

創業！ エンディングプロデュース

これまで葬儀や終活などとは縁遠かった業界から「ライフ&エンディング」というキーワードのもと、この業界に参入する企業が増えている。終活・葬儀・供養をライフイベントの一環として捉え、新たなプロジェクトや事業部、さらには新会社を開設。それぞれ独自のコンセプトを構築し、少しずつ事業を展開させ始めている。まだ実績は少ないものの、そこにはその事業体ならではの強みを活かした新鮮な取り組みが見られる。新しい事業者らが抱くエンディング産業におけるビジョン、動向、そして具体的な活動内容を追っていく。

第1回 東急株式会社（東急ラヴィエール株式会社）

鉄道事業を軸に、不動産、ホテル、リゾート、百貨店、スーパーマーケット、劇場、映画館、ファッションビルなど、幅広い領域で事業を展開する東急株式会社（以下、東急）。東急の子会社として新しく生まれた「東急ラヴィエール株式会社（以下、東急ラヴィエール）」は、超高齢社会を生きる人たちの潜在的なニーズをつかみ、介護や相続、葬儀・供養などに限らず、さらに幅広い分野で人生の締め括りを支援するため、多様な相談に応じられるワンストップサービスの構築・提供を目指している。

「ラヴィエール」という社名は、フランス語の“la vie”（人生）と、“la lumière”（光）を組み合わせた言葉で、「あなたの“輝ける人生”を一緒に考え、お手伝いさせていただきたい」という想いを込めてネーミングしたという。

現在はまだ準備段階の事業もあるが、グループ内で様々なリサーチを行いながら、具体的なプロジェクトも少しずつ進めている。一般に向けた本格的な始動は来春を予定しているが、同社では既存の葬儀社・エンディング事業者と競合する気はまったくなく、逆に少しでも多くの事業者とパートナー関係を結びたいと考えている。



社長・石寺敏氏

街づくりと生活創造の東急

人々の心の中における存在感

東急はおそらく、首都圏・関東圏の在住者・生活者なら知らない人はいないであろう企業である。単に規模が大きい・売上高が大きい・従業員が多いというだけではない。生活に密着した各種サービスを通じて、人々のライフスタイルに影響を与えている。

基盤である鉄道（交通）事業は、渋谷・横浜という二大都市を結ぶ東横線、田園都市線をはじめ、首都圏西南部を主な営業エリアにしている。沿線には中目黒・自由が丘・二子玉川・武蔵小杉といった「住みたい街」として常に名前が上がる人気エリアがたくさんある。

首都圏で生活する人たちの心の中における存在感は、数字で表わせるもの以上に大きく豊かだ。しかし、その数字を見てみよう。

売上の大部分は生活密着産業

コロナ禍以前の2019年度のデータだが、関東大手私鉄企業の中で、東急連結のグループ全体売上高は1兆1,642億4,300万円。2位以下を大きく引き離して断トツのトップとなっている（全国では近鉄Gホールディングスに次いで第2位）。

ただし、その中で鉄道やバスなどの交通事業の売上は全体の17.4%と比較的少なめだ。その他の8割以上を占めるのは不動産事業や生活サービス事業、ホテル・リゾート事業などである。また、渋谷周辺においては10年に1度の大規模再開発プロジェクトを進めているほか、「東急ならではのまちづくり」をテーマに活発な活動を続けている。

参考：東急「2019年度 有価証券報告書 P.19」他、各社有価証券報告書
東急グループ公式サイト「セグメントの動向」



渋谷駅周辺



渋谷スクランブルスクエアと東急百貨店



東急の電車（東横線）

提供：東急㈱

100年先を見据えたサステナブルな街づくり

現在、打ち出しているグループ全体のスローガンは「美しい時代へ」。また、グループ理念は「美しい生活環境を創造し、調和ある社会と一人ひとりの幸せを追求する」というもの。そこからは“100年先を見据えた”本気の未来志向が感じられる。

「東急」を話題にすると、どうしても渋谷の開発事業のような大規模な再開発などに目を奪われがちだが、その一方で循環型の地域社会を創る事業提案も行っている。

「循環型」とはたとえば、沿線地域で長年生活してきた高齢者に働きかけ、買い物をしたり医療を受けたりするのに便利な駅近隣のマンションなどに転居してもらう。そして空いた彼らの自宅を若い子育て世代に割安で貸し出し、そこに若年層に向けた生活環境を整備して次世代を育てる。こうして地域社会を循環させるというものだ。

東急ラヴィエールは、グループ全体のこうした新しい街づくりの思想や生活創造の理念をバックボーンとして誕生し、「美しい時代へ」というグループスローガンを実現する一翼を担っている。

グループ内各社のホスピタリティの結集

同社の人員は現在約10名であり、東急、株式会社東急ホテルズ（以下、東急ホテルズ）、株式会社東急百貨店（以下、東急百貨店）からの出向社員で



左から上山氏・石寺氏・永野氏

構成される。そのほか、多彩なサービス事業に携わる、グループ内の各社の社員と協働し、エンディングに関する多様な課題に対し、それぞれのホスピタリティの知恵やノウハウを持ち寄る形で活動している。今回の取材では代表取締役社長の石寺敏氏、そしてグループリーダーの永野祐輔氏、上山理紗子氏の3名が対応してくれた。

設立ストーリー

——東急グループとしてエンディング事業に関わるのは今回が初めてですか？

石寺 エンディングをどう定義するかにもよります。介護関係のサービスは以前から行っていますが、グループとして総合的な形で取り組むのは初めてです。

——何が設立動機となったのでしょうか？

石寺 ひとつには、高齢化・人口構成の変化が顕著になってきたことがあります。加えて、近年の一連の自然災害や新型コロナ感染拡大により、ライフスタイルや価値観が加速度的に変化しています。このような中で、東急において、沿線顧客や次代のニーズの変化に合わせたサービスへ進化していく必要性を認識し、これが直接的な設立動機になりました。

——まだ元気な高齢者に終活をお勧めするというのは難しい仕事ですね。

石寺 はい。これは私たちのみならず、今の世の中全体としてもできていません。空き家問題や、タンス預金100兆円問題というのがありますが、人生いざというときのことを、一緒に前もって備えながら、人生を最期の時まで楽しんでいただき、残されたご家族の方々のサポートを含め、輝ける人生・生活を次世代につないでいく、そのお手伝いができる事

業にしたいと思っています。

——自然災害は、2019年10月の台風によって沿線地域が被った水害（武蔵小杉など）も影響しているのですか？

石寺 これまで一般的には、地球温暖化とか脱炭素社会とかSDG'sとか言われても、それは単なる検索用のキーワードで、どこか遠いところの出来事として感じていたことが多かったと思います。しかし全国各地で災害が起こるたびに、大勢の人たちがリアルに感じるようになってきたのではないのでしょうか？

私たちの生活自体も、次世代に良い生活・良い環境を渡すために、今ここで大きく考え方を転換していかなくてはなりません。現在の社会環境・経済環境を考え合わせると、エルダー、シニアと言われる世代の方々にご提供するサービス内容も変えていく

ことが必要です。

——沿線の随所に葬儀ホールを建てて運営しようという発想はなかったのですか？

石寺 現在は具体的に予定しておりません。1990年代の後半ぐらいから2000年代前半にかけて、全国の大都市圏の大手私鉄各社が、遊休資産活用の一つとして葬祭業を行っていることもありましたが、今は葬儀ホールが不足しているわけでもないし、今すぐ東急がやることではないという認識です。ただし、世の中のニーズとして生まれてきた場合にはそこにお応えできるよう取り組んでいくこともあるかと考えております。

東急ラヴィエールでは、既存の葬儀会社さんは大切なパートナーだと考え、沿線の各社に丁寧にごあいさつ回りをさせていただき、協力を求めているところです。

最初のプロジェクト「ロングステイ 365days」

具体的なプロジェクトもすでにスタートしている。それは東急ホテルズと協働で行う「ロングステイ 365days」だ。これは渋谷でのホテル暮らしを提案する1年間の長期宿泊プランで、渋谷にあるセルリアンタワー東急ホテルにて10月1日（金）より開始した。

メインターゲットは東急線沿線を中心とする首都圏生活者のアクティブシニア層で、渋谷エリアならではの文化を日常的に楽しむとともに、利便性・快適性の高いホテル空間を生活の場として提案する。

宿泊期間を長期の1年間とすることで「スタッフが家族の一員のように日常を支える存在となり、我が家のような暮らしがホテルで叶う」をコンセプトに、ホテルの各種サービスを通じて、日々の健康や生活をサポートしていくという斬新な試みだ。

体験モニターを募集し、そこで得た利用者の声を積極的に採り入れて、ともに商品（サービス）を作り上げていくのが特徴。この体験モニターの募集では募集開始から1週間で約30組の応募があったという。



セルリアンタワー東急ホテル



笑顔で迎えるホテルスタッフ



客室一例（スーベリアツイン）



客室からの眺望



フィットネスクラブ利用特典イメージ

東急ならではのサポートを

——創業から半年経ちましたが、現況をお聞かせください。

石寺 東急ホテルズと協働で始めた「ロングステイ 365days」以外には、すでに東急の従業員やそのご家族様向けにご葬儀やお別れの会などの商品パッケージを販売開始しているほか、一部法人さま向けには、実際にお別れの会のお手伝いをさせていただいております。これらの試みから、私たちがどんなことにお役に立てるか確認できたら、広く一般の方にもサービスをご利用いただけるようにご案内していこうと思っています。

この半年はコロナ禍があり、思うように進められなかったところもありますが、感染拡大が落ち着いている間にスピードアップして計画を進め、できれば半年後——設立1年の2022年の春ごろにはデジタルを活用した新しいサービス内容などもご案内できるようにしていきたいと思っています。

——現時点での相談事例としては、どんなところから、どんなものがあるのですか？

石寺 介護の分野でシニアレジデンスやデイサービスを運営している「東急ウェルネス」などがあるので、そういった施設のご利用者さまやご家族さま、また先行販売を開始している東急社内従業員からのご相談を受け始めています。

ご家族がご逝去した際、葬儀は1週間以内には終わらせる。返礼品を用意する。家族だけのご葬儀だった場合だと、葬儀後に自宅で電話対応や弔問者への対応に追われてしまい、役所関係の事務手続き、さらに相続の手続き、ご自宅の後片付け、遺品の整理など、広範囲にわたる仕事が半年から1年あまりの間、ずっと続くので大変です。そうした流れからご相談もいろいろ出てくるのですが、できるだけ継ぎ目なく対応し、ワンストップでご提供できる方法を作ろうと知恵を絞っているところです。

——御社の強みはどういったところでしょうか？

石寺 「親しみやすさ」でしょうか。普段から東急のサービスに親近感を抱かれている方に「東急さん、ちょっと相談に乗ってもらえる？」といった感じで、気軽にお声がけいただける窓口になることが



東急ウエルナ大岡山
提供：東急㈱

当面の目標です。ですから、そうした親近感といえますか、声をかけやすいところが強みであり、私たちが介在してお役に立てる最大のポイントだと考えています。

これは葬儀社さんから伺ったお話ですが、葬儀社としてご挨拶に行くと、なかなか快く応じていただけない。そうした心理的なハードルを越えるためにお役に立つのが、生活サービスに力を注いできた東急という顔であり、私たちの関わる大きな意味だと思っています。

——日本ではまだ死について口にするのは憚られるので、葬儀社さんも事前相談にはご苦労されているようです。

石寺 これはあくまで私個人の見解ですが、世界に目を向けると、むやみに死を遠ざけ、タブー視するのは、むしろ普通のことではありません。いい意味で身近に感じて向き合う人たちが多くのように思います。

ですから今後はあらゆる世代の方々が、死に対してポジティブに向き合えるようにチャレンジするのが、私たちの仕事の重要な部分ではないかと考えています。

——「ポジティブに向き合う」とは？

石寺 死に瀕する怪我や病気の経験をした人のなかには、真面目に死と向き合う場面があったからこそ、生きることに對しても誠実に向き合えるようになったという人もいます。生きているのが当たり前だと思っていると、なかなかそうは考えられないでしょう。

誰でもわかっているはずですが、人間は必ず死にます。心のどこかでそれを怖がっているので、日々の生活ではそうした現実を見ないようにしてしまう。けれどもそうでなく、いつかどこかでわが身に

訪れる死を認め、今日一日をどう過ごすのか、周りの人たちとどう関わっていくのか、しっかりした死生観を持つことがこれからは大切になってくると思います。死について考え、勉強し、自分と他の人たちの限られた時間を大切に扱うことは、生きる原動力になり得るのではないのでしょうか。

——5年後・10年後にはどんな会社にしていきたいとお考えですか？

石寺 5年後には沿線をはじめ首都圏在住の一定数の皆さんに、何らかのかたちで東急ラヴィエールが、寄り添って輝かしい人生と一緒に考えるお手伝いをさせていただいている——そんな状態にしていきたいと思っています。

私たちは東急沿線の方々だけを対象にしているわけではなく、いずれは一都三県ぐらいをカバーできる、どなたでも利用可能なサービスを作っていく予定です。ただ最初から対象を広げてしまうと、クオリティを追求できません。ですから最初はあくまで沿線の地域である東京・神奈川の首都圏西南部に注力していきたいと考えています。

心に負担のないエンディング準備

石寺氏はインタビューの中で「エンディングの準備に対する心理的ハードルを下げる」「心理的な負担を和らげる、取り除く」ということを何度も繰り返し強調した。確かに東急という好感度の高いブラン

ド企業がエンディング事業に関われば、固い心の障壁が取り払われるのではないかという期待を抱ける。

それは「持続可能」を命題にして、それぞれの世代の暮らしが循環し得る街を創る・生活を創るという、東急グループ全体の大きなビジョンとも繋がっている。

東急ラヴィエールは、こうしたビジョンに共感できるエンディング事業のパートナーを葬儀・供養関係の業界から広く求めているという。地域性は関係なく、日本全国どこの会社でもいい。もし東急ラヴィエールと協働してできる企画、アイデアがあれば、気軽にコンタクトしてほしいと弊誌読者にメッセージを送った。

公式ホームページ

【東急グループ】 <https://www.tokyu.co.jp/index.html>

【東急ラヴィエール】 <https://tokyu-laviere.co.jp/>



東急本社
提供：東急(株)

喪主のためのあいさつ文例集

—ご逝去からお斎まで—

お通夜、通夜ぶるまい、出棺、お斎と、それぞれの場面に即した喪主のためのアンチョコです。表紙と裏表紙が白地になっているなど、実用性を追求した仕様が好評です。

- お葬式の流れ
- 挨拶の文例集
- あいさつ・連絡・お礼の言葉使い ほか

【お問い合わせ先】株式会社鎌倉新書

TEL03-6262-3525 FAX:03-6850-9314