

無料進呈 ¥0

地方の葬儀社
だからこそできる!

地縁 × マルチブランド戦略で

1拠点
年間 **444** 件

1拠点複合式場による業績アップストーリー



巻頭インタビュー

地域密着型葬儀社 株式会社リンクモアは
なぜ、1拠点で400件以上の葬儀施行を
行うことができるのか?

株式会社リンクモア
専務取締役
船水 真悟 氏



駐車場横に家族葬式場 **OPEN!**
稼働件数 **120件!**

競合が多数あるにもかかわらず

青森市内全域からの施行依頼が入る、**その理由。**

1拠点地域イベント **年間50回超え!**

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

家族葬経営フォーラム2019

TEL.0120-964-000 平日 9:30~17:30

お問い合わせNo. S040081

FAX.0120-964-111

24時間
対応

お申し込みに関するお問い合わせ: 指田 内容に関するお問い合わせ: 光田

地縁型×マルチブランド戦略で1拠点444件施行！ 株式会社リンクモアの秘密に迫る。

1拠点で450件近い葬儀施行を行っている」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？

今回の葬祭業繁盛レポート2019夏版では、
家族葬が一般化するなか、他社との差別化をはかることのビジネスモデルを確立し、
地縁型×マルチブランド戦略**リンクモアの成功の要因**に迫ります。

今までフェアや業界誌で語られることのなかったリンクモアとは？！

【企業概要】



■ 商圏エリア

青森市全域

■ 会館数

4会館（平安閣本館、アネックス、カシータ・カシータ光）

※この夏1会館OPEN

■ 売上高

約5.5億円

■ 施行件数

2018年度 約480件

■ 従業員数

34名（正社員10名・パート・契約社員24名）

■ 株式会社リンクモアの概要

株式会社リンクモアは、昭和42年（1967年）の設立以来「心の絆をだいに。」

「誠心誠意」をモットーに営業活動を行っている。

冠婚葬祭は人と人の心を結ぶ大事な儀礼であるという想いを胸に、青森市地域密着の経営を続けている。

コンセプトに「青森市を元気に」を掲げ、葬儀だけでなく、地域密着のイベントを多数開催。朝市などの定期的に行われるイベントは現在では行列ができ、地域の方に欠かすことのできない行事となりつつある。

株式会社リンクモアのすごいポイント！

Point①

1拠点で年間

444件の

施行受注

Point②

地縁型イベント

年間50以上開催！

Point③

5年連続

増収増益！

Point④

式場のドミナント

展開を実現！

Point⑤

会員数

純増中！

青森市地域密着型葬儀社の(株)リンクモア。 青森市を元気に！をコンセプトにプル型営業を実施。

—リンクモア様は地域密着で葬儀を行われておりますので、あまりご存知ではないかたもいらっしゃると思いますので、まずは貴社のことをお教えください。—

はい。リンクモアは「青森市を元気に！」をコンセプトに、青森市地域密着で活動している互助会です。創業は昭和42年に青森冠婚葬祭互助会として設立しました。昔は結婚式のお手伝いもしておりましたが、現在は葬儀のみの運営をしております。会館数は平安閣本館、アネックス、カシータ、そして、昨年OPENしたカシータ光の4会館で運営しております。本館とアネックス、カシータはほぼ同一の敷地内にあります。そんな中で年間500件弱の葬儀施行のお手伝いをさせていただいております。



株式会社リンクモア 専務取締役 船水 真悟氏

—互助会と言えば、訪問営業スタイルをイメージする方が多いと思うのですが、リンクモアさんも同様のスタイルなののでしょうか？—

いえ、私たちは個別訪問を行う営業のスタッフは一人も雇っていません。基本的にはイベントや事前相談、施行のお手伝いをさせていただいたお客様から口コミでの紹介などで会員にご入会していただいているような営業スタイルです。

—個別訪問専任のスタッフはいないのでですね。互助会の中では珍しい営業スタイルですね。競合他社も同じようなスタイルなののでしょうか？—

いいえ。競合他社様はよくご訪問されていると耳にします。特に青森市は不思議な地域で、専門葬儀社がグループになって互助会を運営されているエリアでもあります。つまり、葬儀社の8割が互助会を持っていると言っても過言ではありません。

—8割が互助会？これは相当、競争の激しいエリアですね。そんな中、リンクモア様は業績を上げ続けています？そのポイントは何なのでしょう？—

先ほどもお話しした通り、我々は互助会営業専任のスタッフがいません。その代わりに地域とのつながりを作るための取り組みを徹底しています。例えば、5月～11月まで毎月開催される「朝市」、毎月友引に開催している「相談会」、感謝祭や人形供養祭、入会キャンペーンなどの大型イベントを開催することでお客様との接点を増やすようにしました。この取り組みは4年前より開催し、互助会の口数が減って行く数の方が多いと言われる互助会業界の中でも営業スタッフなしに口数を増やすことが出来ています。

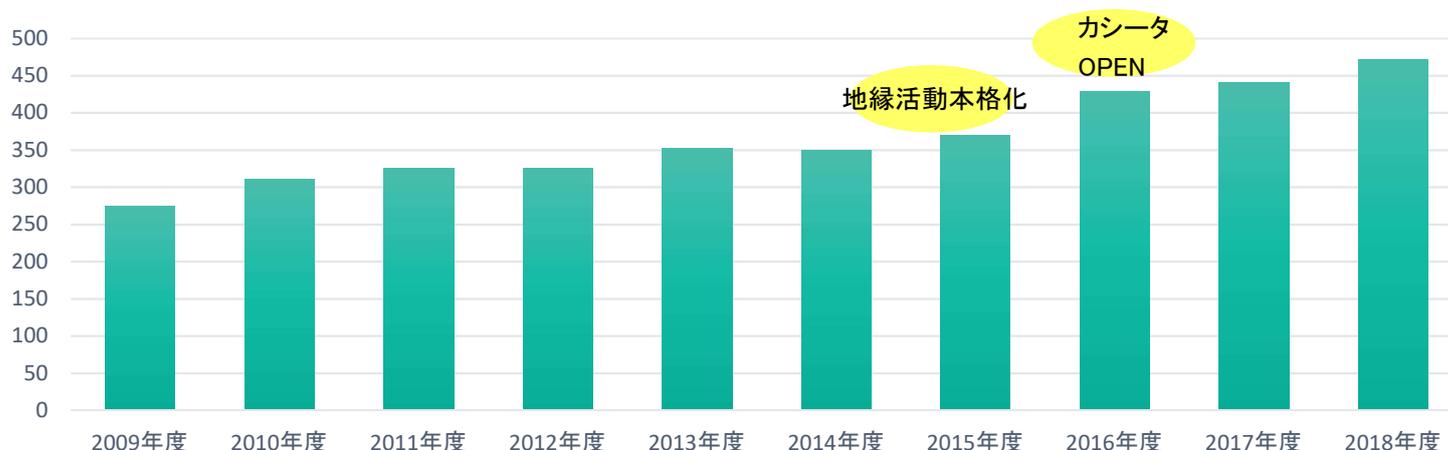
年50回を超す地縁型イベント。 そして、家族葬ブランドカシータにより全客層にあった商品展開を。

年50回以上開催される地縁型イベント(左から朝市・終活セミナー・人形供養祭)



「なるほど。互助会の口数を増やしているのには、地縁型活動の賜物なのですね。実際の数字の推移はどのような推移をたどっているのでしょうか？」

図でわかる通り、この地縁型活動を行うまでの施行件数は350件でした。しかし、この地縁型活動を行い始めてからは年々件数もシェアも上がってきております。また、2016年に大きく施行件数を伸ばすことをできたのが、平安閣本館・アネックスの隣接地に家族葬ブランドカシータを建設したことが大きかったです。



「隣接地に家族葬ブランドを立ち上げたのですね？普通だと自社式場内でカニバリズム(お客様の取り合い)が起こってしまうのではないかと、懸念してしまうのですが、リンクモア様はどのように考えられていたのでしょうか？」

実は、私どもも最初は食い合ってしまうのではないかと懸念していた部分もありました。しかし、多少の影響はありましたが、結果的には施行件数も100件近く増える結果になったのです。我々自身が非常に驚きました。

「そのポイントは何だったと思いますか？」

カシータブランドはハイイメージな家族葬式場とし、価格帯も本館やアネックスとの差別化をおこないました。アネックスは一般葬をメインに、本館は大衆的な価格帯で家族葬も一般葬もできる会館に明確に位置付けを行いました。

カシータブランドの確立。

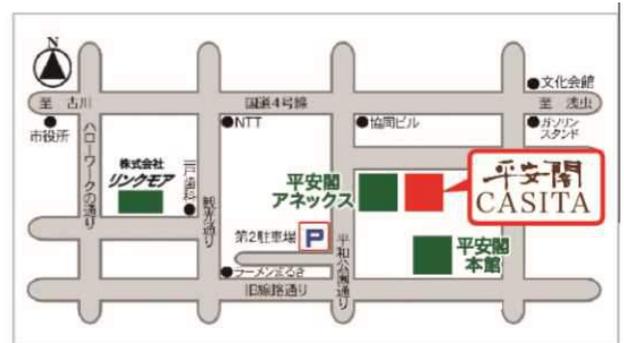
そして、青森市全域へドミナント展開。次なるステージへ。

そして、カシータはハイイメージでミドルの価格帯で家族葬を行いたいという客層を狙いにきました。その結果、幅広い客層から支持をえることができ件数を増やしていくことに成功しました。現在、本館、アネックス、カシータの3式場の件数合計444件に至るまで成長しました。



—なるほど。式場ごとに会館設計、プランを変化させお客様の幅広いニーズを拾いにいったということですね。商圈範囲はどうなりましたか？—

もともと、地縁活動を徹底してやっていたことも功を奏して、青森市全域からご依頼をいただけるようになっていきました。車5分～10分圏内の範囲が一般的な葬儀社の商圈範囲だと耳にしますが、我々は車20分～30分からでもお客様がご依頼してきてくれます。この辺りは、多ブランドを作って幅広い客層を取りに行けうようになったと考えられます。



—地縁×多ブランド戦略で、幅広い客層を取りに行くことで商圈範囲も広がったということですね。ちなみに、今後はどのような戦略を考えているのでしょうか？—

ある程度、広範囲の商圈を抑えることができているのですが、それでもまだ遠いという理由で我々を選んでいただけないお客様もいらっしゃいます。そういう方にも、我々のサービスを受けていただきたいと思っているので、今後はカシータブランドで青森市内に多拠点化していきたいと考えています。

—多拠点化して、より多くのお客様にサービス提供をおこなっていくということですね。—

はい。昨年の秋にはカシータ光、そして、この夏にはカシータ雫というものを展開していきます。今後も良い立地条件に物件があれば展開していきたいな、と考えています。そして、少しでも我々のコンセプトである「青森市を元気に！」に貢献していきたいと考えております。

—本日はお忙しい中インタビューにお答えいただき誠にありがとうございました。—

株式会社リンクモアが実践する 地縁型×マルチブランド戦略で1拠点稼働率最大化のポイント。



こんにちは。船井総研の光田です。(株)リンクモア船水専務のインタビュー記事はいかがだったでしょうか？地域密着で営業しておられる葬儀社様にはとってとても参考になるのが、既存式場の隣接地に家族葬式場をOPENさせ、件数を伸ばしている点です。しかも、その数がなんと、**1拠点で444件という件数はまさに異常値ではないでしょうか？**

今、「20年近く前に建設した式場が老朽化してきた」「昔建てた式場のそばに競合葬儀社が新しい式場を建ててジワジワとシェアが落ちてきた」などということが老舗の葬儀社には多く起こっているのではないのでしょうか？

日々、コンサルティングを行っている中で、既存会館の活性化に関してアドバイスを求められる機会が多くなっています。改装をするべきなのか、駐車場に新たな式場を作るべきなのか、それとも、新たな土地を求め新規出店すべきなのか。

そのような場合、まず考える順番としては下記の順番で考えていきます。

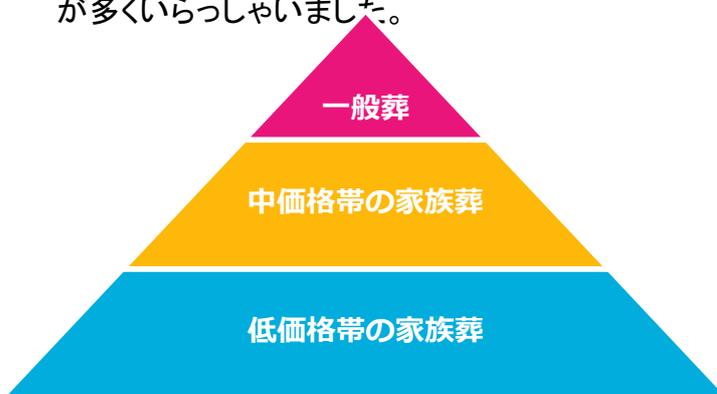
- ① 地縁型活動を通してシェアアップを行う
- ② 自社式場の稼働をとめて改装を行っても、他自社式場にお客様を流すことができ、工事期間中の売上がキープできる場合は、自社式場を改装し家族葬式場を作る
- ③ 既存店の駐車場が広い、ないし、隣接地が開いている場合は新たに家族葬式場を建設する

リンクモア様の場合は、①の地縁型活動を行いシェアを上げたのちに、③の隣接地に家族葬ブランドの建設を行いました。

①での地縁型活動では地域密着型のイベントを年50回以上開催。一般の方向けの相談会、朝市、感謝祭、人形供養祭、終活イベント、入会キャンペーンなど、とにもかくにも行えることを徹底して行い地域とのつながりを深くしていきました。地域の幅広い客層と触れあう機会を増やしたのです。

会員様向けには、会員向け限定勉強会、そして、VIP客向けにお花見会などを行うことでリンクモアのファン客を作ることに徹していきました。そうすることでジワジワと足元のシェアが拡大していったのです。

そして、③の家族葬ブランド立ち上げとなります。③の家族葬ブランド「平安閣カシータ」を立ち上げたことで、今までとることが出来ていなかった客層からの依頼が増えました。今までリンクモア様でも家族葬はありましたが、どちらかという、「費用負担を軽減したいという理由で家族葬がしたい」という客層が多くいらっしゃいました。



左の図でいう真ん中の中価格帯の家族葬客層は他社に流出してしまっていたのです。

平安閣カシータでは、この中価格帯の家族葬を狙いに行くことで、今までリンクモア様を選ぶことがなかった客層を狙いにいったのです。

幅広い客層をカバーできるようになったことで今でも「お金はいくらでもかけてもいいけど家族葬でしたい」というお客様からのご依頼も受けています。

つまり、既存式場の同一商圏内に家族葬式場をOPENさせた際の成功のポイントは下記のとおりとなります。

同一商圏内に家族葬ブランドを立ち上げるための5つのポイント

ポイント① 地縁型活動を行い幅広い客層との接触を持つ

ポイント② 既存式場で家族葬を行っているお客様の分析をする

ポイント③ 現状とれていない客層が魅力を感じる式場を設計する

ポイント④ 既存の商品とは一味違う商品設計を行う

ポイント⑤ 集客戦略の徹底でどれだけの新規の会員獲得ができるか

株式会社リンクモアが実践する 地縁型×マルチブランド戦略で1拠点稼働率最大化のポイント。

この5つのポイントを押さえれば、既存店の改装、ないし、駐車場や隣接地への式場建設で失敗することはありません。しかし、闇雲に式場を出してしまうと、シェアを喰いあうだけでなく単価をダウンさせてしまうという最悪の展開を生んでしまう可能性もあります。

既存式場を「金の生る木」へと変化させ是非とも地域密着の葬儀社として地域のお客様になくてはならない会社へと変わってください。そして、そのブランドを武器に、リンクモア様のように店舗展開を行い業績を上げていってください。

貴社の既存会館1拠点の稼働率最大化 チェックpoint

- 既存式場がOPENより15年近くたっており老朽化が目立ってきた
- 既存式場のシェアがジワジワ競合に奪われつつある
- 既存式場の家族葬比率が高くなってきたが、家族葬専用のホールがない
- 既存式場の単価が下がってきている
- 旗艦店となる1拠点あたりの年間施行件数が200件を下回っている
- 一般葬プランと家族葬プランが別々に存在しない
- 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
- 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、
既存式場に家族葬ブランド立ち上げることで
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2019 夏」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。

10回連続
**満員
御礼**

家族葬経営フォーラム2019

東京会場
7月5日(金・友引)

今年のフォーラムは、本邦初公開の事例！

(株)リンクモアの船水専務がご登壇！

リンクモア成長の軌跡についてせきららに語って頂きます！

お忙しい中、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は、「1拠点444件はすごいな。」「既存式場に家族葬式場を併設させて売上を上げることができているな」「(株)リンクモアってどんな会社なんだろう？」など、ご興味を持っていただけたのではないかと思います。

互助会を運営されているにも関わらず互助会の募集獲得をするための専門の営業員もおいておりません。つまり、営業手法としては専門葬儀社と何も変わらないといっても過言ではありません。そんな中、業績を伸ばし続けるために行った、地縁活動と同拠点内のマルチブランド戦略。これは老舗葬儀社にはこれから求められる手法です。

そのような事例を是非、全国の葬儀社様にシェアさせていただきたいと思い、今回リンクモア様にご講演依頼をさせていただき、ご快諾をいただきました。

今回のセミナーでは、実際にリンクモア様がに行ったイベントや販促物、実際の設計図面をお見せしたり、更にはどのような価格帯の商品づくりをしているかなど、普段、知ることの出来ない情報を赤裸々にお伝えさせていただきます。

ただし、今回は緊急企画ということもあり席数を限定30席とさせていただきます。毎回、ゲストをお呼びして開催するセミナーはキャンセル待ちになりますので、ぜひ、お早めにお申し込みください。

お会いできることを楽しみにしております。

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

光田 卓司

家族葬経営フォーラム20

なぜ？株式会社リンクモアは1拠点で444
本邦初公開！注目の葬儀社“リンク



葬儀社が取り組むべき、「地縁×マルチブランド戦略」が

19

老舗葬儀社が今後取るべき戦略
既存式場のマルチブランド戦略。

件の施行を受注することができるのか？
モア”の地縁×マルチブランド戦略



わかる特別な1日

東京会場
東京駅丸の内北口1分

2019年 金
7月5日

友引 13時～16時30分

step 1

なぜ、(株)リンクモアは件数が
1拠点で444件の受注があるのか？

- 地域密着の葬儀社が行うべき地縁戦略
- 同一拠点内、複数ブランド閃絡を成功させるための押さえておくべきポイント。
- 地域一番店になるために今の葬儀業界で求められること。客層をどれだけ因数分解することができるかがキーポイント。

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
エグゼクティブ経営コンサルタント

光田 卓司

step 2

リンクモアの
実際に、

- リンクモアが実際に行っている地縁活動実例公開！
- 家族葬ブランド平安閣カへの影響は？
- マルチブランド戦略からの地域密着葬儀社だからで

ゲスト
講演

株式会社リン
クモア
専務取締役

現場では
何が起きているのか

- いる地縁活動実例公開！
- シータOPEN後の既存店
- 店舗展開へ。きるドミナント戦略。

クモア

船水 真悟氏

step 3

老舗葬儀社が実践している
地縁×マルチブランド戦略
全国の事例公開！

- 生産性を向上させるために抑えるべき5つのポイント
- 金宝堂が思い切って件数拡大に踏み切れる理由はバックヤード部門の充実にあった。
- 中小葬儀社の生産性向上策！生涯顧客単価アップ、1件あたり獲得コストを下げる手法。

株式会社船井総合研究所

チームリーダー
シニア経営コンサルタント

大道 賢作

step 4

老舗葬儀社における正しいマルチブランド戦略。
既存式場の活性化が、これからの経営を左右する。

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・エグゼクティブ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。

- 既存式場の老朽化が目立ってきた
- 既存式場のシェアがジワジワ競合に奪われつつある
- 既存式場内に家族葬専用のホールがない
- 既存式場の単価が下がってきている
- 旗艦店となる1拠点
- 一般葬プランと家族
- 他社の営業に手を
- 家族葬式場を作った

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。

あたりの年間施行件数が200件を下回っている
葬プランが別々に存在しない
焼いている
いが、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

葬儀経営の情報満載！ 葬儀経営.comより お申込みいただけます

葬儀経営

検索

<http://sougikeiei.com/>

下記、QRコードよりお申込みいただけます。



セミナーページURL

<https://sem.sougikeiei.com/seminar/040081/>

日時・会場

東京会場
 2019年 7月5日(金)
 株船総合研究所 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 開始 終了
13:00 ▶ 16:30 (受付12:30より)

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。
 ●受講料のお振込みは、お申込み後速やかにお願いたします。 ●ご入金確認後、受講票の案内をもってセミナー受付とさせていただきます。
 ●万一、開催4営業日前までに受講票の案内が届かない場合や、セミナー開催4営業日前までにお振込みできない場合は、下記へご連絡ください。なお、ご入金を確認できない場合は、お申込みを取消させていただく場合がございます。 ●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すようお願いいたします。それ以後のお取消の場合は、受講料の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、各業種別研究会にご入会中の企業様です。

お申込方法

WEBからのお申込み 下記QRコードよりお申込みください。クレジット決済が可能です。
 受講票はWEB上で確認いただけます。
FAXからのお申込み 入金確認後、受講票と地図を郵送いたします。
 お振込いただいたにも関わらず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.5785761 口座名義:カ)フナイツウゴウケンキユウシヨ 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) **FAX 0120-964-111** (24時間対応)
 ●申込みに関するお問合せ:指田 ●内容に関するお問合せ:光田

ご入金確認後、受講票の案内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. **S040081** 担当 **指田 宛**

家族葬経営フォーラム2019 **FAX:0120-964-111**

フリガナ	業種	フリガナ	役職	年齢
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	フリガナ	役職	年齢
	フリガナ	フリガナ	役職	年齢
	フリガナ	フリガナ	役職	年齢
	フリガナ	フリガナ	役職	年齢
	フリガナ	フリガナ	役職	年齢
	フリガナ	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人だと思えます。
 そんな勉強熱心なあなた様は今現在、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】
 1.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。
 2.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確認ください。
 3.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提供することがございます。
 4.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、お申込のご案内や受講料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。
 5.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・顧客アーク管理チーム(TEL:016-6204-4666)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 総務部法律課(TEL:03-6212-2924)

