

SAMPLE

特集レポート No. 068

葬儀ビジネスの動向

Strictly Confidential



2017年 6月28日

はじめに

- 高齢化が進行し死亡者が増加している。そのような中で、葬儀ビジネス関連市場が拡大しており、国内では数少ない成長産業となっている
- そのため、従来からの地域に根差していた葬儀会社だけではなく、イオンをはじめとする異業種からの新規参入が相次いだ結果、競争が激化しており、参入事業者には激しい競争を勝ち抜くための戦略が求められている
- 本レポートでは、葬儀ビジネス関連市場で成功している企業の戦略を紹介することで、葬儀ビジネスの今後を展望する

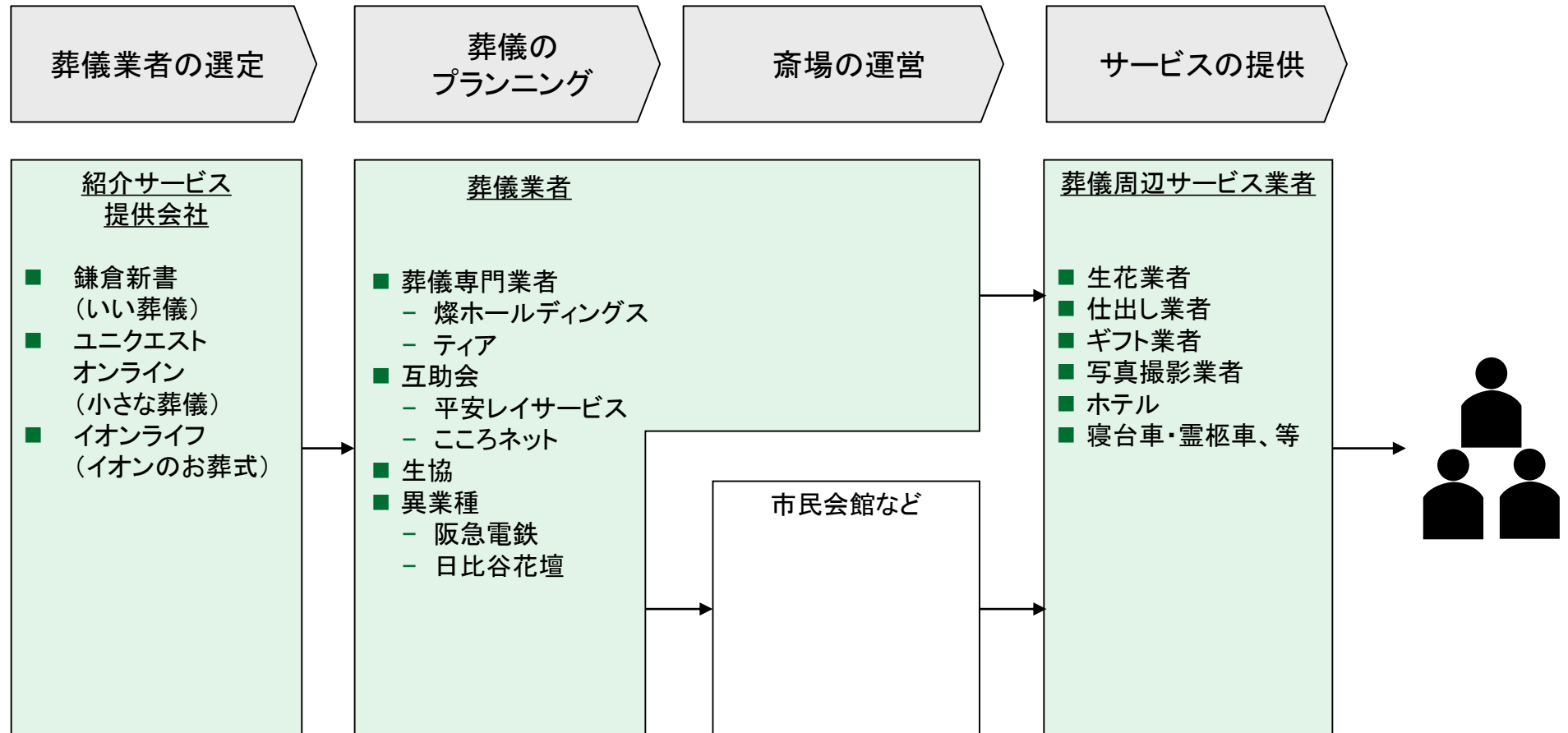
本資料の流れ



- I. 葬儀ビジネスの概要
- II. 葬儀ビジネス市場の動向
- III. 葬儀ビジネス参入企業の動向
- IV. 今後の展望

葬儀ビジネスのバリューチェーン

- 葬儀ビジネスは葬儀業者の選定、葬儀のプランニング、斎場の運営、生花、仕出しなどの様々なサービスから構成される



葬儀プランの種類

- 葬儀は大きく「火葬式」、「一日葬」の比較的新しい見送りのスタイルと、「家族葬」、「一般葬」の一般的な葬儀スタイルに分けられる

	概要	費用(価格は目安)
直葬 (火葬式)	<ul style="list-style-type: none"> ■ 通夜、葬儀・告別式などの儀式を行わずに、火葬だけで個人を送るスタイル ■ 「儀式は行いたくない」「郷里であらためて葬儀をする火葬だけしたい」または経済的な理由から「最小限にしたい」という人を中心に都市部から広がっているスタイル 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 15万円程度～ – 最小限の費用で行える
一日葬 (ワンデーセレモニー)	<ul style="list-style-type: none"> ■ 通夜を行わずに、告別式から火葬までを1日で執りおこなうスタイル <ul style="list-style-type: none"> – 上記の直葬に、お別れの儀式がされたもの ■ 「火葬式では寂しいが、2日間の葬儀は負担が大きい」「2日間の葬儀では、スケジュールや体力的に難しい」という方向けのプラン 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 30万円程度～ – ホール代や食事代は削減できるが、祭壇飾りやお布施が半分にならない
家族葬(密葬)	<ul style="list-style-type: none"> ■ 通夜と告別式をおこなう葬儀プランのうち、家族、親族、親しい方々だけで葬儀を執りおこなうスタイル ■ ゆっくりと別れの時間を過ごすことができる ■ 参列人数が予測しやすい 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 40万円程度～ – 参列者の接待にかかる費用を軽減 – 香典費用が少ない
一般葬 (社葬を含む)	<ul style="list-style-type: none"> ■ 通夜と告別式をおこなう葬儀プランで、一般参列者にも集まってもらう ■ 多数の人に一度にお別れしてもらえらるため弔問対応などの煩雑さが軽減 ■ 沢山の人が見送られる姿に遺族が励まされる 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 50万円程度～ – 規模が大きくなるにつれて費用がかかる – 香典収入により遺族の費用負担は軽減できる

その他葬儀周辺・関連業者

- 葬儀業者の他に葬儀ビジネスに関連する業者として下記のようなものがある

業種	概要	業種	概要
葬儀専門 人材派遣	<ul style="list-style-type: none"> ■ 設営スタッフ、セレモニースタッフを派遣 <ul style="list-style-type: none"> - 特に従業員の少ない小さな葬儀業者にとっては重要な存在 	葬儀社 紹介サービス	<ul style="list-style-type: none"> ■ 消費者に代わって適切な葬儀社を探して紹介する業者
生花・フラワー ショップ	<ul style="list-style-type: none"> ■ 地域差はあるものの、生花祭壇が一般的になっており、市場は成長中 ■ 葬儀サービス展開を始める業者も存在 	散骨	<ul style="list-style-type: none"> ■ 近年散骨船を保有する業者が増加 ■ 海以外にも空や山などへの散骨も企画されるようになってきている
料理・ 仕出し	<ul style="list-style-type: none"> ■ あらかじめの人数の把握が難しく、突発な対応も発生するため、一般的なケータリングよりも狭域での展開 	メモリアル グッズ販売	<ul style="list-style-type: none"> ■ 故人を身近に感じていたいという人が増え、遺骨を入れるペンダントやミニ骨壺などへの需要が増加
返礼品・ ギフト	<ul style="list-style-type: none"> ■ 葬儀における返礼品はスピードが求められるため、葬儀の際には葬儀社から自動的に連絡が入る 	遺品整理	<ul style="list-style-type: none"> ■ 遺品の分別仕分、リサイクル品の買取・売買、特殊清掃などを請け負う
写真・ 映像サービス	<ul style="list-style-type: none"> ■ 遺影写真のための加工・出力をおこなう ■ 通夜までの期間が短いため時間勝負 	ホテル	<ul style="list-style-type: none"> ■ 近親者中心の葬儀後親しい方々を招いてのお別れ会や年忌法要後の食事をホテルでおこなうケースが増えている
外装・備品 レンタル	<ul style="list-style-type: none"> ■ 自宅や寺院の本堂などで葬儀の際に、葬儀にふさわしい空間を作り出す ■ 祭壇をレンタルする業者もある 	石材店	<ul style="list-style-type: none"> ■ 墓石建立費(墓石代、工事費、加工費)が石材店の売上
湯灌・ エンバーミング	<ul style="list-style-type: none"> ■ 遺体を洗い清める湯灌や遺体の防腐・殺菌・修復処理をおこなうエンバーミングを実施する業者 	霊園開発	<ul style="list-style-type: none"> ■ 墓地・霊園の運営は公益法人や宗教法人に限定されている ■ 民営霊園は宗教法人からの名義貸しにより開発
寝台車・ 霊柩車	<ul style="list-style-type: none"> ■ 多くの葬儀社はコストのかかる霊柩車を持たずに、専門業者に依頼 	仏壇	<ul style="list-style-type: none"> ■ 仏壇・仏具の販売だけでは厳しく、葬儀・墓石などへの参入をする業者が増加

SAMPLE版はここまでです。

続きは、業界チャンネル 特集レポート にてご覧ください。

特集レポート一覧はこちら ▶

“業界チャンネル 特集レポート”とは、

経営コンサルタントの目線で特に伸びているビジネスに注目して分析。
その成功の鍵や今後に言及し、「打ち手」を導出します。

