

自費×事故×美容で生産性198万円！整骨院地域一番化セミナー

講座	セミナー内容
第1講座	整骨院業界の時流と今後取るべき戦略 整骨院の件数、施術者数の伸びが鈍化しているこの業界の中で業績を伸ばすために取るための具体的な戦略をお伝えします。 【内容①】 整骨院業界に起きていること（施術所数の推移、施術者数、保険請求の金額等） 【内容②】 規模別に起る経営課題と取るべき対策（1店舗、3～5店舗、10店舗以上） 【内容③】 治療面以外の分野に参入、地域一番化、差別化を行い業績を伸ばしていくための方法 株式会社船井総合研究所 整骨院グループ リーダー 萱間 優斗
特別ゲスト講座 第2講座	治療以外の収益の柱を作り、業績を伸ばしていくための方法 保険請求が厳格化される昨今、業績を向上し続けるためには、保険以外の売上を上げ続けることは必須になります。今回の講座では自費のみではなく、事故や美容など、治療のみではなく予防面までメニューなどの導入により、売上の柱を付加し、業績を上げ続けている株式会社OBSをゲストに迎え講演いただきます。 【内容①】 保険以外の収益の柱（自費、事故、美容）の作り方 【内容②】 受付スタッフでも売上100万円！受付を活用した美容部門の立て方と教育方法 【内容③】 交通事故売上月間420万円以上達成 株式会社OBS 代表取締役 尾池 翔太氏
第3講座	保険、自費、事故、美容の商品設計と集患戦略 治療のみではなく予防面まで一貫した価値提供を行い、治療院が業績を伸ばし続けていくための、自費、事故、美容の商品設計についてお伝えしていきます。また、それぞれの分野の集患対策（オンライン・オフライン）もお伝えしていきます。 【内容①】 生産性190万円を達成するための商品設計 【内容②】 事故の集患数10名/月を達成するためのオンライン・オフライン集患対策 【内容③】 月間20名以上のHPB・HP・SNSからの集客数最大化の取り組み！ 株式会社船井総合研究所 整骨院グループ 隅谷 尚輝
第4講座	明日から業績を伸ばすために必要なこと セミナーを聞くだけではなく、聞いた内容を実践することが重要です。実践するために必要な考え方や業績を伸ばしていくために必要な勉強方法をお伝えします。 【内容①】 3～5年の中期経営計画を作成するための方法 【内容②】 成長し続ける企業の経営者になるための秘訣 【内容③】 経営における師と友を見つけるために 【内容④】 明日から実践するための行動計画作成方法 株式会社船井総合研究所 整骨院グループ マネージャー 小川 裕樹

開催日時

東京会場

2024年6月30日

14:30～17:30[受付開始：開始時間30分前～]
※[2024年4月1日]より八重洲に移転いたしました、ご来場の際はご注意ください。

船井総研グループ 東京本社サステナグローススクエア TOKYO

〒104-0028 東京都中央区八重洲二丁目2番1号 東京ミッドタウン八重洲 八重洲セントラルタワー35階
[JR「東京」駅 地下直結(八重洲地下街経由)、東京メトロ丸の内線「東京」駅 地下直結(八重洲地下街経由)]

諸事情により、やむを得ず会場を変更する場合がございますので、会場はマイページにてご確認ください。また最少催行人数に満たない場合、中止させていただく場合がございます。尚、中止の際、交通費の払戻し手数料等のお支払いはいたしかねますので、ご了承ください。

お申込み期日

銀行振込み：開催日6日前まで クレジットカード：開催日4日前まで ※祝日や連休により変動する場合もございます。

受講料

一般価格

税抜 20,000円 (税込 22,000円) / 一名様

会員価格

税抜 16,000円 (税込 17,600円) / 一名様

●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みに適用となります。

お申込み方法

【QRコードからのお申込み】

右記QRコードからお申込みください。

【PCからのお申込み】

<https://www.funaisoken.co.jp/seminar/114361>

船井総研ホームページ (<https://www.funaisoken.co.jp>) に
右上検索窓に「114361」をご入力し検索ください。

E-mail

seminar271@funaisoken.co.jp

TEL

0120-964-000 (平日9:30～17:30)

※よくあるご質問は「船井総研 FAQ」と検索してご確認ください。※お電話・メールでのセミナーお申込みは承っておりません。

「保険中心」かつ「地方」で
売上減少傾向の整骨院が...

- 保険から脱却し、自費×事故×美容の **売上の柱が複数へ**
- 施術者生産性 **198万円/1人**
- 受付スタッフも **100万円/月** を達成！
- 事故売上 **420万円/月**

売上V字回復を実現！

1日で自費や美容の
メニュー構築、集患対策、
(コンセプトづくり、料金設計) (自費、美容、事故)
通院指導についてが学べます！

学べるポイント

- 自費** 自費の商品設計の方法、自費患者様を集めるための集患対策
- 事故** 既存患者様の集客数74名/年を達成するための院内啓蒙活動、
オンライン集客25名/年達成するためのHP、グーグルマップ対策
- 美容** 受付スタッフが美容売上100万/月達成するための導入の流れ、
ホットペッパービューティからの集客数最大化の実施事項一覧

株式会社OBS
代表取締役 尾池 翔太氏

東京会場

2024年6月30日

船井総研グループ 東京本社
サステナグローススクエア TOKYO
14:30～17:30[受付開始：開始時間30分前～]

主催

 サステナグロースカンパニーをもっと。 自費×事故×美容で生産性198万円！整骨院地域一番化セミナー

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

お問い合わせNo.

S114361



当社ホームページ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。)→ 114361



株式会社OBSのご紹介

群馬県太田市・桐生市で2店舗を展開（社員・アルバイト含み10名）。2022年にM&Aにて整骨院1店舗買収。昨対比-24%だったのにも関わらず、商品設計、集患対策の見直しや美容メニューの導入を行い、2院合計の昨対成長率164%を達成。受付スタッフを含む生産性が130万円、美容メニュー導入約半年間で100万円達成。2023年船井総研整骨院向け研究会にて、全体売上成長率大賞複数店舗（2～9店舗）昨対比売上成長率、ハイパフォーマンス大賞複数店舗（2～9店舗）施術者1名あたり生産性の2部門においてMVPを取得。

開業当初は一人で運営をしており、最初は交通事故治療が売上の主要な部分で、わずか4か月で100万円を達成し、2年後には200万円にまで成長しました。売上は4月から12月にかけて2000万円、自賠責保険850万円、その他保険920万円、自費200万円を達成しております。

3年目に、1人の新しい施術者を採用しましたがその当時はまだ保険治療が中心でした。3～4年目には近隣に多くの整骨院ができ、遠方からの患者様が他の施設に流れ始めました。この状況に対処すべく、自費治療を導入し、来院患者数が100人を超える時期もありました。この段階で、売上は300万円から400万円に増加しました。事故治療が2665万円、保険治療が134万円、自費治療（高圧酸素治療、酸素カプセル、メドマーなど）が26万円の

Question 1 開業4年目までの経緯



株式会社OBS
代表取締役 尾池 翔太氏

収益を生み出しています。整骨院は自費治療を柱として立てる必要性を感じ自費に力を入れ始めました。

6年目には、自費治療（手技療法）に本格的に力を入れ、延長マッサージ（10分間）を提供しました。また、2019年には自費商品を導入し、筋膜リリース、深層筋調整、骨盤矯正を1回3500円で提供することとなりました。これらの導入に際して、患者様のニーズに合わせた提案メニューを提供する必要がありましたが、特に抵抗はなく、自費治療を提案することは初めての試みでした。

当初は来院者数が多く、自賠責の収益も安定していたため、自費治療を導入することに躊躇していましたが、状況の変化を受けてその必要性を認識し、実施することができました。

Question 2 5年目～現在まで

株式会社OBSのここがすごい！

年商：**1億1,000万円** 昨対成長率：**164%**

スタッフ生産性/人：**198万円**

美容売上/月：**177万円** 交通事故売上/月：**420万円**

収益なくして社会貢献無し 社会貢献なくして収益なしの時代だからこそ！

株式会社OBSの3つの強み

1 自費を導入することで患者様満足度の高い施術をすることができる

- ① 通院回数が少ない※保険と比べ
- ② 施術者が丁寧に問診検査施術ができる
- ③ 症状の回復が行いやすい

が患者様満足度を上げる！

保険施術を経験した患者様の多くは、「短い施術時間で何回も通わなければいけない」と思われている方が多いです。整骨院に通う年齢層は30～50代の仕事や家庭などで忙しい年代です。忙しい中で自分の予定を何回も調整をし整骨院に通うことにストレスを感じやすいです。自費施術を導入することで上記の患者様の不満を抱く要因を少なくすることができるだけでなく、保険施術ではできない施術も行うことができ施術効果も実感しやすくなります。

患者様の満足度が下がる要因

- 予定調整が大変
- 何回も通わなければいけないことに不安を感じる
- どんな施術を行うかがわからずに不安
- 時間が短く先生にしっかりと診ていただけない

2 症状の改善だけではなく美容などの高単価のメニューも提案ができる

自費の施術だけではなく、整骨院と親和性の高い美容のメニューを導入することで患者様のニーズを満たすことができます。症状が改善した先も整骨院側で提案できるメニューが増え、結果売り上げも継続して伸ばしていくことができます。美容メニューは施術メニューと比べて単価が高く設定できるので一人当たりの生産性も高くすることができます。

施術メニューの1ヵ月当たりの収入 ※参考：10,000円～15,000円

美容メニュー付加の1ヵ月あたりの収入 ※参考：30,000～100,000万円

3 患者様に合わせたメニューが提案でき、自然と自費施術が選ばれるようになる

自費を導入することで、施術者側も提案できる幅が増え症状改善のための手段が増えます。問診をする際にも、患者様に合わせた説明をすることになるので自然と患者様も自分の症状を改善するためには自費施術が必要だという認識になります。施術者側は幅広い提案をしなければいけないので通院指導力も高めていく必要があります。

他では絶対に聞けない! セミナーで学べる事一覧&ゲスト講師事例

株式会社OBSは、「私たちは美と健康を提供します。そして、笑顔で元気な人生を創り、応援する集団です」という理念のもと施術だけではなく美容のメニューまで提供をしています。

実際にどのようなことを行なっているかご紹介をしていきます。美容メニューに関しては、受付スタッフが担当をしています。

施術メニュー一覧

保険施術、物療、骨盤矯正、手技、産後骨盤矯正、岩盤エクササイズ、交通事故施術



要因① 生産性100万円以上達成するための料金設計

患者様の潜在的なニーズ×治療コンセプト×1分当たりの生産性で料金を決める。

整骨院業界では、保険を中心に収益を上げていた背景から1回あたりの窓口単価が低く設定している企業が多く存在しています。技術力が高くても料金が安く設定している整骨院、単価アップをしたくても患者様に受け入れてもらえるかわからず料金アップができていない整骨院が多くいます。今回のセミナーでは、目標の売上や生産性を考えた、患者様にも納得していただける実際の料金設定を株式会社OBSを参考にお伝えをしていきます。

目標となる数値

生産性: 150万円~200万円 分単価: 150円~200円 集客コスト: 3,000円~6,000円

要因② 自費を受けていただける方に対して、最適に情報を届けるための集患対策

自費での施術は患者様からのニーズもあり症状の改善に向けてさまざまなことが提案することができます。ただ、一方で自費施術を受けたいと思う患者様に対して適切に情報が伝わらなければ自費の売上を伸ばすことはできません。今回は、オンライン集患、オフライン集患の2つの方法から自費の患者様を集めるための対策をお伝えいたします。

患者様が来院するまでの流れ

- ① ターゲットを明確にする
- ② 1ユーザーが情報収集する媒体に対して、情報の量と質を最大化させる
- ③ 魅力あるコンテンツを作成し、来院率を高める

オンライン集患

- HP (SEO対策、コンテンツ作成、ブログの作成等)
- 広告運用 (Google広告、Yahoo!広告)
- マップ対策 (基本情報の設定、口コミ対策、投稿の頻度や内容等)
- ポータルサイト

オフライン集患

- 紹介対策 (院内の啓蒙活動、掲示物関係等)
- 院内掲示物

要因③ 交通事故で月間400万円以上達成するための対策

整骨院で業績を上げるうえで重要となるのが、収益の柱を複数持つことになります。実践しやすいこととして、保険売上、自費売上、事故売上の3つの売上の柱をまず作る事が重要です。その中で交通事故の売上は売上として高く上げることができます。ただし、交通事故に関して専門的な知識や外部企業との連携が必要となってきます。今回は交通事故売上月間400万円を達している株式会社OBSをゲストに迎えて患者様への啓蒙活動、通院指導、損保・整形外科対応をお伝えいたします。

啓蒙活動

- 電話対応から院内に患者様が来院されたときの交通事故の啓蒙活動
- 問診時に交通事故に関する説明の仕方
- 交通事故アンケートの実施方法
- 交通事故啓蒙イベントの内容

通院指導

- 平均通院回数10回以上を達成するための通院指導方法
- 初診対応の流れとトーク内容

損保・整形外科対応

- 正しく損保会社や整形外科と対応するためのポイント
- 損保会社への連絡方法と内容
- 整形外科に患者様を紹介するときのポイント

私たちがお勧めします！



株式会社SAGC
代表取締役 駒沢 将太 氏

尾池先生とは船井総合研究所を通じて知り合いました。今ではお互いの院や勉強会に参加しながらお互いに経営に関する情報交換をしております。彼は、2店舗の整骨院を運営し、2022年のM&Aによる買収を経て、売上拡大や生産性向上に向けた施策を積極的に展開してきた実績豊かな経営者です。実際に私たちも交通事故の啓蒙活動方法や対応方法を学ばせていただき業績アップにつなげることができました。株式会社OBSは現在の年商は1億1,000万円であり、成長率は164%と非常に高い水準にあります。本セミナーでは、成功事例やノウハウを学び、貴院の成長を促進する貴重な機会となることでしょう。是非、株式会社OBSが登壇するセミナーにご参加いただき、尾池先生の貴重な知識や経験に触れていただき、今後のビジネスに活かしていただければと思います。

過去に尾池先生がゲストとして登壇するセミナーに参加をしました。そのセミナーに参加したことで今まで経営について悩んでいたことが解消し明日から何を実践すればいいか明確になりました。実際に尾池先生が行なっていることを院に落とし込みを行い実践をしています。自院の先を行っている尾池先生の話聞くことで今後経営をどのようにおこなえばいいのか、どのような壁にぶつかるのかがわかり未来を見ることができました。これから業績を伸ばしていきたい先生はもちろん、現在どのように経営をしていけばいいかわからないかたにもとてもいい内容となっているのでぜひ参加してもらえればと思います。



フェニックス整骨院
院長 関谷 裕介 氏

過去参加者のお声



企業A

今まで、難しいと思っていた自費導入が実際に行なっている企業を聞いたことにより実現可能だと思えることができました。

受付活用をしながら業績を上げている事例を知ることができとてもよかったです。



企業B



企業C

従業員を活躍させていなかったですが、会社としてさまざまな取り組みを行うことによって従業員のキャリアを作成することができると気が付くことができました。

明日から実践できるチェックリストがあったことにより実際に何を取り組むべきかが明確になりました。早速明日からやっています。



企業D



企業E

ゲスト講師のお話だけではなく、コンサルタントの方が他の整骨院でも実践するためにはという内容でわかりやすく解説してくれたのがよかったです。

セミナーで学べる内容一覧（ツール類一覧）

中期経営計画の作成方法

- 経営理念、ミッション、ビジョンの作成方法
- 事業戦略の作成（あるべき姿の検討、現状分析、事業戦略づくり）
- 事業別売上構成予想の作成



商品設計

- 競合と比較し患者様に選ばれる整骨院になるための治療コンセプトづくり
- 生産性150万円以上を達成するための料金設計
- 通院頻度を高めるための治療プログラムの作成



患者様への通院指導方法

- 自費誘導率70%以上達成するための初診対応
- リピート率85%を実現！通院することの重要性を伝えるためのトーク法
- 離反率20%以下を達成するための離反者会議



集患対策

- 自然検索3位以内に入るためのSEO対策
- 来院率1~2%を達成するためのHPコンテンツ作成方法
- ホットペッパービューティからの集客最大化！



交通事故集患

- 院内認知率60%以上を達成するための患者様の声掛け方法
- 風景化させないための掲示物の作成方法と掲示法
- 電話問い合わせから確実に来院をしてもらうための電話対応

