元請けで成功を目指す塗装会社向け

ワンプライス塗装専門店

30坪

1棟全塗装59万円の

粗利率30%

1種類見積だけで

手抜きはしない!!

しかも2年!!

売上2.0億。

見積比較されない

激戦区「福岡」で見出された

エブリデイ・ワンプライス戦略!

特別ゲスト

株式会社福岡ペイント
(福岡県福岡市)
代表取締役
新見 健造 氏

元下請け・職人社長
元請け化すぐの僕でも
黒字成長できました!

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。

Webセミナー(PC・スマホで受講可能)

新ビジネスモデル【ワンプライス塗装店】セミナー　お問い合わせ No. S091341

2022年
10月 11日(火)(東京会場)・15日(土)(オンライン)・18日(火)(オンライン)

主催
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
〒541-0041　大阪市中央区北浜4-4-10　船井総研大阪本社ビル
船井総研セミナー事務局
E-mail : seminar271@funaisoken.co.jp
※お問い合わせの際は【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。

特集：1棟全塗装59万円で売上2億円を達成した取り組みとは？

1棟まるまる塗装59万円の1種見積りで
塗装未経験の経営者が
2年で売上2億円を作れた！
激戦区福岡で見出された見積もり比較されない
エブリデイ・ワンプライス戦略！

株式会社
福岡ペイント
代表取締役
新見 健造 氏

福岡ペイントは、福岡市を中心に外壁塗装専門店として活動されている。
2022年、従来の塗装業態とは別に、新しくワンプライス塗装モデルに取り組み、業績を伸ばされている。

＜ご挨拶＞

弊社は**福岡市でスタートした**塗装会社です。

私自身、塗装の営業も施工も行ったことがありませんが縁があり、2020年から外壁塗装事業に参入しました。激戦区の福岡市であっても**たったの2年で2億円越えの売り上げを達成**することができました。現状の塗装業界では、競合が多く、初めは苦労ばかりでしたが**ワンプライス塗装**という工夫を行うことで風向きが変わりました。今回、このレポートでは何故、我々がワンプライス塗装事業を開始し、業績を上げることができたのかをお伝えいたします。

福岡ペイントが
ワンプライス塗装事業に取り組んだ経緯

今では皆様の前でこのようにお話をさせていただけるようになりましたが、初めからうまくいくとは思いませんでした。それでもワンプライス塗装事業に参入した理由は**「従来の塗装事業だけでは、これ以上業績を伸ばせない」**という不安があったからです。

現状の塗装業界の状況から我々も、

・年々、競合が増えてきている

・大手企業の塗装参入が増えてきている

・各社が値引きをしており、価格競争が激しい

・価格競争によって、粗利がとれない

といった悩みがありました。

知り合いの塗装会社さんも、競合の増加傾向により、**「客単価が下がる」「粗利が確保できない」と嘆いている**状況も散見しました。

「このままでは売上が落ちてしまう・・・。」

と、考えたことがワンプライス塗装事業参入のきっかけでした。

次ページで、ワンプライス塗装業界の未来をズバリ予測

従来の塗装事業の未来

「競合の過多」、「粗利の減少」

今後の塗装業界はさらに競争が激化し

致命的な「価格競争」になっていくと感じていました。

さらに、今は100万円を超えている客単価もこれからはどうなるかわからない・・・。粗利も今後確保することが難しいのではないか・・・。そう感じることが多くなってきました。

実際に、毎月のように相見積の数は増えていくばかりでした。

地域によってもさまざまですが、私たちが活動している福岡では、競合数も多く、競争が激しくなるスピードが速いと感じております。

実際に肌で感じることも多くなり、以下のような悩みを増えてきました。

・地域内の足場の数が増える

・相見積もりで今まで知らない会社が増えている

・相見積もりも多いため、集客から受注までに時間がかかる

ワンプライス塗装モデルを立ち上げた理由とは

「このままでは塗装業界内の価格競争に巻き込まれる」

そんな未来を予測し、参入したワンプライス塗装事業

先程、競争が激化しているとお伝えしましたが、
実際に肌に感じていたのは「大手企業の業界参入」「競合の増加」「顧客ニーズの複雑化」です。

そこで注目したのが**ワンプライス塗装事業への参入**です。塗装業界の競争の激化に伴い、顧客ニーズが細分化していくと、それにあわせてビジネスモデルも細分化させなければなりません。
そこで目を付けたのが、新築住宅業界でした。
新築住宅業界では、【新築住宅】という単一商品でありながら【ローコスト住宅】や【注文住宅】【ZEH住宅】など、顧客のニーズに合わせて店舗の特徴が細分化されておりました。
ニーズの細分化に合せることで今までのターゲット層も従来の業態とは変わり、差別化を図ることができました。さらに既存業態よりターゲットの数が多いので、結果的に、1棟59万円で売上2億円を達成することができました。

■つまりは、従来の塗装業界の成熟に伴い、競合が少ない市場を考えて、ワンプライス塗装事業へ参入したというわけです。

福岡ペイントが取り組んだ業績アップ手法

ワンプライス塗装事業立ち上げのために

行った2つの施策

株式会社福岡ペイントがワンプライス塗装事業に参入するために行ったことはたったの2つです。

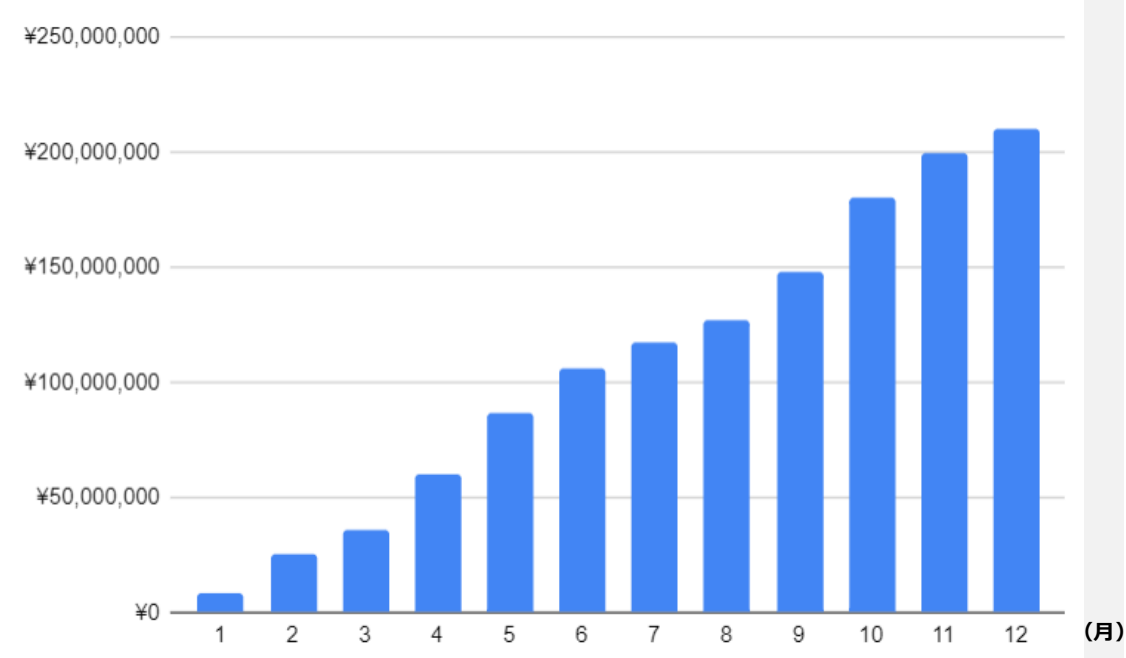
・LP×広告販促によるWeb集客

・知識0でも売れる営業の仕組み作り

初めは「LPに対する不安」や「Web集客だけに頼る不安」、「そもそも今まで以上に集客と営業ができるのかという不安」がありました。

しかし、やはり価格のインパクトは強く、社内の仕組み化を整えることで順調に売上を伸ばすことができました。

福岡ペイントの売上推移



福岡ペイントが取り組んだ業績アップ手法

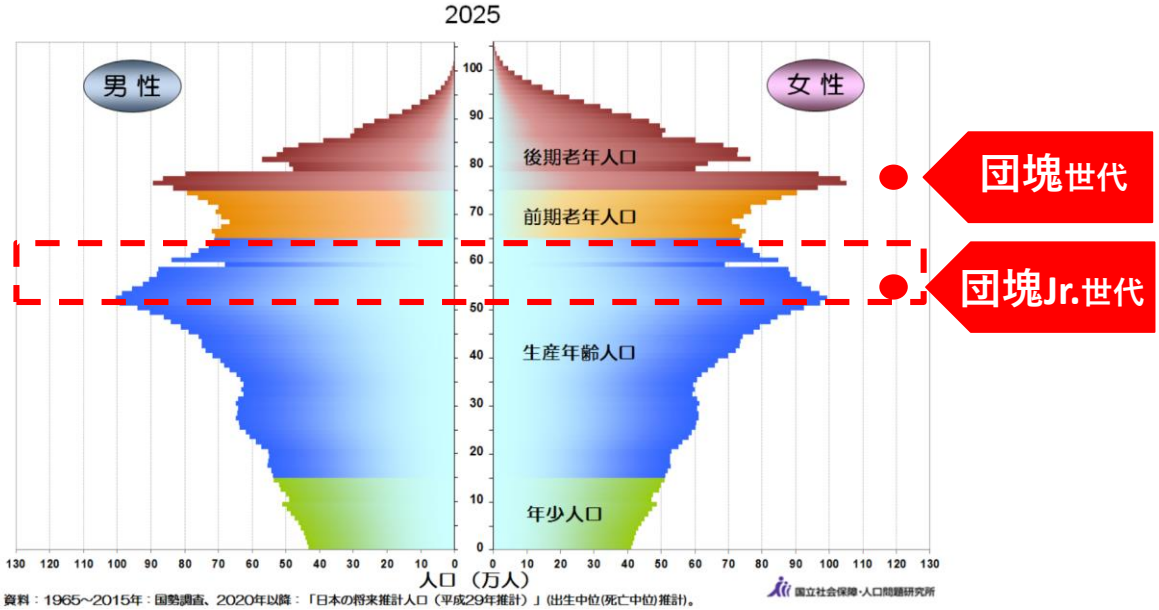
LP×広告販促によるWeb集客

LPに関してもう少し詳しく説明いたします。従来の塗装事業でもワンプライス型でも変わらず、塗装事業参入で最重要なことは集客です。

集客する中で、商品の安さは大きな武器になります。

福岡ペイントでは「安さ」というコンセプトをぶらすことなく、集客用LPとそれに伴う広告戦略によって、**コロナ禍であっても安定して30件以上の集客**ができております。また、外壁塗装工事を行うターゲットは「団塊ジュニア世代」であり、その顧客を集客していくためにはスマートフォンにも対応したWeb集客媒体が必須です。

福岡ペイントではこのWeb集客にも力を絞ることにより、高い販促効率を維持しながら、数多くの集客をすることに成功しています。



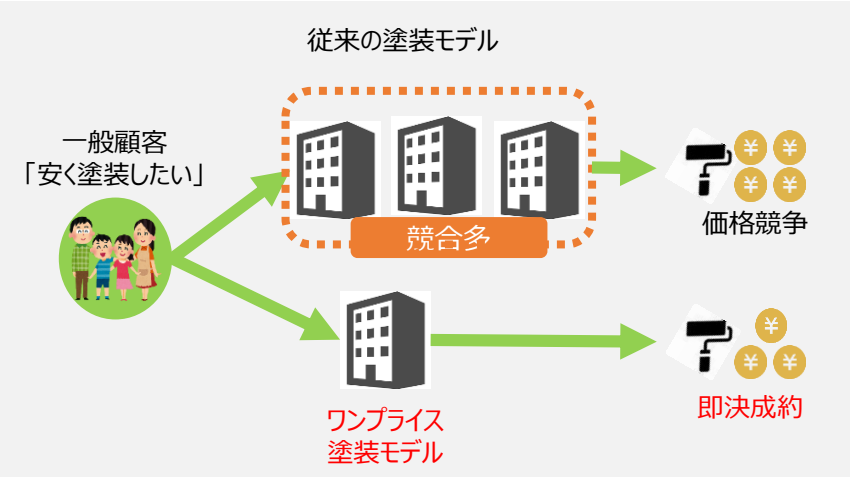
出典：国立社会保障・人口問題研究所

福岡ペイントが取り組んだ業績アップ手法

知識0でも売れる
営業の仕組みづくりと営業ツールの整備

この事業は、「誰でも売れる」「即決営業」が必要になってきます。なぜなら、そもそもの客単価が従来のモデルより低いので、その分の原価や費用を抑えなければなりません。

福岡ペイントでは、最終的に事務員でも売れる仕組みを作ります。そのために、ワンプライス塗装専門の見積書、現場調査時のフロー、アプローチブックなどを全て揃えることで仕組みしました。そうすることで、価格の安さも相まって、従来の塗装モデルではほとんど営業をしていなかったスタッフも成約することができています。



営業マニュアル

営業プロセス

アプローチブック

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

元請けで成功を目指す塗装会社向け

ワンプライス塗装専門店

東京
オンライン
開催

2022年

10月11日（火） 13:00～16:30 東京本社

10月15日（土） 13:00～16:30 オンライン

10月18日（火） 13:00～16:30 オンライン

下記の項目に**１つでも当てはまる方**に**オススメ**のセミナーです。

☑競合が増えている中で、経営に対する不安を感じている

☑価格競争が激しく、粗利を確保することが難しくなっている

☑低投資で高収益の塗装ビジネスモデルに取り組んでみたい

【当日スケジュール】

13：00～13：50 「塗装業界の最新時流
『ワンプライス塗装』のビジネスモデル大公開」

14：00～15：00 ゲスト講座「激戦区福岡で塗装事業新規参入2年目で
年商2億円！成功ノウハウ大公開！」

15：10～16：00 「月に30件以上問い合わせがくる
Web集客手法大公開」

16：10～16：30 「これからの塗装業界で『勝つ』会社になるために」

3分間紙上コンサルティング

1棟全塗装59万円の1種見積りだけで売上2億円を達成する方法

成功のストーリーを解説

『ターゲットの差別化』と『時流の先取り』が
ポイントになるモデル

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
塗装ビジネスチーム　リーダー
東海　聡大

ここまで株式会社福岡ペイント　代表取締役　新見健造 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たでしょうか。申し遅れましたが、わたくし、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 塗装ビジネスチーム　リーダーの東海 聡大（あずみ そうた）と申します。現在、全国で塗装業を行っている会社のみなさまへ**「住宅塗装」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。

株式会社福岡ペイントが実際に実践されている経営のポイントについて解説させていただきます。

そもそもなぜワンプライス塗装モデルが上手くいったのか？

株式会社福岡ペイントが取り組まれたワンプライス塗装モデルが、上手くいった理由は2点です。それは、①住宅塗装業界の時流を先取りしたことと②従来の塗装ビジネスモデルのターゲットとは異なったターゲットを選定し、差別化を図ったことです。

ワンプライス塗装モデルが成功したポイント

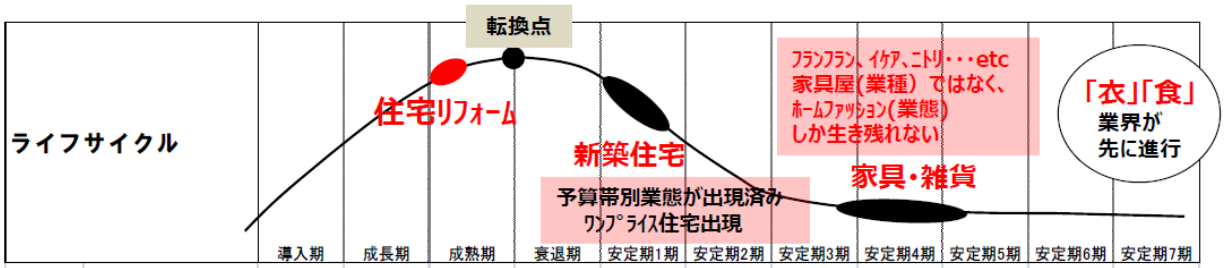
- **従来の塗装業界より先を進んでいる新築住宅業界の時流を先取り！**
- **従来のターゲットとは異なったターゲティングを行い、差別化を図る！**

塗装市場の1歩前を進んでいる新築住宅市場を先取りする！

従来の塗装業界のライフサイクルは、既に成熟期に突入し、衰退期に差し掛かっています。

ライフサイクルにおける成熟期の特徴としては、「大手企業の参入」「競合他社の増加」「顧客ニーズの複雑化」など数多くあります。

塗装会社への影響としても、「1番店以外の集客が難しくなってきている」「競合が増えていることにより、予想以上の価格競争が起こる」「相見積もりの増加により集客から成約までに時間がかかる」など様々です。



消費経済の主役（主導権）	作り手・メーカー中心主義				売り手・小売中心主義				買い手・お客様中心主義		
お客様 購買基準（物差）	店の信用		メーカー品の信用		伝統ブランド・流行のブランド		より本物らしい基準（素材、製法）			自分自身の感覚（目、舌、手）で確認する心地よさ	
購買動機	・新しい ・珍しい ・物好き	・新しい文化に触れたい ・よいか悪いか	・私も欲しい ・高いか安いか	・楽しい ・好きか嫌いか	・好みに合う ・懐具合（予算に合うか）	・予算を優先する ・好みに合う	・TPOに価格が連動する ・他人との差別化が出来る	・価値観に合う（属性とTPOの連動） ・自分流を確立したい	・自分流を確立できるから ・個性に合う	・自分流を確立し、主張する ・個性の差別化をする	・TPOに自分流が連動する ・個性を創造する
時代をリードするお客様の思考		→			他の人と同じがよい	→	他の人と違うのがよい	→	自分流をコーディネートしたい	→	自分流にこだわりたい
一般的なお客様の買い物の姿		他人と同じくらいの物は買いたい			流行に乗りたい（全員右にならえ型の流行）		私らしさを探したい	自分にあったものを探し出す	お客様が二極化する	1人のお客様の買い物が二極化する	お客様が明確に目的を持って店を使い分ける

そこで、福岡ペイントが取り組まれたことが、時流が進んでいる**「新築住宅業界の先取り」**です。

塗装市場の業態例

・顧客ニーズの複雑化

・価格競争の激化

・相見積もり件数の増加

新築住宅市場の業態例

・予算帯別の業態が出現

⇒ワンプライス住宅業態が出現

ターゲットを変化させる。

ワンプライス塗装モデルが成功する要因の1つは、ターゲットの差別化です。
従来の塗装業態では、50歳代～70歳代、年収別だと年収500万円～700万円の層をターゲットとしています。
それに対し、ワンプライス塗装モデルのターゲットは、30歳代～60歳代の若年層かつ年収は300万円～600万円の層がターゲットになります。
つまり、ワンプライス塗装モデルのターゲットには、40歳代～50歳代を中心とした団塊Jr世代が含まれており、第2次ベビーブーム世代とも言われているため、ボリュームとしても従来のターゲットより多いです。さらに、価格帯の安いワンプライス塗装業態では、従来よく言われる価格客と言われる層に対しては、そもそもの商品価格が安いので十分ターゲットとして捉えることができます。

年代	43.5%（33.3万人）	35.3%（27.0万人）	12.2%（9.4万人）	5.6%（4.3万人）	1.8%（1.3万人）	1.1%（0.8万人）	0.5%（0.4万人）	
70代以上	4.30%	1.10%	0.30%	0.20%	0.15%	0.10%	0.00%	6.0%（4.6万人）
60代	11.00%	5.30%	1.20%	0.4		0.20%	0.20%	18.4%（14.1万人）
50代	9.10%	6.10%		2.4	0.80%	0.40%	0.20%	22.1%（16.9万人）
40代	7.%					0.30%	0.10%	21.6%（16.5万人）
30代	6.5		2.00%	0.6%	0.10%	0.10%	0.00%	19.1%（14.6万人）
20代	5.30%	6.90%	0.60%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	12.8%（9.8万人）
	～199	200～399	400～599	600～799	800～999	1,000～1,499	1,500～	（万円）

従来の塗装業態

既存業態の価格客

ワンプライス塗装業態

所得

このようにワンプライス塗装モデルのターゲットは従来の塗装ターゲットとは被ることなく、さらに大きなボリュームのターゲットを相手にすることができます。

ワンプライス塗装モデルは本当に儲かるのか？！①

これまでのレポートをお読みいただき、皆様は『**安売りして儲かるのか？**』という疑問が生まれたかと思います。ワンプライス塗装モデルには儲かる仕組みがあるため儲かります。その仕組みは2つです。**①販促費用②営業マンの生産性**です。ワンプライス塗装モデルは従来の塗装モデルと比較した場合、販促費用が1/3までカットできます。さらに、下図のように営業マンの受注フローが大きく異なります。受注フローが軽減されることにより、対応できる客数が倍増するため、人件費に対しての売上が増加します。このように、ワンプライス塗装モデルは儲かる仕組みが確立されております。

■営業マンの受注フロー例

受注フロー	所要時間（ワンプライス）	所要時間（従来）
問合せ受付	5分	5分
振り分け	5分	5分
担当挨拶TEL	5分	5分
来店誘導	**-**	**5分**
現場調査	**60分**	**120分**
建物診断報告書	**-**	**60分**
お見積り作成	**-**	**60分**
カラーシミュレーション	**-**	**30分**
準備/ロープレ	**-**	**30分**
商談	**-**	**90分**
追客	**-**	**60分**
成約	5分	5分
移動時間	**60分**	**180分**

ワンプライス塗装モデルは本当に儲かるのか？！①

■営業マンの施工管理フロー例

施工管理フロー	所要時間（ワンプライス）	所要時間（従来）
着工挨拶	30分	30分
塗料の運搬×2	-	**180分**
中間検査	-	**30分**
追加分発注	-	**20分**
完工検査	30分	30分
清掃	30分	30分
連絡	-	**60分**
移動時間	**60分**	**180分**

■ワンプライス塗装モデルの商品構成例（180㎡/足場代込）

項目	売価	粗利
外壁塗装	47.1万円	30%
屋根塗装付加	59万円	30%
オプション		
付帯部付加	10万円	34%
コーキング付加	15万円	34%
塗料グレードアップ	10万円	34%

ワンプライス塗装モデルの商品構成はなんとこれだけです！

「1棟塗装59万円」を設定することで、集客数・成約率UPと稼働量を削減することができます。

ワンプライス塗装モデルは本当に儲かるのか？！②

■ワンプライス塗装モデルの資金シミュレーション

従来の塗装モデル		1年目（単位：千円）	2年目（単位：千円）	設定条件
★１店舗あたり損益計算書（例）	売上高	10,000	20,000	営業1名あたり5000万円
	（営業マン数）	2名	4名	
	粗利高	3,500	7,000	粗利率35%
	営業人件費	1000	2,000	営業1名あたり500万円
	事務人件費	120	240	事務1名あたり120万円（パート）
	広告宣伝費	700	1400	目安 粗利高対比15％～20%
	地代家賃	240	240	月20万円
	初期投資償却	200	200	400万円を2年償却
	HP構築	150	0	
	システム経費	0	0	
	その他経費	480	720	営業１名あたり240万
	経費計	2,890	4,800	
	営業利益	250	1840	
	（営業利益率）	3%	9%	

ワンプライス塗装モデル		1年目（単位：千円）	2年目（単位：千円）	設定条件
★１店舗あたり損益計算書（例）	売上高	10,000	20,000	営業1名あたり5000万
	（営業マン数）	2名	4名	
	粗利高	3000	6000	粗利率30%
	営業人件費	1,000	2,000	営業1名あたり500万円
	事務人件費	120	240	事務1名あたり120万円（パート）
	広告宣伝費	750	1500	目安：粗利高対比15％～20%
	地代家賃	0	0	
	初期投資償却	0	0	
	HP構築	150	0	
	システム経費	0	0	0
	その他経費	480	960	営業１名あたり240万
	経費計	2,500	4,700	
	営業利益	80	880	
	（営業利益率）	1%	4%	

ワンプライス塗装モデル成功の秘訣はWeb集客と営業です！①

最後にワンプライス塗装モデル成功の秘訣をお伝えします。ポイントは2点、①Web集客と②営業力です。

■月20件以上集めるWeb戦略

従来の塗装集客では、主に反響型HPを活用し、Web集客を行っている会社が多いと思います。それに対し、ワンプライスモデルでは、「価格」「安さ」を長所とし、他社と差別化を図っているので、その長所を最大限を活かし、集客を行います。方法としては、LP×広告戦略です！「安さ」を追求したLPに対し、的確なターゲティングを行った上で、HPにユーザーを流入させます。集客用LPのポイントは「ターゲットに適したデザイン」と「安さというコンセプトの統一性」です。

ワンプライス塗装モデル成功の秘訣はWeb集客と営業です！②

ワンプライス塗装モデルの営業におけるポイントは「知識0でもできるアプローチブック」です。

塗装営業経験者だけでなく、事務員も含めて、誰でも売れる仕組みを作ります。そのために、従来の塗装業態の営業フローよりも簡素化させながらも、限られた対応時間で即成約できるように仕組みを整えます。

ワンプライス塗装モデルは、安さを強みにし、即成約することを可能にするモデルです。反面、従来の塗装モデルとは異なり、長期追客は行いません。

なので、現場調査～初回商談でお客様に成約いただくことができる仕組みとトークフローを全て揃えることで営業マンから事務員様まで誰でも使いこなせるようにします。

ワンプライス塗装モデルが成功する

最新ノウハウとポイント

月20件以上の見積を提出する集客術

ポイント1 毎月**塗装案件**が**20件以上**
生み出す低価格帯専門の塗装**LP**

ポイント2 閑散月でも**20組集める**塗装集客戦略

ポイント3 1件あたり**2万円以下**で**集客**！
超効率的にお客様を集める仕組みを**大公開**

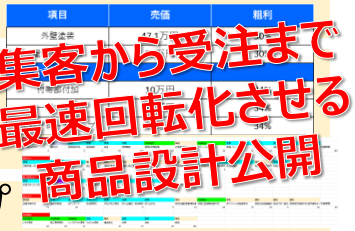
追客なしでも50%受注できる営業ツール

ポイント1 激戦区でも勝てる**即成約**！
魔法の**アプローチブック**を大公開

ポイント2 **職人**でも**未経験**でも**即戦力**が可能
知識＆技術不要の営業㊙必勝本

ポイント3 **追客なし**！現場調査～初回商談で
成約できるトークフロー

集客から受注まで高回転化させる仕組み



ポイント1 **1棟59万円！**
初回商談で売れる商品設計

ポイント2 低価格なのにコストをコントロール
粗利30%以上の商品構成方法大公開

ポイント3 ライバルと戦っても勝てる商品ラインナップ
誰でも売れる売り方、見積書大公開

新ビジネスモデル【ワンプライス塗装店】セミナー【問合せNo.S091341】

講座	セミナー内容
第1講座 13：00 ～ 13：50	**塗装業界の最新時流『ワンプライス塗装』のビジネスモデル大公開** 塗装業界の競争が激化する中で、いたってシンプルな状態が生まれています。『価格競争』です。そんな中、『価格競争』をしない【ワンプライス塗装】という顧客に選ばれ利益を生み続けるビジネスモデルを大公開いたします。
第2講座 14：00 ～ 15：00	**激戦区福岡で塗装事業新規参入2年目で年商2億円！成功ノウハウ大公開！** 激戦区福岡でも急成長を遂げている福岡ペイントの代表取締役新見健造氏に成功ノウハウを大公開していただきます。
第3講座 15：10 ～ 16：00	**月に30件以上問い合わせがくるWeb集客手法大公開** 『SEO』,『リスティング広告』,『SNS』。。。どれから手を付ければよいかがわからないWeb集客。正しいWeb集客の戦略から戦術まで大公開します。
第4講座 16：10 ～ 16：30	**これからの塗装業界で『勝つ』会社になるために** これからの塗装業界で『勝つ』会社になるために全国150の塗装会社の経営データから分析し、お伝えします。

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
塗装ビジネスチーム　リーダー
東海 聡大

株式会社福岡ペイント
代表取締役
新見 健造 氏

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
塗装ビジネスチーム
守山 陸渡

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

開催要項

※全日程とも内容は同じです。ご都合の良い日程をお選びください。

日時・会場

東京会場
オンライン
開催

第1日程　2022年10月11日(火)　（株）船井総合研究所 五反田オフィス
〒141-8527東京都品川区西五反田6-12-1　[JR「五反田駅」西口より徒歩15分]
お申込み期限 10月6日(水)　開始 13:00 ▶ 終了 16:30

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。
また最小催行人数に満たない場合、中止させていただくことがございます。尚、中止の際、交通費の払戻し手数料等のお支払はいたしかねますので、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けますようよろしくお願い申し上げます。

第2日程　2022年10月15日(土)　オンライン
お申込み期限 10月11日(火)　開始 13:00 ▶ 終了 16:30
※ログイン開始12:30より

第3日程　2022年10月18日(火)　オンライン
お申込み期限 10月14日(金)　開始 13:00 ▶ 終了 16:30
※ログイン開始12:30より

2022年10月15日、18日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**)/1名様

会員価格　税抜 8,000円 (税込 **8,800円**)/1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。尚、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日前までにマイページよりキャンセルをお願いいたします。それ以降は下記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みに適用となります。

お申込み方法

下記二次元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)、右上検索窓にお問合せNo.091341を入力、検索ください。
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。

お問い合わせ先

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）
●申込に関するお問い合わせ：横田
●内容に関するお問い合わせ：東海

Webで申し込み

右記の二次元コードを読み取っていただきWebページよりお申し込みくださいませ。

船井総研　ワンプライス塗装セミナー