位牌製作CMで注文倍増

諫早「お佛だんのむらた」

HPに動画も 手彫り技法公開、全国展開

テレビCM向けに撮影される手彫り位牌の製作状況
＝諫早市、お佛だんのむらた（タウラボ提供）

九州で数少ない手彫りの位牌（いはい）を製作、販売する諫早市の「お佛だんのむらた」（村田好隆社長）。この春、手彫り位牌の製作過程を収めたテレビコマーシャル（CM）を導入したところ、全国各地から同社ホームページ（HP）に注文が急増。コロナ禍による消費低迷が叫ばれる中、「本物」を追求する消費者の心をCMとHPでつかみ、新たな顧客獲得と全国展開につなげた。

同社は1969年、市内で創業。90年代のバブル期、仏壇や位牌も機械化や海外生産が進み、価格競争の波にさらされた。しかし、同社は専属の職人が作る仏壇や位牌の材質などにこだわり、顧客の満足度を高める商売を貫いた。

位牌製作は、書道師範である村田社長の妻、育子さんが戒名などを下書きした後、村田社長が朱色の文字を薬研（やげん）彫りという独特の技法で彫り進める。価格は2万～50万円台と幅広い。

HP上での受注は2018年初めから開始。材質や形を選んだ後、専用の注文書に故人の戒名や命日、宗派、納期などを記入して同社に送り、料金支払い後、製作に入る流れ。村田社長は「一度も話さないまま作るのは気が引けるので、（注文者に）電話で具体的な仕上がりを伝えている」と〝非対面〟の接客にも気を配る。

長年続けていた紙媒体（折り込みちらし）による広告宣伝に限界を感じ、今年春、手彫り位牌のCMを制作、県内の民放で放映。同社HPでも位牌の製作過程を収めた動画を公開した。

すると、来店者やHPの注文者の年代、居住地が変わり始めた。来店者は従来、諫早市や島原半島の中高年層が中心だったが、長崎市や県北地区に拡大。20～30代からも問い合わせが増え、HP注文も九州各県や首都圏から相次ぐ。

手彫り位牌の注文数、売り上げは今年8月だけで前年同期比約2倍増。村田社長は「コロナ禍で外出控えが増え、CMで手彫りのよさを知ってもらい、従来のHP注文スタイルが生かされた」とデジタル戦略転換に手応えを語る。

HPとCMをプロデュースしたタウラボ（諫早市）の田浦健吾社長は「長年、いいものを取り扱い、手彫り位牌という強みを持っていたからこそ。厳しい時代に思い切って攻めに転じたことで、面白い結果が出ている」と分析する。

むらた（電0957・23・1116）、HPアドレス（https://www.obutsudan-murata.com）。

（高比良由紀）

位牌に一文字ずつ丁寧に彫る製作風景（タウラボ提供）

労災死亡事故相次ぐ

長崎労働局

HTB）は、
在勤務を推奨
た、場内で余
「リゾートワ
始めた。来年

プラン
」も

コテージタイ
に宿泊。自
、終業後や
色とりどり
日常」を楽

（1室5人で
年間パスポー
ケットWi
7日間滞在

。問い合わ
）。
（湯村高大）

トマトの収穫をする小川部会長＝佐世保市高花町