

名取裕子さんが全優石イメージキャラクターで登場

お墓意識の変化に対応、「自己PR型」からソフトな「共感獲得型」広告に お墓は亡くなった人の為だけでなく、 残された家族にとっても大切な場所

押坂忍、小林亜星、吉村作治さんとくれば、墓石団体「全優石」の歴代イメージキャラクターですが、新たに女優の名取裕子さんが初の女性イメージキャラクターとして、CMやポスター、動画などに登場することになりました。

全国約300社の石材店で組織される「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 岳、略称：全優石）は、昨今の墓じまい、散骨、樹木葬などといったお墓意識の変化、多様化を踏まえ、お墓の大切さやそれを考えることの必要性に、押しつけがましくなく気づいていただくために、従来の広告戦略を大きく転換し、名取裕子さんを起用することにしました。

これまでお墓を建てるのが当然と思われていた時代は、ドラマ寺内貫太郎一家で石屋の頑固おやじを演じた小林亜星さんや、エジプト考古学者の吉村作治さんが「全優石なら間違いない」、「お墓のことなら全優石」といった内容の「自己PR型」、「プッシュ型」メッセージを発信してきました。

お墓に関する多様な考え方や、埋葬の選択肢が増える中、お墓の持つ意味や価値を業界からの一方的な押し付けでなく、消費者が潜在的に持っている心の声を代弁する形で、考えるきっかけをつくるのが有効的であると考えました。それを誰にも存在する日常的なシーンで語ることで、消費者の共感を引き出していく狙いです。お墓購入で大きな影響力を持つ主婦層の声を代弁する形で、名取裕子さんに「主婦」役を演じていただき、「共感獲得型」の広告を作成しました。名取さんは「1980年から40年間を通して人気を博している女性タレント」で12番目にランクされ、多くの支持を得ています。（㈱ジューディーエス・プレスリリース調査レポート（2020年11月19日））

すでにCMは2021年12月に撮影済で、15秒、30秒の2篇あります。名取裕子さん演じる主婦がご主人と散歩しながら、さりげなく「私たちのお墓について、ちゃんと考えましょう。私たちのことですから。」と語りかけます。視聴された方がご夫婦の日常的なシーンを通して、自然にお墓の大切さを感じられる内容です。元気な今だからこそ、ちゃんと考えることの必要性や素晴らしさを訴えます。

全優石本部でCM制作、ポスター用写真撮影などを行い、実際の出稿は全優石加

盟の各地方支部が地域に密着した適切な展開を行う「本部制作・地域密着・受益者負担型広告」展開となります。

また、新しいデザインのお墓、个性的なお墓、オリジナルなお墓など想いを込めたお墓の写真とお墓づくりエピソードを全国規模で募集している「想いを込めたお墓デザインコンテスト」の入賞作品のエピソードを名取さんが朗読する動画も「名取裕子の素敵なお墓のストーリー」として別途制作し、ユーチューブなどで配信する予定です。

これらの名取裕子さんを起用したテレビCM、動画、ポスターなどについては、2月16日（水）にオンラインで開催される全優石第39回定時総会で紹介され、春のお彼岸時期から全国各地で展開される予定です。



<名取裕子さん起用に関する吉田 岳会長のコメント>

一般の方は、「お墓は人が亡くなってから建てるもの」、或いは「遺骨の保管場所」と思い込んでおられる方が少なくないようです。

しかし、いつか自分たちが亡くなった後、お墓は、それからずっと永遠に眠る場所です。ですから、存命で元気な今のうちから、自分たちが安心できる「終の棲家」としてのお墓について、ちゃんと考えることが、これからの人生を気兼ねなく、充実して過ごすためにも大切なことなのではないでしょうか。

また、お墓は、亡くなった人の為にだけあるものではありません。残されたご家族にとっても大切な場所です。あなたのお子さんやお孫さんが、あなたに会うことができる場所であり、あなたとの思い出をいつまでも忘れずに語り継いでいかれる場

所でもあるのです。だからこそ、自分たちのお墓は、自分たちで満足のいくものを作ることが、ご家族の幸せにとって、とても大切なことなのだ、私どもは考えております。こうしたメッセージを女優の名取裕子さんのお力を借りて、一般の主婦目線で発信させていただければと思います。



<参考：名取裕子さんプロフィール>

本名 : 名取 裕子(なとり ゆうこ)
出身地 : 神奈川県横須賀市
学歴 : 青山学院大学 文学部 日本文学学科 卒業
生年月日 : 昭和32年(1957)8月18日 獅子座 酉年
血液型 : AB型
事務所 : (有)茂田オフィス

<参考：お墓意識の変化>

- ・お墓がどうしても必要と考える人が少なくなっている。
- ・葬儀もそうであるように、お墓もなるべく簡素化したいと考える人が増えている。
- ・お墓に対する価値観、ライフスタイルの多様化で、承継を前提としないお墓（散骨、樹木葬、永代供養など）を選択する人が増えている。
- ・少子高齢化・核家族化が進み、自分たちの代で墓じまいを選択する人が増えている。
- ・お墓購入に大きな影響力を持つ女性は「家」意識が低く、お墓はいらないと考える人が男性よりも多い傾向にある。

以上の件に関する取材のお問い合わせは

■一般社団法人 全国優良石材店の会（広報担当：吉田）
東京都品川区上大崎 2-7-15 (〒141-0021)
電話 03-5423-4014 FAX 03-5423-4050
■インフォメーションセンター E-Mail sasaki@info-ginza.com
佐々木 勉（携帯電話 090-4729-0545）
〒104-00411 東京都中央区新富 1-5-5 トーア新富 210
電話 03-6275-2880 FAX 03-6275-2885

次の URL で関連リリース参照、リリース使用画像データ (JPEG) がダウンロードできます。 <http://www.info-ginza.com/zenyuseki/>