

葬祭業 単価戦略セミナー

社長が3ヵ月で取り組む 家族葬の単価

ディレクターの
スキルアップではない
単価アップ手法を
お伝えします

15万円UP↑

家族葬単価	粗利率
62万 → 77万	60% → 70%

地域密着経営の葬儀社が満足度を下げずに
葬儀単価15万円・粗利率10%アップしたポイントとは？



ゲスト講師

株式会社トラスト(福知山メモリー)
代表取締役 片山 隆永氏

- ✓ 家族葬単価が15万円アップした3ヵ月の取り組み
- ✓ 粗利が10%改善した基本プラン・商品戦略
- ✓ ディレクターや風習をいとわないサービスの提案方法

株式会社トラストが直面した

- 単価改善時の不安と解決方法
 - 単価アップの際の風習とのギャップ
 - 単価と満足度の両立のポイント
- などをお話しいたします。

東京会場

2022年12月3日 [友引] 土

13:00~15:00(受付12:30より)

会場:株式会社船井総合研究所 東京本社

オンライン

2022年12月9日 [友引] 金

10:00~13:00(ログイン開始 9:30より)

13:00~15:00(ログイン開始12:30より)

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心よりお見舞い申し上げます。新型コロナウイルスの感染症の状況によっては、録画によるWeb開催へ移行させていただきますので、何卒ご理解をいただきますようよろしくお願い申し上げます。また、来場にてご参加される際は、ご案内に注意点がございますので必ずご確認ください。

主催



明日のグレートカンパニーを創る

Fundai Soken

葬祭業単価アップ戦略セミナー [お問い合わせNo.S092463]

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。→ 092463



福知山メモリー 駅南ホール

【企業概要】

株式会社トラスト(福知山メモリー)

■売上1.5億円

■施行件数180件

■式場数1拠点2式場

■商圏:福知山市(8万人)

コロナの影響で単価減少 その後、家族葬の単価が15万円 上がった取り組みとは！？

京都府福知山市にて、20年前から地域密着経営で葬儀社を営んできた株式会社トラスト。

もともと地域密着の経営で、小規模の家族葬から地元の方の一般葬まで幅広くおこなっていました。



創業者のお父様からの地域密着価格の流れで、家族葬のプランは33万円、直葬プランも10万円代で受注をしており、葬儀価格を高く設定することはありませんでした。

しかし、2020年からのコロナウイルスの影響で一般葬がほぼなくなり、毎年コンスタントにおこなっていた200件弱の施行件数は変わらないまま、売上が1.7億円から1.4億円へダウン、このままでは危ないと不安感を覚えます。

その際に他の葬儀社で家族葬の単価が上がったことを聞き、家族葬でもしっかりと付加価値を提供することを軸に単価改善に臨みました。

単価改善によるトラスト様の実績

- ・家族葬単価62万円→**77万円**
- ・粗利率60%→**70%**

具体的にどのような取り組みをおこなったのか、お話をお伺いいたしました。

単価が15万円、粗利率が10%という業績アップですが、何をおこなったのでしょうか？

他社の話を聞いて、**プラン改善を行いました**。コロナ前から家族葬は33万円のプランが一番多く、一般葬の受注で単価が維持できていましたが、コロナ以降はそういかなかったもので、オプションなどのサービスも取り入れて**小規模の葬儀でも満足していただけるような葬儀を行えるように抜本的に商品構成を変えました**。



株式会社トラスト
代表取締役
片山 隆永氏

プラン改善にあたって、不安や躊躇することはありましたか？

まずは、**プランの上限価格をあげていいのかが不安でした**。特に家族葬＝安いという考えをお客様が持っているのではないかと考えていたので、価格だけを見られて不満に繋がらないかと心配しておりました。その他にも地域の風習や、今までのやり方を変えられるかということもありました。

ゲスト講師インタビュー

いざ、新しいプランを使ってみていかがでしょうか？

実際にスタートすると、上位のプランに祭壇以外のオプション(湯かん・生花)がついていることで、今まで出にくかった70~90万円のプランが自然と受注できるようになりました。湯かんや生花オプションなどのサービスにご満足いただいている実感があり、高いというクレームは全くいただいております。

風習という意味でも、そもそも家族葬のためのプラン構築になるので、こだわりが少ないお客様に対して、想いや故人への感謝のために湯かんや生花をつけましょうという提案をすんなりと受け入れていただいているイメージです。

一般葬をご要望の方向けに、一般葬プランを作成し、必要なものやマイクロバスなどもつけていますし、過去に施行されたお客様や直近で仮見積をおこなったお客様には、旧プランの提供もおこなっております。家族葬プランを明確にしたことで、結果的にさまざまなお客様のニーズに細かく答えられていると思います。



今回の取り組みをおこなってよかったことはなんですか？

地域密着の葬儀社だと、一般葬の割合など、お客様のニーズにかなり左右されますので、そこに合わせて自社の葬祭サービスを見直せることができました。正直、式場の大きさは変わっていませんが家族葬シフトを行えたかと思います。

また、見直しの中で家族葬に不必要なサービスをなくし、粗利率が10%上がったことも経営的にかなり楽になりました。

今後も地域密着で行っていきたいので、家族葬プランの価格帯は上げすぎず、式場使用料や車代もコミコミかつ、満足度の高い葬儀を引き続きおこなっていきたいです。

単価15万円アップ/粗利率10%アップ/満足度アップ したプラン改善手法を大公開

プランや祭壇などの基本商品の変更において、どこから手を付けるのか、どこまで変えてしまうのかということが不安に思う経営者が多いです。株式会社トラストも商品を入れ替えたり価格を変えたりしただけではなく、単価の目標にもとづく価格設定やお客様心理に基づく変更など、成功のためのポイントが隠されていました。そのポイントを4つに絞ってご紹介します。

①目標に基づく価格設計

まず、株式会社トラストは各プランの価格設計から入りました。商品やサービスありきでは価格がコントロールできず、プラン改善を行っても目標に達しないことや、プランごとの価格帯にバラつきがでてしまいます。

②時流に合わせた商品構成

祭壇と棺のみが変わるプラン構成の場合、参列の人数が少ないとプランを上げられません。株式会社トラストの商品構成においても、生花オプションや湯かんなど、小規模の家族葬でも満足度の高い商品を組み込んでいくことで差が出ています。

③粗利率の確保

価格と商品(原価)が決まると各プランの粗利率を計算することができます。低価格のプランに下がるほど、粗利率を高くすることがポイントです。株式会社トラストもそうすることで、低いプランの受注でも粗利率を維持できています。

④カタログデザイン

カタログデザインにおいて、プランの一覧表だけではなく、理念や高価格のプランをしっかりと訴求できる紙面割りを行い、紙芝居のように順を追って提案できるデザインを株式会社トラストでは作成されておりました。

①目標に基づく価格設計

上限価格(プラン)を上げ、価格幅をつける

上位のプランが100万円前後になっている場合、上位プランを受注しても、そもそも単価が上がらない可能性があります。上位プランを150万円前後に設定することで、80万円前後のプラン単価も受注可能です。中心価格が上がるとともに、中位のプランにも余裕をもって価格差(商品の違い)を付けることができます。



※中心価格=お客様がプラン一覧を見た際にだいたいの中心に感じる心理的価格。

②時流に合わせた商品構成

参列者に左右されない商品で差をつける

会葬者数に左右されない商品やサービス(湯かん、メイク、生花、オリジナル会葬者礼状、メモリアル動画等)を各プランに組み込むことで、小規模の家族葬でもプランアップが可能となります。商品の組み方も、実際にプランの違いを説明する場面や競合と比べられた場合をイメージし、プランの違い=商品・サービスの違いが明確になるようなトークフローに落とし込めるようにします。

プラン	祭壇	オリジナル 会葬礼状	湯灌	メモリアル DVD	メモリアル アルバム	生演奏
163	四季	あり	温泉湯灌	あり	あり	3人
134	四季	あり	温泉湯灌	あり	あり	1人
105	生花	あり	湯灌	あり	↑	「故人様だけのオリジナルプランです」
76	生花	あり	湯灌	↑		「動画を作って思い出を式前に流せます」
57	生花	あり	↑			「湯灌で綺麗にすることができます」
39	装飾	↑				「祭壇が生花になって、オリジナルの会葬礼状も付きます」

③粗利率の確保

プラン全体で粗利率75%を目標とし、 下位プランほど粗利率を高く設定

プラン改善によって、下位プランの粗利率の目標を90%にすることが必要です。そうすることによって、礼品や料理など粗利率が低い商品を加えた葬儀全体の粗利で65～70%の確保を見込むことができます。また、下位プランほど粗利率を高く設定し、下位プランの受注が増えた場合でも反比例して粗利率が増えていく仕組みづくりが重要です。

対象プラン	35	55	75
売上高	350,000	550,000	750,000
原価	35,000	110,000	187,500
粗利額	315,000	440,000	562,500
原価率	10%	20%	25%
粗利率	90%	80%	75%

※プラン原価例

④カタログデザイン

コンセプトページを設け、満足度も高めながら、 高単価プランを受注できる流れをつくる

カタログを作成する際には、自社式場の理念やプランの安心感訴求など、想いのページを最初に差し込むことで、自社の推奨商品や上位プランの提案を行う前のコミュニケーションを取れるようにします。上位プラン2P・中位プラン1P・下位プラン1/2Pというように上位プランの方に紙面を割くとともに、上から並べることによって、上位プランの提案時間が自然と増やすことを重視します。



プラン改善手法が聞けるセミナー詳細は次のページへ

葬祭業単価アップ戦略セミナー

～社長が3か月で取り組む家族葬単価15万円UP～

セミナー日程

【東京会場】

①2022年12月3日(土・友)13:00～15:00(受付12:30より)

場所:船井総合研究所 東京本社

【オンライン】

②2022年12月9日(金・友)10:00～12:00(ログイン開始9:30より)

(オンラインミーティングツール「zoom」を使用いたします)

③2022年12月9日(金・友)13:00～15:00(ログイン開始12:30より)

(オンラインミーティングツール「zoom」を使用いたします)

セミナー内容

第1講座



3ヵ月で取り組める単価改善事例をお伝えいたします

プラン改善により単価15万円アップなど単価アップに繋がった全国の葬儀社の事例をお伝えいたします

株式会社船井総合研究所 エンディングチーム チーフコンサルタント 小川 正也

第2講座



単価15万円、粗利率10%アップに繋がった取り組み

京都府福知山市の株式会社トラストの片山隆永氏をゲストに迎え、単価と粗利の改善に繋がった取り組みをご紹介します！

- ・コロナ禍で浮き彫りになった自社の課題
- ・プラン改善の際に感じた地域の風習や不安と解決方法
- ・新たな商品の付加や小規模の葬儀に向けたプランの考え方
- ・商材や提案の変化による受注者の対応方法
- ・プラン改善後に感じた単価が上がってもお客様の満足度の向上したポイント

株式会社トラスト 代表取締役 片山 隆永 氏

第3講座



経営者がすぐ取り組むべき単価施策とそのポイント

今からでもすぐに取り組める単価改善の施策の最新事例を大公開。最短たった3ヵ月で結果を出すための、自社の単価改善のポイントをお伝えいたします。また、地域の風習があっても実現できた単価アップ事例や、単価を上げながらもお客様満足度をアップさせた事例などをご紹介します。

株式会社船井総合研究所 エンディングチーム チーフコンサルタント 小川 正也

第4講座



まとめ講座

すぐにできる単価改善のために取り組むべきことをお伝えいたします。

株式会社船井総合研究所 エンディングチーム リーダー 赤荻 透

今回のセミナーでお伝えすること

- プラン改善を行う際のありがちな失敗例
- 目標の売上から逆算した中心価格の考え方と価格設定
- 自社のコンセプトの打ち出し方と満足感・納得感が高まるポイント
- 一般葬や火葬など家族葬以外のプランとの線引き
- 過去施行すでにお見積りをおこなった方や、地域の既存の施行への対応
- 粗利率アップのために必要な商材と不必要な商材
- 上位のプランの受注が増えるカタログデザイン

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。

葬祭業単価アップ戦略セミナー

お問い合わせNo. **S092463**

開催要項

※全日程とも内容は同じです。ご都合のよい日程をお選びください。

東京会場にてご参加

お申込期限：11月29日（火）

2022年 **12月3日**（土）

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

お申込み先着30名様限定（ソーシャルディスタンス確保のため）

※新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、感染状況が収束するまでの期間は、録画によるWeb開催へ移行させていただく可能性がありますので、何卒ご理解をいただきますようお願い申し上げます。

開催
時間

開始

終了

13:00 ~ 15:00（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。
また最小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。

オンラインにてご参加

お申込期限：12月5日（月）

2022年 **12月9日**（金）

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」で検索しご確認ください。

開催
時間

開始

終了

10:00 ~ 12:00（ログイン開始9:30より）

13:00 ~ 15:00（ログイン開始12:30より）

日時
・
会場

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。尚、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日前まではマイページよりキャンセルをお願いいたします。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3日前、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メンバース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. 092463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：園田

※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

お申し込みはこちらからお願いいたします

東京会場

2022年 **12月3日**（土）

お申込み期限：11月29日（火）

オンライン受講

2022年 **12月9日**（金）

お申込み期限：12月5日（月）



最新の業界情報が手に入る!!

無料

小冊子ダウンロード

葬儀業界の最新情報や知りたい情報が沢山つまったお役立ち資料が無料でダウンロード可能!

資料内容

- ☑ 葬儀業時流予測レポート2022
- ☑ 【葬儀社向け】デジタル活用による生産性向上
- ☑ 新型コロナで大きく変化 葬儀社のデジタル化戦略
- ☑ よくある葬儀社の電話対応と失注率改善事例



ダウンロードはこちら



お問い合わせ：ライフイベントグループ 担当：〇〇
(会社携帯) 平日9:45~17:30

船井流

葬祭業繁盛メルマガ

成功事例やセミナー情報が無料で手に入ります!



葬儀経営
お役立ち
サイト

<https://sougikeiei.com/>

葬儀経営

検索

- ☑ 年間費・登録費**無料**!
- ☑ 定期的に全国各地の**成功事例**情報が手に入る!
- ☑ **最新のセミナー情報**がいち早く手に入る!
- ☑ 葬儀業界の**時流情報**が手に入る!

葬祭業向け

YouTubeチャンネル

葬儀業界の情報を定期的に発信しております!



企画内容

- ☑ 葬儀業界の**時流情報**
- ☑ 最新の業績アップ**成功事例**情報
- ☑ 伸びている葬儀社**インタビュー**
- ☑ テーマ別(出店、Webなど)の**セミナー解説**講座
- ☑ 最新の**セミナー情報**

お問合せ：ライフイベントグループ 担当：小川
(070-2272-7190) 平日9:45~17:30