

# J-NOA

Japan Newspaper Orikomi Advertising Agencies Association

SPRING  
2017

ジェイノア・レポート〈春号〉

Vol.21

# REPORT



特集 葬儀に対する意識変化が  
新聞折込広告の活躍の場を広げる



少子高齢化の影響で葬儀の形が変わり始めている。「終活」という言葉に象徴されるように葬儀を家族間で語ることもタブーではなくなり、家族葬や直葬<sup>ちよくさう</sup>など葬儀の形も多様化している。それに伴って、葬儀業界の新聞折込広告への出稿も増えている。その現状を全日本葬祭業協同組合連合会専務理事・松本勇輝氏に聞く。

# 葬儀に対する意識変化が 新聞折込広告の 活躍の場を広げる

経済産業大臣認可 全日本葬祭業協同組合連合会

専務理事

## 松本 勇輝氏

——全日本葬祭業協同組合連合会（全葬連）の設立の背景からお聞かせください。

全葬連の設立は昭和31年（1956年）で、全国10都道府県16事業者団体が集まり設立されました。発足時の加入組合は13、構成組合員は851社でしたが、現在の加入組合は全国59、構成組合員1,347社（2017年2月現在）で、日本最大の葬祭事業者の組織です。

設立の大きな目的は、業界の地位向上と経営の安定でした。昔は葬儀業に就くこと自体が差別的に捉えられていたのです。以前は、私どもの会員がホテルで会場を借りようとする、「葬」の字が入っているのが不吉だということで、「表に表示は出せない」と言われることもありました。

——葬儀事業者には、専業だけでなく、互助会やJAもあると聞いていますが。

私ども葬祭専門事業者だけでなく、JAや結婚も取り扱う冠婚葬祭互助会もごぞいます。全葬連は葬祭専門事業者

