

このような課題をお抱えの
院長に朗報!

- ✓回数券を導入したが成約に結びついていない
- ✓今後さらに自費売上を伸ばしていきたい
- ✓治療家が治療に集中できる仕組みを整えたい

回数券と会員制の両揃えで

オープン後 **6** 月で

わずか

治療のみ

単店
月商

520 万円 **超**

高額回数券の販売に頼らなくても**安定的に売上向上し**
治療に集中できる環境が整う方法はこれだ!



シークレット
ゲスト講師

人口**9.7万人**の

ローカル地域でも年間売上 **6,134** 万円の実績

オープン初年度で

施術者1人あたり月間売上

173万円

2回目来院率

93.3%

オープン初年度 新患数

870名様

オンライン
開催

2021年

7月**21**日(水)・**22**日(木)・**24**日(土)・**25**日(日)

13:00

15:00

(ログイン開始12:30~)

新型コロナウイルス感染症に罹患された皆さま、および関係者の皆さまに心よりお見舞い申し上げます。

主
催



明日のグレートカンパニーを創る

Funai Soken

2021年 整骨院 自費施術売上地域一番化への道

TEL.0120-964-000

平日
9:30~17:30

お問い合わせNo. S074539

申込に関するお問合せ: 横田

内容に関するお問合せ: 的場

株式会社 船井総合研究所 〒541-0041 大阪市中央区北浜4-4-10

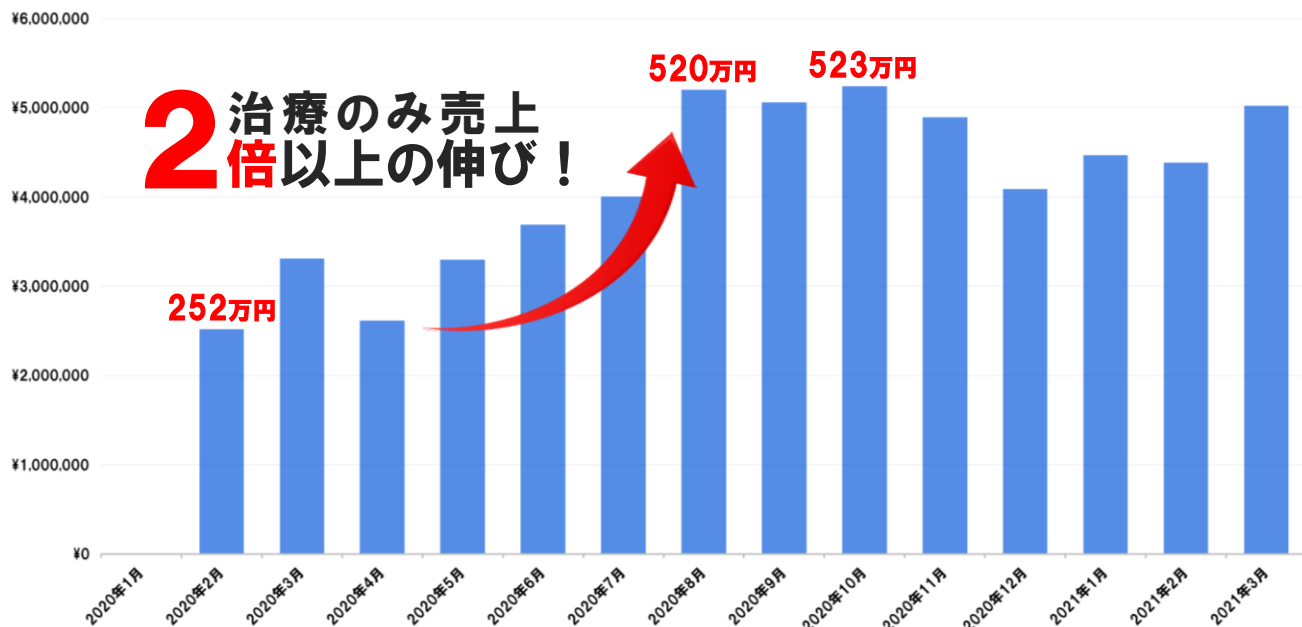
船井総研大阪本社ビル

WEBからお申込みいただけます。(船井総研ホームページ[www.funaisoken.co.jp]右上検索窓に「お問い合わせNo.」を入力ください。)

074539

施術者3名で治療のみ売上520万円/月を達成させる秘密を公開いたします！

オープンわずか6ヶ月、治療のみ月商520万円達成までの成長軌跡



ゲスト企業の“コレが凄い”特集 本レポート限定3つご紹介いたします

コレが凄い オープン初月売上252万円、新患数190名を集客手法

- 月間カルテ1枚当たり単価22,000円越えを実現する商品設計
- HP経由での新患数46名(月平均)を維持するHP構成
- HPへの流入経路を複数持つマルチチャネル戦略

コレが凄い 2回目リピート率93.3%を獲得する患者様対応の秘訣！

- 月間売上の90%以上が自費施術での売上
- [問診・検査・治療提案] 院長以外でも成約できる仕組み化
- 資料・動画・クラウドで院内対応方法をマニュアル化

コレが凄い 施術者1名あたり月間売上173万円を達成する高生産体制！

- 回数券だけでない、会員制との二刀流揃い
- スタッフの混乱を生まずに周辺業態の付加・メニュー追加
- 各数値目標をスタッフ毎に任せる担当制マネジメント

本誌限定スペシャルコンテンツ

シークレットゲスト講師への独占インタビュー



Secret

ゲスト講師



株式会社 船井総合研究所
ヘルスケア支援部
ヘルスケアチーム **的場翔吾**

今回のスペシャルレポートでは、

- 1 治療のみで月間売上520万円を達成できた成功要因
- 2 ゲスト企業様のビジネスモデル(患者様の支払い方法)
- 3 ゲスト企業様の料金形態(高額回数券からの脱却と会員制の導入)
- 4 オープン時の集客方法とオープン以降の集客方法
- 5 業績好調企業が目指す今後の展望

上記の5つについてご紹介させていただきます。

改めて、今回のシークレットゲスト企業様は**2020年2月のオープン以降、わずか6ヶ月という短期間で、治療のみ売上520万円/月超え、施術者3名**という少人数で素晴らしい実績を残されております。

さらに、**オープン6ヶ月目以降も順調に業績向上**されております。

なぜ、上記のような実績を残すことができているのか、どのような手段で業績向上を実現されているのか、という具体的な成功の秘訣を本レポート内で余すところなくご紹介しておりますので、全ページお読みいただけますと幸甚です。

本誌限定スペシャルコンテンツ

シークレットゲスト講師への独占インタビュー

的場: 本日は対談のお時間を頂戴しまして誠にありがとうございます！
今回のスペシャル対談では、オープン以降、輝かしい実績を残されている秘訣や成功のポイントをご紹介しますと幸いです。
本日はどうぞ宜しくお願いいたします。

ゲスト: よろしく宜しくお願いいたします。

的場: ありがとうございます。では早速にはなりますがご質問をさせていただきます。

ご質問

オープン6ヶ月で、治療のみで月間売上520万円を達成できた成功要因はどのような点にあるとお考えでしょうか？

的場: ゲスト企業様には、弊社のヘルスケア支援部が主催する『整骨院経営イノベーション研究会』『整骨院交通事故研究会』（2021年4月末時点参加企業数313社）にて、**2020年全国No.1ブレイク大賞**をお贈りいたしました。

受賞いただいた要因としては、出店後の短期間での業績向上が挙げられるのですが、代表ご自身はこのような業績向上はオープン前から予想されていたのでしょうか？

ゲスト: いえ、予想を超える業績の伸びですね。

的場: そうだったのですね！オープン6ヶ月で治療のみ、単店の月間売上520万円を達成されているのは全国的に見てもかなり希少な成功事例だと言えます。月間売上520万円の内訳としては、**健康保険売上が50万円、その他が自費施術での売上**ということですね。代表ご自身では、このように予想を上回る実績を残せた要

まだまだ続く独占インタビュー！予想を上回る実績を残せた成功要因とは…

本誌限定スペシャルコンテンツ

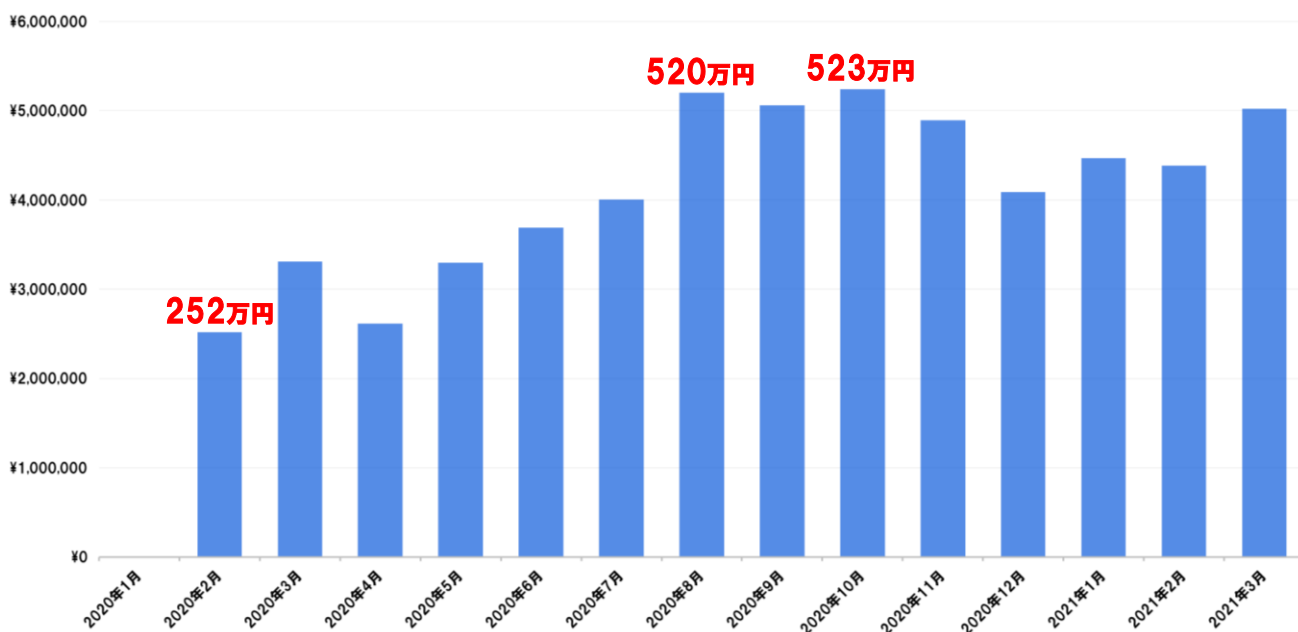
シークレットゲスト講師への独占インタビュー

ゲスト: 要因は色々あると考えていますが、特に挙げるとすれば2つあります。**1つは治療部門でしっかりと売上をあげられたこと。**

施術者3名、治療のみで520万円を早期に達成できたのは経営的にも安心できました。そしてもう1つは**治療部門を主軸にして、治療部門の周辺業態を取り入れることに成功したことです。**

具体的には美容系メニューなどを追加できたことによって、院全体ではオープン8ヶ月目(2020年9月)の段階で売上780万円/月ほどありました。**美容系のメニューから治療メニューに移行される患者様もおられましたし、院内でシナジー効果を生み出すことができるようになったことが要因だなと自分では考えております。**

ゲスト企業様の治療のみ売上の推移



的場: なるほど、ありがとうございます！1つ目の治療部門でしっかりと売上を上げられるようになったこと、という部分について、結構この点は簡単そうに見えて相当難易度高いものだと思います。普段どのようなことを意識しながら経営されているのでしょうか。

まだまだ続く独占インタビュー！ゲスト企業のビジネスモデルが明らかに！

本誌限定スペシャルコンテンツ

シークレットゲスト講師への独占インタビュー

ゲスト:そうですね…。実は、**自費施術の売上を上げようとはあまり考えていない**、という部分はあるかもしれません。

言い換えると、**治療家はセールスマンではないので、売上のために提供するのではなくて、患者様に必要なものを提供する**という部分は大切にしています。私たちとしては患者様に必要なものを準備して提供しているだけにはなりますが、**経営者としては、必要なものを提供することで売上が勝手に上がっていくような仕組みをつくっていく**、という部分は日々意識している点です。

ご質問

患者様は回数券を使って来院されているのでしょうか？

的場:現在、ゲスト企業様の院に来院されている患者様はどのような料金支払い方法で来院されているのですか？回数券でしょうか？

ゲスト:現在、当院では、**回数券と会員制の2パターンを用意**しており、ほとんどの患者様にはどちらかのパターンでご来院いただいております。

的場:そうなんですね！ここが先ほどお伝えいただいた、『患者様に必要なものを提供することで売上が勝手に上がっていくような仕組み』の部分になるのでしょうか？またオープンされた初期の段階(2020年2月)から回数券と会員制の二刀流でされていたのですか？



まだまだ続く独占インタビュー！オープン直後から会員制も導入済み…？

本誌限定スペシャルコンテンツ

シークレットゲスト講師への独占インタビュー

ゲスト:そうですね、この2通りのパターンを用意していることも売上が勝手に上がる仕組みのうちの1つです。ただ、オープン当初の段階から2パターン用意していたわけではなく、**オープン初期は回数券の販売だけ**でした。

2020年5～6月頃、オープンして4ヶ月ほどが経ってから会員制を開始した形ですね。回数券だけではなく、会員制も導入したことによって、売上向上に繋がっている感覚はあります。

的場:なるほど、そうだったんですね！

回数券だけではなく、会員制を導入されたのは何かきっかけがあったのでしょうか？

ゲスト:そうですね。元々、私はグループ院で働かせていただいております。そのときは15万円～20万円ほどの回数券を販売していました。「32回と50回と…どちらにされますか？」という感じですね。ただ、そのときから「果たして自分が60歳になるまで、このやり方をやりたいと思うか」ということを考えるようになったんです。

今振り返ると、**朝一日が始まって、今日はこの人に回数券を販売するんだ！今日はこの方の回数券が切れるから、継続分の回数券を販売するんだ！**と頭の中で考えているのが、施術者として**どうなんだろうと思うようになったんですね。**

もし自分が整骨院を経営するのであれば、また別の方法でやっていくだろうなと思ったことがきっかけになります。

本誌限定スペシャルコンテンツ

シークレットゲスト講師への独占インタビュー

的場：なるほど、よくわかります。結構、他の会社様でも同様のことをお伺いいたしますね。

ゲスト：そうなんです。そのような想いは独立前からずっとあって、やり方は明確には分かっていなかったものの、**オープン前段階から会員制に切り替える計画**をしていました。ただオープン初期はキャッシュを貯めなければならないこともありましたので、本当にオープン初期段階のみ独立前の職場と同様の価格帯で回数券を提供していました。

今では手頃な価格に変更した8回のみの回数券と、会員制を用意しております。

回数券か会員制か、どちらが良いかは患者様に判断していただいていますので、私含めて治療家全員が施術のみに注力することができていて、しかも売上を立てることもできていて、本当に治療家として最高の状態だなと思います！

的場：それは本当に素晴らしいことですね！



ついに公開！ゲスト企業の回数券、会員制の料金設定は次のページに！

本誌限定スペシャルコンテンツ

シークレットゲスト講師への独占インタビュー

ご質問

回数券と会員制、それぞれどのような料金体形になっているのでしょうか？

的場：回数券と会員制の2パターンを用意し、どちらの方法で通院していただくかは患者様に選んでいただく、ということですがそれぞれ料金やシステムなど教えていただけますでしょうか。

ゲスト：はい、まず回数券について解説いたします。**当院では3パターンの回数券を用意しており、骨盤矯正のみ、骨盤矯正×楽トレ、骨盤矯正×楽トレ×猫背矯正の3パターンになります。**
それぞれ8回で価格は22,800円、44,000円、56,000円です。

ゲスト：次に会員制についてです、**当院の会員制のシステムは、月額料金を支払えば何回来ても治療を受けることができる、**
というのではなく、月額料金を支払うことによって会員料金で施術を受けることができる、というシステムになります。会員料金は、都度払いをしたときの料金の半額になります。

的場：なるほど、そのようなシステムなのですね。この部分について気になる方も多くいらっしゃるかと思いますので詳しく解説いただけますでしょうか。

本誌限定スペシャルコンテンツ

シークレットゲスト講師への独占インタビュー

ゲスト: はい、まず当院の会員制は3種類に分けることができます。

- ①月額3,800円で月2回まで会員料金(都度払い料金の半額)で受けていただくことが可能
- ②月額7,800円で月4回まで会員料金(都度払い料金の半額)で受けていただくことが可能
- ③月額12,000円で1ヶ月間何度でも会員料金(都度払い料金の半額)で受けていただくことが可能

この3種類になります。料金自体は松本さん(船井総研コンサルタント)と一緒に検討しました。

当院の会員制システムは、入会すれば何か特別な施術メニューを受けることができるようになるというものでなく、会員料金で施術を受けていただくことができる、というものになります。

ですので、会員になっていただいた後に通院していただく場合、支払いが一切なくなるというわけではなく、施術後の支払いはその都度、会員料金を頂戴する形になっています。

会員様からは毎月の会費と、通院の度に会員料金分(通常の都度払い料金の半額)をいただくということです。

的場: 詳しく解説いただきありがとうございます。良く分かりました。

実際のところ、回数券と会員制ですとやはり会員制を希望される患者様の方が多いのでしょうか？

ついに公開！患者様のうちどれくらいの割合で会員制が選ばれるのか！

本誌限定スペシャルコンテンツ

シークレットゲスト講師への独占インタビュー

ゲスト: 患者様の利用比率で言うと、月によって若干の変化が出る時はありますが、**だいたい回数券:会員制=50:50**ほどです。

意外にも回数券を希望される患者様が多くおられる理由としては、会員制自体が少し怪しいと思われる方も一定数いらっしゃるためです。また1ヶ月間のみ集中して治療をしたいという方も回数券を購入されます。一方で、会員制を希望される方の理由として最も多いのは、結局通うのであれば半額で通える方が良い、というものです。

また会員グレードも設けており、30回以上の来院でシルバー会員に昇格(通常都度払い料金の60%OFF)、60回以上の来院でゴールド会員に昇格(通常都度払い料金の70%OFF)というような会員ランクを設けています。

的場: 会員ランクもあるんですね、おもしろいですね。患者様の固定客化にも好影響を与えていそうですね！

ご質問

主なる集客方法、集客経路はどのようなものになりますでしょうか？

的場: ここまで回数券と会員制について詳細に解説いただきありがとうございます！ここからお伺いしたい点として、集客に関することになります。

2020年2月にオープンされたということで、コロナウイルス感染症が拡大する前になりますね。オープン時には、主にどのような集客活動をされていましたでしょうか？

本レポートのみ公開！ゲスト企業の具体的集客施策を大公開！

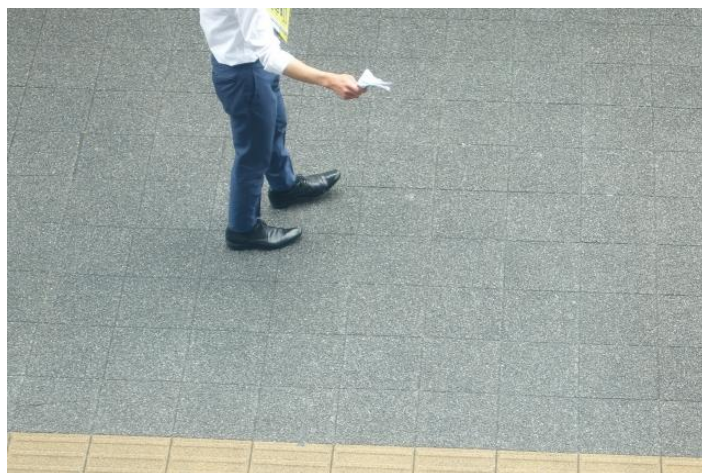
本誌限定スペシャルコンテンツ

シークレットゲスト講師への独占インタビュー

ゲスト: 主な集客活動は、新聞折込みチラシ、ポスティングチラシ、ホームページ、看板、そして近隣地域への挨拶回りなどですね。このような集客媒体を活用してオープン記念イベント無料施術体験会を告知しました。結果的に、**2020年2月の16日にプレオープンでき、プレオープンイベント4日間で200名ほどの地域の方々にご来院いただくことができました。**

的場: それは凄いですね！新聞折込みチラシ、ポスティングチラシはどれくらいの部数を配布されたのでしょうか？

ゲスト: 新聞折込みチラシは2020年2月中に2万枚を2回、合計4万枚配布しました。またポスティングチラシは業者さんに依頼して4,000枚ほど。あとは自分たちで10,000枚ほど配布しました。2月に入ってプレオープン日までの間で10,000枚ほど配布したので、1日あたり1,000枚ほどは自分たちでポスティングしていました。朝の6時から20時くらいまで外でポスティングしていたので、冬なのに日焼けしていました（笑）



ゲスト企業のホームページ経由新規集客実績は次のページで公開！

本誌限定スペシャルコンテンツ

シークレットゲスト講師への独占インタビュー

的場: そうなんですね！やはり地道な集客活動をされていたからこそ、オープン初期段階からきちんと売上を作れたのですね。

ゲスト: そうですね、ポスティングチラシに関してはスタッフはもちろんのこと、家族や友達にも協力してもらいました。その他にも近所のスーパーの入口に立たせていただいて、手配りチラシでも無料体験会を案内していましたね。

結果的に2020年2月のオープン初月、営業日は10日間程でしたが、売上252万円を達成することができました。

的場: 素晴らしい実績ですね…！オープン以降も問題なく、集客できている状況でしょうか？

ゲスト: そうですね、順調に集客できているかと思います。

オープン以降の集客経路はホームページが主軸になっていて、
ホームページのみで月平均46名様の新規患者様にご来院いただいております。

的場: 代表の院がある地域の行政人口が10万人弱ですので、それを加味しても大変素晴らしい実績ですね。

ホームページでこれだけ集客できているとなると、Web広告(PPC広告)も運用されているのでしょうか？

次ページで、ゲスト企業が描く今後の将来展望を公開！

本誌限定スペシャルコンテンツ

シークレットゲスト講師への独占インタビュー

ゲスト:PPC広告を運用しています。ここは船井総研さんに任せています。

だいたい新規患者様を1人集客するために掛かる費用として、
1人あたり4500円ほどで済んでいます。

あとはPPC広告以外にもInstagramの投稿や、Googleマップで検索されたときに上位に表示されるように、Googleマイビジネスの活用にも力を入れています。

もちろんのこと、院内におけるPOP掲載や患者様に合わせて施術者からの口頭によるお勧めも抜きかりなく進めています。

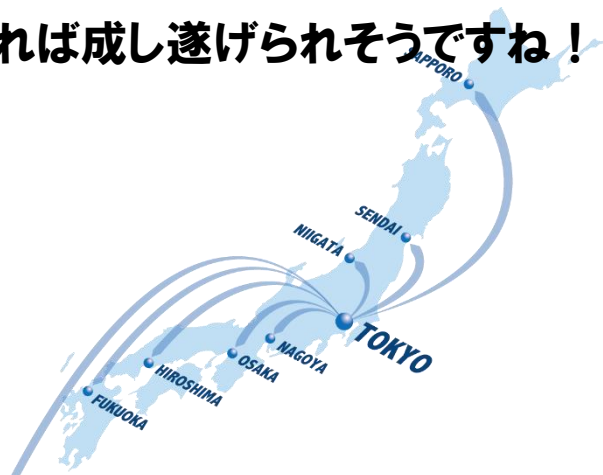
ご質問

最後に、これからの会社としての展望を教えてください

的場:ここまで順調に集客数、売上ともに伸ばし続けておられますが、今後の目標や会社としての展望はありますでしょうか？

ゲスト:そうですね、スタッフにも良く話しているのですが、**将来は100院**
出店したいと思っています。2025年までに3億、2045年までに
50億円という目標があるのでその達成を目指しています。

的場:なるほど、凄いですね。代表であれば成し遂げられそうですね！



まだまだ続く独占インタビュー！夢に向かって今取り組むことは

本誌限定スペシャルコンテンツ

シークレットゲスト講師への独占インタビュー

ゲスト: その目標を達成するために、全てのことを仕組化する、ということが何よりも重要だと捉えています。

今、1院で起こっている少しのズレは、もし将来100院になったとき、非常に大きなズレに繋がると考えています。

店舗展開数が多くなると、1つの影響力は指数関数的に増えていくはずですので、面倒くさいですが1店舗で影響力の小さい今のうちから全てのことをルール化・仕組み化していくことは徹底しています。

的場: なるほど…この点も発言するのは簡単ですが、実行するとなると容易ではないと思います。

率直にお伺いしたいのですが、なぜ代表はこのような細かいところも手を抜かずに実行でき、しかもスタッフ様にまで落とし込むことができているのでしょうか？

ゲスト: そうですね…それは開業当時に立てた目標である、

『将来、100院出店し、2025年までに3億、2045年までに50億円の売上を達成する』

という目標があるからだと思います。その目標から逆算して、今日の行動や明日の行動を決めることができますし、その時々で経営判断ができるようになっています。

それができているので、現在の1店舗の段階では上手く売上向上に繋がっているのだと思います。

もちろん優秀なスタッフに恵まれている部分ももちろんあります！

まだまだ続く独占インタビュー！今後の最大課題になることは…！

本誌限定スペシャルコンテンツ

シークレットゲスト講師への独占インタビュー

ゲスト:ただ、私が経営者として仕組みをつくるどころまではできますが、最終的にその仕組みを活用する人の部分、つまり**採用に関してはこれから最重要項目になってくる**かと思います。目標達成に向けて、これからも頑張っていきたいと思います！

的場:ありがとうございます！大変貴重なお話をお聞かせいただきました、今回のスペシャル対談はこちらで以上になります。
本当に最後までお付き合いいただきまして誠にありがとうございました！

独占インタビューから判明した！

ここに注目！徹底解説レポート



独占インタビューレポートをお読みいただきまして誠にありがとうございます！

最後にゲスト企業様について、整骨院・接骨院業界に特化してコンサルティングをさせていただいております私、船井総合研究所 的場翔吾よりコンサルタント目線からの解説をお送りさせていただきます。

端的にお伝えすると、ゲスト企業様はここが優れています！

早速にはなりますが、今回のゲスト企業様が圧倒的に優秀である点を端的にお伝えいたします。それは、回数券と会員制の両方を取り揃えている、ということではなく、その前段階である

問診 → 検査 → 治療提案

までが、**仕組み化されている** ということです。

これによって、代表以外の施術スタッフでも、代表が施術する場合と同じ、適切な施術内容と治療期間を患者様に提供することが可能になっています。

施術内容と治療期間さえ患者様に伝えることができれば、その期間における**通院の仕方は患者様ご自身で決めていただく**ため、回数券もしくは会員制に自然に誘導できるという流れです。

具体的には検査項目を設けておいて、この検査項目に当てはまったらこの施術を提供する、この検査項目に当てはまらなかったらこの施術は提供しない、というような**チェック項目リスト・シート**を用意し、検査時に活用していただいています。

独 占 イン タ ビ ュー か ら 判 明 し た !

ここに注目！徹底解説レポート

新規患者様の主訴が肩こりであればこのチェックシート、腰痛であればこのチェックシートというような形で、

【 問診→検査→治療提案 】

までの段階を完全に仕組み化されています。

ここが皆様に注目していただきたい最大のポイントです！

このチェックシートがあるお陰で、**代表以外が問診・検査を行ったとしても誤診がなくなり、治療に対する根拠になります。そして何より患者様に自信を持って提供できることに繋がっているのです。**

ここが2回目リピート率93%を超えており、回数券成約率・会員制入会率が高い数値で推移している理由になります。

このレポートをお読みの方の中で、肩こりの患者様にも、腰痛の患者様にも、首の痛みの患者様にも、**全て同じ施術を提供されている企業様はいらっしゃいませんか？**

その状態で、2回目以降のリピート率が低迷している、回数券の購入率が伸びない、というような課題を抱えておられる経営者様・院長がい

**らっしゃいましたら、
そもそもの治療提案において適切な提案ができているかどうかを見直すタイミングにきている可能性がございます。**

独 占 インタビュー から 判 明 し た !

ここに注目！徹底解説レポート

…まだまだございます！ゲスト企業様の見どころはココだ！

ゲスト企業様の見どころはまだまだあります。

- 1 Web上での地域一番化を実現できている
- 2 現場で混乱を生まないように新しい業態の付加、メニューの追加が
できている
- 3 各数値目標をスタッフ毎に任せる担当制マネジメントによる継続的
な業績向上

上記の3つが挙げられます。

これらの項目を既に実施していただいている会社様も多くあるかと思
います。その他大勢の整骨院企業様と今回のゲスト企業様は何が違うの
か、その秘密を解説いたします。

1 Web上での地域一番化を実現できている

まずWeb集客、HP経由での新規集客数を増大させるための公式は、

HP経由
新規患者様数UP

=

HPへの
アクセス数UP

×

HPの反応率UP

という式で表すことができます。

この式の中で、まず何から注力しなければならないかというと、
右辺にある【 **アクセス数の最大化** 】から取り組んでいく必要があり
ます。このアクセス数の最大化を実現する具体的な施策として挙げられ
るのが…

独占インタビューから判明した！

ここに注目！徹底解説レポート

SEO対策

ネット検索結果で自社サイトを上位に表示させるための対策のこと



MEO対策

マップ検索後に表示される店舗の情報の中で上位に表示させるための対策



PPC広告

ネット上に掲載されるクリック数に応じて課金されるウェブ広告のこと



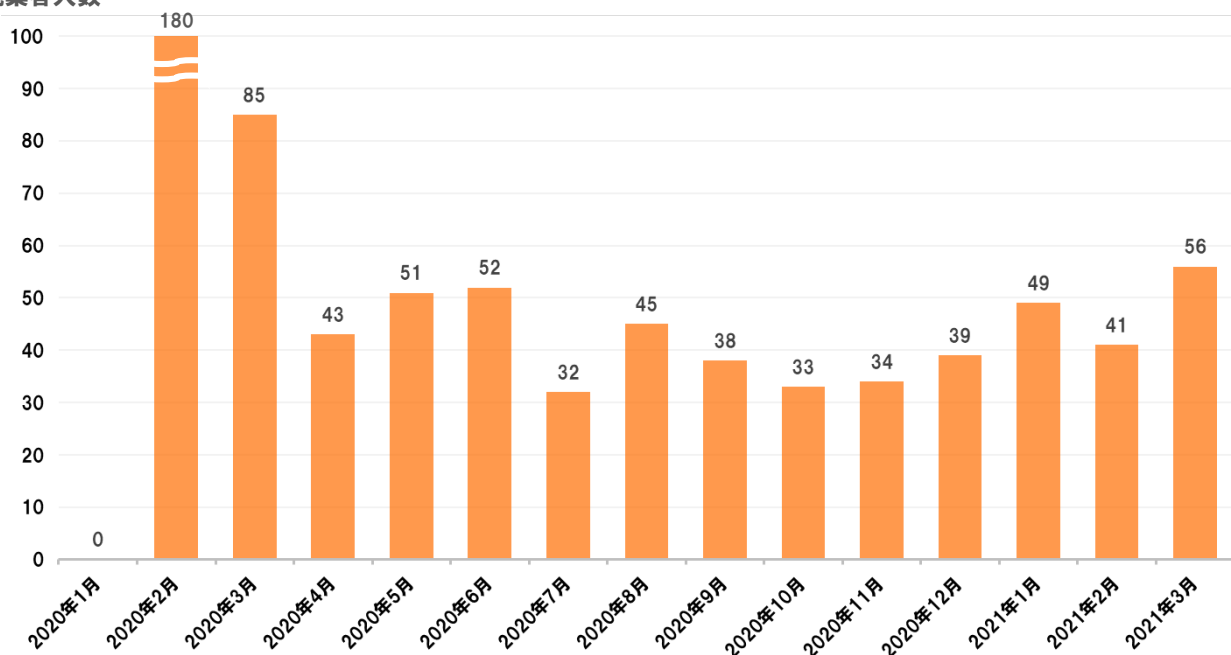
- ・検索エンジンの最適化(SEO対策)
- ・地図エンジンの最適化(MEO対策)
- ・Google広告、Yahoo!広告の運用(PPC広告)

の活用および実施になります。

ゲスト企業様は全ての項目をきちんと強化していただいていることで、地域内で1位表示を獲得できています。

ゲスト企業様の新規集客数の推移

新規集客人数



上記のような施策が実現できているため、ゲスト企業様では月平均46名様の新規患者様が来院されているのです。

独 占インタビューから判明した！

ここに注目！徹底解説レポート

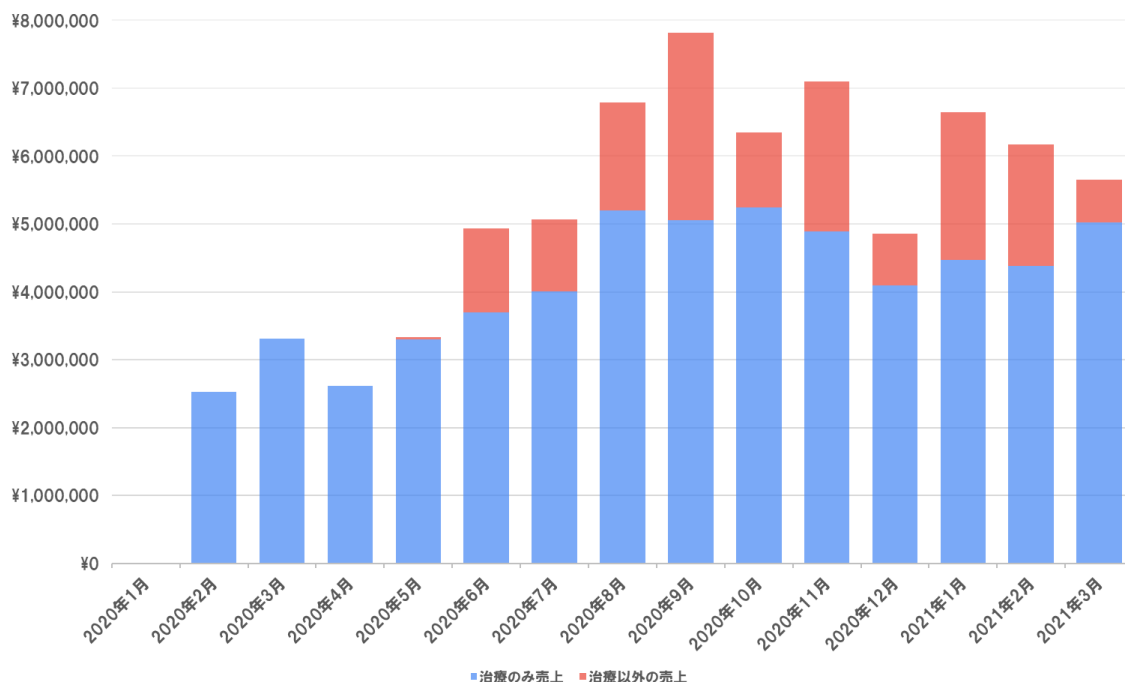
最短・最速で地域内で1位を獲得し、最低コストで実来店まで繋げるための方法は、船井総研の集客ノウハウをそのまま導入していただくのが最も効果的です。

集客ノウハウについては本セミナーの講座内にて詳しく解説させていただきます。

2 現場で混乱を生まないように新しい業態の付加、メニューの追加が できている

今回のセミナーでキーワードとして掲げているのは、『高額回数券からの脱却と会員制の導入によって、施術者3名でオープン6ヶ月、治療のみ売上520万円/月超』という部分ですが、実は、ゲスト企業様は治療以外の売上を入れると**オープン8ヶ月で月商780万円を超えています。**

ゲスト企業様の店舗全体売上の推移



独 占 インタビュー から 判 明 し た !

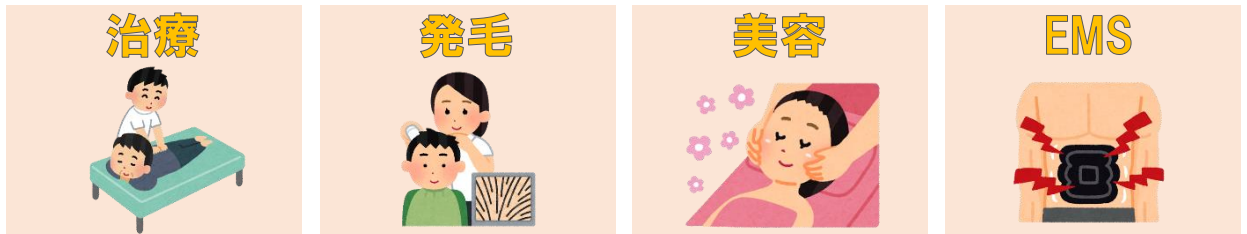
ここに注目！徹底解説レポート

内訳としては、治療部門(保険+自費)で505万円、美容(フェイシャル)と脱毛で275万円の売上があります。(2020年9月実績)

このとき、施術者自体の増減はありませんので、**施術者1人あたり月間売上(施術者1人あたり生産性)**は**260万円**となります。

整骨院業界の平均値が**施術者1名あたり月間売上60~70万円**といわれている中で、この数値は驚異的な実績であることが分かっていただけるかと思います。

なぜ、このよう実績を残すことができているかと言うと、ズバリ、**商品数の多さ** という部分が挙げられます。



日々、全国の整骨院企業様とやり取りさせていただく中で、「新しい商品を導入しようと思うがスタッフの同意を得られるか不安だ」「新しくEMSを導入したがスタッフに落とし込むことができず、全く使用されていない」

というような話を多々お伺い致します。

皆様の院でも似たようなご経験があるのではないのでしょうか？

一方で、ゲスト企業様の場合、新しいメニューの導入時には**代表自らが実施されて、施術スタッフ全員に結果が出ることを実演して分かってもらうようにすることで、現場への落とし込みを図っておられます。**

独 占インタビューから判明した！

ここに注目！徹底解説レポート

逆に言うと、**短時間で高効果のものしか導入されていない、かつ商品自体が院の治療コンセプトとマッチする商品のみを導入**されています。

そのため、代表以外の施術者から賛同を得ることに繋がり、スムーズに商品数を拡大できている、そしてその商品1つ1つが収益の柱になっているので、業界平均を凌駕する実績に繋がっているのです。

3 各数値目標をスタッフ毎に任せる担当制マネジメントによる継続的な業績向上

多くの整骨院・接骨院企業様とやり取りさせていただいている中で、「スタッフが当事者意識を持って業務に取り組んでくれない」「院長から各スタッフにトップダウン形式で指示されているが、なかなか成果に結びついていない」

このような課題を頻繁にお伺いいたします。

私たちが数多くの整骨院・接骨院・治療院企業様をサポートさせていただく中で感じるのが、経営者・院長だけが経営を引っ張っており、従業員が同じ目線になり切れていない会社様です。



目指していきたい組織の姿



独 占 インタビュー から 判 明 し た !

ここに注目！徹底解説レポート

経営者・院長の力量だけに頼るのではなく、
これからの時代においてはスタッフ1名1名の個の力を高めていき、
全員が同じ目線で経営を引っ張っていくという意識が必要です。

ゲスト企業様では各部門毎に設定されている目標数値は、担当は各スタッフに委ねられています。

例えば、回数券の購入率はA先生の担当、と決まった場合、院全体として回数券購入率60%以上という目標を達成するのはA先生の責任になりますので、その目標数値を達成するためにはどうしたら良いのかをA先生が考えて、院全体で実行していく、という構造になっています。



ですので、A先生がこれをやった方が購入率が上がる、と判断された場合は院全体でその施策を実行に移す、という流れになります。

実際には、回数券購入率だけではなく会員制への入会率やリピート率、新規患者様のうち紹介比率などそれぞれに担当が付いており、各スタッフが何かの数値目標を達成するために日々施策を講じていただいております。

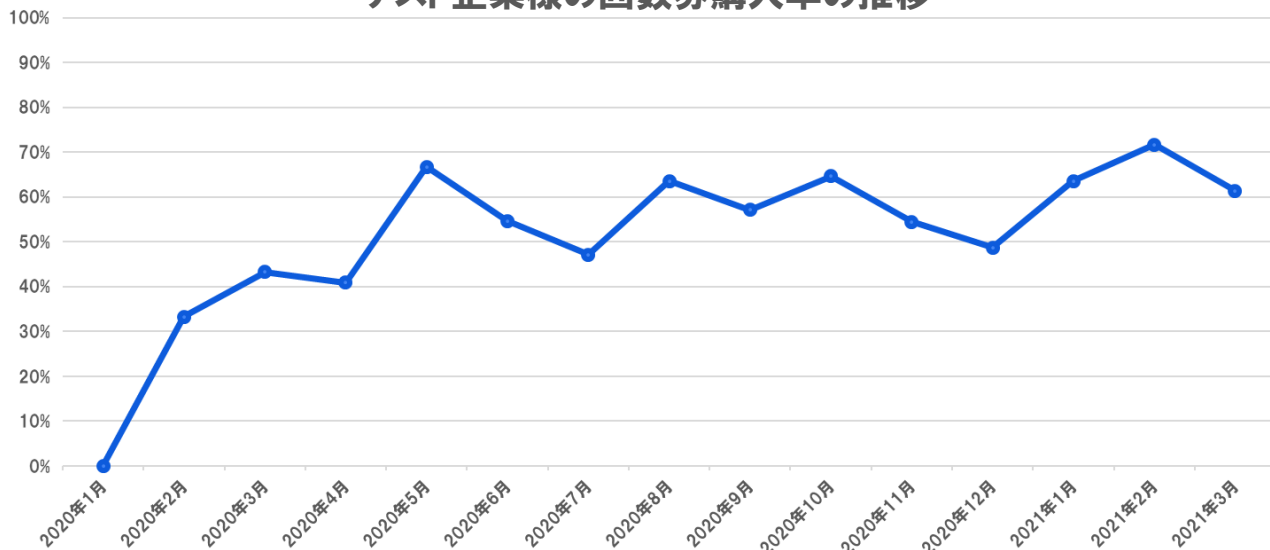
やはりゲスト企業様の取り組みの中でも、この**部門毎に数値目標管理者を担当制にする、という施策はかなり有効**であり、業績向上に大きく寄与している部分であると捉えております。

独 占インタビューから判明した！

ここに注目！徹底解説レポート

実際に、ゲスト企業様のオープン以降の回数券購入率を見ると

ゲスト企業様の回数券購入率の推移



このように購入率は上昇しています。もちろん購入率が上昇しているため、売上も比例して向上しているのですが、

それ以上に、**1つの成功体験が他の業務にも活かされたり、目標から逆算し必要なことを考えられる、そしてそれを実現するために周囲を巻き込んで、やり切る習慣が組織として根付いているのだと感じます。**

そのようなスタッフ主導の経営体制を築く第一歩となるのが、数値目標をスタッフ毎に任せる部門担当制マネジメントであると言えます。

以上が今回のゲスト企業様の解説になります。

本レポートだけでも多くの学びがあれば幸甚です。**セミナーでは更に深掘りした実践的・具体的な内容もお伝えさせていただきます！**

これから安定した整骨院経営を行っていきたい経営者はぜひご参加いただけたらと思います。

最後までお読みいただきまして誠にありがとうございました！

特別なご案内があります。 ぜひ最後までお読みください。



株式会社船井総合研究所

ヘルスケア支援部 ヘルスケアチーム 的場翔吾

「院長・施術者から経営者への変貌をサポート」をテーマに、
1人院長から多店舗展開院まで幅広い会社様に対して経営サポートを行っています。
整骨院業界においては、院で待っているだけでお客様が来店される時代は既に終わりを迎えています。
ニーズがある場所に自ら出向くことを始めていかなければなりません。
そして、治療家・セラピストの皆様は整骨院業界のみだけではなく、ヘルスケア業界に進出していく必要があります。
経営者として、自分の考えが合っているのか検証してみたい、他院様はどのようなことをされているのか聞いてみたい、自院の課題を解決するためには、まず何から始めたらいいのか教えてほしい、などご不安な点をお持ちの経営者様はお気軽にご相談ください。

ここまで本レポートをお読みいただき、誠にありがとうございました。
本レポートを作成いたしました、
株式会社船井総合研究所 ヘルスケア支援部の的場翔吾と申します。
今回、独占インタビューをさせていただきましたゲスト企業様は
行政人口9.7万人というローカル地域ながら、**オープンわずか6ヶ月、
施術者3名で、治療のみ売上520万円/月**という驚異的な実績を残されています。**さらに、オープン初年度で870名**の新規患者様を集客されております。これらの数字を見る限り、ゲスト企業様はこのローカル地域において圧倒的地域一番店であると言えます。

- ☒ これから出店を考えているがどのような戦略を取ればいいのか
- ☒ コロナ感染症拡大以降、新規集客に伸び悩んでいる
- ☒ ライバル院にどんどん患者様を取られている、何かを変えていきたい

このような整骨院経営者様の不安を全て解決されたのが、今回のゲスト企業様なのです。もっと詳しくゲスト企業様について知りたいと思われる同業者様が多くいらっしゃると思います。

そこで、今回はここまでお読みの方に特別なご案内があります！

回数券と会員制の両揃えで 安定的に売上を伸ばす方法大公開！

2021年 整骨院 自費施術売上 地域一番店への道

ZOOMにてオンライン開催決定！

2021年7月21日(水)22日(木)24日(土)25日(日)

全日程 13:00～15:00 ※ログイン開始12:30～

当日のスケジュールはこちら！

講座	セミナー内容
第1講座 13:00 ～ 13:30	整骨院自費売上 地域一番店の全体像
	Point1 なぜ今、高額回数券からの脱却を図るべきなのか Point2 コロナ禍でも業績を上げ続けたゲスト企業を徹底解説！  株式会社船井総合研究所 ヘルスケア支援部 ヘルスケアチーム 的場 翔吾 「院長・施術者から経営者への変貌をサポート」をテーマに、1人院長から多店舗展開院まで幅広い会社様に対して経営サポートを行っている。
第2講座 13:30 ～ 14:30	ゲスト企業特別講座
	Point1 施術のみ月間売上520万円を達成できた成功要因とは Point2 業績好調企業のビジネスモデルと集客方法を代表自らが解説！  セミナー当日、ゲスト企業が明らかに！ 業績好調企業の核心に迫る スペシャルゲスト対談をお届けします！
第3講座 14:40 ～ 15:00	本セミナーのまとめ講座
	Point1 モデル企業から学ぶ整骨院経営のコツ Point2 今後の整骨院経営で押さえておくべきポイントと経営者への提言  株式会社船井総合研究所 ヘルスケア支援部 ヘルスケアチーム リーダー 米田 昌弘 経営者の『夢』の実現こそが自分の使命という強い信念の元、メニュー作成から店舗環境作りまで全国の支援先の業績アップを手掛けている。

次のページでセミナー内容を先行公開！

セミナー当日はゲスト企業様の成功事例を 余すところ無く徹底解説いたします！

- (1) 施術者1名あたり173万円/月を達成する商品構成はこれだ
- (2) 今から導入するなら！回数券と会員制の料金はこれがベスト！
- (3) ここに注目！会員システム面での必ず押さえておきたいポイント
- (4) 高成約率を残せる！回数券や会員制を提案するトーク方法
- (5) 回数券成約率60%越えを達成するトークスクリプトの作成方法
- (6) 保険依存からの脱却を目指す、自費施術メニューの提案方法
- (7) 2回目来院率93%以上！リピート客を増やす接客接遇ポイント
- (8) 意外と知られていない、繁盛店の初診対応内容と所要時間
- (9) 人口10万人未満の地域でも問題なし！新規集客ノウハウ公開！
- (10) 最短・最速で業績向上を実現するWebマーケティングの全体像
- (11) 今後、出店を検討されている企業必見の立地選定ポイント
- (12) 成功事例企業の分析から判明した院内設備・店舗フォーマット
- (13) 開業初月から売上250万円を達成するために必要な事前準備
- (14) 初月200名を集めるために必要なチラシ配布枚数
- (15) チラシ以外にも効果バツグンのオープン集客施策
- (16) 競合店舗の一步先に行く、地域内ブランディングの確立方法
- (17) 現場の混乱や反発を生まずに新メニューを導入するには
- (18) 導入するべき新メニューとその導入判別方法
- (19) 新患1名あたり集客コスト4500円以下を目指すWeb広告運用
- (20) 現場での生産性を高めるスタッフ間オペレーション
- (21) スタッフ間での成長速度を高めあう、院内教育システムの秘密
- (22) 院長以外が対応しても問題なし！完全仕組化された提案方法
- (23) 業績重要数値をスタッフ毎に任せる担当制マネジメントとは
- (24) 個人のスキルを最大まで高め、自立型社員を育成する方法
- (25) 業績好調ゲスト企業が目指す今後の展望とは

上記のことはもちろんのこと、経営者様・院長・経営幹部陣に知って
いていただきたいポイントをお伝えいたします。そして自社発展のきっ
かけを掴んでいただける有意義なお時間を提供させていただきます。

スケジュール帳をご用意ください！

本セミナーですが、ご参加いただきやすい料金を設定いたしました。
多くの会社様に複数名で参加いただきたいという思いから、
一般価格わずか11,000円(税込)のみ
でのご案内となります！

ぜひこの機会に経営者様だけではなく、**部長・エリアマネージャー・院長・副院長も一緒にご参加いただき、即時業績アップのヒントを学んで**
いただければと思います！

さて、本セミナーは…

オンラインで4日程開催！

2021年7月21日(水)22日(木)24日(土)25日(日)

となっております。

本セミナーはオンライン会議システムZOOMを活用したセミナーになりますので、お申込みをいただきましたら弊社担当よりログイン方法など詳細なご連絡をさせていただきます。(オンラインセミナーに参加されたことがない方でもフォロー体制が整っておりますのでご安心ください。)

それでは、当日ZOOM上で皆様にお会いできる機会を
心より楽しみにしております。

株式会社船井総合研究所
ヘルスケア支援部 ヘルスケアチーム

的場翔吾

■ 株式会社船井総合研究所について

中小・中堅企業を対象に、日本最大級の専門コンサルタントを擁する経営コンサルティング会社。業種・テーマ別に「月次支援」「経営研究会」を両輪で実施する独自の支援スタイルをとり、「成長実行支援」「人材開発支援」「企業価値向上支援」「DX（デジタルトランスフォーメーション）支援」を通じて、社会的価値の高い「グレートカンパニー」を多く創造することをミッションとする。

その現場に密着し、経営者に寄り添った実践的コンサルティング活動は業種・業界経営者から高い評価を得ている。

会社名：株式会社 船井総合研究所
代表取締役社長 真貝大介

創業：1970年（前身の日本マーケティングセンターとして創業）

社員数：800名（2020年12月末時点）

事業内容：経営コンサルティング業

資本金：3,000百万円



■ ヘルスケア支援部について

船井総研において整骨院・接骨院・治療院業界を専門にコンサルティング活動に従事し、業界の川上から川下に到るまで徹底した経営支援を行う、ヘルスケア業界専門のコンサルティンググループです。

特に、自費施術への移行や交通事故患者様の集患、オンライン集患では、現在日本で最も実績を上げおります。

各コンサルタントは現場に密着した即効性の高い提案を行っており、月商100万円の1人院から年商6億円を超えるグループ院に至るまで、高い評価をいただいております。

整骨院経営イノベーション研究会では205社様（2021年4月末時点）の整骨院事業者様が会員になっていただいております、全国各地の様々な業態の成功事例を有しています。



ご入金確認後、マイページの案内をもってセミナー受付とさせていただきます。

2021年 整骨院 自費施術売上地域一番化への道

お問合せNo. S074539

開催要項

オンラインにてご参加

2021年 **7月21日(水)** 開始 **13:00** ▶ **15:00** (ログイン開始12:30より)

お申込期限: 7月17日(土)

2021年 **7月22日(木)** 開始 **13:00** ▶ **15:00** (ログイン開始12:30より)

お申込期限: 7月18日(日)

2021年 **7月24日(土)** 開始 **13:00** ▶ **15:00** (ログイン開始12:30より)

お申込期限: 7月20日(火)

2021年 **7月25日(日)** 開始 **13:00** ▶ **15:00** (ログイン開始12:30より)

お申込期限: 7月21日(水)

本講座はオンライン受講となっております。諸事情により受講いただけない場合がございます。ご了承ください。
オンラインミーティングツール「Zoom」を使用いたします。Zoomご参加方法の詳細は「船井総研 web参加」で検索

日時・会場

受講料

一般価格 税抜10,000円 (税込 **11,000円**) / 一名様

会員価格 税抜 8,000円 (税込 **8,800円**) / 一名様

●お支払いが、クレジットの場合はお申込み手続き完了後の案内(メール)をもって、セミナー受付とさせていただきます。銀行振込の場合はご入金確認後、お送りする案内(メール)をもってセミナー受付とさせていただきます。●銀行振込の方は、税込金額でのお振込みをお願いいたします。お振込みいただいたにも関わらずメールがお手元に届かない場合や、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、下記お申込み担当者へご連絡ください。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きます場合がございます。●ご参加を取り消される場合は、開催3営業日(土・日・祝除く)前まではマイページよりキャンセルをお願い致します。それ以降は下記事務局宛にメールまたはお電話にてご連絡ください。尚、ご参加料金の50%を、当日の欠席は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。

●会員価格は、各種経営研究会・経営フォーラム、および社長onlineプレミアムプラン(旧:FUNAIメンバーズPlus)へご入会中のお客様のお申込に適用となります。

お申込方法

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上でご確認ください。

または、船井総研ホームページ(www.funaisoken.co.jp)、右上検索窓にお問い合わせNo.074539を入力、検索ください。

お問合せ

 明日のグレートカンパニーを創る **株式会社 船井総合研究所**

TEL 0120-964-000 (平日9:30~17:30)

●申込みに関するお問合せ:横田 ●内容に関するお問合せ:的場

お申込みはこちらからお願いいたします

<オンライン受講>

7月21日(水)

申込締切日 7月17日(土)

7月22日(木)

申込締切日 7月18日(日)

7月24日(土)

申込締切日 7月20日(火)

7月25日(日)

申込締切日 7月21日(水)



1つでも当てはまる
こんな方は **本レポートをお読みになる
ことをお奨めします！**



これから**自費治療**を導入したいが
何から始めれば良いか分からない方



自費治療を導入したけど・・・
売り方が分からないという方



自費施術を提供しているが
思った以上に**自費売上**が伸びない方



全スタッフが**自費治療**を提供できる
状態ではない方



院長以外のスタッフが**自費治療**を
売れず、途方に暮れている方



今後に向けて**保険治療**に依存しない
経営体制を作りたい方



将来を見据えて、**安定した収益**の柱を
つくり、成長を続けたい方



今まで様々なセミナーに参加したが
結局、何をすれば良いか分からない方