

時代適応の要は本業重視。 200年企業「ごんきや」の幹を太くする経営術

“佐藤氏は、一昨年創業200年を迎えた「ごんきや」を象徴する3つの時代の経営哲学について語った。1つ目は“家業から企業への移行期”。大正10（1921）年に屋号を「権木屋」から平仮名に変え、昭和33（1958）年に法人化して以降、葬儀社の社会的地位を高めるべく企業化が推進された。2つ目は先代社長による“ダイナミックな転換期”。「セレモニア」ブランドで葬祭会館を展開し、生協葬、JA葬をはじめ法人や各種団体との指定契約等

を推進。さまざまなチャンネルをもつことで業績を拡大した。葬式をする場所=ごんきやという代名詞化をはたした時代でもあった。

八代目の佐藤氏が率いる現代は“葬儀・葬儀社の本質的なあり方を追求する時代”。慣例化した働き方からの改革や、社員教育の徹底、家族葬専門ブランドや終活プラザの展開など、葬儀の本質を見据えつつも柔軟なマルチブランド戦略を実践。さらに、「多死社会後」を見据えた企業戦略の立案

(株)ごんきや
代表取締役社長
佐藤知樹



と実行、差別化ではなく他者に左右されない「独自化」プロジェクトなどの取組みも推進する。「本業に特化した経営がすべての根本である」と熱く語る佐藤氏は、「変わらないために、変わる」それがこそが時代に適応する葬儀社経営の要であるとした。