

当日参加
特典

“整骨院向け治療コンセプト虎の巻”プレゼント

講座内容 & スケジュール

第1講座

整骨院業界の時流講座と スポーツ整体モデルのポイント

飽和状態にある整骨院業界で、「根本改善」というコンセプトだけでは勝てなくなった。全国の最新事例から、これからの10年を勝ち抜くための新業態「スポーツ整体モデル」の定義と、導入すべき3つの市場背景を解説します。

株式会社船井総合研究所
マネージャー
竹留 将聖



第2講座

1店舗1億円を作る整骨院の 新たな高収益「スポーツ整体」モデルを解説

東京都内の競争激化エリアで、いかにして「1店舗1億円」を達成したのか。単価・集客・採用のすべての課題を解決したビジネスモデルの変遷を、包み隠さず公開いたします。

株式会社SAMONA
代表取締役
鮫島 洋一 氏



第3講座

「スポーツ整体」モデル導入に必要な 具体的な戦略と導入ステップ

「コンセプトは良いが、どう商品化すればいいかわからない」という悩みを解消します。既存の自費メニューをどう組み替え、どのようなステップで「スポーツ整体」として実装するのか、具体的な手法をお伝えします。

株式会社船井総合研究所
マネージャー
小川 岳也



第4講座

明日から自院を「再構築」するために 取り組むべきこと

本セミナーの学びを形にするためのまとめ講座です。自院の現状に合わせ、どの順番で「スポーツ整体モデル」を実装すべきか、優先順位とアクションプランをまとめます。

株式会社船井総合研究所
マネージャー
平松 勇人



セミナー日程・開催時間

開催日時

2026年4月26日(日)

14:00~17:00 受付開始 開始時間30分前~

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。

開催場所

株式会社船井総合研究所
大阪本社
サステナグローススクエア OSAKA
〒530-0001 大阪府大阪市北区梅田三丁目2番123号
イノゲート大阪 21階
※2026年1月1日よりイノゲート大阪(梅田)に移転し開催いたします。ご来場の際はご注意ください。

JR大阪駅直上、西口改札口直結

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

受講料

一般価格 税抜30,000円(税込33,000円) / 一名様

会員価格 税抜24,000円(税込26,400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。



QRコードからのお申込みはこちらから

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/139602>
船井総研ホームページ(<http://www.funaisoken.co.jp>)の
右上検索マークに「139602」をご入力し検索ください。

船井総研セミナー事務局

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。



憧れのスポーツ治療で売上が上がる!
何か“自社の強み”を作りたい皆様必見

スポーツ 整体で 1億円達成セミナー

1

技術力を追及した
高単価施術×治療プログラムで
生産性130万円以上

2

スポーツブランディングを活かした
採用力強化で応募殺到

3

スポーツ特化で
集客平均105名/月

4

患者様1人あたり月間支払額
2,7万円/月を実現する商品戦略



株式会社SAMONA
代表取締役
鮫島 洋一 氏

株式会社SAMONAの創業から現在までの成功軌跡はこちら▶▶▶

【1店舗1億円】整骨院の新時流「スポーツ整体モデル」セミナー お問い合わせ No. S139602



主催



株式会社船井総合研究所

〒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

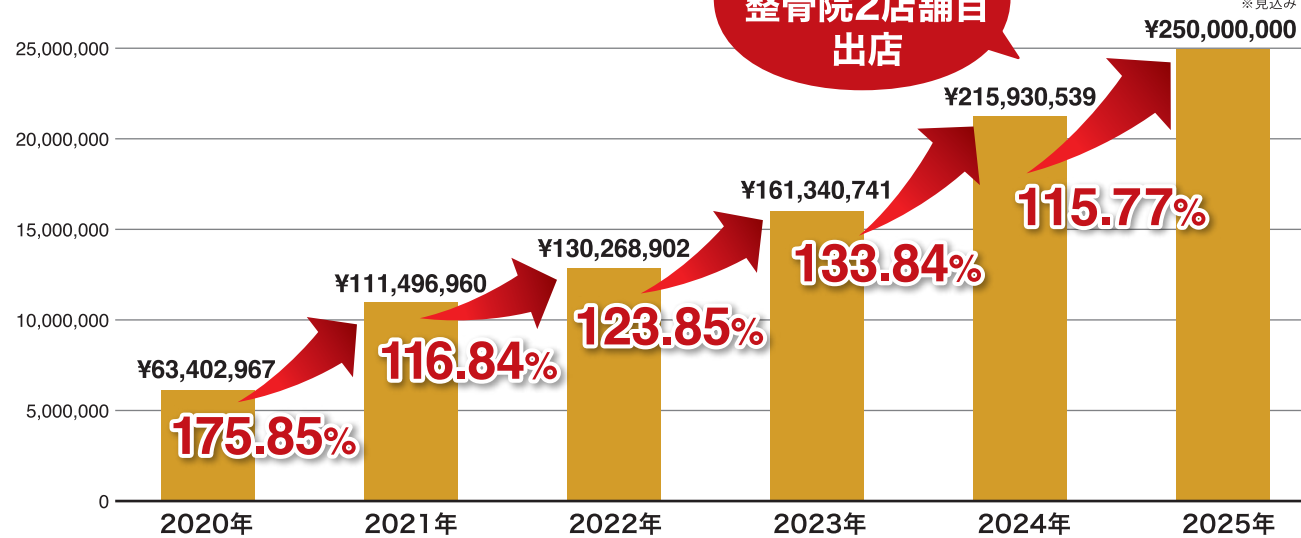
当社ホームページからお申込みいただけます。船井総研ホームページ <https://www.funaisoken.co.jp> (右上検索マークに「お問い合わせ No.」をご入力下さい) 139602Q

年商1億円を実現する高収益スポーツ整体モデル

株式会社SAMONAのここがすごい!

患者様1人あたり 月間支払額	27,000円/月	生産性	130万円以上
採用数	4名	平均集客数	105名/月
売上の自費比率	85%以上	離反率	12%以下

株式会社SAMONA全体の売上推移



より研ぎ澄まされたコンセプトが求められる時代になった整骨院業界で株式会社SAMONAは新業態「スポーツ整体モデル」を実現。

治療 × 運動

株式会社SAMONAは治療コンセプトを「スポーツ整体」にするだけでなく、経営計画からメニュー設計や集客戦略まで一貫しているため他社との圧倒的な差別化が図れている。

治療

痛みの改善

改善

痛みの出にくい身体作り

予防

良い身体を維持させる

年商1億円を実現するための スポーツ整体モデル商品設計

骨盤矯正

+

・ハイボルト ・姿勢矯正(猫背矯正)
・スポーツマッサージ ・ストレッチ

芝トレ

※芝トレ=院内の芝生エリアで行うリハビリ・トレーニング

平均120万円/月以上

楽トレ

検査率60%以上



慢性症状の患者様に対しては、状態に応じて内容を調整する「スポーツ整体」を実施し、施術内でストレッチや初期リハビリによる運動効果を体感していただく。このプロセスを経ることで、バックエンド商品(芝トレ・楽トレ)への誘導率を高められている。実績として、芝トレで月間120万円以上、楽トレで月間140万円以上の売上を創出しており、結果的に高い生産性と収益性を実現している。

スポーツブランディングを活かした 集客・採用戦略

治療コンセプトだけでなく、会社全体の方向性も含めて、「スポーツ(運動)」にしていることで集客・採用にも活かしている

1 「スポーツ」≡技術力がある

患者様からは技術力が高いと感じられ、治療意識の高い方が集まりやすくなる。また、集客商圏も通常より拡大することができる。

株式会社SAMONAの場合、通常2~3km⇒5km以上へ拡大

2 学生が興味のある「スポーツ分野」

柔道整復師を目指す多くの学生が興味のある「スポーツ分野」に特化することで母集団を最大化させ、採用強者へ。



1店舗1億を達成する
高収益スポーツ整体モデルが
生まれた軌跡とは？

治療×運動 の実現

株式会社SAMONA 代表取締役 鮫島 洋一氏

保有資格 ●柔道整復師 ●JSPQ-AT
●鍼灸あん摩マッサージ指圧師

起業時の想いと 経営理念について

2018年、創業メンバー3名の頭文字を冠し「SAMONA」を設立。

「治療を入りに運動を広める」ことを使命に開業しました。

その原点は、私の大学陸上選手時代の挫折にあります。

度重なる怪我の中、身体の使い方を変えることで劇的に改善した経験から、「治療だけでは不十分。動作と意識を変えなければ根本解決にならない」と痛感したのです。

この確信から「人々のQOL向上に貢献し続ける企業」という理念が生まれました。

単に痛みを取るだけでなく、「変えよう、意識と身体」をコンセプトに、患者様の人生の質を高

める場所を作りたい。その想いを形にしたのが、治療と運動を融合させた「治療×運動」という独自のスタイルです。

なぜスポーツ整骨院なのか

なぜ「スポーツ整骨院」を選んだのか理由は大きく分けて

「マーケティング戦略」と
「治療哲学の実践」の2つがあります。

1 SEOと競合優位性

マーケティングの観点から、「スポーツ整骨院」という言葉は非常に強力です。東京エリアであっても、「整骨院」単体や「スポーツマッサージ」に比べて競合が少なく、検索エンジン



施設内の様子

(SEO)で上位を狙いやすいと開業前から想定していました。

結果として、広告費を抑えつつ、目的意識の高い患者層を集めることに成功しています。

2 「運動療法」を文化にする空間設計

私たちはアスリート専門店を目指しているわけではありません。

腰痛や膝痛に悩む一般の方々にこそ、運動が必要だと考えています。

当院では、治療ベッドから常に見える位置に「人工芝のトレーニングスペース」を配置し、仕切りを設けていません。治療中に他の患者様が運動している姿が見えることで、「ここでは運動するのが当たり前」という文化が自然と醸成されます。

人間は動物であり、動けなくなればQOLは低下します。私たちは「死ぬまで運動」をコンセプトに掲げています。

「スポーツ」という看板を掲げることで、患者様自身も「ただマッサージを受けるだけでなく、動ける体になりたい」という意識を持って来院していただけます。

それが、治療から運動療法へスムーズに移行し、高単価・高リピートを実現する最大の要因となっています。

Q 「スポーツ整骨院」という屋号を掲げていらっしゃるようですが、やはりトップアスリートや学生がメインの客層なのではないでしょうか？

A 実はそうではありません。

もちろん学生やアスリートも来ますが、メインの客層は30代～50代の働き盛りの世代や女性です。一般的な整骨院のように、高齢者の方が毎日のように電気を当てに来る、という光景はうちにはほとんどありません。

「スポーツ」という冠をつけている理由は、ターゲットを選別するためです。「リラクゼーション」や「マッサージ」ではなく、「スポーツ(運動)」と名乗ることで、「治したい」「動けるようになりたい」という意識(本気度)が高い層に響きます。そういった方々は、こちらの提案する運動療法や自費治療に対しても理解が深く、結果としてLTV(顧客生涯価値)も高くなります。

Q 「スポーツ」を掲げると、トレーナー志望の人材が集まりやすいと思いますが、ミスマッチなどは起きないのでしょうか？

A そこは明確な基準を持っています。トレーナー志望者は大きく4つのタイプに分類できると考えています。

1. 外部チーム帯同レベル(プロチームなどで活動したい)
2. 部活動指導レベル(高校などで指導したい)
3. 院内でスポーツ選手を診たい(外部には行かず、院内でケアしたい)
4. パーソナルトレーナー志望(マンツーマン指導をしたい)

このうち、1の「外部チーム帯同レベル」は、基本的に採用しません。彼らは現場の仕事が入るとすぐに辞めてしまうリスクがあるからです。私たちが求めているのは、治療院という箱の中で、しっかりと運動指導やリハビリを提供できる3や4のタイプの人材です。ここを見極めることで、離職率を下げ、定着率を高めています。

船井総合研究所 小川より 成功ポイントの解説

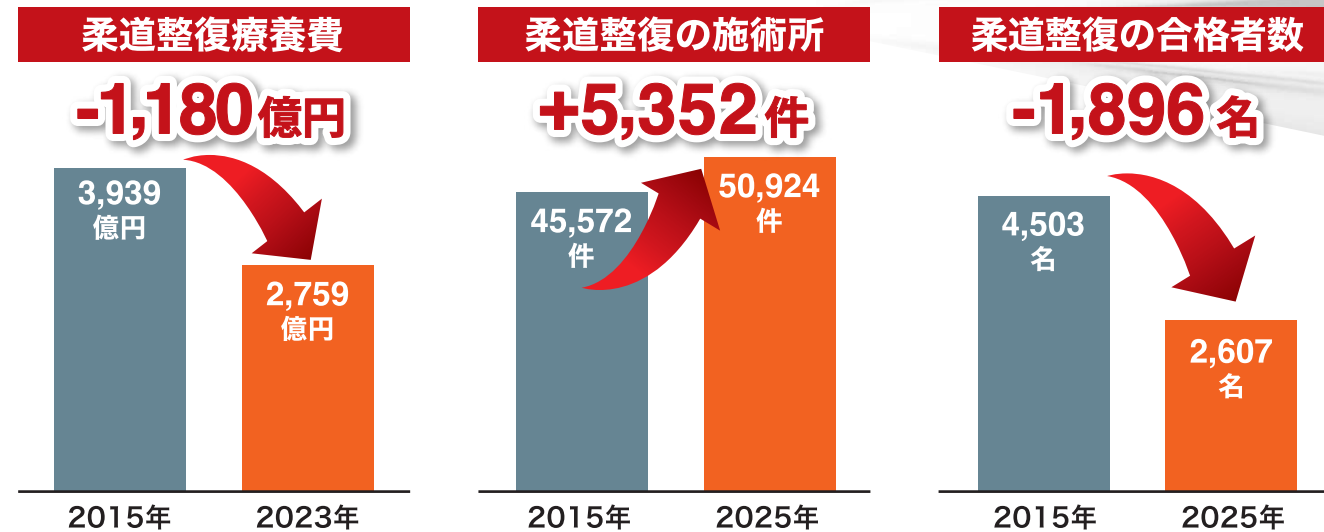


株式会社船井総合研究所 小川岳也

兵庫県尼崎市出身。大学を卒業後、新卒で船井総合研究所に入社。学生時代は経済学部で行動経済学のゲーム理論を学んだ。入社以来、一貫して整骨院業界のコンサルティングに従事しており、「お客様に伴走し、業績をあげる」をモットーに、経営者に寄り添い、日々業績アップをサポートしている。

なぜ「スポーツ整体モデル」なのか？

競争激化の整骨院業界



【出典】厚生労働省「柔道整復師国家試験の合格発表について」(第23回～第33回)より作成
【出典】厚生労働省「国民医療費」および「衛生行政報告例」より作成
※「1店舗当たり療養費」は、各年度の療養費総額を施術所数で除して算出。

2008～2022で柔道整復療養費が-1,173億円低下している。施術所数は+16,080件増加と競合数が
増え続けている整骨院業界。また、人材面でも柔道整復師の合格者数が半数ほどに低下してしまっている。
それにより、「集客」「採用」どちらの面においても今まで以上に差別化を図ることが必要とされている。

技術力を活かした“新たな差別化戦略”

スポーツ整体モデルは、競合数の増えた「根本改善モデル」と比較するとまだまだ差別化を図ることが可能。集客面においては、**商圏の拡大**や**平均継続間の向上**など本モデル導入による効果は多数期待できる。また、採用面においては、多くの学生が柔道整復師を目指すきっかけであるスポーツを打ち出すことで学生の興味を誘い、**母集団を最大化**することが可能。

株式会社SAMONAの成功要因

株式会社SAMONAが年商1億円を達成した大きな要因は、作り込まれた『**“治療コンセプト”+一貫性**』にある。コンセプトの磨き込みはもちろんのこと、そのコンセプトを会社全体の方向性と一貫性を持たずことで集客数・採用数の最大化に繋がった。

別の院にもある

当院にしかない

差別化を図れる “治療コンセプトの作り方”

作り込まれた“治療コンセプト”

治療コンセプト＝「誰に、何を、どのように提供し、どのようになってもらうか」という**“院の存在意義”**そのもの。差別化を図れる治療コンセプトにするためには、下記ステップに沿って一貫性を持ったものを作成する必要がある。

ターゲット(誰に)

どんな症状や悩みを持っている患者様を対象にするのかを明確にする。
(例:慢性的な腰痛に悩むデスクワーカー)

原因の特定(なぜ)

その悩みの直接的な原因ではなく、「根本原因」をどう定義するのか。
(例:腰痛の原因は姿勢の歪みにある)

ゴール設定(どのような状態にするのか)

痛みが取れた状態をゴールにするのか、再発しない身体なのかゴールを定義する。

解決手段(どんなサービスで)

ゴールを達成するために、どのような技術、メニュー、接遇を提供するのか。
(例:骨盤矯正×EMSトレーニング)

プロセス(どのくらいの期間頻度で)

改善までのストーリー(治療計画)を提示します。
どれくらいの期間、頻度、回数でゴールにたどり着くかを具体化。



セミナー当日学べる内容を一部ご紹介!

- 1 「スポーツ整体」再現性の高いブランディングモデル**
スポーツ外傷の方ももちろん、「本気で体を変えたい」という意識の高い30代～50代を惹きつける、戦略的なコンセプト設計の中身を公開。
- 2 平均カルテ単価2.7万円を実現する商品・集客戦略**
業界平均1.2万円の平均カルテ単価(1人当たりの月間支払額)で2.7万円を実現されている株式会社SAMONAがより高付加価値で頻度高く通っていただくために実際に行った商品設計と集客方法を公開します。
- 3 スポーツ特化することによる採用戦略とは?**
競合が増えていることで年々難しくなっている採用。スポーツ整体モデルにすることで求人に関わらなくなった、ブランディング戦略を大公開。
- 4 明日から行うべき「スポーツ整体」モデルの導入ステップ**
株式会社SAMONAがスポーツ整体をどのように築き上げてきたのかポイントを解説。明日からでも始められるように具体的なステップをご紹介します。

当日ご参加いただいた方限定

“整骨院向け治療コンセプト虎の巻”をプレゼント