

宣伝効果の高いネーミングライツ等導入し 企業イメージの向上とブランド浸透図る

(株)リンクモア [青森県青森市]

青森県の政治・経済の中核を担う青森市は、八甲田や梵珠山に代表される自然と三内丸山遺跡や浪岡城跡などの歴史遺産、さらに「青森ねぶた祭」といったさまざまな観光資源をもつ観光都市としての側面ももつ。

その青森市を拠点に、年間約500件の葬儀をとり行なっているのが(株)リンクモア（社長船橋素幸氏）。創業50年目に当たる2016年に青森冠婚葬祭互助会からリンクモアに社名変更して以降、船橋社長のもとで常に新しい葬送スタイルの提案に努めてきた。

高まる小規模葬ニーズに応える セカンドブランドの会館展開

同社の創業は、船橋社長の伯父である船橋繁雄氏（故人）が1967（昭和42）年9月に青森冠婚葬祭互助会を設立したことからはじまる。当時、全国的なブライダル施設の建設ラッシュだったこともあり、同社第1号施設は結婚式場「平安閣本館」だった。しかし、同様の結婚式場が市内に建設されると、挙式件数も徐々に減少。そこで、着目したのが葬祭事業だった。

2006年、平安閣本館を葬祭会館へとコンバージョン。09年には同じ敷地内に「平安閣アネックス」を開業し2会館体制を確立、施行件数も堅調に伸びていった。しかし、小規模化の波が青森市にも訪れはじめると、「当社の既存会館

（本館およびアネックス）の式場が、それぞれ150席、120席という規模だったこともあり、“大きすぎる”という声が社内外から湧き上がり、実情に見合った小規模葬向けの会館展開が急がれたのです」と船橋社長。

そうしたなか、創業50周年を迎えた16年の社名変更と同時に、新生リンクモアを象徴する小規模葬対応の葬祭会館を開業。そのブランド名として冠されたのが「CASITA（カシータ）」である。CASITAとは、イタリア語やスペイン語で「家」を意味する「casa」に、セニョリータやニキータのように「小さい・かわいい」といった意味をもつ「ita」という接尾辞を付け、“小さくて温かい家”を意味するもの。

新ブランド1号店となった「平安閣CASITA」は、本館とアネックスと同じ街区に建設されたこともあり、同社を訪れる消費者からは規模の異なる3会館を一度に見学できるという他社に勝る優位性を手に入れたことで、さらに施行件数を伸ばす起爆剤になった。

同一街区での展開は、結果的に葬具などの集中管理はもちろん、フレキシブルなスタッフ配置といったオペレーション上のメリットももたらし、効率的な運営へとつながったという。

しかし、葬儀の小規模化はますます進み、平安閣CASITAを利用する希望者がふえると受け入れることができない事態が発生。加えて、県



第1号会館「平安閣本館」



09年に開業した「平安閣アネックス」

「CASITA」ブランドを冠した3会館

会館名称	所在地	外観	内観		武田双雲氏の自筆書
平安閣CASITA	青森市堤町 2-4-2				
平安閣CASITA katta 光	青森市勝田 2-18-4				
平安閣 CASITA tsutsui 雫	青森市筒井ハツ橋 39-5				



今年4月、新青森駅から徒歩約1分、東北自動車道青森ICから車で約5分の交通至便な場所に開業した「みおくり邸宅 新青森駅」

外に流出した喪主世代を中心に、「自宅安置ではなく、会館に直接安置を希望する声」が高まると、CASITA 1会館では対応できないという負のスパイラルに陥ることもあった。

そこで、同社では、高まる遺体安置需要にも応えられる諸室を備えたCASITAブランドの多面的展開を模索する。18年11月に「平安閣CASITA katta 光」を、19年8月に「平安閣 CASITA tsutsui雫」を開業。市内3か所で展開することで、家族葬のリンクモアというイメージを訴求していく。

さらに、CASITAブランド3会館では、単にブランド名の統一だけでなく、館内に飾る書も平安閣CASITA以来、書家の武田双雲氏に依頼するなど、消費者が気づかないであろう点まで統一する徹底ぶりである。

同業他社のブランドFCにも加盟 知名度活かした越境出店も視野に

前述したように、同社は青森市の葬送の変化に対応すべく、セカンドブランドCASITAを立ち上げることで小規模葬ニーズへの対応を強化、施行件数のアップを実現した。

それでも、船橋社長は、さらにその先を睨ん

だ展開を模索していた。その理由について、船橋社長は、「県内の若年層の多くが、他県の都市部へと流出している現状を鑑みれば、将来的な喪主となる世代は帰省して喪主を務めることになります」と、まずは他県の都市部への玄関口となる新青森駅の近接地での会館建設を企図する。

その際、東北の最大都市・仙台で葬祭事業を展開する(株)清月記（本社仙台市宮城野区、社長菅原裕典氏）が手がける邸宅型家族葬ブランド「みおくり邸宅」のFC事業と出会い、22年4月、新青森駅から徒歩約1分、東北自動車道青森ICから車で約5分の交通至便な場所に「みおくり邸宅 新青森駅」をオープンさせた。

自社が展開するCASITAブランドではなく、あえて他社ブランドとしたのは、「これからは葬祭業もネットワークの時代に突入することが予想される時代となる。そうしたなか、地方葬儀社が大手企業に対抗するには、宮城県内で確固たる地位を築き上げている清月記グループのネームバリューと知見が必要と判断したからだ」と船橋社長は語る。

同時に、今後、自社商圈以外に出店を検討するとなれば、東北地方でネームバリューがある



14年10月にネーミングライツの権利を得て以来、市民・県民から親しまれている「リンクモア平安閣市民ホール」



昨年のネーミングライツ調印式の後に行なわれた記念写真（前列中央が船橋素幸社長）



06年に誕生したマスコットキャラクター「ほっとちゃん」



青森ねぶた祭をイメージした同社オリジナル棺も制作するなど、郷土愛を前面に押し出した展開も図っている



平安閣本館2階にある「ねぶたの間」には、実際に「青森ねぶた祭」でお披露目されたねぶたが鎮座している

みおくり邸宅で展開することはアドバンテージになるはずという想いもあったに違いない。

まさに、自社ブランドと他社ブランドを上手く活用することで、青森市内（および将来的な未開拓エリア）でのシェアアップを視野に入れた新展開であるといえる。

ネーミングライツ、キャラクター…… 話題づくりで自社存在感をアピール

同社のブランディング戦略は、会館ブランドによる差別化だけにとどまらず、実にユニークな手法を用いて会社（リンクモア）そのものの存在意義を高める展開も図っている。

その1つが、ネーミングライツによる自社存在価値を高める活動だ。

JR・青い森鉄道青森駅から徒歩約3分に位置する「青森市民ホール」（2001年開業。開業当時は「ぱ・る・るプラザ青森」）のネーミングライツ（命名権）を14年10月に取得。現在、「リンクモア平安閣市民ホール」として市民はもちろん、県民にもその名が知られる施設のスポンサーをいまなお継続中だ。

この点について、船橋社長は「当社の社名変更は16年のことでしたが、ネーミングライツ公募がはじまり、その応札段階から“リンクモア”と冠することを決めていました。ただ、応札時、一部の方から“葬儀社が……”という意見もあ

がったそうですが、何とか承認され、14年10月以降、ネーミングライツを継続中なのです」と語る。

このネーミングライツは同社の知名度アップに大きく貢献しているようで、同会場を使用する有名アーティストのコンサート、地域イベントなどの際には、各種メディアでリンクモア平安閣市民ホールと報道され、想像以上のPR効果があるという。

しかも、ネーミングライツ以降、新卒の面接時には、「学生時代、市民ホールで開催されたコンサートに行ったことがあったのでリンクモアという会社に興味を抱きました」という声があることもしばしばあるらしく、ターゲットとする高齢者層だけでなく、次代を担う若者層にも広く同社の存在を知らしめる広告塔となっているようだ。

参考までにネーミングライツ料は年額220万円。現在の契約は21年10月1日～25年3月31日までの3年6か月間。契約優先権付きであることから、14年のネーミングライツ以降、スポンサー契約を継続しており、次回契約も継続する考えとのことで、その効果が絶大であることがうかがい知れる。

そのほか、同社では、同業他社ではなかなか見かけないマスコットキャラクター「ほっとちゃん」も制作している。

代表取締役社長
船橋素幸氏



■(株)リンクモアの概要

〔所在地〕青森県青森市中央1-27-10
〔設立〕1967(昭和42)年9月2日
※青森冠婚葬祭互助会として
設立
〔代表者〕船橋素幸
〔施行件数〕約500件(21年度)



06年に誕生したほっとちゃんは、「私たちの住む地域に、“ほっ”とするやすらぐ場所と“ほっ”とするあたたかい気持ち(英語のHOT)を届けたいという気持ち」で命名され、同社が主催するイベントでの活動(着ぐるみ)や各種チラシなどにも記載されるほか、「青森ねぶた祭」のねぶた師・竹浪比呂央作による「ほっとちゃんねぶた」を制作するなど、多種多様な場面で目にすることができる。

さらに特筆すべきは、青森県(および青森市)の地域ブランディングにも、積極的に関わっていることがあげられるだろう。たとえば、平安閣本館には、「ねぶたの間」という式場があるが、その名のとおり、室内には実際に青森ねぶ

た祭に使用されたねぶたを鎮座させている。もちろん、夏の風物詩「青森ねぶた祭」のねぶた制作のスポンサーにも同社は名を連ねており、まさに青森の地域ブランディングにも寄与する活動を行なっているのだ。

以上のように、同社では、①小規模葬対応の自社会館のブランディングにネームバリューのあるブランドのFC事業を加えることで、従来の顧客層プラスαへの訴求を図りながら認知度を高める展開、②ネーミングライツやマスコットキャラクターの展開といった話題性の高いニュースソースを提供、という多面的なブランディング戦術をもって、地域密着の密度を高めているといえる。

創心社なら、何から何まで“全てがワンストップ”で揃います!! 私共は葬儀会社様を元気にする会社です!!

それぞれのQRコードより、詳しい説明動画にアクセスできます。

商材 開発

営業 推進

各種函類 マルチファイル 不織布バッグ類 静寂セット

イベント営業 自動見積システム お葬式ミニ百科 半既製チラシ制作

枕飾り用品類セット・各種演出サービス作り商材・各種函類・各種ファイル類・各種バインダー類・各種アルバム類・各種バック類・各種記録書カード類・各種札状類・各種文具品セット・各種看板・ポスター・各種チラシ・パンフレット・ショップカード・イラスト名刺類・各種冊子類・アフターケア商材案内・各種演出・サービスセット類・ホームページ制作・各種アプリ制作・イベント営業用商材レンタル・LED電池ローソク関係・名入れ販促ギフト関係

営業サポート会社
株式会社

創心社



0120-4242-17

TEL.06-4861-0111 FAX.06-4861-0112

創心社HP: <http://www.soshinsha.com>