

最新！寺院向け 集客成功レポート

たった
1か月で

寺院敷地内墓地での 樹木葬の集客

月間3件から 月間36件 を達成できた成功事例

過去半年間、樹木葬の集客が月3件だった寺院が
たった1か月間で、約36件集客できた秘訣

特別
イン
タ
ビ
ュ
ー

檀家100件以下、住職1人のお寺でもできた！
1か月で樹木葬売上500万円・会員数200件を達成する道のり
競合や既存と差別化する“樹木葬の商品づくりと集客手法”と、
小さなお寺でも始められる「会員制度」で、既存の檀信徒にも、
新たにお寺にお世話なる人にも喜ばれる“お寺づくり”のノウハウを大公開



蓮昭寺 住職
上谷 泰雅氏

新型コロナウイルス感染症に罹患された皆様、および関係者の皆様に心よりお見舞い申し上げます。
新型コロナウイルスの感染拡大の状況によっては、録画等によるWeb開催のみへ移行させていただく可能性がありますので、何卒ご理解をいただきますようお願い申し上げます。
また、来場にてご参加される際は、ご案内時に注意点がございますので必ずご確認ください。

主催



明日のグレートカンパニーを創る

Funai Soken 株式会社船井総合研究所

お寺の樹木葬＋会員制度立ち上げ事例大公開セミナー お問い合わせNo.089754

〒541-0041 大阪市中央区北浜4-4-10 船井総研大阪本社ビル
船井総研オフィシャルサイト：<https://www.funaisoken.co.jp/>

船井総研セミナー事務局 E-mail：seminar271@funaisoken.co.jp
※お問合せの際は「セミナータイトル・お問い合わせNO・お客様氏名」を明記の上、ご連絡ください

WEBからお申込みいただけます。船井総研ホームページ（www.funaisoken.co.jp）の右上検索窓にお問い合わせNo.089754を入力ください。

1か月間で樹木葬の集客約36件を達成。 お寺主導の樹木葬立ち上げを成功させた蓮昭寺

今回の寺院向けレポートは、運営は住職のみ、檀家数は約100件以下のお寺でありながら、「**樹木葬を新規オープンし、2日間で28件の集客、1か月間で合計約36件の集客を達成。2022年6月末時点で22件の成約、売上500万円を達成**」と、樹木葬立ち上げに成功された蓮昭寺をご紹介します。

蓮昭寺は、樹木葬のオープンに成功されただけでなく、樹木葬契約者含め、お付き合いがある方に向けた新しい「**会員制度導入**」により、葬儀の読経など、**ご供養を希望する方を幅広く受け入れられる社会性の高いお寺づくり**を進められており、現在は会員数を**200件以上**に伸ばされております。

今回のレポートでは、取り組みを進められた蓮昭寺住職のインタビューをダイジェストでお届けいたします！

【蓮昭寺 寺院概要】

◆エリア

神奈川県平塚市（2022年7月現在の人口約25万人）

◆宗派

日蓮宗

◆正職員数

僧侶1名のみ、家族経営



○蓮昭寺のご紹介○

1308年頃、当初鎌倉に開創されていましたが、1574年に比企谷妙本寺の末寺として現在の場所に再興されたと伝えられております。2024年に開創450年を迎え、現住職である上谷泰雅氏の代でペット供養の取り扱い開始、地域初の樹木葬を立ち上げるなど、地域内でも新しい取り組みに早期に取り組まれております。

蓮昭寺を成功に導いた3つの「すごいポイント」

Point 1

地域内の樹木葬の調査をもとに、ラインナップや価格で差別化した商材をつくり、集客数増に貢献

Point 2

社会貢献を中心に据えたコンセプトと
地元密着型のマーケティング戦略で認知度を最大化

Point 3

「樹木葬を買いにお寺に来て終わり」にならない
長期的な関係性をつくり上げる会員制度構築



宗教法人 蓮昭寺 住職 上谷 泰雅氏

○プロフィール

1962年神奈川県平塚市生まれ。大学卒業後、僧侶として活動を開始。25年ほど前に収益事業としてペット供養を始め、2,000件以上の施行実績がある。また、同時期に境内墓地を霊園化。5年前に石材店主導で地域初の樹木葬をスタート。2022年6月に自坊独自ブランドで樹木葬墓地をリニューアルオープン。1か月で36件の見学者を集め、売上も500万円を達成した。

ー上谷様、この度はお時間をいただき、ありがとうございます。本日はよろしくお願いいたします。まずは、蓮昭寺がどのような地域にあるのか、また上谷様が蓮昭寺の住職に就任された頃のご状況をお伺いしてもよろしいでしょうか？

こちらこそ、よろしくお願いいたします。蓮昭寺は、神奈川県の湘南地域と呼ばれるエリアにある平塚市にあります。周りは田んぼだらけのところにある、小さなお寺です。

先代の住職の頃は、「護持会」という形でお寺の収入を確保しつつ、住職自らも別の仕事をしながら、蓮昭寺を守っておりました。

私が住職に就任し、「自坊で収入の柱を持とう」と考え、25年ほど前に、ペット葬儀・供養を地域内で最初にスタートしました。また、境内墓地を改めて霊園に申請替えし、どなたでもご契約いただけるようにし、さらに5年前から石材店が主導となり、樹木葬を境内墓地にてスタートしておりました。

一方、**蓮昭寺の檀信徒の数は100件以下**で、事業の収入が生命線で事業のお客様は多いのに、「檀信徒の数は少ない」という特徴がありました。

お寺の集客が減っていることに危機感

ーなるほど。ご状況を教えてください、ありがとうございます。そのような中、蓮昭寺で課題に感じられたことがあったそうですね。

そうですね。蓮昭寺はこれまでの取り組みのおかげで、護持が続けられていましたが、将来のことを考えたときに、**今のままではいけないと危機感を感じました**。危機感を感じたのはなぜかというと、5年前にスタートした石材店主導の樹木葬の集客が減速し、造設してすぐの頃は月平均20件見学があったのが、**直近半年間は月平均3件に減ってきていたこと**、**周辺のお寺でも樹木葬のオープンが相次いだこと**によります。加えて石材店との契約上の制約もあり、**地域内でニーズが増えてきていた1名用、2名用の樹木葬を造設することができない**ということも気になっておりました。

そこで、より多くの方のニーズに合わせた樹木葬をつくり、集客や成約数を増やし、さらにご契約者との長期的なお付き合いができる関係性をつくり、今後の護持につなげていきたいと考えました。

ー課題感と今後の方針を教えてください、ありがとうございます。では、まずはどのような取り組みから始めたのでしょうか？

最初のステップとして、「**集客できる樹木葬づくり**」と「**お寺とつながれる会員制度づくり**」を進めました。前者は、現状売れ行きが低調だった樹木葬を**集客できる商品に見直し、新区画のオープンと販促**を実行し、**新たなご縁づくりと収入確保の両立**を目指しました。

後者は、「何かあればお寺に」とお越しいただけるような行きつけのお寺にいただくために**無料で入れる会員制度を整備し、「樹木葬を買っておしまい」にしない関係性**を構築し、長期的にお寺にお参りにお越しいただけることを目指しました。

社会性を意識したコンセプトと他との差別化を意識した区画づくり

ーなるほど。具体的にどんな取り組みをしてきたのか、お伺いしてもよろしいでしょうか。

まず最初に、「**集客できる樹木葬づくり**」についてです。

5年前に始めた樹木葬は、5年の間に競合の樹木葬が増えていたため、地域内の競合性が高まり、お客様の取り合いになっていたことが集客の減速の原因と考えられました。そこで集客を復活させるためには、競合との差別化が必要と考え、**コンセプトの見直しと区画づくりの見直し**をしました。



新しい樹木葬の区画イメージ

「コンセプトの見直し」は、具体的には「**仏教の教えが落とし込まれた樹木葬**」を打ち出し、他の樹木葬との差別化を図ることにしました。仏教の教えの中に「みな平等に仏に成ることができる」というものがあり、それを元に「好きな人と一緒に、ペットと一緒に、おひとり様も入れる自由なお墓」を打ち出しました。

ー新しく作るなら、と思い切ってコンセプトを作られたのですね。

そうですね。そして、次は**区画づくりの見直し**です。

敷地内の墓地には、墓じまいされた空き区画がありました。その空き区画にお骨の容器を埋め、プレートを設置し、植栽を植えることで樹木葬に仕上げていくことにしました。



実際の区画の造設前・造設後

樹木葬の仕様や何人用を何個つくるのか、またそれぞれの販売価格については、**周辺の樹木葬の仕様や価格調査をしたうえで収支計画をつくり**、その内容をもとに仕様や価格を決定いたしました。

事前の販促計画と実行の徹底でオープンに成功

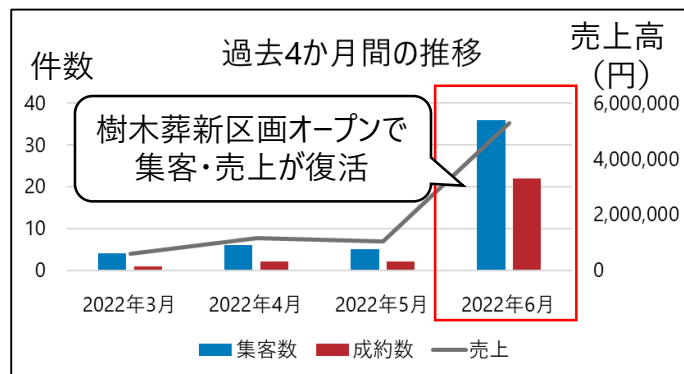
ーそのように進めてきたのですね。実際にオープンに向けての販促はどのようにされたのでしょうか？

オープンに向け、まず**販促計画を立てました**。6月の見学会で集客を最大化するために、**集客のための折込チラシの制作や折込手配、地域フリーペーパーの広告出稿スケジュール**などを綿密に決定し、徹底的に実行しました。

実際に販促を進めると、**見学会5日前に8件の予約、見学会前日には合計26件の予約**が入りました。

ー過去にないハイペースで見学希望の予約が入れたのですね！
見学会当日を迎えていかがでしたか？

結果、**2日間で来場は28件、樹木葬のご契約は18組**となりました。後日見学の方も含め、6月の1か月間の**最終的な集客数は36組、成約は22組**となり、**売上は500万円**を超えました。



お寺とご縁の新しいカタチ「会員制度」

ー非常に素晴らしいと思います...！樹木葬のオープンは成功されましたが、一方の「お寺とつながれる会員制度づくり」は、具体的に何をされたのでしょうか？

もう一つの取り組みである「会員制度」は、樹木葬やペット葬儀などで集客ができて、その後の法事につながる数が伸び悩んでいたため、その後の関係性構築と法事の依頼数増のために立ち上げました。具体的には、LINE公式アカウントの友だち追加で登録完了できる「**無料会員**」、樹木葬などを利用されている方を対象とする「**本会員**」に分けて運用しております。

立ち上げ半年ですが、**2022年7月時点の会員数は200件**を超えております。

現在も、樹木葬の見学者やペット葬儀の利用者一人ひとりにご案内し、会員が増えて続けております。将来はここから葬儀の読経のご依頼や、ご法事の受付数も増やしていきたいと考えています。

地域の供養問題を解決できるお寺へ

ーなるほど！まず第1ステップは順調といったところでしょうか。

最後の質問でございますが、上谷様は次はどのようなことをお考えでしょうか？

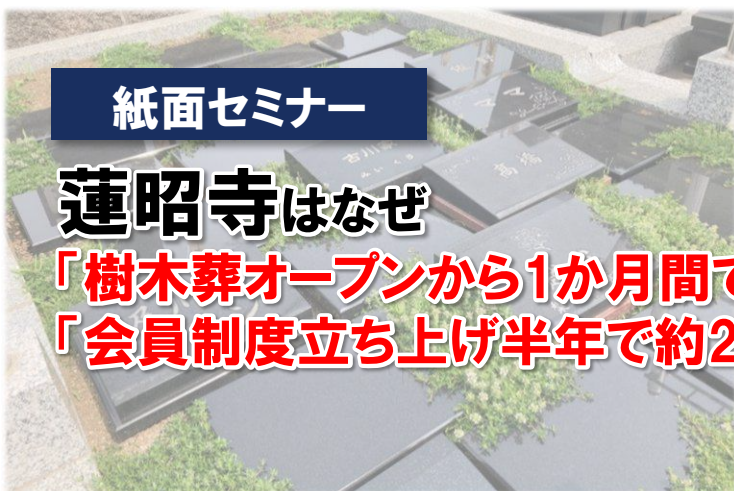
次のステップは「**樹木葬のさらなる成約数拡大**」と「**寺院葬儀の施行数も増やしていく取り組み**」を通じて、地域の供養問題解決ができるお寺としての認知度を高めていきたいですね。

ーありがとうございます。今回は、蓮昭寺住職の上谷泰雅氏に、インタビューさせていただきました。

紙面セミナー

蓮昭寺はなぜ

**「樹木葬オープンから1か月間で36組の集客、22組の成約」
「会員制度立ち上げ半年で約200会員」を実現できたのか？**



こんにちは、株式会社船井総合研究所の嶋田尚教と申します。

蓮昭寺のインタビュー記事はいかがだったでしょうか？蓮昭寺は樹木葬のオープンにより、売上を上げつつもお寺独自の会員制度をつくり、将来供養をする方を見守り続けようとしている姿勢がお分かりいただけたかと存じます。

改めて、蓮昭寺のすごいポイントとしては、

「檀家100件以下、住職1名で運営しながら」

「樹木葬オープンから1か月間で約36組の集客、22組の成約」

「会員制度立ち上げ半年で200会員」

これら3つが挙げられます。こういった結果も非常に興味深いのですが、蓮昭寺にて、成功するセオリーに従って計画されたことを徹底して取り組むこと、それがこのような結果につながっております。

一方で、本インタビュー記事を読んで「うちのお寺では難しい」と感じられたご住職もいらっしゃるかと思います。

実際、蓮昭寺の結果を完璧に再現しきることは難しい部分もありかと思えます。

しかし、ポイントをつかみさえすれば、貴山でも同様の成果をつくり出すことは可能です。

具体的なポイントを取り上げますと、下記の通りとなります。

蓮昭寺が集客に成功した4つのポイント

- ポイント① **競合調査を実施し、売れる区画づくりを実践**
- ポイント② **お寺が主体となり、チラシ・フリーペーパーの販促を実行**
- ポイント③ **来場者に向けた最適な接客対応の徹底**
- ポイント④ **寺院独自の会員制度で既存信徒さんも包み込む**

詳しい解説は次のページへ ▶▶▶

Point1 競合調査を実施し、売れる区画づくりを実践

樹木葬リニューアルにあたって、**周辺の競合調査**を実施。
価格調査に加え、区画のデザインや樹木葬の仕様、区画数などを調べ、**競合と差別化できる樹木葬**を検討しました。
蓮昭寺の場合は、特に「**価格**」「**納骨年数**」「**コンセプト**」の3点において明確に差別化。**集客増・成約数増につながったポイントの一つ**でした。



実際の競合調査レポート

Point2 お寺が主体のチラシ・フリーペーパーの販促を実行

販促についても、蓮昭寺が主導となって販促を実行。
見学会の日程を設定し、その日程に合わせて集客数を最大化できるように計画を立て、実行しました。
広告の内容には先述のインタビューにもありましたコンセプトをメインに、訴求が必要な「**料金**」「**樹木葬の特徴**」「**見学会の日程**」を必ず紙面に入れました。
加えて新聞の折込チラシだけでなく、地域フリーペーパーにも広告を出稿。
このような販促活動により、1か月間で**累計36組の見学者**を集めることに成功しました。



実際の折込チラシ

Point3 来場者に向けた最適な接客対応の徹底

樹木葬を成約につなげるために集客をするだけでなく、接客対応の最適化として、「**営業の流れの統一**」と「**誰でも成約できる接客ツール制作**」の2点を徹底されております。具体的なポイントを解説いたします。
「**営業の流れの統一**」は、生前に終活をしていて樹木葬を購入したいとお考えの方にも最適な営業手順を、実際のツールを使いながらその場で実践していただくロールプレイングを通じて全員ができるようになっておりました。
「**誰でも成約できる接客ツール制作**」は、営業の流れを統一するべく、ツール自体を「最初から最後まで順番に読み進めれば成約できる」形に整えております。
上記2点を実施することで、樹木葬の見学会に来場された方のうち、**樹木葬の成約率を50%以上**にすることに成功されております。



実際の接客ツール

Point4 寺院独自の会員制度で既存信徒さんも包み込む

樹木葬や永代供養商材を持つと、「檀信徒との関係がお墓のみになってしまい、完結してしまう」とお考えではございませんでしょうか。
蓮昭寺では、**新たに「会員制度」を立ち上げ**、お寺に関わる全ての方を対象に、お寺にご供養などを依頼できるようにしました。
手軽に入会できるよう、**LINEへの登録で完結する「無料会員」**を導入。また、樹木葬購入者には檀信徒と同様の特典をつけた「**本会員**」として登録。
7月1日現在で累計200件以上の会員登録があります。
この取り組みにより、行事の来寺数が増えたのはもちろん、ご法事や塔婆供養のご依頼数も増加傾向にあり、**樹木葬を売って終わりにしない関係性づくりに成功**しております。



実際の会員募集用ツール

これからの時代のお寺の護持発展は、これらのポイントをおさえて取り組めば、そこまで難しくありません。
今回のレポートをお読みいただいた上で、ぜひ初めの第一歩を踏み出してみてください。
貴山のご発展に少しでもお役立ちできたら幸甚に存じます。

レポートを最後までお読みいただいたご住職の皆様への特別なご案内

お忙しい中、お読みいただきありがとうございました。

ここまでお読みいただきましたご住職の皆様は、「上谷氏がさまざまな取り組みを進める中で、その思いや考えはどのようなものなのか?」「蓮昭寺の樹木葬はどうしてここまでうまくいくことができたのだろうか?」にご興味をお持ちいただけたのではないかと思います。

このたび、蓮昭寺の住職の上谷泰雅氏をお迎えし、寺院の護持発展のための「樹木葬立ち上げ・樹木葬の集客・会員制度の構築」をテーマとしたセミナーを開催いたします。

今回は直接上谷氏にお会いし、お話を伺いいただいたり、直接質問いただけるリアル開催と、ご自坊から気軽に参加いただけるオンライン開催の2種類受講の仕方が選べます。リアル開催の日程は20組限定でお席をご用意いたしました。先着順となっておりますので、少しでも自坊を変えていきたい、とお考えの住職の皆様は、この機会にぜひご参加ください。

株式会社船井総合研究所
ライフイベント支援部
ライフイベントグループ 寺院チーム

嶋田 尚教

お寺の樹木葬＋会員制度 立ち上げ事例大公開セミナー

特別ゲスト講座

樹木葬と会員制度で生まれ変わった！ 蓮昭寺の取り組み大公開！

直近、樹木葬の集客数が伸び悩んでいた蓮昭寺が、樹木葬の新規オープンを進め、地域密着型マーケティングの実行を通して1か月間で売上500万円、集客数36件を達成。その樹木葬の商品づくりとマーケティング手法に加え、お寺独自で立ち上げ、2022年7月現在200会員を超える檀信徒制度に代わる“会員制度”の取り組みを、実際に取り組まれた住職からお話しいたします！

特別ゲスト
蓮昭寺 住職

上谷 泰雅氏

受講料（1名様・税込）

一般：16,500円
会員：13,200円

会員価格は各種経営研究会・経営フォーラム、および社長onlineプレミアムプラン（旧：FUNAIメンバーズPlus）へご入会中のお客様のお申込に適用となります。

お申し込み方法

右記のQRコードから、または
船井総研ホームページ
(www.funaisoken.co.jp)
の右上検索窓に
お問い合わせNo.089754
を入力いただき、お申込ページ
にてお申し込みください。



樹木葬立ち上げの成功事例をご紹介します！

☑ 成功事例① 岐阜県山県市

オープン2年で売上 **7,000万円** を達成！



☑ 成功事例② 福岡県宗像市

造設費用50万円で売上 **1,000万円**！



☑ 成功事例③ 山梨県甲府市

境内の遊休地に造設し初月売上 **1,500万円**！



☑ 成功事例④ 愛知県名古屋市

境内地に墓地申請・造設し、売上 **3,000万円**！



お寺の樹木葬立ち上げ事例を大公開！セミナー概要

開催日時・会場

※全日程とも内容は同じです。
ご都合のよい日程をお選びください。

2022年 **9/9(金)** 東京会場
(株)船井総合研究所 東京本社
〒100-0005 東京都千代田区丸の内1-6-6 日本生命丸の内ビル21階

2022年 **9/13(火)**
2022年 **9/20(火)** } オンライン開催
(Zoomを使用)

各日程13:00～16:00 (受付またはログイン開始12:30～)

お申し込み方法

右記のQRコードを読み取っていただくか、
船井総研ホームページの右上検索窓に
お問い合わせNo.089754を入力、
お申込ページにてお申し込みください。



受講料 (1名様・税込)

一般：16,500円

会員：13,200円

会員価格は各種経営研究会・経営フォーラム、および社長onlineプレミアムプラン
(旧：FUNAIメンバーズPlus)へご入会中のお客様の申込に適用となります。

株式会社船井総合研究所のご紹介

○株式会社船井総合研究所とは

中堅・中小企業を対象に専門コンサルタントを擁する日本最大級の経営コンサルティング会社。
業種・テーマ別に「月次支援」「経営研究会」を両輪で実施する独自の支援スタイルをとり、「成長実行支援」「人材開発支援」「企業価値向上支援」「DX（デジタルトランスフォーメーション）支援」を通じて、社会的価値の高い「グレートカンパニー」を多く創造することをミッションとする。その現場に密着し、経営者に寄り添った実践的コンサルティング活動は様々な業種・業界経営者から高い評価を得ている。船井総研グループ全体で172の経営研究会が主宰され、入会者数6,550名と国内最大級のコンサルティング実績を誇る。(2021年実績)



株式会社船井総合研究所公式ホームページ
<https://www.funaisoken.co.jp/>

初期投資50万円

区画サイズ4㎡以下

境内墓地の空き区画で始められる

小型の

樹木葬

1か月で

売上

500万円達成

このようにお考えの
お寺向け

- 檀信徒から永代供養墓が欲しいと要望があった
- 収入を確保し、将来の修繕や投資に備えたい
- 自坊の檀信徒を増やしていきたい

実際にチャレンジしたお寺の実践レポート

特別インタビュー

檀家100件以下、住職1人のみで運営のお寺でもできた
樹木葬と会員制度構築で護持し続けられる仕組みづくり

見学数月間36件、成約数月間22件を達成の「樹木葬の商品づくり・集客手法」と樹木葬を買っておしまいにならない「会員制度構築」で、檀信徒にも喜ばれる“お寺づくり”のノウハウを大公開



特別ゲスト
蓮昭寺 住職
上谷 泰雅氏

新型コロナウイルス感染症に罹患された皆様、および関係者の皆様に心よりお見舞い申し上げます。
新型コロナウイルスの感染拡大の状況によっては、録画等によるWeb開催のみへ移行させていただく可能性がありますので、何卒ご理解をいただきますようお願い申し上げます。
また、来場にてご参加される際は、ご案内時に注意点がございますので必ずご確認ください。

主催



Funai Soken 株式会社船井総合研究所

お寺の樹木葬＋会員制度立ち上げ事例大公開セミナー お問い合わせNO.5089754

〒541-0041 大阪市中央区北浜4-4-10 船井総研大阪本社ビル
船井総研オフィシャルサイト：<https://www.funaisoken.co.jp/>

船井総研セミナー事務局 E-mail：seminar271@funaisoken.co.jp
※お問合せの際は「セミナータイトル・お問い合わせNO・お客様氏名」を明記の上、ご連絡ください

Webからお申込みいただけます。船井総研ホームページ（www.funaisoken.co.jp）の右上検索窓にお問い合わせNo.089754を入力ください。

1か月間で樹木葬の売上500万円を達成。 お寺主導の樹木葬立ち上げを成功させた蓮昭寺

今回の寺院向けレポートは、運営は住職のみ、檀家数は約100件以下のお寺でありながら、「**樹木葬を新規オープンし、2日間で28件の集客、1か月間で合計約36件の集客を達成。2022年6月末時点で22件の成約、売上500万円を達成**」と、樹木葬立ち上げに成功された蓮昭寺をご紹介します。

蓮昭寺は、樹木葬のオープンに成功されただけでなく、樹木葬契約者含め、お付き合いがある方に向けた新しい「**会員制度導入**」により、葬儀の読経など、**ご供養を希望する方を幅広く受け入れられる社会性の高いお寺づくり**を進められており、現在は会員数を**200件以上**に伸ばされております。

今回のレポートでは、取り組みを進められた蓮昭寺住職のインタビューをダイジェストでお届けいたします！

【蓮昭寺 寺院概要】

◆エリア

神奈川県平塚市（2022年7月現在の人口約25万人）

◆宗派

日蓮宗

◆正職員数

僧侶1名のみ、家族経営



○蓮昭寺のご紹介○

1308年頃、当初鎌倉に開創されていましたが、1574年に比企谷妙本寺の末寺として現在の場所に再興されたと伝えられております。2024年に開創450年を迎え、現住職である上谷泰雅氏の代でペット供養の取り扱い開始、地域初の樹木葬を立ち上げるなど、地域内でも新しい取り組みに早期に取り組まれております。

蓮昭寺を成功に導いた3つの「すごいポイント」

Point 1

地域内の樹木葬の調査をもとに、ラインナップや価格で差別化した商材をつくり、集客数増に貢献

Point 2

社会貢献を中心に据えたコンセプトと
地元密着型のマーケティング戦略で認知度を最大化

Point 3

「樹木葬を買いにお寺に来て終わり」にならない
長期的な関係性をつくり上げる会員制度構築



宗教法人 蓮昭寺 住職 上谷 泰雅氏

○プロフィール

1962年神奈川県平塚市生まれ。大学卒業後、僧侶として活動を開始。25年ほど前に収益事業としてペット供養を始め、2,000件以上の施行実績がある。また、同時期に境内墓地を霊園化。5年前に石材店主導で地域初の樹木葬をスタート。2022年6月に自坊独自ブランドで樹木葬墓地をリニューアルオープン。1か月で36件の見学者を集め、売上も500万円を達成した。

ー上谷様、この度はお時間をいただき、ありがとうございます。本日はよろしくお願いいたします。まずは、蓮昭寺がどのような地域にあるのか、また上谷様が蓮昭寺の住職に就任された頃のご状況をお伺いしてもよろしいでしょうか？

こちらこそ、よろしくお願いいたします。蓮昭寺は、神奈川県の湘南地域と呼ばれるエリアにある平塚市にあります。周りは田んぼだらけのところにある、小さなお寺です。

先代の住職の頃は、「護持会」という形でお寺の収入を確保しつつ、住職自らも別の仕事をしながら、蓮昭寺を守っておりました。

私が住職に就任し、「自坊で収入の柱を持とう」と考え、25年ほど前に、ペット葬儀・供養を地域内で最初にスタートしました。また、境内墓地を改めて霊園に申請替えし、どなたでもご契約いただけるようにし、さらに5年前から石材店が主導となり、樹木葬を境内墓地にてスタートしておりました。

一方、**蓮昭寺の檀信徒の数は100件以下**で、事業の収入が生命線で事業のお客様は多いのに、「檀信徒の数は少ない」という特徴がありました。

お寺の集客が減っていることに危機感

ーなるほど。ご状況を教えてください、ありがとうございます。そのような中、蓮昭寺で課題に感じられたことがあったそうですね。

そうですね。蓮昭寺はこれまでの取り組みのおかげで、護持が続けられていましたが、将来のことを考えたときに、**今のままではいけないと危機感を感じました**。危機感を感じたのはなぜかというと、5年前にスタートした石材店主導の樹木葬の集客が減速し、造設してすぐの頃は月平均20件見学があったのが、**直近半年間は月平均3件に減ってきていたこと**、**周辺のお寺でも樹木葬のオープンが相次いだこと**によります。加えて石材店との契約上の制約もあり、**地域内でニーズが増えてきていた1名用、2名用の樹木葬を造設することができない**ということも気になっておりました。

そこで、より多くの方のニーズに合わせた樹木葬をつくり、集客や成約数を増やし、さらにご契約者との長期的なお付き合いができる関係性をつくり、今後の護持につなげていきたいと考えました。

ー課題感と今後の方針を教えてください、ありがとうございます。では、まずはどのような取り組みから始めたのでしょうか？

最初のステップとして、「**集客できる樹木葬づくり**」と「**お寺とつながれる会員制度づくり**」を進めました。前者は、現状売れ行きが低調だった樹木葬を**集客できる商品に見直し、新区画のオープンと販促**を実行し、**新たなご縁づくりと収入確保の両立**を目指しました。

後者は、「何かあればお寺に」とお越しいただけるような行きつけのお寺にいただくために**無料で入れる会員制度を整備し、「樹木葬を買っておしまい」にしない関係性**を構築し、長期的にお寺にお参りにお越しいただけることを目指しました。

社会性を意識したコンセプトと他との差別化を意識した区画づくり

ーなるほど。具体的にどんな取り組みをしてきたのか、お伺いしてもよろしいでしょうか。

まず最初に、「**集客できる樹木葬づくり**」についてです。

5年前に始めた樹木葬は、5年の間に競合の樹木葬が増えていたため、地域内の競合性が高まり、お客様の取り合いになっていたことが集客の減速の原因と考えられました。そこで集客を復活させるためには、競合との差別化が必要と考え、**コンセプトの見直しと区画づくりの見直し**をしました。



新しい樹木葬の区画イメージ

「コンセプトの見直し」は、具体的には「**仏教の教えが落とし込まれた樹木葬**」を打ち出し、他の樹木葬との差別化を図ることにしました。仏教の教えの中に「みな平等に仏に成ることができる」というものがあり、それを元に「好きな人と一緒に、ペットと一緒に、おひとり様も入れる自由なお墓」を打ち出しました。

ー新しく作るなら、と思い切ってコンセプトを作られたのですね。

そうですね。そして、次は**区画づくりの見直し**です。

敷地内の墓地には、墓じまいされた空き区画がありました。その空き区画にお骨の容器を埋め、プレートを設置し、植栽を植えることで樹木葬に仕上げていくことにしました。



実際の区画の造設前・造設後

樹木葬の仕様や何人用を何個つくるのか、またそれぞれの販売価格については、**周辺の樹木葬の仕様や価格調査をしたうえで収支計画をつくり**、その内容をもとに仕様や価格を決定いたしました。

事前の販促計画と実行の徹底でオープンに成功

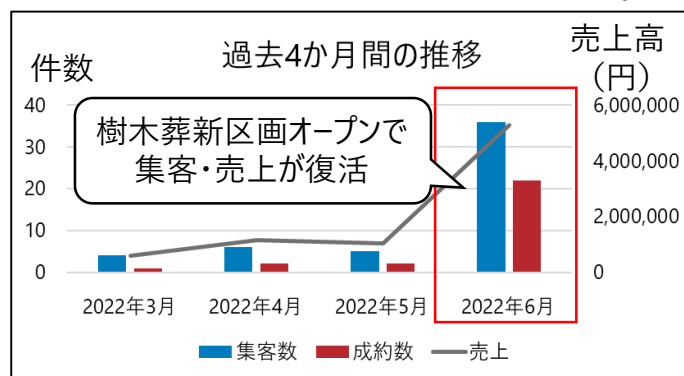
ーそのように進めてきたのですね。実際にオープンに向けての販促はどのようにされたのでしょうか？

オープンに向け、まず**販促計画を立てました**。6月の見学会で集客を最大化するために、**集客のための折込チラシの制作や折込手配、地域フリーペーパーの広告出稿スケジュール**などを綿密に決定し、徹底的に実行しました。

実際に販促を進めると、**見学会5日前に8件の予約、見学会前日には合計26件の予約**が入りました。

ー過去にないハイペースで見学希望の予約が入られたのですね！
見学会当日を迎えていかがでしたか？

結果、**2日間で来場は28件、樹木葬のご契約は18組**となりました。後日見学の方も含め、6月の1か月間の**最終的な集客数は36組、成約は22組**となり、**売上は500万円**を超えました。



お寺とご縁の新しいカタチ「会員制度」

ー非常に素晴らしいと思います...！樹木葬のオープンは成功されましたが、一方の「お寺とつながれる会員制度づくり」は、具体的に何をされたのでしょうか？

もう一つの取り組みである「会員制度」は、樹木葬やペット葬儀などで集客ができて、その後の法事につながる数が伸び悩んでいたため、その後の関係性構築と法事の依頼数増のために立ち上げました。具体的には、LINE公式アカウントの友だち追加で登録完了できる「**無料会員**」、樹木葬などを利用されている方を対象とする「**本会員**」に分けて運用しております。

立ち上げ半年ですが、**2022年7月時点の会員数は200件**を超えております。

現在も、樹木葬の見学者やペット葬儀の利用者一人ひとりにご案内し、会員が増えて続けております。将来はここから葬儀の読経のご依頼や、ご法事の受付数も増やしていきたいと考えています。

地域の供養問題を解決できるお寺へ

ーなるほど！まず第1ステップは順調といったところでしょうか。

最後の質問でございますが、上谷様は次はどのようなことをお考えでしょうか？

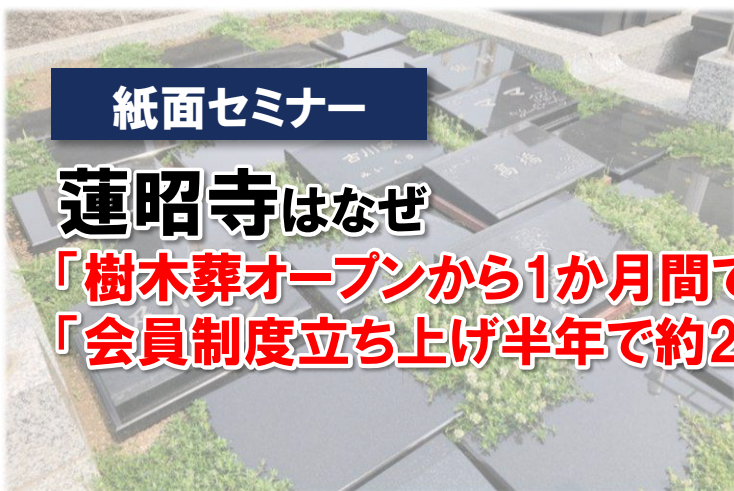
次のステップは「**樹木葬のさらなる成約数拡大**」と「**寺院葬儀の施行数も増やしていく取り組み**」を通じて、地域の供養問題解決ができるお寺としての認知度を高めていきたいですね。

ーありがとうございます。今回は、蓮昭寺住職の上谷泰雅氏に、インタビューさせていただきました。

紙面セミナー

蓮昭寺はなぜ

**「樹木葬オープンから1か月間で36組の集客、22組の成約」
「会員制度立ち上げ半年で約200会員」を実現できたのか？**



こんにちは、株式会社船井総合研究所の嶋田尚教と申します。

蓮昭寺のインタビュー記事はいかがだったでしょうか？蓮昭寺は樹木葬のオープンにより、売上を上げつつもお寺独自の会員制度をつくり、将来供養をする方を見守り続けようとしている姿勢がお分かりいただけたかと存じます。

改めて、蓮昭寺のすごいポイントとしては、

「檀家100件以下、住職1名で運営しながら」

「樹木葬オープンから1か月間で約36組の集客、22組の成約」

「会員制度立ち上げ半年で200会員」

これら3つが挙げられます。こういった結果も非常に興味深いのですが、蓮昭寺にて、成功するセオリーに従って計画されたことを徹底して取り組むこと、それがこのような結果につながっております。

一方で、本インタビュー記事を読んで「うちのお寺では難しい」と感じられたご住職もいらっしゃるかと思います。

実際、蓮昭寺の結果を完璧に再現しきることは難しい部分もありかと思えます。

しかし、ポイントをつかみさえすれば、貴山でも同様の成果をつくり出すことは可能です。

具体的なポイントを取り上げますと、下記の通りとなります。

蓮昭寺が集客に成功した4つのポイント

- ポイント① **競合調査を実施し、売れる区画づくりを実践**
- ポイント② **お寺が主体となり、チラシ・フリーペーパーの販促を実行**
- ポイント③ **来場者に向けた最適な接客対応の徹底**
- ポイント④ **寺院独自の会員制度で既存信徒さんも包み込む**

詳しい解説は次のページへ ▶▶▶

Point1 競合調査を実施し、売れる区画づくりを実践

樹木葬リニューアルにあたって、**周辺の競合調査**を実施。
価格調査に加え、区画のデザインや樹木葬の仕様、区画数などを調べ、**競合と差別化できる樹木葬**を検討しました。
蓮昭寺の場合は、特に「**価格**」「**納骨年数**」「**コンセプト**」の3点において明確に差別化。**集客増・成約数増につながったポイントの一つ**でした。



実際の競合調査レポート

Point2 お寺が主体のチラシ・フリーペーパーの販促を実行

販促についても、蓮昭寺が主導となって販促を実行。
見学会の日程を設定し、その日程に合わせて集客数を最大化できるように計画を立て、実行しました。
広告の内容には先述のインタビューにもありましたコンセプトをメインに、訴求が必要な「**料金**」「**樹木葬の特徴**」「**見学会の日程**」を必ず紙面に入れました。
加えて新聞の折込チラシだけでなく、地域フリーペーパーにも広告を出稿。
このような販促活動により、1か月間で**累計36組の見学者**を集めることに成功しました。



実際の折込チラシ

Point3 来場者に向けた最適な接客対応の徹底

樹木葬を成約につなげるために集客をするだけでなく、接客対応の最適化として、「**営業の流れの統一**」と「**誰でも成約できる接客ツール制作**」の2点を徹底されております。具体的なポイントを解説いたします。
「**営業の流れの統一**」は、生前に終活をしていて樹木葬を購入したいとお考えの方にも最適な営業手順を、実際のツールを使いながらその場で実践していただくロールプレイングを通じて全員ができるようになっておりました。
「**誰でも成約できる接客ツール制作**」は、営業の流れを統一するべく、ツール自体を「最初から最後まで順番に読み進めれば成約できる」形に整えております。
上記2点を実施することで、樹木葬の見学会に来場された方のうち、**樹木葬の成約率を50%以上**にすることに成功されております。



実際の接客ツール

Point4 寺院独自の会員制度で既存信徒さんも包み込む

樹木葬や永代供養商材を持つと、「檀信徒との関係がお墓のみになってしまい、完結してしまう」とお考えではございませんでしょうか。
蓮昭寺では、**新たに「会員制度」を立ち上げ**、お寺に関わる全ての方を対象に、お寺にご供養などを依頼できるようにしました。
手軽に入会できるよう、**LINEへの登録で完結する「無料会員」**を導入。また、樹木葬購入者には檀信徒と同様の特典をつけた「**本会員**」として登録。
7月1日現在で累計200件以上の会員登録があります。
この取り組みにより、行事の来寺数が増えたのはもちろん、ご法事や塔婆供養のご依頼数も増加傾向にあり、**樹木葬を売って終わりにしない関係性づくりに成功**しております。



実際の会員募集用ツール

これからの時代のお寺の護持発展は、これらのポイントをおさえて取り組めば、そこまで難しくありません。
今回のレポートをお読みいただいた上で、ぜひ初めの第一歩を踏み出してみてください。
貴山のご発展に少しでもお役立ちできたら幸甚に存じます。

レポートを最後までお読みいただいたご住職の皆様への特別なご案内

お忙しい中、お読みいただきありがとうございました。

ここまでお読みいただきましたご住職の皆様は、「上谷氏がさまざまな取り組みを進める中で、その思いや考えはどのようなものなのか?」「蓮昭寺の樹木葬はどうしてここまでうまくいくことができたのだろうか?」にご興味をお持ちいただけたのではないかと思います。

このたび、蓮昭寺の住職の上谷泰雅氏をお迎えし、寺院の護持発展のための「樹木葬立ち上げ・樹木葬の集客・会員制度の構築」をテーマとしたセミナーを開催いたします。

今回は直接上谷氏にお会いし、お話を伺いいただけたら、直接質問いただけるリアル開催と、ご自坊から気軽に参加いただけるオンライン開催の2種類受講の仕方が選べます。リアル開催の日程は20組限定でお席をご用意いたしました。先着順となっておりますので、少しでも自坊を変えていきたい、とお考えの住職の皆様は、この機会にぜひご参加ください。

株式会社船井総合研究所
ライフイベント支援部
ライフイベントグループ 寺院チーム

嶋田 尚教

お寺の樹木葬＋会員制度 立ち上げ事例大公開セミナー

特別ゲスト講座

樹木葬と会員制度で生まれ変わった！ 蓮昭寺の取り組み大公開！

直近、樹木葬の集客数が伸び悩んでいた蓮昭寺が、樹木葬の新規オープンを進め、地域密着型マーケティングの実行を通して1か月間で売上500万円、集客数36件を達成。その樹木葬の商品づくりとマーケティング手法に加え、お寺独自で立ち上げ、2022年7月現在200会員を超える檀信徒制度に代わる“会員制度”の取り組みを、実際に取り組まれた住職からお話いただきます！

特別ゲスト
蓮昭寺 住職

上谷 泰雅氏

受講料（1名様・税込）

一般：16,500円
会員：13,200円

会員価格は各種経営研究会・経営フォーラム、および社長onlineプレミアムプラン（旧：FUNAIメンバーズPlus）へご入会中のお客様のお申込に適用となります。

お申し込み方法

右記のQRコードから、または
船井総研ホームページ
(www.funaisoken.co.jp)
の右上検索窓に
お問い合わせNo.089754
を入力いただき、お申込ページ
にてお申し込みください。



樹木葬立ち上げの成功事例をご紹介します！

☑ 成功事例① 岐阜県山県市

オープン2年で売上 **7,000万円** を達成！



☑ 成功事例② 福岡県宗像市

造設費用50万円で売上 **1,000万円**！



☑ 成功事例③ 山梨県甲府市

境内の遊休地に造設し初月売上 **1,500万円**！



☑ 成功事例④ 愛知県名古屋市

境内地に墓地申請・造設し、売上 **3,000万円**！



お寺の樹木葬立ち上げ事例を大公開！セミナー概要

開催日時・会場

※全日程とも内容は同じです。
ご都合のよい日程をお選びください。

2022年 **9/9(金)** 東京会場
(株)船井総合研究所 東京本社
〒100-0005 東京都千代田区丸の内1-6-6 日本生命丸の内ビル21階

2022年 **9/13(火)**
2022年 **9/20(火)** } オンライン開催
(Zoomを使用)

各日程13:00～16:00 (受付またはログイン開始12:30～)

お申し込み方法

右記のQRコードを読み取っていただくか、
船井総研ホームページの右上検索窓に
お問い合わせNo.089754を入力、
お申込ページにてお申し込みください。



受講料 (1名様・税込)

一般：16,500円
会員：13,200円

会員価格は各種経営研究会・経営フォーラム、および社長onlineプレミアムプラン
(旧：FUNAIメンバーズPlus)へご入会中のお客様のお申込に適用となります。

株式会社船井総合研究所のご紹介

○株式会社船井総合研究所とは

中堅・中小企業を対象に専門コンサルタントを擁する日本最大級の経営コンサルティング会社。
業種・テーマ別に「月次支援」「経営研究会」を両輪で実施する独自の支援スタイルをとり、「成長実行支援」「人材開発支援」「企業価値向上支援」「DX（デジタルトランスフォーメーション）支援」を通じて、社会的価値の高い「グレートカンパニー」を多く創造することをミッションとする。
その現場に密着し、経営者に寄り添った実践的コンサルティング活動は様々な業種・業界経営者から高い評価を得ている。船井総研グループ全体で172の経営研究会が主宰され、入会者数6,550名と国内最大級のコンサルティング実績を誇る。(2021年実績)



株式会社船井総合研究所公式ホームページ
<https://www.funaisoken.co.jp/>

ご入金確認後、マイページの案内をもってセミナー受付とさせていただきます。

お寺の樹木葬＋会員制度立ち上げ事例大公開セミナー

お問い合わせNo. S089754

東京会場

※全日程同じ内容となります。ご都合のよい日程をご選択ください。

2022年 **9月9日** (金)

開始 終了
13:00 ▶ 16:00 (受付12:30より)

船井総合研究所 東京本社

〒100-0005 東京都千代田区丸の内1-6-6 日本生命丸の内ビル21階

JR「東京駅」丸の内北口より徒歩1分

諸事情により、やむを得ず会場を変更する場合がございますので、会場は受講票にてご確認ください。
また最少催行人数に満たない場合、中止させていただく場合がございます。尚、中止の際、交通費の払戻し手数料等のお支払いは致しかねますので、ご了承ください。
新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、感染状況が収束するまでの期間は、録画等によるWeb開催へ移行させていただく可能性があります。
何卒ご理解をいただきますようお願い申し上げます。

オンライン開催

2022年 **9月13日** (火)

開始 終了
13:00 ▶ 16:00 (ログイン開始12:30より)

2022年 **9月20日** (火)

開始 終了
13:00 ▶ 16:00 (ログイン開始12:30より)

本講座はオンライン受講となっております。諸事情により受講いただけない場合がございます。ご了承ください。
オンラインミーティングツール「Zoom」を使用いたします。

申込期限

各開催日の4日前まで

- 銀行振込み：開催日6日前まで
- クレジットカード：開催日4日前まで

※お支払い方法によって異なりますのでご注意ください ※祝日や連休により変動する場合もございます
※満席などで期限前にお申込みを締め切る場合もございます

受講料

一般価格

税抜 15,000円 (税込 **16,500円**) / 一名様

会員価格

税抜 12,000円 (税込 **13,200円**) / 一名様

- 銀行振込の方は、開催4日前までにご入金をお願いいたします。なお、ご入金の際は税込金額でのお振込みをお願いいたします。
万が一、セミナー開催4日前までにお振込みできない場合は、事前にご連絡ください。
- 会員価格は、各種経営研究会・経営フォーラム、および社長onlineプレミアムプラン(旧：FUNAIメンバーズPlus)へご入会中のお客様のお申込に適用となります。

お申込方法

1.Webお申込み



下記QRコードを読み込み
もしくは
船井総研HPの右上検索窓に
089754 で検索

2.お支払い



お申込み時に
クレジットカード・銀行振込
のご選択が可能です

3.メールが届く



受講料のお支払い確認後
お申込み手続き完了のお知らせを
メールで案内、マイページにも
ご案内が表示されます

4.セミナー受講



お申込みされた会場にて
セミナーへご参加ください

お問合せ



明日のグレートカンパニーを創る

Funai Soken 株式会社船井総合研究所

船井総研セミナー事務局 E-mail: seminar271@funaisoken.co.jp

TEL:0120-964-000(平日9:30~17:30)

▼よくあるご質問

- ・お申込みに関してのよくあるご質問は、
「船井総研 FAQ」と検索しご確認ください
- ・Zoomご参加方法に関してのよくあるご質問は
「船井総研 Web参加」と検索しご確認ください

▼お申込みはこちら



登録・年会費無料！登録特典あります！

船井流 永続寺院経営を学ぶメルマガ

新規購読者募集！

こんなお悩みはありませんか？

- ☑ 樹木葬などの新規寺業への取り組みを知りたい
- ☑ もっと人が集まるお寺にしていくためのノウハウを取り入れたい
- ☑ 将来寺院の承継があり、次の事業を考えるきっかけが欲しい
- ☑ とりあえずお寺の経営について有益な情報がほしい

寺院経営に役立つ情報を無料提供！

メルマガ登録は簡単！
1分で完了！

簡単登録2ステップ

- ①QRコードを読み取る⇒
- ②メールアドレスを登録

たったこれだけ！



今ご登録いただくと！

「寺院向け無料経営レポート」
の無料ダウンロードができます！

※メルマガ登録後に、ダウンロードをするためのページURLをメールにてご連絡いたします。
そちらのページにて、必要事項を入力いただくと閲覧・ダウンロードができるようになります。



寺院経営の
最新事例を含めた
コラム・レポートも
継続配信！