「単価が低い」「相見積・価格競争が激しい」

リフォーム会社の新業態起ち上げ

LDKリフォーム専門店

平均単価300万円

営業3名で 年商3億円 営業利益10% 高収益モデル

この内容を聞けば、LDKリフォーム専門店起ち上げ方がわかる！詳しくは中面へ！

特別ゲスト講師

株式会社 カワムラ
（北海道 旭川市）
代表取締役社長
川村 健太氏

間取り × デザイン × 設備の
組み合わせを絞って
定額パックにしてみたら、
「この予算なら私もできそうかな。」
と単価の高いLDK改修の相談をする
お客様が一気に増えました。

高単価の案件が急増！

オープンイベントから驚異の集客
2日間で見積金額5,750万円！
440万円 平均単価
取り組み前の4倍

WEB開催

2021年7月15日（木）・16日（金）・21日（水）
13:00～16:30
（ログイン開始12:30より）

新型コロナウイルス感染症に罹患された皆さま、および関係者の皆さまに心よりお見舞い申し上げます。

主催
明日のグレートカンパニーを創る
Funai Soken
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.S074074
TEL.0120-964-000 平日 9:30～17:30
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：横田 内容に関するお問い合わせ：西村

WEBから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。）→ 074074

「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～大規模のリフォームもでき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300万円　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、業界最新のリフォームビジネスモデルです。

ゲスト講師

北海道旭川市

株式会社カワムラ

代表取締役社長　川村 健太 氏

1989年、旭川市出身。明治大学卒業後、建材メーカーのKMEWに入社。その後2016年に、家業である㈱カワムラに入社。
リフォーム・新築の事業部長を経験したのち、2020年4月、代表取締役社長に就任。入社5年弱で新築棟数前年比2倍超、不動産事業を立ち上げ商圏内No.1の媒介数に導くなど、各事業展開を推進中。
その中でも住宅リフォーム事業は、40万人商圏で年商10億円（2019年度）という圧倒的な高シェアを誇る事業となっている。

旭川市シェアNo.1リフォーム会社の新しい挑戦！
高単価・高生産性なのにブルーオーシャンの新業態
LDKリフォーム専門店 取り組みの全貌

■従来の水廻り主体のリフォームが伸び悩みはじめて、次の打ち手の必要性を感じていました。

当社は、北海道の旭川市で建具製造や建材販売の会社としてスタートして、新築事業やリフォーム事業まで住関連の業態を幅広く手掛けるようになり、100周年（2018年度）を迎えた会社です。

専門店としてリフォームを手掛けるようになったのは2001年のことで、旭川市を中心とした人口約40万人の地域を商圏として、地域最大級の水廻り設備展示数を有する大型ショールームを拠点に、順調に成長を続けていました。

しかし、リフォームの年商が7～8億円を超え始めた頃から、「まだまだ地域のニーズはあって、売上も伸ばせる」というイメージはあるものの、実際に**目標売上を達成するための集客を確保することが難しくなっていました**。実際に、2019年には旭川市内2店舗体制で10億円を超えた売上も、翌年には（コロナ等の外的要因もあるとはいえ）8億円弱に落ちてしまい、「今の戦略だけでは頭打ちかもしれない。何か新しい手を打たなければ・・・。」と悩んでいました。

■高単価で、安定した集客が見込めるリフォームって何だろう？
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。

もともとは水廻り設備を主体とした集客で、多くのお客様にご来店いただくスタイルでしたから、平均単価は100万円前後で売上は安定していました。
一方で、既存マーケットでリフォーム年商を10億、15億と伸ばしていくためには、水廻りだけでなく、中～大型リフォームも毎月安定して受注していかないと売上が追い付きません。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水廻りを主体としたリフォーム会社が、既存とは別業態で単価300～500万円前後の間取り改修やデザインリフォームを安定的に集客できていて、売上アップに成功しているという話でした。

従来は、水廻りリフォームの集客をする中に中～大型の改装工事が混ざっていたものを契約に繋げていました。もしこのゾーンの集客を"狙って集める"ことが出来るとすれば、それまでよりもはるかに効率良く、安定して高い売上をつくることができると思いました。

①既存の水廻り業態の売上は減らさずに、
別の業態として中～大型リフォームの集客を増やせる。
②全面改装ほど専門知識を要しない「LDK改装特化」なので若手でも売れる。
③プラン力や施工力で勝負ができるので、量販店等と価格競争にもなりにくい。

「これが上手くいけば、今まで接点が持てなかったお客様からもご相談がいただけるかもしれない！」と考えて興味を持ちました。

■「間取り・デザイン・設備のパッケージ化」で
LDKリフォームのハードルを下げて、手軽でわかりやすく見せる。

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 ③キッチン**の３つをパターン化して、お客様が選べるパックにするにすることで、

2021年最新ビジネスモデル　LDKリフォーム専門業態

一般的に「費用が分かりづらくてハードルが高い」と思われている**デザイン性の高い間取り改装が、「こんなに手頃な価格でできるんですよ」という事を打ち出します。**パッケージ化は集客アップ効果だけでなく、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になるので、生産性の向上にも繋がりました。

■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当日から、いきなり5000万円超の集客！

ターゲットの年代層（50代後半～60代前半、子供が独立してライフスタイルが変わる時期のご夫婦）を踏まえて、**アナログ媒体（地域フリーペーパーに折込）とデジタル媒体（自社HP）**での販促がメインになるのは従来通りでした。しかし最大のポイントは、**実際のLDK空間を体感できるショールーム**の存在です。具体的には、パッケージプランの中で２つの空間テイストを再現したLDKブースを、既存の水廻りショールームに付加しました。LDK改装そのものは多くの工務店やリフォーム会社も手掛けていますが、ここまで特化しているショールームは地域で他に存在しないと思います。

お店から専門性が伝わるようになると、販促の効果が何倍にも高まって、実際に２日間のグランドオープンイベントを開催した時は、**２日間だけで5000万円**以上の見積依頼を獲得することができました。LDK改装や水廻り複合リフォームなどを中心に、**平均単価が従来の約4倍の400万円まで上がった**点も効果を実感しました。

①グランドオープン販促チラシ
②プレオープン販促チラシ
③LDK専門店ショールーム
セミナーでは全て実例をご紹介します！

これまでは40万人商圏で年商10億円が頭打ちでしたが、今後は**水廻りリフォーム+LDK改装+外装の３つの業態で、年商15億円の圧倒的シェア1番企業**を目指していきたいと思っています。

2021年最新ビジネスモデル　LDKリフォーム専門業態

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や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150万円で毎月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て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300万円リフォームを、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 Reformビジネスグループ　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㈱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、遂に誕生したのが「LDKリフォーム専門店」です。この業態は、**市場のニーズは十分ありながらも、未だ取り組んでいる競合他社が少ないブルーオーシャン戦略です。**このレポートを手に取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。

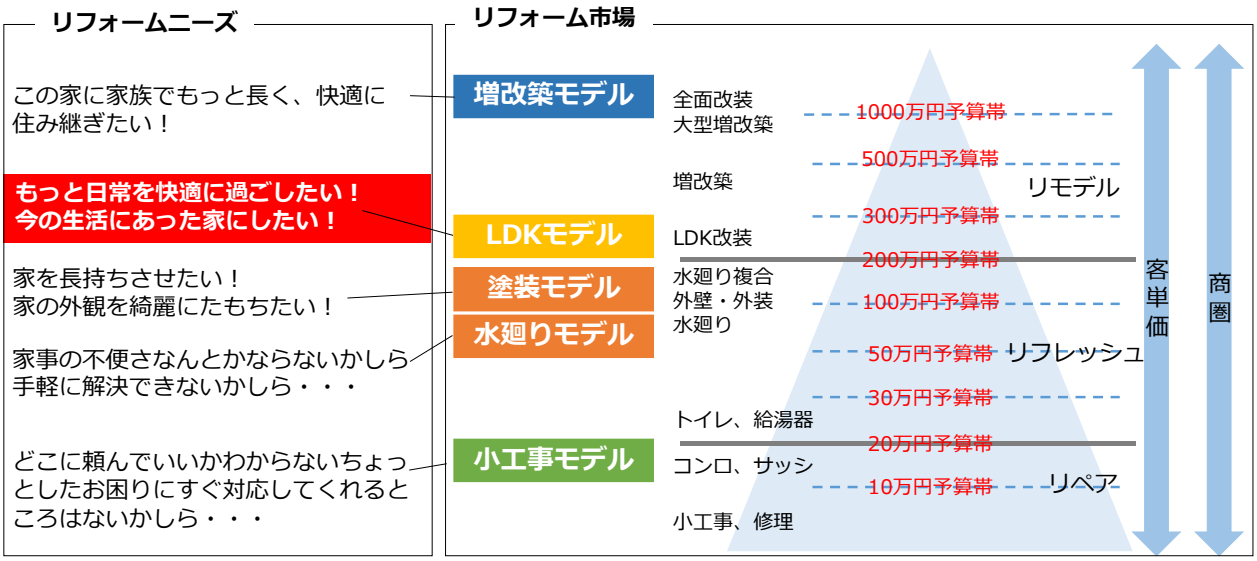
LDKリフォーム専門店に取り組むメリットとは？

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。

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実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。

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】

月間売上	＝	月の現調数	×	契約率	×	平均単価
750万円		5件		50%		300万円

【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）

現調数	＝	月の折込枚数	×	新規現調反響率
7件		7万枚		1/10,000

チラシ折込1枚あたり単価5.5円として、38.5万円／月

（2）ホームページ

現調数	＝	月のアクセス数	×	問合せ率	×	現調アポ率
3件		1000		0.7%		0.5%

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10件の現調を獲得するためには、**月60万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

新たに起ち上げる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）

2021年

7月15日（木）・16日（金）・21日（水）

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 株式会社カワムラ の代表取締役社長 川村 健太 氏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。

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

■ セミナー内容の一部をご紹介します！

１．平均単価300万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起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5000万円以上の見積依頼を獲得するオープン販促実例
５．出店直後から商圏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～契約までできる、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．起ち上げで失敗しないために把握しておきたい！成功率の高い商圏の選び方
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
２１．お客様に「検討します」と言わせない、即決クロ―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

2021年7月15日(木)・16日(金)・21日(水)
オンラインWEBセミナー　13:00～16:30（ログイン開始 12:30より）

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が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 LDKリフォーム専門店で単価アップに成功した事例
- ポイント③ お客様に選ばれるリフォーム会社になるための条件

リフォーム支援部　Reform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、リフォーム事業起ち上げ支援、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。

第2講座　14：10 ～ 14：50

ゲスト講師

特別ゲスト講演／LDKリフォーム専門店立上げ成功事例

- ポイント① なぜLDKリフォーム事業に参入したのか？
- ポイント② 地域密着で売上を最大化する複合化戦略
- ポイント③ LDKリフォーム専門店オープンまでの取り組み
- ポイント④ LDKリフォーム専門店に取り組んでみてわかったこと

株式会社カワムラ　代表取締役社長　**川村 健太 氏**

大正7年の創業以来、100年に渡り住まいのサービスを手掛けている。
”『住む』ということ。YOUトピアカワムラ”という経営ビジョンには、
地域の皆様の『住まい』の相談窓口であり続けたいという想いが込められており、
ワンストップサービスの提供を実現できるようにリフォーム、新築、不動産事業に
取り組んでいる。

第3講座　15：00 ～ 16：30

定額制LDKリフォーム事業の具体的な立ち上げ手法と成功ポイント

- ポイント① 商品編～LDKパック商品のつくり方～
- ポイント② 集客編～安定集客のためのショールーム・チラシ・WEBのつくり方～
- 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　Reformチーム　**川瀬　貴大**

東京の私立大学を卒業後、新卒で株式会社船井総合研究所へ入社。大学では経済学（特に開発経済学、アジア経済学）を専攻。入社後は、住宅・不動産業界のコンサルティングを行い、クライアントの業績コミットをミッションとしている。コンサルティングで重要視している点は、定量データに基づく分析、提案。業績アップの仕組作りである。

WEBにはもっと詳しい内容が記載されています

右記のQRコードを読み取りいただき、WEBページのお申込みフォームより、お申し込みください。WEBページではより詳しい内容を掲載しております。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. S074074

開催要項

日時・会場

オンライン にてご参加　**お申込期限：7月11日（日）**

2021年7月15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：7月12日（月）**

2021年7月16日（金）　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：7月17日（土）**

2021年7月21日（水）　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。
オンラインミーティングツール「Zoom」を使用いたします。Zoomご参加方法の詳細は「船井総研 WEB参加」で検索

受講料

一般価格　**税抜 10,000円（税込11,000円）／一名様**

会員価格　**税抜 8,000円（税込 8,800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、ご入金が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 074074 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 Funai Soken **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　●内容に関するお問合せ：西村

お申込みはこちらからお願いいたします

7月15日(木)オンライン
申込締切日7月11日(日)

7月16日(金)オンライン
申込締切日7月12日(月)

7月21日(水)オンライン
申込締切日7月17日(土)