

経営は「パートナー制度」の バックアップを受けるという選択

株式会社ワイズケアの提案

治療家は治療に専念し、運営や人事など経営的なことは他からバックアップを受ける方法もある。いわばフランチャイズの形式だが、株式会社ワイズケアではこれを「パートナー制度」と名付け、治療に専念したい鍼灸師の経営をサポートしている。その取り組みを紹介する。

文：編集部 写真：p.36編集部、p.39ワイズケア提供

◆ ドラッグストアと鍼灸院の親和性

株式会社ワイズケア社長の山根幸男氏は鍼灸マッサージ師と柔道整復師の資格を持ち、大手整骨院グループで11年間臨床経験を積んだあと、治療院を開業。2009年には社員の独立を支援する「のれん分け制度」を始め、パートナー制度の基本となるノウハウを蓄積した。現在、グループ全体で35院、そのうち北海道に鍼灸院1院と整骨院2院、北陸に接骨院2院、関東に整骨院、鍼灸院、リラクゼーションサロンなど10院、中部に整骨院1院、沖縄に整骨院1院の計15院をのれん分け制度やパートナー制度で展開している。そのなかには2014年からドラッグストアチェーンと業務提携した整骨院があり、特に漢方を処方する薬剤師は鍼灸への理解が高いこと、ドラッグストアの客層と鍼灸院の患者層に親和性があることに着目。さらに、薬剤師が不足してドラッグストア内の調剤室のスペースが空いているという薬局側の現状があり、これらの背景から「薬に頼らないのが鍼灸治療だが、ドラッグストアと業務提携することで相乗効果が生まれるのではないかと考えた」という。



株式会社ワイズケア社長 山根幸男氏

鍼灸は、調剤薬局で処方されるほとんどの疾病に対応することができる。また、ドラッグストアの顧客は7～8割が女性で、薬や健康商品だけでなく化粧品など美容関連のニーズも高い。鍼灸は美容も得意分野であり、これまで対極にあると考えられていた薬局と鍼灸院は、いまやコラボレートすることで人々の健康により貢献できる、というわけである。

ドラッグストアも競争の時代。他と差別化を図るためにクリーニング店の併設を試みるなどさまざまな取り組みをしている。しかし、個々の治療院とのテナント契約は煩雑なため、スムーズな連携と早期の黒字化で実績のあるワイズケアをつなぎ役に選ぶようである。

表1 ワイズケアのパートナー制度における費用（ドラッグストア内併設鍼灸院、オーナー院長1人体制の標準モデル）

初期費用（オーナー負担）		月額センター費用（ワイズケアへのロイヤリティ）	
項目	金額（円）	売上の5%	
センター初期費用	1,000,000		
その他開業費用	1,970,000		
運転資金	0		
初期必要費用合計	2,970,000		

内容	金額	想定	注意事項
敷金保障金 ※1	420,000	家賃70,000円×6カ月分	※ドラッグストア、家賃によって変動があり
内装代 ※2	150,000	排水工事など	
内装小物	150,000	カウンター、待合室のいす、台など	
カーテン設置	150,000	カーテン、カーテンレール	
看板代	300,000	外壁看板、電柱看板	
ベッド	70,000	1台35,000×2台	
医療材料	100,000	鍼灸業務の必要医療材料（鍼など）	
電化製品	100,000	パソコン、電話、印刷複合機など	
業務基幹システム	リース	リピートリンク	
保証金	500,000		※1 店舗目のみ
広告料	30,000	院内案内状などの印刷代	

◆ 治療に関する自由度が高い パートナー制度

フランチャイズは本部のマニュアルを各店に浸透させていくため、統一による簡便性と同時に拘束がある。しかしワイズケアでは「治療法は統一化できない」との認識から、治療メニューや治療費の設定は現場の「やりたいこと」を尊重して「パートナー制度」とした。治療院名、看板、受付のデザインはブランディングされるものの、治療に関しては各院長の自由度が高いのが特徴といえる。

治療内容には干渉しない、という方針は、山根氏の臨床経験によるところが大きい。「フランチャイズで口出しされるくらいなら治療院勤務のほうが良いと考えて、開業を思いとどまるのも理解できる」とのこと。だからこそ本部の指示のもとに経営する縦関係ではなく、治療家主体の同列関係（パートナー）としてバックアップに徹する。

具体的には、ワイズケアのネットワークに加

入してパートナー契約と転貸借契約を結び、「センター初期費用」と「月額センター費用」をワイズケアに支払う（表1）。センターとはワイズケアのバックアップセンターのことであり、物件の紹介やドラッグストアとの交渉、人材募集や紹介、ノウハウの提供など、開業の準備から経営まで、専門のサポートを行う（表2）。オプションで別途費用が必要だが、融資申請、スキルアップ研修、人材派遣なども提供してくれる。賃貸物件の一般的な治療院は、家賃だけで10万円、20万円はかかるが、ドラッグストア併設の院ではストアに坪単価で支払うので、家賃は5万～10万円に抑えられる。調剤室を改装してベッド1台設置なら、20～30万円の工事費用で済む場合もある。早期に黒字化できるのがドラッグストア併設の強みなので、なるべく低コストで始めて、ある程度利益が出るようになってから設備投資をすればよい。

早期の黒字化は、ドラッグストアの集客数に対する売り上げ計画を立てて実現していく。鍼灸は治療家の独自性が強く、患者は「人につ

表2 バックアップ内容一覧（開業前）

項目	実施テーマ	バックアップ内容
マネジメント面	基本構想書（経営、ビジョン）	作成支援
	店舗グレードの選定・決定	情報提供/助言
	商圏、競合店調査	情報提供
	サービスメニューの決定	助言
	オープンまでの業務スケジュールの作成	助言
	採用、人材育成計画の策定	作成支援
	マーチャライジング計画の策定	作成支援
	事業計画（経理面）の作成	作成支援
店舗設備面	許可申請書類の作成、届出	作成支援
	店舗レイアウトの検討、決定	助言/ドラッグストアとの連携
	内装、外装の企画、各工事の手配	支援/ドラッグストアとの連携
	院内環境	助言
人事面（①採用）	必要な機器の有無判断、選定、手配	助言
	必要な機器の有無判断、選定、手配	助言/ドラッグストアとの連携
	従業員の採用企画	助言
	従業員の面接、採用	助言
人事面（②育成）	給与の決定	助言
	給与規定の策定	雛形の提供
	育成計画の策定	作成支援
	施術研修	研修の実施
店舗運営面	ホスピタリティ（接客）研修	研修の実施
	院長研修	研修の実施
	オペレーション研修	研修の実施
	社内規定の作成	助言
マーチャライジング面（販促計画、広告、連携）	各種マニュアルの策定	助言
	店舗オペレーションの検討、確定	助言
	社内使用書類、書式の作成	使い方指導
	保険請求業務の企画、実行、管理	指導
オプション	各種業務ソフトの導入検討、決定、手配	助言
	販促企画の立案、実行	助言/ドラッグストアとの連携
	販促ツールの作成、活用	助言/ドラッグストアとの連携
	広告企画の立案、実行	助言
	イベント企画の立案、実行	助言/ドラッグストアとの連携
	店舗ブランドの企画の立案	提供
	ワイズケアの商標使用	許可
本部連携企画の立案、実施	企画立案	
ブランディング・広告企画、実行	企画立案	
マネジメント面	融資申請補助	申請資料作成指導、面談練習
人事面（①採用）	届出代行	保険所届出代行
	紹介	人材紹介
人事面（②採用）	派遣	人材派遣
	足裏ケア研修	研修実施（10時間程度）
	眼精疲労ケア研修	研修実施（10時間程度）
	アロマオイルケア研修	研修実施（20時間程度）
	院長研修	研修実施（1時間～）
マーチャライジング	スタッフ研修	研修実施（1時間～）
	販促物の作成	A4サイズ 月1枚以上 1枚ごと

オプション

マネジメント面	融資申請補助	申請資料作成指導、面談練習
人事面（①採用）	届出代行	保険所届出代行
	紹介	人材紹介
人事面（②採用）	派遣	人材派遣
	足裏ケア研修	研修実施（10時間程度）
	眼精疲労ケア研修	研修実施（10時間程度）
	アロマオイルケア研修	研修実施（20時間程度）
	院長研修	研修実施（1時間～）
マーチャライジング	スタッフ研修	研修実施（1時間～）
	販促物の作成	A4サイズ 月1枚以上 1枚ごと

2015年1月
オープン

ワイズケアのパートナー制度加盟 tete鍼灸院 苫小牧日新町店

オーナー院長の山田典史氏は2010年にワイズケアに入社。同社の社員として給与をもらいながら実際に鍼灸院を運営し、「ドラッグストアは集客力が抜群にある」ことを実感しているという。その好立地で開院当初から地元の信頼が厚く、場所の説明もしやすい。治療法はKiiko Styleで、女性スタッフ2人を雇用している。月に1回、バックアップスタッフの訪問を受けることで経営に対する客観的な視点が生まれるという。



▲院長の山田典史氏（中央）と女性スタッフ。山田氏は北海道メディカル・スポーツ専門学校を卒業後、中国の中医薬大学に留学。25歳のときにワイズケアに入社。現在は同社役員を務める



▲ベージュが基調の治療院内



◀サッポロドラッグストア苫小牧日新町店は鍼灸院を併設する前提で設計され、施設内に100円均一ショップなども入店し、1日の集客数は1000人。大規模駐車場も魅力的

く」と考え、治療家1人に対して何人の患者がつくのが運営の基準となる。顧客システムを導入してマーケットやマネジメントを分析し、スーパーバイザーの役割を持つバックアップスタッフが定期的に治療院を訪問して経営面の相談に乗ってくれる。ドラッグストアの顧客に対するPRも引き受けてくれるので、安心して治療に没頭できる。

デメリットは営業時間外に治療ができないことだが、ショッピングモール内の治療院よりも休診日の設定がしやすいという。セキュリティの面も堅固なので、女性一人で開業する場合は心強い。しかも広い駐車場が完備されている。

◆ ドラッグストアの集客力で
鍼灸がメジャーに

同社のアンケート調査によると、初めて、または3年以上治療院に通院していない患者は全

体の92%。ドラッグストアに来た客が併設院の新規患者になった可能性が高い。相乗効果の例として、鍼灸院でテーピングテープやサポーターなど薬局の試供品を使用し、評判がよければ患者に割引販売したり、自由診療ならドラッグストアのポイントカードの利用もサービスの一環にできるだろう。

「マンションの一室や自宅での鍼灸治療は、その内容が外からは見えづらいものです。ドラッグストアの併設なら、これまで鍼灸を知らなかった人たちの目にも止まります。鍼灸の認知度が上がり、鍼灸師の活躍の場が増えることこそ、パートナー制度の最大のメリットです」と山根氏。開業したくても資金面で足踏みをしている人、経営形態にこだわらず治療に専念したい人の強い味方になってくれそうだ。

株式会社ワイズケア
東京都練馬区旭丘1-77-7 中央第2ビル3F