

スペシャルコンテンツ

天国社 富永氏へのインタビューレポート

今回のスペシャルレポートでは、

- ① 天国社ホールディングスとは？創業からこれまでの歩み
- ② ディレクター1人当たり1か月12件施行を回せる仕組み
- ③ 新たな仕組みを構築するうえで苦労した点
- ④ 仕組みの精度を高めるうえでの工夫点
- ⑤ 新たな仕組みの構築によって実現できたこと

上記5つの内容を元にインタビューさせていただきました。

改めて、天国社グループでは現在2ブランドの葬儀会社において

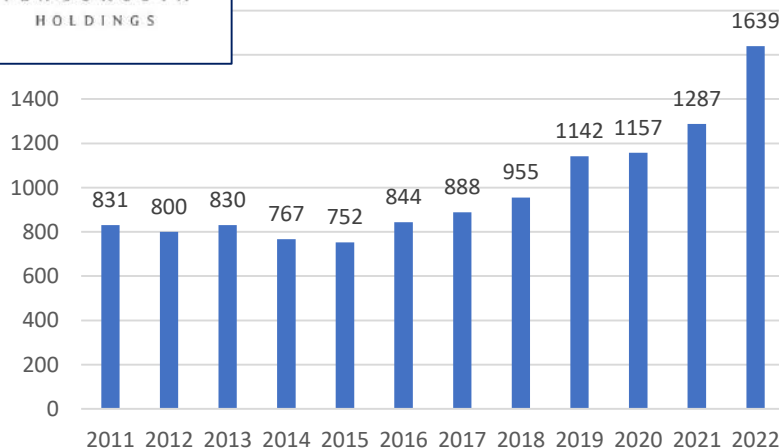
施行件数1,639件 ディレクター11人 1人当たり平均12件/月

と驚くほどの施行件数をディレクターが回しています。それでも休みは8日とれており、業務の効率化により生産性を高めたからこそ実現できている数字なのです。その仕組みとして、今回はこれまでどのような歩みを辿ってここまでの生産性の高さを実現されたのか、実際のインタビューの一部をご紹介します。

苧谷



総施行件数



本社：福岡県 福岡市西区姪浜駅南2-20-25

商圏：福岡市

■葬儀売上高 12億

■従業員数 60人

■会館数 天国社 5 会館 市民葬祭2会館

天国社ホールディングスについて、 そしてゲスト富永氏の簡単なご紹介

苧谷： 本日はお時間をいただきありがとうございます。今回は天国社グループではディレクター1人当たり1か月12件回すという驚きの仕組みについてご紹介いただきます。まずは、富永氏について、そして天国社ホールディングスについて簡単にご紹介いただけないでしょうか？

富永： はい。私は1999年に天国社に入社し、葬祭ディレクターとして現場に携わってきました。近年は部長職に就いたことで現場から離れ、葬祭部の統括とプロジェクトの取りまとめなどを行っています。直近では本日お話をさせていただくデジタル化推進に向けたプロジェクトの統括や、遺品整理事業の担当もさせていただいております。

天国社ホールディングスは今年で創業36年目です。創業時に福岡市内に2式場展開し、そこから2011年までに3式場福岡市内に展開していきました。私が入社した当時は創業13年の頃で、その頃は式場は4式場、件数も619件と今よりもまだまだ規模の小さい葬儀社でした。

苧谷： ありがとうございます。入社いただいた当時と比較し、現在は1,639件と2倍以上の件数まで業績を伸ばされたのですね。素晴らしいです。式場は2011年以降は展開されていないようですが、2015年から一気に件数を伸ばしていますね。何かきっかけでもあったのでしょうか？

富永： はい。創業から2014年までは“天国社”1ブランドで葬儀式場を展開しており、一般葬・家族葬をメインとしていました。一方で、2014年ごろから徐々に直葬や火葬式の依頼が増えてきたこと、ただ既存ブランドで対応すると単価が下がる可能性があったことから、**2015年より直葬や火葬式、ポータル経由での施行を専門として葬儀を執り行う会社として“市民葬祭”というブランドを立ち上げています。**

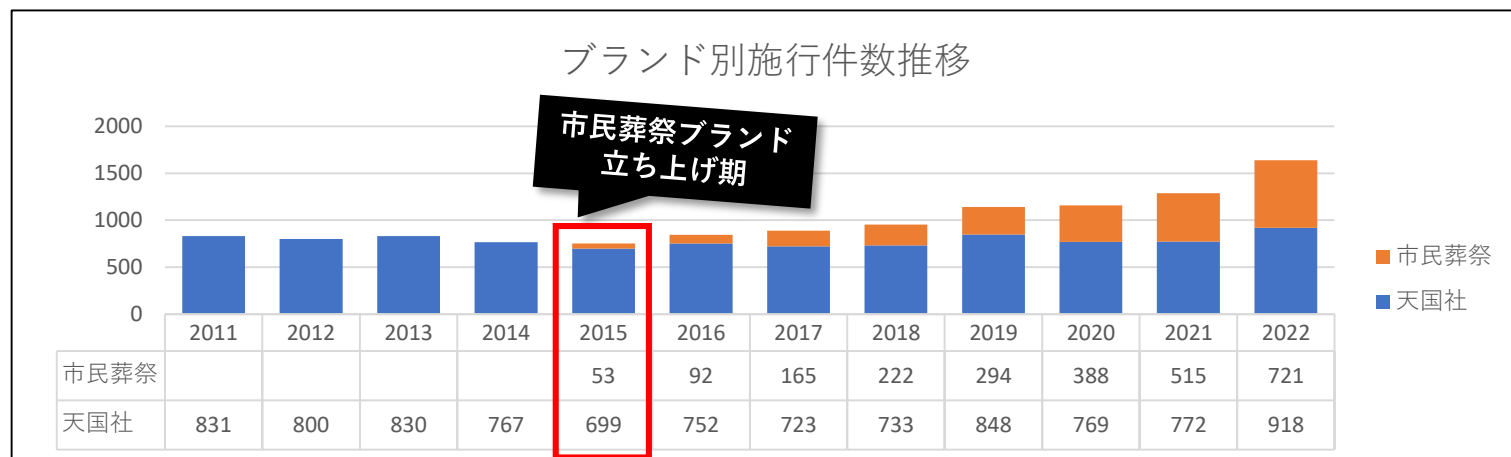
苧谷： 2ブランドに分けることで、どのような効果があったのでしょうか？



別ブランド立ち上げで新たな客層の集客を！その反響はいかに・・・？

2ブランド立ち上げによる件数アップ戦略をスタート。 件数が増え、上手く軌道に乗るものの 現場の業務量は一気に増えてしまい社員が疲弊状態に。

富永： はい。従来の天国社ブランドに加えて別ブランドで火葬や直葬の葬儀も対応を受け付けたことで、新たな客層として施行が取れるようになりました。とにかくまずはシェアアップを図りたかったため、ポータルサイトと提携して件数アップを図ろうとしていました。



苧谷： なるほど。確かに件数の内訳をみると市民葬祭ブランドの件数が増えていますね。これだけ件数が一気に増えると、現場の方も忙しくて中々休みも取れなかったのではないのでしょうか？

富永： そうですね。当時何とか葬儀を回そうと必死で、マンパワーで何とか乗り越えていました。私自身も当時は現場に出ており、忙しい月は月22件もの施行の担当になるなど、本当に辛かったです。

苧谷： それだけ件数を回されるとなると、休みも取れていなさそうですね……。ディレクターの増員などはされなかったのでしょうか？

富永： はい。実はディレクターの増員は行っておらず、全社的にも新たに人を採用することはしていませんでした。特に施行担当は退職もあり減員したことで、それまでよりも業務が一気に増えました。その結果、週休で休みが取れない・有給も取れない・残業が多いといったことが続いたことで社内の雰囲気も段々と悪くなっていき、退職者も出てくるようになり入れ替わりが激しい組織になってしまっていました。

苧谷： それは大変でしたね……。

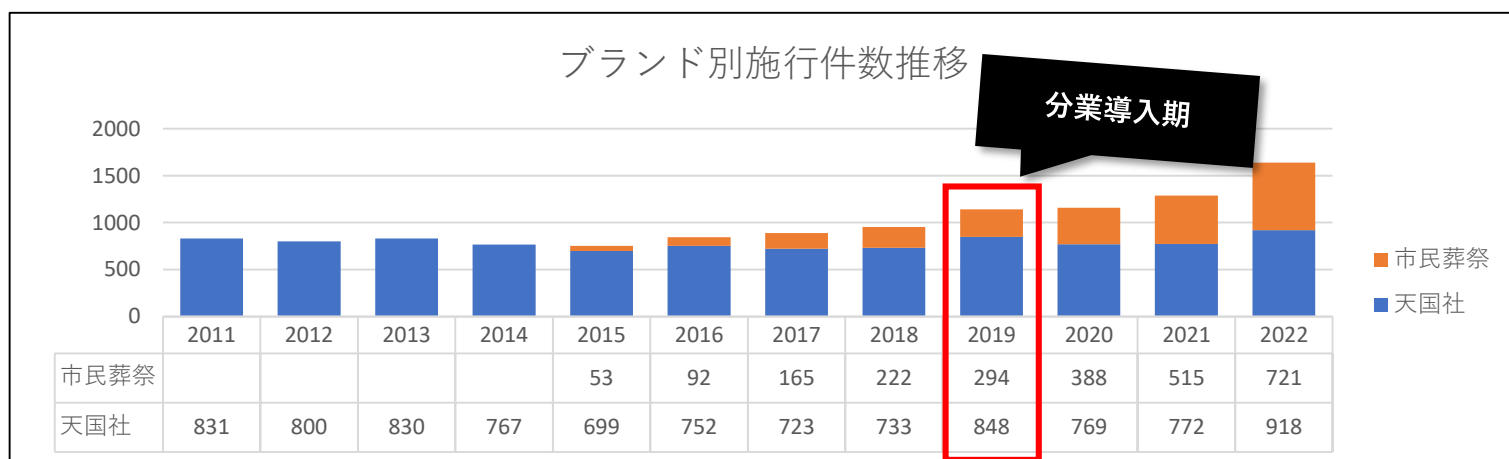
富永： はい。加えて実は当時天国社の単価も年々下落傾向だったんです。市民葬祭ブランドで件数は増えて件数アップはできているものの、収益が大きい天国社の売上が少なくなっていたので、休みも取れず、利益も出ない。このままでは貧乏暇なしの会社になってしまうという危機感がありました。

2ブランド戦略で件数UP！新たな客層も囲い込め好調かと思いきや……

『利益』・『休み』・『シェア』の3つを抑えるための ブランドに合わせた分業体制戦略の導入。 ディレクター1人当たり月12件回す仕組みが回りだす。

苧谷： ブランドごとに個々の課題が顕著になっていったんですね。何か対策はとられたのでしょうか？

富永： はい。そこで「社員の休みも確保しながら件数を回していきたいこと」「天国社に関しては単価を維持していきたいこと」「市民葬祭に関しては件数をガンガン回すことでシェアアップと利益を残す両軸を取りたいこと」の3点を目的に、2019年から分業体制を導入することとなりました。



急成長を支えたブランド別の戦略に合わせた分業体制。 天国社のディレクター1人当たり12件/月を回す仕組みとは。

苧谷： それぞれのブランドごとにどのような戦略で分業体制を取り入れられたのでしょうか？

富永： まず天国社では、売上をメインに担うブランドですから高単価を取れることを目的に分業体制を取り入れました。受注単価の高い社員を選任し、選任された社員だけが受注を行い、他社員は式典業務に専任させました。

また市民葬祭では、とにかくまずはシェアアップを重要視していました。ただし火葬式や直葬のため単価が低く利益も少ないことから、いかに少ない社員で多くの件数を回すことができるかを目的に分業制度を導入しました。そのため市民葬祭では専任化はせず、全社員が受注・式典業務どちらも担えることで、その日対応ができる社員で引継ぎをしながら全て回していく形式で分業制を取り入れました。

	天国社	市民葬祭
プランナー（受注者）	専任（2名）※1人当たり35件/月	兼任（3名） ※受注と式典施行を分業しているものの、専任化をしていない
ディレクター（式典施行）	専任（8名）※1人当たり9件/月	

ブランド別の戦略に合わせた分業体制の導入。その効果は・・・？

ブランド戦略別の分業体制の導入による生産性は大幅に上昇。 ただし、分業体制を導入したからこそ発生する、 “社員間の引継ぎ問題”が顕在化し始める。

苧谷： ブランドごとの戦略に合わせた分業体制を取り入れたんですね。ちなみに、分業制を取り入れるにあたって社内から不安の声や反発などはなかったのでしょうか？

富永： 一切なかったですね。これまで、一施行一担当で葬儀を執り行っていたことで休みの確保が出来なかったり、残業時間が多く社員に負担がかかっていた不満の声が多く上がっていたんです。なので、今回の分業体制に関しては社員の業務負担を減らすことも理由として伝えるようにしたことで、分業制度の導入に関してはすんなりと浸透させることが出来ました。

苧谷： なるほど。今社員さんが抱えている悩みを解消する手段として伝えたことがポイントになりますね。分業制の導入により、どのような効果がありましたか？

富永： 分業制の導入により当初の目的であった週休での休みの確保が出来るようになりました。特に2019年は一気に180件も件数が増えたのですが社員数を増やすことなく有休も平均5日とれるようになりました。また、コロナによって一般葬の縮小や会葬者が減るなどといったこともありましたが、天国社では受注担当者を専任化することで単価も維持することが出来ました。

【分業体制導入後】

	社員総数	ディレクター	平均休日取得日数	平均有給取得日数
2015	50	13	8(月をまたいで振替)	
2016	45	10	8(月をまたいで振替)	4
2017	45	10	8(月をまたいで振替)	3.5
2018	45	10	8(月をまたいで振替)	4.7
2019	45	11	8(週休)	5
2020	45	9	8(週休)	6

苧谷： それは素晴らしいですね。ちなみに、分業体制を導入される場合、良くあるお悩みとして、担当者間での引継ぎが上手くいかない・どのようにしたらいいのかわからないといったお声を良くいただきます。天国社グループの場合は特にこういった悩みはなかったのでしょうか？

富永： いえ、実は分業体制を導入した結果、社員1人当たりの負担は減ったのですが、おっしゃっていただいたように引継ぎの問題が発生していたんです。

分業体制により休みは確保できたものの発生した課題とは・・・

社内で発生していた引継ぎ問題の中身とは？ 問題を解決するために引継ぎの即時共有ができる 顧客管理システムの導入への舵を切る。

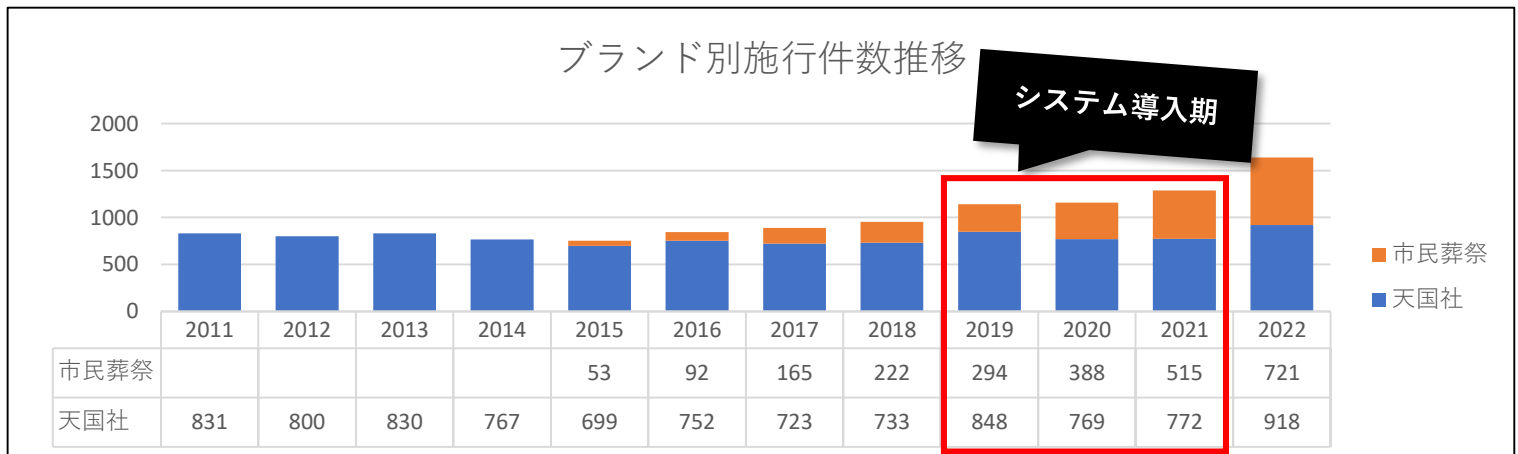
ブランド別戦略に合わせた分業体制により当初の目的は達成。
一方で新たな仕組みによって発生した障害とは。

苧谷： 引継ぎ時の問題という、やはり受注担当と施行担当間での情報共有の仕方に課題があったのでしょうか？

富永： はい。分業体制を導入した2019年頃は、当社はすべて紙やExcelで情報を管理しており、社員間でのやりとりも口頭やメモ用紙などを渡すといった体制でした。そのため、**分業制を導入した当初は引継ぎはすべて紙や口頭で行っていたため、共有する情報が社員ごとにバラバラで不十分でした。**さらに、ご葬家様からプランナーが聞いたことを施行担当に伝え漏れていたり、発注書はどれが最新情報かわからなかったりと、とにかく色々と情報共有体制が整っていないことで、確認作業にかなりの手間が発生していたんです。特に社内間であればまだしも、お客様に言われたことを社内で共有できていなかった際はお客さまにもご迷惑をかけたり、最悪クレームになるなど、施行品質が下がってしまっていました。

苧谷： そうだったんですね……。確かに、情報共有に対する課題は多くの葬儀社でお聞きしますが、天国社グループではどのように解決していったのでしょうか？

富永： 情報共有をスムーズに仕様と、社内連絡用にLINEは利用していたのですが、お客様の情報管理は当時は紙で行っていたんです。そのため「**共有する情報を統一させること**」「**その引継ぎ情報リアルタイムで情報共有ができること**」を目的に、**2019年に顧客管理システムを導入しました。**



分業体制導入時の引き継ぎ問題。システムでいかに解決したのか・・・

システムの入れ替えはなんと3回！？ 様々な苦難を乗り越え、情報管理のデジタル化が実現

戦略別分業体制×システムを活用したデジタル化戦略。

更なる高生産性を後押しした天国社のデジタル化とは？

苧谷： これまで紙や口頭ベースで管理されていたとのことですが、スムーズに切り替えはできたのでしょうか？

冨永： いえ。実は、色々と上手くいかず3回ほどシステムを入れ替えました。（笑）

苧谷： システムを3回も！何かシステムや社内に問題などがあったのでしょうか？

冨永： そうですね・・・特にシステムや社内に問題があったというよりは、こういった用途や目的でシステムを使いたいかを明確にしていなかったのが原因かと思います。というのも、1回目のシステムは分業前に一度導入しようと契約したものの、運用までの準備に時間がかかり過ぎたため、スタートせず断念したんです。システム構築をシステム会社さんをお願いしたのですが、葬儀という特殊な業務における要望をすり合わせしないといけず、そのコミュニケーションを取る部分に時間を要しすぎていました。

苧谷： なるほど。オリジナルシステムを作ろうとなるとまずはシステム会社さんに葬儀の業務を理解していただいた上でのすり合わせになりますもんね。そうすると2回目に切り替えたシステムはある程度パッケージ化されたシステムを導入されたのでしょうか？

冨永： いえ。やはり自分たちの業務に合わせたシステムが欲しかったため、パッケージ化されたシステムは考えていませんでした。ちょうどその時、サイボウズさんが提供しているkintoneを見つけたんです。プログラミング不要で自分たちで自由に情報共有システムが作れるシステムなので、1回目の経験も踏まえて2019年頃からkintoneを導入しました。

苧谷： 自分たちでシステムを作られたんですね。プログラミングが不要とはいえ、システムのことを理解しないといけないですしかなり大変で手間だったのではないのでしょうか・・・？

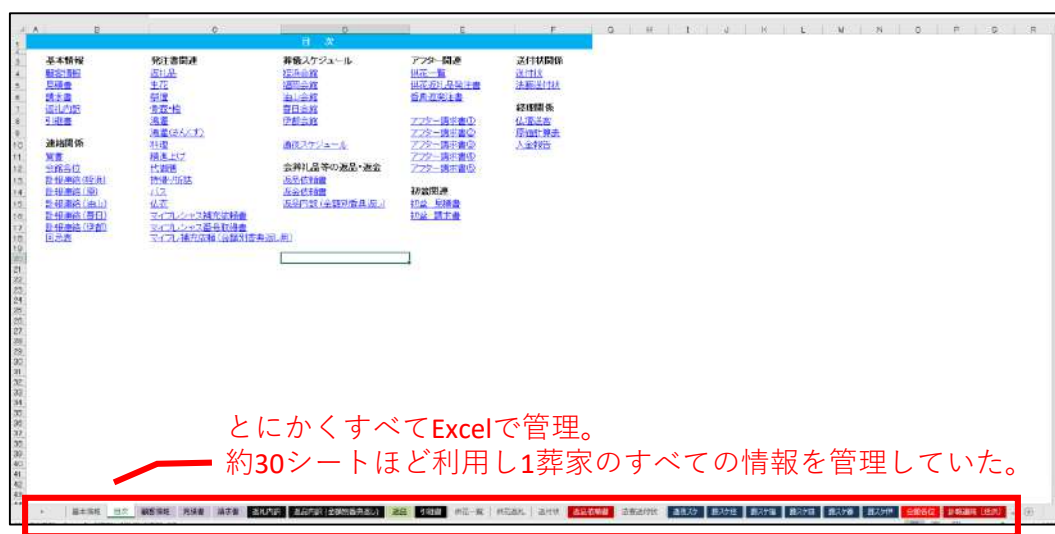
冨永： そうですね。覚えるのは大変でしたが、当時とはとにかくクラウドで情報を管理し、リアルタイムで担当者間の引継ぎができることが目的でしたので複雑な仕様にする必要もありませんでした。そのため1回目の頃よりもすんなり運用は進められたかなと思っています。

苧谷： 素敵ですね。そうすると情報もデジタル化したことで、スムーズに引継ぎなどもできるようになり課題も解消したのではないのでしょうか？

システムを活用して情報共有体制を構築。更なるデジタル化戦略とは

顧客情報の導入により実現できた情報共有のクラウド化。 一方で、新たに発生したデジタル化による手間を 3回目のシステム切り替えによりようやく解決へ。

冨永： そうですね。情報をデジタル化したことで共有体制は整えることが出来ました。ただ、実は既存の業務をそのままデジタル化したことで逆に業務の手間になってしまっていたんです。当時は葬儀の準備を効率化しようと、発注書、見積書などはExcelで関数を組んで効率よく入力ができるシートを作成していました。そうしたら、担当個々がExcelを独自に改修していて、社内で利用している資料が統一されていなかったり、新しくバージョンを更新しようとしてもどれが最新版かわからず、返って更新の作業に時間がかかるなどといったことも発生していました。



担当者A版

担当者B版

担当者C版

個々に改修し
最新版が不明

とにかくすべてExcelで管理。
約30シートほど利用し1葬家のすべての情報を管理していた。

【2回目のシステム導入期】既存業務のまま、情報を業務終了後システムに入力していた



苧谷： 葬祭業の場合、打ち合わせや発注など転記作業や作成業務が多いですもんね。そうすると業務自体のデジタル化を図られたのでしょうか？

冨永： はい。それが3回目のシステム切り替えのタイミングでした。ちょうどその頃、kintoneを使った葬祭業向けのセミナーが船井総合研究所で主催されていたので視聴したんです。そうしたら、今自分たちが紙で行っている業務自体全てデジタル化できるんだ、もっとディレクターの仕事を効率化することができるんだということを知りました。そのため、ちょうど船井総合研究所が提供しているシステムがkintoneでパッケージ化して販売しているシステムだったので、葬儀社向けの顧客管理システム（船井ファストシステム）に切り替えました。

苧谷： 単なる情報のデジタル化だけでなく、葬儀業務自体のデジタル化を進められたんですね。どのような業務をデジタル化されたのですか？

情報のデジタル化から、業務のデジタル化へ。その具体的な内容とは？

3度目の正直で実現した業務のデジタル化 ディレクター業務、バックオフィス業務のデジタル化により 天国社の業務は全てデジタル化を実現

富永： とにかくまずはディレクター業務の効率化を図りたかったため、**搬送記録や受発注業務のデジタル化**を図りました。オンラインFAXなども導入し、受注～発注までの業務をすべてデジタル化させました。先ほどお見せしたExcelシートをすべて業務の流れに合わせてデジタル化させました。

【3回目のシステム導入期】 打合せ時にお見積書を作成し、そのままオンラインFAXで発注し引継ぎ



苺谷： あの30もあるExcelシートが全てデジタル化されたのですね！受発注がデジタル化出来たのであれば、そのあとの請求関係も楽になったのではないのでしょうか？

富永： そうですね、だいぶ楽になりました。当時は最終確定した情報を探しながら請求書を作成していたのですが、その確認の手間が一切なくなりました。またディレクターと同じくらい経理社員の業務も圧迫していたのですが、ディレクター業務のデジタル化によって経理業務も楽になったんです。

苺谷： どのようなところが楽になりましたか？

富永： 例えば、運行記録のデータ集計や、月末の会議に利用する集計、評価や給与手当に利用する集計、入金管理などですかね。当時は全部紙で管理していたので経理の方が月末に数日かけてデータを集めていました。**ディレクター業務がデジタル化したことで、すべての情報がデータ化されたことから、そういった集計作業や管理もなくすることが出来るようになりました。**現在では葬儀業務以外の社内業務もすべてシステム化しています。

kintone

【デジタル化戦略で実現できた業務一覧】

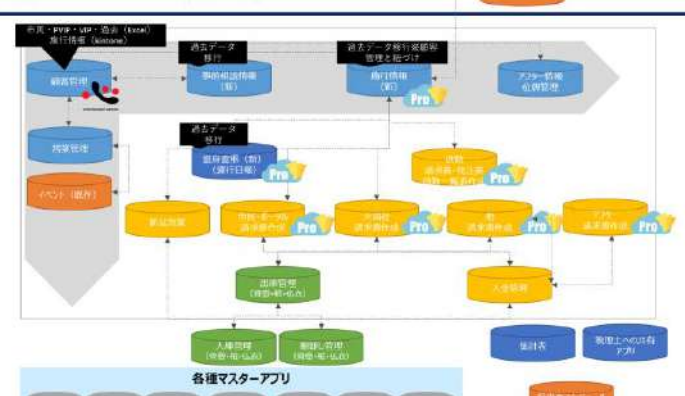
会員管理	相談管理	施行管理	アフター管理	初盆管理	請求書作成	入金管理
オンライン発注	運転日報	在庫管理	自動集計	手当管理	日報管理	勤怠管理
休暇管理	申請管理	税理士との連携	搬送業者との連携	士業連携	不動産案件管理	遺品整理案件管理

様々な苦難を乗り越え葬儀業務のデジタル化を実現。その効果とは？

**デジタル化が成功できたポイントは事前の業務棚卸と新たな業務体制に合わせたシステム構想。
社内への徹底した導入フォローにより運用も定着化に成功。**

芋谷： 素晴らしいですね。葬儀の業務はかなり複雑ですが、その複雑な業務をデジタル化させるにあたり気を付けた点がありますか？

畠永：そうですね、今回は業務をデジタル化した場合の業務の流れ、部署間の連携、業者との連携などを加味したうえでどの部分をデジタル化させるのかを考えて導入を進めたところでしょうか。葬儀の場合、業務が複雑だからこそ単純に情報をデジタル化するのではなく、まずはどのような形でデジタル化をするのか、そのためにどういった点を変えるかなど予め決めた上でデジタル化を推進していくことが重要だとこれまでの経験でわかったんです。まずは課題を整理してどのようにシステム化を図るかを考えてから導入を進めました。

[illegible]

業務別の棚卸・課題を把握したうえでどこをデジタル化していくのかを検討し、システムを構想

荳谷： 良くあるのが、社内でデジタルに対して苦手意識がある社員さんが多く中々浸透できないというお悩みを抱えている葬儀社が多くいらっしゃるのですが、そのあたりはどうでしたか？

富永： もちろんありました。特にアフター部は再雇用した社員がメインだったので、そもそも画面を開けるのかどうかから始まりました（笑）。ただ中途半端に時間をかけて行っても進まないため、まずは2か月間の試験運用期間を持たせたうえでその2か月後に体制を切り替える形で推進しました。アフター部に関してはやはり一気にシステム化することは難しかったため、まずは情報を活用できるよう閲覧の練習をする⇒慣れてきたら必要最低限必要な情報を入力するといった形でミニマムスタートを切ったことで徐々に運用も慣れてきました。

芋谷： ある程度の練習期間を設けたこと、社内への徹底した周知が導入を浸透させることができた大きなポイントになっていますね。

戦略別の分業体制×システムを活用したデジタル化戦略による効果とは

戦略的分業体制×デジタル化の2軸によって実現できた “ディレクター1人当たり月12件の葬儀が回せる仕組み” 今後はアフターや遺品整理事業もデジタル化を取り入れる

苧谷： ブランド別の戦略的な分業体制の導入と、デジタルを活用した業務の効率化により、どのような効果がありましたか？

富永： 件数が増えても今の人員数で十分回すことが出来るようになりました。特に直近はコロナの影響で一日葬が増えたことで通夜も減り、残業時間も全体的に減らすことも出来ました。

苧谷： なるほど。分業体制の導入と、葬儀業務のデジタル化の両軸で取り組まれたことで、1人当たり12件/月という驚異の仕組みを作ることが出来たのですね。ちなみに4～5年前は休みもあまりとれなかったとのことでしたが、そういった労働環境などは改善されましたか？

富永： はい。今では月8日の休みも振替なしでとれるようになっていましたし、デジタル化を推進した後は有給も9日は取れるようになっていました。もともとフレックス制度を導入していたのですが、柔軟に社員が休みたい日に休めるようになりました。最近では退職者も0になっています。引継ぎ自体も、以前の紙管理の頃はお客様からクレームのお声もいただいていたこともありました。業務自体をデジタル化し、引継ぎの質の標準化も図ったことでクレームも無くなりました。

【分業体制×デジタル化による効果】

	売上	ディレクター	平均休日取得日数	平均有給獲得数	1人当たり担当
2015	915,101,321	13	8(月をまたいで振替)	-	5
2016	935,794,285	10	8(月をまたいで振替)	4	7
2017	947,235,524	10	8(月をまたいで振替)	3.5	7
2018	982,586,769	10	8(月をまたいで振替)	4.7	8
2019	1,050,760,889	11	8(週休)	5	9
2020	885,065,381	9	8(週休)	6	11
2021	1,022,339,560	12	8(週休)	8.4	9
2022	1,201,009,664	11	8(週休)	9.6	12

苧谷： ブランド別の戦略に合わせて業績も伸ばしながら、課題であった社内の体制の整備もできたことで素晴らしい成果を上げられたのですね。素晴らしいです。最後に、今後の展望をお聞かせください。

富永： 現在は不動産の買取事業を強化しており順調にこちらの業績も伸ばすことが出来ています。加えて今後は遺品整理事業や法要系のアフター商材の売上強化も図っていきたいと考えています。葬祭業務のデジタル化、効率化が一通り行えた分、次はアフター商材や不動産・遺品整理事業との情報共有体制や業務の効率化も図っていかれると思っています。

苧谷： 今後の展望も楽しみです。また是非お話をお聞かせください。本日はお時間をいただき誠にありがとうございました。

コンサルタントによる徹底解説は次のページよりご覧ください



本セミナーゲスト 株式会社天国社福岡会館

ここが見どころ 徹底解説レポート

スペシャルインタビューレポートをお読みいただきありがとうございました。
天国社グループの成功ポイントとして、

- ① **ブランドごとに戦略を分けて分業体制を構築していること**
- ② **業務フローに合わせたデジタル化を推進したこと**
- ③ **とにかく“まずはやってみる”組織風土であること**

の3つが挙げられます。

なぜこの実績を出すことが出来ているのか、その秘密を本レポートにて解説いたします。

① **ブランドごとに戦略を分けて分業体制を構築していること**

インタビューレポートの紹介でもあった通り、天国社グループの場合は「一般葬・家族葬」と「火葬式・直葬」に分けてブランドを分けており、それぞれのブランドごとの戦略に合わせて分業体制を取られていました。高単価・利益が取れる「一般葬・家族葬」の場合は、利益をしっかりと残すことが求めれていたことから、受注は高単価が取れる担当に専任化させることで安定して高単価を取る体制を取っています。

一方、「火葬式・直葬」に関してはまずはブランド立ち上げ期であったこともあり、シェア拡大が重要視されていました。ただし葬儀形式的にも収益がそこまで残らないことから、少ない人数で件数を最大化させることでシェアアップ×利益を残すためにも受注・式典どちらも対応できるマルチプレーヤーで施行を回す体制を取っています。この結果、高生産性・利益体質の葬儀社になることが出来できています。



本セミナーゲスト 株式会社天国社福岡会館

ここが見どころ 徹底解説レポート

②

業務フローに合わせたデジタル化を推進したこと

生産性を上げる場合、葬祭業務の場合は社内間や業者間、対お客様（ご葬家・会葬者）との情報共有が多く、業務が複雑なため如何にこの部分を効率化・標準化させるかも業務を圧縮し生産性をあげるために見ておくべきポイントです。天国社様の場合は3回システムを切り替えられたとのことですが、この経験もあり、ただ紙をデジタル化するのではなく、新たな分業体制に合わせた業務の仕方・情報共有の仕方・指標からの逆算を行った上でデジタル化を推進されました。この結果、**分業×デジタル化により単に件数を多く回せる仕組みを作るだけでなく、業務時間を圧縮できたことで1人当たりの業務時間を減らし、休みの確保ができるようになっています。**

③

とにかく“まずはやってみる”組織風土であること

天国社グループ全体的な組織風土として、“とにかくまずはやってみる”というところがあります。これまでもいろいろとお話をしてみると、とにかくやってみようと思ったこと・いいなと思ったことは大体翌週には着手しているほどのスピード感でした。「**まずはとにかく手を付けてみる。付けてみないと良いか悪いかも分からないし、もしダメだったらその時はすぐやめればいい**」という考えで、とにかく何でもまずはチャレンジすることを意識されています。新しく何かを始めようとする場合この考え方が最終的には一番重要ではないでしょうか。

以上が、天国社グループの見どころになります。本レポートだけでも多くの学びがあれば幸いですが、本セミナーではもっと踏み込んだ深い内容をお伝えできればと思っています。最後までお読みいただきありがとうございました。

本インタビューレポートをお読みいただいた方への特別セミナーのご案内

ディレクター1人当たり月12件回す 天国社のすごい仕組みを大公開

『葬祭業向け業務効率化セミナー』

船井総合研究所 東京本社にて開催

2023年11月17日(金)友引 13:00～16:30
※12:30より入室できます

当日のスケジュール

講座	講座内容
第1講座 13:05 ～ 13:50	葬祭業務の効率化により業績が上がった葬儀社の最新事例  株式会社 船井総合研究所 エンディンググループ リーダー 赤荻 透 Point1 今、葬儀社が求められている効率化とは Point2 葬儀社ができる業務効率化最新事例 打合せ・見積・発注・施行準備・施行など、葬儀業務は人が携わる業務が多く効率化が図りづらい業務です。人材不足、採用難により施行件数が増えた際、社員を増やせない状況下でも、残業や休日出勤を増やさず、既存社員で件数を回せるようになることが求められています。 本講座では、実際にどのように業務効率化が図れたのか、その結果1施行担当当たりの件数up/休日数アップなど、どのような効果が得られるのか、最新事例をお伝えいたします。
第2講座 14:00 ～ 15:00	天国社のディレクターはどのようにして1人12件回しているのか  天国社 TENGOKUSYA HOLDINGS 株式会社天国社福岡会館 部長 富永 洋介氏 Point1 どのようにしてディレクターは葬儀を回しているのか Point2 業務改革を図った具体的な取り組みとは 一般的な葬儀社のディレクター1人当たりの施行件数は1ヵ月4件。その3倍以上である12件の施行を1人で回す天国社のディレクターはどのようにして施行を回しているのか。本講座では、ゲスト講師として、今、不動産や遺品整理などのアフターで話題の天国社を支える業務効率化についてお話しいたします。中でも、天国社の業務改革を図ったメイン担当の富永氏より具体的な取り組みとその成果について講演いたします。
第3講座 15:10 ～ 15:50	自社でもできる、葬儀社が生産性を高める5つのポイント  株式会社 船井総合研究所 エンディンググループ チーフコンサルタント 萩谷 和香葉 Point1 生産性を向上させるために取り組むべきステップ Point2 葬儀社規模別に改善すべきポイントとは ただデジタル化する、業務のやり方を変えるだけでは生産性の向上や業績アップを果たすことはできません。生産性を向上させるためにはいくつかのステップを踏み、件数や規模によって発生する課題を解決することが求められます。 本講座では、生産性を向上させるために取り組むべきステップと、規模別の具体的な改善ポイントについて、葬儀社規模別に、今から実践できることをお伝えいたします。
第4講座 15:55 ～ 16:25	まとめ講座  株式会社 船井総合研究所 エンディンググループ リーダー 赤荻 透 Pinto1 本日のまとめ 本日のまとめ

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。

葬祭業向け業務効率化セミナー

お問い合わせNo. S105377

講座	講座内容	
第1講座		葬祭業務の効率化により業績が上がった葬儀社の最新事例 Point1. 今、葬儀社が求められている効率化とは Point2. 葬儀社ができる業務効率化最新事例 株式会社 船井総合研究所 ライフイベント支援部 エンディンググループ リーダー 赤荻透
第2講座		天国社のディレクターはどのようにして1人12件回しているのか Point1. どのようにして一般の3倍以上施行を回すのか Point2. 業務改革を図った具体的な取り組みとは 株式会社 天国社福岡会館 部長 富永洋介氏
第3講座		自社でもできる、葬儀社が生産性を高める5つのポイント Point1. 生産性を向上させるために取り組むべきステップ Point2. 葬儀社規模別に改善すべきポイントとは 株式会社 船井総合研究所 ライフイベント支援部 エンディンググループ チーフコンサルタント 荻谷和香葉
第4講座		まとめ 本日のまとめ 株式会社 船井総合研究所 ライフイベント支援部 エンディンググループ リーダー 赤荻透

開催要項

日時・会場	2023年 11月 17日(金) 開始 13:00(受付12:30より) 終了 16:30 お申込み期限 11月13日(月)
日時・会場 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] 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、会場はマイページ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、交通費の払い戻しはいたしかねますのでご了承ください。	

受講料	一般価格 税抜 30,000円(税込 33,000 円)／一名様 会員価格 税抜 24,000円(税込 26,400 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。●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みに適用となります。●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。
-----	--

お申込み方法	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。 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. 105377を入力、検索ください。
--------	---

お問い合わせ	 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) ※お電話・メールでのセミナーお申し込みは承っておりません。また、お問い合わせの際は「お問い合わせNo.とセミナータイトル」をお伝えください。 ●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

11月17日(金) 13:00~16:30
申込み締切日: 11月13日(月)

