あしたば繁盛レポート【特別版】

ファン患者を育てて集める手紙の技術

好印象を与える手紙の書き方とサンプル集

- 手紙は本当にコスト高なのか？
- 手紙を活用すると顧客生涯価値が高まる
- 手紙の反応率を下げる３つの原因
- 女性ウケする工夫で患者の満足度は高まる
- どのような手紙を書けばいいの？
- 手紙で好印象を与える７つのテクニック
- 手紙を書く労力を１００分の１にする方法
- ５通のサンプル手紙をご紹介

株式会社ゴラッソ

■　手紙は本当にコスト高なのか？

僕は休眠患者さんに手紙（思いやりＤＭ）を送ることを推奨しています。特別レポートでもその方法を徹底的に解説しました。

それはなぜか？
手紙以外に休眠患者さんと接触できる方法はほとんど存在しないからです。

もちろんＤＭやＥメール、ハガキを活用することも可能です。可能ですが好感度、精読率、リピート率などあらゆる点で手紙のほうが優れています。

その一方で、「手紙はコストが高くつく」という意見もあります。

確かに、手紙を送るには８０円切手が必要です。ハガキが５０円で送れることに比べれば割高にも感じます。

しかも、手紙に掛かるコストは金銭面だけの話ではありません。封筒に手紙を入れる、封を閉じるという肉体的・時間的コストも考える必要があります。

でも、ですね。
だからこそ圧倒的な結果が出るのです。

面倒だからライバルが活用することが少なく、手間をかけてくれたと患者さんが感じます。受け取ったときのありがたみが増し、結果的に目立ち、患者さんのあなたに対する印象がガラリと変わるのです。

それに、手紙は封筒で送るという強みがあります。普通の手紙よりも印象の強い思いやりＤＭ（院内便り＋手紙）を送ることができるわけです。

思いやりＤＭは好印象が強く残ります。
記憶の賞味期限が長いのです。

それを考慮すれば、必ずしもコスト高とは言えないはず。
むしろ僕は最高の費用対効果を誇ると考えています。

しかし、多くの先生は手紙の内容で困っています。手が止まります。

今回のレポートはそんなコストパフォーマンスの高い手紙を量産できるようにポイントを解説して、実例サンプルも収録しました。

参考にしてすぐに活用してください。
ライバルの真似できない大きな力になってくれますので。

■　手紙を活用すると顧客生涯価値が高まる

何年も会っていなかった方との再会。

相手が僕の手紙を覚えてくださっていることがあります。想像以上に喜んでくれていて、好意的に接してくれることも少なくありません。

これこそが手紙の最大の特徴です。

手紙は記憶の賞味期限が長く、しばらく会っていない相手でさえ関係性を強化できるのです。

手紙を書くと人に好かれ、感謝される人間になります。
たとえ頻繁に会うことがなかったとしても、ずっと好意を抱いてくれます。

治療院で考えるなら、これはファン患者さんを増やすことにあたります。

ファン患者さんを増やすことは経営面で決定的に重要です。
なぜなら、顧客生涯価値（ライフライムバリュー）が上がるからです。

顧客生涯価値とは、お客さん一人が生涯に渡ってもたらしてくれる利益のことを意味します。この顧客生涯価値は、リピート率の向上やサービス単価の引き上げ、口コミ紹介の増加で増えていきます。

簡単に言えば、そのお店であなたが一生のうちにどれだけのお金を使うか、ということ。リピート回数が多ければ多くのお金をその店に落とすことになります。サービス単価が上がればそれだけのお金を払うことになります。

この生涯顧客価値が高まるとどうなるでしょうか？

新規患者さんを獲得するために今まで以上のお金を使うことができます。正確に言えば、一人の患者さんを獲得するためにライバル治療院よりお金を掛けたとしても十分ペイするようになります。

患者さんの満足度を高めるための設備投資も可能になるでしょう。

そうなれば善循環のはじまりです。さらにリピート率や口コミ紹介が増えるので、顧客生涯価値もさらに高まります。新患さんを獲得するために広告宣伝に投資することも可能になります。

つまり、**思いやりＤＭで顧客生涯価値を高めて、しっかりと掛け算になるように取り組めば、治療院の経営状態はスピード改善するわけです**。

Ｖ字回復の秘訣はまさにここにあります。

■　手紙の反応率を下げる３つの原因

特別レポートで紹介した方法で思いやりＤＭ（院内便り＋手紙）を休眠患者さんに送付すれば、反応率が２０％を超えることも少なくありません。

１００通送ったら１６人が再来院してくれて５人が挨拶に来たり、手紙をくれたりという具合です。

もちろん、治療院によってこの反応率はバラツキがあります。ですが、もし反応率が１０％を下回るようなら何か問題があるかもしれません。

反応率を下げる原因としては大きく３つが考えられます。

まず考えられるのは、**送付先の選定ミスです**。

特別レポートで送付先の優先順位は解説しましたが、これを守らずに無作為に送ると反応率は下がります。

もう一度確認しておきますが、

- 一度でも口コミ紹介をしてくれた人
- 来院回数が多い人
- 治療院の近くに住んでいる人
- 休眠患者履歴が浅い人

この優先順位で送付先を選定してみてください。

次は、**手紙の内容に問題があるということ**。

何度言っても売り込み色が強い手紙を送ってしまう方がいます（苦笑）。売り込みばかりの手紙は印象がよくありません。

それに、家族や親友に手紙を送るのに売り込みなどしませんよね。意識の問題ですがそこを履き違えると広告臭が漂う手紙になります。

三つ目は、**来院時の満足度が低いということ**。

身も蓋もないことを言うようですが、これも当たり前のことです。来院していただいたときの満足度が低ければ再来院してくれる可能性も低くなります。

この点については、僕がどうこうできる立場にありませんが、ひとつだけ指摘するなら**治療以外の部分にも気を遣うべきです**。

別の言い方をすれば、女性にウケる工夫をすることです。

■　女性ウケする工夫で患者の満足度は高まる

何も女性に迎合しろと言っているわけではありません。ちょっとしたことで満足度が高まるなら、工夫をすべきというだけのことです。

多くの治療院では、女性の患者さんが半分以上を占めます。
平日のデイタイムには主婦の方ぐらいしか行けないこともありますから。

そして、口コミ紹介をしてくれるファン患者さんは明らかに女性のほうが多いのです。僕の妻もよく色々紹介してきます（苦笑）。

それなのに、**男性目線で作られている治療院が大半です**。

お客様の立場で考える。

これは昔から言われている商売の基本ですが、治療院は男性が院長であることが多いために男性目線の治療院が溢れているのでしょう。

だからこそ、**女性視点を意識するだけで圧倒的な差別化になるのです**。

女性マーケティングを手掛ける株式会社ハー・ストーリィの木田理恵さんはこんなことを言っています。

「男性は製品を買った結果や成果にこだわる。
女性はというと、その買い方、プロセスにこだわる人が多い。」（※）

先日、首都圏で３０院を経営している先生と話をしました。この先生の治療院は、一日平均１５０人が来院し、過去には５０００円の自費診療だけで一院で１７８人を集めたことがあるいわゆる繁盛治療院です。

色々学ぶことはありましたが、やはり患者さんを感覚的に満足させる仕掛けをたくさん用意していました。

「患者さんにビジュアルでも満足してもらう」

その言葉が印象的でした。

店舗リフォームや治療メニューの変更など、お金や手間の掛かることを実施するのは難しいですが、小さな工夫ならいくらでもあります。

掃除や整理整頓を徹底する、ヒアリングをするときは膝をついて聞く、しっかりと頷く、褒める、専門用語は使わない、ゆっくりと話す、お花を飾る、観葉植物を置く、アロマを炊く、患者さんを外まで見送る、思いやりＤＭを送る、予約フォームを設置する、ハーブティーを出す……

思いついただけでもこれだけ工夫できます。

※　株式会社ハー・ストーリィの木田理恵さんの著書
　　『彼女があのテレビを買ったワケ一男がわからなかった
　　女が商品を選ぶ本当の理由』（エクスナレッジ）からの一節。

この本の中で、木田さんは男性と女性の価値の捉え方の違いをこのように解説しています。

■　他社よりも技術が、素材が、品質がよいことを声高に叫んでも、女性のハートを射止めることはできない

■　商品とのワクワクする出会いの演出と、この商品と一緒なら幸せになれそうなイメージづくり、そして、その後も愛し、愛され続ける関係づくり。

■　女性の幸せとは、人との関係であることが多い。

などなど。女ゴコロを理解したい治療院の先生にもお勧めの本です。

■　どのような手紙を書けばいいの？

さて、少し脱線しましたが手紙の話に戻ります。

いざ手紙を書こうとすると、多くの先生が困るようです。苦痛だった小学校の作文を思い出すかのように（笑）。

でも立派な手紙を書く必要なんてどこにもないんですよ。
先生に採点されるわけでもありませんので。

空白を埋めることにプレッシャーを感じるより、気楽に書いてください。

手紙を書くとなると、皆さんが悩むのは形式について、です。
形式というのは「拝啓」「敬具」「平素は格別のご高配を賜り…」といった、いわゆるお決まりのフレーズのこと。

ですが、**実はこんな形式は無視してもらって構いません**。

むしろ、こういう決まり文句は使わないほうがいいです。なぜなら、形式にこだわって辞書片手に書いたような手紙には心が入らないからです。

インターネットでも手紙の形式は学べますし、形式的な手紙なら簡単に空白を埋めることができます。でも、それじゃ意味がないんですよ。

形式的に正しい手紙よりも伝わる手紙にすることが大切です。
実際喜んでもらえるのは形式的な手紙ではありません。

ですから、**ご年配の方へのお手紙でも、一般的には「拝啓」「前略」は省いても問題ありません。むしろ話し言葉を多用してもいいぐらいです**。

「お久しぶりです」「ご無沙汰しております」など、話し言葉で書き出しても不快に感じられることはありません。むしろ、読みやすくて気持ちが伝わる文章だと喜んでもらえます。

逆に言えば、こんな手紙を送って「失礼なヤツだ」と言うような方がいればその方と長いお付き合いをするのは難しい気もします。

■　手紙で好印象を与える７つのテクニック

手紙は形式にこだわらず、肩の力を抜いて書けばいいです。
とはいうものの、ちょっとしたコツがあるので紹介しますね。

好印象を与える手紙のテクニックは７つあります。
すべて重要なので暗記するぐらいの気持ちでお願いします。

一つ目、**自分の気分がいいときに書くことです**。

プロの作家でもない限り、文章にはそのときの気分が反映します。不機嫌なときに手紙を書けば、ネガティブで暗い内容になり、雑な文字になります。ですから疲れているときや気分が悪いときは手紙を書いてはいけません。

二つ目、**文字を大きく書くことです**。

意外と見落とされていますが、文字を大きく読みやすくしてください。手紙だけではありません。チラシやホームページ、院内の掲示物などすべてに言えることですが、小さな文字だと読む気をなくします。

作っている側からすると、小さい文字のほうがデザイン的に洗練される気がするのですがそもそも読んでもらわなければ話になりません。

文字を大きくすれば、読みやすく元気な印象を与えることができます。

三つ目、**分かりやすい言葉を使うことです**。

専門用語や誰も使わないような難しい四字熟語などを使うのは止めましょう。せっかくの素晴らしい内容も言葉の意味が分からなければ伝わりません。

頚椎捻挫とか意味以前に読めません（笑）。

四つ目、**プライベートな事柄を書くことです**。

大雪が降った、誰かが金メダルを取った、近所でお祭りがあった……

一般的なニュースを話題にするのはいいのですが、「だから自分はどうした、どう思った」ということまで書けば立派な文章の出来上がりです。

手紙はコミュニケーションを円滑にする道具なので、話のタネとなる内容が好ましいのです。プライベートな出来事、話題のニュース、地元ネタなどは自然と会話につながりますから。

中学校時代を思い出してください。
友人と仲良くなったきっかけは何でしたか？

・・・
共通の部活であったり、好きなアイドルだったりしたはずです。

共通点があると急速に親密になります。会話も弾みます。手紙においての最重要ポイントですから忘れないようにしてください。

五つ目、**追伸を活用することです**。

追伸を入れると、つなぎ言葉がなくても唐突に話題を振ることができるので手紙を書くのがとても楽になります。必須項目ではありませんが、文章を書くのが苦手な人にはお勧めの方法です。

本文は全部コピーで、追伸だけ一人ひとり個別に書く方法も◎です。

六つ目、**切手を工夫することです**。

特別レポートにも書きましたが、せっかく切手を貼るなら好印象を与えてくれる記念切手を使ってください。

愛犬家なら犬の切手、歴史好きなら武将の切手といった具合です。

ただ、全く関係のない切手でも話のタネになりますし、金券ショップでも７０円前後で販売されており、コストカットもできます。活用してください。

七つ目、**はんこやシールで華やかにすることです**。

手紙の実例サンプルでご覧いただいたかと思いますが、その手紙には「感謝」というはんこが押されていました。

このような類のはんこは文具屋や１００円ショップでも購入できます。手間も掛からずに、一瞬で手紙の見栄えがよくなります。

不思議なもので恥ずかしくて直接言えないこともはんこなら無理なく伝えられます（笑）。

■　手紙を書く労力を１００分の１にする方法

手書きの手紙はすごく評判がいいです。ですが、手紙を一人ひとりに書いていては大変な労力になってしまいます。

そんなときに便利なのが特別レポートでも紹介した複製方法です。

自分の著書から引用しておきます（笑）。

手書きが望ましいですが、難しいのであれば次の手順で**「ほぼ手書き」の手紙を作成することもできます**。

宛名部分を空けておいて一枚だけ直筆で白いコピー用紙に文章を書きます。それを家庭用のプリンタ複合機でコピーして印刷するのですが、和紙に印刷します。

すると黒い文字の部分だけがコピーされ、和紙に印刷すると独特の滲みが出て、

手書きに近い風合いが出ます。

サンプルの手紙は B5 サイズの和紙になります。インターネット上では 100 枚が 800 円程度で購入できます。

「和紙はどこで購入できるのですか？」というご質問もありましたので、僕が購入しているショップをご紹介しておきます。

結納 Shop うえむら
http://www.golazo.co.jp/c/washi

色々試しましたが、このページのブルーの和紙に辿り着きました。コピーと分かりにくいメリットもあり、お勧めです。

■　５通の手紙サンプルをご紹介

それでは最後に手紙のサンプルを紹介します。そのまま書き写すのではなく参考程度に、自分に置き換えて活用してください。

サンプル１

○○様

ご無沙汰しております。
ごらっそ治療院の石井です。

桜がキレイな時期になりましたね。私はこの時期になると桜を眺めながら碑文谷公園をウォーキングするのが恒例です。

世間は新年度ですが、当院でも何か新しいことを始めたいと思い、院内便りというものを作ってみました。

来院された方にお渡ししてみたのですが、手前味噌ながらなかなか好評をいただき、話題も増えたりして喜んでいる次第です。

せっかくなので、見ていただけたらと思い、久々のご挨拶がてら送らせていただきました。機会がありましたら感想など聞かせていただけたら嬉しいです。

それでは、まだまだ寒い日がありますので、くれぐれもご自愛ください。

ごらっそ治療院
石井慎哉

追伸です。
皆さまのお陰で当院も今年で３０周年を迎えることができました。
今後も皆さまのお役に立てる治療院であり続けたいと思っております。

<<解説>>
碑文谷公園など地元の話はオススメです。追伸は唐突に別の話題を入れられるので便利です。軽いＰＲ文も入れやすいです。

サンプル２

○○様

こんにちは、ごらっそ治療院の石井です。

日増しに寒さの募る今日このごろ、いかがお過ごしでしょうか。私は先日、最近のマラソンブームにのっかって、近所を 10 キロほど走ってみました。

久々の運動だったのでしんどかったですが、なんとか走れました。

今も筋肉痛が辛い感じですが、達成感を味わえてマラソンの楽しみが少しわかった気がします。

あまりにも気持ちよかったので、無謀にも東京マラソンに応募しちゃいました。当選してほしい気持ちと、落選してほしい気持ちとで半々です（笑）。

さて、寒さが日一日と増して参ります。
お風邪などひかれませんように、ご注意下さい。

ごらっそ治療院　石井慎哉

追伸です。
可愛い姪っ子へ誕生日プレゼントをもっていったら、兄に「お前も早く結婚しろ！」と言われてしまいました。耳が痛いです（笑）。

<<解説>>
起承転結とか小難しく考えてほしくないのですが、ストーリー調にすると読み進めやすいです。あと、自虐ネタをするときは、ネガティブになっていないか注意してください。文末に（笑）とか笑顔マークなどをつけると、明るいニュアンスになります。

サンプル３

○○様

こんにちは。
ごらっそ治療院の石井です。

いつまで夏が続くのかと思いきや、ここ数日で急に寒くなりましたね。
私はタンスにしまっていた冬モノを引っ張りだしました。
すっかり秋･冬モードです。

今年のこの季節は特に寒暖の差が激しいようです。そして、それにより体力が低下するという「秋バテ」が話題になっています。

お出かけの際は洋服で、就寝の際はお布団で温度管理をしてください。

食欲の秋とも言いますが、秋は脂の乗った秋刀魚や鮭など美味しい食材が豊富なので、食事の面からも健康について心がけたいものです。ただし、食欲と一緒についつい進んでしまいそうなお酒はほどほどにしたいです。

それでは、朝晩は寒くなってきましたので、体調をくずさないよう注意してください。乾燥しやすいこれからの季節、うがい＆手洗いの風邪予防も忘れずに。

ごらっそ治療院
石井慎哉

追伸です。
今回の切手は奈良にある東大寺の大仏です。この前の連休に両親と奈良と京都に旅行に行ってきたのですが、中学の修学旅行ではわからなかった京都奈良の魅力がようやく理解できました（笑）。

<<解説>>
切手やスタンプやシールなど、手紙の小道具について触れるのも１つの手です。温かい感情が伝わりますよね、そういう手紙。

サンプル４

〇〇様

ご無沙汰しております。
ごらっそ治療院の石井です。

あれからお身体は大丈夫ですか？充実した毎日を送られていたら嬉しいのですが、もしお身体に不安を感じていたらお気軽にご相談くださいね。

さて、少し前までの猛暑がウソのような寒さが続いていますが、早いものでもう 11 月なんですね。なんだか年々、時が過ぎるのが早く感じるようになっています（笑）

きっとすぐにお正月を迎えてしまうので、今年の内に何か新しいことを始めたいと思い、ごらっそ治療院では今月から院内便りを発行することにしました。他愛もない内容ですが、読んでいただけたら嬉しいです。

それでは、これから一層寒くなりますので、ご自愛なさってください

ごらっそ治療院
石井慎哉

追伸です。
〇〇様にオススメいただいた「永遠の 0」読みました。日本の歴史を全然知らなかった自分に反省してしまいましたが、物語に引き込まれて何度も泣い

てしまいました。素晴らしい小説を紹介してくれてありがとうございます。

<<解説>>
ここまで個人的な内容を書けたらベストですが、労力との兼ね合いでなかなか難しいのが正直なところです。なので、例えば近隣の飲食店のオーナーさんのように「紹介してくれる人をたくさん知っている」人のような、ここぞという場合に参考にしてください。

サンプル５

〇〇様

お世話さまです。ごらっそ治療院の石井です。

若草の萌え出す季節となりました。憲法記念日、みどりの日、こどもの日の大型連休が近づいてきましたが、ご予定はお決まりでしょうか？

私はいとこの結婚式に出席するため石川県の金沢に行きます。
少し時間に余裕があるので兼六園を観光しようかと計画しています。

結婚といえば、ごらっそ治療院の紅一点、吉本さんが結婚することになりました。結婚後も変わらず当院で頑張ってくれるそうなので安心していたところです。

それでは、風邪などひかぬようお身体を大切にすごしてください。

ごらっそ治療院
石井慎哉

追伸です。
私はお休みを頂戴しますが、ごらっそ治療院は連休中も変わらず営業します。吉本もいますので、よかったら声を掛けてやってください。

<<解説>>
自分のことだけではなく、治療院スタッフの話題もとてもいいです。追伸で軽く来院を促していますが、この程度に抑えるのが無難です。理由が自然ですからね。

以上で『ファン患者を育てて集める手紙の技術』は終わりです。

実はこの手紙のサンプルは実際にある治療院のために、株式会社ゴラッソのスタッフ一同で考えたものです。

「相手の嫌なことをやらない」に留まらず、「相手が嬉しいことをやれる」治療家になってください。それが繁盛治療院への近道です。

最後まで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