工場塗装の最新成功事例

塗装業・防水業向け 経営者レポート

ブルーオーシャンの今から、市場シェアを取りたい!!

工場塗装×1000万円案件受注モデル

増員ナシ・営業2人で

工場塗装売上5千万円が

たった3年で

3億円

ゲスト出演決定

有限会社小山塗装

代表取締役 小山 秀樹 氏

成功企業はココが違う 3つのポイント!!

Point 1 営業エリアを絞って生産性を1.5倍に!!

Point 2 大手担当者がうなる提案書で契約率70%超!!

Point 3 月5件の集客を実現する驚きのホームページ戦略!

成功事例企業が明かす、工場改修売上3億円モデルとは?

まずは中面へ

新型コロナウィルス感染症に罹患された皆様、および関係者の皆様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Web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よろしく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。

開催日時 東京会場 2022年10月25日(火) オンライン 2022年11月5日(土) 開催時間 13:00〜16:30 (受付・ログイン開始12:30〜)

主催 明日のグレートカンパニーを創る Funai Soken

工場塗装ビジネス早期参入セミナー お問い合わせNo. S090411

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

※お問合せの際は「セミナータイトル・お問い合わせNO・お客様氏名」を明記の上、ご連絡ください

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

Webからお申込みいただけます。(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。)→ 090411

DMを開いてくださった経営者の皆様へ

いま、このダイレクトメールをお読みの経営者の皆様。
新型コロナウイルスが猛威を振るった昨今、貴社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方もいらっしゃるかと思います。
その要因の一つに、公共事業の関係費自体が横ばい傾向があります。
国土交通省の公共事業関係費の推移によると、2021年度が5兆2,458億円に対して2022年度は5兆2,480億円となっており、0.04%の微増です。
つまり、全体のパイは増えていない状況なので、

公共工事の入札に失敗し続けている企業や
下請け工事が減少している企業は
厳しい状況にある

ということです。
一方で、このような状況下でも業績アップに成功されている企業が全国には多数いらっしゃいます。
それが、今回ダイレクトメールで取り上げている岡山県の
有限会社小山塗装もその一社であり、工場塗装をはじめとする大型物件の塗装売上高は3億円を超えられています。
会社全体の売上高としては約9億となっており、投資も今後増やしていける体質になっています。さらに工場の元請け化を進めるべく販促投資を強化されています。
このような成功事例をお伝えすると、
「そんなにうまくいくわけがない」
「既存業者のつながりが強いから元請け化できない」
「これまでいろいろ試したけど、売上高にはつながらなかった」

そんな声も聞こえてきそうですが、誤解を恐れずに言うとそれは大きな勘違いです。なぜなら、今回ご紹介する有限会社小山塗装以外にも成功されている企業は全国に多数いらっしゃるからです。

では、その成功の秘訣は何なのでしょうか？

実はその成功の秘訣というのは何も特別なことではありません。
業績を伸ばし続けている企業には1つの共通点があります。
それは、

工場塗装事業に早期参入し、
全国の成功事例を自社に取り入れている

ことです。

もちろん、100%成功するわけではありません。しかし、実際に成功している企業の事例を自社でまずは「マネてみる」ことで成功確率はグッと高くなります。

そして、何をマネするのかと言うと、ビジネスモデルの表面的な部分だけでなく、一番は奥深い考え方が根底にあります。だからこそ、成功されている企業の話を聞き、そういう方の話を自分で納得、体得させる必要があるのです。

そこで、今回は成功された塗装会社の社長にゲスト登壇していただけることとなりました。

何としてでも業績を向上させたい。そんな思いを持っていらっしゃる経営者の方は、ぜひこのセミナーにご参加ください。

新型コロナウイルスの影響や公共事業予算が増えにくい、下請け工事が減少しやすい状況など多くの困難が立ちはだかっている今だからこそ、全国で成功企業が実践されている事例ノウハウをこのセミナーで学んで業績アップの確率を高めていただければと思います。

皆様のご参加をお待ちしております。

株式会社船井総合研究所
外装ビジネスグループ　マネージャー
田坂 嘉之

次ページからは実際の成功事例企業のご紹介です

ゲスト講師

岡山県倉敷市
有限会社小山塗装
代表取締役 小山 秀樹 氏

岡山県にて会社設立。
住宅塗装を含むグループ全体では売上9.5億円。
2016年から工場改修専門店を立ち上げられ、売上3億円を達成し続けている。地元企業～施主様まで幅広く地元から愛される塗装業界として注目されている。

工場改修の元請け化モデルで、
売上3億円 単価1000万円 獲得までの物語

■最初は職人としてスタート！創業してから必死に頑張ってきました！

初めまして。お読みいただきありがとうございます。この度は記事執筆を依頼されたため、私が今まで行ってきたことを書いていきたいと思います。

私は岡山理科大学附属高等学校を卒業した後、塗装会社に就職しました。最初は右も左も分からず、**塗装職人**から始めることにしました。ニッカポッカを履いて、袖を汚し、汗にまみれながらペンキと格闘する日々。夏の太陽が強い日は、屋根に上がって火傷することが多かったです。そして、親方に怒鳴られ、たくさん喧嘩もしました。

ただその日々は、私にとって非常に面白かったです。その甲斐あってか分かりませんが、塗装のイロハを知る事ができました。それが私の始まりです。

■会社設立～工場の改修専門店の立ち上げへ！

　そして、塗装会社に**入社して3年**。塗装現場に慣れ、仕事をいただけそうな会社も増えてきた事もあって、「せっかくなら一国一城の主になってやろう。**一度きりの人生だから、この塗装ビジネスでどこまでやれるかチャレンジしたい**」と思い、独立しました。昭和58年4月の話です。

　そこからが大変で、元請けから工期を急かされたり、検査で細かい部分を指摘されたり、値引きを強制されたりといった嫌がらせにも耐え、何とか1日数件の現場を回しました。その結果、大型物件であろうが、戸建て物件であろうが、自力で何とかする力が身に付いたと思い、今では感謝しています。

そして、下請け工事を行ない売上を伸ばしながら、次のステップとして工場改修の元請け化を行うようになりました。

ただ、最初は工場に直接出向く方法、私は突撃訪問、略して**「突訪」**と呼んでいますが、それでは効率が悪く、**担当者に会うことすらできませんでした**。

そのような中で頭を悩ませる日々。そこで導き出されたのが、今回のテレアポ×Web戦略になります。

その内容についてお伝えさせていただければと思います。

■思い付きで始めたテレアポ！
アポ訪問しても悪戦苦闘！

その後、**あるテレアポ業者に依頼してアポを取ってもらう**ことにしました。

すると、**すぐにアポが取れた**というのです。
私が何回も足を運んでダメだったアポが、
ものの数日で取れたという嘘のような話です。
ワクワクしながら訪問アポ日を迎え、**いざ訪問**をしてみたところ、その工場の担当者が、**「今日って何の御用ですか？」**と聞いてくるではないですか。そこで私は、「お電話にて〇〇という者から、■■様とお会いする約束をさせていただいたかと思うのですが、、、」と返してみたところ、担当者は「あー、工場の改修の件ね・・・。それならうちは行う予定はないので、またありましたらお声掛けさせていただきますね」と伝えてきました。

『このアポって何？』と半ばイライラしながら会社を後にして、テレアポ業者に電話をしてみました。

すると、その担当は「お電話では工場の改修予定があるって言っていたんですけどね、、、」と伝えてきました。そういうことなので、私の対応が悪かったのかなと思い、対策を考えることにしました。

■テレアポ案件から初受注！

その後、営業フローを見直したところ、すぐにテレアポで1件受注することができました。単価は数十万円と高くはありませんでしたが、初受注だったので非常に嬉しかったです。
そして、「これなら、すぐに売上が数億いきそうだな！」と思ったのを思い出します。
ところが、そんなに簡単な話ではなかったのです。

■工場改修専門ホームページの立ち上げ

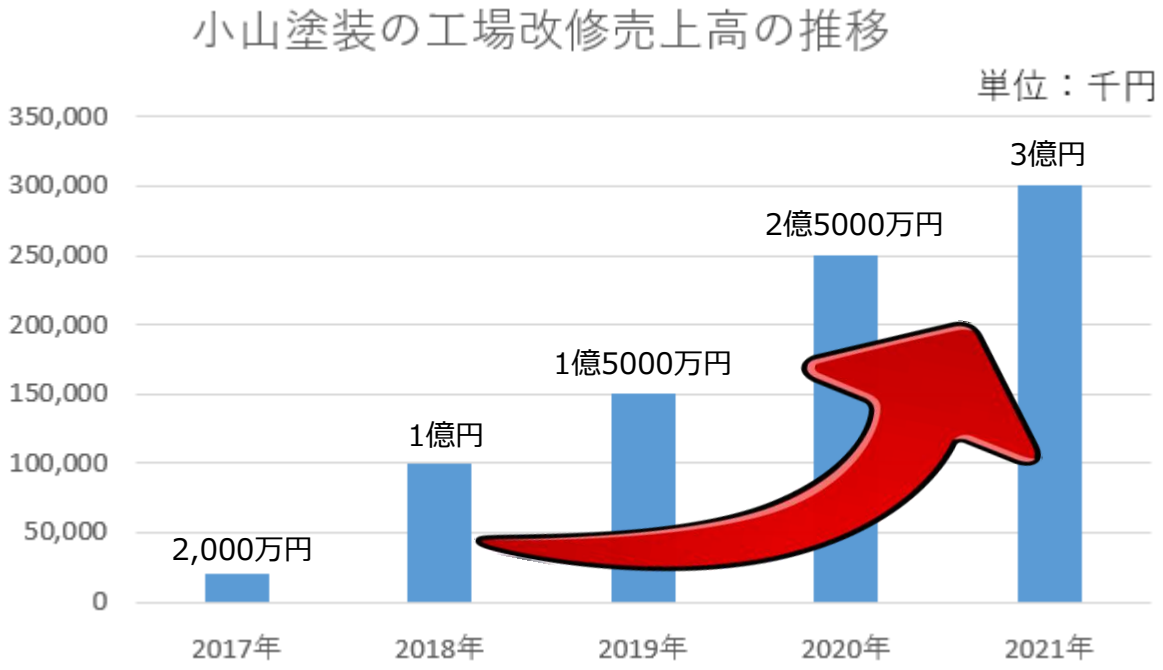
その後、**テレアポでの受注ができなくなりました**。そこで、担当者との会話の中で話をしていたのを思い出してみると、「小山さんのところってホームページとかないんですか？上司が確認して、ホームページもないような会社は信用できるかと言われてしまったんですよ！」
ということがありました。

「まぁ今時ホームページもない会社は信用されないよね」と思い、立ち上げたのが今のホームページになります。

すると、、、「かっこいいホームページ立ち上げられていますね！」といった声をいただきました。特に最初の動画は私の渾身の一作で、**自社が工場の屋根を施工する際にこだわっているサンダーケレンの作業**を入れました。

■工場案件での受注が加速！
時代の流れで起きたスキマに早期参入!!

その後、テレアポ×ホームページ戦略がはまり、売上が伸びていきました。



最初は、**「工場改修なんか構内に事務所を構えている会社もいるんだから、入り込む余地なんかないでしょ・・・」**と思っていましたが、**意外とお仕事をいただけました**。

その大きな理由としては、**ゼネコン企業**の**施工管理者不足**があり、建築に比べると**手間暇がかかる割に粗利の多くないリフォーム工事は敬遠されがち**だからです。

また、工事を請けたとしても、**下請け業者を使うことで中間マージンがかかっているので、価格が高くなってしまう**のです。

ですので、我々の見積もりを見たご担当者は、「え？本当にこの金額でできるの？手抜きとかないし、全部入っているんでしょ？本当に大丈夫？」と言っていただけています(笑)

■工場改修は普通に取れる！
勝つポイントは職人会社の価格力。

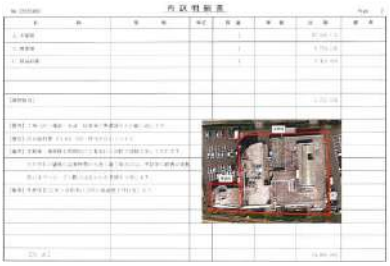
ゼネコン企業の立場からはあまりおいしい話ではない工場改修ですが、我々中小企業からすると、**単価1000万円**で、**粗利率も30%台**と低すぎず、1件取って良い工事をすれば**他の工場も継続的に発注いただけたり**と、願ったり叶ったりなのが工場改修なのです。

その結果の積み重ねが、前のページにあった売上に繋がりました。

我々としては何も特別なことを行ったわけではなく、テレアポとホームページを立ち上げ、セミナー営業をしただけです。ただし、テレアポ一つ取っても、業種を絞ったり、対象人数を絞ったり、エリアを絞ったりといった**一つ一つの精度にこだわっていく**必要もありますし、**ホームページに関しては、こだわっている部分やブランディングする部分も必要**です。営業に関して言えば、仕組み化と言えば難しく聞こえるかもしれませんが、**パターン化**したり、**営業ツール**にして、**担当者の方に分かりやすく説明**できるようにしたことが、結果につながったと思います。

プラン説明表

詳細見積り書



セミナー型
説明プレゼン資料

3分間紙上コンサルティング

工場改修モデル新規参入 成功のストーリーを解説

工場改修は塗装業界の高成長ブルーオーシャンマーケット!!

株式会社船井総合研究所
リフォーム支援部
外装ビジネスグループ
マネージャー
田坂嘉之

皆様　本冊子をお読みいただきまして誠にありがとうございます。

ここまで有限会社小山塗装　代表取締役　小山秀樹 氏の取り組み、成功企業レポートをお読みいただきましたがいかがでしょうか。

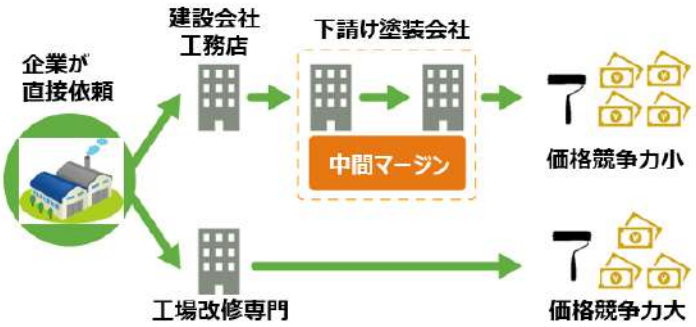
申し遅れましたが、私は株式会社船井総合研究所 リフォーム支援部　外装ビジネスグループの田坂嘉之と申します。現在、全国で防水業、塗装業をおこなっている会社の皆様へ「工場改修」を通じて業績アップのお手伝いをさせていただいております。ここからは、全国の工場改修専門店がおこなわれている、業績アップの方法について解説させていただきます。

工場改修に取り組むメリットはコレだ！

まず始めに、この事業は**成長市場**で、塗装会社が参入すると**成功する確率が高いマーケット**です。その理由は、現在工場改修をおこなっている会社は、建設会社や工務店が地場の防水会社、塗装会社に丸投げしているケース、または、経営者が銀行に相談をして、施工会社を紹介するケースがほとんどであり、その場合のほとんどで**中間マージンが発生**しています。

その点、塗装業の場合、この事業を行うと中間マージンがなく**価格競争力の点で優位**に立てることになります。

中間マージンの図式



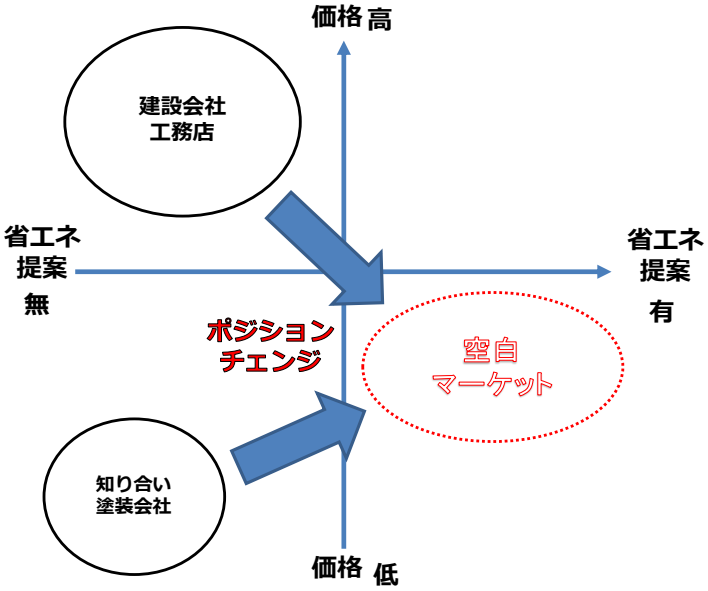
ただし、工場改修専門店をただ立ち上げただけでは、失敗することが目に見えています。**なぜなら、0から1の手探りで経営をしてしまうと時間とお金が膨大にかかってしまうためです。**

ですので、工場改修モデルで成功するために重要なことは、**すでに成功している会社のやっていることのマネをまずは実行してみるということです。**

成功している企業は何にポイントを置いているのか？
ということに関してこれから3つのポイントに分けてご説明いたします。

1　工場改修専門店は「集客」が一番大切

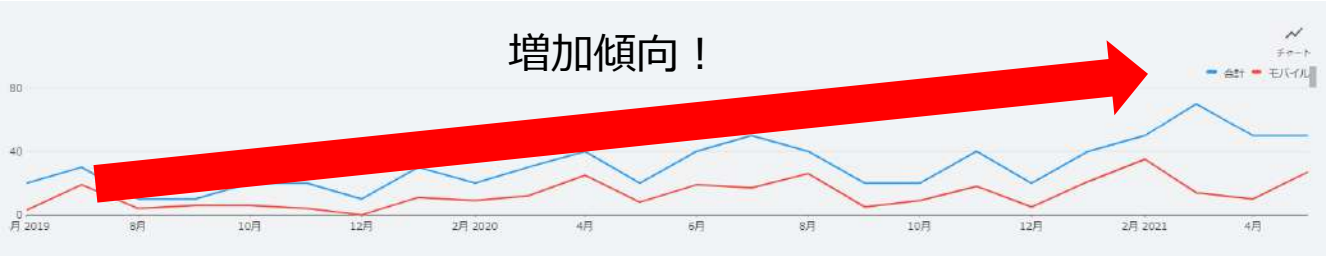
工場の経営者、担当者がターゲットになります。ターゲットに対して集客を行い、元請け化していく必要があります。元請け化をするにあたっては、自社で販促をしなければいけません。販促をする中で大切なことは**他社との違いを明確にして表現すること**なのです。



右図を見ていただけるとわかる通り、**建設会社工務店は**価格が高いだけでなく、**工事のことは素人**ですから、最新の材料知識や工事知識はありません。そこで**塗装会社として最新の塗料提案や工事提案ができる**ことで、**競争優位に立つことができる**のです。

工場改修の経営者、担当者のニーズとしては費用を抑えるのは大前提として、**大切な建物を少しでも長く持たせていきたい**、**今の稼働を止めずに工事を安全に終わらせたい**、**暑さ対策も兼ねて省エネ性を発揮させランニングコストを抑えたい**、立派な建物に見えるようにしたいといったさまざまな考えをお持ちの方が多くいらっしゃいます。

だからこそ、**さまざまな情報を仕入れた上で業者比較をされることが多く**なり、今までの会社では実現できないからこそ、**インターネット検索で情報を調べる**ことが多くなったのです。



※工場の塗装工事の検索ボリュームの推移

2　塗装だけではなく、防水工事まで含めた商品ラインナップ

工場改修専門店として、**塗装の提案だけではなく防水工事まで提案できるかどうかは非常に重要です。さらに案件を増やそうと思うと塗装・防水工事だけでなく、配管や電気設備のお困りごとまで解決できることをアピールできるとなお良いです。**

ただし、**あくまでも工場改修専門店ですので、メインは塗装と防水工事です。**その他のお困りごとを解決するには、電気設備業者などと一緒に営業に行くだけで大丈夫です。

工場担当者の方のお悩みは幅広く、最初から塗装工事や防水工事を行おうと思っている方も多くはありません。ですので、幅広い提案ができるように準備をしておき、関係性を築いていき、塗装工事・防水工事は自社でしっかりと元請け受注していくことが大切です。

3　ターゲットを絞り、営業活動を行いやすくする

今回の工場改修専門店は、工場の経営者へ営業を行うことになりますが、**ターゲットを絞ることで受注までの流れを一定にすることができます**。

大手企業工場　×　中小企業工場　▶　**決裁権者にアプローチ可能**

具体的には、**大手企業の工場**をターゲットに設定すると、決済権者の把握が非常に難しく時間もかかってしまい、また**高度なエビデンスデータや工事の安全対策、工事管理方法も求められます**が、**中小企業に絞った場合**は、**決済権者がある程度決まって**おり、**工事管理等の複雑さが大手企業ほど求められません**。そのため、**受注するまでの営業フローはほとんど似たような形**になります。

初回商談	2回目商談	3回目商談
信用づくり＋セミナー営業	**現場調査＋概算見積り**	**見積提出＋契約**
窓口担当者＋現場担当者	**窓口担当者＋決裁権者**	**窓口担当者**

この流れで**受注までの流れをマニュアル化**させていけば、社内に落とし込むことは可能です。また**営業マンにその流れを覚えてもらった**上で、その営業活動をアシストするものが**セミナー営業**です。その内容としては、自社の会社説明も一部ありますが、大切なのは、なぜこの建物では改修工事をしなければならないのか、他にはどんな工法があるのかといった基本的な部分だけでなく、具体的な業界のからくりや、業者の選び方をどうするのか、といった具合に**営業の一連の流れをセミナー形式で説明する**ものです。

これにより、顧客との関係性を先生と生徒の関係にして**視覚に訴えながら説明する**ことで、決裁権者へお会いしやすくします。これが**契約率50%を達成する仕組み**になるのです。

付録　収益構造を知る

こちらが工場改修専門店の立ち上げから3年の事業イメージです。

★１拠点あたり損益計算書（例）　※単位：千円

損益計算書		1年目	2年目	3年目
売上高		86,400,000	152,250,000	202,132,125
売上原価		56,160,000	98,962,500	131,385,881
粗利高		30,240,000	53,287,500	70,746,244
粗利率		35%	35%	35%
販管費	営業人件費	6,000,000	6,600,000	7,260,000
	事務人件費	1,800,000	1,836,000	1,872,720
	販売促進費	6,486,000	10,126,000	11,546,000
	地代家賃(月10万円を想定)	1,200,000	1,200,000	1,200,000
	減価償却費(年間50万円を想定)	500,000	500,000	500,000
	HP構築費	1,500,000	0	0
	本部経費	1,200,000	1,200,000	1,200,000
	その他経費	600,000	600,000	600,000
	合　計	19,286,000	22,062,000	24,178,720
営業利益		10,954,000	31,225,500	46,567,524
営業利益率		12.7%	20.5%	23.0%
社員数	営業	1	1	1
	事務	1	1	1
	合　計	2	2	2

ポイントは、初期投資の低さです。最初の投資は、DM製作費とホームページ制作費用のみで、ざっと計算すると**200万円程度**です。

初期投資の少なさは、ビジネスを行う上で重要な要素になります。

工場改修ビジネスモデルでは、大規模な塗装工事が大きくなるため平均単価は500万円～1000万円ほどを狙うことができます。

ですので、2件ほど受注することができれば初期投資の金額は回収することができます。

最も重要なことは、競争が激しくならない「今」工場改修ビジネスモデルに取り組むことです。

レポートをお読みいただいた経営者の皆様への特別なご案内

【工場改修ビジネスモデルの最新事例】

具体的なノウハウを1つのセミナーに凝縮！
詳しい内容は裏面へ!!!

【セミナータイトル】

工場塗装ビジネス早期参入セミナー

①日程：2022年10月25日(火)：来場開催
　時間：13:00~16:30(受付開始 12:30)
　場所：株式会社 船井総合研究所 東京本社
②日程：2022年11月5日(土)：オンライン開催
　時間：13:00~16:30(入室開始 12:30)

特別ゲスト講師
有限会社小山塗装
代表取締役 小山 秀樹 氏

経営者の方の参加推奨

工場改修モデルに取り組むために必要なスタートアップツールを見ることもできます！

■ビジネスモデル
導入マニュアル

■収支シミュレーション
Excelシート

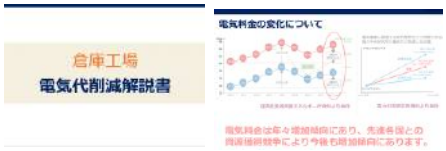
■自社商圏設定シート

■クラウド顧客管理
フォーマット

■工場改修専門
アプローチブック

合計
24
ページ

■省エネ提案
アプローチブック



これだけあるから仕組みづくりが成功できる！

1. 工場の塗装実績がない中での集客が分からない
2. 営業に自信はあるが、売上の上げ方が分からない
3. 投資しても回収できるか不安だ

→ これでマルっと解決!!

工場塗装ビジネス早期参入セミナー

お問合せNo：S090411

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。

講座内容＆スケジュール

来場開催	10月25日(火)13:00-16:30
オンライン開催	11月 5日(土)13:00-16:30

講座	セミナー内容

第１講座 13：00 ～ 13：50

早期参入がカギ！工場塗装で業績アップを達成するための3つのポイント

ポイント① 塗装業界の現状と工場塗装ビジネスモデルに今すぐに取り組むべき理由を解説

ポイント② 成長期×空白マーケットの工場塗装とは

ポイント③ 工場塗装専門店の立ち上げポイント

株式会社船井総合研究所　リフォーム支援部　外装ビジネスグループ　マネージャー

前職は食品工場工場長＆トラックドライバー＆中小企業取締役を得て、2013年に船井総研に中途入社。
工場改修業界で最も難しいと言われる「リアル集客×塗装専門Web集客」のエキスパート。
売上1億円～100億円企業まで多数の成功事例企業を輩出していることで知られている。

田坂嘉之

第2講座 14：00 ～ 14：50

ゲスト講師

年間3億円受注し続ける新規参入型モデルを大公開

ポイント① 売上9.3億円になった塗装会社の社長が語る工場改修モデルの全貌とは？

ポイント② 年間3億円の工事受注を集めるために行ったプロセスを大公開

ポイント③ 集客戦略とクロージング戦略を実際の事例をもとに解説

有限会社小山塗装

岡山県にて会社設立。住宅塗装を含むグループ全体では売上9.5億円。
2016年から工場改修専門店を立ち上げられ、売上3億円を達成し続けている。
地元企業～施主様まで幅広く地元から愛される塗装業界として注目されている。

特別ゲスト講師
有限会社小山塗装
代表取締役 小山 秀樹 氏

第３講座 15：00 ～ 15：50

工場塗装で最重要の「集客」で重要な3つの要素と実践すべきこと

ポイント① 工場塗装の集客戦略を大公開

ポイント② MAを活用して長期的に案件を生み出す仕組みの解説

ポイント③ 工場塗装の集客で獲得すべき2つの要素(HPセッション・リード)を解説

株式会社船井総合研究所　リフォーム支援部　外装ビジネスグループ　外装ビジネスチーム

本多 雄

第４講座 16：00 ～ 16：30

まとめ講座

ポイント① 今すぐ工場改修モデルに取り組むべき理由を解説

株式会社船井総合研究所　リフォーム支援部　外装ビジネスグループ　マネージャー

田坂嘉之

【セミナー参加者特典】 3カ月に1度のペースで開催しております。次回開催日時：10月26日（水）13:00～16:30

工場改修ビジネス研究会への無料ご招待

工場改修ビジネス研究会とは、全国の工場改修ビジネスモデルに取り組まれている経営者の皆様が実際に成功した事例を共有し合い、さらなる業績アップを目指す組織です。研究会では、工場改修ビジネスモデル専門のコンサルタントの知見だけではなく、実際の成功事例企業の経営者の皆様に「具体的な」取り組み事例をお話いただきます。その中で出てきたご質問や疑問はワークやディスカッションを通してそれぞれの会員様が「今日から」使えるノウハウにブラッシュアップしていきます。

「机上の空論ではなく、本当に使える具体的ノウハウを全員で作り上げていく」

これが、工場改修ビジネス研究会という組織です。 詳細は船井総合研究所　田坂までお問い合わせください。

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。

工場塗装専門店立ち上げセミナー

お問い合わせNo. S079602

開催要項

日時

オンライン にてご参加　※各回、同じ内容です。ご都合のよい日時をお選びください。

2021年 11月16日（火）
お申込期限：11月12日（金）
開始 **13：00** ▸ 終了 **16：30**（ログイン開始12：30より）

2021年 12月 6日（月）
お申込期限：12月2日（木）
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 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営業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.075117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**

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：田坂
※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

2021年11月16日（火）
お申込期限：11月12日（金）

2021年12月 6日（月）
お申込期限：12月2日（木）