

葬儀会館リニューアルセミナー

会館のリニューアルを
お考えの方必見

第1講座

既存会館のリニューアル成功事例

全国130社以上の葬儀社と取引がある船井総合研究所のコンサルタントより、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分析し、投資予算額や商圏状況、現状の会館の状況などのさまざまな観点から成功するためのコツについてご紹介します。

株式会社船井総合研究所 ライフイベント支援部 プレミアムコンパクト葬チーム リーダー **小川 正也**

第2講座

リニューアルで件数が1年間で 86件から164件にアップした取り組み事例

1,700万円のリニューアルによって、拠点の施行件数が2倍にアップに繋がったリニューアルの取り組みをご紹介します。リニューアルへ取り組んだ背景・ポイントについてご紹介いたします。

ゲスト講師 株式会社メモリー 代表取締役会長 **加藤 正則氏**

第3講座

リニューアルを成功するためのポイント

地域密着型の葬儀社でも取り組むことができる「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」について解説いたします。さらにリニューアル後にも件数アップし売上アップを実現するために取り組むべきマーケティング手法についてご紹介します。

株式会社船井総合研究所 ライフイベント支援部 プレミアムコンパクト葬チーム **園田達彦**

第4講座

まとめ講座 明日から取り組んでいただきたいことをご紹介します。

株式会社船井総合研究所 ライフイベント支援部 プレミアムコンパクト葬チーム リーダー **小川 正也**

セミナー詳細

2024年 **10月24日(木)** 開催時間 **13:00~16:00**
(受付開始: 開始時間30分前~)

開催場所

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
地下鉄御堂筋線「淀屋橋駅」より徒歩2分、地下鉄四つ橋線「肥後橋駅」より徒歩4分

開催日時

2024年 **11月4日(月)** 開催時間 **14:30~17:30**
(受付開始: 開始時間30分前~)

開催場所

船井総研グループ 東京本社 サステナグローススクエア TOKYO(八重洲)
〒104-0028 東京都中央区八重洲二丁目2番1号 東京ミッドタウン八重洲 八重洲セントラルタワー35階
JR「東京」駅 地下直結(八重洲地下街経由)、東京メトロ丸の内線「東京」駅 地下直結(八重洲地下街経由)
※[2024年4月1日]より八重洲に移転いたしました。ご来場の際はご注意ください。

お申込み期日

・銀行振込み……… 開催日6日前まで ・クレジットカード……開催日4日前まで
※祝日や連休により変動する場合もございます。

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。また最少催行人数に満たない場合、中止させていただきます。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。

受講料 (1名様)

一般価格 **税抜30,000円(税込33,000円)** 会員価格 **税抜24,000円(税込26,400円)** /1名様

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も適用となります。

お申込み方法

【QRコードからのお申込み】

右記QRコードからお申込みください。

【PCからのお申込み】

<https://www.funaisoken.co.jp/seminar/118683>

船井総研ホームページ(<https://www.funaisoken.co.jp>)の
右上検索窓に「118683」をご入力し検索ください。

E-mail **seminar271@funaisoken.co.jp** TEL **0120-964-000** (平日9:30~17:30)

※よくあるご質問は「船井総研 FAQ」と検索しご確認ください。
※お電話・メールでのセミナーお申込みは承っておりません。

船井総研セミナー事務局

葬儀会館の リニューアルで 業績UPする方法 大公開!

リニューアル規模に合わせた成功事例を

小規模投資

会館の一部を修繕し
施行件数が
50件UP!

投資額: **500万円**

中規模投資

家族葬会館を縮小し
売上が4,700万から
8,600万円へ

投資額: **1,200万円**

大希望投資

老朽化した会館を
大規模改修
シェアが
5%UP!

投資額: **7,000万円**

事例の詳細と成功のポイントは中面でご紹介!

主催

葬儀会館リニューアルセミナー

サステナグロースカンパニーをもっと。
Funai Soken

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. **S118683**

当社ホームページからお申込みいただけます。

(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。)

118683



リニューアル規模に合わせた**成功事例大公開!**

小規模投資

投資額:500万円

CASE. 1

約25年前に建てた
60席の葬儀式場を一部修繕し、
施行件数が50件UP!

会館の壁紙の老朽化に合わせて、椅子や祭壇のバックカーテンなどの葬儀備品を一新するだけで件数が50件アップに成功しました。

Before



After

中規模投資

投資額:1,200万円

CASE. 2

家族葬会館をダウンサイズしても
売り上げ4,700万円⇒8,600万円!

OPENして3年後にコロナウイルスの影響により100名の人数をターゲットにしていた式場の件数が大幅に減少。そこで思い切って1200万円の投資を行いダウンサイジングし、売上は86件から164件へアップ・売り上げは4700万⇒8600万に上がりました。

Before



After

大規模投資

投資額:7,000万円

CASE. 3

約15年前に建てた150名規模の
一般葬会館をフルリニューアルで
地域内シェア5%UP

築年数15年で式場の老朽化に伴い、会館を全てフルリニューアル。トレンドに合わせた洋風のものにしました。また、家族葬の時流に合わせてダウンサイジングを行い地域内のシェアが50%から55%までアップしました。

Before



After

本セミナーでわかること

- ① 投資額に合わせたリニューアル事例が分かります
- ② 最短2年で投資回収できる集客につながるリニューアル方法が分かります
- ③ リニューアル後にすぐに件数を伸ばす方法が分かります!
- ④ 会館の規模を小さくしても平均単価があがるプラン設計方法がよく分かります

よくあるリニューアルの**失敗事例**

- ① 商圏の人口が少ない・シェア率が高すぎて施行が増える見込みがない。
- ② 会館の大きさを小さくした結果、平均単価・粗利が下落し売上が低下した。
- ③ 競合との差別化がうまくできていない・訴求ができていない。
- ④ 投資回収期間が長すぎて、次の時流が来てしまう。

葬儀会館のリニューアルを 成功するためのポイントとは?

✓ リニューアル前には必ず商圏調査を行う

リニューアルしたことにより、どれぐらい件数を獲得できるかをシミュレーションしてから行うことが重要です。

✓ リニューアルすることによってどのように収益を出すかを考える

リニューアルをすることによって、「客層の付加による件数アップ」「安置受け入れ可能数の増加」「会館の規模の縮小化による1施行当たりの人員削減」など、どのように収益に繋がれるかについて計画する必要があります。

✓ 式場の稼働を止めずにリニューアルを行う

リニューアルを行う上で既存の会館の稼働が止まらないようなスケジュールを組むことが重要です。工務店などの業者とすり合わせを行いながら進めて行くことがポイントになります。

✓ リニューアルOPEN3か月前に300組～500組の会員を獲得する

件数をアップするためのコツとしてOPEN前からどれだけ認知度を上げられるかがポイントになります。リニューアル直後から結果を出している葬儀社はリニューアル前から販促活動を行っています。



特別
ゲスト

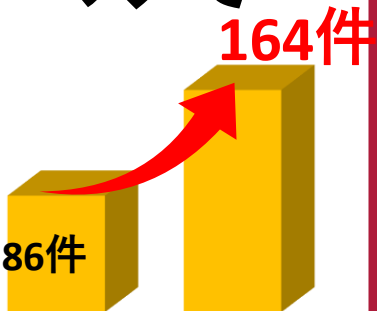
株式会社メモリー
代表取締役会長 加藤 正則氏

ブライダル業界で働いた後、株式会社メモリー（葬祭業）を設立。現在では、秋田県秋田市・大曲市で4会館“メモリー”を運営。大型の会館をリニューアルし件数アップを実現。直近3年では件数1.8倍・売上2倍と急成長を遂げている。



葬儀会館のリニューアルで

年間
件数 86件⇒**164件**



86件 164件

年間
売上 4,600万円⇒**8,600万円**

へ伸ばした方法とは？

リニューアルに必要なことが たった**3時間**で丸分かり！

-このような方はぜひご参加ください！-

「リニューアルしたいけどやり方が分からない」

「築20年以上の会館の件数が伸び悩んでいる」

「既存エリアの件数は落としたい・・・。」

「ただ綺麗な会館にする」ではNG！
業績アップをするためのリニューアルの
ポイントをご紹介します！

裏面に全国の事例を
大公開！

大阪開催：2024年10月24日（木） 13:00～16:00

東京開催：2024年11月4日（月） 14:30～17:30

申込は
別紙にて

／全国の成功事例、続々／

修繕費たったの500万円で、
施行件数が50件UP



古くなった壁紙や備品を修繕。集客力アップし、施行件数も50件UPしました。

150名式場を2分割し、
施行件数が80件⇒120件へ



1,000万円かけて、会食室の圧縮でし、安置体数が3つ増加。失注が減少したことにより施行件数がUPしました。

会食室を縮小 & 安置室を付加し、
施行件数が120%UP



1,000万円かけて、会食室の圧縮でし、安置体数が3つ増加。失注が減少したことにより施行件数がUPしました。

家族葬会館を縮小し、
売上4600万円⇒8600万円へ



会食室や親族控室を式場へリニューアル。1,200万円の投資で売上が4000万円、件数も78件UPしました。

築20年の会館をリニューアル
シェアが5%UP



式場の老朽化に伴い、会館を全てフルリニューアル。トレンドに合わせた洋風のものにし、地域内のシェアが50%から55%までアップしました。

人口1.5万人のエリアでも
リニューアルで50件⇒78件へ



人数減によって使わなくなった会食室を家族葬ホールリニューアル。また単価も落とさず粗利も5%UPしました。

葬儀社

仏壇店

墓石店

エンディングビジネス業界向け

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

人気の小冊子一覧

経営戦略

- 葬祭業時流予測レポート2024
- 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

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
- 葬儀社における顧客管理システムの選び方
- 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

マーケティング

- 会員入会率アップのための事前相談の仕組化と事前相談
力診断
- 生産性向上のための坪当たりの売上を上げる方法とオペ
レーションの効率化の方法
- 入会率が飛躍的に上がる事前相談の極意
- 年間1,000万円の粗利が増えたアフターツールの作り方

インタビュー

- 1日1組限定の家族葬会館で 売上2億円・年間215件を達
成した葬儀社が取り組んだことは？
- 『地域最後発』の葬儀社が シェアNO1を実現した取り
組みとは！？

上記のような資料の到着アップ通知に加え、全国**100社以上**の葬儀社の
“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！



さらに！

メルマガ登録をすると…

月2回

最新事例コラムを 無料でお届け！！

人気のコラムタイトル一覧

葬儀社は単価アップするためにオプション商品の付加価値を売ろう

パートさんでも事前相談が出来るようになる”標準化”とは？

たった2店舗の家族葬式場の出店で施行件数が336件から819件に増えた出店成功事例

搬送から出棺までを短期間化しないと失注が増える！？

葬儀社がホームページへの集客アップのために取り組むべきWebマーケティング論

樹木葬の立ち上げはするなら今。立ち上げは一気に進める

上記のようなお悩みを解決できる葬儀業界
“成功事例コラム”を無料メルマガジンで配信！

こんな
メールが
届きます！

船井総合研究所のお付き合い先である**全国約100社以上**の企業の**“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！

「ほかの会社はこんな時、どんなことをやっているの？」
「こんなやり方があったんだ！」

など、メルマガを登録することで様々な可能性が生まれ経営の“ヒント”が得られます。
ぜひ一度ご登録してみてください！

自社と担当者の単価を把握出来ていますか？
【単価対策の前に必ずやっておく2つのこと】
【執筆者：小川 正也】

様々な葬儀社様を訪問させて頂く中で、単価が下がっていることを悩まれている方が多くおられます。

しかし、詳しく話を聞いていくと、単価をあげる以前に二つの課題が見えてきます。

一つは**会社の中で単価を計測するときに単価のどこの部分を切り取って計測するのか曖昧になっている**場合です。

もう一つは、**単価の会社の目標と個人の目標**

スケジュールを確認するだけで仏事系商品の受注率が大きく変わる？！
【執筆者：宇谷 和香美】

皆様こんにちは。船井総研の宇谷です。

今回も「アフターコール」をテーマに、**仏事系商品の受注率を高めるポイント**をお伝えさせていただきます。

ズバリ、仏事系商品の受注率を上げるためには、初回コールでいかに信頼感を得るかが重要で、そして49日法要のスケジュールをそれ以降のコールに繋げていくことが大切です。

1分で
登録
完了！

成功事例や業界動向など、
情報満載な**コラムが無料**で配信される！
メルマガ登録はこちら！

