



日本人のお墓作りはこのままでよいのか？

一般社団法人 全国優良石材店の会

多様化する葬送について過去最大規模の意識調査結果を発表～予備調査 1万人・本調査 4千人

20代は「お墓」「家族」を重視していることが明らかに

女性20-30代では「墓じまい」「散骨」に罪悪感・抵抗感が強い傾向も

森謙二 茨城キリスト教大学名誉教授「若い世代には維持されている普遍的倫理としての『死者の尊厳』」

供養の心とお墓を大切にする社会の形成のため活動する、全国約300社の優良石材店グループ「一般社団法人 全国優良石材店の会」（事務局・東京都品川区、会長・吉田剛、以下全優石）は、お墓に対する意識およびお墓購入の実態を確認する目的で、全国の20歳以上の男女を対象に、予備調査では10,000人、本調査では約4,000人に、アンケート調査を実施いたしました。調査結果について、3つのポイントが確認されましたのでご報告いたします。

「お墓に対する意識およびお墓購入の実態調査 3つのポイント」

20代を中心に若年層が「お墓」「家族」を重視していることが明らかに

- 20代中心の若年層が、上の世代に比べ墓石が必要だと考えている人が多く、お墓購入検討の際には「一般のお墓」への意向が高い傾向にあることがわかりました。
- お墓購入時は「家族・親族／故人の意向」を重視する傾向があり、特に女性20-30代で顕著に表れました。
- 特に女性の若年層において、「散骨」「墓じまい」に罪悪感・抵抗感を抱く人が多いことがわかりました。
- お墓に対する考え（自由回答）では、20代女性から次のようなコメントが挙がりました。
「お墓がないと、故人に会いたくなかったときに会えない気持ちになりそう」「これまでの祖先と同じようにしたい」

「お墓派＝家族・情操教育重視」vs「樹木葬・散骨派＝コストメリット追及」歴然とした価値観の違い

- お墓に対する意識について、「樹木葬」「散骨」購入者と一般的なお墓の購入者とでは、「こどもの情操教育に有用」「家族のつながりが深まる」、一方で「お墓にお金をかける必要はない」のスコアに顕著な差が認められました。
- 「お墓派＝家族・情操教育重視」「樹木葬・散骨派＝コストメリット追及」、価値観の違いが明確になりました。

お墓と新たな葬送タイプ購入者の選択理由、購入前後のイメージギャップ、購入者の特徴が判明

- お墓と、各葬送タイプ別の購入者の意識や特徴が浮き彫りになりました。主なポイントは下記の通り。
 - お墓**…「家族で一緒に入れること」の満足度が高くお墓参り頻度が高い
 - お墓（永代供養）**…継承者問題が最大の選択理由、お墓参りに関する知識が最も豊富
 - 納骨堂**…「時代に合っている」「気軽である」ことに満足しつつ「一般のお墓でないこと」への不満がやや高い
 - 樹木葬**…管理の手間と費用が最大の選択理由で、お墓購入について最も研究熱心。お墓参り頻度は低い
 - 散骨**…選択理由として「故人の意思」が突出して高い一方、「お墓参りに行けない」ことへの不満が高い
 - 手元供養**…「故人のことを身近に感じられる」ものの「一般のお墓ではないこと」に不満を抱く人が多い

このほか、「墓じまい」に関する質問項目では、言葉の認知は約70%に上るものの、意味まで理解している層は16%にとどまり、「お墓を壊すこと」「先祖代々を断ち切ること」など、誤った認識も多いことがわかりました。

「若い世代にはなお維持されている、普遍的な倫理的・道徳的義務としての『死者の尊厳』。

社会構造の変化にともなう“何でもあり”の風潮、混迷する墓地埋葬秩序を問い直す時期にきている」

死者を埋葬・保護しなければならないというのは、生きた人間が死者に対して行う最低限度の倫理的・道徳的な義務である。日本人は祖先崇拜という枠組みの中で死者（遺体や遺骨）を保存・承継し、その倫理的義務をこれまで果たしてきた。しかし、少子化等の社会構造の変化の中で、その枠組みが崩れ始めた。しかもそれに代わる枠組みを構築をすることができず、「埋葬」をめぐる新しい理念も未成熟なままである。もっとも、死者を永代に渡り保存・承継するという観念をもともと持たない若い世代では、常識（コモンセンス）としての人類に普遍的な倫理的義務はなお維持されているが、これまで遺体や遺骨の保存・承継を信じてきた多くの日本人全体は祖先崇拜に代わる新しい「埋葬」秩序の構想することができないでいる。

現行の墓地埋葬法は昭和 23 年に施行されたものであり、祖先崇拜あるいは遺体や遺骨の保存・承継を前提にした法律である。この法律の中には「死者を（埋葬）しなければならない」という原則も規定されておらず、死者に対する保護の視点（死者の尊厳性の視点）も欠如している。そのため、保存・承継をあきらめると、死者をどのように保護すべきかという観点を見失い、遺体遺棄罪（刑法）と墓地埋葬法の間には法の空白とも言うべき領域が出現することになった。墓地埋葬秩序が混沌とし、「何でもあり」の風潮が生まれ、墓地埋葬秩序の混乱が生まれている。その意味では、新しい墓地埋葬秩序を問い直す時期にきている。

<森謙二名誉教授 プロフィール>

1947 年 10 月徳島県生まれ、1965 年明治大学法学部、1970 年同大学院博士課程修了。茨城キリスト教大学文学部文化交流学科教授、現名誉教授・学術研究センター特別研究員。厚生労働省「これからの墓地等の在り方を考える懇談会」委員、沖縄県墓地公園整備基本指針検討委員会委員、日本学術会議第 2 部基礎法研究連絡委員会委員、日立市少子化対策推進会議委員長、比較家族史学会会長などを歴任。

主な著作に、『墓と葬送のゆくえ』（吉川弘文館）、『墓地と葬送の現在—祖先祭祀から葬送の自由へ』（東京堂出版）、『墓地に関する意識調査』（厚生科学特別研究事業）、『墓と葬送の社会史』（講談社現代新書、のちに「読み直す日本史」シリーズとして吉川弘文館）、『出作りの里—その民俗と歴史』（新葉社）、共編著に『いま、この日本の家族 絆のゆくえ』（弘文堂）、『現代日本の葬送と墓制—イエ亡き時代の死者のゆくえ』（吉川弘文館）など。

調査の実施背景と目的

葬送形態の多様化を受け、消費者のお墓に対する意識とお墓購入の実態を開示することで、葬送について後悔のない選択の一助としていただくことを目的とするものです。さらに業界に向けては、お墓・葬送に関する課題を明らかにし、この解決に取り組むよう促すことを目指しています。

<調査実施概要>

- 調査期間 2018 年 4 月 25 日（水）～ 4 月 26 日（木）
- 調査エリア 全国
- 調査手法 インターネット調査
- 回答者 20 歳以上の男女 3,096 名、お墓を購入した 20 歳以上の男女 1,032 名
（予備調査：10,000 人／本調査：4,128 人）
男女比 50：50（%）
居住地 都市部（県庁所在地）50%：郊外 50%
世代比 20代：16.7%
30代：16.7%
40代：16.7%
50代：16.7%
60代：16.7%
70代+：16.7%
- 調査委託先 株式会社マクロミル

お墓に対する意識およびお墓購入の実態調査 3つのポイント

20代を中心に若年層が「お墓」「家族」を重視していることが明らかに

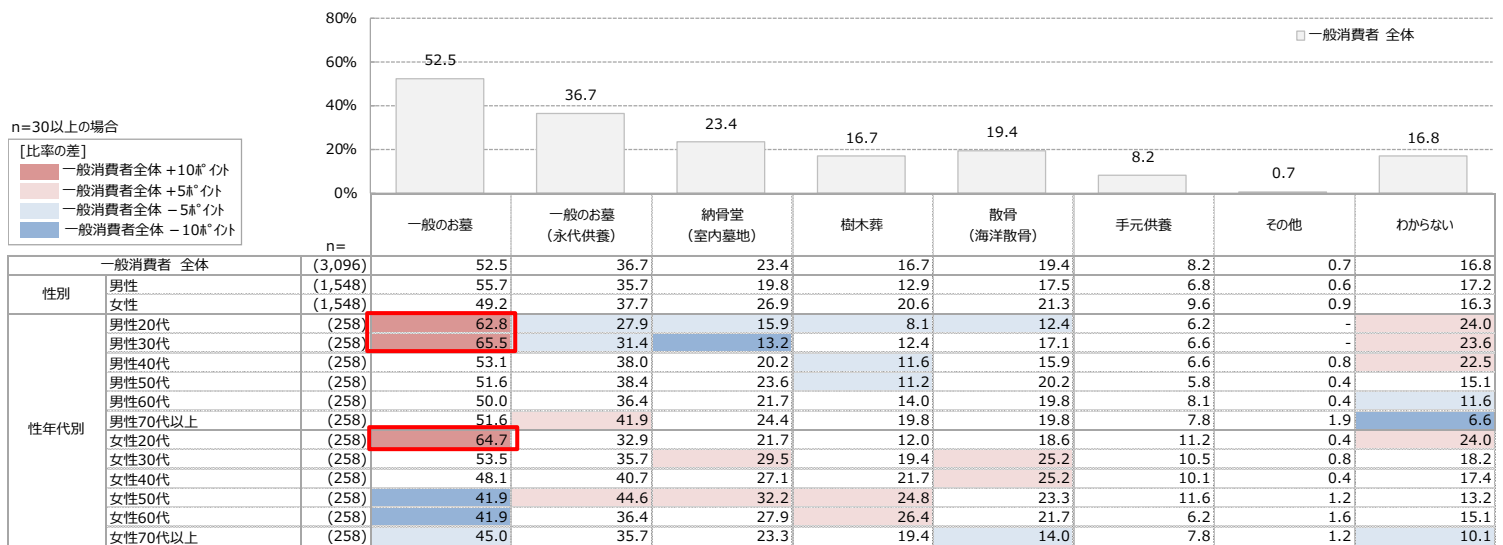
「お墓購入の検討候補」に関する質問では、「一般のお墓」が最も多く 52.5%、なかでも男性 20 代が 62.8%、男性 30 代が 65.5%、女性 20 代が 64.7%と、20-30 代の若年層は他の年代と比べて「一般のお墓」の意向が高い傾向にあることがわかりました【図 1】。

20-30 代がお墓が必要だと思ふ理由として「お墓がないと、故人に会いたくなつたときに会えない気持ちになりそう」「これまでの祖先と同じようにしたい」といった回答がありました【図 2】。

「お墓購入の重視点」については、女性 20-30 代は他の世代に比べて家族・親族や故人の意向を重視する人が多い結果となりました【図 3】。

また特に女性 20 代において、各葬送タイプに対する考えをたずねる質問で、「散骨」について「海洋散骨にすることで遺骨が手元にもどらない／お墓参りに行けなくなるのでいやだ」のスコアが他の世代に比べ高い傾向がありました【図 4】。さらに、「墓じまい」について「先祖に申し訳がない／うしろめたい」などのネガティブな印象が強いことがわかりました【図 5】。

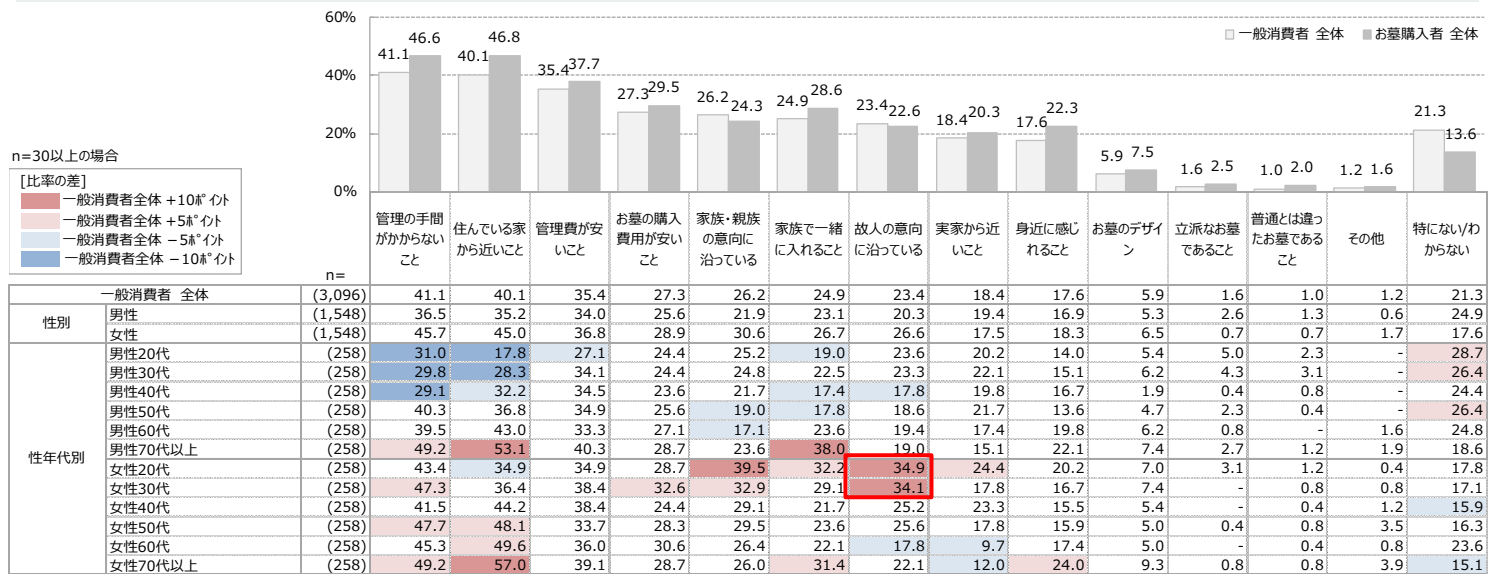
【図 1】 ご自身もしくは家族・親族のお墓を建てる際に、検討候補になる埋葬方法をお選びください。また、最も選びたい埋葬方法をお教えてください。※既に購入経験がある方は、次に購入するときを想定してお答えください。



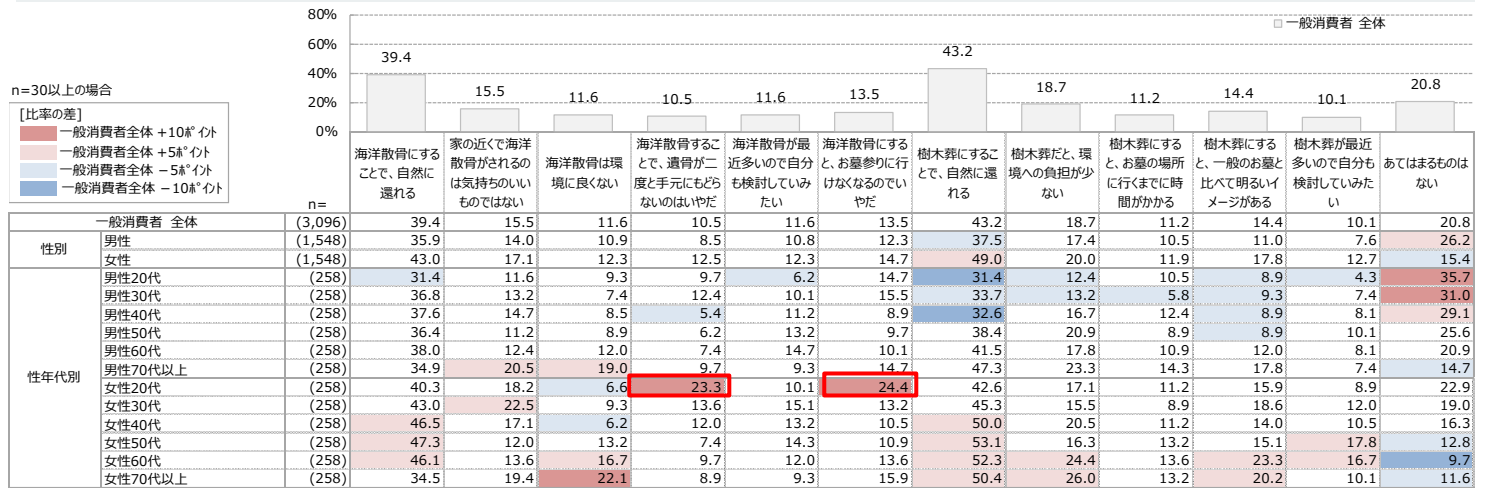
【図 2】 お墓が必要だと思ふ理由（フリーアンサー）

- 「お墓がないと、故人に会いたくなつた時に会えないような気持ちになりそうだからです。」【郊外】女性 20 代
- 「これまでの祖先と同じようにしたい。」【郊外】女性 20 代
- 「拝んでもらうものがあってほしいので。」【郊外】女性 30 代
- 「墓石には名前と亡くなった日にちが彫られるから。そして、それらが消えないから。」【郊外】男性 20 代
- 「墓石に名前が刻まれるという事が肝心だと思うから」【郊外】男性 20 代
- 「先祖代々受け継がれてきたと言う重みがあるので」【郊外】男性 30 代
- 「墓は残された親族のためのものと考えているため、親族間で揉め事がないよう無難な選択をしたい」【郊外】男性 30 代
- 「墓石の前で手を合わせるのが 1 番故人のことを考えられる時間になると思うから。」【都市部】男性 20 代

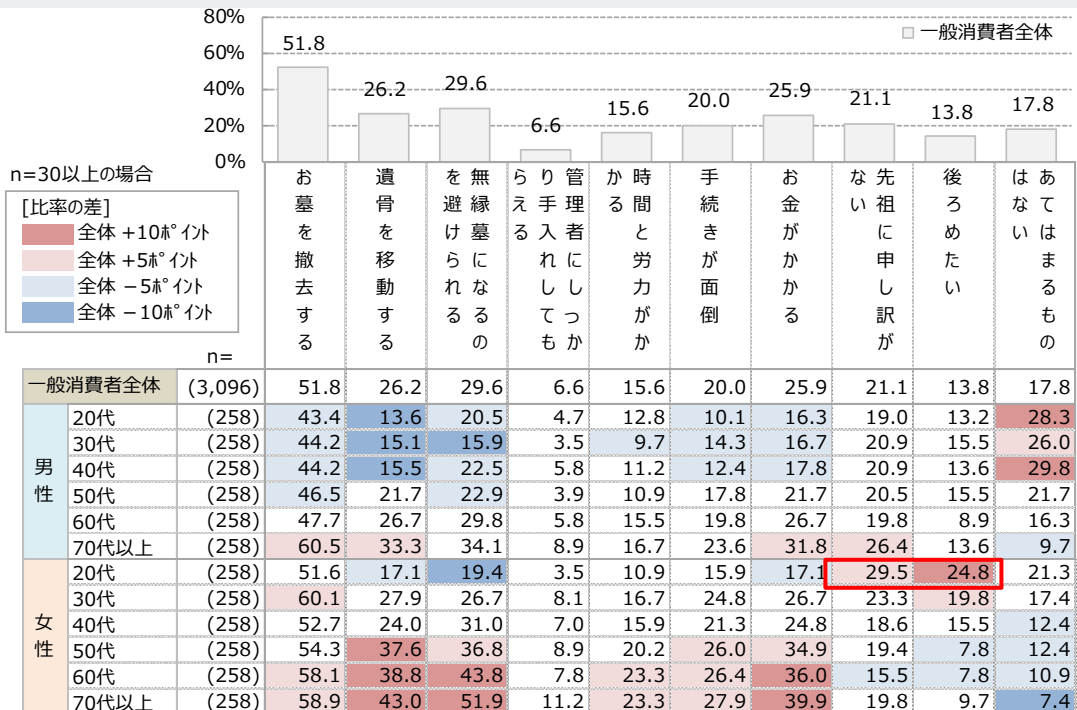
【図3】 お墓を購入する際に重視する点をお選びください。(いくつでも)



【図4】 以下のうち、あなたの考えとしてあてはまるものをすべてお選びください。



【図5】 墓じまいの印象



お墓に対する意識およびお墓購入の実態調査 3つのポイント

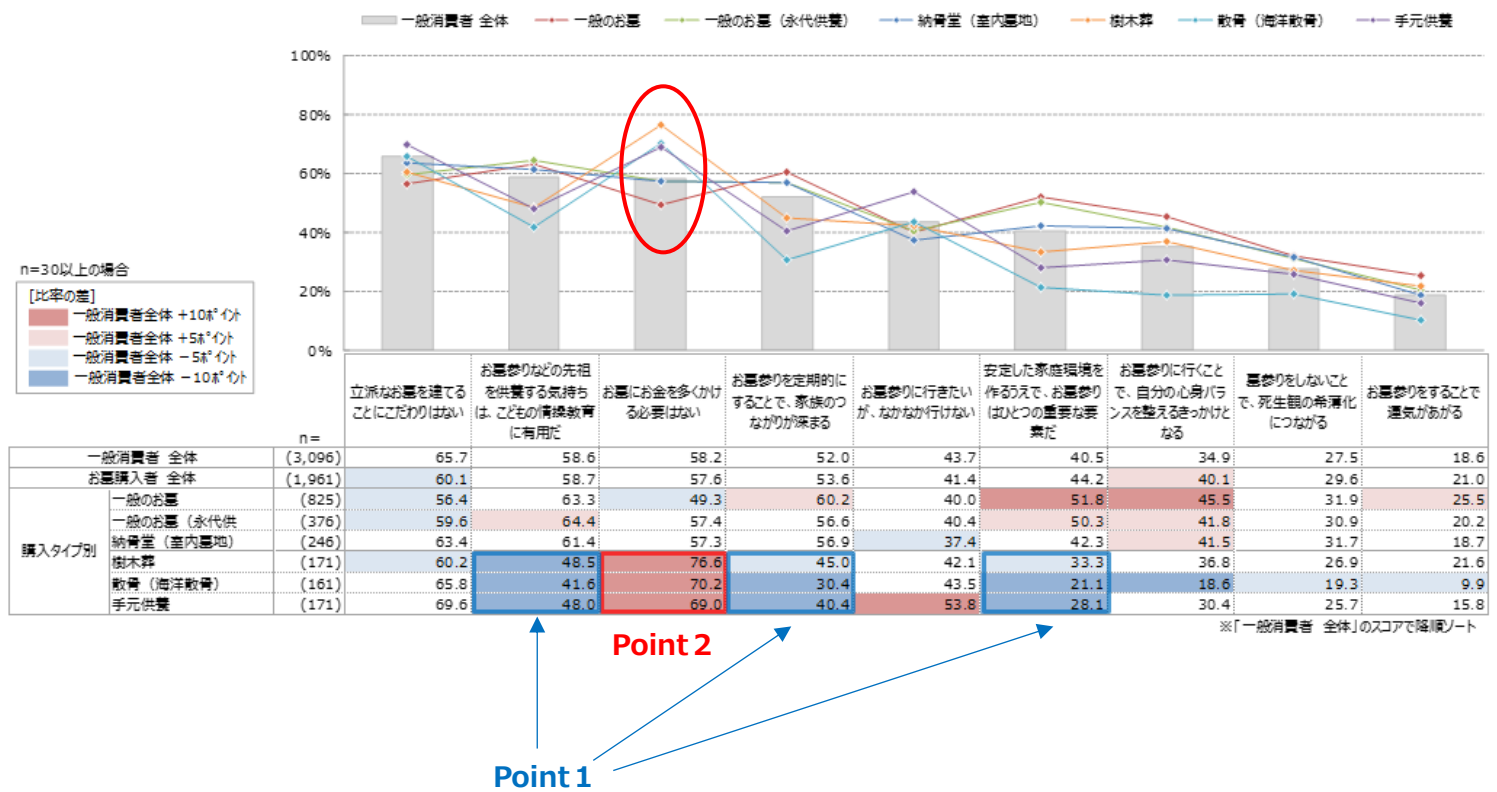
「お墓派=家族・情操教育重視」vs「樹木葬・散骨派=コストメリット追求」 歴然とした価値観の違い

今回の調査では、お墓の購入タイプと生活意識の関係も明らかになりました。

お墓参りについて「こどもの情操教育に有用」「家族のつながりが深まる」「安定した家庭環境の重要な要素」の項目では、「一般のお墓」購入者が購入者全体の平均をすべて上回ったのに対し、「樹木葬」「散骨」「手元供養」購入者は、全体平均をすべて下回る結果となりました（**Point 1**）。

対照的に、「お墓にお金をかける必要はない」の項目では、購入者全体57.6%に対し、「一般のお墓」購入者が49.3%、「樹木葬」76.6%、「散骨」70.2%、「手元供養」69.0%と大きな開きが出ました。一般のお墓購入者は家族・情操教育重視、「樹木葬」「散骨」「手元供養」購入者はコストメリット追求の傾向が強いという、両者の価値観の違いを浮き彫りにする結果となりました（**Point 2**）。

【図6】お墓の購入タイプと生活意識 ※スコアはTOP2（「あてはまる」+「ややあてはまる」）



お墓に対する意識およびお墓購入の実態調査 3つのポイント

お墓と葬送タイプ別の購入者の選択理由、購入前後のイメージギャップ、購入者の特徴が判明

「一般のお墓」「一般のお墓(永代供養)」と、多様化する葬送方法について、各購入者の特徴が明らかになりました。

【図7】お墓と各葬送タイプ別 主な傾向（※各葬送タイプに特徴的な傾向を太字にしています）

	主な選択理由	イメージ	満足点	不満点	購入者の特徴
一般のお墓	・先祖代々継承しているから	・安心できる ・親しみのある	・家族一緒に入れる ・家族、親族の意向に沿っている	・購入費用が高い ・管理費が高い	・郊外に多い ・墓参り頻度は最多
一般のお墓(永代供養)	・管理の必要がない ・継承がない	・安心できる ・時代に合っている	・管理の手間がない ・家族一緒に入れる	・実家から遠い	・お墓の知識が豊富
納骨堂(室内墓地)	・行きやすい ・管理の必要がない	・時代に合っている ・気軽である	・管理の手間がない ・家族一緒に入れる	・一般的なお墓ではない	・都市部に多い ・寺院からの紹介が多い
樹木葬	・管理の必要がない ・費用が安い	・自然に還る ・時代に合っている	・管理の手間がない ・購入・管理費が安い	・お墓参りに行けない ・家族一緒に入れない	・自分用に買う人が多い ・お墓への関心が最も高い
散骨(海洋散骨)	・故人の意向(突出)	・自然に還る ・時代に合っている	・管理の手間がない ・故人の意向に沿っている	・お墓参りに行けない ・一般的なお墓ではない	・お墓への関心が最も低い ・親族以外に選ぶ人が多い
手元供養	・故人を身近に感じられる(突出)	・命の尊さを感じる ・親しみのある	・身近に感じられる ・管理の手間がない	・一般的なお墓ではない ・お墓参りに行けない	・事前の情報接触は少ない ・家族向けに選ぶ人が多い

・一般のお墓

特徴的な選択理由は「先祖代々継承しているから」。「安心できる」イメージと「家族一緒に入れる」ことが主な満足点で、お墓参りの頻度は最多で、先祖や家族を大切にする傾向が明らかになりました。

・一般のお墓(永代供養)

主な選択理由は「継承がない」。他の葬送方法購入者と比べ、お墓に関する知識が最も豊富であることがわかりました。

・納骨堂(室内墓地)

選択理由は、交通至便な場所に多いという性質から「お墓参りに行きやすい」が最多。「時代に合っている」「気軽である」というイメージの一方、「一般のお墓ではないこと」が不満点として挙がりました。

・樹木葬

選択理由は「管理の必要がない」「費用が安い」「管理費が安い」など、管理と費用に関する理由が多く挙がりました。「自然に還る」「明るい」イメージと満足度は高いものの、「家族で一緒に入れないこと」の不満がやや高く、お墓参り頻度も低め。一方で購入前のお墓に関する情報接触が最も多く、ネットで情報収集する方が多い傾向もわかり、研究熱心な購入者像が浮かび上がりました。

・散骨(海洋散骨)

選択理由は「故人の意向」が突出して多い一方、「お墓参りに行けないこと」への不満が高い結果となりました。さらに、身近な親族（自分自身・親・配偶者・祖父母など）以外のために購入する人が多いことがわかりました。

・手元供養

「故人のことを身近に感じられるから」選択する人が最多。高齢のため遠方に行くのが大変といった声も多く、家族の供養方法として選ぶ人が多いものの、「一般のお墓ではないこと」への不満が多い結果となりました。

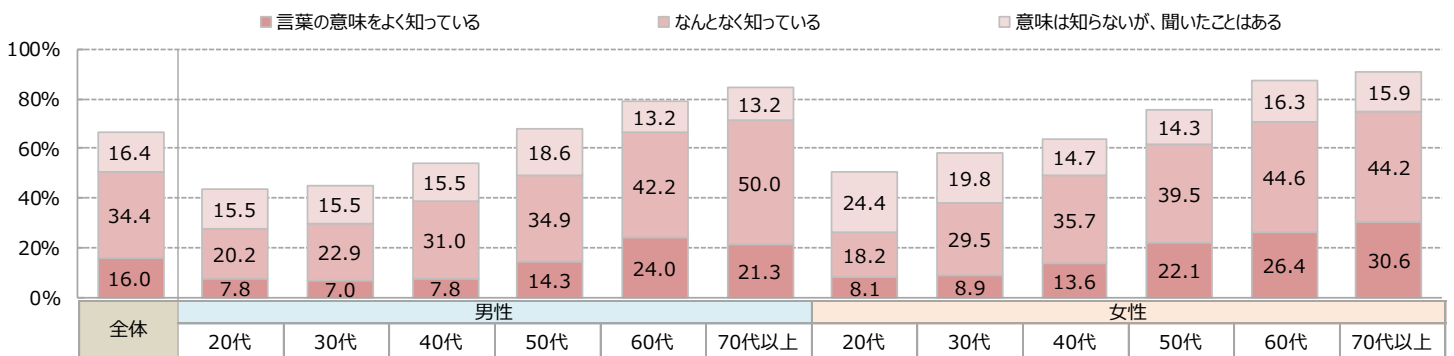
お墓に対する意識およびお墓購入の実態調査 その他ポイント

「墓じまい」意味まで知っているのは16%、誤認識も多数

「墓じまい」の認知については、言葉を知っている人まで含めると66.8%、そのうち言葉の意味をよく知っている人は16.0%にとどまりました【図8】。

さらに言葉の意味を回答いただく記述式の項目では、「お墓を壊すこと」「これ以上誰もお墓に入らないようにすること」「先祖代々を断ち切ること」など、明らかに誤った認識も多く見受けられ、統一した定義づけと周知がまだ行き届いてない現状がうかがえます【図9】。

【図8】墓じまいの認知



【図9】墓じまいの言葉の意味（フリーアンサー）

- 「これ以上誰もお墓に入らないようにすること」【郊外】女性 20代
- 「お墓を壊すこと」【都市部】男性 70代以上
- 「お墓をよそに移すこと」【郊外】女性 70代以上
- 「今まであった墓をなくして、他の埋葬方法にする」【郊外】女性 30代
- 「先祖代々を断ち切ること」【都市部】男性 50代
- 「相続する人がいなくなること」【郊外】男性 30代
- 「お墓に入る人がいなくなること」【都市部】女性 60代
- 「お墓の権利を放棄する」【郊外】男性 50代
- 「維持できなくなった墓をお寺などに返すこと」【郊外】男性 50代
- 「永代供養にすること」【都市部】男性 40代

<一般社団法人 全国優良石材店の会 (全優石) <http://www.zenyuseki.or.jp/>>

全優石は、全国の優良石材店約 300 社で組織されている墓石業の専門店グループです。消費者が一生に一度のお墓づくりの際に「安心して頼める店づくり」を目途に、1983 年に創設されました。以来、お墓づくりを「心の福祉産業」として、供養の心とお墓を大切にす“お墓大切社会”の形成を目的とし、さまざまな活動を展開しています。一般の消費者に向けては、お客様のお墓を石材店と全優石がダブルでお守りする全国で唯一の『ダブル保証書』発行や、『お墓講座』の開催、お墓に関するご相談（建墓、改葬、墓じまい、空き墓地情報等）をお受けするフリーダイヤルサービスなどを行っております。また、社会的課題への取組みとして、会員石材店を通じた「みどりの募金活動」、2011 年 12 月からは、東日本大震災による津波のおそろしさと教訓を残すための石碑「津波記憶石」を、被災地の想いを受けて全優石が各自治体に建立寄贈する「津波記憶石プロジェクト」を展開しています。

<全優石に関するお問い合わせ先>

一般社団法人 全国優良石材店の会

事務局長：山崎（携帯：090-2669-5667）

〒141-0021 東京都品川区上大崎 2-7-15

TEL：03-5423-4014 FAX：03-5423-4050 E-Mail：zenyuseki@triton.ocn.ne.jp

<本リリースに関するメディアお問い合わせ先>

株式会社 アクティオ

全優石広報事務局

〒151-0051 東京都渋谷区千駄ヶ谷 3-13-7 原宿 OM ビル 3F

TEL：03-5771-6426 FAX：03-5771-6427 E-mail：zenyusekipr@actioinc.jp

*本リリースに掲載されている製品名、会社名などの固有名詞は各社の商号、商標または登録商標です。