

【賃貸仲介・管理業界】のための 先進企業視察2024

視察日程・開催時間

申込み期限 4月11日(木) 23:59まで

集合場所 ANAクラウン
プラザホテル京都

2024年 **4月15日** (月)

集合 11:00 ▶ 解散 16:30 (受付開始 10:30より)

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、
会場はメールにてご確認ください。
※移動中の交通事情により解散時刻がずれ込む場合がございます。ご了承くださいませ。
※最小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、
交通費の払い戻し手数料等のお支払いはいたしかねますので、ご了承くださいませ。

受講料 一般価格 税抜 50,000円(税込 **55,000円**) / 一名様 会員価格 税抜 40,000円(税込 **44,000円**) / 一名様

賃貸管理ビジネス研究会会員: 1名様無料、2名様目以降40,000円(税込44,000円)/1名様

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。
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、会場はメール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場合がございます。
尚、中止の際、交通費の払い戻し手数料等のお支払いはいたしかねますので、ご了承くださいませ。

講座内容詳細は中面をご覧ください！

第1講座

1店舗1億円を実現する「高収益」賃貸仲介モデル

株式会社船井総合研究所 建設・不動産支援本部 不動産支援部 賃貸グループ 原 雅也



第2講座

**高収益賃貸モデルで結果を出すための
「経営戦略本部チーム」の全貌公開**

第3講座

5年で25店舗出店を実現するエリッツ社内視察

株式会社エリッツ 取締役営業部長 小林 健二氏



店舗・本社 オフィスツアー

第4講座

**60店舗超の多店舗マネジメントでも安定売上を
実現できる秘密**

株式会社エリッツ 代表取締役社長 佐々木 茂喜氏



第5講座

**あなたの会社での
「高収益」賃貸仲介モデルの進め方**

株式会社船井総合研究所 建設・不動産支援本部 不動産支援部 賃貸グループ マネージャー 宮下 一哉



お申込み方法について お申込みは右のQRコード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サイトからお申込みいただくか、下記のURLからアクセスしてお申込みください。

研究会事務局:研究会メールアドレス **chintai-kanri@funaisoken.co.jp**

【TEL】03-6212-2931(平日9:30~17:30)

●申込みに関するお問い合わせ 市丸夏葉(イチマルナツナ) ●内容に関するお問い合わせ ラインさん(フリガナ)

※お電話・メールでのセミナーお申込みは承っておりません。また、お問い合わせの際は「お問い合わせNo.とセミナータイトル」をお伝えください。

※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。



昨年6月上場* 急成長企業の現地視察！

※東京証券取引所スタンダード市場(以下、東証スタンダード市場)

賃貸のエリッツ 視察ツアーin京都

賃貸のエリッツ

店舗数
62店舗

従業員数
250名以上

粗利1店舗
1億円

5年で
26店舗出店

62店舗を運営する本部を 直接体感できるまたとないチャンス！

成長の
秘密
01



反響専任チーム

成長の
秘密
02



Web戦略室

成長の
秘密
03



DX

成長の
秘密
04



本部管理体制

賃貸のエリッツ

株式会社エリッツ
代表取締役社長

佐々木 茂喜氏

賃貸管理ビジネス研究会主催 先進企業視察2024 お問合せNo.S109210

2024年 **4月15日** (月) (受付開始10:30~)
申し込み締切 2024年4月11日(木)23:59まで

一般価格:50,000円(税込55,000円) 会員価格:40,000円(税込44,000円)

賃貸管理ビジネス研究会会員:1名様無料、2名様目以降40,000円(税込44,000円)/1名様

従業員数 **480名** 年間売上 **48億円** の

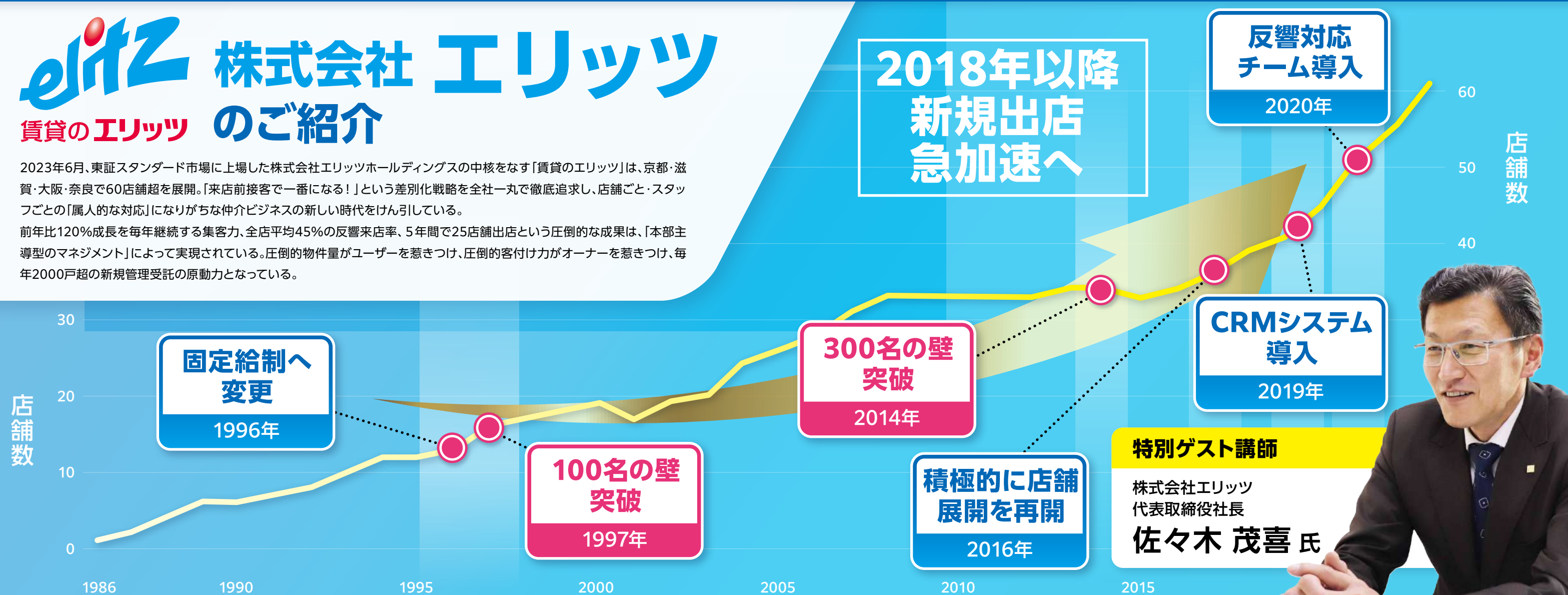
株式会社エリッツホールディングスの中核「賃貸のエリッツ」の急成長の秘密 **大公開!**

株式会社 エリッツ

賃貸のエリッツ のご紹介

2023年6月、東証スタンダード市場に上場した株式会社エリッツホールディングスの中核をなす「賃貸のエリッツ」は、京都・滋賀・大阪・奈良で60店舗超を展開。「来店前接客で一番になる!」という差別化戦略を全社一丸で徹底追求し、店舗ごと・スタッフごとの「属人的な対応」になりがちな仲介ビジネスの新しい時代をけん引している。

前年比120%成長を毎年継続する集客力、全店平均45%の反響来店率、5年間で25店舗出店という圧倒的な成果は、「本部主導型のマネジメント」によって実現されている。圧倒的物件量がユーザーを惹きつけ、圧倒的客付け力がオーナーを惹きつけ、毎年2000戸超の新規管理受託の原動力となっている。



エリッツ成長の

7つの
スゴイ

CONTENTS
01

圧倒的成果を出す仕組み

一般的店舗

店長がプレイング
マネージャー

エリッツ流

本部主導型の
PDCAサイクル

CONTENTS
02

組織づくり

一般的店舗

全員営業で
横一線の組織

エリッツ流

全体最適で
組み立てる
組織づくり

CONTENTS
03

DX

一般的店舗

属人的な顧客管理と
アナログ的な
数値管理

エリッツ流

顧客管理・数値
管理をデジタル
ツールに託す

CONTENTS
04

掲載数

一般的店舗

~1,000件
※1店舗あたり

エリッツ流

常時掲載数

2,000件
※1店舗あたり

CONTENTS
05

反響数

一般的店舗

80件/月
※1店舗あたり

エリッツ流

1店舗あたり(約)

150件/月
※1店舗あたり

CONTENTS
06

反響来店率

一般的店舗

20%

エリッツ流

店舗平均

45%

CONTENTS
07

来店成約率

一般的店舗

40~45%

エリッツ流

店舗平均

69.1%



視察企業インタビュー！ 賃貸のエリッツ 代表取締役社長 佐々木茂喜氏へ インタビュー！

圧倒的な集客力トップクラスを確立し 昨年6月東証スタンダード市場に上場した「賃貸のエリッツ」

業績拡大のための「主客数」を最大化させて地域圧倒的1番店になるための「組織づくり」と「デジタルツール活用」、「最新の賃貸仲介オペレーション」の全容を語る

今回は京都市にある「株式会社エリッツ」
本社にお邪魔し、5年で25店舗も
新規出店された代表取締役佐々木茂喜氏に
業績拡大の「仕組みづくり」「秘訣」について
インタビューしてみました。

宮下 いつもありがとうございます。本日は、エリッツ様の急成長の秘密を、ぜひくばらんにお聞かせください。

エリッツ様は京都・滋賀・奈良・大阪エリアで直営62店舗を展開され、地域圧倒的シェアを確立していると思いますが、最近の数値実績はいかがでしょう？「コロナの影響」などはございますか？

佐々木 コロナの影響を受けたというほど、業績には影響していませんね。むしろ売上・営業利益は毎年成長しているので、積極的に新規出店にも力を入れていますよ。

宮下 5年で25店舗も出店されているなんて、凄い成長スピードですね。
では「コロナ禍における「変化」は特になかったのでしょうか？

佐々木 もちろん、変化は色々ありました。例えば「飛び込み来店」なんかは極端に減少しましたね。

宮下 なるほど、確かにお客様の動きが慎重になりましたよね。
気軽に外を歩けないなんて時期もあったりしながら、多くの仲介店舗では来店予約必須にして感染症対策を行ないながら営業

をされていました。

佐々木 今の「飛び込み来店客」はポータルサイトや当社のホームページなどでじっくりと調べてから興味を持った物件に対してお問い合わせをする「反響顧客」に移り変わっていますね。

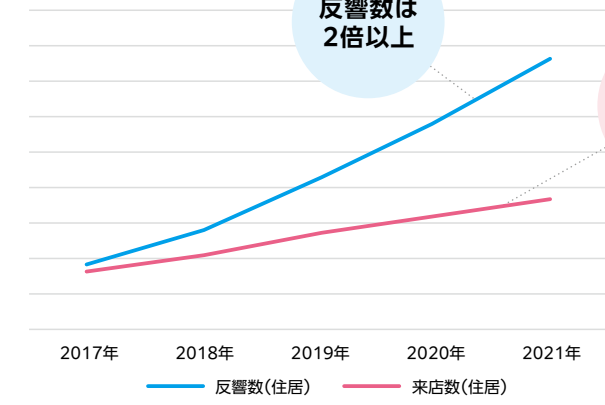
勝負は「来店後」から「来店前」へ

コロナの影響で飛び込み来店顧客が反響顧客へと移り変わり、反響対応・追客対応業務が急増。そして、いかに広告掲載の時点で他社と差別化できているかが重要になってきている！

佐々木 この表のグラフは2017年度から2021年度の「反響数」と「来店数」を表したグラフです。ちょっと見てみて下さい。

宮下 反響数の伸びは凄まじいですが、来店数の伸びは反響数通りに比例していませんね。コロナ禍において飛び込み来店が減りお客様がより反響を鳴らすようになりますし…。

反響数・来店数推移



しかし
来店数は
35%増
止まり

反響数は
2倍以上

- ①「掲載漏れ」についてのポータルサイト掲載エラーチェック
- ②物件PRコメント、備考コメント、周辺施設登録、パノラマ登録、室内写真登録等が「100%」行なわれているかの確認
- ③自社掲載している掲載物件数のチェック
- ④他社が掲載している、自社が掲載していない物件の調査・リスト化
- ⑤満室物件についての電話物調

などなど、自社・競合他社の物件掲載を常に追いかけることが役割になってますね。

宮下 スタッフ数・店舗数が増えても「一定の高い質を保つためには、それぞれの役割に応じた「ルーティン業務」が整備され、日々正しく遂行できる「環境の構築」が必要ですね。

エリッツ様は組織で仕組み化されているので、多店舗展開になっても業績を拡大しつつづけているのにはこうした秘訣があるのですね！

佐々木 そうかもしれませんね…！

社で決めた水準を満たしているかを確認し、WEB戦略チームが各店舗へ「数値データ」を元に指示を出すことで、実店舗で稼働する営業スタッフは「何をいつまでにどうすべきか」を確実にこなすことができるようになっています。

1人で複数の種類の業務を抱えこまない、全部できるスーパー営業スタッフの「マンパワー」に頼った店舗運営に陥らないように仕組み化していることがポイントです。

一人あたりの平均反響数が増加しているのが要因ですかね？

佐々木 そうだと思います。「コロナ禍が終息してもこの流れは変わりません。なので」いかにエリッツが掲載している物件に興味を持ってもらえるか「より多くのお客様に反響を鳴らしてもらうか」が重要と考え、他社と差別化をはかるべく物件掲載に力を入れています。

宮下 時流に基づいたデータを元に仮説を立て、「来店前」のお客様を呼び込むための「集客」に力を入れるという戦略を立てられたんですね！

具体的には、どういった取り組みから着手されたんですか？

佐々木 集客に関する業務を「各店舗に任せきり」にする「営業スタッフに任せる」というのは止めて、本部主導で戦略を練り、各店舗に指示を出す形で動いてもらうのが良いと考えました。

各店舗で任せきりにすると、ポータルサイトに掲載している物件写真の質などにも差が出るでしょうし増してや競合他社に勝つための調査や分析などやりきれないでしょうし。

WEB戦略チームの立ち上げ

集客業務のみに特化したプロ集団を結成
反響数を上げるためのWEB戦略チームの役割とは？

佐々木 まずは本部に「反響数を伸ばすこと」に特化した部隊の「WEB戦略チーム」を立ち上げました。その役割は主に4つです。

- ①社内トップが定める事業戦略の方向性を裏付けるデータ収集と分析
- ②自社と競合他社の物件掲載数調査の徹底比較
- ③自社の各店舗で掲載しているポータルサイトの物件写真の質・量・鮮度のチェック
- ④各ポータルサイトの広告費用対効果を調査し自社運用水準額とのギャップを確認

賃貸仲介店舗を運営する上で、非常に重要な役割を担っています。

宮下 まずは「組織づくり」から着手され、分業体制にして戦略チームを組むことで集客力を徹底的に伸ばすことに注力されたんですね。

京都・滋賀・奈良・大阪と広いエリアで62店舗を展開するエリッツ様がどの店舗においても、競合他社に負けずに一定の反響数を上げることができるのは、集客に関するデータを日々収集し、傾向を分析し、本部から各店舗に指示を出す仕組みを構築されているからですね！

佐々木 また、WEB戦略チームの業務の中では「RPA」も上手く活用していますよ。

他社が掲載している、自社が掲載していない物件などは自動でリストアップできるようにシステムを組んでいたりますね。競合他社の広告掲載状況も把握できるよう「RPA」を活用しています。

宮下 非常に上手くデジタルツールを活用されているんですね。重要なのは、ただ「システム

RPAから抽出する自社物件の調査リスト

WEB戦略チームのルーティン業務

日々の業務や「日の流れ」を一部ご紹介！
集客力アップのプロ集団の動きにフォーカス

宮下 具体的にWEB戦略チームが行っている日々の業務について教えていただけますか？

佐々木 「WEB戦略チーム」が行なう日々の業務の一部をご紹介しますね。

集客に関するこのみを議題とする週1回の「集客力UP会議」で本部・エリアマネージャーと情報共有

数値データを元に、集客に関する経営判断事業戦略の立案

宮下 気になったことに、WEB戦略チームの役割として「社内トップが定める事業戦略の方向性を裏付けるデータ収集と分析」というのがあったのですが、具体的に社内トップの経営陣の皆さまは、WEB戦略チームからどのような情報をどのタイミングで共有を受けているんでしょうか？

佐々木 毎週月曜日に「回」集客力UP会議」を実施しているんですよ。

会議メンバーはWEB戦略チーム・本部・エリアマネージャーですね。主に議題は3つで

①各店舗の進捗状況・反響傾向の共有

②各店舗の課題と対策

③本部で定める事業戦略・各ポータルサイトでの広告額設定

について情報共有しています。

宮下 なるほど……集客に関する会議を週次で行なうことで本部も状況把握しながら、次のアクションに向けて施策を練るのですね。

「集客」「営業」「商品」と、ビジネスモデルにおける重要な3つの要素を分業化して完全な戦略部隊を立ち上げ、それぞれの部隊が役割を突き詰めることができるように本部が中心となってワンチームに変えてい

くことが成功の秘訣ですね。

佐々木 そう思います。弊社の「WEB戦略チーム」の設置経緯、役割、業務内容からは、そういうことが言えますね。

宮下 ありがとうございます。WEB戦略チームの設置の裏側や、具体的な業務内容が分かってきました！



宮下 「WEB戦略チーム」による仕組み化された組織とルーティン業務によって来店前のお客様に向けた施策を徹底されていることが分かりました。

1人が複数種類の業務を抱え込まずに、「自分の専門分野」で決められたことを確実にこなすことができる体制こそが、エリッツ様の「集客NO.1戦略」の仕組みですね！

②個々の営業スタッフが、自分が営業をかけた顧客のみに反響対応・追客をしてしまっており、「店舗の業績」を考えず自分の売上アップに注力してしまっていた

③他の業務もあるので忙しくて追客に手が回らない

④反響対応・追客システムをフル活用できない

宮下 そこで社内本部に「メール反響対応チーム」を設置したんですね！反響対応のプロ集団が、とにかく早く反響対応を行ない、反響顧客を「来店」に繋げるまでを担当することで営業スタッフの皆さんが接客からフォローアップに専念してもらうことができるようになったことが、営業力の質を一定以上担保することに繋がったんですね！



佐々木 自分も改めて整理できました(笑) 反響数をWEB戦略チームの設置で伸ばせたのですが、次の課題が「来店していただくこと」でした。課題に対応すべく「メール反響対応チーム」も本部に作ったんですね。

「全店で平均反響来店率4.5%」を実現するのにその取り組みが非常に重要でした。

宮下 62の仲介店舗全店で「平均反響来店率4.5%」を維持されているのは、凄いですよ。その成功の力ギにあるのが「メール反響対応チーム」なんですね！

佐々木 はい、そうですね。そもそも、自社に反響が来るように、他社にも反響は来ますよね。こうした反響からの来店が競合他社に流れずに、自社に来店してもらうための施策に注力すべきだと考えたんですね。

宮下 ①物件のよさをWEB上でしっかり伝え切る

②いかに競合よりも早く反響対応・追客ができるか

③反響顧客に合わせた「顧客にささる対応・追客」

ができるって重要ですよ。

実はたったこれだけだと思うんですけど自社でやり通せている会社様は多くないのが実情ですよ。

佐々木 そうですね。当社もそうだったんですけど「属人的な反響対応・追客になっっている」「営業スタッフが片手間に反響対応・追客をしている」という2つの理由で、なかなか反響来店率が上がらなかったんですね。

宮下 属人的な反響対応・追客をしている状

「バストレージ」とは？

既存のCRMシステムから、自社の長年仲介店舗を運営してきたノウハウと組織体制に合わせたツールを独自に開発・導入！

佐々木 反響対応専任チームを設置後、更なる反響来店率アップのためにできることは何かを考えたときに長い経験で培ったノウハウを活かして反響対応・追客システムを自社開発したんですね。

開発してくれた会社の名前(VAST)を冠して、「バストレージ」と名付けました。

宮下 反響対応システムまで自社開発されて、徹底的に反響来店率アップを目指して注力されたんですね。徹底ぶりが凄いです(笑)

佐々木 反響対応・追客をする上で本当に必要な機能を搭載して、各店舗に来店する顧客の「部屋探し希望条件」などの大切な情報を各店舗の営業マンに早く・正確に伝えられるという、「メール反響対応チームのためのシステム」です。

宮下 バストレージの開発・導入後、反響来店率は62店舗で平均4.5%となり、メール編反響が主体となつてなかなか来店にならない時代でも、高い反響来店率を維持されているのは凄いですね。

本日は、エリッツ様の取り組み事例について貴重なお話を沢山お伺いできました。ありがとうございます。

態では、反響対応や追客に良し悪しの差が生まれてしまいます。

「定の質を担保した反響対応・追客を行なうには状況やバリエーションに合わせて過去にウケの良かった反響対応メールを参照できる環境なんかを構築しつつ、メール反響対応チーム」を置くことが必要ですね。これらはすべて「反響来店率アップ」に繋がると感じます。

また、営業スタッフの方々が片手間に反響対応・追客をしている状態では、競合他社に初回反響対応のスピードが遅れてしまつて反響対応しても来店には繋がりませんし、他の業務も忙しいなかでは追客に手が回らなくなるという負のスパイラルに陥ってしまいます。

佐々木 反響対応専任者を配置する。すると、反響客が競合他社に流れる前に反響対応・追客できるので、営業スタッフが接客からフォローアップと「本来の営業業務」に注力できますね。



おわりに

「業績を伸ばし続ける企業」には「組織力」が必要であり「有事で成長する企業」には「実行力」もあることがお分かりいただけたと思います。

今回、特別に成長し続けるエリッツの全容を視察する機会を佐々木社長にいただきました。次のページに「視察の見どころ」をまとめていますので是非ご確認ください。



株式会社エリッツ
代表取締役社長
佐々木 茂喜 氏

賃貸不動産仲介事業で、京都・滋賀エリアでNo.1の店舗数・取扱物件数を誇る。
マンション管理部門・テナント部門・法人部門・仕入れ部門にも専門特化し、更なる事業領域の拡大、新規事業へのチャレンジに邁進している。



株式会社船井総合研究所
建設・不動産支援本部 不動産支援部 賃貸グループ マネージャー
宮下 一哉

「地域密着型マーケティング」「人材を育てるマネジメント」の導入などにより、中小の賃貸仲介管理会社の業績アップを支援している。「聞くこと」を重視し、経営者の「想い・ビジョン」を「カタチ」に変えて現場リーダーに落とし込むことで社内一体化を進めていく手法が好評を得ている。
1年300日以上を「現場」で費やし、全国各地で業績アップのコンサルティングを行なう一方、全国賃貸管理ビジネス協会、宅建協会などでの講演を多数行なっている。

賃貸仲介ビジネス最先端時流がここにある！

賃貸のエリッツを丸裸にする1日



CONTENTS
01

1店舗1億円を売り上げる 高収益型賃貸仲介ビジネスモデル

賃貸仲介店舗の年間売上は、郊外エリアで3000～5000万円(都市型なら5000～7000万円)が一般標準。そんな「常識」を打ち破るのが「デジタル徹底活用」で生まれる新しい賃貸仲介モデルです。是非ご自身の目と耳とカラダで、これまでのやり方の壁を打ち破るための「体感」をしてください。



CONTENTS
02

店舗まかせの属人的マネジメントから脱却！ わずか5年で25店舗出店できた秘密

上場を視野に入れ、本格的に店舗展開し始めた2018年から、わずか5年で25店舗を出店して62店舗達成。各店長主導のマネジメントから「本部主導型マネジメント」に転換し、会社を挙げて「来店前に勝つ」ことを徹底する戦略の秘密を知れば、あなたの会社でもスグに実践できます。



CONTENTS
03

デジタル×組織力で生産性大幅アップ 反響対応数10倍!、反響来店率2倍!

「スマホ・チャット・動画」の時代に、パソコン・メール・テキストを主体とするやり方では消費者のニーズに追いつけません。「分業型ワンチーム」の時代に、属人型ワンオペでは社員が疲弊するだけで成果が上がりません。「デジタル×組織力」で生産性アップする方法を、真似から始めて徹底しましょう。



CONTENTS
04

賃貸不動産ビジネス基盤での 上場企業の本部が見れる!

賃貸のエリッツも含めた「エリッツホールディングス」の本部ビルには「どんな組織」があり、「どんな会議」が行なわれているのか。上場企業の本部視察で体感しましょう。



視察ツアーの参加をご検討の皆様へ

ここまでお読みくださり、ありがとうございます。株式会社船井総合研究所の宮下と申します。賃貸のエリッツ様の経営コンサルティングを担当させていただいております。20年超にわたって賃貸不動産ビジネスのコンサルティングに従事させていただくなかで、「経営のヒントは現場にあること」を確信しています。今回のような視察ツアーは「全国トップクラスの実績を誇る賃貸仲介会社さまから直接の学びを得られる」という大変貴重な機会です。是非この機会に社員の方々と一緒にご参加いただき、多くの学びを持ち帰っていただければ幸いです。

船井総合研究所 建設・不動産支援本部 不動産支援部 賃貸グループ マネージャー 宮下 一哉



視察ツアーの見どころポイント11選!

- ✓ 「1店舗1億円」を売り上げる賃貸仲介の仕組み
- ✓ 62店舗の運営を安定的に成長させる本部機能
- ✓ 業界平均の2倍! 「反響来店率45%」を実現する秘密
- ✓ CRMツール、クウンドカレンダー活用での顧客情報伝達
- ✓ RPA導入で前年比120%を実現し続けるWeb戦略
- ✓ IT重説を効率化する申込でのデジタル活用
- ✓ オンタイムでの数値実績集計をシステム化して分析力アップ
- ✓ トップダウン型の集客会議・反響会議でKPIを徹底管理
- ✓ 部長・課長・店長のマネジメント力を最大化できる秘密
- ✓ 若手リーダー・若手社員が活躍する人財活用の仕組み
- ✓ 多店舗運営を安定的に成長させる本部機能

タイムスケジュール

- 10:40 開場
- 11:00 ビジネスモデル解説講座
- 11:40 Webチーム講座
反響チーム講座
来店チーム講座
- 14:00 本部視察
- 15:30 トップ講座
- 16:00 まとめ講座

交通アクセス

新幹線でお越しの方

京都駅 地下鉄烏丸線 烏丸御池駅 地下鉄東西線 二条城前駅

約15分

お車でお越しの方

- 京阪「三条駅」から約15分
- 大阪「伊丹空港」から約60分
- 京都東インターチェンジから約20分
- 京都南インターチェンジから約20分

※100台収容できる駐車場がございます

集合場所

ANAクラウンプラザホテル京都
市営地下鉄「二条城前駅」2番出口を右へ徒歩 約1分

開催要項

2024年4月15日（月曜日）

集合場所：ANAクラウンプラザホテル京都

日時・会場

開催
時間

集合 11:00 ▶ 解散 16:30（受付開始10:30～）

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、会場はメールにてご確認ください。
※移動中の交通事情により解散時刻がずれ込む場合がございます。ご了承くださいませ。
※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いたしかねますので、ご了承くださいませ。

受講料

一般

50,000円（税込55,000円）／1名様

会員

40,000円（税込44,000円）／1名様

賃貸管理ビジネス
研究会会員

1名様無料 2名様以降40,000円（税込44,000円）／1名様

下記口座に直接お振込ください。
お振込先 三井住友銀行（0009）近畿第一支店（974）
普通 5785100 カ)フナイツゴウケンギョウシヨ セミナークチ

●ご入金の際は、税込金額でのお振込みをお願いいたします。受講料のお振込みは、お申込み後速やかをお願いいたします。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、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く場合がございます。●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メンバースPlus）へご入会中のお客様のお申込に適用となります。●ご参加を取り消される場合は、開催3日前までに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。

*開催4日前までに記載の振込先口座へご入金いただきますようお願い申し上げます。

お申し込み
方法

お申し込み方法は2種類ございます。

1. 【下記QRコードの読み取り】→【申し込みフォームへの入力】の順にお進みください。
2. 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.【109210】を入力、検索ください。

お問い合わせ



Funai Soken 株式会社船井総合研究所

研究会事務局 chintai-kanri@funaisoken.co.jp
TEL:03-6212-2931（平日9:30-17:30）

- 申し込みに関するお問い合わせ：市丸夏菜（イチマル ナツナ）
- 内容に関するお問い合わせ：服部映美（ハットリ エミ）

お申し込みはこちらからお願いいたします。

2024年4月15日（月）
賃貸管理ビジネス研究会主催
先進企業視察2024

お申し込み期限：2024年4月11日（木）23:59まで

