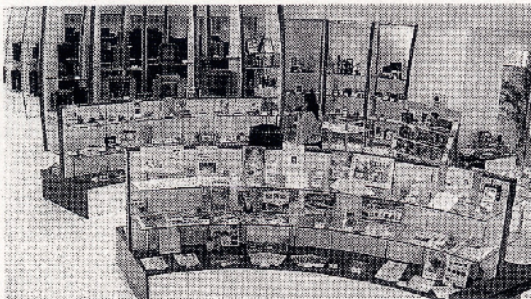


霊園や仏壇、元気なうちに…



メモリアルアートの大野屋は仏壇から墓石、葬儀までを提供する店舗を開設した

「お墓」ビジネス活況

神奈川県内の都市部で墓石や墓地など「お墓」関連需要を見込んだビジネスが活況になってきた。元気なうちに墓石や墓地を手当てしようとの傾向が強まり、団塊の世代が購入時期を迎えつつあることが背景にある。都心回帰とデザイン性をキーワードに、こだわり世代の需要を獲得しようとする競争は激しさを増している。

団塊世代の購入にらむ

デザイン性・都心回帰カギ

メモリアルアートの大野屋(東京・豊島、大沢野屋(東京・豊島、大沢静可社長)は十一日、川崎市宮前区に「メモリアルギャラリーさき沼」を百八十二平方メートルと同社でも最大規模の内装も明るくモダンなデザインとし、芸術作品のような仏壇なども取りそろえた。店頭販売だけ

で年間約一億円をめざす。墓石販売や霊園の紹介などを手掛ける阿部石材店(川崎市、阿部勝社長)は一月に、横須賀市に墓石のショールームを開設

した。創業八十年余の同社でも伝統的な墓石は三割程度にとどまり、西欧風やオリジナルデザインを取り入れた商品が人気という。阿部徹本部長は「霊園でも芝生を敷き詰めた公園タイプや交通の便がいいところが人気」と話す。

墓地・墓石販売大手のニテリヨクは横浜の中心部、JR関内駅近くに大型納骨堂を四月下旬にオープンする。参拝者が間仕切りされた窓口でICカードを差し込むと、正面の扉が開き、遺骨の入った厨子(くし)と家名などを彫った銘板が墓石にセットされた状態で目の前に出てくる仕組み。「駅から近いなど参拝者のニーズに対応した(寺村公陽専務)。予約販売枠として約三千基を設定したが「ほぼ完売した」という。

横浜市は二〇〇二年に閉園した遊園地「横浜ドリームランド」の跡地に約六畝の大規模墓地の整備を進めている。同市にとって五つ目の市営墓地で、新設は約七十年ぶりとなる。芝生の上に銘板を埋め込む「芝生型」を七千五百区画、「合葬型」を二万五千体分整備し、

十月から募集を始める。市は〇二年から二十年の間に市内で新たに八万五千区画分の墓地が必要になると試算している。