



アルファヴォイス倶楽部

VOL.131

2006.07・08 合併号

発行責任者: アルファヴォイス倶楽部株式会社 代表取締役 野村 敬一
〒102-0074 東京都千代田区九段南4-7-10 TEL: 03-5215-8711

《INDEX》

1. 「私は悪くない症候群」の解消に向けて
取締役副社長 若林 信孝
2. 個人信託と土地信託制度が日本で本格的にスタート
代表取締役 野村 敬一
3. 川田竹也先生の賃貸マンション営業のための知識
コンサルタント 川田 竹也
4. 賃貸マンションの管理について 【第3回 返済保証について】

「私は悪くない症候群」の解消に向けて

取締役副社長 若林 信孝

全社員営業という考え方

将来の目標を達成するためには「全社員営業」という課題に真摯に向き合う必要があると思う。「自分は非営業部門だから営業とは関係ない。」と一般的に非営業部門の社員は思うだろう。しかし、非営業部門の営業意識がその企業の受注を大きく左右するということはあまり知られていないようだ。社長からパートの女性まで、営業を意識することでその企業の基礎体力は強化される。非営業部門が受注行動に無関心だと、営業部門のモチベーションは明らかに下がる。逆に非営業部門が契約を取ることに関心があると営業マンの意欲は確実に上がる。

全社員営業と言われると全社員が営業行動を実施し、案件に繋がる情報を取ること発想する。確かにそこまで出来ればいいが、多くの場合、非営業部門の社員はそのようなやり方に抵抗を感じる。「今でも仕事一杯一杯で休みも取れていない。なぜ、営業までやらされるのか。」と不快感をあらわにする設計部門や工事部門の人間がいる。無理もないことだ。今まで全社員営業と口にはするが、具体的な行動レベルまで求められることはなかったからだ。自分の仕事だけそつなくこなせばいいと思って実際、そのようにやり評価も得ていた。「今さらそんなこと出来ないよ。」と思うのは当然のことだろう。

また、全社員営業が大事だと頭ではわかっているが体が動かない。方法論が理解できないということもある。「何でもいいから、案件に繋がる情報を出せ。」と指示されても、何が案件に繋がるかも分からない。具体性のない指示のためにいつどこで、どのように情報を収集すべきかがわからないということもあるだろう。

よく、全社員営業を実施するに当たり、危機意識を説く経営者がいる。ところが、全社員営業の結果が出ないと「うちの社員は危機意識が足りない」と嘆く。「本当に危機意識を持っていたら、御社にはいてくれないでしょう。」とジョークを交えながら、応答することがある。全社員営業は現状が危機だから実行するのではなく、社員である限り、当然の行為として行うことだと理解してもらいたいことだろう。会社が将来にわたり存続するためには、全員が契約を取るということを強く意識すべきだと根気よく説得することだ。また、自分の部門で出来る営業行為から始めればいい。設計部門の人間に強制的に飛び込みをやれと言っているのではない。

非営業部門の営業意識

例えば、工事部門の営業意識が薄いと次のようなことが起こる。契約0件続きの営業マンがやっとの思いで契約の約束を取った。1年通い続け、顧客と信頼関係を構築し、顧客の心配や不安に対し、細かく資料を作成し、提案した案件だ。顧客はその営業マンの仕事に対する姿勢に感動し、その気になったのだ。ただ、環境条件が悪く、施工の難しい土地だった。そのことを工事部長に報告すると、その敷地図を一瞥しただけで「こんな難しい物件はやれないよ。それでなくても工事が詰まっているんだ。勘弁してくれよ。他社が断った物件だから、お前が契約できたのではないか。断ってくれよ。」と発言された。また、設計部門から「とにかく手一杯だから、次にしてくれ。」と言われた。その営業マンの意欲が急激に下がるのを想像することが出来るだろう。しかし、このようなことが営業の現場では常日頃起きている。仕事が向こうから入ってくるのは当然という意識で仕事を遂行していると受注や契約に対する神経が散漫になるのは間違いないようだ。

非営業部門が営業に無関心ということは営業マンのフォローしている顧客に無関心だということだ。だから、次のようなことも起こる。営業マンの不在のときにたまたま、顧客から電話があった。ある用件を営業マンに伝言してくれるように電話を受けた非営業部門の社員に依頼した。ところが、その社員は自分は営業部門ではないので、直接、営業マンに電話するように応えたのだ。

その顧客はその会社をどのように判断しただろうか。営業部門と非営業部門のコミュニケーションの悪さを想像したろう。また、この会社に仕事を依頼したら、トラブルがあったときに問題を他部門任せにし、対応が遅延し、問題の解決がさらに遅くなるだろうと考えたろう。結果、この会社に対する印象度は著しく落ちる。営業マンがこの顧客に丁寧な対応をして、もう少しで契約という段階まで来ても、この顧客はその会社に仕事を依頼することはないだろう。営業部門がどんなに頑張っても、非営業部門の営業意識や顧客対応意識が甘いと、受注が取れないということだ。営業は営業部門だけで行われているのではなく、日々、会社全体と現場全体で行われているのだ。営業マンが顧客満足を実現しようと営業活動を行っていても、その他の部門が顧客の満足や契約を取るという行為に無関心だと業績は伸びないのだ。

間違いのない車の選び方

新車を購入するときを想像してみよう。以前は営業マンの話やパンフレット、試乗体験だけで新車購入を決めることが多かったようだが、最近はその営業所の非営業部門の対応をチェックして購入する人が増えているようだ。綺麗にディスプレイされたお店の裏側に足を伸ばし、サポートセンターの仕事ぶりを見てみる。工具の置き方など整備場の整理整頓をチェックしてみる。整備士の仕事ぶりや管理者の対応を何気なく観察する。顧客からの電話対応で見え透いた言い訳をしていないかチェックする。整備場やサポートセンターの雰囲気を感じ取ってみる。このような非営業部門のチェックをするには訳がある。新車購入後のフォローに満足した経験のない顧客が多いからだ。電話をすると、担当者が出るまで数分待たされる。担当者の不在を告げられると、すぐに電話をさせると言っておきながら、1時間経っても、連絡がない。しかたなく、こちらから電話すると担当者が「聞いていませんでした。」と謝罪が始まる。「点検は3日で終了する。」と言われたのに、結局「1週間は時間が欲しい。」と言われる。その理由を確認すると「部品が到着するのに4日かかるからだ。」と言う。なぜそんなに時間がかかるのかを問うと「部品センターが休日に入っているからだ。」と言い訳される。こんな経験をしていたら、非営業部門をしっかりチェックしてその営業所から新車を購入するがどうか判断するだろう。自社の商品に興味がありながら、商品を購入しなかった理由を追跡調査しても、表面には現れにくいのが、非営業部門の対応の悪さによる失注である。そして、今日も至るところで、「私は営業の仕事は関係ない。自分の仕事で手一杯だと。」無意識的に仕事をしている社員がいるのだ。

だから、どんなに営業部門を鍛え上げて非営業部門の意識、行動がついてこなければ、大きな結果には結びつかないのだ。営業部門を徹底して訓練をすると、スキルも意識も上がる。しかし、一方で他部門は営業訓練がほとんど行われていない現実がある。会社紹介や自己紹介が的確に出来ない。自社の商品説明に自信がない。質問や共感といった顧客理解のための具体的な方法を体得していない。クレームなど顧客が怒りや悲しみを感じているときは、主張するのではなく、顧客のクレームを

理解し、共感するのだというセオリーを学んでいない。

コミュニケーションの基本を学んでいないために、契約後の非営業部門の対応に顧客は違和感を持つだろう。この会社は契約を取るための教育をやっていても、顧客を満足させるための教育は実施されていないように感じるだろう。よって、顧客の満足度は以前にも増して落ちるのだ。このような悪循環が始まると、営業部門と非営業部門の意識がさらにかい離する。そのかい離が両部門の軋轢を生み、コミュニケーションの欠如を生む。結果、営業マンの意欲が減退し、受注目標を達成することが出来なくなる。例え、受注目標を達成したとしてもそれは営業部門の喜びであり、非営業部門の喜びには繋がらない。逆に仕事が増えることでストレスとなる。仕事があることを感謝すべきなのに。

最悪の営業マン

私が営業マンだったころのエピソードを紹介しよう。私は当時、とにかく売ることが好きな人間だった。その反面、契約をとった後のフォローが疎かになることが多かった。現在のようにコンピューターによる受注物件のシステム管理がなされていない時代である。契約後の個別物件のフォローはすべて個人に任されていた。着工3週間前には工事部門に引継ぎ書類が到着することがルールだったが、私はそのルールをほとんど無視する他部門の評判が最悪の営業マンだったのだ。

そんな最悪の営業マンでも私を甘えさせてくれた工事担当者がいた。引継ぎが2週間遅れているにも関わらず、顧客との内装打ち合わせや、確認申請の提出をしていない物件があった。1週間前にその物件の工事をする担当者から電話がかかった。当然、工事担当者の怒りの電話だろうと思い、身構え、内心、恐怖におののいていた。ところが、その工事担当者の発言は私の予想を破るものだった。「今のままでいいから、今日中にその物件の資料を全部、こちらに渡してくれ。」と言うのだ。本来、私がやるべき仕事を工事部門で全部やるというのだ。私は「本当ですか。」と聞いた。その工事担当者は怒るでもなく「とにかく、そのまま引き継いでくれ。」と言うのだ。

「お客様の着工日を遅延できないだろう。お客様を絶対落胆させてはいけません。君は今後、このようなことがないように注意してくれればいい。今は期末だろう。君は契約をもっと取って、また、表彰台に上げられるように最後まであきらめなないで、頑張りなさい。」私はその工事担当者の言葉に感動した。「こんな人がうちの会社にいるなんてすごい。」と改めて自分の会社に対して自信を持ったのだ。さらに、自分の行動や考え方をひどく恥じた。私は心の中で出来る営業マンだと自負していた。だから、他の部門は私の面倒を見るのは当然なのだと。私のお陰で仕事があるのだからと。天狗になっていた。そのため、契約後のフォローを軽視していたのだ。

結局、その物件は即日、その工事担当者に渡し、無事に工事を着工することが出来た。その出来事が引き金になり、自分の甘さを実感し、その後、私は、設計、インテリアコーディネーター、工事、総務のメンバーと一緒にあって、引継ぎシステ

ムの帳票とマニュアルを作成し、管理方法を構築した。

非営業部門は工期遅延や低い利益率を営業部門の顧客対応の悪さに求めることが多い。確かに、多くの場合、営業部門に悪さの源泉があるだろう。しかし、営業意識の強い非営業部門はその悪さを認識しながらも、受けた仕事を通して、顧客満足を絶対に実現するという気概に満ちている。必ず「後は任せろ。お前はもっと前に進んで契約を取ってこい。何があっても全面的に協力する。安心してもっと取って来い。」と営業マンにはっぱをかける。少なくとも「これ以上取ったら、工期どおりに工事ができるか責任は持てないよ。」とは口が裂けても言わない。例え、その状況に置かれていてもだ。

非営業部門のプレッシャー

非営業部門が営業部門にプレッシャーをかけることは、上司にプレッシャーをかけられるより、はるかに効果的だ。「後は俺たちが面倒見るから。安心して取って来い。」と言われたら、営業マンは前に進むしかないのだ。全社員営業の根本は営業部門、営業マン、受注に全社員が関心を持つことだろう。今日も営業マンは顧客に面談に行っている。顧客から様々な反論をもらいながら、汗をふきながら頑張っている姿を想像できるだろうか。「俺も現場で頑張っている。お前たちももっと仕事をとってきて、俺たちをもっと困らせてくれ。」という気概が営業マンのクロージング力を増すのだ。

クロージングは、「契約をお願いします。」と顧客に意思の決定を迫る行為だ。営業活動の中で最も緊張感溢れるドラマティックな場面である。クロージングは本音で行わなければならない。営業マンの中に少しでも疑念やためらいがあると、クロージングをかけることが出来ない。かけたとしても弱い。自分の会社に決めてもらおうと思ったら、自分の会社に自信を持っていなければ駄目だ。営業マンが自分の会社に自信を持つ過程は日常の業務の中における何気ない会話だ。非営業部門とのコミュニケーションや連携によりもたらせるものだ。非営業部門と営業部門との接触回数やコミュニケーションが充実していれば、クロージングに必要なパワーは確実に増すのだ。非営業部門が実は営業マンを通して顧客と会話しているのだということを忘れないで欲しい。

さて、全社員が営業意識を強く持つためにはどうすべきなのか。日々の営業活動とその結果を全社員に認知してもらうことから始めればよいと思う。全社員営業は営業部門の情報公開から始まるのだ。

A君が 邸に今日クロージングに行く。とわかれば、その結果が楽しみになる。翌日、クロージングの結果が全社員に告知される。契約が取れたら、全員がA君を祝福する。もし、駄目でも「次があるさ。」と励ます。そんなやり取りが会話の中で自然に繰り広げられる。

「うちは社員が多いので無理です。」「営業所が遠方に広がっているので出来ません。」と言う営業部長がいるかもしれない。しかし、遠方にあることを逆に利用して、メールでやり取りをしている企業がある。実は今日も、その営業部長から午

前7時30分にそのメールが届いた。もちろん、全社員に送られているメールだ。

「昨日はB様がわが社に来社されました。総務や工事部門、設計部門が全員で丁寧に対応してくれました。お客様から、「あなたの会社は営業だけでなく、非営業部門もしっかり教育されているね。これなら安心してお宅に頼めるよ。」と言われました。営業担当者も私もすごく嬉しくなりました。皆様、丁寧な対応、本当に有難うございました。さて、今日はクロージングが3件あります。このクロージングがうまくいけば、目標の120%が達成できます。3件とも営業マンが3ヶ月以上かけてフォローした物件です。私は絶対、契約が取れると信じています。皆様も応援をお願いします。」

以上

個人信託と土地信託制度が日本で本格的にスタート

代表取締役 野村 敬一

新しい賃貸マンションの営業が始まるー

10年以上前になるが、米国に一ヶ月ほど滞在したことがある。ニューヨーク・シカゴ・セントルイス・ダラスとシカゴの友人のネットワークを頼りに、コンサルティングビジネスの勉強に行った。

当時は米国の景気が悪く銀行が売りに出ていることが衝撃的であった。いつか日本の銀行も同じような道をたどるであろうと、漠然と思った。その予感当たり、日本もバブル崩壊、平成不況と同時に米国と同じような金融崩壊が起こった。今後の日本も米国から10年くらい遅れて様々な社会現象や経済現象が起こるのであろう。

米国滞在中、印象的に残る事が二点あった。

米国のコンサルティング会社は経営の一角に入り、社外の監査役や社外取締役として、専門家のニュートラルな立場から経営参画していた。私自身も当時から日本的な企業のムラ社会に違和感を持っていた。いずれは日本にもそのような役割が必要とされる時期が来ると予感した。昨今の企業不祥事や企業倒産に直面すると、日本では今もなお社外取締役の重要性、役割、機能が認識されていない後進性を感じる。まして中小企業となるとなおさら遅れている感がある。早晩、日本の上場企業や中小企業にも米国型のコンサルティング、つまり社外取締役制度が定着するであろう。

現在、私も数社の社外取締役を数年前からお引き受けしている。その重要性と責任を、一層痛感している。単なる飾り物ではない、常に客観的かつ冷静に経営参画

する。また経営者のよきアドバイザーとして専門性の高いコンサルタントとしての役割に徹することを心がけていきたい。

もう一点印象的であったのは、当時、米国で出会った弁護士や会計士が富裕層をクライアントにしたコンサルティング、すなわち個人信託制度を盛んに取り入れていた仕事をしていることであった。当時の日本には信託銀行はあっても、私が米国で見てきた個人信託とは内容が異なるものであった。いずれは日本にも本格的な個人信託制度が生まれるであろうと予感していた。その予感はしばらく記憶の外にあった。

ここ数年、土地活用・賃貸マンションの営業を指導するなかで、相続税対策が必要な顧客情報から、個人信託や土地の信託制度が必要な事例に多く遭遇してきた。今回の個人信託制度のスタートは、相続を含む資産活用の提案を行う上で、画期的な内容であると確信している。

土地信託の活用による賃貸マンション営業

1．スキームの趣旨

地主は収益の向上や相続税軽減を目的として賃貸マンションによる土地有効活用をしたいと思いながら、顧客が高齢でかつ、金融機関からの借入を行うのに推定相続人の方の連帯保証人が必要であるのに、同意が得られなく、契約を断念せざるを得ないケースが多く見られる。

また、お客様ご自身の名義では、借入をしたくないので、有効活用ができないというケースも多くある。

このような場合、個人信託および土地信託を活用することで、問題を解決し、お客様の土地の有効活用・賃貸マンション事業を推進することができる。

具体的には、有効活用の対象の土地を信託していただき、お客様の指図のもと信託会社がお客様に代って、信託会社の名義で金融機関からの借入と建築会社による建築事業を推進することができる。

2．信託サービスの特徴

個人信託・土地信託と建築会社による賃貸マンション事業のノウハウを組み合わせ、これまで土地有効活用事業のできなかつたケースに対処する。

顧客（地主）の意思のもと、顧客の指図に従い、信託会社が名義上の有効活用（賃貸マンション）事業の主体者となる。

顧客は、信託契約期間中、賃貸用不動産の収益用事業により生み出される収益から、諸費用や借入金元利返済額を控除した純収益を分配金として信託会社から受取る。

信託契約期間満了時には、顧客の意思により、信託契約に最終帰属者を決めておくと、信託会社が、その方に財産の引渡しを行う。従って、相続紛争を回避できることとなる。

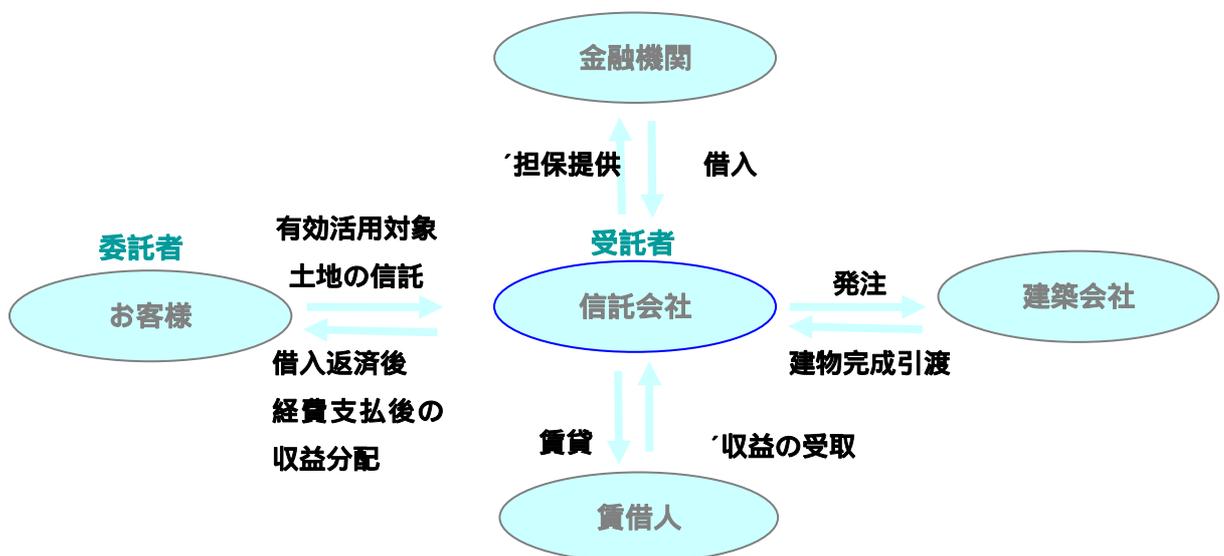
顧客は、相続税法上及び所得税法上、自分名義で建築したのと同じ効果が得られる。

3. スキーム図による説明

信託契約時 ~ 有効活用まで

顧客は、有効活用をしたいと考えの土地を信託会社に信託する。

信託会社は、受託したその土地を担保に顧客に代って金融機関から借入を行う。

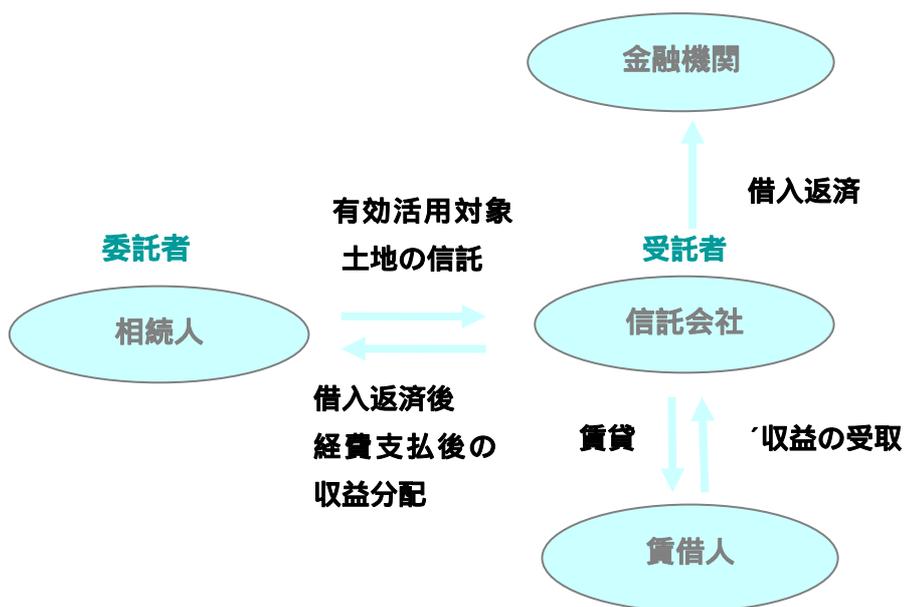


信託会社が名義人として、賃貸マンションの建築を建築会社に発注し、完成引渡を受ける。

信託会社は、所有者として収益建物を賃借人に賃貸し、収益を受取る。

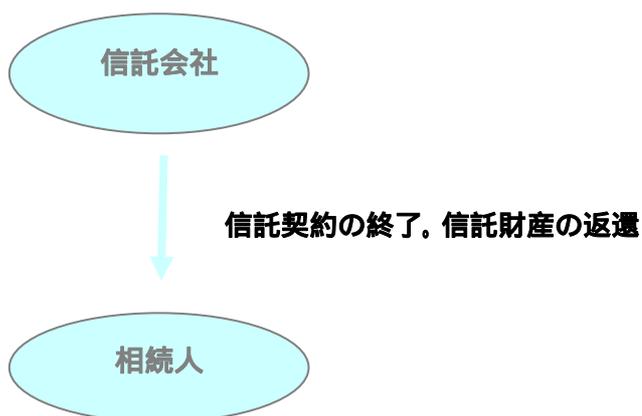
信託会社は、受取った収益から諸経費の支払いと借入金元利返済を行い、残金を顧客に収益の分配として支払う。

相続発生後 ~ 信託契約期間満了時まで



相続発生後、相続人は委託者の地位を承継する。
 原則として、借入金が完済されるまで信託契約は続く。

信託契約期間満了時



信託契約期間満了時には、借入金は全額返還を行う。
 信託財産である有効活用対象土地と収益建物が借入金返済後に存続している場合には、信託契約の最終帰属者である相続人に返還する。

4. 本スキームの顧客及び後継者のメリット

顧客が高齢であることで、金融機関からの借入を行うのに、推定相続人の連帯保証人が必要で、同意が得られないなどにより、意思が実現できないという問題をクリアできる。

顧客がご自身の名義では借入をしたくないので、有効活用ができないという問題をクリアできる。

顧客は、借入の返済につき、担保に提供した信託土地を限度とした責任を負うことになる。経済情勢の急変等により返済ができなくなった場合も、お客様の他の財産に残債務が及ぶことはない。

収益の向上により、より豊かな老後を送ることができ、納税資金を蓄積することができる。

任意後見付信託を設定すると、万が一顧客が認知症になった後も、顧客が手厚く介護を受けられるように信託会社が収益の分配の管理を行なう。

相続税、所得税の軽減効果がある。

以上

【ご案内】

個人信託の制度についての社内でのセミナー、勉強会の開催を希望される方、また具体的案件がある場合は、株式会社朝日信託が個別に対応させていただきます。

お問合せはアルファ オイソコンサルティング(株)古屋(TEL03-5215-8711)までご連絡ください。

株式会社朝日信託とアルファ オイソコンサルティング 株式会社は、本年6月に業務提携を結ばせていただきました。つきましては個人信託についてのセミナーを下記にて開催予定です。詳細が決まり次第ご案内させていただきます。

- ・日時 2006年9月1日(金)
- ・会場 東京
- ・講師 株式会社朝日信託

川田竹也先生の賃貸マンション営業のための知識
ワンポイントアドバイス～賃貸マンションの相続税対策～
財産の評価引き下げ対策

コンサルタント 川田 竹也

・・・建物は相続税評価額が下がる～続編～・・・

今回は建物の相続税評価額について説明しました。建物の相続税評価額は建物の固定資産税評価額と同じですが、賃貸で使用している建物については借家権割合の分（30%又は40%）が控除されるので、相続税の計算上の財産評価を下げることができます。しかし条件によっては評価引き下げができない場合があります。

空室のある賃貸マンションの建物相続税評価額

借家権割合の分が控除されるのは入居者が住んでいる場合であり、空室の部分については控除されません。空室の部分は「建物のオーナーが自由に使うことができる」とみなされるので、借家権割合の分が控除されないのです。

例題

RCマンション 12世帯
建物の固定資産税評価額 7,000万円
借家権割合 30%
空室 2室



- ・この状態で相続が発生すると建物の相続税評価額は、
建物の固定資産税評価額 7,000万円 × (1 - 30% × 1.0室 / 1.2室)
= 5,250万円

入居率

入居率 = 賃貸割合といえます。

- ・満室の場合の相続税評価額は、
建物の固定資産税評価額 7,000万円 × (1 - 30%) = 4,900万円

空室があることにより 350万円も相続税評価額が上がってしまいます。
このような空室による相続税評価額の上昇をなくすためには、管理会社と建物一括借上賃貸借契約を結ぶことが効果的です。（通称：サブリース契約）
サブリース契約は管理会社が建物全室を借りていることになっており、空室状態で

も賃貸借契約が発生しています。入居しているとみなされて借家権割合の分が控除されます。

建築中の建物相続税評価額

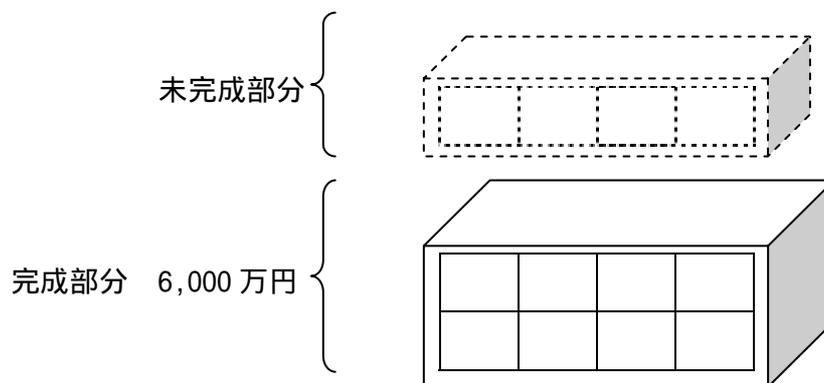
建築中の建物は、相続が発生したときに出来上がっているところまでについて固定資産税評価額を計算します。建築中の建物の固定資産税評価額は、その建物の費用現価の70%に相当する金額により評価します。

費用原価：相続が発生したときまでにかかった建築費用

$$\text{建築中の建物の固定資産税評価額} = \text{費用原価} \times 70\%$$

建築中は入居者がいないので、建物相続税評価額は建物の固定資産税評価額と同じです。

例題 R Cマンション4連3階 12世帯
 建物本体にかかわる工事費 1億円
 建築中に相続が発生し、相続発生時までにかかった建築費用を
 6,000万円とする



建物相続税評価額は、 $6,000 \text{万円} \times 70\% = 4,200 \text{万円}$ になります。

建物の相続税評価額を計算するときの参考にしてください。

問題 相続が発生した時に、下記のR Cマンションを所有していました。
 建物の相続税評価額を計算してください。

- ・ R Cマンション 15世帯 ・ 空室 3室
 - ・ 建物の固定資産税評価額 1億円 ・ 借家権割合 30%
- サブリース契約はしていません。

解答はホームページにて <http://www.alpha-vc.co.jp>

賃貸マンションの管理について

MENU

- 第1回・・・ 賃貸管理の基本
- 第2回・・・ 満室保証について
- 第3回・・・ 返済保証について
- 第4回・・・ 家賃保証について
- 第5回・・・ サブリースについて

【第3回 返済保証について】

返済保証

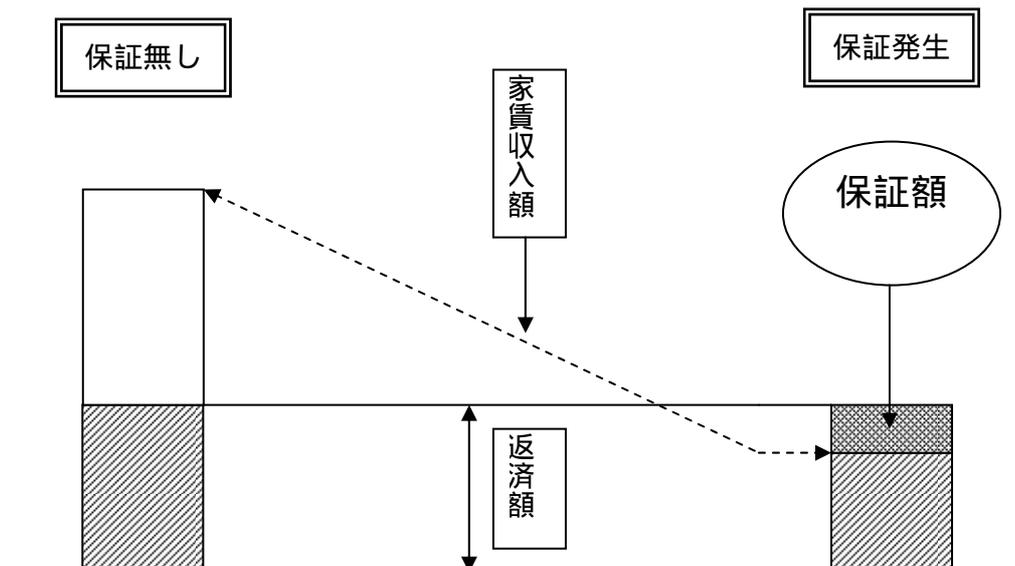
【保証システム】

内 容： 毎月の借入返済額より家賃収入が下回った場合に保証する
(最低保証)

保 証 額： 返済額 - 家賃収入 = 差 額

期 間： 一般的に3年～5年間契約

【保証イメージ】



【ポイント】

保証が発生する空室率と家賃収入の損益分岐点を把握することです。損益分岐点を下回るとオーナー側は手取り収入が減り、管理会社側は保証料の支払いが発生します。したがって管理会社（建設会社）は入居斡旋に力を入れ、空室を発生させない事が大切です。

その為には建築する際に、市場調査を確実にに行い、入居者に永く住んでもらえる間取りを提案する事が大切です。入居後の管理においては、入居者間によるトラブル対応のスピード化や、トラブルを未然に防ぐ為の入居審査をきびしくする事が重要です。

保証が発生しなければ、管理体制が良いという信用にもつながります。

【メリット】

『オーナー』

・他の保証に比べ手取り収入が多い

一般的に保証を付けると家賃収入の2%～7%は保証料となるため、手取額が少なくなります。返済保証は、保証料が発生しないため全額が家賃収入となります。

・返済不安の軽減

返済額は保証されるので、賃貸収入が返済額を下回っても手出しの必要がありません。返済に関する金銭的リスクと精神的リスクが軽減できます。

『建設会社』

・保証発生率が低い

一般的に返済額は満室時総収入の60%～70%で設定します。しかし入居率が70%を下回るとはほとんどないため(下回る計画は提案しない)、他の保証と比較し保証が発生する確率は低くなります。自社で何らかの保証を設けるには、取り組みやすい内容の保証です。

以上

アルファヴォイス倶楽部のメール配信を行っています。ご希望の方は会社名、お名前、メールアドレスをinfo@alpha-vc.co.jp またはFAX03-5215-8717 までお送り下さい。