



© "The Master of Funerals" Film Partners
茨木市で先行ロードショーされた『葬式の名人』のポスター



茨木市では『葬式の名人』茨木ロケ地巡りマップを発行するなど、市を挙げて全面バックアップ。ハナブ商店も葬儀シーンに関わる葬具等のすべてを提供（すべて自社負担）した



市営葬の施行例



老舗葬儀社復活に邁進する同社スタッフとともに（写真後列中央が岩本元彦社長）

りますが、司会も市の職員が担当します。そこで会館をもたない当社は、市営葬に特化することを前面に打ち出すことで、顧客獲得につなげることができるはずと思っていたのです」

その間、会社のホームページを開設し、16年6月には月10件、10月には月15件と施行件数も徐々に回復していった。ただ、回復する施行件数に対して新たな問題が発生する。それは、業界全体の喫緊の課題でもある人材不足という問題だ。

急激な施行件数の増加は、ともすれば、スタッフの疲弊感がま

ことに直結する。同社でも、こうした問題に直面した結果、スタッフの離職などもあり、一時は岩本社長と夫人の2人で施行に対応する日もあったという。

“葬儀の価値”を売れる人材育成 茨木オールロケの映画にも協力

こうしたなか、岩本社長の精神的支柱となったのが全日本葬祭業協同組合連合会（以下、全葬連）で育んだネットワークだ。

「なかでも、青年部会で多くの同輩から、さまざまなアドバイスや叱咤激励を受けながら、成長させてもらいました」と語るように、

全葬連の活動をとおして得たさまざまな情報を共有できたことが、同社の復活に大きな影響を与えたといえる。

そうした縁から、岩本社長は16年4月には全葬連青年部会副部長に、18年4月には全葬連青年部会会長に、同年6月には全葬連理事に就任している。

こうした役職を重ねるなかで、岩本社長は、あらためて人づくりに着目しなければならないことを痛感したという。

そこで、新生ハナブ商店をつくりあげる現有スタッフ5人（岩本社長を除く）に対する考課制度の見直しなども行なった。また、ス

タッフには、平日頃から単なる葬儀プラン（商品）を売るのはなく、“葬儀の価値”を売れる人材になってほしいと願っているそうだ。

その真意は、「価値を売れば商品は売れる。商品を売っても価値は伝わらない」にあるといい、葬儀は誰のためにするのか、なぜその葬具が必要なのか、といった商品がもつ（意味する）価値を説明さえすれば、自ずとその商品が売れるようになるということである。

実際に、「価値を売るトークにすると商品も売れる」ようで、直近の1年間を振り返ると、1件当たりの施行単価もアップしており、これがスタッフの自信にもつながっている。

「売上げが上げれば、そのぶん、社員にも還元する。当たり前のことを続けることで、復活したハナ

ブ商店をこの地に残せるようにしたい」と岩本社長。

他方、地域貢献という視点で同社が取り組んだのが、今年9月から公開となった映画『葬式の名人』（製作：映画「葬式の名人」制作プロジェクト、監督：樋口尚文）の撮影協力である。

茨木市市制70周年の記念事業として制作されたこの映画の原案は、茨木市で3～18歳まで育ったノーベル文学賞作家である川端康成氏の作品群。主演は前田敦子、高良健吾のWキャストとなっている。

オール茨木ロケとなった同作品は、その制作にあたり、クラウドファンディングを18年5月22日～10月31日に実施。目標寄付金1,000万円のところ、2,400万円を集めたようだが、「オール茨木ロケである

こともそうですが、タイトルが『葬式の名人』ということであれば、地元の老舗葬儀社として協力しないわけにはいきません」と、葬儀シーンに関わる葬具等すべての提供（すべて自社負担）を申し出たという。

なお、茨木市内で上映される際にはシネアド（本編前に流れる広告）を流すなど、復活を遂げるきっかけとなった広告宣伝もしっかりと行なっている。

岩本社長は、「今後は、事前相談やアフターサービスにも積極的に注力することで、茨木市の市営葬儀を支える葬儀社としての活動はもちろん、後進の育成とさらなる企業成長を目指したい」と、まだ先にある目標に向かってこれからも邁進していく。

ALTE MEISTER

会津の豊かな
風土が育む、
贅をつくした逸品です。

アルテマイスターのお位牌は
およそ四百年の伝統を誇る会津塗を受け継ぎつつ
現代の技法を取り入れ仕上げています。
私たちは、これからも現代に合う
祈りのかたちをご提案いたします。



■お問い合わせは
株式会社 保志
会津本社/TEL 0242(27)0267 FAX 0242(26)1235
西日本支社/TEL 078(904)1771 FAX 078(904)1777