

## SWOT 分析：石材業・供養産業・終活サービス業（未来予測含む）

### Strengths（強み）

- 長年の信頼と地域密着の顧客基盤、家族・親族を通じた紹介ルートが依然として強力。
- 石材・仏壇・供養など「目に見える安心感」を提供できる有形資産中心のビジネスモデル。
- 地域文化や宗教的儀礼に対する深い知識と経験値。
- 墓石や仏具のカスタマイズによる高付加価値提案が可能。
- 近年は「終活アドバイザー」資格取得やワンストップ支援サービスを整備する企業が台頭し差別化の要因に。

### Weaknesses（弱み）

- 職人の高齢化・後継者不足が深刻化し、加工・施工の品質・納期リスクが顕在化。
- 顧客の宗教観・供養観の多様化に追いつけず、従来型商品の訴求力が低下。
- 高価格帯商品の価格転嫁が難しく、安価な永代供養や樹木葬に流れるケースが増加。
- デジタル対応の遅れ（Web 集客、データ管理、オンライン対応など）が市場開拓を阻害。

### Opportunities（機会）

- 高齢化の進展とともに「終活市場」は拡大。遺言・葬儀・相続・デジタル遺産まで含む包括支援が可能に。
- デジタル墓地管理やメタバース供養の需要増。新技術導入による若年層との接点創出。
- インバウンド需要や越境供養（海外での供養ニーズ）への対応強化で新市場開拓が可能。
- SDGs 文脈での「環境配慮型石材」「再生仏壇」「地域共生型永代供養」などの社会的提案。

### Threats（脅威）

- 墓じまいや散骨、樹木葬、合同供養など低価格・非物質型供養の台頭による業界構造の変化。
- 外資系や異業種（例：旅行会社・保険会社）の参入により価格競争が激化。

- 天候不順・自然災害による屋外墓石の劣化や納期遅延が顧客満足度を損なうリスク。
- 地政学リスク（中国・インド等）により石材調達コストが不安定化し、在庫戦略が求められる。