

【醸造業】酒・味噌・調味料の経営者・経営幹部の皆様へ

地方の醸造業は
近くの**観光地**に出て
儲けましょう!



特別寄稿 たった **私の会社が8.3坪の直売店**で

売上4000万円付加した!

通販1億円付加で直販比率35%を達成

善光寺 門前みそ すや亀

歴史のある味噌蔵で、もともとは卸での味噌の販売がほぼ100%であったが、直販に着目し善光寺に出店。飲食付加型の本店や通信販売も強化し直販比率は年商の35%。同業の直販展開のモデル企業として知られている。商品開発にも積極的に取り組み、市場の中で味噌の消費量が減少している中、味噌を活かした菓子・冷凍食品、甘酒を投入し、持続的な成長を実現している。



特別講演開催

有限会社 酢屋亀本店
代表取締役
青木 茂人氏

- **自力で集客**しなくていいんです!
- **大きな敷地**も**製造工場**もいりません!
- **職人がいなくても名物**はつくれます!
- **卸や通販**にも**好影響**を与えます!
- **ほんのちよつとの勇氣**と**どこに出すかの答え**を知ると直売店は成功します!

主催

明日のグレートカンパニーを創る
Funai Soken

株式会社 船井総合研究所 〒541-0041 大阪市中央区北浜4-4-10

醸造業観光参入セミナー

TEL.0120-964-000 平日 9:30~17:30

FAX.0120-964-111

お問い合わせNo.S032188

24時間
対応

お申込みに関するお問合せ：星野 内容に関するお問合せ：中野

WEBからもお申し込みいただけます。(船井総研ホームページ [www.funaisoken.co.jp] 右上検索窓に「お問い合わせNo.」を入力ください。) → 032188

私の会社がたった8.3坪の直売店で売上4,000万円付加した！
さらに通販1億円のベースもつくった！無料レポート

**確実に減少していく既存事業の売上。
この出店がなければ、今の「すや亀」は
なかったかもしれないのは事実です。**



【ピックアップ事例企業の紹介】

企業名：有限会社 酢屋亀本店

代表取締役 青木 茂人氏

所在地：長野県長野市

歴史のある味噌蔵で、もともとは卸での味噌の販売がほぼ100%であったが、直販に着目し善光寺に出店。飲食付加型の本店や通信販売も強化し直販比率は年商の35%。同業の直販展開のモデル企業として知られている。商品開発にも積極的に取り組み、市場の中で味噌の消費量が減少している中、味噌を活かした菓子・冷凍食品、甘酒を投入し、持続的な成長を実現している。

3分で読める無料レポート！

**「“味噌屋”から“みそサービス産業”へ」消費量が減少し
続ける味噌業界で、人が集まる場所に出店し！時流に
合った商品も付加し持続的成長中を続ける企業**

創業明治35年、長野県長野市にて長きにわたり味噌を造り続けてきました。卸中心での味噌販売に限界を感じ、昭和60年に新店舗オープン、食味処（飲食）開業、昭和61年には業界に先駆けて通信販売強化、さらに、平成8年に直販を加速させる善光寺店オープンなど、常に新しいことにチャレンジしてきました。直販事業は年商（5.5億円）の35%と育ち、大きく貢献しています。

私の会社がたった8. 3坪の直売店で売上4,000万円付加した！
さらに通販1億円のベースもつくった！無料レポート

自力で集客しなくていい。 「人が集まる場所」での商売であれば たった8. 3坪の直売店でも成功します。

長野市には善光寺を中心に600万人の観光客が訪れます。
善光寺店オープンのきっかけは、シンプルに「これだけ人が集まる場所で商売をすれば、大事な要素である集客に頭を悩ませることがないのではないか」と思ったことでした。

なかなか出店の勇気がない方もいらっしゃるかもしれませんが、

- ・ **本業の味噌を活かした「観光客も買いたくなる」商品開発**
- ・ **カンタンにできるテイクアウト機能を付加**
- ・ **小型店舗でリスクの低い投資計画**
- ・ **脱職人！パート、アルバイトでできる仕組みに**

これからのことを計画的に進めれば、失敗することはまずありません。観光地であればお客様を自動的に連れてきてくれるからです。



私の会社がたった8. 3坪の直売店で売上4,000万円付加した！
さらに通販1億円のベースもつくった！無料レポート



善光寺店は、善光寺仁王門をくぐってすぐ、石畳の仲見世通りの入り口に
あります。テイクアウト比率は60%。焼きたてに海苔を巻いて食べる
「焼きむすび」やみそソフトは、門前散策の食べ歩き需要を獲得していま
す。近年ブームの「甘酒」やオリジナル「甘酒ソフト」も口コミ効果をう
んでいます。



**私の会社がたった8.3坪の直売店で売上4,000万円付加した！
さらに通販1億円のベースもつくった！無料レポート**

オープンから20年経過でも衰えなし！ 高利益事業は今も継続中！

善光寺店はオープン年から20年以上黒字、景気とは関係なく好調もキープし、営業利益14%の高利益事業として今でも会社を引っ張っていただけています。

僅か8.3坪で

初年度から3500万円

(平均4000万円)

坪売上420万円！

20年間安定売上をキープ！

初期投資2200万円

営業利益14%超

観光客からの通販客化で

今では通販年商1.1億円！

私の会社がたった8. 3坪の直売店で売上4,000万円付加した！
さらに通販1億円のベースもつくった！無料レポート

「味噌屋は味噌を売ればいい」の終焉。 時流に合った商品は観光客を満足させ、 通信販売にもつながります。

味噌のみの販売では売上が頭打ちとなり、よりお手軽に発酵食品を味わっていただける商品付加の必要性を感じていました。

「味噌屋は味噌を売ればいい」の発想を捨て、加工品を徐々に投入。原料を提供し、外部に製造を委託するOEMを展開し、スピーディーな商品開発ができました。時流に合った商品を常に観光客にも提供ができたのです。結果、常に飽きることなく商品は売れ続け、また、その後の通信販売にもつながりました。

今売れるのは「お手軽便利な商品」

個食	 甘酒	 お一人様ピザ	 FD味噌汁	 菓子
時短	 肉の味噌漬け	 味噌屋の餃子	 魚の味噌漬け	 味噌屋のカレー

平成20年から「**こんがりシリーズ（年売上1,021万円）**」翌21年から「**煮っこりシリーズ（年売上286万円）**」とご家庭での時短商品を投入。さらにOEMの甘酒を投入してからは売店・通販での売上が大きく伸び、**甘酒のみで2億円の売上を創出**。

私の会社がたった8. 3坪の直売店で売上5,000万円付加した！
さらに通販1億円のベースもつくった！無料レポート

カンタンにできるテイクアウト機能は 売上の60%！集客にも大きく影響！

観光地に出店するにあたっては飲食の要素は絶対に必要だと考えていました。しかし、本格的な食堂やレストランはリスクを伴うのでやりたくない・・・そこでカンタンに飲食要素を付加できるテイクアウト式にしました。今では売上の60%を構成するほどとなりました。味噌屋が展開するテイクアウト付加型直売店での必須アイテムはこの3点です。

- ・手軽に広い客層へとアプローチでき、ネットやSNSでも口コミとなり、集客商品となる「みそソフト」
- ・物販でも販売しており有料試飲となる「糍甘酒」
- ・自社主力商品の味噌の形を変え、有料試食として提供できる「焼きおにぎり」

どれも職人を必要とせず、パート・アルバイトでカンタンにできるため人件費の高い人材の採用が不要となるのです。

高粗利かつ来店動機へとつながるテイクアウトを付加した直売店は、今後の直売店の主流となります。



みそソフト350円



甘酒250円



焼きおにぎり250円

私の会社がたった8. 3坪の直売店で売上4,000万円付加した！
さらに通販1億円のベースもつくった！無料レポート

観光客を通信販売に誘導！ 今では通販年商1. 1億円！ 圧倒的な認知度向上で卸の取引も増加！

たった10坪の直売店ですが、観光地へ出店したことで、直接的な店舗売上以外にも大きな効果を得られました。

まずは通信販売です。観光客＝県外客であるため、善光寺店で商品を購入後、「あの時買ったアレが美味しかったから送ってほしい」と通信販売での注文が増えました。上手に誘導するための販促ハガキも配布し、通販名簿は年々増加で約13,000件。
今では通販年商1. 1億円以上となりました。

	通販名簿数	通販年商
平成29年	12,900件	101,062千円
平成28年	12,800件	110,628千円
平成27年	11,500件	95,138千円
平成26年	10,300件	94,772千円
平成25年	10,000件	88,980千円
平成24年	11,200件	89,528千円

私の会社がたった8.3坪の直売店で売上4,000万円付加した！
さらに通販1億円のベースもつくった！無料レポート

卸中心の地方のイチ味噌メーカーに 過ぎなかったわが社が観光地に直売 店を出店して良かったことは…

- ①卸中心で頭打ちだったが直接お客様に販売する部門を設けることで持続的成長の足掛かりができた。
- ②「次々とお客様が訪れる」観光地の特性を活かして集客の悩みはなかった。
- ③味噌に固執せず、時流に合った「味噌加工品」を開発することができた。
- ④直売店で認知度が上がり、卸でも好影響を得られた。また、通信販売にも誘導ができた。
- ⑤毎日現金が入るためキャッシュフローが安定した。
- ⑥テレビ等の取材が増え、ブランドイメージが向上した。

その結果

“景気とは関係なく”20年以上も安定して
店舗売上4000万円（平均）、
店舗営業利益14%を維持
通販年商1.1億円の売上を“付加”
することができました。

**私の会社がたった8. 3坪の直売店で売上4,000万円付加した！
さらに通販1億円のベースもつくった！無料レポート**



こんにちは。私は、株式会社船井総合研究所、フード支援部の中野一平と申します。食品製造業の直販強化や商品開発に、15年以上関わらせていただいております。

今回取り上げましたすや亀様の取り組み、『観光地への直売店出店』は、売上減少に悩む今日の多くの醸造企業が抱える課題を解決する大きなヒントになるかと思えます。これからも伸びると予想される観光マーケット獲得で成功している企業は実は増えています。青木社長がレポート内でおっしゃっていたことをまとめますと、成功のポイントは以下の3つです。

市場縮小の中、醸造業が観光地への直売店出店で成功する3つのポイント

- 1. テイクアウト付き低リスク小型店舗展開**
- 2. 人材難時代の脱職人経営**
- 3. 第三の柱、通信販売部門も拡大**

課題・問題点

- 1. 立地の選定**
- 2. 売上の季節変動**
- 3. 繁忙期の人材確保**

私の会社がたった8.3坪の直売店で売上4,000万円付加した！
さらに通販1億円のベースもつくった！無料レポート

成功ポイント1.テイクアウト付き低リスク小型店舗展開

「観光地に出店する」だけで成功しやすいのですが、さらに、飛躍的に成功確率を高める要素があります。それが「飲食」です。観光地での楽しみの一番が「食べること」であり、お財布からお金も出すことへの心理的ハードルも低いからです。ただし、本格的な飲食店を設ける必要はありません。バイトでも作ることができるカンタンな名物メニューのテイクアウト機能を設けるだけで十分です。売り場も10坪程度でよいいため家賃も抑えられます。初期投資も低くなるため低リスクでスタートが可能となるのです。低リスクの小型店舗展開によって確実な成功を収め次のステップに進みましょう！すや亀様以外にも全国にこのパターンは増加中です。

成功事例企業 岐阜県



下呂温泉で行列ができる店に
初期投資**1,300万円を1年で回収！**営業利益**30%！**
名物の飛騨牛あぶり寿司で
テイクアウト比率**77%！**
メディア・SNS露出多数！

成功事例企業 秋田県



小さなはちみつ屋が今では
レジ客数**62,000人！**
田沢湖の名物観光スポットに
デジタルから**SNS集客移行で**
テイクアウトコーナーでの
はちみつソフトは**50,000個！**

**私の会社がたった8. 3坪の直売店で売上4,000万円付加した！
さらに通販1億円のベースもつくった！無料レポート**

成功ポイント2.人材難時代の脱職人経営

後に挙げておりますように「人材難・人材確保」は今後も事業展開におけるクリアすべき課題のひとつです。そこで、パート・アルバイトでも運営できる「脱職人経営」の仕組み化が成功ポイントとなるのです。

成功ポイント3.第三の柱、通信販売部門も拡大

別事業での相乗効果を狙うこともこれからの事業展開には欠かせません。観光地に訪れる商圈外客を直売店で獲得することで通信販売部門も拡大が可能、すや亀様の通販年商は1.1億円。直売店の3倍近い売上をつくるまでになりました。

一方で、青木社長は以下の課題・問題点も皆様にお伝えしたいとおっしゃっています。逆に申しますと、ここをクリアにできれば成功するということです。

課題・問題点1.立地の選定

観光入込客数は50万人以上、またその中で、観光客の動きを意識した立地の選定も重要です。

課題・問題点2.売上の季節変動

季節変動の大きい観光地売上では月ごとに一喜一憂しない売上計画、経営資源の回し方もまたポイントです。

課題・問題点3.繁忙期の人材確保

全国の中小醸造メーカー経営者様へ 観光地への直売店出店！ さらに、「売れ続ける仕組み」をつくり 経営革新を実現するセミナー

ここまでレポートをお読みくださりまして、誠にありがとうございました。人口減少・原材料高騰・大手の寡占化・醸造業のマーケットの縮小などなど、経営者の皆様が抱えられている課題は尽きることがないと思います。その中でも目の前の業績UP、中長期的な持続的成長のために何か新しいことを始めないといけなとお考えの方も多いと思います。

同じような悩みを数年前までは抱えながらも、観光地に出店し、新商品や、新たな手法を導入し、業績アップ、顧客のさらなるファン客化が進むようになられたのが、今回特別講演をいただくすや亀本店の青木社長です。

青木社長には観光直売店出店の際のメリットと実際に取組んでみての課題など、「生の声」を当日お話しいただきます。

我々、船井総研は観光ビジネスモデルのポイント、投資回収、実際にクライアント様にご提案しているマーケティング手法を分かりやすく解説しながら、「明日から即実践いただける内容」に落とし込む1日間限定のセミナーにしたいと考えております。当日、皆様にお会いできることを楽しみにしております。

株式会社船井総合研究所 フード支援部

セミナー当日お伝えする内容を一部ご紹介
青木社長より具体的な事例と実際の数値、
船井総研がご提案している
マーケティング手法を徹底公開いたします！

- ①今でも安定売上をつくる観光地直売店の投資計画公開
- ②土地の選び方からテイクアウトの上手な進め方まで
「やってきたから分かる」観光直売店成功のポイントと問題点
- ③周辺商品（加工品など）を投入する際のコンセプト設計と手順
- ④価格競争を脱し、大手と違う自社だけの土俵をつくるための
事業コンセプトの作り方
- ⑤安売りしなくても、自社のファンが増える商品開発のポイント
- ⑥少ないリスクで商品を付加する方法
- ⑦“良い”OEM委託先の見つけ方と選定基準
- ⑧「商品開発室」の作り方と成功のポイント
- ⑨女性目線の商品開発を行うための女性社員の活用方法
- ⑩売れる観光直売店の作り方
- ⑪1億円売れる通信販売の仕組みの作り方
- ⑫売上を上げるためのインターネット活用方法
- ⑬他社とのコラボレーション成功術
- ⑭新商品、新しい取り組みなどを始める際の従業員の巻き込み方
- ⑮小さくても強い会社の作り方
- ⑯青木社長がお考えの次なる展開

その他、具体的な事例を中心にお話する実践型セミナーです！

参加してよかった！の声多数

過去の醸造向けセミナーご参加のお客様の声

(一部をご紹介)

これから何をしたいかが、するべきか、ヒントをいただけました。

これから何をしたいかが、するべきか、ヒントをいただけました。

セミナー料をきちんと売上でまかなわなくてはならないと決心しました。実行あるのみですね。

セミナー料をきちんと売上でまかなわなくてはならないと決心しました。

ポイント、要点が明確でわかりやすかった。資料が非常に多いので、有効活用しようと思います。

ポイント、要点が明確でわかりやすかった。資料が非常に多いので、有効活用しようと思います。

悪い例も話して頂いたので、安心して聞く事ができました

悪い例も話して頂いたので安心して聞く事ができました

ネットビジネスで成功できないshopが何をしているのか(何をしていないのか)NGの部分を一部でしようが伺えて良かったです。

ネットビジネスで成功できないshopが何をしているのか(何をしていないのか)NGの部分を一部でしようが伺えて良かったです。

なんとなく直感していたことが間違いなことがわかり安心しました。

なんとなく直感していたことが間違いなことがわかり安心しました。

集客方法に関して、大変参考になった

集客方法に関して、大変参考になった

今すぐ何をすればいいのかが分かりやすかった。特に失敗例がわかりやすかった。

今すぐ何をすればいいのかが分かりやすかった。特に失敗例がわかりやすかった。

自分のやる気が上がったし、これからどういったアプローチをしていけば良いか見えてきた気がします。

自分のやる気が上がったし、これからどういったアプローチをしていけば良いか見えてきた気がします。

データに基づき、結果を教えてくれたこと。断言されたこと。

データに基づき、結果を教えてくれたこと。断言されたこと。

整理が出来ました。情報が不足していることがわかりました。

整理が出来ました。情報が不足していることがわかりました。

実店舗でも活かせることばかりであった点、すぐにできることばかりであった点、失敗例もありながら、事例が多いので、セミナーでよくある舞い上がりになかった点で良かったです。

実店舗でも活かせることばかりであった点、すぐにできることばかりであった点、失敗例もありながら、事例が多いので、セミナーでよくある舞い上がりになかった点で良かったです。

大変参考になりました。時間の都合で居残れないのが残念です。次回に期待しています。

大変参考になりました。時間の都合で居残れないのが残念です。次回に期待しています。

醸造業観光参入セミナー

【開催日】 2018年 7月4日(水) 株式会社船井総合研究所 東京本社

〒100-0005 東京都千代田区丸の内1-6-6 日本生命丸の内ビル21階

【開催時間・定員】 13:00 ~ 16:50 / 30名限定

セミナー講座カリキュラム

講座	内容	講師
第1講座 13:00 ~13:30	中小食品メーカーの観光戦略	株式会社船井総合研究所 フード支援部 チーフ経営コンサルタント 中野 一平
第2講座 13:40 ~14:40 (終了後、質疑 応答・お名刺交 換15分予定)	観光地出店がわが社を救った！ 直売店成功のポイント 観光地での直売店出店にいち早く取り組み、今も成功を収めている青木社長より、成功のポイント、注意すべき点、そして「これから」について本音でお話しいたします！	有限会社 酢屋亀本店 代表取締役 青木 茂人氏
第3講座 15:05 ~16:20	醸造業のための観光参入ノウハウ 「貴社にもできる」パック公開	株式会社船井総合研究所 フード支援部 チーフ経営コンサルタント 中瀬 綾
最終講座 16:30 ~16:50	まとめ講座 これからの進め方	株式会社船井総合研究所 フード支援部 チーフ経営コンサルタント 中野 一平

講師紹介

有限会社酢屋亀本店 代表取締役 青木 茂人氏



歴史のある味噌蔵で、もともとは卸での味噌の販売がほぼ100%であったが、直販に着目し善光寺に出店。飲食付加型の本店や通信販売も強化し直販比率は35%。同業の直販展開のモデル企業として知られている。商品開発にも積極的に取り組み、市場の中で味噌の消費量が減少している中、味噌を活かした菓子・冷凍食品、甘酒を投入し、持続的な成長を実現している。



株式会社船井総合研究所 フード支援部
チーフ経営コンサルタント 中野一平

新潟大学教育学部卒業後、株式会社船井総合研究所に入社。主に日本酒、調味料などの醸造業や漬物などの食品メーカーでのコンサルティングを行っている。船井流即時業績向上法を落とし込んだ「造り手の想いを伝える」通販や体験付加型直販を得意としている。これまで500件以上の様々な食品の直販事例に携わり、四季を通じたイベント、通信販売、固定客化、蔵祭り・工場祭などで実績を上げている。特に蔵祭り・工場祭の年間ご支援数は船井総研で最も多い。



株式会社船井総合研究所 フード支援部
チーフ経営コンサルタント 中瀬 綾

同志社大学経済学部卒業後、株式会社船井総合研究所に入社。主なコンサルティング領域は飲食店や食品メーカー、食品卸でありその中でも飲食店のインターネット集客、食品のEコマース(通信販売)での実績が豊富である。また調味料メーカー、酒販店、和菓子、洋菓子、焼肉、飲食業、弁当など食品関連の業種におけるコンサルティングはほぼ網羅しているため、インターネットのみにとらわれない集客手法・販売促進においても実績が豊富である。

株式会社船井総合研究所とはこんな会社です

「お客様の業績を向上させること」を最重要テーマとし、現場の即時業績アップ支援に強みを持ち、独自の経営理論に基づくコンサルティングを行っている。
また、社会的価値の高い「グレートカンパニー」を多く創造することをミッションとし、企業の本質的な「あり方」にも深く関与した支援を実施している。その現場に密着した実践的コンサルティング活動は様々な業種・業界から高い評価を得ている。

日時・会場

東京会場
 2018年 7月4日(水)
 船井総合研究所 東京本社
 〒100-0005
 東京都千代田区丸の内1-6-6 日本生命丸の内ビル21階
 JR 東京駅 丸の内北口より徒歩1分

開催時間 開始 終了
13:00 ▶ 16:50 (受付12:30より)

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、会場は受講票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

一般企業 税抜 30,000円 (税込 **32,400円**) / 一名様 **会員企業** 税抜 24,000円 (税込 **25,920円**) / 一名様
 ※ご入金の際は、税込金額でのお振込をお願いいたします。
 ●受講料のお振込みは、お申込み後速やかにお願いいたします。 ●ご入金確認後、受講票の案内をもってセミナー受付とさせていただきます。
 ●万一、開催4営業日前までに受講票の案内が届かない場合や、セミナー開催4営業日前までにお振込みできない場合は、下記へご連絡ください。なお、ご入金を確認できない場合は、お申込みを取消させていただきます。 ●ご参加を取り消される場合は、開催日より3営業日(土・日・祝除く)前の17時迄にお電話にて下記申し込み担当者までご連絡ください。それ以後のお取消の場合は、受講料の50%、当日および無断欠席の場合は、100%をキャンセル料として申し受けますのでご注意ください。
 ●会員企業様とはFUNAIメンバーズPlus、各業種別研究会にご入会中の企業様です。

お申込方法

WEBからのお申込み 下記QRコードよりお申込みください。クレジット決済が可能です。
 受講票はWEB上でご確認いただけます。
FAXからのお申込み 入金確認後、受講票と地図を郵送いたします。
 万一1週間前までにお手元に届かない場合は、下記担当者までご連絡ください。

お振込先

下記口座に直接お振込ください。
お振込先 三井住友銀行(0009)近畿第一支店(974)普通 No.5785663 口座名義:カ)フナイソウゴウケンキユウシヨ セミナーグチ
 お振込口座は当セミナー専用の振込先口座でございます。 ※お振込手数料はお客様のご負担とさせていただきます。

お問合せ

明日のグレートカンパニーを創る **株式会社 船井総合研究所**
TEL 0120-964-000 (平日9:30~17:30) **FAX 0120-964-111** (24時間対応)
 ●申込みに関するお問合せ:星野 ●内容に関するお問合せ:中野

ご入金確認後、受講票の案内をもってセミナー受付とさせていただきます。 お問合せNo. **S032188** 担当 **星野 宛**

醸造業観光参入セミナー **FAX:0120-964-111**

フリガナ		業種	フリガナ		役職	年齢
会社名			代表者名			
会社住所	〒		フリガナ		役職	
			ご連絡担当者			
TEL	()		E-mail		@	
FAX	()		HP	http://		
ご参加者氏名	フリガナ	フリガナ	フリガナ	フリガナ	フリガナ	フリガナ
	1	フリガナ	フリガナ	フリガナ	フリガナ	フリガナ
	3	フリガナ	フリガナ	フリガナ	フリガナ	フリガナ
	フリガナ	フリガナ	フリガナ	フリガナ	フリガナ	フリガナ
	5	フリガナ	フリガナ	フリガナ	フリガナ	フリガナ

今、このお申し込み用紙を手に入れている方は、間違いなく業績アップに真剣に取り組んでいる数少ない方々の1人だと思います。
 そんな勉強熱心なあなたは現在、経営状況等にどのようなお悩みをお持ちでしょうか?下記に現状の課題をできるだけ具体的に整理してください。

上記の課題解決に向け、今回のセミナーにご参加される方に限り、**無料個別経営相談**を行います。(どちらかにをお付けください。)

セミナー当日、無料個別経営相談を希望する。
 セミナー後日、無料個別経営相談を希望する。(希望日 月 日頃)

ご入会中の弊社研究会があればをお付けください。

FUNAIメンバーズPlus その他各種研究会(研究会)

【個人情報に関する取り扱いについて】
 1.申込用紙に記載されたお客様の情報は、セミナーのご案内といった船井総研グループ各社の営業活動やアンケート等に使用することがあります。(ご案内は代表者様宛にお送りすることがあります)法令で定める場合のほか、お客様の承諾なしに他の目的に使用いたしません。
 2.お客様の情報管理につきましては船井総研グループ全体で管理いたします。詳しくはホームページをご確認ください。
 3.セミナーのご案内時に、いただきました住所・貴社名・部署・役職・ご担当者氏名を船井総研グループが個人情報の管理について事前に調査した上で契約しましたダイレクトメール発送代行会社に発送データとして預託することがございます。
 4.必要となる情報(会社名・氏名・電話番号)をご提供いただけない場合は、お申込のご連絡や受講票の発送等ができない等、お手続きができない場合がございます。
 5.お客様の個人情報に関する開示、訂正、追加、停止又は削除につきましては、船井総研コーポレートリレーションズ・顧客データ管理チーム(TEL06-6232-0199)までご連絡ください。
【個人情報に関するお問い合わせ】
 株式会社船井総研ホールディングス 総務部法務課(TEL03-6212-2924)



お申込みはこちらから



※ご提供いただいた住所宛のダイレクトメールの発送を希望されないときは、を入れて当社宛にご連絡ください。 **ダイレクトメールの発送を希望しません**