

現代も変わらぬ人を弔う気持ち 「お墓のサブスク」で供養をより身近なものに

事業内容

1906年創業
仏壇・仏具の販売事業
サブスク型のお墓『偲墓』の販売

知的財産権と内容

商標第6495030号

偲墓

(2025年10月現在)

ACTIVITIES & ACQUISITION IS INTELLECTUAL DATA



専務取締役 野呂 英旦さん

創業約120年の老舗仏壇・仏具店 近年では新たな発想のサービスも追求

1906年に仏壇・仏具の専門店として創業し、約120年の歴史を誇る当社。地域の人々の「先祖供養」に寄り添い、位牌やお線香など、お墓に関する幅広い用具を提供してきた。IT業界から転職後、のちの5代目として事業を牽引する野呂専務は、「伝統を守りつつ会社を成長させるには、若者にも馴染みやすい新たな試みが必要になる」と考え、顧客の声に耳を傾けつつ、寺院とも提携したサービスや独自の商品などを生み出している。また、近年では無料の「終活相談」のサロンを開設。野呂専務が副会長を務める松阪商工会議所青年部等のネットワークを活かし、弁護士や司法書士などの専門家と密に連携したサポートを可能としている。仏壇・仏具は自身やパートナーが年を重ねてから検討し始める顧客が多いが、本来は自身や大切な人のために事前にしっかり相談を行うことが重要だという。そのため、親の終活や先祖供養を考え始める若い世代にとっても身近な存在となり、地域に貢献しつつ自社の価値を高めていければ、と考えているそうだ。

寺院とも提携し、顧客の悩みを解決すべく 新発想のお墓『偲墓(しほ)』を開発

現在商標を取得しているサービス『偲墓』は、大きく2つの特徴がある。1つ目は、従来の大きな墓石とは異なり、約20cm四方の小型墓石の中をくり抜き、その中に

遺骨を納められることだ。仏壇を購入した顧客から「自宅にある遺骨を供養したいが、お墓は管理が難しいため困っている」と相談されることが増え、それを解決したいと考えた。2つ目は、料金形態に明瞭な月額制を採用することで、若い世代にも分かりやすい「お墓のサブスク」として展開していることだ。また、『偲墓』という名称は熟語の「思慕」と「墓を偲ぶ」ことをかけ合わせた造語であり、開発に協力を得た寺院の住職によって名付けられた。その住職とは、空きスペースを持て余している寺院と、それを活用したい事業者のマッチングサービス『かすてら』での縁がきっかけだった。コロナ禍等の影響で同サービスを一時休止せざるを得ない状況になった後、新規事業『偲墓』の立ち上げにも協力いただいたそうだ。知財の取得に関しては、以前、社名である「佛英堂」の商標登録について松阪市の産業支援センターに相談した際に紹介された、三重県のINPIT知財総合支援窓口から支援を受けた。知財に関する基本的な知識を知ることができたほか、弁理士の紹介や出願など、様々な面でサポートを受け、現在も長く関係が続いている。

「グッドデザイン賞」を受賞し メディアでの露出も増えた

WEBを活用したPRにも力を入れている当社だからこそ、商標の取得は「名称の重複」を避ける意味でも役立っている。また、『偲墓』は現代のライフスタイルに即

したサービスとして、2021年に「グッドデザイン賞」を受賞。その後、2022年にも日本商工会議所青年部主催の「ビジネスプランコンテスト」にてグランプリを受賞するなど、事業戦略の視点からも高い評価を受けている。こうした受賞や商標の取得などを契機に、メディアに取り上げられる機会も増え、認知度の向上や問い合わせ数の増加に繋がった。現在は東京や九州地方でも紹介制のような形で協力寺院の輪が広がっており、ゆくゆくはブランドの全国展開を目指してプロモーションを進めている。野呂専務は「今後もオリジナル商品やサービスが生まれた際には、必ず知財取得を検討したい」と語った。

知財取得における苦悩



現在、『偲墓』では商標を取得しているが、当初は特許の取得を検討していたという。しかし、既にサービスを展開しており、当社HPにも掲載していたことから、「新規性の喪失」を理由に拒絶理由通知を受けた。ここで「新規性喪失の例外規定」の適用を受けることも検討したが、「サービスの模倣の防止」という目的に立ち返り、

商標出願に切り替えた。野呂専務自ら手続きを行った結果、スムーズな取得が叶い、現在も他社からの模倣を防げているという。野呂専務は「特許は商標と比べても出願書類の様式が難しく、弁理士と意思の疎通を行うのにも苦労した。しかし、それが学びに繋がった部分も大きい。特許を取得できれば他社との提携など、新たな可能性が開けるのではないかと、とも思うので、再び挑戦する機会があれば専門家と密に相談しつつ、内容を詰めていきたい」と語る。

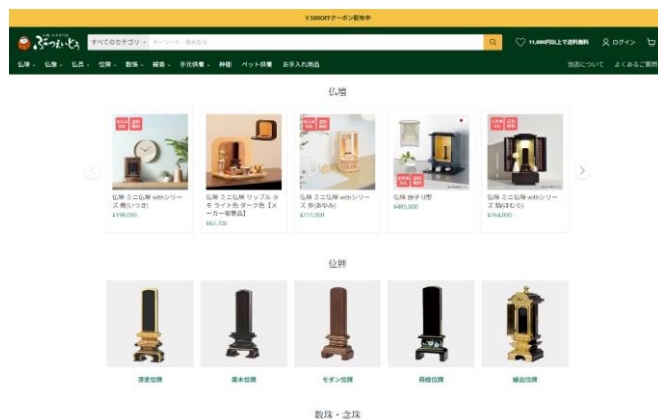
知財取得を目指す経営者へのメッセージ



「知財に興味を持つきっかけは、条件やタイミングもあると思う」と野呂専務は話す。「地元だけで商売を行うつもりなら、自分も縁がなかったかもしれない。ネットを通じ、全国展開しようと思ったからこそ検討することができた。販路の拡大には必ず必要なものだと思うので、ぜひ挑戦してみてください」と。また、「はじめの一步は、専門家や支援機関に相談するのが一番早い。まずは地域の支援センターなどを訪ねてみては」とも併せて語った。



石碑・骨壺が一体型となった『偲墓（しば）』は、従来のお墓同様お参りも可能



若者にとってより身近な存在となるべく、オンラインショップ『ぶつえいどう』も展開



知的財産活用のポイント

伝統を守りつつ、現代の価値観に寄り添う 真摯な想いが幅広いネットワークを構築

野呂専務は自社のような伝統産業について「“人を弔う気持ち”という根幹の部分は大事にすべきだが、そこさえブレなければその時代の人々に合わせて変わっていくべきだ」という信条に基づき、常に顧客の悩みを解決するためのサービスを模索

してきた。特に寺院は全体的には保守的な姿勢のところもあり、販路を広げる上では苦労もあったという。これに対し、遠方の寺院に対してはZOOM等のデジタルツールを駆使しコミュニケーションを取るなどして、地道にネットワークを拡大している。「人々にとって、もっと身近な場所に」という野呂専務の想いと、前職のIT業界でも培われたアイデア力が、現代人のライフスタイルに寄り添う“新しい供養の形”を生み出した。

COMPANY DATA

取材：2025年10月

企業名：株式会社佛英堂 所在地：三重県松阪市中町1989 電話番号：0598-21-0959

URL：<https://butsueido.com/> 創業：1906年 資本金：1000万円 従業員：6名

