

純国産の新ブランド展開

鳴本石材株式会社

「どの地域の石材店に行っても昨年より新規の墓石建立数が減少しているという話が出ますが、小売店さんも商社も同じ状況ですね」と語るのは、鳴本石材株式会社（岡山県笠岡市）代表取締役社長長の鳴本太郎氏。



鳴本 太郎 氏

「最近の売上げ不振の原因として、増税後の反動、マスコミの影響による墓ばなれや墓じまい、価値観の多様化と選択肢の増加、社会構造の変化、景気の停滞などが挙げられますが、それらが複合的に絡み合っていて影響しているのだと思います」。

新規建立の減少は一時的なものではなく、今が実際の需要だと考えたほうがいいのではないかと鳴本氏は言う。

「景気がよくなったとしても、市場が今以上に大きくなることはないだろうと思います。売上の維持を目指そうとするのであれば、墓石の本数はダウンしていくわけですから、単価をアップして

いくことが必要になります。量から質へのニーズが広がっている中で、当社では小売店支援の一環として商品の付加価値向上のための企画に注力しています。

墓石の付加価値として挙げられるのは、主にデザイン、素材、加工の3つ。当社では「日本銘石物語」という企画として、それぞれの石が持つ歴史やストーリーを重視し、国内の銘石を紹介するカタログ、ホームページ、ノボリやステッカーなどの販促ツールを用意しました。小売店の方がそのまま自社のツールとして使ってもらえるものです。また、同社では「鳴本

プレミアム墓石」という1年前から取り組みはじめている企画があり、このブランドの確立にも力が入れられているようだ。

「この『鳴本プレミアム墓石』の素材は国産材、加工は国内加工、いわゆる純国産製品のブランド化です。消費者に安心と信頼を得ていただくために、産地証明書と加工証明書、それに加えて『メイド・イン・ジャパン』と刻印されたシリアルナンバー入りのプレートが付きます。自社工場を持つメーカーでもある商社として、その強みを存分に活かしたブランドで、潜在的に眠っている需要を喚起していきたいと考えています。

人件費などのコスト上昇や円安の為替相場の影響もあって、以前と比べると国産材の中国加工のメリットも弱くなっています。そうした状況の中で『メイド・イン・ジャパン』のニーズを掘り起こす価値は高いだろうと思います」。

このブランドのキャッチコピーは『日本製という選択』。「中国加工を否定し国内加工を賛美するのではなく、あくまで選択肢の一つとして『日本製』を検討していただきたい」と鳴本氏。現在はポスターを制作し配布を開始したところで、今後ホームページやリーフレット等も追加していく予定だ。

「墓石の単価アップが図れるということで、取引先からの反応は好評ですね。エンドユーザーの方に選んでもらうためには、わかりやすく明確な理由があることが重要になります。そうした点において、国産材と国内加工という付加価値を消費者に訴求できるブランドではないかと考えています」。



鳴本プレミアム墓石のポスター



同社では自社工場を持つメーカーでもある商社としての強みを活かしている

日本の技と、想いを入れる。