

「サービスの高付加価値化による経営改善事例(IT活用事例を含む)及び会員活性化事例の調査研究(その1)(その2)」

－調査研究報告書要約－

8月4日報告会



目次

I. 調査研究の概要	3
II. 冠婚葬祭互助会業界を取り巻く事業環境動向	6
III. 消費者の動向からみた経営課題	21
IV. 施策案	29



I . 調査研究の概要

調査研究の背景と目的

○背景

近年の社会構造や生活環境等の変化を背景に、国民の冠婚葬祭に対する価値観・ニーズが多様化している。これに伴い、以前より葬祭事業においては、葬儀の小規模化による葬祭単価の低下、冠婚事業においては挙式数の減少等が問題視されている。このような環境下において、互助会システムの根幹である会員組織の維持・活性化は不可欠であり、引き続き強化していく必要がある。

○目的

本調査研究では、互助会の主要事業である冠婚葬祭事業を取り巻く環境変化を踏まえた上で、互助会の強み・弱みを把握し、業界展望・経営課題について分析する（調査研究（その1））。この上で、互助会業界のみならず、他業界・他業態における冠婚葬祭サービスの高付加価値化による経営改善事例や会員システムの活性化事例等も調査し（調査研究（その2））、互助会経営の今後の方向性について検討することを目的とする。

調査内容・手法

本調査研究は、以下の調査内容・手法にて実施した。

調査名		調査内容・手法
(1)事業環境・経営動向調査		互助会事業者を取り巻く事業環境について、明確に捉えて行くことを目的として、サービス需要の背景となる情報を、主に都市部と地方部における人口構成や動態等を収集・整理した。また、サービス需要を踏まえた葬儀ビジネスの動向について、公表資料や各種統計データ等の収集・分析を行った。
(2)消費者アンケート調査		互助会事業者の潜在顧客・既存顧客のニーズを明確に把握することを目的として、インターネットを利用したアンケート調査を実施した。具体的には、5万人を対象としたスクリーニング調査を行い、年代・地域の割付けを行った後、755人を対象にした本調査を実施し、当該データの集計・分析を行った。
(3)事業者アンケート調査		互助会事業者の競合とりなり得る事業者との比較により、互助会事業者の経営上の強み・弱み等を把握することを目的として、郵送によるアンケート調査を実施した。なお、アンケートでは、取組事例に関するヒアリングを実施するため、ヒアリング協力可能事業者を把握した。調査対象は、冠婚葬祭互助会、葬儀業、結婚式場業等1,103件とした。
(4)事業者ヒアリング調査		上記事業者アンケート調査の結果、「ヒアリングに対応しても良い」と回答している互助会並びに非互助会事業者に対して、事業者の取り組みの実態把握を目的として、10事業者を対象に現地ヒアリング調査を実施した。
(5)会員システム調査	互助会	互助会業界における各社の会員確保のための方策、IT活用状況等の実態を把握することを目的として、各社のHPや会報誌、書籍・雑誌記事等の公表資料の収集・分析を行った。
	互助会以外 (その他事業者)	互助会の会員獲得や会員サービスの向上策を検討することを目的として、互助会以外の業界における事業者を対象に、既存文献資料の収集・整理を行った、活用する場合の示唆をまとめた。(対象事業者は、楽天、Amazon、セゾンカード、儀式マーケティング機構(ponta)、第一生命)