

コロナ禍で過去最高件数を更新した葬儀社

葬祭業繁盛企業レポート2021 Autumn

— 理念経営×出店戦略×専任営業部 —

売上
8億円から
6年で
20億円



【巻頭インタビュー】

創業100年以上の老舗企業の代表が社長就任から6年
2.5倍に会社を成長させた、**経営改革ストーリー**
～高い成果と良好な人間関係を両立する永田屋の理念経営～

- POINT 1** 7拠点で売上20億円！
勝てる拠点を続々増やす永田屋の出店戦略！
- POINT 2** 業績UPと社員満足を両立する永田屋の人財育成！
- POINT 3** 1万円の有料会員を毎年新規で1500組以上獲得！
新卒1人でも100組獲得する専任営業部成功のポイント！
- POINT 4** 毎年1000名以上の学生がエントリーする新卒採用！
- POINT 5** 展示会でも取り上げられた急成長を支えるDX戦略！
設計図となるDXジャーニーMAPと永田屋のDXのあゆみを公開！



マイナビ2022 就職企業人気ランキング



株式会社 永田屋 代表取締役 **田中 大輔氏**

【オンラインセミナー】「新型コロナウイルス感染症に罹患された皆さま、および関係者の皆さまに心よりお見舞い申し上げます。」

主催



明日のグレートカンパニーを創る

Funai Soken

葬祭業経営戦略セミナー2021

船井総研セミナー事務局

<E-mail:seminar271@funaisoken.co.jp>

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

お問い合わせNo.S076983

※お問合せの際は
「セミナータイトル・お問い合わせNo.・お客様氏名」を
明記の上ご連絡ください。

WEBからお申し込みいただけます。(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.」を入力ください。) → **076983**

代替わりから6年!売上8億円から20億円に2.5倍成長を実現! 成長を続ける100年企業 株式会社 永田屋とは?

「6年で売上8億円から20億円! 2.5倍成長!!」冒頭から非常にインパクトのある数字ですが、これを見て驚かれた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、「**理念経営**」×「**出店展開**」×「**専任営業部**」を中心とした、「**戦略的な中堅企業化経営**」にあります。

今回のレポートでは、田中社長が4代目に就任後**6年で2.5倍**と大きく業績を伸ばされた**株式会社 永田屋の急成長を実現した数々の取り組み**に迫ります。

■株式会社 永田屋の概要

■社名
株式会社 永田屋

■屋号

創業100年葬儀社



商圏エリア

神奈川県相模原市、東京都町田市

拠点数

葬儀：7拠点14式場、仏壇：1店舗

売上

約20億円

従業員数

120名

大正2年創業の108年続く老舗葬儀社。理念を経営の基軸として掲げ、その実現を目指す「理念経営」に重きを置き、社内での理念浸透活動やそれに準ずる社員育成に力を入れている。

現代表である田中大輔氏が4代目社長就任後は、経営理念の浸透活動と社員育成を一体化したマネジメント手法に加え、「チャレンジする100年企業」をスローガンとし新卒採用、専任営業部設立、ハウスエンディング®型の家族葬式場展開など、老舗ならではの良さと時流適応した数々の取り組みを掛け合わせることで大きく業績を向上させている。近年ではその取り組みが評価され、日経×マイナビ就職人気企業ランキング冠婚葬祭部門第9位、専門葬儀社第1位。ホワイト企業アワード理念共有部門アワード受賞、1000名以下の中小規模部門最優秀賞のダブル受賞などの実績を残している。業界ではあまり表に出ない隠れた名企業である。

株式会社 永田屋のここがすごい!

Point①

7拠点で売上20億円
拠点あたりの売上を
最大化する
拠点づくり

Point②

業績UPと社員満足を
両立する
人財育成手法

Point③

1万円の有料会員の
新規会員獲得が毎年約1500件!!
新卒1年目でも年間100件会員
獲得をする専任営業部

Point④

就職人気企業ランキング
冠婚葬祭部門9位 専業1位
毎年1000名以上の
応募がある新卒採用

Point⑤

展示会でも
取り上げられた
急成長を支えるDX化

株式会社 永田屋108年の歴史と 会社を成長させるために大切にしてきた考え方

—この度はありがとうございます！まずは貴社のことについて教えてください。—



当社は、大正2年(1913年)に創業者である田中永太郎の名前にちなんで永田屋として生まれ、現在まで108年に及ぶ長い期間相模原市と町田市を中心に沢山のご家族のお別れのお手伝いをしてきた会社です。

私自身は平成14年に入社。葬祭ディレクターとして数多くの現場を経験してきました。その頃は、一日一件施行を行うくらいの規模でした。

その後、常務取締役へ就任。現在、業績アップの柱となる「専任営業部立上げ」、ハウスエンディング®型の家族葬式場モデルの立ち上げを経て、100周年の節目であった平成25年(2013年)に代表取締役に就任。

当時の売上は8億円程度でした。その後、代表就任から6年後の平成30年(2018年)に20億円の売上規模に。コロナの影響で一時的に下がったりもしましたが、直近期は元に戻り、件数も過去最高を記録しました。

—8億円から20億円は素晴らしいですね。この規模でこれだけ売上が伸ばされてる会社は業界でも数えるほどだと思いますが、成長する上で大切にしてきたことをお聞かせください。—

最も大切にしてきたことは理念経営です。それを実現するために、我々がどのような理念に基づき、何を目指していくのかを明確化し、常に最上位には目的の達成があるという事を伝えてきました。当社には「アフメーションブック」と呼んでいる自社の理念や使命、目指すべき姿、行動の際に大切にすべき価値基準などを明記したものがあります。このアフメーションに沿ったビジョンを描き、言動一致する取り組みを徹底していくためには価値観の共有が最重要です。

優れた取り組みでも、アフメーションに沿っていないことは「目的」から逸れ、社員たちが納得して取り組めないため、大きな成果を生みません。



アフメーションブック

—まずは理念の共有が先ということですね。そのほかに意識されてきたことはありますか？—

はい。とはいえ、理念や使命など抽象度の高いことだけを共有しても業績が上がる訳ではありません。ですから、アフメーションに書かれている内容に沿った具体性のある目標と計画を示すこと、そしてその目標の達成度合いとアフメーションに基いた行動ができていない社員がどんどん評価され、物心両面で豊かになるような人事制度の存在が必要になってきます。そこはかなり意識していましたね。

—なるほど、意外な回答ですね！今まで当社でインタビューをさせていただいた会社様では目標や計画よりも時流に適應した行動を重んじていたように思います。—

そうですね！私も同業の皆様と同じく、行動を重要視していることは間違いありません。

正直、以前は私自身も取引のある税理士さんから次年度の計画などと言われて、ものすごく嫌でした。理由として、目標を立てても、それが達成できなかった時のことを考えると私には非常に苦痛でした。

しかし、経営者が未来に向けて指針を示さないことには、優秀な社員たちも前に進むことができません。もちろん、最初から20億円になる絵を綺麗に描けていた訳ではありません。最初は翌年の目標とそれを達成するための計画、慣れてくるうちに目標も計画も3年、5年、10年と大きく描き直していきました。

経営計画と人事制度が正しく機能し、 「人財育成」が仕組み化されていくポイントとは！？

－決して得意でなかった目標設定と計画化をすることで一步前に進んだという事ですね。先ほどのお話だと目標設定と計画化、目標達成のための本人の行動に対するフィードバックのセットが大事だということですがそのあたりももう少し聞かせていただけますか？－

先ほどもお話した通り、目標と計画だけ立ててもそれは机上の空論です。しっかりとその目標に向かって行動できているのか、またその行動を起こしていく中で理念に沿った行動ができているのかという事を振り返り、事実ベースで評価をしていかないといけません。これをきっちり連動させていけば、目標に向かってPDCAサイクルがきれいに回り始めて成長の軌道に乗りますし、ここが連動しなければ、計画も評価制度もあまり意味がないものになってしまいます。ここはかなり意識して推し進めてきたこともあり、時間はかかりましたが日々社員の皆さんが成長していつてくれている実感はありますね。

－目標や計画と人事制度をきっちり連動させることで、人が育っていく永田屋の人財育成の仕組みが出来上がっていったのですね。人事制度にはポイントはありますか？－



実際に行われている
フィードバック面談の様子

人事制度そのものは、理念・目的に沿った行動ができているかを推しはかる指標となること大切です。そのため、理念にあった行動ができているか、役割に合った働きができているか、目標達成のためのプロセス管理ができているかが可視化できるようにしています。

また、目標が達成できなかったとしても事実ベースでの気づきを与え、面談でのフィードバックを通して次回には達成できるように一緒に考え、行動に移していくというものでなくてはなりません。

ですから、社長はもちろんのこと、リーダーとなるメンバーは皆このスキルを使って、メンバーの面談を通したフィードバックを行えるスキルを身に付けておく必要がありますね。

また、制度そのものもそうですが、先に挙げたフィードバック面談や人事制度の評価項目として出てくるフィロソフィなどの内容を学んでいただくための理念研修。特にフィロソフィを体現してくれたモデル人財を表彰し、全従業員に「この人みたいになりたい」と思ってもらえるようなフィロソフィアワードなど、目標・計画と評価の連動を促す取り組みを実施し、全体を人財育成の仕組みとしていく事が大切です。



理念研修



フィロソフィアワード



経営計画発表会

もちろん、目標設定や計画と同じで最初から全てが仕組み化されていた訳ではなく、目の前の課題に向き合いながら、身の丈にあったタイミングで少しずつ取り組みを増やしてきました。そうして、様々な取り組みが連動し、「人財育成」の手法が体系的に確立されていったことで、会社として成長をしたと感じます。

加速的に業績を伸ばすマーケティングのポイント①

専任営業部による会員獲得強化

—ここまで理念浸透の重要性と目標設定とそれに対する評価が連動し、人が育つ「人財育成の仕組み」が大切だということでしたが、マーケティング面でのポイントはありますか？—

沢山ありますが、大きく意識してきたことは二つあります。一つ目は「事前に葬儀のことを考えていただきたいというビジョンの基、会員になっていただく方を一人でも多く増やすこと。」二つ目は「拠点あたりの売上をしっかりと確保し、理念からぶれないようにしていく出店をすること。」です。

—それではまず、会員獲得という事についてお聞かせいただけますか？—

当社では元々、会員数を徹底して追いかけるというスタイルではありませんでした。それよりも、全ての方に、「大切なはじめ」である葬儀をしっかり事前準備をした上で執り行っていただきたいという考え方を実現するため、約20年前からイベントなどを通して、事前に葬儀に事を考える機会の提供をするという取り組みを徹底してきたという事が大きいです。ただ、理念の部分でも話した通り、抽象度の高い考え方だけでは成果に結びつかないのが現実です。そこで、イベントへの来場者数や事前相談に来ていただいたお客様の数、会員に入っていたいただいた数にも具体的な目標を設定しました。そこに先ほどお話しした「人財育成」の仕組みが噛み合い、社員たちのお陰で、現在では毎年新規会員が約1500組増えるようになりました。葬儀施行件数は中々コントロールしにくいものです。しかし、先行指標となる会員数が増えれば件数が伸びることは推測できますので、ここをしっかり伸ばしていけば施行件数が伸び目標達成の確率が上がると考え非常に力を入れてきました。

—1万円の有料会員が新規で年間約1500組ですか。素晴らしい成果ですね。ポイントを少しお聞かせいただけますか？—

そうですね。とにかく会員を獲得しようというのではなく、「葬儀を事前に考える事が、地域の方々がより良い人生を送るために大切だ」という考えの基、営業する社員が本気で思って取り組むことです。

営業する本人が商品を良いと思っていなければ、積極的に営業をかけられなくなってしまいます。

とはいえ、「いいものと思え」と言うだけだと精神論になってしまいますから、自社のサービスや会員制度の魅力をしっかりと学ぶ場を作ることや、会員制度自体をしっかりと魅力的にしていけることが大切です。

次に接触のハードルを下げることです。これは皆様も同じだと思うので多くは語りませんが、葬儀社に相談に行くというのは、我々が思っている以上にハードルが高いものです。ですから数々のイベントの企画を通して地域のお客様が接しやすい雰囲気徹底していく必要があります。

最後のポイントは専任化することです。ここが他社様とは大きく違う箇所ではないでしょうか？葬儀業界の特性上どうしても突発的な仕事が多かったり、繁忙期には一日に十数件の出棺を抱えていると、会員獲得のための行動を管理するのは非常に難しいです。来社での相談やイベントなどであれば対応することも可能ですが、年間で1500組以上の新規会員の獲得ともなると、イベント時に何らかの理由で入会なさらなかったお客様やお問合せがあったお客様、資料請求をされたお客様のフォローを行う事や、提携協力店の方や施行後の喪家の方からご紹介いただいた会員候補の方へのフォローなどのアプローチが必須になってきます。しかし、葬儀施行を担当しているディレクターだけでは中々ここに集中して、フォローのお電話の数や訪問の数などを管理しながら数多くの会員獲得をすることは困難です。

また、部門として数字に責任を持たせることで、葬儀施行件数が増えているから会員獲得は少し目標に届かなかったけどOKというような言い訳が利かなくなりますから、しっかり責任を果たしてくれればおのずと会員数は増えていく訳です。

加速的に業績を伸ばすマーケティングのポイント②

拠点あたり売上を大きく伸ばす出店戦略

ーありがとうございます。専任化し大きく会員数を伸ばす事が一つ目のポイントですね。

二つ目の拠点展開の方はどうですか？ー

はい。拠点展開に関しては、施行件数は当然のことながら、拠点あたり売上を大きくしていく事は大切だと考えています。

永田屋では、理念として「葬儀を通じて人の役に立ち、地域社会に貢献します」と掲げています。

近年では、葬祭場が沢山出店されており、その中にはほとんど葬儀のお手伝いをしていないような式場を見かけたりもします。それでも採算が取れていればOKというのも一つの経営の考え方なのでいいと思いますが、我々の理念としてはそれをよしとはしません。

一つの拠点で、なるべく多くの地域の方の葬儀をお手伝いし、葬儀だけにとどまらず、地域の皆様にとってなくてはならない存在となっていく事が必要とされます。また、我々の展開する拠点がお客様にとってハードルが低く、足を運びやすくすることも地域社会への貢献を考えると大切です。

装置産業である葬祭ホールの特性を考えると、同じ家賃や同じ投資額であれば拠点あたりの売上を最大化していく事はメリットしかありませんし、結果として高収益化するので次の出店の速度を上げていくこともしやすいですね。

ーなるほど。ここでも経営理念から一貫した考えがあるのですね。確かに7拠点で売上20億円という単純計算で1拠点あたり2.8億円強と、およそ最近のトレンドである拠点あたり売上の3倍近い数字ですね。びっくりです。全てがそのような売上ではないと思いますが、このように拠点あたりの売上を大きくするためのポイントを教えてください。ー

まずは、当たり前ですが徹底して立地にこだわっています。各拠点がお客様の目に留まりやすく、利用していただきやすい場所に出すという事にはこだわっています。

また、式場の作りとしては、近年では業界のトレンドである一日一組貸切の式場を多く展開していますが、一定数以上の施行に達せば、同敷地内のキャパにもよりますが、別館という形で式場を付加することも比較的多くの拠点で行って来ました。旗艦店の橋本では、セレモニーホール永田屋本館、別館、小さな家族葬ハウス®、そして徒歩3分くらいの位置にメモリアルハウス西橋本といった形で1拠点で5つの式場を構えています。旗艦店以外では、中々1拠点に5式場という事は難しいかもしれませんが他にも発想としては同様です。

他にも、特徴的な点で言うと相談しやすい環境を整えることは意識している点ですね。



ともに初年度から売上1億円を超えた メモリアルハウス城山 と 小さな家族葬ハウス®上溝

成長を加速させるために必要な計画的な優秀な新卒の採用！ そして、生産性を高めていく為今注力しているDX化の取り組み

－マーケティング面は拠点づくりと会員獲得が肝ということですね。先ほど人材育成についてはお話いただきましたが、ここまで急激に成長されていると離職率の増加や採用が追い付かないといったケースもよく耳にするのですが、そのあたりはどうでしょうか？－

おっしゃる通り、色々な取り組みを行い、会社が良くなっていく一方で急激な環境の変化が肌に合わず、残念ながら退職されていく方もいらっしゃいました。中途採用にも力を入れていたのですが、他社でのキャリアのある中、いきなり永田屋の理念に共感してその働き方に合わせられる方は、決して多くはありませんでした。そこで平成29年(2017年)入社の方々を対象として、新卒採用を開始しました。今では1年に1000名以上の学生にエントリーしていただいております、毎年10名程の採用を実現しています。これにより、毎年春に素晴らしい人材が入社してくれるサイクルができ、出店計画なども立てやすくなりました。

－専門葬儀社で1000名の応募が来るといのは聞いたことがないですね！びっくりです。どのようにしたらここまで人気の会社になれるのでしょうか？－

意識しているポイントは2つです。1つ目は、しっかり採用に時間とお金をかけることです。最初にも話した通り、葬祭業において人はすごく重要な経営資源です。式場への投資と同じで、投資額が小さいと色々なことをあきらめてお客様が満足するものや、社員の皆さんが自信をもって自社の式場が競合に負けないものだと思えるものになりませんよね？それと同じで、採用は「人材」を作るための入り口ですから、より優秀で自社の理念に共感して共に働いてくれる仲間を集めるためには思いっきり投資をしないとイケません。

2つ目は、理念共感型採用を行う事です。どんなに採用に時間とお金をかけていても、そこに一貫性がないと自社の理念に共感して働いてくれる人材は採用できません。ですから、永田屋はこういう会社ですよという事を赤裸々にお伝えした上で、一緒に働きたいと思っていただける動機を与えてあげられるようにしてはなりません。もちろん、魅力のない会社が赤裸々に会社のことを話しても一緒に働きたいとは思ってもらえませんので、そう思ってもらえるように私自身も会社としても日々いい会社になる努力が不可欠ですね。



コロナ禍にも関わらず、立ち見の学生が出ている合同説明会の様子

－最後に最近DX化にも重きを置いているとのことですが少しお話聞かせていただけますか？－

はい。人材育成も仕組み化され、新卒採用も順調で毎年素敵な仲間が入社してくれるようになりました。ただ、昨今の働き方改革や業界の動向から今後益々単価が下落していく事を考えると今の働き方のまま単純に人を増やし続けるだけでは厳しくなってしまう。そこで、現場負担を軽減させることで同じ人員数でもお客様満足度を下げることなく、今よりも多くの仕事をこなしていかなければならないと考え、会社の業務の見直しとそれに代替することができそうなデジタルツールの選定、そしてそれぞれのシステムの連携などを整理整頓したDX化のための設計図を作成し、それに沿って業務面でのDX化を中心に推進しています。もちろん業務面だけではなく、今後よりお客様に対して価値貢献をしようと思い、オンライン終活教室、式場内でのホログラムマッピング機能の設置、オンライン上での入会などお客様に対しても色々取り組んでいます。私自身もデジタルは得意ではないのですが、今後可能性が非常に大きい分野ですし、お客様や社員のためにもっと注力をしていきたいと考えています。

－田中社長、本日はお忙しい中、ありがとうございました。－

なぜ、永田屋はこのダウントレンドの中、 2.5倍の成長を実現することができたのか？

こんにちは。株式会社 船井総合研究所の大道賢作です。田中社長のインタビューはいかがでしたか？このダウントレンドの中、6年で売上2.5倍という数字に驚いた方も多いのではないのでしょうか？又、これだけ業績が伸びているにも関わらず売上至上主義ではなく、全て経営理念を実現するための取り組みとなっている点に驚かれた方も多いと思います。

例えば、

- 7拠点で売上20億円達成
- コロナ禍のオープンでも売上1億円オーバーの家族葬式場
- 1万円の有料会員の新規獲得が年間1500組以上の専任営業部隊
- エントリー数1000名！倍率100倍を超える新卒採用活動
- 経営計画と人事制度を連動し、成長のきっかえを与える人財育成の仕組み

など、非常に魅力的で真似をしたい実績や事例がたくさんあります。それ以外にもインタビューをさせていただいていると外部環境の変化をしっかりと把握し、時流に適応したDXなどの最新の取り組みをされていることも非常に素晴らしいですね。

また、永田屋様は108年続く老舗です。一般的に見れば歴史があり、古参の方も多く、他社よりも変化しにくいことへの言い訳が利きやすい企業特性のはずです。それでもここまでの動きが取れていることもポイントの一つですね。

このように、企業規模や時流に合った取り組みを行い、2倍以上の成長をするにはいくつかのポイントを押さえる必要があります。

次ページからは、そのポイントをまとめさせていただきます。

2倍成長を実現するための5つのポイント

- ポイント① 拠点あたりの売上を最大化する出店戦略
- ポイント② 理念浸透活動 × 人事制度を連動させた人財育成
- ポイント③ 先行指標である会員を爆発的に増やす専任営業部隊
- ポイント④ 優秀な人財が計画的に採用できる新卒採用
- ポイント⑤ 生産性を飛躍的に向上させるDX戦略

上記のポイントを満たすことができれば、2倍成長も夢ではありません。
少し詳しく解説していきましょう。

ポイント① 拠点あたりの売上を最大化する出店戦略

最初のポイントは、拠点あたりの売上を最大化する出店戦略です。2倍成長を実現する確率を高めるには、店舗ごとの売上を最大化していく事が必要不可欠です。

我々の主催してきた過去のセミナーでも「出店初年度100件達成」とか「出店初年度1億円達成」というセミナーを開催し、色々その手法はお伝えしてきました。しかし、それはあくまで出店初年度までの話です。会社全体の2倍成長を考えると、出店初年度からさらに施行件数を伸ばす稼働最大化のための動きや単価対策を行い、拠点の売上最大化、利益最大化しなければなりません。

インタビューで田中社長がお話されていた、旗艦店である橋本が1拠点に5式場というのも人口の事はあれ、大、中、小規模それぞれに対応した専門業態を1拠点に持ち、地域の人にとってなくてはならない店舗づくりを行ってきた結果、最初の式場から順に稼働を最大化させてきた賜物と言えるでしょう。拠点あたりの売上最大化は当然人員の効率の観点からも確実に必要となる項目です。

ポイント② 理念浸透活動 × 人事制度を連動させた人財育成

2つ目は、理念浸透活動 × 人事制度を連動させた人財育成です。2倍成長を目指す上で一定規模以上になると拠点展開をしていかなければならないことは言うまでもありません。しかし、元々財務体質が超健全な会社以外は、拠点あたりの売上を最大化しなければ出店速度を上げていく事が難しくなります。さらに、経営者の目の届く範囲には限りがありますので、一定規模以上になると、2つの確度の人財育成が必要になります。

- ①会社の方向性に対して深い理解を示し、成果を出すことができるプレーヤー育成
 - ②経営者の意図や経営理念の伝達をサポートし、現場メンバーの育成ができるマネージャー育成
- この2つです。これらの人財育成を仕組み化し、出店速度と同時に人を育成する速度を上げていかなければ2倍成長は難しくなってしまいます。

なぜ、永田屋はこのダウントレンドの中、 2.5倍の成長を実現することができたのか？

ポイント③ 先行指標である会員を増やす専任営業部隊

3つ目は、先行指標である会員を増やす専任営業部隊です。やはり受け皿となる店舗の数、対応する人員を増やしても、お客様がいなければ商売は成立しません。

昨今、業界でも家族葬式場を中心とする出店戦略が注目されていますが、やはりこの業界における会員数というものは最重要指標の一つです。

一概には言えませんが、各社総会員数の中の一定のパーセンテージが年間の施行件数の着地と近い数字になります。しかし、葬儀施行を行うスタッフが兼任で会員獲得をしていると、どうしても会員数という数字だけに集中しきれないという事は120社以上の我々のクライアント様でも往々にして聞く話です。

この先行指標を逆算しながら、会員の獲得計画とそれに準ずるアクションが出来ているでしょうか？
今回インタビューにお答えいただいた永田屋様では、その先行指標を専属の営業部がしっかりと追いかけて、目標達成をし続けることで2.5倍の成長を実現できたといえるでしょう。もちろん商圈人口があるので店舗展開は必須ですが、店舗展開をしていても会員数が伴っていないと成長は鈍化してしまいます。

互助会系の会社様では決して珍しくないこの組織体制ですが、専門葬儀社では中々この先行指標獲得のためにコストをかけられないという発想になりがちです。

しかし、これはコストではなく投資です。未来を切り開くための数字にしっかり投資をかけられるかどうかで、2倍成長できるかどうかは大きく変わってしまいます。

ポイント④ 優秀な人財が計画的に採用できる新卒採用

4つ目は、優秀な人財が計画的に採用できる新卒採用です。葬儀社で2倍成長を実現するためには、定期的に優秀な人財が入ってくるという計画が立てられるという事が、ある種の必須事項となってきます。

もちろんキャリア採用がNGという事ではありません。しかし、ポイント②でお伝えしたように理念浸透活動と人事制度を上手く絡めた人財育成の仕組みをしっかりと作れるほど、理念共感度合いが大切になってくるため、採用に長期期間かけることが難しいキャリア採用では入社までにそこが追い付かず、文化の違いに耐えられないという傾向もあります。

田中社長のインタビューの中に理念共感型採用というキーワードがありましたが、新卒採用の特性上しっかり時間をかけて学生と対話を繰り返しながら、会社のことを理解してもらい採用にたどり着くという事になります。その特性を十分に生かせば、新卒採用の学生ほどその会社の理念に共感した状態で入社をする確率が高くなります。

ですから、理念と人事制度がしっかりと連動して人が育つ仕組みとなると新卒は、理念に最初から高い水準で共感しているからこそ育成しやすいのです。

ポイント⑤ 生産性を飛躍的に向上させるDX戦略

最後のポイントは、生産性を飛躍的に向上させるDX戦略です。人財育成の仕組み化、先行指標となる専任営業部、理念共感型の新卒採用など、ここまでのポイントは非常に重要ですぐに着手した方がよい取り組みです。

しかし、コロナウイルスの影響により、さらに単価下落が加速していることを考えると、その2倍成長の方程式すら崩れる可能性があります。そこで最後の仕上げではありませんが、今後非常に重要度の高い取り組みがDX戦略です。つまるところサービス業である葬儀業界で人ゼロというのは今の所考えにくいですが、人員を介さずデジタルツールを上手に活用してできることは沢山あります！

DX化がうまくいく事で、生産性が飛躍的に向上します。これからの時代に2倍成長を目指そうと考えている会社にとっては必須項目になるでしょう。

これらの5つのポイントをしっかり押さえることで、永田屋様は6年という期間で8億円だった会社規模を20億円にまで成長させることに成功しました！同じ葬儀社でこれだけの成長をしている企業があるという事は、やってやれないことはないという事です。皆様も2倍成長に向けた一歩を踏み出してください。

最後に、2倍成長をするためのチェックポイントをリストにまとめましたので是非ご活用ください。

2倍成長の可能性を図るためのチェックリスト

- 自社の売上を2倍以上にしたいというビジョンがあるが、手法が具体的に見えない
- 経営計画を立てているが単年でしかなく、中期経営計画まで行けていない
- 経営計画が大雑把で、細かい数字の計算ができていない
- 出店展開を想定しているが、自社の勝ちパターンが見えていない
- 店舗展開のイメージはあるが、管理職となる幹部人財の育成が不十分である
- 人財育成の仕組み化がうまくできていない
- 会員数が伸び悩んでいるが、コロナでイベントなどもできず苦戦している
- 定期的に人を採用したいが、中々いい人材に巡り合わず計画の進行が遅れている
- 出店後拠点あたりのシェアが思うように獲得できず、次に出店をためらっている
- 計画を推進するのに適した評価制度がない
- 次に取り組むことが見えにくく、現状の延長線上で経営をしている

もし、1つでも当てはまる項目がある方は、
▶▶▶ 次のページにどうぞお進みください。

葬祭業経営戦略セミナー2021

今年のフォーラムは**2倍成長企業の経営術**がテーマに！
株式会社 永田屋の田中社長がご登壇！
業績アップの秘訣を赤裸々に語っていただきます！

オンライン開催

2021年

9月24日(金・友引前)

10月1日(金・友引)

10月22日(金・友引前)

10月23日(土・友引)

お忙しい中、繁盛レポートをお読みいただ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、「経営理念に基づいた計画をしっかりと立てたい」「営業部を立ち上げたい！」「新卒採用をしていきたい」と感じていただいた方も多くいらっしゃると思います。また、株式会社 永田屋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社以上の葬儀社と接する中でも、永田屋様の行ってきた初年度から1億円越えのハウステンディング®型式場のモデルや、年間の新規会員を1500組以上獲得する専任営業部の立ち上げ、1000名以上の学生が応募する新卒採用の取り組みは、どれも時流適応した取り組みであり業界でも有数のモデル事例です。

しかし、ただ時流に合った取り組みを真似しているだけでは、それぞれの取り組みは上手くいきません。永田屋様の成長の背景には①経営理念に基づき、自分たちの目指す姿から逆算した経営計画のイメージがあったこと。②その理念に基づき、時流適応した取り組みを行い続けることのできる強い組織基盤を作り上げていったこと。この2つが大きく影響をしています。

その結果が、「社長就任から6年で8億円から20億円に成長」や、「コロナ禍においても過去最高件数を達成」という素晴らしいものです。

このような状況下においても業績を上げ続ける田中社長の経営手腕は、葬儀業界の経営者様に大いに参考になると考え今回はセミナー講師のご依頼をしました。

日本でも有数の激戦区。そして、このように情報を開示することで、また競合に新たな手を打たれるかもしれない。そんなリスクがある中、田中社長より「できる限り業界の発展のために、詳しく当社の取り組みについてお話をさせていただきますよ。」とご快諾をいただきました。

当日は、業界トップクラスの数々の取り組みに関して赤裸々にお話しいただきます。

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。業界としても市場が年々厳しさを増す一方です。その中でも、ここ10年間の間に10億を超える規模で倍以上に成長された会社は業界でも数えるほどしかありません。永田屋様もその数少ない1社に該当します。

今回のセミナーでは、その数少ない2倍以上の成長をしてきた永田屋様が実際に行った事例だけでなく、様々な角度から次の葬儀社に必要な事例もお伝えできればと思っています。最新の事例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。

田中社長からも「せっかくセミナーにご参加いただくのですから、セミナーの講座では今回のインタビューでお話をしていなかった具体的な取り組みまで含め、お伝えさせていただける範囲でなるべく多くの情報をお伝えさせていただきますよ！」とおっしゃっていただいております。

実際問題、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を行いませんので、是非、いずれかのオンライン会場でご参加ください。

リアル開催
では毎年
満員御礼



成功事例
満載のセミナーです
※下記は過去のテキストです



最後になりましたが、皆様にご参加いただけることを楽しみにしております。
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
マネージャー

大道 賢作



葬祭業経営の情報が集まる!

葬儀経営.com

葬儀社の経営情報をメルマガにて毎週配信中!



information

巻頭インタビューでお話いただいた永田屋様もご参加中

115社の葬儀社が集まる
葬祭業専門の経営勉強会

プレミアムコンパクト葬経営研究会



会員
募集中



葬祭業経営戦略セミナー2021

今年のテーマは
2倍成長企業の作り方!!

なぜ？株式会社 永田屋は6年で売上8 億円から20億円に成長できたのか？

高い成果と社員満足を両立する 田中社長の経営術を徹底解剖!!



2倍成長を実現するための経営ヒントが得られる1日

オンライン会場 2021年
9月24日 (金) 友引前 10月1日 (金) 友引 10月22日 (金) 友引前 10月23日 (土) 友引

Step1 どんな時代でも持続的成長を続ける葬儀社の特徴

- コロナ以降の時流とアフターコロナを見越してすべきこと
- 業績を伸ばし続ける会社の3つの特徴
- コロナ以降の時流とアフターコロナを見越してすべきこと

株式会社 船井総合研究所
エンディンググループ マネージャー 大道 賢作

step2 創業100年以上でも革新を続け継続的に業績を伸ばす経営手法

- 永田屋が業績を伸ばした際に行ったマーケティング事例
- 永田屋が業績を伸ばした際に行ったマネジメント事例
- 展示会でも取り上げられた100年葬儀社のDX戦略

ゲスト講演 株式会社 永田屋 代表取締役 田中 大輔氏

step3 なぜ永田屋は業績を伸ばし続けることができるのか

- 永田屋が業績を伸ばし続けた理由を解説
- 永田屋の取り組みを自社に落とし込むために
- その他コロナ禍で生まれた新しい事例を公開

株式会社 船井総合研究所
エンディンググループ マネージャー 大道 賢作

step4 本日のまとめと明日から実践して欲しいこと

株式会社 船井総合研究所 エンディンググループ マネージャー 大道 賢作

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。

- 自社の売上を2倍以上にしたいというビジョンがあるが手法が具体的に見えない
- 店舗展開を想定しているが、自社の勝ちパターンが見えていない
- 出店後拠点あたりのシェアが思うように獲得できず次に出店をためらっている
- 計画を推進するのに適した評価制度がない
- 店舗展開のイメージはあるが、管理職となる幹部人材の育成が不十分である
- 人材育成の仕組み化がうまくできていない
- 会員数が伸び悩んでいるが、コロナでイベントなどもできず苦戦している
- 定期的に人を採用したいが中々いい人材に巡り合わず計画の進行が遅れている

ご興味をお持ちの方は
今すぐお申し込みください

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。

葬祭業経営戦略セミナー2021

お問い合わせNo. S076983

開催要項

オンラインにてご参加 ※各回、同じ内容です。ご都合のよい日時をお選びください。

日時

2021年 **9月24日** (金) 開始 _____ 終了 _____
13:00 ▶ 16:30 (ログイン開始12:30より)

お申込期限: **9月20日** (月)

2021年 **10月1日** (金) 開始 _____ 終了 _____
13:00 ▶ 16:30 (ログイン開始12:30より)

お申込期限: **9月27日** (月)

2021年 **10月22日** (金) 開始 _____ 終了 _____
13:00 ▶ 16:30 (ログイン開始12:30より)

お申込期限: **10月18日** (月)

2021年 **10月23日** (土) 開始 _____ 終了 _____
13:00 ▶ 16:30 (ログイン開始12:30より)

お申込期限: **10月19日** (火)

本講座はオンライン受講となっております。

オンラインミーティングツール「Zoom」を使用いたします。

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。Zoomご参加方法の詳細は「船井総研 web参加」で検索Q

受講料

一般価格 税抜 10,000円 (税込 **11,000円**) / 一名様

会員価格 税抜 8,000円 (税込 **8,800円**) / 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、事前にご連絡ください。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。それ以降は下記船井総研セミナー事務局宛にメール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。●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。

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. 076983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

船井総研セミナー事務局

<E-mail: seminar271@funaisoken.co.jp>

TEL: 0120-964-000 (平日9:30~17:30) ●申込みに関するお問合せ: 星野 ●内容に関するお問合せ: 大道

※お申込みに関してのよくあるご質問は「船井総研 FAQ」と検索しご確認ください

お申込みはこちらからお願いいたします

9月24日(金) 友引前

申込締切日 9月20日(月)

10月1日(金) 友引

申込締切日 9月27日(月)

10月22日(金) 友引前

申込締切日 10月18日(月)

10月23日(土) 友引

申込締切日 10月19日(火)



葬祭業経営戦略セミナー2021

コロナ禍でも過去最高件数を更新

理念経営 × 出店戦略 × 専任営業部 で

売上
8 億円
から

6
年で
20 億円

創業100年以上の老舗企業の代表が社長就任から6年
2.5倍に会社を成長させた、経営改革ストーリー
～高い成果と良好な人間関係を両立する永田屋の理念経営～

【開催日程】

9/24 (金)友引前 | 10/1 (金)友引 | 10/22 (金)友引前 | 10/22 (土)友引

【開催方法】全日程WEB(Zoom)開催 【開催時間】13:00～16:30

STEP 1
第一講座

どんな時代でも**持続的成長**を
続ける葬儀社の特徴

講師 株式会社 船井総合研究所 エンディンググループマネージャー 大道 賢作

STEP 2
第二講座
第三講座

創業100年以上でも革新を続け、**継続的に業績を伸ばす**経営手法

講師 株式会社 永田屋 代表取締役 田中 大輔 氏

STEP 3
第四講座
まとめ講座

なぜ永田屋は**業績を伸ばし続ける**
ことができるのか

講師 株式会社 船井総合研究所 エンディンググループマネージャー 大道 賢作



マイナビ2022 就職企業人気ランキング



株式会社 永田屋
代表取締役 田中 大輔 氏

新型コロナウイルス感染症に罹患された皆様、および関係者の皆様にご心よりお見舞い申し上げます。

お申込みは裏面から

エンディングビジネス経営者必見

いまメルマガ登録をすると…

葬儀社経営ノウハウ小冊子

無料で

プレゼント!!!

全国100社
以上の葬儀社の
生の成功事例
や業界動向を
集約

小冊子の内容一覧

経営戦略

- withコロナで勝ち残る経営者のための葬祭業界2021年時流予測レポート
- 年商3億円未満の地方葬儀社向け即時業績アップの定石まとめレポート

マーケティング

- 入会率が飛躍的に上がる事前相談の極意
- よくある葬儀社の電話対応と失注率改善事例
- 年間1000万円の粗利が増えたアフターツールの作り方
- 労働時間1時間当たりの粗利を1.5倍にする葬儀社の生産性向上事例

Web・デジタル

- 地域密着の葬儀社が取り組むべき地縁型Webマーケティング
- 新型コロナで大きく変化葬儀社のデジタル化戦略レポート
- 葬儀社向けHP診断チェックリスト
- 葬儀社が取り組むべきコロナ禍のWebマーケティング
- はじめての葬儀社の失敗しないデジタル化の進め方(1)
- 葬儀社向けデジタル活用による生産性向上

上記のような資料の新着アップ通知に加え、全国100社以上の葬儀社様の“生”の成功事例や最新の業界情報をメルマガにて配信しております！

全300ページ以上の
小冊子がダウンロードできる！
メルマガ登録はこちら！



新型コロナウイルス感染症に罹患された皆さま、および関係者の皆さまに心よりお見舞い申し上げます。

エンディングビジネス専門情報発信サイト 葬儀経営.com

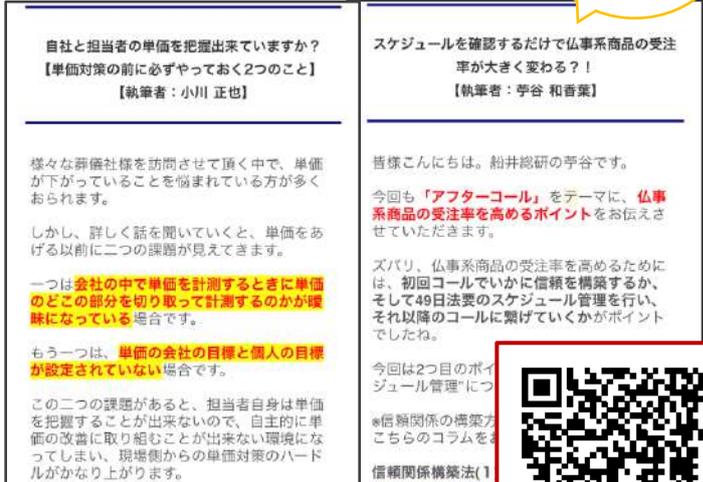


エンディングビジネス専門の情報発信サイト、「葬儀経営.com」では最新のセミナーのご案内や、コンサルタントによる成功事例コラム、無料ダウンロード資料の発信を行っています。経営者様だけでなく、従業員の皆様にもぜひご紹介ください！

葬儀経営.comのメルマガに登録すると…
葬儀業界の**“最新成功事例”**が無料で閲覧できる！

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！



メルマガジンの登録はこちら！
登録いただくと全300ページ以上の小冊子がダウンロードできる！



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



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！！



「葬儀社の皆様」に朗報です！

御社のIT化・デジタル化のお悩み、

第Ⅱ期 中小企業
デジタル化応援隊事業

を活用して解決しませんか？

謝金制度により通常よりもリーズナブルに
専門家の支援が受けられます！

このようなお悩み・課題ありませんか？

他の葬儀社はどのような
顧客管理で成果を
出しているのだろう？

反響の出る
ホームページが
作りたい…

研修の時間が取れないので、
オンライン動画での研修の
仕組みを構築できないだろうか？

業務効率を
高めるためのデジタル化
って何をすればいいの？

そのようなお悩み・課題

葬儀社専門のコンサルタントが
「中小企業デジタル化応援隊」を活用して
解決させていただきます！

御社のIT化・デジタル化を応援いたします！

専門家の支援が、謝金制度により

通常よりもリーズナブルに
受けられる

第Ⅱ期 中小企業
デジタル化応援隊事業



って、いったい

何?!

葬祭業専門のコンサルタントが、
第Ⅰ期で葬儀社様のご支援を行った実例を踏まえて
詳しく解説をいたします！



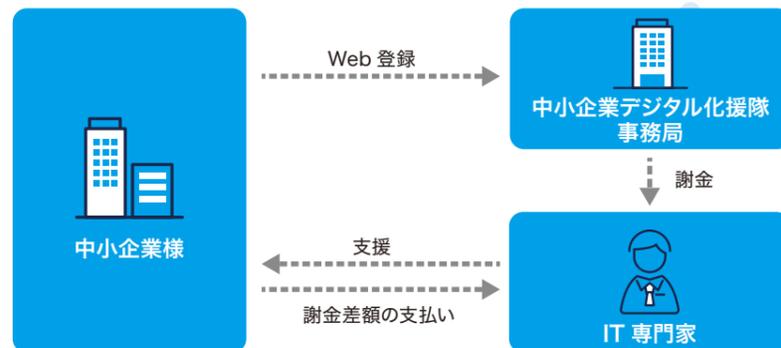
謝金制度により通常よりもリーズナブルに 支援を受けることができます。



そもそも「中小企業デジタル化応援隊」って何？

「中小企業デジタル化応援隊」とは

全国の中小企業・小規模事業者のさまざまな経営課題を解決する一助として、デジタル化・IT 活用の専門的なサポートを充実させるため、IT 専門家を「中小企業デジタル化応援隊」として選定し、その活動を支援する中小企業基盤整備機構の施策です。



つまり！

貴社にとってのメリットは…

事務局がデジタル化支援の一部費用負担を補助！
支援を受ける企業は

通常よりも費用負担が少なく、支援を受けることができます。

ところで…
中小企業デジタル化応援隊を使用したら、
船井総研さんはどんな支援をしてくれるの？

第一期でお手伝いさせていただいた事例、
TOP3 を右ページでご紹介いたします。
ご興味のある方はお気軽に無料相談をご利用ください。

下記どちらかの条件を満たしていれば、
貴社も対象です！

- ✓ 資本金の額又は出資の総額が
5 千万円以下の会社
- ✓ 常時使用する従業員の数が
100 人以下の会社及び個人事業主

第Ⅱ期デジタル化応援隊事務局による支援計画の成
立要件や謝金申請等の審査がございます。



WEB でのお問合せはこちら

「中小企業デジタル化応援隊」を使ってどんなことができるの？

～第一期での葬儀社様の活用事例～

ホームページ制作ディレクション支援

依頼数 No.1 ホームページをリニューアルを検討している
葬儀社様にオススメ！

全国50社以上の葬儀社様のホームページディレクションを行ってきた葬儀社専門の Web コンサルタントが、当たる葬儀社のホームページ作りのサポートを行います。年々、Web 紹介会社の受注件数が伸びているにも関わらず、自社のホームページからの問合せ数が中々増えない、という葬儀社様も多くあります。これからホームページ改修を検討されている方は是非ご利用ください。

支援費用 (通常価格)	374,000 円 (税込)
貴社実質負担額	76,500 円 (税込)
目安時間	85 時間
目安期間	約 3 ヶ月間
依頼内容	HP 制作のディレクション

オンライン研修仕組みづくり支援

依頼数 No.2 社員研修やマニュアルが中々、
出来ないという葬儀社様にオススメ！

中々、集合型での研修が難しいのが葬儀社です。そのお悩みを、いつでもどこでも学習ができるオンライン研修・評価の仕組みを作ることで解決いたします。各葬儀社様に合わせて、電話対応・事前相談・打合せ・アフターフォローのフェーズに合わせてのオンライン研修の仕組みづくりをお手伝いさせていただきます。

支援費用 (通常価格)	374,000 円 (税込)
貴社実質負担額	76,500 円 (税込)
目安時間	85 時間
目安期間	約 45 日間
依頼内容	オンライン研修仕組みづくり コンサルティング

業務改善システムの導入ディレクション支援

依頼数 No.3 システム導入で社員の生産性を高めたい
葬儀社様にオススメ！

システムを導入しても中々、上手く機能しない。ということが多くあります。葬儀社専門に生産性向上を得意としているコンサルタントが、どのようなシステムを導入し、運用を行うべきか、などを貴社の業務フローなどを確認しながらサポート致します。システムを導入して終わりではなく、システムと組織を連動させ生産性を向上させるのがポイントとなります。

支援費用 (通常価格)	374,000 円 (税込)
貴社実質負担額	76,500 円 (税込)
目安時間	85 時間
目安期間	約 60 日間
依頼内容	システム導入 × 業務改善 コンサルティング

先着
20社限定
<お問合せ期限>
9月20日(月)
まで

▶ お電話でのお問合せはこちら

0120-958-270

平日 9:45 ~ 17:30
(土日祝、年末年始を除く)

← 「無料相談」のお申込みはこちら