

地方の老舗旅館・ホテル
だからこそ取り組むべき

宿泊業繁盛レポート

無料進呈 ¥0

宿泊業 インバウンド 集客戦略

“客室リニューアルなし” “増室なし”で

インバウンド比率

45% up

売上 7000万増

設備投資なし!人材採用なし!でもできる時流マーケットへの取組

大分県別府市の老舗旅館
ホテルニューツルタのV字成長ストーリー

- Point 1 インバウンド比率**45%**を実現した**集客戦略!**
- Point 2 海外OTAのフル活用。
ターゲット国に合わせた**活用術**と**効果**とは?
- Point 3 客室稼働率**85%**のホテルが実践するお客様の「**価値**」の創り方。
- Point 4 客室単価を**1.5倍**に引き上げた旅館ならではの**プラン設計**とは?
- Point 5 難しく考えないから実現できた
設備投資0の**インバウンド強化策**。



株式会社鶴田ホテル
経営企画室 室長 鶴田 宏和氏

その秘密は中面へ!▶▶▶

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

宿泊業インバウンド強化成功事例セミナー

TEL.0120-964-000 平日 9:30~17:30

お問い合わせNo. S048831

FAX.0120-964-111

24時間
対応

お申し込みに関するお問い合わせ:小寺、天野 内容に関するお問い合わせ:王、芸霖



会社名：株式会社鶴田ホテル

行政人口：12.2万人

客室数：56室

売上：3.6億円

平均稼働率：88%

インバウンド比率：45%

ホテルニューツルタは明治後期に網元兵衛として漁業と兼業、湯治客の宿泊も生業とする形でスタートした老舗旅館です。別府は言わずと知れた温泉地。一方で2016年の熊本での大震災をきっかけに、一気に経営が厳しくなる旅館、ホテルも多く出てきました。これから3年で1000ルーム近くの増加が想定されるなど、市場環境に大きな変化が生まれている地域でもあります。

別府の地で100年近い経営を続け、ピーク時は一人当たりの単価も今の3倍近く、披露宴売上もあるなど、かなり大きな売上まで伸ばしました。しかし、経済環境の変化やブライダル業界の変化、旅館業界においても競争が激しくなり、一時は売上もピーク時の2分の1以下にまで減少します。競争が激しくなり、単価を下げて提供、稼働率は上がれど売上が伸びない、そんな悪循環に陥っていました。

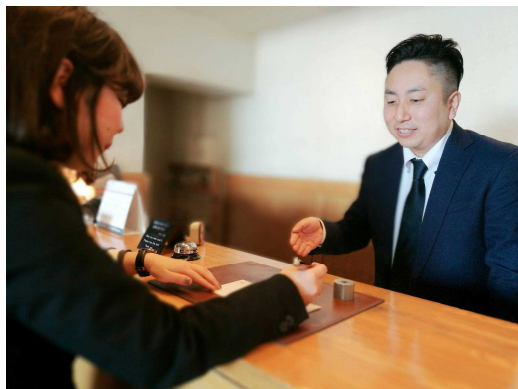
そんな状態からわずか4年。ホテルニューツルタは売上は130%増、それは金額にすると7000万円UP。さらに利益も大幅に上昇させます。しかも客室リニューアルや部屋の増加といった大きな投資はすることなくです。

その売上アップの大きな要因となったのが「**インバウンド強化**」でした。

果たしてホテルニューツルタでは、どんなインバウンド強化策を行ってきたのか。どんな取り組みをし、どんな変化が生まれてきたのか。具体的にお伝えさせていただきます。

**>> どのようにしてホテルニューツルタは、設備投資なし！
インバウンドを売上7000万円アップにつなげたのか！？**

◇ 改めて自社の“強み”を活かせる場所はどこかを考えた



株式会社 鶴田ホテル
経営企画室室長 鶴田宏和氏

さかのぼること5年前の2014年、稼働率自体は82%とそれほど低水準にあったわけではありません。しかし、価格競争は激しい時代、安くしなければ集客は増えないという中で、稼働率は上がれど売上が伸びていないという状況でした。

当時10%以下程度しかなかったインバウンドの強化に乗り出そうとしたのは、まさにそんなときでした。

最初に取り組んだことは、当時少しずつ名前を聞き始めたのBooking.comやエキスペディア、アゴダといった海外OTAと契約し、海外からのルートを作ることからでした。そのための準備として行った特別なことはありません。海外用サイトを作ったわけでもなく、スタッフの外国人対応の教育を行ったわけでもありません。ただし、ここには勝算がしっかりとありました。

改めて当社の強みが何かということを客観的に分析してみました。天保の時代から湧き出る歴史ある温泉はもちろん、駅から10分以内にいけるという旅館の立地、エリアとしても空港バスもあり、特急の止まる駅もある。周辺には飲食店も充実している。そういった強みを活かせるお客様は誰だと考えた際に、インバウンドは十分フィットすると思いました。

さらに海外OTAの口コミ評価基準を見ると「立地」という項目があります。まだそれほど多くの旅館が登録していない中、この地域の強みまで生かした「立地」評価で十分な送客ができるのではないかと考えたのです。

その狙いは見事に当たり、1年間でインバウンド比率は倍の20%にまで上昇しました。そしてさらなるインバウンド獲得に向けて、次なる一手を打ち始めたのです。



**>> 海外OTA強化でインバウンド比率がすぐに倍に！
次なる一手は団体客強化へ**

◇韓国、台湾、香港からの団体集客強化へ

海外OTAを開放し、徐々にインバウンドのお客が増え始めると、どの国のお客が多いのかが計測できるようになってきます。最初は間口を広くとってとにかく認知度向上を狙っていましたが、徐々に国を絞り、ピンポイントの営業を強化する必要があると思っていました。

顧客分析をしてみると、九州という地域もあり、やはり韓国からは多くの観光客が訪れます。その他の国で言うと台湾や香港、そういったところが大きな比重を占めていることが分かりました。

そこで、徐々にターゲットをこれらの国に絞り込み、海外の旅行代理店に直接の営業をスタートします。この部分では行政のサポートが大きな力となりました。海外の代理店を開拓となると、1社で行うにはなかなか難しいものがあります。行政が舵取りを行い、地域の10社ほどで協力して海外に向かい、地域の営業を行いました。

インバウンド強化の取組というのは、こういった地域での協力が行いやすいのは良いですね。国内消費の獲得となると、どうしてもお客様の奪い合いとなってしまいます。一方でインバウンドとなれば、競合はむしろ他国。いかに日本に、そして地域に来てもらうかという共通の目的があるため、十分な協力体制を持って取り組むことができました。

この効果もあり、この年にはインバウンド比率がさらに高まることになります。代理店経由の売上はもちろん割安にはなりますが、それでも国内修学旅行客と比べたらまだ利益が出る商品でしたので、十分に強化する価値のあるものでした。

しかし、これらのツアー客もずっと伸び続けることはありません。他県も同様に力を入れ始めると、徐々にツアー客にも陰りが見え始めたのです。そこで2017年より本格的に取り始めたのが、超巨大マーケットである中国への積極的なプロモーションでした。



**>> DMOと協力して集客に成功し、インバウンド比率は40%
近くまで上昇！しかし、競争も激しくなり、次なる一手が必要に**

◇巨大マーケット獲得から単価アップへ

次に手を入れたのが超巨大マーケットでもある中国の強化でした。それまでのインバウンドの内訳をみると中国からのお客様は国別で言えば5番目。団体旅行も他県との競争の中で陰りが見える中で、2017年後半から中国向けのプロモーションを強化しました。Ctripをはじめ、JAPANiCANとも契約し、流入経路を増やし、季節ごとの限定企画も実施。日本への団体旅行の渡航制限もある意味で追い風となり、FITが急激に増加。その勢いは2018年になって更に高まり、**夏からは人数で毎月500%もの伸び率を実現**します。

中国を含めた中華圏マーケットへの販売を強化することでやはり春節の時期は圧倒的に稼働率が高まるようになりました。今では、当社の稼働率のピークは1月、2月となり、そのほかの季節もインバウンドの安定的な集客があることから、年間を通しての波がとて小さくなりました。

さらに、インバウンドを強化することによって稼働率が高まり、90%近い稼働率にまでなりました。そこで取り組んだのが「**室料単価アップ**」です。

といっても単に値段を上げたという話ではありません。稼働率が高くなると、無理して安く売る必要がなくなります。その頃から値段を気にする必要がなくなりました。むしろ、当社に来るお客様にとって**最も価値の提供できるプランの在り方**を見直すきっかけとなったのです。

海外から来るお客様が部屋でどのように過ごしているのかを調べてみると、多くの方が部屋で宴会をしたり、食事をしていました。つまり、部屋でみんなで騒ぎながら楽しむという過ごし方をしていたのです。だったら、多くの人数で泊まれる部屋の方がそもそもお客様にとっては価値が高いのではないかと考えました。

さらに、ホテルニューツルタは名前こそホテルですが、客室はほとんど和室の温泉ホテルです。通常ホテルはベッドが部屋にあり、そのため宿泊人数に制限が発生します。一方和室ならばそこで人数に縛られることもありません。むしろ、少人数ではなく、大人数に焦点を当ててプランを作っていた方が、周辺ホテルとの差別化にもつながり、また客室単価も上がるのではないかと考えたのです。

実際にこの商品はお客様満足にもつながり、家族客やグループ客が多くなりました。**室料単価は以前の1.5倍近くまで上昇**し、大いに収益に貢献してくれています。

これからも益々インバウンドは増えることと思います。その中でインバウンドにとっての価値を提供し続け、収益の柱として伸ばしていきたいと考えています。

観光地の**老舗旅館・ホテル**が、インバウンド強化に取り組む。 今から遅いことは一つもない。

インバウンド強化には「商品」×「集客」、そして……

こんにちは。船井総研 ライフスタイル支援部 部長の前田です。

2020年には4000万人を突破するといわれている訪日外国人客。国内消費だけで大きな成長が見込めない現在、国としても間違いなく力を入れ続けるポイントであり、この数字自体は確実に達成するのではないのでしょうか。2018年12月に閣議決定された観光庁の予算額は、前年比2.2倍の711億600万円。明確に予算がつけられ、様々な施策が確実に進んでいくはずですよ。

訪日外国人旅行客は順調に増加の一途を辿っている一方で、地方部での外国人延べ宿泊者数は目標値に向けてまだまだ高い実績値とは言えません。（2020年7000万人泊に対し、2017年で3266万人泊）。こういった現状があれば、国も地方のインバウンド強化に益々予算配分を行っていくでしょう。

そうです。**地方観光地におけるインバウンド強化は、今がチャンス**なのです。

インバウンドに限らず、業績を伸ばすうえでの最も重要な考え方は、「誰に、何を、どう売るか」です。インバウンド強化において、これらを整理すると

➤ 強化する国を決める

最もシンプルなことですが、一番重要な点です。ホテルニューツルタ様においても、最初は大きく広げ、徐々に対象を絞り込み、施策を打ち込んでいっています

➤ インバウンド向け高単価商品の設計

海外に向けたアプローチをするということは、それなりにコストがかかります。また人員やシステム、様々な間接コストもかかります。だからこそ、高単価商品を設計し、販売することが重要です。大切なことは、国内消費の穴埋めをするのではなく、インバウンドを強化することがより利益が出る状態とすることです。

➤ インバウンド独自の集客設計

まずは入口を掴むという意味での海外OTAの十分な活用、その上で受け皿となる自社サイトの設計もこれから重要となってきます。海外対応のHPは、言語対応だけをすればよいわけではありません。その国の人々の旅行に関する嗜好、それらを解決できるWEBページ、さらに自社ページまでたどり着くための導線設計が大切です。

インバウンドとは言うまでもなく大きなマーケットです。しかし取り組み方を間違えると全く成果が上がらないという話も実際に耳に入ります。ホテルニューツルタ様のように、実際に取り組み強化をスタートし、業績が伸びているホテル・旅館様は、必ずといっていいほど上記のことを押さえています。

ただし、これらだけを押さえてもまだ足りません。さらにもう一つ、最も重要といえることがあります。

ターゲットとなる国を決める。海外向けの商品をしっかりと設計する。エンドユーザーにアプローチするための導線設計、そして問い合わせ・予約につなげるための受け皿設計、それらがインバウンド強化に無くてはならないことは前項に述べた通りです。しかし、それらを上回る最も重要な要素、それが

実行力

です。

インバウンドが増えている。これからもまだまだ増える。だから強化をしたらよい。

そんなことは、改めて言うまでもなく、この業界に携わる皆様ならだれもが分かっていることです。実際に街並みの中にも明らかに増えている訪日外国人の姿を見れば、どんなに鈍感な人でも感じない人はいないでしょう。

では、それでもインバウンドを強化しないホテル・旅館がいるのはなぜでしょうか？

- ・外国人が増えても対応できる人がいない
- ・海外客が増えすぎると日本人客に影響が出てしまう
- ・そもそも、どうやって増やしたらよいのかわからない
- ・とりあえず外国語対応のHPは作ってはみたものの、効果があまり見えない
- ・そもそも何となくだけで、詳しい知識を知らない

実際はこのような心理的ハードルが存在し、やったら良いとわかっていても、取り組めていないホテル・旅館の経営者様は多いのではないのでしょうか。

今回インタビューをさせていただいたホテルニューツルタ様は、それこそ試行錯誤の状態でインバウンド強化に対する取り組みを行ってきました。今でこそ、適切なターゲットや商品、そして集客もより精度が上がり、効果も出やすくなってきています。

しかし、最初の一步目は誰よりも早く取り組んだことにあります。やってみたからこそ、今市場がさらに良い流れの中でその果実を確実に得ることができているのです。

そしてその取り組みは、今からでも決して遅くはありません。
これからも益々増加するこのマーケットをしっかりと会社のエンジンとできるかどうかは、この実行力にかかっています。

特別セミナー 「ホテルニューツルタ 鶴田室長」にご登壇していただく 宿泊業 インバウンド強化成功事例セミナー のお知らせ

地方の観光地における老舗旅館・ホテルのための 「インバウンド強化」のノウハウを理論・理屈ではなく、 事例でお伝えいたします。

お忙しい中、レポートをお読みいただきありがとうございました。
レポートをお読みいただき、「インバウンド強化を行い、自社の業績アップにつなげたい」と興味をお持ちいただいた方を対象に特別セミナーをご用意いたしました。

このセミナーには、本レポートで事例企業としてお話いただきました、ホテルニューツルタ 鶴田室長をゲストにお招きし、どのようにインバウンドの強化を行い、今、業績をV字回復させられたのか、お伝えさせていただきます。

改めてホテルニューツルタ様の特徴をお伝えすると、

- **4年という短期間**でインバウンド戦略を強化。**売上130%、7000万円アップ**を実現
- **インバウンド比率45%**と2組に1組がインバウンドのお客様
- **客室稼働率87%**という高回転旅館型温泉ホテル。インバウンドを活用し、繁忙、閑散の波を標準化
- インバウンド強化により**客室単価が1.5倍**に成功

上記ポイントを鶴田室長からお話しいただくとともに、

- ◎ 老舗旅館ホテルが今インバウンドに取り組むべき理由
- ◎ 海外OTAの特徴と活用の具体策
- ◎ 海外OTAの効果を最大化させるプラン、アイテム、イメージ作り
- ◎ インバウンドに向けたオファーの作り方
- ◎ インバウンド強化を図るためのサービスとは？
- ◎ 現外国人向けサイトが抱える課題とは？
- ◎ 今から取り組むインバウンド強化、3つのステップ

といったこれからインバウンドの強化に取り組むために必要なことを
具体的にお伝えさせていただきます。

「時流」に乗り、「自流」を作る経営を

先にも述べた通り観光立国を謳う日本においては、インバウンド強化は国策の一つです。その流れを受けて大きな資本がどんどんこの業界に流れています。

2年ほど前からライフスタイルホテルという言葉が生まれました。これらの多くはインバウンドを視野に入れ、こだわりを持ったハイグレード型のホテルです。どの施設を見ても十分な投資がされています。古くから各地で経営してきた老舗旅館・ホテルは、こういった施設と勝負していかなければなりません。

宿泊業において、設備は一つの価値であることは紛れもない事実です。しかし、いきなり多額の投資をすることははっきり言って無理ですし、それがどんな旅館にもできることはありません。

そんな今だからこそ、地方で頑張る老舗旅館・ホテルにとってインバウンドが大きな意味を持ちます。伸びているマーケットをしっかりとつかみ、自社をより良い状態にする。そのことによって新たな投資をする余力も生まれます。自分たち自身のコンセプトもより明確になっていきます。

まさに**時流のマーケットを掴み、自（社）流をつくる**ことができるのです。

本セミナーでは、あなたの会社がホテルニューツルタ様のようにインバウンド強化を行い、業績を伸ばし続けることができるのかのヒントが必ず発見できます。

全て、理論ではなく、実際の現場事例、そこから導いたものです。どのような取組みを行うことで、どのような変化が起こったかを実際に起こったストーリーを踏まえながらお話しさせていただきます。

本セミナーにつきましては、この後のDVDなどの販売も予定しておりません。お忙しい時期であり、かつ、お忙しい経営者の皆様にとってスケジュール調整は非常に難しい話だというのは承知しておりますが、このチャンスを逃すことはオススメできません。

しかも、会場の都合によりご用意できる席は先着30席のみとなっております。

これからの時代、今まで以上に競争も進んでいきます。そんな中でも地域・世界に誇れる旅館・ホテルとして活躍することを目指す経営者様に関しては、ぜひともご参加いただき、次なる成長の足がかりになればと思っております。

そして、お客様を最高にハッピーにすることの出来る旅館・ホテルが増え、地方の消費者（お客様）が元気になり、地方経済が活性化していくことを切に願っております。

長時間お読みいただき誠にありがとうございました。

株式会社 船井総合研究所
ライフスタイル支援部 部長

前田 亮

宿泊業インバウンド強化 成功事例セミナー

【開催日時】 2019年8月20日(火) 13時～16時30分

(株)船井総合研究所 東京本社

■ 主なテーマ	
● 地方観光地における老舗旅館・ホテルのためのインバウンド強化手法 ● インバウンド強化によるV字回復を実現したホテルニューツルターの成長ストーリー ● 今から実践するインバウンド強化の実行手順！	
■ 講座	
第一講座	■ 老舗旅館・ホテルこそが取り組むべきインバウンド強化 株式会社船井総合研究所 ライフスタイル支援部 部長 前田 亮
第二講座 ゲスト 講演	■ 取り組み4年で売上1.3倍。攻めの設備投資ゼロで実現した インバウンド強化によるV字回復ストーリー 株式会社鶴田ホテル 経営企画室室長 鶴田 宏和氏
第三講座	■ 外国人に選ばれる施設となるために必要なこと 株式会社船井総合研究所 ライフスタイル支援部 王 芸霖
第四講座	■ あなたの旅館・ホテルがインバウンド強化を成功させるための 3つのステップ 株式会社船井総合研究所 ライフスタイル支援部 白石 純也



株式会社鶴田ホテル

経営企画室室長
鶴田宏和氏

1977年福岡市生まれ、早大進学を機に上京、卒業後は音楽業界へ。
音楽配信系ITベンチャーに転職後、30歳で独立しコンテンツ制作会社を設立。
2009年より温泉旅館を舞台とした温泉音楽フェスティバル「音泉温泉」を主宰。
2013年に別府温泉・北浜の老舗温泉ホテル「ホテルニューツルター」へ婿入り
株式会社鶴田ホテル経営企画室長として営業全般を取仕切り、並行して経営
の見習い中。

日時・会場	東京会場 2019年 8月20日(火) (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 JR「東京駅」丸の内北口より 徒歩1分	開催時間 開始 13:00 ▶ 終了 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ください。 また最少催行人数に満たない場合、中止とさせていただきます。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 35,000円(税込 37,800円)／一名様 会員企業 税抜 28,000円(税込 30,240円)／一名様 ※ 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。お振込みいただいたにも関わらず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。	
お振込み先	下記口座に直接お振込みください。 お振込先 三井住友銀行(0009)近畿第一支店(974)普通 No.5785362口座名義:カ)フナイソウゴウケンキュウシヨ セミナーグチ お振込み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	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 お申込専用 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:小寺、天野 ●内容に関するお問合せ:王芸霖 FAXは24時間受け付けております。 ※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。	

宿泊業インバウンド強化成功事例セミナー					FAX:0120-964-111				
お問い合わせNo.S048831					担当:小寺、天野 宛				
フリガナ					フリガナ			役職	年齢
貴社名					代表者名				
貴社住所	〒	一			フリガナ			役職	
					ご連絡 担当者				
TEL	()				E-mail	@			
FAX	()				HP	http//			
ご参加者 氏名	1	フリガナ			役職	2	フリガナ		
	3	フリガナ			役職	4	フリガナ		
今、このお申し込み用紙を手になされている方は、インバウンド集客における閑散期の売上付加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？									
【現状の課題をできるだけ具体的に整理してください】									
週休2日旅館経営研究会に無料でお試し参加できます。(どちらかに ☒ をつけてください) ※セミナーご参加企業様に限る									
週休2日旅館経営研究会の無料お試し参加を希望する(8月21日@東京) ☐ 希望する ☐ 希望しない									
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。(先着3名)									
☐ 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 ☐ その他各業種別研究会(研究会)									
お申し込みはこちらから									



無料メールマガジン 購読者募集！



20年以上のコンサル実績！
国内最大級の宿泊業界向けコンサルティング会社
の業績アップのノウハウ公開中！

**成功事例
多数配信中**

コンサルティング現場における成功事例や、
業界最新情報を配信いたします。
最短・最速で業績アップを目指す経営者様は
必読のメールマガジンです。

▼ご登録はこちら（無料）

サイトURL: <http://leisure-business.net/>



【1分で登録完了！今すぐご登録ください】

- ①お手持ちのスマートフォンでQRコードを読み取る
- ②HPにアクセスし、メールアドレスを入力する
- ③メルマガ登録後に3つの特典をプレゼント

※メールアドレス以外の個人情報は必要ありません※

さらに今だけ！メールマガジン登録特典

【宿泊業企業向け】

**宿泊業業績アップメルマガ
バックナンバー無料プレゼント**



【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）法令で定める場合は、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覧ください。
3. 本申込み書にて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領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）

明日のグレートカンパニーを創る
Funai Soken

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。

お問合せTEL:0120-958-270(平日9:45~17:30対応)(直通) 観光グループ 白石