

お墓をめぐる一般の人々の意識や行動は、昨今、大きな変化を遂げてきている。

その変化は、時間を経れば通り過ぎる種類のものではなく、決して押し戻すことのできない大きな潮流となって業界を襲いつつある。日々新たな展開を示すさまざまな関連の現場から次回につながるお墓のヒントを、葬送ライター・柿ノ木坂ケイがレポートする。

地域密着型のセミナーとインターネット活用 従来とは異なる販促活動への取り組み

お墓購入を考える消費者が、まずネット検索をする。そんな時代にあって自社サイトやブログを立ち上げる石材店は少なくない。

おおきた石材（兵庫県）は訪問営業を行わず、ネットを活用したこれらをいち早く取り入れ、顧客獲得に結びつけているという。そのサイト作りのポイント、コンテンツや文章で心がけていることとは。

また、地元を対象とするセミナーの講師を務める大北和彦氏に、石材店としての販促活動全般について聞いた。

「まちゼミ」の講師として

昨今、商店街が開催する「まちゼミ」が全国に広がりつつある。まちゼミとは、得する街のゼミナールの略で2003年岡崎が発祥だ。米屋さん、化粧品店など商店街の各店舗の店主が講師となり、その専門知識やプロとしてのコツを無料で提供することで、地域の方に店舗を知ってもらったりファン作りをするという試みだ。

大北氏は3年前から、豊岡市商工会日高支部が行うこの「まちゼミ」で、墓をテーマに講師を務めている。「2014年にこの地域にあるジオカフェというサロンで講師を頼まれたことがきっかけとなり、そこからまちゼミにつながりました」（大北氏）

大北 和彦（おおきた かずひこ）

1966年生まれ。昭和元年頃から続く「大北石材店」3代目。お墓ディレクター1級取得。兵庫県でも指折りの「お墓好き」を自任するが、その大好きな墓石について困っている、悩んでいる人が多いことに気づき、墓石についての疑問・質問に答えるため「お墓Q&A」を執筆中。1000記事を目指している。日本石材産業協会兵庫県支部副支部長を務める。

おおきた石材

〒668-0804 兵庫県豊岡市野上342番地
電話 0796-22-3594
◇ホームページ ohkita-sekizai.com/
◇ブログ『但馬、豊岡のお墓のプロ、おおきた石材店です。』<http://ameblo.jp/ohkita-sekizai/>

ゼミは1時間半。最初に自己紹介をして講義に入り、その後、希望者を対象に実際の霊園を見学しながらお墓の解説をしている。講義はたとえばこのような内容だ。

「後悔しないお墓の作り方、あなただけに、こっそり教えます」

○お墓の歴史：お墓と仏教の深いつながりと、お墓の意味○石塔と石碑の違い○両家墓は大変 ○ブロックと石との耐久性の違い ○日本の石と外国の石、どこを見て選ぶ？ ○この石は使っちゃダメ ○お勧め。草の生えないお墓4パターン ○誰でもお香をお供えできるお墓 ○お墓のここを見て考えよう

基本的な知識を押さえつつ、消費者が知りたい素朴な疑問に応えるものと見受けられる。

参加者は、お墓を建てたいと思っている人や墓じまいの予定がある人。課題を持つ人たちの質問は「どんな石がいいですか？」「このお墓はどうしてこんな形なんですか？」「このお墓を建てたらいくらぐらいしますか？」「お墓を閉じる費用は」など、とにかく具体的だという。

参加者は毎回数名ずつとはいうものの、講座の後に建墓の依頼も受けた。

「まちゼミは商工会主催なので、セールス前提を受け取られず、お客様に自然体で話を聞いてもら



パワーポイントを使って講義する大北氏



実際の霊園を巡りながらの解説が好評



講義の合間にクイズの時間を設けて、受講者を飽きさせない工夫も

えます。少人数ということもありますし、一人一人とすごく距離が近くて、信頼関係を結びやすいですね。そこが普通の営業と違うところだと思います」

「ブログ」得意なことを生かした営業

まちゼミで1時間半の講師を務めている大北氏だが、意外にも「実は喋ることが苦手」と話す。それを克服したのは、小学校でのPTA活動やボランティア活動だった。

「PTAとしていろんな所で話したり、会議を仕切ったり。それから本が好きなので定期的に子どもたちに読み聞かせもしていて、人前で話しても緊張することがなくなりました」

ところで、おおきた石材店では新聞廣告を入れたり、訪問での営業は行っていないという。「新聞に死亡廣告が出たところに行って『お墓を建てませんか』という、いわゆるお悔やみ営業はまったくしていません。大事な人を亡くした立場であれば嫌なこと。それをあえてしたくはなかった」と話す。

また、もともと人と話すことが得意ではなかったため、対面ではない営業方法、自分のストレスが貯まらないやり方を探っていた。そしていついたのが「書く」ことだった。

大北氏がブログを書き始めたのは10年以上前のことだ。

「昔から文章を書くことは苦にならず、むしろ好きだったので、これだと思い始めました。ブログは今はやっている方が多いんですけど、当時、石材店で書いている人は全然いなかったですね」

「先月は少しランプで5、6日更新できない日があった」というが、基本的にはほぼ毎日更新。アクセス数は着実に伸び1日に100～150人。ページビューは200前後、記事の内容によって500～600に上がるときもあるという。

「閲覧数が上がるるのは、墓じまいのことや値段を出したときですね。お墓の値段というのは、もちろん場所や広さ、工事のやり方、使う石によっても変わってくるものなので、これという金額は本当は出せないし、出していない石材店が多いのはしょうが

お墓をめぐる一般の人々の意識や行動は、昨今、大きな変化を遂げてきている。

その変化は、時間を経れば通り過ぎる種類のものではなく、決して押し戻すことのできない大きな潮流となって業界を襲いつつある。

日々新たな展開を示すさまざまな関連の現場から次代につながるお墓のヒントを、葬送ライター・柿ノ木坂ケイがレポートする。

地域密着型のセミナーとインターネット活用 従来とは異なる販促活動への取り組み

お墓購入を考える消費者が、まずネット検索をする。そんな時代にあって自社サイトやブログを立ち上げる石材店は少なくない。

おおきた石材（兵庫県）は訪問営業を行わず、ネットを活用したこれらをいち早く取り入れ、顧客獲得に結びつけているという。そのサイト作りのポイント、コンテンツや文章で心がけていることとは。

また、地元を対象とするセミナーの講師を務める大北和彦氏に、石材店としての販促活動全般について聞いた。

「まちゼミ」の講師として

昨今、商店街が開催する「まちゼミ」が全国に広がりつつある。まちゼミとは、得する街のゼミナールの略で2003年岡崎が発祥だ。米屋さん、化粧品店など商店街の各店舗の店主が講師となり、その専門知識やプロとしてのコツを無料で提供することで、地域の方に店舗を知ってもらったりファン作りをするという試みだ。

大北氏は3年前から、豊岡市商工会日高支部が行うこの「まちゼミ」で、墓をテーマに講師を務めている。「2014年にこの地域にあるジオカフェというサロンで講師を頼まれたことがきっかけとなり、そこからまちゼミにつながりました」（大北氏）

大北 和彦（おおきた かずひこ）

1966年生まれ。昭和元年頃から続く「大北石材店」3代目。お墓ディレクター1級取得。

兵庫県でも指折りの「お墓好き」を自任するが、その大好きな墓石について困っている、悩んでいる人が多いことに気づき、墓石についての疑問・質問に答えるため「お墓Q&A」を執筆中。1000記事を目指している。

日本石材産業協会兵庫県支部副支部長を務める。

おおきた石材

〒668-0804 兵庫県豊岡市野上342番地

電話 0796-22-3594

◇ホームページ ohkita-sekizai.com/

◇ブログ『但馬、豊岡のお墓のプロ、おおきた石材店です。』

<http://ameblo.jp/ohkita-sekizai/>

ゼミは1時間半。最初に自己紹介をして講義に入り、その後、希望者を対象に実際の霊園を見学しながらお墓の解説をしている。講義はたとえばこのような内容だ。

「後悔しないお墓の作り方、あなただけに、こっそり教えます」

○お墓の歴史：お墓と仏教の深いつながりと、お墓の意味○石塔と石碑の違い○両家墓は大変○ブロックと石との耐久性の違い○日本の石と外国の石、どこを見て選ぶ？○この石は使っちゃダメ○お勧め。草の生えないお墓4パターン○誰でもお香をお供えできるお墓○お墓のここを見て考えよう

基本的な知識を押さえつつ、消費者が知りたい素朴な疑問に応えるものと見受けられる。

参加者は、お墓を建てたいと思っている人や墓じまいの予定がある人。課題を持つ人たちの質問は「どんな石がいいですか？」「このお墓はどうしてこんな形なんですか？」「このお墓を建てたらいくらぐらいしますか？」「お墓を閉じる費用は？」など、とにかく具体的だという。

参加者は毎回数名ずつとはいうものの、講座の後に建墓の依頼も受けた。

「まちゼミは商工会主催なので、セールス前提と受け取られず、お客様に自然体で話を聞いてもらら



パワーポイントを使って講義する大北氏



実際の霊園を巡りながらの解説が好評



講義の合間にクイズの時間を設けて、受講者を飽きさせない工夫も

えます。少人数ということもありますが一人一人とすごく距離が近くて、信頼関係を結びやすいですね。そこが普通の営業と違うところだと思います」

「ブログ」得意なことを生かした営業

まちゼミで1時間半の講師を務めている大北氏だが、意外にも「実は喋ることが苦手」と話す。それを克服したのは、小学校でのPTA活動やボランティア活動だった。

「PTAとしていろんな所で話したり、会議を仕切ったり。それから本が好きなので定期的に子どもたちに読み聞かせもしていて、人前で話しても緊張することがなくなりました」

ところで、おおきた石材店では新聞廣告を入れたり、訪問での営業は行っていないという。「新聞に死亡廣告が出たところに行って『お墓を建てませんか』という、いわゆるお悔やみ営業はまったくしていません。大事な人を亡くした立場であれば嫌なこと。それをあえてしたくはなかった」と話す。

また、もともと人と話すことが得意ではなかったため、対面ではない営業方法、自分のストレスが貯まらないやり方を探っていた。そしていついたのが「書く」ことだった。

大北氏がブログを書き始めたのは10年以上前のことだ。

「昔から文章を書くことは苦にならず、むしろ好きだったので、これだと思い始めました。ブログは今はやっている方が多いんですけど、当時、石材店で書いている人は全然いなかつたですね」

「先月は少しランプで5、6日更新できない日があった」というが、基本的にはほぼ毎日更新。アクセス数は着実に伸び1日に100～150人。ページビューは200前後、記事の内容によって500～600に上がるときもあるという。

「閲覧数が上がるのは、墓じまいのことや値段を出したときですね。お墓の値段というのは、もちろん場所や広さ、工事のやり方、使う石によっても変わってくるものなので、これという金額は本当は出せないし、出していない石材店が多いのはしょうが

ないですよね。でも、お客さんは『これくらいを考えていればいいのかな』という金額の基準が知りたいんだと思うんです

お墓はいったいいいくらするのか—。石材店としては明確な答えを出しにくいところではあるが、ページビューが倍増することからもわかるように「そこを知りたい」と考える消費者は少なくない。

大北氏は「他の石材店が金額を出さないからウチも、と追従してもしょうがない。むしろ違うことをやらないとという思いはあります」と、あえてそこに踏み切った動機を話す。

「石材店」ではなく自分を打ち出す

おおきた石材店は、昨年11月に店舗のホームページ(HP)を一新した。

「理由は、ブログが突然削除される事例があったこと。それから地元の、HPをつくるための補助金制度を利用することができたので、本格的に専門家に頼むことにしました」

HPづくりの専門家に要望したのは「より多くの人に見てもらえるように」「普段やっていることがわかるように」そして「石屋さんらしくないHPに」という3点だった。

リニューアルされたHPのトップページを開くと、「お知らせ」「最新記事」の案内。また「建墓」「引っ越し」「リフォーム」「お掃除代行」の項目。

石材店のHPで目にする、霊園・墓地の紹介を載せなかったのはなぜだろう。

「市営霊園が2カ所と寺院墓地、共同墓地のみという地域なので、通常お客様がお墓を建てる場所は決まっている段階で依頼が来ます。なので霊園を紹介しても意味がないということ。もう一つは石材店というより、僕をアピールできるHPにしたかったこともありますね」

トップページの一番上には氏の顔写真と「『お墓』のこと困ったら、私に聞いて下さい。」のキャッチコピー。そしてページ下の「なぜ、石材でも墓石でもない、お墓のプロなのか?」というタイトルのコメントが連動し、おおきた石材というよりは、大北和彦という人、その姿勢が印象に残るつくりくなっている。

墓じまいに対応できるHPを

HPを一新したねらいは、「地元向けではなく、より多くの人に見てもらえるサイトに」ということだった。それは徐々に増えつつある「墓じまい」への対策を考えたからだ。

おおきた石材店にくる墓じまいの依頼者は「お墓が近辺にあって、大阪、京都、神戸あたりに住んでいる方が多い」という。

「地元で育った子どもが都会に働きに出る。ご両親どちらかが亡くなると、子どもが残った親を呼び寄せる。そうするともう地元には誰もいなくなつて『お墓をどうにかしたいんですけど』となってくる。だから、墓じまいに関しては地元での宣伝は意味がないんです。東京とか大阪とか都市部に住んでいる子どもたちにアピールできるHPを始めようと考えました」

ネット環境があれば、どこからでも見ることができるHPでは、従来の受注エリアだけではなく、全国規模の営業が可能となる。墓じまいのほとんどは面識のない人からで、最近は関西ばかりでなく横浜からも連絡があったという。

顧客とならない層にも見てもらいたい

大北氏がブログやHPの記事を書くのは仕事の前、朝の6時台だ。

「文章を書くことはだいぶ早くなってきて10分ぐらいですが、誤字脱字を直したり、読みやすいように改行にこだわったりと手を加えて結局30分ほどかかります。入れる写真選びに手間取って1時間ぐらいかかることがあります」

ブログを始めて10年以上、HPは半年ほど。その成果は出ているのだろうか。

「HPやブログを見た方はフリーダイヤルで連絡が入ります。割合からしたら1割2割ですが、徐々にネット経由のお客さんは増えていますね。やっと手応えが出てきたという感じです」

確かな営業ツールとなってきているブログやHP。その解析をすると、アメリカからのアクセスが約1割に及んでいるという。

「日本だけかと思ったら、外国人の人、たぶんアメ

昨年リニューアルされたホームページ

100万円までのお墓

注意一括価格は記事作成時の価格です。墓石用石材は近年高騰傾向にあり、ホームページ内の価格はあくまで参考としてお使い下さい。

150万円までのお墓

注意一括価格は記事作成時の価格です。墓石用石材は近年高騰傾向にあり、ホームページ内の価格はあくまで参考としてお使い下さい。

デザインに特化したお墓

インターネット社の「プレミアム墓石」の価格メニューです。オリジナルのデザイン墓を中心とし型に近い形のお墓を販売しています。

お墓に文字彫刻【45,000円~】(税別)

お墓の文字彫刻中【文字彫刻後】の写真です。オリジナルのデザイン墓を中心とし型に近い形のお墓を販売しています。

お墓建てるからのサービス

お墓建立後のサービスです。いろいろなものがあります。リフォーム、引っ越しという大きいものから追加彫刻、お... 続きを見る

墓石建立やリフォームの参考価格を掲載

線の疑問から素人では気づかない点まで、専門家の視点でわかりやすく解説。他のサイトでは見られない項目も多く含まれ、表面的ではないお墓の理解につながる内容となっている。

お墓に関する正しい情報を伝えたい

おおきた石材の主な営業は「まちゼミ」、そしてインターネットを利用したHPやブログになる。まちゼミは地元を対象に、ネットの方はエリアを限定しない営業という違いはあるが、どちらにも大北氏の共通した思いがある。

氏が石材店の仕事を始めて約20年。最初の数年は前社長の父親に言われたことをやるだけの日々だったとか。

「3年目ぐらいに、阪神淡路大震災のボランティアに行った経験が大きかった。『これは真面目に生きないとダメだな』と思って、そこから少しづつ責任を持つようになると段々仕事が好きになっていきました」

今は大好きなお墓の仕事に打ち込む大北氏は、旅行先でも墓地を見学に行くことが多いのだとか。

「『供養』というのは、どちらかというとお客さんにとってのお墓の部分。そちらではなく、つくる側としてお墓の形とか建て方とか、石。そこにすごく興味があります」

そんな『お墓愛、を持つ氏が許せないのは、あきらかに手抜き工事されたお墓だ。

「出来てすぐなのにゆがんでいるとか、バラバラの石を使っているとか、そういうレベルのお墓を見ると腹が立ちます。お客さんがそのことに気づいたら『石屋さんて所詮こんなもんなんだ。お金儲けのためにやっているんだ』と思うでしょうし、許せな

いですね」

今後についてはサイトを充実させるとともに、自ら講師を務めるセミナーを続けていきたいと話す。

「どちらも営業の窓口として欠かせないところ。そこに訪れる、お墓に関して何かの問題に直面している人に、まずは正しい情報を伝えたい、知ってもらいたいと思います。それから『怖い』とか『祟りがある』とか世間の人が考えがちなイメージを払拭して、『もっとお墓って大事なものですよ。皆さんお墓を建てませんか』っていうところを強く訴えていきたいと考えています」

柿ノ木坂ケイ（葬送ライター）：

お墓・葬儀関連分野で、その文化的・社会的背景を探る取材・執筆を続ける。著書に『間違いだけのお墓選び』（情報センター出版局）、『葬祭業界で働く』（ペリカン社）など

Q&Aだからお客様の疑問を一目瞭然で解消します！

『後悔しないお墓を建てるために』

お墓はマイホームと同様一生に一度の買い物。

でも、住宅購入のように日頃から情報を収集している人はまずいません。近親者が亡くなり、初めてその必要性が生じて情報を集める人が大半でしょう。この業界ではそんなことと思うことも、消費者の方はしらないことが多く、お墓を建てることを不安に思う人がたくさんいらっしゃいます。

そんなときあれこれと浮かぶ疑問に答えるツールがこの小冊子です。お墓を建てる一連の流れを解説しながらも、Q&A形式で必要な情報だけをすばやく引き出すことができます。

「これ一冊でお墓のことがすべて分かります」と一般の方にアピールしてください。

ご注文は100部 ¥25,000から（サンプル1部無料で配布中）

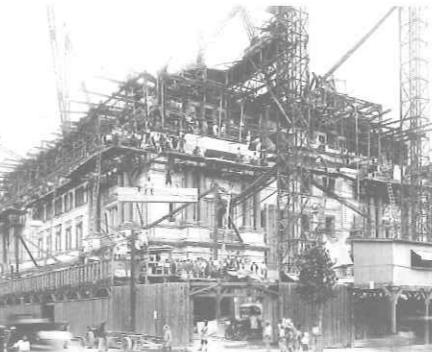
お問い合わせ
サンプルのお申し込みは (株)鎌倉新書 TEL03-6262-3521 FAX:03-6262-3529

Topics

エンディング産業展 2016 連動企画

東京銘石ツアー「日本の銘石～その物語を巡る旅～」

日本の銘石が使われた東京都内にある日本の代表的建造物をご案内します。



企画ツアー概要

日 時：平成 28 年 8 月 22 日（月）、23 日（火）

※ 両日ともに同じコースを巡ります。

集合場所：エンディング産業展

鳴本石材ブース (6-43) 14 時 45 分集合

参 加 費：おひとり様 3,000 円

※企画ツアー終了後に東京駅周辺にて希望者で懇親会を開催します（懇親会費 5,000 円 / 一人）。

●お問合せ、お申し込み●

鳴本石材株式会社企画広報室まで

TEL : 0865-66-1414 FAX : 0865-66-3022

E-mail : soumu@narumoto.co.jp

※ 同業者（卸売業者）の方のご参加はご遠慮下さい。

○エンディング産業展での展示内容（予定）

当社ブースでは、和墓から洋墓まで取りそろえた展示品として庵治石、大島石、万成石、北木石、備中青みかけ石、内垣石を使った製品などを展示。あわせて当社オリジナルの宝珠塔や未来塔の和モダンや新しい発想を取り入れた現代墓石のほか、西日本の銘石のサンプルを展示する予定です。

行 程（予定）	
15:00発	貸切バスにて
東京ビッグサイト二号館	
日本の銘石が使われた日本の代表的建造物見学	
見学予定	北木石他 北木石・稻田石他 万成石 北木石 議院石 大島石他 銀座と光ビル・明治生命館・国会議事堂・赤坂離宮・ 万成石 北木石・万成石 北木石他 聖徳記念絵画館・靖国神社・東京駅
18:30頃	JR東京駅にて解散

卸のスペシャリストとして40余年
自社工場だからできる
ごまかしのない本物のものづくりを実現



JAPAN QUALITY

カタログと特設サイトバナーをご用意しております。

笠岡営業所

〒714-0062 岡山県笠岡市茂平2918-23
TEL: (0865)66-1414 FAX: (0865)66-3022
E-mail: soumu@narumoto.co.jp

関西営業所

〒651-1312 兵庫県神戸市北区有野町有野1号
TEL: (078)987-1455 FAX: (078)987-1486
E-mail: kansa@narumoto.co.jp

泉州営業所

〒651-1312 泉州工場
福建省泉州市惠安縣惠東工業園區

泉州事務所

〒651-1312 泉州工場
福建省泉州市惠安縣惠東工業園區

NARUMOTO
鳴本石材株式会社

■本社／本社工場
〒714-0062 岡山県笠岡市茂平2918-23
TEL: (0865)66-1414 FAX: (0865)66-3022
E-mail: soumu@narumoto.co.jp

■笠岡営業所
〒714-0062 岡山県笠岡市茂平2918-23
TEL: (0865)66-3066 FAX: (0865)66-3044
E-mail: kansa@narumoto.co.jp

■関西営業所
〒651-1312 兵庫県神戸市北区有野町有野1号
TEL: (078)987-1455 FAX: (078)987-1486
E-mail: kansa@narumoto.co.jp

■泉州営業所

〒651-1312 泉州工場
福建省泉州市惠安縣惠東工業園區

■泉州事務所

〒651-1312 泉州工場
福建省泉州市惠安縣惠東工業園區

<http://narumoto.co.jp>