

vol.85 株式会社 西鶴 代表取締役社長 山本一郎

紹介のみで1億円以上の売り上げ “樹木葬専門霊園”の風雲児が説く 「未来を築くカギ」とは？

業界を牽引するトップに、事業成長の裏側やビジネスのポリシー、業界への思いなどを聞く「TOP Point of View ～トップインタビュー～」。今回は、関西を中心に樹木葬専門霊園を展開する、株式会社西鶴の代表取締役社長：山本一郎氏をお招きした。樹齢1000年の“長寿の樹”、オリーブをメインとした樹木葬と、大胆な発想と徹底した顧客視点で人気を博す霊園「ハピネスパーク 千年オリーブの森」を運営する同社。業界に革新をもたらし続ける山本氏に、株式会社鎌倉新書代表取締役社長小林史生が話を聞いた。

(文：フジタミホ)



小林:先日、山本社長が出演されていたテレビ大阪の『もしものマネー道もしマネ』を拝見しました。とてもユニークな経歴を紹介されていましたが、もともとは霊園と全く関係のない事業を行われていたとか。

山本:はい。大学在学中にノベルティグッズの制作会社を立ち上げ、企業の周年や開店祝い用の粗品を売り込んでいました。営業をどこかで学んだことはなく、本を読みあさり独自のスタイルで経営。今振り返ると無茶苦茶ですが、生命保険会社など上場企業との取引もあったり、運や人には恵まれていましたね。

小林:エンディング業界へは、どのようなきっかけで進まれたのでしょうか？

山本:元をたどると、中学生の頃にアルバイトをしていたお寺とのご縁がきっかけです。決して裕福とはいえないうお寺さんだったのですが、ある日土地の売却益が出て突然大金が舞い込むと、住職が別人のように浪費するようになりました。そのうち鐘撞堂

を造り直すために集めた寄付金 2000 万円も使い込んでしまい、困った檀家さんからすでにアルバイトを辞めている私に相談が来まして……。

小林:相談を受けた山本さんが住職の元へ向かったと。

山本:はい。最初はあっけらかんとしていた住職も「寄付金を個人的に使うのは公金横領の罪にあたる」ことを伝えたらかなり焦っていました。結果的に、僕がポロッと言った「空いているスペースにお墓を作り、永代使用料のお金を弁償に充ててはどうか」という案を採用することに。とはいえ、住職は墓石に詳しいわけでもなく、結局、檀家さんたちとの仲介役を買って出ていた僕が仕切ることになりました。それが、エンディング業界に携わることになったきっかけですね。

初めての営業で犯した失敗が成功の基に！？

小林:霊園事業と墓石事業を同時にスタートした形ですね。

山本:ただ霊園事業の知識もありませんし、そもそも陰気なイメージを抱いていたため、最初はあまり前向きになれませんでした。石材店出身の方と共に事業に取り組み始めましたが、その方も2カ月で退職してしまい、石について詳しい人間もいなくなってしまっ

小林:石についてわからないとなると、お客様に案内するのも難しそうですね。

山本:そうなんです。でも程なくしてまた転機が訪れまして。地元で有名な資産家の方から「息子を亡くしたのでお墓を作りたい」と連絡があり、翌日お会いすることになったんです。仕入れ先の担当者さんに相談して、1000万円と350万円の2種類のお墓を提案されつつも「1000万円のお墓が売れるわけがない」とも言われたので、当日は350万円の見



山本一郎（やまもと・いちろう）

1966年生まれ、大阪府出身。大谷大学文学部、大阪市立大学大学院を卒業。在学中にノベルティグッズの制作会社を立ち上げ、1996年に株式会社西鶴を創業。2004年に関西初の完全バリアフリー洋風霊園「ハビネスパーク牧野」、2010年に「ハビネスパーク交野」をオープンさせ、2024年8月時点で合計6つの霊園を運営する。墓石業界が墓じまいや永代供養墓に傾倒し過ぎている点に警鐘を鳴らし、お墓の意義を唱えるべく、大学や大手葬儀社等での講演多数。書道初段、日本拳法四段を保有し、100名以上の門下生を抱える道場を運営するという側面も持つ。

積もりだけをお見せして提案するつもりだったんです。ところが、間違えて1000万円の見積もりを出してしまって。すぐに気付いたものの後の祭り、難しい顔をして見積もりを見ているご夫婦を前にして青くなりました。

小林：間違えて1000万円の提案をしてしまったと。焦りますよね。

山本：ご主人は足を組みながらタバコを吸うだけで全く喋らず。「1000万の見積もりだから怒っているんだ。今日は一旦退散だ」と思っていた矢先「どうぞお納めください」と風呂敷のかかったお盆をパツと出されたのです。そこには1000万円が積んでありました。びっくりしましたね。銀行にお金を預ける際も「初めての営業でそれだけの大金を現物でもらうなんて、天職だと思います」と言われたり、従業員たちの驚きを見たりしているうちに実感が湧き、モチベーションが一気に上がりました。そこからは墓石について寝る間も惜しんで勉強しました。

小林：成功体験によってマイナスのイメージが消え、この事業への熱が芽生えたのですね。

山本：そうですね。墓石の販売は、目に見えてお客様の力になれる魅力的な仕事です。深い人間関係も築ける。続ければ続けるほど自分の仕事への誇りが生まれ、今もその想いは更新中です。

洋風霊園を作るも不評 まったく売れず、苦難の連続

小林：霊園の開設・運営に着手されるのも、大きな転機ですね。何かきっかけはあったのでしょうか？

山本：東京都府中市にある「府中ふれあいパーク」のガーデニング霊園をテレビで見たのがきっかけです。洗練された洋風のお墓に華やかに咲き誇る季節の花々。樹木や草花をウリにした霊園はそれまでもたくさんありましたが、どこも植わっているのは数本だけだったり、遠くに望めたりする程度。「府中ふれあいパーク」の映像もあまり信じられず、でも気になって見に出かけたんです。そこにはテレビで

山本一郎氏の経歴まとめ

●アルバイト時代

学生時代にお寺でアルバイトを始める。後に、このお寺の檀家総代から相談を受けたことが、エンディング業界に携わるきっかけに。

●ノベルティグッズ制作会社立ち上げ

祖父・父ともに事業を行っていた影響もあり、大学在学中に独学で経営を学び、企業向けにノベルティグッズを制作・販売する会社を立ち上げる。

●株式会社西鶴を立ち上げ墓石の販売を開始

29歳の時、株式会社西鶴を創業。墓石の販売を始めて最初の営業で1000万円の契約を取り、本腰を入れてエンディング業界に携わろうと決意する。

●霊園開発に着手

府中ふれあいパークに感銘を受け、洋風霊園・ハピネスパークの開発を開始。「お客様にハピネス（幸せ）を提供する」をモットーに、家族で訪れたくなる霊園を手がける。

●オリーブを使った樹木葬専門霊園を開設

スペインから輸入されたオリーブの古木に一目惚れし、オリーブの樹を中心に据えた樹木葬専門霊園の開発を始める。

見たままの世界が広がっていて、「こういう霊園を作りたい!」と強く思いました。

小林：ご自身の目で確かめて、感銘を受けられたと。しかし、霊園の開発はかなり大きな投資になりますね。

山本：場所探しやお寺さんへの交渉はスムーズに進みましたが、銀行融資に苦労しましたね。なにしろ当時はまだ大きな実績もありませんでしたから。断られるたび、映画『クール・ランニング』のボブスレー選手たちが銀行に交渉する姿と重ね合わせ自らを鼓舞していました。そしてなんとか2004年に1軒目のハピネスパークをオープンしました。

小林：1軒目であるハピネスパーク牧野は、最初から順調だったのですか？

山本：いえ、悲しいことにまったく売れず絶不調でした。自然豊かな洋風霊園にしたのですが、僕の自己満足の世界でしかなかったのじゃないかな。当時は「高さのない洋風のお墓は見劣りする」と不評でした。資金もどんどん減り、水路の水を抜くための栓を設置するのはもとより、ポンプを買うお金さえなくて手作業で一人夜中に水抜きをしていました。

小林：先が見えず、絶望的な気持ちだったのではないのでしょうか。

山本：それが、1年後に突然売れ始めたんです。起爆剤となったのは、ノベルティグッズの制作業で取引のあった生命保険会社のおばさまたちによる紹介です。初年度は男性のお客様がほとんどだったのですが、紹介で女性のお客様が来るようになったら、四季折々の花に彩られた洋風霊園がとても好評で。周りの力に助けられた。本当に感謝しています。

樹齢 1000 年長寿の樹 オリーブとの出会い

小林：3軒目から、施設名が「千年オリーブの森」に変わりますね。オリーブの木を主としたビジネスアイデアは、どのようにして生まれたのでしょうか？

山本：少しずつ樹木葬が日本全国で流行りだし、関西では桜の樹木葬を行うところが出てきました。ただ僕は桜をメインにすることに疑問を感じていて、桜の花はすぐに散りますし、10～3月は葉っぱが

ほぼありません。他にも、桜の樹の下で切腹する風習があったり、桜には寂しい役割を果たしてきた歴史があります。そして、桜は樹齢が短い。それであれば長寿の樹がいいと考え、樹齢 1000 年のオリーブを販売している造園屋さんにたどり着きました。

小林：古木には、長寿のご利益がありそうですね。

山本：早速小豆島へ行き、樹齢 1000 年のオリーブの樹を直に見ると、いい樹木葬ができるという確信を覚えました。さらに、樹木の持ち主に「もっと大きい樹があります」と言われて見に行くと、想像を絶するような立派な樹があって、葉っぱはまだ1枚もついていないのですが、幹が二股に分かれピースサインの形をしていて、思わず鳥肌が立ちましたね。「このオリーブを植えるための霊園を作ろう！」と決意を固めました。

小林：一目惚れするような樹には、なかなか出会えるものではありません。

山本：スペインから輸入して日本に置いてあったも

西鶴を代表する人気霊園、隠された開発秘話の数々を紹介

●ハピネスパーク牧野霊園

樹齢 1000 年のオリーブと、四季咲きのバラの花に囲まれる自然豊かな霊園。各墓碑の背面にも植え込みが設置され、園内のどこにいても花や緑が目に入る設計に。京都市内・大阪市内より電車で 30 分、牧野駅から徒歩 6 分という好立地も魅力。



〈開発秘話〉

今から 20 年前の 2004 年に霊園開発。大阪府は、周辺 100 m 以内に家があると許可が下りないという制度に代わり、住民説明会は早々に紛糾。お墓・霊園＝悪いイメージの固定概念が強く、反対運動がエスカレート。しかし、負けずに辛抱強く交渉を重ねた結果、許認可が下り、今では小学生が社会科見学に訪れるほど地域に愛される霊園に。

●ハピネスパーク交野霊園

バラと太陽の光あふれる、公園のように開放的な雰囲気のある霊園。60 種類以上のバラが植えられ、専門のスタッフが植え込みや刈り揃えを行い、管理が行き届いている。春に、満開の桜が迎えてくれるのもポイント。



〈開発秘話〉

今から 14 年前の 2010 年に霊園開発。ここでもお墓・霊園というネガティブな先入観、固定概念が強く、町内会長を筆頭に反対運動が起こる。数ヶ月小康状態を保ち、何とか融和できないか考えていた折、ある日突然、町内会長が牧野霊園を電撃訪問。「想像していた霊園と全然違う！こんな素敵な霊園ならば、応援したい」との言葉をもらい、無事オープン。

のだそうで、まずはその樹のみを購入しました。霊園の構造は、世界のさまざまな公園や宮殿の中でも特に美しく感じた公園を基に設計者の方と検討を進め、中央にオリーブの樹を立てることにしました。こうして、当社にとって3軒目となるハピネスパークが誕生したのです。

小林：しかし樹齢 1000 年のオリーブは壮大。お客様も驚かれるでしょうね。

山本：オリーブによる付加価値は大きいと感じています。というのも、3軒目の霊園は、立地が悪いのです。もともと、石碑が年間 10 件しか売れないようなところで、物件を探している同業者も避けるほどの場所でした。しかし、オリーブと美しいデザインがあれば、絶対に当たると確信していました。オープン直後は月 6～7 件程度でしたが、半年たつと火がついたように売れ出しました。

小林：何があったのでしょうか？

山本：正確な原因はわかりませんが、僕が思うにオリーブの見た目が大きいかもなど。最初は葉っぱが

あまりなかったのですが、芽吹いて美しい姿になると、人気が出始めたのは同じくらいのタイミングだったように思います。

顧客満足度を上げるべく イベントや、設備にも注力

小林：イベントなど特別な試みをされているのも、ハピネスパークが人気である理由なのではないかと思います。園内に電車を置いている霊園もありますね。

山本：舞台「イーハトーボの劇列車」を観劇して電車が出会いと別れの場であることを感じ、電車と霊園には通じるものがあると思ったのです。太平洋戦争の招集も家族との別れに涙をのみながら電車に乗り、戦地へ赴いたのでしょう。帰って来る家族とお迎えに行く家族との再会も含め、電車はさまざまな出会いと別れを見えています。飛行機や船にはない、電車ならではの風情が霊園にはぴったりでした。

小林：電車は休憩場所としても使え、希望すれば法要を行うことも可能なようです。行き先の表示板が、「ハピネスパーク」「法要中」と切り替わるのも興味深く感

●千年オリーブの森

ブランドハンター・西島清順氏がスペインから運んできた、樹齢 1000 年のオリーブの巨木がシンボルの樹木葬専門霊園。樹齢 500 年のオリーブ 2 本と樹齢 200 年のオリーブ 8 本、そして桜が 350 本以上も植えられ、自然豊かな環境で幸せを感じられる空間を目指す。



〈開発秘話〉

立地も悪く 20 年近く低迷期が続いた霊園に、日本初の樹木葬専門霊園を創ることに。幾何学デザインを取り入れ、シンボルとして樹齢 1000 年のオリーブをスペインから運び入れた。それでも霊園の再起は厳しく、頭を抱えていたところ、デザイナーから「歌手の絢香の CD ジャケットに描かれている樹木を霊園内にどうか」という提案が。採用した結果、年間販売数 10 件という状態から 6 年で 1700 件の建墓数がある人気霊園に。

●千年オリーブの森 堺・和泉

樹齢 1000 年のオリーブの大樹が待ち受ける、開放的な雰囲気のある霊園。光明池駅かららぼーと和泉をつなぐ府道沿いにあり、堺市・和泉市から訪れやすい場所にある。母の日と父の日には花のプレゼントがあり、敷地内に休憩や法要施設として利用できる電車があるのも特徴。



〈開発秘話〉

西鶴初の南大阪進出となった記念すべき霊園。2021 年に完成したものの、コロナ禍に突入り「このままでは売れない」と相談を受けた霊園。再度創りなおすことを提案して工事をすることに。結果、3 年間で相当数が売れ、地域に愛される霊園に。また 115 年前の電車を譲り受け、列車内は法要施設と休憩場として活用し、樹木葬専門霊園として地域に根差した霊園へと成長。

株式会社西鶴



大阪を中心に墓石販売・家族で訪れたいくなる欧風霊園開発を行っている。社員の教育にも力を入れ、「多数決をしない」「自由に誰でも意見を言える」「良い案はどんどん採用される」など独自の試みを取り入れ、従業員・お客様ともに幸せになれる社風を目指している。

ユニークな発想こそ
ビジネス成功のカギ

小林：会社を経営する上で、最も大切にしていることは何でしょうか？

山本：どうしたらお客様が喜んでくれるかを、貪欲に考え続けることです。その際のポイントは、発想のベースが一人称ではなく、二人称や三人称になっていること。この考え方は常日頃から従業員に説いていますが、自身が幸せでなければ、人を喜ばせようという発想にはなりません。なので、まずは僕自身が従業員が幸せになる方法を考えてから、お客様が喜ぶことを考えるという順番にしています。

小林：実際に従業員の方が出されたアイデアの中で、採用されているものはありますか？

山本：夏の暑さを和らげるためポリエチレン詰めポキポキアイスをお出しする、園内でお花を買っていただいたときはその場でお茶をお出しするなど、さまざまあります。お客様にお出しするおしほりも、お出ししたときは丸くて小さく、水をかけて膨らませてから使うタイプにしているんです。目の前で膨らむ様子が珍しいようで、みなさま歓声を上げて驚いてくださいます。

小林：お客様が想像しないようなサプライズを仕掛けるわけですね。そういった工夫は、ビジネスに好影響があるのでしょうか？

山本：驚きがあるほど、契約につながるように感じています。打ち合わせのデスクの上にクッションを置いているのも、お客様が過ごしやすいのはもちろん、ビジネス観点での狙いもあります。クッションがあると自然と手をつき前屈みになり、踏ん返っているよりも気持ちが前向きになり契約意向が高まるんです。

小林：商売人としての意図があった上で、積極的にアイデアを採用する点も、事業を成功させる秘訣なのですね。

山本：会社の3大経営資源として、“ヒト・モノ・カネ”

じました。イベントもさまざま行われているようですが、イベントにはどのような狙いがあるのでしょうか？

山本：僕たちとお客様との関係性はもちろん、お客様同士の関係を深めることが狙いです。そう思ったのは、お客様から中国の世界遺産「兵馬俑」ツアーで行ったときの話を聞いたことがきっかけでした。たまたま隣になった席の人に、「うちの石屋さんはすごくユニークで面白い」と話すと、「うちの石屋さんも！」と盛り上がったようで、しかもよく話を聞くとそのお二人は当社のお客様だったという。

そういった新たな出会いを生むために、お客様同士で親密になってもらう場を提供するのも良いなと考え、イベントを開催するようになりました。京都の有名なお寺の裏側を拝観するツアーへお客様をお連れしたこともあります。お客様同士が仲良くなって一緒に旅行へ行ったり、お墓参りに来たりするような関係になってくれるのが理想ですね。

小林：力を入れているイベントは、他にも何かありますか？

山本：お盆である8月15日の夜にはお墓を購入されたお客様をお招きして、クラシック歌手によるコンサートを開催しています。コンサートを1時間ほど行った後、キャンドルに火を灯してお墓参りをするところまでがセットになったイベントで、毎年有料ながら多くの方が来てくださいます。

という考えが一般的ですが、当社では“モノ・カネ・ヒト”と順番を変えています。3つとも大事であることに変わりはありませんが、どれだけ優秀な人を採用しても商品がポンコツではお金になりませんし、優秀な人は独立されたりもするでしょう。しかし、いいものを作っていればそれだけである程度の集客は可能ですし、対応数が増えることで従業員もさまざまな経験を積めます。まずはいいプロダクトを創る。これは、僕たち経営側の責任だと思っています。

「いらっしゃいませ」を NGワードにしている理由

小林：従業員の教育制度などについて、他に独自の取り組みなどはありますか？

山本：ダメな言葉を決めているのは特徴的かもしれませんが。「いらっしゃいませ」は、相手が返事をしないのでNG。「こんにちは・こんばんは」を使うようにと教育しています。「お疲れ様」は、疲れていることを前提とした言葉ですが、疲れている人ばかりではないのでこれもNG。「お気をつけて」も、そこまで気をつける必要のないことに対しては使わないようにと指導しています。「思います」も、業務上では責任感のない言葉として機能するので避けるように、「頑張ろうと思います」ではなく「頑張る」と言い切るべきと伝えています。

小林：言葉遣いまで周知、徹底されているんですね。従業員教育の一環として、今後取り組もうとお考えのことはありますか？

山本：もう1つ新しい霊園を創り、20代の従業員たちに丸々一園を任せたいと思っています。当社では新卒採用をしており、従業員の半数以上が20代です。無謀かもしれませんがいい経験になるでしょうし、お客様も孫ぐらいの子たちが頑張っていると、さらに応援したくなるだろうという狙いもあります。まだ具体化していませんが、近い将来、成し遂げたいと考えています。

小林：若い従業員の方々のやりがいにつながる、いいお話ですね。株式会社西鶴全体としての、将来の展望



新しい試みで業界から注目を集める山本社長と、株式会社鎌倉新書代表取締役社長の小林史生。

についてもお聞かせいただけますでしょうか？

山本：現在は大阪をメインに事業を展開していますが、今後は場所を問わずハピネスパークという幸せの空間を創り、多くの方が「墓じまいをやめよう」「お墓についてもっと考えよう」と思うためのフックになりたいと考えています。関東への進出も、ご縁があったら挑戦したいです。

小林：お墓の業界は今、さまざまな課題を抱えているようですが、特に感じていることはありますか？

山本：「うまくいかないのは業界が理由」という声もよく聞きますが、僕はそうは思いません。当社は、2022年に既存顧客による紹介顧客数が100件を超え、紹介顧客のみでも1億円以上の売り上げが立つようになりました。霊園に併設している花屋さんも月平均で200万円の売り上げがあります。自社のことながらこれはなかなかすごいことですし、お客様といい関係性を築けている証拠だと考えています。うまくいかせるための方法はあるんです。お墓の業界は、顧客目線で物事を考えるのは当たり前。ニーズを正しく捉え、付加価値のあるものを作ることこそが未来を築くカギでしょう。

小林：できることはまだまだたくさんあり、それを見つけるには「どうすればお客様を喜ばせられるか」を考える必要がありますね。非常に壮大で、従来とは異なる樹木葬専門霊園。これからも山本社長の活躍を期待しております。本日はどうもありがとうございました。

山本 一郎氏の対談動画を「月刊終活WEB」でもご覧いただけます。2024年9月00日に配信開始予定。

