

1%の整骨院経営者だけが気づいている
今こそ注力すべき**収益の柱**は「これ」だ。

予防物販

栄養学に基づく食事指導で
年商**3,000万円UP**・1人生産性**160万円**

整骨院は「治療」を行うだけでなく
「健康」を提供する**場所へと変化**する！

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 船井総研大阪本社ビル お申し込みに関するお問い合わせ：星野 内容に関するお問い合わせ：村中

整骨院 予防物販で年商3,000万円UPセミナー お問い合わせNo. **9月開催分 S047411** **10月開催分 S047410**

TEL.0120-964-000

平日 9:30～17:30

FAX.0120-964-111

24時間
対応

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。)→ **047410**

東京
会場

2019年

9月**22**日(日)

(株)船井総合研究所
東京本社
13:00～16:30
[受付 12:30～]

大阪
会場

2019年

10月**6**日(日)

(株)船井総合研究所
大阪本社
13:00～16:30
[受付 12:30～]

講座内容&スケジュール

講座	セミナー内容
特別ゲスト 講演 第1講座	失敗から学んだ予防物販モデル成功までのストーリー  株式会社 CURE INNOVATION 代表取締役 平森 勇喜氏 「患者様の未来をプロデュースする」という考えのもと、東京都治療院経営を行っている。治療業界の新たな柱は、『構造学』×『運動学』×『栄養学』として、予防型治療のコンセプトを掲げ、1院で売上1.5億円という偉業を達成。全国15000社のサロンから選ばれる賞でも、2年連続売上実績1位を獲得した実績も誇る。社名にINNOVATION(革新)と名付け、日本一の治療院を目指している。
第2講座	予防物販モデル導入までのステップと重要ポイント  株式会社 船井総合研究所 ヘルスケアグループ チームリーダー 平松 勇人 大学卒業後に船井総研に入社。入社して一貫して治療院のコンサルティングを経験。現在では治療業界の中でも特に整骨院のコンサルティングをしており、マネジメント分野では資格者採用や評価賃金制度の作成など、企業が持続的成長を図る上での基盤づくりをサポートしています。社長、社員の「想い」を感じ取り、長所伸展を基本としたコンサルティングサービスを提供しています。
第3講座	物販売上3,000万円の具体的手法大公開!  株式会社 船井総合研究所 ヘルスケアグループ 村中 奨平 山口県の小さな家業を営む父の背中を見て育つ。前職は税理士法人。中小零細企業の発展を強く望み、船井総研へ転職。現在は、治療院のマーケティング、マネジメント領域に専門特化し、守りと攻めの視点で地域一番店作りをサポートしている。
第4講座	予防物販の可能性とこれからの整骨院経営  株式会社 船井総合研究所 ヘルスケアグループ グループマネージャー 浜崎 允彦 200社近くの会員企業を有する整骨院 経営イノベーション研究会の主任を務める。年商1,000万円前後から年商10億円規模の整骨院(企業)まで幅広くコンサルティング実績を持つ。2018年から治療院コンサルティンググループのグループマネージャー(責任者)に就任。

前回のセミナーの様子



商品会社
株式会社プロラボホールディングス
酵素ドリンクやサプリメント、美容ドリンクなどの内面美容に特化した商品を展開するインナービューティブランド。安心・安全で効果が体感できる商品お届けするために、製品開発において一切の妥協を排除し「プロユース品質」「学術エビデンス」「安全性」「クリエイティビティ」を最重視した本物のインナービューティプロダクトをお届けしている。

セミナーの休憩時間に、
実際の商品の試飲ができます!

お申込み方法

WEBからもお申込みいただけます!



OPEN!

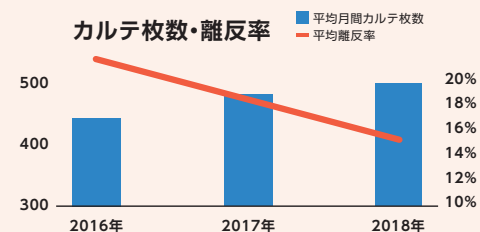
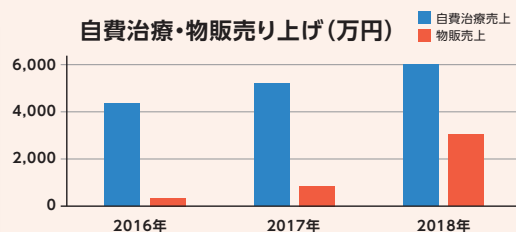
右記のQRコードを読み取りいただき
WEBページのお申込みフォームより
お申込みくださいませ。

セミナー情報をWEBページからもご覧いただけます!
<https://www.funaisoken.co.jp/seminar/047410>



導入事例

全国各地で「予防物販モデル」を導入する企業が続出中!!



株式会社CURE INNOVATION
代表取締役

平森 勇喜氏

保険依存から脱し、2017年から「予防物販モデル」を本格的に取り組みました。

2018年は物販売上だけで約3,000万円を実現でき、2019年はさらに上回る計画です。

競合が増える中で、新規数はこれから徐々に減っていくと見えています。

予防物販モデルを構築したことで、患者1人当たり月間支払額は2年間で約1.5倍以上になりながら、離反率は下がっており、新規に頼らない経営スタイル(ストック型)を確立できました。



導入後、数ヵ月で累計物販売上は200万円を超えています!

株式会社Natural Ship (1店舗)
代表取締役

細野 修平氏

患者様の身体の内面ケアもできることに、スタッフも楽しみながら取り組んでいます。



導入たった1ヶ月で物販月商47万円達成しました!

株式会社SUN'S (1店舗)
院長

富田 裕一氏

離反率を下げながら、物販売上と自費治療売上UPを実現していきます!



導入たった2か月で物販月商65万円を達成しました!

まほろば鍼灸整骨院 (1店舗)
院長

山田 真氏

より対応面に力を注ぎ、年内に物販売上100万円を目指しています!

予防物販モデルは患者様からも支持されています!



身体の内面の不調も改善しました!

他の整骨院と違い、ただマッサージをするだけでなく、外側と内側、両面からアドバイスをいただき体が楽になりました。特に食生活のアドバイスや足りない栄養素のサプリメントをおすすめしてくれる事で身体の内面の不調も改善しました。



健康でキレイな体を手に入れる事が出来ました!

骨盤矯正+エステを受けていましたが、食生活が乱れていて、体の痛みが取れず、体重を思ったより減らず…。外側だけでなく内側からアプローチ(ファスティング)してもらうことによって痛みも楽になり、なかなか落ちなかった体重(76→56kg)になることが出来ました!!内面からしっかりケアすることで、健康でキレイな体を手に入れる事が出来ました。

※平森氏の院の実際の患者様の声です。

予防物販モデル最大の特徴!

ストック型 | 1人生産性160万円 | 再現性高

新規数が一定でも離反率が低下すると同時に、患者1人あたり月間支払額が増え、物販売上・自費治療売上が向上します。

注目!

整骨院モデル Ver.1		整骨院モデル Ver.2		整骨院モデル Ver.3 (予防物販モデル)
保険施術		自費施術	保険施術	物販
				自費施術
				保険施術
離反率	40%前後	25%前後		15%前後
1回あたり単価	1,000~1,500 円	2,500~4,000 円		5,000~7,000 円
月間窓口負担額	2,000~4,000 円	10,000~15,000 円		15,000~20,000 円
集客媒体	紹介・通りすがり	WEB・紹介・通りすがり		WEB・紹介・通りすがり
月間完全新規数	20 人前後	50 人前後		50 人前後
1人生産性	50 万円	100 万円		160 万円以上

従来の整骨院は、外傷や慢性症状に対して「治療」のみを行いますが、予防物販モデルの整骨院は、治療に加え、内面ケア(食事・栄養)を提供します。症状の改善速度を速めるだけでなく、治った後も健康維持・向上、予防目的で患者が通院し続ける特徴があります。

予防物販モデル!!
「健康を提供する」

従来の整骨院!!
「治療を提供する」

《コンセプトの違い》



構造学…骨格の歪み・筋肉の緊張
運動学…筋肉の使い方・鍛え方
栄養学…正しい栄養学(食事)

手技による治療だけでなく、内面ケア(食事指導、プロテインや酵素などの提供)を付加して、症状改善・健康実現をサポートします。
※マルチ商法ではありません。

新規に頼らない 予防物販モデルとは

あり方と**コンセプト**を見直すべき！

商品健康実現をサポートするためのツールにすぎません。栄養、食事について患者様に正しい情報提供を行うという「あり方」が、大切になります。また、商品だけ独立して存在してはけません。なぜその商品を扱っているのか？院のコンセプトを明確にしておく必要はありますね。

平森氏…まず、物販に対する「あり方」が間違っていると思います。商品販売すること、提案することをゴールにしては絶対にダメです。

村中…健康商品の市場は堅調であり、健康意識の高まりは統計データからも明らかです。そんな中、サプリメントなどの健康食品を扱う整骨院もいらっしやいますが、多くの院が、ともに売上を上げられていないようです。何が原因でしょうか？

Question 3
物販を行っている整骨院がありますが、売上に繋がらないようです。何が原因だと思いますか？

株式会社 CURE INNOVATION

直撃インタビュー

「患者様の未来をプロデュースする」という考えのもと、東京都で治療院経営を行っている。治療院業界の新たな柱は、『構造学』×『運動学』×『栄養学』として、予防物販モデルを構築し、1院で売上1.3億円という偉業を達成。全国15000社のサロンから選ばれる賞でも、2年連続売上実績1位を獲得した実績も誇る。社名にINNOVATION(革新)と名付け、日本一の治療院を目指している。

代表取締役

平森 勇喜氏

株式会社船井総合研究所
ヘルスケアグループ

村中 奨平

患者様の健康実現を 1番に考えるべき！

患者様の健康実現を1番に考えるのであれば、必要な情報、商品は、提供すべきだと私は考えています。手技はもちろん大切です。同様に栄養も大切だという考えです。

平森氏…ありましたね。「治療家なら手で治すべき！」と言われたこともありましたが、言葉に出さなくても、心の中でそう思っている先生は多いと思います。ただ、僕は少し違うと思っています。これは、スタッフに言い続けている事でもあるんですが、**私達の仕事は、目の前の患者様の健康実現をサポートすることです。**こちら側の都合で、1つの方法(手技)に固執する事は、逆に患者様に失礼だと思っています。

村中…物販を行う上で「院内で反発が起こるんじゃないか？」とよく質問を受けます。柔整師の皆様は「手で症状を治すのが仕事」というイメージが強いですが、平森代表の院内、院外でも反発やバッシングはありましたか？

Question 4
スタッフや周りの治療家さんから反発は無かったですか？

身体は 100% **食べた物**で出来ている！

身体は100%食べた物で出来ています。身体の回復力や修復力は食べ物の影響を大きく受けます。なので、栄養学を取り入れようと思いました。

また、新規数が年々減っていく中で、新たな軸も必要だと考えており、予防物販を始めることにしました。

その時、「構造(筋肉や骨格)が崩れているのは、原因ではなく結果に過ぎない。」と気付きました。

平森氏…多くの患者様と携わる中で、どうしても治療効果に差があったんです。何故だろう？と、突き詰めると、生活習慣(睡眠、運動、栄養)に違いがあることが分かりました。

Question 1
なぜ予防物販(栄養学)を取り入れようと思ったのですか？

だから、予防物販モデルが面白い！

新規に依存しない 整骨院経営が確立できた！

平森氏…「構造学×運動学×栄養学」のトライアングル理論に基づく、理想的な整骨院を確立できたことは素直に嬉しいですね。何より、提供できるサービスが増え、患者様の笑顔が増えたことが一番嬉しいです。経営的な面では、物販売上が飛躍的に伸びた事、また、離反が減った事でカルテ枚数が安定し、自費治療売上が向上した事で、収益性が高まりましたね。現在は1人生産性160万円以上なので、スタッフの福利厚生の実や、次の事業展開がしやすいです。

村中…2年かけて「予防物販モデル」の整骨院経営を実現されましたが、改めて、このモデルを構築して良かったことを教えてください。

Question 5
改めて、予防物販モデルを構築して良かったことは？

新規に頼らない仕組みが必要！



平森氏…減っていますね。競合数だけでなくGoogleのコアアルゴリズムアップデートの影響もあり2017年の月間平均新規数は56名でしたが、2018年は45名でした。今後の整骨院市場を考えると、新規に依存しない安定した売上、また施術以外の売上を構築することで、生産性アップを図ることは必須だと感じています。

村中…整骨院が乱立しており、1院あたりの集患数は全国的に減っているように聞きますが、平森代表の院も新規数はやはり減っていますでしょうか？

Question 2
新規数はやはり減っていますか？



株式会社 船井総合研究所
ヘルスケアグループ グループマネージャー
シニア経営コンサルタント

浜崎 允彦

だからこそ今、

「成熟期の整骨院市場で 予防物販モデル」を!

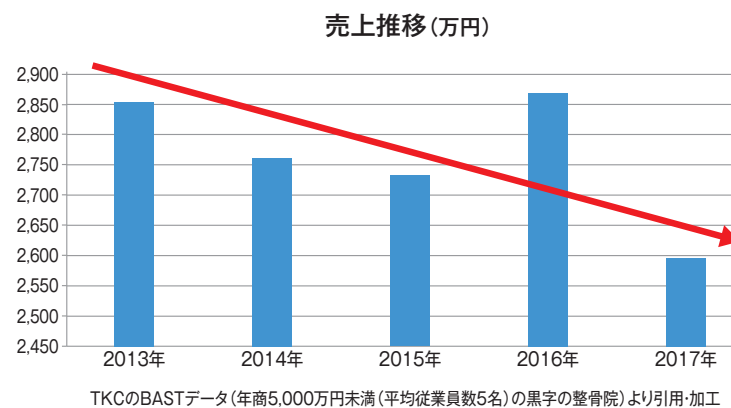
だからこそ今、業界を先読みし、予防物販モデルにチャレンジしていただきたい。

消費者ニーズの変化、整骨院市場の変化により整骨院のあり方は、「治療」を行うだけでなく、「健康」を提供する場所へと変化するとみています。

是非、2020年以降の経営スタイル確立の準備を進めてみてください。

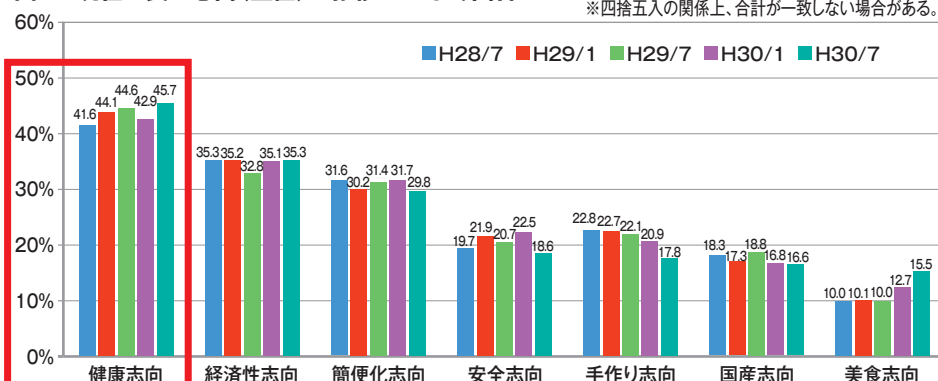
1 新規減少・1院あたりの売上は減少している。

年々施術所数は増加を続け、平成28年に48,000件を超えている。競合が乱立し、通りすがりやご紹介の数が減るだけでなく、オンラインからの集患数も難しくなっており、広告費の高騰も整骨院経営の課題となっており、事実、全国の黒字の整骨院の平均売上は年々減少傾向。一般的な整骨院だと、1週間～2か月の間で治療が終わり離反していくため、常に新規数を維持する必要性があり「業績アップ＝新規数アップ」という方程式になりがち。しかし、予防物販の場合、ストックモデル型のため患者が離反しにくい仕組みになっており、少ない新規数でも売上を徐々に上げていくことが可能。



2 健康意識の高まりと施術者の立ち位置は好都合

図1 現在の食の志向(上位)の推移/2つまで回答

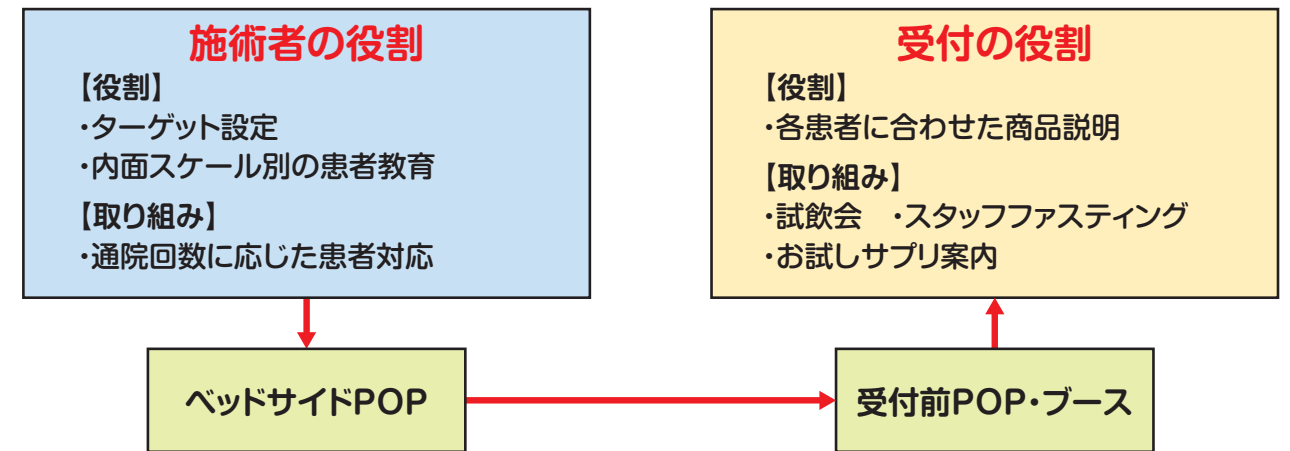


日本制作金融公庫農林水産事業による「平成30年度上半期消費者動向調査」より引用

厚生労働省や経済産業省など国が健康産業、予防産業を後押ししておりマーケットは堅調。また、食事に求める志向は、「健康志向」が1位となっており、年々その志向は高まりを見せている。患者の身体に触れ、パーソナルデータを管理できる整骨院は、実はターゲット層との関わりが多く、健康維持・向上のアドバイスを通して、予防目的での物販を行いやすい立場にある。



理由1 成功する仕組みが確立されている!



- ・患者様のニーズを引き出す問診方法を実際の動画で解説!
- ・高い購入率を実現する患者教育方法を伝授!
- ・ターゲットに応じた院内POP事例を大公開!

物販は、施術者が患者に商品を提案するというイメージがありますが、予防物販モデルでは、商品提案は行いません。患者が自発的に購入する仕組みがあります。



理由2 導入期間が短く、かつ導入リスクが少ない!

- 事例1** 決まった商品配置だけで導入初月で47万円達成!
- 事例2** 治療コンセプトの見直し、商品選定をたった1か月で確立!
- 事例3** 初月で商品仕入れ額を回収!

予防物販モデルは構築期間が短く、スピーディーに導入できます。また、商品在庫が残るリスクも小さいためすぐに始められます。



理由3 1人生産性160万円のストックビジネス!

- ・年間継続購入率76%のストック型で物販売上が安定!
 - ・患者の健康意識向上により離反率が低く(離患率15%前後)、自費治療売上も向上!
- 施術に加え、安定した物販売上に構築できるため生産性が向上します。(※マルチ商法ではなく通常の物販です) また、正しい患者教育により健康意識が高まり自費治療売上も向上します。新規数減少、人材不足の中でも生産性アップを図ることができます。



続きはセミナーで!! ▶▶▶▶

全国で予防物販モデルの導入が進んでいます！

「その効果が患者さんに必要だ」から始めないと、と考えを修正しました。

施術スタッフがその商品が患者さんに必要だということを認識するマインドセットからすぐに始めないといけないと感じていました。今日話を聞いて「その商品が患者さんに必要だ」ではなく、「その効果が患者さんに必要だ」から始めないと、と考えを修正しました。まずは今、置いている商品で始めて、その後、少しずつ（商品と売上）増やしていきたいと思っています。ありがとうございました。

施術スタッフがその商品が患者さんに必要だということを認識するマインドセットから、すぐに始めないといけないと感じていました。今日話を聞いて、「その商品が患者さんに必要だ」ではなく、「その効果が患者さんに必要だ」から始めないと、と考えを修正しました。まずは今、置いている商品で始めて、その後、少しずつ（商品と売上）増やしていきたいと思っています。ありがとうございました。

(株)ハートアンドハンド
翁長 研一 様

セミナー前は物販を売り上げても利益にならないと思っていました・・・

セミナー前は物販を売り上げても利益にならないと思っていました。しかし、適切な患者さん指導が出来ればリピートにもつながると思いました。

セミナー前は物販を売り上げても利益にならないと思っていました。しかし、適切な患者さん指導が出来ればリピートにもつながると思いました。

東京都
石原 辰馬 様

本日のセミナーで上手くゆく方法が思い描けた

ダイエットエステ（整骨院と別店舗）をしているのですが、整骨院とのクロスセルがうまくいかない。本日のセミナーで上手くゆく方法が思い描けたので、院に帰ってすぐに確かめたい。

ダイエットエステ（整骨院と別店舗）をしているのですが、整骨院とのクロスセルがうまくいかない。本日のセミナーで上手くゆく方法が思い描けたので、院に帰ってすぐに確かめたい。

鹿児島県
まつだ整骨院
松田 賢治 様

今までの物販に対しての考え方が180° 変わりました

過去に物販で仲の良い患者様に押し売りをしている感覚で悩んでいた事がありましたが、マインドセットの仕方や、今までの物販に対しての考え方が180° 変わりました。

過去に物販で仲の良い患者様に押し売りをしている感覚で悩んでいた事がありましたが、マインドセットの仕方や、今までの物販に対しての考え方が180° 変わりました。

匿名希望

治療家であるべき姿を再認識できました

施術単価はある程度限界があると感じていて、また、客数を増やすとなると、人の手が必要で、人件費も増えていく。そんな中、物販セミナーというのを知り参加させていただきました。治療家であるべき姿を再認識できましたし、ぜひ実行したいと思いました。

施術単価はある程度限界があると感じていて、また、客数を増やすとなると、人の手が必要で、人件費も増えていく。そんな中、物販セミナーというのを知り参加させていただきました。治療家であるべき姿を再認識できましたし、ぜひ実行したいと思いました。

伊波 大志 様

全国で予防物販モデルの導入が進んでいます！

物販の垣根が下がった気持ちです。

物販はほぼ手を付けていない分野だったので、ハードルが高いイメージが強かった。
まずはコンセプト、“あり方”が大切だと改めて実感できて、物販の垣根が下がった気持ちです。

物販はほぼ手を付けていない分野だったので、ハードルが高いイメージが強かった。
まずはコンセプト、“あり方”が大切だと改めて実感できて、物販の垣根が下がった気持ちです。

西原 穰治 様

仕組み・あり方を学べ、とても満足 of いくものだった。

運動・栄養・休養について提供できる具体的なものを探していた。
患者様の身体を作る大切な「栄養」を提供できる仕組み・あり方を学べ、とても満足 of いくものだった。

運動・栄養・休養について提供できる具体的なものを探していた。
患者様の身体を作る大切な「栄養」を提供できる仕組み・あり方を学べ、とても満足 of いくものだった。

坂中 進一郎様

行動し、結果を出す。

3ヶ月後にスタッフ1人生産性を10万円物販で作ることの出来る仕組みを作り、行動し、結果を出す。

3ヶ月後にスタッフ1人生産性を10万円物販で作ることの出来る仕組みを作り、行動し、結果を出す。

宮原 雅彦 様

全体の売上の20%を物販で売上げる！

全体の売上の20%を物販で売上げる！まずはカルテの10%の方に物販購入に繋げたいです。

全体の売上の20%を物販で売上げる！
まずはカルテの10%の方に物販購入に繋げたいです。

匿名希望

年内150万円／月を目標としています。

売上の新しい柱として、技術に加わるトータルサポートを目指し、年内150万／月を目標としています。

売上の新しい柱として、技術に加わるトータルサポートを
目指し、年内150万を目標としています。

女性専用骨盤サロン美Ken
植松 徹弥 様

整骨院 予防物販で年商3,000万円UPセミナー

▶ セミナー講座内容 13:00~16:30 (受付開始12:30~)

第一講座
「失敗から学んだ予防物販モデル成功までのストーリー」

ゲスト講師:株式会社CURE INNOVATION
代表取締役 平森 勇喜 氏

第二講座
「予防物販モデル導入までのステップと重要ポイント」

担当講師:ヘルスケアグループ チームリーダー 平松 勇人

第三講座
「物販売上3,000万円の具体的手法大公開！」

担当講師:ヘルスケアグループ 村中 奨平

第四講座【まとめ講座】
「予防物販モデルの可能性とこれからの整骨院経営」

担当講師:ヘルスケアグループ グループマネージャー
浜崎 允彦

▶ 2019年 セミナー開催概要

東京会場

(JR東京駅 丸の内北口より徒歩1分)

9月22日(日)

【お申込み締め切り日:9/20(金)17:00】

会場名:(株)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

大阪会場

(地下鉄御堂筋線 淀屋橋駅
10番出口より徒歩3分)

10月6日(日)

【お申込み締め切り日:10/4(金)17:00】

会場名:(株)船井総合研究所 大阪本社
〒541-0041 大阪府大阪市中央区北浜4-4-10 船井総研 大阪本社ビル

※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。また最小遂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。

▶ ご参加料金 1名様あたり

一般
企業

税抜

30,000円

(9月開催分:税込32,400円/1名様)

(10月開催分:税込33,000円/1名様)

会員
企業

税抜

24,000円

(9月開催分:税込25,920円/1名様)

(10月開催分:税込26,400円/1名様)

※ご入金の際は、税込金額でのお振込み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。

▶ お振込先

三井住友銀行(0009)近畿第一支店(974) 普通 NO. 5785901 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口座となっております。

※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。

▶ お申し込み方法

裏面のFAXお申込用紙に必要事項をご記入の上FAXにてご送信ください。

【WEBからのお申込み】裏面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、裏面担当者までご連絡ください。

お申し込みは24時間対応！今すぐ下記を記入してファックス送信するだけ！

FAXお申し込み用紙 **FAX:0120-964-111** 担当/ホシノ

「整骨院 予防物販で年商3,000万円UPセミナー」

ご希望の会場に☑をつけてください。

☐ 東京会場 9月22日(日)

☐ 大阪会場 10月6日(日)

■一般:30,000円 (9月:税込32,400円、10月:税込33,000円)

■会員:24,000円 (9月:税込25,920円、10月:税込26,400円)

お問い合わせNO. 9月: S047411
10月: S047410

お問合せ

お申込みに関するお問合せ:ホシノ

内容に関するお問合せ:ムラナカ

TEL:0120-964-000

(平日9:30~17:30)



お申し込みはこちらから

◆ご記入方法:太枠内は必ずご記入ください。ご参加者様の経営状況を理解させていただいた上で、講義内容を吟味することがありますので、店舗数・年商・従業員数についてもご記入いただければ幸いです。

フリガナ			フリガナ			役職
会社名 (貴院名)			代表者名			
会社 住所	〒					
フリガナ			役職	メール アドレス (任意) ※お持ちの方のみで 結構です		
ご連絡 担当者						
TEL				FAX		
ご参加者 お名前	1	フリガナ	役職	2	フリガナ	役職
	3	フリガナ	役職	4	フリガナ	役職
整骨院店舗数	年商	従業員数	整骨院以外の事業をやっている場合			
院	万円	名	1. ()業 2. ()業			

無料個別経営相談について

今回のセミナーは「コンサルタントによる個別経営相談(後日)」がセットになっていますので、安心して御社に合った実施プランを作り上げる事ができます。

◆このセミナーに参加して個別に相談したい内容をご記入ください。

弊社会員組織(ご入会中の弊社研究会があれば○印をお付け下さい)

☐ 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】

- 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。
- 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。
- 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

会社へ発送データとして預託することがございます。

- 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。
- 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)



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。