

2024年 おすすめの強化ポイント4選

総家族数の減少、超高齢化社会などを踏まえ、
以下の①～④についてしっかりと取り組んでおきましょう。

- | | |
|--------------|--------|
| ①売り込まない単価アップ | P3 |
| ②見てわかる差別化 | P4 |
| ③集まる集客 | P5 |
| ④不具合の改善 | P6～P11 |

ここ30年は、大きな変化をしている時代です。

葬儀業界では、葬儀が当たり前で売れた時代から、
価値を感じないと売れない時代へと変わる。

そんな中で家族葬が当たり前になり、直葬でよい、と考える方が増える。

見込み客（総家族数）が増え続けた時代は2010年に終わり、
集客は「他社の顧客を奪える独自の魅力」が必要な時代へと変わる。

また、社会にも大きな変化が生まれていて、
業務処理はパソコン、スマートフォンは一人一台など文明の急速な発達や、
老々介護、超高齢化社会、人材の不足などの要因があり、多くの企業で
「これまでの当たり前が通用しなくなっている」という時代です。

こんな時には、「過去の成功法則」や「他社の事例」を学ぶだけでは、うまく
いきません。式場を新たに作っても集客に苦戦する、ということも珍しくなくな
っています。従来の成功法則や他社の事例が、御社にも当てはまる可能性が
低い時代なのですから。

これからは今まで通りが通用しない時代です。

- ・ 葬儀の本質「偲ぶ」を踏まえた葬儀の価値化に取り組む
- ・ 「学ぶ」だけでなく「自分たちで考え、生み出していく」土壌作り
が重要になります。 今すぐに、はじめるべきです。

2024年 おすすめの強化ポイント4選

総家族数の減少、超高齢化社会などを踏まえ、
以下の①～④についてしっかりと取り組んでおきましょう。



④不具合の改善

- ・ 役員向け 自己啓発「問活」
- ・ スタッフ向け 自己啓発「問活」
- ・ 改善のための質問会議運営

<各ポイントの概要> ※詳細は次ページ以降

- ①売り込まない 単価アップ** P3
広告・人員の強化、運営の円滑化のための資金作りに必須。
>> 既存業務内の「取りこぼし」を無くす
>> 集客を絡めた「新たな収益ポイント」を作る
- ②見てわかる差別化** P4
③集まる集客の実現に必須。
>> 思い出コーナーなど既存アイテムのレベルアップ
>> 「設営・進行」中心から「時間・空間」中心への真化
- ③集まる集客** P5
総家族数が増え続ける時代向けの既存の集客法から
総家族数が減少し続ける時代向けの集客法、
step 1 選ばれる集客 >> step 2 他社の顧客を奪える集客
を意識して、単価アップ・差別化と連携して取り組む。
- ④不具合の改善** P6～P11
今後の急速な社会の変化に対応できる人材育成に。

2024年 葬儀単価アップ 4つのおすすめ強化スキル

【提供内容のご案内】 ★★全コースで提供 ★本科生・コンサルコースのみ提供

①売り込まない単価アップ～高単価受注テンプレート

1) 関係構築4フェーズ★★

お客様にとって葬儀は本来買いたくない商品です。

買いたくない、を「買いたい」に切り替えるための安心と気づきの提供を行うのに必要な「魅せる資料+トーク」を提供いたします。

2) プラン選択シーン★

多くのお客様は金額を選択基準にして葬儀を選びます。

金額ではなく内容を選択基準に切り替え、新人・ベテランを問わず売りたい価格帯が自然と売れる「比較表+トーク」を提供いたします。

3) オプション販売シーン★

オプションが売れない一番の理由は「価値を感じていないこと」です。

価値を伝え、買いたいと感じてもらう寅さんトーク（完全版）

7つのテクニックをお伝えします。

4) 葬儀社流クロージング★

見積書を提示した時、NOと言われたことはありませんか？

希望予算より上でもOKがもらえる可能性を高めるための2段階クロージング
4つのテクニックについてお伝えします。

ちなみに見積提示で一発OKは、もう少し上でも契約が取れるパターンです。

上記内容に伴う

- ・アイテム制作
- ・研修（訪問時）
- ・個人別補講（訪問時orオンライン）

を提供しています。

2024年 差別化 3つのおすすめ強化スキル

【提供内容のご案内】 ★★全コースで提供 ★本科生・コンサルコースのみ提供

②見てわかる差別化～物語×体験型葬儀

1) 葬儀社流ヒアリング★★

お仕着せのサービスではお客様は満足しません。

お客様のことを知り、お客様が故人様に「**本当にしてあげたいこと**」を踏まえたサービスを提供することで、お客様ははじめて「こんな素敵な葬儀ははじめて」と言ってくれるようになります。お客様の気持ちや本当の願いを引き出す葬儀社流ヒアリング術をお伝えします。

2) 施行ミーティング★

「あんなにヒアリングされたのに、礼状と好物だけ・・・」そんな生活者のご意見が多いことをご存じでしょうか？ヒアリングによる成果を100%開花させるには、何をどのように提供するのかについて**提案力を鍛える**必要があります。「他社との違いを魅せる」感動葬儀の正しい創り方をお伝えします。

3) 物語×体験型葬儀★

葬儀という時間を温かな思い出の一ページに変える。

「葬儀って、いいよね。大切な時間だね。」と言ってもらえる。

それが十分に出来ていないことが、葬儀をしない、安物葬儀を買う生活者が増える一番の原因になっています。

葬儀を買っていただくためには、**お客様のストーリーを元に、葬儀会場でのような体験をするのか、が重要**です。お客様に高評価の葬儀オプションの使い方や他社以上を引き出すための方法などをお伝えします。

上記内容に伴う

- ・アイテム制作
- ・研修（訪問時）
- ・個人別補講（訪問時orオンライン）

を提供しています。

2024年 集客アップ 3つのおすすめ強化スキル

【提供内容のご案内】 ★★全コースで提供 ★本科生・コンサルコースのみ提供

③集まる集客～関係構築型広告・相談術

葬儀は「家族単位」で検討するため、**実質的な見込み客の総数は「家族数」となります。死亡者数ではありません。**2010年以降、日本は家族数が減少を続けており、従来型の「集める集客」が次第に難しくなり、新規出店の効果が思うように上がらない、といった声も出始めています。

今後は「**高単価客の囲い込み・奪い合い**」も念頭に置いて、独自の選ばれる理由を生活者にわかりやすい形で、**具体性をもって明確に魅せる**ことが重要となります。

1) 集まらない理由 を消す★

どんなに宣伝が上手でも料理のまずい料理店は敬遠されるようになります。今後は「集まる仕組み」を強めるとともに、集まらない理由を消すことも重要となります。

また地方部では「集まる集客」の次のステップ「**他社の顧客を奪える集客**」も重要となり、それに伴い葬儀自体の差別化の一層の強化も必要です。

2) 関係構築チラシ★

見る ➡ 興味・関心を持つ ➡ 連絡する ➡ 成約（施行）する

上記、集客の4パートで最も重要なのが「興味・関心を持つ」です。

葬儀の広告は、どこも同じ、と生活者に捉えられがち。**他社とは違うアプローチ法を見つけ、クローズアップ**する関係構築型広告の制作を行います。

3) グーグルクチコミ★

喪主世代以前を中心として、オンラインの情報も重要となる中、非営利のグーグルのクチコミを参考に葬儀社を選ぶ方も増えています。お客様が集まる「**良い評価**」のみを**獲得する方法**についてお伝えします。

上記内容に伴う ・アイテム制作

・研修（訪問時）

・個人別補講（訪問時orオンライン）

を提供しています。

2024年 不具合の改善 おすすめの強化ポイント3選

【提供内容のご案内】 ★★全コースで提供 ★本科生・コンサルコースのみ提供

④不具合の改善～質問を通して「自ら考え行動する」をお届け

冒頭で触れたように、これからは大きな変化をしていく時代です。
そんな中で、企業が求める人材も「指示通りできる人」ではなく、
「自ら考えて行動する人」に変わってきました。

しかし、「これまでのやり方や考え方では通用しないから、しっかり考えよう！」
と言われても、何をどう考えていいかも分からないものです。
そこで、私達は「質問」をお届けしています。

例えば、

- 1) **役員向け問活**では「いい経営者とは、どんな経営者ですか？」
という問いかけをして、経営者としての立ち位置を明確にしたり、
- 2) **スタッフ向け問活**では「いい仕事とは、どんな仕事ですか？」
という問いかけをして、自分たちの役割を明確にしたり、
- 3) **改善のための改善会議**では「どうすれば、この会社はより良くなりますか？」
という問いかけをして、現状改善のきっかけにしたりしています。

こうして問いかけられることで、自分の思考を整理し、自分の考えを生み出していくことができます。また、自分で考えたことなので、やる気も自然と生まれますよね。

『もう学びだけでは足りない！これからは自分たちで「どうするのか」を考え、具体的に変化成長していきたい！』と願われている葬儀社様には、質問はとても効果的です。

問活認定パートナー講師 松瀬教一

1) 役員向け 自己啓発研修「問活」

～らしく、愛される会社を作る質問集～★

経営者さんとお話をする「なんとなく」や「分からない」という答えをよく頂きます。

例えば、「なぜ、葬儀をしないといけないんですか？」「なぜ、この会社を経営しているのですか？」「この会社として大切にしていることは何ですか？」「どんな会社を目指しているのですか？」とお聞きしても、明確な答えは返ってこないのです。

経営において土台となる、とても「大切なこと」をしっかりと考えるだけでも企業は大きく変わっていきます。逆に、土台がしっかりしていなければ、丈夫な会社にはなりませんし、スタッフにも経営陣の考えがうまく伝わりません。

この研修に取り組むことで、

- ★社員さんがやめなくなるだけでなく、自ら考えて行動してくれるようになる。
- ★社員との報・連・相などのコミュニケーションが円滑になる
- ★銀行や取引業者さんとの関係がよくなる。
- ★お客様がファンになってくださる。
- ★そして、これからも長く愛される会社になっていく。

このような変化成長が期待できます。

特に、中小企業であれば、その効果が絶大です。

この研修では、経営を見つめ直す時に必要な項目を12のテーマに凝縮。各テーマは8個の質問で構成されていて、質問に答えるだけで、そのテーマについての考えが整理され、やるべきことが自然と見えてきます。

1) 役員向け 自己啓発研修「問活」

～らしく、愛される会社を作る質問集～★

<この研修で扱っているテーマ一覧>

- 1：理想の経営者像を明確にする（全2回）
- 2：現状を把握して、問題を改善する（匿名社員アンケート実施後に開催 全2回）
- 3：ビジョンやミッションを掲げる
- 4：行動指針を明確にする～何を大切にする？
- 5：10年後の目標を描く
- 6：自分たちの強みを知り、育てる
- 7：商品価値を高めていく
- 8：売上を改善する（全3回 新規客・リピート率・客単価）
- 9：新しい商品を開発する
- 10：お客様をファンにする（全2回）
- 11：よいチーム、組織をつくる（全2回）
- 12：人を育てる（社員教育）

特典研修 01～人事考課を考える
02～お金を考える
03～より良い会議にする
04～より良い議論をする

基本的には、月に1テーマ×1年で、この研修に取り組むようにできているのですが、半年間や、1回だけの開催も可能です。

同一内容で日程を分けた開催や、頻度、人数、テーマなどは相談に応じますので、お気軽にご相談ください。

2) スタッフ向け 自己啓発研修「問活」

～個性を活かし、みんなで考えるための質問集～★

この研修にある質問に答えることで、自分の気持ちに気づいたり、考えを整理したり、新しいアイデアややる気などが自然と生まれる研修になっています。

この研修に取り組むことで、

- ★仕事が楽しくなる。
- ★この会社にいる意味がハッキリと分かる。
- ★自分の才能や魅力に気づける。
- ★周りとの人間関係もよくなる。

このような効果が期待できます。

全部で12のテーマを収録しているので、同じチームのメンバーと一緒に取り組むと、お互いの理解が高まり、より良いチームに育っていきますね。

また、経営者（上司）としては、部下の考えを知るきっかけにもなります。部下の気持ちや現状を深く知れるだけでなく、経営課題に対しても、自分では思いつかないようなヒントを、部下の答えの中に見つけることもできるかもしれません。

2) スタッフ向け 自己啓発研修「問活」

～個性を活かし、みんなで考えるための質問集～★

<この研修で扱っているテーマ一覧>

- 1：仕事ってなんだろう？（全2回）
- 2：なぜ、働くのだろう？
- 3：心地よい働き方を考える
- 4：自分の強みを知り、活かす
- 5：自分の意見を考える
- 6：未来を考える
- 7：人間関係を整える
- 8：いい上司と部下の関係を築く
- 9：問題解決力を身につける
- 10：新しい仕事を創造する
- 11：提案力（売る力）を高める
- 12：自分を育てていく

これらのテーマについて、「あなたならどう考え、どう行動するか」が明確になっていきます。

自分の思考が整理できるだけでなく、「自分が普段、考えていないこと」も明確になるので、成長するきっかけにもなります。

基本的には、月に1テーマ×1年で、この研修に取り組むようにできていますが、半年間や、1回だけの開催も可能です。

同一内容で日程を分けた開催や、頻度、人数、テーマなどは相談に応じますので、お気軽にご相談ください。

3) スタッフ向け 改善のための質問会議運営★

企業活動を行う中で、会社には様々な不具合が生じます。

それを解決するのに、昔はトップダウン、最近ではボトムアップ（部下が上司に意見や提案をすること）が良い、と言われていますが、最終的には上司から部下への命令となるため、改善意欲の温度差から成果が薄い、スタッフ側の協力が得られない、といったことも起こります。

人は、他人の命令には従わないけれど、自分自身の意思・決定には従うという性質があります。

そこで、目指すべき成果のみを設定し、スタッフ自身に改善策の協議・運営を行ってもらうために、スタッフ自身による自問自答を中心とした会議を弊社「質問会議認定パートナー」立ち合いのもとに行いっていきます。

この質問会議に取り組むことで、

- ★改善が効果的に行われるようになる。
- ★社員との報・連・相などのコミュニケーションが円滑になる。
- ★指示待ち社員が減る。
- ★やりがいを感じ、離職率が下がる。
- ★お客様に長く愛される会社になっていく。

このような変化成長が期待できます。

なお本会議は、異なる視点での意見も重要となるため、業務の垣根を越えて多くのスタッフが参加することにより、より高い効果が期待できます。

【葬儀の武器屋の役割】

御社の集客&単価アップ・差別化実現の
専属サポーターとしてご活用ください。

① アイデアマンがない →

② 受注があるたび中断する →

③ ペースメーカーがない →



武器屋にお任せ！



確実に
少しずつ登る！

サポート方法について 2024年1月改定

研修) 2人以上で対面開催。 ※内容・金額は利用状況により異なる。

参考) スタート期間終了後 3時間研修1回の場合: 55,000+移動経費
※弊社セミナールームにて開催の場合 移動経費なし

補講) 1名ごと個人別にオンライン開催。 ※月額料金内で利用可能
研修後のフィードバックや個人のスキルアップに利用。

※空きがあれば、当日2時間前の申込が可能。空き状況はラインにて通知。

動画学習) 葬技術の各種動画を24時間 視聴可能。

★★全5講 約18時間

★ 一部の必須スキルは「毎日新聞コース」内で動画を公開。

各種相談) オンラインや電話にて対応。 ※月額料金内で利用可能

その他・塾生用ページを葬儀の武器屋ホームページ内に常設。

・連絡用LINEの開設

【研修について】

「**時間がない**」ではなく、**未来のために「時間を作る」**。
同一内容の分割開催など、
御社の状況にあわせて提案しますので **まずはご相談ください**。

※ご相談は個別ラインやお電話にて承ります

内容例

葬儀単価) 関係構築フェーズ	①流れ
	②費用
	③社会的証明
	④気付き 思考のレーンチェンジ
プラン比較表	⑤比較表の活用とトーク
オプション販売	⑥6つの価値化トーク
クロージング	⑦テストクロージングとクロージング
集客) グーグルレビュー	⑧獲得研修
事前相談	⑨スキルアップ
電話相談	⑩スキルアップ
不具合) 問活	⑪役員向け研修
	⑫スタッフ向け研修
	⑬業務改善のための質問会議

その他、
差別化対策28のチェックシート、集客対策22のチェックシートも
対策のチェックにご活用ください。