

葬祭業界向け M&A 時流予測セミナー

無料オンライン

大手葬儀社のM&A

Web紹介会社の台頭

単価下落

仕入れ値の高騰

働き方改革

葬祭業界の業界再編が活況に！！

葬儀社のM&A成長戦略

スペシャル
ゲスト

めもりあるグループホールディングス株式会社のM&A実話。
なぜ、北海道の葬儀社が山形の葬儀社を買収したのか？！



めもりあるグループホールディングス株式会社
代表取締役 沖本 善昭氏

なぜ、葬儀業界はM&Aがこんなにも活発なのか？！

一気に時流が進む葬儀業界で生き残るために必要なこと

M&Aを成功させるために必要なこと

など、セミナーではここでもしか聞けない
葬儀業界のM&Aのリアルをお伝えします

北海道から山形へ。

なぜ、飛び地のM&Aを決断したのか。そして成功の秘訣は？

「北海道の葬儀社が山形の葬儀社を買収?!」と耳にすれば、

そんな遠くの葬儀社をなぜ買収したのだろう?と興味をお持ちいただく経営者も多いのではないのでしょうか?

今回の葬祭業界繁盛レポートでは、M&Aを通じ北海道から本州に進出を実現した

めもりあるグループホールディングス株式会社の沖本社長にインタビューをいたしました。

M&Aでグルーピングした企業と共に成長を。



MEMORIAL GROUP
め も り あ る グ ル ー プ



家族葬のはくぜん
(博善社)

譲受企業：めもりあるグループホールディングス株式会社

本社住所：北海道苫小牧市双葉町3-25-13

■めもりあるグループホールディングス株式会社の概要

北海道苫小牧市に本社を構える葬儀社。祖業は仏壇店であり、葬儀業に参入し今では葬儀業が主軸事業となっている。

従業員数は120名を超え、グループ売上高は約20億。

葬儀式場を7式場、仏壇店を3店舗、生花店1店舗を苫小牧を中心に室蘭、函館に展開中。

譲渡企業：株式会社 博善社

本社住所：山形県桜田東2-13-18

■株式会社 博善社の概要

山形県山形市に本社を構える葬儀社。創業60年を超える地域密着型の葬儀社。

従業員数は10名強、売上高は約3億円。

3式場を運営。2020年に屋号を「家族葬のはくぜん」にリブランディングを行い、家族葬式場をOPEN。増収増益を続けている。

苫小牧・室蘭エリアで地域一番店に。 地域一番店だからこそ、違うエリアへの進出を。

ーまず初めにめもりあるグループホールディングス株式会社（以下、めもりあるG）の歴史についてお聞かせくださいー

事業を始めたのは祖父であり、父が2代目、私が3代目になる創業88年の会社です。祖父が仏壇製造の会社に丁稚奉公しており、その後室蘭で仏壇製造業で独立したのが始まりでした。当時は戦時中であり、室蘭は鉄鋼の町であったため、町が大きな被害に遭っていたようです。



めもりあるグループホールディングス株式会社
代表取締役 沖本 善昭氏

戦争が終わると、仏壇製造から、仕入れて売するという業態に転換をしたようです。北海道で5店舗ほど展開し、その後札幌にも進出しております。その後、2代目である父が事業を引き継ぎ、葬儀場の経営も始めました。当時には珍しく葬儀場経営にサービス業の考えを導入しており、早くからサービス品質に気を付けていました。

実は、父が経営者の時にM&Aを経験しておりまして、債務超過の会社を買収していました。昭和の時代でしたので、M&Aは比較的珍しかったのかと思います。

当時の父の言葉が今回のM&Aに通ずるものがあるのですが、「安く買っても失敗したら高い買い物であるし、高く買っても成功したら安い買い物だ」と言っていたのです。その言葉は今でも非常に生きています。

私は、現場で葬儀の仕事を経験した後、3代目として社長に就任いたしました。当時は財務が読めるメンバーがいなかったので、社長主任後には財務の勉強をしました。当時、グループ会社は9社あったのですが、それらをホールディングス化し統合などを行って今のめもりあるGの形態に至ります。

ーなるほど。昭和の時代にM&Aを経験されているんですね。それは非常に珍しいことです。実際、企業も順調に成長されておられたのでしょうか？ー

はい。M&A先も含めグループとしては順調に成長していきまして、苫小牧・室蘭エリアにおいては地域で一番お葬式のお手伝いをさせていただける企業となりました。

ー順調に伸ばされていたんですね。そんな中、どういう想いで今回のM&Aを決断したのでしょうか？ー

自社のある商圈はM&A前から地域一番店まで成長することができました。しかし、苫小牧・室蘭エリアだけでは、伸びる余地が少なく、企業を成長させていくためには、北海道内ではなく、本州への進出は必要不可欠だと考えていました。

グループビジョンで発表した本州進出が現実に。 地域密着の葬儀社だからこそ、根底の想いを大切にする。

もう一つの理由としては、弊社が行っている葬儀に対する想いを全国に広めていきたいという想いもあります。手前味噌ではありますが、弊社の葬儀は一見非効率に見える手の込んだサービスを提供しております。その分、お客様にはご評価いただき後発ではあったものの地域一番店になることができました。そして、このサービスをより多くのお客様に届けたい、という中で今回の決断をいたしました。

ただ、突然、M&Aの話があったから本州進出を決断したのではなく、2020年に立てた中期経営計画で2023年までに本州に進出をすると計画し、従業員全員にも本州に進出しよう、という号令は出していました。

－2020年の段階で本州進出は計画していたのですか？そのタイミングでは今回の話は出ていたのでしょうか？－

いえ、そのタイミングでは、全くこの話はありませんでした。今回のM&A話を船井総合研究所（以下、船井総研）からいただいた時は、本当に言霊（ことだま）というものが存在するんだな、と痛感しました。

－そうなのですね。今回の話の経緯を教えてくださいてもよろしいでしょうか？－

今回の話は、船井総研から持ってきてもらいました。事前に船井総研には本州に進出はしたいというお話はしておりましたので、当社が考えていることはよく認識していただいております。

時間軸で言うと、2021年の夏頃にお話をいただき2022年8月に博善社を譲り受けさせていただいたという形になります。

－譲り受けを行う上で何か心がけていたことはありますか？－

博善社も長い歴史のある会社でしたので、創業からの成り立ちや前オーナーの想いというのはしっかり引き継がせていただく、ということは大切にしていました。

やはり葬儀というものは地域密着型の商売ですから、地域に根差してやってこられた会社様のカルチャーの部分を理解し、いかに自分たちがそこに適応していくか、ということが大切だと思います。



左：前オーナー 木村 篤史氏

M&A後の成長はいかに？

成功の秘訣はコミュニケーションの量。

－実際、譲り受けた後は何かを変化させたのでしょうか？－

譲り受けた後、何かをあえて変えたということはありません。前オーナー時代から業績は順調に伸ばされており、現場の方もベテランの方も多く仕事に誠実な社員ばかりと聞いておりましたので、そのままの流れで運営していても自走していけるな、という考えでいました。

逆に業績が下がり貴重で、かつ、自走できていない組織だったら、飛び地からのマネジメントは相当難しいと思うので、今回の話はうまくいかなかったかもしれません。

－あえて何も変えない。それはまた新しいですね。遠隔地でのM&Aになりましたが、今はどのような感じでマネジメントを行っているのでしょうか？－

マネジメントとしてはとにかく従業員とのコミュニケーションをとりながら、まずはグループとしてお客様を中心においたお葬式を提供していこうという意識の統一だけは心がけております。ただし、元々、博善社のスタッフにその素養は備わっていました。

コミュニケーションをしっかりとるために私とめもりあるGの専務と常務の3人で週替わりで山形に1週間ずつ滞在するようにしております。

また、めもりあるGの現場社員7名も週替わりで1週間ずつ山形に滞在し、地域の葬儀の風習や施行方法を、博善社の社員に教えてもらっています。

逆に、博善社の社員に北海道に来てもらって、めもりあるGの施行現場を見てもらったり、社員交流をしながら、お互いに刺激を与えあっています。

－なるほど。お互いの良いところを吸収しあって、お互いが高めあっていくという形ができているんですね。どのような変化が生まれてきていますか？－

これと言って、何かをしてほしいということは指示はしていないのですが、お互いの現場レベルで色々なことが変わってきています。

小さな一例ですが、お客様にお出しする茶菓子に一言添えて出すということを、めもりあるGでは行っていたのですが、それを博善社のスタッフが見て、山形でも行っていこう、と取り組んでくれたりします。



父からの金言「安く買っても失敗したら高い買い物であるし、高く買っても成功したら安い買い物だ」

－ 自発的に動ける組織ができている、というのは本当に魅力的ですね。これからM&Aを実行したいと考えている方も多いかもかもしれません。何かアドバイスはありますか？－

我々は譲り受けた側ですので、これから譲り受けをされようとお考えの企業に言えることは、M&Aは、譲り受け企業と譲渡企業の2社が存在する中で、どちらが上で、どちらが下かなどの上下関係を絶対につくらないことです。

譲り受けた企業の方が学ばせていただく姿勢を大切にすることができれば、お互いが刺激をしあえるものだと思っています。

また、M&Aの交渉段階においては私は父の金言がとても胸に残っておりました。「安く買っても失敗したら高い買い物であるし、高く買っても成功したら安い買い物だ」という言葉です。

譲り受ける企業にとっても、譲渡するオーナー様にとっても、M&Aは何のために行うのか、と考えると、売った、買ったではなく、お互いの企業が成長し、より良いサービスを幅広いお客様に提供し、地域社会に貢献していくことだと思います。その結果として、今までよりもお互い業績が上がり、企業力も成長していくものです。

－ 「安く買っても失敗したら高い買い物であるし、高く買っても成功したら安い買い物だ」という言葉はとても胸に刺さりますね。実際、今回のM&Aは沖本社長の中では成功と言えますでしょうか？－

はい。成功だと言い切れます。元々素晴らしい企業であった博善社を譲り受けさせていただき、当時よりも更に成長した状態になってきています。当初の予定より上々の出来であると言っても過言ではありません。

その結果が生めたのも、前オーナー木村氏や従業員の皆が築き上げてくれたものがあったからです。我々がもし単独で山形に出店していたとしたら、この状態を作り上げるのに何十年かかるかわかりません。

本当に良い会社と巡り合えたことに感謝しております。

－なるほど。本日はインタビューにお答えいただきましてありがとうございました。－

葬儀業界再編まっただ中。 成長スピードを上げるためのM&A。

こんにちは。船井総合研究所の光田です。

私は15年間、葬儀社専門の経営コンサルタントとして様々な企業のご支援を行い、現在はM&AコンサルタントとしてM&Aのサポートをさせていただいております。

今まで20件以上の葬儀社のM&Aに携わらせていただいておりますが、この3年で相談の件数が倍増してきております。

相談内容としては下記のような話が多くなっています。

- 息子が10代で、死亡人口がピークを迎える2040年頃に事業承継させるべきなのかどうか考えると、今、他社と一緒にになった方が企業が成長できるのではないかと？
- 現在、勢いよく成長しているタイミングで次のステップアップをするためには資本力のある会社と組むことが良いのではないかと？
- 競合他社が勢いよく出店してくる中で、自社だけの資本力では戦うことができなくなっている
- 単価下落×仕入れの高騰で利益率が下がってきており、先行きが不安

上記はあくまでもご相談の中の一部ですが、皆様、業界特有のお悩みを持たれています。

15年前、私が葬儀社のコンサルタントを始めた時は、まだ「家族葬」というキーワードは珍しく、事前相談に伺っても「このエリアで家族葬をする人はいないよ」と葬儀社のスタッフさんによく言われたものです。

それが15年経った今はどうでしょうか？

家族葬が一般的で、俗に言う「一般葬」を行う人の方が珍しい、という時代になりました。

そして、ネットで葬儀を依頼する人なんていないよ、という時代から、今では、約10%の方がネットで葬儀を依頼する時代になってきました。

もしかしたら10年後は、家族葬すら珍しいという時代になってしまうかもしれません。

時代の変化のスピードが今まで速くなっていく中で1社単独で成長していくことが至難の業になってきております。

そのような中で、どのような葬儀社にもM&Aという手段を使って更なる成長を遂げていただければと思っております。

M&Aにおける成長戦略には、めもりあるGのように譲り受ける（買収する側）になるという手段もあれば、博善社のように譲渡する（売却する）という手段もあります。

そんなM&Aという手段をより身近に感じていただきたいと考え、今回は、**沖本社長をゲストにお呼びしセミナーを開催させていただきます**。検討していた時のリアルなお話、そして、譲り受けた後のお話など紙面ではお伝え出来なかったことを赤裸々にお話いただきます。

また、私の方では、M&Aのお話だけでなく今後葬儀業界がどのような時流をたどり、どのようなようになっていくのか、そして、葬儀業界のM&Aの現場のリアルをお伝えできればと思います。

是非、ご参加いただければ幸いです。



株式会社船井総合研究所
マネージング・ディレクター

光田 卓司

▶▶▶ セミナーの案内・申し込みは別紙をご覧ください