

お客様の気持ちに寄り添う高品質のサービスを保持しながら、
グループの継続的かつ安定的な成長のために
葬祭事業から独立した新規事業に挑んでいます。

代表取締役社長 野呂 裕一

お客様に感動・満足を与える
日本一のサービスを提供する会社となるために
「サービス向上委員会」を設置

現在、葬儀は従来の葬儀と「直葬」「家族葬」など簡略化された葬儀との二極化が進んでいると言われています。先日海外の報道機関から葬儀に対する日本人の意識や価値観について、葬儀にあまり費用をかけられない、「安かろう、悪かろう」でもかまわない、さらには、そもそも葬儀に必要性を感じないなどの変化が生じているのではないかと質問されました。これに対し、経済状況により費用をかけられないお客様がいらっしゃるものの、割合的には多くないように思う、やはり、亡くなられた故人に対してしっかりとした葬儀を



して大切な家族や身内を送り出し、責任を果たしたいというご遺族の思いや、故人に線香をあげて弔いたいという親戚や知人、地縁の方々の気持ちは不変だと考えている、と回答しました。

当社グループでは、こうしたご遺族の変わらぬ気持ちに寄り添い、満足していただける式を執り行うために、「中期経営計画(2016年度～2018年度)」の重要課題として、サービス品質向上への体制の強化と仕組みの構築を挙げています。以前から身だしなみや接遇等、研修や教育を重ねてきましたが、実効性の確保という点で、目指すレベルに及んでいませんでした。そこでサービス向上委員会を設置し、「お客様に満足・感動を与える日本一のサービスを提供する会社となる」ことを目標に掲げ、グループ従業員が一丸となってお客様目線でのサービス向上に取り組んでいます。私たちは、しっかり葬儀をし故人を見送ったとご遺族に思っていただけのことが、その後のグリーフケアにも繋がると考えています。

会社としての基準が実際に守られているのかどうかの確認を徹底するため、管理職が現場である葬儀や通夜において、チェックリストを用いて課題の発見・品質チェックを行い、社員にフィードバックするという仕組みを構築したり、お客様の満足度を測るアンケート項目を見直すなど、様々な角度からお客様が葬儀を任せてよかったと心から思っていただけのサービスを追求しています。この取り組みは公益社首都圏で先行スタートさせ半年以上が過ぎましたが、最近では現場での社員の身だしなみや接遇はもちろんのこと、

お客様の前での動きに変化が出始めています。社員の意識自体も目に見えて変わってきており、それは実際に、お客様の声や名指しで届くお礼状、さらには協力会社からの反応にも表れています。

葬儀前後のニーズやウォンツに細やかに対応 総合ライフエンディングサポート事業で差別化をはかる

本年7月からスタートした、故人のパソコン等デジタル遺品に保存されているデータの整理に対応する「デジタル遺品サポートサービス」は、総合ライフエンディングサポート事業の新たなサポートメニューの一つです。データの内容もわからず閲覧することもできずに困っているというご遺族の声を複数受けて生まれたもので、大多数が求める商品ではないかもしれませんが、お客様のニーズやウォンツが多様化するなか、たとえ100人のうちの3、4人の方からのニーズであっても対応することでお客様の層を広げていこうと考え、サービスのラインナップとして導入しています。すでに同サービスを利用された方からは、「こんなことまでしていただけるなんて」と感謝の声をいただいています。

こうした葬儀前後のサポートサービスへの需要は、まだまだたくさんあります。今後もできるだけ多くのお客様の声に耳を傾け、細やかな対応をしていくことで葬儀を含めトータルなサポートを実現し、競合他社との差別化をはかっていきたいと考えています。

営業エリアの拡大と会館施設の競争力強化を狙う

全国で約200の葬祭会館が毎年新設され、特に関西圏において出店競争が激化しています。当社では、3年間の中期経営計画において東西の大都市圏を中心にグループ全体で17会館のオープンを目指しており、今のところ計画どおり順調に進んでいます。

既存の会館については大規模会館の建替え（新築リニューアル）を計画的に進め、「公益社 天神橋会館」が昨年6月に、「公益社 西宮山手会館」が本年8月にオープンしました。さらに来年8月に「公益社 枚方会館」がオープンすれば、大阪本社における大規模会館の建替えが完了し、会館施設の競争力の強化を図ることができます。また、この3会館の建替え計画では資産の有効活用等に取り組んでおり、コスト削減による効果を中心として年間で約1億5千万円の増益効果を見込んでいます。

葬仙におきましては、中核となる「米子葬祭会館」を本年8月に全面改装オープンいたしました。家族葬から、元々の強みである大規模葬儀まで対応する会館として、米子市および周辺エリアでのシェア向上につながります。タライにおきましても、兵庫県明石市にある「タライ会館 大蔵谷」を本年7月に建替えオープンしたほか、前期から実施したプランの全面改定等の施策が奏功し、集客力がアップしております。

中長期的に継続的安定的成長を目指し 新たな収益の柱となる新規事業をスタート

当社グループの事業の柱である葬儀事業の収益については、事業の性質上、極端に利益率を上げれば質が下がることが懸念され、大幅な変化を見込むことはできません。そこで、BPR（全体最適をめざす業務改革）の推進や資産の有効活用等、利益構造の改善に取り組んでまいりました。ライフエンディングサポート事業の伸長において、葬儀前・葬儀後のサポートの範囲を拡大することで、成長を続けてきたという経緯もあります。

しかし、グループの事業ポートフォリオの100%が葬儀とその周辺事業で占められるという現状は、3年後、5年後を念頭においた際、継続的安定的成長においてリスクにもなり得ます。そこで、中期経営計画の重点課題に掲げる「新規事業創出への本格的取り組み」として本年4月1日付で「新規事業開発部」を燦ホールディングスに設置し、低投資・低固定費型であること、既存の経営資源や強みを活用することでシナジー効果が得られることなどを条件に、新規事業の各分野について企画立案を進めてまいりました。そうしたなか、関西圏で葬儀の通夜料理や仕上げ料理を提供する日本料理店「なごみ庵きたはま」の運営を行う当社グループ会社であるエクセル・サポート・サービスにおいて、飲食業の多角化としてラーメン店の直営事業を開始し、10月17日には大阪市

西区に1号店「うまい麺には福来たる 西大橋店」をオープンする運びとなりました。

出店場所等エリアマーケティングに係る人口動態や競合のリサーチについてはマーケティング企画部が、飲食業の接客ノウハウは葬儀のサービスや接遇を扱う教育研修部が担当するなど、プロジェクトチームを社内内で編成し、毎週のようにミーティングを重ね、試行錯誤を繰り返してきました。肝心のラーメンは当社の強みである日本料理を基軸とし、コクがありながらスープを飲み干した後もさっぱりとした印象が残る大人の味に仕上がっています。多くの皆様に足を運んでいただき、自慢の味を確かめていただけたらと存じます。

当社グループの歴史の中で、既存の葬儀および周辺事業の顧客層に頼らない事業は今回が初めてとなります。本年度中に、まず2店舗を大阪市内に出店し、3号店以降については、1号店、2号店の実績を検証したうえで判断してまいります。さらに飲食業以外の新規事業の立ち上げにも今後取り組んでまいります。

2040年まで、お亡くなりになる方は年平均1%増えていくと推計されており、その点から見ても葬儀事業は非常に安定した事業と言えます。しかしその一方で、会葬者の減少傾向は今後も続く予想され、業界内での競争も依然激しいため、現状を維持していただくだけでは企業としての成長は見込めません。これからもお客様の気持ちに寄り添った高品質のサービスを保持しながら、葬儀事業以外にも収益を得られる新規事業に挑戦していく決意を固め、

グループ従業員一丸となって邁進する所存ですので、株主の皆様には中長期的な視点からご支援を賜りたくお願い申し上げます。

新たな外食事業を開始

当社グループは、中期経営計画の重点課題「新規事業創出への本格的取組み」の一環として、新たな外食事業「ラーメン店の直営事業」を2016年10月からスタートいたしました。

通夜料理や仕上げ料理等、グループの料理事業を担う100%子会社のエクセル・サポート・サービスが運営し、これまで日本料理の提供を通じて培ってきた知識や技術を活かして展開してまいります。



うまい麺には福来たる 西大橋店

2016年10月17日に
1号店オープン

大阪市西区新町1-33-15
地下鉄長堀鶴見緑地線「西大橋」駅 北へ徒歩約3分、なにお筋沿い
<http://umaimenpuku.jp/>