

K.F.Kの法則

真面目な先生が犠牲になる、3つの理由

- K.F.Kの法則とは？
- 裁判所のお墨付きビジネス
- まるで、裸の王様です
- 喰うか喰われるかの仁義なき消耗戦
- あなたは被害者なのかもしれません
- 無茶言わないでください



会員の先生には毎月このようなレポートをお送りしていますが、メールを読んでもくださっているあなたにも差し上げます。

今回は「廃業する治療院のパターン」、そんなお話です。

■ K.F.K の法則とは？

「もう、潮時かな…」

そんな言葉を残し、涙を浮かべ、治療業界から去る人が増えています。長年培ってきた素晴らしい技術と経験を持っているのにもかかわらず、です。

院内便り活用レポートは 1279 人(2010 年 12 月現在)の先生に提供しています。

メールをもらったり、電話でお話しすることもあるのですが、多くの先生と話すとは僕には最後まで違和感を覚えます。

なぜなら、治療家の先生が「信じ込んでいる常識」と「横たわる現実」には大きなギャップがあるからです。

気付かなければ対応すらできません。僕はこの数年内に訳も分からず廃業する治療院が増えるとも予測しています。

多くの先生は不景気ばかりに問題を押し付けます。しかし、事実はその通りではありません。僕は 3 つの明快な理由で全て説明できます。

キーワードは急増(K)、不認識(F)、高騰(K)。

頭文字を取って『K.F.K の法則』と呼ばれています。呼ばれていますと言いますか、僕が考えた法則なのですが（苦笑）。

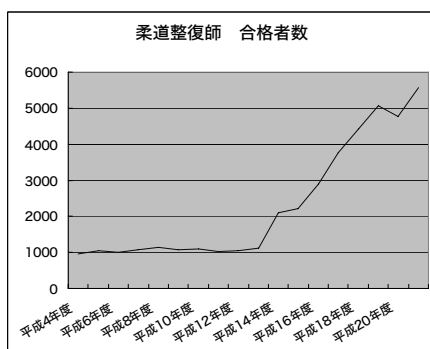
■ 裁判所のお墨付きビジネス

一つ目は、急増(K)。単純にライバル治療院が急増していることです。

独立開業すれば確実に儲かる。

それなら参入者が増えるのも当然です。健全な業界と言えます。

しかし、治療院がここまで増えたのにはこんな裏事情があります。



それは、平成 10 年の柔道整復師養成学校と国が争った福岡裁判です。国が敗れ、柔整師の養成学校設立が解禁されました。

1998 年に 14 校に過ぎなかった養成校は 99 校に増えました。柔道整復師も 10 年前の 5.4 倍にまで増加しています。

厚生労働省の発表によれば、資格取得後に 8 割の柔整師は独立開業します。新規開業する整骨院もこれから 3 年で増えるばかりです。

このレポートは一部の意識の高い先生しか読んでいません。

ですので、誤解を恐れず言います。

「治療院」が儲かるから、ライバルが増えているのではありません。入学者が増える「養成校」が儲かるからです。

客観的に見ればとても気の毒な判決です。養成校の金儲けの犠牲で、ライバルが増えているわけです。しかも裁判という国家の公認まであります。

僕はこの裁判をリアルタイムで見えていません。業界内の反発などはなかったのかどうかすごく気になります。知っている方はご一報ください。

■ まるで、裸の王様です

「整骨院が増えても関係ありません。私は整体師なので…」、本気でそう思っているならあまりに不勉強です。患者さんを全く理解できていません。

なぜなら、治療院業界にいない普通の人の目には、整骨院も、整体院も、鍼灸院も、カイロプラクティックも同じように映っているからです。

考えてみてください。アトピーなら皮膚科、虫歯が痛めば歯科に行きます。自分の痛みをどこで解消できるか、答えは明確です。迷いません。

しかし、厳格な広告規制の影響もあり、一般の患者さんは、あなたの治療院が何をしてきて、どんな症状に対応しているのか理解していないのです。

それだけではありません。



整骨院での領収書発行義務化、3部位目の負傷原因記入、通院日記入などなど。

不正請求を背景に、受領委任制度がニュースを賑わすこともあります。悪い意味で注目を浴びています。事業仕分けでも議論されていますよね。

結果、整骨院の自由診療への完全移行も時間の問題です。

この意味を理解できますか？ 柔道整復師も医業類似行為を行う者として営業するということです。立場上は整体師やカイロプラクターと変わりません。

実際、ここ数年で開業した整骨院の多くは、保険外のほぐしマッサージが中心だったりしますよね。患者さんの混乱は増すばかりです。

正直一年以上熱心に業界を見てきた僕でさえ、治療院ごとの明確な境界線は分かりません。患者さんが理解できるはずありません。

「教えて goo!」という質問を投稿すると回答してもらえるサイトがあります。そこでは、連日こんな質問が連日飛び交っています。

質問	
質問者: garzisu	整骨院と整体院
困り度: 	お世話になります。 生まれつきO脚で骨盤がゆがんでいると医師に言われたことがあります。 整体院、整骨院に通いたいのですが、以下の質問に回答をお願いします。 1) 整体院と整骨院の違いはなんですか 2) 料金相場はどのくらいでしょうか(健康保険は効きますか) 3) どのくらいの期間、治療が必要でしょうか 経験者の方、回答をお願いします。
質問	
質問者: boki7	整体院と整骨院の違いについて？
困り度: 	整体院と整骨院はどう違うのでしょうか？ 国家資格等の資格を持っているかどうかの違いなのでしょうか？ 保険が使えるところと、使えないところがあるのですが、これは資格をもっている整体院は保険が使えるということなのでしょうか？ もしそうならば、保険が使えないところは無資格なので、あまり行かないほうがいい
質問	
質問者: mizuki_17	整体と整骨(カイロ)の治療の違い
困り度: 	過去の質問の検索をしていて、整骨は国家資格で急性のものだと保険が利き、法なんだな、と分かりました。 カイロは背中から首にかけての骨のゆがみを治すという治療だとは分かったのた場合にどちらに行くのがいいのかわかりません。 私は仕事がハードで慢性疲労、腰痛、肩こり、不眠、時々偏頭痛、に悩まされて

余談ですが、先日会員の先生はこう言っていました。

「私は、鍼灸、指圧マッサージの資格があるので自由診療でも売上をつくりやすいのですが、ない方は整骨院経営はちょっと大変かもしれません」

短いメッセージですが示唆に富んでいます。

どういうことか？ 鍼灸・指圧マッサージの保険適用には医師の同意が必要です。それなりのステップを踏む必要があるのです。

ですから、一般の患者さんの頭の中では鍼灸・指圧マッサージは『それなりの値段がする(=自由診療)』という認識があります。だからこそ、自由診療でも売り上げを作りやすいという発言につながるわけですね。

それなのにほとんどの先生は、患者さんが迷うことなく自分の治療院に勝手に来てくれると思い込んでいます。

残念ながら、治療院のサービス内容に熟知した患者さんなどいません。痛みを抱えても、どこで痛みを解消できるか見当もつきません。

そして、治療院に行くのを止めてしまうのです。
不認識(F)、これが二つ目の原因です。

■ 喰うか喰われるかの仁義なき消耗戦

ライバルが急増し、患者さんの混乱も増すばかり。

だからこそ、過去と同水準の新規患者数を維持するために、販促活動に力を入れることになるでしょう。

フリーペーパーやチラシ、ホームページといった飛び道具の登場です。

ですが、残念ながらライバルも同じことを考え、実行しています。広告媒体の反応率もどんどん落ちていきます。

もちろん、反応率の下落は露出量を増やせばカバーできます。しかし、今まで以上の広告費が掛かることは確実です。

そこに待ち構えるのは、ホームページ作成業者、広告代理店、SEO 対策業者、コンサルタントといったハイエナのような鼻息の荒い面々。

専門用語をまくし立て、先生の無知に付け込んで、効果を保証せずに不当に高い金額を奪い取ろうとします。

なぜなら、この人達の業界もすでに成熟期に入り、お客が減っているから。そのツケを払うために、一人の客への請求額を少しでも高くしようと考えます。

時には、嘘をついてでも。

その結果、新規患者一人を獲得するためのコストは右肩上がりに高騰させられています。それが治療院の安定経営に大きな打撃を与えます。

新患を増やすための広告。反応は悪く、さらに広告を出す。それが治療院の利益を削り取る。そしてまた広告に頼る。

そんな無限ループに陥ります。高騰(K)、これが三つ目の原因です。

■ あなたは被害者なのかもしれません

毎日患者さんのために汗を流し、仕事をしている。それでも客足は伸びません。

焦った結果、真面目な先生ほど業者の言い分を鵜呑みにし、希望を抱きます。

似つかわしくない豪華なホームページにお金を投じます。言われたままフリーペーパーに出稿し、無計画な割引チラシをばら撒きます。

売上を維持しても、手元に残るのはわずかな利益と割引目当ての患者さんだけ。

ポジティブシンキングは大いに結構ですが、置かれた状況から絶対に目を反らさないでください。

厳しいことを言いますが、**自分で何も考えず、間違った努力をして、バクチに走るから廃業する治療院が後を絶たないのです。**

治療技術が明らかに劣る、接客レベルがあまりに低い、誰からも嫌われている。それなら別の道を選んだほうが幸せなのかもしれません。

しかし、そんな話ではないのです。

考えてみれば、**廃業にする治療院が増えた「急増(K)・不認識(F)・高騰(K)」という3つの原因、いずれもあなたに理由があるわけではありません。**

- 養成校の金儲けのために同業者が増え、
- 広告規制で症状名すら伝えられず客足が遠のき、
- 危機感を煽り高額な請求書を送りつける業者が経営を圧迫するからです。

決してあなたのせいではありません。

むしろ被害者と表現するのが正しいでしょう。

だったら、経営が難しくなる本質的な理由に気付かず、不景気という便利な言葉に責任を押し付けるのも仕方ありません。

ですが、あなたはもう業界の現状を知りました。

冷静になり考えてください。

新患獲得コストはジリジリ高騰しています。それなのに、新しい患者さんを増やすことばかりに固執するのは賢い選択ではありません。

腰を据えて、基本に戻りましょう。

結局のところ、**「売上＝患者数×単価×リピート率」**でしかありません。**とてもシンプルなルールです。**

要するに、**あなたが手元の利益を増やすためには「単価」か「リピート率」を上げるしか方法はないのです。**

サービス単価を上げるのは確かに簡単です。しかし、客離れという取り返しのつかない事態も考えられます。慎重に進めなければなりません。

そこで、手っ取り早いのはリピート率を意図的に高めることです。

■ 無茶言わないでください

「リピート率を上げる？いきなり愛想よくしたり、治療技術を高めたり…
そんなの無理ですよ。だって、私は口下手で、頭が固くて、それから…」

ああ、もういいです(苦笑)。

具体的な方法がイメージできないから取り組めないわけですね。

でもあなたの手元には多くの治療院が実践している院内便りでの集客法を完全収録した、いわばバイブルがあります。

いきなり院内便りを送付するのが難しければ、来院ありがとうのハガキを継続的に出し続けることでも構いません。大変なのは一歩目だけですから。

既存客へのアプローチは、どこの業界でも行われている“当たり前”の話です。
それなのに治療院業界ではあまり聞きません。

なぜなら、コンサルタントや広告代理店、ホームページ業者にとって、リピート率の話はあなたに知られたくない事実の一つだからです。

もしお付き合いがあれば、リピート率を高める具体的な方法を聞いてください。

返ってくる答え。

話術を磨け、治療技術を高めろ、電位治療器を導入しろ、ポイントカードを作れ……およそ本質とはかけ離れたお茶を濁した程度のことしか言えません。

彼らが語るのはあくまで新患獲得の場面だけです。

なぜなら、一人でも患者数を増やそうと焦る先生、インターネットに詳しくない先生が食いつき、何より金になるからです。

そろそろ気付きましょう。

真面目一筋にやってきた治療院でさえ潰れる時代ですからね。

まずは繁盛してしまう仕組みを作ってください。

それからホームページやチラシにお金を掛けてください。それが理想的な形です。何度も言いますが重要なのは「順番」ですから。

今後もレポートやビデオを提供する参考にしますので、ぜひブログからコメントを残しておいてくださいね。直接メールをいただいても構いません。

お読みいただきありがとうございました。

株式会社ゴラッソ

石井慎哉