

直葬 × 1日葬

施行件数

売上

達成 /

出店
初年度から
単店

138件 1億円

直葬・1日葬比率は65%超え。ご安置×直葬・1日葬ニーズ増加に対応した
新しいビジネスモデルを徹底解剖



■ 巻頭インタビュー

式場×安置室2室×相談室がついたハイブリッド型式場。
これからの葬祭業界に求められる出店業態とは？

- 横須賀市創業90年の老舗葬儀社。
- 2020年に約25年振りの出店。
- 2安置室を設備。ご安置機能は最大6体。
- 直葬・1日葬が増加しても単価は70万円以上獲得。

有限会社辰若商店
専務取締役 達 宏之氏

WEB開催

2021年 5月22日(土)・5月27日(木)・5月28日(金)

マーケティングフェア2021出店初年度から施行130件達成 [お問い合わせNo.:S071329]

主
催



明日のグレートカンパニーを創る

Funai Soken

TEL

0120-964-000

平日9:30~17:30

株式会社 船井総合研究所

〒541-0041 大阪市中央区北浜4-4-10 船井総研大阪ビル

●申込方法に関するお問合せ:星野 ●内容に関するお問合せ:野町

コロナ化真っ只中に約25年振りの出店！新会館はたった1年で 施行件数138件、売上1億円達成した成功の要因に迫る

25年振りの新規出店にも関わらず、たった1年で単店施行件数は138件。そして、
直葬・1日葬の比率が65%以上にも関わらず、売上1億円と聞けば、耳を疑う経営者の方も多
いのではないのでしょうか？さらに言えば、今回の出店は2020年3月、コロナ禍真っ只中の出店です。今回
の葬祭業繁盛レポート2021では、25年振りの出店にも関わらず、直葬・1日葬の時流をとらえ、驚くほど
の成果を出された神奈川県横須賀市の**専門葬儀社である辰若商店様の成功の要因**に迫ります。

たった1年で単店施行件数138件越えを達成した辰若商店とは？！

【企業概要】

■商圏エリア

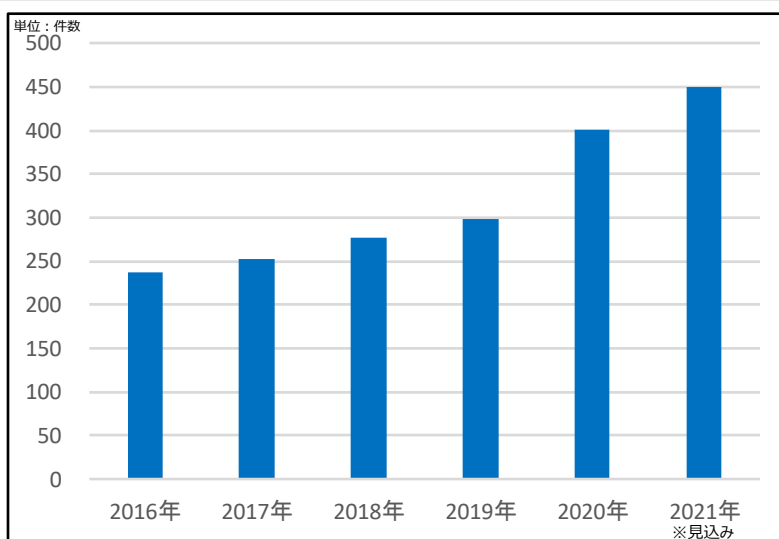
神奈川県横須賀市エリア

■会館数

3会館

■施行件数

2021年度 約450件
(見込み)



【施行件数推移】

■有限会社辰若商店の概要

神奈川県横須賀市という約40万人の商圏人口に3式場の拠点を置き運営。

創業は約100年の地方専門葬儀社。コロナ化に約25年振りの新規出店を行う。コロナの
影響で直葬・1日葬が施行比率65%を超える中、初年度から施行件数138件、売上1億円
を超える脅威の業績アップを達成し、現在も業績を伸ばし続けている。

有限会社辰若商店のすごいポイント！

Point①

OPEN初年度
から施行件数
138件越え！

Point②

1日葬・直葬比率が65%に
関わらず売上1億円達成

Point③

式場・2安置室・相談室が
ついたハイブリッド型会館

Point④

オープンイベントができなくても
初年度から会員約200組獲得！

Point⑤

130%以上件数が増えて
も人員数は変わらず！

創業100年以上の老舗葬儀社。25年振りの出店。 なかなか出店候補地が見つからず、2年越しに新規出店へ

ーこんにちは。まず、辰若商店様がどのような会社か教えていただいてもよろしいでしょうか？

はい。弊社は、神奈川県横須賀市という約40万人の行政人口に3会館を運営しています。創業は約100年ほどの前の、地域の老舗専門葬儀社です。最初に出店した会館は約25年前以上。出店前の約2年前までの施行件数は、既存式場と寺などの外部式場で約280件程度の施行を執り行う葬儀社でした。出店後の今期は見込みではありますが、約450件程度の施行をいただける葬儀社となりました。



有限会社辰若商店
専務取締役 達宏之氏

ーなるほど。約25年振りの出店をきっかけに大きく業績を伸ばされているんですね。もう少し出店に至ったきっかけについて教えていただいてもよろしいでしょうか？

はい。確かに、約25年振りの新規出店で大きく施行件数を伸ばす形となりました。それまでは自社会館は1つしかありませんでしたが、毎年微増ではあるものの、昨対超えの業績アップをする事は出来ておりました。しかし、2018年頃から全体施行件数300件が見えはじめ、自社会館でも200件近く施行を執り行ってきた事もあり、会館稼働の限界が見えていた事。そして、他社などが出店展開をしていく中、自社においても今後出店展開をしていかなければ、会社の未来がない事を痛感しておりました。

ーなるほど。会館の稼働上限と見え始めていた事と、会社の未来を見据え、出店を決意されたのですね。ー

はい。ただし、なかなか出店地が見つからず、出店を決意してから、出店までに約2年ほどかかりました。やはり25年振りの出店という事もあり、ノウハウも何も社内にはありません。たくさん候補地が出てくる事ありませんでしたが、候補地が出てきてもこの場所で出店してもよいのか？という不安は一杯でした。しかし、ようやく2年越しに本社から約15分離れた場所に物件が見つかり、出店する形となりました。出店地の車5分圏内の

佐原店の商圈情報	車5分圏内	車10分圏内
人口数	20382人	101831人
世帯数	8186世帯	41405世帯
推定死亡者数	250人	1251人
自社含む葬儀会館数	4会館	12会館
1会館当たりの死亡者数（競合性）	63人	104人

人口は約2万人。競合会館も既に複数存在しており、決して甘い商圈ではないと思っておりましたが、10分圏内の商圈人口が約10万人いる事を考え、出店を決意しました。

新規出店にあたって、意識してきたこと

直葬・1日葬が年々増加していったことから対応できる式場を模索

ー25年振りの出店となれば慎重になるのは当然ですね。

出店をする際には、どのようなことを意識されてきたのでしょうか？ー

そうですね。ポイントとしては、大きく3つの事を意識してきました。1つ目は、直葬・1日葬が増えても成り立つオペレーション効率を意識した会館設計。2つ目は、直葬・1日葬の打ち出しを中心とした販促戦略。3つ目は、直葬・1日葬でも単価が成り立つ商品設計。この3つの事を意識して出店に臨みました。

ーありがとうございます。まず1つ目である直葬・1日葬が増えても成り立つオペレーション効率を意識した会館設計について伺いしてもよろしいでしょうか？ー

はい。まずは、出店前から必ず用意したいと考えていたのは安置室です。理由としては、シンプルに会館の稼働上限を上げるためです。自宅安置ではなく、会館安置が増加している事は、どの葬儀社も共通している事かと思います。そして、特に、首都圏などの葬儀社様では施行に至るまで安置期間が長い時で5日ほど待つこともありますので、安置の受け皿を持つことは必須です。今回出店した会館、エニシア佐原店では、安置室が2部屋。その内1つが面会・お別れ式が出来る安置室。もう一つ安置室は冷蔵庫を用意し、そこには4体安置が可能です。式場まで入れると、合計6体安置する事が可能です。また、会館の施行が入った時にでも事前相談を取り逃さないように、別入口から入る事が出来る相談室を設けております。

ーなるほど。まずは会館稼働上限を上げるために安置の受け皿を強化し、施行中の事前相談も逃さないために相談室も別で作られたということですね。ー

はい。そして、施行担当者が施行発生していない時もずっと会館にいる事は効率が良くないので、基本的には会館にはパートさんに常駐していただいております。事務作業をやりながら、ご来店頂いた方の内覧の案内、そして簡単な事前相談などの対応をしていただいております。

ーパートさんが会館に常駐し来館・相談対応をして頂いているのですね。ちなみにパートさん対応で入会率に支障は出ていないのでしょうか？ー

はい。弊社の会員制度は、入会金5000円の有料会員制度を設けておりますが、入会率は約70%近くあります。工夫している点としては、おりいった相談対応などは、相談室にあるモニターを使い、本社から施行担当者がリモート相談(ZOOMを活用)で対応しております。リモート相談をお客様に丸投げする形では満足度が下がる可能性がありますので、常駐しているパートさんが現地で、セッティングやお客様フォローを行っています。結果、施行担当者の移動時間を短縮する事が出来ております。



直葬・1日葬の打ち出しを中心とした販促戦略。

コロナでオープンイベントは出来なくても1年間で会員入会は200組

ーありがとうございます。安置室や相談室のハード面だけではなくパートさんをうまく活用する事で、オペレーション効率を高めているという事ですね。次にポイントの2つ目である直葬・1日葬を中心とした販促戦略について伺いしてもよろしいでしょうか？ー

はい。そもそも以前より直葬・1日葬は増加傾向にありました。ただし、オープン前の2020年の年初め時点ではまだ主流が家族葬でしたので、オープン前の販促活動の告知の打ち出しは、家族葬をメインに打ち出しておりました。行ってきた事は、オープン告知の折込チラシや折込型のフリーペーパー(タウン誌)に加え、地域住民の方の認知度アップのため戸別訪問を約3000世帯を回ったりなど、オープンイベントに備えておりました。しかし、2020年3月。ちょうどエニシア佐原店のオープン月のタイミングでコロナが急激に蔓延したせいもあり、急遽オープンイベントを中止する事となりました。

ーなるほど。まさにコロナ化真っ只中のオープンとなったのですね・・・。

はい・・・。ほんとにその時は、今後はどうなる事かと思っておりました。そして、そこから急激に直葬・1日葬が加速的に増加するようになってきました。当初の予定であれば、オープンイベントで会員入会をたくさん獲得したかったのですが、先ほどお伝えしたようにオープンイベントは中止となった事もあり、その分オープン後の販促を強化していく事になりました。当初は販促費予算で年間500万円を予定しておりましたが、700万を取る事にしました。その中で、折込チラシなどの打ち出し方を家族葬から直葬・1日葬の打ち出し方へシフトしていきました。例えば、折込チラシで価格を打ち出すとしても、直葬の価格を打ち出すなどです。その他にも、地域イベントとして人形供養祭を開催したり、映画上映会、家族葬セミナーなどコロナ対策を実施しながら販促活動を取り組んできました。

ーありがとうございます。コロナでオープンイベントができない分、販促面を予定より強化し、葬儀形式が一気に変わったことから、販促の仕方も変えてきたのですね。その結果の方がいかがだったでしょう？

その結果、オープンイベントはなしとしても、1年で約200件の入会をいただけるようになりました。施行をいただいているお客様の住所を見ても、約車10分(約4キロ)範囲となっております。また、弊社では院内営業の比率が多いのですが、佐原店がある事で、院内営業の受注率が以前よりも各段とアップする結果となりました。

家族葬専用ホール エニシア 佐原
OPEN
家族葬が15.8%OFF
安心のコミコミプラン
24時間受付
0120-09-1234

沢山の思い出に感謝
離人形や写真「人形供養会」
地元の葬儀社では「辰若中央斎苑」(米
今月31日、恒例の「人形供養会」を開催し、
形供養会」を開催し、
真・大切にしていた人形
などに感謝の気持ちを捧
げて別れを告げる。会場
ことが可能。家族葬専用
ホール「エニシア佐原」
25日(土)・31日(水)の
2日間で、お申し込み
の受付をいたします。
預けることができる
る供養品は、離人形
やぬいぐるみ、故人
の写真や愛用品など
上げを行う時間は
9時～16時
詳細は0120-09-1234

直葬・1日葬が増加しても単価は70万を獲得。 単価を高めるために行っている商品戦略とは？

ーオープンイベントができなくても初年度で約200件の会員獲得が出来ているのは素晴らしいですね。次に、3つ目である直葬・1日葬でも単価が成り立つ商品設計について伺いしてもよろしいでしょうか？ー

はい。まず当たり前の事ですが、1日葬・直葬それぞれのプランとパンフレットを用意しているという事です。昔は家族葬がメインであったため、そこまでパンフレットなどを用意する必要がないと思っていましたが、数年前より増加傾向にあったのでその準備は出来ておりました。実際、コロナ以前においてももともと直葬・1日葬の比率は全体の約50%程度を占めておりました。しかし、2020年3月からは、直葬・1日葬の比率は65%まで増加するようになってきました。全体の単価としては、コロナで返礼品・料理関係の影響を特に受け減少する結果となりましたが、返礼品・料理を除く葬儀単価はなんとか維持できております。

ーなるほど。直葬・1日葬が増えても葬儀単価は維持できているという事ですが、意識している点などはございますでしょうか？ー

はい。やはり会葬人数に比例する商品などは減少する事は避けられないので、故人様を中心と置いた商品提案を心掛けています。わかりやすい商品で言えば、湯灌などが挙げられます。大体、受注率で言えば、直葬・1日葬でも約50%程度はいただいております。よく社員には言いますが、「直葬＝安い商品を求めているお客」と決めつけるのではなく、直葬の中でもお客様がどのようなお別れをしたいのかをきちんとヒアリングする事。また1日葬・直葬においてはお別れの時間、そして故人様とお過ごしする時間が家族葬よりも短いです。だからこそ、お客様には限られた時間の中で、後悔のないお別れの仕方をご提案させていただく事を意識しております。あとは供花の数も減ってきておりますので、その分、生花オプションのご提案。また佐原店には式場にプロジェクターとスクリーンを完備しておりますので、そちらで思い出写真のスライドショーを投影したりなどのサービスも行っております。先ほどもお伝えしましたが、1日葬・直葬が増えてくるとお別れの時間、つまり供養・けじめの時間も短くなります。お客様によっては、それがゆえ、葬儀後に後悔をしてしまう人もいらっしゃるかと思います。そのため、1日葬・直葬だからこそその提案を意識しております。そしてそれがグリーフケアの観点にも繋がると考えております。



施行件数は299件から401件と134%アップ！しかし、施行担当者人員は変わらず生産性アップ。そして辰若商店の今後の展望は

—ありがとうございます。1日葬・直葬だからこの価値提案を意識されているという事ですね。
ちなみに佐原店をきっかけに急成長されているかと思いますが、人員数は変わりありましたでしょうか？

—

はい。実は、施行担当者の人数はオープン前より変わっておりません。事務スタッフさんだけは、追加で採用しました。確かに施行件数は、オープン前の年で299件、オープン後の年では約400件と大きく伸ばしておりますが、直葬・1日葬という葬儀形態が増えた背景もあり、施行担当者は既存の人員でまわす事が出来ております。また、既存人員でまわっている、もう一つの理由として、まだまだ完璧とは言えませんが、直近では顧客管理システム(CRMを目的としたシステム)を導入し、業務改善を行いつつ、生産性向上を目指しております。

—顧客管理システムを使用してどのような事に取り組まれているのでしょうか？—

はい。例えば、顧客情報として施行情報や事前相談情報など一元管理できるので、過去客の葬儀情報がすぐに確認する事ができます。また葬儀情報を入れることで、会館別、担当者別売上高や区分別(料理、オプションなど)の売上高、粗利高がタイムリーにわかる事が出来ます。発注関係の業務についても、今までは発注があったタイミングで逐一紙に書いて発注し、情報共有がされていない状況でしたが、今後は見積書を作成し、その内容が発注書に転記され、オンライン発注できる仕組みを構築していく予定です。



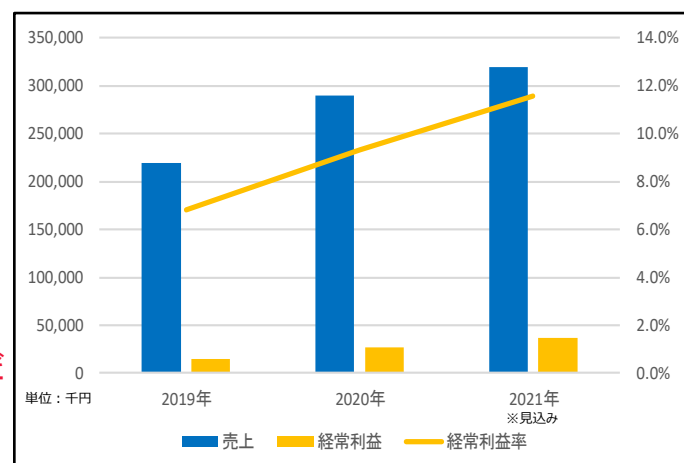
—業績を伸ばしながら、業務改善の施策も同時に並行して進めているのですね。生産性向上について、出店後の利益部分ではどのような変化があったのでしょうか？—

はい。経常利益の方は、出店前は約1500万円程度に対し、出店後は約2700万円と約1200万円程度純増する結果となりました。今期では概算ではありますが、さらに経常利益率が高まる予定となっております。

—素晴らしいですね。最後に今後の展望をお聞かせください。—

今後も横須賀を中心に出店展開を行っていくのは当然ではありますが、直葬・1日葬がさらに増加しても成り立つモデルを模索しながら、同時に生産性向上と観点も忘れずに、持続的な経営ができる状態を目指していきたいと思っております。

—今後の展望も楽しみですね。本日はお時間をいただき、誠にありがとうございました。—



なぜ、「辰若商店」は、25年振りの出店にも関わらず 初年度から施行件数138件を達成する事ができたのか？

こんにちは。(株)船井総合研究所の野町惇斗です。(有)辰若商店 専務取締役 達宏之様のインタビュー記事はいかがだったでしょうか？直葬・1日葬に対応するこれからの新規出店モデルとして、たくさんの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、

- 25年振りの出店にも関わらず、初年度施行件数は138件達成！
- 直葬・1日葬比率が65%以上にも関わらず、単価は70万以上獲得！
- 初年度売上は1億円達成！
- オープンイベントができなくても初年度から200組会員獲得！
- 施行件数は130%以上増加しても人員数は変わらず！経常利益は2倍以上に！

と、ここだけ切り取ってみても、新規出店で初年度からここまで成果を達成されている会社は、全国を見渡してもそうはいないのではないのでしょうか？実は辰若商店様は、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。

そして、今回の成功事例は、近年増加してきている直葬・1日葬に対応する出店モデルの一つとして、参考になる点も多くあるかと思います。しかしただ、事例をそのまま真似して作っても、うまくいくかと言えばそうではありません。次ページでは、これからの新規出店で業績を上げるためのポイントをまとめさせていただきます。

これからの新規出店で業績を上げるためのポイント

- ポイント① 自社商圈において、必要な式場出店形態を見極める
- ポイント② 目標会館件数から逆算した安置室数を用意する
- ポイント③ 高稼働・オペレーション効率を意識した会館設計を行う
- ポイント④ 客層に合わせた広告宣伝活動を実行する
- ポイント⑤ 会葬人数に左右されない商品づくり

上記のポイントを満たすことが出来れば、これからの新規出店でも成功に繋がる可能性が格段に上がります。少し詳しく解説していきましょう。

ポイント①は「 自社商圈において、必要な式場出店形態を見極める 」です。

今回ご紹介した辰若商店様では、直葬・1日葬を中心としたお話が多かったですが、どの商圈においてもあてはまるかといえば、そうではありません。自社の商圈において家族葬・1日葬・直葬の客層シェアを考慮した上で、手段として専門店・ブランド展開を行っていく必要があります。

そのため、まだまだ家族葬が多いという地域では、家族葬式場の出店展開を。1日葬・直葬が多い地域では、1日葬・直葬型の出店展開を行っていく必要があります。

ポイント②は「 目標会館件数から逆算した安置室数を用意する 」です。

辰若商店様の場合、もともと安置室が特に重視される地域という事もありましたが、安置室の数というのは、その会館の上限稼働数を決める一つの目安となります。

会館上限に合わせ、安置室をどのくらい用意するのかを見極めるために必要な事は、会館の商圈人口が一つの目安となります。辰若商店様の場合、車10分圏内においての人口は約10万人。推定死亡者数で言えば、年間約1200件が見込まれます。もちろん競合会館の数によって競合性などは変わってきますが、そもそもその会館でどのくらいの稼働を目指すのかという事です。商圈的に件数が取れるキャパシティがあるのに安置数が足りていなければ、受け入れが出来て無い可能性が出来ます。逆に言えば、人口が少ない商圈で安置室の数をいかに多くつくっても勿体無いだけとなります。そのため、これから出店する商圈人口と目指す件数を考慮した上で安置室を用意しましょう。

なぜ、「辰若商店」は、25年振りの出店にも関わらず 初年度から施行件数138件を達成する事ができたのか？



ポイント③は「高稼働・オペレーション効率を意識した会館設計を行う」です。

そして次に、特に1日葬・直葬がメインの地域となると、会館の稼働率(回転率)をいかに上げるのかという事がポイントとなってきます。皆様もご存知の通り、家族葬と1日葬との大きな違いは式場を使用する日数・時間の部分です。発想を変えてみれば、例えば家族葬なら2日間で作る売上が80万円だとします。その場合、1日の売上は40万円となります。一方、1日葬を1日に2回転で出来れば、多少単価が落ちたとしても、1日当たりの売上は家族葬以上の売上をつくる事が可能となります。これは直葬に置き換えた場合でも同じことが言えます。そこで必要になってくる観点は、どのように高稼働をさせていくのかというポイントです。

もう一方で重要となってくる要素は、オペレーション効率の部分です。式場自体、少人数で回せる作りになっている事はもちろんですが、辰若商店様では施行が入った場合に備え、相談室を別入口で設け、簡単な事前相談や内覧案内などは基本的にはパートさんが対応。そして、おりいった相談などは本社から施行担当者をつなぎ、リモート事前相談という形で対応されています。その結果、わざわざ本社から施行担当者が移動する時間がなくなり、業務効率を高めていらっしゃいます。

ポイント④は「客層に合わせた広告宣伝活動を実行する」

ポイントとして、もう一つ譲れないのが、客層に合わせたマーケティング戦略にあります。ただ、単純にチラシを打つというのではなく、打ち出し方にも重要なポイントがあります。辰若商店様の場合、オープン前までは家族葬という客層が中心であったので、家族葬中心のマーケティングを行ってききましたが、コロナが発生したオープン後については、1日葬・直葬を中心としたマーケティングに切り替えています。重要なことは、時代・商圈に合わせたマーケティング戦略を行っていく必要があることという事です。

ポイント⑤は「会葬人数に左右されない商品づくり」です。

コロナが今後収まりを見せても、以前のような葬儀形式に戻るかといえば、それは難しいと言えます。そのため、今後は会葬人数に左右されず、1日葬・直葬においても単価が取れるような価値を提供していく必要があると言えます。そこでポイントとなってくるのは、故人様を中心とした商品づくり。例えば辰若商店様では、その一つとして湯灌などを積極的にご提案をされています。

その他にも、式場のスクリーンを活かし、スライドショーを式前に上映したりとしたり、メモリアルコーナーのご提案などもされています。まだまだ、たくさんありますが、重要な事は1日葬・直葬が今後増えてくるからこそ、より一層商品価値を上げる重要性はましていくと言えるでしょう。

これから1日葬・直葬式場もしくは家族葬式場を成功させられる可能性がわかるチェックリスト

- ☐ 近年、小さな家族葬や直葬、1日葬などの数が増えてきた
- ☐ 1日葬・直葬が増加して、単価下落が顕著になってきた
- ☐ 自社のキャッシュフローをよくしたい
- ☐ これから複数の店舗を出店をしていきたい。
- ☐ 1日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
- ☐ 家族葬式場もしくは1日葬・直葬式場を作りたいが借入が多く出店に踏み切れない
- ☐ 直葬や一日葬のプラン設定などが明確ではない
- ☐ 商圈内に直葬や1日葬などの明確な専門店がない
- ☐ なんとか次の一手を打ちたいが大きな投資はできない
- ☐ 安置室の有効活用ができていない

もし、1つでも当てはまる項目がある方は、
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2021」をお読みいただいた

熱心な経営者様へ**セミナー**のお知らせです。

出店を考えている
葬儀社様必見

先着

30名

はじめて1日葬・直葬をテーマとした
セミナーです！

PC・スマホが
あれば参加
できるオンライン
開催決定！！

【オンライン開催日】

2021年5月22日(土・友引)

2021年5月27日(木・友引前)

2021年5月28日(金・友引)

本セミナー、マーケティングフェア2021は、

有限会社辰若商店の専務取締役である達宏之氏がご登壇！

「辰若商店」の成功の秘訣を赤裸々に語っていただきます！

お忙しい中、お読みいただきありがとうございました。

きっとここまでお読みいただいた経営者様は、「辰若商店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。

地方の葬儀社様という事で今回、初めて辰若商店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、25年振りの出店にも関わらず、初年度から施行件数は138件。そして1日葬・直葬比率が65%を越えているにも関わらず、売上は1億円達成という素晴らしい結果を残されていることから、今後、業界の中で注目されていく企業になる可能性を秘めていることは間違いありません。

近年、船井総研では家族葬式場の出店、生産性向上などのテーマがメインとしてセミナーを開催させていただいておりましたが、今回ははじめて1日葬・直葬をテーマとしてセミナーを開催致します。

コロナで葬儀形式が加速的に変化している今。今後は嫌でも避けては通れないテーマです。

内容に関しましては、「辰若商店が出店に向けて行ってきたこと」「1日葬・直葬が顕著に増加してきたからこそ取り組んできた事」「実際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辰若商店様の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130社以上の葬儀社様の支援をさせていただいております。ご相談をさせていただく葬儀社様のなかでは、今まで業績がジワジワ伸びてきたけれど、最近は直葬・1日葬が増え、単価ダウンの影響、競合他社の出店もあり、伸び悩んできたというお声を沢山いただくようになりました。

実際に今回、お話いただく辰若商店様も最初はなかなか出店がしたくても、できない状況が続いていました。業績もほぼ横ばいの状況が続いているタイミングで、ご相談いただいた中の1社様でございます。

今回のセミナーでは、実際に辰若商店様が行った事例をメインに、様々な会社の事例もお伝えできればと思っています。実際に使ったツールや販促物などをご覧いただき、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。

達様には本当に赤裸々に語っていただくため、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いただ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。

そして今回は、コロナの影響もあるためオンラインの開催となります。

普段、なかなか自社を出てセミナーに参加できないといった方は、今回の機会を是非ご活用ください。

今回のセミナーは都合上、**先着30名**のみとさせていただきます。
申し訳ございません。是非、お早目にお申し込みください。

1日葬・直葬をはじめて
テーマとした今までにな
いセミナーです！



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、地域になくても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。長時間お読みいただ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
プレミアムコンパクト葬チーム
リーダー

野町 惇斗

船井総研のお客様で式場出店で

Case 1

1日1組貸切の家族葬式場で

年間
施行件数

200件超え

- ①出店初年度から施行件数144件超え！
- ②出店している全ての家族葬式場において、
1式場当たり年間平均130件施行！
- ③ブランド立ち上げ8年で900件超え！



Case 2

15年ぶりに出店、

初年度単店
営業利益

1,000万円
超え

- ①シェア0エリアOPEN初月8件施行！
- ②コンビニ改装型で出店！
初年度から施行件数100件超え！
- ③オープン前に会員獲得200件達成！



成功された会社を一部ご紹介！

Case3

旧式場をリニューアルで

施行
シェア

11%UP

- ①営業利益率15%以上アップ！！
- ②シェア11%アップで
圧倒的地域1番店へ返り咲き！
- ③改装工事中は別会館で施行し件数維持！



Case4

わずか1年で

施行件数

500 件増加

- ①7年前は月5件だった件数が今では月140件超！
- ②たった2名の増員で満足度を下げずに、
施行件数年間500件アップ！
- ③コンタクトセンター立上げで、分業制でも
顧客満足度アップ！



全国各地、年間約30式場以上の

Case5

パチンコ店からの新規参入で

年間
施行件数

110件超え

- ①新規参入、経験者0人からのスタートで
出店初年度から110件超え！
- ②初年度から単店売上6,500万円！
営業利益1,500万円達成！
- ③2年目の施行件数は160件を突破！



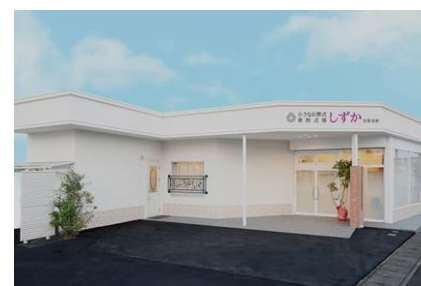
Case6

たった22坪の超小型家族葬式場で

単店
営業利益

1,000万円超え

- ①赤字だった相談室を800万円で改装し、
単店で1,000万円の営業利益に！
- ②出店している全ての家族葬式場で、
1式場当たり年間平均130件施行！



成功事例が生まれております！

Case7

シェア0エリアへの出店で

初年度
施行件数

90件達成（見込み）

①飛び地への出店でも1号店の施行件数

90件達成見込み

②建築時に相談サロンを開設し、

オープン前に会員獲得87件達成！



その他にも…

・リニューアル1年で営業利益7000万円アップ

・出店初年度の施行件数101件

・家族葬シフトで件数87件から145件へ

・リニューアル1年で売上3200万円アップ

など数多くの成功事例がございます。船井総研の講座では、辰若商店様以外の成功事例も交えながら説明させていただく予定です。皆様のご参加を心よりお待ちしております。

日本全国112社の経営研究会



プレミアムコンパクト葬経営研究会

日本全国、計112社以上の会員様から

成功事例続出！

コロナなど変革期にある今、
明日からの経営に役立つ
成功事例が満載！

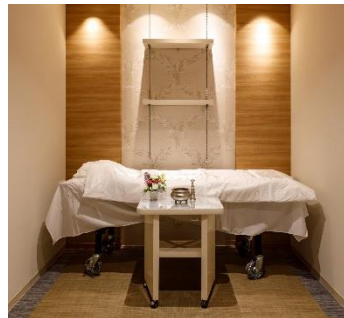
会員数

112社

2021年3月時点

葬祭業マーケティングフェア

直葬・一日葬比率65%以上の中、新たな
これからの葬祭業に求められる出店形態と



普段なかなか会社を出てセミナーに行くことができない方必見！オンラインにてセミナー開催決定！
※3日程とも同じ内容となっております。ご都合のよい日程をお選びください。

日時①

2021年 5月22日 土

友引前 13時～16時30分
(ログイン開始12時30分より)

step 1

なぜ、辰若商店はOPEN初年度で
138件を達成することができたか

- コロナ禍で今後の葬祭業の時流が変わる。
葬祭社のこれからの時流と意識しておくべきこと。
- 直葬・一日葬に対応した新業態モデルと
葬儀社がこれから取り組むべきこと

株式会社船井総合研究所

エンディンググループ
プレミアムコンパクト葬チーム
リーダー

野町 惇斗

step 2

辰若商店
行ってきた

- 25年振りの出店という
取り組んだ事とは？
- 直葬・一日葬に対応した
コロナ禍における集客手法

ゲスト
講演

有限会社
専務取締役

step4

直葬・一日葬需要が高まる中、今後お客様から
求められる葬儀社になるために必要なこと。

直葬・一日葬に対応した出店を考えている方に必見の

- 130社以上の葬儀社からの成功事例を基に、伸びている葬儀社の特徴、ポイントを
- 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？

2021 出店初年度から施行件数**138件**達成！ コロナ禍における販促の秘訣を大公開！

ニーズに対応したビジネスモデルを徹底解剖
単価施策、集客手法の全貌をお伝えします



日時②

2021年 5月27日 木 友引前 13時～16時30分
(ログイン開始12時30分より)

日時③

2021年 5月28日 金 友引 13時～16時30分
(ログイン開始12時30分より)

が出店にむけて 事とその結果

状態から、まず初めに

式場設計や出店形態と、
とは？

辰若商店

達 宏之氏

step 3

地方葬儀社が既存店を活性化 させるために、抑えておきたい ポイント

- 出店初年度で件数を最大化させる出店形態の特徴。
集客が厳しいコロナ禍でのOPEN販促のやり方とは？
- 直葬・一日葬比率が65%以上の中、単価70万円を
維持することができた秘訣を大公開。

株式会社船井総合研究所

エンディンググループ
プレミアムコンパクト葬チーム

小川 正也

株式会社船井総合研究所
エンディンググループ
プレミアムコンパクト葬チーム
リーダー

野町 惇斗

セミナーです。写真や実際のツールを使って講演いたします。

を当日は大公開

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。



ご入金確認後、マイページの案内をもってセミナー受付とさせていただきます。

マーケティングフェア2021出店初年度から施行130件達成

お問い合わせNo. S071329

開催要項

オンラインにてご参加

日時・会場

2021年 5月22日(土)

友引

開始

13:00

終了

16:30

(ログイン開始: 12:30より)

お申込期限: 5月18日(火)

2021年 5月27日(木)

友引前

開始

13:00

終了

16:30

(ログイン開始12:30より)

お申込期限: 5月23日(日)

2021年 5月28日(金)

友引

開始

13:00

終了

16:30

(ログイン開始12:30より)

お申込期限: 5月24日(月)

本講座はオンライン受講となっております。諸事情により受講いただけない場合がございます。ご了承ください。
オンラインミーティングツール「Zoom」を使用いたします。Zoomご参加方法の詳細は「船井総研 web参加」で検索。

受講料

一般企業 税抜 40,000円(税込44,000円)ノ一名様

会員企業 税抜 32,000円(税込35,200円)ノ一名様

●お支払いが、クレジットの場合はお申込み手続き完了後の案内(メール)をもって、セミナー受付とさせていただきます。銀行振込の場合はご入金確認後、お送りする案内(メール)をもってセミナー受付とさせていただきます。●銀行振込の方は、税込金額でのお振込みをお願いいたします。お振込みいただいたにも関わらずメールがお手元に届かない場合や、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、下記お申込み担当者へご連絡ください。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。●会員価格は、各種経営研究会・経営フォーラム、および社長onlineプレミアムプラン(旧:FUNAIメンバーズPlus)へご入会中のお客様のお申込に適用となります。●ご参加を取り消される場合は、開催3営業日(土・日・祝除く)前まではマイページよりキャンセルをお願い致します。それ以降は下記事務局宛にメールまたはお電話にてご連絡ください。尚、ご参加料金の50%を、当日の欠席は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。

お申込方法

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。

または、船井総研ホームページ(www.funaisoken.co.jp)、右上検索窓にお問い合わせNo. 071329を入力、検索ください。

お問合せ



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

TEL: 0120-964-000 (平日9:30~17:30)

●申込みに関するお問合せ: 星野 綾子(ホシノ アヤコ) ●内容に関するお問合せ: 野町 惇斗(ノマチ ジュント)

お申込みはこちらからお願いいたします

◎5月22日(土)オンライン

申込締切日: 5月18日(火)

◎5月27日(木)オンライン

申込締切日: 5月23日(日)

◎5月28日(金)オンライン

申込締切日: 5月24日(月)



葬儀社

仏壇店

墓石店

寺院

エンディングビジネス経営者向け

経営者や経営幹部1,600名以上

情報
満載

が購読中！

無料メールマガジン

このようなことでお悩みではありませんか？

- ☑葬儀業界の最新情報を知りたい
- ☑若手や新人の育成に難航している
- ☑今からでも売れるビジネスモデルを知りたい
- ☑葬儀に専門特化した接客ノウハウを知りたい

- ☑働き方改革に対応したいが何ができるかわからない
- ☑デジタルシフトを考えているが何から取り組めばいいかわからない
- ☑アフターの受注率をアップしたい
- ☑樹木葬の立ち上げに興味がある

上記のようなお悩みを解決できる葬儀業界
“成功事例”を無料メールマガジンで大公開！こんな
メールが
届きます！船井総研のお付き合い先である**全国約100社以上**の企業様の**“生”の成功事例**や**最新の業界情報**をメールにて配信しております！

「ほかの会社はこんな時、どんなことをやっているの？」

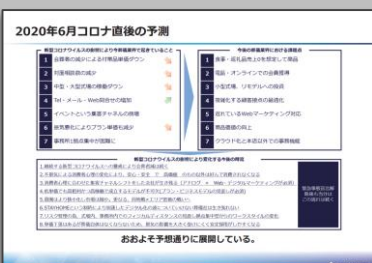
「こんなやり方があったんだ！」

など、メルマガを登録することで様々な可能性が生まれ経営の“ヒント”が得られます。

ぜひ一度ご登録してみてください！

今なら登録特典付き！！

メルマガ登録していただいた方に「withコロナ時代に勝ち残る経営者のための2021年時流予測レポート」を無料プレゼント！2021年の葬祭業界における経営でやっておくべきポイントがたくさん詰まっています！！



自社と担当者の単価を把握出来ていますか？
【単価対策の前に必ずやっておく2つのこと】
【執筆者：小川 正也】

様々な葬儀社様を訪問させて頂く中で、単価が下がっていることを悩まれている方が多くおられます。

しかし、詳しく話を聞いていくと、単価をあげる以前に二つの課題が見えてきます。

一つは**会社の中で単価を計測するときに単価のどの部分を切り取って計測するかが曖昧になっている**場合です。

もう一つは、**単価の会社の目標と個人の目標が設定されていない**場合です。

この二つの課題があると、担当者自身は単価を把握することが出来ないで、自主的に単価の改善に取り組むことが出来ない環境になってしまう、現場側からの単価対策のハードルがかなり上がります。

スケジュールを確認するだけで仏事系商品の受注率が大きく変わる？！
【執筆者：宇谷 和香葉】

皆様こんにちは。船井総研の宇谷です。

今回も「アフターコール」をテーマに、**仏事系商品の受注率を高めるポイント**をお伝えさせていただきます。

ズバリ、仏事系商品の受注率を高めるためには、初回コールでいかに信頼を構築するか、そして49日法要のスケジュール管理を行い、それ以降のコールに繋げていくかがポイントでした。

今回は2つ目のポイントの、49日法要の“スケジュール管理”についてお話しします。

*信頼関係の構築方法についてはこちらのコラムをお読みください。

信頼関係構築法(1) <https://www.funeral-society.jp/column/1/>

1分で
登録
完了！

登録は以下の方法から！

【登録方法】

①スマートフォンから登録
⇒右のQRコードを読み取る

②パソコンから登録
⇒「船井総研 葬儀 メールマガ」で検索



お問合せ：エンディンググループ TEL：070-2441-8278 担当：村田

エンディングビジネス専門情報発信サイト 葬儀経営.com

Funai Soken
葬儀経営.com

☎ 0120-958-270
葬儀経営を見たとお伝えください

無料経営相談

小冊子ダウンロード

はじめての方へ

セミナー一覧

定期勉強会

成功事例・コラム

M&A・事業承継

無料サービス



こちらのQR
よりチェック！



エンディングビジネス専門の情報発信サイト、「葬儀経営.com」では最新のセミナーのご案内や、コンサルタントによる成功事例コラム、無料ダウンロード資料の発信を行っています。経営者様だけでなく、従業員の皆様にもぜひご紹介ください！

映像や音声で手軽に情報を
仕入れたい方へ

セミナーや成功事例の最新
情報を見逃したくない方へ

葬儀社向け
業績アップチャンネル



Facebook

も随時
更新中！！

今すぐ
“いいね！”
をタップ！



葬儀社向け業績アップチャ...
チャンネル登録者数 43人
チャンネル登録

今すぐ”チャンネル
登録”をタップ！！

