葬祭業向け
既存会館リニューアル成功事例セミナー

大型の一般葬式場のリニューアル

120坪の式場をわずか2,400万円の投資によって

1年で売上 6,000万円増

人口5万人の老舗葬儀社が取り組んだリニューアル戦略

- ✔ 拠点の施行件数が**140件から200件の1.4倍**
- ✔ 地域の老舗葬儀社だからこそできる販促で**事前相談が60件➡120件へ**
- ✔ 大型式場にも関わらず、わずか**2,400万円でリニューアル**できた秘密

式場の視察動画をお見せしながら取り組みを紹介します

特別ゲスト講師

株式会社やながわ
代表取締役
柳川 豊和氏

セミナー日程（ご都合の良い日程で下記よりお選びください。）

大阪会場
2023年2月16日(木) [友引]
13:00～16:30(受付12:30より)
会場：株式会社船井総合研究所 大阪本社

東京会場
2023年2月25日(土)
13:00～16:30(受付12:30より)
会場：株式会社船井総合研究所 東京本社

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 Funai Soken

既存会館リニューアル成功事例セミナー ［お問い合わせNo.S095423］

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。）→ 095423

葬祭業向け 既存会館リニューアル成功事例セミナー

セミナー内容＆スケジュール

全日程とも同じ内容になっております。ご都合の良い日程をお選びください。

開催日時

2023年 (木・友引)
2月16日
場所：船井総合研究所 **大阪本社**
13:00～16:30（受付12:30より）

2023年 (土・友引前)
2月25日
場所：船井総合研究所 **東京本社**
13:00～16:30（受付12:30より）

料金

一般価格：税抜20,000円（**税込22,000円**）/1名様
会員価格：税抜16,000円（**税込17,600円**）/1名様

セミナー内容

第1講座

既存式場のリニューアル成功事例

低投資で行なうホールのみの改装事例やより家族葬に特化したリブランディング・敷地内への小規模式場の出店など、商圏内の施行件数・シェア率アップのためのさまざまな成功事例をお伝えいたします。

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 リーダー 赤荻 透

第2講座

施行件数60件アップのリニューアル事例紹介

2,000万円強のリニューアルによって、拠点の施行件数60件アップ・売上6,000万円アップに繋がったリニューアルの取り組みをご紹介いたします。
※現地にて会館を視察した動画をご視聴いただきます。
そのため、よりイメージしやすい内容になっております。

株式会社やながわ 代表取締役 柳川 豊和 氏

第3講座

成功確率を高める式場リニューアルの手法

商圏の人口や競合などを加味し、リニューアルにおいて自社が押さえるべき指標やポイントを解説いたします。
その他にも工事中の施行の受け方や、リニューアルにおいて重要な箇所や不必要な箇所など、失敗しないための方法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DX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

既存式場のリニューアルのために、すぐに取り組むことをお伝えいたします。

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 リーダー 赤荻 透

式場のリニューアルをお考えの方へ
このようなお悩みはありませんか？

☑一般葬が減ってしまい、大きいホールの稼働がなくなってしまった

☑家族葬ホールに受注が集中してしまい、単価と満足度が上げられない

☑リニューアルを行ないたいが、どこから手を入れるのかわからない

☑自社の商圏でリニューアルを行なう必要があるのか迷っている

☑リニューアルを行ったが、集客や販促がうまくいっていない

コロナ以降での単価・一般葬減少により、大型の式場や一般葬式場の用途にお悩みの経営者も多くいらっしゃるかと思います。また、そういった大型の式場は、足元の旗艦店であることが多く、稼ぎ頭なのに古くなってきているという状況も見受けられ、リニューアルするかどうかの瀬戸際になってきております。特に、リニューアルを行なうか悩む理由として改装費用や投資回収をまず初めに考えるのではないでしょうか。

大型式場の稼働に悩まれている方必見

大型式場での
ローコストリニューアル成功事例が誕生！

☑たった1年で施行件数60件アップ

☑投資2,400万で売上6,000万円アップ

☑商圏シェア率45%→50%

リニューアルにおいて期待されることは、まずは施行件数の改善です。大型の式場の場合は特に投資回収を早めていくことを押さえたリニューアル戦略を組み立てる必要があります。
そのような中で、人口5万人の地方の旗艦店である一般葬式場を思い切ってリニューアル、その結果、2,400万の費用で、年間での施行件数が60件・売上6,000万円が増加した葬儀社がいらっしゃいます。
その結果、もともと半分近くの45%あったシェア率も更に5%アップしております。
今回は和歌山県の株式会社やながわの柳川豊和氏にお話をお伺いいたしました。

株式会社やながわのご紹介

今回は、和歌山県岩出市にて3会館の式場を経営されている「株式会社やながわ」の代表取締役 柳川豊和氏にインタビューをさせていただきました。
地域密着の経営を行ない、人口5万人の商圏でのシェア率が40%を越えております。コロナ禍でも一般葬式場のリニューアルに成功し、施行件数と売上を伸ばすことに成功されました。地域の老舗葬儀社として確固たる地位を築かれたやながわ様が、なぜ一般葬式場をリニューアルしたのか、リニューアルでの成功の秘訣に、も迫ります。次のページの特別ゲストのインタビューをご覧ください。

家族葬ホールやながわ中黒
（小規模家族葬ホール）

家族葬ホールやながわ水栖
（小規模家族葬ホール）

同拠点

家族葬ホールやながわ岩出
（一般葬式場から中規模家族葬ホールへ）

特別ゲスト講師

株式会社やながわ
代表取締役 **柳川 豊和 氏**

【企業概要】
株式会社やながわ
■売上2.1億円(2021年)
■施行件数240件
■式場数2拠点3式場
■商圏:岩出市(5.3万人)

特別ゲスト講師インタビュー

～リニューアル成功までの取り組み～

株式会社やながわ

代表取締役 柳川 豊和 氏

本日はありがとうございます。株式会社やながわがどのような会社か教えてください。

私の父が花の小売業として昭和25年に創業し、途中から自分も手伝うことになりました。

そのうち少しずつ葬儀の依頼もいただけるようになってきたため、借り入れをして小さな葬儀式場をつくりました。そのホールが軌道に乗り始めてさらに改装したのが、現在の家族葬ホール水栖となっております。

その後は、一般葬がメインの総合葬祭式場やながわ会館（今回リニューアルを行って家族葬ホール岩出に変更）を水栖ホールの道路を挟んだ向かい側に建設しました。

その後も車で10分ほど離れた場所に家族葬式場を建てたので、今は2拠点で3式場での式場運営を行なっております。

地域に根差した販促活動を地道に行なってきた結果、岩出市全体での施行のシェア率が40%を超えるようになりました。

ただ、直近2年では、コロナの影響も受け業績面でも打撃を受けてしまいました。

地域密着でのシェア率アップ、素晴らしいですね。コロナではどのような影響を受けたのでしょうか？

コロナ前は一般葬の比率が25%、年間で49件、単価も150万円以上ありました。会葬も多く広い式場に見合った100万以上のプランも良く出ておりましたね。

ただ、コロナが来てしまい、一般葬式場を利用される方も10件に1件程度、年間の稼働も30件を切ってしまうという状態になってしまいました。

全体の単価でもコロナ前の101万円から84万円まで下がっていたという状況です。さらに、件数も昨年よりも下回ってしまい、1.7億あった本社拠点の売上も1.3億になり、約4千万程度下がってしまいました。

売上4千万マイナス、、、それは大変でしたね。

はい、どこの葬儀社様もコロナで打撃があったかもしれませんが、弊社は単価だけではなく、件数も落ちてしまい大変でした。その中でも特徴は2つありました。

1つ目として、一般葬式場の稼働がなくなってしまったことです。一般葬が減ることは予想しておりましたが、実は30名を超える家族葬の場合も、一般葬ホールを利用されておりました。というのも同じ拠点にある家族葬ホール水栖の収容人数は20名以下の小規模の家族葬式場だからです。しかし、家族葬ホールという名前が先行してしまい、20名以上の家族葬の客層も家族葬ホール水栖を利用してしまうケースが増えていってしまいました。

家族葬ホール水栖の方がプランを安く設定していたため、家族葬自体の単価も落ちてしまいました。結果的に想定する客層と提供する式場サイズ(収容人数)が合っておらず、単価も満足度が下がってしまいました。

2つ目は、直葬の割合も増えたことです。今まで家族葬で葬儀を行なっていた客層の方から直葬の依頼も増えるようになっていました。競合他社でも直葬の打ち出しを行なうところが出てきており、直葬の問い合わせも増えていましたね。

結果的に、一般葬と家族葬がどちらも減ってしまい、直葬の割合が増えたことと、全体の施行件数も落ちてしまったというのが2つの特徴です。

拠点施行割合と単価比較	2019		2020	
	件数	構成比	件数	構成比
一般葬	49件	28%	29件	18%
家族葬	95件	53%	86件	53%
直葬	34件	19%	46件	29%
件数計	178件		161件	
単価計	1,018千円		842千円	

大変な中、業績アップに向けて、なぜ一般葬式場の改装に踏み切ったのでしょうか？

家族葬ホール水栖で無理して行なっていた20名以上の家族葬に対してしっかりと対応・提案していくことが必要と考えました。そのため、稼働が少なくなってしまった一般葬ホールを改装し、20名から40名以下の中規模の家族葬を受けられるようにしました。家族葬の中でも規模によって棲み分けをしっかりするというイメージです。

とは言っても、我々の商圏においては、数は少なくなってきているものの、一般葬の需要もまだ一定数はあるので、その客層もカバーしていかないといけません。

それらを踏まえて、中規模の家族葬と一般葬の需要を取り込める式場へリニューアルすることに踏み切ることにいたしました。

つまり、リニューアルと言っても一般葬ホールをただ小さくするのではなく、最大での収容人数は変わらないようにすることが必要と思いました。

実際の取り組みやリニューアル後の実績とは？

なるほど。実際にリニューアルをするときに意識されたポイントを教えていただいてもよろしいでしょうか？

はい、改装をするにあたって、意識した点が3つありました。

1つ目は、安置室の出店も含めたリニューアルの順番を計画的に考えたこと、
2つ目は、一般葬と中規模の家族葬の両方を意識したリニューアルに取り組むこと、
3つ目は、家族葬訴求に振り切ってマーケティングを行ったこと

一般葬の客層を取りこぼさず、中規模の家族葬の件数を増やすということが目的です。加えて、なるべく工事期間中の失注を防ぎつつ改装費用が掛けずに投資回収をしっかり行なうことを考えました。

まずは1つ目のリニューアルの順番を計画的に考えたことから教えていただいてもよろしいでしょうか？

はい、実はリニューアルに取り組む前に、拠点内に安置室を先に建てました。もともと、既存の安置室が導師控室と兼任で使っていたり単純に不便だったこともあったからです。

なので、リニューアル前にスケジュールを持ってきて工事期間中の施行や安置を少しでも受けられるように考えました。

結果的に、工事中の施行が受けられない期間に、一つの家族葬式場と一つの安置室での対応ができ、失注をなくすことができました。リニューアル中に施行が受けられない期間においても、どうしても工事を止められない内装工事の2週間に留められたことも良かったです。そこまで計算しておくと工事期間中の不安が解消することになりました。

工事中の失注リスクを事前に減らすことは大事ですね。次に2つ目のリニューアルのポイントについて教えていただけますでしょうか？

まず、一般葬を受けるということで、ホールは狭くしたりはしておりません。また、費用を掛けないようにするため、壁紙の張替えと式場を真ん中で区切れるようにレールカーテンを引いた程度のみの改装に留めました。

なので、一般葬は今まで通りの活用をおこない、家族葬の場合は、祭壇のステージを隠すカーテンの前に小さな祭壇を組んで対応できるよういいとこ取りするようにしています。

次に、改装箇所として控室はしっかりと費用を掛けてリニューアルを行ない、畳の和室からリビングに、会食室は控室と繋げてソファを置くようにしました。一般葬と中規模の家族葬の客層が利用されるため、広い控室を逆手にとり、家族・親族の皆様でくつろいでいただくイメージです。なぜ控室だったかというと家族葬の場合、祭壇(ホール)を大きく豪華にしたいという要望が少なかったことと、新たに家族葬式場を出店させているところは、控室を綺麗に設計されている場合が多く、比較されたときに弱みにならないようにしたかったからです。

【before】

【after】

最後の3つ目であるマーケティング面では、なぜ家族葬訴求に振り切ったのでしょうか？

もともと一般葬式場だった時から、一般葬の要望があって事前相談や会員になったお客様がほとんどいなかったのと、事前相談時は家族葬でも、施行時には中規模の家族葬になる方が多く、数を増やすためにも家族葬をしっかり打ち出すようにしました。

外観や看板はもちろん、事前の会員への告知やリニューアル後のチラシなどもすべて家族葬で統一いたしました。OPEN後も家族葬リニューアルチラシも昨年よりも折込量を増やして1年間続けました。

さまざまな取り組みを教えていただき、ありがとうございます。どのような実績になったのでしょうか？

リニューアルしてから1年で施行件数が60件・売上が6,000万円増えました。

しかも、既存の家族葬ホール水栖とリニューアルをおこなった家族葬ホールやながわ岩出、両方のホールとも30件ずつ増えていることもわかりました。

事前相談の件数が60件から120件と倍になっていましたので、家族葬の訴求が全体を底上げしてくれたのかと思います。2,400万円かかった改装費も予定より早い2～3年で投資回収を終えるペースです。

お忙しい中、教えていただきありがとうございました。

リニューアルが成功したポイントを徹底解説！

紙上セミナー
なぜやながわ様はリニューアルを成功させ、

こんにちは。船井総合研究所の小川正也と申します。
冒頭でもお伝えしたとおり、地域密着の老舗葬儀社ほど、リニューアルについて悩まれている方が多いと思います。
株式会社やながわも、以下の業績を上げることができております。

拠点昨年対比	2021年	2022年（見込み）	差
売上	1.65億	2.3億	+0.65億
件数	189件	249件	+60件
事前相談	60件	121件	+61件
シェア率	45%	50%	+5%

しかし、**単純にリニューアルを行なったから上がったというわけではありません。**

リニューアル後の活用も含めた、株式会社やながわの成功した4つのポイントをお伝えいたします。

①計画的なリニューアル戦略で工事中の失注リスクを減らす
②家族葬も行なえるためのリニューアルで投資回収2年
③家族葬訴求のマーケティングで事前相談増加
④リニューアルした式場を利用してもらうための受注対応

①計画的なリニューアル戦略で工事中の失注リスクを減らす

まずは、計画的にリニューアルを行なっていることがあげられます。商圏や式場、競合次第では、リニューアルを行っても投資回収ができない可能性もあります。株式会社やながわでは、既存の家族葬式場との差別化などの観点から、リニューアルでの付加価値をつけることができました。

その他にも、今後のリニューアルを考えて先に安置室や家族葬式場を作っておくなど、先を見据えた戦略が必要です。

業績を上げることができたのか

②家族葬も行なえるためのリニューアルで投資回収2年

株式会社やながわが投資回収を早められた理由として、一般葬と中規模の家族葬に絞ってリニューアルを行なったことです。一般葬は収容人数など変えることはありませんので、中規模の家族葬に絞ったリニューアル(控室)を行なうことが可能となりました。

また、今の時流として、より専門業態を尖らせていくことも必要です、既存の家族葬ホールで行える小規模の家族葬(20名以下)と、リニューアルして行なえるようになった中規模の家族葬(20名以上)と拠点内の2式場で家族葬の中での棲み分けを行ない、地域のさまざまな家族葬ニーズを包み込むことができました。

③家族葬訴求のマーケティングで事前相談増加

一般葬式場のリニューアルの場合、「豪華な一般葬」など一般葬の付加価値を訴求したくなります。しかし、一般葬のニーズが減っているため、家族葬での訴求の方が集客しやすくなってきております。

株式会社やながわにおいても、家族葬にリニューアルしたことを徹底して訴求し、OPEN時のチラシ、店名・看板なども家族葬の打ち出しです。結果的に事前相談が60件から121件と倍増することとなりました。

また、シェア率においても、地域密着の葬儀社だと、マーケティングを行なっていても30~40%から上がりにくくなるというところが多い中で、すでに45%あったシェア率からさらに5%上がったことは、リニューアル需要を取りこぼさなかったこと、新たな客層にリーチできたということになります。

④リニューアルした式場を利用してもらうための受注対応

改装後の取り組みとしてインタビューには載せておりませんでしたが、受注時の取り組みも工夫されております。株式会社やながわの場合、リニューアル直後は、オリジナル会葬礼状やメモリアルDVDなどをキャンペーンとして、家族葬ホール岩出の利用特典として付与いたしました。こちらも一般葬や中規模の家族葬のお客様に合ったサービスとなります。

それによって、リニューアルした家族葬式場を提案しやすくなり、利用されたお客様の声などをディレクターが実感することができ、お客様に新しい式場を利用してもらうことがwin-winと感じるようになるのです。結果的に、リニューアル後に家族葬ホールやながわ岩出の施行件数が30件増加、V字回復という実績になりました。

より詳しく聞きたい方は次のページへ

ここまでお読みいただいた皆様、ありがとうございました。
既存式場の稼働・リニューアル・今後の式場展開など、さまざまな
お悩みをお持ちの方に、特別なセミナーを準備しております。

葬祭業向け既存会館リニューアル成功事例セミナー

リニューアルをテーマにしたセミナーは5年ぶり！
株式会社やながわの「家族葬ホール岩出」の視察動画にて
余すことなく解説いたします。

大阪開催	東京開催
2023年 (木・友引)	2023年 (土・友引前)
2月16日	2月25日

両日とも
限定30名

既存式場リニューアル チェックPOINT

- □ 既存式場の老朽化が気になってきた
- □ 一般葬の施行が減って、広いホールが使われず単価が下がっている
- □ 競合の葬儀社が家族葬ホールをオープンして対応に悩んでいる
- □ 既存式場の中に家族葬対応式場を作りたいと考えている
- □ リニューアルをしたいが、工事期間中に施行を止めたくない
- □ 投資を抑えて本店のシェア率アップを行いたい
- □ コロナで単価・施行件数が落ちてしまった
- □ コロナ後の式場の活用や展開に悩んでいる
- □ 10年後の本拠点の戦略に悩んでいる
- □ 2代目、3代目経営者で、今後の経営を担っていかなければならない

上記のチェックに一つでも当てはまる方必見の
セミナーとなっております。

今回のセミナーでは、コロナで打撃を受けた葬祭業の中で、より皆様に具体的で業績アップにつながる内容にしたいと思っています。
また、このコロナ禍でお忙しい中、インタビューにお応えいただいた株式会社やながわ 代表取締役 柳川豊和 氏も、他の会社のお役に立てるなら、とのことで、自社で取り組んだ事例を惜しみなくお伝えいただく内容となっております。

今回は、オンラインセミナーではなく、動画やテキストのみの視聴を行なっていないため、大阪会場・東京会場のどちらかにお越しください。
また、会場の都合上、どちらも30名限定となっておりますので、お早めにお申し込みいただければと思います。

既存式場の活用や今後の展開など、次の一手・具体策が欲しい、という経営者の皆様はぜひご参加ください。
当日、お会いできることを楽しみにしております。

本セミナーでお伝えする成功事例やノウハウをご紹介

- 少額投資の改装のあと、家族葬訴求に集中投下し、家族葬の件数アップ
- 家族葬へのリブランディングを行ない、より幅広いお客様の獲得に成功
- 家族葬に特化した改装の必要な箇所と 不必要な箇所
- 商圏の算出や投資回収計画の作り方
- リニューアル時のチラシやイベントなど、適切なマーケティング手法
- リニューアル後の式場活用と単価アップのポイント

上記はあくまでも本セミナーの一部となります。
さらに詳しく知りたい方はぜひセミナーへ
お申し込みください。
実際にリニューアルに成功した式場の
視察動画を見ることができるチャンスです。

お申込みはこちらから➡

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。

既存会館リニューアル成功事例セミナー

お問い合わせNo. **S095423**

開催要項

日時・会場

※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。

大阪会場にてご参加

お申込期限：2月12日（日）

2023年 2月16日(木)

株式会社船井総合研究所大阪本社

〒541-0041 大阪市中央区北浜4-4-10 船井総研大阪本社ビル
地下鉄御堂筋線**「淀屋橋駅」**⑩番出口より徒歩2分

開催時間 開始 **13:00** ▶ 終了 **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。また最小催行人数に満たない場合、中止させていただくことがございます。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。

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。

東京会場にてご参加

お申込期限：2月21日（火）

2023年 2月25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

開催時間 開始 **13:00** ▶ 終了 **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。また最小催行人数に満たない場合、中止させていただくことがございます。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。

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。

受講料

一般価格 税抜 20,000円 （税込 **22,000** 円）／一名様　**会員価格** 税抜 16,000円 （税込 **17,600** 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、ご入金が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. 095423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：佐野 ●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

大阪会場

2023年2月16日(木)

お申込み期限：2月12日(日)

東京会場

2023年2月25日(土)

お申込み期限：2月21日(火)

\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

- ☑ 葬儀業界の時流予測レポート
- ☑ デジタル化活用による生産性向上
- ☑ 葬儀業界のデジタル化戦略
- ☑ 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

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！

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業績アップチャンネル

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**