

市民向けセミナーで葬儀の意味・意義を啓蒙 アフターフォローも含め価格ではなく信頼を訴求

(株)神奈川葬祭 [神奈川県厚木市]

他社に先駆けて事前相談を開始 葬儀の“意義”を説いて受注につなげる

1977年に創業し神奈川県厚木市に本社をおく(株)神奈川葬祭(社長伊東利明氏)は、厚木市および隣接する寒川町を主要商圈に事業を展開している。

自社会館は厚木市と寒川町に各1か所ずつ。このうち、本社機能を備えた厚木市の「県央会館」は1990年の開設後、何度かリニューアルを実施。現在は本館と2号館に分かれており、本館には最大100席収容の1式場と専用の調理場を備えた会食室、遺族控室などを設置し、小規模葬から大型の葬儀まで対応。2号館は最大50席収容の1式場と和洋続き間の遺族控室などを設け、小規模でゆっくり故人を送るためのつくりとなっている。一方、寒川町に1994年に開設した「寒川斎場」もたびたびリニューアルを施し、2013年の全面リニューアルを経て現在に至る。最大100席収容の1式場と遺体保冷庫を完備した面会室、会食室と遺族控室などを備え、全体に格式高い“和”のイメージを強調することによって、他社会館との差別化を図っている。

メインの商圈となる厚木市内のシェアにおいては、トップのJA葬祭に次いで同社は2位。ここ数年、大手互助会が商圈に参入した影響で、他の専門葬儀社が業績を落とすなかであっても、同社はシェアを確保してきた。年間430件前後の

施行件数も、ここ数年はやや微減で推移しつつもなんとか維持している。

「以前は警察や病院などと提携することで施行確保を図っていましたが、警察は拘束時間が長く、病院も競争が激しい。そこである時期から戦略を転換し“いかに地域の方々に選んでいただけるか”に注力するようになりました」と、同社企画営業部次長高橋良彦氏。

同社のこうした事業戦略を象徴することの1つが事前相談への取組みで、1990年代中頃には他社に先駆けて早くも事前相談をスタート。折込みチラシやタウン誌などで近隣住民にアピールをした。事前相談の内容に関しても、見積りの話をメインにするのではなく、「なぜ葬儀をするのか」というところから説明するよう心がけたという。

「見積りの話だけをして『何かあったらご一報ください』では、他社に行ってしまう可能性もある。葬儀の“かたち”からではなく“意義”から理解していただくことで、より弊社を理解し、信頼していただけるようになりました」(高橋次長)

3種類のセミナーを定期開催し 事前相談以前に地域との接点をつくる

事前相談と並行して同社が力を入れているのが、近隣住民を対象とした葬儀セミナーなどの集客イベントの展開だ。

1990年に開業した「県央会館」(左)と94年開設の「寒川斎場」。両館とも、たびたびリニューアルを施してきた



常務取締役
伊東由紀子氏



企画営業部次長
高橋良彦氏



〔神奈川葬祭の概要〕

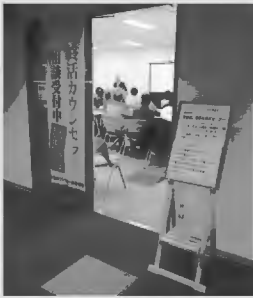
〔所在地〕神奈川県厚木市船子1060-1

〔設立〕1977年2月

〔代表者〕伊東利明

〔従業員数〕30人(パート含む)

〔施行件数〕430件(年間)



家族葬や終活などをテーマにしたセミナーを定期的開催

「家族葬」という言葉が一般化しはじめた08年頃から、同社では「家族葬セミナー」を開始。その内容を発展させた形で14年9月からは「あなたに役立つ終活セミナー」「エンディングノートの書き方セミナー」「家族葬、直葬を学ぶセミナー」の3セミナーを展開。同社の県央会館と寒川斎場、商圈に隣接する愛川町の商工会館を会場とし、各所で2か月ごとに3つのセミナーを順番に実施している。定員は原則25人としているが、応募が多いときは40人近い規模で開催することもある。

こうしたセミナー展開の背景にあるのは、事前相談の場で顕著に感じる、ここ数年の消費者意識の変化だという。

「以前は、葬儀に関する情報を何ももたずに事前相談にいらっしゃる方が多かった。でも最近では、メディアに氾濫するさまざまな情報に影響され、最初から『ウチは家族葬をお願いします』などと決めて事前相談にこられる方がふえています。家族葬のメリットやデメリットを説明しても『もう本人と決めたことなので、いまさら変えられない』となる。それならば、事前相談の前の段階から、葬儀に関するきちんとした知識や情報を発信するべきだと考えました」と語る高橋次長は、各セミナーで自ら講師を担当。1時間半の講演修了後も、相談を受け付けたり、参加者同士が交流できる場として会場を参加者に開放している。「いまの形式のセミナーになってまだ間もないので、成果が出るには2、3年か

かるでしょう」と高橋次長は話すが、すでにセミナー参加者のなかから葬儀依頼もきているという。

同社ではこうしたセミナー以外にも、会館の内覧会、人形供養祭や写経会などを定期的に開催し、地域との交流を深めている。

公営火葬場での市民葬も取扱い 厚木市からの委託で案内HPも運営

また同社では、厚木市が定めた市民葬「市民の葬儀プラン」の取扱い葬儀社として協定を結んでいる。このプランでは原則的に「厚木市斎場」(炉数6基)の併設式場を使用。同火葬場は1974年に開設されたが、火葬件数の増加と施設の老朽化に伴い、2012年に場所を移転して再オープン、その際に式場も併設(2式場)されている。

これを機に同社では「厚木市斎場のご葬儀(市民の葬儀プラン)」案内ホームページの開設・運営を厚木市から受託、自社ホームページとは別ドメインながら「神奈川葬祭」の社名が明記された形で運営を任されている。さらに、同社主導による「市民の葬儀プラン説明会」も、12年10月頃から定期的実施。同社の会館や公共施設などを会場に、高橋次長が講師となって、「厚木市斎場について」「市民の葬儀プランとは」「葬儀の形態について(家族葬と一般葬の違い)」など、約1時間半にわたって講義を行なう。参加者数の一時的な減少に伴って休止していた時期もあったが、15年10月から再開している。

現在、同社葬儀施行全体における、「市民の葬儀プラン」の割合は10%強。火葬場に式場が新設されたことで自社会館をもたない葬儀社がつつぎと参入し、市民葬における同社の占有率は下降傾向にあるというが、社名を明記したホームページや説明会などの効果もあって、一定の取扱件数は確保しているようだ。

「多彩なニーズがあるなかで、最近では“安け



「真冬のスイカ」の施行事例（同社ホームページより）

ればいい”という従来の消費者志向も変化してきています。お客様が求めているのは、安いプランと高いプランそれぞれのメリットとデメリットを明確にすること。しっかり情報発信をすれば、納得してプランを選んでいただくことができる。そのため、弊社のお客様のなかでは“リーズナブルだけど制限が多い市民の葬儀プラン”と“多少高くても故人とゆっくりお別れができる弊社会館を使ったプラン”で明確に棲み分けができており、安いプランに施行が集中することはありません」（高橋次長）

勉強会などとおしてスタッフ教育を図り 現場では個々の自主性を尊重

葬儀における消費者ニーズが多様化するなかでは、同じ葬儀社内においても葬儀に関する認識の相違や齟齬が生まれることがある。たとえば家族葬の定義ひとつとっても、消費者だけでなく葬儀社のスタッフによって解釈が異なるケースも珍しくない。

同社では06年頃に社内で「家族葬の定義」を制定し、数年後に文書化した。一般に広く認知され、言葉だけがひとり歩きしつつある家族葬に関して、事前相談やセミナーの場で説明する際に、メリットやデメリット、同社としての考え

方を統一していく必要があると感じた高橋次長の発案だったが、スタッフの自主性を重んじる社内にあっては、1人ひとりに浸透するのに少々時間がかかったという。

「1日葬がふえつつある昨今、通夜を行なう意義などについても、スタッフが統一した見解を共有することが今後の課題」と高橋次長。

同社のスタッフは現在30人（パート含む）。定期的に社内勉強会を開催してグリーンサポートやマナーに関する知識や技術の習得に励んでいるが、高橋次長によればそれぞれが自分の判断で動けるだけのスキルを身につけており、総じて喪家からの評価は高いという。

同社では1喪家1担当者制を敷いており、喪家の対応においては担当者の裁量に任せる部分も少なくない。その顕著な例が、同社独自の「感動経費」という制度。これは各担当者が喪家に対して自由に使っている費用として、1喪家ごとに5,000円を経費として支給。担当者は喪家に喜んでもらえる演出を、5,000円の予算内で考案する。

最も多いのは、故人が好きだったものを購入して祭壇に供えるケースだ。同社常務取締役伊東由紀子氏は「たとえば、真冬の葬儀に故人が好きだったスイカを鹿児島から取り寄せたこともありましたし、母の日に合わせて故人の子どもにカーネーションを差し入れたことも。各担当者のアイデアを活かせる制度となっており、喪家の評判も高いです」と語る。

また同社では、葬儀後についてもアフターフォローを専門に行なう部署「お客様相談室」を設置した。常勤3人にサポート2人の体制を敷き、仏壇・仏具の販売といった“モノ”のサポートだけでなく、遺品整理や相続関連の相談にも対応。前述の終活など各種セミナーで広げた地域ネットワークを活用し、同社がワンストップの窓口となって、各種士業や専門業者への仲介を行なっている。

「そうしたネットワークを活かし、将来的には地域包括ケアシステムにも関わることで、地域の皆様のお役に立ちたい」と高橋次長。地域住民との接点をふやすことで地域密着経営を推進し、さらなる事業発展を図る構えだ。