

講座	セミナー内容
第1講座	<p>成功企業から学ぶ、物販導入までのステップと重要なポイント</p> <p>保険請求が厳しくなり保険施術のみで売上を上げていくのが難しくなってきた整骨院業界。自費施術や物販の売上で成功している企業をもとに業界の時流と成功しているビジネスモデルの紹介を行います。</p> <p>講座内容① 保険依存型整骨院から物販付加型整骨院までのステップ 講座内容② 成功事例から紐解く!物販導入におけるコンセプト設定と商品設計 講座内容③ 物販導入の成功企業から学ぶ「成功事例」「失敗事例」とは</p> <p>株式会社船井総合研究所 治療院・エステ支援部 隅谷 尚輝</p>
特別ゲスト講演 第2講座	<p>大失敗から学んだ物販成功までのストーリー</p> <p>物販年売上4,000万円を達成している株式会社CURE INNOVATIONの代表平森氏をゲストに迎え、会社運営の極意や商品設計や実際に現場でどのような対応をしているかを解説していただきます。</p> <p>講座内容① 物販売上4,000万円×物販リピート購入率80%を実現した患者教育とは 講座内容② 良い商品だけでは売れない!大失敗から学んだ物販成功までのストーリー 講座内容③ 1.5億円の企業経営者から学ぶ経営のあり方・考え方は</p> <p>ゲスト講師 株式会社CURE INNOVATION 代表取締役 平森 勇喜 氏</p>
第3講座	<p>物販年売上4,000万円の具体的手法を大公開!</p> <p>物販付加の成功事例をもとに、セミナーにご参加の皆様も院でも実現するための方法をお伝えします。ビジネスモデルの構築の方法から集患・対応方法まで明日から取り組めるような内容をお伝えいたします。</p> <p>講座内容① 物販月売上50万円以上を目指す!施術×物販(栄養)を軸とした商品設計 講座内容② パーソナルデータを把握し患者様が自ら物販を求められる!健康意識を高める問診方法 講座内容③ 従業員が本気で物販を提案するためのスタッフ研修</p> <p>株式会社船井総合研究所 治療院・エステ支援部 リーダー 萱間 優斗</p>
第4講座	<p>物販付加の可能性とこれからの整骨院経営</p> <p>健康食品市場は1兆円に伸びると予想されます。整骨院業界と親和性が高い市場ではあるものの、まだまだ市場はから空きです。保険から自費へそして自費×物販と移行するために必要なことをお伝えいたします。</p> <p>講座内容① 1兆円まで成長する健康市場に乗り遅れないために 講座内容② 物販付加型整骨院のモデルの振り返りと具体的な取り組み 講座内容③ 睡眠・栄養・運動のテーマを軸とした経営のあり方・考え方</p> <p>株式会社船井総合研究所 治療院・エステ支援部 マネージング・ディレクター 宮澤 駿</p>

開催日時 2024年 **10月6日(日)** 10:00~13:00 (受付開始:開始時間30分前~) 14:30~17:30 (受付開始:開始時間30分前~)

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がございます。

東京会場 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)】
 ※[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。

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。
 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ませんので、ご了承ください。

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/118682>
 船井総研ホームページ (<https://www.funaisoken.co.jp>) に
 右上検索窓に「118682」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。



手技×物販で
患者様の健康に寄り添う!

物販

提案なし!

1院で **年間4,000万円!**

付加 営業なし!



- ① **約8割の患者様がリピート購入!**
 1人単価 約18,000円の安定したストック売上を実現
- ② **患者様から商品が求められる!**
 患者様が続々と買いたくなる仕組みを実現
- ③ **睡眠・栄養・運動の商品導入!**
 あり方・考え方・やり方を押されれば成功確率がグンと上がる!

2024年 **10月6日(日)** 10:00~13:00 (受付開始:開始時間30分前~) 14:30~17:30 (受付開始:開始時間30分前~)

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

主催 **整骨院 物販付加で年商4,000万円達成セミナー** お問い合わせNo. S118682

サステナグロースカンパニーをもっと。
Funai Soken 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

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。) → **118682**



驚くほど成功する!

今こそ整骨院がやるべきは物販だ!

物販付加のノウハウの全容を大公開!



商品を置いているが減多に売れない

患者様に押し売りしたくない

整骨院で物販なんて成功するの?

施術以外の収益源を作りたい!

購入率が高まる方法を知りたい!

船井総合研究所が提唱する時流に乗った物販付加型整骨院の魅力

これから成長する健康市場!

食 2016年 3兆2,000億円
2025年 4兆1,600億円

●サプリメント・健康食品 ●OTC・医薬部外品等

健康食品市場は1兆円に伸びるとの予測される。保険規制、競争激化の中、「物販」を付加することで、新たな収益源を確立!

※経済産業省-次世代ヘルスケア産業協議会の今後の方向性について-より引用

整骨院と高い親和性!
新たに物販を求める患者様を集客するだけでなく、体のお悩みをすでに抱えている既存患者様にアプローチ可能。

まだまだ市場はガラ空き!
「保険治療⇒自費治療⇒自費治療×物販」と推移していく見込みの施術産業。

●整骨院モデル3.0の特徴

整骨院モデル1.0 (1人生産性50万円)
保険治療

整骨院モデル2.0 (1人生産性100万円)
自費治療
保険治療

整骨院モデル3.0 (1人生産性150万円)
物販
自費治療
保険治療 効率化

物販を本格導入している院は全国的に見てもまだ少ない。健康食品市場が成長期の今、地域内シェア率を高めるチャンス。

物販付加型整骨院のモデル全体像

	従来の物販	これからの物販
商品	院長が良いと思う商品	コンセプトに合った商品
ターゲット	30~70代	20~40代
提案方法	施術者から提案	患者様から求められた時に受付が提案
月間販売額	数万円程度 (1院あたり)	50万円~200万円 (1院あたり)
WEB	WEBを使つての販促なし	LINE@等を使用したマーケティング

物販を行うための具体的な3ステップ

- STEP 1** ▶▶▶▶▶
「あり方」を整理し、**コンセプトを明確化**
物販を行う目的、意味をはっきりさせた上で、既存患者様のニーズを把握し、院のコンセプトを明確化。取り扱う商品を決定する。
- STEP 2** ▶▶▶▶▶
物販を行うための**マーケティングを構築**
普通に患者様に提案しても売れない。患者様から商品を買って来ように、初診対応やLINE@、YouTube等を活用したマーケティングを構築。
- STEP 3** ▶▶▶▶▶
スタッフ教育
院のコンセプト、商品の価値、どのような患者様に必要なのかをスタッフ教育を通して、知識面の強化、物販へのマインドセットを行う。

整骨院物販付加で年商4,000万円達成セミナー

東京会場 2024年 **10月6日(日)**

10:00~13:00 (受付開始:開始時間30分前~)
14:30~17:30 (受付開始:開始時間30分前~)

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

当日は実際に院内で使用するツールも公開いたします!
続きはセミナーで!! ▶▶▶▶▶



物販付加型整骨院の実態をインタビュー!

1院で

年間

4,000万円!

患者様の健康を考えた「治療×物販」に
アップデートした整骨院の道のり

株式会社
CURE INNOVATION
代表取締役 平森勇喜氏

「患者様の未来をプロデュースする」という考えのもと、東京都で治療院経営を行っている。治療院業界の新たな柱は、「構造学」×「運動学」×「栄養学」として、予防型治療のコンセプトを掲げ、1院で売上1.5億円という偉業を達成。全国15000社のサロンから選ばれる賞でも、2年連続売上実績1位を獲得した実績も誇る。社名にINNOVATION(革新)と名付け、日本一の治療院を目指している。

- 国際国家資格/オーストラリア国家資格:Diploma of Remedial Massage(世界54か国認定国家資格)
- 日本国家資格/柔道整復師、NSCA認定パーソナルトレーナー



Question1

物販 (栄養学に沿った商品)を 始めたキッカケは?

症状改善するのが手技や運動で、根本的な解決は栄養(食事)だと分かったからです。

どうしても患者様の治療効果に差がありました。突き詰めると、生活習慣(睡眠、運動、栄養)に違いがあると分かりました。特に身体を作る食べ物が影響していると考え、取り入れる必要性があると思いました。

構造(筋肉や骨格)が崩れているのは、原因でなく結果に過ぎません。身体は100%食事によって出来ています。

Question2

物販を 取り入れた時の 最初の商品は?

当時美容業界で流行っていた、プラセンタを取り入れました。

プラセンタとは胎盤のことで、自然回復力、組織回復力を促す効果がある点で、商品として魅力的に感じました。

Question3

現在は酵素を 扱っていますが、なぜ プラセンタを止めたのですか?

プラセンタは自然回復力の効果があり、素晴らしい商品ですが、当院で患者様へ「治療という側面」と「栄養という側面」をお伝えする時に、ズレを感じました。結果として、患者様に提案しても売れず、スタッフから商品を押し売りしたくないという不安、不満が出てきました。

そんな時、とあるイベントで今取り扱わせていただいている企業と出会いました。そこで、「栄養は口からではなく、腸から取っている」という言葉をお聞きし、確かにそうだと思ったんです。そもそも栄養を吸収する腸内環境を改善しないとダメだと学び、その答えが酵素でした。

Question4

物販を 始めた時の失敗は?

まず、商品の良さを感じてもらうために、会社からの通達としてスタッフに商品を飲んでもらいました。しかし、深く商品を理解できていない状態、気持ちが入っていない状態で飲んでもらった結果、商品の価値は伝わりずらく、スタッフから物売りはしたくないという不平不満が出てきました。そんなとき、スタッフから1個売ったら、どのくらいインセンティブをもらえますか?と質問されました。いつの間にか、「販売する事が目的」に変化してしまったんです。そんな状況下で、プラセンタから酵素に切りかえて2ヵ月後、スタッフが全員離職してしまいました。

Question5

物販導入時と、現在の違いは?

あり方、考え方が大きく違います。

あり方とは、なぜ商品を取り扱うのか?というそもそもの目的と私達の立ち位置。考え方とは、商品をどのように患者様に提供すべきなのかという考え方です。

まず、売ることをゴールとしていません。商品の良さは二の次。患者様にとって大切なことは、身体の状態、生活が良くなっていくこと。患者様の良い未来をプロデュースすることが私たちの仕事です。

となると、商品を提案するのではなく、正しい生活習慣、栄養の指導・教育が大切になります。

ただ、どうしても患者様の食生活の改善だけでは補えない部分があるため、その解決策として物販商品があるだけという位置づけです。あくまでも商品は、患者様の健康を実現するためのツールにすぎません。

Question6

どんな院でも 物販の導入は可能ですか?

基本的には可能だと思います。

ただ、「治療は患者様の判断で選んでもらう」という考え方の院は厳しいと思います。

例えば、自費治療をしっかり導入できていない院です。

僕らは、患者様から見ると先生というポジション。

保険治療ならすぐ行えるのに、自費治療になると「行ってもいいですか?」と伺いを立てるのは間違っています。医師が処方するお薬に対して、患者様にいちいち伺いは立てないですよね。なぜなら、それが患者様にとって必要なお薬だから。

なので、そのようなあり方が定着していない院が物販を行うのは難しいと思います。

~私の想いと、描く未来~

おかげ様で、全国15,000社のサロンから選ばれる賞において売上2年連続1位を獲得しました。当院が掲げる予防型治療のコンセプトになくてはならないのが栄養学(サプリメント)です。治療院業界の新たな柱は、「構造学」×「運動学」×「栄養学」である。と確信しています。我々が行なっている施術は回復を促進させることであり、「回復」は身体本来の機能。「人の身体は食べた物で100%出来ている」という事実は変えられません。

治療院の新時代は、「予防型治療」。新規患者頼りの経営ではなく、地域の患者様の健康管理の主治医として、地域になくてはならない存在になることです。当院のミッションは、地域の患者様の健康管理をする学校という位置づけです。



— 推薦のお声を一部抜粋！ —



株式会社Limitless 代表取締役 山口博史 氏

埼玉県で整骨院・整体院を7店舗運営しております。
たいよう整骨院グループ代表の山口です。

平森先生との出会いは9年前にセミナーでお会いし、その時は平森先生は1人治療院をしておりました。その時にお話した治療コンセプト、ビジネスモデル、予防に特化した経営スタイルなどまだ実現してはいるのに考え方やスケールが半端ないなと印象に残っています。あれからお互い会社が成長し同じセミナーで講師をする機会があり、そのキッカケもあって私の会社も平森先生にお世話になりました。

治療院のビジネスモデルは『痛みを取ってくれる所』から抜け出せず、治せど治せど新規を追い続けないといけない中で広告費の高騰やライバルの増加など、経営負担が大きくなっていく状況で、平森先生が以前から掲げていた予防型整骨院モデルが時代の先を見据えた考え方を実績に載せていたからこそ信頼してセミナーに参加することができました。健康意識は痛みや身体の辛さがある時しか働かないからこそ、痛みがある時から顧客へ教育していく。予防への拘りと、経営数値に落としこんだロジックな戦略・戦術・戦闘は今まで参加したセミナーの中でも一番だと思えます。



株式会社シー・エム・シー 代表取締役社長 近藤葉澄 氏

『治療院業界の中で一番の天才だと思います』

関東で50院ほど整骨院を運営しています。

創業42年目ということもあり、バリッバリッの

「施術」メインの会社です。

でも患者様を本気で健康にしようと思ったら整骨院以外でのホームケアは必ず必要……！

ということで「栄養」「物販」強化の為平森先生のところで勉強させていただいています。

正直言って「天才」ですね、パッションはもちろんですが非常にロジカルです。

現場のこと・患者様のことを第一に考え「言語化」し、実践できる成果の出る講義をしてくださいます！
一気に仕組み化が進みますよ！平森先生にもっと早くお会いしたかったです！

— 推薦のお声を一部抜粋！ —



株式会社まごころグループ 代表取締役 中島英貴 氏

平森先生のセミナーは、今後の新規獲得が不安だ、離反率が下がらない、痛みを取るだけでなくもっと根本的に患者様の健康に携わりたい、などの課題を持っている先生にはピッタリのセミナーだと思います。

平森先生は業界でもいち早く患者様の健康寿命の延伸に貢献され地域でも絶大な支持を得ている地域No.1整骨院です。弊社まごころグループと以前より様々なアドバイスをいただき、現場にアウトプットさせていただいております。



株式会社メディカルホスピタリティ 代表取締役 阪本守 氏

平森先生と知り合って10年以上になります。今、栄養や運動分野で「平森勇喜」の名を聞くことも多くなりました。が！開業当初はうまくいっていなかったことを知っています。

成功事例だけですとピンとこない先生も、なかなかうまくいかなかったどん底から、どのようにして今の輝かしい成果を出しているかを、平森先生は話してくれるのでどんな先生にも参考になると思います。

平森先生はコンサルタントではなく、今でも週3回は現場に立っている治療家です！その現場主義の平森先生のリアルを是非とも聞いてみてください！