

「公共工事・元請依存で先行きが不安だ」
「やりがいもなく毎日忙しく駆け回っている」

WEB開催 2021年 8月 25日(水)・27日(金)・28日(土)・30日(月) 13:00~16:30
(ログイン開始12:30より)

水道設備工事業

設備職人
有効活用

脱 下請け

1拠点
あたり

キッチン交換

お風呂交換

トイレ交換

洗面台交換

40台 60台 90台 70台

生産性1.5倍 営業利益2,000万円

「水廻り設備交換リフォーム専門店」
を出店して3年で元請売上3億円
スタッフ8名で粗利8,000万円!



「仕事確保に駆け回る日々から
解放されて、社員もやりがいを
持てるようになりました。」

株式会社
ライフスタイルカンパニー
(青森県八戸市)
代表取締役
三河 幸夫氏



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

[webセミナー]水道設備工事業の脱下請けビジネスモデル

お問い合わせNo.S075628

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 申込に関するお問い合わせ:横田 内容に関するお問い合わせ:齋藤

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。)→ 075628

下請け仕事中心の現状に

不安を抱いている設備工事業経営者の皆様へ

- ☑ 本業の売上の大部分を下請けや公共工事に頼っており、今後の経営に不安を感じている。
- ☑ 元請業者の都合に合わせて仕事の段取りをしなければならぬ現状から脱却したい。
- ☑ 先の仕事を確保するために、社長自身が毎日忙しく駆け回る状態を卒業したい。
- ☑ 今の社員を活かして、もっと高収益で安定した売上を作れるビジネスに参入したい。
- ☑ 自社で売上や仕事量の主導権が持てる事業をやりたい。

このような考えをお持ちの経営者様は多いのではないのでしょうか。

一方で、元請比率を上げることには相応のリスクが伴うこともまた事実ですが、だからといって現状から何も変わらない、変えようとしなないままでは、**公共工事や下請け仕事に依存した状態が続く**だけです。将来は現状維持どころか、さらに悪化してしまう可能性もあります。

このレポートでは、下請比率ゼロ、エンドユーザーだけを顧客にして、**元請売上100%で安定した収益**を上げている**地域密着の水道設備工事業**が取り組んでいるビジネスモデルを解説しています。

【安定した仕事量を確保しながら、利益率の高い元請工事比率を高める。】

そのためのヒントが詰まった内容です。ぜひご一読ください。

ゲスト 講師

青森県八戸市

株式会社ライフスタイルカンパニー
代表取締役 三河 幸夫 氏

1971年生まれ。下水切替工事をメインとした県内の水道工事店で営業職に従事した後、2004年に八戸市で独立。一般家庭の水道工事や修理を行いながら、「住まい全般について、困った時に思い出してもらえる会社」を目指して、中古住宅仲介やリフォームを本格的に持ち上げる。2018年の「水廻りリフォーム専門ショールーム」出店が契機となって、リフォーム事業は2年で年商1億円→3億円超えという急成長を遂げた。



社長&職人2名のスタートから、元請工事比率ほぼ100%
地域密着の水道工事店が、**水廻りリフォーム事業**で
年間売上5.8億円を達成するまで

■ 水道工事店として独立したのは17年前。 下請仕事をやらなかったのには理由がありました。

当社は2004年に、青森県八戸市で水道工事店として創業しました。会社を起ち上げる前は、私自身、地元の水道工事店で、主にエンドユーザーの下水切替の営業を担っていました。

2人の水道職人と共に会社を起ち上げてからは、紹介や電話帳広告で依頼をいただいた一般家庭の水道工事や修理の仕事を行っていましたが、**最初は仕事が本当に少なくて苦労しました。**それでも私が元請仕事にこだわったのは、理由があります。それは創業の精神にも通じるのですが、「1回の工事だけでなく、お客様と長い付き合いができる仕事がしたい」、「お客様が困った時に、真っ先に思い出してもらえる存在でありたい」という私自身の想いです。ですから、下請工事を否定するつもりは全くないのですが、私個人としては、**お客様と直接繋がることのできる仕事にやりがい**を感じていましたし、それゆえに創業時から“水道屋”だけで終わるつもりはなく、住まいのあらゆるサービスに手を広げるつもりでいました。

■ お客様と直接繋がっているから、いろんなニーズが汲み取れる。 それに応え続けてきたら、サービスの幅が広がっていました。

最初は、苦勞した仕事量の確保も、電話帳広告の認知が高まってきたり、市内の下水エリア拡張による切替工事の増加のおかげで安定してきました。

さらに、工事後のアフター対応として、定期点検やはがき送付を丁寧に行ってきたので、メンテや下水道工事で関わった

お客様から「お風呂もできないの？」、「塗装工事をやりたいんだけど…」といった相談も舞い込むようになりました。

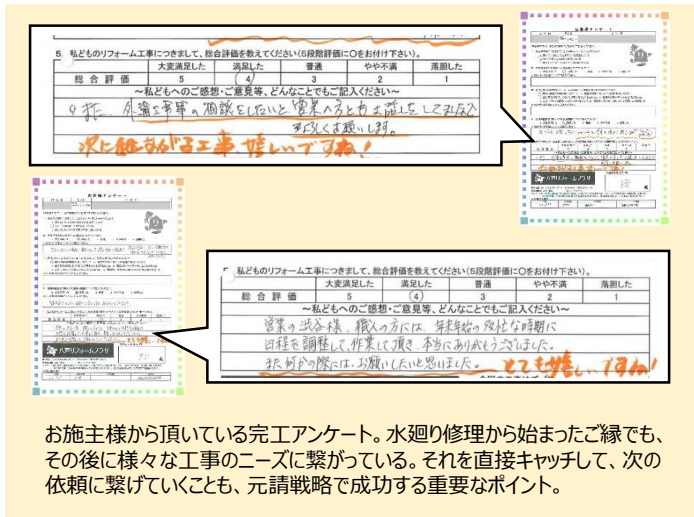
さきほども言いましたが、私は独立した時に「水道屋だけで終わるつもりはない」という思いが強く、「修理からリフォーム、新築へ」と描いていました。ですから、このようなお客様からの相談は願ってもないチャンスでした。まずは水道工事の延長でできる「水廻りのリフォーム」が最初のステップでしたが、その先を描いていたからこそ、木工事や外装に詳しい人、設計ができる人、…と次々に仲間が集まりました。

■ 1つ目の転換点となった「中古住宅リフォーム専門店」の出店。



2015年にオープン。同社初の店舗となった
【中古住宅+リフォーム専門店「いえドコ」】

サービスの幅が広がっていろいろな工事を扱えるようになった頃、「“何でも屋さんみたいな水道屋”になってはいけない」という考えも持っていました。一つ一つのサービスを高い品質でお客様に提供するためには、水道工事・リフォーム・新築のそれぞれを専門店として、お客様に認知していただく必要があると考えました。



「専門店」とか「出店」といった取り組みを初めから考えていたわけではありません。2014年頃に、協力業者さんや知り合いの不動産会社さんから、「中古住宅の流通がこれから増えていきますよ。」という話をよく耳にするようになったので、従来のチラシに「中古住宅のリフォームもやりますよ」と載せてみたのですが、しばらく継続してみても全く反響がありませんでした。

ある時、お客様との話で何気なく「うちも中古住宅改修できるんですけどねえ。」という話をした時に、「たしかにおたくは色々やってるけど、元々は水道屋さんでしょ？」とお客様に言われて、その理由がわかりました。高額な買い物ほど、お客様は失敗しないために慎重に、より良い品質や安心を求めて、“何でもできるけど何屋かわからないお店”よりも“その商品の専門店”を選ぶのが当然です。

それに気づいてから、ちょうど船井総研のセミナーでも同様の話を聞いたこともあり、中古住宅の仲介からリフォームまでをワンストップで行う専門店という形で、2015年3月に来店型店舗を出しました。



中古住宅改修を手掛けるために、「中古住宅専門店」という打ち出しで行っている「いすドコ」の販促チラシ

もちろん狙いは不動産屋になることではありません。あくまでリフォームを増やすための戦略です。「中古住宅の仲介を通して信頼を築いた不動産屋さんに、リフォームも依頼するケースが多い」という事実から、中古住宅改修でお客様に最も選ばれやすい状態が、仲介からリフォームまでを一貫対応できる専門店だと考えたのです。

結果、オープン直後から想像以上の大成功で、チラシやホームページでの販促に反応して、多くの中古住宅購入希望者が来店し、リフォームとセットで契約していただきました。この「専門店化」の第一歩がきっかけになって、2億円で停滞していた売上が、2017年に初の3億円を突破しました。

■ “専門店”のパワーをあらためて実感して、 自社の強みである「水廻り工事」をもっと増やせると思いました。

中古住宅リフォーム専門店「いえドコ」で成果を出すことができたので、同じように専門店を立ち上げることができれば、自社が最も得意とする水廻りのリフォームをさらに伸ばすことができるのではないかと思います。

とは言うものの、八戸市内には当社も含めてリフォーム事業に取り組んでいる会社はいくつもありましたし、水廻り設備のリフォームとなると、どの会社でも当たり前のように取り扱っています。そのため、他社と一線を画した「専門店」として地元のお客様に認識してもらう具体的な方法が分かりませんでした。

■ お客様にとって「分かりやすく選びやすいお店」 を水廻りリフォーム専門店の目指すべき姿に決めました。

「あれこれ悩むより、まずは情報を集めよう」ということで、改めて船井総研のセミナーに参加した時に、水廻りリフォーム専門店を出店して売上を劇的に伸ばしている会社の事例をいくつも聞くことができました。その中で、お客様からの水廻りリフォームの依頼が増えている会社の共通点も知ることができました。

その共通点とは、「お客様が水廻りリフォームを分かりやすく、選びやすいお店を作ったこと」です。

そのために①地域1番の水廻り展示数②チラシやホームページで打ち出している設備は全て実物比較できる③地域最安値から最高グレードまで幅広い品揃え④商品代+工事費込みの明瞭価格の打ち出しといった要素を備えた、水廻り専門の自社ショールームが集客の柱になるという話でした。



■ 中途半端な取り組みでは失敗する。

だから徹底的に成功事例を真似しました。

水廻りのリフォーム工事でより安定した売上を作るために、成功事例を忠実に再現するつもりで、まずはショールームの候補物件探しと商品づくりから着手しました。

ショールームは、以前から自社で利用していた物件が十分な広さがあるということで、すんなり決定したので、そこに【商圈内で1番の水廻り展示をする】と決めて、展示台数やレイアウトを考えました。



そして展示台数に合わせて、キッチン／ユニットバス／トイレ／洗面台それぞれの【パック商品化】を行いました。ここでも大事なポイントがあつて、①素取り替えを想定した工事を全て含んだ【工事費込み価格】にすること②お客様の予算に合わせて、キッチンパック39.8／49.8／59.8／・・・と段階的な品揃えをすること③利益率が低くなくても地域最下限（キッチンなら工事費込み39.8万円！）

の商品は、必ずラインナップに取り入れることを徹底しました。

わかりやすく選びやすい水廻りパックを掲載したメニューチラシ。専門店らしさを伝えるために、競合他社よりも圧倒的に多い商品掲載数で品揃え感を訴求している。また、ショールームで実物を見て、比較できることを強調しているのも集客成功のポイント。

元々、水道職人チームで始まった会社ですから、競合他社と比べて地域1番の下限価格パックでも、それなりの利益率が確保できることも分かったので、とにかくお客様が「この金額でこんな設備にリフォームできるなら、是非やりたい！」と思っていただけるような魅力的な商品づくりと、それを実際にショールームに取り揃えることにこだわりました。そして、このこだわりは、後にものすごい集客効果を発揮しました。

■ついにオープンした「水廻りリフォーム専門店」。

集客が増えて、単価も上がり、年商3億円→5.8億円に！

そして2018年10月、水廻りリフォーム専門店

「八戸リフォームプラザ」を遂にオープンしました。

4日間のイベントで、**来場数150組、リフォーム**

依頼が66件、見積総額4000万円の大盛況で、



近隣のお客様を誘致するプレオープンチラシ（左）と、新聞折込で市内に広く告知するグランドオープンチラシ（右）

その後も毎月安定して4000万円前後の見積依頼が舞い込むようになりました。

平均単価50万円前後のリフォームは、**新人スタッフもすぐに営業として成果を出せる**ので、メンバーも順調に増えて、今ではこの部門だけで年商3億円を突破し、

会社全体では直近で5.8億円まで成長することができました。



「八戸リフォームプラザ」のスタッフ。
水道工事や建築の業界経験がない若手や女性社員も活躍して成果を出している。

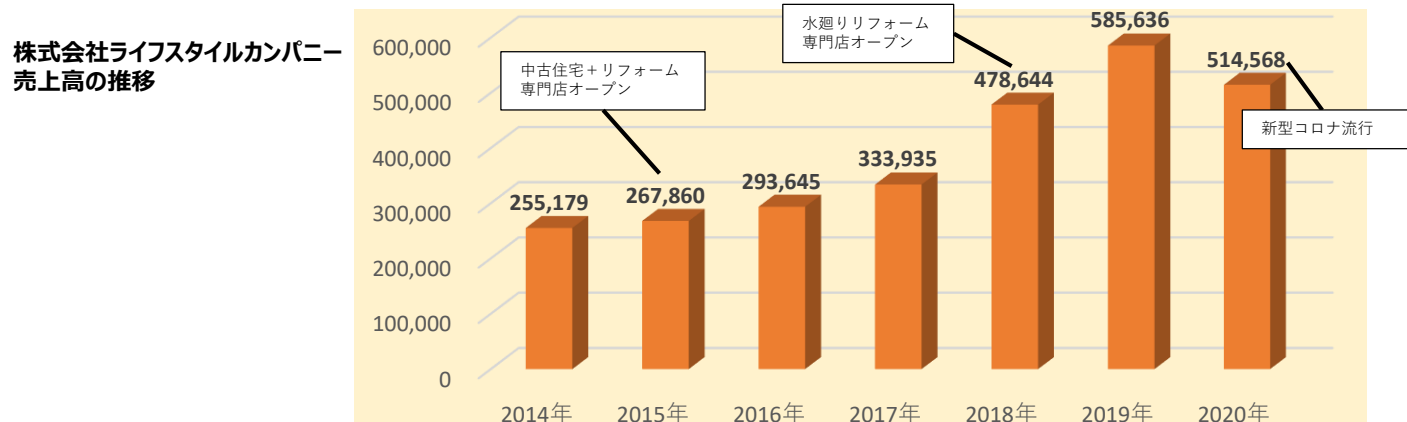
これらの取り組みを振り返ってあらためて思うのが、
「お客様と直接繋がる仕事をしてきて良かった」、
「お客様の期待に一つ一つ応えて、新しいことにも
チャレンジしてきて良かった」ということです。

独立直後は、**仕事も少なく、先の売上が読めない**

不安から、「やっぱり下請け工事を増やそうかな。」と考えたこともありました。

しかし、やはり**自社で主導権を持って主体的に取り組める仕事、お客様と直接関わる仕事の方が、社員も活気づいて成長しますし、経営も安定します。**

これからはもっと良い会社を目指して、さらなる成長戦略を考えているところです。



【紙上セミナー】

高効率・高粗利で安定した元請売上アップ
水道設備工事業のための

「水廻りリフォーム専門店」

起ち上げ成功方法を解説



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(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。

このレポートをお読みいただいた皆様は、おそらく自社の現状に課題を感じているか、あるいは今よりも高い目標を掲げていて、そのための戦略を模索していらっしゃる方だと思います。

昨年の新型コロナ流行、そして今まさに問題化しているウッドショック。様々な要因によって建設業界・工事業界全体が大きく変化しています。このような状況の中で、外部環境に左右されない「強い会社」にするには、①本業に依存せず、②自社で仕事の主導権を持つことができ、③収益性の高い事業を第二の柱として確立することが必要ではないでしょうか。

このレポートのまとめとして、本紙でご紹介した事例企業の取り組みを踏まえて、水道設備工事業の皆様が元請売上比率を増やすための「水廻りリフォーム専門店ビジネス」のポイントを整理させていただきます。

水廻り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、

「自社の設備工事の仕事を増やしつつ、リフォーム営業としての粗利も得ることが可能」という点です。

全面改装などの大規模リフォームであれば、木工事を始め、様々な工事が絡んでくる上に、設計やプランニングといったスキルが求められます。

しかし、住宅リフォームのマーケットにおいて**最も高いニーズを占めているのは【水廻り設備の交換】**であり、これらの工事は一部電気工事や木工事が関わるものの、その大部分は水道設備工事です。

つまり、マーケットが大きい上に、自社の強みを活かせるという点で、まさに

「設備工事業のための元請ビジネス」だと言っても過言ではありません。

順位	部位	三大都市圏	戸建て	集合住宅
1	居間	25.90%	22.90%	35.70%
2	キッチン	21.90%	18.30%	33.60%
3	トイレ	20.90%	18.80%	27.90%
4	浴室	20.70%	18.80%	27.10%
5	外壁	20.60%	26.00%	2.90%

新型コロナ流行以降のリフォーム人気部位別ランキング
リフォーム産業新聞1430号（2020年10月26日発行）
を基に船井総研にて作成。

この事業に取り組んでいる会社の中には、
自社の設備工事を増やしつつも、**元請としてのリフォーム営業粗利を平均35%も**
確保して、増収増益に成功している企業が
続出しています。



[illegible]

一致



一致



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】

$$\begin{array}{ccccccc} \text{月間売上} & = & \text{月の現調数} & \times & \text{契約率} & \times & \text{平均単価} \\ \text{500万円} & & \text{10件} & & \text{70\%} & & \text{70万円} \end{array}$$

【集客モデル ～1年目、営業2名、営工一貫体制を前提に～】

(1) チラシ販促（新聞折込）

$$\begin{array}{ccccccc} \text{現調数} & = & \text{月の折込枚数} & \times & \text{新規現調反響率} \\ \text{14件} & & \text{7万枚} & & \text{1/5,000} \end{array}$$

チラシ折込1枚あたり単価5.5円として、**39万円／月**

(2) ホームページ

$$\begin{array}{ccccccc} \text{現調数} & = & \text{月のアクセス数} & \times & \text{問合せ率} & \times & \text{現調アポ率} \\ \text{6件} & & \text{1000} & & \text{1.0\%} & & \text{0.6\%} \end{array}$$

リスティング広告費15万円で800セッション＋自然流入200セッション

起ち上げ時の営業2名体制の場合は、

月1000万円（営業1あたり500万円）を受注するために、月10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55万円が販促コストの目安であることがわかります。

2年で2.4億円、営業利益率6%※も狙える業態

※初期投資を除いた単年収支で見た場合

項目 (千円)		初年度	2年目	備考
売上高		120,000	240,000	
粗利高		39,600	84,000	1年目：粗利率33% 2年目：粗利率35%
販管費	人件費	16,200	32,400	1年目：営業3名、事務1名（パート） 2年目：営業6名、事務1名（正社員） ※営業1名5,000千円/年、事務1名2,400千円/年 （パートは半額）
	地代家賃	7,200	7,600	地代家賃6,000千円、光熱費1,200千円 ※2年目は人員増加により1,600千円
	広告宣伝費	7,380	10,200	
	営業経費	3,600	6,000	営業1名当たり1,200千円/年
	その他経費	4,800	12,600	1年目：1名当たり1,200千円/年 2年目：1名当たり1,800千円/年
	（合計）	39,180	68,800	
営業利益		420	15,200	
営業利益率		0%	6%	

※2年目は翌年の事業拡大等を前提に、主力4名＋新人2名の営業6名で計算している。

ショールーム 初期投資内訳

投資項目	投資費用
キッチン7台	2,000千円
バス2台	800千円
トイレ8台	800千円
洗面4台	400千円
内装・照明	3,000千円
看板・のぼり	2,000千円
事務用品	1,500千円
保証金	2,000千円
オープン販促費	1,500千円
合計	14,000千円

広告費内訳

項目	1年目	2年目
WEB制作費	1,500 千円	0 千円
WEB広告費	1,200 千円	1,200 千円
チラシ	4,680 千円	9,000 千円
合計	7,380 千円	10,200 千円

※チラシ@6円（印刷・折込含む）
※チラシ新規現調反響率

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



「水廻りリフォーム専門店」で脱下請け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！

【webセミナー】水道設備工事業の脱下請けビジネスモデル

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

8月25日（水）・27日（金）・28日（土）・30日（月）

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、「水廻りリフォーム専門店ビジネス」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 **株式会社ライフスタイルカンパニー**の代表取締役 **三河 幸夫 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、**高回転・高粗利の設備交換工事を集客して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. 自社が得意な設備交換リフォーム“だけ”を効率良く集客できる
「水廻りリフォーム専門店」が、リフォーム市場でこれからも伸び続ける理由
2. ローコスト・ショールームで1店舗元請売上3億円に成長するまでのロードマップ
3. 「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
4. 元請化の必須アイテム！これが月2000万円超の見積を獲得するチラシの作り方
5. 毎月10件以上の設備交換リフォームを集客するホームページ実例
6. 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
7. 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
8. 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
9. 他社より20%安くても、粗利率35%を実現する水廻りリフォームパックの作り方
10. 仕入コスト30%減！掛け率40%でしか仕入れられなかった商品が、一気に28%で入る事例も！大手並みの仕入力を実現する「共同仕入れ」
11. 競合他社との相見積もりで、お客様に選ばれるための差別化ポイントとは？
12. 契約率を上げるポイントは“わかりやすさ”！材工をパック化して明瞭価格にする
13. 未経験者が提案～契約までできる、設備交換パック営業ツールのつくり方
14. 取り組み3ヶ月でシロウト営業が売上300万円／月！魔法の営業マニュアルとは？
15. 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
16. 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
17. 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
18. 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？
19. 起ち上げで失敗しないために把握しておきたい！成功率の高い商圈の選び方
20. 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
21. 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
22. ウイ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
23. ウイズコロナの時代、リフォーム業界でこれから伸びる業態・衰退する業態
24. 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

【webセミナー】水道設備工事業の脱下請けビジネスモデル

講座内容&
スケジュール

2021年8月25日(水)・27日(金)・28日(土)・30日(月)
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

13:00

～

13:45

水道設備工事業の脱下請け成功事例・失敗事例（住宅リフォームビジネス）

講座内容

全国の水道設備業事業のリフォームビジネス参入事例の中から、成功事例と失敗事例、それぞれの要因を解説します。

プロフィール

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

早稲田大学法学部卒業後、2012年に株式会社船井総合研究所に入社。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。



13:50

～

14:35

水道屋だった私が5年で元請売上5億円を達成した 水廻りリフォーム事業の取り組み

講座内容

青森県八戸市で水道屋として独立後、5年で元請売上5億円超えを実現するまでの取り組みを、苦労した点や、今振り返ってみての成功要因なども含めて余すことなくお話しいただきます。

プロフィール

株式会社ライフスタイルカンパニー 代表取締役

三河 幸夫 氏

1970年生まれ。県内の水道工事で営業職に従事した後、2004年に八戸市で独立。一般家庭の水道工事や修理を行いながら、「住まい全般で困った時に思い出してもらえる会社」を目指して、中古住宅仲介やリフォームを本格的に立ち上げる。2018年の「水廻りリフォーム専門ショールーム」出店が契機となって、リフォーム事業は2年で年商1億円→3億円超えという急成長を遂げた。



ゲスト講師

14:45

～

15:35

「水廻りリフォーム専門店」で脱下請けをするための実践手法を解説

講座内容

水道設備工事業者が「水廻りリフォーム専門店」として成功するために、「商品づくり」・「集客手法」・「営業手法」の3つのポイントについて、実際に成果が出ている正しい手法を解説します。

プロフィール

リフォーム支援部 FAST-Reformチーム

米村 智晴

神奈川県横浜市出身 大学では産業経営学、労働経済論を専攻。日本大学経済学部卒業後、新卒で船井総合研究所へ入社。入社後は、リフォーム会社のコンサルティングに携わり業績アップに貢献している。得意分野はWebマーケティングで、HPの運用改善だけでなく、YouTubeやInstagramを活用したブランディングにも注力し、クライアントの効率的な販促活動をサポートしている。



15:40

～

16:30

脱下請けを目指す上で知っておきたいリスクと対策

講座内容

水廻りリフォーム事業で元請売上アップ、収益性アップを目指す経営者の方に、あらかじめ知っておいていただきたいリスクと対策のための具体的な手法をお伝えします。

プロフィール

リフォーム支援部 Reformチーム

山中 康平

神奈川県逗子市生まれ。大学卒業後、株式会社船井総合研究所に新卒で入社。専門は、リフォーム事業向けのコンサルティングを積極的に行っている。特に、50万～100万円の水廻りリフォームの商材を専門としている業態（FAST-Reform）のサポートを担っている。お取引先の現場状況を把握し、「どうすればできるのか。」ということ自身も含めモットーとする。



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。

【webセミナー】水道設備工事業の脱下請けビジネスモデル お問い合わせNo. S075628

開催要項

日時 会場	オンラインにてご参加	お申込期限：8月21日（土）
	2021年8月25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：8月23日（月）
	2021年8月27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：8月24日（火）
	2021年8月28日（土） 【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：8月26日（木）
	2021年8月30日（月） 【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。		

お申込み 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 075628 を入力、検索ください。
------------	---

お問い合わせ	 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 ●内容に関するお問合せ：齋藤 ※お申込みに関してのよくあるご質問は「船井総研 FAQ」と検索してご確認ください。

お申込みはこちらからお願いいたします

8月25日（水）オンライン
申込締切日 8月21日（土）

8月27日（金）オンライン
申込締切日 8月23日（月）

8月28日（土）オンライン
申込締切日 8月24日（火）

8月30日（月）オンライン
申込締切日 8月26日（木）

