

Consulting Report

美容サロン経営コンサルタント 田畑 博継

大赤字で閉鎖寸前の支店が、わずか3か月で売上げ2倍！
その後、2店舗平均客単価が1万8000円、
スタッフ1人当たりの売上げ100万円を実現し、
地域ダントツ繁盛店に！！

クライアントサロンのコンサルティング事例です。

またこの度、サロンニューズマガジン株式会社の発行する「全国理美容新聞」対談企画にて、繁盛までの軌跡を直接インタビュー取材させていただく機会をいただきました。

では、経営者の生の声を通じて、その全貌をお伝えしたいと思います。

※2011年7月13日発行「全国理美容新聞」2011年暑中特別号より転載。



出会いは約2年前に開かれたメーカー主催のセミナーでした

【田畑】今日は信子オーナー、俊也さんご夫妻に、私のセミナーに来られる前のサロンの状況、なぜセミナーに参加しようと思ったのか？ また参加してどう感じられたのか？またその後、実際にどういう取り組みをされて何が変わっていったのか？ などを忌憚なく語っていただければと思います。まずは、2年くらい前に開かれたあるメーカー主催のセミナーが、私と信子オーナーとの出会いでしたよね。

【信子オーナー（以下、オーナー）】はい、そうです。

【田畑】そもそも、セミナーに参加しようと思われた動機って何でしたか？

【オーナー】その時点で、主人のほうのサロン（川西店）の売上げが落ち込んでいたんです。男性美容師って50歳を境に、難しい部分ってあると思うんですね。女性もあると思いますが、私はちょっと特異体質で(笑)。好奇心の塊で、新しいモノ好きだからどんどん挑戦していくタイプ。でも主人は、ある程度、満足すると動きたくないタイプなんです。

【俊也】私のほうは、あまり変化を望まない。コツコツ続けていくという感じです。

【オーナー】数字だけを言いますと、私のサロンは下げたことはありません。ずっとジワジワで

も上がっています。ですが、主人のサロンはグッと上がった時もあったんですが、その後、ドッと落ち込んだんです。

【田畑】それは急激だったんですか？

【俊也】正直、ある時期からヤバイって感じでした。

【田畑】ということは、私のセミナーに来られたのは、その「ヤバイ」という時期だったんですか？ ねえ。

【俊也】そうですね……。どうしていいか分からない状態だったんです。

【オーナー】お客様に対するカウンセリング方法や接客の仕方も、私が見ている限り良くなかったんです。主人も昔はもう少しイケメンだったので（笑）、黙っていてもお客様が来店して下さった。それで売上げがキープできていたんです。だから、主人は何もしないでも売上げは維持できるものだって思い込んでいたんです。

【俊也】ある時期までは私と女性スタッフ2人の計3人で営業をやっていたんですが、結局、2人とも辞めてしまい、5～6年はずっと1人で営業をしていました。

【田畑】3人でやっていた時と1人では、対応できるお客様の人数はもちろんですが、店の雰囲気やモチベーションといった気持ちの面でも違いますよね……。

【俊也】それでだんだん、言葉は悪いですが「やっつけ仕事」的になって、こなしていくという感じになりました……。結果的に、気が付いた時には売上げが大きく減少していたんです。

ずっと数字が落ちていく状況が続くのなら閉店も……

【田畑】どんどん経営の状態が厳しくなっていくなかで、いったいどんなことを考えておられましたか？

【オーナー】正直、ずっと落ちていく状況が続くのなら閉めなくてはいけないだろうな、って私

は考えていましたね。

【田畑】俊也さんはいかがでしたか？ そのような危機感がありましたか？

【俊也】はい（苦笑）。

【田畑】突破口を見つけるために、どんなことをされていましたか？

【俊也】地元のタウン誌に広告などは出しましたね。

【オーナー】ですが、新規で来られても、そのお客様を固定できないんですね。

【田畑】お客様が少ない上に、固定できなければ、売上げは上がってはいきませんよね……。

で、そんなサロンの状況のなかで、オーナーが私のセミナー（3回コース）の1回目に来られたんですよね。そして2回目の時には俊也さんも一緒に……。

【オーナー】1回目は息子と行ったんです。主人は講習やセミナーに行っても、意味もないし、何も変わらないって考え方だったんです。

【田畑】なるほど。内容によっては分からないでもないですが……。

【オーナー】後ろ向きの考え方になっていたんでしょうね。

【田畑】でも、2回目のセミナーは俊也さんも一緒に来られましたよね？

【オーナー】私が説得したんですよ。絶対にいいからって！

【田畑】何が良かったんですかね？

【オーナー】田畑さん自身に人間的魅力を感じたのと、お金儲けのためだけにセミナーをやっているんじゃないってことが分かったんです。すごく熱意を感じましたし、明日からすぐにサロンで実践できることを教えていただいたことが大きいですね。そのなかで「カットで来られたお客様を、カットだけで帰しているんじゃないんですか？」って田畑さんがおっしゃったんです。あっ、本当だなんて。

【田畑】話を聞いていただいて、売上げがアップしそうな感じがしましたか？

【オーナー】はい、しました。実は以前にもコンサルタントの先生にお世話になっていた時があったんですが、その先生は「看板を替えなさい」や「広告を出しなさい」ってことで、費用のかることばかり……。

【田畑】 あ、そうでしたか。で、その時は、売上げは上がりましたか？

【オーナー】 全然。ですから、田畑さんと出会って、その方とはお別れしました（笑）。

【田畑】 そういう意味では、そもそもオーナーご自身、勉強熱心で問題意識の高い方なんですよ。

【オーナー】 2回目のセミナーに伺って、田畑さんから「どうでしたか？」って聞かれて、「単価アップできましたよ」って言った記憶があります。1人のお客様で2000～3000円の単価アップはすぐにできました。

【田畑】 そうでしたね。よく覚えています。もちろんオーナーに、それだけのポテンシャルがあったんだと思いますが、新たな気付きがあったんでしょうね。

【オーナー】 私の場合、すぐに自分が仕事をしている現場が思い浮かぶんです。例えば、明日あのお客様が来られてカットの予約が入っているけど、一緒にカラーもしてもらおうって（笑）。そんな感じで同時にパッパッパッと計算するんです（笑）。

【田畑】（笑）なるほど。

【オーナー】 ただ、私が売上げを上げるためにトークをするんじゃなく、お客様のほうから「カラーもしてちょうだい」って言ってもらうようにするんですね。お客様に「もう少し（色を）明るくしてもらった方がいいかな」って思ってもらうように、感じてもらって導くってことが大切なんです。

田畑さんのセミナーを聞いて気持ちが変わっていった

【田畑】 俊也さんは、セミナーに、ある意味、無理矢理連れて行かれた訳ですが（笑）、どうでしたか？

【俊也】 正直、とても良かったです。自分自身の考えや気持ちが変わりました。同じように翌日から実践してみました。もちろん先は見えていなかったんですが、とにかく何かしなければいけ

ないという想いは強かったですからね。そこで、とりあえずできることからって、始めました。

【田畑】どのようなことに取り組まれましたか？

【俊也】カウンセリングやDMですよ。カウンセリングについては、例えば髪の毛に関してどういうことで悩みがあるのか？などを聞くようにしました。それまでは「カットお願いします」と言われれば、「どんなスタイルにしますか？」って対応していたんですが、セミナーに伺ってからは、どこをどうして欲しいのかを徹底的に聞き出すようにしました。

今、来てくれているお客様を大切に

【田畑】セミナーでは接客・カウンセリングから全体の仕組みづくりをお話させていただきましたが、それを忠実に取り組んでいただいたってことですね。で、結果的には大幅な単価アップ、売上げアップに・・・。

【俊也】はい、上がりました。

【田畑】俊也さんのほうも、結果はすぐに出ましたか？

【俊也】月を追うごとに上がっていききましたね。

【オーナー】最悪の時と比べて2倍以上は上がりましたよ。

【俊也】そうです。2倍以上ですね。

【田畑】それにはどのくらいの期間がかかりましたか？

【俊也】3か月くらいかな・・・。ただし、それまでが正直、ひど過ぎましたから（苦笑）。

【オーナー】ひどい状況が2倍になるのは、ある意味、簡単だと思いますよ（笑）。

【俊也】それも新規客ということではなく、既存客だけで2倍になったんですよ。

【オーナー】今、来てもらっているお客様を大切にしよう、ってことを田畑さんに教えていただきましたよね。それまでは、既存のお客様はこれくらいしかお金を使ってくれないだろうって、

こちらで勝手に判断していました。それで、次のもっとお金を落としてくれるお客様を探そうっという感じでしたよね。そういう態度だったんです。それが結局、お客様にも伝わるんでしょうね。それが今では、ヘッドスパなどのメニューもしてもらって4000～5000円客単価がアップしています。

【田畑】素晴らしい。

【俊也】現在、客単価は1万5000円前後になっています。

【オーナー】つまり、うちに来るお客様は、そんなにお金を落としてもらえないって勝手に思い込んでいた訳です。

【俊也】間違っていましたね（苦笑）。

【田畑】だいたいカット料金が4000円くらいの店で、店販込みで7000～8000円代が平均くらいですから……。オーナーのほう（宝塚店）は、今、平均客単価はどれくらいですか？

【オーナー】1万7000～8000円だと思います。娘も一緒に働いているんですが、その娘が一人で毎月100万円くらい上げています。12月に一人のスタイリストで売上げ100万円というのはちょっと頑張れば達成できる数字だと思うんですが、常に100万円売上げを達成するということを目標にしています。ちなみに、大震災の影響で各サロンとも厳しいというなかで、今年の3月にも100万円以上を達成しました。

【田畑】その頑張りは何ですか？

【オーナー】うーん（笑）、なぜでしょう（笑）。ただ、田畑さんのセミナーを受けるまでは80万円くらいで満足していたんです。

営業終了後にスタッフ全員で手書きDMを

【田畑】両店ともこれだけ短期間で大きな成果を上げられた訳ですが、カウンセリング以外の重

要な取り組みとしては、あと、フォローの部分ですかねえ？

【オーナー】そうですね。DMに関しては、今までは「〇月〇日～〇日まで、研修がありますから休みます」とか、お正月とお盆休みの連絡に、年3回くらいしか送っていなかったんです。つまり、休日を知らせるためのDMだったんですね。それがセミナーを聞いてからは、来ていただいたその日にまず書く。ですから、毎日毎日、営業終了後にスタッフ全員で一生懸命に手書きでDMを書いています。だからなかなか帰れない（笑）。ハガキが届いたお客様は皆さん、びっくりしていました。「どうしたの？ 何かあったの？」って（笑）。

【俊也】私も、毎日書くように徹底したところ、お客様から「何か変わったね」って言われました。それは私が変わったのか、店の雰囲気が変わったのかは分からないですけどね。恐らくすべてだと思います。1人のお客様に3回は送っています。来店された当日と、1週間後と3週間後です。今では習慣になっています。

【田畑】1か月以内に3回というのが基本。特に3週間後がキーですね。実際は大変な作業だとは思いますが、ただお客様からすれば、何か関わり方が変わってきたなって感じるでしょうね。

【俊也】あと、DMを送ることで来店サイクルが短くなってきました。ほかに要因が見当たらないので、恐らくDMの効果だと思うんです。

【田畑】売上げが減少していた頃って、失客も多かったでしょ。それも止まったんじゃないですか？

【俊也】はい、止まりましたね。お客様の数が一気に増えたということでもないんですが、来店頻度が上がって、単価アップしたということですね。

【オーナー】少しずつ少しずつ、失客していたお客様が止まって、逆に戻って来ていますよね。地域密着型のサロンですから、「あのお店、良くなったよ」ってことでの口コミ効果も絶対にあると思いますね。

客層に応じたサービスを提供しなければいけない

【田畑】目の前のお客様一人ひとりを大切にしない限り、繁盛の実現はありませんよね。ほかにはどんなことに取り組まれましたか？

【オーナー】そうですねえ、いろいろあるんですけど・・・、制服をつくりました。

【俊也】全員ジャケットの着用からスタートしたんです。

【オーナー】ただ夏は暑いのでベストに替えています、お客様にはとても好評です。

【田畑】全員が同じ色や形の服になると、見た感じすごく統一感があり、ビシッと締まった感じを受けますよね。

【オーナー】ちょっと高級サロンぽくって、どうかな？ って思ったんですけどね。

【田畑】客層に応じたおもてなしをしなければいけないってことですね。ですから、自店のお客様がどうすれば喜ぶか？ それを考えた結果、その1つの取り組みがジャケット着用だったんですね。

【オーナー】そうですね。当店は客層が30～70代くらいまでで、年齢が高い方が多いですからね。

【田畑】とにかく、お客様にとってどうかということ。単に自分の好みのオシャレな服・・・、ではダメですね。

【オーナー】田畑さんの話を聞いてすぐに「洋服の青山」に買いに行きました（笑）。すべて、お客様にどうすれば喜んでもらえるかなって考えて。満足度をもっと向上させたいってことが一番です。田畑さんに出会うまでもある程度、自分で思い付いたことをしていましたが、まだできるんだ、やっていないことがあったんだ、って気付きましたね。

【田畑】とにかく喜ばせたいっていう気持ちが何より大事。同じ情報を聞いても、できる人もいればできない人もいます。その違いはその人自身が持っているお客様を愛する熱い気持ちの違いだと思いますね。

【オーナー】私は、いいなあって思ったことは即、実行に移しますからね（笑）。

【田畑】ですから、結果も早いんですよ。

【オーナー】すべてがすべて成功する訳ではないですからね。やってみて結果が良ければ続けていけばいいんです。

【俊也】とにかく数字を上げるためには、どうすればいいかってことを考えた時に、最終的にはお客様に喜んでいただくことが大切だったところからスタートしました。そうすることで、結果的に数字が安定して上がっていったってことですね。

【田畑】DMに関しても、セミナーを聞いて1年後も継続して取り組んでいる人っていうのは、ほんの一握りです。聞いた時はやってみようと思われて実行されるのですが、50人に1人、いや100人に1人も続けていないんじゃないですかねえ。

【オーナー】結果が出るのに？

【田畑】そうですね・・・。続かないですね。

【オーナー】それはおかしい。

【俊也】習慣化しますけどね。ただ、うっかり3週間後のハガキを出し忘れてしまうことがありますけど（苦笑）。

【田畑】どうですか？ 正直、苦ではないですか？

【俊也】全然、苦ではないですね。教えていただいて、実行して結果が出てきたら、より続けられます。

【オーナー】でも、私が言った時はしなかったんですよ（笑）。田畑さんが言ったから（笑）。

【俊也】本当に、田畑さんが言っていることが正しいって思えたからですよ。

プライスダウンで新規客を呼ぶのではなく中身で

【田畑】恐らく、何とかしなければという強い思いがあったからでしょうね……。ほか、集客面はいかがですか？

【オーナー】 広告を出すことで成功しています。

【田畑】 それは、折り込みチラシですか？

【オーナー】 いや、地元のタウン誌です。新規客を獲得するために打ち出しています。来られたお客様はすべて若いスタッフに任せていますが、カウンセリングはすべて私が行っています。広告の内容は、プライスダウンではなく髪の毛を若返らせるようなことを訴えています。

【俊也】 値引きは一切していません。

【オーナー】 毎月、広告費用はかかりますが、2～3か月前に広告を見たというお客様も来店されますね。

【田畑】 なるほど。

【オーナー】 また、新規のお客様で2週間以内に再来店したら、初回の半額でトリートメントをしていますというチケットをお渡ししています。その人たちの予約も次々と入って来ますから、結構、定着もいいですね。

ランクアップシステムをサロンに導入

【田畑】 そこで、今回の対談のメインでもあるんですが、このような繁盛を支えている基盤が、お客様を年間利用金額別（最上位5%をプレミアム会員、次の15%をプラチナ会員、その下の30%をゴールド会員、残り50%をシルバー会員）にランク分けする仕組みだと思うのですが、これは私の話を聞いてすぐにやってみようと思いませんか？

【オーナー】 思いましたね。田畑さんの話を聞く以前にもどこかで話を聞いたことがあったんですが、具体的にどうすればいいのかが分からなかったんです。

【田畑】 ランクアップのシステムを取り入れた方がいいという考えは持っておられた訳ですね。

【オーナー】 例えば、通販でも年間これだけ以上の購入額の人、つまりトップ上位5%の人は20%オフで商品が買えますっていう仕組みがあるんです。またゴルフ場も回数を多く通っているとゴールドカードがもらえて、すごく優遇してくれる。そうすると、同じゴルフ場にばかり行きますよね。そこでウェアも買ったりして、ゴルフ友達もそんな感じ。だから、結果的に、そのゴルフ場でお金をいっぱい使うことになるんです（笑）。心理として、上位5%に自分が入っていないと嫌なんですね。

【田畑】 ということは、オーナーは消費者としての心理も分かっていたということですね。

【オーナー】 そうです。ただ、ランクアップのシステムを導入するにしても、Aさんが、年間どれだけお金を使っていたか計算できていなかったんですよ。きちっと調べるまでは、よく来てお金を使ってくれているお客様と、よく来ては下さっていますが、そんなにお金を使っていない人との区別ができていなかったんです。

【田畑】 なるほど。

【オーナー】 だから、スタッフ全員で計算しました。そうするとあのお客様が年間にこんなに使って下さっているんだってことに気が付いたりもしたんですよ。

【田畑】 お客様の見方が変わりますよね。ただ、こういうランク付けをするとお客様が来店しなくなるのではないかと、っていう心配をされる経営者の方がたくさんいるのも事実なんです。

【オーナー】 正直、来なくなるのは、一番下位のシルバー会員のお客様です（苦笑）。

【田畑】 そうなんですよ。しかもほとんど売上げに影響しませんよね。それどころか、仕組みを変えることで確実に売上げは上がる。現場の多くの事例を通じてお伝えするんですけど、なかなか踏み出せない方が多いですね（苦笑）。

人間関係が築けていればシステムを導入しても大丈夫

【田畑】では、このシステムを導入したことで、具体的に何が変わりましたか？

【オーナー】まずは、オープン当初から長年にわたって通ってくれていたお客様、ただし、年間利用金額としては低い人からは怒られました。それで結局、来店されなくなった人もいました。

【田畑】どんな感じて怒られたんですか？

【オーナー】「私は長く通っているのに、何のサービスもないじゃないの！ そんな薄い付き合いだったの？」って、ですね。

【田畑】感情面では確かに大切なお客様に違いなんですけど、仕組み自体には感情をはさまないので、違和感が文句になるお客様もいらっしゃるでしょうね。

【オーナー】でも、そういう風に怒られた方は2～3人ですよ。ちゃんと説明させていただいて、「長年、来店して頂いて感謝はしています。ただ年間に30～50万円も利用して下さるお客様がいらっしゃるんです。そういう人に厚くサービスをしなければ……。だって、コンサルタントの先生がそうしなさいって言うのよ」って（笑）。こうやって伝えると「分かったよ。またお店に行くよ」って多くのお客様は理解して下さいます。

【田畑】（笑）そうですか。人間関係が築けていれば大丈夫でしょうね。一方で、喜んでくれているお客様も実際にたくさんいると思いますが？

【オーナー】実は、上位5%のプレミアム会員の方たちは大して意識はないようなんですが、プラチナ会員やゴールド会員の人たちが「毎回、割引きをしてくれるの！ 嬉しい！」って言ってくれますね。そこで、「もう少し年間利用金額が増えると、上のランクになれますよ」って説明するんです。そうしたらお客様が「どうしたらいいの？」って興味を持ってくれます。

【田畑】なるほど。で、更新の時期が近づくと、次はどのランクになるのか気にされるお客様もいませんか？

【オーナー】最上位のプレミアム会員から次のランクのプラチナ会員に落ちてしまいそうなお客

様には、電話しますね。

【田畑】なるほど。

【オーナー】「プレミアム会員になるには、あと5万円くらい足りないんだけど、どうします？」って感じですね。実は昨年9月に初めて更新を行ったんですが、前回の設定金額だと上位5%の人が増えてしまうので、プレミアム会員の設定金額を23万円から27万円へと上げました。

【田畑】上位5%といってもお客様には分からないので、金額提示が必要なんですね。ランクアップシステムを導入されたことによってお客様の支払い額が増え、結果、設定金額を上げざるを得なくなったんですね。俊也さんのサロンも同じくこのランクアップシステムを導入しましたが、いかがですか？

【俊也】はい、当店も売上げはアップしました。また上位顧客の人は割引させていただいた分、同じ日に店販商品を購入して下さるんです。

【オーナー】プレミアム会員やプラチナ会員の方は、新しいメニューを導入すると必ずやって下さいます。それにプレミアム会員の方はリピートされます。

【田畑】よく分かります。ファンのお客様ほど、逆に営業して欲しがるんですよ。実はもっとお金を使いたいですよ。

【オーナー】そうです。それで店販の棚を見ながら「何かほかに買うモノない？」って聞かれますからね（笑）。

【田畑】それがファン心理です。それで売上げも上がっていく。このランクアップシステムは、単にテクニク的なことではなく、たくさんお金を使って頂いているお客様には、それなりのお返しを、またこれくらいの方にはこれくらいの、ってことを実現する取り組みなんですね。それまではすべてのお客様に平等な対応。でも、お客様に公平な対応を心掛けるなら、お世話になればなった分だけ、それ相当のお返しをしなければならないってこと。ですから、小手先でやっているようなことでは決してないんです。

次回予約をシステム内に組み込む独自のアイデア

【田畑】で、ここまでは私が情報として提供させていただいたことなんですが、オーナーの取り組んだ素晴らしい点は、このランクアップシステムに、プレミアム会員でしたら技術割引が15%で、次回予約をされた場合は20%割引というように、次回予約を組み込んだことですね。

【オーナー】そうですね。次回予約をしていただいたお客様には5%割引させてもらっています。この案は、フツと思ひ浮かんだんですよ。

【田畑】大正解だと思います。ナイスアイデアです！お客様も、予約を取らなければ・・・、という気持ちになりますよね。しかも、より強固に次回予約という約束を守って下さる。結果的に次回予約はどれくらい取れていますか？

【俊也】9割くらいですね。シルバー会員の方は割引のメリットがないので、なかなか難しいですが、ゴールド会員以上だと100%に近いと思います。

【田畑】なるほど。システムを理解していなければ、来店しようとは思わないでしょうが、きちんと理解していただければ、喜んで付き合ってくれますよね。

【オーナー】そうです。ですからシルバー会員からゴールド会員にアップした方も何人もいますし、シルバー会員から一気にプラチナ会員になった方もいますね。

【田畑】次回予約を取ることで、1か月先、2か月先のお客様が何人くらいで、どれくらいの売上げがあるのかが分かる。場合によっては3か月先が見える。逆に予約が少なかったら何か手を打たなければって対策が講じられるんですよ。ですから、先の数字が読めるってことが、経営において何より大きなメリットですね。

田畑さんには本当に感謝しています

【田畑】私はこれまで多くのサロン経営者に、自分が携わってきたクライアントサロンの繁盛プロセスを、できる限り分かりやすく、即実践していただけるように体系立ててお伝えしているのですが、ただ、そのあとはそれぞれの現場に合った自分達ならではの落とし込みが必要なんです。で、オーナー、俊也さんは、そこが優れているんです。素晴らしい成果です。

【俊也】ありがとうございます。私たちも田畑さんには本当に感謝していますので、これからも末長く関わっていきたいと思っています。

【オーナー】私も田畑さんには大感謝です。商売の面白さを教えていただいたように思います。これからもいろいろ聞いて、関係を続けていきたいです。

【田畑】ちょっと聞いている私が恥ずかしい（笑）。私が入前でいろいろな話ができるのは、優秀なクライアントの方々のおかげです。その方々が数多くの成果を上げられ、それをお伝えしているだけなんです。ですから、私のほうこそ、皆さんに本当に感謝しています。本日は、オーナー、そして俊也さんに貴重なお話を聞くことができました。本当にありがとうございました。また、今後ともよろしくお願いします。

■田畑 博継 (たばた ひろつぐ) プロフィール

美容サロン経営コンサルタント／感動マーケッター
有限会社ヒューマンサポート 代表取締役
感動マーケティング研究会 主宰



1966年1月、大阪府生まれ。大阪工業大学（経営工学科）卒業後、株式会社大阪リクルート企画（株式会社リクルートホールディングス）に入社。人材採用の企画営業に約6年間従事したあと、1995年1月、28で独立・起業。

現在は、美容サロンの個別コンサルティングのほか、会員制コンサルティングサービス「感動マーケティング研究会」を主宰し、自らが提唱する「感動マーケティング®」の理論と実践術を用いて、年間150回を超える熱血セミナーを実施。また、業界新聞や雑誌などの執筆活動も盛んに行っている。



著書に、『あなたの「思い」を「儲け」に変える！（理美容教育出版）』『繁盛サロンの舞台裏！ —「儲け」は設計できる（サロンニユーズマガジン）』がある。

<連絡先／無料経営相談、サロン講習、コンサルティングなど>

有限会社ヒューマンサポート／感動マーケティング研究会
〒556-0016 大阪市浪速区元町2-2-12 飯栄ビル4F
[TEL] 06-6633-9321 [FAX] 06-6633-9320
[ホームページ] <http://www.human-support.co.jp>