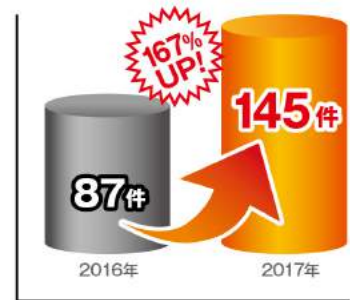


無料進呈 ¥0

老舗葬儀社だからできる!

既存式場 改装から1年。

施行件数
87件が145件



巻頭インタビュー

自社式場の隣に大手互助会が出店
それでも営業利益1800万円増
業績を伸ばし続ける花駒のリニューアル成功ストーリー

株式会社花駒
代表取締役
上野雄一郎氏

リニューアルで件数167%UP

リニューアル後の年間単店入会数44件→121件

2年で回収!!ローコストかつハイイメージ改装のコツ

改装式場成功のカギは店長制度にあり!

家族葬時代だからこそ、尖った改装で競合との差別化を実現

詳しくは中面へ!

主催



明日のグレートカンパニーを創る

Funai Soken

株式会社 船井総合研究所

〒541-0041

葬祭業全国経営者フォーラム2018

TEL.0120-964-000

平日 9:30~17:30

お問い合わせNo. S028556

FAX.0120-964-111

24時間
対応

お申し込みに関するお問い合わせ: 新本 内容に関するお問い合わせ: 光田

大手互助会が式場の隣に出店してきたにもかかわらず業績アップを続ける(株)花駒の行ったこととは？！

1年で件数167%アップ、シェア10%増を実現したと聞けば、耳を疑う経営者の方も多いのではないのでしょうか？その秘密はタイトルにもありました通り、式場のリニューアルOPENが肝でした。

今回のレポートでは、**本社隣に大手互助会が式場出店**をしてきたなかでも、業績を上げること
に成功した**專業葬儀社である(株)花駒の成功の要因**に迫ります。

ある日、突然、互助会が本社の隣に。そんな中業績を上げる(株)花駒とは？

【企業概要】



■商圈エリア

京都府相楽郡精華町、京都府木津川市、京都府京都市伏見区
※本社：京都府相楽郡精華町

■会館数

3会館（(株)花駒 2会館 （株）メモリアル1会館）



■売上高

4.7億円

■施行件数

2017年度 527件

■従業員数

37名

■株式会社花駒の概要

昭和39年に相楽郡にて創業。平成16年2月、現社長である上野氏が社長に就任。当時、わずか90件しか行っていなかった葬儀社を14年たった今では527件まで成長させた。

地域密着のイベントや取り組みはメディアなどにも取り上げられ、地縁型葬儀社として地域のシェアを圧倒的に獲得している。2017年には大手互助会が自社のメインホール隣に出てくるものの、シェアを落とさず成長を続けている。

株式会社花駒のすごいポイント！

Point①

リニューアル
わずか1年で
施行件数
167%アップ！

Point②

式場横に互助会
進出も業績増！

Point③

営業利益
1800万円アップ！

Point④

ローコスト改装
投資回収2年！

Point⑤

入会件数
275%アップ！

ある日突然、互助会が式場の隣に出店することが決定。 危機的状況乗り越えるためのリニューアル。

ー以前もこのレポートで特集を組んだことがあるのですが、もう一度、貴社のことについて教えてください。ー

(株)花駒は昭和39年に京都の相楽郡という人口わずか3万人の町で、創業しました。地域密着の葬儀社として、今まで50年以上経営を続けております。私は15年前に花駒の社長に就任しました。当時は100件1億円にも満たない葬儀社でしたが、今では施行件数は500件を超える葬儀社になりました。



株式会社花駒 代表取締役 上野 雄一郎氏

ーなるほど。順調に成長を遂げていらっしゃるんですね。もう少し沿革についてお話をお聞かせください。ー

葬儀の件数が増え始めたのは、2004年に人口3万人の精華町に一つ目の式場をOPENさせてからでした。その後、2008年に2つ目となるイマージュホール木津川を隣町の木津川市に出店しました。木津川市は人口7万人の市です。その後、2012年には精華町の式場（イマージュホール精華）を移転、そして、翌年2013年にはようやく300件3億円の壁を突破しました。2015年には京都市の葬儀社を買収、そして、2016年にイマージュホール木津川をリニューアルOPENさせた、というのが当社の沿革になります。

ー「イマージュホール木津川をリニューアルされた」とのことですが、これには何か理由があったのでしょうか？ー

はい。理由は3つあります。イマージュホール木津川的前提として、元々、イマージュホール精華の衛星式場として、車で6分ほどの位置にOPENをしました。常駐者を置かずに年間施行件数を70件ほどやれば、十分利益が出るため御の字という式場だったのです。改装前の施行件数は年間87件。経営的にみれば申し分のない式場です。まだOPENから8年しかたっていないため、式場もそんなに老朽化は進んでいませんでした。

ーそれなのに、なぜ改装を？ー

一つ目の理由は、イマージュホール精華の10m先に、大手互助会が出店することが決まったためです。これは我々にとっては非常に頭を悩ませる出来事でした。今まで順調に施行件数を伸ばし続けていたイマージュホール精華の隣に京都では一番店といっても過言ではない大手互助会さんが出店してくるということで戦々恐々としておりました。しかし、そうは言っても指をくわえて何も手を打たないわけにはいきません。そこで、イマージュホール木津川の改装に踏み切ったのです。

大手互助会との真っ向勝負を避け、 花駒らしい家族葬を行うためのリニューアルだった



－どうしてイマージュホール精華ではなく、イマージュホール木津川の改装に踏み切ったのでしょうか？－

大手互助会さんと施設力で真っ向勝負しても資金力が全く違うため勝つことはできません。イマージュホール精華は施設力ではなく、施行力や地域密着度でまずは件数維持を目指すことを選択しました。

施行件数を伸ばすべきはイマージュホール木津川と狙いを定め、イマージュホール木津川のリニューアルを決断したのです。

－なるほど。1つ目の理由は、大手互助会さんが出店してくることだったのですね。確かに、突然、隣に競合が出店してくるとなると

経営状況は大きく変わりますね。2つ目の理由は何だったのでしょうか？－

2つ目の理由は、競合他社との同質化にあります。イマージュホール木津川を中心に同じ通り200m以内に2つの競合式場があります。つまり、直線200m以内に3式場あることになります。我々がこの中では、最後発の式場でした。8年前に出店した我々は「家族葬」を打ち出すことで、他社との差別化を行ってきました。当時は、家族葬をしたいという方がちょうど増えてくる時期であり、2年目には施行件数70件以上の式場になりました。しかし、今では「家族葬」を打ち出すのは当たり前の時代です。他社と違いを作りづらくなり、成長スピードが鈍化。70件でも十分に利益は出のですが、会社の成長という点においては物足りなさを感じていました。

－家族葬の同質化。確かにこれはどのエリアでも起こっていることですね。3つ目の理由は何でしょう？－

3つ目は、家族葬が増えれば増えるほど、事前相談の件数が伸びていくし、より重要になる、と肌で感じていたためです。会葬者数が多い葬儀であれば、葬儀当日の接客などを見て接遇の良さや、施行力の違いを当家以外にも感じて頂くことができます。しかし、会葬者数が減ると知っていただく機会が減ります。逆にいえば、消費者も葬儀社の違いを知る機会が少なくなるということになります。そのため、消費者は事前に葬儀社を見て回るようになってきたのだと思っています。しかも、弊社含め3式場が、200m範囲にひしめき合っているため、お客様はすべての式場を見て回るようになります。その中で、弊社の式場や接客、商品力が「一番良い」とお客様に感じて頂くことができなければ、選ばれる葬儀社になることはできません。そこで、まずは見に来ていただいた際に、「ここで葬式がしたいな」とお客様に思っただけのような空間づくりをしようと、いう決断にいたりしました。

花駒のコンセプトである「こころ、ひとつになれる」を実現するための家族葬式場へ

ーただただ、リニューアルをしようと決めたのではなく、様々な外部環境の変化に対応するためにリニューアルをされたのですね。リニューアルをするにあたって何か意識して行ったことはありますか？ー

まずは、家族葬式場で伸ばしている全国の葬儀社様にたくさん視察に行かせていただきました。特に参考になったのが、静岡のライフサービスさんの運営するラビュースタイルです。

「ここが葬儀式場？！」と驚くぐらい綺麗な式場に、お手頃な料金体系、そして、更には行き届いた接遇、と細部にこだわりを感じることでできる式場展開をされていました。施設力だけでなく、価格力、商品力に優れた式場展開をされていたのです。このモデルなら、競合他社と比較されても間違いなくお客様は自社を選んでくれるはず、と確信できました。



プレミアムコンパクト葬の
先進事例であるラビュー

ーなるほど。ラビューさんを視察し、そこから吸収したものを活かした式場リニューアルをされたのですね。ちなみに式場のレイアウトは変わったのでしょうか？ー

式場の席数は今までとさほど変わりはなく、30名程度の式場になりますが、控室や会食室を式場と隣接させることで、弊社の理念である「こころ、ひとつになれる」を体現できる式場にしました。また、京都らしい空間も一つのコンセプトとして取り入れることにしました。このおかげで、スタッフが自然とお客様に想いを語るできるようになりました。

ーコンセプトのある式場を作り語りやすくする。まさに式場そのものが営業ツールになったということですね。その他にも意識されたことはありましたか？ー

今までは、イマージュホール木津川は常駐者を置かず、葬儀が入った際のみスタッフが出向く体制だったのですが、リニューアルにあたって店長制度をひきました。実は、この店長制がかなり重要な成功要素であると、私は考えています。今までは、社長である私自身がマーケティング活動も含め、色々なことをトップダウンで決める体制でした。スタッフは皆、仕事には責任感を持って取り組んでくれていましたが、会館に対しての責任があるわけではありません。

しかし、店長制度をとったことで、会館の業績自体に店長が責任を持ち、実行力のアップだけでなく、マーケティング活動まで力を入れてくれるようになったのです。

ー店長に会館の業績に対しての責任を持たせ運営させることで、マーケティングだけでなく、実行力の質の向上を行ったわけですね。その結果、施行件数はどう推移したのでしょうか？ー

結果として、年間87件だった式場が、1年で145件まで成長しました。1年で167%アップ。1年間でこれだけの件数を上げるのは非常に素晴らしいことだと思います。

1年で件数167%アップ！シェア10.4%アップ！ 売上3200万円増、さらに、営業利益は1800万円増に。

Before（控室）



After（控室）



ー1年で167%アップ！？それは非常に素晴らしい結果ですね。式場の稼働率が上がったということは、利益率も非常に伸びたのではないかと予測されるのですが、その点はいかがだったのでしょうか？ー

おっしゃる通りです。イメージホール木津川単体の営業利益は1800万円も上がりました。営業利益率でいうと6%のアップとなりました。リニューアル前は稼働件数が上がりシェアが上がることは予想しておりましたが、ここまで利益率が上がるとは思っておりませんでした。

改装後の
経営数値

	リニューアル前	リニューアル後
商圏内シェア	16.1%	26.5%
件数	87件	145件
売上	6600万円	9800万円
償却前営業利益 ※本部経費除く	2500万円	4300万円
入会件数	44件	121件

ー営業利益が1800万円も？！すごい業績アップ額ですね。改めて成功のポイントは何だったと考えられますか？ー

成功のポイントは当然、リニューアルしたことによって他社との差別化ができた点が大きいです。それ以外にもリニューアル前と比べるとスタッフの意識も大きく変わったように感じます。

例えば、OPEN前から店長とさまざまな式場を視察にいき、式場の企画を一緒に考えたことで、リニューアル後は店長含めスタッフ全員が式場に愛着と責任をもって今まで以上に仕事に取り組んでくれました。

花駒にしかできない葬儀を体現する式場へ。 口コミが広がる式場として、業績を上げ続けることに成功。

その結果、自分たち自身で「花駒にしかできないお葬式は一体何だろう？」と考え、「こころ、ひとつになれる」を施行中にも感じていただけるようにと、通夜振る舞いの際には故人様と同じ空間で、ご家族や親せきの皆様の会話が生まれるように料理を提供する、という取り組みを行ったりもしております。

また、マーケティングにおいても店長主導で色々な「花駒らしさ」を具現化する取り組みを行ってくれています。

例えば、よくある「人形供養祭」を行うにしても、今まで一緒に過ごしてくれた人形に対してメッセージカードを寄せるなど、花駒らしい「人形供養祭」を行ってくれています。おそらく、弊社の人形供養祭は、日本で一番、最後の供養祭まで残ってくれるお客様の率が高いのではないかと思います（笑）



参加者の約80%供養祭に参加し、最後のお寺様の法話まで聞いて帰る人形供養祭

ーなるほど。色々な場面を通して、「こころ、ひとつになれる」を体感する場面を作られているということですね。その結果、何か変化は生まれたのでしょうか？ー

その結果、口コミや紹介での事前相談の数が圧倒的に増えました。チラシやポスティングは当然、大切なのですが、昔ほどの反響率はどうしても見込むことができません。一番、低コストで集客ができるのは、紹介をどう増やすか、ということではないかと思っています。

リニューアルを通して、弊社は全スタッフが「もっとこの式場を広めてほしい！」という意識になり、マーケティング活動に取り組むことが出来たことが成功の大きなポイントの一つだったように感じています。

ー口コミの増加による件数アップ。そして、利益率のアップ。本当に理想的な業績アップ手法ですね。最後にお読みいただいている方にメッセージをお願いします。ー

はい。今は、式場の老朽化も進みリニューアルを考えられている経営者様も多いと思います。ただ、リニューアルを行って綺麗にするだけなら、資本力のある葬儀社様に負けてしまいます。いかに他社との差別化をできるビジネスモデルであるか、自社の想いを体現できる式場にするか、そして、その式場を責任もって任せることのできるスタッフ育成を行うか、この3点が非常に重要であると思います。

ー上野社長、本日はお忙しい中、ありがとうございました。ー

なぜ、花駒は式場リニューアルを成功させ業績を上げることができたのか？

こんにちは。船井総研の光田です。現在、会館が老朽化しておりリニューアルしようかどうか迷っている、そんな方も多いのではないのでしょうか？インタビュー記事にもありましたように、花駒様はリニューアルすることで、件数、売上だけでなく利益まで大幅に上げることに成功されました。

数字の変化だけ見ても

- 改装1年で87件が145件へ。（シェア10.4%アップ）
- 単店の営業利益が2500万円から4300万円へ。（営業利益率6%アップ）
- 入会件数がわずか44件から121件へ。（275%アップ）

と、この3つだけをとっても、非常に魅力的な実績です。また、大手互助会が式場の隣に出店してきても業績を上げているというのも目を見張るものがあります。レポート内に書くことはできませんでしたが、イマージュホール木津川の改装にかかった金額は約3000万円ということで、2年での投資回収も、一見に値します。

とは言っても、ただ単純に改装しても成功するわけではありません。

綺麗になったのはいいけれども施行件数は変わらないのでは、キャッシュフローを悪化させ、経営を苦しくさせるだけです。そうではなく、改装することで式場の稼働率をいかに高めていくか、更には粗利率改善などに繋げていくか、ということがポイントになるのです。

次ページでは、改装を成功させるためのポイントをまとめさせていただきます。

会館式場リニューアルを成功させるための5つのポイント

- ポイント① 上質な葬儀をお手頃価格で。
ハイイメージつき大衆商法型の家族葬対応
- ポイント② ローコストリニューアルで2年で回収
- ポイント③ 既存粗利率よりも最低3%アップする式場・商品設計
- ポイント④ リニューアル特需を活かした会員獲得
- ポイント⑤ 「店長制」×「独立採算制」が稼働率アップの鍵

上記のポイントを満たすことが出来れば、会館リニューアルは成功に繋がります。少し詳しく解説していきましょう。

ポイント①は、「こんなに綺麗な会館が、こんなお手頃な価格で利用できるの?!」とお客様に価値を感じてもらえるような式場にする必要があります。世の中には、「安かろう悪かろうの葬儀社」や「高くて良いもの」は、多く存在します。しかし、本当に業績を伸ばしている葬儀社は「良いものをお手頃な価格で提供する葬儀社」です。

花駒様もまさにこのモデルと言えます。お手頃な価格であるにも関わらず、故人様とご家族を身近に感じて頂ける取り組みや、お食事を提供する際にもひと手間をかけて提供するようにしています。船井総研では、この「ハイイメージ大衆商法」モデルを「プレミアムコンパクト葬」と呼んでいます。

ポイント②は、「投資回収に見合った投資額に抑える」です。リニューアルをすることによって、どのぐらいの営業利益が高まるのかを、きっちりと算段して2年で投資回収ができるような改装がベストと言えます。

もし仮に、貴方の所有する式場が大箱でリニューアルに2億円を超える場合でも最長5年で回収が見込めるリニューアルにしなければなりません。つまり償却前の営業利益プラス4000万円が見込めるかどうか、そこがリニューアルの一つのポイントとなります。実際にご支援先の中には2億円かけてリニューアルを行い、わずか3年で投資回収をされた葬儀社様もあります。

ポイント③は、「リニューアル前よりもリニューアル後の方が、粗利率が高まる式場設計、商品設計を行う必要があります。」このポイントは、式場の導線設計により業務効率を高める、デザインにより粗利率を高める、そして、プラン表の改善によって原価率を落とす、というところを綿密に計算して行う必要があります。

なぜ、花駒は式場リニューアルを成功させ業績を上げることができたのか？

ポイント④は、リニューアル特需を活かした会員獲得の徹底です。花駒様もリニューアル後、事前相談の件数が44件から127件へと格段に伸びました。しっかりと事前相談への対応、入会までの導線設計を行うことによって、会員への入会率を高めています。ここで、ただ見に来ただけで終わらせてしまう葬儀社が多く、そういった葬儀社は失敗している傾向にあります。お越しいただいたお客様に施設面だけでなく、接客面でも感動していただき入会までつなげることができるか、これが成功と失敗との分かれ道になります。

ポイント⑤は、マネジメント面です。ポイント①～④をしっかりと実行するためには、店長を立てることが必要不可欠となります。花駒様では、店長にはリニューアル前の設計段階、コンセプト決めから携わらせることによって、その式場への愛着、そして責任感を持ってもらうようにされておりました。また、数字的意識を持たせることができるかもポイントとなるので、独立採算制を取り入れました。店長が利益意識まで持つことができ、稼働率を高めるため自主的に行うようになりました。独立採算制を導入することは難しく聞こえますが、意外と簡単なことですので安心ください。

さて、今まで式場リニューアルを成功させるための5つのポイントをお伝えさせて頂きました。これらのポイントをおさえながらリニューアルをすれば、自然と成功に近付いていきます。我々がたくさんの式場リニューアルに携わらせていただく中で、つくづく実感していることがあります。それは葬儀社の利益率は式場の稼働率が高まれば高まるほど上がっていく、ということです。

非常に当たり前のことではありますが、このインパクトは計り知れないものがあります。例えば、花駒様の場合であれば、売上は3200万円のアップで、営業利益は18000万円もアップしたのです。その他の葬儀社様でも式場リニューアルによって、なんと営業利益を7000万円プラスにされた会社様もあります。

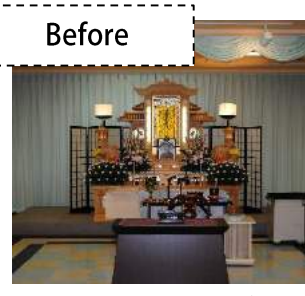
リニューアルしたいけれども、リニューアル期間中の葬儀を断らないといけないのではないかと不安に思われる葬儀社様もあると思います。その場合でもご安心ください。また違う策を講じながら、式場リニューアルを行っていければ、他社に施行が流れていかないようにすることもできます。

多くの葬儀社様が10年以上前に建てた式場のリニューアルを検討する段階に来られていると思います。是非、このレポートをご参考にしてください。我々のご支援先では、リニューアル後大幅に業績を上げられています。

リニューアル成功事例（一例）



リニューアル1年で、営業利益7,000万円アップ



リニューアル1年で、売上3200万円アップ



フルリニューアル1年で、件数160%アップ



紙面の都合上これ以上載せることができなかったのですが、これはほんの一例です。どのような葬儀社が式場リニューアルを行った方が良いかのチェックpointを作りましたので、チェックしてみてください。

式場リニューアル チェックpoint

- ☐ 既存式場の老朽化が最近気になってきた。
- ☐ リニューアルしたいが、リニューアル中に施行を止めたくない
- ☐ 既存式場の中に家族葬対応式場を作りたいと考えている
- ☐ 広い駐車場がある
- ☐ 家族葬の割合が施行数の3割以上になってきている
- ☐ 会葬人数が減ってきた、と最近顕著に感じる
- ☐ 「家族葬＝安い」のイメージがお客様、従業員ともに染み付いている
- ☐ 他社の営業に手を焼いている
- ☐ 家族葬式場を作りたいが、現状の借入が多く出店に踏み切れない
- ☐ 会員獲得が年間1,000世帯以下である
- ☐ 2代目、3代目経営者で、今後自社の経営を担っていかなければならない

もし、1つでも当てはまる項目がある方は、
これから式場リニューアルを行うことで
今まで以上に業績を上げることの出来るチャンスがあります！

▶▶▶ 次のページにどうぞお進みください。

「葬儀社繁盛レポート2018」をお読み頂いた
熱心な経営者様へ**セミナー**のお知らせです。

6年連続
**満員
御礼**

昨年参加者は
120名超え！

大阪会場
3月13日(火・友引)

東京会場
3月29日(木・友引)

葬祭業全国経営者フォーラム2018

今年のフォーラムは**式場リニューアル**がテーマに！

(株)花駒の上野社長がご登壇！

業績アップの秘訣を赤裸々に語って頂きます！

お忙しい中、繁盛レポートをお読み頂きありがとうございました。

きつとここまでお読みいただいた経営者様の中には、「リニューアルしたいなあ」と感じて頂いた方もいらっしゃると思います。また、花駒という会社自体にご興味を持っていただけたのではないかと思います。

私が120社以上の葬儀社の決算書を見てきた中で、専門葬儀社としては花駒様の利益率は非常に高いものがあります。利益率が高い要因は、イマージュホール木津川のリニューアルにより稼働率が上がったことが大きく影響しています。今までも順調に業績を伸ばされてきていたので、上野社長には2度、船井総研のセミナーでご講演をさせていただいております。

しかし、今回は、今までとはわけが違います。自社の隣に大手互助会が出店してきたのです。本来なら、危機的状況に陥ってもおかしくない中で、今まで以上に業績を上げ利益を増やしていく花駒様の姿には目を見張るものがあります。

最近の葬儀業界は第3次出店ブームといっても過言ではないくらい出店のラッシュが続いております。我々が昨年お手伝いさせていただいた出店件数も28式場、と今までの中で一番、お手伝いをさせていただいた年となりました。一方、「最近、自社の近くに競合が進出してきた。」という会社も多くあるのではないのでしょうか？

そのような状況下においても業績を上げ続ける花駒様の経営手腕は、葬儀業界の経営者様は大いに参考になると考え、今回、セミナーをご依頼申し上げました。上野社長には「今回は最後の講演になるかもしれないけど、皆様のお役に立てるなら喜んで」とご快諾をいただきました。

当日は、赤裸々に競合状況等も踏まえ、イメージホール木津川の成功事例をお話しいたします。

私たち船井総研では、2004年から葬儀業界のコンサルティングをはじめ、現在、全国で100社以上の葬儀社様の支援をさせていただいております。近年は、昔建てた式場の老朽化が目立ち、リニューアルは避けて通れないような状況になりつつあります。

リニューアルをして、「ただ綺麗になった」ではなく、リニューアルしたから業績が上がった、と言える改装を是非とも皆様にはしていただきたいと思っております。

今回のセミナーでは、実際に花駒様が行ったリニューアル事例だけでなく、様々な会社のリニューアル事例もお伝えできればと思っています。販促物やリニューアルのbefore、afterの写真や配置図をお見せすることで、より具体的に皆様の会社に置き換えて考えることができるセミナーになっております。

上野社長に本当に赤裸々に語って頂くため、不特定多数の方に見せることのできない内容もあります。もし商圏のバッティングなどが見られるなどの理由がある場合は、セミナーにお申し込み頂いてもお断りさせていただく場合がございますのでご了承ください。それぐらい本気で成功事例を語らせていただきます。

今回はDVD等の販売、テキストのみの販売等はいませんので、是非、大阪会場・東京会場のどちらかにお越しください。

ちなみに、昨年開催させていただきました「葬祭業全国経営者フォーラム2017」は120名を超える方にご参加頂き満員御礼、キャンセル待ちの状態になってしまいました。

今年はお部屋の都合上、東京会場先着60席、大阪会場先着30席のご用意となっております。申し訳ございません。是非、お早目にお申し込みください。



業績が上がりづらくなってきた現代ではありますが、地域密着で、地域になくてはならない葬儀社として活躍することを目指す葬儀社様を私達は全力で応援したいと思っております。そして、業界を発展させたい、と本気で思っています。会場でお会いできることを楽しみにしております。長時間お読み頂き誠にありがとうございました。

株式会社船井総合研究所
エンディンググループ グループマネージャー
シニア経営コンサルタント

光田 卓司



Funai Soken

葬祭業経営の情報が集まる!

葬儀経営.com

＼是非ご覧ください／

葬儀 経営

検索

葬儀の経営情報をメルマガにて毎週1回配信中!

メルマガ登録は、「**葬儀経営.com**」
もしくは「**下記QRコード**」よりご登録ください。



登録特典

葬祭業向けFAX新聞

**選ばれる葬儀社になるための
成功エクспレス**

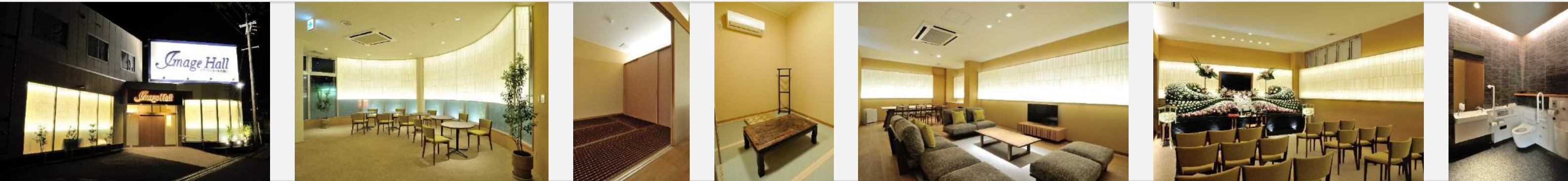
バックナンバー全巻無料ダウンロード!

セミナーは「**葬儀経営.com**」からもお申込みいただけます。

葬祭業全国経営者フォーラム2018

今年のテーマは
式場リニューアル

なぜ？株式会社花駒は式場リニューアルで件数を167%も伸ばしたのか
ある日突然、本社式場の隣に大手互助会が出てきても業績を伸ばし続ける秘密



老舗葬儀社が取り組むべき式場リニューアル手法がわかる1日

大阪会場

2018年

3月13日

火

友引

東京会場

2018年

3月29日

木

友引

step 1

老舗葬儀社がリニューアルを成功させる5つのポイント

- 式場老朽化による改装を成功させる方法
- リスクを最低限に抑え、式場リニューアルを行い最大の業績アップを行う方法
- 成功するリニューアル、失敗するリニューアルその違いと抑えるべきポイント

株式会社船井総合研究所

エンディンググループ
グループマネージャー
シニア経営コンサルタント

光田 卓司

step 2

なぜ？花駒は業績を伸ばし続けるのか？

- なぜ、木津川ホールのリニューアルは成功したのか？
- 式場の隣に、大手互助会が出店してくると聞いてまず手を打ったこと
- 社員を巻き込んでの式場リニューアル。どのようにして自発的に動く店長を育成したのか

ゲスト
講演

株式会社花駒

代表取締役

上野 雄一郎氏

step 3

老朽化が進む式場のリニューアル成功事例公開

- 式場リニューアルで件数1.5倍以上にする販促手法
- 式場リニューアルを活かした商品設計で、粗利率を5%アップ手法
- オペレーション効率率とる上げるための式場リニューアルの導線設計事例

株式会社船井総合研究所

プレミアムコンパクト葬チーム
チームリーダー
チーフ経営コンサルタント

大道 賢作

step 4

貴社が明日から取り組むべき、絶対に失敗しない式場リニューアルの道のり

株式会社船井総合研究所

エンディンググループ・グループマネージャー・シニア経営コンサルタント 光田 卓司

下記に1つでもチェックの入った方には必見のセミナーです。写真や実際のツール、数字を使って、講演させていただきます。

- ☐ 既存式場の老朽化が最近気になってきた。
- ☐ リニューアル中に施行を止めたくない
- ☐ 広い駐車場がある
- ☐ 家族葬の割合が施行数の3割以上になっている

- ☐ 事業承継で、今後経営を担っていかなければならない
- ☐ 「家族葬＝安い」のイメージが従業員にある
- ☐ 他社の営業に手を焼いている
- ☐ 現状の借入が多く出店に踏み切れない

満員御礼キャンセル待ちになる可能性があります。



**ご興味をお持ちの方は
今すぐお申し込みください**

日時・会場

大阪会場

2018年 3月13日(火)友引
 株式会社船井総合研究所 淀屋橋セミナープレイス
 〒541-0041 大阪市中央区北浜4-7-28 住友ビル2号館 7階

地下鉄御堂筋線
 「淀屋橋駅」
 ⑩番出口より
 徒歩3分

東京会場

2018年 3月29日(木)友引
 株式会社船井総合研究所 東京本社
 〒100-0005 東京都千代田区丸の内1-6-6 日本生命丸の内ビル21階

JR「東京駅」
 丸の内北口より
 徒歩1分

開催時間

13:00
 ▼
 16:50

受付12:30~

諸事情により、やむを得ず会場を変更する場合がございますので、会場は受講票にてご確認ください。また最少催行人数に満たない場合、中止させていただく場合がございます。尚、中止の際、交通費の払戻し手数料等のお支払いはいいたしかねますので、ご了承ください。

受講料

一般企業 税抜 40,000円 (税込 43,200円) / 一名様 会員企業 税抜 32,000円 (税込 34,560円) / 一名様

※ご入金の際は、税込金額でのお振込をお願いいたします。

- 受講料のお振込は、開催日の1週間前までにお支払いいたします。●ご参加を取り消される場合は、開催日より3営業日(土・日・祝除く)前の17時迄にお電話にて下記申し込み担当者までご連絡ください。また、お振込の50%、当日および無断欠席の場合は、100%をキャンセル料として申し受けますのでご注意ください。
- 会員企業様とはFUNAIメンバーズPlus(無料お試し期間は除く)、各業種別研究会にご入会中の企業様です。

お申込方法

下記のFAX送信用お申込用紙をご利用ください。

お申込いただきました後、郵便にて「受講票」と「会場の地図」をお送りいたします。万が一1週間前までにお手元に届かない場合は、下記担当者までご連絡ください。

お振込先

下記口座に直接お振込ください。

お振込先 三井住友銀行(0009)近畿第一支店(974) 普通 No.5785743 口座名義:カ)フナイツウゴウケンキウシヨ セミナーグチ

お振込口座は当セミナー専用の振込先口座でございます。 ※お振込手数料はお客様のご負担とさせていただきます。

お問合せ



明日のグレートカンパニーを創る

株式会社 船井総合研究所

TEL 0120-964-000 (平日9:30~17:30)

お申込専用

FAX 0120-964-111 (24時間対応)

●申込みに関するお問合せ:新本 ●内容に関するお問合せ:光田 卓司

※受講票の発送をもってセミナー受付とさせていただきます。

お問合せNo. S028556 担当 新本 宛

葬祭業全国経営者フォーラム2018

FAX:0120-964-111

ご希望の会場に ☒ をお付けください。 ☐ 【大阪会場】 2018年 3月13日(火)友引 ☐ 【東京会場】 2018年 3月29日(木)友引

フリガナ				フリガナ			
会社名				代表者名			
会社住所				フリガナ	役職		
TEL	()			ご連絡担当者			
FAX	()			E-mail	@		
				HP	http://		
ご参加者氏名	フリガナ	役職	年齢	フリガナ	役職	年齢	
	フリガナ	役職	年齢	フリガナ	役職	年齢	
	フリガナ	役職	年齢	フリガナ	役職	年齢	
	フリガナ	役職	年齢	フリガナ	役職	年齢	

今、このお申し込み用紙を手に入れている方は、間違いなく業績アップに真剣に取り組んでいる数少ない方々の1人だと思います。そんな勉強熱心なあなたは現在、経営状況等にどのようなお悩みをお持ちでしょうか? 下記に現状の課題をできるだけ具体的に整理してください。

上記の課題解決に向け、今回のセミナーにご参加される方に限り、無料個別経営相談を行います。(どちらかに ☒ をお付けください。)

☐ セミナー当日、無料個別経営相談を希望する。

☐ セミナー後日、無料個別経営相談を希望する。(希望日 月 日頃)

ご入会中の弊社研究会があれば ☒ をお付けください。

☐ FUNAIメンバーズPlus

☐ その他各種研究会(

研究会)

【個人情報に関する取り扱いについて】

- 申込用紙に記載されたお客様の情報は、セミナーのご案内といった船井総研グループ各社の営業活動やアンケート等に使用することがあります。(ご案内は代表者様宛にお送りすることがあります)法令で定める場合の(ほか、お客様の承諾なしに他の目的に使用いたしません。
- お客様の情報管理につきましては船井総研グループ全体で管理いたします。詳しくはホームページをご覧ください。
- セミナーのご案内時に、いただきました住所・貴社名・部署・役職・ご担当者氏名を船井総研グループが個人情報の管理について事前に調査した上で契約しましたダイレクトメール発送代行

会社に発送データとして預託することがございます。

- 必要となる情報(会社名・氏名・電話番号)をご提供いただけない場合は、お申込のご連絡や受講票の発送等ができない等、お手続きができない場合がございます。
- お客様の個人情報に関する開示、訂正、追加、停止又は削除につきましては、船井総研コーポレートリレーションズ・顧客データ管理チーム(TEL06-6232-0199)までご連絡ください。

【個人情報に関するお問い合わせ】
 株式会社船井総研ホールディングス 総務部法務課(TEL03-6212-2924)



事務処理用コード

検

※ご提供いただいた住所宛のダイレクトメールの発送を希望されないときは、☒を入れて当社宛にご連絡ください。ダイレクトメールの発送を希望しません ☐