10年後をリードする　未来企業　106

「痛みとしびれ」の解消を目指して「オステオパシー」の普及に努める!!

理学療法士の資格を持つ北内俊充氏が2012年に開業したオステオパシー治療院「トラスト」〈大阪市〉が、「痛みやしびれ」に悩まされている人たちから絶大な支持を得ているという。はたして、北内氏はどのような思いで「オステオパシー」という療法を推進してきたのか。㈱ブレインマークスの塚本祐馬氏が、北内氏の夢と思いにアプローチした。

北内俊充
きたうち・としみつ

株式会社TRUST
代表取締役

1980年生まれ。2001年より五恵会大阪国生病院にて、入院・外来のリハビリを担当。03年より大阪府のクリニックにて外来リハビリ、在宅医療に従事。12年個人事業としてオステオパシー治療院「トラスト」を開業。16年㈱TRUST設立。理学療法士やD.O.（Diploma of Osteopathy）などの資格を保有し、日本プロフェッショナルオステオパシー協会理事、日本トラディショナルオステオパシーカレッジ理事なども兼任。

塚本祐馬・ブレインマークスビジネスコンサルタント　北内さんは日本ではまだあまり知られていない『オステオパシー』という療法に特化した治療院「トラスト」を経営されていますが、どういった経緯でその療法と出会ったのですか。

北内俊充・TRUST代表取締役　私はもともと総合病院で理学療法士として働いていたのですが、そこである高齢の患者さんのリハビリテーションを担当したことが大きな転機になりました。その方は膝の手術で入院しており、私としては退院までに自力で歩けるようになってほしいと思っていたのですが、あいにく痛みがなかなか引かず、筋肉増強や歩行訓練といったリハビリがすすめられませんでした。もちろん、上司にも相談しましたが、理学療法士にできることはかぎられており、結局、有効な手段を見つけられずに終わってしまったのです。それ以来、「ほかにも自分にできることはないのか」と模索するようになり、最終的にオステオパシーにたどり着いたのです。

塚本　その出会いとはどういったものだったのでしょうか。

北内　日々、さまざまな勉強会に参加するなかで、ドイツの整形外科医が会長を務める徒手医学（欧米で発展を遂げた手技療法の総称）の講座を受けたのがキッカケになりました。なんとこの講座では脊柱や骨盤、四肢へのアプローチだけでなく、テクニカルコースでオステオパシーによる内臓へのアプローチなども教えてくれたのです。また、それと同時期に私の師匠が立ち上げたオステオパシー団体からダイレクトメールが届いたのも大きな転機になりました。そこには「症状にフォーカスするのではなく、全身をひとつのユニットとして捉え、内臓、リンパ、循環系など身体を構成するすべてのストラクチャーを診断、治療することでオステオパシーは最大の効果を発揮する」といったことが記されており、そのときに自分が求めていたものはこれだと感じたのです。こうした考えや施術方法に衝撃を受け、自分なりに研究をすすめていった結果、「このやり方を広めるために開業しよう」と決意したのです。

塚本　開業時にはどういった苦労がありましたか。

北内　最初のうちは資本も経営ノウハウもなかったので、勤務日以外の土日を使って、個人事業として施術をスタートさせました。結果、しばらくは休む間もなく働くことになってしまったので、体力面では当時が一番、辛かったように思います。あとはオステオパシーの認知度が低かったこともあり、当初はマッサージと何が違うのかをうまく伝えることができずに苦心しました。今では体系立てて説明できるようになりましたが、当時はとにかく「クライアントの悩みを解決し、結果を出すことによって効果を知ってもらうしかない」という一心でしたね。

塚本　法人化までにはどのくらいの期間を要したのですか。

北内　開業当初から法人化を目標としていたのですが、実現するまでには4年ほどかかりました。

塚本　オステオパシーについてもう少し詳しく紹介ください。

北内　たとえば膝の半月板の手術後の痛みに関しては、周辺の神経を通じて脊髄を刺激し、内臓に伝わるという流れがあります。オステオパシーではこういった臓器や各器官の組織とのつながりを重視し、いわゆる筋膜をはじめとするカラダのトータルバランスを考慮したうえで、施術をすすめていくのです。その成果は欧米で高く評価されており、米国ではすでに手術や投薬とともに「医学」のひとつとして認識されているほどです。日本では認知度が低く、施術以外では栄養指導やビタミン剤を紹介するくらいのことしかできませんが、認知度を向上させることで、できることを増やしていきたいと思います。

塚本　認知度を向上させるためにどのような取り組みを展開していますか。

北内　オステオパシー治療院「トラスト」を開業して以降、マーケティングの施策を本格的にはじめました。具体的に行ったのはホームページのSEO（検索エンジンからサイトに訪れる人を増やすこと）対策です。オステオパシーという言葉の認知度がまだ低いことを踏まえ、「ひざの痛み」などの症状から整体院を探している人たちにもアプローチし、当院のことを知ってもらうようにしたのです。すると、これが奏功してリピーターが徐々に増加し、今では予約でイッパイになる日も多くなってきました。もちろん、それにともないオステオパシーの認知度も向上していると実感しています。

塚本　仕事が順調に回り出すと、今度はまた別の悩みも出てくるかと思います。そのあたりについてはいかがでしょう。

北内　開業時から休みなく働いていたのがたたり、一度、体調を崩して入院してしまったことがあります。カラダが資本の仕事なので体力には自信があったのですが、それからというものの「ひとりでやる限界」を意識するようになりました。そこで、最近ではスタッフの育成に力を入れており、「自分がいなくても回る組織」への変革を目指すなど、整体院のあらたな仕組みづくりにチャレンジしています。

塚本　今後の展望についてお聞かせください。

北内　整体院の数は全国的に増加傾向にありますが、私はオステオパシーを柱にすることで差別化をはかっていけると自負しており、これからもこの方針を貫いていきたいと思っています。と同時に、冒頭でお話しした理学療法士時代に経験した挫折を胸に、ひとりでも多くの方々の「痛みとしびれ」を解消したいという思いを大切にしつづけたいと思います。

塚本　その思いをスタッフの皆さんと共有することができれば、さらに強固な組織ができあがりそうですね。今後のご活躍にも期待しています。

オステオパシー治療院「トラスト」の広々とした施術空間

塚本祐馬
つかもと・ゆうま
株式会社ブレインマークス ビジネスコンサルタント

大手化学品メーカーで法人営業を担当。「事業を上げつづける仕組みづくり」に心血を注ぎ、多くの実績を上げてきた。クライアントが潜在と感じている課題を特定し、仕組みを通じて解決することを得意としている。とくに経営計画書の作成やPDCAサイクルの仕組みづくりをベースにした支援スタイルは、クライアントから高い評価を受けている。

10年後のためのアドバイス!

カラダ全体をひとつのシステムと捉えて整体施術を行う「オステオパシー」という療法が日本で普及しはじめたのはここ数年のことです。欧米ではすでに広く認知されており、医療機関はもちろん、ケガや生活習慣が原因で起こる問題を解消するために取り入れる方も増えているそうです。

他方、日本国内での整体業界全体は、高齢化や健康意識の高まりを背景に市場が安定して推移している一方、過当競争が厳しくなっているのが現状です。そういったなかで、事業を継続・発展させるためにはリピーターの獲得や新規院の開業といった規模の拡大が重要になっていくと思われるので、今後はさらにオステオパシーの認知度アップとそれによる差別化を推進していかなければなりません。当社としては、そういった事業拡大に対応できるような組織づくりを積極的にサポートしていきたいと思います。