



株式会社 ジャパン唐和 『しがぎん』サステナブル評価融資

発行日：2026 年 9 月 30 日

発行者：株式会社しがぎん経済文化センター
産業・市場調査部

本文書は、株式会社ジャパン唐和（以下、「ジャパン唐和」または「同社」という）が滋賀銀行から『しがぎん』サステナブル評価融資（以下、「本ローン」という）を受けるにあたり、株式会社しがぎん経済文化センター（KEIBUN）が発行するものである。なお、『しがぎん』サステナブル評価融資とは、お客さまのサステナビリティ経営と有意義な目標設定に対し、外部機関による評価やモニタリングを通じた伴走支援により、企業価値の向上を後押しする融資である。

1.会社概要

社 名	株式会社ジャパン唐和
所 在 地	大阪府四条畷市江瀬美町 14-8
創 業	2015 年 6 月
資 本 金	2,700 万円
事 業 内 容	・葬祭用具の製造販売業務 ・葬祭ホールの備品製造販売及びトータルコーディネート ・粗供養品及び返礼品、ギフトの販売業務
従 業 員 数	77 人（2026 年 9 月時点）

（1）事業概要

ジャパン唐和は、祭壇・棺・骨壺などの葬具全般から斎場備品までを取り扱う葬祭仏具の専門商社である。同社は、2015 年に株式会社ジャパン唐和木業から大阪本社、九州営業所、関東支店、福島支店の事業を承継し、独立・創業した。同年にはイオンライフとの連携により、「イオンのお葬式」の加盟店向けに葬祭用品の販売を開始し、2017 年には全日本冠婚葬祭互助会の会員になるなど、ネットワークや販売ルートを拡充し、事業基盤の強化を進めてきた。現在では、約 2 万点の商品を取り扱っており、棺や位牌の販売において国内で一定のシェアを有している。また、葬祭用品や斎場備品の販売にとどまらず、葬儀に関連する新商材やサービスの企画・開発から斎場全体のトータルコーディネートまで幅広く手掛けている。

同社の特徴は、「多様化するニーズへの対応力」と「安定供給体制の構築」にある。日本の葬儀は宗派や地域ごとに異なる風習や慣習が根づいている。また、近年は人々の価値観や死生観の変化に伴い、従来の一般葬に加えて、家族葬や直葬、故人の趣味や好みを取り入れた自由葬など、多様な葬儀形式が広がっている。このような環境下、同社は顧客である葬儀社との密なコミュニケーションを通じて、葬儀社や喪家の「状態を知る」ことに重きを置いている。単にニーズを把握するだけでなく、外部環境や価値観の変化を踏まえ、葬儀社や喪家の悩みや課題までを把握することで、最適な提案や新商材・サービスの開発へとつなげている。

顧客の課題やニーズに応じた商材の提供を支えているのが、同社の柔軟な製造体制である。中国、ベトナムに協力工場を有しており、中国の徐州工場は同社専属の協力工場として稼働しているため、オーダーメイドにも対応できる製造体制を整えている。さらに、徐州工場では同社主導で機械設備の自動化を進めており、木棺の製造や布団の縫製作業の自動化によって、品質の均質化と人件費削減による製造原価の低減を実現している。これらの取り組みを通じて、多品種・低価格・高品質な商品ラインナップを取り揃え、変化する葬儀ニーズへの確に対応している。

■取扱商品「棺」・「祭壇」



〔出所：同社提供資料〕

もう一つの特徴である「安定供給体制の構築」において、同社は大阪、福岡、千葉、福島の4カ所に営業拠点を展開し、販売地域は全国47都道府県を網羅している。各拠点の在庫は、本社でリアルタイムに管理されており、海外協力工場との連携による仕入体制と合わせ、徹底した在庫管理が行われている。物流面では、外部の運送会社へ委託する企業が多い中、同社は各拠点に自社の物流機能を備えており、「必要なものを、必要なときに」届けることができる供給体制を構築している。

このような安定供給体制は、平時の物流効率化に限らず、災害や感染症拡大などの有事の対応も可能としている。過去には、阪神・淡路大震災や東日本大震災の際に、棺や骨壺、納体袋などの葬祭関連用品が不足する事態が発生した。前身のジャパン唐和木業時代での取り組みではあるが、東日本大震災の発生時には葬儀用品の供給に加え、乳児用ミルクや女性の生理用品など、被災地で不足していた生活必需品の配送支援も行った。また、新型コロナウイルス感染症の拡大により死亡者数が増加した際には、棺などの供給不足が懸念される中、同社は安定供給を維持するため、徐州工場にマスクやアルコールなどの支援物資を提供し、工場の早期操業再開と国内向け出荷を実現した。必要な葬祭用品を安定的に供給することで、有事においても故人の尊厳を守り、喪家が安心して故人を弔える環境を支えてきた。同社は、このような特徴や経験を生かした事業活動を通じて、日本の葬儀文化を支える一翼を担っている。

(2) 企業理念

ジャパン唐和は、以下の社是を掲げている。この社是のもと、同社は葬儀社や喪家の悩みや課題に目を向け、事業活動を通じて「不」を取り除くことを重視している。「不」は、「不安」「不満」「不信」「不便」「不足」「不利益」など、人が抱える否定的な感情や状態を指す。これらは様々な問題や困りごとによって生じるものであり、同社は「不」を解決することを価値と捉えている。「不」の解決を積み重ねることで、葬儀社や喪家をはじめとするステークホルダーの安心や満足、信頼につなげ、「ありがとう」と感謝される会社であることを目指している。

■ ジャパン唐和の社是

誰に対して何の問題解決が出来るか…
誰にどんな価値と感動を与え続けられるか…

**それを考え続けるのが、
我々ジャパン唐和の使命です**

〔出所：同社ウェブサイト〕

同社は、社是に掲げる使命を実現するために、経営における基本的な姿勢、考え方を示すものとして、以下の経営理念を掲げている。この経営理念では、現状に満足することなく、顧客や市場の変化を捉え、常に新たな価値を生み出し、市場を創造していく姿勢を表している。また、社員一人ひとりが具体的な目標を持ち、自ら考え行動する「自考自走」を大切にし、職業に自信と誇りを持って業務に取り組むことが個人の成長のみならず組織の強化につながると考えている。これらの姿勢と考え方を継続的に実践し、企業としての役割を全うすることで、顧客に満足していただける価値の提供を追求している。

■ ジャパン唐和の経営理念

私共ジャパン唐和グループは、常に市場を創造し、仕事を通じ社会人としての向上を図り、職業に自信と誇りを持ち、お客様に満足していただける様、全力で行くべき道を進みます。

〔出所：同社提供資料〕

2. ジャパン唐和のサステナビリティ

ジャパン唐和は、社是や経営理念の実践と、「不」を解決する事業活動が、自社およびステークホルダーのサステナビリティにつながると考えている。この考え方は SDGs の方向性とも合致することから、2021 年 7 月にこれまでの取り組みを SDGs と関連づけて整理するとともに、社会課題の解決に向き合う企業姿勢を社内で共有し、SDGs 推進体制を構築してきた。現在は、「葬儀業界」、「社員」、「地域社会」、「環境」に関連する 4 つの経営テーマを設定し、「2035 年長期ビジョン」の達成に向けた中期経営計画（2026 年 5 月策定）において、これらの取り組みを事業戦略に組み込み、サステナビリティ活動を一層推進している。

■ ジャパン唐和のサステナビリティの取り組み

経営テーマ	取組内容	関連するSDGs
葬儀業界の 持続的発展への貢献	- 葬儀社の課題解決につながる商材・サービスの開発 - 多様化する葬儀ニーズへの対応力強化 - 他社との協働・パートナーシップの推進	   
自考自走できる 人材の育成	- 各種研修・教育プログラムの実施 - 社員の自発的な学びを支援する費用補助制度による支援 - 多様な価値観に対応した柔軟な勤務環境の整備	   
豊かな心を育む 地域社会への貢献	- 地元人材の積極的な雇用と活用 - 地域の伝統文化の保全への支援 - 社会復帰に向けた就労・体験機会の提供 - 小学校への寄付などを通じた子どもの育成支援活動	 
環境に配慮した 商材・サービスの提供	- 再生紙を活用した葬祭用品の開発 - ドライアイスを使用しない保冷機器の開発	   

〔出所：ヒアリングをもとに KEIBUN 作成〕

特に、同社は葬儀社の課題解決につながる商材・サービスの開発に注力している。近年、葬儀の簡素化による葬儀単価の下落や人手不足などにより、葬儀社を取り巻く経営環境は厳しさを増している。同社は、顧客である葬儀社の維持・発展なくして、自社のサステナビリティは実現できないと考えている。この考えのもと、葬儀社の課題解決につながる商材・サービスを「戦略商材・サービス」と位置づけ、業界内外の企業とのパートナーシップを通じて、それぞれのノウハウ・リソースを融合し、新たな価値の創出を進めている。具体的には、システム開発を手掛ける企業と連携し、葬儀社の業務効率化・負担軽減を目的とした AI ナレーションシステムや葬儀用湯灌用具を開発したほか、現在も新たな商材・サービスの企画・開発が進行中である。今後も、同社が中心となって企業間のパートナーシップを構築し、葬儀業界の維持・発展に貢献していきたいと考えている。

3.サステナビリティ目標の設定

(1) サステナビリティ目標

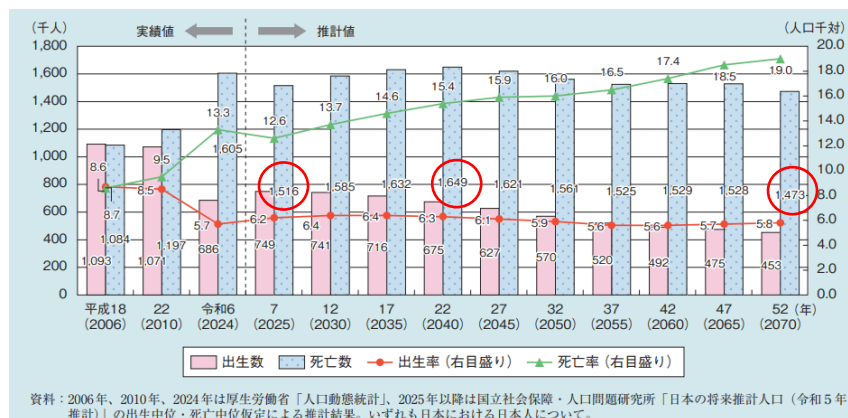
テ	ー	マ	「葬儀業界の持続的成長を支える課題解決型ソリューションの提供」						
貢献する SDGs			9 産業と技術革新の基盤をつくろう  11 住み続けられるまちづくりを  17 パートナーシップで目標を達成しよう 						
K	P	I	KPI①葬儀業界の課題解決につながる商材・サービスの売上増加率 KPI②人材育成プログラムの修了者数						
目	標	<KPI①> ※2025 年度対比で毎年 10 パーセントポイント増加させる							
		2025 年度	2026 年度	2028 年度	2028 年度	2029 年度	2030 年度	2031 年度	
		基準年	110%	120%	130%	140%	150%	160%	
		<KPI②>							
		2025 年度	2026 年度	2027 年度	2028 年度	2029 年度	2030 年度	2031 年度	
		育成コース	基本			応用			
内	容	—	20 人	30 人	39 人	—			
		【KPI①の対象】 ・葬儀業界における人手不足解消、生産性向上、売上増加、コスト削減、リスク低減、環境負荷低減などに資する商材・サービス ※対象商材・サービスの例 ・AI ナレーションシステム「コンシェルジュ結び」 ・ご遺体冷却装置「Eco Protect」 ・葬儀用湯濯用具「まごころ」 等							
		【KPI②の補足説明】 ・同社は、タスク管理制度を活用した独自の人材育成プログラムを運用している。「基本」「応用」「進化」の 3 段階の育成コースを設定しており、各コースの修了者数を継続的に把握することで、人材育成の進捗状況を測定する。 ・対象部門：営業サポート、販売管理、現場・配送 ・2029 年度以降の目標は、2028 年度の実績を踏まえて設定する。 【期間】 事業年度（3 月 1 日～2 月末日）を基準とする 例）2026 年度（2026 年 3 月 1 日～2027 年 2 月 28 日）							

(2) サステナビリティ目標の有意義性

ジャパン唐和は本ローンの組成にあたり、「葬儀業界の課題解決につながる商材・サービスの売上増加率」と「人材育成プログラムの修了者数」を KPI として設定し、目標を掲げている。以下、その取り組みの有意義性について見ていく。

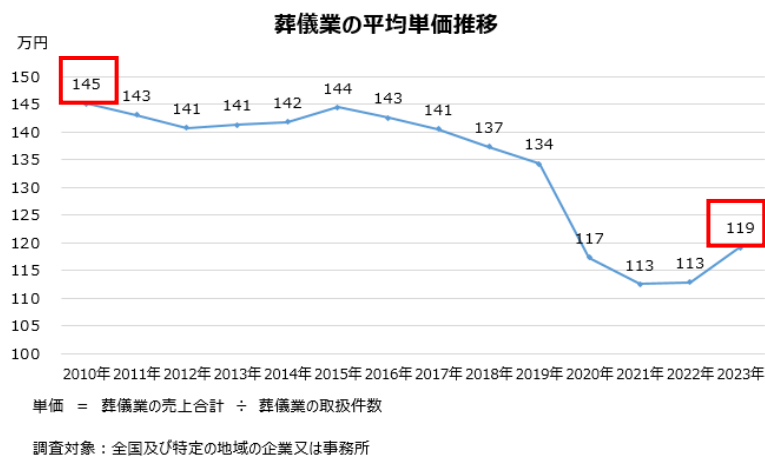
わが国では高齢化が急速に進展している。内閣府「令和 8 年版高齢社会白書」によると、65 歳以上人口は 2025 年に 3,622 万人となり、43 年には 3,953 万人でピークを迎えると推計されている。こうした高齢者人口の増加を背景に、死亡者数の増加が続いており、死亡者数は 25 年の 151.6 万人から 40 年には 164.9 万人まで増加すると見込まれている。その後は緩やかな減少傾向となるものの、70 年においても 147.3 万人と高水準で推移する見通しである。このように、わが国では死亡者数が高水準で推移する「多死社会」の進展が見込まれており、葬祭サービスに対する需要は今後も継続的かつ高い水準で発生することが想定される。

■ 高齢化の推移と将来推計



〔出所：内閣府「令和 8 年版 高齢社会白書」〕

■ 葬儀業の平均単価・取扱い件数推移



〔出所：経済産業省 特定サービス産業動態統計調査のデータをもとに KEIBUN にてグラフ作成〕

近年の葬儀業界では、高齢化の進展や地域コミュニティの変容を背景に、家族葬・直葬など小規模な葬儀形式の利用が拡大している。また、葬儀の小規模化に伴う出店コストの低下や、特別な許認可を必要としない業態特性を背景として、新規参入が増加しており、業界内の競争は一層激化している。

人の死は予測のできない出来事であり、喪家は短期間で葬儀場を決める必要があるため、病院や介護施設などにネットワークのある地域の葬儀社が選ばれやすく、価格競争は起きにくい環境にあった。しかし、近年は葬儀の小規模化・簡素化に加え、オンラインでの葬儀紹介サービスを提供する仲介業者や「全国定額」「追加料金不要」などの料金体系の透明化を打ち出す事業者の登場により、葬儀費用の低価格化が進展している。経済産業省の特定サービス産業動態統計調査によると、2010年に145万円であった葬儀平均単価は、23年には119万円まで下落している。

また、労働人口の減少に伴い、葬儀業界も他産業と同様に人手不足に直面している。葬儀業は人の「死」を取り扱う業務であり、いつ起きるか予見できないため365日・24時間対応が求められる。さらに、喪家への親身なサポートやマナーの習得、地域独自の風習の理解などに時間を要するため、人材の確保と育成は葬儀業界にとって大きな課題となっている。

このような環境下、葬儀社には新たな収益モデルの構築や業務効率化への取り組みが求められている。総務省・経済産業省の「令和3年経済センサス－活動調査」によると、2021年の全国の葬儀業の事業所数8,070先のうち従業員数9名以下の事業所が7割以上を占めており、中小規模事業所が大多数を占める業界構造となっている。一般的に、中小規模の葬儀社は経営基盤が弱く、価格競争や人手不足の影響を受けやすい。他社との差別化を図るためには、価格設定の透明化や積極的な情報開示を進めるとともに、IT活用による業務効率化を図ることが重要である。また、顧客接点を強化することで多様化するニーズに応えるとともに、顧客から安心して任せてもらえる体制を構築していくことが求められている。

■ 葬儀業の事業所数（従業員別の構成比）

(単位:カ所)

従業員数	2021年	
	事業所数	構成比
1 ～ 9人	5,812	72.0%
10 ～ 49人	1,886	23.4%
50 ～ 99人	114	1.4%
100～499人	35	0.4%
500人以上	0	0.0%
出向・派遣従業者のみ	223	2.8%
全体	8,070	100.0%

〔出所：令和3年経済センサス-活動調査 集計データをもとに KEIBUN にて表作成〕

【葬儀業界の課題解決につながる商材・サービスの売上増加率】

このような状況において、葬儀業界の課題解決につながる商材・サービスを提供することは、葬儀社の収益性向上や業務効率化、競争力強化に加え、多様化する顧客ニーズへの対応を後押しするものである。また、業界が抱える課題の解決を通じて、葬儀社の持続可能な経営基盤の構築や、葬儀業界全体の発展に寄与することが期待される。さらに、そこで生まれた人的余力を、喪家へのきめ細かな対応や地域特有の葬儀文化の継

承など、本来注力すべき業務へ振り向けることも可能となる。ひいては、地域において必要な葬儀サービスを安定的に提供できる体制維持につながり、安心して葬儀を執り行える社会の形成に寄与する。

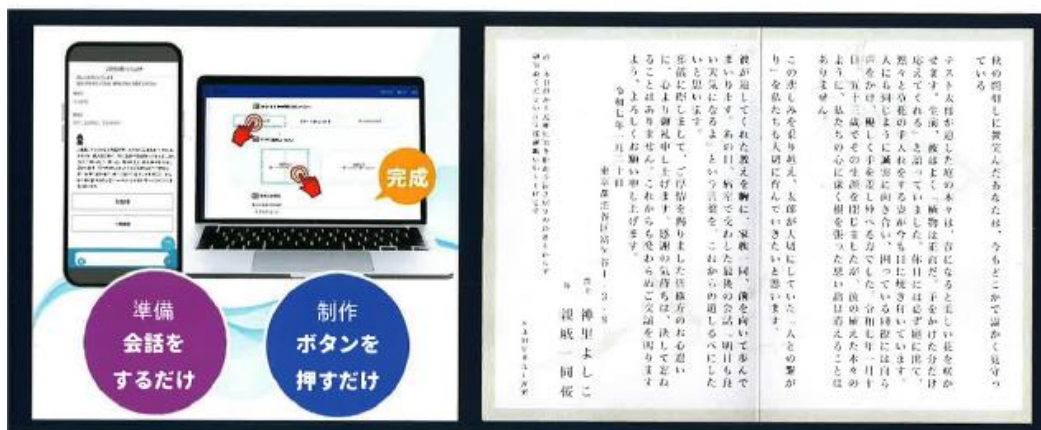
加えて、業務効率化や DX の推進は重要な経営課題である。特に、葬儀打合せ時のヒアリング、会葬礼状の作成、司会原稿やナレーション原稿の作成などは、担当者の経験やスキルに依存する部分が大きく、業務負荷の増加やサービス品質のばらつきが課題となっている。同社が提案を進める AI サービスコンシェルジュ「結び」は、喪家へのインタビュー内容をもとに会葬礼状やナレーション原稿を自動生成する機能を有しており、従来多くの時間と労力を要していた業務の効率化に貢献するものである。また、スマートフォンを活用した音声入力に対応していることから、専門的な IT 知識を必要とせず導入でき、中小規模の葬儀社でも DX を推進しやすい仕組みとなっている。

葬儀業界の課題解決につながる商品・サービスの提供は、業界における生産性向上や社会の持続可能性の向上にも寄与するものであり、葬祭社の競争力強化と地域における安定的な葬儀サービス提供体制の構築に貢献することが期待される。

■コンシェルジュ AI システム「結び」

導入したその日から、教育なしでスタート

操作はすべてスマホで完結。ボタンを押すだけで、プロ品質の成果物が仕上がります。



① ご遺族ヒアリング

紙に聞き取り、あとから手入力。

→ ご遺族がAIと故人の思い出を語るだけ。5分で完了、データも自動保存。

② オリジナル会葬礼状

外注に依頼し、納品を待ち、修正を繰り返す。

→ 文体を選んでボタンを押すだけ。1分で完成、何度でもリライト可能。

③ 司会ナレーション原稿

担当者が数時間かけて1本を仕上げる。

→ ヒアリングデータから1分で自動生成。複数パターンから最良を選ぶ。

④ 司会アナウンス

司会者の手配、打ち合わせ、リハーサル。

→ 男女4種のAI音声で朗読。再生ボタンを押すだけ。

〔出所：同社提供資料〕

■ AI で実現する葬儀業界の人手不足解決ソリューション



v

【人材育成プログラムの修了者数】

ジャパン唐和は、葬儀業界向けの専門商社として、葬儀社が抱える人材育成や業務運営上の課題解決につながる商材・サービスの提供を強化するため、専門知識や提案力を備えた人材の育成を推進している。近年は顧客ニーズが多様化しており、適切な商品・サービスを提案するためには、商品知識や業界知識に加え、顧客ごとの課題を的確に把握し、最適な解決策を提案する能力が求められている。しかし、こうした知識や提案力は短期間で習得できるものではなく、実務経験を通じた継続的な人材育成が不可欠である。

そのため、同社は社員一人ひとりの能力向上を支援するとともに、業務の標準化や知識・ノウハウの共有を推進し、働きやすい職場環境の整備による人材定着に取り組んでいる。こうした取り組みを通じて、葬儀業界の持続的な発展に貢献する商品・サービスを安定的に提供できる体制の構築を目指している。この方針のもと、同社では独自の人材育成プログラムを導入し、営業サポート、販売管理、倉庫・運送の各部門において、必要な能力やスキルをタスク表により明確化している。また、従業員を「基本」「応用」「進化」の3段階で計画的に育成する体制を構築しており、段階的なスキル向上を促進している。商品知識や業界知識の習得に加え、課題解決力を強化することで、顧客に対する提案の質の向上が期待されるほか、KPI①である「葬儀業界の課題解決につながる商材・サービスの売上増加率」の向上を支える基盤にもなる。さらに、人材育成を通じて組織全体の提案力や対応力が向上することで、顧客満足度の向上や安定したサービス提供体制の構築につながる。

以上より、本 KPI は葬儀業界が直面する生産性や収益力向上といった課題の解決を後押しするものであり、地域社会における葬儀インフラの維持にも資する有意義な取り組みであるといえる。

以上

しがぎん経済文化センター 会社概要

社名 株式会社しがぎん経済文化センター

代表者 取締役社長 波田晋一

所在地 〒520-0041
滋賀県大津市浜町 1 番 38 号

設立 1984 年 3 月 21 日

資本金 1,000 万円

株主 株式会社滋賀銀行

TEL 077-526-0005

FAX 077-526-3838

留意事項

1. KEIBUN の第三者意見について

- 本文書については滋賀銀行が、借入人に対して実施する『しがぎん』サステナブル評価融資について、借入人のサステナビリティ経営と設定する目標の有意義性に対する第三者意見を述べたものです。KEIBUN は第三者意見にかかる業務を行う際、常に誠実に行動します。
- その内容は現時点で入手可能な公開情報、借入人から提供された情報や借入人へのインタビューなどで収集した情報に基づいて、現時点での状況を評価したものであり、当該情報の正確性、実現可能性、将来における状況への評価を保証するものではありません。また、当該情報が重要な虚偽または誤解を招く陳述が含まれる場合や、業務上必要とされる注意を怠って作成された陳述または情報が含まれる場合、必要な情報を省略するまたはあいまいにすることにより誤解を生じさせるような場合に、それを認識しながら評価は行いません。適切に第三者意見にかかる業務を行うため、その職務遂行能力を必要とされる水準を維持します。
- KEIBUN は当文書のあらゆる使用から生じる直接的、間接的損失や派生的損害については、一切責任は負いません。

2. 滋賀銀行との関係、独立性

- KEIBUN は滋賀銀行グループに属しており、滋賀銀行および滋賀銀行グループ企業との間および滋賀銀行グループのお客さま相互の間における利益相反のおそれのある取引等に関して、法令等に従い、お客さまの利益が不当に害されることのないように、適切に業務を遂行いたします。
- また、本文書にかかる調査、分析、コンサルティング業務は滋賀銀行とは独立して行われるものであり、滋賀銀行からの融資に関する助言を構成するものでも、資金調達を保証するものでもありません。

3. KEIBUN の第三者性

- 借入人と KEIBUN との間に利益相反が生じるような、資本関係、人的関係などの特別な利害関係はございません。

4. 本文書の著作権

- 本文書に関する一切の権利は KEIBUN が保有しています。本文書の全部または一部を自己使用の目的を超えて、複製、改変、翻案、頒布等を行うことは禁止されています。