

新規ビジネスを検討中の
浄化槽維持管理業向け

浄化槽事業者が トイレ交換で 年商+1億円

2024年
9月24日(火)・25日(水)・26日(木) 3時間で成功事例を解説!
オンライン開催セミナー
【時間】14:30~17:30 (ログイン開始:開始時刻30分前~)



株式会社みつみ環境(新潟県三条市)
代表取締役 佐藤 雅司 氏

人は増えず売上も伸び悩み…。
そんな状態を打破したくて始めた新事業。
本当にやってよかったです!

会社の売上も再成長して

152%UP

2.5億円→4億円

浄化槽業向けトイレリフォーム専門店ビジネスモデルセミナー

お問い合わせNo.S117626

主催

サステナブルな成長を。 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



当社ホームページ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。) → 117626

【業績向上事例 解説レポート】 浄化槽維持管理業から「トイレリフォーム専門店」 を立ち上げて売上+1.2億円！

<目次>

- ・売上は何年間も横ばい。
若い人材は増えず、ベテラン社員の待遇も上げられない。
- ・まず挑戦したのが「お困りごと解決サービス」。
しかしその結果は・・・
- ・失敗を反省する中で偶然目に入った光明。
それはなんと...「トイレのリフォーム」？
- ・その時タイミング良く舞い込んできた案内。
「トイレリフォーム専門店で年商1億円！」
- ・挑戦を決めた矢先に、社内から反発の声。
それでも説得し続けて前進していたら...
- ・店づくりにチラシづくり、ホームページ、営業のやり方。
我流はできるだけ抑えて成功事例に忠実に。
- ・社員の離職やコロナショック。
いろんな課題を乗り越えながら着実に成長へ。
- ・既存事業とのシナジー効果で、
これまで以上にお客様と社員に喜ばれる会社に。

【付録】誌上コンサルティング

なぜ、いまトイレリフォーム専門店が伸びているのか？

浄化槽維持管理業から 「トイレリフォーム専門店」を 立ち上げて売上+1.2億円！

人材も集まり3年間で 会社全体の売上も再成長
社員20名→28名 2.5億円→4億円

株式会社みつみ環境

代表取締役 佐藤 雅司 氏

1982年生まれ。2007年に株式会社みつみ環境に入社し、2017年に同社の代表取締役就任。本業の伸び悩みを打破するために新規事業の「トイレ・機器交換リフォーム専門ブランド「住まいるみつみ」を立ち上げ現在に至る。



売上は何年間も横ばい。
若い人材は増えず、ベテラン
社員の待遇も上げられない…。

「このままじゃダメだ！」

会社の代表を引き継いでからの私は、常にそんな焦りを感じていました。

私の会社は新潟県三条市という場所で、昭和60年頃から浄化槽業を中心に、廃棄物処理・収集運搬業をやってきました。

浄化槽の事業は、急激に業績が落ち込むことはないものの、自治体の許認可事業ゆえに大きく成長することもない。

さらに少子高齢化で世帯数は減っている上に、下水道が普及すれば

マーケットはますます縮小する。
業界のイメージ的に採用が難しい
ことも悩みでした。

若い人材が採れないから古参のベテラン社員頼みになってしましますが、そもそも会社が成長しなければ、その社員達の待遇を良くすることもできません。

「何か、新しいことを始めないと。」

会社を成長させるためにも、イメージを変えるためにも、とにかく新しい事業を見つけようと私なりに必死に考えていました。

続きは次のページへ

まず挑戦したのが「お困りごと解決サービス」。 しかしその結果は・・・

そして2016年に「5,000件以上いる自社の浄化槽のお客さんに向けて、別のサービスも提案することで売上を増やそう」という狙いで、

「お困りごと解決事業」を立ち上げました。

蛇口交換や草刈り、水漏れ修理、ハウスクリーニングなど「どこに頼んで良いかわからない」という住まいのお困りごとに対応するサービスです。

喜んでくれるお客様もいたものの、1件の依頼で上がる売上はせいぜい数万円ですから、販促にかかる経費さえ賄えなかったのです。また、途中で事業を任せた社員の1人が退職してしまったことも痛手でした。

お困りごと解決サービスは社員自ら作業をする仕事が多く、いわば人に仕事が付いている状態でしたから、頼みの社員がいなくなるとサービスをまともに提供することができなくなってしまったのです。



「どこに頼んで良いかわからない住まいの小さなお困りごとを解決します」というコンセプトで、単価数千円～数万円のメニューを出るだけ多く取り揃えてみた。喜んでくれるお客様も多かったのだが、会社の事業として安定的に利益を出すまでには至らなかった。

失敗を反省する中で偶然目に入った光明。それはなんと…「トイレのリフォーム」？

「こんな事業じゃうまくいかないのかな...。」

弱気になりながらそれまでの売上実績表を眺めていると、ある社員の売上だけが頭一つ抜けている月が何度かあることに気が付きました。

ところが、サービスメニューを載せたチラシを作って何度も配布してみても、売上は一向に上がりませんでした。

**「なんでこの月だけ売上が増えて
いるんだっけ？」**

思わず目の前にいたその社員を呼び止めて聞いてみました。

**「社長、それトイレのリフォーム
です。浄化槽のお客さんに“こんな
こともできますよ”って案内してい
たら、最近よく頼まれるようにな
ったんです。1件20万円くらい
の売上だから、4~5件問合せがあ
る月はそれだけで100万円以上
になりますよ。」**

契約日	契約内容	契約金額	売上	利益	営業	担当	備考
2017/09/04	トイレリフォーム	¥22,000	¥22,000	¥11,000	01	石井	
2017/09/05	トイレリフォーム	¥18,000	¥18,000	¥9,000	01	石井	
2017/09/06	トイレリフォーム	¥20,000	¥20,000	¥10,000	01	石井	
2017/09/07	トイレリフォーム	¥15,000	¥15,000	¥7,500	01	石井	
2017/09/08	トイレリフォーム	¥25,000	¥25,000	¥12,500	01	石井	
2017/09/09	トイレリフォーム	¥18,000	¥18,000	¥9,000	01	石井	
2017/09/10	トイレリフォーム	¥20,000	¥20,000	¥10,000	01	石井	
2017/09/11	トイレリフォーム	¥15,000	¥15,000	¥7,500	01	石井	
2017/09/12	トイレリフォーム	¥22,000	¥22,000	¥11,000	01	石井	
2017/09/13	トイレリフォーム	¥18,000	¥18,000	¥9,000	01	石井	
2017/09/14	トイレリフォーム	¥20,000	¥20,000	¥10,000	01	石井	
2017/09/15	トイレリフォーム	¥15,000	¥15,000	¥7,500	01	石井	
2017/09/16	トイレリフォーム	¥25,000	¥25,000	¥12,500	01	石井	
2017/09/17	トイレリフォーム	¥18,000	¥18,000	¥9,000	01	石井	
2017/09/18	トイレリフォーム	¥20,000	¥20,000	¥10,000	01	石井	
2017/09/19	トイレリフォーム	¥15,000	¥15,000	¥7,500	01	石井	
2017/09/20	トイレリフォーム	¥22,000	¥22,000	¥11,000	01	石井	
2017/09/21	トイレリフォーム	¥18,000	¥18,000	¥9,000	01	石井	
2017/09/22	トイレリフォーム	¥20,000	¥20,000	¥10,000	01	石井	
2017/09/23	トイレリフォーム	¥15,000	¥15,000	¥7,500	01	石井	
2017/09/24	トイレリフォーム	¥25,000	¥25,000	¥12,500	01	石井	
2017/09/25	トイレリフォーム	¥18,000	¥18,000	¥9,000	01	石井	
2017/09/26	トイレリフォーム	¥20,000	¥20,000	¥10,000	01	石井	
2017/09/27	トイレリフォーム	¥15,000	¥15,000	¥7,500	01	石井	
2017/09/28	トイレリフォーム	¥22,000	¥22,000	¥11,000	01	石井	
2017/09/29	トイレリフォーム	¥18,000	¥18,000	¥9,000	01	石井	
2017/09/30	トイレリフォーム	¥20,000	¥20,000	¥10,000	01	石井	

依頼内容を眺めていると、「トイレのリフォーム」という依頼が段々と増えてきていることに気が付いた。

**その時タイミング良く舞い込んできた案内。「トイレリフォーム
専門店」で年商1億円！」**

「なるほど、リフォームか..。」

自分なりにアンテナを張っていたからなのか、あるセミナーの案内が目にとまりました。

「新規参入でトイレ・機器交換リフォーム事業を立ち上げて年商1億円アップ...？」

案内を送ってきたのは船井総合研究所（以下 船井総研）。建築未経験の社員で新規立ち上げに成功した事例が聞けるということで話を聞いてみることにしました。



船井総研のコンサルタントとゲスト講師の社長が話した内容は思っていたよりもシンプルで、

- ①「トイレおよび小工事リフォームの専門店」としてブランドを立ち上げる
- ②小さくても良いので看板が目立つ立地に路面店を構える
- ③成功事例を忠実に真似したチラシとホームページで販促する
- ④住設の仕入や協力業者の開拓・

交渉も成功事例のコツを押さえて 行う

⑤1年後にはトイレや機器の交換 を社員で施工できるようにする

というものでした。何よりも、その時点で全国に30社以上の立ち上げ成功事例があるというのを知って、「自分たちにもやれそうだ」と思いました。

挑戦を決めた矢先に、社内から反発の声。それでも説得し 続けて前進していたら…

「社長、また何か始めようとして いるんですか…？」

新しいことに挑戦する時の社員の反応は、大概の場合あまり良いものではありません。

出店投資や販促費用など、今まで会社としてかけたことがない出費に関しては、役員からも「本当に大丈夫なの？」と何度も考え直すように言われました。

それでも自分の直感を信じたこと、ここで踏み出さないと会社は

衰退するだけだと思ったこと、新規事業のために頑張ってくれている社員の気持ちに応えたいと思ったことから、「セミナーで聞いた話を全部そのとおりにやり切ってやる！」と決断しました。

「知識も経験もなく、本当に大丈夫かな…？」

という不安はもちろんありましたが、自社の取引先に住設の間屋をしている会社がいたので話をしてみると、なんとこちらの仕入条件を満たすかたちで協力してもらえることになりました。

それに加えて、会長や自分の知り合いを辿ったり、飛び込みで営業に来てくれた施工業者と話をしていくうちに、工事体制もすぐに形になりました。

「自社施工が必要だっていうなら 私が覚えてみせますよ！」

トイレのリフォームに着目するきっかけをくれた例の社員も、そんな心強い言葉をくれて、実際に

トイレや給湯器の施工を早々に習得してくれました。



新規事業立ち上げ時からのメンバーである田部氏は、未経験ながら積極的に商品知識や工事知識を学ぶだけでなく、施工方法まで短期間に習得した。いまやトイレだけでなく給湯器やエコキュート、コンロなど幅広く施工ができる社員。

こうして機会が整ったことで、以前のお困りごと解決サービス事業は、2018年にトイレ・機器交換リフォーム専門店「住まいるみつみ」として生まれ変わることになりました。

店づくりにチラシづくり、ホームページ、営業のやり方。我流はできるだけ抑えて成功事例に忠実に。

『「できるできない」、「やりたいやりにたくない」など思うところはありますが、まずは成功企業の取り組みに沿って進めましょう。』

船井総研からサポートに来てくれたコンサルタントの方が一番最初に力を込めて言ってきました。

私も経営者として自分なりに考えは持っていたものの、「自社らしさ」とか「自分なりの」という考えや、「できっこない」とか「いきなりそこまでやる必要はないのでは...？」という固定観念を捨てて、チラシやホームページ、店舗の看板からレイアウトまで全部提案されたとおりに実施しました。

あれこれ考えて中途半端にするよりも、「上手くいっている会社がやっていることを徹底的にやりきってやろう。」という考えが根底にあったからです。



結果的にはそうしたことによって自分達でも納得感があり、悔いがないレベルの準備が、短期間のうちに出来上がりました。

社員の離職やコロナショック。いろいろな課題を乗り越えながら着実に成長へ。

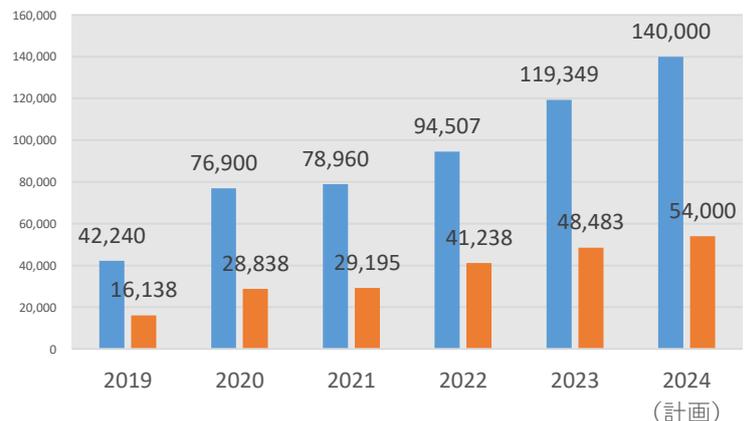
ドキドキしながら迎えたオープンイベントは、なんと2日間で200名の来場で、そこから40件の見積依頼。もちろん大半がトイレのリフォームです。
想像以上の結果に、関わった社員みんなが慣れない接客でヘトヘトになりながらも喜んでいたことを覚えています。



そこから2年で年商8,000万円、粗利3,000万円の事業へと成長しましたが、予期せぬ退職があったり、2020年にはコロナショックで集客が減ったりしたこともあって、順風満帆とはいきませんでした。それでも着実に地域のお客様にサービスが認知されて「こんなことも頼める？」とリピート注文をいただくことが増えましたし、若くて意欲のある社員も入社してくれました。
そこから間もなく社員は4名体制になり、2023年には年商1.2億円、粗利4,800万円の大躍進。今年は1.4億円、粗利5,400万円ペースの好スタートです。

【住まいるみつみの売上粗利推移】

※単位：千円



■ 売上 ■ 粗利

既存事業とのシナジー効果 で、これまで以上にお客様と 社員に喜ばれる会社に。

「トイレリフォームの専門店」というわかりやすい打ち出し方と、普通のリフォーム会社や家電量販店とは違う特化したポジショニング、そして独自の商品ラインナップと自社施工は、既存顧客だけでなくたくさんの新規のお客様にも支持されるんだなと思いました。

それと、売上もそうですが、何より 会社のイメージが変わります。

浄化槽業や清掃業は若い人たちには敬遠されがちなところがありますが、リフォームという事業を付加することで採用の幅はすごく広がります。



会社のイメージも変わり、以前よりも多様なキャリアプランが生まれたことによって、若いメンバーも増えて活気づいている。

お客様からも「みつみ環境さんっていろんなことをやってる会社ですよね。」と言われることも圧倒的に多くなりました。

今後も仲間を増やしながらか、多店舗展開によるサービスエリアの拡大、増収増益、そして社員の待遇向上にチャレンジし続けていきたいと思っています。

次項でビジネスモデルを解説

なぜ浄化槽事業者が、 異業種であるリフォームビジネスで 売上&利益を急成長させることが できたのか？

株式会社船井総合研究所 リノベーション支援部
Reformビジネスグループ マネージャー

齋藤 勇人



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。

株式会社船井総合研究所の齋藤勇人と申します。今回ご紹介した事例のように、地域に根ざしている浄化槽事業者が成長するための戦略として推奨するのが「**本業の強みを活かしながら、今から参入しても商圏内1番を狙える空白マーケット**」に専門特化することです。そしてその中でも、

- ① **本業と親和性が高いビジネス**
- ② **市場に競合が少ない、大手が入らない領域**
- ③ **地域のニーズが高く、集客が見込める市場**
- ④ **社員の営業力や経験に依存せず売れる商品**
- ⑤ **低投資でなおかつ、即業績が上がって回収が早い**

という要件を満たす戦略を選択するのが成功のポイントであると言えます。

このレポートでご紹介した株式会社みつみ環境の事例も、まさしくこれらの要素に当てはまります。そこで、まずは浄化槽業者が「トイレリフォーム専門店」という切り口で成功した理由について、ビジネスモデルの特性の観点から整理していきましょう。

① 本業と親和性が高いビジネス

浄化槽の維持管理、汲み取り収集という事業において、皆様はすでに多くのエンドユーザーとの取引関係があり、そのお宅の衛生機器まわりの状況についても把握することができているはずです。中には既にお客様から頼まれてトイレのつまり解消や交換などを行っている事業者もいることでしょう。リフォーム事業に本格的に取り組むことで、これまで“片手間”で拾い上げてきたリフォームの仕事を、単独事業として収益性のあるものに変えることができます。また、これまで本業で**大事に蓄積してきた顧客名簿を、2倍、3倍の財産へと高めることに繋がる**のです。

② 市場に競合が少ない&大手が入らない領域

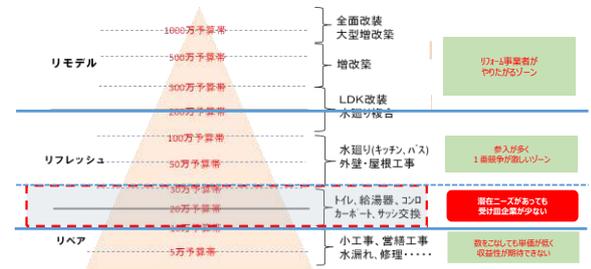
リフォーム事業が本業と親和性が高いと言っても、大手リフォーム会社や工務店と競合してしまえば、お客様に自社が選ばれる可能性は低くなります。しかし、大手リフォーム会社や工務店は単価100万円、1,000万円級のリフォームを中心に事業を展開しており、単価10万円、20万円の機器交換を「効率が落ちるから」という理由で対応を避けたり、後回しにしたりする傾向が強いのです。



③ 地域のニーズが高く、集客が見込める市場

そのため、お客様側からすると「工務店に頼んでも嫌な顔をされるし、なかなか対応してくれない」ということで、「**困っているのに、どこに頼んで良いかわからない**」というニーズが高い市場になっている

のです。商圏が広い大手企業や工務店にとっては効率が悪い10万円、20万円単価の小工事リフォームも、商圏を絞って効率的に仕事をこなすことでしっかりと手堅い利益を確保することができます。



④ 社員の営業力や経験に依存せず売れる商品

本格的な増改築リフォームとなると、建築系資格や経験がなければお客様に対してまともに営業することさえできません。

一方で、単価10万円、20万円の機器交換リフォームであれば、工事もパッケージ化することで見積を簡単にすることができる上に、工事内容自体がシンプルなので、素人でも数ヵ月間で工事を覚えて管理することができます。株式会社みつみ環境でも建築未経験者が主力となっています。



⑤ 低投資で、なおかつ即業績が上がって回収が早い

機器交換中心のリフォームなので、大手のような大きなショールーム等は必要としてません。地元商圏を対象とした月数回のチラシ販促主体でも十分集客できて、**1日で終わるから受注→売上のサイクルも早い(受注から入金まで1ヵ月以内)**という点も、機器交換リフォームの大きなメリットです。



このビジネスを軌道にのせるためのポイントはごくシンプルです。

ポイント①

「トイレおよび小工事リフォームの専門店」 としてブランドを立ち上げる

市場の成熟に伴って、消費者が売り手を選ぶ目も厳しくなっています。エンドユーザーに選ばれる事業となるためには、「本業のついで」ではなく、そのサービスを専門的に提供している「専門店」であるという見え方、そして実態（専属人員、店舗、商品力）を備えていることが求められます。

ポイント②

小さくて良いので看板が目立つ立地に店を構える

リフォームの仕事はお問合せをいただいたお客様のご自宅にお伺いして商談を行うことが多いとはいえ、そのお問合せをいただくためには「その地域に拠点を構えて事業を行っている」という認知がされていなくてはなりません。そのために商圈内の交通量が多い道路沿いに、看板が目立つかたちで店舗（トイレ等を実物展示したショールーム型）を構えておくことが有効です。

ポイント③

商圈内No.1の品揃えと最下限価格の集客商品を チラシとホームページで訴求して集客する

専門店らしさが一目で消費者に伝わるためにはどうすれば良いでしょうか。方法は一つではありませんが、圧倒的に速効性があるのは、主な販促媒体であるチラシとホームページにおいてトイレの掲載点数を商圈内の同業他社よりも多くして、集客の目玉となる最安商品を地域最下限価格に設定することです。

ポイント④

販売する商品ラインナップを決めておき、 現場調査をしたらその場で見積提示を行う

1件あたりの販売単価が20万円、粗利が6~8万円のビジネスであることから、商談に時間がかかってしまうと生産性が上がらず、利益が残りません。工務店やリフォーム会社が積極的に狙わない機器の交換リフォームで、皆様の会社が収益を上げるためには、商談の度にプランニングや見積もりをとるのではなく、あらかじめ価格とプランを決めてその場で提示するという「即決営業フロー」を実践することが重要なポイントになります。

ポイント⑤

最初は外注の施工でも良いが、 1年後には自社スタッフがトイレ・給湯器等の 機器交換工事を出来るようにする。

そして最後の差別化要素が「自社施工」です。幅広いメニューを扱うリフォーム業ではなく、トイレと機器の交換に特化する業態だからこそ、施工も自社社員で習得して外注費を削減し、高回転・高粗利な事業にすることができます。

確実に一步踏み出せるノウハウをお伝えします

ここまでお読みいただきありがとうございます。

早速ですが浄化槽事業者が取り組む「トイレリフォーム専門店」についてもっと詳しく聞いてみたい、というあなた様のような意欲ある経営者の皆様を対象に、特別なオンラインセミナーをご用意しました。

今お読みいただいているレポートに登場して下さった、株式会社みつみ環境の代表取締役 佐藤雅司氏をゲストとしてお招きし、異業種からでもすぐに新規立ち上げできる、実践度の高い具体的な内容をご講演いただきます。

セミナーでお伝えする内容のほんの一部をご紹介しますと…

■**建築未経験でも営業に困らない！すぐ使える現場調査ツール**

■**営業未経験のスタッフが本当にすぐ売れた！即戦力化ツール**

■**スピード対応が高粗利商品販売のカギ！**

成功企業が活用している即時見積もり&即決促進マニュアル

■**既存業務との兼任体制でも、1人あたり月15件～の**

リフォーム工事を安定的に回す業務オペレーションの作り方

■**新規参入でもトイレリフォームを粗利率40%で受注できる、**

仕入先&協力業者の開拓方法と単価交渉のコツ

■**平均粗利率を25%→37%に引き上げた**

商品仕入&工事段取りの改善ポイント

■**30万円のコストで20件の反響を獲得した高反響チラシの作り方**

■**25万円で20件のトイレリフォームを集客するホームページの作り方**

■**既存顧客1,000件から毎月20件以上の**

トイレ交換・機器交換依頼を獲得するリピート創出手法 …ほか

予めお伝えしておきます。このセミナーは、コンサルタントが小難しい概念論をお話するセミナーではありません。明日から何か少しでも実践していただくために、現在60社を超えるトイレ・機器交換リフォーム新規参入企業の具体的な取り組みを、それらの企業をお手伝いしてきた私達のノウハウの集大成としてお伝えするものです。

すでに60社以上で実際に取り組んでいただいている内容ですので、ありがちな「こうあるべき」や「こうして成功した」という抽象的な話で終始するつもりはありません。

また今回のセミナーは低価格かつ手軽に聴講できるオンライン配信での開催です。セミナーまでの日数が迫っていますが、複数の配信日を設けておりますので、ぜひこの3時間だけでも確保してご参加いただければと思います。

このチャンスを手にするため投資ですが、わずか11,000円（税込・一般価格）です。今こそ一歩踏み出す時ではないでしょうか。

あなた様のご参加を楽しみにしています。

株式会社船井総合研究所 リノベーション支援部
Reformビジネスグループ マネージャー

齋藤 勇人

—追伸

このご案内を作成している間にまた一つ異業種から成功する企業が現れています。このチャンスをもものにするかどうかはあなたの決断次第です。

新規参入に成功した方々の事例を最後に一部ですがご紹介しています。

さあ、今こそ是非一歩踏み出してみてください。

一セミナー参加企業 成功事例一

株式会社イナセ (埼玉県)



**参入1年で地域1番店クラスに
売上3倍、年商+2.5億円**

ニイミ産業株式会社 (愛知県) ※店舗は三重



**人口4.5万人の小商圈でも
参入2年で年商+6,000万円**

株式会社カナメ (群馬県)



**新規参入から急成長
2年半でリフォーム年商1.3億円**

株式会社みずの (京都府)



**業態転換でV字回復を実現
参入1年で売上170%成長**

株式会社くさか (京都府)



**人口7万人の小さな町で、
取り組み2年で年商+1.7億円**

平本商事株式会社 (東京都)



**既存社員2名で立ち上げ成功
1年目で年商+5,000万円**

関西プロパン瓦斯株式会社 (三重県)



**人口6万人の小商圈で立ち上げ
わずか2年で年商+1億円**

浄化槽業向けトイレリフォーム専門店ビジネスモデルセミナー

講座

第1講座

14:30



15:20

ゲスト
講師

第2講座

15:30



16:00

第3講座

16:10



17:00

まとめ講座

17:10



17:30

セミナー内容

浄化槽維持管理業から「トイレリフォーム専門店」を立ち上げて売上+1.2億円を達成した当社の取り組み

ポイント 地方の浄化槽維持管理業から、「トイレリフォーム専門店」を立ち上げて新たな顧客獲得と売上アップ、さらには企業ブランドイメージの向上による企業成長に繋げた株式会社みつみ環境の取り組みを社長自らお話しいただきます。

株式会社みつみ環境 代表取締役

佐藤 雅司 氏

1982年新潟県三条市生まれ、日本工学院専門学校環境科学科卒業。2004年某不動産上場企業入社。2007年株式会社みつみ環境に入社。2017年同社代表取締役に就任。本業である浄化槽業および清掃業における業種としての伸び悩みを打破するため、そして会社のイメージ向上と若い人材の採用・定着・キャリア形成を強化するために、新規事業としてトイレリフォームに特化したリフォーム専門ブランド「住まいるみつみ」を立ち上げて年商1億円を超える事業へと成長させる。



株式会社みつみ環境が新規ビジネス参入に成功した要因を徹底分析

ポイント 株式会社みつみ環境が本業の事業基盤を活かしながら、新規事業の立ち上げ（人材採用&教育、商品開発、マーケティング、組織マネジメント）に成功した要因とそれぞれの取り組みを一つ一つ解説します。

株式会社船井総合研究所

Reformビジネスグループ マネージャー

齋藤 勇人



住宅リフォームビジネスの市場動向とトレンド、今後勝てるビジネスモデルを大公開

ポイント 事例企業が第二本業として選んだ住宅リフォームビジネスの業界動向から、「なぜトイレリフォーム専門店という戦略がいま伸びているのか？魅力的な事業なのか？」という点を解説します。

株式会社船井総合研究所

Reformビジネスグループ

林 秀紀



持続的な成長を実現するため提言

ポイント 「浄化槽事業者が新規事業としてのリフォームビジネスで成功し、今後も持続的に成長していくためのポイント」を整理してお伝えします。

株式会社船井総合研究所

Reformビジネスグループ マネージャー

齋藤 勇人



開催要項

オンライン
開催

2024年
9月24日（火）

14:30~17:30（ログイン開始：開始時刻30分前～）

・銀行振り込み：開催日6日前まで ・クレジットカード：開催日4日前まで

※祝日や連休により変動する場合がございます。

※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。セミナーご参加方法の詳細は「船井総研 Web 参加」で検索。

2024年
9月25日（水）

14:30~17:30（ログイン開始：開始時刻30分前～）

2024年
9月26日（木）

14:30~17:30（ログイン開始：開始時刻30分前～）

受講料

一般価格

税抜10,000円（税込 11,000円）/一名様

会員価格

税抜8,000円（税込 8,800円）/一名様

●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（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。

お申込みはこちらのQRコードからお願いいたします。



右記のQRコードを読み取っていただき 下記セミナーページよりお申込みくださいませ。Webページにはもっと詳しい内容を記載しておりますので、ぜひご覧ください。

船井総研 117626

検索



TEL 0120-964-000（平日9:30~17:30）

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

※お申込みに関してのよくあるご質問は「船井総研 FAQ」と検索してご確認ください。