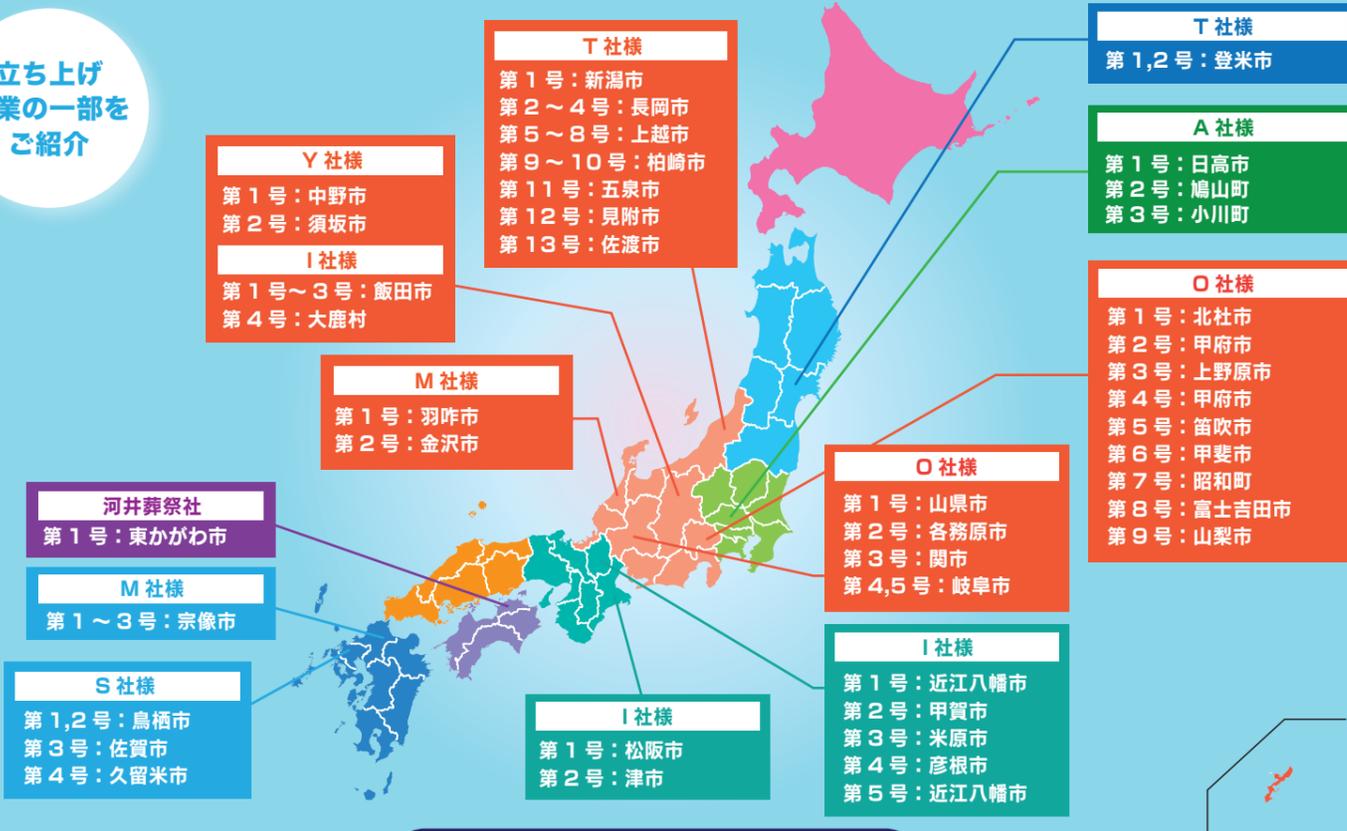


樹木葬立ち上げ支援実績全国 100 霊園以上！ 船井流樹木葬立ち上げノウハウを大公開します

立ち上げ
企業の一部を
ご紹介



開催日時・場所

行政人口 2.8 万人でも成功できる樹木葬のつくり方

開催日時 **5月20日(火) 14時30分～17時30分**
受付開始：開始時間 30 分前～

開催場所 **船井総合研究所 大阪本社** 〒541-0041 大阪市中央区北浜 4-4-10 船井総研大阪本社ビル
[地下鉄御堂筋線「淀屋橋駅」@番出口より徒歩 2 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、会場はマイページ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いたしかねますので、ご了承ください。

参加料金

・一般価格 (税抜) 30,000 円 (税込 33,000 円) ・会員価格 (税抜) 24,000 円 (税込 26,400 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 メンバース Plus) へご入会中のお客様のお申込みに適用となります。

【お申込み期限】・銀行振込：開催日 6 日前まで ・クレジットカード：開催日 4 日前まで ※祝日や連休により変動する場合がございます。

葬祭業・墓石仏壇店経営
メールマガジン無料配信中！

今ご登録いただくと・・・

葬祭業・墓石仏壇店経営
小冊子を無料ダウンロード！

1分で簡単登録！
今すぐご登録ください

お申込み方法 -webからのお申し込み-

セミナー情報を Web ページ
からもご覧いただけます！

右記の QR コードを読み取りいただき Web ページの
お申し込みフォームよりお申し込みくださいませ。
※お申込みに開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。

<https://www.funaisoken.co.jp/seminar/127360>



葬儀業界 墓石仏壇業界 向け

初期投資 **50 万円**～スペース **3 坪**～
自社で墓地を持っていなくても立ち上げ可能

樹木葬 立ち上げセミナー 2025

特別インタビュー 人口 **2.8 万人**、競合がすでに **2 社**いる中
地域最後発で樹木葬を OPEN。にもかかわらず、
1 か月で売上 **2,000 万**達成した秘密とは

河井葬祭社の成功事例を大公開！

- ✓ **地域最後発**でも、**1 か月**で売上 **2,000 万円**！
- ✓ **単価 70 万円**でも **契約率 80%**を達成！
- ✓ オープン前に **広告費 0 円**で見込み客が **20 組以上**。
- ✓ **地域密着型の企業**だからこそできる戦い方
- ✓ **初期投資**を **1 か月**で回収！

2025年 2月 OPEN 最新事例

特別インタビューの詳細は中面をご覧ください

取締役 水田憲氏

有限会社 河井葬祭社

人口2.8万人、地域最後発でも 1か月で売上2,000万円達成！

有限会社河井葬祭社のご紹介

大正15年に創業。葬祭事業として香川県東かがわ市を中心に葬祭式場を4式場展開する地域密着型葬儀社。

2025年3月からは樹木葬事業に参入し、東かがわ市に樹木葬をオープン。東かがわ市は人口2.8万人かつ競合が2社すでに樹木葬を立ち上げている中でも、1か月で2,000万円の売り上げを達成。さらに未経験にもかかわらず契約率80%という高い契約率を実現している。



有限会社河井葬祭社
水田 憲 氏

企業概要



■商圏エリア 香川県東かがわ市、さぬき市
■売上高 3億円
■従業員数 17名

有限会社河井葬祭社のポイント

- ✓ 地域最後発、競合が2社いる中でも1か月で売上2,000万円を達成！
- ✓ 樹木葬販売未経験でも予約・契約率80%！
- ✓ 人口2.8万人でも初期投資400万円を1か月で回収！

樹木葬成功事例特別インタビュー

—この度はインタビューをお引き受けいただき、ありがとうございます！

樹木葬を立ち上げて大成功された河井葬祭社のお話を伺っていきたくと思いますが、まずは今回、樹木葬を立ち上げられたきっかけを教えてください。

こちらこそ、貴重な機会をいただきありがとうございます！

樹木葬を立ち上げた最初のきっかけは、ご葬儀のお客様からいただいたお声でした。「永代供養がしたいけど、お参りしやすい場所がいい」「市内に樹木葬はあるけど、河井さんのところにはないの？」といったご相談をお客様からいただいていたことがきっかけです。東かがわ市では人口2.8万人にもかかわらず、すでに競合が2社樹木葬を立ち上げている状況でしたが、よりアクセスのよい場所で永代供養を受けられる樹木葬をご案内できれば、弊社で葬儀をされるお客様のニーズにより応えられるのではないかと考え、自社で立ち上げることを考えました。

—なるほど。すでに2社競合の樹木葬霊園がある中での立ち上げだったかと思いますが、そちらのとの差別化はどのように行っていったのでしょうか？

まずはお客様の中で一番気にされている方が多かった「アクセスの良さ」（立地）で競合に勝てるようにするため、市内中心部からお参りしやすい場所にあるお寺を中心に交渉を行って行きました。最終的には、弊社の取締役である兄の知人が副住職をされているお寺が立地が良く、知名度も高いお寺であったため、そちらと提携して立ち上げを進めて行きました。そちらのお寺では本堂とは少し離れた土地で墓地申請の下りている場所をいくつか持たれていたため、開発場所は近隣の皆様のご意見やお寺様との意向を交えて打合せしながら慎重に決めて行きました。

その次に、**区画の設計や価格設定についても競合霊園との差別化を意識しました。**

樹木葬を検討されているお客様に購入の際にネックになっているポイントを伺うと、「チラシに書いている金額

	立地	価格	区画設計
河井葬祭社	○ 市内中心部	○ 追加費用はなし 総額は競合2社と同程度	○ 目の前で拝める
競合A社	△ 市内中心部から少し離れた場所	△ 追加費用がかかる	△ 区画に奥行きがあるため 手前で拝めない場所がある
競合B社	× 中心部から離れており、 山道でお参りしづらい	○ 何名でも料金が変わらない	△ 区画に奥行きがあるため 手前で拝めない場所がある

以上に（追加で）費用がかかってしまう」「奥行きがあって、目の前で拝めない場所がある」という点でした。そのため自社の霊園では「追加費用がかからない金額設定」「区画は目の前で拝める設計」にすることで差別化を図り、お客様の声を取り入れながら区画を作っていました。

—最後発だからこそ競合調査を行い、お客様の声を取り入れながら商品開発を行われたのですね！集客はどのように行っていったのでしょうか？

集客にあたっては約3か月かけて計画的に見込み客づくりを行いました。

まず着手したのは、既存の葬儀会員様や施行されたお客様への販促活動です。会員様向けに開催しているバスツアーの中で樹木葬のチラシを配布するとともに、墓じまいや樹木葬に関するアンケートを実施し参加者との対話を通じて関心層の掘り起こしを行いました。また、葬儀会館にポスターを掲示すること、葬儀のアフターサポートで早期に樹木葬をご案内することで葬儀を施行された方の取りこぼしもないように行いました。その結果、**オープン前の段階で20組以上の見込み客を獲得しました。**チラシなども自社印刷で対応したため**実質広告費用は0円で見込み客を作ることができました。**

そして、同時進行で一般の方向けの集客も行っていました。自社と接点のない新規層にも幅広く集客するために、折込チラシだけではなく年末年始にお寺を訪れる参拝客に向けて看板・のぼり設置やチラシ配布による販促も行いました。また、地元メディアにも取り上げていただけるようにプレスリリースでの発信も行いました。



—自社、お寺の強みを活かしながらオープン前から計画的に見込み客づくりされてきたんですね。

実際、オープンした結果はいかがだったでしょうか？

最初に会員様と見込み客向けの先行オープンを行い、2日間で20組がご来場、17組が成約につながりました。事前に見込み客を取っていったことが功を奏し、成約率は85%になりました。

また、その後の一般向けオープンでも11組が予約・成約となり、全体でご来場された方のうち、**80%近くの方が成約**されるという想定以上の結果となりました。



—見込み客・会員向けだけではなく、一般向けのオープンでも8割近くの成約率だったんですね！

樹木葬の成約率は6割あれば高いとされている中で、素晴らしい成果だと思います。

成約率を上げるために工夫した点を教えていただけますでしょうか？

樹木葬についての研修を、テーマで分けて3回行ったことが良かったのではないかと考えています。樹木葬の接客は自社のスタッフが行いますので、そもそも樹木葬についての知識がない方が多かったため、①樹木葬とはそもそも何か（どういう方にニーズがある商品なのか）、②自社の樹木葬の強み（競合との比較）、③樹木葬で成約を取るための営業手法という3つのテーマで研修を行い、スタッフごとに樹木葬の知識レベルや営業スキルに差が出ないようにしました。また、③の営業研修の際には**樹木葬の接客ロープレ**も行い、接客のトークや、見学会の案内の中で必ず行うことを細かく確認していきました。ロープレの中では、当日来ていただいた船井総研さんからフィードバックをいただいたり、スタッフ同士で互いの接客をフィードバックし合うことでより成約率を高められたのではないかと思います。



—ありがとうございます。今後の展開はどのように考えられていますか？

他のエリアでの拠点展開も視野に入れています。今回の樹木葬のオープンで、樹木葬の需要の高さと今後の可能性を感じているので、自社式場のある他エリアでもお客様のニーズに対応できるように、樹木葬の立ち上げを行っていく予定です。

—このDMを読まれている方も地方で樹木葬にチャレンジしたいと思っている方がたくさんいらっしゃるかと思います。その方にメッセージをお願いいたします！

皆様の中にも樹木葬はやりたいけどお寺との関係が難しそう、競合がいるから厳しい、など思われている方も多いかもかもしれません。私も東かがわ市という決して大きいマーケットとは言えない地域での新たなチャレンジには、不安や迷いがありました。ですが、地方だからこそ、私たちのような地域密着型の企業が果たせる役割があります。ぜひ皆様も、地域のお寺様と手を取り合いながらその土地の暮らしに寄り添った樹木葬霊園づくりに挑戦していただければと思います。

—本日はありがとうございました！

全国累計100霊園以上の立ち上げ実績から厳選！ 樹木葬立ち上げの成功事例が聞けるセミナーが開催！

お忙しい中、ここまでレポートをお読みいただきありがとうございました。

樹木葬は、永代供養へのニーズの高まりや後継者不在の増加を背景に、今や高収益なビジネスモデルの一つとして注目を集めています。

一方で、近年では多くの地域で競合の参入が進んでおり、「始めれば売れる」時代は終わりつつあるのも事実です。

今このレポートをご覧いただいている皆様の中にも、

「樹木葬を始めたいけど、うちの地域はすでに競合がいるから難しいのでは…」

「高齢化、人口減少が進む地方で、本当に成り立つの？」

「魅力は感じるけど、自社で本当に売れるのか不安」

そんなお悩みや不安を感じていらっしゃる方も多いのではないのでしょうか。

今回ご登壇いただく河井葬祭社も、まさにそうした環境下での立ち上げでした。

東かがわ市は人口約2.8万人の地方都市で、すでに2社の競合霊園が存在している状況。

しかし、立地選定や商品設計、販促の工夫によって、なんと初月から売上約2,000万、成約率80%超という非常に高い成果をあげられました。

「人口が少なくても、競合が多くても売れる」

その可能性を、ぜひ皆様にも知っていただきたいと思っています。

今回のセミナーでは、河井葬祭社のような実際の成功事例を含め、全国100霊園以上の立ち上げに関わってきたからこそ語れる、リアルな実践ノウハウや落とし穴、苦労話まで包み隠さずお伝えいたします。

成功事例だけを並べた表面的な話ではありません。

「うちは例外だから」と思われている方こそ、ぜひ一度ご参加ください。

このセミナーが、貴社の新たな収益の柱となるヒントになれば幸いです。

当日、皆様とお会いできることを楽しみにしております。

株式会社船井総合研究所 岡 千晴

セミナーの中で実際に聞ける
樹木葬立ち上げに必要な手法・ノウハウはこちら

全国 100 霊園超の成功事例を基にしたノウハウを当日大公開！

開発

最短 1 か月で樹木葬提携先を見つける手法を大公開！

事例 1

寺院向け DM の実施でわずか 1 か月の間に 2 拠点の提携先を獲得！

事例 2

訪問営業 × 営業ツールの活用で、1 か月で提携先を獲得！



樹木葬の提携先をどのように探すのがよいかを、成功事例と具体的なツールを交えてセミナーでお伝えします。

商品設計

1 か月で 2,000 万円を売り上げる樹木葬の商品設計ノウハウ

事例 1

競合との差別化を図ることで 1 か月で区画の 8 割が契約済みに！

事例 2

コンセプトに基づいた霊園づくりで初年度売上 7000 万円達成！



霊園・区画作りを成功させるためのコンセプト設計。そして価格設定など商品設計に必要なポイントをお伝えさせていただきます。

集客

OPEN 1 か月で 38 組を集客できる広告宣伝の手法とは

事例 1

既存名簿を活用した広告活動と新規向けの広告活動の組み合わせにより 3 日間で 126 組集客！

事例 2

折込チラシ × 地域メディアの活用によって 4 日間で約 97 組の集客に成功



初月から集客に成功する販促手法を成功事例を交えてお話しします。

営業

未経験の営業マンでも成約率が 80% 超え！

事例 1

仕組み化された営業手法を大公開！未経験のパートスタッフでも成約率は 80% 超え！

事例 2

誰でも読み進めるだけ営業ができる“紙芝居型営業ツール”を大公開



樹木葬販売未経験者でも売れる営業手法とその仕組みをお伝えします。

上記、4 つの樹木葬立ち上げポイントと机上の空論ではない
有限会社河井葬祭社のゲスト講座を踏まえ当日はお伝えいたします。

第 1 講座

なぜ今樹木葬を始めるべきなのか？

樹木葬をやるべき理由を、それぞれの事業者の背景とともに解説いたします。全国の成功事例も紹介していきます。

株式会社船井総合研究所 ライフイベントグループ
チーフコンサルタント 新井 達也

第 2 講座

オープンからわずか 1 か月で売上 1,500 万円達成した有限会社河井葬祭社が取り組んだこと

有限会社 河井葬祭社の水田憲氏より、なぜオープンからわずか 1 か月という短期間で 1,500 万円もの売り上げを達成できたのかをパネルディスカッション形式でお伝えいたします。

有限会社 河井葬祭社 取締役 水田 憲 氏
株式会社船井総合研究所 ライフイベントグループ
マネージャー 野町 惇斗

第 3 講座

失敗しない樹木葬霊園の作り方

樹木葬をするといっても何から始めていいのかわからない、そのような方に必見の立上げフロー解説の講座です。開拓、開発、集客、営業のフェーズに分けて解説いたします。

株式会社船井総合研究所 ライフイベントグループ
岡千晴

第 4 講座

まとめ講座

樹木葬立ち上げのためにまずは何からすべきなのか、第二講座、第三講座を踏まえて解説いたします。

株式会社船井総合研究所 ライフイベントグループ
チーフコンサルタント 新井 達也