

専門職とタッグを組んで仕掛ける 高品質・ファンづくり重視の戦略

(株)リンクモア [青森県青森市]

青森県青森市を拠点に葬祭事業等を手がける(株)リンクモア(社長船橋素幸氏)は、社長自ら考案したさまざまなイベントを、これまで数多く仕掛けてきた。定番の人形供養祭をはじめ、ピアノコンサート、その時々の方勢に応じたユニークなキャンペーンはもちろん、市町村や商工会などが主催するイベントへの協賛にも積極的に参画している。

イベント企画・設計、さらには協賛への考え方などについて、社長の右腕でもある専務取締役の船水真悟氏に話を伺った。

挑戦的かつユニークな キャンペーンで集客図る

1967年、青森冠婚葬祭互助会の創立以来、「心の絆をだいに」「誠心誠意」をモットーに地域の冠婚葬祭を支えてきた同社は、創業50周年を迎えた2016年に現社名である「リンクモア」に改称。現在、青森市内に葬祭会館を6会館、エンバリングセンターと遺体安置機能を有する複合施設を1か所展開。この7月にはFC会館ブランド2号店となる「みおくり邸宅 つくだ」の開業もあり、会館ネットワークは7つとなる。

同社では、以前から互助会会員や、独自の「リンクモアメンバーズカード」への入会を促進するさまざまなイベントを仕掛けているが、オーソドックスなものとしてあげられるのが新規会館の開業に伴うオープニングイベントだ。

とはいえ、単なるオープニングイベントにしたくないのが船橋社長である。「社長は常日頃から、地域貢献に寄与したいと言い続けており、挑戦的で型にはまらないキャンペーンを行ないたい人なのです」と船水専務が語るように、オープニングを告知するイベントチラシにも、その時々の方勢を反映したキーワードを散りばめ、ユニークなキャッチコピー(キャンペーン)を仕掛けて訴求

する。

直近における最たる例は、昨年夏頃から今日に至るまで家計を直撃している「米価高騰問題」を逆手にとった、「お米高騰対策キャンペーン」だ。これは、7月に開業した「みおくり邸宅 つくだ」の開業を告知すると同時に、同社会員への入会を促すキャッチを盛り込み、「いま生活者が困っていることは何かに焦点を当て、その課題解決につながる“モノ”“コト”を提示して人目を惹きつけ、来場を促す」といった方策である。

リンクモアという社名を地域住民に浸透させていく活動は、何もイベントだけに限らない。一例をあげると、青森市内で開催される大規模イベントの会場「青森市民ホール」のネーミングライツもその1つ。14年10月から現在に至るまで、同ホールは「リンクモア平安閣市民ホール」として大々的にアピールしている。

以上のように、地域社会に貢献することを願う船橋社長の思いは多方面で実行されているが、それはあくまでも広告・宣伝の延長線であり、だからこそ、会員獲得に直結する「対面の機会がもてるイベントなどの開催は必須」と船水専務は指摘する。

“お米高騰対策キャンペーン”と銘打った時勢にあったユニークなチラシで7月に開業する会館の告知も同時に発信



毎月開催しているピアノコンサートのチラシ



ピアノコンサートの様子



ピアノコンサートで配られるお茶菓子の一例

プロフェッショナル講師を招いた 高品質なセミナーを提供

では、実際にどのようなイベントを企画・立案しているのだろうか。ここでは、昨年10月1日に新社屋に移転してからのイベントを中心にみていくことにする。

船橋社長は以前から、新社屋は「街のオアシス」となるような施設にしたいという夢を抱いていた。それは、誰もが気軽に立ち寄ることができるスポットでありたいという思いであり、それを実現したのが本社1階に設けた「多目的ホールSANGA（サンガ）」である。

このSANGAを会場に仕掛けたのが、ピアノコンサートだ。同社の専属ピアニストである竹内里香子氏が演奏するもので、毎月1回、14時～15時30分に開催され、会員は無料、員外は500円。時節に合わせた曲をピアノの生演奏で楽しむ、お茶菓子付きの優雅なティータイムを過ごすというコンセプトだ。

告知は同社の会報誌をはじめ、他のイベント開催時に合わせて行なうほか、SNSなどによる情報発信が主。その結果、想像以上に高い反響を得て、定員20人に対し電話での申込みが殺到。このため、2回目以降は定員を30人にまでふやしたものの、いずれも定員に達する盛況ぶりとなっている。参加者は会員のほか員外の方も多く、毎月参加するリピーターもあるそうだ。

ただし、員外からの参加者が同社の会員に加入するケースは予想以上に低い。リンクモアメン

バースカードの入会費は5,000円なので「10回参加すれば、元（参加費500円）はとれますよ、と声がけをしても、入会せずその都度支払う方がおられます」。そこで、本当にピアノ演奏が好きな人だけが参加しているのかどうかを見極める必要があるとし、6回目からお茶菓子を付けるのをやめたところ、現時点で定員割れ（19人）となった。

これを受けて、「当面の間、お茶菓子なしで募集を行ない、参加者のニーズを探る必要があるのではないかと考えています」と船水専務。試行錯誤を続けるとともに、いかに入会率を高めるかが課題となっている。

ピアノコンサートは、その道のプロフェッショナルを招いて開催するイベントの一例である。このほか、プロフェッショナルを招いた各種コンテンツは、「わくわく ほっとちゃん塾」なる連続セミナーで提供。墓じまい・写経・フューネラルフラワー・終活・エンバーミングといったテーマに合わせて、同社のネットワークを通して依頼した専任講師がそれぞれ講演を行なっている。

入会率の高い定番の人形供養祭 地域イベントにも入棺体験で初参加

一方、自社主体で開催する「人形供養祭」は好調を維持している。

「今年は会場をこれまでの平安閣アネックス以外に、CASITA零と、みおくり邸宅新青森の3か所にふやして実施したのですが、たとえば零では77組が来場し、うち互助会加入が7口ほど。アネックスも同様に互助会加入が11口、みおくり



専務取締役
船水真悟氏

■(株)リンクモアの概要

所在地 青森県青森市中央1-29-2
創 立 1967年
代表者 船橋素幸
会館数 7か所(そのほか、エンパーミング
センターと遺体安置室の複合型
施設1か所)
施行件数 約600件



ほっとちゃん塾
5回受講されるとリンクモアピア会員(※)に認定される。
特典付きの勉強会です。なお、認定はリンクモア会員に限ります。

特典1 リンクモアピア会員認定証
特典2 ほっとちゃんぬいぐるみ
特典3 商業書向け暮らしの情報紙「Sonae(ソナエル)」
特典4 リンクモアメンバーズ特別商品券
特典5 ホテル青森特製パネトース

第1回 5/15(木) 募じまい
第2回 6/26(木) 写経と法話 〜心を整える〜 (※参加費 500円)
第3回 7/24(木) フェーナルフラワーの生け方 (花材費別 1,100円)
第4回 8/28(木) おひとりさまの終活支援
第5回 9/26(金) ・葬儀に関すること〜エンパーミング・認定式

【時 間】各回 10:30〜11:30
【定 員】30名(先着順)
【会 場】平安閣アネックス (青森市境町2-4-1)
【参加費】会員無料(会員の同伴者は2親等までは無料)
非会員 500円/各回

専門家を招いて開催される連続セミナー「わくわく ほっとちゃん塾」のチラシ

13 人形供養祭
想いがこもった人形に感謝の気持ちを込めてご供養いたします

日時・会場
5/25(日) 平安閣アネックス(境町)
6/15(日) CASITA 平(間井)
6/29(日) みおくり邸 新青森駅
9:00〜11:00 人形お預かり
11:00〜11:30 供養式
※各ホールにて御祈いたします

ご供養料
会 員: 無料
非会員: 1体 500円(税込)
10体以上 5,000円
※会費・非会費共に20体まで

※事前のお預かりはしておりません。当日のみ受付いたします。

人形供養祭に関するお問い合わせ TEL.017-735-1407

人形供養祭のチラシ。この3か所です、2,000体を超える人形が集まった



人形供養祭の様子(平安閣アネックス)



今年初参加した「AOMORI春フェスティバル」では入棺体験を実施。予想以上の好評を得た

邸宅では9口を獲得しましたから、人形供養祭はまだまだ鉄板のイベントコンテンツだと思います」と船水専務。

供養料は会員の場合、20体まで無料。員外は最小500円、10体以上20体未満で最大5,000円という設定。ピアノコンサート同様、リンクモアメンバーズカードには5,000円の加入費が必要だが、なぜか人形供養祭では10体以上もち込む員外の人々が積立て方式の互助会会員に入会することが多いという、不思議な構図となっている。

なお、人形供養祭はコロナ禍中も実施した。その際、「ドライブスルー形式」として、お客様からお預かりして供養するという船橋社長のアイデアのもとで行ない、当時話題になったそうだ。

そのほかのイベントとしては、この4月には18回目を迎える「AOMORI春フェスティバル」に初参加。よさこいをはじめ、ねぶた、ベリーダンス、ブラスバンド、ミュージックライブ、ダンス、津軽三味線、学園祭、飲食出店などが連なるなかで入棺体験を開催すると、「想像以上に反響が高く、小さなお子様から海外の方まで多くの方に体験していただくことができました。当初は、場違いな雰囲気と思われなかった不安が募るばかりでしたが、こうした機会だからこそ、好奇心で体験

したいという方が多いのではと考えを改めるきっかけにもなりました」と、船水専務が話すとおり、次回以降も前向きに参加したい意向だ。

内製化と外部依頼の両輪でニーズに沿ったイベントを設計

以上のように、同社では各種イベントを開催するにあたり、まずは社長から生まれたアイデアを実現すべく、「自社内で内製化できるものは自社で」「専門色が強いものは、ネットワークを活かした人選から講師を依頼」というスタイルで提供している。

その根底には、「知りたいというニーズに応えるには、曖昧な情報の提供ではなく、それぞれのプロフェッショナルから“楽しく”学ぶ必要がある」という船橋社長の思いがある。

そんななかで生まれた新たなコンテンツが、プロフェッショナルとの共同主催となった「日帰り終活バスツアー」である。詳細については42ページにあるので割愛するが、同社のイベントは、「参加者が楽しんだうえで、リンクモアのファンになっていただくことを最優先に」という顧客ファーストの考えをもとに仕掛けられているといえる。

終活バスツアー

(株)リンクモア [青森県青森市]

旅行会社との共同主催で
「終活」キーワードに催行

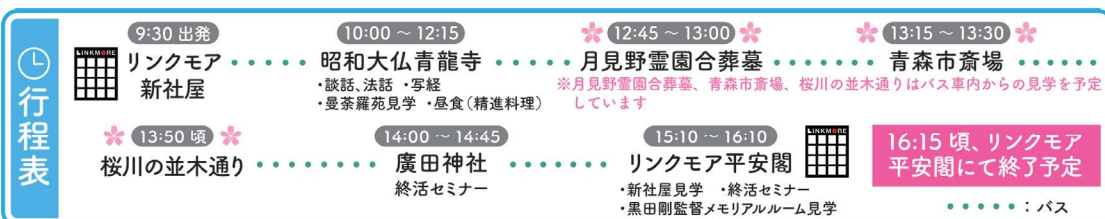
▶ イベント名	「日帰り終活バスツアーの旅」
▶ 目的	会員との親睦強化&新規会員獲得
▶ ターゲット	高齢者



イベント概要

青森県青森市を拠点に葬祭事業等を展開する(株)リンクモア(社長船橋素幸氏)が実施した、終活をテーマとするバスツアー。人生の最期を迎えるにあたり、さまざまな準備や人生の総括を行なう「終活」をキーワードに、“死”と聞いて連想される神社仏閣や火葬場をコースに組み込み、残りの人生を悔いなく生きてほしいという願いを込めて企画した。

行程は下図のとおり。参加費は1万円(昼食込・税込)で、募集人員は25人(最小催行人数は10人)。募集期間は約40日と設定した。



企画の意図

地域住民に対して貢献できるイベントなどを催行したいという船橋素幸社長の思いから、会員・非会員を問わず地域住民を対象に企画された。すでに多くの互助会会員、独自のリンクモアメンバーズ会員を抱えているものの、人口流出が続くなかにおいて新規会員の獲得は同社の生命線となる。

そこで、「終活」をテーマに、昨年10月に竣工した新社屋に集合後、寺院や火葬場、葬祭会館などを巡るツアーを企画。旅行会社(東武トップツアーズ)との共同主催とした。これは、旅客業有資格者とタッグを組むことが、後々のトラブル対策になるとの判断から。餅屋は餅屋という発想で、訪問先はリンクモアが常日頃から懇意にする場所をセレクトし、行程は旅行会社と相談しながら組んだ。開催は平日の4月24日。桜の見頃だったこともあり、行程に「桜川の並木通り」を組み込み好評を得たという。



大型バスをチャーターして催行された



廣田神社でのセミナー風景

販促と運営

折込みチラシや自社の別イベントで紹介したほか、訪問先である神社仏閣でも配布した。そのほか、SNSやホームページも活用。参加者の多くが会員であったことからわかるように、自社の別イベントや折込みチラシでツアーを知った人が申し込んでいる。年齢層は60歳～80歳代が中心。友人同士や夫婦で、さらにはおひとりさまといったように多様な顔ぶれとなっている。運営スタッフとしても人が常同。YouTube撮影も同時に行なっている。



青龍寺境内を散策するツアー一行

昼食には青龍寺の精進料理が振る舞われた



当日の様子を編集したYouTube アドレス



効果と成果

午前9時30分からのツアーだったが、早すぎるといった声はなく、市内での移動が中心で、かつ昼食休憩などの時間などを考慮すれば、参加者にとってはちょうどいい時間といえる。訪問先は精進料理が振る舞われた青龍寺や、近年、新たな埋葬手法として関心が高まる海洋散骨を実施している廣田神社、青森市斎場など。死と隣り合わせのイメージがある視察先で、さらには1万円という価格設定であったにもかかわらず、最終的には定員の25人に達した。このことから、「終活」というキーワードは、今後大きなキラーコンテンツになるのではないか、と判断。同社では、バスツアーという付加価値づけが興味を惹いたのではないかと分析している。

バスツアー催行にかかる費用は約30万円。それ以外に別途パンフレット代がかかるものの、持ち出しは5万円ほど。俗にいう白タク営業での実施リスクを鑑みれば、その道のプロとタッグを組んで安全・安心を担保できるという点で取り組む余地があると判断できる。

課題と展望

真っ先にあがったのは、16時という終了時間。行程には、かなりの距離を歩く場所（青龍寺境内）が含まれており、昼食後、うたた寝する参加者の姿が見受けられた。そのため、「できれば14時前後には切り上げる行程が理想では……」というスタッフの声がある。また、新規の会員獲得も狙っていたものの、現会員が圧倒的多数を占めたことから、いかに非会員層を呼べるかが課題だ。その一方で、常連の会員が多く参加していることから、会員同士はもちろん、スタッフや視察先との交流もスムーズに図れるなど、一長一短のあるイベントといえそうだ。

とはいえ、参加費1万円であるにもかかわらず25人の参加者を集めた実績から、今秋にも同様のバスツアーを開催したいとしている。

会社概要

社名	(株)リンクモア
代表	船橋素幸
社員数	28人（P/A含む）
年間施行件数	約600件

所在地	青森県青森市中央1-29-2
設立	1967年
会館数	7か所（その他エンバミングセンター等）



専務取締役
船水真悟氏