

無料進呈 ¥0

パチンコ店から新規参入1年目にも関わらず

建坪60坪の**1日1組の家族葬**専用式場で

単店
施行
件数

110件 **超え** **OPEN1年/**



巻頭
インタビュー

経験者**0人**からのスタート。地域最後発でも初年度から
単店施行件数**110件**を達成した出店成功ストーリー。

Point **1** 初年度から単店売上**6,500万!** 営業利益**1,500万**達成!

Point **2** 地域最後発でも初年度**110件**達成する幸成社の出店戦略

Point **3** 日本初?! 1号店オープンから**たった半年で**
パチンコ店**2階**に**2号店**をオープン!

Point **4** 粗利率**80%越え**でも顧客から選ばれる商品プラン作り

Point **5** 新規採用**無し!** 経験者**0人!**
人員はパチンコ店スタッフから雇用



特別講師
株式会社幸成社
家族葬 ひとつき
支配人 **吉村 儀 氏**

主催

明日のグレートカンパニーを創る
Funai Soken

家族葬フォーラム2020

TEL.0120-964-000 平日 9:30~17:30

お問い合わせNo. S053357

FAX.0120-964-111 24時間
対応

株式会社 船井総合研究所 〒541-0041 大阪市中央区北浜4-4-10 船井総研 大阪本社ビル

お申込みに関するお問合せ：櫻田 内容に関するお問合せ：野町

土地150坪、建坪60坪の1日1組家族葬貸切式場で
初年度から施行件数110件越え！その成功の要因に迫る

しかも
異業種参入
1店舗目！

OPEN初年度で1日1組貸切の家族葬式場が110件を超える^①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？

さらに、今回その成果を達成されたいのは、パチンコ業界から参入した^②たった1年。参入1店舗目となる
家族葬専用式場での事例です。今回の葬祭業繁盛レポート2020では、異業種参入にも関わらず、
葬儀業界においても異常値を出されている、幸成社様の成功の要因^③に迫ります。

パチンコ業界からの参入でありながら初年から110件越えを達成している幸成社とは？！

【企業概要】

■商圏エリア
大阪府吹田市



■会館数

2会館（家族葬式場ひととき山田、家族葬式場ひととき吹田駅前）

■施行件数

2019年度 約130件
（家族葬式場ひととき山田113件、家族葬式場ひととき吹田駅前22件 ※オープン8か月目）

■従業員数

5人

■株式会社幸成社の概要

2018年に「株式会社 幸成社」として創業。本業はパチンコ店を営み、大阪吹田を拠点に
3店舗を運営している。異業種参入にも関わらず、参入初年度で単店件数110件越えという
異常値を残している。1号店を出店半年後には、日本初^④となるパチンコ店2階をリニュー
アルし、2号店を出店。現在は、3店舗となる拠点を探しつつ、プレミアムコンパクト葬×地
域型マーケティングを2軸として、業績を伸ばし続けている。

株式会社幸成社のすごいポイント！

Point①

OPEN初年度
110件超え！

Point②

たった土地150坪・
建坪60坪の家族葬式場

Point③

ハイイメージ
ローコスト出店

Point④

新規採用一切なし！
未経験者のみで、運営！

Point⑤

日本初^④パチンコ店
2階に式場をOPEN

葬祭業参入は幼少期からの夢。

結果、初年度から予想を大きく上回った成功の要因とは

—こんにちは。まず、幸成社様がどのような会社か教えて頂いてもよろしいでしょうか？

はい。弊社は本業としては、(株)アルドーレという会社で吹田を拠点として、パチンコ事業を営んでおります。2018年に(株)幸成社という葬儀会社を立ち上げ、同年8月に1号店となる山田会館がオープン。そして、その約半年後にパチンコ店2階に2号店である吹田会館がオープンする事になりました。



株式会社幸成社 支配人 吉村 儀氏

—ありがとうございます。葬祭業界に参入した経緯をお聞かせ頂いてもよろしいでしょうか？—

はい。弊社代表の木村は、幼少の頃より葬儀社をする事が夢でした。というのも、木村が生まれる2年前に兄を亡くしており、幼少の頃、母がずっと悲しみに暮れている背中を見てきたと聞いております。そのような体験から、「大切な家族を失ったご遺族を一日でも早く元気になりたい。そしてご遺族が最期のありがとうを伝える舞台を創りたい」という思いより葬儀社を作りたいと考えるようになりました。そして5年前頃から本格的に葬祭業参入の道を模索。2018年に葬祭業へ参入する事になりました。

—葬祭業参入は、幼少期の頃のからの夢だったのですよね。そして、1拠点目となる山田会館では初年度から110件越えという驚く成果を残されておりますが、当初からそのような件数を見込まれていたのでしょうか？—

いえ、当初、銀行様にも提出した事業計画書の中では、初年度は60件程度と見込みでした。しかし、いざ結果を見てみると、100件を超えていたので、正直この結果に自分が一番驚きました。(笑)

—なるほど。予想を上回る結果となった要因はなんだったのでしょうか？—

当初は60件を目標にしておりましたが、それを上回る要因は3つあると思います。一つ目は立地選定。二つ目はビジネスモデル。三つはマーケティング戦略です。

—まず一つ目の立地選定の件について、詳しくお伺いしてもよろしいでしょうか？—

はい。当初、参入するにあたり、どのエリアで展開していくのかという事を船井総研様にご協力を頂きながら、複数の行政区の調査を実施。調査の中では、どのような競合会社がいるのかという事も、もちろん大事ですが、特に競合性(行政区内の死亡人口/会館数)を意識しました。そこで候補エリアに出たのが、豊中エリアと吹田エリアの2つのエリアだったのです。結果的には、先に吹田エリアで候補地が見つかる事になり、1店舗目となる会館の立地が決まりました。

出店立地が成功の要因の一つ。

しかし、出店が決まってから競合会館が2会館出店！？



—ありがとうございます。立地選定にあたり、他に意識していたポイントはございますか？—

はい。候補物件が出てきた時に意識した事は、車5分(約2キロ)商圏内の人口と競合数です。新規参入ですので、ブランド認知が全くないという事もあり、足元の商圏で、なるべく戦わなくていい立地を探しました。

一号店となる
ひととき山田会館 土地150坪、建坪60坪

—確かに足元商圏内に競合がない事は立地を決める上で非常に重要になりますね。結果的に出店が決まった場所はどうだったでしょうか？—

調査段階では1店舗目となる山田会館の立地は理想的でした。ところが出店が決まった後、出店地の近くに地域でもシェアが高い競合が2店舗出店する事になりました。

—出店が決まってから競合が2社出店？それは、焦りますね。—

はい。その時は、とても焦りました。(笑)さらに言えば、オープン後もまた競合が1社近く出店する事になるという状況に。出店地が既に決まっていたタイミングでしたので、どうする事も出来なかったですが、こんなにも競合の動きが早く、商圏の状態が変わっていく業界なのだなと痛感しました。

—確かに葬祭業の場合、商圏に1社出店してくるだけで影響は非常に大きいですね。ただ、当初の想定よりも商圏的にも厳しくなったにも関わらず、成功した要因はなんだったのでしょうか？—

はい。その答えが成功の二つ目の要因、ビジネスモデルになるかと思います。当初、どのようなモデルで展開していこうかと考えた時に、船井総研様が提唱されているプレミアムコンパクト葬をモデルとさせて頂きました。簡単に言えば、ハイイメージな会館を大衆価格で提供する家族葬特化のビジネスモデルです。年々、家族葬が増えてきているという事は明白です。そして、自分たちは、地域最後発での参入となりますので、戦っていく土俵を家族葬と決めたのが成功の要因と言えるかと思います。

—なるほど。具体的に、一般の葬儀式場と比べてプレミアムコンパクト葬はどのような違いがあるのでしょうか？—

まず、収益(PL)モデルが既存のモデルとは異なるかと思います。シンプルに言えば、売上が一般葬などを執り行う既存式場の半分だったとしても、しっかりと利益が残る事が出来る事が最大のメリットかと思えます。単価こそ家族葬にターゲットを絞っているので低いのですが、粗利率は一般葬よりも高くなります。人件費について言えば、少ない人員でもお客様の満足度を落とさないようなオペレーションを踏まえ会館設計を行う事で既存モデルよりも人件費を落とす事が可能です。広告宣伝費については、売上の10%以上使ったとしても、しっかりと利益が残るようになります。そして結果的に投資回収も早期回収が望めます。

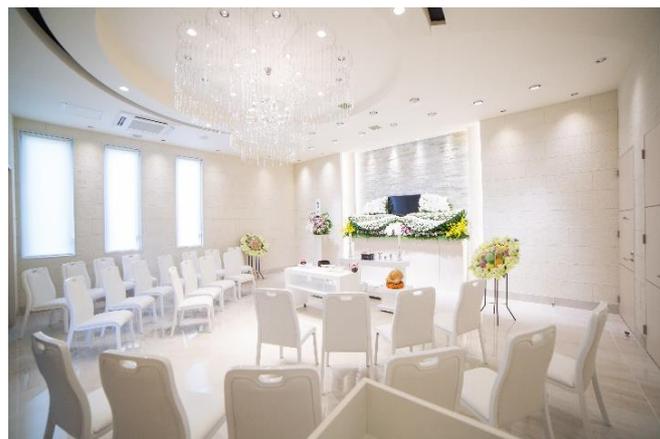
初年度から営業利益は1500万達成。

1日1組貸切の小さな家族葬式場だからこそ工夫

—実際、1年を終えて結果の方はいかがだったでしょうか？—

はい。弊社の方では売上が約6500万。粗利益が約4500万、粗利率が70%、営業利益が約1500万という結果になりました。

—初年度から営業利益が1500万残るといのは驚異的ですね。先ほど投資回収のお話がありました。そちらの方はいかがでしょう？—



実際に、建設コストは新築で建設したので6500万程度かかりました。今のペースでいくと、約3年か4年くらいで投資回収が見込めそうです。新築で3年～4年の回収スピードなら申し分はないかと思います。これから先の出店展開を考えても投資回収スピードが早いことは非常に重要な点です。

—なるほど。投資回収が早い理由の一つとして、粗利率が高いことも特徴に上げられるかと思いますが、どのような工夫をされておりますでしょうか？—

そうですね。返礼品・料理を除く、葬儀プランだけで言えば、生花などの内製化はせずに約80%の粗利率です。そこで、意識したポイントは、お客様の満足度を下げない商品づくりと、少人数でも無理なくオペレーションを回すことができる式場設計です。商品づくりで言えば葬儀プランの話になりますが、「祭壇売り」だけに捉われすぎない事を意識しました。どうしてもプランの差をつける時に祭壇で差をつけようとしてしまいがちですが、祭壇だけではなく、その他の商品でも差別化要素を作る事。そして、プレミアム感がある式場空間を用意する事で原価自体も抑えつつお客様の満足度を高める事が出来ております。

—粗利率を高めるための商品づくり、式場設計がポイントになるという事ですね。その他、出店にあたり工夫された点はございますか？—

はい。山田会館は、1日1組で且つ小さな家族葬式場という事ありますので稼働率を高めるために、精進落としては火葬後、式場に戻ってするのではなく、外の仕出し屋さんで美味しい料理を召し上がって頂くようにしております。料理自体、利益率が低く、かつ、数もあまり出ませんので、そこではあえて利益を取りにいかず、その代わり次の準備・設営に回すことで、次の受け入れ体制を整えることが出来ます。

—なるほど。利益をただ追うのではなく、取捨選択を行ったという事ですね。ただ、肝心の集客が出来なければいくら高収益モデルであったとしても成り立たないかと思いますが、いかがでしょう？—

その通りだと思います。それが、三つ目の要因のマーケティングとなるかと思いますが。どれだけいい式場でも、販促をしなければお客様には認知して頂けませんので。そのため、初年度の販促費は約700万程度投じる形になりました。

初年度の単店販促費は700万越え。

オープン前販促の取り組みとそこから見えてくる実質商圈

—初年度の単店販促費が700万？具体的にはどのような事を行ってこられたのでしょうか？—

基本的には、OPEN前4か月前あたりからOPEN後にかけて積極的に販促活動を行ってきました。OPEN前で言えば車10分範囲(4キロ範囲)を目安に、折込チラシを中心に販促活動を実施しました。ただ、拠点がなく状況でしたので、折込チラシ以外には、年金受給日に合わせて、郵便局での入会活動なども行っていました。

—なるほど。オープン4か月前からの認知活動を。—

はい。そして、出店の時でも特に意識したのが足元商圈です。足元商圈は必ず取りたい所と強く思っていました。そのため、OPEN2ヶ月前あたりからは近隣世帯5000件に対し、粗品を持って挨拶訪問、オープン内覧会の誘導を行っていました。



—5000世帯への訪問挨拶？！それはすごいですね。—

これは正直堪えました。(笑)ただ、後のオープンイベントの際に、この告知活動が効いていたと、実感する事がありました。実際、対面でお会いできた方は2000世帯くらいでしたが、こちらからOPENイベントへ参加して頂いた方は、約50組程度いらっしゃっていただきました。この事から、手間はかかりますが、実際の誘導率を考えると訪問挨拶が一番有効的であると感じました。つまり、認知度も比較的に上がりやすいという事です。

—実際、オープンイベントの結果はどうだったのでしょうか？—

オープンイベントは内覧会を1週間ほど開催する事になりました。トータルの集客数で言えば、200組前後の来場でしたが、何より驚いた事は、200組の内、100組が他社様の会員様であった事です。ある程度は予測しておりましたが、半分近くが既に他社の会員様でした。ただ、良かった事は、他社乗り換えが約半分程度は獲得できたことです。

—他社乗り換えが半分近くも。他にオープンイベントを通じて得られたものはありますか？—

もう一つはオープンイベントを通じて、商圈エリアの設定が出来る事ができました。先ほどもお伝えしておりましたが、当初商圈範囲は、車10分範囲(約4キロ)で見えておりました。しかしながら、オープンイベントに来ていただいた方の住所を見ると、車5分範囲に比重が偏っており、少し遠いエリアの場所からはほとんど来ていませんでした。そのため、オープン後の販促は車5分商圈に集中投下する形にしました。

—商圈を絞って広告宣伝を集中的に行われたのですね。その他、OPEN後の販促としてはどのような取り組みを行われてきたのでしょうか？—

基本的には折込チラシですが、それ以外にも、毎月、目的別にイベント活動を行ってきました。例えば、葬儀社を探している見込みが高い方に対しては、「家族葬セミナー」や「家族葬相談会」。見込みが低く、認知度や地域の方との交流も含めたイベント活動としては「野菜掴み取りの朝市」などです。また、一般向けだけの取り組みだけでなく、会員様へ対しても毎月DMをお送りし、夏は花火大会を見に行くイベントを企画したりと会員向け販促も1年を通じて行ってきました。

日本初?! パチンコ店2階をリニューアルし葬儀式場へ。 1年間に2会館出店した幸成社の今後の展望とは

—OPEN前販促だけではなく、目的別にOPEN後も積極的な販促を実施されてきたのですね。結果としてオープン後の動きとしてはどうだったでしょうか?—

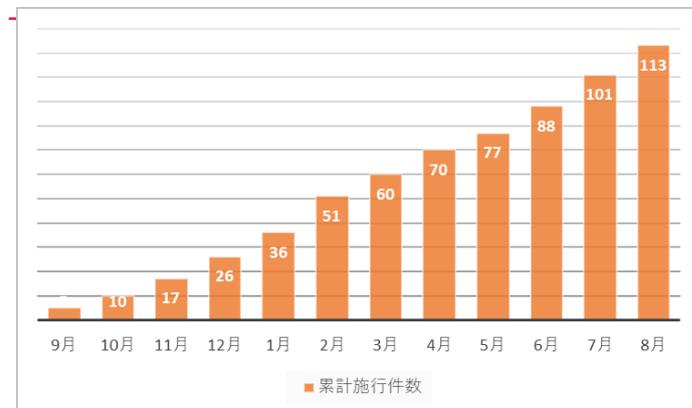
そうですね。地域の方々の交流を含めた、地縁型イベントや会員向けの販促も継続して行っていく事で、紹介件数も徐々に増えていきました。結果として、件数も波にのっていき、OPEN半年を迎えるころには、初年度100件を超える兆しが見えてきました。

—確かにここまで件数が増えてくると安置の問題が出てきますね。どのような手を打たれたのでしょうか?—

1店舗目がオープンして半年後に、吹田駅前にあるパチンコ店の2階が漫画喫茶をしていたのですが、そこをリニューアルして式場にする事にしました。安置が重なった場合に備え、パーティションで仕切りを作れる仕様の式場となっております。

—パチンコ店2階に式場?それは思い切った決断でしたね。おそらく日本初じゃないでしょうか。(笑)—

正直すごく不安いっぱいでした。(笑)しかし、結果、利用者の中には一部難色を示す方もいらっしゃいましたが、今では年間約30件程度施行を頂いております。1号店目のポータルサイトの受注もありますので、メインは安置+ポータルサイトの受け皿として機能しております。



—確かに今後、展開していく事を考えると安置拠点として活用が出来ますね。—

はい。余談ではありますが、パチンコ店の常連さんの中からもご入会を頂く方もいらっしゃいますし、パチンコ事業に影響も全く出ておりません。主には火葬式(直葬)と1日葬がメインではありますが、こちらは1号店と違って、あまり販促活動を行っていませんが、30件程度獲得できているとなると、まずまずのスタートなのかなと思います。

—そうですね。最後に今後の展望をお聞かせいただいてもよろしいでしょうか?—

今後についてですが、2030年までに吹田を拠点とした北摂エリアを中心に家族葬会館を10店舗。北摂エリアでの家族葬シェアNO1を目指していきたいと考えております。また葬儀会館だけではなく、周辺事業の樹木葬や高齢者を対象としたビジネスにも着手し、ライフサポート企業として地域の皆さまのお役立ちを果たし、地域に根付いた葬儀社を目指していきたいと思っております。

—今後の展望が楽しみです。本日はお時間を頂き、誠にありがとうございました。—

なぜ、「幸成社」は参入初年度にも関わらず ここまでお客様からの支持を集めることができるのか？

こんにちは。船井総研の光田です。吉村のインタビュー記事はいかがだったでしょうか？
たくさんのビックリ事例に驚かれた方も多いのではないのでしょうか？

たとえば、

- 土地150坪、建坪60坪の1日1式場貸切の家族葬式場で初年度から
施行件数110件超え
- 初年度から売上6500万、営業利益1500万越え！
- 早期投資回収モデル！投資回収見込みは約3年ペース
- 日本初？！パチンコ店2階への式場出店！

と、ここだけ切り取ってみても、業界でもかなりビックリするような数字が立ち並びます。実は幸成社様はもっと細部まで取り上げればきりが無いほどの事例をお持ちです。

そのような中、特に葬儀社の経営者の皆様感じていただきたいことは、いかに時流に合わせた形で経営をすることが大切か、ということです。私は実際にご支援先の数字をチェックしていると、この1年間で家族葬の比率が10%以上増えた葬儀社もあります。また、多くのエリアでは家族葬が半数を超えてきました。家族葬が半分を超えるということは、つまり、もう既に家族葬が一般化してきている、「家族葬＝一般葬」の時代になってきているのです。

実際、幸成社様は地域最後発での出店にも関わらず、初年度から葬祭業界の中でも異常値の結果を出されております。

ただ、間違っただけとはいけないのはインタビューでもありました、家族葬会館を単純に出店すればよいという訳ではありません。一昔前であればただ出店するだけでも成功する事も出来ていたかも知れません。しかし、今日、家族葬式場が溢れかえっている中で成功を収めようと考え、きちんとビジネスモデルを理解した上で取り組む必要があります。加えて言えば、ビジネスモデルと成功するポイントを理解した上で取り組む必要があります。

もし、家族葬に対応するためのビジネスモデルが確立することが出来たなら、家族葬が増えることはむしろウェルカムになるのです。しかし、旧態依然の対応を行ってれば、家族葬が増えるたびに業績が悪化します。今後、誰がどのようにあがこうが、家族葬が増加するのは確実といっても過言ではありませんので、家族葬への対応は絶対に避けて通ることはできません。

では、どうすれば失敗しない家族葬式場を立ち上げることができるのか、ここで5つのポイントをお伝えします。

失敗しない家族葬式場を立ち上げるための5つのポイント

ポイント① ハイイメージつき大衆商法

ポイント② 立地選定×ローコスト出店で償却前利益にて3年～5年回収

ポイント③ 計画的な商品設計～低単価でも高粗利の商品作り～

ポイント④ 集客戦略の徹底でどれだけの会員獲得ができるか

ポイント⑤ 人員計画の構築～オペレーション効率の見直し～

家族葬が増えると収益性が下がるというのは、上記のポイントが抑えられていないから、ということが往々にしてあります。

たとえば、多額の借入(1億円以上)を起こして家族葬式場を建てる場合、ローコスト出店が出来ていなければ、お客様に高額な価格で葬儀を提供せざるを得ません。最初から高額な商品でなければ収益がでないような計画で家族葬式場を作ってしまうと経営が苦しくなるのです。

一方、幸成社様が展開されている、ハイイメージつき大衆商法とは「こんな綺麗な会館で、こんなにクオリティの高い家族葬がこの値段で受けられるの？」というギャップのあるビジネスモデルのことを表しています。このように価値と価格に大きなギャップがある商品は葬儀業界に限らず、たくさんの客層から支持されます。

なぜ、「幸成社」は参入初年度にも関わらず ここまでお客様からの支持を集めることができるのか？

実は、幸成社様も値付けがお客様の予算帯、そして、競合の値段設定と比べても、絶妙なバランスになっているため、互助会などの競合からもお客様からの支持を集めることができます。

先にも述べましたが、この商品設計を実現するためには、式場の初期投資のコストとのバランスを考
える必要があります。出店コストが高すぎると、頑張っても投資回収が出来ない、ということも往々にし
て起こります。小手先のテクニックではなく、本質を理解した上でブランド構築をしていく必要があります。

次に大切なことが集客戦略です。幸成社様の場合、吉村様のお話にありましたとおり、OPEN前にどれ
だけの認知度を高め、どれだけの会員の獲得が出来るか、ということにこだわって販促を行う必要が先
ずあります。その結果、初月から施行件数が勢いよく入ってくる流れを作ることができています。

特に新たな家族葬式場を作った際には認知度が低いので、認知度を高めるための集客戦略を徹底で
きるかどうか、投資回収を早められるかどうかの肝になってきます。どのような集客目標を立て、何を
実行するのか、この辺りの細かさは幸成社様から学ぶところは多くあります。

そして、最後に人員計画。新たな式場を建てる際に、もっとも意識しなければならない一つは、スタッフ
のオペレーションです。スタッフ数が最小、何人であればオペレーションが効率的にまわすことが出来る
か、を考えて式場設計を心がけることで、利益率の向上につなげることができます。

これも非常に当たり前のことのようにですが、実際は1件施行が入っていれば余っているスタッフが全員
施行に入る、2件目が入ればスタッフが2手に分散するというようなスタイルの経営を行っている葬儀社
がまだに多いように感じます。しっかりと1件あたり、何人のスタッフが施行に携わるのか、を決め、効
率的なオペレーションで回していくことが求められます。このオペレーションには、式場設計が大きく関
わってくる場所ですので、設計段階から計画的に考えていく必要があります。

実は幸成社ブランドは、この辺りの式場設計、商品設計、集客設計、オペレーション設計等がうまく噛
み合っているために、出店初年度から110件越えという結果を残すことができています。

しかし、そう難しいことではありません。幸成社様の事例もついこの間。たった1年前の事例です。今、この気づいた瞬間に一步、行動を前に起こすかどうか、その一步が貴社の10年後の未来を大きく変えることになるのだと思います。是非、一步を踏み出してみてください。

立ち上げ緊急度合い チェックpoint

- これから家族葬式場を出店する予定である
- 1日1件貸切式場を持っているが、年間施行数が100件を超えていない
- 家族葬比率が3割以上になってきている
- 1年前と比較してみると、単価が下がってきている
- 「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
- 家族葬会館をオープンしたが、初年度施行件数は50件にも満たなかった
- 一般葬プランと家族葬プランが別々に存在しない
- 家族葬プランはあるが、単価ダウンの傾向にある
- 他社の営業に手を焼いている
- スタッフの動きに明確なルールがなく、なんとなく経験でこなしている
- 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
- 会員制度がない。もしくは会員制度はあるが機能していない
- 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
- なんとか次の一手を打ちたいが大きな投資はできない

もし、1つでも当てはまる項目がある方は、
これからをしっかりと立ち上げることで
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2020」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。

7年連続
満員御礼

今回は先着

50名

大阪会場

1月14日(火・友引前)

東京会場

1月26日(日・友引)

家族葬フォーラム2020

今年の家族葬フォーラムは、

(株)幸成社の支配人である吉村様がご登壇！

「幸成社」の成功の秘訣を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、「幸成社ってどんな会社なんだ？」とご興味を持っていただけたのではないかと思います。

まだ参入して2年目となる会社様ですので、今回、初めて幸成社という会社を知ったという方が多くいらっしゃったことかと思えます。

ただ、参入初年度から素晴らしい結果を残されていることと、明確な未来計画より、今後、業界の中で益々注目されていく企業と言っては過言ではありません。

そんな中、吉村様からは、「業界2年目である自分が先輩方の前でお話するのは気が引けます。。ただ、お話す事で少しでも業界の役にたてることができるなら、お話をさせて頂きます」とご快諾いただきゲスト講師としてご登壇いただける運びとなりました。

実際、今回が最初で最後の講演になるかもしれませんが、吉村様も「せっかく話すなら、自社の取り組んできたことを何でも話します」とおっしゃっていただいております。

「なぜ幸成社は初年度から稼働110件を超えるのか」「幸成社の出店戦略」「幸成社の家族葬式場の設計方法」「オープン前からオープン後に取り組んできた販促手法」など、普段、絶対に聞くことのできない幸成社成功の秘密をお話いただく予定です。

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120社以上の葬儀社様の支援をさせていただいております。昔は、式場を建てれば業績が上がる、という時代もありましたが、現在ではそうではありません。家族葬式場も乱立していますが、多くの葬儀社は鳴かず飛ばずの家族葬式場となっています。

しかし、インタビューにもあったように、幸成社様は異業種参入にも関わらず、初年度から110件を超える施行実績を達成されております。こちらの事例は、私たちのご支援先の中でも代表事例の一つとなっております。

今回のセミナーでは、実際に幸成社が参入前から行ってきた立地要件の調査・分析内容や、実際の設計図面をお見せしたり、更にはオープン前からオープン後にかけての実際におこなってきた販促活動など普段、知ることの出来ない情報を吉村様に直接語っていただきます。

本当にせきららに語って頂くため、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りませんので、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2019」は満員御礼、キャンセル待ちの状態になってしまいました。

今年は少し広めのお部屋を用意しましたが、それでも東京会場先着30席、大阪先着20席のご用意となっております。是非、お早目にお申し込みください。

セミナー当日 講演スライド

実際の設計図面や式場写真、販促事例などをお見せしながら幸成社の吉村様に嘘偽りなく語って頂きます。

7年連続
満員御礼



成功事例
満載のセミナーです
※下記は昨年のテキストです

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
プレミアムコンパクト葬チーム

野町 惇斗

葬祭業 家族葬フォーラム

なぜ、(株)幸成社は異業種参入にも関わらず
失敗しない！ 家族葬専用式場の出店戦略の



大阪会場
淀屋橋セミナープレイス

2020年

1月14日

火

友引前 13時～16時30分

step 1

なぜ、幸成社は異業種参入にも
関わらず、成功を収めることができたか

- “今”業績を伸ばし続けている葬儀社のポイント
- 幸成社が行ってきた地域最後発にも関わらず、業績を伸ばし続けている理由
- 今後3年以内に葬儀社が行うべき具体的施策。出店戦略において抑えておきたい事

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

幸成社が
にかけて

- なぜ、初年度から113件
- 地域最後発でも競合に異業種参入だからこそ
- お客様の満足度を今、葬儀社に求められる

ゲスト
講演

株式会社幸成
支配人

step 4

葬儀社が今後、求められることとは？
これから成長し続ける葬儀社になるために必要なこと。

今後、出店を考えている葬儀社には必見のセミナーです。

- 過去70式場出店をお手伝いしてきた船井総研だからこそわかる、これから出店戦略に
- 出店だけではなくこれからの先、業績を伸ばし続けるために行っていくべき戦略とは？

2020

家族葬専用式場を出店しようと考えている方必見

OPEN前～OPEN後の手法を大公開

出店初年度で110件越えを達成できたのか？ 全貌をセミナーではお伝え致します！



東京会場
東京駅丸の内北口1分

2020年 1月26日(日) 友引 13時～16時30分

出店前から出店後 行ってきたこと

達成する出来たのか？

負けない家族葬式場とは？
視点での戦略。

高めつつ、高収益化する
出店モデルとは？

社

吉村 儀氏

step 3

葬儀社が家族葬式場出店 において抑えておきたい 5つのポイント

- 今、取り組むべきプレミアムコンパクト葬のビジネスモデル
- 出店成功させるために抑えるべきポイントを提言。
全国の成功事例を交えながら具体的な手法を大公開！
- 幸成社が行ってきた出店戦略×販促戦略とは？
明日から取り組める実際の事例を大公開。

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

野町 惇斗

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

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。

において必ず実行すべきこと

将来の時流予測を踏まえた上での提言



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。



日時・会場	大阪会場 2020年 1月14日(火) 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 2020年 1月26日(日) 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	東京会場 申込み期限 2020年 1月24日(金) 17時まで	開催時間 13:00 ▼ 16:30 受付12:30~
受講料	一般企業 税抜 40,000円 (税込 44,000円) / 一名様 会員企業 税抜 32,000円 (税込 35,200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きます場合がございます。 ●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上でご確認いただけます。 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.5785469 口座名義:カ)フナイソ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: 櫻田 ●内容に関するお問合せ: 野町 年末年始の休暇のため、12月27日正午から1月6日まで電話が繋がらなくなっております。ご迷惑をお掛けいたします。 お電話でのお問い合わせは1月7日9:30以降にご連絡いただけますようお願いいたします。 また、Webからのお問い合わせには1月7日以降順次ご回答させていただきます。なお、受講申込は24時間受け付けております。			

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。

お問合せNo. **S053357** 担当 **櫻田 宛**

家族葬フォーラム2020

FAX:0120-964-111

ご希望の会場に <input checked="" type="checkbox"/> をお付けください。		<input type="checkbox"/> 【大阪会場】 2020年 1月14日(火)		<input type="checkbox"/> 【東京会場】 2020年 1月26日(日)	
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		
		ご連絡担当者			
TEL	()	E-mail	@		
FAX	()	HP	http://		
ご参加者氏名	1	フリガナ	役職	年齢	2
	2	フリガナ	役職	年齢	3
	3	フリガナ	役職	年齢	4
	4	フリガナ	役職	年齢	5
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 <input checked="" type="checkbox"/> をお付けください。)					
<input type="checkbox"/> セミナー当日、無料個別経営相談を希望する。 <input type="checkbox"/> 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 <input checked="" type="checkbox"/> をお付けください。					
<input type="checkbox"/> FUNAIメンバーズPlus <input type="checkbox"/> 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確認ください。
- 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(TEL06-6204-4666)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 総務部法務課(TEL03-6212-2924)



※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**

お申込みはこちらから