

講座	講座内容
第一講座	<p>仏壇・墓石業界全体の動きと成功事例</p> <p>仏壇・墓石業界で今何が起きているのか、そして今どんな仏壇店・墓石店が成功しているのかを解説いたします。</p> <p>株式会社 船井総合研究所 ライフサポート支援部 マネージャー 野町 惇斗</p>
第二講座	<p>仏壇・墓石店ができる細部にこだわったマーケティングで前年比プラスで推移する店舗運営の方法</p> <p>群馬県全域に店舗を置くメモリードグループの仏壇墓石店である「清閑堂」。3年前に葬儀社にジョインした仏壇墓石店は3年で毎年110%以上の売上アップに成功しています。そこで行われていることと、店舗単位でどんなことをしているのかなどをパネルディスカッション形式でお伝えさせていただきます。</p> <p>株式会社 メモリードグループ 清閑堂事業部 岩木 亮一 氏</p> <p>株式会社 船井総合研究所 ライフサポート支援部 リーダー 新井 達也</p>
第三講座	<p>仏壇店・墓石店別成功事例講座</p> <p>船井総研のお付き合い先の仏壇店・墓石店で成果の出ている取り組みや今年度皆様に取り組んでいただきたいことを成功事例をもとにお伝えさせていただきます。</p> <p>株式会社 船井総合研究所 ライフサポート支援部 リーダー 新井 達也</p>
第四講座	<p>仏壇店・墓石店が明日からできること</p> <p>次の10年を考えていったときに、まずは明日から取り組めること、どのように今後を考えていけばいいのをお伝えさせていただきます。</p> <p>株式会社 船井総合研究所 ライフサポート支援部 マネージャー 野町 惇斗</p>

開催日時・場所

2026年**3月26日(木)**
14:00~17:00
(受付開始：開始時間30分前~)

船井総合グループ 東京本社
サステナグローススクエア TOKYO
〒104-0028 東京都中央区八重洲二丁目2番1号
東京ミッドタウン八重洲 八重洲セントラルタワー 35階
JR「東京」駅 地下直結（八重洲地下街経由）、東京メトロ丸の内線「東京」駅 地下直結（八重洲地下街経由）

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。

お申込み期日 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
※祝日や連休により変動する場合がございます

受講料

一般価格 税抜 **30,000**円 (税込 **33,000**円) / 一名様
会員価格 税抜 **24,000**円 (税込 **26,400**円) / 一名様

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みに適用となります。

お申込み方法

【QRコードからのお申込み】
右記QRコードからお申込みください。

【PCからのお申込み】
<https://www.funaisoken.co.jp/seminar/138153>
船井総研ホームページ (<https://www.funaisoken.co.jp>)
右上検索窓に「138153」をご入力し検索ください。



E-mail seminar271@funaisoken.co.jp TEL 0120-964-000 (平日9:30~17:30)

※よくあるご質問は「船井総研 FAQ」と検索しご確認ください。
※お電話・メールでのセミナーお申込みは承っておりません。

開催日時 **2026年 3/26 木**
14:00~17:00 (受付開始:開始時間30分前~)

会場
船井総研グループ 東京本社
サステナグローススクエア TOKYO(八重洲)
〒104-0028 東京都中央区八重洲2-2-1
東京ミッドタウン八重洲 八重洲セントラルタワー35階

仏壇・墓石業界 2026 時流予測

仏壇・墓石業界における2026年のメガキーワード



上場企業の動きを踏まえた
地方仏壇墓石店が今後5年でとるべき3つの戦略とは

墓じまい・仏壇処分の増加の波に対して
とるべき施策とは

仏壇販売実績と永代供養の最新事例から読み解く
今年とるべき商品戦略x永代供養商品のトレンド



事業承継・M&Aを踏まえた
業界再編の最終局面？
2026年にとるべきこと

AI・デジタル時代が遂に仏壇・墓石業界にも到来



仏壇・墓石店版 AI活用の成功事例紹介

ゲスト講師

株式会社メモリードグループ
清閑堂事業部
岩木 亮一 氏

主催

仏壇店・墓石店のための経営戦略セミナー お問い合わせNo. 138153
サステナグロースカンパニーをもっと。株式会社船井総合研究所
〒104-0028 東京都中央区八重洲二丁目2番1号 東京ミッドタウン八重洲 八重洲セントラルタワー35階



2026年 仏壇・墓石業界はどのような？

仏壇・墓石業界における今後の経営戦略を決める

仏壇・墓石業界における2026年のメガキーワード

上場企業の動きを踏まえた地方仏壇墓石店が今後5年でとるべき3つの戦略とは

人口減少と多死社会が加速する中、地方・中小の仏壇墓石店が生き残るための「ロードマップ」を提示します。単なる価格競争に陥るのではなく、地域での信頼を資産に変え、次の5年を勝ち抜くために不可欠な「差別化・多角化・効率化」の3つの本質的な戦略を徹底解説します。



仏壇販売実績と永代供養の最新事例から読み解く今年とるべき商品戦略×永代供養商品のトレンド

船井総合研究所とお付き合いをさせていただいている企業の仏壇販売実績を集計し分析結果から2026年にとるべき商品戦略をお伝えします。また仏壇だけではなく永代供養関係の商品トレンドも最新事例からトレンドを読み解きお伝えします。



墓じまい・仏壇処分の増加の波に対してとるべき施策とは

供養の形態が激変し、今や「処分」への対応は避けて通れない課題です。これを単なる「負の仕事」と捉えるか、新たな顧客接点と捉えるかで企業の命運は分かれます。増加し続ける処分ニーズをどのように受け止め、次の供養提案や新たな収益源へと繋げていくべきか、その具体的な実践手法を探ります。



事業承継・M&Aを踏まえた業界再編の最終局面？2026年にとるべきこと

業界再編の波が押し寄せる2026年、地域をリードする企業には「攻め」と「守り」の両輪の戦略が求められます。円滑な事業承継による組織の若返りから、M&Aを活用したエリア拡大やドミナント戦略まで、地域一番店としての地位を盤石にするための経営判断のポイントを明示します。



仏壇・墓石店版 AI活用の成功事例紹介

仏壇・墓石業界でも遂に生成AI時代の到来。マーケティングの自動化、業務効率化など、すでに全国で事例が出来つつあります。ハードルの高いIT投資ではなく、明日から現場で活用できる「仏壇・墓石店特化型」のAI活用成功事例を、厳選してご紹介します。



2026年にすぐに実施すべきこと

01 脱・仏壇墓石単体依存

大手各社が「墓石・仏壇の販売」単一販売から「永代供養」などへと舵を切った今、地域店がとるべき戦略は墓じまいの集客強化と個人供養向けの商品づくりです。樹木葬や納骨堂といった「承継不要商品」をフックに、生前からの顧客接点を作るための商品設計を行い、大手にはできない、地域特性を活かした高付加価値な「小さなお墓」がキーとなります。

02 デジタル化された顧客データの活用×AI活用。そして生産性向上へ

DXという観点は数年前より仏壇墓石業界のキーワードとして出てきていますが、デジタル化された顧客データの活用し顧客対応力を上げていく必要があります。どの業界にも言えることですが、「賃上げ」の観点は引き続き継続していくことを考えれば、生産性向上は必須。そのためにも業績を上げる角度で、AI活用は必須といえます。

03 ライフエンディング領域への拡張

「墓石・仏壇が必要になったらお越しください」という待ちの姿勢では、もはやWeb集客で圧倒的なシェアを持つプラットフォーマーには勝てません。地域密着企業に求められるのは、ネットでは完結できない「リアルな相談対応力」です。葬儀・墓石・仏壇だけでなく、相続、遺品整理、空き家問題まで、異業種連携により顧客のLTV(生涯価値)を最大化し、大手の隙間を埋める「地域密着型エコシステム」が重要となります。

04 寺院コンサルティング力

寺院を「販売先」ではなく「経営パートナー」として支援していく必要があります。永代供養墓の企画・集客代行から、Web活用による檀家との関係強化まで、単なる「モノ売り」から脱却し、経営パートナーとなることが地域密着企業には必要となります。

05 業界再編と生き残り

大手のM&A攻勢、他業界からの参入など市場縮小の中で進む「二極化」が加速しています。「現状維持」はリスクでしかありません。大手の資本力を借りるM&Aを選ぶか、あるいは地域内で独自のポジションを確立し高収益企業を目指すか。最新の業界地図と上場企業の戦略を分析し、地域密着企業がとるべき3つの選択肢(特化型ニッチ、エリアドミナント、異業種提携)を考える必要があります。