

葬祭業

たった一人、アフター専任化するだけで粗利2,500万円とリピーターを作る

コンタクトセンター アカデミー

特別インタビュー
— Special Interview —

株式会社アーバンフューネスコーポレーション
代表取締役

中川 貴之氏

施行規模別

アフター強化ポイントを大公開
電話でのアフターフォローで

粗利益

5,000万円

アーバンフューネスにせまる

施行件数ごとに自社が取り組むべきアフター活動とは？
で見えてくる
それぞれの壁
そしてその壁の突破方法とは？

300件 500件 1,000件

アフター強化を行いながら 年間粗利5,000万円を稼ぐ 業界有数企業「アーバンフューネス」の コンタクトセンターとは？



**メディアに取り上げられて
施行は伸びたものの、
気になったアフターフォロー**

創業した当時、アーバンフューネスは現在とは全く違うことを考えていました。当初は、前職時代の経験を活かして式場を多店舗展開していくビジネスモデルを考えておりました。

創業するにあたって、西葛西の結婚式場の跡地を買って、葬儀場としてリニューアルをしました。しかし、立ち上げ当初は施行が全く入ってこないのです。来る日も来る日もポスティングを徹底してやり、ようやく少しずつ依頼を受けるようになりましたが、それでも投資回収するには程遠いペースでした。成長スピードを意識するとペースが遅いため、式場展開を早々に諦めた私たちは、2004年に東京の広尾という場所に、事前相談サロンをOPENさせました。

しかし、家賃などの固定費がかかるわりには施行が入ってきません。出店してから3年たつても花開かなかつたので、2007年に事前相談サロン展開のビジネスモデルを諦めました。

さすがにこのままだとまずいな、と危機感を覚えていたある日、偶然、テレビの中で「激安葬儀屋」として弊社が特集されたのです。

まさにここがターニングポイントでした。放送された日から、まったく違うエリアからも問い合わせが後を絶たなかったそうです。

しかし急激に伸びて安定する施行件数とは裏腹に、大きな懸念事項が一つありました。

それがご葬儀後のアフターサポートでした。

たくさんの方にご満足いただける葬儀を提供しているという自負はあったものの、最後の最後までご家族様に寄り添えているかということや社内ですぐに話合おうと、なんと次の施行に追われ手が行き届いていないということがわかりました。

それに対応すべく、アフターサポートの専任部隊を創設されました。

アフターサポートを専属化した結果、順調に売上も上がりなんと一年目で黒字化されました。

その時は何をしていたかわからずに困っている人が多いのだな、と改めて勉強されたそうです。

またアフターサポートを徹底することで、お客様の満足度を高めることが出来、アフター売上が上がるだけでなく、リピーターの獲得にも繋がると

いう点においても、専門部隊を当時立ち上げておいて良かったな、と改めて感じると中川社長は仰います。しかしアフターサポート専属部隊を作ったのち、次の問題が発生します。施行件数が増えれば増えるほど忙しくなり、アーバンフューネス

の営業エリア（一都四府県）から移動距離を考えると、施行件数の増加に伴い移動時間が増え、一人あたりの生産性は徐々に下がっていったそうです。多くの葬儀社様で断念しそうな状況の中、アーバンフューネスではどうやって業務効率を高めていくかを話し合いました。

その結果、システム開発と電話でのアフターフォローが始まりました。

電話のアフターフォローで 生産性が更に高まった

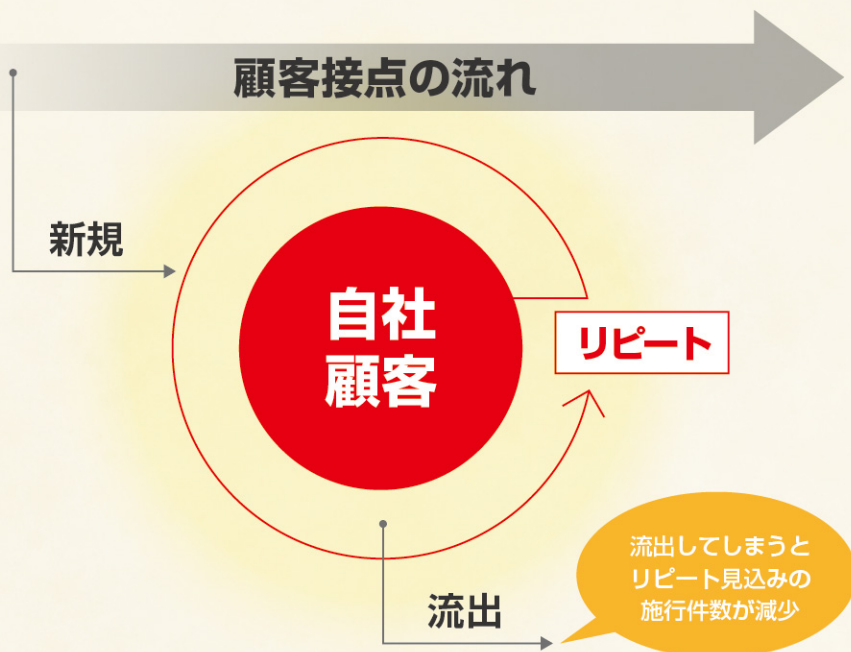
結果的に電話でのアフターフォローは、以前と同じ七人の体制ですがアフターの粗利益は五千万円を超えるほどになり、アフターはすべて手数料収入ながら一人あたりの生産性も年間七百五十万円以上になると、非常に効率の良い営業活動ができていくとのことでした。

さらに訪問がなくなったため、移動時間が短縮でき、働き方改革にも寄与しています。さらに驚きの電話の効果は続きます。対面での接触率は八〇%だったのが電話になると九〇%まで高くなりました。施行担当がアフターのアポイントも取ることでお客様の時間に合わせやすくなり、接触率も高めることができるのです。

アーバンフューネスは施行件数二五〇〇件を誇る葬儀社です。だからこそできるのでは、とお考えの方もいらっしゃると思います。

では専門葬儀社だから行えるCRM活動とはなんのでしょうか？ 施行件数別に行うべきことを次のページで紹介させていただきます。

競合激化の今、 求められる既存顧客へのCRM活動



競合激化時代に施行件数を最大化するには、問い合わせ受注率とリピート率が最も重要になる！

葬儀社が乱立して選べる時代になったこと、消費者においては事前相談が普及し始めたこと、そしてインターネットの普及により、事前に葬儀社を選択するのが当たり前のような時代になりました。事前相談で来館したのにと競合の看板を見たらその方の名前があった、そんなことも珍しくありません。そこでさらに施行件数を伸ばしていくためにはまずお客様から選ばれる確率を高めなければなりません。当たり前ですがファーストコールとアフターフォロー、しっかりと対応することが大切になります。新規顧客へのファーストコールの対応が重要な言うまでもありません。ではなぜアフターが重要になってくるのでしょうか。まずは上の図をご覧ください。

一度施行したお客様は、満足すればまたご依頼いただけます。しかし不満足であれば他社に流出してしまいます。

葬儀のような高単価な商材ではスイッチングコストが発生するため、基本的に葬儀社は変わりません。競合激化時代では、しかしこの流出が最も施行件数の伸びを悪くしているのです。ある年間施行六〇〇件の葬儀社では会員さんの他社施行を測ったところなんと年一〇〇件も他社に流れていました。

それほど流出は重要なことなのです。

過去施行客が自社に戻ってこなくなってしまう…

競合が激化してくると…

・死亡数が同程度だと一式場あたりの葬儀件数が自然に減少する

・お客様の葬儀社を選ぶ選択肢が増える

・差別化が難しくなってくる

など、自然に選ばれるにくくなっていきます。

そこで重要になってくるのが、来館含む問い合わせからの自社指名率とアフターフォローによる顧客流出率です。

近年では事前相談や式場内覧が当たり前になりつつあり、その結果力を入れられる葬儀社様が増えてきました。

しかしにアフターフォローに関しては現在多くの葬儀社様が、施行に追われ力を入れられていません。

では一体なぜこのアフターフォローが重要になるのでしょうか。

上記の図をご覧くださいと、まず顧客接点の流れとして、新規で自社を指名してくださります。

その後、お客様の満足度が高ければ次の機会も自社で葬儀をしてくださいます。

いわゆるリピーターです。

しかし、お客様満足度が低ければこのリピーターの件数がなくなります。

せつかくの過去施行客が他社へ流出してしまうのです。

アフターフォローで抑えるべき重要指標

受注までの流れを明確化
その後それぞれの目標値を
追っていく

アフターフォローをコンタクトセンターとして追っていくためには、以下のKPIを追っていくことが大切となります。

まず①架電数ですが、基本的にお客様の問い合わせを待つのではなく、こちらからお客様へ架電していきます。時間が空いたら、お客様のスケジュールで「これ大丈夫でしたか」という電話をかけていった数です。

続いて②通電率はそのうち電話がつながった率で、アーバンフューネスでは対面アポ率が八割だったのに対し、電話アポ率は九割に昇ったということでした。③商品別手配率は提携先へ紹介を手配した数字で、④商品別受注率は文字通り商品ごとの受注率です。商品によって提案方法が異なるため、それによって数字に差が出ます。特に低くなっているところを先輩や提携店での営業同行を通じて強化していくことが求められます。最後に⑤客単価は、収益化をしていく上では大切な指標です。

このように変化していくと、粗利の変化は下記のようになってきます。業務効率化により人員数は変わらないながら、年間の粗利は五千万円近く増加させることができます。人員が変わらないので、式場を一つ出店し年一〇〇件近く稼働したほどの利益がでるのです。

アフターフォローの流れとKPI



施行件数500件の 葬儀社の場合	既存モデル 担当者11名	コンタクトセンター立ち上げ後 担当者9名・アフター専任2名
担当1人当たりの件数(月)	4~5件	5~6件
担当1人当たりの葬儀粗利(月)	200万~250万	250万~300万
葬儀粗利(月)	2,200万~2,750万	2,250万~2,700万
アフター粗利(月)	110万~165万	440万~550万
累計粗利	2,310万~2,915万	2,690万~3,250万
年間粗利	27,720万~34,980万	32,280万~39,000万

施行件数別に行うべきCRM活動とは？

まずはアフターフォローから そしてCRM活動へ

施行件数三〇〇件前後の葬儀社では、施行後も同じ担当者さんがご家族様へアフターフォローを市に行くケースが非常に多いと言えます。

このときに起きる問題は「アフターで受注できない」「いつ搬送が入るかわからないからアフターに行けない」という問題が発生します。「アフター行けない」というのは実は提案方法が悪いだけで、ある葬儀社さんが仏壇店さんにアフターフォローを任せたとこ、売上が一〇倍近く変わったという例もありました。要するに提案の仕方が難しいのです。

続いて「アフターフォローにいけない」というのは担当者ならではの状況です。

この状況を打破していくにはアフター専任部隊が必要になります。

そうすることで、担当者は施行に時間を集中することができ、アフター専任部隊はアフターのプロフェッショナルとなることができます。

さて施行件数が伸びてきたら次は五〇〇件の壁が出てきます。

施行件数が五〇〇件になると式場展開もある程度広がりを見せ、次は「業務効率」「収益化」が課題となります。

アーバンフューネスでも起きた「移動時間」と「生産性の追求（＝収益の最大化）」です。式場展開を行うと移動時間が増え、アフター拠点が少ないほどお客様と対面する以外の時間が長くなってしまいます。さらにアフターの売り方を学べる場所が少なく、受注率が上がりづらいためアフターでの収益最大化というものが非常に難しくなります。

そして最後に施行件数一〇〇〇件を超える葬儀社では、アフター専任部隊を作るための人がいない、もしくは作っても施行件数の伸びや離職により人が不足し始めます。そして複数人でのアフター活動となるため受注率に差が出るなど、人によるアフターの受注率や粗利率そして担当件数などのバラつきが発生します。

いかに改善しようとも、アフターを学ぶ場所がないのが非常に難しいところです。

アフターの収益最大化と生産性最大化を目指す船井総研の「コンタクトセンターアカデミー」

先にあげたとおり、アフターはそれ自体必要なものにもかかわらずその方法を学ぶ場所がないのが問題です。

しかし船井総研ではご支援先などのご要望によりアフターからCRM活動までを学ぶ「コンタクトセンターアカデミー」を設立することになりました。

施行件数目安

直面する課題

1st
フェーズ

300件

- アフターに行けない
- アフターが受注できない
- する理由がないと思っている

2st
フェーズ

500件

- 業務効率が悪くなる
- 拠点数が増え対応ができない
- 事業部としての収益最大化

3st
フェーズ

1,000件

- アフター専任部隊を行うための人がいない
- アフター担当者により品質ならびに受注率にバラつきが出る

施行件数別に
課題に対応する
必要がある

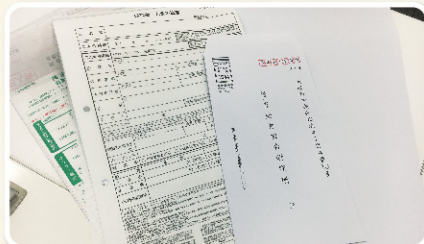
ご入会までの流れ

1 コンサルタント面談



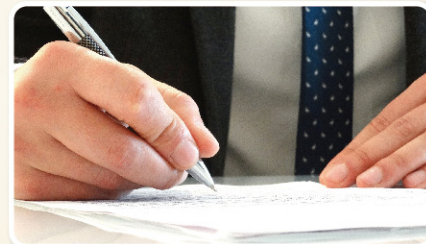
コンサルタントが面談をさせて頂き、御社の考え方、現状の状態、これから先目指していきたい事などヒアリングさせて頂きます。

2 入会資料送付



コンサルタントの面談後、入会資料一式を御社に送付させて頂きます。

3 入会資料の記入・発送



入会資料が届きましたら、内容のご確認の上、必要事項を記入して頂き、弊社に郵送して頂きます。※返信用封筒を同封しております。

4 入会資料の確認、入会手続き完了



入会資料を確認させて頂きましたら、弊社より入会手続きについてご連絡をさせて頂きます。

**入会までのスケジュール
最短1週間でご入会頂けます。**

確認事項

※御社の状況によってはご入会を見送らせて頂く場合がございます。

年間スケジュールと会費

月 度	講座テーマ	
	テーマ	商品講座
2018年 7月	アフターコール立ち上げ手法	アフター商品品揃え
2018年 9月	モデル店舗クリニック	アーバンフューネス様
2018年 11月	打ち合わせからアフターコールへと繋げる	仏事系商品勉強会
2019年 1月	事前相談を終活相談へ	相続勉強会
2019年 3月	アフターコール部隊の生産性の向上	遺品整理等勉強会
2019年 5月	全社一施行へ(教育体系・評価制度の見直し)	住宅解体・不動産関係

→ 9月の視察はなんとアーバンフューネス本社へ！

豊洲にあるアーバンフューネス本社にて実際のコンタクトセンターの様子を視察していただけます。



会費

葬祭業コンタクトセンターアカデミーは、勉強会やレポート、そして特典などを含めて非常にリーズナブルな料金体系となっております。

会員価格 月々**25,000円**(税別) 年間**30万円**(税別)

一般価格 月々**50,000円**(税別) 年間**60万円**(税別)

※必ず1名役員以上のご参加が必須になります。
※会員は弊社の研究会会員のことを指します。

コンタクトセンターアカデミーは 全国の葬儀社が集まり、 アフター活動からCRM活動の 情報交換を行う会員制勉強会

POINT

1

アーバンフューネスの社員も参加！現場主義の勉強会。

アーバンフューネスの社員さんも勉強会に参加されます。
現場ならではの営業方法も学ぶことができます。

POINT

2

全国120社以上の事例が集まる勉強会。

船井総研では現在、全国120社の葬儀社様とのお付き合いがあります。
鮮度の高い最新事例を120社分お届けいたします。

POINT

3

年に1度の視察クリニック。

年に1回は会員の葬儀社様へ視察へ行きます。
しかし2018年はなんとアーバンフューネス様へお邪魔し、
実際のコンタクトセンターをご様子を拝見させていただけることになりました。
ぜひ楽しみくださいませ。



当日の流れをご説明します

AM11:00～

船井総研による
アーバンフューネス社事例解説セミナー

PM1:00～

最新事例セミナー

PM2:00～

アフター営業テーマ別
情報交換会

PM4:00～

会員事例発表

PM4:30～

本日のまとめ

PM5:00

解散



最新の業界情報が手に入る!!

登録
無料

船井流 葬祭業繁盛メルマガ

葬祭業界の最新の成功事例情報や、メルマガ限定のセミナー情報など年会費無料で手に入れる事ができます!

- ✓ 年会費・登録費無料!
- ✓ 定期的に全国各地の成功事例情報が手に入る!
- ✓ 最新のセミナー情報がいち早く手に入る!
- ✓ 葬祭業界の時流情報が手に入る!

登録特典

FAX新聞ダウンロード



ご登録はこちらから!! 2つのパターンからご登録頂けます。

1 右記のQRコードを読み取り頂き、
メールアドレスをご登録ください!!



2 葬儀経営.comからもご登録頂けます。

<http://sougikeiei.com/>

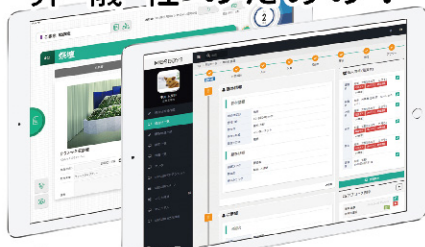
葬儀経営

検索



葬儀経営
お役立ち
サイト

葬儀社による!
葬儀社のための!



葬儀事業者支援プラットフォーム

MUSUBYS

情報共有



リアルタイム案件共有
社内お知らせ共有
社員関連情報共有
スケジュール共有
斎場・葬儀場情報管理
火葬場情報管理

顧客管理



顧客検索機能
連絡者情報管理
喪主情報管理
施主情報管理
故人情報管理
事前相談情報管理

営業支援



顧客対応記録
営業アプローチ記録
事前相談情報管理
安置・搬送提案
斎場・火葬場提案

業務支援



安置・搬送管理
僧侶手配管理
葬儀場所記録
葬儀プラン作成
訃報連絡書作成
見積書作成
発注請求書発行
アフターフォローレポート
クレーム管理
アンケート管理

お問い合わせ先 株式会社アーバンフューネスコーポレーション

☎03-5144-0133 平日/9:00~18:00 [祝日は除く]

お問い合わせ
お申込みは

葬儀経営.com

葬儀経営

検索

☎03-6212-2223

平日/9:00~17:30 [年末年始は除く]

お問い合わせNo. K031834

内容に関するお問い合わせ: 赤荻(アカオギ) 申込に関するお問い合わせ: 嘉瀬(カセ)