

塗装・防水・修繕業界の経営者様へ

最強営業マン直伝! 1棟2,000万円を即決する営業のコツ

アパート・マンション大規模修繕

賃貸オーナー300人分析で判明!

オーナーを動かす

営業大全

価格客・長期客・こだわり客・他社比較客全て攻略!



マンショ
大規模修
門店

修繕計画

オーナー向け営業参入から3ヶ月で
1棟2,000万円を受注!

株式会社 西浦塗装工業
代表取締役 西浦 建貴氏



大規模修繕専門 RENOBLE
ビル マンション収益不動産 建物診断&リノベーション!

他社より高い価格でも
オーナーの信頼獲得で受注!

レアテック 株式会社
専務取締役 田中 公英氏

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

大規模修繕ビジネス研究会説明会

WEB開催: 2022年4月19日(火) 11:00~16:30 (ログイン開始10:30~)

詳しくは本DMの紙面をご確認ください。

今すぐスマホでチェック!

お問い合わせNo. K065792/S081512

TEL: 06-6232-0188(平日9:30~17:30)・FAX: 06-6232-0194(24時間)

お申込みに関する問い合わせ: 谷尾 綺里子(タニオ キリコ)・内容に関する問い合わせ: 中屋 貴之(ナカヤ タカユキ)



WEBからも
成功の秘訣を
ご覧いただけます。



300人のオーナー分析で判明！ 最強オーナー営業のコツとは

「オーナーを受注したいけど、価格を下げないと勝負できない」

「問い合わせから契約まで何か月もかかってしまう」

「オーナーが満足できるプランが分からない」

これは多くの大規模修繕に携わる経営者様のリアルな言葉です。

はじめまして。株式会社 船井総合研究所の外装ビジネスチームの松原 和紀と申します。

新型コロナウイルスが猛威を振るった2021年。

みなさまの業績への影響はいかがだったでしょうか？

おそらく、思い描いていた業績の伸び幅を達成できなかった会社様もいらっしゃるかと思います。

一方で、その中でも業績を伸ばされている会社様もいらっしゃいます。

その違いは、オーナーのことを理解しているかどうかにあります。

300人のオーナーの悩み分析をした結果、

大きく以下の4つのパターンに分類されることが分かりました。

価格客 長期客 こだわり客 他社比較客

このタイプに合った営業をすることが大切です。

これさえ分かれば、皆さんも簡単にオーナーを攻略することができます。

このレポートを貴社の経営にお役立ていただければ幸いです。

簡単にオーナーを攻略する事例を大公開

事例 企業

埼玉県志木市

株式会社 西浦塗装工業

代表取締役 西浦 建貴 氏

志木市で創業、下請け企業として56年の実績を出しているが、徐々に単価が厳しくなっている状況から元請に転身を決意。大規模修繕ビジネスに取り組み、初回販促でさっそく3,000万円以上の受注が決まって、これから急成長が期待される企業である。



未経験からでもオーナー理解で 1棟2,000万円の高額受注

1.営業フローを徹底すれば

未経験からでも受注できる！

もともと下請けとして、大規模修繕工事を行ってきましたが、賃貸のオーナー向けに営業などしたことがなく、初めはどうやって受注していけば良いのか分かりませんでした。その中で見つけたポイントの一つは、**売れている営業マンの営業フローを徹底して実行する**ことです。現調の段階ではこうする、ク

ローシングではこのツールを用いてこのトークをするなど、正しい営業フローに忠実に行うことで、未経験からでも精度の高い営業を行うことができます。



2.なぜオーナー理解が必要なのか？

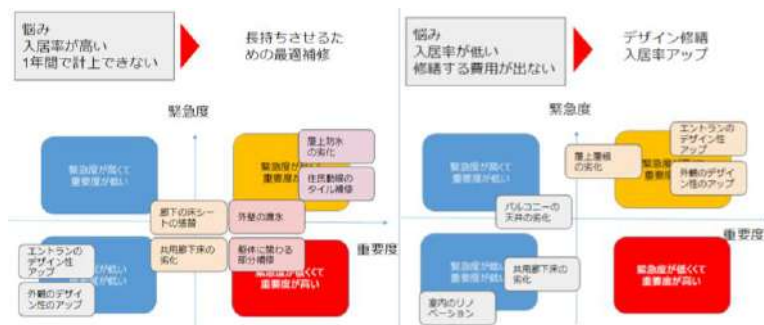
賃貸アパートマンションのオーナーは一般顧客とは性質が異なるため、必ずオーナーに合わせた営業をしないとイケません。

このためには、まず**オーナーのニーズ・課題を理解する**ことがポイントです。よくある例としては、「できるだけ費用を抑えたい」というオーナーです。このタイプのオーナーにただ見積もりを提出しても、価格が他社より高くなった時点で失注してしまいます。そうならないために、工事の品質や対応の仕方など、価格以外の判断基準を持ってもらうような営業を行っていく必要があります。

3.1棟2,000万円を受注するポイント！

大規模修繕は高額な単価の工事です。そのため、受注するには**修繕費にかかる費用の不安を取り除く**必要があります。その方法として、例えば入居率の状況から修繕費にいくら使うのが適正かを伝えたり、工事の提案を重要度と緊急度に分けて分割の提案をしたりすることが有効です。

これだけ費用をかけても収支が合う、賃貸経営が儲かるということを知ってもらう必要があるため、このような図で提案を行います。



このようにオーナーのことを理解し、そのニーズに合った提案を行うことが重要だと感じています。よって

- 1.営業フローの徹底
- 2.オーナー理解
- 3.高額な修繕費用に対する不安払拭

この3つのポイントを実施することで、オーナーを攻略できます。

事例 企業

石川県金沢市

レアテック 株式会社

専務取締役 田中 公英 氏

ビルやマンション等、構造物の超長寿命化や資産価値向上を考慮した改修工事、そのための調査・診断を強みとして大規模修繕ビジネスに参入。元請け化により、利益を最大化する。自身が不動産オーナーであることから、オーナーに寄り添った営業を強みとする。



ツールと専門知識で他社を圧倒！ オーナーの信頼を獲得する営業術

もともとビル・マンション等の調査診断、大規模改修工事業をメインとしていました。その中で賃貸の個人オーナーを受注するためには、他社にはできない提案で差別化をすること、しっかりとツールを準備することが重要だと考えています。

1. 他社を圧倒する診断力で差別化

弊社は建物の調査診断に強みを持っており、オーナーの建物の調査でもそこを意識しています。単なる劣化症状の診断ではなく、なぜその症状が起きているのか、このまま放っておくとどうなるか、どのように施工すればいいかまで



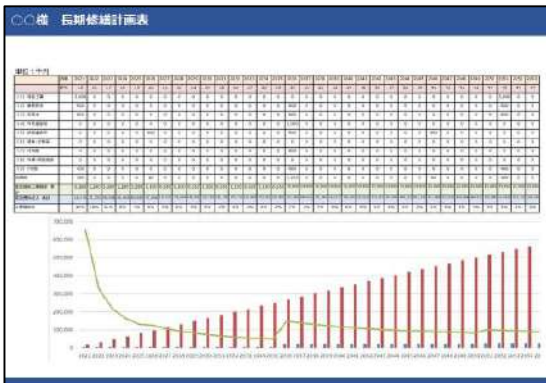
詳細にオーナーに説明を行います。このように専門知識で圧倒することによりオーナーから信頼が得られ、他の建物も見てほしいとなり、複数棟の受注に繋げることができます。

2.他社に負けないツール営業のポイント

オーナーの中には、他社の見積もりと比較したい方も多くいます。その中で選ばれるためには、他社にはできない提案が必要です。様々な**オーナーのニーズを満たすためのツール**を用意しておき、必要な場面で活用していくことがオーナー攻略のポイントです。実際のツールの一部をご紹介します。

現調シート・診断報告書

大規模修繕の調査診断項目は多岐にわたりますが、信頼が得られるようにオリジナルのツールを用いて詳細な劣化診断をします。



修繕計画書

修繕費を融資でまかなう場合、安心して融資を受けることができるように、長期の修繕計画書も提案することがポイントです。

見積・提案書

工事へのこだわりが強いオーナーには、工事の優先順位を明確にした提案書を作ることで、必要以上の費用をかけずにオーナーの思い通りの修繕を提案することができます。



よって

1.他社にできない診断で差別化を行う

2.適切なツールを用いてニーズを満たす

この2点でオーナーの信頼を獲得・受注することができます。

この2社の事例は決して 特別なものではありません！

「この人だからできるんでしょ？」

「結局自社の営業マンにはできない」

「今回はたまたま契約できたただよね」

こんな声が聞こえてきそうですが、実はこれは偶然でも、この事例だけのお話でもありません。ポイントはしっかりとオーナーのタイプを見極め、そのオーナーに合った営業手法を取れば誰でも再現可能なのです。

そしてこれを実現するには、以下の2つのポイントが重要です。

①**24ステップの営業フローの徹底**

②**オーナーごとのニーズを解決するツール営業**

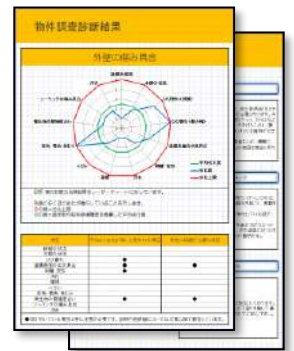
☆**無料説明会で営業ツール・手法を大公開！**



**大規模修繕
ショールーム**



**アプローチ
ブック**



診断ツール

また、このオーナー営業を成功させるためにはそのやり方・手法を知っているかどうか大きな力ギとなります。

さらにオーナーを受注していくために必要なことは、会社力を上げていくことです。では、会社力を上げるためにはどうすればいいのか？それは**大規模修繕の専門店を起ち上げる**ことです。

高額受注ができる大規模修繕専門店とは？

「大規模修繕のビジネスモデルについて」

市場規模が**大きく対象物件も増え、かつ空白マーケットである！**

市場規模

大規模修繕の市場規模は**8,786億円**

マーケットの
状況

新設住宅着工戸数・貸家戸数は**右肩上がり**

ターゲットの
特徴①

自主管理をしているオーナーor管理を任せっきりにしている

ターゲットの
特徴②

1棟20戸以下の物件を所有しているオーナー【6階以下】

ターゲットの
特徴③

親族からの**相続**や、**節税目的**で物件を持っているオーナー
(サブリース物件を持つ投資目的オーナーは管理会社で修繕業者が指定されている)

ニーズ
不安・課題

入居者の減少・管理の引き継ぎ・建物の老朽化対応

「この大規模修繕マーケットを攻略するために必要なことはなにか？」

**大規模修繕ニーズを抱えた人が、安心して相談できる
『ショールーム型ビジネスモデル』**

	建築会社	賃貸管理会社	船井流大規模修繕専門店
組織概念	アフター部門が対応	オーナー営業＋外注会社	施工会社の専門性
商圏展開	自社施工物件のみ	自社管理物件のみ	地域密着 商圏1拠点
商品	オーダーメイド	オーダーメイド	パッケージ
集客	アフターフォロー	管理物件に対しての営業	DM×WEB×ショールーム
営業	建築会社の信頼営業	管理会社にお問い合わせ営業	マニュアル&ツールによる標準化

「地域1番化発想」

1番化とは、商圏内で1番店になること。

地域一番店の売上イメージ

45万人(目安)×4,200円(MS)×シェア26%=4億9,140万円

商圏人口45万人、1拠点で大規模修繕

売上**約5億円**を創ることで、一番シェアを獲得する専門店モデル。

他社に先駆け、地域一番化を目指す！

大規模修繕モデル新規参入 オーナー集客の最新ノウハウとポイント (※一部抜粋)

独自
ノウハウ

オーナーを集めるセミナー集客のポイント！

参考指標：オーナー集客例

Step
01

オーナーリスト作成

オーナーリストは自社の商圏内、全アパート所有者をターゲットとする。
短期間でリストを作成する。(目安～1ヶ月)

Step
02

セミナー集客計画作成

1.5～2ヶ月前に集客をはじめる。スケジュールを事前に組んでおく。

Step
03

集客媒体への随時入稿

集客状況により、追加DM、媒体の追加を行う。

Step
04

セミナー参加人数

セミナー参加者対応については一元化し、社内でオーナー情報を共有
する。受講票の送付・事前確認キャンセルにならない対応を徹底する。

目安数値

1,000件～
(既存オーナーは含まず)

目安 指標

DM **40日前**

メルマガ **毎週**

FP,FB **1ヶ月前～**

テレアポ **500件**

1%～ 目安数値

10組

顧客育成を実現するオーナー通信&診断DMのポイント！

オーナーに自社を知ってもらい、信頼・安心感を持ってもらう、大規模修繕に関する知識を持ってもらうため、オーナー向けの読み物を定期的発刊する。
そして診断DMからオーナー様からの見積依頼をもらっていく！



WEB集客は導線が肝！

平均単価が高い商材のため、情報取得を目的としている顧客も多く、出口は複数設計しておく。資料請求などは、メルマガに登録して顧客育成を行う。

1. 顧客層

2. HPに入ってくる

3. 各ページを見る

4. 問合せする

大規模修繕
情報取得客

ブログ、コラム

施工事例

会社案内

セミナー予約

ショールーム

選ばれる理由

初めての方へ

資料請求

大規模修繕
見込客

修繕メニュー (179.8万円、
348.0万円)

無料診断

見積り依頼

明日からオーナーを集客・受注できるノウハウが手に入る！

全国で大規模修繕ビジネス
成功事例続出！

全国の経営者が集い具体的なノウハウを共有・即実践 大規模修繕ビジネス研究会

【レポートをお読みいただいた経営者さまへの特別なご案内】

本レポートをお読みいただきありがとうございました。
このレポートでは一部の事例しかお伝えできませんでしたが、
少しでも「**大規模修繕ビジネスに興味がある**」「**もっと詳しく聞きたい**」と思われた方へ経営研究会のご案内をさせていただきます。

この研究会では、全国で大規模修繕ビジネスに取り組む会員企業が集まり、アパートマンションの大規模修繕を中心に安定的に集客数、契約率の向上を目指す、ビジネスモデルの情報交換を行います。集客情報、コストダウン事例、最新事例公開などを行っています。またその時に必要なテーマをAM講座を通して、実施していきます。

この研究会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。

また、この研究会員だけが使えるツールやサービスがあり、明日から大規模修繕ビジネスに取り組むことができる内容となっております。ではその内容を、次のページで紹介させていただきます。

大規模修繕ビジネス立上げ 完全攻略マニュアル 一覧 半年での業績アップをサポート

01.事業戦略マニュアル

1. 大規模修繕ビジネスモデルの全体像
 - 1) 大規模修繕の時流について
 - 2) 大規模修繕ビジネスのコンセプト
 - 3) 大規模修繕ビジネスの商品
 - 4) 大規模修繕ビジネスの集客
 - 5) 大規模修繕ビジネスの営業
2. 大規模修繕ビジネスの特徴
 - 1) ビジネスモデルの商圏設定
 - 2) ビジネスモデルのKPI
 - 3) ビジネスモデルの数値計画
 - 4) ビジネスモデルの人員構成
3. 大規模修繕ビジネスモデルの差別化戦略
 - 1) 大規模修繕ビジネスモデルのポジショニング
 - 2) 大規模修繕ビジネスの差別化
 - 3) 大規模修繕ビジネスの重要な考え方

02.集客（アナログ）マニュアル

0. 集客の全体像について
 1. アナログ集客の全体像について
 - 1) 全体像
 - 2) オーナーの特徴
 - 3) アナログ集客の考え方
 2. ターゲットリストについて
 - 1) 概要
 - 2) 作成手順
 - 3) 物件抽出条件
 3. セミナーについて
 - 1) [準備]内容骨子作成
 - 2) [準備]テキスト作成
 - 3) [準備]セミナー会場選定
 - 4) [準備]セミナーに必要なツール類
 - 5) [準備]テレアポ
 - 6) [準備～開催後]営業管理
 - 7) [準備]オンラインで開催する場合
 - 8) [当日]当日オペレーション
 - 9) [当日]個別相談会
 4. セミナーDMについて
 - 1) 概要
 - 2) 作成のポイント
 5. オーナー通信について
 - 1) 概要（サマリ）
 - 2) レアウトのポイント
 - 3) 内容のポイント
 - 4) 同封物
 - 5) 送付後のアクション
 6. イベントについて（内部）
 - 1) 概要（サマリ）
 - 2) オープンイベント
 7. イベントについて（外部）
 - 1) 概要
 - 2) 展示会出店のブース作りのポイント
 8. 他社媒体の活用
 - 1) オーナーズ・スタイルの活用
 - 2) 案待の活用

03.集客（デジタル）マニュアル

1. 大規模修繕サイトの考え方
 - 1) WEB集客概要
 - 2) 反響数の最大化及び最適化
2. ホームページ流入数UP手法
 - 1) 検索エンジンについて
3. SEO対策
 - 1) SEO対策の目的、概要
 - 2) SEOキーワード
 - 3) タグ設定
 - 4) リンク設定
 - 5) ページボリュームとは
4. PPC広告
 - 1) PPC広告概要
 - 2) PPC広告掲載の仕組み
 - 3) PPCのキーワードについて
 - 4) 広告文作成のポイント
 - 5) マッチタイプについて
 - 6) 広告表示オプション
 - 7) PPC広告開始までの流れ
 - 8) ディスプレイ広告
5. MEO対策
 - 1) MEO対策の方法
6. ホームページ設計
 - 1) サイト概要
 - 2) 導線設計
 - 3) TOPページ最適化
 - 4) 問合せページ
 - 5) セミナーページ
7. ダウンロードコンテンツ
 - 1) ダウンロードコンテンツの作り方
 - 2) ダウンロードページの作成
8. マーケティングオートメーション（MA）
 - 1) マーケティングオートメーションとは
 - 2) マーケティングオートメーション導入

04.営業マニュアル

1. 全体像
 - 1) 営業オペレーションの特徴
 - 2) 営業フローの全体像
 - 3) 7つの阻害要因
 - 4) ヒアリングの基礎
2. 初回面談について
 - 1) 初回面談のフロー
 - 2) 営業の基本
 - 3) コンセプトブック
 - 4) スケジュールリングシート
 - 5) 商品カタログ・デザイン提案
 - 6) 現場調査報告書のサンプル
 - 7) セミナー案内
 - 8) トークスクリプト・ヒアリングシート
3. 現地調査
 - 1) 概要
 - 2) 外壁調査
 - 3) 屋根調査
 - 4) 屋上調査
 - 5) CF調査
 - 6) 診断報告書の作成方法
 - 7) 見積り作成の方法
4. 2回目面談～クロージングについて
 - 1) 初回面談の確認
 - 2) 診断報告
 - 3) プラン提出（提案資料）
 - 4) 保証書説明
 - 5) カラーシミュレーション
 - 6) 見積提示
 - 7) 工期スケジュール
 - 8) クロージング
5. 失注後対策
 - 1) メール送付

05.施工マニュアル

1. 商品構築について
 - 1) 船井流商品の考え方
 - 2) 利益のとれる商品設計
2. 施工
 - 1) 施工コストガイド
 - 2) 現場調査ポイント
 - 3) 施工ポイント
 - 4) 施工工程ガイド
3. 施工に対して気を付けるポイント
 - 1) 居住者対策

06.店舗マニュアル

1. 立地選定について
 - 1) ショールームの考え方
 - 2) 出店地域選定
 - 3) 出店立地選定
 - 4) 候補店舗物件選定
2. ショールームづくりのチェックポイント
 - 1) ショールーム外観
 - 2) 外観チェックポイント
 - 3) ショールーム内観
 - 4) レイアウト選定



マニュアル6種類全230ページが入会特典！

大規模修繕ビジネス研究会ご入会メリット

大規模修繕ビジネス立上げ 必須ツール・ツール30種&特典7種 さらに(秘)オーナー名簿が取得できる

明日からスグに使えるツール

3か年事業計画

セミナーの各種DMや当日準備ツール



WEB集客ツール



営業ツール



施工管理ツール

店舗ツール



成功する大規模修繕ビジネスに必須な入会特典



①オーナー名簿制作サービス「リストる」

ターゲットとなる物件を、**エリア・戸数・階数・築年数・構造**といった条件で絞り込み、その物件を持つオーナーを登記簿謄本から調査し、リスト化します。

- ②年5回の情報交換会、年1回の成功事例企業視察ツアー、毎年8月開催の経営戦略セミナーのご参加（本年度は2022年6月開催）
- ③各種スターターキットの贈呈
- ④専門サイト制作会社のご紹介
- ⑤各種必要な提携業者・仕入れ先のご紹介
- ⑥各種導入支援を実施（ご希望者へZoom開催）
- ⑦月1回30分無料経営相談（ご希望者へZoom開催）



※実際の例会の様子



※経営戦略セミナー2019年開催イメージ



研究会（勉強会）で学ぶことができる内容（一部）

1. 大規模修繕専門店の集客方法を大公開
2. 大規模修繕専門店の立ち上げ方とは？
3. なぜ大規模修繕は賃貸オーナーから選ばれるのか？
4. WEBから平均単価1,000万円の案件を集める方法大公開
5. セミナー集客を成功事例させるポイントとは？
6. オーナー名簿が金脈になる？DM配布のポイント大公開
7. 徹底分析、伸びている企業はなぜ伸びているのか？
8. 平均単価1,000万円の大規模修繕を集めるポイント
9. 塗装の最先端企業が取り組んでいる経営とは。
10. 人が集まらない不人気職種の塗装会社に若手が集まる秘訣とは
11. 賃貸オーナーから選ばれるコンセプトとは？
12. セミナー集客で本気客になる講座構成を大公開
13. 立ち上げで失敗しないために把握しておきたい！実施できるエリア・商圈とは？
14. オーナーが集まるポータルサイトに出して、セミナー参加させる方法大公開
15. 「なんちゃって専門店」は大失敗する！赤裸々な失敗談！
16. 他社が全く追いつけない！圧倒的な差別化のポイントとは？
17. 必勝の秘訣はエリア特化・地域密着！具体的な差別化のポイント
18. モデル企業が実践している営業マンの育成法
19. 採用力強化！モデル企業が実践する最新の採用戦術とは？
20. 社員がやりがいを感じる！離職率が下がる！大規模修繕ビジネスの魅力
21. 集客から施工までの流れとポイント
22. 伸びている会社に取り組んでいる施工と進め方
23. 地域一番企業の経営者が意識する成功ポイントとは
24. 次なる展開・将来的な展望を具体的な事例を交えて公開！
25. これは絶対に避けたい！失敗事例！
26. 入社してすぐに活躍！？超スピード育成のポイント！
27. たった3回で会うだけで契約できる営業法
28. 80%の人が自社を選んでくれるアプローチブック作成法
29. 賃貸管理会社に負けない、オーナーとの関係性づくり
30. これだけは押さえておきたい、大手との差別化のポイント
31. これから伸びるマンション修繕需要に備えるポイントとは
32. 船井流経営法から塗装会社の原理原則の経営を知ることができる。
33. モデル企業の経営者が語る！業界の今後の具体的展望とは？

WEB×ショールーム×DMがポイント 業界大注目の大規模修繕ビジネス参入！

2020年から開催している船井総研主催の大規模修繕ビジネス参入セミナーにこれまで延べ100社近くの経営者様にご参加していただいております。その多くがセミナーの内容を吸収、実践しています。続々と全国各地で業績を急成長させている企業様を紹介させていただきます。



塗装業

大阪府大阪市

株式会社 アローペイント

大規模修繕専門店へ業態転換で 売上3億円から12億円へ



代表取締役
染谷正行 氏

もともと住宅塗装をメインに事業展開をしていましたが、3億円前後で売上に悩んでいました。さらに人材が一気に辞めてしまったりと、採用育成にも課題を抱えていました。そこでオーナー向けのマンションや、アパートの**大規模修繕専門店**への**業態転換**をすることにしました。

業態転換当時、住宅塗装で行っていた**セミナー集客**を試したところ、15名のオーナーが参加。また、セミナーを受けてくれたオーナーは自社の良さを知ってくれて営業面でも楽になり、「これはいける」と感じられ、セミナー集客を軸にしたマーケティングに取り組んでいます。

3億円前後だった売上が一気に伸びて、10億円の大台を達成することができました。

研究会やセミナーでは、他社の情報を取り入れることができるのでとても参考になっています。

**無料招待
受付中**

大規模修繕ビジネス研究会説明会 (大規模ビジネスを営む経営者のための研究会) お試し参加のご案内

**コロナ禍でも
大注目！**

前回の参加社数**30社**以上(2月度例会)「大規模修繕ビジネス研究会」のご紹介

①年5回の例会開催(情報交換&勉強会)

「船井総研コンサルタントによる業績アップ講座」「ゲスト専門家による各種研修」「会員様どうしによる情報交換会」など豊富な企画で、業績アップノウハウを、定期的・効率的に得ることができます。

②マニュアル・ツールの提供

「ビジネスモデルマニュアル」「コストダウンマニュアル」「営業マニュアル」等のビジネスを展開する上で必要なマニュアル、およびツールをご提供します。

③年1回の成功事例企業視察ツアー

「百聞は一見に如かず」、実際に業績を上げている最新モデル視察先の見学ツアーにご参加いただけます。

大規模修繕
ビジネス研究会
の詳しい情報を
スマホで



まずは
お試し
参加！

**2022年4月19日(火)Zoom開催例会は
無料でお試し参加ができます！
経営者様と営業マンの方、
2名でのご参加をおススメします！**

【当日スケジュール】

11:00~12:00	大規模修繕ビジネス研究会説明会
13:00~14:00	船井総研 オーナー営業解説講座
14:00~15:00	船井総研 全国の事例解説講座
15:00~16:00	ワーク&ディスカッション
16:00~16:30	まとめ講座、次回の案内

当日は、無料経営相談も開催しておりますのでご活用ください

※既存会員様、または先にお試し参加をお申し込みの企業様と商圏バッティングしている場合、ご参加をお断りすることがございますので、あらかじめご了承くださいませ。

参加無料

大規模修繕ビジネス研究会説明会

4月例会 無料お試し参加 お申し込み用紙

お試し参加 日時・会場のご案内

日時：2022年4月19日（火）11：00～16：30（ログイン開始10：30～）

会場：Zoomにてオンライン開催

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

WEB（QRコード）からのお申し込み場合

- お申込みいただいたにもかかわらずメールがお手元に届かない場合は、下記事務局までご連絡ください。
- ご参加を取り消される場合は、開催3営業日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までお電話にてご連絡くださいますようお願いいたします。

FAXからのお申し込みの場合

- 万一、開催4営業日前までに担当者より連絡がない場合は、下記事務局までご連絡ください。
- 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時までにお電話にてご連絡くださいますようお願いいたします。

お申し込みの流れ

①WEB（QRコード）またはFAXにてお申し込み



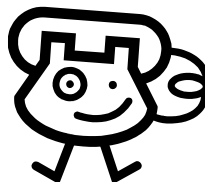
OR



上記QRコードを読み取りいただき、お申込みください。
申込期限：4月15日（金）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.081512を入力、検索ください。

下のお申し込み用紙
にご記入ください。

③弊社からご連絡



事務局または担当者より
お電話かメールにてご連絡
いたします。

④当日ご参加ください！



当日はWEB会場へ
11:00までに入室ください！

FAXお申込用紙【大規模修繕ビジネス研究会説明会】

お問い合わせNo. S081512/K065792

TEL:06-6232-0188

（平日9:30～17:30）担当／谷尾 綺里子

タニオ キリコ

フリガナ	フリガナ		役職名
貴社名	代表者名		
	フリガナ		役職名
	ご参加者名		
ご住所	〒		
メール			
TEL	FAX		
年商	社員数	億円 人	

※1社2名1回限り無料でご招待いたします。

※経営者・事業責任者向けの研究会ですので、経営者・事業責任者様のみのご参加とさせていただきます。

※既存会員様、または先にお試し参加をお申し込みの企業様と商圏バッティングしている場合、ご参加をお断りすることがございますので、あらかじめご了承くださいませ。

【個人情報に関する取扱いについて】

1本書面・本フォームに記載された個人情報は、個人情報保護方針（https://www.funaisoken.co.jp/info/pp）に則って適切に管理します。また、ご提供いただいた個人情報は、お申込サービスのご案内・ご提供並びに当社グループの顧客・営業管理、アンケート・ダイレクトメールの発送その他上記個人情報保護方針に記載された利用目的のためにのみ利用いたします。なお、ご案内は代表者様宛にお送りすることがございます。

2ご提供いただいた個人情報につき、セミナー・イベント・研究会の場合は共催者・登壇講師に、クリニックの場合は訪問先・旅行会社・宿泊機関・他の参加者に提供する場合が

ございます。これらの他、ご案内の送付その他上記利用目的に必要な委託をするため事前に管理体制を調査した委託先に提供し、また、上記個人情報保護方針に記載された範囲で当社グループ会社に提供する場合もございます。

3サービスご提供に必要な情報（会社名・所在地、申込者氏名、メールアドレス、電話番号）をいただけない場合、ご連絡やサービスのご提供ができませんことがございます。

4個人情報に関する開示、訂正、追加又は利用停止につきましては、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。

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。

ご記入後、このままFAX送信してください

タニオ

FAX: 06-6232-0194（24時間対応）／谷尾宛

大規模修繕ビジネス

Report

経営レポート

無料
ダウンロード
できます

大規模修繕ビジネスの様々なテーマのレポートが
どなたでも無料でダウンロードいただけます！

業界動向・時流予測レポート



ビジネスモデル戦略



集客強化戦略



営業強化戦略



無料ダウンロードはコチラから

右記のQRコード読み取っていただくか、
下記のURLからアクセスしてください！
<https://fhrc.funaisoken.co.jp/tosou/download>

