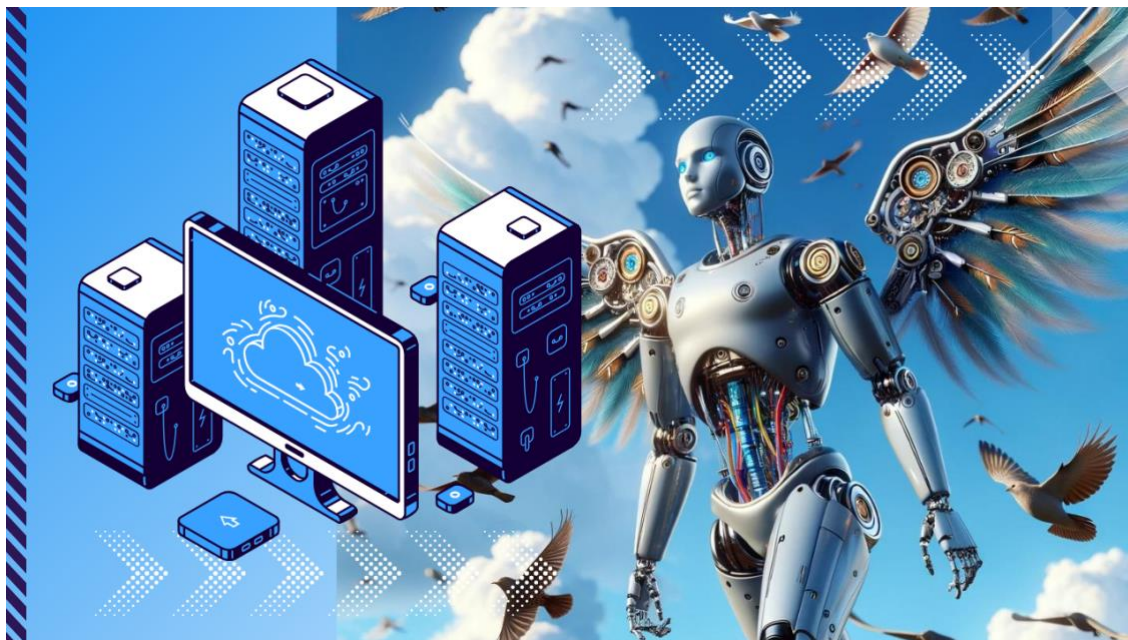


jFuneral ニュースレター

有限会社ワイ・イー・ワイ

2024年5月9日



葬儀業界にも AI の余波が訪れている

何度も書いているけど、AI を避けることはできない。

今朝もセールスレターを書いていたけど、どうやってまとめるか悩んだ挙げ句、MS CoPilot の力を借りて、要約してもらい、ポイントを割り出し、そこに肉付けをして送ったところであった。

先週の5月2日に AI 活用説明会を行った。

葬儀屋さんは誰一人も参加しなかった。

私の案内が悪いのか、私が人気ないのか、内容が難しいと思われたのか、まだ必要ないと思われるのか、色々考えさせられることがある。

しかし、時間は止まっていないので指をしゃぶって見ているわけにはいかない。

AI 技術の進展とその可能性

現在、ラージ・ランゲージ・モデル (LLM) のような技術は、言葉と感情の理解を大幅に向上させている。これを葬儀業界にどのように応用できるかが今後の鍵となるのは言わなくてもみんなわかっていることであるが、どこから手を付けていいのかがわからない。

葬儀業界で一番足りていないのがマーケティングツールである。

営業をしたのはいつですか？

葬儀屋さんの仕事として一般的に営業しづらいのはわかっています。

普通の小売業どころか、システム販売とも大違いです。

そもそも葬儀屋さんの営業ってどういうことをするのだろうか？

その会社の規模、業務内容（ただの葬儀社なのか、互助会なのか、会社の規模にもよる、地域にもよる、提携先にもよる、フランチャイズ契約しているのか、競合はどれくらい存在しているのか）千差万別です。

これは MS CoPilot のノートブック機能を活用した事例です：

「地域による葬儀社の競合はどういう会社があるのか？」

地域による葬儀社の競合は、以下のような特徴を持つ会社が多いです：

1. 地域密着型の葬儀社：これらの葬儀社は、特定の地域やコミュニティに深く根ざしており、その地域の文化や習慣に精通しています¹。
2. 大手葬儀社：大手葬儀社は、広範な地域にサービスを提供する能力と、大規模な葬儀を手掛ける能力を持っています²。
3. 新興の葬儀社：これらの葬儀社は、新しいビジネスモデルや革新的なサービスを提供することで市場に参入しています。例えば、Web マーケティングを活用した集客や、直葬や1 日葬専門業態の提供などがあります³⁴。

これらの競合は、それぞれ異なる強みと戦略を持っており、地域のニーズや市場の動向に応じてサービスを提供しています。そのため、葬儀社が競争力を保つためには、自社の強みを理解し、顧客のニーズに対応したサービスを提供することが重要です³⁴。

「新興の葬儀社にはどのような会社があるのか教えてほしい」

新興の葬儀社には以下のような特徴を持つ会社があります：

1. お葬式のむすびす：この会社は、葬儀に関する全てのサービスを自社で対応しており、相談から実際の葬儀、葬儀後のサポートまで、最後まで同じ会社がサポートします¹。
2. 小さなお葬式：この会社は、小規模な家族葬や直葬に特化しており、必要なものを厳選した低価格プランを提供しています¹。
3. 想送庵カノン：この会社は、貸し葬儀場と遺体安置所を兼ね備えた葬祭施設を構え、新しい吊いの形「安置葬」を提案し始めました²。
4. きずなホールディングス：この会社は、オーダーメイド型の葬儀プランを提供しており、野球、ゴルフ、音楽など生前に親しんでいたものを、飾り付けや演出に取り入れ、家族の納得度が高い葬儀を行えるようにしました³。

これらの新興の葬儀社は、それぞれ異なる強みと戦略を持っており、顧客のニーズに応じたサービスを提供しています¹³²。

気をつけねばならないのは、AI は正しいとは言えないので必ず検証が必要である。

ここでは「小さなお葬式」（ユニクエスト）はブローカーであり葬儀社ではないことを理解していないし、想送庵カノンは貸斎場であり葬儀社ではないことも理解していない。

しかし、AIを使うことによってこのような情報がすぐに入手できる。

その会社がどのようなことをやっているのかもすぐ入手できるのもAIの力である。

つまり、AIはGoogle検索からしたら、競合である。

さて、ここでWebマーケティングを考えてみたいと思います。

ティアの行っているWebサービスを参考にしてみると、オンラインで葬儀の計画を立ててみることや予約、ご供花や御供物の手配、オンラインビデオ作成みたいなことがある。

予約や葬儀を組み立てるのはできないことはないし、どうなのがいいのか車のパーツを選ぶみたいので、意外と楽しいかも知れない。

しかし、本当にそうなるのかというと、やはり結婚式と違って参列者である会葬者を選ぶことができないので出たところ勝負的なところがある。

だが、面白いアイデアは、遺族が友人等に連絡をして、スマホに入っている故人の写真を専用URLを通じてアップロードしてもらい、そこからビデオを自動作成（Google

Photoの思い出映像みたいなもの）をBGMをつけて通夜や葬儀・告別式に流してもらうこともできる。

きずなホールディングスはウェブマーケティングを通じて、終活の案内、樹木葬ツアーの宣伝、トークショーや家族写真コンテストなどのイベントを提供している。

まとめ

AI 技術の進展と葬儀業界への応用

- AI 技術の可能性：
 - 現代の AI、特に大規模言語モデルは、言語理解と感情分析を大幅に向上させており、葬儀業界での活用が可能。具体的には、顧客の感情をより深く理解し、サービスをカスタマイズするのに役立つはず。
- マーケティングツールとしての AI：
 - 葬儀業界では、特にマーケティングツールが不足しているいく度も伝えていよう。だからこそ AI を活用して、ターゲット市場のニーズを正確に捉え、効果的なキャンペーンを展開することができかと。
- デジタルトランスフォーメーションの現状：
 - 当方が開催した AI を活用した説明会に葬儀社からの参加者がいなかった例から、業界内でのデジタル技術への抵抗感がうかがえる。技術は進行中であり、適応しなければ取り残される可能性があり会社の存続は危ういでしょう。
- 営業活動の課題：

- 葬儀業界の営業活動は他業界と比べて困難が伴う。AI の情報収集能力を利用することで、顧客のニーズや競合他社の動向をリアルタイムで把握し、戦略を練る手助けをすることが可能。
- 注意することは、必ずその情報を検証することであるが、検証もまた別の AI を使うことで用意になるし、ゼロから情報収集する必要がない。

5. 革新的なアイデア:

- 新興葬儀社は故人の写真を使って自動でビデオを作成するサービスなど、AI を利用した新しいサービスを提案しています。これは遺族にとって貴重な思い出を形に残す手助けとなり、葬儀のパーソナライズに寄与するでしょう。

結論

葬儀業界は、AI の進化に伴い変革の必要があります。AI の理解と受け入れが進めば、より効果的な顧客対応、マーケティング戦略、サービス提供が可能となります。現状の課題を乗り越え、これからの葬儀サービスの質を向上させるためには、業界全体での意識改革が求められているのは言うまでもありません。

YEYとして、葬儀のマーケティングオンラインセミナーを [jFuneral.com](https://jfuneral.com) を通じて行っております。どなたでも無料でポッドキャストをお聞きできます。ぜひご試聴くださいませ。

Apple Podcast、Spotify、Amazon Musicで「葬送ビジネス」で検索し、ご試聴できます。

シーズン2

<https://jfuneral.com/new-podcast-jfuneral-2021/>

シーズン3

<https://jfuneral.com/podcasts/podcast-jfuneral-season-3-new-2022/>

シーズン4

<https://jfuneral.com/podcasts/podcast-jfuneral-season-4/>



Apple Podcast



Spotify



Amazon Music