



葬祭業界の現況と今後について

平成19年12月15日(土)

人生の価値を高める
ヒューマン・リレーション・サービス



平安レイサービス株式会社

(証券コード:2344 JASDAQ)

目次

企業概要

業界の現況と今後

当社の特徴

トピックス

中間決算概要

今後の戦略と中期経営計画

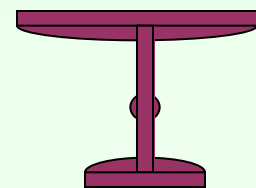
強み

■本資料で記述されている業績予想並びに将来予測は、現時点で入手可能な情報に基づき当社が判断した予想であり、潜在的なリスクや不確実性が含まれています。従いまして、これらの業績見通しのみで、投資判断をされることは控えるようお願いいたします。実際の業績は様々な要因の変化により、記述されている将来見通しとは大きく異なる結果となる可能性があることをご承知おき下さい。

企業概要

社名「平安^禮サービス」 と「冠昏喪祭」

- ・詩書六芸^{りくげい}：**禮**、樂、射、御、書、数
- ・礼（禮）：**仁（思いやり）**を基本とした**道徳基準**
 - 「示」は祭壇を、「豊」は祭器をあらわし、「曲」はお盛り物、
「豆」はたかつき（高坏）をあらわしています。
- ・儀禮^{ぎらい}：**士冠禮**（成人式）、**士昏禮**（結婚の禮）、士相見禮、
卿飲酒禮、**喪服**、**士喪禮**・・・等、17篇からなり、
主に士の階級で行なわれた儀式の仕方
- ・祭祀：天子は天地・四方・山河・五祀を祭る。**士は祖先を祭る**



 会社概要

社 名 平安レイサービズ株式会社

代 表 者 代表取締役社長 山田 雅孝

設 立 年 月 日 1969年9月17日

従 業 員 数 単体 142名 総スタッフ 750名

(07年9月現在) 連結 207名 総スタッフ 1,039名

パート・アルバイトについては、年間平均雇用人員を記載。

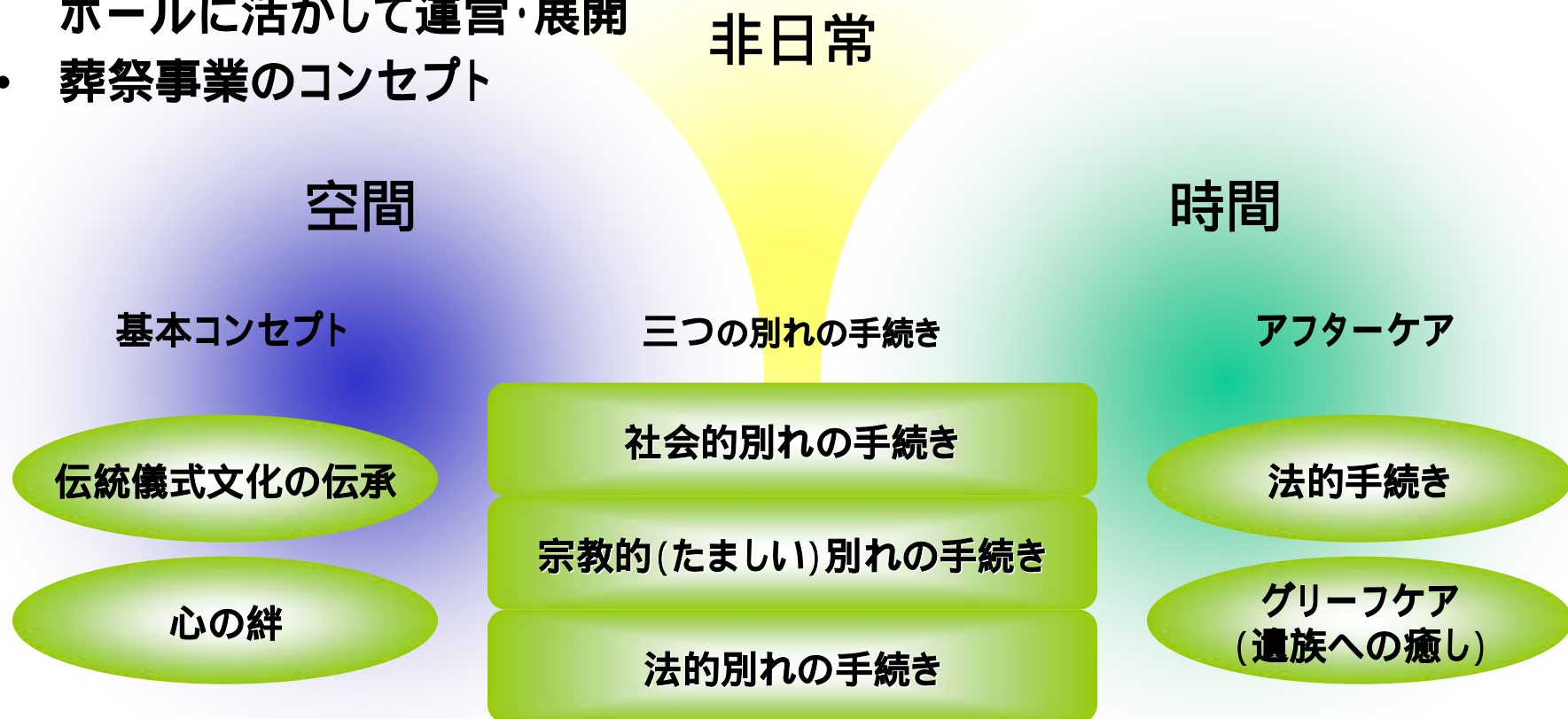
U R L <http://www.heian-group.co.jp/>

事 業 内 容 冠婚葬祭を中心とした生活産業

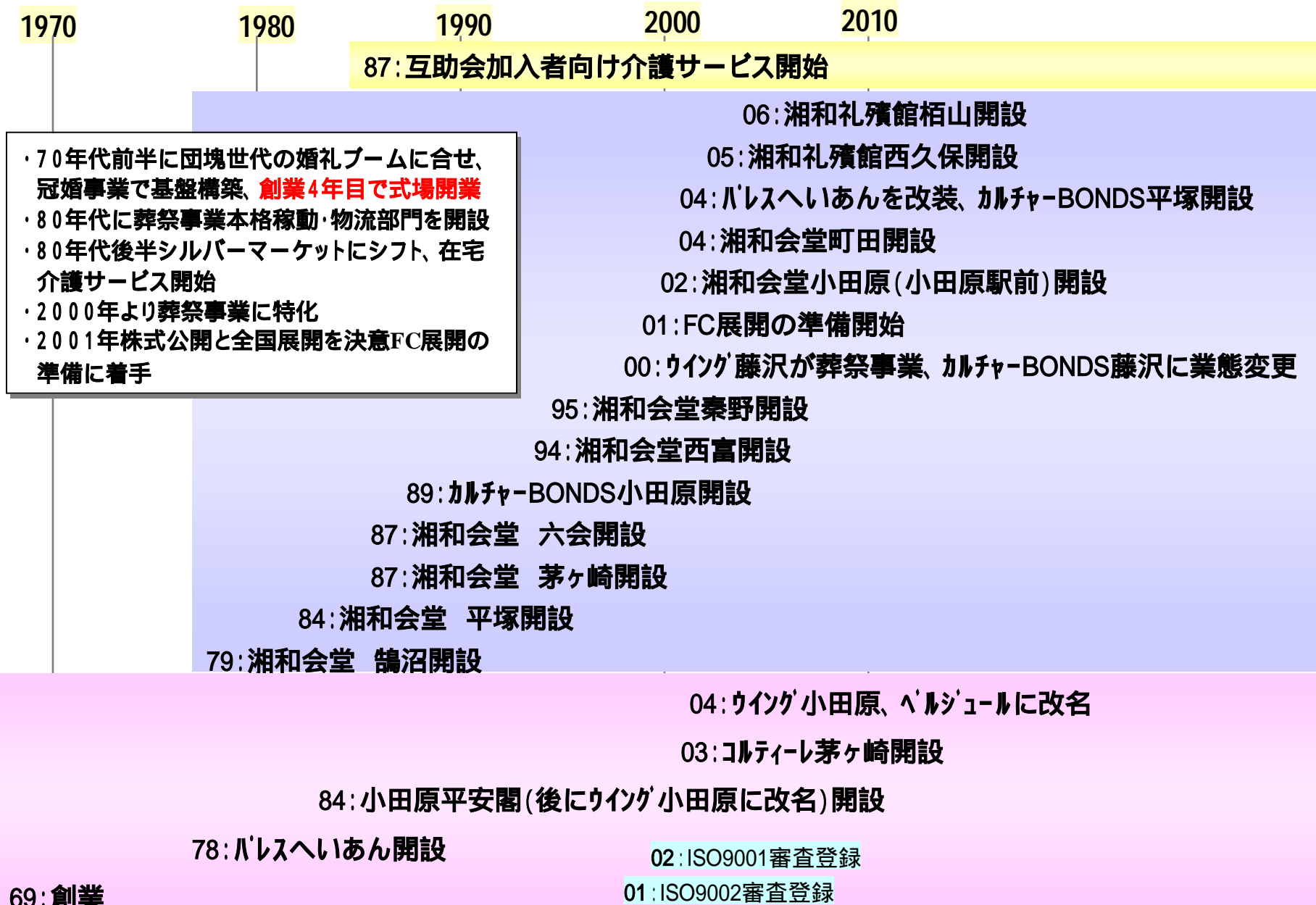
関 連 会 社 (株)へいあん、山大商事(株)

事業内容

- 人間には自分で出来ることに限りがあります
- 当社は人間による人間のためのサービスを、冠婚葬祭を中心とした生活産業において、高度なスキルで提供しております
- 特徴としては、葬祭事業を中核として、冠婚事業で蓄積したノウハウを葬祭ホールに活かして運営・展開
- 葬祭事業のコンセプト

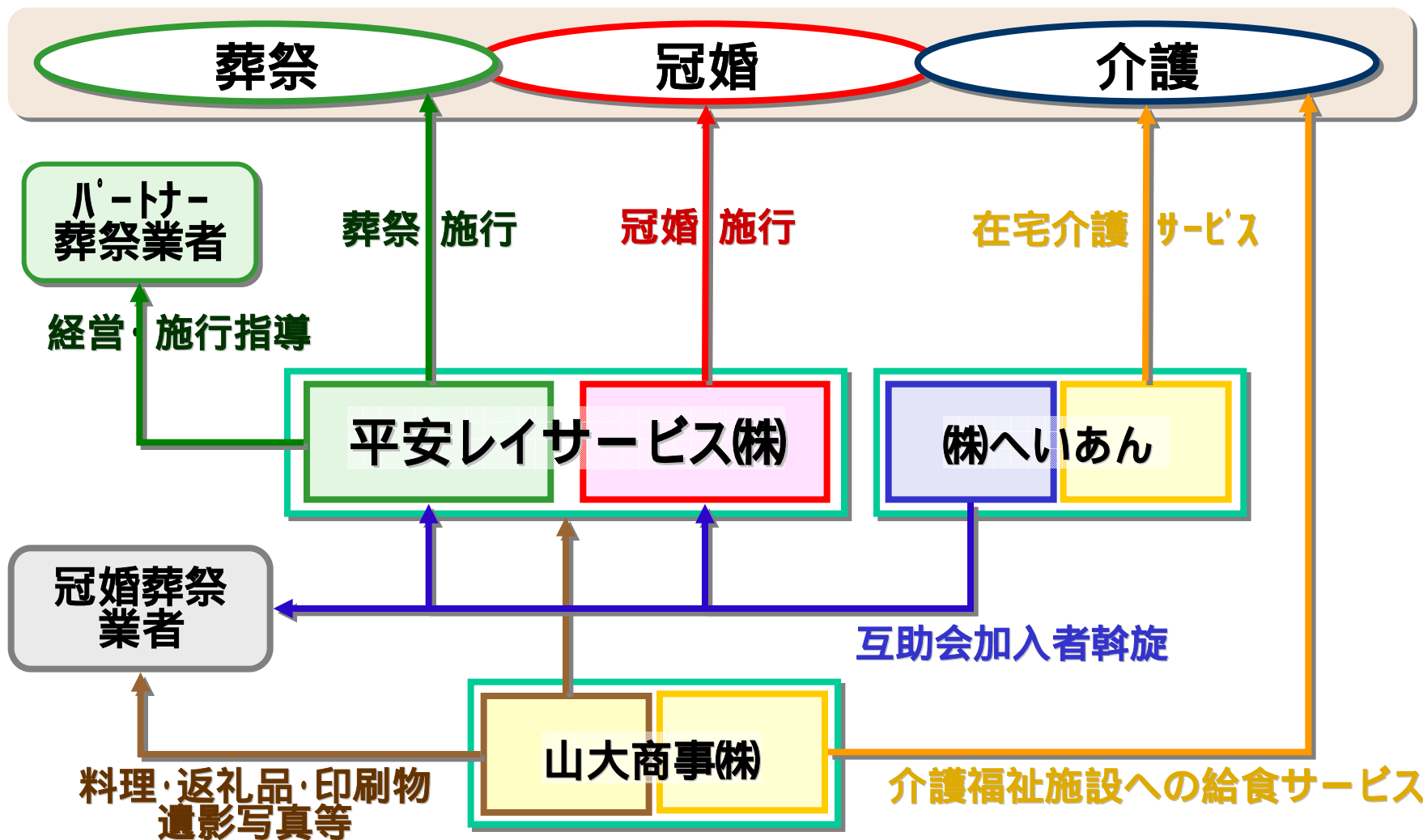


人口動態を先取りした事業展開



事業内容

顧客(個人・団体・法人向け)



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

湘和会堂秦野

湘和会堂町田

湘和会堂六会

湘和礼殯館西久保

へいあん亀井野

カルチャーBONDS

へいあん小和田

湘和礼殯館栢山

へいあんなやなぎ

本社

平塚 (仏壇店)

カルチャーBONDS

湘和会堂西富

ロイヤルマナーフォート

サロンドプリエ

湘和会堂平塚

湘和会堂茅ヶ崎

藤沢 (仏壇店)

湘和会堂鶴沼

ヘルシユール

へいあんなでしこ

コルティール茅ヶ崎

カルチャーBONDS

へいあん鴨宮

小田原

湘和会堂小田原

(仏壇店)

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 - 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13拠点



【ロビー】



【式場】



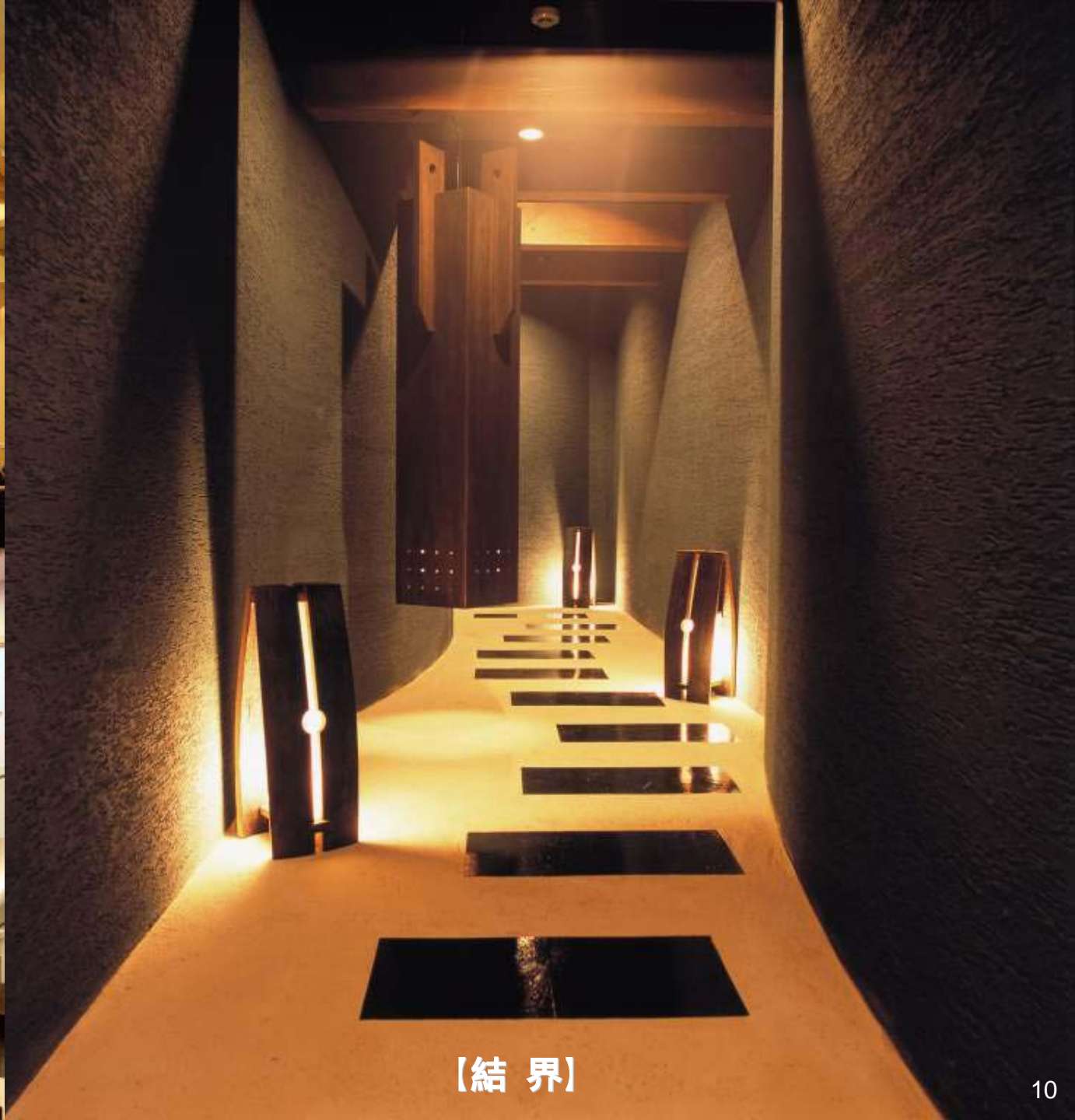
【お別れ
スクリーン】



【控室】



【会食室】



【結界】

コルティール茅ヶ崎 & ロイヤルマナーフォート ベルジュール(冠婚)

ウェディングパレス
コルティール茅ヶ崎



ロイヤルマナーフォート
ベルジュール



本格レストランシステム



バンケットがキッチン直結なので、お料理の最高の味を提供。コース内のメニューをゲスト一人ひとりにオーダーいただけるセレクトシステムを採用しています。

トータルビューティー



ブライダルエステでは肌診断、カウンセリングで当日の肌をベストの状態に！

また、定期的にドレスコンテストを実施し、ニーズに合わせたドレスを購入。こだわりたいドレスはサイズもカラーもピッタリの1着に仕上げます。

提携

ウェディングドレスの専門店「プリンセスガーデン(横浜・川崎)」と提携を結び、ドレスのラインナップがさらに広がりました。

縁結びの神「出雲大社(秦野市)」と神前結婚の提携を結び、挙式スタイルがさらに広がりました。

互助会事業

株式会社 へいあん
(子会社)

35年間蓄積されたお客様の大切な資金と
情報を活かし、ご利用しやすい費用で、
確かな品質のサービス提供を実現。

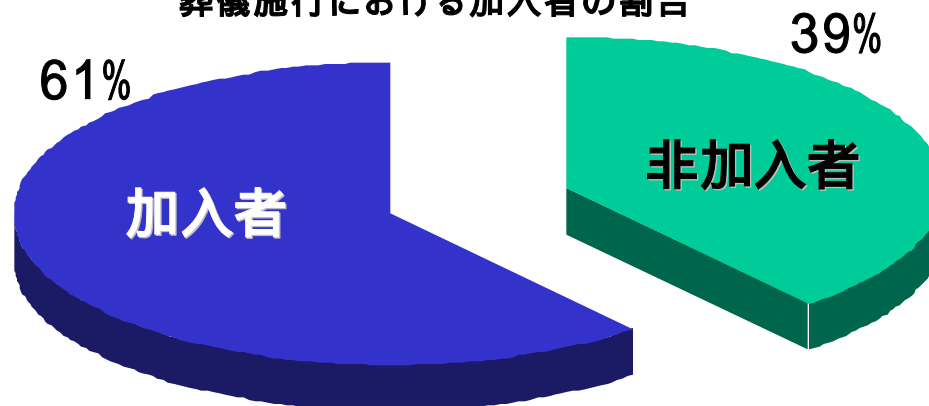
平安レイサービス㈱との
施行斡旋保証契約に基づき、
平安レイサービス㈱を中心として、
互助会加入者に結婚式、葬儀式の
施行斡旋と付帯サービスを提供



婚礼施行における加入者の割合

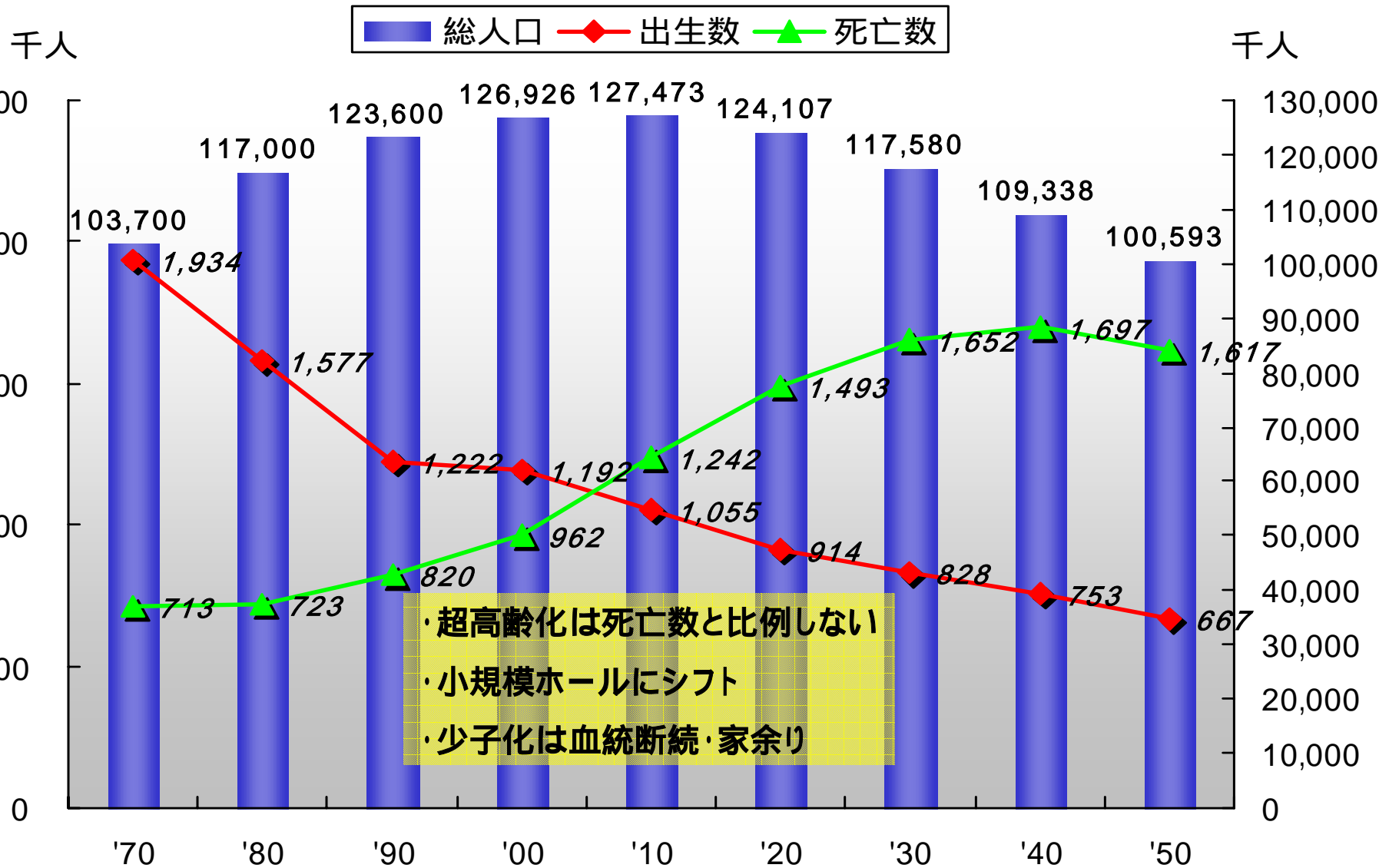


葬儀施行における加入者の割合



業界の現況と 今後の課題

少子高齢化

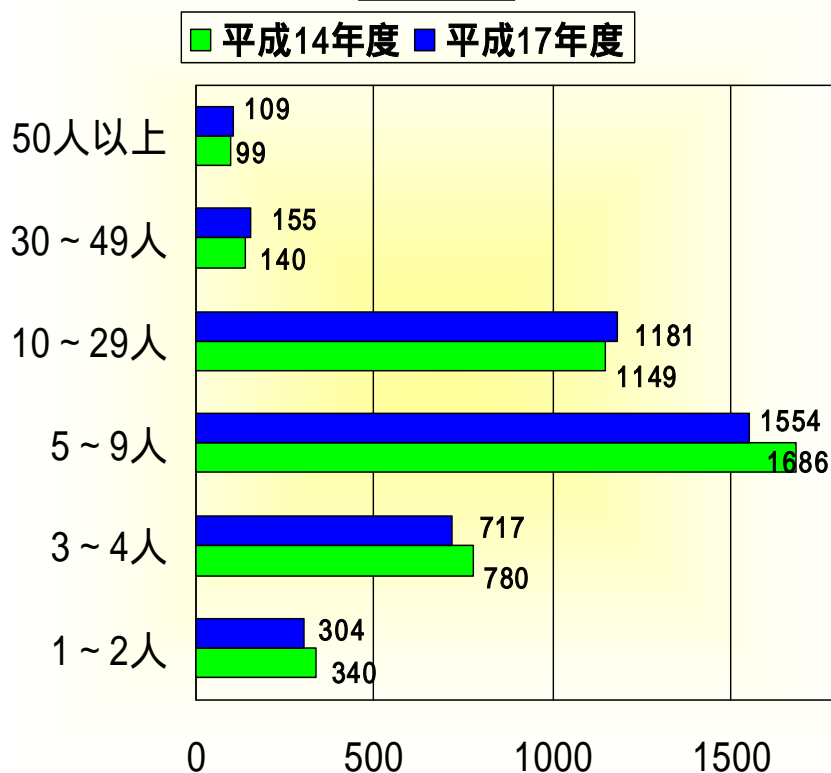


(出所: 国立社会保障・人口問題研究所)

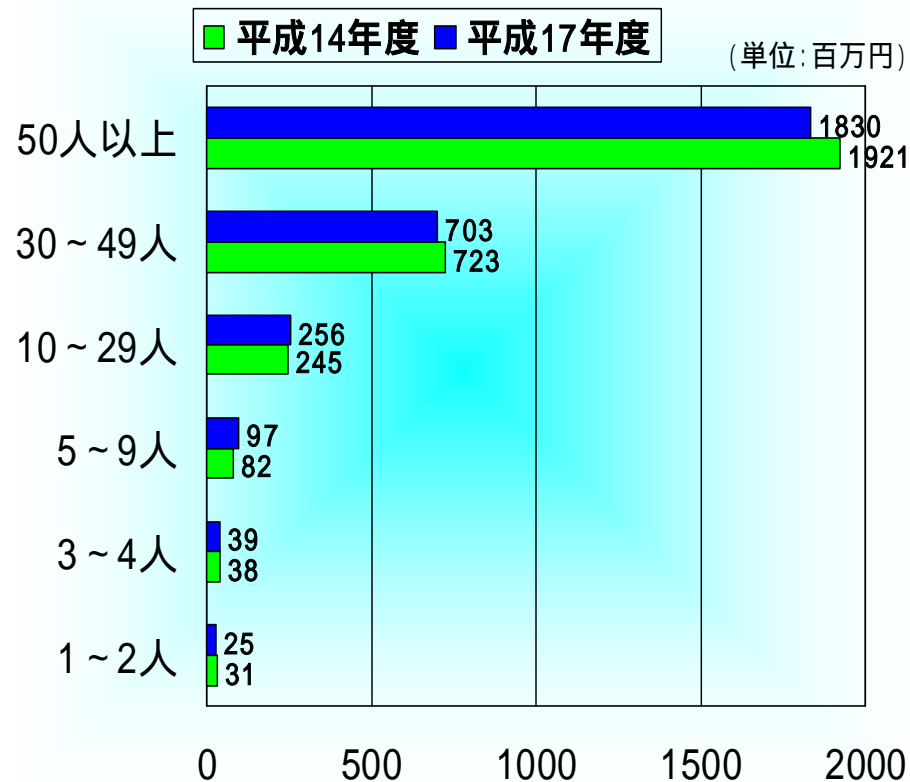
葬儀業従業員規模別比較 / 事業所数・売上高・客単価・件数(その1)

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)

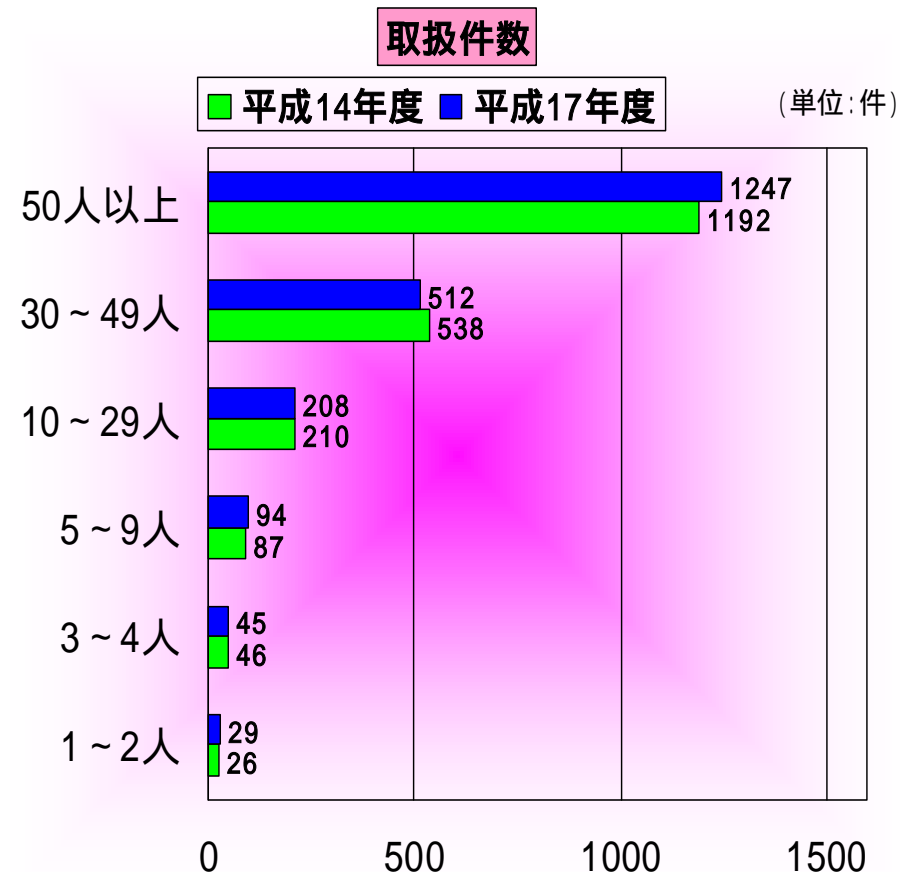
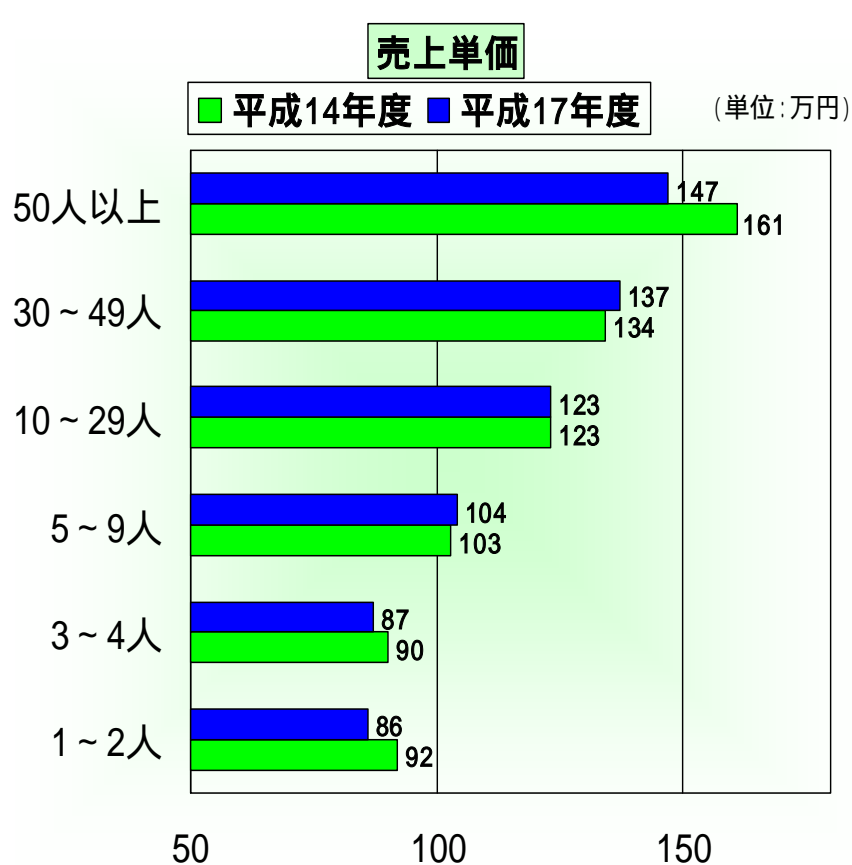
事業所数



売上/年・1店



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)





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

葬儀業界のマーケット規模が拡大する

消費者の生前相談への関心が高まり、眼が肥えてきた為、複数の葬儀社を比較する

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

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

葬儀が孤独・小型化し客単価が減少し、葬儀をしない人達が多くなる

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

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

葬儀の個性化が進み、多様化の対応に迫られる

当社の特徴

業界の傾向的特徴

当社の特徴

葬祭ホール投資手法	土地建物を直に購入	主に賃貸借契約 (効率的運用)
営業形態	人口動態依存型ルート営業	エンドユーザーを対象とした リテイル営業
人件費コスト構造	正社員中心(固定的)	パート中心(変動的)
接客品質システム	経験主体・属人的	品質管理と教育システム に基づく計数管理
事業規模	小規模・零細規模	FC化、グループ化による スケールメリット

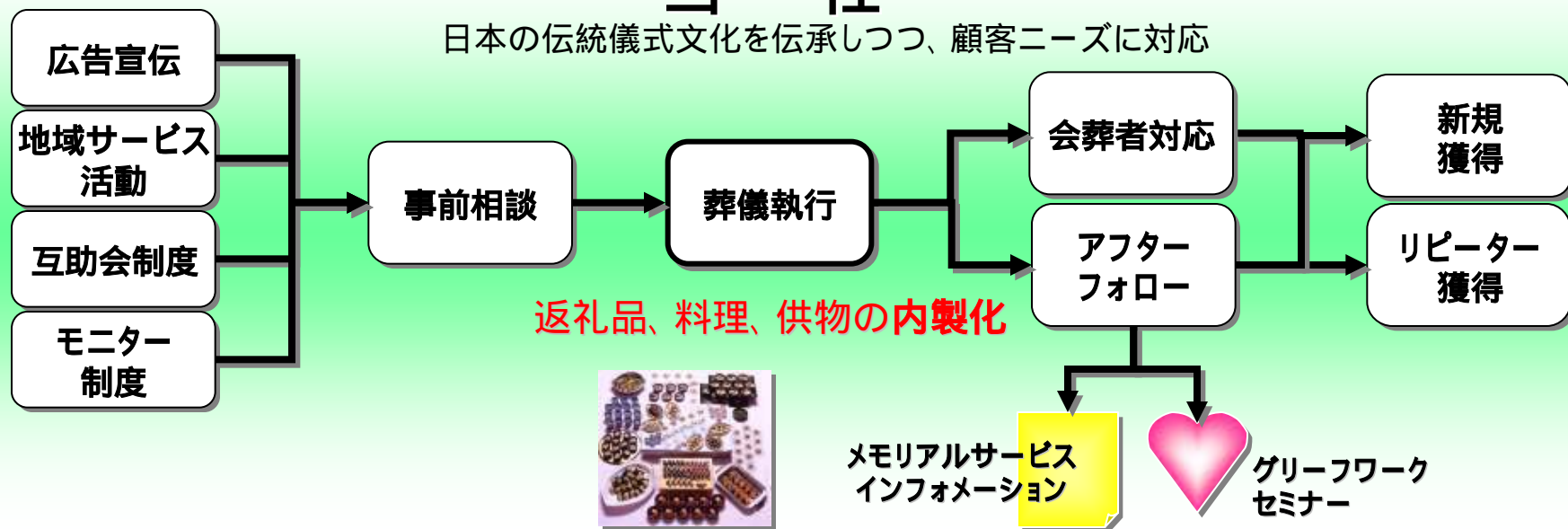
当社の特徴(葬祭)

従来葬儀社



当社

日本の伝統儀式文化を伝承しつつ、顧客ニーズに対応



メモリアルサービス
インフォメーション



グリーフワーク
セミナー

フォローアップサービス(葬祭)

事前相談

心の準備相談会
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)

アフターフォロー

・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**

＊ ＊
専任スタッフによる訪問
タイムリーな郵送によるお知らせ

・癒しのセミナー

トピックス



1日2件施行施設としては初めて、
礼殯館コンセプトに基づいたリニューアル



オリジナルIHクッキングワゴン (消臭型) 導入

計画生産で、ライブキッチン
によるおもてなし…



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。



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。

写経の時
2007年8月5日 実施



手探り状態で始めましたが、参加された皆様と共に、心洗われる無心な時を過しました。

濱宮郷詞氏 講演会
2007年7月28日 実施



「自分らしく今を生きる！」

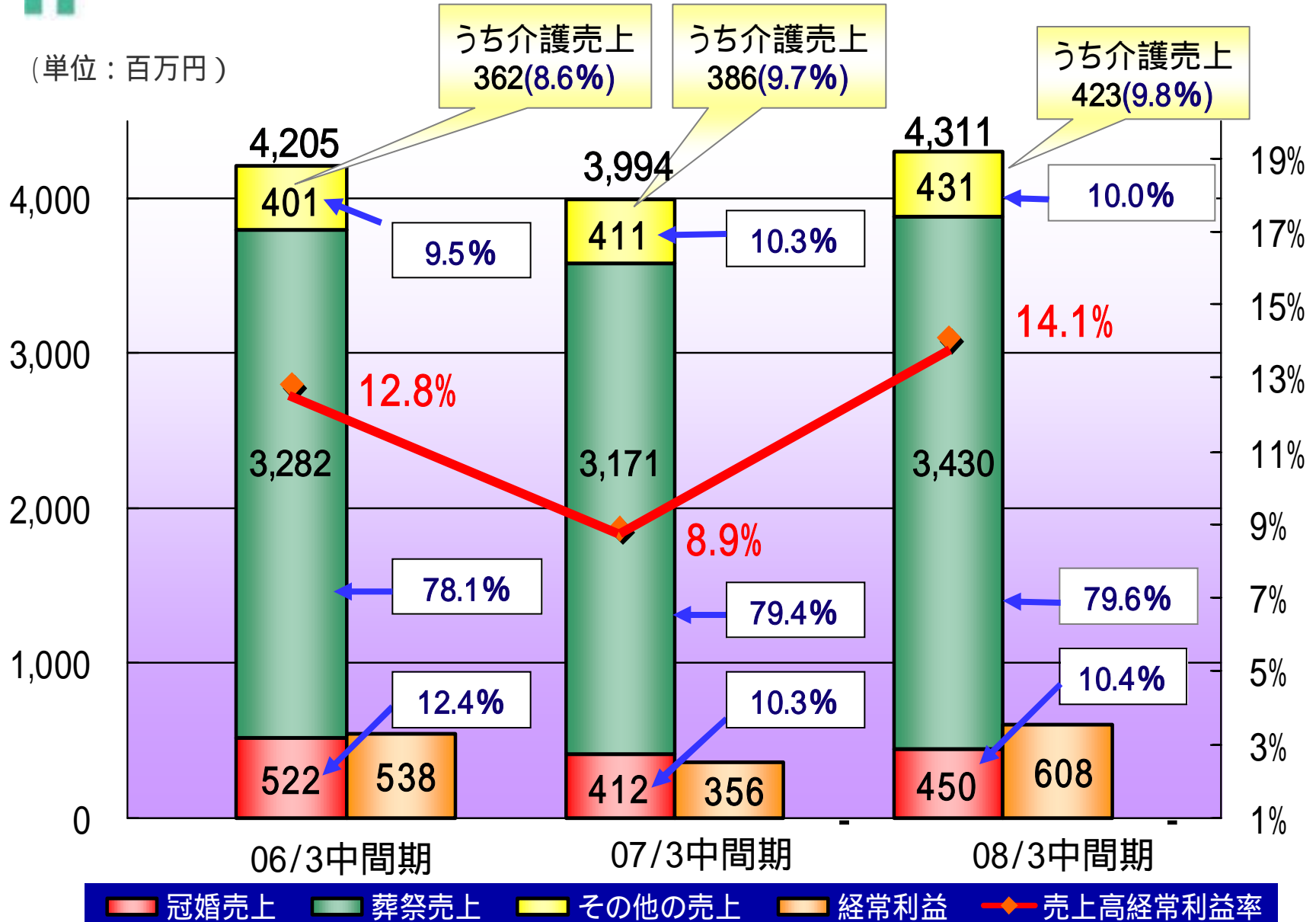


中間決算概要



連結売上高推移

(単位：百万円)



* 内は売上構成比になります



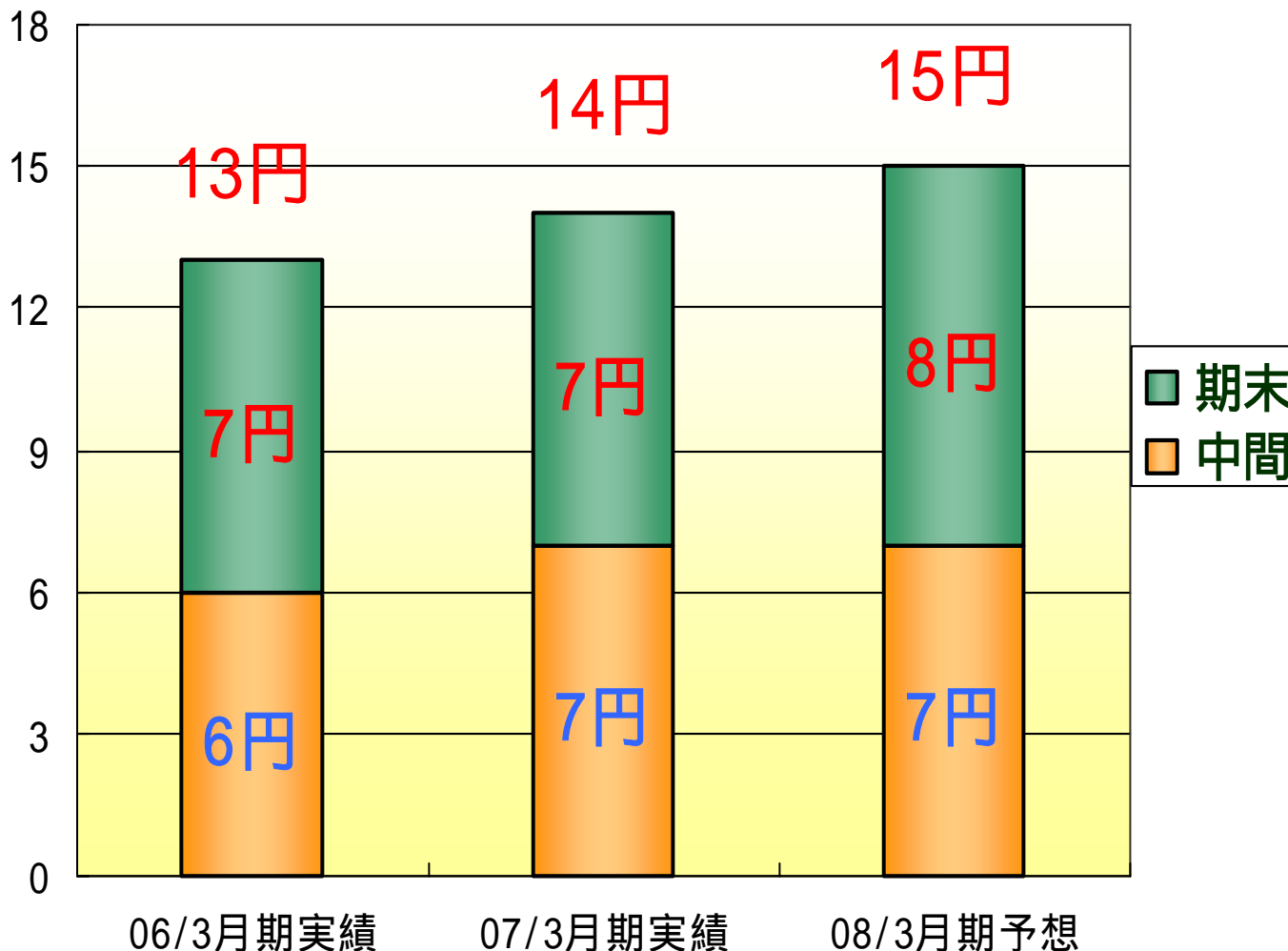
中間決算実績(連結・単体)

連 結	当期実績 (07.4.1 ~ 07.9.30)	前期実績 (06.4.1 ~ 06.9.30)	前期比 (%)	利益率 (%) (前期比)
売 上 高	4,311	3,994	7.9	-
営 業 利 益	514	285	80.1	11.9(4.8P)
経 常 利 益	608	356	70.8	14.1(5.2P)
当 期 純 利 益	275	178	54.2	6.4(1.9P)

単 体	当期実績 (07.4.1 ~ 07.9.30)	前期実績 (06.4.1 ~ 06.9.30)	前期比 (%)	利益率 (%) (前期比)
売 上 高	3,844	3,566	7.8	-
営 業 利 益	480	304	57.7	12.5(4.0P)
経 常 利 益	585	407	43.7	15.2(3.8P)
当 期 純 利 益	349	258	35.5	9.1(1.9P)



配当予想について



【今後の配当政策についての考え方】
当期利益の30%を配当性向の目標といたします。



株主優待制度

毎年3月31日現在の株主及び実質株主の方に対して
優待券と商品を年1回、一定の基準により贈呈いたします。



所有株式数1,000株以上保有の株主の方に対し、
料理代金の5%割引優待券1枚と
3,000円相当のお茶を贈呈いたします。

所有株式数500株以上1,000株未満保有の株主の
方に対し、料理代金の5%割引優待券1枚と
1,500円相当のコーヒーを贈呈いたします。

今後の戦略 と 中期経営計画

冠婚事業で培ったノウハウが 葬祭事業の今日に!

葬祭専門業者になが空間とサービスの提供

WEDDING...研究所の役割



オープンキッチンで静々の出立立てを



ソムリエなど
専門の資格・教育を
受けたスタッフが
最上級のサービスを



邸宅1軒まるごと貸切でおふたりの思いのままに

料理

旬の食材を大切に、
温かいものは暖かく、冷たいものは冷たく
出来たてそのままに提供

サービス

お越しくださったかた
一人ひとりに対する最上級のおもてなしを

施設

1軒貸切の邸宅型で
大切な人を想う空間を演出



旬の食材を使用した精進料理



女性ならではの
きめ細やかさで
ご滞居、ご会葬者の
気持ちをお和らげる



一軒の邸宅を一葬家のためだけに故人を偲ぶ空間を

FUNERAL



平安レイサービス 葬祭ビジネス 中長期展望

今後の戦略と
中期経営計画

弊社の方向性

小規模・邸宅型のローコスト
オペレーションシステムの構築

大型会館閉鎖も視野に入れ
邸宅型タイプへのシフト推進

再編
M&A
への対応
業界のリーダーシップ

ハード面(建物)

湘和会堂
カルチャーBONDS

湘和礼殯館



ソフト面(人材)

専門職資格制度
による人材育成

CST研修により多様化する
顧客ニーズへの対応

CST: カウンセリングセールストーク

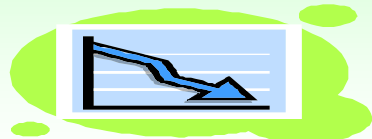
カウンセリングと
プレゼンテーション

業界主導型葬儀

参加型・感動型葬儀

次世代型葬儀

義理だけの会葬者減



葬儀の小規模化傾向

縁のある間柄の集まり

葬儀の多様化(オリジナリティ)
生前相談数増加傾向

形式にはまらない、故人
遺族の想いが主張される

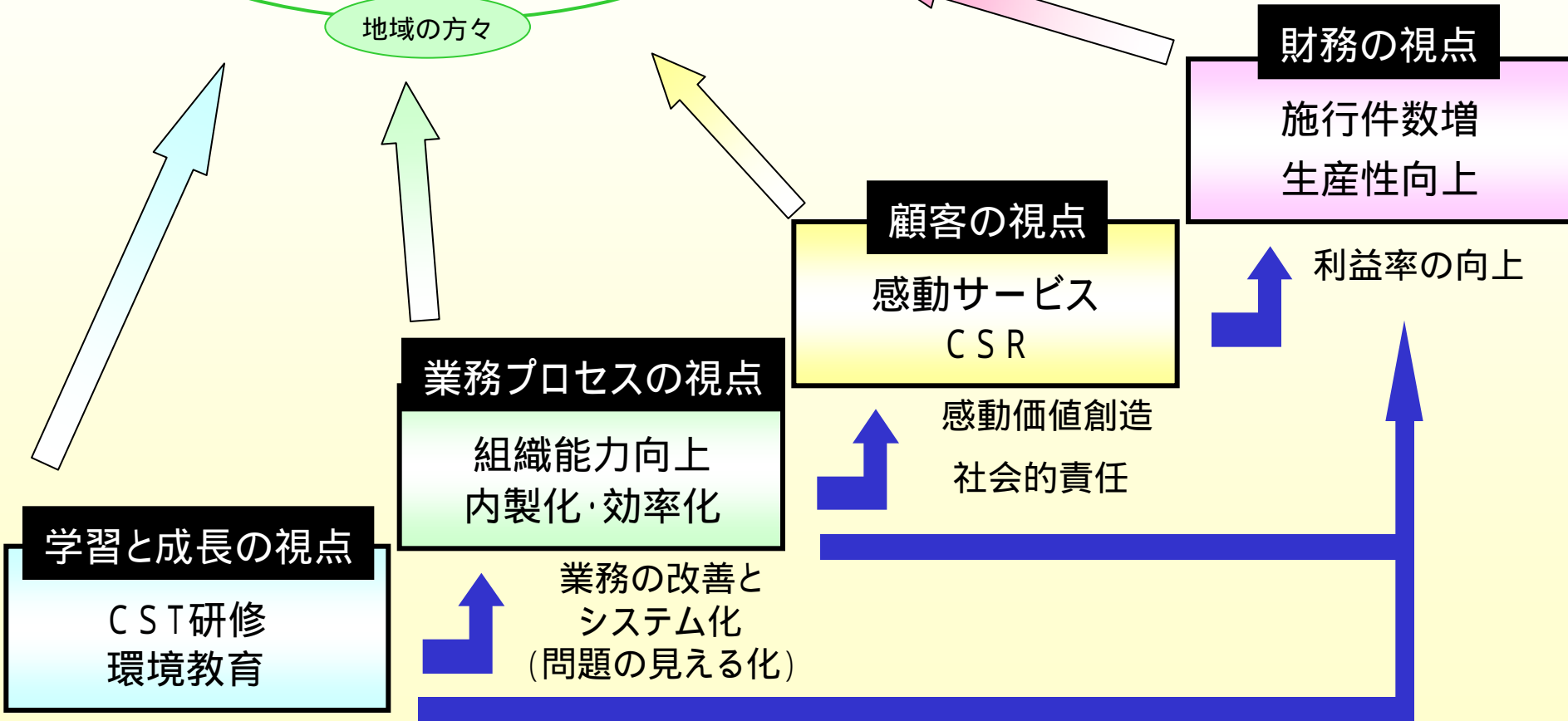
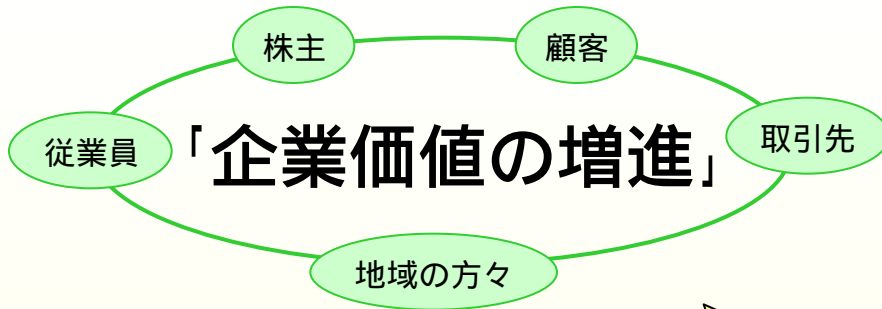
葬儀離れ
旧態然の葬儀社が破綻

市場ニーズ



中期経営戦略

今後の計画と
中期経営計画



カウンセリングと
プレゼンテーション

CST: カウンセリングセールストーク



08/3期 以降3ヵ年連結見通し

(単位:百万円,円, 07/3期比、伸び率 %)

	08 / 3期	09 / 3期	10 / 3期	10/3期対07/3期比
売上高	9,006	9,355	9,698	13.7%
営業利益	1,332	1,338	1,483	49.7%
経常利益	1,500	1,503	1,654	44.9%
売上高経常利益率	16.7%	16.1%	17.1%	+3.7P
当期純利益	732	801	883	56.2%
* 1株当たり 当期純利益	50.31	55.07	60.69	57.8%
減価償却額	513	494	477	-13.1%

* 自己株式を控除後の
1株当たり当期純利益

	08/3期	09/3期	10/3期
新規投資	116	314	314
改修投資	172	100	125
その他	160	37	62
計	448	451	501



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

カルチャーBONDS (カルチャーボンズ)

フォーマル

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



心の絆だいたいじにしたい。

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

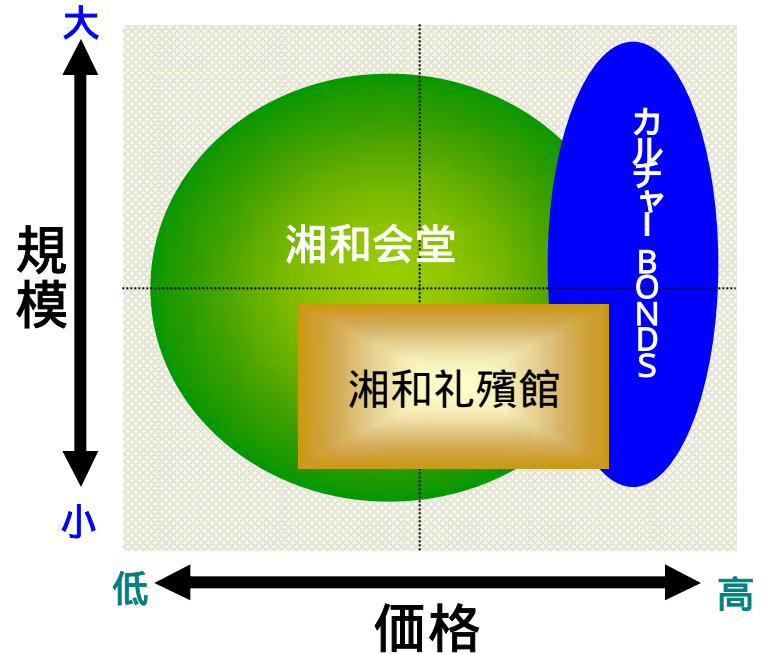
貸切型

湘和礼殯館 (しょうわらいひんかん)

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

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

カルチャーBONDS

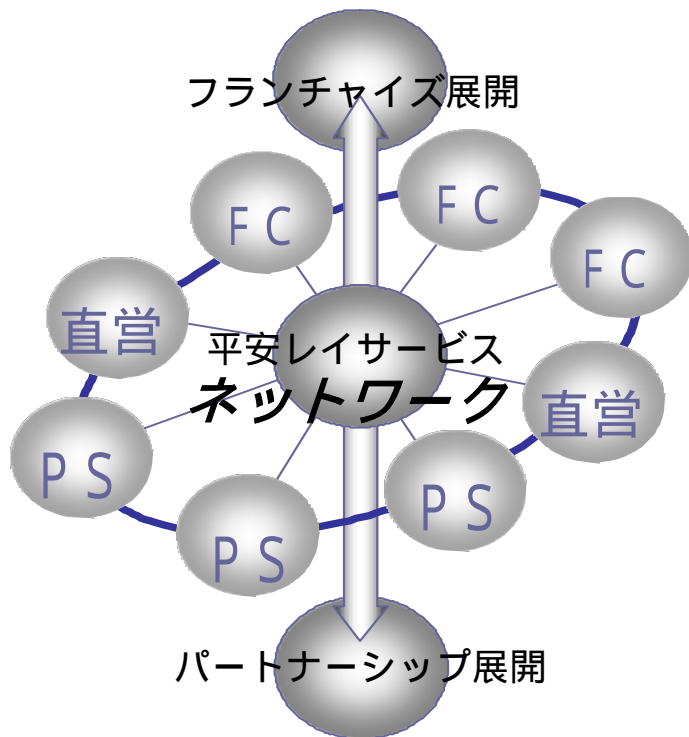
湘和会堂

湘和礼殯館





転換期における当社の取り組み



ネットワークの鍵

業務を分解し、標準化した組織的運営のビジネスモデル。
情報支援システム(基幹システムとナレッジシステム)。

ネットワーク作りのターゲット

【同業種 = FC + PS】

経営者が誠実であること
当社の経営理念に賛同していること
当社の事業展開に協力的であること
厳しい選択眼を持って取り組む

【異業種 = FC】

旧態依然とした経営体質を引きずる同業種よりも繁盛店モデルを移管しやすい積極的な連携を図っていく。

ネットワークによるメリット

人材の流動化

施設の流動化

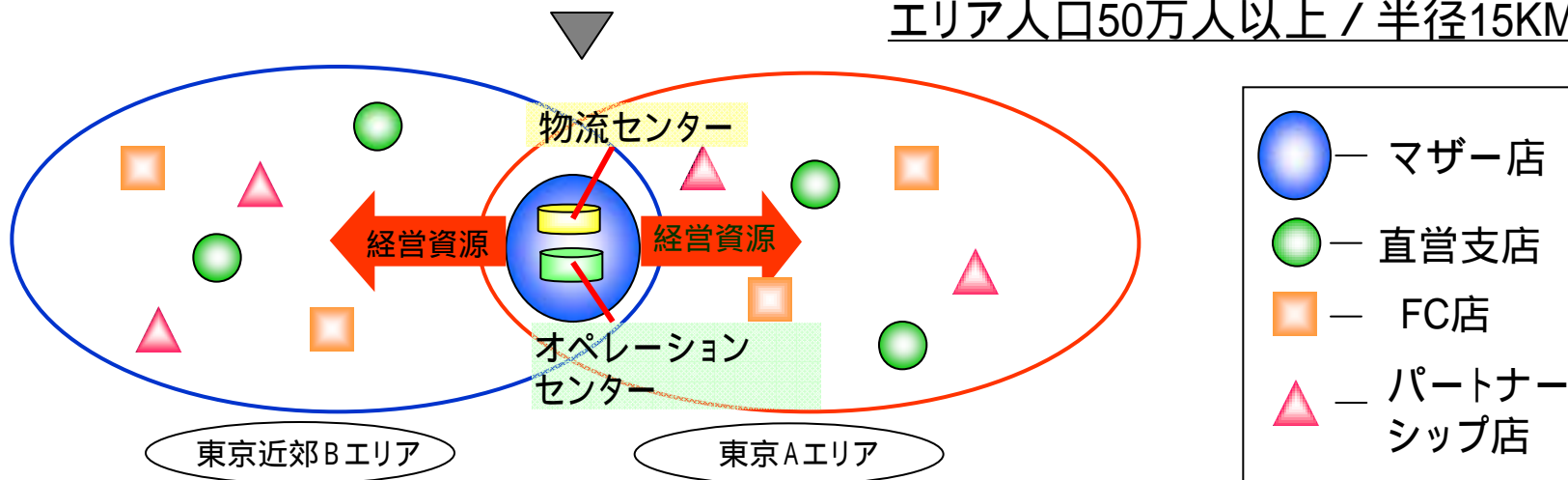
その他のメリット

物流の共同化
プライベートブランドの強化
顧客管理の拡充
価格競争力の強化
共同広告の拡充



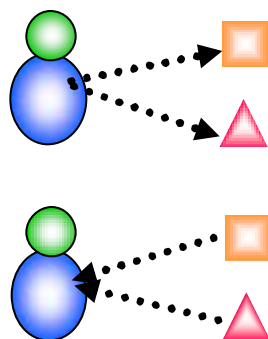
地域ドミナントによるユニット展開

エリア人口50万人以上 / 半径15KM圏



(注) パートナースhip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

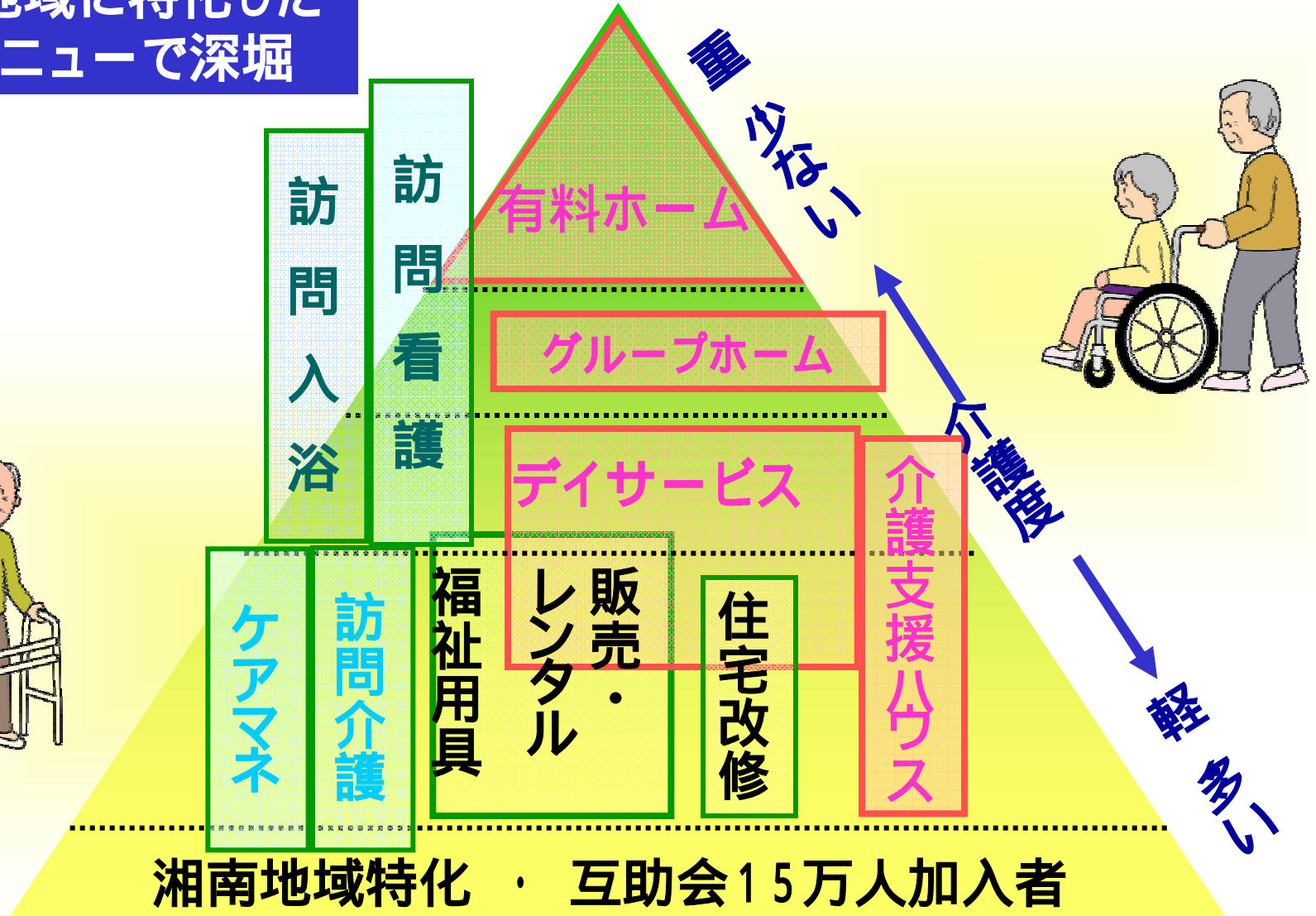
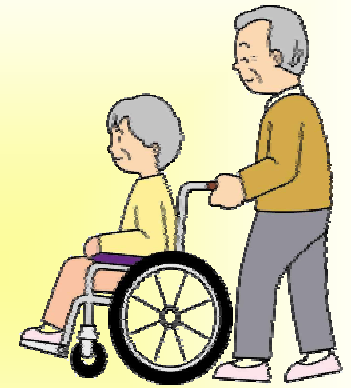
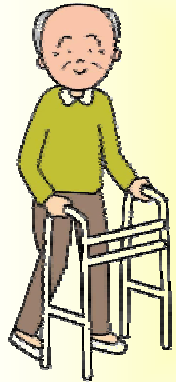


相互に人員不足時補完
スケールメリットを活かした仕入価格低減
施設貸により他社移行防止 / 大型受注実現

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

介護事業の取り組み

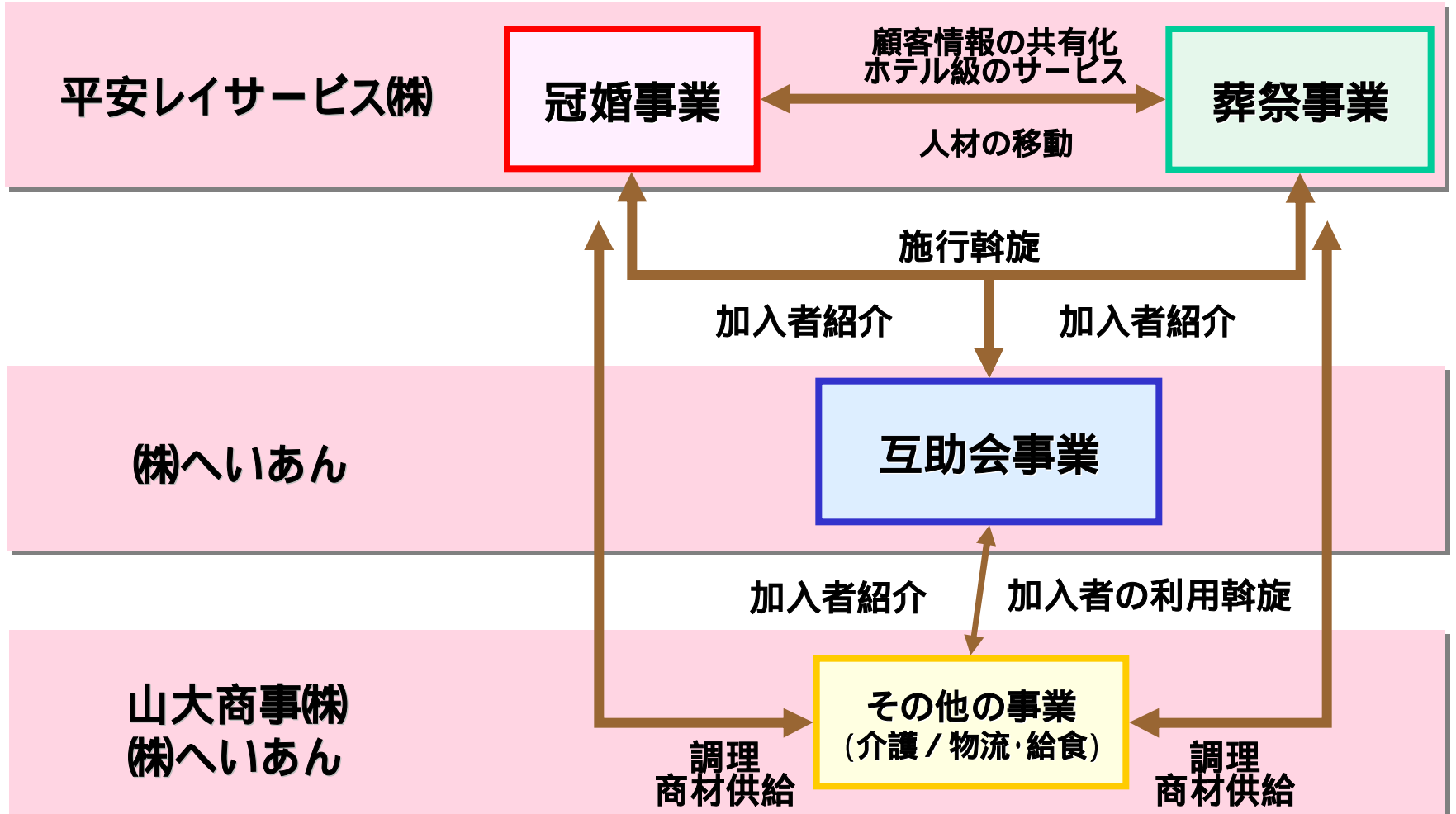
湘南地域に特化した
フルメニューで深堀



強 み

相乗効果を発揮する事業連携

機動力とサービスの品質向上を確保



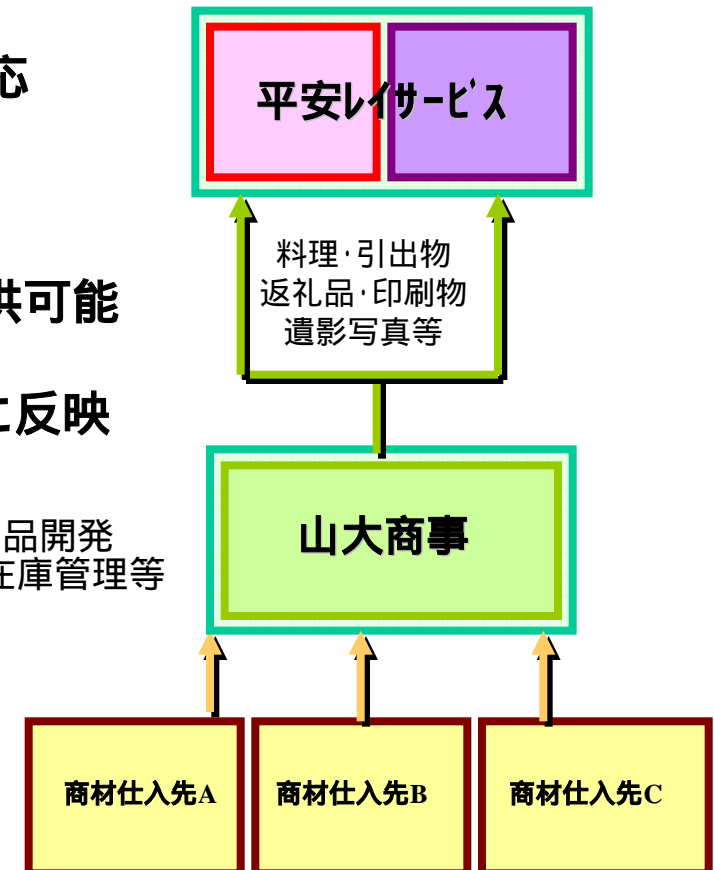
顧客の要望を反映させたサービス向上

物流を何故内製化しているか

- 葬祭業界に於ける物流機能は未だ未成熟な為現在は内製化によることが、差別化
- ISOと顧客満足度調査によるサービス品質の向上
- 会葬者数の予測は至難の業、返礼品への即時対応
- 商材の一括受注
- 季節毎のメニュー開発。温かい物、冷たい物が提供可能
- グループ合同のFB会議によりお客様の声を迅速に反映

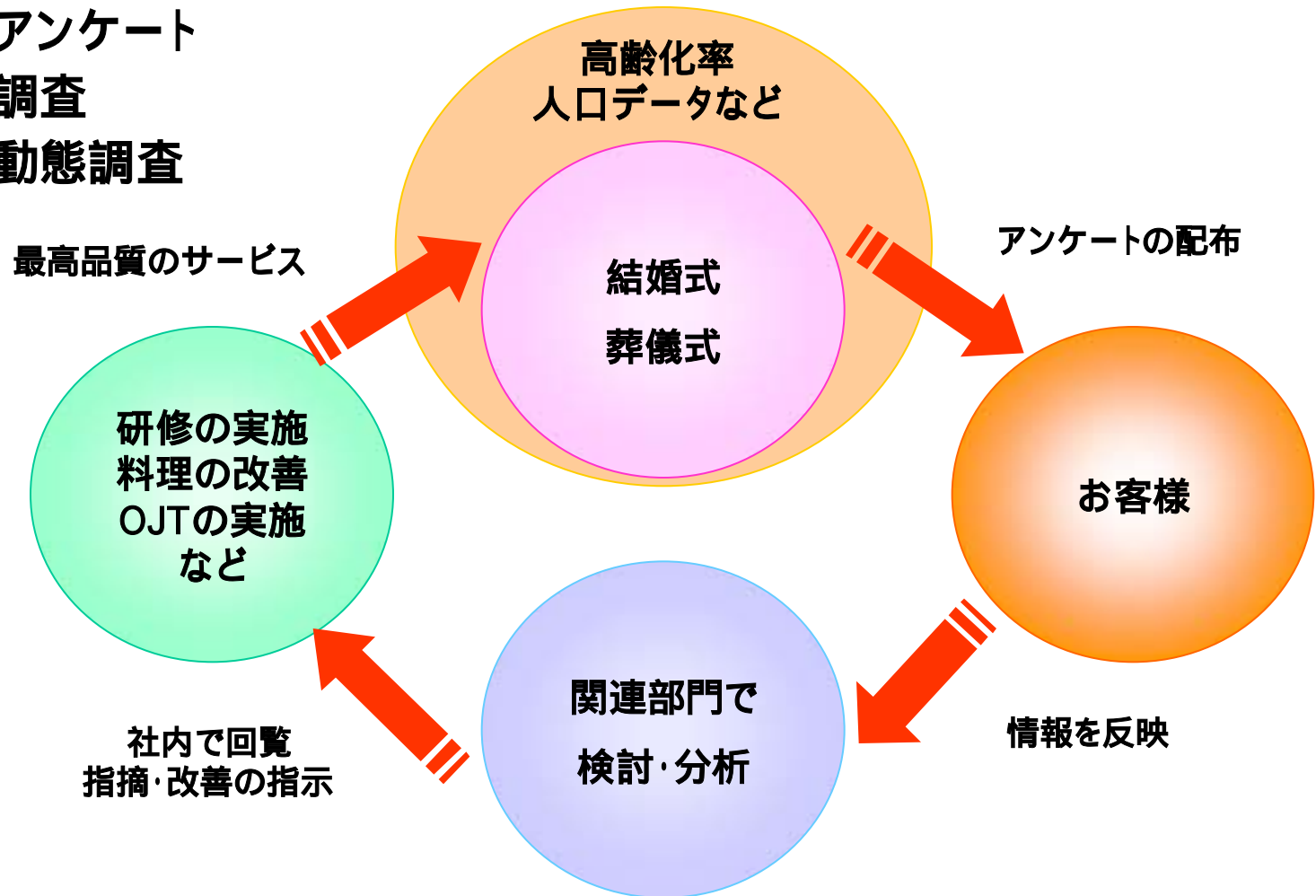


PB商品開発
商材の在庫管理等



市場調査

- 人材育成、人事評価、市場評価及びサービスの品質向上・開発への迅速な反映
 - 施行アンケート
 - 事前調査
 - 人口動態調査

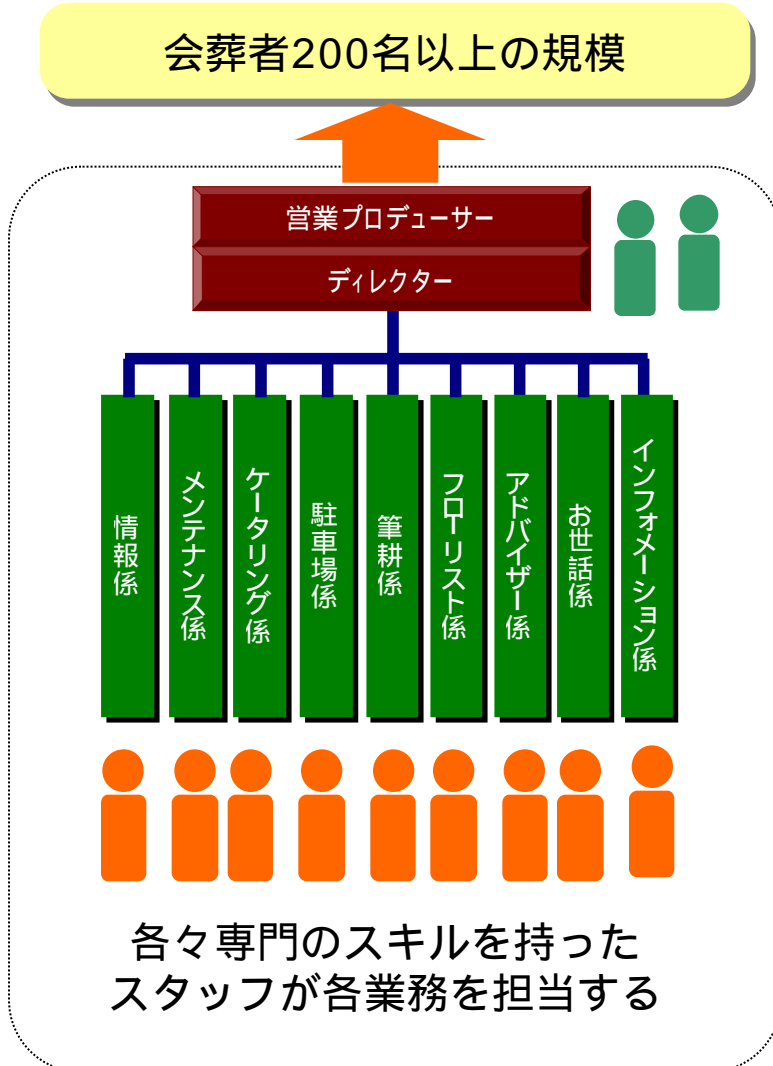


人材の有効活用

葬儀業務の分業化による独自の運営システムを確立

これまでは

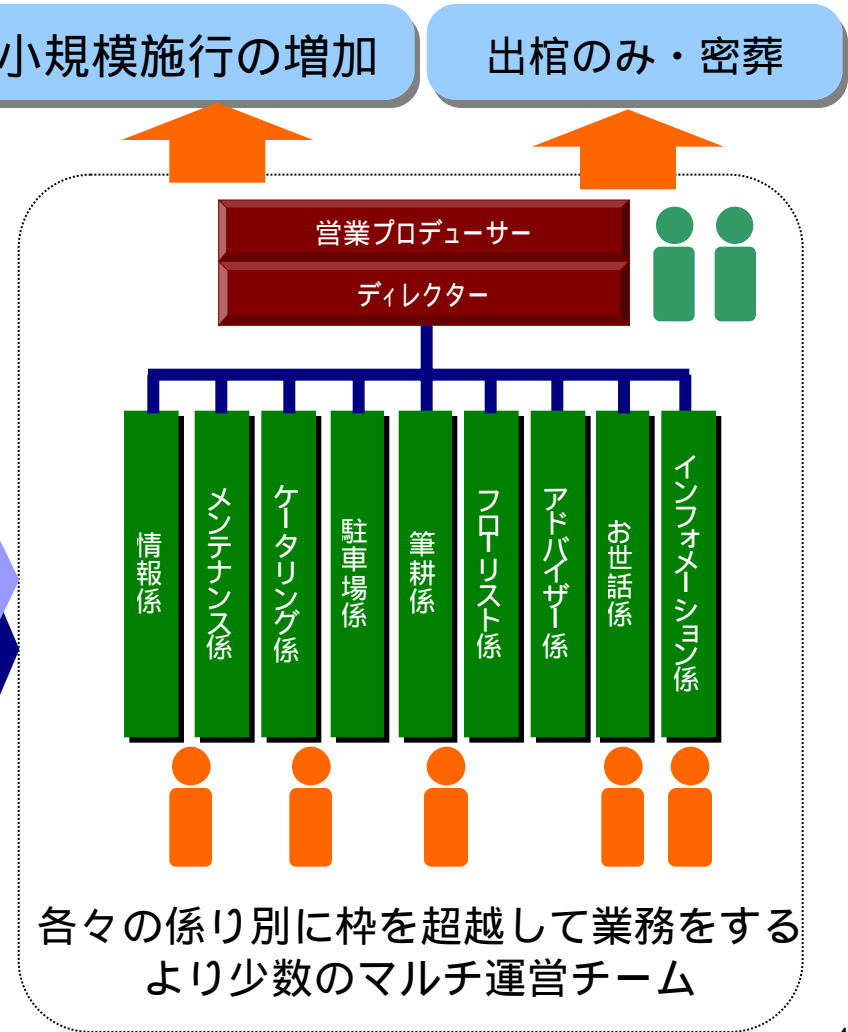
会葬者200名以上の規模



今後は...

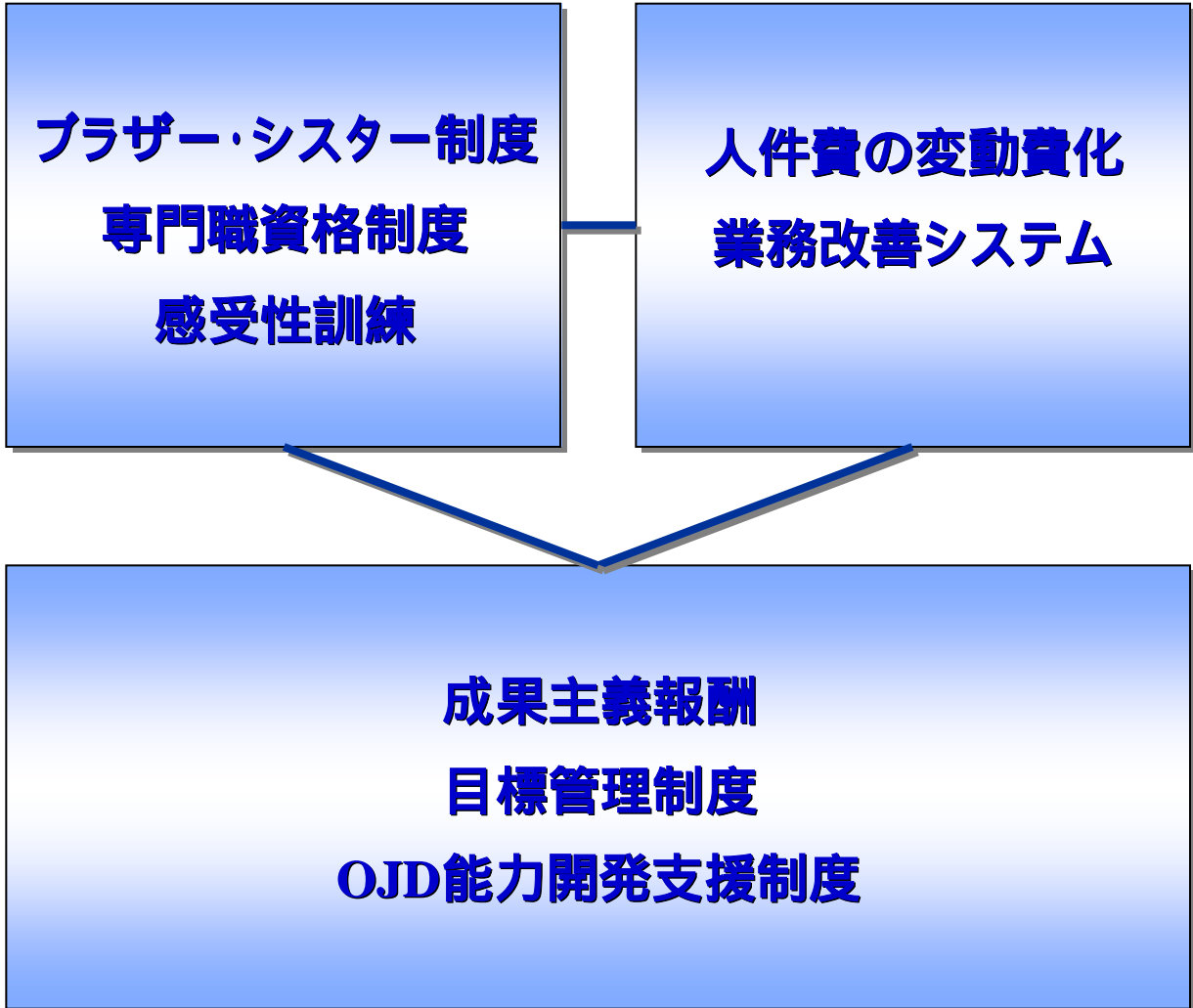
小規模施行の増加

出棺のみ・密葬



人材育成システム

女性及びシニアを
中心とした
パート・アルバイトの
短期即戦力化



アンケートシステム

