

# 葬祭業に特化した基幹システムで 導入企業の業務変革をサポート

(株)ユニコーン 《大阪市中央区》

<https://www.atlantis21.co.jp/>

ブスナンバー  
D-01

## 供養のトータルサービスを提供する 老舗企業が基幹システム導入

1754（宝暦4）年創業の泉屋（株）（本社大阪市中央区、社長泉浩一氏）。実に270年余りという歴史を誇る。池田屋として創業し、1923（大正12）年に屋号を泉屋に変更。法人設立は76（昭和51）年6月。仏壇店3店舗を設け、以後も順次仏壇店舗を拡大し、大阪府内8店舗、奈良県内4店舗、京都府内1店舗の13の店舗網となっている。

葬祭事業参入は86年。「瓢箪山メモリアルホール」（大阪府東大阪市）を開設したのを皮切りに、現在では大阪府内9会館、奈良県内4会館の13会館を展開。

霊園は自社運営霊園3か所を擁している。同社は「やすらぎのトータルソリューションをお届けしています」というように、供養のワンストップサービスが可能。さらには2009年にはサービス付き高齢者向け住宅「ファースト都が丘」（大阪府枚方市）を開設し、介護～葬儀～仏壇～霊園というビフォーからアフターまでを網羅するまでになった。

同社の仏壇部門における販売管理システム、POSシステム導入は仏壇業界初といわれるほど早期であった。そして情報処理システムを駆使することで、仏壇部門の拡大を図っていった。

1986年に葬祭事業に参入し、次々と葬祭会館を整備し“顧客情報”がふえていくなかで、仏壇部門に導入していたシステムをカスタマイズして使っていた。

しかしながら、葬祭会館のさらなる多店舗化、そして会館数増に比例するように施行件数が増加してくると、仏壇のシステムをベースにしていたものでは使い勝手が悪くなり、改善要望を出すも、対応がむずかしかったという。

「仏壇は小売り業であるため、販売メインのシステムでした。一方、葬儀はサービス業であり、そもそも性質の違う事業で、同じシステムを使うことに無理がありました」と泉浩一社長。

同社には葬儀の会員価格が設定されている会員制度「こころの会」がある。会員管理は本社で行っていたが、葬儀依頼は夜間にも発生する。あるとき、夜間に依頼があった際、遺族からこころの会の会員であるという申し出があった。夜間のため本社に確認することができなかったため、遺族の申し出通り会員価格で受けたものの、実際は一度葬儀を行なったことがあり、再入会がされていないケースであった。また、会員から連絡が来ても、会員であるかどうかを台帳をもとに調べなければならず、瞬時の対応ができなかった。

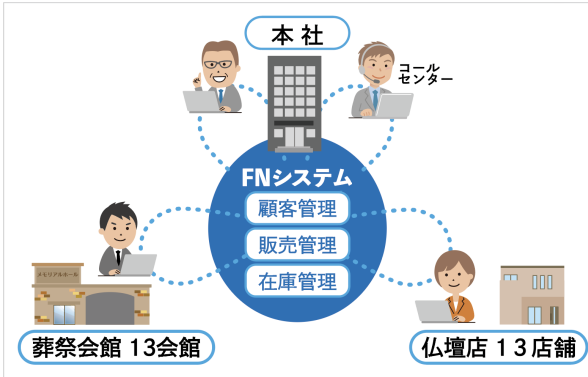
こうしたことから、泉社長が八代目社長に就任した2014年に基幹システムの変更を決断。3社によるプレゼンが行なわれた。その結果選ばれたのが、販売管理はもちろん、顧客情報、在庫管理までが一環していることが決め手となり、パッケージソフトウェアの開発、業務システムの受託開発などを手がける（株）ユニコーンであった。

ちょうど14年には葬祭業界に特化した基幹システム「FN Pro」をリリースしたときで、各種葬具の電子カタログやプラン作成、見積書発行などの機能を有するシステムであった。

導入決定後、紙台帳をデジタル化するにあたり、業務の課題を洗い出した。ユニコーンと打合せを重ね、理想とするオペレーションを構築し、16年5月に正式導入された。

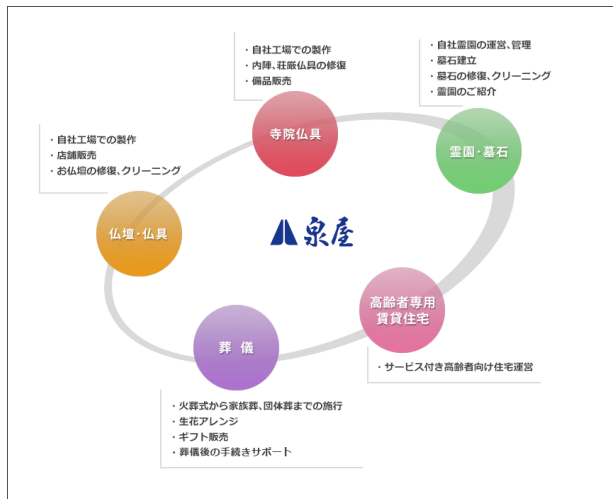
## さまざまな情報を入力することで 活きた情報となり、分析も可能に

「データはすべての会館で共有することができま



(株)ユニコーンの概要

所在地／大阪市中央区大手通1-1-2(本社)  
 06-6943-4560  
 東京都文京区本郷3-40-10(東京事業本部)  
 03-6808-1237  
 代表者／中野恵司  
 設立／1992年4月



いまでは施行担当者全員にノートPCが支給されている



泉屋(株) 代表取締役 泉浩一氏

した。当たり前のことでしょうが、施行件数増、入会者数増に対応するには、アナログからデジタルへの移行が必要でした」と泉社長が語るように、活きたデータとなっていた。

「データ入力に関しては、関係ないような情報と思われることであっても、いずれそれが生きてきますので、ヒアリングした情報はすべて入力するよう徹底しております」と語るのは、システム導入・運用の責任者である経理部部長の山中清孝氏である。

データを蓄積することで、入会経路、泉屋を知った理由などがわかってきた。その情報をもとにした販促戦略なども的確に立てることができる。

「以前は会議をしても、経験値や感覚で発表していたのが、データに基づきロジカルに考えることができるようになりました。データを分析して考えることで、本質を捉えることができるようになりました。幹部スタッフは特に分析力がついてきたことも導入効果の1つでもあります」(泉社長)

データは嘘をつかず、数字によってさまざまなことが証明できるようになる。

「導入からすでに7年目に入っていますが、ユニコーンさんには気がついたことや、改善してほしい

ことなど、2週間に一度くらいはやりとりをしています。こうした要望に対しては必ず回答をいただけ、何より親身になって考えていただけることも、ありがたいことであり、パートナーとしてやりやすいといえます」(山中部長)

「トータルサービスを標榜している弊社が、さらに顧客重視の経営方針に、データ分析は欠かせません。今後もさまざまな情報を活かした展開をしていきたいですね」(泉社長)

今後はインボイス対応にも取組むとともに、泉屋としてさらなるDXを推進していく段階にある。施行件数は年間2,200件を超え、1万6,000人を超える会員を抱える同社では、仏壇部門との連動も図られているなど、泉屋全体で基幹システムを活かしており、さらなる飛躍が期待される。

ユニコーンは、システムのケアはもちろん、業務変革のための新しいサービスの実現についても、常に二人三脚でサポートしていく。