

住宅改修×福祉用具

たった**5年**で利用者 **1,100名**

激戦区
大阪で

急成長する社長の

福祉用具**経営**

REMIND 急成長のポイント

Point1 ケアマネジャーの習性を押さえれば
新規獲得はグングン上がる

Point2 利益を生み出す商品戦略
レンタル卸との付き合い方

Point3 中小事業所の悩みの種
人材採用と育成システムは
コレだ！



株式会社リマインド
代表取締役 尾崎昌紀 氏

新型コロナウイルス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。
新型コロナウイルスの感染拡大の状況によっては、録画等によるウェブ開催へ移行させていただく可能性がありますので、何卒ご理解をいただきますようお願い申し上げます。また、来場にてご参加される際は、ご案内時に注意点がございますので、必ずご確認ください。

福祉用具レンタル業 急成長する社長の経営術セミナー お問い合わせNo.S085847

東京会場:2022年6月17日(金) オンライン開催:2022年6月21日(火) 6月28日(火)

船井総研セミナー事務局 E-mail:seminar271@funaisoken.co.jp

主催: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

※お問合せの際は「セミナータイトル・お問合せNo・お客様氏名」を明記のうえ、ご連絡ください。

サラリーマン専門相談員から 急成長企業の経営者へ 創業から短期間で成長させた 株式会社リマインドの 秘訣に迫る!



株式会社リマインド
代表取締役 尾崎昌紀 氏

激戦区大阪で、創業からわずか5年で利用者数1,000名まで急成長を遂げる。

ケアマネージャーの習性を知り尽くした営業戦略の展開で、新規利用者をザクザク獲得。高成長を果たした先の、さらなる高収益化に向けてステージアップを進めている。

まずは株式会社リマインドの直近の業績ダイジェストをご覧ください。

- ▶ 創業から5年 **利用者数1,100名超!**
- ▶ 営業メンバーの**1人あたり獲得数 月15件**
- ▶ **住宅改修年間250件 年間売上2,500万円**
- ▶ レンタル粗利益率**55%**

激戦の大阪で、後発参入のウチの会社が並み居る競争を向こうに回してなぜここまで急成長することができたのか、包み隠さずにお話させていただきたいと思います。

いますぐ参考になる業績アップのヒントが満載!
株式会社リマインド 急成長の秘訣は
次ページ以降のレポートをご覧ください!

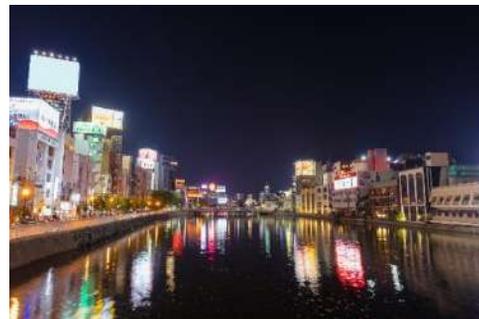
REMIND
EPISODE I

ごくふつうの専門相談員から管理者へ
経験を重ねて力をつける

もともとの私は、組織に属して福祉用具専門相談員をやっている、ふつうのサラリーマンでした。

いくつかの法人を移るなかで大阪、千葉、福岡、そして大阪と全国各地の拠点を経験しています。

あるときには「来週から福岡で管理者として拠点を立ち上げてほしい」と言われ、わずか1週間後には現地に行くという本当に急遽の赴任・立上げをやったりもしました。



福岡という何もわからない土地で、手探りながら8か月程度で軌道に乗せた経験もできるなど、イチ相談員から管理者として力をつけることができたと思います。

REMIND
EPISODE II

父親の介護を機に地元大阪で思い切って
独立を決意

そんな私に転機が訪れたのが、いまから約7年ほど前のことでした。

それまでピンピンしていた父親が脳梗塞となり、いままで考えもしなかった介護生活となりました。

私は兄弟がいない一人っ子でしたので、母親か私が介護をするしかなく、母親だけに任せておくわけにはいけない状態になります。



注)写真はイメージです

その時の私の境遇は、管理者とはいえ一人の勤め人です。いつまた転職で「〇〇へ行って」と言われなくても限りません。

あれこれと思い悩みましたが、当時37歳で「いまなら失敗しても潰しはきく」という思いと、ある先輩の経営者に背中を押されたこともあり、思い切って地元大阪で独立することにしました。



これは余談なのですが、私の父親は堅実を絵に描いたような性格で、起業・独立なんてとんでもないという人物でした。そんな父親に「会社を立ち上げた」なんて言えるわけもなく、結局父親が亡くなる直前まで起業のことは黙っていました

最期のときについて打ち明けた際には、「よう頑張ってるんな。」とニコっと笑ってくれたのが今でも忘れられません。



個人の信用・ブランドから会社としての営業メソッドへと転換

そんな私が立ち上げた株式会社リマインドという会社ですが、当初から勢いはすごく良く業績はグングン伸びていきました。

おそらく私「尾崎昌紀」という人間がやっていた手法が対ケアマネジャーの習性にピタリとはまっており、そのやり方で猛烈に突き進んでいたことが要因だと思っています。

とはいえ、利用者数は伸びるものの、積み上げ型のレンタルビジネスなので損益分岐点を超えるまでは時間がかかり、初年度の決算を迎える前に資金ショート of 危機に瀕したときは、本当に眠れない日々が

続いたのを思い出します。

私個人の信用とブランドで突っ走っていた当初ですが、1人・2人とメンバーが増え、社員に稼がせることが必要になるなかで、ケアマネージャー向けの営業手法をみんなが展開できるようにルール化していきました。



ケアマネージャーのハートをつかむ 3つのポイント

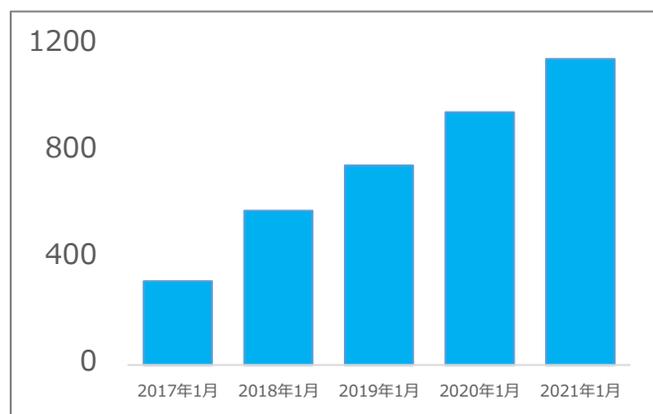
自分自身の経験・スキルを会社として使えるようにルール化していくなかで、ケアマネージャーのハートをつかむ3つのポイントを抽出することができました。

私は人の心理的な部分や習性を突き詰めて考えることにとっても興味があり、ケアマネージャーという「人」を研究していくなかでたどり着いたポイントです。

ポイント1：スピード ~Speed~

「スピード対応」を掲げている事業所さんは多いと思います。極端に言うと全国のほぼすべての貸与事業所は「ウチはスピード対応が強みです！」と言っているのではないのでしょうか。

ただ、「スピード対応」というと一般的には納品までのスピードを謳うケースが多いのですが、実はこれはできて当たり前であり、



▲利用者数の年間推移 創業から順調に成長

どこでも一緒、差別化にならない「スピード対応」です。

一方で、リマインドが重視しているのは、判断・意思決定までのスピードです。

「会社に持ち帰って検討します。」ではなく、その場で判断して結論を出せる環境をつくること。そうすることで利用者様にもケアマネジャーにも信用され、一目おかれる存在になっていくことができます。字面だけの「スピード対応」ではない、心理的側面を押さえてツボを突いた本当のスピードを武器にすることができるのです。

ポイント2：ブランディング ～Branding～

独立してよかった最大のことは、自分がやりたいと思っていたことが自由にできるようになったことです。

私は常々、ケアマネジャーに対していかに自身をブランディングするかが大事だと考えてきました。

そのためのツールとして、ユニフォームやカタログ、ノベルティなど、サラリーマン時代は企画しても却下されていたものが、どんどん実行に移せるようになりました。

最近であれば、ホワイトデーには自社の

ロゴ入りのマシュマロを全ケアマネジャーに配ったりしているのですが、こういうちょっとした気遣いやプレゼントがケアマネジャーの心をくすぐることになるのです。

考えてみればケアマネジャーさんの8割くらいは女性です。



▲ノベルティの一例
リマインドオリジナルうちわ

世の中の男性（福祉用具専門相談員）は彼女にしたい女性など気を引くための努力はいくらでもするのに、お仕事相手の女性には決められた通り一遍の対応しかしないのはなぜなのでしょう？私はずっと不思議でした。



▲ケアマネージャー様の飼い猫を掲載したカレンダーは毎年大好評！

女性に接する際にもっとも気を付けないといけないのはズバリ「清潔感」です。

そのためリマインドでは、**体型・髪型・ユニフォーム・サイズ**など「**清潔感**」に徹底的にこだわるように社員に伝えています。

まずは**個人のブランディング**がしやすいように、**会社の環境を整えていくことがポイント**だと考えています。

ポイント3：ハピネス ～Happiness～

少し抽象的な表現になりますが、私は**他人にハピネスを与えられるかどうかをとっても重視**しています。ちょっと極端かもしれませんが、自分の笑顔をつくれない人間は営業をやる資格がないとまで思っています。

さて、ここでみなさまに少し問いかけを試みたいと思います。



- Q1. 営業として、他人に与えられる最大のプレゼント2つとは何だと思いませんか？
- Q2. メリットとベネフィットの違いとは？
- Q3. 営業が伝えるべきなのはメリットか？ベネフィットか？どちらだと思いませんか？

これは、**私たちの信条である「ハピネス」を考える上でとても重要な部分**なのですが、こちらはセミナーの場でみなさまにお伝えしたいと思います。

ぜひそれまでに考えておいていただいて、セミナーをお聞きいただいで答え合わせができればと思います。



急成長のリマインド 今後の展望と戦略

さて、ここまでお伝えしてきた3つのポイント、**ケアマネージャーの習性を押さえて活動することで、創業から5年間は本当に順調に成長**することができました。

これからの福祉用具経営で考えていることは、次の2つです。

1)利益率を上げる商品戦略

2)優秀な人材の獲得と育成システム

まず一つ目の商品戦略ですが、これまでリマインドは100%卸レンタルでやってきています。ビジネスパートナーとして卸さんとのお付き合いはとても重要で、しっかりと関係性を築いてきていると

自負しています。

そんな関係性のなかで、しっかりと利益率を上げるにはやはり有利な条件での仕入れをしていくことであり、そのための交渉術もかなり磨いてきています。

セミナー当日は、そんな交渉のコツ（タイミングと進め方）なんかもお伝えできればと思っていますので、ご期待ください。

また、今後の報酬改定の動静も踏まえると、一部自社レンタル化を図っていくことも一方では進めていっています。

次に優秀な人材の獲得と育成システムについて。

そもそも私たちのようなただの中小企業に、ポテンシャルの高い人材を望むのは無理があると考えています。だからこそ、少しでも優秀な人材に「一緒に働きたい！」と思ってもらえるような会社の



ブランディングは必須だと考えています。

その一環として、私自身のルーツでもあるラグビーのチームスポンサーになったり、そうしたことをSNSで発信したりしていています。

私たちリマインドは、まずは地元・東大阪で地域

No.1となるべく邁進していっています。そんなリマインドという会社がずっと永く続く企業となり、いつか私自身がいなくなったときにも残り続ける会社になることが、尾崎昌紀のささやかな夢ですね。



福祉用具レンタル業 高成長&高収益 事業所の秘訣を 探る!



株式会社船井総合研究所 リフォーム支援部 福祉&リフォームチーム リーダー 入江貴司

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、船井総合研究所で福祉用具レンタル業界を専門に業績アップのお手伝いをしております入江貴司と申します。

ここからは3分間誌上コンサルティングとしまして、今回レポートで取り上げた株式会社リマインド様を例に、高成長&高収益を実現している事業所がどんなことをやっているのか、その秘訣について解説していきたいと思います。

秘訣 その1 利用者獲得の「型」をもっている

秘訣の一つ目は、利用者獲得の「型」をもっていることにあると思います。

代表取締役 尾崎昌紀氏のお話にもあったように、株式会社リマインド様では、ケアマネージャーの心理的側面、習性を捉えた上で会社としての営業手法を固めています。

これをもう少し分解すると、次の2つのステップに分けて考えることができます。

STEP1 新規相談を獲得する

STEP2 リピート依頼を獲得する

尾崎氏がおっしゃっていたノベルティなどはまさに新規相談を獲得するための施策です。

他社といかに差別化し、**「他と違う事業所」**
「印象に残る事業所」を会社として演出しているのです。



▲リマインド様のカタログ

例えば、右側に掲載しているのは株式会社リマインド様のカタログなのですが、このカタログひとつ取っても込められたストーリーがあるそうです。**カタログを渡す際にそのストーリーを話すと、ケアマネージャー様も思わず「へえ～」という話になる**とか。。。そのストーリーとは何なのか、ぜひ尾崎氏の口から直接お聞きいただきたいと思います。

また、**スピード対応なども新規相談を獲得する上で非常に重要**です。

どこの事業所でも謳っている、どこにでもある「スピード対応」ではなく、**本質的な意味でのスピードを徹底的に磨くことで、評判が評判を呼び新規相談が増えていきます。**

重要なことは営業スタッフ個人に利用者獲得を委ねるのではなく、**会社として新規相談を獲得するパターンをつくる**ことにあります。

株式会社リマインド様も、社長一人が最前線で奮闘する属人的な状態ではなく、**早期に会社の仕組みに落としていったことが急成長の一つのポイント**と言えるでしょう。

次にステップ2として、リピート依頼を獲得することも「型」にしています。尾崎氏は「ハピネス」という表現をされていましたが、**利用者・ご家族をどれだけ満足させられるかということがリピート依頼を獲得することに大きく関わってきます。**



▲車いすや歩行器のレンタル利用者へのプレゼント

左の写真は、車いすや歩行器を借りてもらった利用者様にお渡しされているプレゼントだそうです。リフレクター（反射材）になっていて、車いすや歩行器に装着して使用します。夕暮れ時や夜間など、安全に移動できるようにという心遣いですが、

こういう**ちょっとしたことが、利用者様・ご家族様の心を打つ**のだと思います。

先ほど利用者・ご家族の満足がとても重要と言いましたが、その事業所の営業スタッフが対応することで、利用者様・ご家族様を満足させる、いや**満足を超えて感動させられるくらいの対応**をしたらどうでしょうか。紹介したケアマネージャーは利用者・ご家族から感謝され、一気に株が上がることになります。ひいてはそのケアマネージャーも**「次の新規の際もまたお願いしよう。」**となっていくことでしょう。

このように2つのステップをしっかりと押さえて、**利用者獲得ができる「型」を会社のなかにしっかりと作っていくことが高成長の秘訣**といえるでしょう。

秘訣 その2 レンタル粗利・住宅改修粗利を徹底して上げる

高収益化していく秘訣は、**粗利率を絶えず上げていく**ことにあります。

特に全体のなかで約7割の構成比を占めるレンタル粗利、次いで15～20%を占める住宅改修の粗利率アップは見逃せません。

レンタル粗利を上げていくポイントは、レンタル卸さんとの仕入金額の見直しを定期的に実施していくことにあります。



多くの貸与事業所では、複数のレンタル卸さんとのお付き合いがあると思います。

レンタル頻度の高いアイテムについて、レンタル卸さんごとの仕入金額

を並べて比較してみることを定期的に設けていくこと。

ある程度の利用者数をもっている事業所様であれば、こうしたことを継続して実施していくことでレンタル粗利は少しずつ、確実に上げていけることでしょう。

次に住宅改修粗利について。

これは施工・発注体制を見直していくことに尽きると思います。

多くの貸与事業所は工務店さんにお任せの、いわゆる「丸投げ」発注の形態をとっています。



これだと自社の粗利は10～15%程度、もしかすると紹介だけして自社には売上・粗利ともにまったく計上しないようなケースもあり得ます。こうした施工・発注体制を見直していくのですが、「丸投げ」から

次のような体制へと変えていくことで、住宅改修粗利率を上げていくことができます。

丸投げ：粗利率は10～15%程度

分離発注

部材は自社で仕入れ、施工のみ発注する。粗利率は30～40%へ上昇

自社施工

簡単な手すり工事は施工まで含めてすべて自社で対応する。粗利率は50%以上へ上昇

【参考：住宅改修強化のロードマップ】

	住宅改修1.0 (一般的な企業)	住宅改修2.0 (そこそこ強いレベル)	住宅改修3.0 (かなり強いレベル)
数値指標面	売上構成比7～8%	売上構成比10～15%	売上構成比15～20%
	粗利率10～15%	粗利率30～40%	粗利率50%超
	レンタル/住宅改修比率 5:1	レンタル/住宅改修比率 2:1	
体制面	丸投げ発注	材・工 分離発注	自社施工
		住宅改修専任スタッフ	
営業面	申請できない	住宅改修申請できる	営業が現場調査実施
			間取り図描く

これまで数多くの貸与事業所様とお話をする中でわかったことは、**ほとんどの会社様でまだまだ粗利率改善の余地が大いにある**ということです。

やり方を知っているかどうか、やるかやらないかで大きく利益が変わるのですから、やらない手はないと思います。

秘訣 その3 高成長&高収益の道筋を描こう

ここまでお話ししてきましたように、会社を成長させ、利益を上げていくには明確なパターンがあります。

このレポートをお読みのみなさまには、このパターンを参考に、ぜひ高成長&高収益事業所を目指していただきたいと考えています。

船井総研では、福祉用具貸与事業所の高成長&高収益化ロードマップというものを作成しています。

【参考：高成長&高収益化ロードマップ】

	営業利益率 マイナス~5%	営業利益率 6%~8%	営業利益率 10%以上
営業KPI	利用者獲得数 1~5件/月 営業1人あたり粗利 80~90万円	利用者獲得数 6~7件/月 営業1人あたり粗利 100~120万円	利用者獲得数 10件以上/月 営業1人あたり粗利 140万円~
レンタルKPI	レンタル粗利率：40% (卸レンタル)	レンタル粗利率：50%~60% (一部自社レンタル)	レンタル粗利率：70%~ (自社レンタル)
住宅改修KPI	住宅改修売上構成比 7~8% 住宅改修粗利率 10~15%	住宅改修売上構成比 10~15% 住宅改修粗利率 30~40%	住宅改修売上構成比 15~20% 住宅改修粗利率 50%~
ステージごとの ビジネスモデル	◆住宅改修×福祉用具ソリューション ↳セット提案モデル ↳戦略・営業強化プログラム ◆住宅改修強化プログラム	◆高回転自社レンタルモデル ◆住宅改修強化Webマーケティング	◆自費リフォーム強化 ◆保険外 家電・家具レンタル
DX化 (ファストシステム) ・計数管理/業績BI化			

このロードマップでお伝えしたいことを、ざっくりと3つの段階に分けて考えると、

**営業利益率
マイナス~5%**

まずは利用者獲得力を徹底的に上げる。利用者獲得のパターンづくり、すなわちビジネスモデルを確立させる

営業利益率
6%~8%

さらなる利益率アップに向けての取り組みを進める。住宅改修の強化、レンタル粗利の見直し、自社レンタル化を進める

営業利益率
10%以上

介護保険での事業は利益・キャッシュを稼ぎ、次の収益分野として保険外領域を開発していく

高成長&高収益化ロードマップで示されている各種の数値指標を参考に、まずは**自社の現時点での立ち位置を捉え、次のステージへの打ち手を決め、高成長&高収益事業所への道筋を描いていただきたい**と思います。

6月17日@東京、21日・28日@オンラインで開催するセミナーでは、株式会社リマインド 代表取締役 尾崎昌紀氏とともに、福祉用具レンタル事業を**これまでの常識を超えて成長させるためのビジネスモデル**についてお話をさせていただきます。



「伸ばしたいけどどうやったらいいかわからない…」とモヤモヤされていた経営者のみなさまには、**シンプルで効果のある「ビジネスモデルの投資先」**をご提示させていただきます。

株式会社リマインド様のように、**会社を一気に伸ばして、かつ盤石の利益体質を築き、来る報酬改定に備えていきたい**と思いませんか。みなさまとお会いできますことを心から楽しみにしております。

株式会社船井総合研究所
福祉&リフォームチーム リーダー

入江 貴司

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

福祉用具レンタル業 急成長する社長の経営術セミナー

利用者数を一気に伸ばし、利益率を上げていく
高成長&高収益事業所づくりのビジネスモデルを
1日のセミナーにギュッと凝縮してお伝えします！

急成長の秘訣
をたっぷりと
お話しします！

東京会場

2022年
6月17日(金)

13:00~15:30

(株)船井総合研究所 東京本社

オンライン開催

2022年
6月21日(火)

13:00~15:30

オンライン開催

2022年
6月28日(火)

13:00~15:30

特別ゲスト講師

株式会社リマインド
代表取締役

尾崎昌紀 氏

コンセプト強化フェーズ

前提となる考え方

【ケアマネ・利用者ニーズ】
×【競合他社との差別化】
でポジショニング・コンセプト設計

軽度者のADL改善・生活の質を
改善する在宅生活支援企業

コンセプトを首尾一貫して体現するCI（コーポレート・アイデンティティ）
サービス屋号・ロゴデザイン・ユニフォーム・名刺・看板・のぼり

相談獲得フェーズ

会社として新規相談を発生させる



体験型勉強会



ケアマネージャーの
心をつかむ施策

リピート転換フェーズ

新規依頼からリピート転換させる

利用者目線の営業対応

- ① レンタル・販売
- ② 住宅改修
- ③ カンファレンス
- ④ サービス担当者会議
- ⑤ 点検・モニタリング

ケアマネへの即時対応

- ① ビジュアル報告
- ② 即時報告
- ③ 知識・レベルアップ

利用者対応シーン別営業メソッド

経営者必見！ 利用者数を一気に伸ばし高収益事業所を目指す道筋はコレだ！

月15件以上獲得の仕組みをつくるビジネスモデル！

住宅改修×福祉用具 ビジネスモデルでの 成長企業様が全国各地で続出中！

2018年から開催している船井総研主催 福祉用具レンタル業向け 住宅改修×福祉用具 ビジネスモデルセミナーには、延べ400名を超える経営者・経営幹部のみなさまにご参加をいただきました。その多くがセミナーの内容を吸収・実践し、続々と全国各地で業績を急成長させています。ここでそうした企業様を一部ご紹介させていただきます。



長野県上田市 メディカルケア株式会社 利用者数7000名・11店舗



代表取締役社長
塚田 正巳氏

伸び悩んでいた旗艦店舗への カンフル剤がズバリ当たって 再成長軌道に入りました！

福祉用具事業立ち上げ当初からの旗艦店が業績の伸び悩み、営業スタッフの意識もマンネリ化に直面していました。その店舗での取り組みが見事に当たり、当時850名だった利用者数は1100名に迫り、地域No.1シェアを見据えるようになっていきます！



メディカルケア様の経営
レポートはコチラ



▲トータル提案プロジェクト（TTP）が全社共通の合言葉になり取り組みが加速しています。

奈良県生駒市 株式会社ケンモク 利用者数4000名・3店舗



代表取締役
上野 一憲氏

新店舗はシェア2%からの スタート。一気に伸ばして シェア大逆転を狙います！

突然の社長交代と新店舗の軌道化という2つの難題に直面したのが、2018年末のことでした。営業メンバーのがんばりもあって、新店舗では利用者数がすごいペースで伸びています。ここから一気にシェアを上げて、大外からまくっていきますよ！



ケンモク様の経営
レポートはコチラ



▲まったく「よそのもの」だった雰囲気が一変。レンタルも住改もどんどん相談が増えています。

北海道函館市
株式会社ひより屋
利用者数1100名・2店舗



代表取締役
角田 信一氏

社長自身がずっと担当を抱えていて、利用者が増えれば増えるほど目の前のことで忙しく、経営ができないという悪循環でした。いまは私が現場を離れても営業が回る分、会社の仕組みをつくることに力を入れているところです。社員のためにもいい会社にしていきたいですね！

**住宅改修に力を入れたら
びっくりするほどレンタル
が伸びました！**



ひより屋様の経営
レポートはコチラ



▲業績が伸びスタッフも増え、社長が現場を離れて「経営」に専念するサイクルに進化！

茨城県龍ケ崎市
株式会社フローラ
利用者数700名・1店舗



代表取締役
鬼東 有希氏

もともと地元の病院のグループ事業所として始まったこともあり、外部からの獲得はからっきしの状態でした。福祉用具&リフォームビジネスモデルに取り組んでからは、面白いように新規獲得が進み、勝てる武器ができて、地域一番シェアも見えるようになりました！

**グループ外の包括・居宅
から新規開拓が面白いよ
うに進んでいます！**



フローラ様の経営
レポートはコチラ



▲いつも明るく前向きなフローラのスタッフ。この雰囲気も業績アップの源泉。

愛知県東海市
株式会社仙台屋
利用者数500名・1店舗



代表取締役社長
近藤 高史氏

ウチはもともと家具店や仏壇・墓石店などを他事業として営んでいます。セット提案で住宅改修や自費工事などをどんどん提案していった結果、ヨコの事業間での連携が進み、レンタル以外の収益もどんどん上がっています！

**他事業とのコラボで収益が
大幅にアップ！一気にケア
事業部が黒字化しました！**



仙台屋様の経営
レポートはコチラ



▲家具店内に体験ブースを常設展示。家具のお客様にも将来を見据えて体験してもらいます。

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。

福祉用具レンタル業 急成長する社長の経営術セミナー

お問い合わせNo. S085847

開催要項

東京会場にてご参加

※全日程とも内容は同じです。ご都合のよい日程をお選びください。

お申込期限：6月13日（月）

2022年 **6月17日**（金） 開始 **13:00** ▶ 終了 **15:30**（受付12:30より）

（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

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、中止させていただく場合がございます。尚、中止の際、交通費の払戻し手数料等のお支払いは致しかねますので、ご了承ください。

新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、感染状況が収束するまでの期間は、録画等によるウェブ開催へ移行させていただく可能性がありますので、何卒ご理解をいただきますようお願い申し上げます。

日時・会場

オンラインにてご参加

お申込期限：6月17日（金）

2022年 **6月21日**（火） 開始 **13:00** ▶ 終了 **15:30**（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：6月24日（金）

2022年 **6月28日**（火） 開始 **13:00** ▶ 終了 **15:30**（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 20,000円（税込 **22,000円**）／一名様

会員価格

税抜 16,000円（税込 **17,600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日前までにお振込みできない場合は、事前にご連絡ください。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。それ以降は下記船井総研セミナー事務局宛にメール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。クレジット決済が可能です。受講票はWEB上でご確認ください。

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.085847を入力、検索してください。

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

船井総研セミナー事務局 E-mail：seminar271@funaisoken.co.jp

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：入江

※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

開催日	申込締め切り日	開催会場
6月17日（金）	6月13日（月）	東京会場
6月21日（火）	6月17日（金）	オンライン開催
6月28日（火）	6月24日（金）	オンライン開催



福祉用具レンタル業 急成長する社長の経営術セミナー

■講演会場&スケジュールについて

日程 & 会場

2022年
6月17日(金)
株式会社 船井総合研究所 東京本社

2022年
6月21日(火)
オンライン開催

2022年
6月28日(火)
オンライン開催

開催時間

■東京会場での開催
開始時間 終了時間
13:00 ▶ **15:30**
(12:30受付開始)

■オンラインでの開催
開始時間 終了時間
13:00 ▶ **15:30**
(12:30ログイン開始)

■セミナー内容について

第一講座

事例企業を徹底研究! 業績を伸ばす貸与事業所に 共通するルールとは?

業績を伸ばす社長に共通する特性とは?
高成長を果たした企業が次に考えていること
全国の業界企業の事例から見る業績アップの共通ルール

講師:株式会社船井総合研究所 リフォーム支援部 福祉&リフォームチーム 森悠馬



第二講座

わずか5年で利用者1,100名! 急成長する社長の経営術

ケアマネージャーの習性を押さえれば新規獲得はグングン伸びる
利益を生み出す商品戦略! レンタル卸との関係性づくり
中小事業所の悩みの種...人材採用と育成システムはコレだ!

講師:株式会社リマインド 代表取締役 尾崎昌紀氏

特別
ゲスト
講師



第三講座

いま業界の経営者が考えるべき貸与事業所の方向性

高成長 & 高収益事業所づくりを進めよう
成功する社長はもれなく〇〇が上手い!
2024年度報酬改定の次に見える業界の姿

講師:株式会社船井総合研究所 リフォーム支援部 福祉&リフォームチーム リーダー 入江貴司



セミナーご参加特典 無料経営相談

セミナーのお申し込みはWEBからお願いいたします。

右記のQRコードを読み取りいただきWEBページのお申し込みフォームよりお申し込みくださいませ。

<https://www.funaisoken.co.jp/seminar/085847>

セミナー情報をWEBページ
からもご覧いただけます!

