

かつては数億円の負債で廃業寸前！創業220年の和菓子屋が経営状態をV字回復させた販売戦略大公開！セミナー



経営状態悪化していた2007年に通販事業を開始。苦戦を強いられる状況の中、伝統のこだわりから脱却してみるという方法と新しいコンセプトの和菓子を武器に「亀屋良長」を広めていく。



8代目当主 吉村 良和 様

亀屋良長株式会社は、享和三年1,803年創業の京都の和菓子屋。

経営状態が悪化していた2007年に店舗を主軸とした自社サイト通販としてホームページを開設。当主の病気が重なった状況であり初年度は年商約180万ほどと苦戦。そこから試行錯誤を繰り返して伝統のこだわりから外れてみるという、これまでと変わった方法を取り入れたことにより、2011年からV字回復し、コロナ期以降はECで月商1,000万を突破。

**LIVE&
WEBセミナー**

20249月26日(木) 13:30~15:30

※詳細は、申し込み後ご連絡させていただきます

主催：ツールコンサルティング株式会社
〒108-0073

お問合せ・お申込みは、

<電話・FAX・HP・フォーム>より

東京都港区三田2-14-5 フロイントウ三田10階

電話：03-3260-5011 / FAX：03-5539-3933

検索



亀屋良長株式会社 8代目当主 吉村 良和 様

特別に講演OK！

ヒット商品を生み出す和菓子販売戦略大公開！

～ゲスト講師 亀屋良長株式会社 吉村様のご紹介～

亀屋良長株式会社

8代目当主 吉村 良和 氏

亀屋良長株式会社へは24歳で入社し経歴としては26年ほどのご経験。数億円の負債をかかえて経営状態が悪化する中、こだわりを捨ててみるということをきっかけに試行錯誤を行い、経営状態を回復させて2014年に8代目の当主になられた。当主になられてからは、他店舗ではあまり見ない新しい和菓子の開発を行い、ヒット商品も生みだされている。今回は吉村様が経営悪化のEC立ち上げから、コロナ期前～コロナ期後にどんな手法を取り入れて経営状態を回復させたか、どんなことを大切にされながら商品を生み出しているかを特別にお話しいただきます。



<企業詳細>

会社名：亀屋良長株式会社

創業：享和3年(1,803年)

事業内容：和菓子の製造・販売

亀屋良長 × トゥルーコンサルティングの独占インタビュー！



亀屋良長株式会社
吉村 良和 様

TRUE CONSULTING
加藤 和之

ヒット商品を生み出す和菓子販売戦略大公開!

亀屋良長株式会社の沿革

～商品拡大・SNS活用で客層・売り上げ拡大～

- 2007年：ホームページ開設
- 2009年：ヨガと瞑想を始める。
(ヨガの先生より助言をいただく)
- 2010年：百貨店からのコラボ商品要請を受ける。
入社した初の女性パティシエとの
ブランド開設&コラボ商品販売
- 2011年：テレビ放映の露出が増えて月商100万
- 2018年：スライスようかん販売
- 2019年：全国放送で全国に知られ1日で月商200万
ローカル番組の露出も増加
- 2020年：そんなバナナ(バナナようかん+チョコ)
販売 SNS(Twitter)開始
月商500万～600万達成



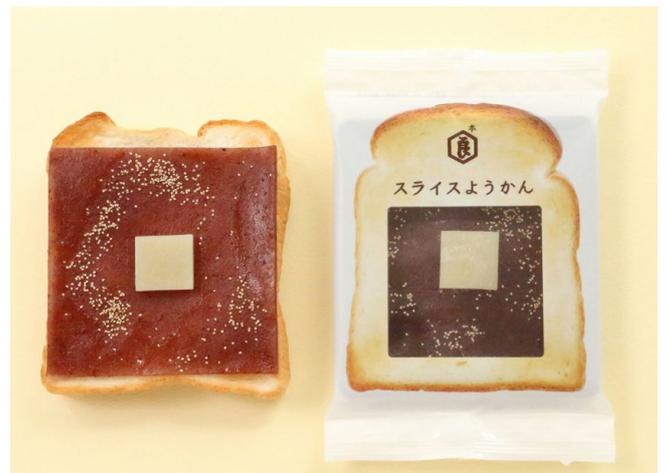
【亀屋良長株式会社の初動】

2007年のホームページ開設初年度は年商180万ぐらいの年商であったため、月商も数十万円だった。和菓子の培ってきた伝統から外れてはいけないという概念やこだわりがあったが、ヨガの先生からの「こだわりを捨てなさい」という教えのもと、百花店からの要望をくみ取った商品の展開や少し路線を外れた和と洋のコラボ商品等を販売していったことにより、メディア露出も増えていき、月商100万円を達成。コロナ期以降はSNSを活用したことにより、今では月商1,000万円を超える月もあり年々売上を伸ばしている。



亀屋良長株式会社の売れ筋商品

～鳥羽玉、スライスようかん～



ヒット商品を生み出す和菓子販売戦略大公開!

亀屋良長株式会社のECを支える構造 ～こだわりを捨てた商品の展開～

2009年になるまでは、亀屋良長という和菓子屋の伝統を守るために和菓子にこだわり、今まで培ってきた製法と商品で勝負をしていたが、自身の病気になりヨガの先生に出会った時に、「こだわりを捨てなさい」という言葉をいただき、今まで断っていた百貨店からのコラボ商品を作成したことや、女性パティシエの入社から和と洋のブランド(satomi fujita)の立ち上げ等により、今まで伝統の和菓子だけにこだわっていたこだわりを捨てていった。

亀屋良長株式会社のECを支える構造 ～社員やご家族のアイデアを大切にした商品の展開～

社員の考えを重視し、コロナ期には笑って免疫力をアップしてもらうことを考えて作成した「そんなバナナ」(バナナようかん+チョコ)や、ご家族が考案したスライスようかんなど今までになかった商品を続々と販売していき、各商品で売上を上げられている。

亀屋良長株式会社のECを支える構造 ～SNSを活用した発信力の強化～

いい商品はたくさんあり伝統がある和菓子の欠点としては、そんな商品の魅力を伝える情報発信力が乏しいことである。インスタグラムやTwitterなどを有効活用して、商品の魅力だけでなく、普段見れないような製造風景、日常の面白いことなどを発信することにより「バスの投稿」を生み出して、商品+発信力で売上に繋げている。

亀屋良長株式会社のECを支える構造 ～社員の教育システムの変更～

2020年ごろまでは離職率が高い状況にあった。和菓子職人としては、一人前になるまでには10年かかると言われており、楽しさを分からないままに辞めていく人が多かったが、チーム制度の導入や社員による商品開発、SNS投稿の運営などを行うことにより反応がダイレクトに返ってくる楽しさを知ることにより離職率の低下に繋がった。³

ヒット商品を生み出す和菓子販売戦略大公開!

亀屋良長株式会社の考え

「伝統を道具として活用して、現代の人に喜んでもらう商品を開発していく + SNSを活用した発信力強化により、お客様へより良い商品をお届けする」

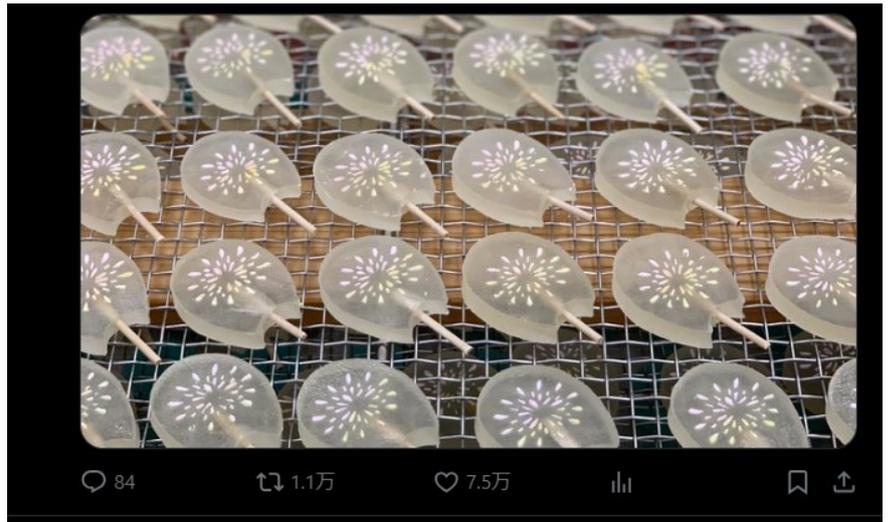
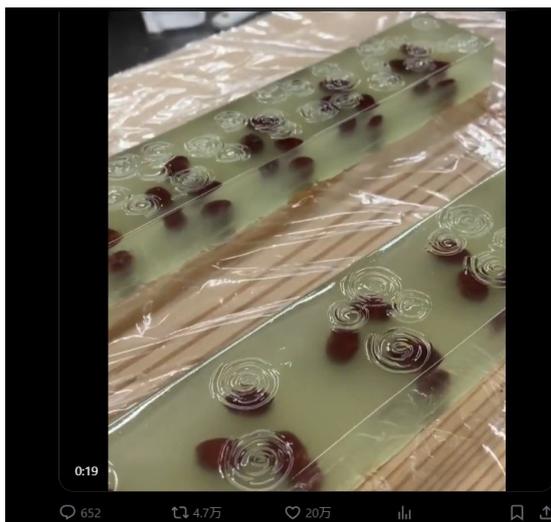


亀屋良長株式会社では、「伝統」というのは歴代からの知恵の結晶であり、「道具」として活用していき、今までの和菓子から新しい商品を生み出していくことと、SNS投稿を活用した他社とは違った発信力での勝負を行った。具体的な対策として、「**面白いことは日常風景でもSNS投稿素材に活用**」したのである。

また亀屋良長株式会社では「社員のアイデアを商品にすること」を大切にしており、斬新な商品も積極的に商品にしていくことは重要であると吉村当主は語る。

今後の展開と今後の通販予想

和菓子業界は年々厳しい中での販売となると予想される。吉村様のお知り合いのお菓子屋を経営している社長達も経営状態が厳しいという。和菓子はせっかくいいものができても発信をしていかなければ、世に知られることが少ないため、売上を作るのも難しい。今回はそんな和菓子屋でも、どのようにして、和菓子の世界感や考えや伝統を身近なものにするように伝えていっているかを吉村当主から伺っていく。



苦戦を強いられる和菓子EC業界で、自慢の商品を販売するためのSNSによる発信力を強化し、 リピーターを育成

自社サイトEC成功パターン 2024

紙上
解説

売上と利益の両方を確保するための

3つのポイント解説



TRUE CONSULTING
加藤和之

本DMをお読みいただきまして、ありがとうございます。TRUEコンサルティングの加藤と申します。2020年から世界ガラッとかわり、コロナという突然現れた新たな環境にどのように対応していくかがすべての企業で求められてきています。特に食品業界は卸だけの不安定な構造の弱さが露呈し、今後、自社のファン作りのSNS活用・直接販売するネット販売は必須な要素になりました。

今回、**亀屋良長株式会社様**の事例を含め、EC成功のポイントであるSNSに特化した自社の強みをいかした販売と集客のための必要なサービス活用の実際とポイントをご紹介します。

SNSを活用した発信力の強化でリピーター育成戦略で重要な3要素

- その1：定期的なSNS投稿により販売風景など身近に感じてもらう
- その2：顧客とのコミュニケーションで接点を持つことを重視する
- その3：斬新なアイデアによる商品のアップデート

大切なのは、一般論ではなく、最新の食品ギフトD2Cビジネスで成功・失敗している事例を知ること、かつ、商品や販売チャネルの原理原則を知ることです。現在、ECやD2Cをやっていないなくても、まだ大丈夫です。

SNS活用通販の成功ポイントをご覧ください。



SNSを活用した発信力の強化でリピーター育成戦略で 成功する重要な3要素

成功ポイント1:定期的なSNS投稿により販売風景 など身近に感じてもらう

～SNSを活用した日常の面白い・楽しいの発信戦略～

和菓子屋の日常などは和菓子屋を普段積極的に食されている方でも知られることがない世界かと思われる。そんな和菓子の製造風景だったり、和菓子の美味しさが伝わるような画像・動画を投稿することは重要であり、継続していくことで、商品を知られる機会を増やすことができる。また、亀屋様は、日常風景の綺麗や楽しいという気持ちを大事にしており、直感で感じたことをそのまま投稿されている。和菓子屋としてではなく個人として投稿することでお店としてではなく、一個人のファンが生まれていっていると思われる。初動としてまずは、日常のありふれた風景で感じたことを投稿してみることは重要であり、会社だけでなく、商品を知ってもらう機会を増やす増やすことにも繋がっていく。



～ちょっとしたことでも継続的な投稿をしていく投稿頻度～

SNS投稿で重要なことの一つとしては「投稿頻度」である。投稿で商品を知ってもらう上では投稿によっては「バズる」ことで多くの人に見てもらえることがある。ただし、こうした「バズる」という投稿は週に一回など投稿したからといってなかなか生まれるものではない。亀屋様では日常の面白い。楽しい、綺麗、製造風景、新商品の紹介などを組み合わせて毎日一回は投稿することを徹底されている。フォロワーがフォローするという事は、アカウントの投稿が面白い、本人にとってお得な情報があるということとなる。定期的な投稿をしなければフォロワーが減少してしまう。日常のちょっとしたできごとでも画像をつけて投稿することで、フォローを継続していただき、投稿の中でバズりなどが生まれることで、より多くの人に知ってもらう機会が生まれることとなる。

SNSを活用した発信力の強化でリピーター育成戦略で 成功する重要な3要素

成功ポイント2 :顧客とのコミュニケーションで接点を持つことを重視する

～店舗での丁寧な接客～

店舗に来てくれたお客様への接客もリピーターになってもらうには重要である。亀屋では来てくれたお客様に対しての丁寧な接客を重視している。経営する年度が長ければ長いほどお得意様が増えていくと思われるが、そのお得意様に長く継続してご利用いただくかを考えている。長くお付き合いをしていただくためには、お客様のご要望はできる限りくみ取って対応をすることである。例えば朝早く配達をしていいかやお店が閉まっているタイミングになるが今から取りに行っていくかなど要望を受けた場合も可能な範囲で対応をするようにしている。こうしたご要望をできるだけくみ取り丁寧な接客を行うことは、リピーターに繋げやすくなり継続利用してくれるファンを増やすことにも繋がるため非常に重要と考える。

～メルマガ・LINE配信・同梱物～

お客様を飽きさせないための工夫も欠かしてはならない。商品が届いた時に他社と同じ様な印象を持たれてしまうと、どうしてもリピートにはつながりづらい。亀屋様では、まず丁寧にお菓子を一つ一つ梱包をして開けた時に嬉しい心遣いを重視している。その他にも感謝の気持ちを込めたメッセージカード、同梱チラシなども工夫をして自分が買っても、プレゼントとして送ってもどんな方にも喜ばれるようにして、継続的なご利用をしてもらうようにしている。また、ネットと来店でスタンプが溜まるようにしており、他店と比べると4回～5回などの少ない回数で割引を行うなど工夫をされている。リピーターさんに長く利用してもらうためには、いろいろな施策を行い、ここでまた購入したいと思わせることが重要である。

SNSを活用した発信力の強化でリピーター育成戦略で 成功する重要な3要素

成功ポイント3 : 斬新なアイデアによる商品の アップデート

～和菓子という伝統とこだわりからの脱却～

和菓子屋は創業からの強みを活かした製法を活用した商品を売ることが基本である。亀屋様も、今までの伝統を守ることを考えて、経営状態が悪化していた時でも伝統製法をもとに立て直しを考えてきた。試行錯誤の中、亀屋様では今までの「伝統」という知恵の結晶を活用して、現代の人に対して、受け入れてもらえるようなお菓子作りにシフトをしていった。和菓子と洋菓子のコラボ商品や女性パティシエの入社、百貨店とのコラボ商品開発など、「伝統」にこだわっていた時には、断っていたことを実施してみたところ、悪化していた経営状態も回復をしていった。こうしたことから、「伝統」を活用しながらも、現代の人に受け入れてもらうような商品やサービスを展開していくことが売上・知名度を上げていく上では重要と思われる。

～周りの人々の斬新なアイデアの活用～

和菓子などお菓子を作っていくためには様々なアイデアが必要であると思われる。亀屋様では、当主の奥様、社員の方の意見、百貨店のご意見を柔軟にくみ取り、商品化に活かされている。職人の方は、5年以上の経験がないと商品開発に携わることは基本できない。亀屋様では、若手社員でチームを組んでもらい、チームごとに商品開発～プロモーション周知までも一括で行ってもらうことで楽しさ・リアルでの反響を感じてもらっている。こうしたことで、今まで高かった離職率の減少にも効果があり、自主的な行動も促すことに繋がっている。業界的にも、まだまだ若手の方がメインで引っ張っていくことは少ないと思うが、早いうちから実際に作り、リアルな反響を感じてもらうことは、業界全体の発展にも繋がるとと思われる。



ここまでお読みいただいた経営者様へ
限定セミナー開催のご案内です。

**参加者
累計
500社超**

お忙しい中レポートをお読みいただき、ありがとうございます。

いかがでしたでしょうか？

EC・WEB業界は既に成熟期を迎え競争過多な状況が続いております。

特に似たような商品・サービスを提供する企業だらけで差別化が全くできていない会社が多く、今後この業界で生き残るためには自社独自の強みや特徴・サービスを展開していくのが必須です。

亀屋良長株式会社様は競争が激しく売上減少もある業界で

前述したような新しい様々な取り組みを行っており、こうした取り組みを積極的にする会社が市場のシェアをどんどん拡大していくのだと思います。

今後のEC通販・WEBビジネスの成功は、亀屋良長株式会社様のような

①他社が真似できないような斬新商品開発

②SNS・同梱物・メルマガを活用した商品の発信力強化

が非常に重要になってきます。

ここから本DMを読んでいただいた熱心な経営者様・責任者の方へセミナーのお知らせです。

たった半日、しかも受講料は20,000円(税別)のみ！

かつては数億円の負債で廃業寸前！

創業220年の和菓子屋が経営状態をV字回復

させた販売戦略大公開！セミナー

- いままで何度も通販・ネットに失敗していたが、再度、チャレンジしたい経営者様
- アフターコロナで、事業構造を再編したい経営者様

このレポートをお読みいただき、このように感じたあなた様であれば是非このセミナーにご参加いただきあづま商店様が長年取り組んできたことを実際に見て学び明日からの経営に役立ててほしいです。

→ 次頁にて、詳細のご案内。

亀屋良長株式会社様 数億円の負債をV字回復させた販売 戦略大公開！ セミナーで学べること

具体的にどんなことが学べるのか？

セミナーで学べることをほんの一部ご紹介いたします。

どこよりも、「**亀屋良長株式会社**」のビジネスモデルを深堀させていただきますし、さらに質疑応答の時間を十分にとっておりますので十分に最新の大手企業のモデルを知るための貴重な時間としてお使いください。

- コロナ期以降の型番商品 E Cマーケットの市場現状と予測
- コロナ期以降の E C全体の市場状況と傾向
- 型番商品の広告費を使わない販売方法
- EC大手に負けない売上拡大ポイント
- SNSの活用方法
- 効果的な同梱物の販促方法
- 亀屋良長株式会社様が実践する施策
- 価格競争によらない戦略
- ファン育成・リピーター獲得方法
- 「亀屋良長株式会社様」の今後の方向性について
- 日本トップクラスの実績 TRUEの食品飲料通販
事例紹介 など

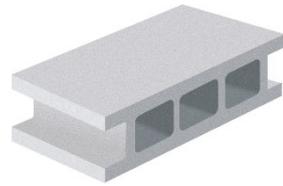
いかがでしょうか？ 個別の自社商品・EC・D2C相談についても、**セミナー以外の時間で個別相談スケジュール**も確保しておりますのでご活用ください。最後に「**セミナー等の参加条件**」がございます。

TRUE流 特定カテゴリ日本No.1 成功事例（一部）

TRUEのEC・通販ビジネスモデルは、日本の中小企業限定のモデルです。いかに「独自固有の長所」を創出・育成して少しでも非競合で日本一になるかがECで永続するポイントになります。我々のお客様の実績の一部をご紹介します。

専門資材でEC年商10億円突破

5年間EC年商4億円から年商10億円を突破。圧倒的な品揃えと年々薄利になるのでオリジナル商品（PB）を育成。自社サイトもSEO対策を長年実施して育成。
あと5年で20億円突破を狙う。

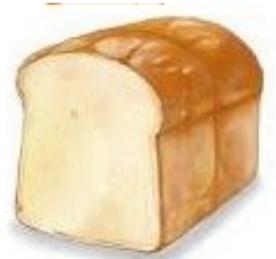


趣味嗜好品 ECで年商5億円突破

趣味嗜好品ジャンルはしっかりと新規取り・顧客育成を図れば順調に業績が伸びていくので新規からのリピート対策を徹底。商品構成・価格も競合を定期的にしっかりと調査。オリジナルブランドも育成することで収益性アップ。自社サイトは売上の5割を占める。

冷凍パン特化で直販5億円以上

小売店や問屋への卸がメインの専門メーカー様だったが、技術を生かしたパンの通販事業をスタート。独自商品開発を積極的に行い、特定業界でシェアトップを達成。フルチャネルを活用し、10億円のビジネスを目指す。



家具・インテリアEC月年商4億円

競争が激しい家具・インテリアジャンルの中でも、ニッチなオーダー商品に絞ったカテゴリを強化。手間暇かかるジャンルだがこれぞ大手が参入しづらい収益性が高いジャンル。営業利益も10%以上達成。



お電話でのご相談はこちら

☎ 03-3260-5011 受付 | 平日9:00-18:00 土日祝定休

今回セミナーは「**亀屋良長株式会社様**」のご講演もちろんですが、我々が25年以上培ってきたリアルな経験値、お客様と共に実証してきた成功ノウハウであり、セミナーでの内容をしっかり実践すれば確実に型番商品販売企業様のECが成功するはずのものです。最後の講座では、現場の最先端にいる我々からポイントをお伝えしていきます。我々とクライアント様が積み上げてきたノウハウは時間とコストをかけた貴重なものです。それをたった**2時間**と**数万円**でお持ち帰りいただけるのです。

我々もご参加いただく企業様に対しては、**5**つの条件がございます。

- 1) 必ず経営者、経営幹部の方もご参加いただくこと
- 2) 本気でEC通販に成功する情熱があること
- 3) 年間投資額300万円以上が可能なこと
- 4) 本ビジネスモデルの導入をご検討いただくこと
- 5) セミナー前後の経営相談にご参加いただくこと

(講師より)

最後までDMをお読み頂き、本当にありがとうございました。すでに**会員企業様20社以上の参加が確定**しており、**先着5社様限定**と数少ないお席ですがご理解頂ければと思います。本セミナーにご参加いただきまして、食品業界のEC事業を成長・発展して頂けるようお手伝いさせて頂ければ幸いです。今後ともどうぞよろしくお願い申し上げます。

セミナー講座カリキュラム

第0講座 13:30 ~13:45	本会の趣旨 & 講師紹介
第1講座 13:45 ~15:20	ゲスト講師 亀屋良長株式会社 吉村様 経営状態悪化からのV字回復 戦略ストーリー
第2講座 15:20 ~15:30	亀屋良長株式会社 吉村 様のご講演まとめ(TRUEより)
終了後 15:30~	当日限定 無料経営相談 (要予約) ※限定3社 ※通常5万円が無料になります

申し込み・お問い合わせは最終ページにあります



TRUEコンサルティングの経験・実績 会社概要・講演実績等

EC・通販のシェアトップ企業を創出するコンサルティング企業。地方の中小メーカーを対象に、ダイレクトマーケティングモデルを活用し、事業立ち上げ・高収益化を行ないながら日本トップ規模に拡大することを得意としている。現在、トップシェアになったクライアント企業は100社以上あり、累計1,000件以上のコンサルティング案件の実績がある。

独立行政法人中小企業基盤整備機構の助成金審査や講師、業界紙への執筆・講師なども行ない、業界No.1のコンサルタントを輩出している。

ホームページ <https://www.top1-consulting.com/>

越境EC・海外WEB.com <https://true-global-ec.com/>

メール info@true-con.com

TEL 03-3260-5011



元船井総合研究所No.1コンサルタント

EC・通販の実績では**月商1,000万～10億以上**まで幅広い実績を持つ、EC・WEBマーケットの第一人者

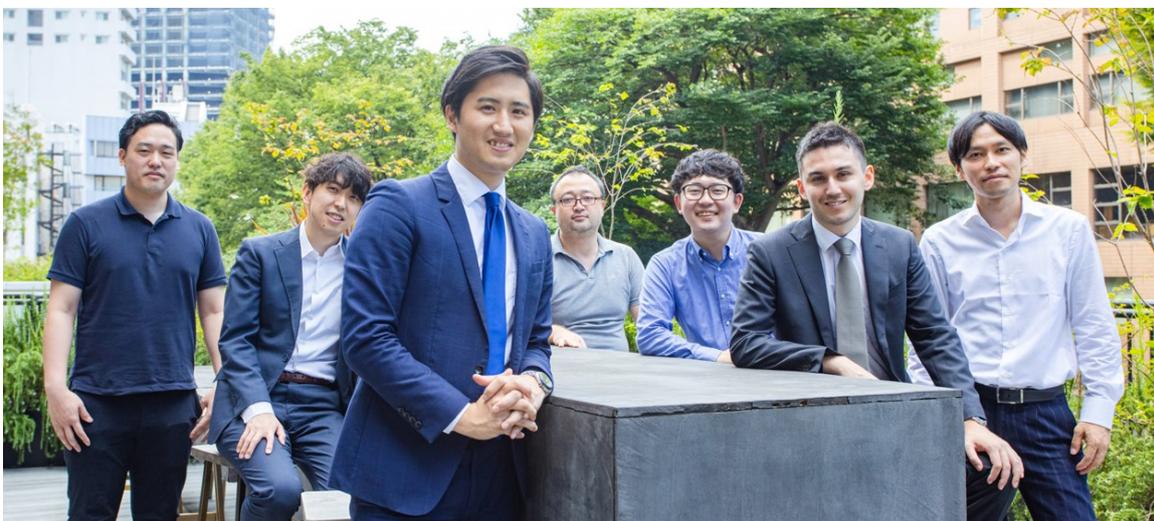
元船井総合研究所のWEBグループのトップとして、立ち上げ&拡大を行い、個人でもトップコンサルタントとして社内No.1の実績を持つ(2015年1月末退職)。

業界No.1、海外チャンネルで勝てるEC・通販ビジネスに成長させたクライアント企業数は、70社以上あり、累計800件以上の通販・EC案件を経験している。

現在は越境ECを含めた海外WEBマーケティングに集中し、日系&クライアントの実績を拡大させている。

トゥルーコンサルティング株式会社

代表取締役CEO 萱沼 真吾



コンサルタント・分析スタッフ

合わせ30名弱の体制で業界とクライアントに貢献をしていきます。

TRUEコンサルティングの経験・実績 会社概要・講演実績等



Be a Great Small.
中小機構

中小機構様での講演・審査を実施

独立行政機関の中小機構さまのプロジェクトなどの講師、審査員などを実施。中小企業のEC・越境をバックアップしています。



ネットショップ担当者フォーラム コラム記事、セミナーなど掲載

メディアである「ネットショップ担当者フォーラム」にてコンサルティングやセミナー情報などを執筆・取材して掲載していただきました。



CHINA&ASIA様 インタビュー掲載

中国とアジアに特化した雑誌である「CHINA&ASIA」様に海外展開と越境ECについてのインタビューを掲載していただきました。



日本ネット経済新聞様 他 越境EC関連図に掲載

日本ネット経済新聞様などがまとめているEC業界の関連図に掲載されました。弊社は越境EC部門の一部として紹介されています。



SMBC日興証券様 主催セミナー

地方メーカー様に対して、ダイレクトマーケティングについてのセミナーを開催された。そのセミナーの講師として参加。



ECのミカタにて取材、 コラム記事、セミナーなど掲載

メディアである「ECのミカタ」にてEC事業コンサルティングや会社設立経由などを執筆・取材して掲載していただきました。

日本ネット経済新聞 取材、クライアント企業など掲載

メディアである「日本ネット経済新聞」にてECコンサルティングや越境ECなどを取材して掲載していただきました。また、弊社のクライアントも多数掲載していただきました。

中小機構様のECイベントにおける講演

◆ ECキャンプ2019～2022年

【期間】2019年9月から連続
【講演内容】越境EC 立ち上げセミナー



“まるごと”
越境ECフェスティバル2019

2019年9月9日 10:00～17:00
ベルサール新宿グランド5F
[受付開始 9:30～]
参加費無料

お申込用紙 申込FAX : 03-5539-3933

日程 : 9月26日 (木) 受付 13:15 , 講演 13:30~15:30

場所 : LIVE&WEBセミナー ※事前にZOOM手配をいたします

お試し参加 : 5,500円 通常参加 : 58,000円



お問合せ・申し込み : 本用紙に記入をいただきFAXをいただくか、右のQRコードにてWEBからお申し込みくださいませ。また、お問い合わせ等は電話でも受け付けております。電話 : 03-3260-5011

キャンセルについて : 開催日から15日以前はキャンセル無料、14日以内は50%、7日以内は100%いただきます。ご了承くださいませ。

経営状態悪化からのV字回復 達成ストーリー

<input checked="" type="checkbox"/> チェックをしてください	<input type="checkbox"/> WEBセミナーに参加する	<input type="checkbox"/> 資料請求		
お申し込み欄				
フリガナ		フリガナ		
御社名		代表者名		
フリガナ	役職	メールアドレス		
ご連絡担当者	受講票の発送をもって受付とさせていただきます。			
住所	〒			
TEL	() -	FAX	() -	
御社の営業状況	主要取り扱いカテゴリー	企業年商 千円	ネット年商 千円	ネットショップ営業利益 千円
御参加者詳細	ご参加者氏名	役職名	ご参加者氏名	役職名
	フリガナ		フリガナ	
今回、お申し込みを頂いた方は、間違いなく自社の将来を真剣に考えている数少ない経営者・幹部の一人だと思います。そんな御社の現在の現状・課題等をお聞かせ下さい。				
【現状の課題を出来るだけ具体的に整理してください】				
今回のセミナーにご参加される方は、無料個別経営相談がセットです。(どちらかに☑をつけてください)				
<input type="checkbox"/> セミナー当日、個別無料経営相談を希望する。				
<input type="checkbox"/> セミナー後日、無料個別経営相談を希望する。(希望日 月 日頃)				

【個人情報に関する取り扱いについて】

- 申込用紙に記載されたお客様の情報は、セミナーのご案内といった当社の営業活動やアンケート等に使用することがあります。(ご案内は代表者様宛にお送りすることがあります)法令で定める場合のほか、お客様の承諾なしに他の目的に使用いたしません。
- セミナーのご案内時に、いただきました住所・貴社名・部署・役職・ご担当者氏名を当社が個人情報の管理について事前に調査した上で契約しましたダイレクトメール発送代行会社に発送データと託す場合がございます。
- 必要となる情報(会社名・氏名・電話番号)をご提供いただけない場合は、お申込のご連絡や受講票の発送等ができない等、お手続きができない場合がございます。
- お客様の個人情報に関する開示・訂正、追加、停止又は削除につきましては、こちら TEL:03-3260-5011までご連絡ください。

【個人情報に関するお問い合わせ】

トゥルーコンサルティング株式会社 お客様相談室:TEL:03-3260-5011

ご提供いただいたご住所あてのダイレクトメールの発送を希望されないときは、右の口にチェックをおつけください。 希望しない