

葬祭業向け

葬祭業向けWebマーケティング内製化セミナー

- 第1講座** **伸びている葬儀社の集客事例**
 成長している葬儀社の集客やマーケティングトレンドなど、成功事例をもとにお話します。
 株式会社船井総合研究所 ライフエンディンググループ マネージャー 赤荻透
- 第2講座** **有限会社ながたに生花に学ぶ Webマーケティングで売上を上げる方法**
 有限会社ながたに生花の実践事例をもとに、反響管理からホームページ改善、追客対応までを一貫して内製化し、売上につなげてきたWebマーケティングの考え方や具体的な取り組みをお伝えします。
 ゲスト講師 有限会社ながたに生花 中谷 浩太氏 株式会社船井総合研究所 水島 芳将
- 第3講座** **Webで成果を出すための3つの差別化の方法**
 Webで成果を出すためには、施策以前に「自社がなぜ選ばれているのか」を明確にすることが欠かせません。有限会社ながたに生花の取り組みや他社事例をもとに、他社との差別化をつくるための考え方を解説します。フレームワークによる強みの整理に加え、顧客インタビューを通じて選ばれる理由を深掘りし、AIを活用して打ち手に変えていくプロセスを紹介します。
 株式会社船井総合研究所 ライフエンディンググループ 水島芳将
- 第4講座** **明日から取り組みたいこと**
 本日のまとめと明日から取り組みたいことをお伝えします。
 株式会社船井総合研究所 ライフエンディンググループ マネージャー 赤荻透

セミナー詳細

開催日時 **2026年3月30日 (月)** 14:00~17:00

開催場所 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 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

受付時間 開始時間 30分前~

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。

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。

受講料 (1名様) 会員価格 税抜 30,000円 (税込33,000円) /1名様 一般価格 税抜 37,500円 (税込41,250円) /1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も適用となります。

お申込み方法

お申込みはこちらから

【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/139167>
 船井総研ホームページ (<https://www.funaisoken.co.jp>) の
 右上検索マークから「139167」をご入力し検索ください。

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。

経験値
ゼロからでも

たった6ヶ月で葬儀社の
Web担当者が育成できる

Webからの資料請求+会員登録 5 倍増を実現

Web広告運用やKPI設定、会議資料の作成から、
問い合わせ客の追客と管理を行う専任担当者の作り方

業績が好調な葬儀社ではこんな成果が出ています!

- 成功事例
- 月10件以上のWeb反響を安定的に獲得し、さらに**会員獲得+施行獲得率80%超**
 - 3年で**Web経由施行が全体の約40%以上**を占める集客構造へと改革
 - Web広告費を抑えながら、Web経由の施行・売上が**3年間で160%成長**
 - 自社集客での施行依頼が増加**し、紹介サイトからの送客比率が低下
 - Web成果を正確に可視化し、PDCAのスピードが向上。**担当者自ら考えやりがいを創出**



ゲスト講師
 有限会社ながたに生花
中谷 浩太氏
 有限会社ながたに生花に学ぶ
 Webマーケティングで売上を上げる方法

実行したことを中面で解説!

主催 **Funai Soken** サステナグロースカンパニーをもっと。

葬祭業向けWebマーケティング内製化セミナー
 お問い合わせNo. S139167

株式会社船井総合研究所 〒104-0028 東京都中央区八重洲2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35F

家族葬モデルの同質化で差別化できず

葬儀社の集客についてこのようなお悩みをもっていないませんか？

外注していて結局
どれくらい葬儀に繋がっているか
検証できずわからない

集客の仕組みが
ブラックボックス化し
AI検索の対応も遅れている

チラシの反響が悪くなって
相談数や依頼数が減っている
ので新しい集客窓口を作りたい

外注任せではもう戦えない。社内に「判断できるWeb担当者」はいますか？

葬儀社が今やるべき3つのWeb投資とは!?

その1 判断できるWeb担当者の育成

外注任せにせず、広告や施策の良し悪しを社内で判断できるWeb担当者を育てるための投資です。経営と同じ目線で数字を理解する人材がいることで、施策の精度が高まり、集客判断のスピードと納得感が生まれます。



その2 Webの反響管理と対策

問い合わせ件数だけで判断せず、受注や施行につながっているかまで把握するWeb反響管理への投資です。広告・サイト・対応内容を見直すことで、無駄な広告費を抑えながら、安定した集客判断ができる体制を整えます。



その3 来るべきAI検索時代の対策

検索の仕組みが変わりつつある今、従来のSEOや広告だけに頼らない集客への備えが必要です。AI検索時代の情報発信やWebの在り方を理解し、将来の集客変化に柔軟に対応できる基盤を整える投資です。



Web広告の外注先が教えてくれない

業績を伸ばす葬儀社のWeb担当者が「実行している」20施策

経営指標に基づくWeb施策判断

- Web指標を施行数・売上・利益のどこに影響しているか説明できる
- Web施策を短期集客ではなく、中長期の経営投資として捉えている
- 広告費について目指すべき費用対効果の目安を把握している
- 問い合わせ数だけでなく、受注・施行につながっているかを把握している
- 事前相談内容や顧客の悩み・疑問点を把握している
- 内製すべき領域と外注すべき領域を明確に切り分けている
- 社長が知りたいポイントを理解し、Web施策として伝えられる

外注依存しない広告運用

- 指名検索と非指名検索それぞれの役割と成果を把握している
- 広告文・LPについて、良し悪しの基準や参考にする事例を持っている
- 成果の出ない広告をレポートを見て停止判断できるWeb上での自社の見え方やブランド印象を理解している
- ポータルサイト経由の流入・問い合わせ比率を把握している
- 問い合わせ対応の傾向から、集客施策の課題を把握している
- 施策内容を代理店任せにせず、意図を理解した上で進めている

分析・改善・AI時代対応

- レポートを確認で終わらず、次の改善に活かしている
- 仮説→改善→検証を継続的な取り組みとして回している
- 施策の優先順位を受け身ではなく自ら考えて決めている
- 数値悪化の要因を構造的(方程式的)に説明できる
- 生成AIを情報整理や改善検討の補助として活用している
- AI検索時代の集客変化を理解しようと継続的に情報収集している

スペシャルゲストの「有限会社ながたに生花」の中谷 浩太氏にご登壇いただく本セミナーでは内製化の成果と具体的なロードマップが学べます。

参加特典

経営者様には、簡易診断をもとにWebマーケティングご担当者様の強み・特性を整理し、成長の方向性を共有する個別フィードバックします。

※本診断は、ご担当者様の現在を評価するものではありません。マーケティングという広大な領域の中で、どこに注力すればご本人が最も輝き、かつ会社の成果に直結するかを、経営者様と共に前向きに話し合うための『きっかけ』としてご活用ください。

Webマーケティング内製による具体的な成果を葬儀社の事例をもとに当日お伝えします!