

市区町村人口
8万人~30万人

“地方”には地方のやり方がある!

開業41年 滋賀県北部の長浜市(11.5万人)の

整骨・鍼灸マッサージ院が

白費治療で

たった1年で 月商300万円 → 月商700万円

V字回復した物語

「こういった先生方に特に共感いただけるレポートになるように作ってみました!」

- ・都市部ではなく、地方の成功方法を知りたい
- ・高額回数券販売に疲れたが次の展開が見えない
- ・多店舗展開ではなく、少数拠点で収益性を高めたい
- ・1院で年商1億円の院を目指したい、作ってみたい
- ・これから業界が変わる中で、どう変化していいかわからない

「一生懸命作りましたので、当てはまらない方も良かったら、白費治療やスタッフ育成の参考にさせていただきますので、ご一読いただけますと幸いです」

「いつもお世話になっている先生方! ありがとうございます。私もまだまだ成長途上ですが、何かの参考にできればと思います!」

平川整骨院 平川鍼灸マッサージ院
平川メディカル株式会社
代表取締役
平川 聖子氏

詳しくは中面へ

「2020年、鍼灸・整骨院業界事業レポート」

1院で億単位の年商も夢ではない!
平川先生の物語から見た地方の最適な整骨院像とは!?

整骨院経営者セミナー2020

お問い合わせNo. S051948

明日のグレートカンパニーを創る
Funai Soken

TEL.0120-964-000

平日 9:30~17:30

FAX.0120-964-111

24時間
対応

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 お申し込みに関するお問い合わせ:天野 里歩 内容に関するお問い合わせ:萱間 優斗

セミナーのご案内

最後までレポートをお読みいただきましてありがとうございました。今回は、地方こそまだまだチャンスがある!そんなメッセージをお届けさせていただきました。もちろん、都市部には都市部の勝ちパターンがありますが、同様に地方にもそれがあります。自分のエリアでは実際どうだろうか?もっと成功パターンを知ってみたい!もっと詳しく聞いてみたいと思われた、先生のような意欲ある経営者様を対象にセミナーをご用意しました。

更に、今回は特別にレポートにも登場して下さった、平川先生にもご登壇いただきます。平川先生が行った白費導入について、理想論ではなく、実際の現場の事例、失敗談も含めて、包み隠さずお話しいただくことになっています。本やネット動画、DVDでは決してオープンにできない話も多く出てきます。また、船井総研からも会員企業250社の最新の成功事例をお届けするまたとない機会となります。1,000院以上の実際のデータから導き出した事例解説となりますので、皆様の明日以降の経営に活かしていただけることは間違いありません。

当日のセミナーの内容を一部解説すると以下となっています。当日皆様とお会いできることを楽しみにしております。



(株)船井総合研究所
ヘルスケアグループ グループマネージャー
浜崎 允彦

1. スタッフへの理念浸透や白費導入教育

- スタッフ一丸となる理念とその浸透のポイント
- スタッフと一緒に白費導入を推奨する際に、共感して進めてもらうコツ
- スタッフが主体的に行動する朝礼や終礼の運営方法
- 患者様の通院管理と離脱率を減らすための院内会議体制
- 毎日計測する来院経路集計表、白費誘導率把握表
- 来院が途絶えた患者様を管理し、フォローする離反者管理

2. ビジネスモデル

- 単店年商1億円目指す整骨院モデル
- 複数事業を同じ拠点で展開し、年商2億円以上を達成している事例
- 白費メニューの単価設定とベッド台数、営業時間踏まえた売上シミュレーションの方法
- トップが現場を抜けても回る、白費型治療院の仕組み
- 整骨院併設すると相性の良い周辺事業一覧

3. 白費治療のメニュー作り

- 患者様に支持される治療方針(コンセプト)の設計方法と事例
- 患者様が共感する白費治療のコンセプト設計方法
- 患者様に満足頂き継続通院される「時短治療とオペレーション」
- 治療単価の設定と気をつけるべき大切なポイント
- 高い回数券モデルから、適正価格モデルへ移行するための方法
- 回数券、プリペイドカード、会員制など様々な仕組みを選択する適切な基準
- 白費治療を継続頂く会員制の仕組み
- 完全白費、保険併用白費!?あなたの院にマッチする白費のパターン解説!

4. 初診対応の際のカウンセリング方法

- 問診・検査、治療提案、治療、治療提案・計画、会計までのシーン別のズバリトークとポイント集
- 初診の成否を決めるズバリな問診票と問診スペースの作り方
- 新卒施術者でも2回来院率90%以上を達成するための仕組み
- 自院と他の整骨院との差別化を効果的に見せるツール事例
- 患者様が永きに渡って継続的に来院し続けるトークとツール事例
- 来院が空いた白費治療患者様が再来していただけるハガキ事例
- メンテナンスで継続的に通院いただくズバリツールとトーク実例

5. 地域で圧倒的一番になれる! WEBマーケティング

- どうなるSEO対策!?2018年8月のGoogleアルゴリズムアップデート以降の対策
- 全貌公開!インターネットを活用した超安定的な集患体制
- ポータルサイト(接骨ネット・エキテン)で劇的に新規患者様を集める方法
- 地域別の集客コスト目安と対策一覧
- 2020年最新版!無料で登録できるポータルサイト一覧
- 口コミをたくさん書いていただくための鉄板声かけ&オペレーション
- 無料でできて効果絶大!GoogleマップでのMEO対策
- 施術スタッフのモチベーションが劇的に高まる理想の患者集客方法
- 新規月間50名以上白費患者様を集めているHPとそうでないHPの本質的な違い
- 制作会社だけに任せてはいけない、HP原稿の正しい作り方

6. 費用をかけずにできる! 口コミ紹介による集客方法

- 自然と紹介が生まれる!自院の価値を伝えるブランドブックの事例
- 院のコンセプトが伝わるパンフレットと紹介カード、院内掲示物の事例公開
- 超簡単にできる、既存患者様が続々と新規患者様を呼んでくださる院内掲示物の鉄板パターン
- 受付での声かけが一言違うだけで紹介での新規来院が倍増!
- 既存患者様に患者様の紹介を促す超簡単なマル秘声かけマニュアル



平川整骨院 平川鍼灸マッサージ院
平川メディカル有限公司
代表取締役 平川 聖子氏

長浜市で、鍼灸・接骨・在宅リハビリの会社を経営。鍼灸接骨院を営む父と、看護師をしていた母に育てられ、自然に東洋医学の道を志す。鍼灸・接骨・教員の国家資格を取得後、大阪、名古屋の治療院で研鑽を積み骨折・捻挫・挫傷などの怪我の施術から、内科疾患、美容鍼灸まで、幅広く施術を行う。能力開発の魔術師こと日本のプレイントレーニング第一人者の西田文郎氏（桑田真澄、大谷翔平、田中将大、ライザップ瀬戸社長など全国の有名経営者多数指導）の元で、東京にて全国から集まる経営者のビジネスモデル構築、自己能力の開発、脳の使い方などの仕事に従事。現在は、東洋医学の素晴らしさを伝えるため、メディア出演、講演活動、鍼灸学校の非常勤講師も務める。

恥ずかしながら、整骨院のイメージは良くなかった

学生時代は美容の道に進もうと考えていました。私の父が鍼灸・整骨院を開業していて、何となく知っていました。が、実はあまりいいイメージがなかったのを覚えています。たまたま高校生の時に父親に進路を相談したところ、整骨院で働く良さ・魅力について熱弁してもらい、とりあえず実家を手伝うことになりました。

患者様が良くなるのを見て、整骨院の仕事に憧れを

実家の治療院を手伝う中で施術により身体の不調が良くなり帰っていく患者様を多く見て、整骨院の仕事の魅力や治療のすごさ、憧れを感じ整骨院で働くことを決意しました。子供の頃は病気になるたら鍼を刺されたりしてあまりいい思い出がなく(笑)、謎の仕事のように感じていたのですが、こんな素晴らしい仕事があるんだなと感じていました。



過労で倒れ、修行し直すという...

当時は1日100名以上来院されるのが当たり前でした。経験も薄かったので、とにかく必死で、院を回すのが精いっぱいでもあまり見えていませんでした。従業員にきつくあたったり、自分だけが頑張っているような気持ちになったのを覚えています。

そんな日々を過ごしているうちに、ある日最後の患者様を見送ったときに突然目の前が真っ暗になり倒れてしまいました。数を回すことに必死になり1人1人の患者様に向き合える時間の少ないやり方に限界を感じ、小手先ではなく根本的に変わろうと決意し実家を出ました。縁があり、ある整骨院グループで勤務して経験を積みました。当時、30歳ぐらいでした。

グループ院での勤務経験後、母の体調不良で実家に戻る

グループ院で働かせていただいた際には、経営や教育に対してほぼ毎日熱く語り合い、働く楽しさ・生きがいや経営の基礎を学ばせていただきました。お陰様で現在も親交があり、その会社に外部講師としてお呼ばれることも

20万円の高額回数を基本にして自費導入をしていきました。

スタッフに過度な負担がかかり始める...

スタッフは何とかがついでにきてくれて、1時期はスタッフ8名で月商800万円(内訳：自費700万円、保険80万円、交通事故20万円)を達成できていました。収益性も高かったと思いますし、もちろん患者様にも全力で施術やカウンセリングをさせて頂き、根本的な改善を目指してやっていました。ただ、このころから私自身もですが、スタッフの顔色を見てみると、無理をしている印象もありました。

回数券が終わると患者様が来なくなる?

当時気になっていたことの一つは、回数券が終わると患者様が離れるということでした。もちろん症状も良くなり、とても喜んでいただいていたのですが、金銭的な部分で継続できない方も少なくなかったと思います。自費導入をすることで、こういったことは致し方ないということでは頭では理解していましたが、心ではどこか引っ掛かりがあったのです。



営も順調に回り始めた実感がありました。同時に前回は自分の力不足によりうまく回っていないことに気づき、自分が変われば経営や他の従業員の方々も変わることを感じました。

自分が変われば経営や従業員も変わることを実感

実家の治療院に戻ってくると、自分が成長していることに気づきました。1年間で経営や社員教育についてもたくさん議論することができたためです。経営も順調に回り始めた実感がありました。同時に前回は自分の力不足によりうまく回っていないことに気づき、自分が変われば経営や他の従業員の方々も変わることを感じました。

患者様によりよい治療を提供するために自費導入を決意したが、自費治療代2000円頂くだけでも怖かった

地域密着で患者様に感謝され、喜んでいただける素晴らしい職業だということ確認はありましたが、やはり施術が提供できる範囲が保険で限定されることにジレンマを感じていましたので、思い切って自費導入することを決めました。2015年頃からのスタートだったと思います。ただ、保険診療に慣れていたので、始めた頃は自費代で2000円頂くだけでも怖かったです。ただ、大きな変化はなく自費導入できたとはとてもじゃないですが言えた状況ではなかったです。

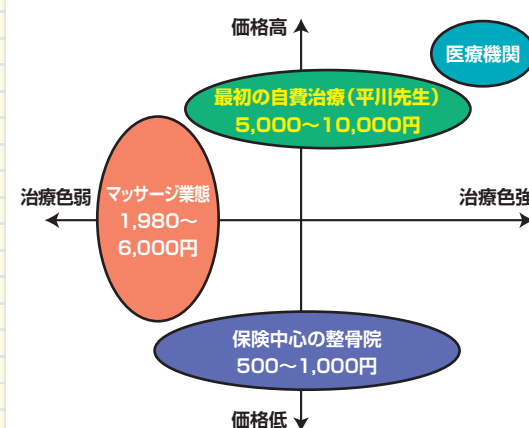
自費に関する勉強会にたくさん参加して勉強する

どうすればいいかわからなかったの、いろんな勉強会に参加して自費について勉強しました。まず初めに作ったメニューは、単価5,000円の鍼+マッサージです。また、自費にするなら高単価でチャレンジしたかったので、7,000円~10,000円のメニューも作って回数券販売をしていました。技術を高め、カウンセリングにも力を入れ、100~



【高額回数券を導入した結果、再診者数が減少した理由】

- ①所得との乖離**
高額商品は地方では成り立ちづらい傾向にある。人口が多く、かつ人口密度の高いエリアであれば所得が高く、対象ターゲット(症状の重い方)も多いため成り立ちやすいが、地方では金額の負担が大きくなるため成約したとしても再診者として再来院する性は低くなり、長期的な安定した売上に繋がりにくい。
- ②ターゲットと提供サービスの不一致**
高額商品の対象患者は、基本的に症状の重い方や長年症状に悩まれている方など悩み度の高い方。しかし、WEBマーケティングを構築して症状の重い方、金額に対して納得した方を集めない限り、整骨院に来る多くの患者は、500~1,000円という低価格で施術を受けられるという認識。そういった認識の患者に高額商品を提案しても、離反率が高くなるだけでなくスタッフの精神的負担にも。



迷い始め、売上が低迷し始めたころに見たセミナー案内

迷い始めると起こることはシンプルです。売上の低下です。一時期は月商800万円ほどありましたが、月商300万円近くまで落ち込みました。そんな中、2017年の年末のことです。悩んでいたころにたまたま船井総研の「2018年自費本格導入で売上UPセミナー」というセミナー案内が弊社に届きました。

そこに書いてあったことは、「短時間」「高効果」「適正単価」で自費治療が提供できるということでした。半信半疑になりながら、「これはうちを変えるチャンスかもしれない」と直感で思った私は思い立って船井さんのセミナーの参加を決定し、2018年の1月にセミナーに参加することにしました。



集客体制と初診対応の仕組みづくり

メニューが完成したら、ホームページを新しく刷新することにしました。今までは、とりあえず院内として最低限のものを持っていましたが、新しく創ったメニューやそのコンセプトが伝わるHPを米田さんやHP会社さんと一緒に作っていました。HPとアクセス数を伸ばすための対策を米田さんにも駆使していただき、はじめの数ヶ月は自身が先陣を切って初診対応を行いました。



矯正治療を提供し、回数券販売もできるようなってきただけの他のスタッフにも落とし込みをし込みを行っていきました。はじめのうちは私と同じようにできないため、米田さんにも現場で指導いただきロープを開始し

船井総研の自費セミナーを聞いて、自費治療のモデルチェンジを決意!

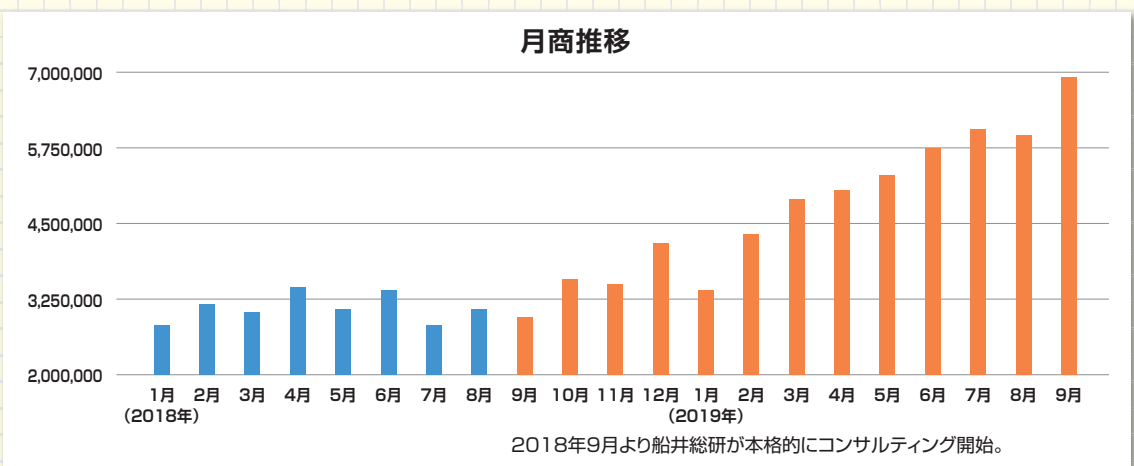
自費治療で生産性を上げるためには、高い回数券を提供することが近道だと考えて必死にやってきましたが、そんなことをしなくても生産性が上がると教えていただきました。

具体的には、自費マッサージや整体などで通院されている方は窓口で3,000円~5,000円を支払うのが一般的ですが、それよりも価格は安く(適正化)、短時間で施術効果を出すことで患者様の満足度は高く、院としても生産性を上げられるということでした。

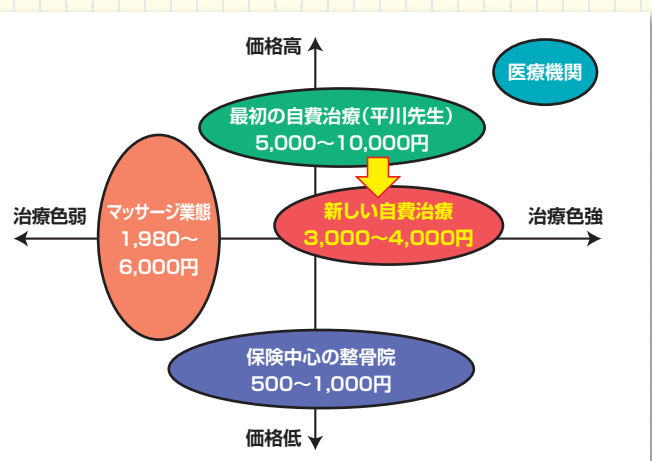
早速、このモデルを取り入れることを決意し、2018年春から船井総研の研究会(会員制の勉強会)に入会。同年秋から本格的にコンサルティングを受けることになりました。研究会責任者の浜崎さんや、担当コンサルタントの米田さんと一緒に自費治療のKPI回復物語がスタートし始めました。

まずはじめにやったことは、短時間高効果の矯正技術取得

当院の場合は、マッサージや鍼灸中心の自費を行っていただけだったので、長時間かけて治療を行うのがベースにあります。



ていきました。当時は、初診でいらっしゃる患者様が2回目に来るのは60~70%程度で、回数券販売率もとても低かったですが、ロープをするにによってほぼ全ての患者様が回数券を購入してくださるようになった。



【なぜ、3,000~4,000円の設定なのか?】
統計的に慢性症状や辛い症状の方が自費施術に支払う金額の約80%は3,000円以上。うち3,000円~5,000円がボリュームゾーン。また、患者が自費施術に求める3大要素は、①価格 ②施術効果 ③施術スキルであり、「施術時間」ではなく「効果」を求めていることが分かる。

スタッフも患者様も嬉しい! 結果、持続的に成果も上がる!

金額的に無理のない提案をできており、治療内容や金額が患者様にとって必要なものと感じ提案でき始めるとスタッフ全員が自信をもって来院指導や治療のご提案ができるようになってきました。どんどん自信が付くようになってきました。



米田さんに自分の今までの固定概念を少しずつ変えていってもらったと思います。高額なメニューや極端に安いメニュー等様々なやり方を試してきましたが、今の形が患者様の満足度もスタッフもやりがいも一番高いと感じています。

技術を取得したら早速メニュー作成へ

担当コンサルタントの米田さんからのご提案で、メニューの見直しを進めていきました。保険併用の自費だと3,000円、完全自費だと4,000円の料金設定を行いました。これを15~20分で行っていくので、生産性だと単価200円前後になります。治療計画を立てて、計画通りに来院いただくために、保険併用の場合、6回券15,000円、完全自費の場合は6回券21,000円で販売することにしました。

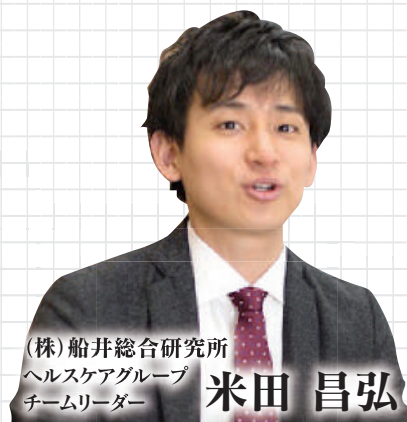
全国的な船井総研さんの会員さんの成功事例や統計データを出していただき、このぐらいの料金なら来院された新規患者様がほとんど受け入れていただけるということでした。今までは高額な回数券販売に力を入れてきたので、それをしなくても良いということ肩の荷が下りた気持ちでした。

次の展開は

整骨院が軌道に乗り始めており、スタッフが主体的に動いてくれる体制が整ってきましたので、周辺事業の「痩身サロン」を併設で立ち上げる予定です。2020年の春にはオープンする予定です。



2020年、鍼灸・整骨院業界事業レポート



(株)船井総合研究所
ヘルスケアグループ
チームリーダー **米田 昌弘**

1院で億単位の年商も夢ではない!

整骨院数は、5万件を突破し
更なる競争激化へ

厚生労働省の最新のデータによると、整骨院の数は件になり、ついに5万件の万台を突破しました。都市部を中心としてこれからの見込みです。これからの競争環境は厳しくなっていくことは明白です。ただし、このデータを競争環境だけで読み取るのではなく、業界の成長という視点で見ると、成長は鈍化している業界は数少ないです。

各年末現在

	平成20年 (2008)	22年 ¹⁾ (’10)	24年 (’12)	26年 (’14)	28年 (’16)	30年 (’18)	対平成28年	
							増減数	増減率(%)
あん摩、マッサージ及び指圧を行う施術所	21,092	19,983	19,880	19,271	19,618	19,389	△ 229	△ 1.2
はり及びきゅうを行う施術所	19,451	21,065	23,145	25,445	28,299	30,450	2,151	7.6
あん摩、マッサージ及び指圧、はり並びにきゅうを行う施術所	35,808	36,251	37,185	37,682	37,780	38,170	390	1.0
その他の施術所	2,892	2,693	3,103	2,862	2,739	2,679	△ 60	△ 2.2
柔道整復の施術所	34,839	37,997	42,431	45,572	48,024	50,077	2,053	4.3

注：1) 平成22年は、東日本大震災の影響により、宮城県が含まれていない。
※引用元：平成30年衛生行政報告例（就業医療関係者）の概況

地方こそチャンスあり、
年商1億円も夢ではない

『うちは田舎だから自費とか時代の流れは関係ない』『都市部でやっているような自費治療のやり方は参考にならない』『そついったお声をいただくことが度々あります。しかし、それは大きな間違いです。実は整骨院にとって、地方こそチャンスが大きく、ベッド台数や施術者が確保できれば1院で年商1億円も夢ではありません。都市部だと物件に限りがあったり、競争環境が激しいため、保険からの自費導入にシビアな客層も増えていますが、地方の多くはまだその環境下にありません。』

本業を確実にダントツ一番化することに努める必要があります。それは、すべての業態が中途半端になるためです。

ダントツ一番化のための、
商圏拡大にはいくつかの選択肢が

特定の院で新規患者様を集めることや事業スケールに限界が来たら、同じ商圏内に転移して商圏人口を拡大することも視野に入れるとよいでしょう。これを、リロケーションといいます。都市部でも同じことですが、地方の場合でも、商圏人口が大きくなるエリアを見つければ圧倒的な患者数を確保できるポテンシャルがある立地はあります。

開業当時は力がなかったから1等地には出せなかったけど、今のエリアで圧倒的な1番を誇ることができれば攻める体制を作ることができます。敷地面積、ベッド台数を広げて商圏内で店舗移転することで、より大きなチャンスを得られるでしょう。分院展開という選択肢もいいますが、1拠点で最大限の売上を作るといった視点も持つていただく必要があります。

短時間で高効果！患者様負担も少なく、
スタッフ全員が提供できる自費

具体的にやっていたいただきたいことは、短時間で高い効果を出せて患者様負担も少なく、スタッフ全員が共通して提供できる自費メニュー作りです。平川整骨院様の場合は、矯正の技術を新たに学び直してそれをメインメニューとして展開していただきました。また、メインメニューに加えてより治療効果を高めるためのメニューを必要に応じて付加することも大切です。手技とは異なる鍼灸や電気治療を付加するケースが多いようです。平川整骨院様の場合では鍼灸やEMSを付加してより患者様満足度を上げています。

集患数が増えない限りは自費導入は
できない、特にWEB集患を伸ばす

次に行うことは、集患数の最大化です。最も重要なのは、自院と共感する患者様が集まる地域一番のHP作成とSEO対策、PPC広告への投資です。それを母体にながら、地域名×整骨院

平川先生の物語から見た地方の最適な整骨院像とは!?

言い方を変えれば、地方の整骨院ほど成長余地が高く、患者様のシェアを取りやすいという実態があるのです。資格者採用の難易度が高いことは事実としてありますが、平川整骨院様のように高収益で繁盛している院を作ることができれば採用面での優位性も持てますし、地方でも活躍できる可能性はあります。

まずは、自費売上構成比を高く月商500~
700万円を整骨院だけで目指す

目安としては、自費売上1院当たり400~500万円、交通事故自賠責で50~150万円、保険窓口+請求で100~150万円、550~700万円程度を上げていただくことを推奨します。ここで注目いただきたいのは、売上の規模だけではなく自費売上構成が高いことですが、保険依存で経営を続けていくことは未来の経営にはリスクになってくることは明白なので、持続的な経営をしていくための目安として捉えてください。

地方で取り組むべき
自費中心の経営とは?!

では、平川整骨院様のV字回復の事例や船井総研の会員企業250社の中で、地方の高収益型整骨院事例を踏まえて、今後地方で取り組むべき経営は何でしょうか? 答えとしては、以下のこととなります。

どこもかくにも、整骨院事業で
地域でダントツ一番を目指す!

まず1つ目は、地域でのダントツ一番化です。まず整骨院事業でダントツ一番になる必要があります。地方の多いパターンとして、訪問治療に力を入れていたり、介護(デイサービス)施設や、トレーニング施設、美容(主にエステ)を併設しているケースがあります。平川整骨院様の場合でも、訪問治療という別の事業の柱があります。

都市部とは異なり敷地面積が広く取りやすく、商圏人口も少ないためできるだけ多くの業態を持つて事業を大きくしていくというやり方です。これは理にかなっている方法ではありますが、まずで上位検索されるポータルサイトの1番化、グーグルマップでの口コミ数1番化や掲載内容の最適化です。これも中途半端に行うのではなく、地域で圧倒的に力をつけることが大切です。まずは、既存の施術スタッフと一緒に生産性を高めていただき、施術で限界が来れば物販(健康食品や健康グッズ)や美容メニューを強化するなどして、患者様の満足度を高めながら単価アップを行っていきます。

ダントツ一番院を作ったら、メリハリ化も

更には、店舗経営のメリハリ化ということを進めていただくことがよいでしょう。具体的には多店舗展開している方なら生産性や収益性が高まった1番院へ施術者(人員)を集約するか、2部店舗を撤退(不振院閉鎖)して絞り込みをするケースもあります。近年、整骨院は売上の成長+利益の成長とは限らず、地方においても採用費、人件費+広告費の高騰、システム投資などが増えています。結果、拠点を集約させたほうが会社として利益率を高められるケースも少なくありません。こうやって会社を高収益な体制へと変貌させていくべきです。

新規事業へのチャレンジ

本業である整骨院で安定して儲かっている、店舗を任せられる人も育っている状態までいけば、新規事業にチャレンジするステップにきています。新規事業と言っても、整骨院とかけ離れたことをするのではなく、周辺のビジネスモデルがよいでしょう。例えば、平川整骨院様の場合は骨盤矯正の技術を元にして、ダイエットサロンを同じ拠点の2階で併設する準備を始めていますが、これはまさに本業の周辺ビジネスです。他にも、1対複数で行うセミナーやパーソナルトレーニングや、リラクゼーションサロンを併設して本業とのシナジーを生んでいるケースも増えています。

こういった周辺ビジネスは、敷地面積が確保できれば1拠点集約型で行っていくこともいでしょう。難しいければ近隣に新店して、将来的に集約して行える土地や物件を探していくという手もあります。地方こそ、こういった形で1拠点で年商1億円、もっと言えば2億円を目指せることもあります。まずは本業の整骨院を確実に高収益にしていたら夢のある会社、夢のある整骨院を創っていきます。もっと言えば痛みだけではなく生活習慣の改善や予防サービス、健康寿命の延伸に繋がるサービスを中心にした健康事業を創っていくことも夢ではないです。

日時・会場

大阪会場
 2019年 **12月8日(日)**
 株船井総合研究所 淀屋橋セミナープレイス
 〒541-0041 大阪市中央区北浜4-7-28
 住友ビル2号館 7階
 [申込締切日 / 2019年12月6日(金)17:00まで]

地下鉄御堂筋線
 「淀屋橋駅」
 @ 番出口より
 徒歩3分

東京会場
 2019年 **12月22日(日)**
 株船井総合研究所 東京本社
 〒100-0005 東京都千代田区丸の内1-6-6
 日本生命丸の内ビル21階
 [申込締切日 / 2019年12月20日(金)17:00まで]

JR[東京駅]
 丸の内北口
 より
 徒歩1分

開催時間
13:00
 ▼
16:30
 受付12:30~

一般企業 税抜 **30,000円** (税込**33,000円**) / 一名様 **会員企業** 税抜 **24,000円** (税込**26,400円**) / 一名様

※ご入金の際は、税込金額でのお振込をお願いいたします。

- 受講料のお振込みは、お申込み後速やかにお願いいたします。
- ご入金確認後、受講票の案内をもってセミナー受付とさせていただきます。
- 万一、開催4営業日前までに受講票の案内が届かない場合や、セミナー開催4営業日前までにお振込みできない場合は、下記へご連絡ください。なお、ご入金を確認できない場合は、お申込みを取消させていただく場合がございます。
- ご参加を取り消される場合は、開催日より3営業日(土・日・祝除く)前の17時迄にお電話にて下記申し込み担当者までご連絡ください。それ以後のお取消の場合は、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申し受けますのでご注意ください。
- 会員企業様とはFUNAIメンバーズPlus、各業種別研究会にご入会中の企業様です。

受講料

WEBからのお申込み 下記QRコードよりお申込みください。クレジット決済が可能です。
 受講票はWEB上でご確認いただけます。

FAXからのお申込み 入金確認後、受講票と地図を郵送いたします。
 お振込いただいたにも関わらずお手元に届かない場合は、下記担当者までご連絡ください。

お申込み方法

下記口座に直接お振込ください。
お振込先 三井住友銀行(0009)近畿第一支店(974)普通 No.5785539 口座名義:カ)フナイソウゴウケンキユウシヨ セミナーグチ
 お振込口座は当セミナー専用の振込先口座でございます。 ※お振込手数料はお客様のご負担とさせていただきます。

お振込先

明日のグレートカンパニーを創る
Funai Soken 株式会社 船井総合研究所
TEL 0120-964-000 (平日9:30~17:30) **FAX 0120-964-111** (24時間対応)
 ●申込みに関するお問合せ:天野 里歩 ●内容に関するお問合せ:萱間 優斗

お問合せ

ご入金確認後、受講票の案内をもってセミナー受付とさせていただきます。 お問合せNo. **S051948** 担当 **天野 里歩** 宛

整骨院経営者セミナー2020 **FAX:0120-964-111**

ご希望の会場に をお付けください。 【大阪会場】 2019年 12月8日(日) 【東京会場】 2019年 12月22日(日)

フリガナ	業種	フリガナ	役職	年齢
会社名		代表者名		
会社住所	フリガナ	フリガナ	役職	
TEL	()	E-mail	@	
FAX	()	HP	http://	
ご参加者氏名	フリガナ	フリガナ	フリガナ	フリガナ
	フリガナ	フリガナ	フリガナ	フリガナ
	フリガナ	フリガナ	フリガナ	フリガナ
	フリガナ	フリガナ	フリガナ	フリガナ
	フリガナ	フリガナ	フリガナ	フリガナ
	フリガナ	フリガナ	フリガナ	フリガナ

今、このお申し込み用紙を手に入れている方は、間違いなく業績アップに真剣に取り組んでいる数少ない方々の1人だと思います。そんな勉強熱心なあなたは現在、経営状況等にどのようなお悩みをお持ちでしょうか? 下記に現状の課題をできるだけ具体的に整理してください。

上記の課題解決に向け、今回のセミナーにご参加される方に限り、無料個別経営相談を行います。(どちらかに をお付けください。)

- セミナー当日、無料個別経営相談を希望する。
- 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)

ご入会中の弊社研究会があれば をお付けください。
 FUNAIメンバーズPlus その他各種研究会(研究会)

【個人情報に関する取り扱いについて】
 1.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船井総研グループ各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。
 2.お客様の情報管理につきましては船井総研グループ全体で管理いたします。詳しくはホームページをご確認ください。
 3.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・ご担当者氏名を船井総研グループ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して預託することがございます。
 4.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、お申込み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。
 5.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、船井総研コーポレートリレーションズ・顧客データ管理チーム(TEL06-6204-4666)までご連絡ください。
 【個人情報に関するお問い合わせ】
 株式会社船井総研ホールディングス 総務部法務課(TEL03-6212-2924)



※ご提供いただいた住所宛のダイレクトメールの発送を希望されたいときは、 を入れて当社宛にご連絡ください。 **ダイレクトメールの発送を希望しません**

お申込みはこちらから