

# 国産材の墓石の振興に まい進

企画力  
自信有  
オンリー  
ワン技術  
メイドイン  
ジャパン



「ファントーニ彫刻」を施した墓石

## 業務 内 墓石販売で顧客への 情報開示を徹底

創業から墓石や石製品の加工・施工・販売を手がけ、モノキュメントやインテリアなど建築石材も展開している。事業構成は墓石が売上高の8割を占める。本社工場が石材加工を担い、大阪府内や神戸市内に店舗を構える。本社近くには墓の展示館「ストーンブティック」も開設しており、気軽に見学ができる環境を整えている。後発で参入し、一貫しているのは顧客への情報開示だ。従来は業界で価格も含めて情報量が足りず、めったに墓石を買うことがない顧客が価格相場や品質などについて知る場が少なかった。そのため価格や産地の表示はもちろん、展示会やセミナー、相談会を積極的に開いている。

## 強み 米国企業との提携で 導入した立体彫刻

米国の石材会社「ロック・オブ・エイジズ」と技術提携して平成8年に本社工場での加工を始めた立体彫刻の「ファントーニ彫刻」が大きな特徴。従来技法ではマスキング（覆い隠す）用のゴムが焼けるなど狭い箇所への深い彫刻は困難だったが、加工に用いる砂を噴射するノズルの形状を改良するなどして狭い箇所での深い彫刻を実現した。これにより、他社では難しい立体的な彫



「ファントーニ彫刻」の作業風景

## 環境 対 捨てられる石に 光を当てた「エコ墓石」

石材の品質は木材と同様に正目が最も良いとされ、採石された石の100分の1しか墓石に使えない高級銘柄もある。そこで目を付けたのが捨てられる石。石の模様などをデザインに取り入れ、「エコ墓石」として展開している。デザインのセンスや総合力が必要のため、同社でも担当人員に限られる。高度な商品だが顧客は割安で購入できる。一般に普及すれば国産材の有効活用が産業として成り立つため、墓石業界、採石場、顧客のために長期的に取り組む方針だ。そのほか、原石の輸送時に排出される二酸化炭素（CO<sub>2</sub>）量の独自指標「ストーンマイレージ」の表示や、環境保全や人材育成につながるエコドライブなども推進している。

## 今後の 展望 墓地の管理を 組織化して拡大

戦後に約2000万基の墓が建ち、全国各地で墓の継承が課題になっている。そこで墓地管理専用の子会社を設立し、墓地の管理や整備、台帳作成、管理料の徴収などの支援を組織的に始めた。高齢化が進んで墓地管理の担い手が減少しても、しっかりと維持・管理して地域活性化につなげる。4～5年後に10万基の管理を目指す。

### COMPANY PROFILE

### 大阪石材工業株式会社

大阪  
25

ISO 9001  
ISO 14001

## 当社の 歴史

愛媛県の大島石を振興しようという思いで創業しました。恩師である理論物理学の小田切瑞穂先生と出会い、先生のお弟子さんに愛媛県出身の方がいたことがきっかけでした。墓は各家で事情が異なるためカスタマイズやコンサルタント営業が必要です。住環境の変化や居住空間の多様化を考え、顧客と一緒に市場を創る経営をしています。

顧客の判断基準となる情報を  
しっかり提供し続けます。

代表取締役 伯井 守さん



## ■主な事業内容

墓石・石製品の加工・施工・販売、建築石材の設計・施工

## ■主な取引先（納入先）

一般顧客、工務店

住 所／〒578-0921

東大阪市水走  
3-8-43

T E L／072-961-1114

F A X／072-964-0767

創 業／昭和52年12月

設 立／昭和52年12月

資本金／1,400万円

従業員／82名

<http://www.osaka-sekizai.co.jp>