優良不動産売買会社
特別ご招待状

年に1度の不動産会社のための経営祭典

2026 → 2027

どんな時流??
何が当たる??

儲かる不動産会社

飛躍の2027年にする 経営戦略フォーラム2026

2026年に儲かった会社の経営戦略を徹底解説。2027年も勝ち抜けろ！

経営戦略
フォーラム
累計671社
の不動産会社様
にご参加いただきました
人気セミナー

事例 01
販促費半減
粗利2倍
の販促費戦略

事例 02
1人あたりの粗利生産性
4,000万円
地方商圏営業戦略

事例 03
反響単価
4分の1
オウンドメディア戦略

事例 04
人が育ち
勝手に稼ぐ
評価報酬制度

主催
Run together for your Z
ZitzGen
(平日9:00～18:00)
TEL: 03-6663-9906
FAX: 03-6740-2359

儲かる不動産会社 経営戦略フォーラム2026
株式会社ZitzGen（ジツゲン）
〒103-0015 東京都中央区日本橋箱崎町5-15 PORT ONE茅場町6F

先着120名様限定

即実践可能な成功ノウハウを解説

当日の内容詳細は中面『講座内容』へ >> GO

通常受講料40,000円
税別9,800円/人
さらに同伴者半額

経営戦略フォーラム満足度

累計671社にご参加いただき、
93.6%のお客様に
ご満足いただいております。

大変満足・満足

93.6%

あなたの時間を
絶対に無駄にしません。

東京会場

2026年10月8日(木)
13:00～17:00

ふれあい貸し会議室
浜松町No97

〒105-0013
東京都港区浜松町1-22-8
KDSビル
(JR浜松町駅出口徒歩1分)

福岡会場

2026年10月19日(月)
13:00～17:00

ふれあい貸し会議室
天神No150

〒810-0001
福岡県福岡市中央区天神 3-4-10 天神西茂ビル
(天神駅徒歩2分)

大阪会場

2026年10月22日(木)
13:00～17:00

貸し会議室
プランセカンス

〒532-0011
大阪府大阪市淀川区西中島
4-2-26 天神第一ビル 605号室
(西中島南方駅徒歩1分)

ZOOM会場

2026年10月26日(月)
13:00～17:00
ZOOM
(オンライン会議システム)

カメラ付き端末(タブレット・PC)をご用意のうえ、ZOOMアプリをインストールしてください。

たった9,800円の投資で、あなたの会社が儲かる会社に生まれ変わる。

ご参加は代表者様・役員様に限らせていただきます
(お1人様9,800円/税別)

同伴者様は
お1人様4,900円/税別

※同伴者様は役職を問いません。
(幹部・担当の方もご参加いただけます)

パソコンからのお申込み

「ジツゲン　セミナー」
検索エンジンで検索

スマートフォンからのお申込み

QRコード
読み取り→WEBサイトでお申込み

FAXからのお申込み

お申込書に
必要事項を記入し、
03-6740-2359へ送信

株式会社ZitzGen(ジツゲン)
TEL：03-6663-9906 (平日9:00～18:00)
〒103-0015 東京都中央区日本橋箱崎町5-15
PORT ONE茅場町6F

2026年に儲かった会社が実践した最新の経営ノウハウが学べる特別な1日

平均粗利生産性4,000万円/人の地方商圏企業が実践する成功ノウハウを即実践可能レベルで解説！

在庫滞留・金利上昇・販促コスト高騰。さぁ、どう勝ち残る??

第1講座　2027年の勝ち方・時流予測

テーマ　2027年儲かる会社は何をする？伸びる会社と落ちる会社の違い

- 2026年に伸びた会社と、売上を落とした会社の違いを解説。
- 反響減少・在庫長期化でも、粗利を伸ばす会社の共通点。
- AIを活用し、少人数でも高収益を実現する経営モデル。

第2講座　売主集客＆媒介取得戦略

テーマ　脱・一括査定サイト依存。反響単価を4分の1にした売主集客

- 自社媒体で売主反響を増やし、一括査定サイト依存から脱却。
- 価格競争に陥らず、売主が納得する媒介提案の実務。
- AIで記事・広告文を作り、売主集客を効率化する方法。

第3講座　買主様集客＆営業戦略

テーマ　販促費半減・粗利倍増。利益5倍になった会社の集客・営業戦略

- 紹介・リピート・自社集客を生む営業の仕組みを公開。
- 初回接触から成約までの歩留まりを高める営業設計。
- AIで追客文面や提案資料を作り、営業生産性を高める。

第4講座　採用＆教育の仕組み化

テーマ　求人倍率4.93倍。採用できない前提で粗利を伸ばす

- 優秀な未経験者を採る求人訴求と面接設計を公開。
- 新人を早期戦力化する教育カリキュラムと定着の仕組み。
- AIロープレとマニュアル整備で教育時間を短縮する。

第5講座　評価報酬制度構築

テーマ　もっと稼ぎたい…。社員が自発的に頑張ってくれる仕組み

- 稼ぐ社員が辞めず、挑戦したくなる評価報酬制度。
- 個人依存をなくし、再現性ある成果基準をつくる方法。
- AIで目標管理・面談準備・評価コメントを効率化。

第6講座　本日のまとめ

テーマ　500社以上の経営指導をしてきたコンサルタントが語る伸びる会社

- 伸び続ける会社に共通する経営の3原則を総整理。
- 社長依存から脱却し、仕組みで伸びる会社への手順。
- AI活用を含め、明日から着手する重点施策を明確化。

当日の講師紹介

株式会社ZitzGen
代表取締役
吉本 大起
Daiki Yoshimoto

船井総合研究所に新卒入社し、最優秀新人賞を受賞。同社史上最速でチーフ経営コンサルタントに昇格。その後、シグマクシスの戦略コンサルティング部門を経て、2019年に株式会社ZitzGenを創業。不動産・通信業界を中心に経営支援を展開し、創業以来7期連続増収黒字を達成。国家表彰・紺綬褒章受章。

株式会社ZitzGen
戦略コンサルタント
板坂 純之右
Junnosuke Itasaka

法政大学卒業後、金融機関に入社し、中小企業の資金繰り改善に従事。現在は株式会社ZitzGenのシニアアソシエイトとして、不動産売買仲介会社を中心に、利益体質の構築、営業力向上、人材マネジメントの仕組み化を支援。数字に基づく実行性の高い経営改革を得意とする。

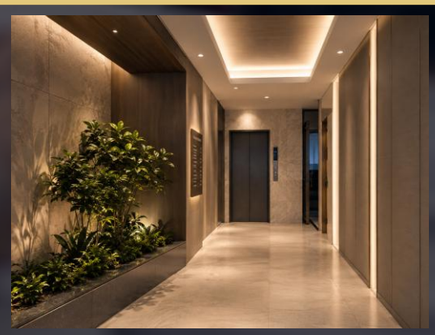
株式会社ZitzGen
戦略コンサルタント
中村 龍斗
Ryuto Nakamura

日本大学卒業後、税理士法人に入社。財務コンサルタントとして60社以上の経営改善・資金改善を支援。現在は株式会社ZitzGenのアソシエイトとして、不動産売買仲介会社の媒介取得強化、営業プロセス設計、KPI運用、価格改定の仕組み化を支援する実行派コンサルタント。

株式会社ZitzGen(ジツゲン)のご紹介

株式会社ZitzGen（ジツゲン）は「中小企業専門」「業種特化型」「戦略コンサルティング」の会社です。中小企業専門コンサルティング会社の多くは「ビジネスモデルパッケージ」「ツールや手段特化」で、経営課題の本質に向き合えていないと感じています。
我々は「夢の実現まで伴走する」スタイルで、クライアントの“Z”（夢・究極・ゴール）の実現を、本質的な経営課題に向き合いながらオーダーメイドで支援します。

会社名	株式会社ZitzGen（ジツゲン）
所在地	東京都中央区日本橋箱崎町5-15 PORTONE茅場町6F
資本金	100,000,000円(1億円)
設立	2019年1月11日
事業内容	経営コンサルティング業



Run together for your Z
ZitzGen

令和8年9月吉日

儲かる不動産会社 経営戦略フォーラム2026 のご案内

拝啓　時下ますますご清栄のこととお慶び申し上げます。
平素は格別のご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。

不動産売買仲介業界は、反響数の減少、在庫の長期化、金利上昇、人手不足など、複数の環境変化が同時に押し寄せ、これまでのやり方の延長線上では、**利益を確保することが難しい時代**を迎えています。

しかし、2026年に粗利を大きく伸ばした会社は、こうした逆境のなかでも、
「集客・営業・採用・教育・評価」の経営基盤を再構築し、**成果を出しています**。

本セミナーでは、500社以上の経営指導で得た成功事例と最新トレンドをもとに、明日からすぐに実践できる経営戦略を**6つのテーマ**で具体的に解説します。

自社の「次の一手」を明確にし、
2027年を飛躍の年にするためのヒントを必ずお持ち帰りいただけます。
ご多忙のことと存じますが、ぜひご参加いただき、貴社のさらなる成長にお役立ていただければ幸いです。

敬具

毎回ご好評につき、定員になり次第締切となります。
ぜひお早めにお申込みください。

本セミナーで得られる3つのポイント

成果に直結する最新ノウハウ	全国の成功事例をもとに、明日から使える 集客・営業・採用・教育・評価の具体策を公開。
自社に合った戦略が描ける	地域・規模・商圏を問わず、再現性の高い 経営戦略のつくり方が分かります。
AI活用で生産性を最大化	AIを活用した集客・営業・教育・管理の 最新手法も分かりやすく解説します。

業界の未来を切り拓く第一歩として、本セミナーが皆様の事業の一助となれば幸いです。
皆様のご参加を心よりお待ち申し上げております。

株式会社ZitzGen
代表取締役　吉本 大起

※詳細は同封のセミナー案内をご覧ください。

【参加申込書】儲かる不動産会社 経営戦略フォーラム 2026

お申込み方法

パソコンから	スマートフォンから	FAXから	メールから
URL zitzgen.com/seminar/6690/ 検索 「ジツゲン　セミナー」	左のQRコードから専用ページにアクセス	FAX 03-6740-2359 本紙に必要事項をご記入の上、FAXで送信	mail info@zitzgen.com 本紙に必要事項をご記入の上、写真を撮って、メールに添付して送信

開催要項

日時・会場

東京会場(10/8(木))
ふれあい貸し会議室 浜松町No97
〒105-0013
東京都港区浜松町1-22-8 KDSビル
JR浜松町駅出口 徒歩1分

福岡会場(10/19(月))
ふれあい貸し会議室 天神No150
〒810-0001
福岡市中央区天神3-4-10 天神西茂ビル
天神駅 徒歩2分

大阪会場(10/22(木))
貸し会議室 プランセカンス
〒532-0011
大阪府大阪市淀川区西中島4-2-26 天神第一ビル605号室
西中島南方駅 徒歩1分

オンライン会場(10/26(月))
ZOOM会場
カメラ付きの端末(タブレット・PC)などをご用意の上、Zoomアプリをインストールしてください。
※詳細は別途ご案内申し上げます。

開催時間
13:00
～
17:00
(開場12:30)

諸事情により、やむを得ず会場を変更する場合があります。その場合、お申込みいただいた電話番号への電話・メールにてご連絡いたします。また、最少催行人数に満たない場合、中止させていただくことがございます。なお、中止の際、交通費等のお支払いはいたしかねますので、予めご了承ください。

受講料

税別9,800円/名(税込10,780円)
※代表者様・役員限定となります
※同伴者様は税込5,390円/人 (役職は問いません)

■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。　■受講料は、お申込み後すぐにお振込みください。　■ご参加を取り消される場合は、開催日より1週間前までにお電話にて申込担当者までご連絡くださいますようお願いいたします。
■開催日１週間前から開催日前日までのお取消しの場合は受講料の50%、当日および無断欠席の場合は、100%をキャンセル料としていただきます。ご了承ください。

お問合せ

夢の実現まで伴走する ZitzGen 株式会社ZitzGen (ジツゲン)
TEL：03-6663-9906 (平日9:00～18:00)

内容に関するお問い合わせ
お申込みに関するお問い合わせ
板坂(いたさか)

ご参加セミナー	【不動産売買仲介会社向け】儲かる不動産会社 経営戦略フォーラム 2026		
ご参加希望会場	□東京会場 10/8(木)　□福岡会場 10/19(月)　□大阪会場 10/22(木)　□オンライン会場 10/26(月)		
フリガナ		フリガナ	
会社名		代表者名	
所在地	〒　　-	フリガナ	
		ご連絡担当者	
TEL		E-mail	@
FAX		HP	http://

ご参加者氏名				
	フリガナ	役職	フリガナ	役職
	フリガナ	役職	フリガナ	役職
	フリガナ	役職	フリガナ	役職

あなたのお悩みを教えてください！(セミナー内容に反映されます)

申込用紙に記載された情報は、セミナーのご案内などの営業活動やアンケート等に使用することがあります。法令で定める場合のほか、お客さまの承諾なしにほかの目的に使用することはありません。お客さまの個人情報に関する開示・訂正・追加・削除につきましては、弊社までお電話ください。

セミナー受講者の声

セミナーにご参加いただいた皆様より寄せられた
貴重なご意見・ご感想を紹介します。

VOICE

㈱ドミール

代表取締役
今福敏樹さま

課題に対しての解決策が具体化されており、非常に役立ちました

【セミナー受講後の感想】
今後の不動産業界は変化が早くなっていくと感じていますが、そんな中で非常に詳しく丁寧に時流を説明･解説していただいており非常に満足しています。またどういう点をこれから強化していかなければならないか等、会社の課題に対しての解決策が具体化されており、非常に役立っています。

【セミナー内容で取り組みたいこと】
分析体制の構築を進めたいと考えています。また、ツールも非常に充実していると思いましたので、うまく自社に取り入れ日々の営業活動に活かしていきたいと思います。

ファインドエステート㈱

代表取締役
松崎良介さま

セミナーで紹介される帳票やツールの質がすごく高い

【セミナー受講後の感想】
媒介に関して当社は全くノウハウがなく悩んでいたのですが、セミナーを聞き、支援を受ければ効率的に媒介取得できるのではというのが正直な感想です。一括査定サイトの使い方や、顧客管理の方法も効率的にできるという風に感じ、また、帳票やツールの質もすごく高いなと感じました。

【セミナーの内容で取組みたいこと】
媒介の案件管理です。案件管理自体は弊社もやってはいましたが内容が薄く、分析もしていなかった為反響や契約の中身が分からない状況でした。セミナーを踏まえ改善ができるシステムを作っていきたいなと思いました。

㈱ひだ高山事務所
(クローバー不動産)
代表取締役
神田浩二さま

今後の人員拡大を踏まえ、環境整備に取り組んでいきたい

【セミナー受講後の感想】
私どもの会社は都心部ではなくて田舎の商圏ですので、都心部を中心とした最新の現状を知ることで、当社エリアへの影響を予測でき、事前の対応策を考えることが出来ました。また、スタッフ増員に伴った営業品質の向上が必要と分かり、ツール類の解説も大変参考になりました。

【セミナーの内容で取組みたいこと】
今後の人員拡大を踏まえ、アプローチブックを取り入れた営業社員の早期育成や、営業プロセスの分析方法の確立、ツール整備に取り組んでいきたいと思いました。

㈱ハッピープランニング

代表取締役
中田誉範さま

セミナーで紹介される帳票やツールの質がすごく高い

【セミナー受講後の感想】

弊社は遊技業であるパチンコ店から不動産業へ新規参入をしました。
セミナー参加時はノウハウがなかったのでわからなく、売上もありませんでした。
セミナーに参加して業績の良い不動産会社になる為の方法を紹介してもらい、その方法を導入してからは、集客と契約が予定以上で進んでおります。セミナーでの内容は大変満足しております。

㈱グッドトゥモロー

代表取締役
岩田明之さま

アポ率が2倍以上になりました

【セミナー受講後の感想】

セミナーに参加させて頂いて、ZitzGenさんの提案でフォローチーム(アポ取得専任チーム)を導入することになりました。
それまではアポ率が大体10%ぐらいだったものが、トークスクリプトと業務フローを確立したことで、メンバーが迷いなくお客様に営業することが出来るようになり、大体2倍以上のアポ率になりました。本当に大変感謝しております。

㈱陸自不動産

代表取締役
小松野美貴哉さま

セミナーで紹介される帳票やツールの質がすごく高い

【セミナー受講後の感想】

ZitzGenさんのセミナーでご紹介頂きました、アプローチブックを利用して、お客様にアプローチをしました。
お客様の方にもすんなり受け入れて頂きまして、こちらの方も漏れなく、つつがなく、段階的にできたので、スムーズにお客様にアプローチをし、今回内覧までこぎつけることが出来ました。
システムとして組み立てられているので、その通りにやれば誰でも出来るようになる素晴らしいものだと思います。

Run together for your Z
ZitzGen

不動産売却のご提案

失敗しない、
不動産売却の進め方

— 早く、高く、良いお客さまへ —

戸建の売却をご検討の方へ

特別抜粋版

全十章・全76頁のうち16頁を収録

株式会社 ZitzGen不動産　大宮本店

本日ご説明する内容

売却を成功させるための考え方を、順を追ってご説明いたします。

所要時間は約90分をいただいております。

一	ごあいさつ	担当者紹介／当社にできること
二	私たちについて	会社概要／売却理念／実績
三	売却の成否は「会社選び」で決まります	販売力とは何か
四	集客力の差	WEB広告／掲載品質／広告費
五	商品力の差	リフォーム提案／写真加工／保証
六	営業力の差	地域理解／教育／営業体制
七	価格の決め方	査定の根拠／高値出しのリスク
八	販売活動と、ご報告のお約束	媒介契約／週次報告／買取
九	お金と手続きのこと	諸費用／税金／手残り額
十	会社選びと、次のステップ	チェックシート／媒介契約

本冊子は、全十章・全76頁の媒介取得アプローチブックからの抜粋版です。
ページ番号は原本のまま。飛んでいる番号が、収録していない60頁です。

同じ不動産でも、結果はこれだけ変わります

同じ家、同じ時期でも、お任せになる会社によって結果はまったく違ってまいります。

販売力の弱い会社

安く・遅く

売出価格	3,200万円
反響数	月に2〜3件
値下げ	三回・計400万円
売却期間	十一か月
ご成約	2,800万円

対

販売力のある会社

高く・早く

売出価格	3,200万円
反響数	月に18件
値下げ	一回・80万円
売却期間	二か月
ご成約	3,120万円

同じ家です。違うのは、預けた会社だけです。
その差は、三百二十万円と九か月でした。

販売力とは、この三つです

不動産会社によって売却期間と売却価格に差が出るのは、この三つの力が違うからです。

一　集客力

買主さまを集める力です。WEB広告への投資額、掲載する媒体の数、掲載品質の差が、**そのまま反響数の差**になります。

二　商品力

物件を魅力的に見せる力です。現状のまま売り出すのではなく、リフォームのご提案などで**「売れる商品」に仕立てます**。

三　営業力

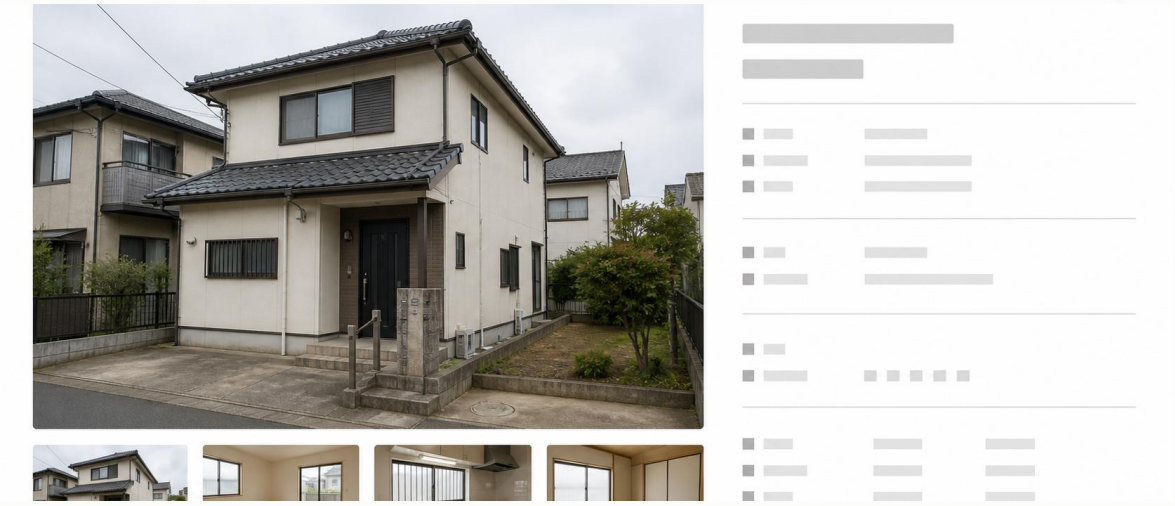
買主さまのご決断を後押しする力です。地理の詳しさ、住宅ローンや税制の知識が、**最後のひと押しを左右します**。

この三つが揃って、はじめて「早く・高く」が実現します。

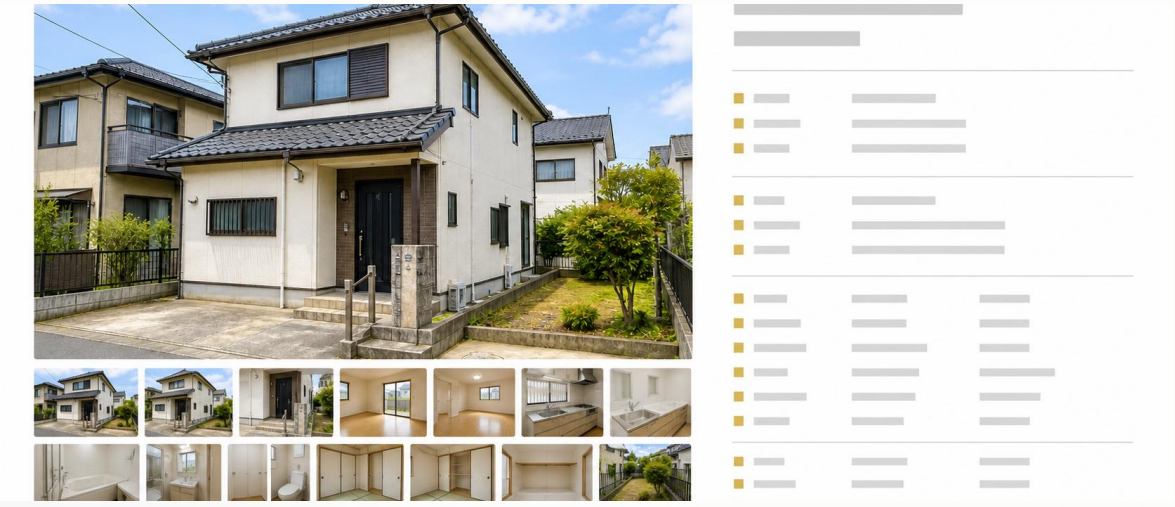
掲載品質で、反響はこれだけ変わります

同じ物件でも、掲載のしかた次第でお問い合わせの数は何倍にもなります。

よくない掲載例（写真四枚・解説なし）



当社の掲載（写真二十一枚・全点解説）



同一物件・同一期間での比較

反響数は 三.四倍 になりました

一件の掲載に、ここまで手をかけます

掲載作業は各社が自社で行います。だからこそ、品質に大きな差が出ます。

掲載項目	一般的な会社	当　社
写真の枚数	四〜八枚	二十一枚
写真ごとの解説	なし	全点に記載
物件の見出し文	所在地のみ	専任者が作成
売主さまのコメント	なし	必ず掲載
間取図の作成	手書きの複写	作図し直し
入稿の担当	営業が片手間に	専任スタッフ

実際にお住まいだった売主さまだからこそ分かるお話は、
買主さまの心をいちばん動かします。

同じ部屋でも、印象はこれだけ違います

「せまい・暗い・寒そう」と「広い・明るい・きれい」を分けるのは、撮り方です。

他社さまの掲載写真

当社の掲載写真

同一の部屋を、同じ日に撮影したものです

仮に二百万円の差があっても、納得されます

工夫① リフォーム後の姿をお見せします

買主さまの多くは、中古住宅をご購入後にリフォームをなさいます。

現況のお写真

リフォーム後のイメージ図

自社工務部が作成いたします（売主さまのご負担はありません）

リフォーム費用も住宅ローンに組めます

査定価格が一番高い会社を選ぶのは、危険です

複数社に査定をご依頼になると、多くの場合このような結果になります。

会　社	査定価格	根拠のご説明	その後
A社	3,000万円	取引事例を提示	—
B社	3,600万円	説明なし	半年後に3,000万円へ
C社	3,200万円	取引事例を提示	—
D社	2,900万円	取引事例を提示	—

※実際にあった事例をもとに構成しております。

「B社にしよう」と思われた方こそ、この先をお読みください。

査定価格は、
不動産会社が出す数字です。
売却価格は、市場が決めます。

高く査定することは、誰にでもできてしまいます。

値下げは「待たれて」しまいます

値下げをすると、買主さまはこのようにお考えになります。

一　「もう少し待てば、また下がる」

一度でも値下げがあると、**次の値下げを待たれます**。お問い合わせがあっても、申込には至りません。

二　「売れていないのは、何か理由がある」

掲載期間が長い物件には、買主さまも不動産会社も慎重になります。

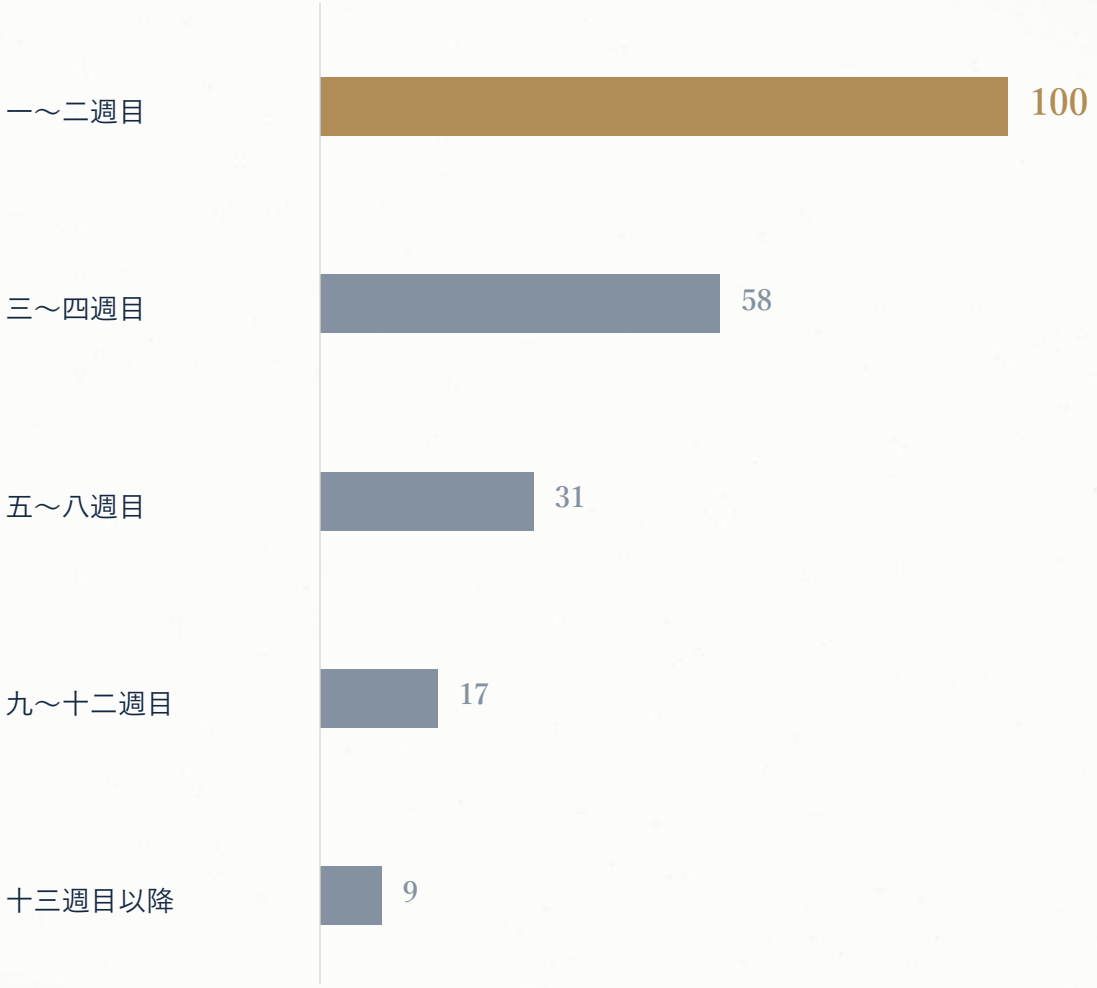
三　「この価格でも、まだ交渉できるはず」

値下げの履歴は、そのまま価格交渉の材料になります。結果として、**相場より安く売れてしまいます**。

値下げは、回数ではなく「最初の一回」が勝負です。

掲載日数と、お問い合わせ数の推移

当社が扱った物件の、掲載期間別のお問い合わせ数です。



※一〜二週目のお問い合わせ数を100とした指数（当社取扱物件・二〇二五年）

十三週を過ぎると、お問い合わせは一割以下になります。

だから、段階的な価格計画で臨みます

いつまでに、いくらで売るのか。最初に計画を立ててから売り出します。

価格の段階	金　額	時　期	考え方
チャレンジ価格	3,080万円	一〜二か月目	相場の一割高。反響の山にぶつける価格
査定価格	2,880万円	三か月目	取引事例から算出した、売れる価格
推奨価格	2,780万円	四か月目	諸費用を差し引いても、ご希望に届く価格
買取価格	2,500万円	いつでも	当社が直接買い取る場合の価格

※金額は、ご所有不動産の査定結果に基づく例示です。

行き当たりばったりの値下げはいたしません。
はじめに計画を立て、そのとおりに実行いたします。

当社が専任媒介をおすすめする理由

売主さまにとって、どちらが得かという観点でご説明いたします。

一　広告費を集中して投じられるから

一般媒介では、どの会社も「他社で決まるかもしれない」と考え、広告費を抑えます。結果として、売主さまの物件は**誰からも本気で売られません**。

二　掲載品質を揃えられるから

各社がばらばらに掲載すると、写真の少ない粗い掲載が先に目に触れます。一度そう見た買主さまは、二度と開いてくださいません。

三　ご報告の義務があるから

専任媒介では、二週間に一回以上のご報告が法律で義務づけられています。**当社は毎週ご報告いたします**。

専任媒介は、当社が逃げられなくなる契約でもあります。

毎週、書面でこうご報告いたします

「何をしてくれているか分からない」という状態を、つくりません。

一　数字のご報告

掲載サイトの閲覧数、お問い合わせ件数、ご案内件数を、**実数でご報告いたします**。

二　当社が行ったこと

社内の営業会議での共有、お客さま名簿へのご案内、他社への紹介依頼、レインズのコメント強化など、具体的に記載いたします。

三　次の一手のご提案

反響が鈍い場合は、写真の差し替え、見せ方の工夫、価格のご相談など、**値下げ以外の手から順に**ご提案いたします。

ご報告は、売れているときも、売れていないときも欠かしません。

不動産会社選び チェックシート

他社さまとご比較の際は、この七項目をご確認ください。お持ち帰りいただけます。

ご記入ください

ご確認いただく項目	確認	メモ
買主さま集客の具体的な戦略説明があったか		
物件の魅力を最大化する手法の説明があったか		
地域密着で、物件周辺の地理に強いか		
売却の流れを具体的に説明していたか		
査定価格の根拠に妥当性が感じられたか		
物件を細かくご確認されていたか		
会社・担当者に信頼感を感じられたか		

査定価格の高さだけで、お決めにならないこと。

これが、失敗しない不動産会社選びの、最大のポイントです。