

デジタルとリアルを組み合わせた 新たな会葬サービスを提供

(株)リンクモア [青森県青森市]

青森県の政治・経済の中核を担う青森市を拠点とする(株)リンクモアは、2016年9月に青森冠婚葬祭互助会から社名変更。「これからの葬儀は、“祭壇軸”から“人間軸”で運営されるべきものでなければならない」と、常に新しい葬送のあり方を模索している。

同社代表取締役社長である船橋素幸氏に、コロナ禍のなかでの葬送について話を伺った。

進行する葬儀規模の縮小化のなか 4月、コロナ禍の影響が顕著に

青森市の人口は20年4月1日現在、27万8,964人（住民基本台帳）。年間死亡数は3,723人（住民基本台帳／2019年度）で、同社シェアはここ数年15%前後で推移している。

青森市では、喪主世代らが首都圏の大都市部などに移り住むことが多くなったこともあり、年々、葬儀規模は縮小化。平均会葬者数は30～40人前後で推移しているのが実情のようだ。同社では、そうした消費者ニーズに応えるべく、家族葬ブランド「平安閣CASITA」3会館を相次いで開設したほか、新たな葬送スタイル「セレブレーション・オブ・ライフ」（本誌10月号参照）を提唱するなど、斬新なアイデアを提唱しつづけることで地域住民から親しまれてい

る。

こうしたなか、今回のコロナ禍は同社にどのような影響を及ぼしたのだろうか。参考までに、青森県における新型コロナウイルス感染者数は、11月10日現在、274人。そのうち死亡者数はわずか5人。青森市においても発症例は28と、全国の累計感染者数（10万7,086人、11月8日現在）からみればわずか0.26%にしかすぎない。しかし、「県を跨いだ移動の自粛要請」により、会葬が叶わない喪主・親族・知人が見受けられるようになった。

船橋社長は、「国内が新型コロナウイルス感染症にざわつきはじめたのは2月下旬頃からだったが、青森では3月までは日常生活を送る人がほとんどでした。しかし、緊急事態宣言以降、がらりと雰囲気が変わりました」と振り返る。

3月からコロナ禍における サービス提供を模索

青森市でコロナ禍の影響が顕著になったのは4月以降。それまで30人前後の会葬者数が、10人程度にまで激減。その影響は翌5月も同様で、緊急事態宣言が解除されてからは、ようやく通常時に戻りつつある。そうしたなか、「当社では、2月下旬からコロナ禍は全国に波及する可能性が高いと判断し、3月から本格的に葬祭現場における感染予防対策の基本方針づくりに着手しました」と船橋社長が語るように、その対応は迅速だった。

加えて、同社ではその頃から江戸時代に海から現われ、疫病と豊作を予言して去っていった妖怪“アマビエ”に着目し、感染防止キャンペーンのシンボルにアマビエを起用することを決定していたのだ。

また、単なる感染予防対策だけでなく、喪主、親族、知人といった会葬者に対して、いかなるサービス提供が可能なのかについても3月中に



リンクモアで行なわれたオンライン葬儀



感染予防キャンペーンのシンボルキャラクター的存在となった同社オリジナルの「アマビエ」



乗車中のまま会葬できる「ドライブスルー焼香」。実際の利用はなかったそうだが、人形供養祭時に応用させる予定だという

アイデア出しを行ない、そのなかから生まれたのが、「防護服による搬送訓練」「オンライン葬儀」「オンライン事前相談」「ドライブスルー焼香」「ドライブスルー人形供養祭」「オンラインミーティング」といったものである。

こうした背景には、疫病の流行に対して、どのような対応策をいち早く消費者に知らせるかが、その企業価値の評価につながることを理解していたことにある。また、船橋社長は医療業界関係者が集うコミュニティとのつながりがあり、新型コロナウイルス感染症の怖さと、コロナ禍がもたらす葬祭業界への影響に対して人一倍敏感になっていたことも挙げられる。

各種ITインフラとリアルを融合させたサービス体制を構築

では、消費者サービスの視点から展開した対応策をみてみよう。

オンライン葬儀に関してはYouTubeの限定配信をベースに展開。これまでに6件程度のオンライン配信を実施したそうだが、その理由の多くは、首都圏在住の喪主が会葬できないというものだった。通常時であれば、喪主不在の葬儀施行は考えられないが、コロナ禍にあった当時の状況を振り返ると、①政府からの要請として「県を跨いだ移動の自粛」という方針があり、②帰省中の家の玄関先に「誹謗中傷のビラ」がまかれる事件が発生するなど、近所などの周囲の目を気にして都市部から帰省するわけにはい



Zoomは社内ミーティングにも活用されている



かないという、喪主本人の会葬にブレーキをかけてしまう雰囲気があったことが、大きく影響したためと思われる。同社では、こうした喪主の気持ちを汲み取り、県内に残った親族に会館に立ち会ってもらうなかで、喪主はリモート画面越しに故人との面会を果たすという、まさに緊急事態のなかでの会葬サポートを実施した。

一方、こうしたオンライン葬儀の打合せなどで活用されたのがZoomである。Zoomの特性として、(画面越しではあるものの) face to faceの会話が可能なほか、その状況を双方が録画できるため、「どのような内容を話したのか、双方が振り返ることができますし、何よりも“言った、言わない”といった些細な誤解を低減化することができます。また、必要であればお見積書も送れるので、双方にとってそのメリットは大きいのです」と船橋社長。

こうしたことから、Zoomは社内ミーティングにも活用され、本部集合に関わる無駄な移動時間や移動の際の諸経費の削減にもつなげている。なお、船橋社長は昨年にアメリカのZoom本社を見学したこともあり、その可能性については、見学時から着目していたことが、コロナ禍のなかで活かされたとしている。

事前相談についてはLINEをベースに実施。「LINEの場合、葬家が思いついたときに質問を担当者に投げかけることができますし、さらに文書として残るため、読み返しも可能ということが双方にとって便利です。さらに、電話をかけて説明を受けるよりハードルが低い」といったように、消費者にとっても使い勝手のいいツールとして好評のようで、LINEスタンプも作成している。

以上のように、同社ではYouTube、Zoom、LINEといった既存ITインフラを使い分けることでコロナ禍の葬儀に対応する体制を3月時点でほぼ構築し終えていた。だが、そうはいって

代表取締役社長
船橋素幸氏



■(株)リンクモアの概要

[所在地] 青森県青森市中央1-27-10

[設立] 1967(昭和42)年

※青森冠婚葬祭互助会として
設立

[代表者] 船橋素幸

[施行件数] 約500件(年間)



作成されたLINEスタンプ

もリアルの場合での感染予防対策も重要だ。スタッフの健康管理、および館内の定期的な消毒や換気、ソーシャルディスタンスの保持などは当然だが、弔問したい気持ちはあるものの、館内に入ることに抵抗を感じるという会葬者もあるはずだ。

そうした不安を抱える会葬者向けに提案したサービスが「ドライブスルー焼香」だった。これは、同社が展開する「平安閣CASITA光」の構造が、車寄せの正面に祭壇があることに着目した船橋社長が、「ここであれば、車をそのまま車寄せにつければ、車から降りずして焼香ができるのではないか」と思いついたことから提案されたもの。実際には、利用するケースはなかったそうだが、こうしたアイデアを即座に思いつき、サービスメニューに加える実行力があることも企業評価につながるといえるだろう。なお、この発想は人形供養祭にも応用し、車から降りずして人形を預けることができるようにした。これはアイデアレベルだけにとどめず、そこから緊急時のオペレーションノウハウを構築しようとする姿勢からくるものだ。

アナログとデジタルの融合が実現する すべての消費者がもつ会葬への思い

こうしたアイデアを数多く、しかも3月時点から検討しはじめたという船橋社長は、このコロナ禍のなかでの葬送をどう感じたのだろう

か。

「私どもが提供したサービスは、コロナ禍における葬送サービスのあり方だと思われるがちですが、実際には、今後の葬祭サービスのあり方を示す1つの方向性になるのではないかと思います。それは、超高齢社会を迎え、かつ少子化という問題を抱えるなかで、今後は交通弱者やおひとりさまがふえてくることは明白です。したがって、弱者に対するホスピタリティある“優しい葬儀”を提供することが、葬祭サービスのキモになってくるのです」

コロナ禍に代表される緊急事態下に提供される一過性のサービスとして捉えるのではなく、会葬したいという思いをもつすべての消費者に対するサービスアイテムとして捉えるべきだと、船橋社長は言いたいのではないだろうか。

「私は、以前から2020年以降、葬送のあり方が大きく変化するのではないかと予測していました。その真意は“超高齢・少子化社会の葬送サービスのあり方”だったのですが、世界中を巻き込むコロナ禍が起きてしまい、当社の取り組みがコロナ禍のなかでの葬送と捉えられるようになってしまいました。それでも、このコロナ禍が落ち着けば、以前の状態に戻るとは私は思いません。むしろ、増加するであろう弱者に対する優しい葬送のあり方、つまり、それを可能にするアナログとデジタルが融合したサービスの提供が求められる時代になると考えています」と船橋社長。

リアルな終活セミナーなども実施されるなど、以前のような開催スタイルに戻りつつあるものの、いつ何時、今回のような状況に陥るかについては誰も予測できない。だからこそ、船橋社長はあらゆる環境変化に対応できるよう、葬儀にとどまらないあらゆるジャンルにアンテナを張り巡らせているのだろう。