

人口減少、大災害、感染症の拡大・・・価値観の変化は「葬送」にも色濃く反映

ウィズコロナの1年、葬儀の今と未来

～「家族葬」のパイオニアとして考える、日本の葬儀のゆくえ～

家族葬のファミリー・花駒・備前屋の専門葬儀社3社を束ねる株式会社きずなホールディングス（本社：東京都港区、代表取締役社長 兼 グループCEO：中道康彰、証券コード：東証マザーズ7086、以下「当社」）は、2021年3月に株式上場1周年を迎えました。

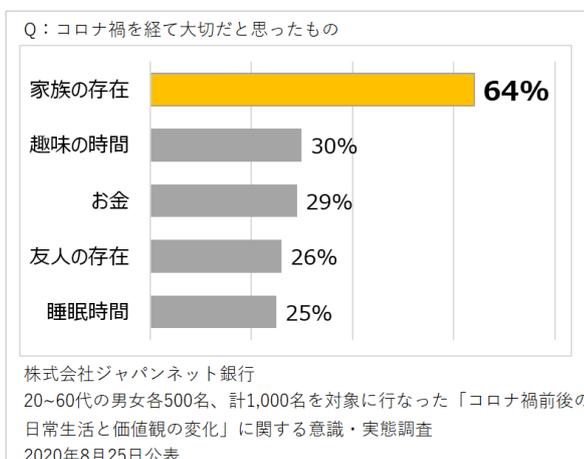
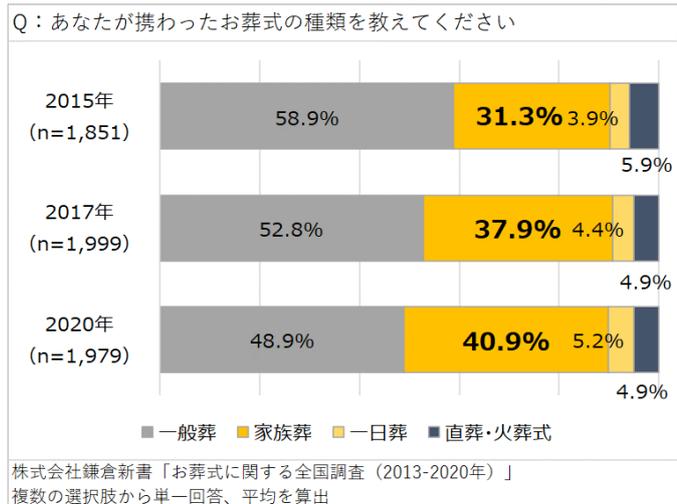
この1年はまさに“ウィズコロナ”の日々でした。それは社会の様々な課題を浮き彫りにし、変革を加速させました。人生最大のストレスとされる「家族との死別」の場も例外ではありません。そこで今回、日本で初めて「家族葬」をブランド化した当社より、その変化の兆しや取り組みをお知らせします。

■ 直面する多死社会。葬儀の価値は「社会的・形式的」から「個人的・実質的」へ

2008年に死亡数が出生数を上回る「人口減少社会」に突入した日本。年間約138万人にのぼる死亡数は、2040年前後まで増加の一途を辿ると推計されています。一方長命化も進展。一定の年齢を超えると交際範囲は小さくなるのが一般的で、最期の旅立ちである葬儀も年々小規模化しています。

その傾向は新型コロナウイルス感染症の拡大で加速。会社や近所の人にも広く声をかける一般葬は、2015年には葬儀全体の6割を占めていましたが、2020年は半数弱に。替わって伸びたのが親族や親しい人のみで行う家族葬。通夜を省いた家族葬である一日葬も含めると、一般葬と拮抗する水準に至っています。

葬儀は地域差も非常に大きいものですが、伝統的しきたりを重んじる傾向が強かった地方においても、「密を避ける」生活様式の導入を機に、葬儀の在り方が急速に見直されています。



但し葬儀の小規模化＝単純な簡素化ではありません。巨大津波と原発事故という未曾有の複合災害が起きた2011年には、「絆」という言葉が日本中にあふれました。以降、家族の絆、地域や人との絆を紡ぐ多種多様な活動も拡大。ところがこのコロナ禍で、これまで当たり前だった営みもままならず、私たちは自らの価値観を否応なく見つめ直すことになりました。「Stay Home」の名のもとに家族単位で過ごす時間が増え、その存在がますます大きくなるのは、当然の帰結でしょう。

しかしそのかけがえのない家族とも、いつか必ず別れの時が訪れます。大切な人の死にいかに向き合い、最期の時間をどう過ごすのか。その貴重なひとときは、これから先を生きていく人に静かなる勇気を与える可能性を大いに秘めている。そう考える当社が目指す家族葬は「家族のためのお葬式」です。亡くなった方と最も近い人たちが、儀礼儀式に囚われすぎることなく、その方・その家族らしい自由なお見送りをすることに意義があると考えています。思い出を

持ち寄り、感謝の気持ちを分かち合い、ともに生きた証を胸に刻む。ご家族が望む形でゆっくりとお別れの時間を過ごすため、当社は1日1組限定・貸切のスタイルにもこだわっています。

■ 「その人らしさ」を尊重し、オーダーメイドでご家族と創る「オリジナルプラン」

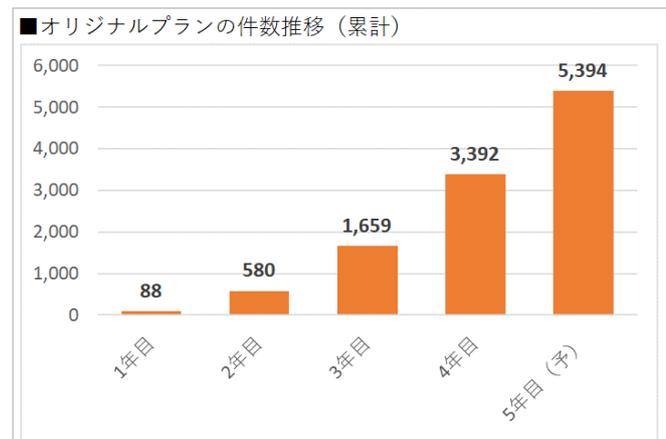
当社が、「家族のためのお葬式」の究極の姿を具現化すべく開発したのが、オーダーメイド家族葬の「オリジナルプラン」です。一生におけるサービスの購買で最も時間単価の高い「葬式」は、昭和から平成、令和へと時代が進む中で大きく多様化しました。ところが背景にあるマクロ環境変化を同じくするはずの「葬式」は、ご逝去から式を行うまでの時間的制約やその行為の性質から、画一的であることがある種の安心材料にもなり、緩やかな変化にとどまっていたのです。

しかしこのように一様な儀礼儀式が、残された人の新たな日々のスタートを本当に後押しできるのだろうか？ 家族葬のパイオニアである私たちにはもっとやるべきことがあるのではないかとそんな思いで、2016年に故人の好みや趣味などを反映させる「オリジナルプラン」に挑み始めました。

ところが葬儀は形のないサービス、誰もやったことも見たこともない取り組みに現場は大混乱。第一号の実施までには半年を要しました。その後も受注と収益の両面で苦戦が続きましたが、遺族や参列者からの評判、従業員の習熟度の向上を積み重ね、今では全葬儀の2割以上の件数を占めるに至り、今月には通算5,000件を突破します。



登山とホッケーが趣味の故人が愛したものを全面に飾った葬儀。普段は寡黙な喪主の発した「ママの口癖まで聞こえてきそう」の一言を機に、家族の昔話に花が咲いた



このオリジナルプランの伸長は、現在の葬送に対する価値観の変化を反映したものだと考えています。葬儀の価格は参列者の数によって決まるのが常識で、多くの参列者を招くために遺族は大きな費用を投じていました。当社のこのオリジナルプランも決して安価ではないですが、家族以外の参列者がゼロという場合も多くあります。「たくさんの方に見せるため」ではなく「家族とごく親しい人が、故人との最期を共にするため」の豊かな時間と空間なのです。

東日本大震災以降、ブライダルの世界には「アットホーム婚」「きずな婚」のトレンドが見られました。フューネラルの世界にも同じ価値観を満たす選択肢が求められていたのでしょう。また、「お葬式を家族のものに」にこだわって確立してきた当社の1日1組・完全貸切のコンパクトな葬祭ホールは、人との距離を保つなど、感染症対策にも配慮したいご家族の皆さんの安心にも繋がっています。

■ 出店の加速、積極的な M&A。事業拡大の先にあるのは「選択肢のある豊かな社会」

時代とともに葬儀の形が見直される一方で、まだまだ全国には「家族葬ができない」という地域も散見されます。見送り方・見送られ方にも選択肢があって当然、その受け皿を用意すべきだと考える当社は出店を強化。5年前まで約3店/年だった出店スピードを、10~15店へと3倍以上に高めています。

しかし「葬儀」という時偶のサービスを通じて地域で必要とされる存在になるには、多くの時間がかかります。そこで葬儀や地域への考え方が同じくできることを必要条件に、既に当該地域で信頼を獲得している企業をグループ内に招き、元の経営者に共通の志で経営の舵取りを任せる形式での M&A も本格化しています。言うなれば「会社まるごとのヘッドハンティング」です。

規模の拡大は、従業員の労働環境の改善や災害などへのリスク耐性向上をもたらします。地域の生活者にも働くスタッフにもより安心・安全を提供するために、今後も積極的な M&A を行っています。

当社の中期ビジョンは「地域いちばん店を日本でいちばん数多く」であり、ゴールとして2030年に直営300店舗の達成を掲げています。見送る側も送られる側も心残りのない葬儀を日本中の「当たり前の1つ」にし、選択肢のある豊かな社会づくりに貢献していきます。

■ 2021年夏には直営100店舗体制に

当社の中核子会社である家族葬のファミリーユが2000年11月に第1号の家族葬ホールを出店して20年、これまで10万件以上のご葬儀実績を積み重ねてきました。全国96カ所の直営店は今夏には100店舗に到達します。事業の成長力が認められ、昨年3月に東証マザーズに上場しました。7,000社以上あるとされる葬儀社で5社目の上場企業です。

将来的には、47都道府県への出店と葬儀サービスの提供を目指しています。

■ 会社概要

株式会社 きずなホールディングス



- 【設立】 2017年6月
- 【代表】 代表取締役社長 兼 グループCEO 中道康彰
- 【住所】 東京都港区芝4-5-10 EDGE 芝四丁目ビル7階
- 【連絡先】 TEL 03-5427-6432
- 【従業員】 505名（グループ連結、2020年5月31日現在、臨時雇用者含む）
- 【資本金】 153百万円
- 【証券コード】 東京証券取引所マザーズ市場7086
- 【売上高】 7,676百万円（グループ連結、2020年5月期IFRS基準）
- 【事業内容】 グループ全体の経営戦略に関する立案、推進ならびに管理、葬儀葬祭に関する一切の業務
- 【URL】 <https://www.kizuna-hd.co.jp/>
※参考：日経ビジネス「トップに訊く」(https://special.nikkeibp.co.jp/atclh/ONB/21/kizuna_hd0312/)

株式会社 家族葬のファミリーユ



- 【設立】 2000年7月 【代表】 代表取締役 中道康彰
- 【住所】 東京都港区芝4-5-10 EDGE 芝四丁目ビル7階
- 【URL】 <https://www.famille-kazokusou.com/>

株式会社 花駒



- 【設立】 1999年6月 【代表】 代表取締役 上野雄一郎
- 【住所】 京都府相楽郡精華町植田寺東5-2
- 【URL】 <http://www.hanakoma.com>

有限会社 備前屋



- 【設立】 1970年 【代表】 代表取締役 岡本洋子
- 【住所】 岡山県瀬戸内市邑久町豊原90-1
- 【URL】 <https://www.sougi-bizenya.jp>

<報道関係者お問い合わせ先>

きずなホールディングス 広報事務局

TEL：03-5411-0066 FAX：03-3401-7788 E-mail：pr@netamoto.co.jp

担当：小室（携帯：090-5537-8309）、杉村（携帯：070-1389-0175）