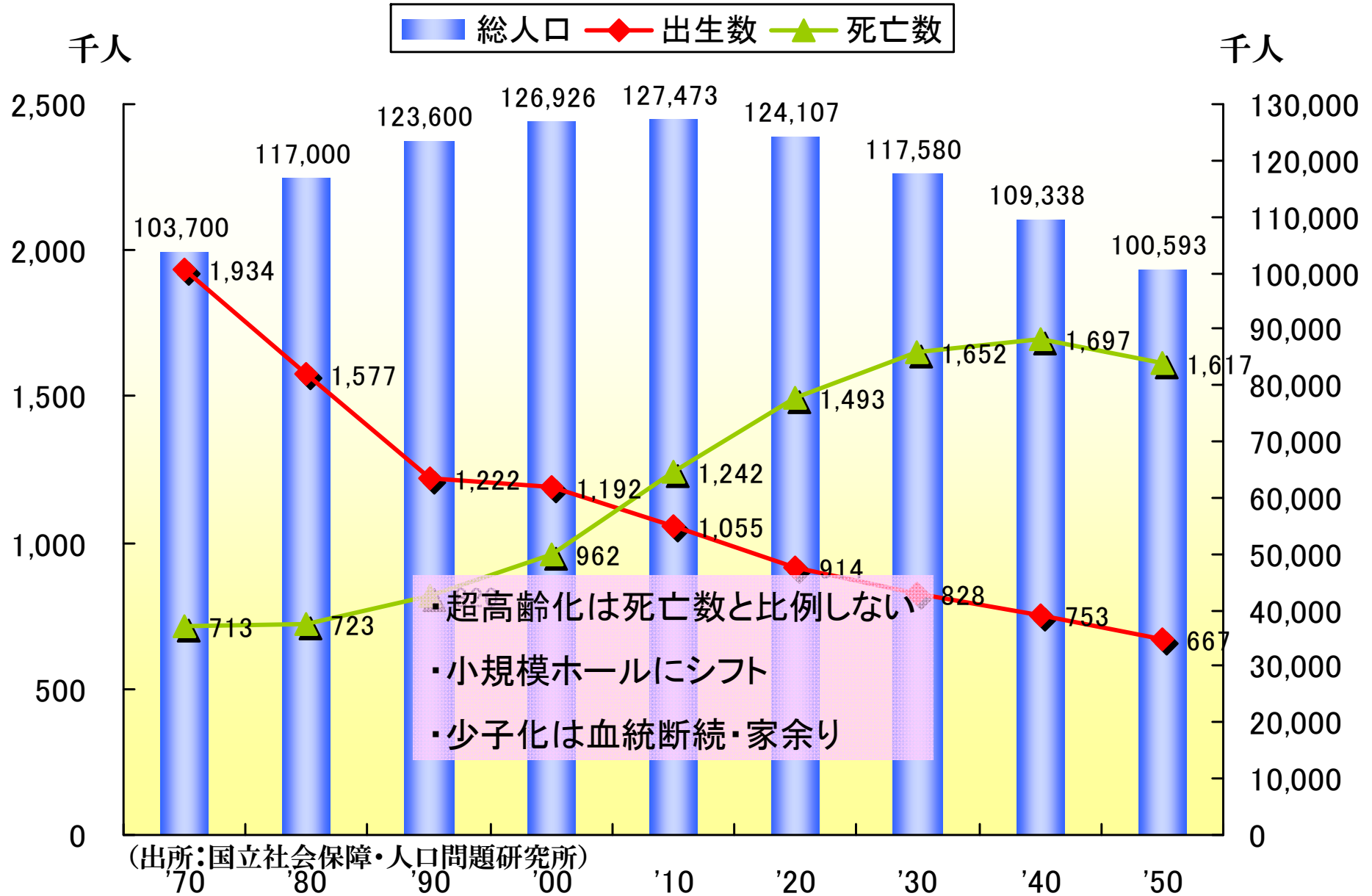


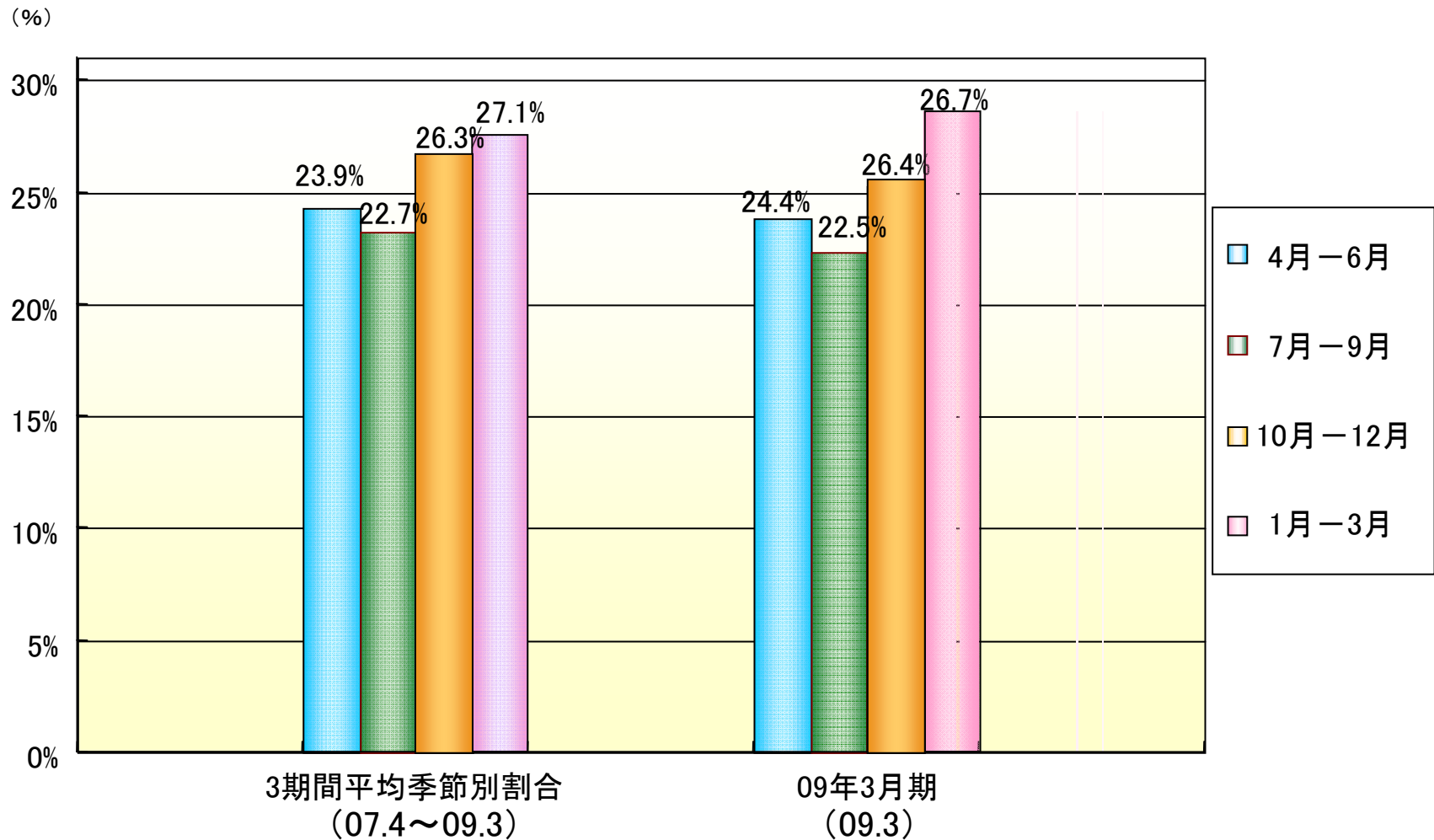
[参考資料]

少子高齢化



季節変動データ 葬祭

3カ年平均、単年度季節別割合



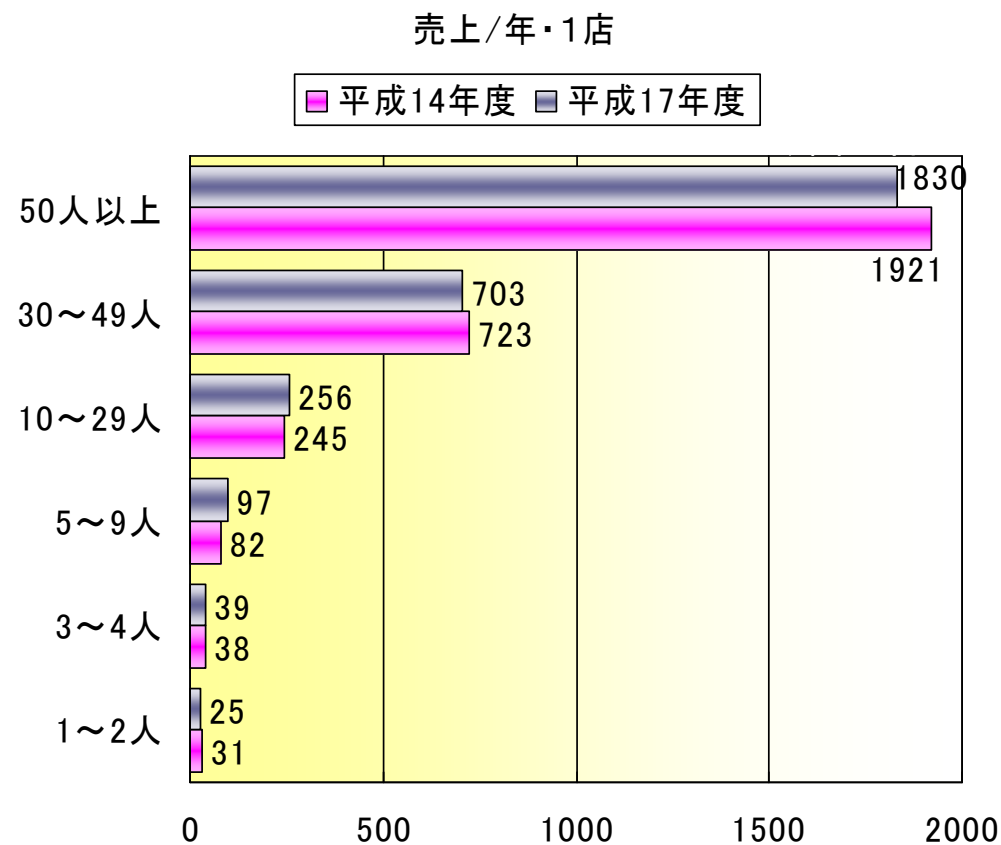
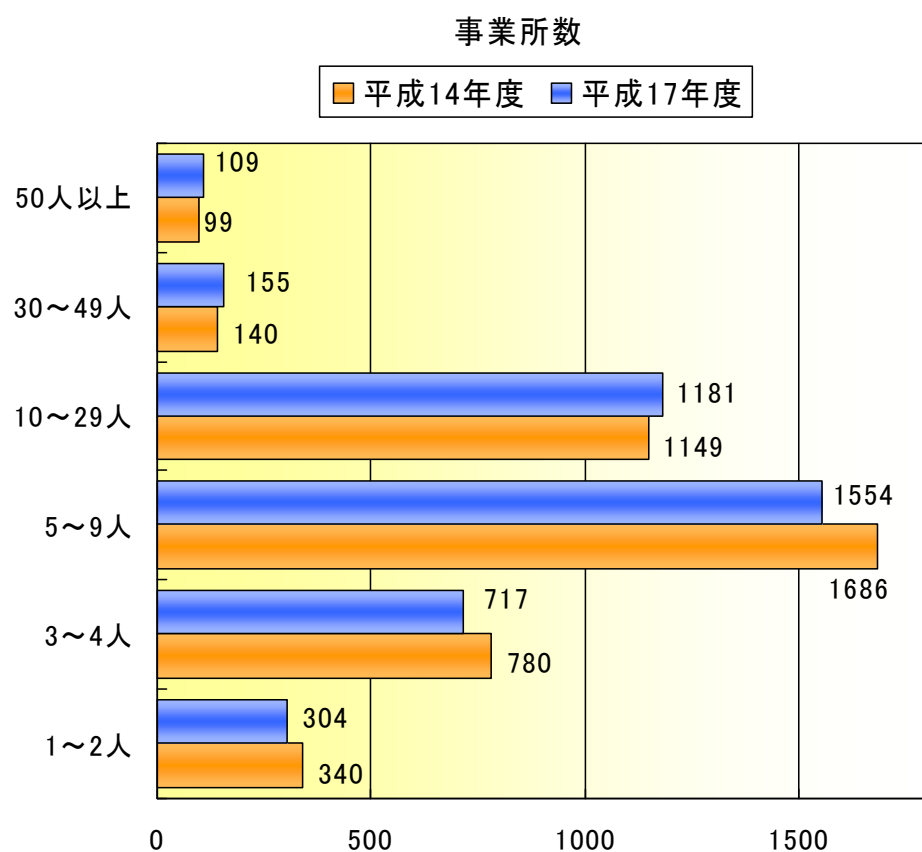
(葬祭)神奈川県のパターは県の企画部統計課の公表資料を抜粋加工



葬儀業従業員規模別比較／事業所数・売上高・客単価・件数(その1)

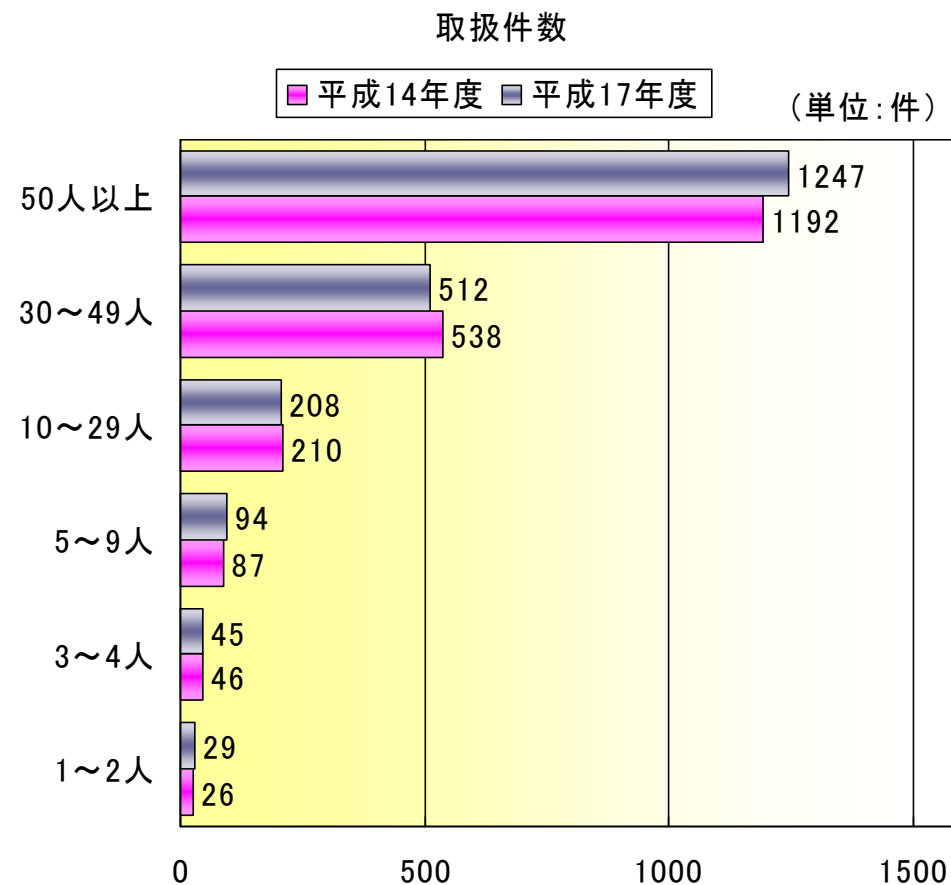
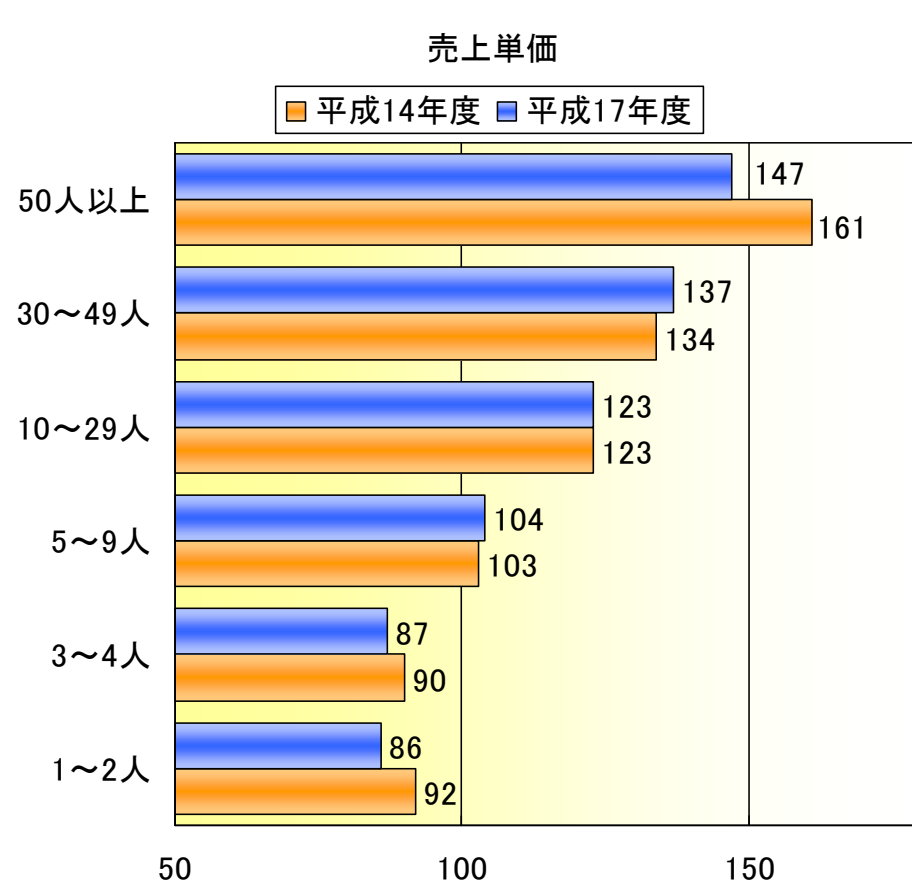
サンプル数4020事業所(前回4194事業所)

【全国の約62%】(自治体・宗教団体・農協・生協・葬具業は対象外)



経済産業省「平成17年特定サービス産業実態調査速報」より当社編集

葬儀業従業員規模別比較／事業所数・売上高・客単価・件数(その2)



経済産業省「平成17年特定サービス産業実態調査速報」より当社編集

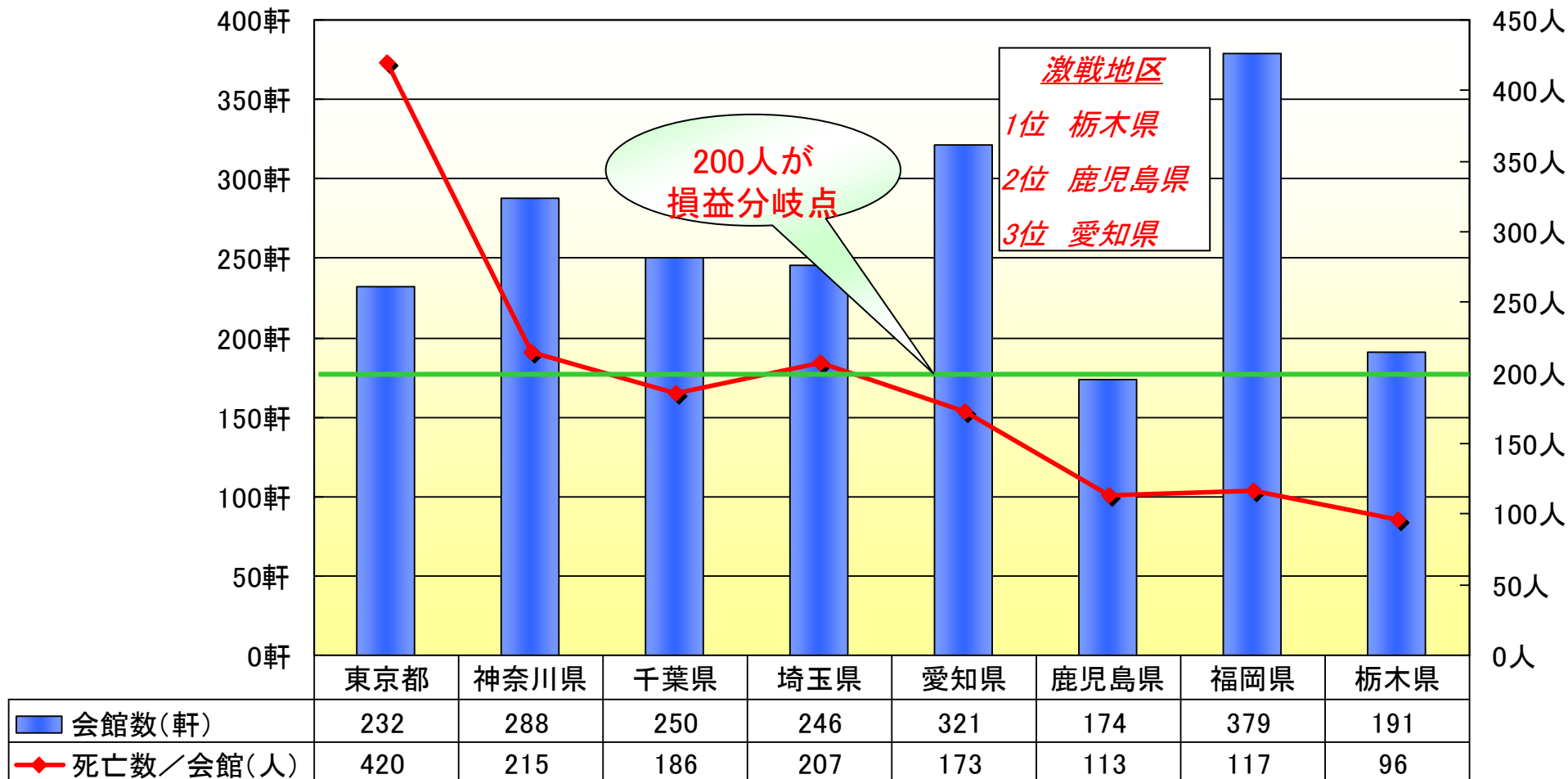
葬祭ホール主要データ 2009年度

[全国死亡総数] 1,125,584人(2009年度)

[会館数] 5,739軒

[死亡数] 196.1人/1会館

■ 会館数(軒) ◆ 死亡数/会館(人)



出所: 月刊 フューネラルビジネス誌 2009年5月号より弊社加工

迫り来る葬儀業界転換の大波

～小規模業者の撤退、中規模以上業者の新規参入及び再編～

チャンス ～生前相談への関心が高まる～

- ①死亡人口推移から見た葬儀業界のマーケット規模は拡大する
- ②生前相談への関心が高まり、複数社を比較する為、企画提案力が鍵になる
- ③形式にとらわれない消費者の想いを、形にして提供する事が求められる
- ④経営資源と規模が会社優位性の源泉となり、マネジメントが問われる時代となる

脅威 ～葬儀離れが加速する～

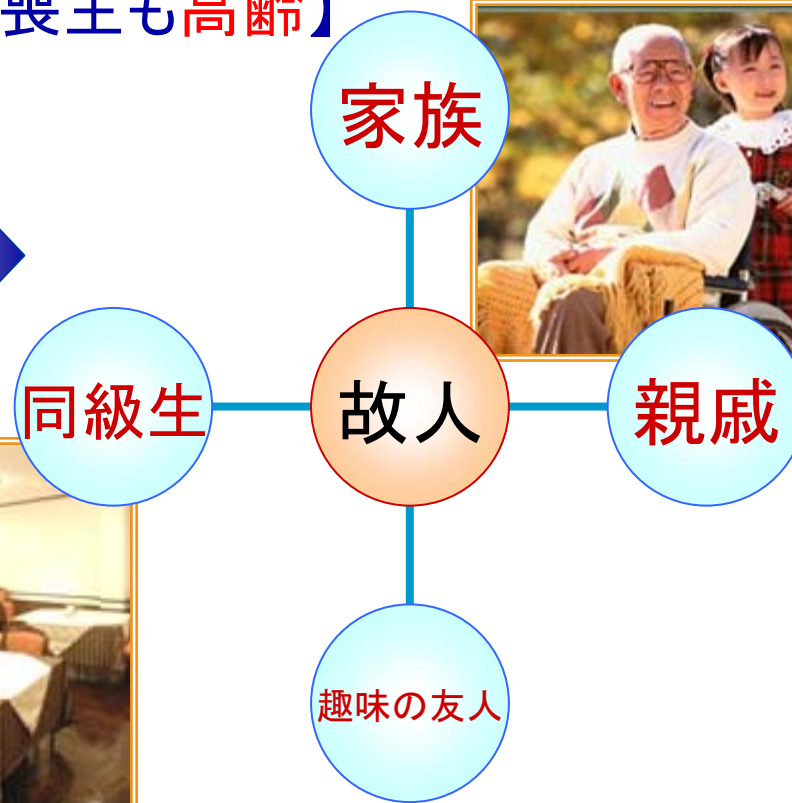
- ①葬儀が孤独・小型化し、客単価が減少する。また、葬儀をしない人達が増加する
- ②結婚式場、ホテル、農協、生協等、新規参入企業の出現により価格競争が激しくなる
- ③葬儀の紹介、仲介業者が現れ、インターネットなどの活用も拡大する
- ④葬儀の個性化、多様化に対応できない業社は、市場から見放される

葬儀形態が職場中心から家族中心に

【喪主は現役】



【喪主も高齢】

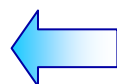


- ◆ 公的な関係で義理の会葬、大規模
- ◆ 世間並みで標準的、短時間でスムーズ
- ◆ 壮年男性中心の会葬者、受付手伝い等会社関係が仕切る

- ◆ 親しい個人的関係で内輪の小規模
- ◆ 故人の想いを尊重、個性的で故人らしさを大切にする。手作り感が大切
- ◆ 会葬者と遺族の面識があり、全員参加型で心のふれあいを重視

環境変化に対応

小規模化に対する
設備投資の考え方



バランス



個性化に対する
運営面の考え方

- ◆ ハード面の効率化
 - ・100坪平屋
 - ・バックヤード最小
 - ・ミニキッチン併設
 - ・動線に沿った客室配置
(省スペース・案内不要)

- ◆ 個性化に対応するハード
 - ・邸宅貸切型
 - ・親族室・会食室の充実
 - ・館内が全てギャラリー
〔遺品や写真展示〕
 - ・映像・照明・音響の充実

- ◆ ソフト面の効率化
 - ・母店とサテライト店舗の役割
(人・物流の一元化)
 - ・マルチ・サービス態勢
 - ・演出機器・家具備品の標準化と内製化

- ◆ 個性化に対応するソフト
 - ・カウンセリングと想いを形にする提案
で潜在欲求対応
 - ・オリジナル・シナリオ
 - ・飲食のグレードアップ
 - ・会話し易い雰囲気づくり

ブランド戦略



伝えたいのは心と心の絆です。

カルチャーBONDS

フォーマル

カルチャーBONDS(カルチャーボンズ)

—フォーマルタイプ—

・格式を重んじた、上質のホスピタリティを追求



心の絆だいにしたい。

湘和会堂

ユニットの中で母店機能を担う

アットホーム

湘和会堂(しょうわかいどう)

—アットホームタイプ—

・御葬家様のプライベートを尊重し、一葬家ワンフロア制を実施



湘和礼殯館 ユニットの中でサテライト型

貸切型

湘和礼殯館(しょうわれいひんかん)

—アットホームタイプ(邸宅型貸切葬儀式場)—

・貸切型の為、ご自宅のぬくもりと、式場の利便性を兼ね備える

カルチャーBONDS



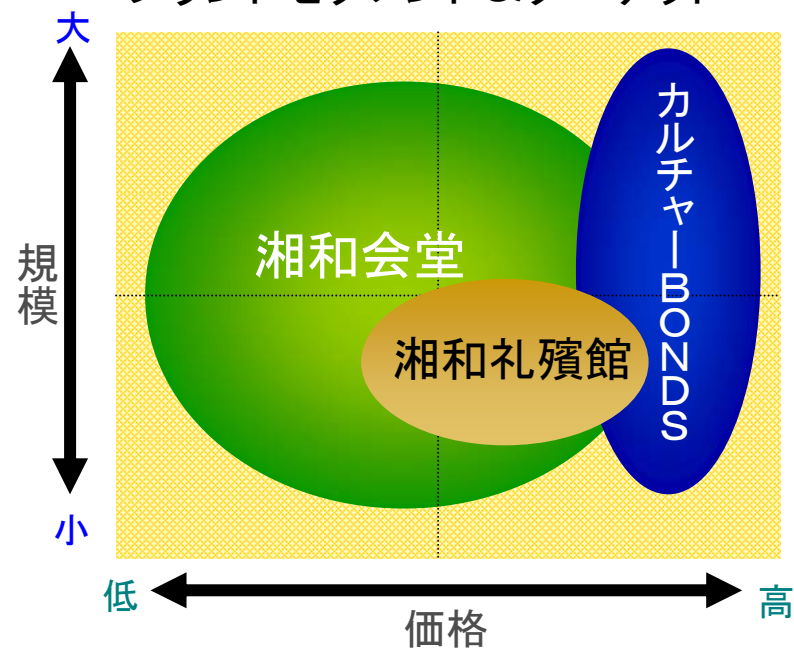
湘和会堂



湘和礼殯館



ブランドセグメント&ターゲット



選べるブランド展開



幅広い顧客潜在ニーズに対応

地域特性・土地の規模に合わせた出店

採算性を踏まえた投資規模選択

葬祭専門業社にない空間とサービスの提供

～冠婚事業で培ったノウハウが葬祭事業の今日に！！～

～Wedding～



～Funeral～



料理

旬の食材を大切に、暖かいものは、冷たいものは冷たく出来たてをすぐに提供



サービス

お越しくくださった方一人一人に最上級のおもてなしを



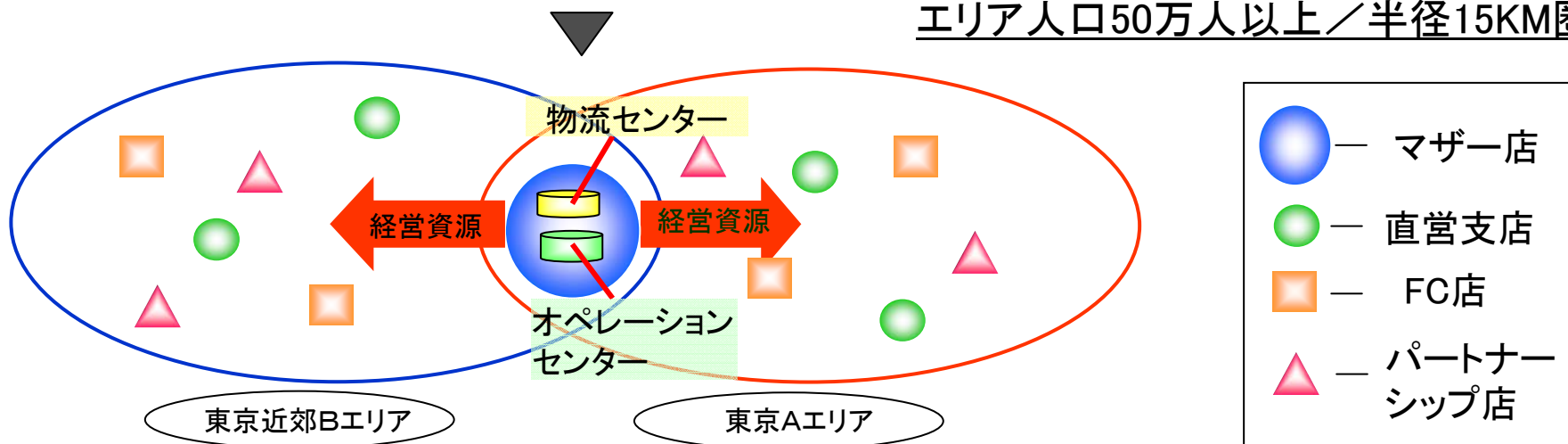
施設

1軒貸切をコンセプトにくつろげる空間を演出

地域ドミナントによるユニット展開

東京近郊でのユニット展開

エリア人口50万人以上／半径15KM圏

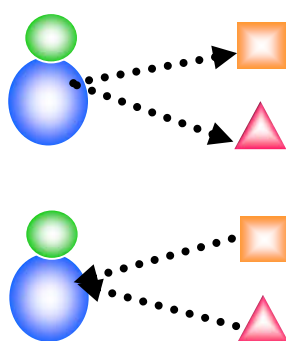


- — マザー店
- — 直営支店
- — FC店
- ▲ — パートナーシップ店

↑ ↑ ↑ ↑
経営資源の共用化による効率経営

(注)パートナーシップ店とは、主に自社葬祭ホールを所有せず、当社施設使用契約を結んでいる中規模葬儀社

共生による関係



- 相互に人員不足時補完
- スケールメリットを活かした仕入価格低減
- 施設貸により他社移行防止／大型受注実現
- 相互に人員不足時補完
- 物流売上の促進
- 施設貸による周辺売上・手数料の発生

トータルサービス(葬祭)

ビフォアケア

生前相談
オープンイベント
心の準備相談会
エンディングノート
施設見学
見積もり
セレモニーマニュアル



葬儀執行

喪主必携マニュアル

- 1、通夜、葬儀の進め方
臨終からお葬式、忌中払いまで
- 2、あいさつと言葉づかい
僧侶へのあいさつ
出棺のあいさつ
世話役、手伝いの人へのお礼
など24の例文
- 3、しきたり・作法
末期の水
北枕
喪服
お布施の表書き
お斎
など24の起源と実際
- 4、葬儀後のスケジュール
挨拶
礼状
諸手続きのポイント
供養の営み方

相続関連業務に関する信託代理店契約
(中央三井信託銀行)

アフターケア

・メモリアルサービスインフォメーション

- 1、あいさつ回りとお礼状
- 2、支払と借り物の返却
- 3、初七日法要
- 4、**香典返し**
- 5、故人の勤務先の整理
- 6、埋葬料、葬祭費の受け取り
- 7、生命保険金等の受け取り
- 8、国民年金の手続き
- 9、遺品整理と形見分け
- 10、忌明け法要の準備
- 11、**塗り位牌、仏壇の準備**
- 12、墓地と墓石
- 13、**忌明け法要**
- 14、埋骨と納骨
- 15、相続協議(遺言書作成・保管、遺産整理等)
- 16、不動産、株券、預貯金、自動車の名義変更
- 17、相続税の申告と納付
- 18、**遺品の整理**
- 19、**形見分け**
- 20、故人の確定申告
- 21、医療費控除による還付手続き
- 22、お盆
- 23、**一周忌、年季法要**

* *
* タイムリーな訪問によるお知らせ
* 専任スタッフによる訪問活動

こもれびの会

当社を利用されたお客様だけでなく、
広く地域の方々を対象に、大切な方を亡
くされたご遺族の悲嘆の緩和を支援する
為、当社では様々な『グリーンワーク』
のケアを実施しております。

	会員増加人数	
	上半期	下半期
2006年	68人	65人
2007年	65人	47人
2008年	63人	116人

2006年4月発足。2009年3月現在では
会員数424名となりました。

資料



月例会

毎月第1日曜日(基本)開催

回を重ねる毎に、自発的な活動へと進歩しております。

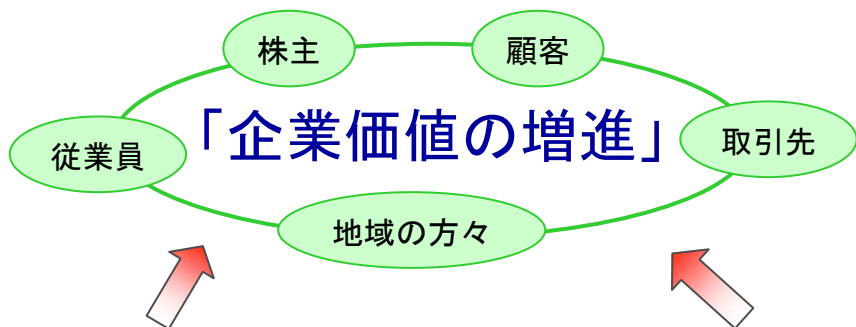
Watari氏 講演会

2009年3月15日(日)実施



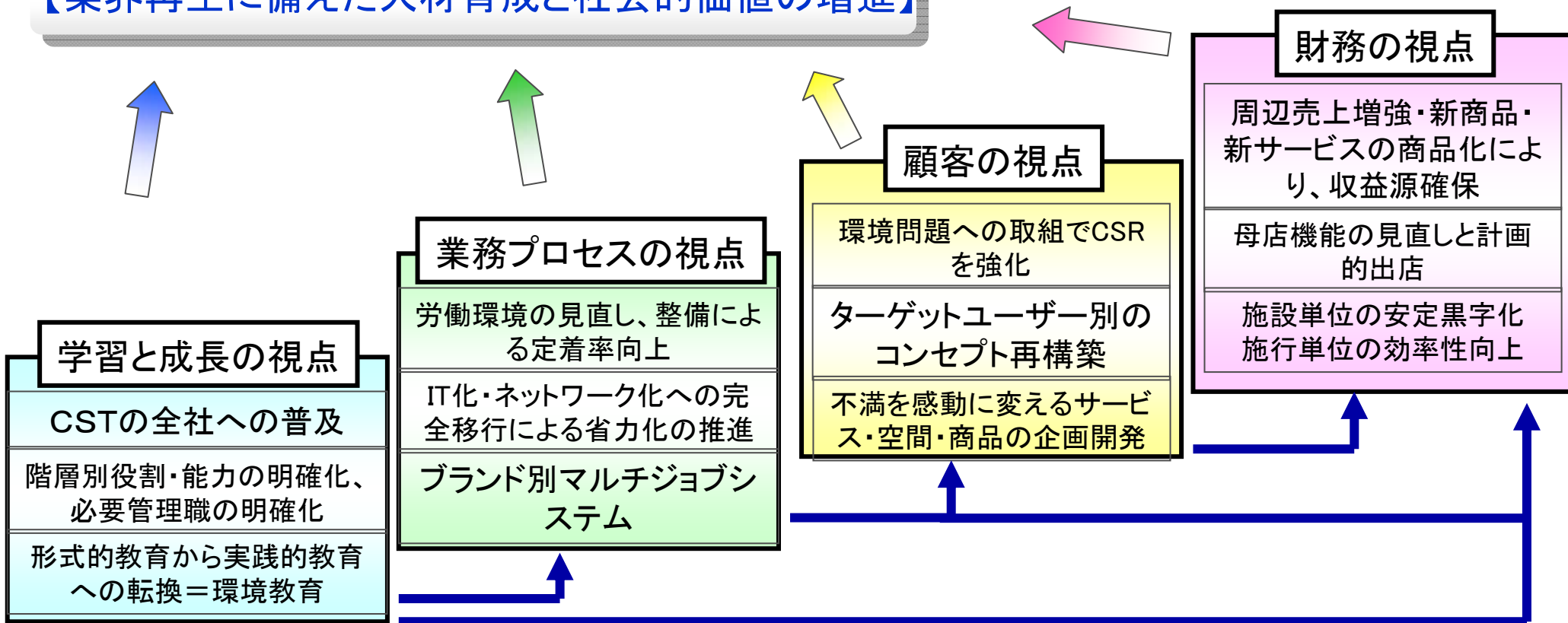
講演会、セミナー、写経の会等のイベントも随時実施して
おります。

中期経営戦略



～経済的価値と非経済的価値のバランスを求めて～

【業界再生に備えた人材育成と社会的価値の増進】



当社施設

● 本社

● カルチャーBONDS

● 湘和会堂

● 湘和礼殯館

★ 婚礼施設

■ 介護施設

葬祭施設



湘和礼殯館 柏山



湘和会堂 金目
(08年12月オープン)



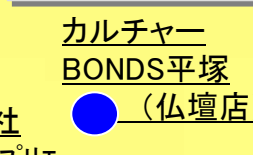
湘和礼殯館 淵野辺



湘和礼殯館 相模大野
(08年10月オープン)



湘和会堂 六会



カルチャー
BONDS 平塚
(仏壇店)

湘和礼殯館 西久保

へいあんホーム
ケア 茅ヶ崎

へいあん小和田

カルチャー
BONDS 藤沢
(仏壇店)

湘和会堂 西富

本社
サロントプリエ

へいあんホーム
ケア 平塚

湘和会堂 平塚

湘和会堂 茅ヶ崎

コルティエーレ 茅ヶ崎

湘和会堂 鶴沼

ロイヤルマナーフォート
ベルジュール

★

カルチャーBONDS
小田原

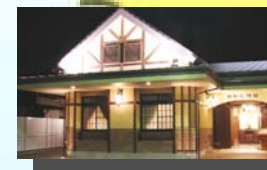
へいあん 鴨宮

湘和会堂 小田原
(仏壇店)

へいあんなでしこ



湘和礼殯館 由比ガ浜
(09年2月オープン)



- ・ 冠婚事業のノウハウで個人葬中心の葬祭ホールを運営
- ・ 「非日常」のコンセプトに拘り、1フロアー1軒貸切で、ISOと人材育成システムに裏づけされた高品位サービスが特徴
- ・ クローク係・インフォメーション係・駐車場誘導係・アテンダント係等を配置した、ホテル並みのサービス
- ・ 神奈川県湘南地区中心に湘和会堂、湘和礼殯館とカルチャーBONDSの3ブランドで17拠点