

2018年1月24日

変化に対応する葬儀社の経営

（中小企業診断士財務研究会にて）

イメージワーキングサービス(株)
中小企業診断士 三瀬 隆



千葉大学(写真工学)昭和52年卒業(1977年)

写真業界に37年間勤務:

2014年12月富士フイルム販売FFIS役員定年退職

2015年 4月起業～現在に至る

イメージワーキングサービス(株)代表取締役社長就任

会社史、自分史、商店街史サービスを展開

ホームページ <http://www.image-ws.com/>

資格:中小企業診断士(1982年4月取得)

事業承継士(2016年4月取得)

自分史活用推進アドバイザー

写真整理アドバイザー、終活カウンセラーなど

主な職歴(営業所経験後本社にて事業開発を担当)

- 1 東京、大阪、高松、東京の技術営業
- 2 本社(技術本部)全般担当
ポストカードシステム事業開発
アルバム事業開発
ネットコンテンツ事業開発
直営店事業開発
印刷、大型広告ディスプレイ事業開発
- 3 新規事業展開(BTOC,BTOBへ)
ICカード、セキュリティ事業開発
フォトマルシェ直営店事業開発
デジタルサイネージ、ソーシャルメディア事業開発

著書:

賑わいを作り出すデジタル武装
デジタルサイネージ成功のXカ条
(DSC協会)第3分野のビジネス
講演:

デジタルサイネージ(近畿大、上智大)

フォト自分史の作りかた(自分史協議会)

超高齢化社会におけるフォト自分史のエッセンス

新たなビジネス開発の知恵(目黒3M会)

職歴事例紹介

自分史認定講座開催(2017年2月、4月)

会社史:一部上場企業55周年記念の制作納品

5年先の商店街(横浜M商店街)提案

ものづくり補助金審査員2016、2017

米国のデジタルサイネージと利用提案

まちづくり提案(横浜市関内市庁移転)提案

大田区ビジネスサポート相談専門家、経営支援実績

デジタルコンテンツソフト制作業、金型製作業、機械加

工業、情報通信保守販売業、ジュエリー～衣料装飾業、

レストラン、パン小売、魚屋店舗、訪問介護ビジネスなど

中小企業基盤整備機構:販路開拓コーディネーター

大田区新元気出せ商店街事業、事務局

(中小企業診断協会城南支部地域支援部員)

2016年度大田区産業振興協会商いコーディネーター

2017年世田谷区商店街産業活性化アドバイザー

2017年事業承継協会神奈川支部(副支部長)



住所:東京都大田区東矢口3-11-6

sanse@image-ws.com TEL:080-4365-8811

参考資料(自分史、会社史サービス)

こだわりのプレミアム・フォトシリーズ
言葉では伝えきれない想いを1冊にギュッと。

IWS IMAGE WORKING SERVICE

画質にこだわる

古い写真で生じる黄ばみや色あせは、プロの技術を使えば、大切な写真はきれいに蘇ります。

紙質にこだわる

インクジェットプリントと異なり、銀塩写真だから、鮮やかな仕上がりや抜群の耐久性があります。

仕上がりこだわる

商品タイプ別に、写真の鮮やかさを活かすための表面加工を施して、こだわりの高級仕上がりになります。

※ 料金はすべて税抜きです

世界でひとつだけの気持ちあふれるヒストリーアルバム

プレミアム フォトヒストリーアルバム

こだわりの高級仕上げ

自分史
家族史

- サイズ: XSサイズ145×145mm
- ページ数: [標準]10ページ・写真30点以内
- 仕上がり: アクリル表紙、台紙ボード入り、液ラミ加工タイプ、銀塩写真仕上げ、高級化粧箱付、綺麗な仕上げです。見たら欲しくなる一品です。究極の写真整理アルバム、携帯性もありますし飾れます

XSサイズ×2冊 100,000円 * 追加40,000円

活用方法は多様です。まずは、無料相談予約をお申込みください。手順をご説明します。

メール: 問い合わせ先 info@image-ws.com

喜寿の記念、孫にたった一つの大切な思い出を贈りたい。いつまでも覚えていて欲しい幸せな写真、メッセージも添えてお気に入りの写真は自分自身で選んで残したい。究極の写真整理、孫に伝える特別な一冊です。



ご両親への贈り物に、還暦や記念日のお祝いに、写真のアルバムをプレゼント。ラミネート加工してある銀塩写真で高級感溢れる満足感を残す逸品です。

大切な写真にメッセージを載せて仕上げる高級フォトフレーム

プレミアム フォトメモリーフレーム

こだわりの高級仕上げ

- サイズ: 200×250×16mm
- 写真10点以内とメッセージ(300文字程度)
- 仕上がり: 銀塩写真仕上げ、透明アクリル板+白色アクリル板のラミネート加工、自立スタンド、壁掛けフック付き、化粧箱付

1セット 15,000円

一般社団法人 自分史活用推進協議会

2018年 2月18日(日) 開催のご案内

自分史活用アドバイザー 認定講座を行います

<http://jibun-shi.org/events/event/ninteikoza180218omori/>

日時: 2月18日(日)
9時30分から19時
場所(東京 大森)
JR大森駅東口徒歩3分
入新井集会場(小)
LUZ大森4階です。
(入新井図書館あり)

自分史活用アドバイザーは一般社団法人自分史活用推進協議会が認定する資格です。自分史で日本を元気にするというビジョンを実現するために自分史の魅力や活用法を広く普及していける人を養成することを目的としています。講座を受講し、所定のワークシートを提出することで資格を得ることができます。1日講座を受けることで自分史に関する知識を得ることができます。活用方法は多様です。自分史の魅力、つくり方、表現法、活用法について、一通りの知識、ノウハウを身に付けることを主眼とします。写真整理からの究極のアルバム作りなども参考になります。特別な講座です。



スタッフのご紹介 実績のある多彩な講師が行います。

予約お申し込み
ホームページにて

<http://jibun-shi.org/events/event/ninteikoza180218omori/>

TEL 080-2020-0142

自分史は「総論」から「実践の時代」を迎えました。「自分史活用アドバイザー認定講座」では、自分史の可能性を模索する皆さんのために、自分史の基礎知識をベースに、すぐ使える自分史の活用ノウハウを具体的、体系的な講義と洗練されたテキストによりご提供いたします。写真整理の活用にもなります。

2018年自分史活用推進協議会

レジメ(本日の内容:変化に対応する葬儀社経営)

1)葬儀形態は多様化の時代

2)葬祭事業者の市場規模、売上高概要

3)葬儀について(市場変化推移)

4)葬儀社の経営課題について

5)財務諸表からの分析について(ワーク)

葬儀社の取り巻く社会環境は変化している

新規参入企業(ネット仲介)
(仏具)

買手(顧客)

サプライヤー
花、飲食、仏具

葬儀社(既存競合)
互助会
専門葬儀社
冠婚から

少子高齢化

代替サービス(多様化)

葬儀の考えが変わるとき？

従来：会社紹介（互助会）
（病院、お寺（檀家））



選択の時代

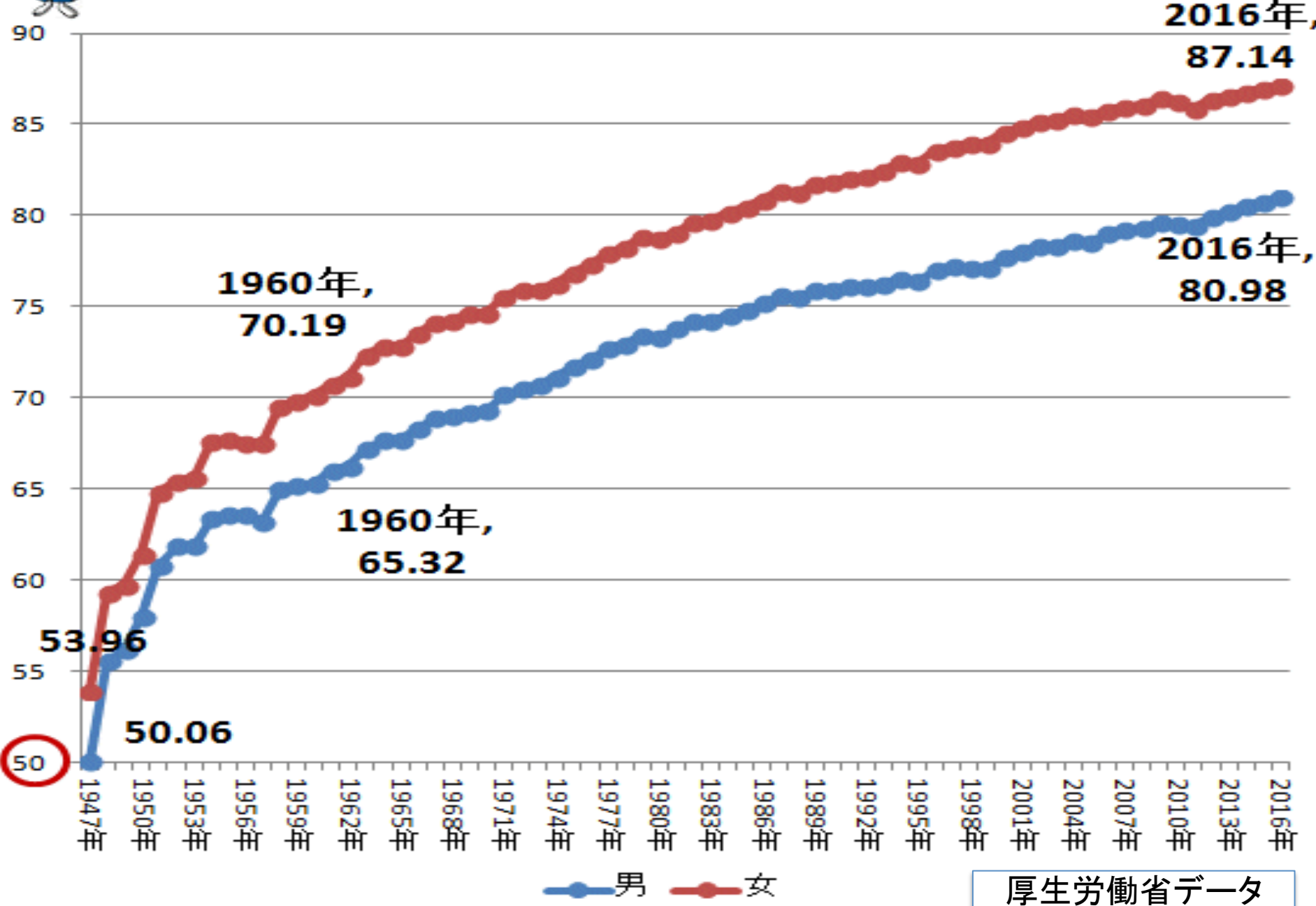


葬儀そのものが多様化	まだ比率は少ないが今後は？変化
少子、高齢化、 お一人様時代	婚礼が先行事例（低価格化） （結婚式の考え方の変化）
何を残すか？お墓？形？	残したものを処分するビジネスも

人生100年時代へ 死亡人口は増加→葬儀社の競争時代に



平均寿命推移(1947~2016年、歳、日本)



1 葬儀形態は多様化時代(時代の変化)



従来のお墓
公営墓地は313倍
民間は石材店の経営
450万円
合同墓地3万30万円



駅近くの便利な
マンションお墓
カードで運搬される
10万から1000万円

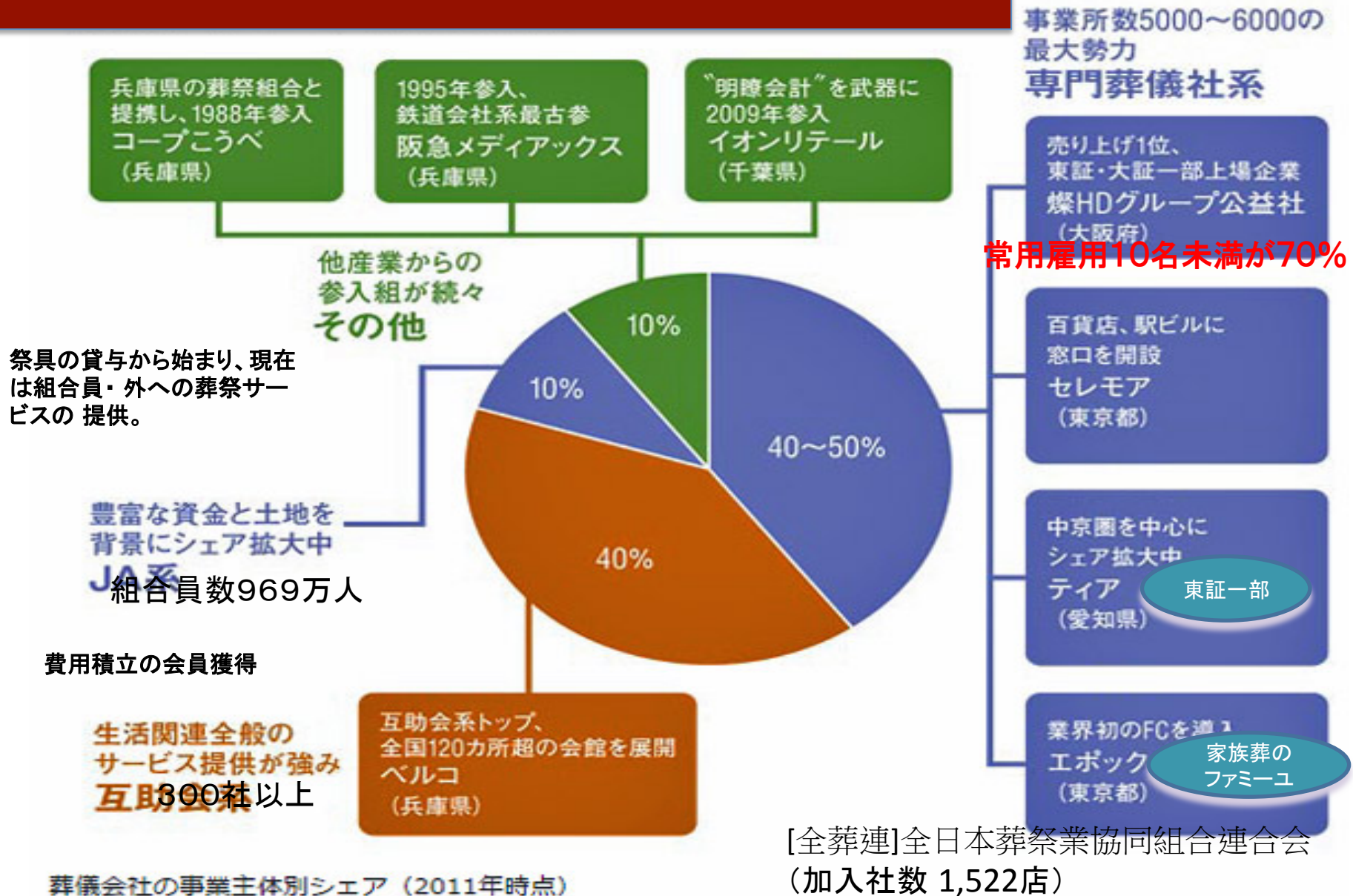


お一人様時代
さらに多様になる
居間に置く形など
伝えることに注意



経営持続リスクに注意がいる
マンションのお墓(13年契約合同葬へ)
樹木葬はどこにあるかはわからなくなる
葬儀業界に経営管理が求められる

2-1 葬儀業界の市場規模分類



2-2 葬儀社の売上高について

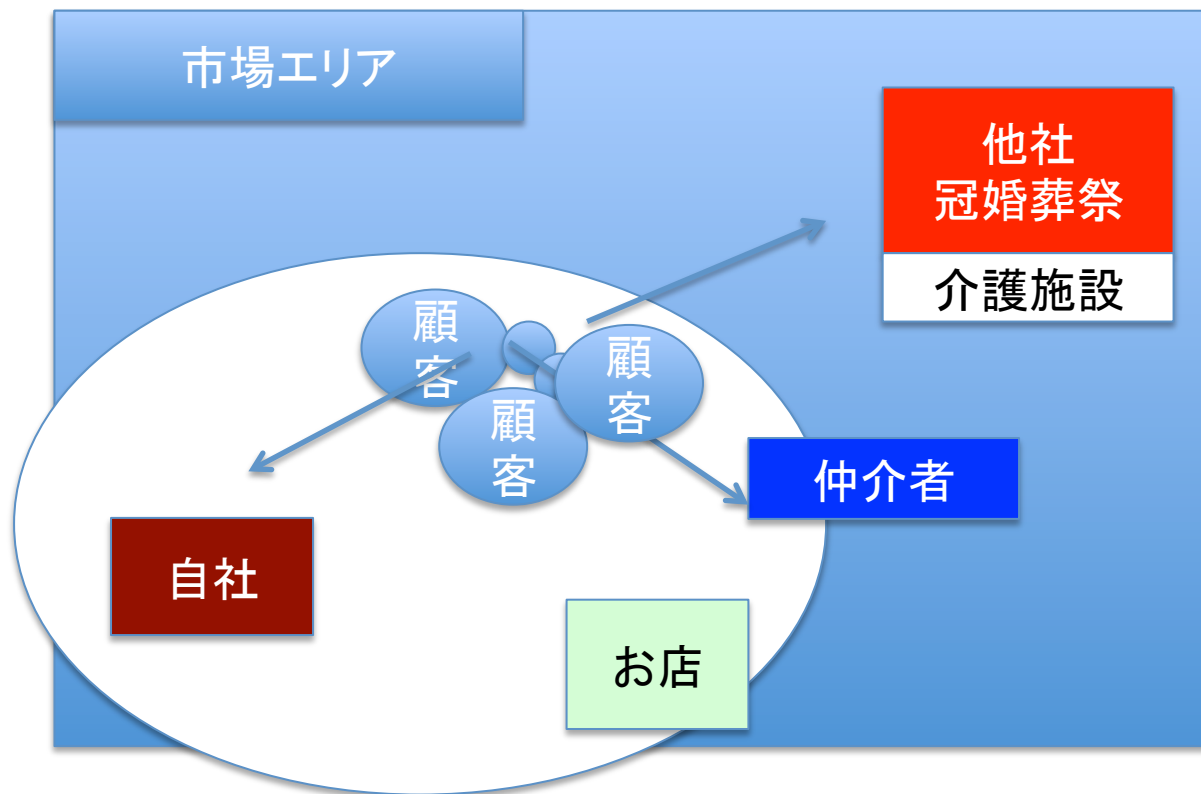
専門葬儀社25% 406社	葬祭事業売上げがメインの企業 3172億円(1社7億8133万円)
兼業葬儀社 3% 8社	葬祭事業(葬祭以外の事業を主とする。生花石材仏具) 378億円(1社47億3250万円)
冠婚葬祭互助会 141社 51%	互助会会員募集会社:前受けで冠婚葬祭サービスを提供 6315億(1社44億7897万円)
互助会系施工事業者 10% 43社	冠婚葬祭互助会企業の関連企業で葬祭を営む 1299億(1社30億2106万円)
JA系専業事業者 49社	農業協同組合の関連会社メインが葬祭施工 468億円(1社9億5585億円)
JA系兼業事業者 27社	農業協同組合の関連会社、多種葬祭以外を手がける 766億円(1社28億3988万円)

売上高3億円以上の事業者を分類して細分化してみると

1)専門葬儀社は406社、2)兼業事業者8社、3)冠婚葬祭互助会141社
4)互助会系施工事業社43社 5)JA系専業事業者49社 6)JA系兼業事業者27社

合計674社 合計売上高 1兆2400億円強

まずはエリアにてお客様に伝えられているのか



他社との比較

自社の魅力は
顧客視点でなにか

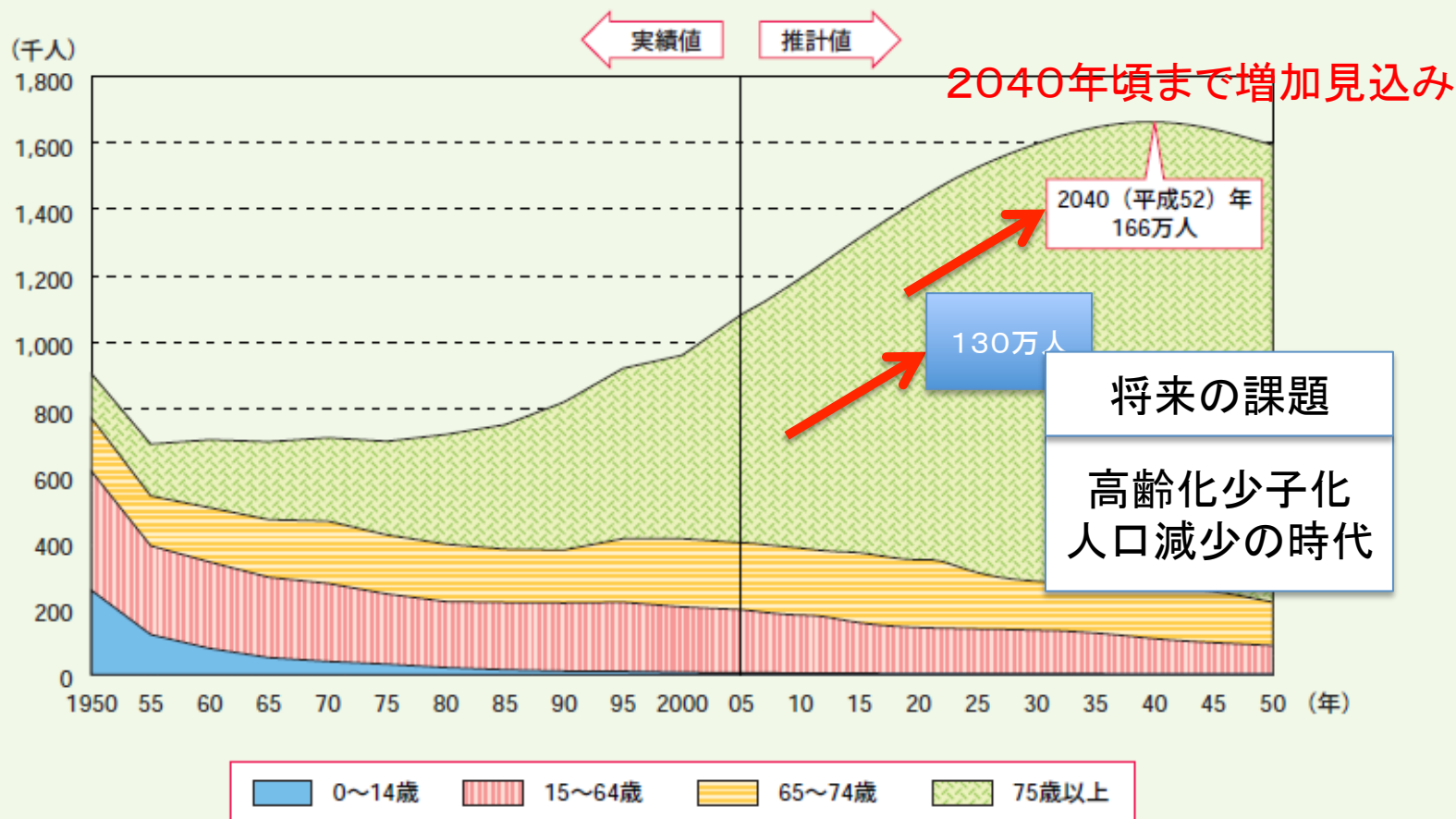
それはお客にとって
魅力的なニーズか

自社の魅力を構築して顧客に伝えることをしているか？

顧客ターゲットを把握するイベント案内など

3-1 葬儀人口は130万人から160万人へ

図表2-1-14 年齢階級別に見た死亡数の推移



資料： 2005年までは厚生労働省大臣官房統計情報部「人口動態統計」、2010年以降は社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（平成18年12月推計）中位推計」より厚生労働省政策統括官付政策評価官室作成。

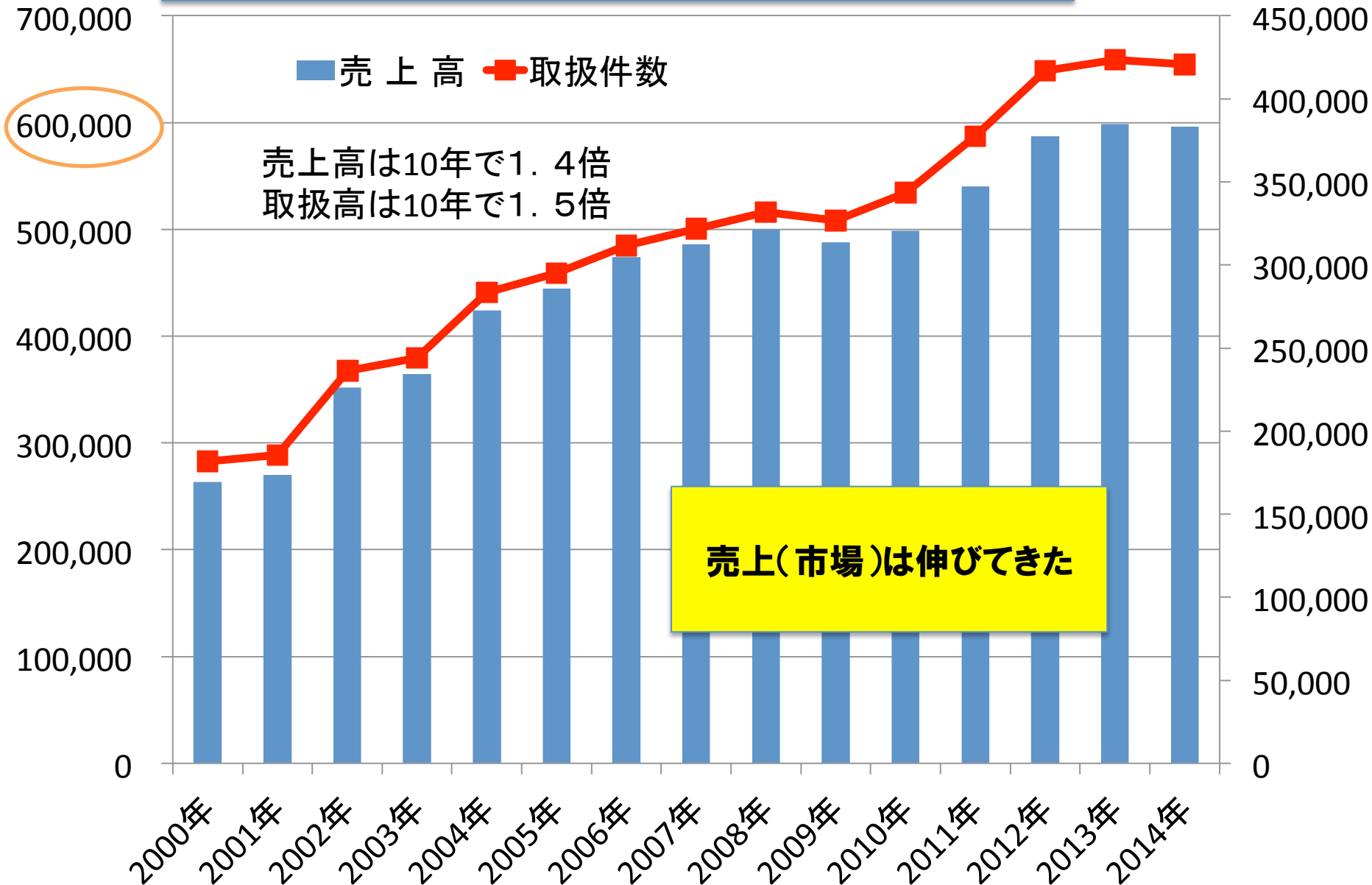
(注1) 2005年までは「(年齢)不詳」を除く。日本における日本人の数値。

(注2) 2010年以降は中位推計の場合の死亡数（推計）である。日本における外国人を含む。

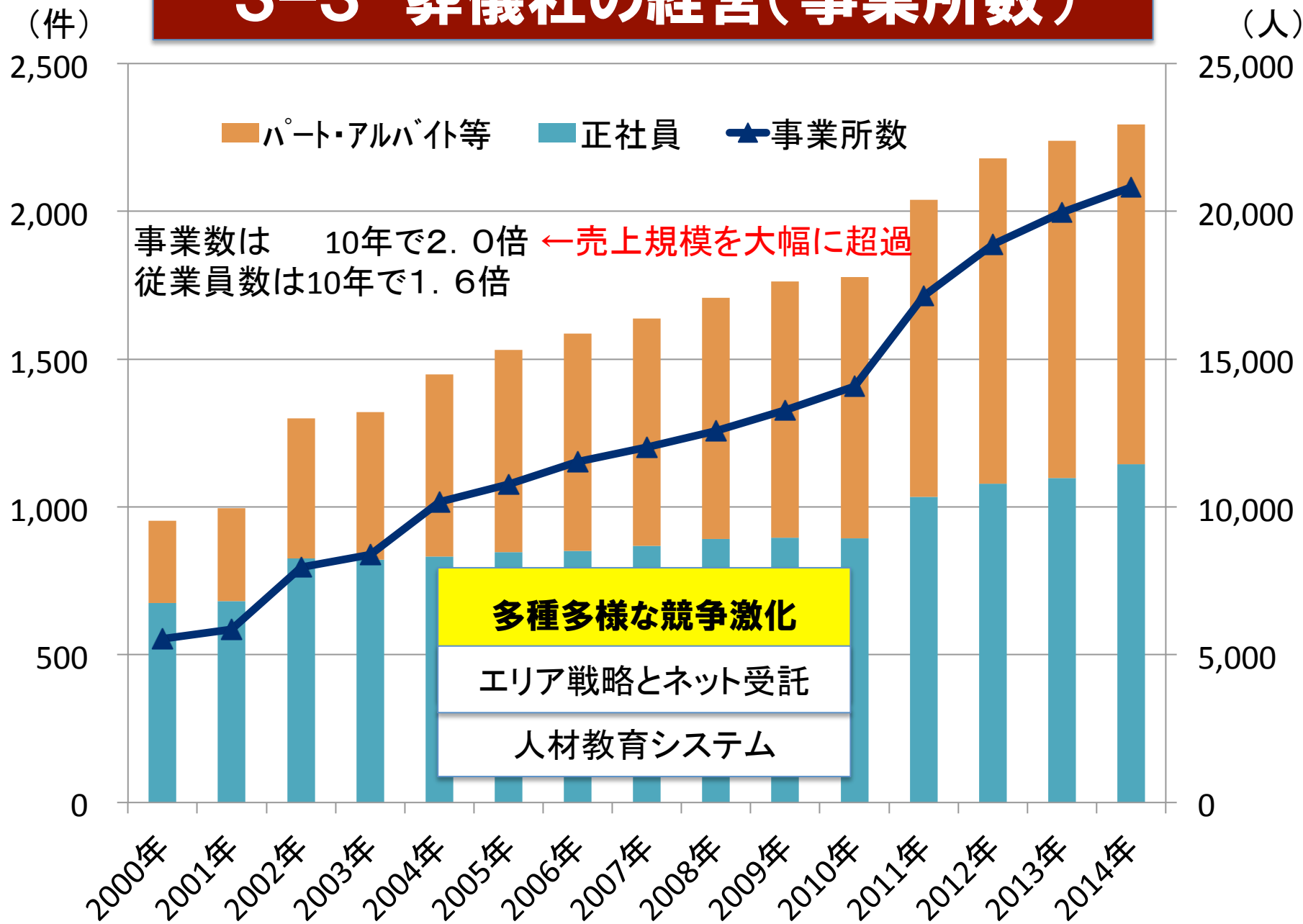
3-2 葬儀社の経営(市場推移)

(百万円)

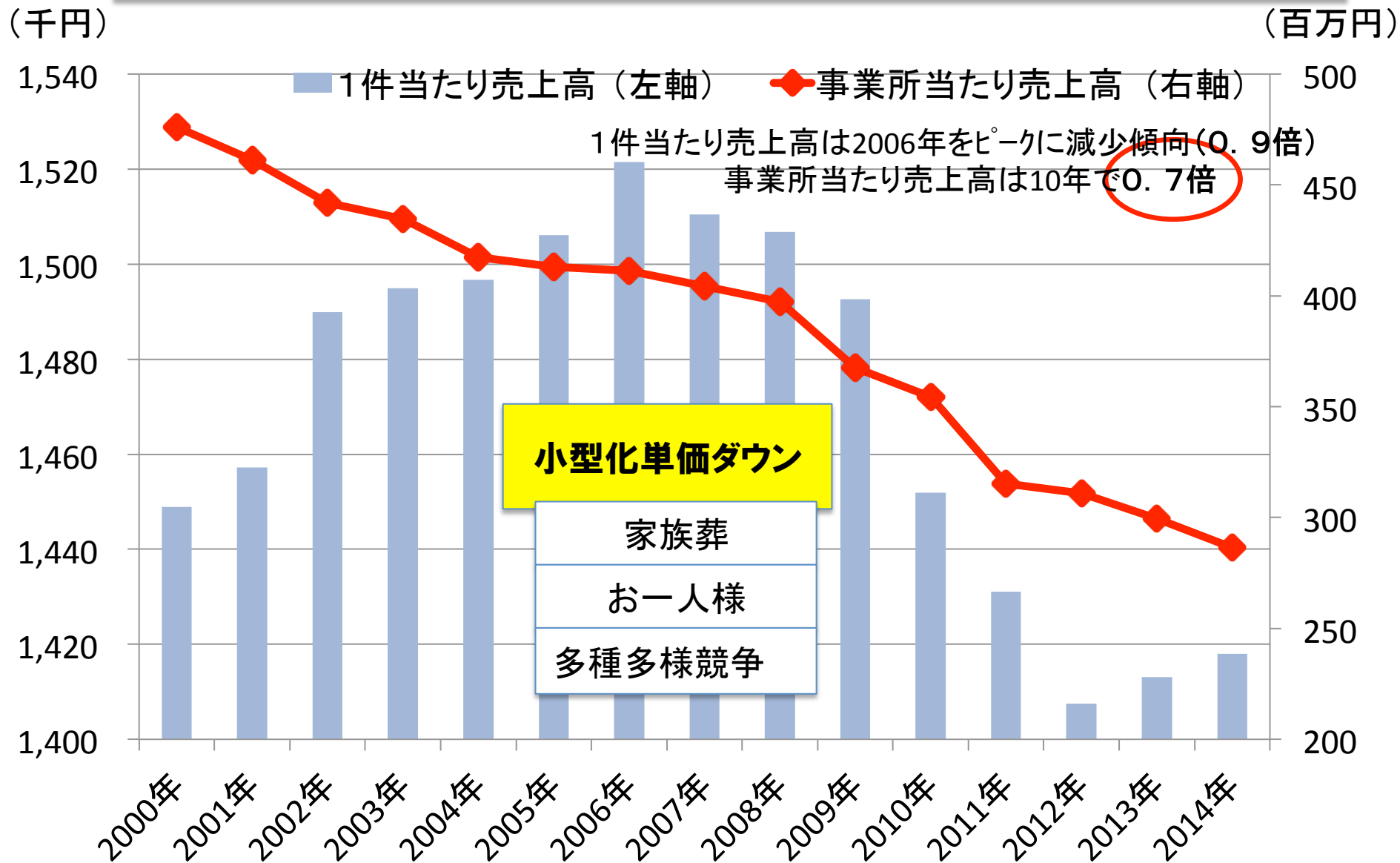
(件)



3-3 葬儀社の経営(事業所数)



3-4 葬儀社の経営(売上単価)



4-1 葬儀社経営の課題整理(変化への対応)

社会環境の変化、新興企業の参入競争で大きく変化している

1) 多死の時代で成長分野にあるが、単価減少の対応が必要
葬儀人口は増加(結果葬祭件数増加20%程度)
葬祭単価の減少(12%)になる。

2) 従来とは異なる社会環境対応が必要
大手の互助会は積立方式、前受け金による強みあるも、
新規会員の獲得は課題、高付加価値か、安価路線か？
吸収合併か？多角化経営か？持続経営が必要となる。
専門業屋は、新規参入会社への対応、既存互助会への
差別化(強みの構築)がいる

4-2 葬儀社経営の課題整理(変化への対応)

3) サービスの多様化への対応

高齢化少子化の変化(人手不足)(葬儀の変化)

ネット受託など新規の参入(仲介業の参入)

多様化(樹木葬、マンション墓)に対応

葬儀で働く人;雇用形態の変化(3Kの仕事からの女性参加の時代)

男性 28,483人(55.8%) 女性 22495人(44.2%)

女性の進出が顕著である。

雇用形態ではパートアルバイトで葬儀式の準備、進行業務で女性が70%

各種経営支援では、売上拡大のエリアマーケティング支援が必要となる。

広報企画
(ネット広報)
(チラシ広報)

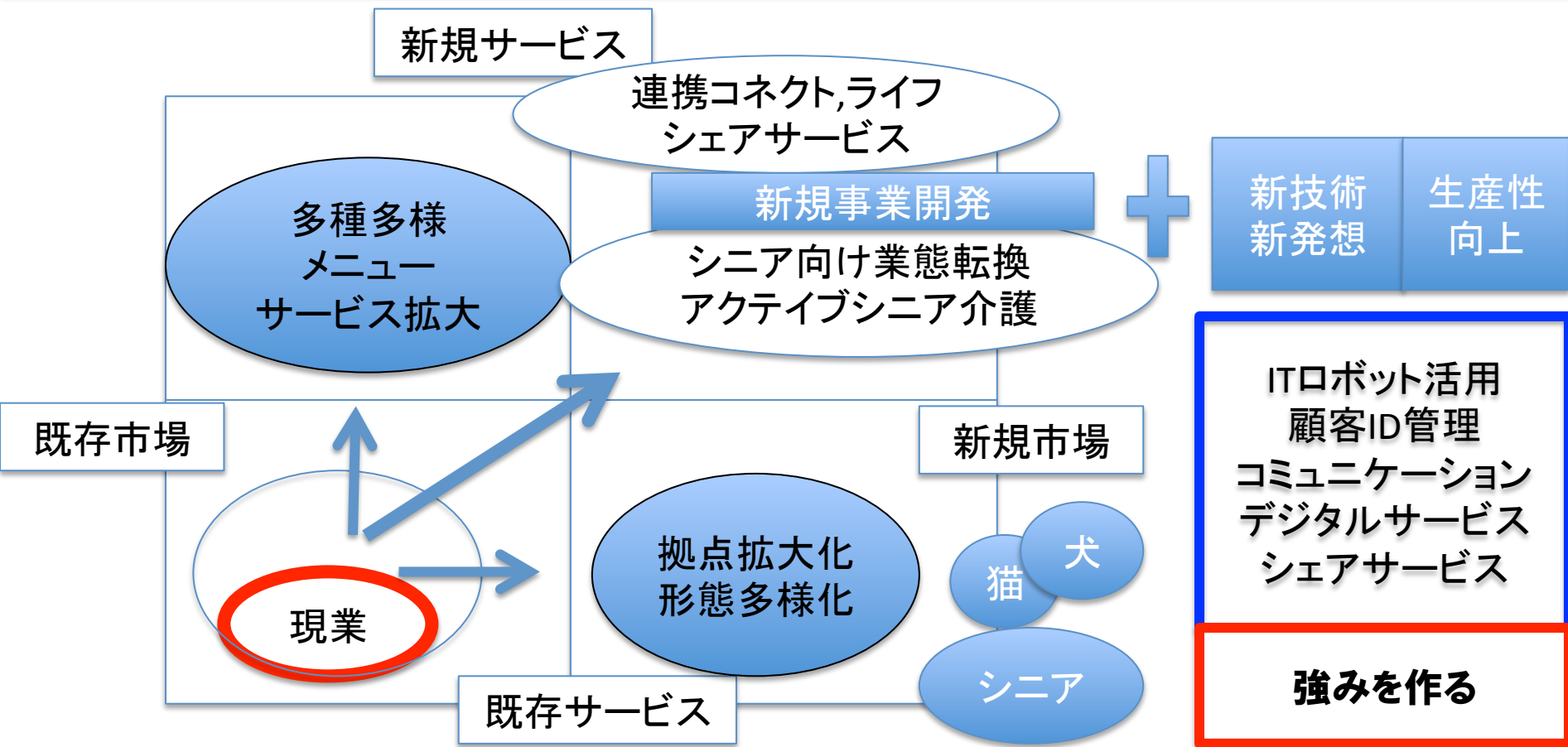
イベント企画
(集客イベント)
(コミュニケーション)

会員魅力向上
連携シェア
持続的経営

人材教育
人材評価
生産性向上

種エア

4-3 葬儀社経営の課題整理(変化への対応)



売上

=

客単価

×

客数

エリアマーケティングサービス業としての差別化

5 財務分析ワーク

A:
専門葬儀社大手
(互助会)
ホテル、式典、介護

B:
ネット仲介葬儀社大手
出版&ライフエンディング
グポータルサイト

C:
仏具販社大手
墓石、仏具 霊園

設問 3社の財務諸表1. 2. 3から
専門葬儀社A、ネット仲介葬儀大手B, 仏具販社大手 C はどれかを探る

特徴がなにかあればその理由を説明ください。

A: No 理由:
B: No 理由:
C: No 理由:

個別相談
専門葬儀社

葬儀社の財務
平均資料添付

葬儀社の平均
財務データ

**葬儀社の経営支援について
手段は多様化しています。
皆様の基礎的資料になれば幸いです。**

ご静聴ありがとうございました。

END