

大阪葬祭事業協同組合が ビジョンを策定

大阪葬祭事業協同組合（和合健一理事長）では、平成27年度大阪府組合等事業向上支援事業「ビジョン・中期計画作成支援」を活用して、本ビジョン策定に至りました。

●将来ビジョンとその実現方法について検討

①将来ビジョン：

2021年に向けて、組合はどうあるべきか？

②将来ビジョンの実現方法：

将来ビジョンを実現するために、取り組んでいくべきことは何か？

上記テーマについて検討会を実施する中で出た意見及びアンケートの結果より、会員企業の現状、課題及び、組合に対する要望などが浮き彫りとなった。

この中からビジョン策定のために重要な項目をピックアップして、さらに検討を行った。

- ネット等で業績を伸ばしている企業には、自社では葬儀を行わず全て外部へ委託するところがあり、そこから請け負う仕事はやはり採算が取れない状況である。
- 葬儀費用は高いという世間のイメージがあり、適正な価格を知ってもらう必要がある。
- 葬儀を考えている一般消費者は、葬儀に関する知識が少ない中で、信頼すべき情報を求めている。組合としてそれらに応え、情報提供をする際、組合員企業のレベルが一定の水準以上であれば、信頼できる事業者として紹介することができる。

●将来ビジョンを考える上で重要なこと①

「葬儀に対する意識の変化への対応」

- 世間の葬儀に関する知識が低下し、特に若年層には葬儀の知識が伝えられていない。
- 核家族化、多死社会へと世の中が変化している。
- なくなった人を送り出す気持ちが世の中全体で薄れてきており、改めて「送り出してあげたい気持ち」を考えてもらう必要がある。さらに、それを葬儀という形にしていく必要がある。
- 葬儀を出す際に考えるべきことは何か？葬儀事業者の選び方・評価基準？適正な価格？を知りたい人は多いはずである。

●将来ビジョンを考える上で重要なこと②

「葬儀に対する正しい情報が求められている」

- 市町村の規格葬は自治体により価格が異なるが、一部の自治体が決めている価格ではまず採算が合わないものになっている。自治体に実状を知ってもらい、適正価格にしていく取り組みが必要である。

●将来ビジョンを考える上で重要なこと③

「コミュニケーションと情報発信の重要性」

- アンケートの結果、組合員企業は、組合に「業界情報の提供」、「組合員商品・サービスのブランド力強化のPR活動」、「社員研修」、「情報交換の場の設定」を望んでいることがわかった。
- これまで当組合の活動は活発であったはずだが、次世代の人材の減少、定例会終了後の非公式な会合など本音を言える場が減少している。組合員間のコミュニケーションの場がもっと必要ではないか。
- イベント、セミナーなど集客をすることで、外部への情報発信を行い、組合としての知名度の向上をしていく。入棺体験へ興味を示す人も増えており、そのような多様なニーズにも応えるイベントを開催していく。

これら検討した重要3項目を念頭にビジョンを以下の通り策定した。

将来ビジョン

送る気持ちを大切にす文化を守り、消費者に対する組合企業の支援役となる

- 組合員のサポートを行う。
- 組合員企業の価値を世に伝える役割を果たす。
- 消費者に対する組合企業の支援役となる。

将来ビジョンの実現方法

- ①「送る気持ち」の大切さを伝えていく
- ②組合員企業のレベルアップを助け、事業のサポートを行う
- ③世の中のニーズに応え、消費者に対する組合企業の支援役となる

①「送る気持ち」の大切さを伝えていく

- 世の中で薄れてきている「送り出してあげたい気持ち」を覚えてもらうためのイベント、セミナーを行い、人の死に対する送る側の気持ちの大切さを伝え、葬儀の在り方を覚えてもらうことを啓蒙する。
- イベント、セミナーの開催を通して、さらに葬儀を行うことの価値を伝えていく。また、各種イベントの開催により、組合としての知名度をあげるとともに、組合から情報を発信していく。
- 組合からの情報発信力を上げていくことにより、組合の注目度を高め、将来の組合で共同受注を行う際の下地を作っていく。

②組合員企業のレベルアップを助け、事業のサポートを行う

- 葬儀会社の評価基準を組合として決め、それを消費者に知ってもらう。それを実現するためには、まず安心度調査の高評価獲得と、葬祭ディレクターの資格取得による組合員企業のレベルアップが必要となる。組合はその教育・研修等のサポートを行う。
- 自治体の規格葬で価格が低すぎる場合は、組合として自治体への適正な葬儀価格の申し入れを行っていく。
- 組合員企業間の交流を深めるため、情報交換の場と、密なコミュニケーションを提供する。

③世の中のニーズに応え、消費者に対する組合企業の支援役となる

- 世の中では葬儀に対する知識が低下しており、葬儀を出す際に考えておくこと、葬儀事業者の選び方や評価基準がわからない。その疑問に応える信頼できる情報を提供し、信頼できる事業者を紹介していく。
- 組合員企業だけでは提供するのが難しい葬儀に関する情報を提供するとともに、共同受注の仕組みにより組合員企業の受注拡大につなげられるように取り組む。

実施計画スケジュール

取組	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年
「送る気持ち」の大切さを伝えていく	イベント、セミナーの開催					
	外部への情報発信					
組合員企業のレベルアップを助け、事業のサポートを行う	組合員企業の研修サポート					
	葬儀社の評価基準目標達成					
	適正価格申し入れ					
	会員交流支援					
世の中のニーズに応え、消費者に対する組合員企業の支援役となる	葬儀に関する情報発信					
	共同受注検討・準備			共同受注運用		