



業界創生人 KEY PERSON

大阪府茨木市で124年の歴史を誇るハナブ商店。その老舗葬儀社を2016年に引き継いだのが、社員であった岩本元彦氏（40歳）である。会社継承にあたって掲げた目標は、いうまでもなく“老舗復興”。これまで低迷を続けてきたハナブ商店を法人化し、チラシやネットを使った宣伝で老舗健在をアピールする。そのゼロからのスタートを支えるのが、持ち前のバイタリティであるとともに、北摂葬祭業協同組合青年部（大阪府）の部長や全葬連青年部会の副部長といった組合執行部で学んだ経営情報や仲間たちからの有形無形のアドバイスだ。今回は全力疾走中の岩本氏に話を伺った。

岩本元彦氏

（株）ハナブ商店代表取締役

高校時代のアルバイトで 葬儀花と運命的に出会う

——高校は京都芸術高等学校のご出身ですね。

私が通っていた頃は京都高等工芸学校という校名で、その商業科を出ています。いまは校名も変わって美術だけの単科高校になりました。しかし、当時の私は美術にはあまり関心はありませんでした。生まれたのが京都の伏見区で、学校は隣の宇治市にあり、近くにあったから通ったというだけなのです。

高校時代はサッカーに熱中したり、友人と「ウーピーズ」というパンクロックバンドでボーカルとギターを担当してライブをするなど品行のよくない不良学生で（笑）。

——高校卒業後、生花店に就職していますが、その動機を教えてください。

もともと私の一族には葬儀社に勤めている者が多かったのですが、父もその頃、葬儀社の営業部門に勤めていました。

若い頃、私はあまりに素行が悪かったので、たま

老舗が消えるのはもったいないし、
少なくとも、この葬儀社を使えば
いま以上の実績は上げられると思っていました。

りかねた父に、勤めていた葬儀社に入社していた生花店（葬儀花）で「アルバイトでもしてみろ！」と言われて……。結局、高校1年から3年間、その生花店でずっとアルバイトをしました。仕事は、ご遺族の自宅やお寺、集会所などへ柶や祭壇の道具などを運ぶ重労働でしたが、そこで花を挿す面白さに目覚めてしまった。いまから考えれば、それが一生の仕事になったのですから、まさに運命的な出会いといってもいいでしょうね。同時に葬儀の仕事も覚えるとともに、高校卒業後も、その生花店に社員として就職することにしたのです。

——花を挿す面白さは、どんなところにあるのでしょうか。

私は元来が不器用な性質で、花に特別な興味があったわけではありません。でも、花を挿しながら1つの形を創り上げていくことに大きな喜びと楽し

■株ハナブ商店の概要

所在地／大阪府茨木市寺田町10-26
創業／1893（明治26）年
設立／2016年1月
代表者／岩本元彦
<http://www.hanabu-ibaraki.jp/>

さを感じました。1本1本の花をコツコツ挿していくことによって、最後には1つの形がきれいにでき上がっていくという魅力に取り憑かれたのでしょうか。私のなかでは、いまでもその魅力は変わりません。どんなに忙しいときでも生花祭壇をつくるのはまったく苦になりませんし、花を挿すと心が落ち着き、ほかのことは忘れて没頭してしまいます。

——ハナブ商店への入社はどうな経緯で。

その生花店で社員として働きはじめて4年が経った頃、父がハナブ商店に転職することになったので、「お前も来い！」と私もハナブ商店の生花部へ転職することになりました。

ハナブ商店は1893（明治26）年の創業で、2017年で124年を迎える老舗葬儀社です。もともとは「花武商店」と漢字で名乗っていたのですが、よく「はなたけ」と誤読されるので、現在のカタカナ表記に変えたそうです。茨木市の南と北で花廣さんとうちが6対4でシェアを分け合った市内2大葬儀社のうちの1つとして、全盛期には月に30～40件の葬儀を施行していたと聞いています。また、阪急電鉄の茨木市駅前に花の小売店ももっていて、98年まで営業を続けていました。しかし、その老舗葬儀社に私が入社した99年には、施行件数が月に7件ほどに落ち込み、葬儀の依頼があるのは古くからのお客様だけという状況でした。その間、エリア内のお客様は他社に取られていくという低迷期が続いていたのです。



高校時代に花を挿す魅力と出合った岩本元彦社長。2004年頃の戦没者慰霊祭で



パンクロックバンドで熱唱する高校時代の岩本社長



業界創生人 KEY PERSON



岩本元彦（いわもと もとひこ）

株式会社ハナブ商店代表取締役

1976（昭和51）年、京都市生まれ。95年、京都高等工芸学校（現・京都芸術高等学校）卒業後、高校時代からアルバイトをしていた高槻市の生花店に入社する。99年、ハナブ商店（生花部）に転職、2016年1月、ハナブ商店の譲渡を受け、法人化を経て社長就任、現在に至る。家族は浩子夫人と1男（小学2年生）。最近、運動不足の解消のため、スポーツクラブに通いはじめる。モットーは「挑戦しなければ何も得られない」。血液型はA型、高いところが苦手。2009年4月～16年3月まで、北摂葬祭業協同組合青年部部長（現理事）。16年4月、全日本葬祭業協同組合連合会青年部会の副会長に就任。



「老舗が消えるのはもったいない」 会社設立からはじまった老舗復興の試み

——入社後、会社はどのような状況でしたか。

入社してから10年くらい経ったときには、社長のほかに社員は父と私の2人しかいなくなり、業務はこの2人でこなしていました。私は、このままではジリ貧になるので、ホームページの開設などもっと積極的にハナブ商店をアピールする提案をしたのですが、聞き入れてもらえませんでした。私も2008年に結婚して子どももいましたから、将来的な不安は膨らんでいきます。だから、この5、6年間はじっと我慢をする状態が続き、3年前にはこのままでは立ちいかなくなると社長に訴えたこともありました。しかし、なんの手を打つこともできず、時間だけが過ぎていくという状態が続いていたのです。

——ハナブ商店を継承することになった経緯は。

その後、さらに件数が低下していくと、もう70歳になっていた社長は15年9月、ついに廃業する決心をしたのです。しかし、私はこの老舗が消えるのはもったいないし、この葬儀社（老舗）を活用・事業化すれば少なくともいま以上の実績は上げられると思っていました。そこで、社長に「会社を私に譲ってほしい」と譲渡の申し出をしたところ、会社譲渡を了解してもらい、葬具も譲ってもらうことができました。

新会社は15年12月から活動をはじめましたが、どうせ継承するなら古い葬儀屋から脱皮し、きちんとした体制（法人化）をつくりたいと16年1月1日に法人登記。ですから、15年12月31日までは個人商店、それ以降は株式会社となったわけです。そして、120年以上も続くこの老舗葬儀社の五代目社長として、一社員であった私がその重責を担うこと

になったのです。

——新会社を設立して、まず着手したことは。

新会社が正式にスタートした16年1月に、その年やりたいことを書き出してみたら、「①宣伝、②宣伝、③宣伝」という結果になりました。とにかく、いままでもやりたくてもできなかった宣伝活動を行ない、ハナブ商店が健在であることを市民の皆様に伝えたかったのです。

茨木市は、市営葬儀が全葬儀の4割を占める全国でも特異なエリアです。市内では月に170～180件の葬儀が施行されるなか、市営葬儀は70件ほど。市立斎場（火葬場）には併設式場が4つあり、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、市営葬に特化する方針をとり、その点をアピールするべく前面に打ち出したのです。16年2月には念願だったホームページを立ち上げ、12月には新聞折込みチラシ6万枚を配布しました。

——その宣伝効果はいかがでしたか。

宣伝はいままでほとんどゼロの状態でしたから、やればやるだけ効果が出ました。ホームページを開設してから4か月後の16年6月に月10件に、10月には月15件の件数にまで回復していますが、施行件数が増加したぶん現在のスタッフだけでは手が回らず、スタッフ確保などまだまだしなければならないことはたくさんあります。

——社員から社長になっての心境の変化は。

これからの展開に対する期待感と、実績をアップさせなくてはならないというプレッシャーが入り混じった緊張感は、いままで経験したことがないものです。社長は孤独ですね。電話がかかってこないと不安になって、電話が壊れているのではないかと、自分で会社に電話をかけてみたこともあります。

また、健康にも気をつけるようになりました。こ

こで私が倒れたら会社も終わってしまったり、社員の生活にも大きな打撃を与えてしまいます。そこで最近、スポーツジムに通うようになり、4、5年前まで100kgあった体重を76kgまで落としました。とにかく全力疾走の1年間でしたが、社長になってみて、あらためて全葬連の青年部会のメンバーのパワーやバイタリティーの凄さを実感し、私にとっていい刺激になっています。

3年間で安定基調に乗せて次なる展開へ 将来は花屋を開店して老舗の完全復活を

——新会社の目標はどこに設定しているのですか。

現在、宣伝の効果もあって施行件数は順調に伸びていますが、3年後までには月20件の水準までもっていききたい。そうすれば安定した経営ができ、銀行からもある程度の評価が得られるでしょう。現在、私は40歳ですから3年後は43歳で、ちょうど厄年も終わります。それまでに銀行から融資が受けられるように体制を整備して、次に自社会館の建設を目指します。

いまは市営葬で金額にも無理がなく、お客様も安心して申込みをしていただいています。ただ、祭壇飾りなどの金額には制限があるので、お客様はこの価格だからと我慢している側面もあると思います。だから、自社会館では市営葬ではできなかった個性的な葬儀を行なうことが目的です。具体的には、料金は市営葬に当社ぶんを加えた30万～50万円くらいとし、10～20人を収容できる式場を2つか3つ備えた家族葬会館を思い描いています。そんな会館をつくることによって、市民の新たなニーズに応え、さらにハナブ商店の認知度アップに貢献してくれるのではないかと。そのときは、また別会社をイチからつくり上げていくことになるでしょう。ただ、茨木を

離れるつもりはありません。この地に生まれた葬儀社として、市民の皆様からの認知度を上げ、全盛期に近づけるようなシェア拡大を図るのが、後を受け継いだ私の使命だと考えているからです。

——老舗の歴史を守るには後継者が必要ですね。

息子はまだ小学2年生で、将来どうなるのかまだわかりません。ただ、ハナブ商店を継がせるのであれば、花屋3年、葬儀社3年の修業に出し、その修業をとおして人の気持ちがわかる人間になってもらいたい。そういう人間でなければ人はついてきません。だから、この会社いきなり息子を入れることはありません。やはり苦勞しないと人間は成長しないからです。

——最後に将来の夢を聞かせてください。

この老舗を守っていく後継者ができて、経営をバトンタッチすることができたなら、老後は私たち夫婦2人で駅前に花屋を開こうと話しています。妻（浩子氏）も現在、スタッフの一員としてこの会社で働いており、思いは同じです。その花屋とは、以前、ハナブ商店が出店していた花の小売店の再現でもあります。茨木市駅前で長年にわたって市民に愛され、花の小売りでは茨木でいちばんの売上げがあったそうです。この夢が叶えば、ハナブ商店を昔の姿へ完全に復活することができます。

私自身にとっても、生花店でのアルバイトによって花と出会い、この葬祭業界に入ったのですが、また振り出しに戻って生花店で働くことになるわけです。これもまた、花によって導かれた面白い一生ではないかと自己満足しています。

——本日は、ありがとうございました。