

東京・大阪
2日程開催！

営業が苦手だった
葬儀社が取り組んだ

たった1人の
担当者で

年間
有料
会員
500組

獲得したすごい仕組み

投資ゼロ・シェアが3倍スピードで伸びた葬儀社の営業専任化

葬祭部

プランナー

ディレクター

BtoC営業

New

式場を出店せずに
年間施行件数100件受注増へ！

※すべて実際の葬儀社の事例です

主催

サステナブルカンパニーをもっと。
Funai Soken

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

【葬祭業】会員獲得専任化セミナー
お問い合わせNo. S141425



当社ホームページ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]右上検索マークにお問い合わせ「No.」を入力ください。）→

141425

2026年の葬儀業界時流予測

市場再編が進むなかで浮き彫りになった最新の業界数値トレンド（売上構成、施行件数、客単価の推移）を徹底解剖。大手の攻勢を退け、圧倒的な支持を集め続ける「地域一番店」が、裏側で仕掛けていた差別化戦略と高収益化の具体策を余すことなく公開します。

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



専門葬儀社の会員獲得専任化の立ち上げ成功事例

専門葬儀社が会員獲得専任化することによって会員獲得数を大きく伸ばし、年間で1人当たり500組の会員を獲得した事例についてお話しさせていただきます。立ち上げ方や実際の1日の業務内容など実体験をもとにお話しいただきます。

株式会社藤原 代表取締役 藤原 信 氏



会員獲得専任担当者の立ち上げのポイント解説

人口減少と大手参入が加速するなか、安定経営の鍵は「攻めの会員獲得」にあります。本講座では、未経験者を即戦力に変える教育カリキュラムや、成約率を最大化するトークスクリプト、活動を可視化するKPI管理術を公開します。

株式会社 船井総合研究所 ライフエンディンググループ チーフコンサルタント 園田 達彦



まとめ

本講座のまとめと明日から取り組んでいただきたい内容をご説明します。

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



東京会場 2026年6月26日（金）

大阪会場 2026年7月20日（月）

開催日時

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

船井総研グループ 大阪本社 サステナグローススクエア OSAKA

10:00～12:30（受付開始：開始時間30分前～）

14:00～16:30（受付開始：開始時間30分前～）

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

一般価格 税抜40,000円（税込44,000円）／一名様

会員価格 税抜32,000円（税込35,200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。

申し込み

右記QRコード、または <https://www.funaisoken.co.jp/seminar/141425> からお申し込みください

「船井 葬儀 会員獲得 セミナー」で検索

申込期日

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

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。



忙しいディレクター・プランナーに“営業”を任せるのはもうやめませんか？ 営業専任1名で年間施行を100件増やす！これからの葬儀社の営業方法

広告宣伝費ではなく人件費に費用を投下することで業績を伸ばす！？営業専任化事例！

Q) 営業を雇うならディレクターを増員したい・・・

他の業務と兼任してしまうと、どうしても目の前の施行業務に追われてしまい「やろうと思っていたことができませんでした」ということは葬儀社でよくあること。専任化することで将来の見込み客の獲得への動きをおろそかにしません。

Q) 営業経験がある人がいいの？すぐに採用できる？

営業ツールやトークフローをそろえることによって、営業経験や葬儀の知識がないスタッフでも入社1か月で15名獲得した事例があります。また、採用に関しても人口5万人のエリアで募集をかけて30日以内に採用が決まった事例もあります。

Q) 人口が5万人以下の小さなエリアだけど効果はある？

商圏人口5万人の地域でも会員獲得専任者を設置し、会員数を伸ばしている葬儀社の事例もございます。世帯数に対する会員数の割合を見ていきましょう。また強引な営業方法を行うわけではないため、地域の方々からのイメージが下がるようなこともありません。

Q) 社員1人を雇って本当に割にあうの？

500件/年の葬儀社が会員獲得担当者を1名・ディレクター社員を2名採用し年間100件施行件数が伸びるとなんと売上だけではなく営業利益も伸びます。広告費が高騰している時代にぜひ反響のある投資を行いましょう。

会員獲得担当者1名&ディレクター2名採用して、年間500組入会100件施行件数が伸びた場合

	500件の場合	売上比率	600件の場合	売上比率
売上	400		480	
粗利	268	67%	321.6	67%
人件費	76	19%	91.2	19%
広告宣伝費	48	12%	48	10%
地代家賃	48	12%	48	10%
その他経費	43.2	11%	52.2	11%
販売管理費	215.2	54%	221.4	50%
償却前営業利益	52.8	13%	82.2	17%

単位：百万円

ゲスト紹介



株式会社藤原 代表取締役 藤原信 氏

プロフィール

昭和初期に葬祭業に参入。富士宮市を中心に、富士市、沼津市、三島市の4つのエリアに拠点を展開している。家族葬需要の高まりとともに、「家族葬のラビュー」ブランドに加盟、家族葬専用式場を設立している。営業担当を1人配置し年間500組以上の会員を獲得している。

専任化により1年間で会員数500件・施行件数を100件伸ばす圧倒的入会数増モデルを解説

提携スーパーを新規開拓！ 店頭営業で月30組入会！

近隣スーパーをリストアップし営業担当が飛び込みから提携を獲得。その後ブース出店で1回3時間の営業活動を行い、**有料会員にもかわらず月間30組の新規会員入会を実現！**さらに複数スーパーで開催することで**固定客化を防ぎ**、毎月コンスタントに新規会員を獲得！



事前相談未入会客などの見込みが 薄いお客様から年間60組入会！

過去に相談へ来たものの未入会だったお客様や、ネットからの資料請求や電話相談のお客様を対象に反響営業を実施！
1年間全く接触がないお客様でも年間約60組の入会と、1年以内に約10件の施行を受注！さらに他社入会情報をヒアリングし、今後の営業活動にも活用。



ネットから年間120組入会！ 資料請求からの1分架電

ネットからの資料請求に対して、1分以内に反響営業を実施。これにより通電率は平均90%を実現。
その結果、ネットからの問い合わせ客に対して**年間120組の入会を獲得！**さらに**約50件が1年以内の施行に至っている事例もあり！**



既存会員への挨拶活動で 年間100組の紹介入会を実現！

外回りの際に近くの会員様へ挨拶を行っていくことで関係性を構築。ある条件を満たした会員様を優良会員リスト化し、紹介をお願いすることで**年間100組の紹介入会**を獲得。担当者1名につき200会員の優良会員リストの、その条件とは？



地域コミュニティから 年間200組入会を獲得！

地域一番店を目指し、自社の名前の認知度を高めていくために地域コミュニティとの関係性を構築。地域コミュニティのイベントに年間20回以上出店している葬儀社の関係性づくりの秘密とは。そして、**年間200組の会員獲得と1年以内に約10件の施行を獲得した事例**をお伝えします。



施設営業を行い提携せずに 年間60組の会員を獲得！

サ高住や訪問看護ステーションへ定期訪問し、スタッフとの信頼関係を深めることでご入居者様の紹介を促します。
施設経由は緊急度が高く施行に直結しやすいため、**年間60組の新規入会と、1年以内に約30件の施行**につながっています。

