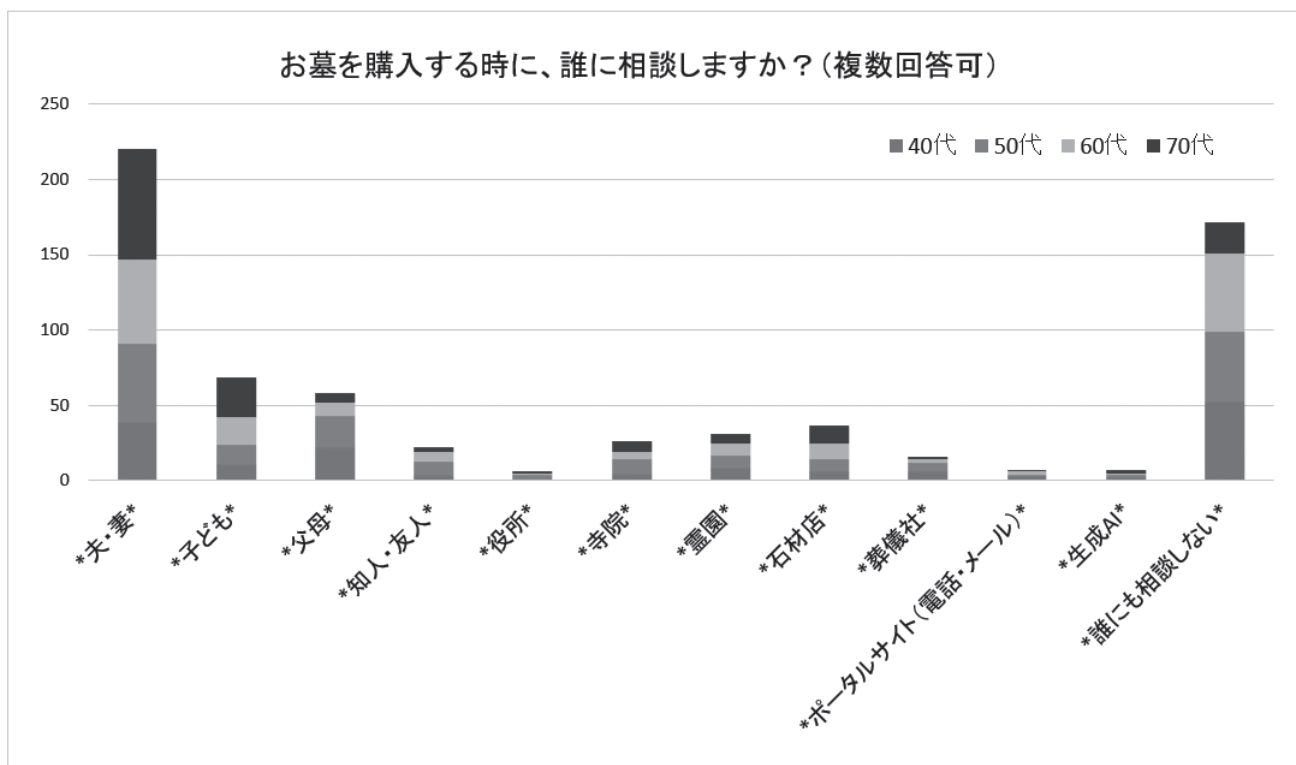
【調査対象】 全国 40 歳～70 歳の男女

【調査期間】 2026 年 2 月 1 日～2026 年 2 月 28 日 【調査方法】 インターネット調査

【有効サンプル数】 500 名



■ 購入時の相談相手 (複数回答)



【上位回答】

夫・妻：220件（最多）、誰にも相談しない：172件、子ども：69件、父母：58件

【年代傾向】

40代：父母への相談が比較的多い、60～70代：配偶者への相談が中心、40～60代で誰にも相談しないが高水準、「生成AI」利用は7件と少数だが全世代に存在

配偶者が最重要相談相手。一方で約3割が「誰にも相談しない」と回答しており、自己判断傾向も見られる。

■相談するタイミング

【上位回答】

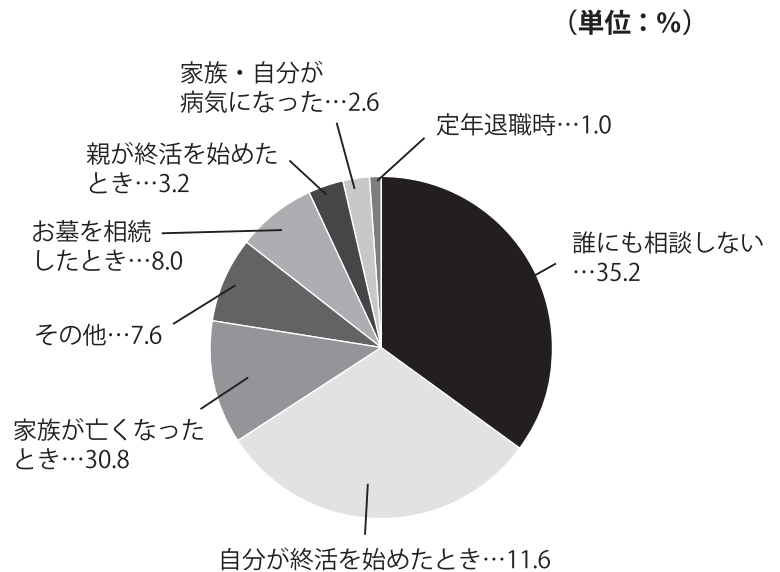
- ・家族が亡くなったとき：154件（最多）
- ・誰にも相談しないのでわからない：176件
- ・自分が終活をはじめたとき：58件
- ・お墓を相続したとき：40件

【年代傾向】

- ・70代は「自分が終活をはじめたとき」が多い
- ・40～60代では「家族が亡くなったとき」が中心
- ・40～60代で「わからない」が多い

多くは“事後的・発生型検討”。

計画的検討はまだ少数派。



■購入検討のきっかけ

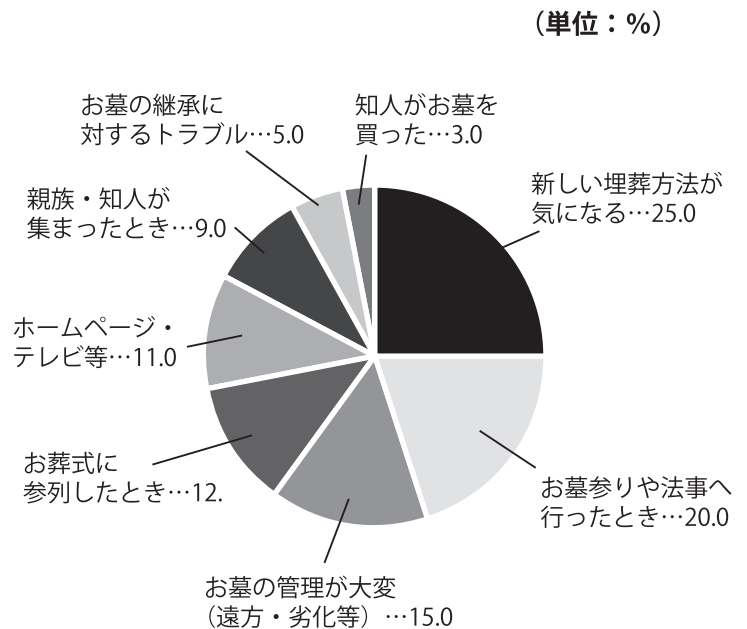
【上位回答】

- ・新しい埋葬方法が気になる：86件
- ・お墓参りや法事：69件
- ・管理の負担（遠方・劣化等）：51件
- ・お葬式参列：42件

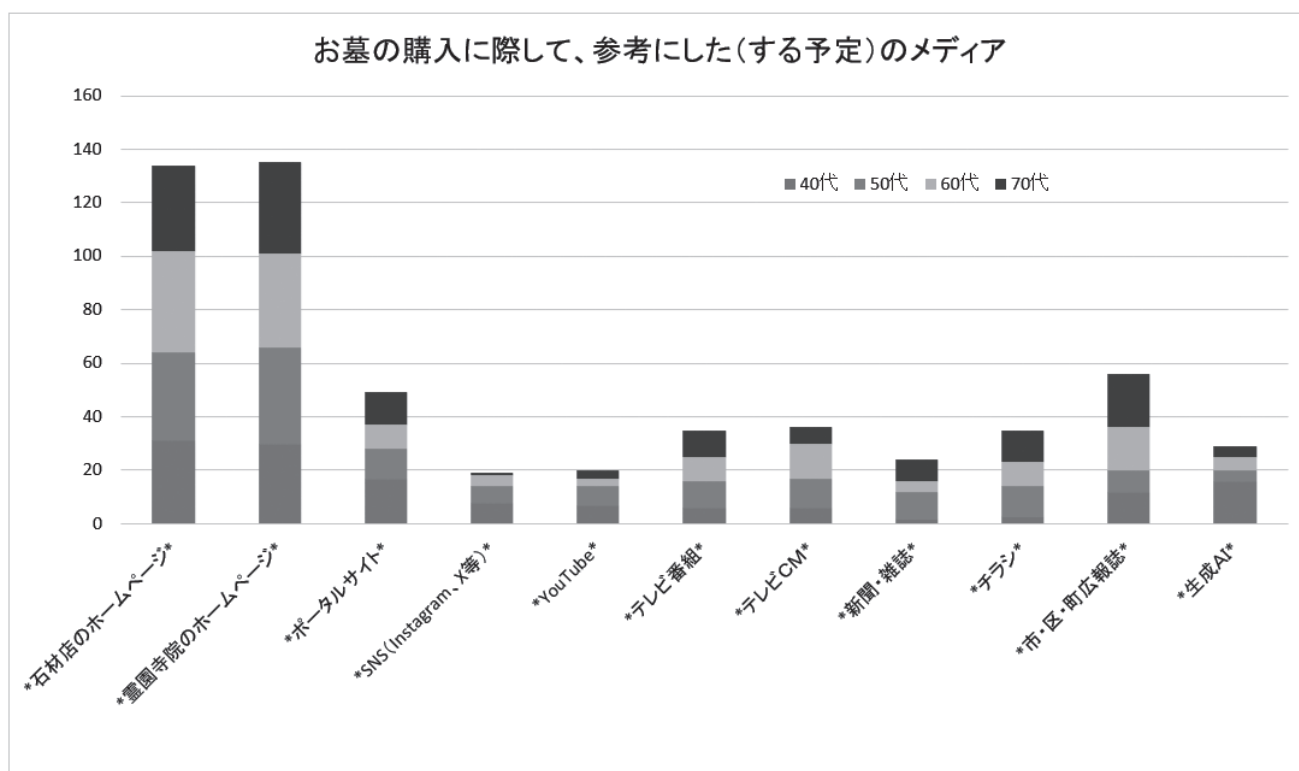
【年代傾向】

- ・全世代で「樹木葬・永代供養墓など新しい埋葬方法への」への関心が高い
- ・70代は管理負担の問題が目立つ
- ・60代は継承トラブルの回答が比較的多い

「新しい埋葬スタイル」が最大の関心テーマ。従来型から多様化への関心が広がっている。



■参考にするメディア（複数回答）



【上位回答】

霊園・寺院のホームページ：135件、石材店のホームページ：134件、市区町村広報誌：56件、その他：166件

【デジタルメディア傾向】

ポータルサイト：49件、SNS：19件、YouTube：20件、生成AI：29件（特に40代が多い）

【年代傾向】

40代は生成AI利用が比較的多い、高年代ほど紙媒体・テレビ系も活用、公式ホームページが全年代で最重要情報源

一次情報源（公式HP）重視の傾向が明確。若年層ほどデジタル活用が進む。

《まとめ》

意思決定構造は、主要相談相手は配偶者、約3割は非相談型（自己判断）。購入検討のタイミングは、「家族が亡くなる」など突発型が中心で、計画的な終活はまだ限定的である。トレンドについては、樹木葬・永代供養墓など多様化志向、管理負担軽減ニーズの増加、デジタル情報収集の拡大（特に40代）という傾向にある。

このアンケート調査から、情報を発信する事業者は、「公式ホームページ強化が最重要施策」、「樹木葬・永代供養墓の情報発信強化」、「事前相談・終活提案型の啓発」、「40代向けに生成AI デジタル連携施策検討」の施策が挙げられる。

本調査から、お墓購入は依然として「事後的・発生型検討」が主流である一方、新しい埋葬方法への関心が高まっていることが明らかになった。今後は、事前準備の啓発、多様化ニーズへ対応、デジタル情報の整備が市場拡大の鍵となると考えられる。



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/