

葬祭業

0.0%

順位	社名	本社	部門売上高 (百万円)	年度伸び 前比率(%)	決算月
1	日本セレモニー	山口G	29,362	1.6	1
2	メモリード	長崎G	21,194	▲1.4	5
3	燦ホールディングス	大阪G	18,509	0.4	3
4	サンレー	福岡G	13,306	0.7	12
5	くらしの友	東京	11,164	▲2.7	3
6	ティア	愛知	9,887	6.8	9
7	セレモ	千葉	9,137	▲1.2	3
8	平安レイサービス	神奈川G	8,055	0.6	3
9	サン・ライフ	神奈川G	7,703	▲1.1	3
10	セルビス	大阪	6,276	8.8	3
11	公益社 (ブライトホール)	京都	6,000	▲3.2	4
12	清月記	宮城G	5,300	—	4
13	日本サービスセンター (平安祭典)	東京	5,183	0.1	7
14	たまのや	福島	5,117	0.7	3
15	福祉葬祭	埼玉	4,900	▲2.2	3
16	昭和興業	千葉	4,218	▲1.5	4
17	東京葬祭	東京	3,358	▲11.3	6
18	ジョインセレモニー (平安典礼)	山形	3,070	▲1.8	6
19	泉屋	大阪	2,984	3.2	4
20	ラック	福岡	2,754	15.0	3
21	洛王セレモニー	京都	2,393	8.7	3
22	サンメンバーズ	埼玉	2,367	2.7	12
23	コムウェル	東京	2,274	▲5.7	6
24	アスカ佛商	千葉	2,220	1.7	8
25	いのうえ (エヴァホール)	岡山	2,196	1.4	7
26	総合センター	広島	2,096	0.3	1
27	アスカ	千葉	1,760	8.5	8
28	岐阜冠婚葬祭互助会	岐阜	1,745	▲7.9	6
29	J Aメモリアルこうち	高知	1,702	▲4.4	3
30	中央商事	高崎	1,650	0.0	9
31	ジェイエイ栃木ライフ	栃木	1,484	4.7	3
32	セレ・ナス	大阪	1,452	0.3	3
33	プリエッセ	群馬	1,359	▲9.3	1
34	京急メモリアル	神奈川	1,317	2.2	3
35	一柳葬具總本店	愛知	1,260	2.7	5
36	西村企業	神奈川	1,248	▲0.7	8
37	天祥閣	石川	1,200	—	3
38	太田屋	長野	1,091	▲9.8	4
39	コープ総合葬祭	神奈川	1,087	▲18.9	3
40	横浜祭典	神奈川	992	▲5.7	2
41	西九州新生活センター (飛鳥会館)	長崎	958	▲8.9	6
42	サカエ	岡山	885	▲5.7	7
43	公益社	滋賀	810	9.2	9
44	サカモト (坂本祭典)	神奈川	755	▲9.9	10
45	大隅	山口	721	▲9.3	9
46	安宅	千葉	682	▲2.6	9

家族葬増え単価下落

葬祭業の売上高は横ばいで、前回調査の0.2%減から大きな変化はなかった。高齢化に伴い取扱件数は増えているが、親族や親しい友人だけを呼ぶ小規模な葬儀を選ぶ傾向が強まり、客単価の減少が続いている。売上高1位の日本セレモニー(山口県下関市)は1.6%の増収。取扱件数は微減だが、平均単価が1.4%増だった。高年齢化に伴い取ったティアは地盤の中部に比べて客単価が下がったと回答。1年後に上がる見通しと答えたのは4.3%にとどまった。客単価の減少を補う見込みは32.6%が生前契約の件数が増えるの見込む。自らの死に備えたいという意向が高まり、生前から顧客に選ばれる割合が多かった。海洋散骨や樹木葬などの希望も増え、客単価を引き上げる付加価値の高い提案が今後の成長を占う。

中部が地盤のティアは関東にも出店を進める



【葬祭業】全国の有力企業が対象。売上高は原則として霊きゅう運送業、仏壇など物販の売り上げを含む