

3人に1人が「墓じまい」を考えたことがある！？ RIYAK調べ「お寺、お墓に対する意識調査」

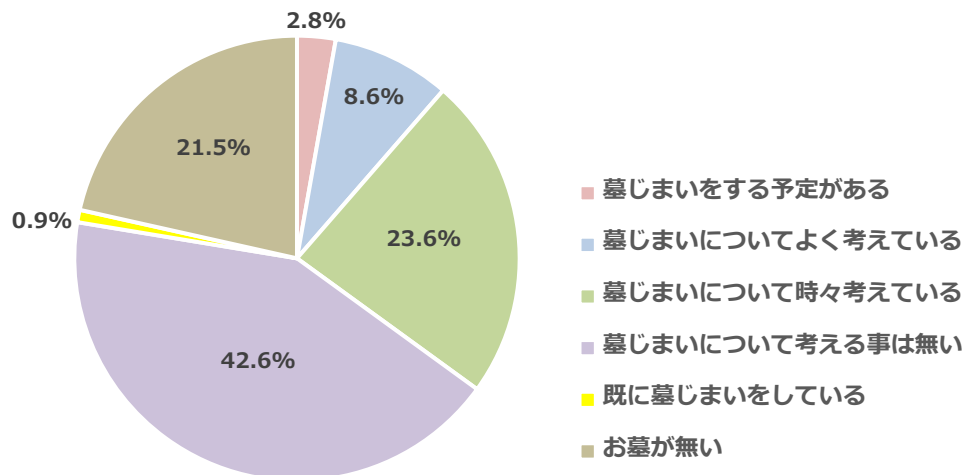
- ・お墓の購入やリフォームを検討している方は**2割**
- ・**約5割**が、これからの時代お墓には変化が必要だと感じている！

仏具の製造・卸業を行う株式会社鵬盛商事（本社：東京都板橋区）は、全国の男女1,000名を対象に【お寺、お墓に対する意識調査】を実施いたしました。

「お寺、お墓に対する意識調査」結果概要

- ・お寺への訪問頻度、**60%**の方が1年に1度以上訪問している
- ・お寺での購入物**TOP3**、第1位「おみくじ」、第2位「お守り」、第3位「お線香」
- ・お墓参りの頻度、**75%以上**が1年に1度以上お墓参りをしている

Q1.少子化や核家族化になり、「墓じまい」を考える人が増えてきました。あなたは「墓じまい」について考えたことはありますか？（n=1,000・単一回答方式）



3人に1人が「墓じまい」を考えたことがある！？

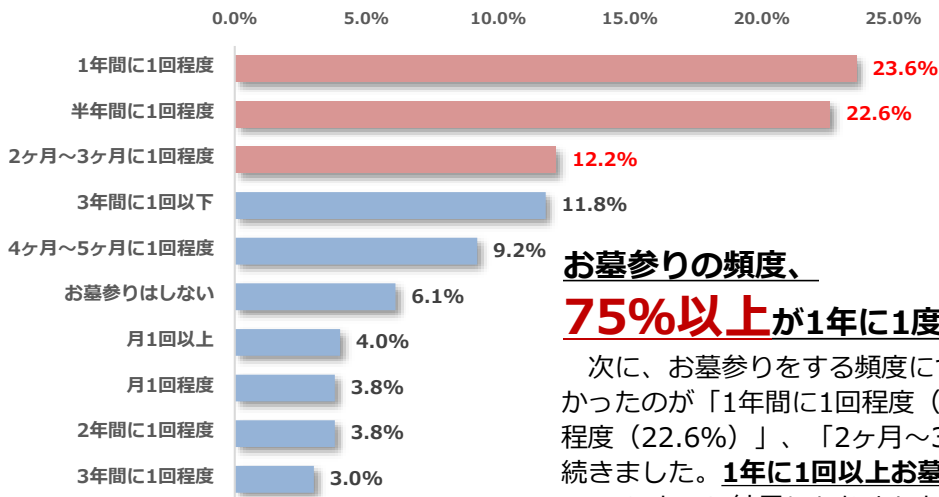
少子化や核家族化に伴ってお墓の整理をしようという方が増えている昨今、全国の男女1,000名を対象に、「墓じまい」について考えたことはあるか調査を行いました。その結果、「墓じまいをする予定がある（2.8%）」、「墓じまいについてよく考えている（8.6%）」、「墓じまいについて時々考えている（23.6%）」と**合わせると35.0%、3人に1人は「墓じまい」について考えたことがある**ということが分かりました。

一方で、「墓じまい」について考える事は無いと回答した方は42.6%でした。

【報道関係者からのお問い合わせ先】

株式会社鵬盛商事
広報担当：佐藤裕美
電話：03-5375-5354
メール：sato-h@housei-syouji.co.jp

Q2.あなたがお墓参りをする頻度を教えてください。(n=1,000・単一回答方式)



お墓参りの頻度、

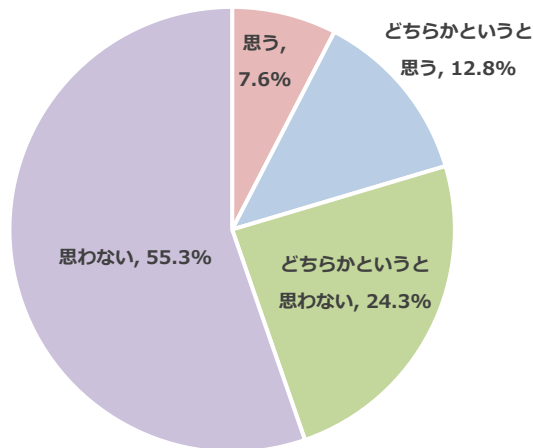
75%以上が1年に1度以上お墓参りをしている

次に、お墓参りをする頻度について質問したところ、最も多かったのが「1年間に1回程度（23.6%）」、次に「半年間に1回程度（22.6%）」、「2ヶ月～3ヶ月に1回程度（12.2%）」と続きました。1年に1回以上お墓参りをしている方を合わせると75.4%という結果になりました。

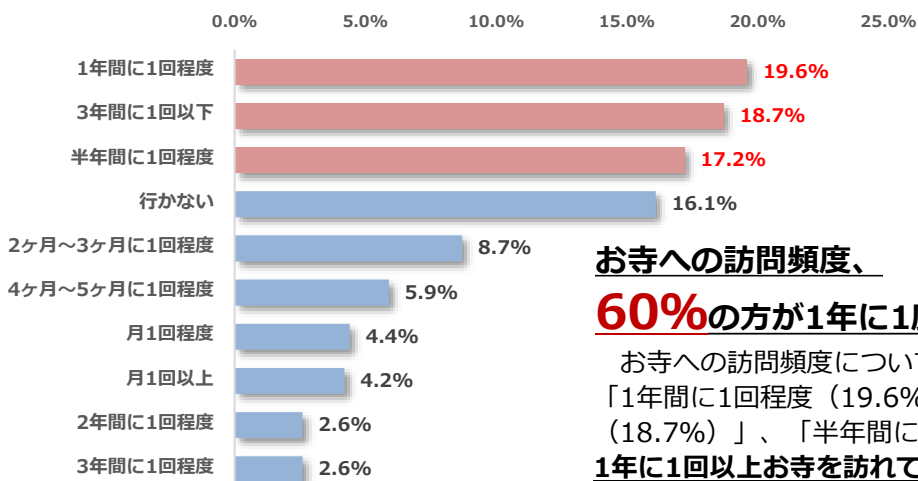
Q3.あなたは、お墓の購入、もしくはリフォームをしたいと思いますか？(n=1,000・単一回答方式)

お墓の購入やリフォームを検討している方は**2割**

お墓の購入や、リフォームをしたいと思うか伺ったところ、「思う（7.6%）」、「どちらかというと思う（12.8%）」と合わせると20.4%の方がお墓の購入やリフォームを検討していることが分かりました。



Q4.あなたがお寺を訪れる頻度を教えてください。(n=1,000・単一回答方式)

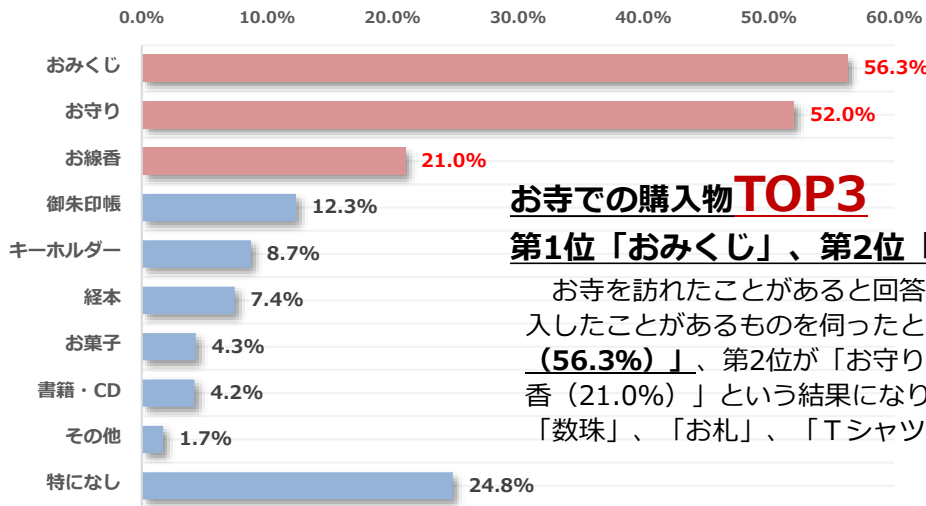


お寺への訪問頻度、

60%の方が1年に1度以上訪問している

お寺への訪問頻度について質問したところ、最も多かったのが「1年間に1回程度（19.6%）」、次に「3年間に1回以下（18.7%）」、「半年間に1回程度（17.2%）」と続きました。1年に1回以上お寺を訪れている方を合わせると60.0%という結果になりました。

Q5.あなたがお寺で購入したことがあるものを教えてください。（n=839・複数回答方式）



お寺での購入物TOP3

第1位「おみくじ」、第2位「お守り」、第3位「お線香」

お寺を訪れたことがあると回答した839名を対象に、お寺で購入したことがあるものを伺ったところ、**第1位が「おみくじ（56.3%）」**、第2位が「お守り（52.0%）」、第3位が「お線香（21.0%）」という結果になりました。その他の意見として「数珠」、「お札」、「Tシャツ」などが上がりました。

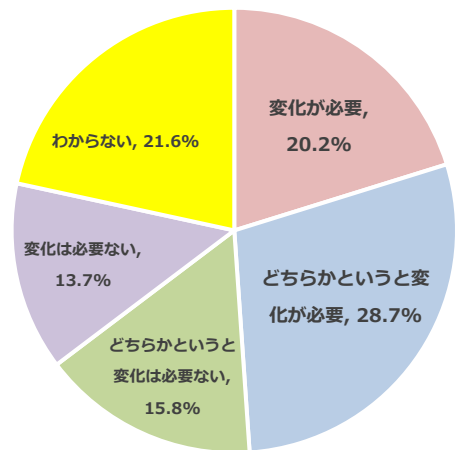
Q6.現在、仏教離れが進行する中、「お墓」は、これからの時代に変化が必要だと感じますか？（n=1,000・単一回答方式）

約5割が、

これからの時代「お墓」には変化が必要感じている！

最後に、仏教離れが進行する中、「お墓」は変化が必要だと思うか質問したところ、「変化が必要（20.0%）」、「どちらかというに変化が必要（28.7%）」と合わせて48.9%の方が、「お墓」は変化が必要と感じていることが分かりました。

一方で、「変化は必要ない（13.7%）」、「どちらかというに変化は必要ない（15.8%）」と変化の必要は無いと考えている方は、合わせて29.5%という結果になりました。



<調査概要>

有効回答数 全国の男女1,000名
 （20代：200名、30代：200名、40代：200名、50代：200名、60代：200名）
 調査期間 2019年10月18日～2019年10月25日
 調査方法 インターネットリサーチ調べ

※本リリースによる調査結果をご利用いただく際は、「RIYAK調べ」と付記のうえご使用ください
 ますようお願い申し上げます。

仏壇店が5年後・10年後に顧客を獲得する仕組みとは！？



インテリアとしての仏像が注目される昨今、「日常に、あなただけの仏様を。」をコンセプトとして、2018年9月より展開している、国内初(※)の木製インテリア仏像ブランド「RIYAK」。“天然の木製”、“身近に置ける”、“値段が手頃”と販売開始以来、多くの方よりご好評をいただいております。また、これまでの当社の調査により、潜在的な仏像ファンは日本全国にさらに大勢いると確信しております。

しかしながら、「RIYAK」は何処でも購入できる訳ではございません。「RIYAK」にはもう一つコンセプトがあります。それは「RIYAKを仏壇店の未来を拓く力に」です。

当社では幅広い層の仏像ファンが、仏壇・仏具店に足を運んでいただけるように、ネット直販などは行わず、仏壇店や寺院などが取り扱う商品として販売網を広げていく予定です。**5年後・10年後の顧客獲得につながる集客ツールとして、全国の仏壇・仏具店に使っていただくことこそが「RIYAK」の使命**だと考えております。

<会社概要>

社名 株式会社鵬盛商事
所在地 〒173-0005 東京都板橋区仲宿54-10 板橋産連会館4F
設立日 平成18年9月
事業内容 仏具の製造・卸業
URL <https://www.housei-syouji.co.jp/>

WEBサイト：<https://www.riyak.jp/>
Instagram：https://www.instagram.com/riyak_pr/



※尚、プレスリリースに掲載されている内容、製品価格、仕様、サービス、お問い合わせ先、その他の情報等は発表時点の情報となります。その後予告なく変更となる場合がございますので、ご了承ください。