

Special Interview

特集

人生の終い方 葬儀ビジネス・終活最前線

「視点」小宮山 宏 三菱総合研究所理事長

尾賀真城 サッポロホールディングス社長

「われわれの本業はビールだ」原点回帰でビール販売は絶好調

「高齢社会を迎えた日本は成熟した文化をつくるチャンスです」五木寛之 作家

総論 少子化、簡略化の流れの中で 競争激化する葬儀ビジネス 24 木村裕士 連合副事務局長

「社会環境や経済環境が変化しても、葬儀の持つ癒し効果は大切です」濱名雅一 全日本葬祭業協同組合連合会副会長

「葬儀の小規模化の中でも、家族の絆や企業文化の継承はすたれない」播島聰 公益社社長

「人の心 日本文化を守る」を企業理念に 海老澤孝光 セレミア専務

「提案力、予見力、解決力」の3つの取り仕切る力が葬儀の決め手 荒井行雄 帝都典礼社長

「人と人のつながりに『ありがとう』を感じる場面のお手伝いをする」早川毅 パレスホテル取締役セールス&マーケティング部長

「アザインの自由度が高い花祭壇の伸び代は今後も大きい」清水祐孝 鎌倉新書社長

「お別れの会があった経営者は黒字決算の証しです」山田大平 ユー花園社長

「お別れの会があった経営者は黒字決算の証しです」堀紘一 ドリームインキベータ会長

「生活にそぐわないものは廃れ、新しいしきたりが生まれる。葬儀のやり方も同様です」葬儀業界の隠語集 35

「お別れの会があった経営者は黒字決算の証しです」 葬儀ビジネスを支える人たち 36

「お別れの会があった経営者は黒字決算の証しです」 葬儀業界の隠語集 35

「生活にそぐわないものは廃れ、新しいしきたりが生まれる。葬儀のやり方も同様です」 島田裕巳 宗教学者 38

Interview

「米国の変化は戦後パラダイム脱却のチャンス。過剰に恐れることはない」 寺島実郎 日本総合研究所会長 46

「米国の変化は戦後パラダイム脱却のチャンス。過剰に恐れることはない」 寺島実郎 日本総合研究所会長 46

シリーズ温故知新

第68回「宗教」科学と宗教は対立しない 鈴木治雄×紀野一義 宗教学者 94

News Report

最高益更新！ドコモの好調はどこまで続く 東芝解体危機で分社化 虎の子半導体の行く末 平成の「花の金曜日」プレミアムフライデーは定着するか 新型ゲーム機「スイッチ」で原点回帰目指す任天堂 アウトサイダー！大統領が振り回す日本の通商戦略 大統領側近の名簿で占う対イスラム国、対中戦略 マニュアルづくりの簡便化で生産性を大幅アップ

Company Report

ミドル層のヘッドハンティングで転職市場の常識を変える 鈴木悟史 スタテリスト社長 68

VRから始まる新たなクリエイティブの未来と、日本に眠る知的財産の活用 児玉彰 プロフェッショナルバンク社長 70

Topic Interview

東京ガールズコレクションを通じて世界中を盛り上げる 井川幸広 クリークアンドリバー社社長 72

東京ガールズコレクションを通じて世界中を盛り上げる 村上範義 W TOKYO社長 74

神田昌典対談企画「知」の伝道者

ゲスト 澤上篤人 後編 50

ゲスト イゲツト千恵子 前編 116

Beauty Therapy LLC社長

連載 フェリス 板坂直樹 大協建グループ代表 10

深読み経済ニュース解説 三橋貴明 76

WORLD INSIGHT 藤田勉 78

グローバルニュースの深層 高橋洋一 80

ニューヨークレポート 津山恵子 82

カオス(混沌)の国 インド市場を知る 帝羽ニルマラ純子 84

永田町ウオッチング 鈴木哲夫 88

霞が関番記者レポート 90

PHOTO REPORT シーバスターガル Close Up フソアルファ、キスリー、トベマーケティング、Tonton

HEADLINE 企業EYE 大人のエンタメ 書評 FROM EDITOR 118



尾賀真城・サッポロホールディングス社長

Special Interview



サッポロホールディングス社長

尾賀真城

(おが・まさき) 1958年東京生まれ。82年慶応義塾大学法学部を卒業しサッポロビール入社。2006年首都圏本部東京統括支社長、09年執行役員北海道本部長、10年取締役兼常務執行役員営業本部長、13年社長、今年1月1日、持ち株会社のサッポロホールディングス社長に就任した。

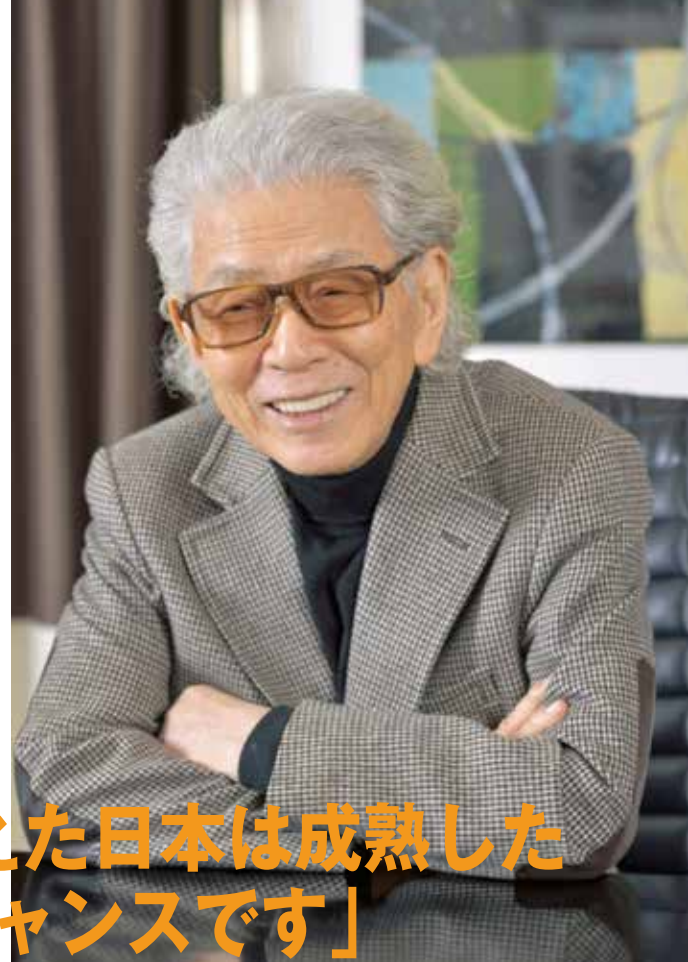
「われわれの本業はビールだ」 原点回帰でビール販売は絶好調

若者のアルコール離れが言われて久しい。さらには缶チューハイをはじめ低価格飲料などの影響で、ビール類の販売は振るわない。しかしサッポロビールのビール販売は好調で、15カ月連続で前年より数量を伸ばしている。いかなる手段を用いたのか。昨年末までビール事業会社の社長を務め、1月1日にサッポロホールディングス社長に就任した尾賀真城氏に話を聞いた。

本業のビール回帰で 15カ月連続前年比増

—— 1月1日付でサッポロホールディングスの社長に就任しました。前日まで務めた事業会社であるサッポロビールの社長とは何が違いますか。

尾賀 サッポロホールディングスは、国内酒類事業以外にも、国際、食品・飲料、外食、不動産と計



作家 五木寛之

Interview

高齢社会の日本では、今後団塊世代が一斉に退場する大量死の時代を迎える。そこでは葬儀の在り方も変わらざるを得ず、死が身近になったことで、むしろ宗教の存在もクローズアップされていくのでは、と五木寛之氏は言う。宗教と経済の歴史的な結び付きや、高度成長期の後に来る高度成熟期の存在まで、論考は広がる。

「高齢社会を迎えた日本は成熟した文化をつくるチャンスです」

経済格差と共に健康格差も著しい日本の高齢社会

現在は経済的な格差が激しいと言われていますが、日本のもう一つの問題は、高齢者の健康格差も著しいことがあります。日本人男性の平均寿命は約80歳、健康寿命は70歳くらいです。しかし、80歳を過ぎても豊饒とし、海外旅行などを楽しみ元気に暮らしている人もいる一方で、70代を前に自分の足では満足に歩けなくなり、寝たきりで介護もままならず、年金を頼りにギリギリで生活している人も少なくない。高齢になると、生活の格差も露わになってきます。これらの人たちを一律に扱うことは難しく、一つの世代の中でどのように対処していくかは今後の大問題です。

とはいえ、今の日本には80代、

90代でも元気なお年寄りがたくさんいることは事実です。アラウンド・ハンドレッドも珍しくなくなりました。そんな中で、約700万人いる団塊世代が高齢化を迎え、一斉に退場する大量死の時代がいつれ始まるでしょう。医療の発達などで老後の時期は長くなりましたが、10年や15年老後が伸びたとしても、いずれは退場して行かなければなりません。日本は世界に先駆けて人類が初めて体験する超高齢社会となり、大量死の時代を迎えるのです。これは露骨な言い方をすれば、大量の高齢者をどうするかという問題でもありません。日本は使用済み核燃料の問題と、大量死という2つの後始末の問題を抱えている。これをいかにスマートにヒューマンに乗り越えることができるかと、世界は固唾を飲んで見守っている。

数々の社会現象をつくり出したきた団塊世代が嵐のように過ぎ去った後に来る大量死の時代は、普通の葬儀では追い付かなくなることでしょう。既に葬儀にまつわるものは次々に簡略化の方向に進み、コストパフォーマンスを考える葬送になってきています。お坊さんもデリバリ

ーする簡略な告別式や、無宗教の告別式などもますます増えていくことでしょう。葬儀や告別式も行わず、お墓も立てないというケースも出てきていますが、そもそもかつての日本では、お墓に墓標を立てない時代が長くありました。

大量死時代は死が身近になり 宗教にあらためて脚光が

法然や親鸞などが現れた平安から鎌倉時代にかけては、地震

や災害で同じように多くの人が亡くなりました。京都でも死骸は鴨川の畔に捨てるのが一般的でした。河原に累々と折り重なった死骸が、雨が降って大水が出たことで下流に流され、住民がほっとしたというような記録も残されています。当時は平均寿命も短く、死というものが身近にあった時代なのです。これからの大量死時代は、死を身近

に感じ始めて、死んだら人はどこに行くのか、それを意識する萌芽が生まれてくるかもしれません。そこではあらためて宗教というものがクローズアップされてくるのではないのでしょうか。高齢社会は健康が重要なテーマで、あらゆるメディアが取り上げていますが、並行して宗教が老後を生きる上での精神的な支えであろうということ、個人の生き方としての信仰とか宗

教との関わりが最近ことに注目されているのだと思います。3.11などの災害の問題は、経済的、社会的大問題であると同時に、心の問題でもあるのです。

人々の悲しみや心の痛みをどう癒すか。海外で誕生したグリーフケアということに携わる人たちが日本でも活躍するようになってきましたが、本来そうしたこととは宗教が担って来た訳です。これを行う場として寺があったのに、今や葬祭儀礼の場になっただけになっています。住職のいない寺も多くなっています。檀家がいらないとか、寺の後継者がいないなどの問題もあり、寺の統廃合も致し方ないことだと思えます。

実は宗教と経済は、基本的に密接に結び付いています。利子の問題がないと資本主義は成立しません。この利子を最初、宗

教は認めませんでした。公認されるようになったのは、中世にバチカンが正式に認めた時までさかのぼります。だから経済は、経済の問題だけでなく、宗教の問題でもあるのです。

ロシアでは今、ロシア正教が存在感を示すようになっていますが、そのロシア正教の中で異端とされてきた宗派があります。俗にいう「スタロヴェール」といわれる人たちです。ソ連では1666年に大きな宗教改革があり、それに反対した人たちが旧教徒として分離し、このスタロヴェールになりました。

私は1965年にソ連に行った時に、イルクーツクの郊外でシベリア抑留兵士の日本人墓地に行きました。その時に、墓地の周辺にずらっと並んでアイコンを売っている人たちがいました。黒い服を着て物乞いの老婆のよ

うな人たちがお皿を置いて、お布施を求めています。通訳に彼らはどういう人たちなのかと尋ねたら、このスタロヴェールだと教えてくれました。別名ラスコーリニキとも言い、ドストエフスキーの『罪と罰』の主人公ラスコーリニコフはここから来ています。社会主義国家なのに、そういう人たちがいることに驚きました。スタロヴェールは現在のロシアの人口の3分の1くらいを占め、この人たちはロシア革命ともつながっています。昔の宗教は社会の大きな変革とも密接に関係してきた証左です。

それが停滞する中で、ルネサンスが起きています。ところが成長期には必死に山を駆け上がっているの、足元にばかり目が行き、その先に来る成熟期を考えることができません。

高度成長期を経た後には高度成熟期が待っている

私は『下山の思想』という本を書きましたが、登ったものはどこかで必ず下りになります。高度成長が終わって高度成熟に入っていくのだから、それは希望に満ちたハーベストタイムでもあるのです。低成長を恐れる必要はありません。いよいよ高度成熟の実り多き時代を迎えると思えば、希望も湧いてくるでしょう。成長が一段落ついて、その中で付加価値を生み出して行くというものが成熟の時代です。では付加価値とは何かといえ

ば、文化的価値ということですが、例えば日本のトヨタ、日産、ホンダの車と、メルセデス・ベンツ、BMW、アウディ、ボルシェのドイツ車の1台当たりの利益率を見ると、後者の方が3〜5倍くらい高い。日本車は故障も少なく走りもいいのに、何が違うかというと、付加価値の部分の違いだと思います。

メルセデスとは、ダイムラー車のディーラーを経営していたオーストリアハンガリー帝国の領事でありユダヤ系ドイツ人の富豪の愛娘の名前です。アウディの「フォーリングス」と呼ばれる4つの輪を組み合わせたエンブレムは、設立に参加した4社の団結を象徴するものです。BMWのロゴマークは、黒く縁つた円の中央を十字によって4等分し、点対称に青と白に塗り分けたデザインです。円と十字

はかつて航空機エンジンメーカーだったことにちなみ、飛行機の回転するプロペラを表したイメージが確立しました。バイエルンの白い雲と青い空をイメージしているそうです。ボルシェにはフォルクスワーゲンを設計した技術者フェルディナント・ボルシェ博士の存在があるというように、それぞれに物語があります。

ところが日本車各社のエンブレムは、社名をモチーフにしていることは分かってても、そこからは歴史やレジェンドなどが感じられません。スカイラインGT-Rが有名ですが、他の日本車メーカーにも、それぞれエピソードはたくさんあるのに、その物語を膨らませて、製品の上にかぶせるところまでは至っていないように思います。日本は明治、大正のころから、安いものを