

開催日時：2019年7月11日(木)

開催場所：船井総合研究所 淀屋橋セミナープレイス

小さなまち向け!

インバウンド 戦略セミナー

ステップ①

触れる

まずは地域と外国人が「触れる」ことです。地域の魅力を再発見!!

ステップ②

創る

次はその地域資源を外国人に知ってもらいましょう! ツアー企画は必須です。

ステップ③

拡販する

ツアーの商品化、外国人リピーター育成、そして海外メディアへ発信!

事例のポイント

一般社団法人田辺市黒野ツーリズムビューロー

会長 多田 稔子 氏

外国人個人宿泊者数年間**3万人超え!**

インバウンド「着地型観光」で **地域 No.1の観光業創出を実現!**

ポイント① 地域特性の徹底分析

ポイント② インバウンド観光に特化した中間支援組織の活躍と外国語専門家の登用

ポイント③ アンバサダーの育成に着手=着地型観光

こんな方にオススメ



- ✓すぐ近くまで観光客は来ているが、あと一步の誘客に困っている。
- ✓インバウンド観光を呼び込みたいが、その手法がわからない。
- ✓全国のインバウンド需要のなかで、今の町の立ち位置がわからない。
- ✓どのようなインバウンド客層を狙うべきか迷っている。
- ✓観光資源あるが、それを外国人へPRできていない。

特典1

町のポテンシャル
診断
あなたの町の「立ち位置」がまるわかり!

特典2

無料経営相談 承ります!!

自治体向けインバウンドセミナー

お問合せ No: S045428

明日のグレートカンパニーを創る
Funai Soken

TEL:0120-964-000 FAX:0120-964-111

(平日 9:30~17:30)

(24時間対応)

株式会社 船井総合研究所 〒541-0041 大阪市中央区北浜 4-4-10 船井総研 大阪本社ビル

内容に関するお問合せ：白方 お申込に関するお問合せ：中田

日本の地方のインバウンドの幕開きはもう間近！！

訪日外国人旅行者4,000万人時代の実情 ～大都市偏重 と その解消の兆し～

東京オリンピックが開催される2020年まであと1年。訪日外国人旅行者も4,000万人時代が間近となりました。

絶対数の増加とともに、成長率は徐々に鈍化していますが、4,000万人を超える外国人観光客の経済効果は、

合計6.2兆円

に上ると予測されています。

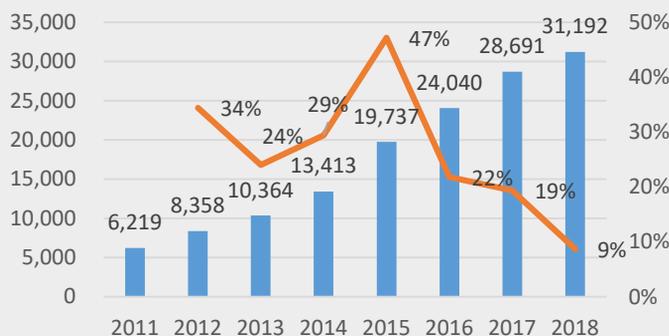
しかし、皆さんの地域では実際にその効果を実感できない、というのが本音ではないでしょうか。

それは、多くの観光客が大都市に偏重していることと関係があるとされています。

次のページの一覧を見ながらお話をお聞きください。確かに、訪日外国人旅行者は2018年段階で3,000万人を超え、その延べ宿泊数は、8,800万泊になりました。全国の合計宿泊数が約5億泊であることを考えると、なんとその17.4%が外国人の宿泊によるものとなります。

しかし、、、、実は、都道府県別にみると、この平均である17.4%を超えている都道府県は、大阪、東京、京都、北海道、沖縄、岐阜、福岡、大分の8都道府県のみです。なお、この8都道府県の外国人延べ宿泊数は約6,000万泊、全体の68.2%を占めています。つまり、まだまだ地方には外国人旅行者は来ていないのです。

訪日外国人旅行者数推移



■ 訪日外国人旅行者数(千人) — 成長率

※JNTOデータベースより作成

日本の地方のインバウンドの幕開きはもう間近！！

大都市への偏重、という構造は、都道府県レベルのみならず、各都道府県内部でもほぼ同じ構造が見られます。

県庁所在地等の人口（宿泊施設）の多い市町村では外国人比率は高く、人口の少ない市町村では、低い数字になる傾向にあるのです。

※一部の大型観光地は別ですが、

では、本セミナーが対象とする小さな自治体（主には人口5万人以下を指します）には、インバウンドは訪れないのでしょうか。

もちろん、そんなことはありません。

「観光公害」（あまりにも観光客が多すぎて住民の生活が阻害される状態）という言葉が言われ始めているように、この状態は国、地方を問わず、解決される傾向にあります。

またリピーターの多い外国人も徐々に地方、特に大都市から1時間～3時間程度でいける距離の地方に目を向け始めています。

すぐに平均値である17.4%に外国人比率が高まることはないですが、徐々にその数値は向上していくと予測されています。

2018年外国人宿泊数データ

■2018年全国宿泊数に占める外国人宿泊数とその割合

No.	地域	全宿泊数	外国人宿泊数	構成比
0	全国	509,020,060	88,589,500	17.4%

1	大阪府	35,762,430	13,890,460	38.8%
2	東京都	61,201,140	21,766,620	35.6%
3	京都府	18,282,780	5,708,510	31.2%
4	北海道	35,272,550	8,178,780	23.2%
5	沖縄県	22,829,680	5,250,440	23.0%
6	岐阜県	6,153,270	1,227,320	19.9%
7	福岡県	15,917,100	3,162,730	19.9%
8	大分県	7,257,360	1,339,130	18.5%
9	愛知県	17,292,910	2,909,550	16.8%
10	奈良県	2,289,950	374,270	16.3%
11	佐賀県	2,702,250	374,840	13.9%
12	香川県	3,989,300	527,300	13.2%
13	和歌山県	4,892,910	618,390	12.6%
14	熊本県	7,845,030	981,900	12.5%
15	神奈川県	20,348,890	2,519,330	12.4%
16	広島県	9,853,090	1,212,420	12.3%
17	石川県	8,381,150	924,390	11.0%
18	長崎県	7,157,380	692,900	9.7%
19	鹿児島県	8,319,500	791,660	9.5%
20	兵庫県	12,466,340	1,174,510	9.4%
21	滋賀県	4,352,390	369,940	8.5%
22	静岡県	21,410,350	1,812,750	8.5%
23	岡山県	5,620,870	465,420	8.3%
24	富山県	3,487,340	287,160	8.2%
25	長野県	18,211,430	1,464,670	8.0%
26	宮崎県	4,097,000	324,280	7.9%
27	青森県	5,028,500	379,280	7.5%
28	鳥取県	3,294,420	183,630	5.6%
29	愛媛県	4,280,170	218,730	5.1%
30	徳島県	2,205,900	111,980	5.1%
31	埼玉県	4,434,400	205,300	4.6%
32	岩手県	5,920,250	244,440	4.1%
33	三重県	8,834,610	358,420	4.1%
34	宮城県	10,081,120	383,770	3.8%
35	新潟県	9,691,120	368,130	3.8%
36	茨城県	5,693,400	213,890	3.8%
37	群馬県	8,077,730	283,100	3.5%
38	秋田県	3,345,620	113,990	3.4%
39	栃木県	9,043,010	288,460	3.2%
40	山形県	5,310,670	161,460	3.0%
41	高知県	2,869,290	76,100	2.7%
42	山梨県	8,467,010	218,950	2.6%
43	島根県	2,813,600	62,090	2.2%
44	福井県	4,020,530	79,270	2.0%
45	千葉県	25,183,790	455,950	1.8%
46	福島県	10,948,570	152,750	1.4%
47	山口県	4,082,010	11,030	0.3%

※観光庁（2019）「宿泊旅行統計調査（平成30年・年間値（速報値）」より作成

日本の地方のインバウンドの幕開きはもう間近！！

小さなまちが目指すべきインバウンドの目標は外国人比率は7%。

では、実際に今後 訪日外国人観光客が存在する中で我々は、どの程度の構成比、もしくは割合を目指すべきなのでしょうか。下のマトリックスをご覧ください。

		人口規模		
		5万人未満	5万人以上 10万人未満	10万人以上
延べ 宿泊数	小さな町	1 %	3 %	7 %
	5万人未満	3 %	7 %	11 %
	5万人以上 50万人未満	7 %	11 %	15 %
	50万人以上			

小さな町のひとつの基準は7%。まずは延べ宿泊数に対してこの数字の達成を目標とすることをおススメします。

今お読みいただいている皆様の多くは、この7%という数字に驚かれたと思います。そこで本レポートでは、実際にこの数字を大きく超えてインバウンド観光客が訪れている町を事例としてご紹介したいと思います。

今回ご紹介するのは、和歌山県田辺市の事例です。同地域は人口規模で7.3万人、延べ宿泊数は40万人前後、そのうちの約9%、3.6万人が外国人、しかも欧州を強く意識したターゲット設定になっているというからビックリです。

では、その秘訣はどこにあったのでしょうか。次のページから詳細に解説していきたいと思います。

なぜ田辺市熊野ツーリズムビューローが誕生したのか？

一般社団法人 田辺市熊野
ツーリズムビューロー 会長

多田 稔子氏



◆講師プロフィール◆

和歌山県出身。2005年の市町村合併を機に設立された「田辺市熊野ツーリズムビューロー」の会長に就任。熊野古道エリアを「世界に開かれた上質で持続可能な観光地」とすることを目指し活動を展開。2010年には着地型旅行事業「熊野トラベル」を開始。地域にFIT（外国人個人旅行者）という新たなマーケットが形成され、2018年度の旅行事業売上げは4億円を超えた。日本におけるDMOの先駆けとして評価されている。

2004年、熊野古道が世界文化遺産登録。 田辺はこのままではいけない！！

田辺市は、和歌山県南部に位置する人口7.3万人の自治体です。山と海に囲まれた風光明媚な地域ですが、三重県、奈良県、和歌山県、大阪府に跨る熊野古道は2004年世界文化遺産に登録され、当時は一躍日本国内観光（特に団体旅行）を中心に注目を集めました。その翌年には和歌山県内5つの観光協会（旧田辺市、旧龍神町、旧中辺路町、旧大塔村、旧本宮町）が市町村合併に伴い、統合されました。

これら2大出来事が新田辺市の観光戦略において大きな転機となることを見据え、従来の5観光協会を会員とする田辺市熊野ツーリズムビューローが設立されました。

現在では、新田辺市全体のインバウンド観光資源として「熊野古道」が存在しているのです。

世界文化遺産登録当時では観光入込客数が年間400万人を超えました。注目すべきは、その宿泊者数の国・地域別内訳です。2017年では田辺市の外国人宿泊客数は3.6万人と軒並み増加しており、そのほとんどが個人客で熊野古道を訪れています。

国別では、オセアニア・香港・アメリカ・フランスの順に多くなっています。

なぜ田辺市では「欧米豪観光客 × 個人客」を誘致できたのか？

それでは、なぜここまで「欧米豪」の観光客が多く、かつ「個人客」を誘致できているのでしょうか。それは田辺市熊野ツーリズムビューローが以下3つポイントを徹底したからなのです。

1 プロモーションだけじゃない。地域の特質を徹底分析！



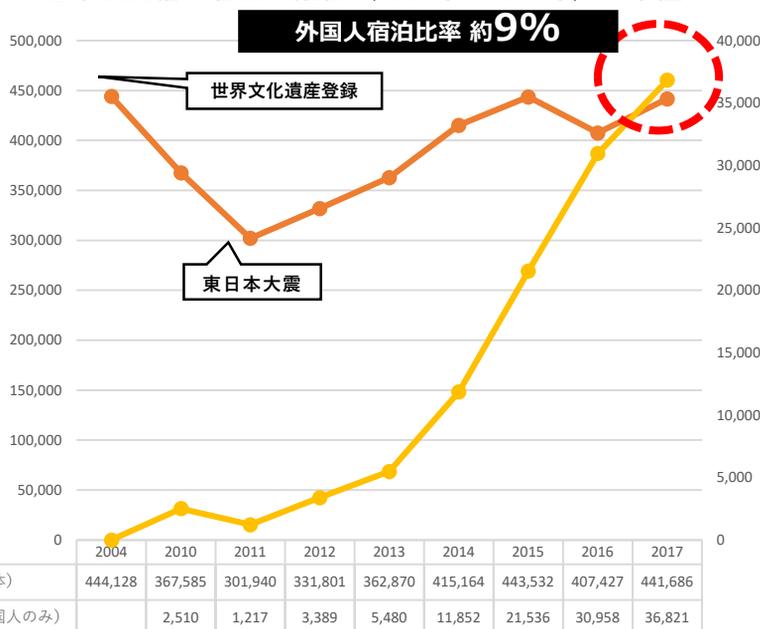
第一のポイントは田辺市熊野ツーリズムビューローが、観光資源である熊野古道の特質を徹底的に分析した点です。

熊野古道の特徴は、参道は300キロメートルと長いものの、参道の大部分は幅約1メートルと狭くなっている点です。また土の道が多く、保全にも課題が残ることから大勢の観光客が歩くことに適さない、と分析しました。

また、地域で受け入れ可能な宿泊施設に限界があることも分析によって分かってきました。田辺市にある宿泊施設のうち約半数が民宿で一度に大勢の観光客を受け入れるキャパシティを有しないものが多いことから、個人客の宿泊が好まれていたのです。

このような環境から家族単位や団体旅行が多い韓国や中国からの観光客ではなく、比較的個人で旅行する傾向が強く、旅の目的を持った欧米豪の客層をターゲットとした誘致に舵を切ったのです。

田辺市観光宿泊者数の推移（2004年～2017年） 単位：人



なぜ田辺市では「欧米豪観光客 × 個人客」を誘致できたのか？

2

やるなら徹底的に！ハードとソフトの融合 外国人専門家をアドバイザーに登用

第二のポイントは、田辺市の外国人観光客受け入れ体制整備を積極的に行った点です。

田辺市では「外国人にとってわかりやすい環境にしなければならない、そのためには外国人の目線が必要だ」という考えから、旧本宮町にてカナダ人ALT教員だったブラッド・トウル氏を採用しました。

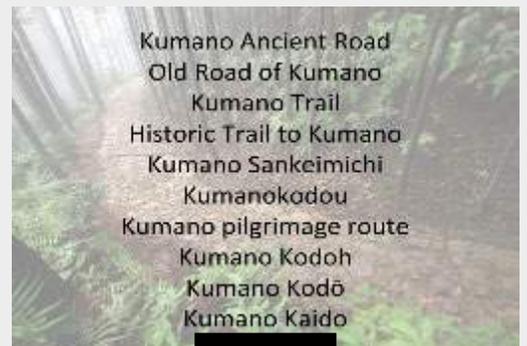
ハードインフラに関しては主に各所道路標識の外国語表現の作成が急務とされました。また単なる翻訳ではなく、表現の統一にも着目しました。

“Kumanokodou” や “Kumano Ancient Road” のように、同じ場所を指す標識でも表記によって、それぞれが別の場所を示すものだと認識してしまう外国人観光客も少なくないと考えました。

そこでブラッド氏の外国人目線でわかりやすい表記を採用したのです。

また、地元の老舗旅館では料金決済に関してトラブルも多くありました。欧米豪の観光客は比較的クレジットカードによる決済が主流であることが多いのですが、田辺市にはカード支払いに対応していない旅館も多くありました。

そこで、この課題に対して、田辺市熊野ツーリズムビューローは旅行ウェブサイト「KUMANO TRAVEL」を用いて事前のネット決済を実施することとしました。



熊野古道
Kumano Kodo



なぜ田辺市では「欧米豪観光客 × 個人客」を誘致できたのか？

更に、ソフト体制においてもバス会社や観光案内所に対するインバウンド対応のワークショップを延べ60回実施し、店舗の外国語表記や接客に関するレクチャー等を通して地域の受入れ体制を徹底させました。



3 「着地型観光業」に着手！ 実店舗「熊野トラベル」を開設。

さらに三つ目のポイントとして個人旅行客に対するプランニングの支援も行っています。

田辺市熊野ツーリズムビューローは2017年8月にJR紀伊田辺駅から徒歩2分の位置に旅行代理店「熊野トラベル」を実店舗として開設。ノープランで田辺市に来た観光客でも気軽に立ち寄ることができ、熊野古道のモデルコース案内、宿泊施設の紹介、またオプションツアーの紹介等を行っています。

店舗では、熊野古道を歩く際に必要なツールの購入も可能となっており、旅行会社がやらない着地型観光を推進させています。

2008年には田辺市熊野ツーリズムビューローとサンティアゴ・デ・コンポステーラ市観光局が共同でプロモーション協定を締結しました。これにより、双方の古道散策を目的に両国の人的交流は加速されています。



それでは、小さなまちがインバウンドを誘致するには？

小さなまちでインバウンド誘致を成功させるポイント

STEP1 触れる

STEP2 創る

STEP3 拡販する

STEP1 「触れる」

外国人と交流し、地域の魅力再発見！

インバウンド誘致と一言で言っても、様々な形があります。

特に小さな自治体では、初めに地域の住民と外国人観光客が「触れる」機会を設ける必要があります。

なぜなら、地域が外国人の特性を理解しないまま、外国人の受入れを行なうとどの国・地域の観光客をターゲットとするべきか、どのような地域資源をPRしていくか方向性が不確定になるからです。

外国人と「触れる」手段としては、大型クルーズ船の乗船客をターゲットとした外国人との交流等が有効です。

近年、各港ではクルーズ船の受入れが相次ぎ増加し、政府は2020年までにクルーズ船のみの観光入込客数500万人を受入れ目標としています。

基本的にクルーズ船が寄港する市町が受入れ体制を整備しますが、多くの場合、その周辺の自治体は接岸する港で物産ブース出展が可能なケースがありません。

大型クルーズは収容人数が3,000人～5,000人の規模を有しており、まずは大勢の外国人に「触れる」ことができます。

それでは、小さなまちがインバウンドを誘致するには？

STEP2 「 創る 」 地域資源を活かしツアー企画を実施

地域の資源を再認識できると、次はその資源を足元の外国人に紹介していきます。

初めは地域住民が外国人と触れることで町の資源が外国人という外の目線から再定義されます。

その資源が町でどのような役割を果たし、また外国人が（日本人の感覚と比較して）その資源をどのように評価するのかを確認します。

最も有用な手段は地域にいる外国人（留学生 等）を招待して地元の資源をテーマにモニターツアー等を実施することです。そして必ずツアー後は、地域での学びを留学生の口から発表してもらう場を設け、意見交換会を実施します。人の流れを「創り」出し初めは足元から異文化交流を深めます。

STEP3 「 拡販する 」 ツアーの商品化、海外メディア掲載を狙う！

最後は、「拡販する」フェーズです。ここではある程度住民の地域資源に対する理解が深くなり、域外への本格展開を視野に入れます。

具体的には、影響力がありかつ地域へのファン度が高いパートナーを味方につけ地域資源の観光ツアーを商品化させていきます。より多くの観光客に継続的に地域へ足を運んでいただく施策を展開するのです。

また、商品化後は海外の旅行会社やターゲット国・地域の外国語旅行記事に掲載するなど本格的にプロモーション活動に踏み込むことも可能となります。

「都心から地方へ」インバウンドはブームではない！
日本の地方活性の在り方は大きな転換期を迎えている

株式会社船井総合研究所
地方創生グループ グループマネージャー

朽尾 圭亮



●プロフィール

経済産業省登録 中小企業診断士（登録番号414713）

総務省 地域再生マネージャー（平成22年 認定）

総務省 地域力創造アドバイザー（平成23年 認定）

●これまでの経歴

2001年 慶應義塾大学 総合政策学部卒業

2004年 慶應義塾大学 大学院 政策メディア研究科 修了

※大学院 在学中にトルコ ボアジチ大学へ一年間留学

2004年 株式会社 船井総合研究所 入所

2005年 地域活性化に関する専門部署 設立

ここまでレポートをお読みいただきありがとうございます。
いかがでしたか？

私は15年にわたり、船井総合研究所にて地方創生部門を立ち上げから、現在の各自治体さんへのご支援までを主幹しておりますが、まさに今、インバウンドの流れが地方創生の主流になりつつあると感じております。

レポートにもある通り、日本の延べ宿泊に占める外国人の宿泊数割合は17.4%、8800万泊、その経済効果は3兆円を超えていると言われてはいますが、その多くは大都市に集中しています。

一方で、私がお手伝いしてまいりました数多くの地域には、外国の皆様が喜ぶ地域資源を多くお持ちであることは明白であり、早晚この状況は大きく改善されると考えています。

ただ、そのためには流れに身を任せるだけではなく、しかるべき対策「触れる」、「創る」、「拡販する」が必要であり、それをしっかり行う地域のみが、本当の意味での国際的にも通用する地域へと発展すると確信しております。

本レポートに共感いただいた皆様にはぜひ、セミナーにご参加頂き、我々と共に来るべき“小さな町が輝く方に外国人4,000万人”時代を創造いただければと考えております。

セミナー参加団体さまにお得な**2大特典**！

このセミナーを聞いた後は早速、まちの立ち位置を確認しよう！

特典1 小さなまちの インバウンドポテンシャル診断

【診断概要】

審査期間：調査・分析を含めて1泊2日でご報告します

内 容：①まちの立地、人口規模、観光宿泊客数などの指標から
年間に受け入れ可能なポテンシャルを診断します。
②ターゲットとなり得る国・地域別インバウンド客層の動向分析

成果物：診断書一式

※料金についてはセミナー参加者向け特別価格を当日お伝えします

特典2 無料経営相談

セミナー終了後、個別相談を承ります。

セミナー内容に関するご質問やまちのインバウンド誘致の今後の戦略についてなど、お気軽にご相談ください。

万一、当日にご都合が合わない方は後日別途ご相談の上、日程を調整させていただきますので、お申し出ください。

個人外国人宿泊者数 年間3万人を達成！

田辺市熊野ツーリズムビューローの取組みを大公開！

第1 講座 我が国におけるインバウンド市場のトレンド解説！
小さなまちが目指すべきインバウンド誘致とは何か？

1. 世界と日本の観光トレンド解説
2. 全国のインバウンド事情と21世紀における観光客ニーズ
3. 小さなまちが目指すべきインバウンドの姿



株式会社 船井総合研究所
地方創生グループ グループマネージャー
栢尾 圭亮

第2 講座 パネルディスカッション
一般社団法人 田辺市熊野ツーリズムビューロー 会長 多田 稔子 氏



「ブーム」より「ルーツ」、「乱開発」より「保全・保存」
世界に開かれた「上質な観光地」を目指しインバウンドを推進

2005年の田辺市熊野ツーリズムビューロー設立以後、一貫して田辺市の持続可能で質の高い観光地を目指してインバウンドを推進している。外国人に伝えたい田辺・熊野の魅力とは何なのか、真に外国人にやさしい観光地整備とは何なのか、そして外国人受け入れから地域住民への配慮まで。今回はパネルディスカッション形式にて官民協働のインバウンド事例最前線をひも解いてまいります！

第3 講座 小さなまちのインバウンドは「触れる」ことから！
支援現場から導き出された成功事例を大公開！

1. 小さなまちがインバウンドを誘致するための3ステップ
2. 愛媛県M地区・福岡県A町の成功ノウハウを伝授。

【ワークショップ】
第一歩はまちの現状分析から。今のまちの立ち位置を知る。



株式会社 船井総合研究所
白方 健

第4 講座 いま、本当にインバウンド誘致は必要なのか？
今後の時流予測をもとに

小さな自治体へのインバウンド流入...時計の針はすでに進んでいます。
世界の観光需要拡大、そしてその行く末は如何なるものなのか。。

地方自治体はまさに今、大きな転換期を迎えています。2020年の東京五輪、2025年の大阪万博、そしてIRなど...まちの観光戦略の確立は待たなしです。まずは地元の環境を見つめ直し、今やるべきことをこのセミナーで発見してください！



株式会社 船井総合研究所
地方創生支援部 部長
中野 靖識

日時・会場

大阪会場
 2019年7月11日 木曜日
 (株)船井総合研究所 淀屋橋セミナープレイス
 〒541-0041 大阪市中央区北浜4-7-28 住友ビル2号館7階
 地下鉄御堂筋線「淀屋橋駅」10番出口より徒歩3分

開催時間 開始 終了
13:00▶ 16:30 (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下さい。
 また最少催行人数に満たない場合、中止させて頂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致しかねますので、ご了承下さい。

受講料

一般企業 **税抜 20,000円(税込21,600円)／一名様** 会員企業 **税抜 16,000円(税込17,280円)／一名様**

※ご入金の際は、税込金額でのお振込をお願いします。
 ●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頂く場合がございます。 ●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ますようお願いいたします。それ以後のお取消しの場合は、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。お振込いただいたにも関わらず、お手元に届かない場合は、下記申込み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下さい。
 《お振込先》三井住友銀行(0009) 近畿第一支店(974) 普通 No.5785528 口座名義:カ)フナイソウゴウケンキョウシヨ 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となっております。 ※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

 **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:中田 ●内容に関するお問合せ:白方

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。

自治体向けインバウンドセミナー **FAX:0120-964-111**
 お問い合わせNo. S045428 担当:中田

フリガナ				フリガナ				役職	年齢
自治体名				代表者名					
庁舎住所	〒				フリガナ				役職
					ご連絡担当者				
TEL				E-mail				@	
ご参加者氏名	1	フリガナ	役職	年齢	2	フリガナ	役職	年齢	
	3	フリガナ	役職	年齢	4	フリガナ	役職	年齢	

今、このお申し込み用紙を手になされている方は、間違いなくまちへのインバウンド誘致に真剣に取り組んでいる数少ない方々の1人だと思えます。そんな勉強熱心なあなたは現在、インバウンドの誘致にどのようなお悩みをお持ちでしょうか?【現状の課題をできるだけ具体的に整理して下さい。】

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、無料経営相談を行います。(どちらかにチェックをつけてください)

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チェックをお付けください。
 FUNAIメンバーズPlus その他各種研究会(研究会)



お申込みはこちらから

【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(TEL06-6204-4666)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)

検

ダイレクトメールの発送を希望しません
 ※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。