

高単価で効率の良い案件を集客したい！

客単価

300万円超

の契約が
続々の、

LDK

リフォーム専門店

間取り×デザイン×キッチンを定額パック化
体感型ショールーム&WEBで月40件の集客
2ヶ月で単価60万円→150万円、粗利率38%

成功企業の取り組みを
次ページから大公開!!



ゲスト講演
新潟県 新潟市
オフィスHanako 株式会社
代表取締役 渡辺 さゆり 氏

間取り・デザイン・設備のバリエーションを絞った定額パックにして
わかりやすくしたら、単価の高いLDK改修の集客が増えました。

定額制LDKリフォーム専門店 ビジネスモデルセミナー

2020年

お問い合わせNo. S064086

9月16日水・17日木・18日金

オンライン
開催

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 担当：横田(よこた)

TEL:0120-964-000 (平日9:30~17:30)

セミナー情報

「もっと効率良く売上を上げたい！」

新しいリフォームのやり方を模索している皆様へ

- いつも数十万円の案件ばかりでバタバタ貧乏状態
- 手間ばかりかかる小工事はもう嫌だ！
- 水廻り・塗装など100万円前後のリフォームは競争が厳しくて儲からない
- でも、効率の良い「300～500万円価格帯」のリフォームを効率的に集客できる方法がわからない

「中～大規模なリフォームも出来る経験と知識をもった人材はいるので、

もっと効率よく売上を伸ばすために、単価の高い案件を効率良く集客したい」と考えている工務店・リフォーム会社の経営者様に向けて、

勘の鋭い会社がすでに取り組んで成果を上げている「**LDKリフォーム専門業態**」の成功事例をご紹介します。

◆平均単価200万円 LDK改修リフォームを主力とした専門業態

◆「材工パックのキッチン」+「定額間取り改修プラン」のわかりやすさで集客

◆脱価格競争モデルなので、なんと平均粗利率37%

小工事から大型リフォームまで幅広く請け負う「総合リフォーム」や、単価50～100万円の「水廻りリフォーム専門店」などの従来の成功モデルと全く異なる、船井総研でも初公開の最新リフォーム成功モデルです。

ゲスト 講師

新潟県新潟市

オフィスHanako株式会社 代表取締役 渡辺 さゆり 氏

2011年創業。女性建築士ならではの「暮らしてから120%満足できる家づくり」の提案にこだわっている。当初、従業員数4名で年間10棟の会社であったが、定額制住宅事業への取り組みをきっかけに年間40棟の会社へと急成長。その後、新事業として「中古住宅リノベーション専門店」、そして工務店としての設計力と施工力を生かした「LDKデザインリフォーム専門店」を積極的に立ち上げる等、地域密着×複合事業戦略による更なる業績向上に取り組んでいる。



**女性社員8割の地域密着工務店による新しい挑戦！
リフォーム未経験者も売れる、小工事に振り回されない**

LDKリフォーム専門店 立ち上げに至るまで

■ **低単価のリフォームは儲からない。でも全面改装は難しすぎる。
リフォーム事業立ち上げの方向性がわかりませんでした。**

私たちは新潟県新潟市で新築注文住宅を手掛けている会社です。9年前に社員4人で創業してから、「女性建築士と造る家」をコンセプトに様々な商品開発に取り組んで、今では年間40棟以上になりました。新築のアフターマーケットという意味でも、社員が活躍できるフィールドを広げる意味でも、これから会社が成長していく上でリフォーム事業には本気で挑戦したいと考えていました。

しかし、すでにリフォーム事業をやっている工務店の話を聞くと、
「リフォームは小さい工事ばかり増えて、手間のわりに儲からないよ。」
という話も少なくありません。**逆に全面改装などの大型リフォームは、
単価は高くても経験豊富な一部のベテランしか対応できません。**
事業として上手くいく方向性が一向に見えずに、ただ悩むばかりでした。

■ 単価が安定して、若い社員も売れる商品って何だろう・・・

そんな時に「LDKリフォーム専門店」という事例を聞きました。

そんな時に聞いたのが「LDKリフォーム専門業態」というやり方で、私たちと同じように新築も手掛けている工務店が、単価300～500万円前後の間取り改修やデザインリフォームに専門特化して、リフォームの売上アップに成功しているという話でした。



①水廻り設備交換リフォームのように数十万円の**低単価で数をこなさなくても売上が作れる。**

②プラン提案力や施工力で勝負が出来るので、

量販店等と価格競争にもなりにくい。③全面改装ほど専門的な建築知識がなくても提案できるので、人材のハードルも高くない。

「そんな方法で成功している会社があるんだ！」とすぐに興味を持ちました。

■ 「間取り・デザイン・設備をパックで提案する」

これならリフォーム未経験の社員でも売れそうな気はするけど・・・

定額 LDKリフォームパック

**3ステップで
気分一新!**



LDKタイプ I型 (16帖 | 8+8)

会話のほずむリビング&ダイニング空間

148万円

LDKタイプ L型 (20.5帖 | 8+8+6)

広々としたリビングをゆったりと過ごす日常

198万円

LDKリフォーム専門店のポイントは、間取り改修を「お客様がわかりやすく、手軽に選べる定額パックメニュー」にすることでした。

①間取りプラン ②デザインテイスト ③キッチンラインナップの3つをパターン化してお客様に選んでいただくプランニングなので、

普通なら躓きがちなプラン提案や見積作成も比較的簡単です。

また、ターゲットは「子供が独立して、夫婦2人の新しいライフスタイルを求める50～60代の主婦」ですので、収納や家事効率の提案ができる当社の女性営業の強みが特に活かされます。商品や営業のイメージが湧いたところで、いよいよ最後の課題は「どうやってお客様を集めるか？」でした。

立ち上げメンバーはもとも新築の営業として活躍していた2人の女性社員



中古住宅リノベーション事業の集客拠点として建てた店舗の一部をLDKリフォーム事業のショールームとしても活用することにした。

■ 集客はショールーム×チラシ×ホームページの3本柱。

ショールームOPEN販促で一気に認知度を高めることに成功！

ターゲットの年代層を踏まえて、まずは折込チラシとホームページでのメニュー訴求と自社ブランドの認知度アップを販促の中心に据えることにしました。しかし、それだけでは十分な反響獲得ができないという話も聞いていたので、実際にイメージを体感できるショールームを設けて

そこにお客様を集めることを考えました。

グランドオープンには新型コロナの影響が残る

2020年7月でしたが、他に競合がない

専門店としてオープンしたおかげなのか、

チラシ5万枚でOPEN当日に10件、約

2000万円の見積を獲得することができました。

幸先の良いスタート切ることができて、これからが非常に楽しみです。



成功事例

埼玉県秩父市 株式会社 丸山工務店

将来を見据えた新しい基盤づくりとして、「リフォーム事業をやろう！」と決意した時にまず不安だったのが、「**安定した集客の確保**」でした。当社はもともと地元で新築と公共工事を行っているイメージがありましたから、新たにリフォームの専門店として新ブランドを立ち上げてショールームを作りました。オープン直後から**毎月4000万円以上**のリフォーム見積依頼が入るようになり、若い営業が経験を積んで成長していけるようになってきました。設備交換リフォームのように量販店と価格勝負になりにくいのも良い点だと思います。



埼玉県秩父市
株式会社丸山工務店
代表取締役 廣瀬 正美氏



成功事例

静岡県 A社（社名非掲載希望）

新築からリフォームまで幅広く請け負う工務店として経営してきましたが、社長である私がいつまでもトップセールスの状態では先が見えないため、社員が売りやすい形を目指して、商品を絞った「専門店」のやり方に取り組んでみました。工務店としての建築力・提案力を生かして「LDKリフォーム専門店」を立ち上げて4ヶ月ですが、平均単価150万円毎月30件以上の集客があり、契約も取りやすいため売上も毎月安定しやすくなりました。



成功事例

宮城県 B社（社名非掲載希望）

長らくリフォーム事業をやっていて課題だったのは、「どれだけお客様が集まってくれても忙しい割に利益が残らない」という点でした。

生産性を上げるには単価が高く効率の良い工事を集中的に受注したいところですが、従来のやり方ではそのような狙い撃ちはできませんでした。少し前に「水廻りリフォーム専門店」を立ち上げて狙いどおりに水廻り案件が増えた経験から、「これは間取り改修などでも行けるのでは？」と思い、LDKリフォーム専門店にチャレンジしたところ、単価200万円前後で間取り改修やキッチン&LDK改修などの依頼が従来の3倍以上に増えました。

【紙上セミナー】

効率の良い単価200万円リフォームを、
定額パックで安定集客・安定受注！

「定額制LDKリフォーム専門店」

立ち上げ成功方法を初公開！



株式会社船井総合研究所 リフォーム支援部 FAST-Reformグループ マネージャー 齋藤 勇人

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。

私は(株)船井総合研究所 リフォーム支援部の齋藤勇人と申します。

現在も多くの住宅リフォーム会社のお手伝いをさせていただいておりますが、多くの経営者様と共に「競争が年々激化している」、「生産性が上がらない」といった課題に悩み、それらを解決する新しい戦略を模索してきました。

①水廻りや外壁などの既存の「専門店ビジネスモデル」と競合しない新たなマーケット、②生産性を向上させやすい客単価の高い業態、③一部のベテランだけでなく経験の浅い営業でも売りやすいビジネスモデル、④地元密着の中小企業がお客様に選ばれるマーケティング…。

先進的な取り組みに意欲的ないくつかの企業様と一緒にチャレンジさせていただいて、遂にそれらを実現する新しい専門店ビジネスモデルが生まれました。「LDKリフォーム専門店」というこの業態は、**弊社で全貌をご紹介するのは本誌が初です。**このレポートを手にとっていただいた意欲ある経営者様に向けて、そのビジネスモデルと成功事例企業の取り組みについて解説させていただきたいと思います。

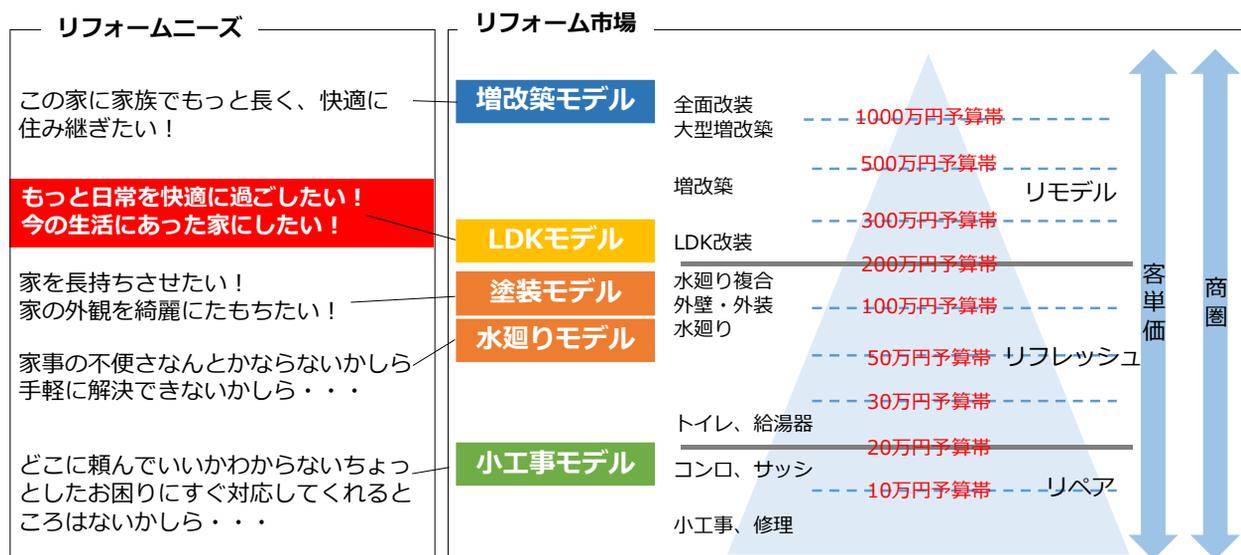
LDKリフォーム専門店に取り組むメリットとは？

このビジネスモデルの最も大きなメリットの1つ目は、

「競合する業態が少なく、他社と差別化しやすい」という点です。

ここ数年で多くの会社が、お客様に選ばれるために「何でも請ける総合リフォーム」から何らかの「専門店リフォーム」へ戦略をシフトしました。そしてその多くが水廻りや外壁塗装など、単価50～100万円前後で未経験でも売上を作りやすい業態で専門店化しました。

今や競合激化のレッドオーシャンとなったこれらの業態とは大きく異なり、**単価300万円前後の間取り改修やデザインリフォームに本当の意味で専門特化した会社は、実はまだごく少数なのです。**（※多少経験を積んだ社員が必要なため。）



このように商圏内の競合他社と差別化しやすいことに加えて、**単価が従来の2～3倍で安定的に集客できる**ので、営業1人当たりの生産性を飛躍的に向上させることができます。

お客様に選ばれる商品づくりのポイント

その成功ポイントの1つ目が、

「専門店として他社と差別化した商品づくり」です。

いまリフォーム業界で成長している会社のビジネスモデルの共通点は、単に商品を絞り込むだけではなく、それらを**消費者にわかりやすく・選びやすく品揃えしている**ことです。（水廻りの材工込みパック、戸建て塗装のパック、中古住宅の設備&内装&外装まるごとリフォームパックなど）

LDK専門店では、従来オーダーメイドでプランと見積りをしていたものを、**「選べるデザインテイスト」・「希望の間取りパターン」・「選べるキッチンラインナップ」**でお客様に**わかりやすく、選びやすく商品化**します。

LDKリフォーム ①間取りを決める ②テイストを選ぶ ③キッチンを選ぶ

3ステップで気分一新!

最新キッチン&対面式への変更+クロス貼替+フローリング上張り (+和室→洋室)

ナチュラル | ウィンター | モダン | 新モダン

LDKタイプ I 型 18㎡ (3人用) 124.0万円

LDKタイプ L 型 22㎡ (4人用) 164.0万円



LDKリフォームプラン

① DK 8帖

98万円 (税込)

集客面で失敗しないために大切なこと

集客は主に【チラシ・WEB・店舗】を使って行いますが、大切なのはそれらの連動性です。これが「チラシだけ、ホームページだけで販促する」というように一貫性のないやり方をしてしまうと、他の業態と同じく、モデル事例のような成果には到底至りません。

①定額間取りパックのデザインテイストが体感できるLDKブース&選べるキッチンラインナップを实物展示したショールーム、②それらのパックメニューとLDKリフォーム事例を前面に打ち出したチラシ、③LDK専門店としてのホームページを一つも欠かすことなく実践することで、消費者に“専門店”として認識してもらえるようになります。



そのお悩み
リフォームで解決できます!



解決!

最新のキッチンは収納力がバグン!
足元まで収納がついていて
物がスッキリ片づく充実した収納!



解決!

リビングとダイニング・キッチンをつなぐに、
対面キッチンにすれば、
開放的で快適なLDK空間が実現!



集客～契約までのモデル数値

【営業1名あたりの売上モデル】

$$\begin{array}{rcccc} \text{月間売上} & = & \text{月の現調数} & \times & \text{契約率} & \times & \text{平均単価} \\ \underline{700\sim 800\text{万円}} & & 7\sim 8\text{件} & & 50\% & & 200\text{万円} \end{array}$$

【集客モデル ～営業2名&施工管理1名体制の場合～】

(1) チラシ販促（新聞折込）

$$\begin{array}{rcccc} \text{現調数} & = & \text{月の折込枚数} & \times & \text{新規現調反響率} \\ 10\text{件} & & 10\text{万枚} & & 1/10,000 \end{array}$$

チラシ折込1枚あたり単価5.5円として、**55万円/月**

(2) ホームページ

$$\begin{array}{rcccc} \text{現調数} & = & \text{月のアクセス数} & \times & \text{問合せ率} & \times & \text{現調アポ率} \\ 5\text{件} & & 1000 & & 0.7\% & & 0.7\% \end{array}$$

リスティング広告費20万円で800セッション+自然流入200セッション

立ち上げ時の営業2名&現場監督1名体制の場合は、

月1500万円（営業1あたり750万円）を受注するために月15件の集客（＝現調依頼）を獲得するのがマーケティング目標になります。

上記の公式は取り組み企業の事例を基に整理したもので、こちらを見ると月15件の現調を獲得するためには**月70～80万円が販促コストの目安**であることがわかります。

取り組み企業のBefore & After事例

以下の数値が、上記を実践したあるリフォーム会社の実績です。

平均単価はそれまでの**60万円前後から、実施して2ヶ月で150万円前後**に上がっています。

依頼内容も、LDK改修をはじめとして水廻り複合工事や増築、全面改修、中古改修など、平均単価300万円～500万円予算帯の中～大型リフォーム案件比率が増えていきます。

	販促					見積件数			集客総額			集客単価			
	イベントチラシ	定番チラシ	LDK	合計	反響率	新規	既存	計	新規	既存	計	新規	既存	計	
1月	67580	90720		158,300	1 /	2,683	59	5	64	4,445	295	4,740	75	59	74
2月		77590		77,590	1 /	3,373	23	5	28	1,800	240	2,040	78	48	73
3月		77590		77,590	1 /	2,874	27	4	31	1,695	280	1,975	63	70	64
4月		44440	19330	63,770	1 /	5,797	11	5	16	560	395	955	51	79	60
5月		67580	44440	112,020	1 /	4,001	28	9	37	4,475	405	4,880	160	45	132
6月	67580	44440	23410	135,430	1 /	3,010	45	6	51	6,180	95	6,275	137	16	123
計	135,160	402,360	87,180	624,700	1 /	3,237	193	34	227	19,155	1,710	20,865	99	50	92

従来の集客内訳（2020年1月～3月の平均）

案件の予算帯	集客件数 (月平均)	構成比率	主な内容
1000万円	0	0%	
500万円	1	2%	増築
200、300万円	3	7%	水廻り複合、中古住宅リフォーム
50、100万円	14	34%	キッチン、浴室、外壁塗装、エコキュート、他
～30万円	23	56%	トイレ、洗面台、給湯器、玄関ドア、カーポート、その他小工事
合計	41		

LDK専門店OPEN後の集客内訳（2020年5月～7月の平均）

案件の予算帯	集客件数 (月平均)	構成比率	主な内容
1000万円	1	2%	1棟まるごとリノベーション
500万円	3	7%	2世帯化増築、1階部分全面リフォーム
200、300万円	6	14%	LDK改装、水廻り複合、中古住宅リフォーム
50、100万円	14	33%	キッチン、浴室、外壁塗装、エコキュート、他
～30万円	19	44%	トイレ、洗面台、給湯器、玄関ドア、カーポート、その他小工事
合計	43		

初年度1.5億円、営業利益率9%※も狙える業態

※初期投資を除いた単年収支で見た場合

★1拠点あたり損益モデル（例）

※単位：千円

	1年目	2年目	3年目	備考
売上高	150,000	230,000	270,000	
粗利高	55,500	85,100	99,900	粗利率37%
営業人件費	10,000	15,000	15,000	営業1名あたり500万円
施工管理人件費	5,000	7,500	10,000	施工管理1名あたり500万円
事務人件費	3,000	3,000	3,000	事務1名あたり300万円
広告宣伝費	9,600	13,200	14,400	
地代家賃	6,000	6,000	6,000	ショールーム家賃 月50万円
その他経費	9,000	13,500	15,000	生産人員1人あたり300万円 営業経費、本部費、店舗維持費等をここに含む
経費合計	42,600	58,200	63,400	
営業利益	12,900	26,900	36,500	
（営業利益率）	9%	12%	14%	
初期投資	17,000			店舗改修費、オープン販促費、ホームページ作成をここに含む

新たに立ち上げるLDKリフォーム専門店業態では、1店舗あたり
初年度営業2名 & 施工管理1名がモデル体制です。

（※あくまでモデルであり、この体制が必須という意味ではありません。）

専門店化することで①一般リフォーム店よりも小工事案件が少なくなり、

②効率良く受注できる200～300万円予算帯ゾーンが増えるので、

営業1人あたり年間8000～9000万円を売り上げることが可能な
高生産性リフォーム業態になります。

2年目以降はOB顧客数の増加に伴うリピート集客のアップや、認知度の向上によるチラシ、WEB販促の反響率改善によって更なる集客アップが見込めるため、営業利益率が上がり、さらに収益性が高まります。

レポートをお読みいただいた経営者様への特別なご案内



「LDKリフォーム専門業態」で業績アップに成功する方法を大公開
具体的ノウハウをたった1日に凝縮！

定額制LDKリフォーム専門店ビジネスモデルセミナー

参加しやすいオンライン開催 【時間】13:00～16:30（12:30～ログイン開始）

9月16日（水）・17日（木）・18日（金）

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。

しかし残念ながら紙面の都合上、このビジネスモデルの内容と成功事例のごく一部しかお伝えできませんでした。そこで本レポートをお読みになり、「LDKリフォーム専門店モデル」についてもっと詳しく聞きたいと思われた経営者様を対象にしたオンラインセミナーをご用意しました。

今回のセミナーでは、紙面でご紹介したオフィスHanako株式会社の渡辺社長様をゲスト講師としてお招きし、商品づくりから集客手法までを具体的に事例に基づいてご紹介いただきます。

このセミナーは単なる学びの場ではなく、即実践できる内容となっています。たった半日参加するだけで、より単価の高いリフォームを集客して効率的に売上アップを実現するビジネスモデルが全て分かる講座構成です。では、その内容を次のページでご紹介させていただきます。

■ セミナー内容の一部をご紹介します！

1. 平均単価200万円の高効率リフォーム案件を狙って集客する方法を大公開
2. LDKリフォーム専門店の立ち上げ成功ポイントとは？
3. チラシ費用1/2で集客1.5倍！ウィズコロナ型のWEB活用マーケティング事例
4. オープン当日だけで3000万円以上の見積依頼を獲得するオープン販促事例
5. 出店直後から商圈内の認知度を一気に高める「二段階オープン手法」のやり方
6. コスト0で安定集客！リピート&紹介が業界平均2倍のリフォーム会社の取り組み
7. なぜ、いま「LDKリフォーム専門店」なのか？
8. 「なんちゃって専門店」は大失敗する！赤裸々な失敗事例も公開
9. 値引き合戦からの脱却！水廻り専門店からLDK専門店への業態シフトに成功した事例
10. 高単価の間取り改修リフォームでお客様に選ばれるための差別化ポイントとは？
11. 契約率を上げるポイントは“わかりやすさ”！間取り改修をパック化して明瞭価格にする
12. 若手が提案～契約まで出来る、LDK（間取り改修）パックプランのつくり方
13. 粗利率20%台の工務店がLDK専門店で平均粗利率37%に改善した事例
14. 粗利率35%超を実現するために大切な「キッチンラインナップ」の揃え方
15. 高粗利を実現するためにモデル企業がやっている業者開拓&マネジメント手法とは？
16. 若手がLDKリフォームをバンバン受注している会社の「デザイン提案」のやり方とは？
17. たった3回の商談で契約できる効率の良い営業の進め方
18. 立ち上げで失敗しないために把握しておきたい！成功率の高い商圈の選び方
19. 既存事業の延長で取り組むと失敗する！？専門店として大事な個別ブランディング
20. 工務店、リフォーム会社、住宅会社…。競合タイプ別の相見積攻略法をご紹介します
21. お客様に「検討します」と言わせない、即決クロージング実践トーク例
22. 営業利益率7%事業にするための営業&施工管理のモデル人員体制
23. 効率良く現場を管理するためにモデル企業が取り組んでいる現場管理業務フロー
24. ウィズコロナ対応型のデジタル集客&オンライン営業実践事例
25. ウィズコロナの時代、リフォーム業界でこれから伸びる業態・衰退する業態
26. これからの激変するリフォーム業界に備えるためのポイント

定額制LDKリフォーム専門店ビジネスモデルセミナー

講座内容&
スケジュール

2020年9月16日(水)・17日(木)・18日(金)
オンラインWEBセミナー【ログイン開始時間 12:30～】

講座

セミナー内容

第1講座

13:00

┆

14:00

有力リフォーム会社取り組み始めている新業態
「定額パック×デザインLDKリフォーム専門店」のビジネスモデルと成功事例

- ポイント① 競争激化で今後の展開に悩む経営者必見！最新ビジネスモデルの全貌
- ポイント② 単価60万円の会社が集客を減らさず単価150万円に！
- ポイント③ 高単価案件でもパック化すれば2回の商談で契約できる

リフォーム支援部 FAST-Reformグループ マネージャー

齋藤 勇人

住宅リフォーム事業の新規参入および活性化コンサルティングで2015年チームリーダー昇格、2017年グループマネージャーに昇格。現在は全国各地の地域1番店や有力リフォーム会社において、成熟マーケットで勝ち残るためのビジネスモデル転換を数多くプロデュースしている。その他、異業種（住宅、不動産、建材卸、専門工事業）からのリフォーム事業新規参入や、集客不振企業のマーケティング活性化（WEB）、営業組織マネジメント改善などの領域においても多数の実績がある。



第2講座

14:10

┆

14:50

リフォーム事業未経験チームで立ち上げた「LDKリフォーム専門店ビジネスモデル」
私たちの取り組みの軌跡

- ポイント① なぜ、業績順調な住宅会社が今リフォーム事業に参入したのか？
- ポイント② リフォーム先行企業に今から追いつくために考えた戦略
- ポイント③ LDKリフォーム専門店OPENまでの取り組み
- ポイント④ LDKリフォーム専門店に取り組んでみて分かったこと
- ポイント⑤ 今だから話せる、立ち上げまでの成功と失敗

オフィスHanako株式会社 代表取締役 渡辺 さゆり 氏

2011年創業。女性建築士ならではの「暮らしてから120%満足できる家づくり」の提案にこだわっている。当初、従業員数4名で年間10棟の会社であったが、定額制住宅事業への取り組みをきっかけに年間40棟の会社へと急成長。その後、新事業として「中古住宅リノベーション専門店」、そして工務店としての設計力と施工力を生かした「LDKデザインリフォーム専門店」を積極的に立ち上げる等、地域密着×複合事業戦略による更なる業績向上に取り組んでいる。



ゲスト
講師

LDKリフォーム専門店事業の具体的な立ち上げ手法と成功ポイント

第3講座

15:00

┆

16:25

- ポイント① 集客編～安定集客のためのショールーム・チラシ・WEBの作り方～
- ポイント② 商品編～LDKパック商品の作り方～
- ポイント③ 営業編～他社と差別化できる営業フローの具体例～

リフォーム支援部 FAST-Reform①チーム リーダー

西村 諒

銀行でのリテール・法人営業を経て、株式会社船井総合研究所へ入社。住宅リフォーム業界のコンサルティングに特化し、リフォーム事業立ち上げ支援、既存事業活性化支援、業績アップのためのマーケティング戦略、新規ショールーム出店支援などを中心に活動している。マーケティング（攻め）と財務（守り）からの「持続的成長とその土台作り」、そして「地域1番店企業×高収益化」を念頭に置き、日々のコンサルティングに取り組んでいる。



WEBにはもっと詳しい内容が記載されています



右記のQRコードを読み取っていただきWEBページを
拝見してお申し込みくださいませ。WEBページにはもっと
詳しい内容と特典がおりますので、ぜひご覧ください。

船井総研 FASTリフォーム

検索



ご入金確認後、マイページの案内をもってセミナー受付とさせていただきます。

定額制LDKリフォーム専門店ビジネスモデルセミナー

お問い合わせNo. S064086

開催要項

日時・会場	オンラインにてご参加	お申込期限：9月12日(土)	
	2020年9月16日(水)	開始 13:00	終了 16:30 (ログイン開始12:30より)
	オンラインにてご参加	お申込期限：9月13日(日)	
	2020年9月17日(木)	開始 13:00	終了 16:30 (ログイン開始12:30より)
	オンラインにてご参加	お申込期限：9月14日(月)	
	2020年9月18日(金)	開始 13:00	終了 16:30 (ログイン開始12:30より)

本講座はオンライン受講となっております。
諸事情により受講いただけない場合がございます。ご了承ください。

受講料	一般価格	税抜 25,000円 (税込27,500円) / 一名様
	会員価格	税抜 20,000円 (税込22,000円) / 一名様

●お支払いが、クレジットの場合はお申込み手続き完了後の案内(メール)をもって、セミナー受付とさせていただきます。銀行振込の場合はご入金確認後、お送りする案内(メール)をもってセミナー受付とさせていただきます。●銀行振込の方は、税込金額でのお振込みをお願いいたします。お振込みいただいたにも関わらずメールがお手元に届かない場合や、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、下記お申込み担当者へご連絡ください。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3営業日(土・日・祝除く)前まではマイページよりキャンセルをお願い致します。それ以降は下記事務局宛にメールまたはお電話にてご連絡ください。尚、ご参加料金の50%を、当日の欠席は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。
●会員価格は、各種経営研究会・経営フォーラム、および社長onlineプレミアムプラン(旧：FUNAIメンバーズPlus)へご入会中のお客様のお申込に適用となります。

お申込方法	下記QRコードよりお申込みください。クレジット決済、銀行振込が可能です。受講票はWEB上でご確認いただけます。 または、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.の数字6桁 064086を入力、検索ください。
-------	--

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) ●申込みに関するお問合せ：横田(よこた) ●内容に関するお問合せ：齋藤(さいとう)
------	--



お申込みはこちらからお願いいたします

- 9月16日(水)オンライン
申込締切日9月12日(土)
- 9月17日(木)オンライン
申込締切日9月13日(日)
- 9月18日(金)オンライン
申込締切日9月14日(月)

