茨城県　こわたり　2年連続、売上１４０％アップ！急成長を続ける葬儀社。

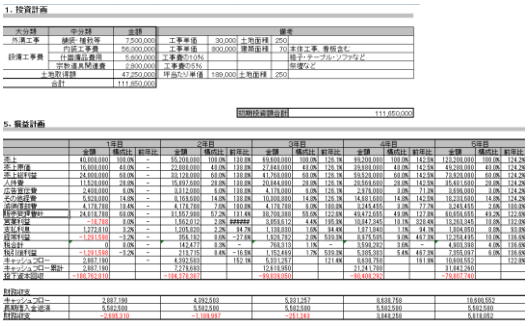
「絆・感動・感謝」をテーマに掲げお葬式のお手伝いを行っている株式会社こわたり。茨城県の稲敷郡という郡部に本社を構えている。昨年、隣町稲敷市に家族葬式場、現在は稲敷郡に家族葬よりも一回り小さな葬儀式場を建設中である。出店戦略が功を奏し、初年度から新規エリアで50件越え。さらに自社エリアの施行も増加した。その結果、2年前は、年商1.6億円だった葬儀社が、2年で2.4億円を達成。今後の成長戦略も明確に描かれており、注目の葬儀社の一つである。

会社名　：株式会社こわたり
会館①：茨城県美浦村
会館②：茨城県稲敷市
会館③：茨城県稲敷郡
その他：生花、ギフトの内製化
施行件数：150件
従業員数：12名

成長ポイント①　長期計画にもとづいたスピード経営

同社の見所はなんといっても、スピード感だ。この2年での式場展開はまさにスピード経営の賜物である。今後の出店候補地もすでに決まっており、この勢いは止まることはない。それを支えているのが、長期経営計画だ。10年後の投資計画、採算計画を作り資金繰りが悪くならないよう予め計算をしている。そのため新規投資に悩むことなくスピード重視の行動を行うことが出来ている。

成長ポイント②　新規出店が既存エリアの施行件数を伸ばす



1. 投資計画

大分類	中分類	金額					備考
売買工事	建屋・建物等	7,500,000	工事単価	30,000	土地面積	250	
設備工事費	什器工事費	56,000,000	工事単価	800,000	建築面積	70	本体工事、看板含む。
	什器備品費用	5,600,000	工事費の10%				椅子・テーブル・ソファなど
	宗教道具関連費	2,800,000	工事費の5%				祭壇など
土地取得費		47,250,000	坪当たり単価	189,000	土地面積	250	
合計		111,650,000					

初期投資総合計　111,650,000

5. 損益計画

	1年目			2年目			3年目			4年目			5年目		
	金額	構成比	前年比	金額	構成比	前年比	金額	構成比	前年比	金額	構成比	前年比	金額	構成比	前年比
売上	40,000,000	100.0%	-	85,200,000	100.0%	130.0%	89,600,000	100.0%	126.1%	99,200,000	100.0%	162.5%	123,200,000	100.0%	124.2%
売上原価	16,000,000	40.0%	-	35,000,000	41.0%	130.0%	27,840,000	40.0%	126.1%	39,680,000	40.0%	142.5%	49,280,000	40.0%	124.2%
売上総利益	24,000,000	60.0%	-	50,128,000	59.0%	130.0%	41,760,000	60.0%	126.1%	59,520,000	60.0%	142.5%	73,920,000	60.0%	124.2%
人件費	11,520,000	28.8%	-	15,892,000	18.6%	138.0%	20,044,000	22.4%	126.1%	28,560,000	28.8%	142.5%	35,481,600	28.8%	124.2%
広告宣伝費	2,400,000	6.0%	-	3,312,000	3.9%	138.0%	4,176,000	4.7%	126.1%	2,976,000	3.0%	71.2%	3,696,000	3.0%	124.2%
その他経費	5,600,000	14.0%	-	8,064,000	9.5%	144.0%	10,080,000	11.2%	125.0%	14,000,000	14.0%	138.9%	16,800,000	13.6%	120.0%
販売管理費	4,176,780	10.4%	-	4,176,780	4.9%	100.0%	4,176,780	4.7%	100.0%	3,243,435	3.3%	77.7%	3,243,435	2.6%	100.0%
営業利益	24,016,780	60.0%	-	31,557,000	37.0%	131.4%	38,708,380	43.2%	122.6%	49,472,565	49.9%	127.8%	60,656,165	49.2%	122.6%
営業利益率	-16.7%	8.0%	-	1,562,012	2.0%	赤字継続	3,059,612	4.4%	195.9%	10,047,345	10.1%	328.4%	15,263,345	10.0%	152.0%
支払利息	1,272,810	3.2%	-	1,205,820	2.2%	94.7%	1,138,830	1.0%	94.4%	1,071,840	1.1%	94.1%	1,004,850	0.8%	93.8%
経常利益	-1,291,590	-3.2%	-	356,192	0.0%	-27.6%	1,920,782	2.0%	539.2%	8,975,505	9.0%	467.3%	14,258,495	10.0%	158.8%
特別利益	0	0.0%	-	142,477	0.3%	-	768,313	1.1%	-	3,598,262	3.6%	-	4,893,398	4.0%	136.0%
税引後利益	-1,291,590	-3.2%	-	213,715	0.4%	-16.5%	1,152,469	1.7%	539.2%	5,376,243	5.4%	467.3%	7,365,097	6.0%	136.9%
キャッシュフロー	2,887,190		-	4,992,583		172.9%	5,931,257		117.6%	8,638,758		161.9%	10,608,552		122.8%
キャッシュフロー累計	2,887,190			7,779,693			13,710,950			22,349,708			32,958,260		
投下資本回収	-166,762,810			-164,273,283			-159,559,050			-150,923,292			-140,314,740		

財務収支

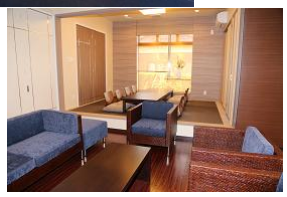
キャッシュフロー	2,887,190	4,992,583	5,931,257	8,638,758	10,608,552
長期借入金返済	5,582,500	5,582,500	5,582,500	5,582,500	5,582,500
財務収支	-2,695,310	-589,917	348,757	3,056,258	5,025,052

新規出店をすることで、既存エリアの施行件数を伸ばすことに成功している。その裏側にあるのは、緻密な商圏分析と客層を意識した会館建設である。

どのエリアに家族葬会館を建てれば、新会館を窓口として、既存エリアの一般葬受注を増やすことができるか、など調査をしたうえで出店を行っている。結果として、新規出店エリアに関しても1年で50件の施行件数増を達成しただけでなく、既存エリアのシェアも10%アップするという結果を生んだ。

投資を新規エリア単体でなく、既存エリアの売上向上にも繋げることが出来るため投資回収が早くなる。

成長ポイント③　３つのブランド戦略で全ての客層をカバーする



現在、建設中の会館が、より小さな家族葬ホールだ。本店は一般葬を受けることの出来る会館。2号店が60名程度の家族葬会館。3号店が20名程度の家族葬会館。客層ごとにブランド戦略を行うことで、商圏エリアを拡大しながらさらにシェアを拡大することに繋がっている。新たな葬儀社のドミナント戦略を垣間見ることが出来る。

チェックポイント

※貴社がどの程度、成長するためのポイントを押えているかをチェックしてみてください。

- □ 長期経営計画が数値に落とし込まれている
- □ 新規出店が単発ではなく、既存店に相乗効果を生み出している
- □ 客層別の会館建設で商圏拡大をしながらシェアを高めている