

サブスク@ご紹介資料

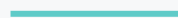
サブスクで世の中を豊かに

サブスクリプションビジネスの店舗経営支援サービス



TEMONA

ご挨拶



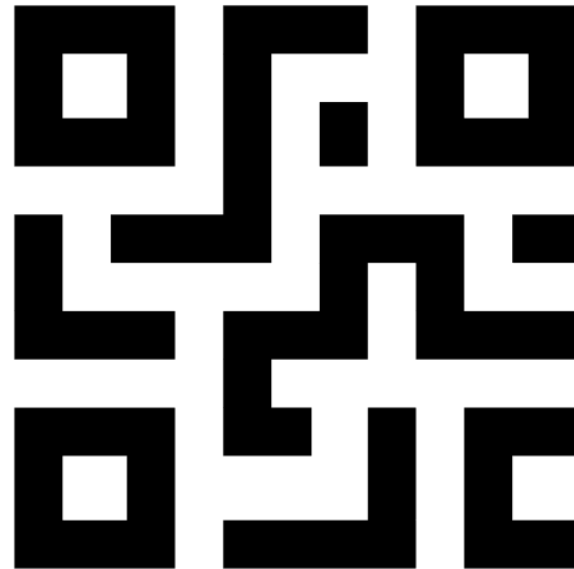
質疑応答

ご視聴中の些細な疑問や不明点などのご質問は【Q&A】からお気軽にご投稿ください！（匿名可）
最後のまとめ時間で回答します！



アンケート回答

アンケートへご回答いただいた方には限定で、本セミナー資料を無料で配布いたします。



アンケート回答フォーム
(チャットにもURLをお送りします)

テモナ講演目次

弊社講演は下記の流れで進行いたします。

- 01 ご挨拶
- 02 会社概要
- 03 業界動向
- 04 自費診療
- 05 回数券
- 06 会員券
- 07 デジタル施術券
- 08 成功事例
- 09 メーカー販路拡大
- 10 ご案内

会社概要

会社紹介

テモナは古語「てもなく（簡単に、たやすく）」から名付けられ、弊社が目指すサービスの本質と理想像になります。

社名	テモナ株式会社
上場市場	東京証券取引所 スタンダード市場（証券コード：3985）
設立	2008年10月
資本金	3億8,642万円（資本準備金 3億7,642万円）
代表	代表取締役：佐川隼人
本社	東京都渋谷区渋谷3-2-3 帝都青山ビル 6階
事業所	福岡県福岡市中央区白金1丁目21-16 2F
従業員数	160名（2023年9月末 連結ベース）
公式HP	https://temona.co.jp/

2008	10月	設立
2009	9月	「たまごカート(現：たまごリピート)」販売開始
2016	10月	テモナ株式会社に商号変更
2017	4月	東京商圏取引所マザーズ市場に株式を上場
2018	4月	「たまごリピートNext(現:サブスクストア)」販売開始
2019	4月	「サブスクストアB2B」販売開始
2020	2月	福岡事業所を開設
2020	2月	「サブスク@」販売開始
2022	2月	AIS株式会社を子会社化
2022	2月	株式会社サックルを子会社化
2023	10月	「テモチャ」「ECield」販売開始



50

Technology Fast 50
2018 Japan WINNER
Deloitte.デロイト トウシュートーマツ リミテッド
2017年・2018年日本テクノロジーFast 50

50

Technology Fast 50
2017 Japan WINNER
Deloitte.デロイト トウシュートーマツ リミテッド
2017年アジア太平洋地域テクノロジーFast 50

500

Technology Fast 500
2017 APAC WINNER
Deloitte.

企業理念

サブスクは外部要因に強く安定性が高いモデルです。弊社はサブスクのノウハウで事業者を支援し、豊かな世界を目指します。



わたしたちの企業理念

サブスクで世の中を豊かに

わたしたちの目指す未来

外部要因に左右されない事業戦略の構築で
店舗事業における全ての課題を解決する

わたしたちの見る景色

多くのお客様や周囲の方々から長く愛されて

「この仕事を続けて良かったな」

と心から思える希望に溢れる明日を共に実現する

自己紹介

私自身も弊社理念に深く共感しており、1人でも多くのお客様の未来を輝かせたいと想いながら、日々活動しております。



福島 伊吹

テモナ株式会社
サブスク@グループ所属

出身地：北海道

趣味：フットサル（治療家コミュニティ）

前職：プロゲーマー（日テレ・個人事業主）

一言：お客様の未来を輝かせる。



サービス概要

スマホ一台で完結する、店舗事業者向けのサブスクリプション型のECプラットフォームです。

デジタル施術券やネットショップに加え、店舗事業サポートを兼ね備えた唯一無二のサービスとなります。

デジタル施術券・ネットショップ
の運用で店舗事業課題を改善する

サブスクするなら

サブスク@

累計導入店舗数
1,000以上



サービス実績

これまで累計1,000店舗以上の店舗事業者から圧倒的な実績をもとに、ご信頼とお喜びのお声をいただけてきました。そしてこれからも、日本全国の店舗事業者の課題解決に貢献して参ります。



※1 対象：2025年6月時点「サブスク@」の累計アカウント数

※2 対象：2025年6月時点 自社調べ

導入店舗数

1,000以上 ※1

1店舗月商

2,900万円以上 ※2

提携パートナー

10社以上 ※2

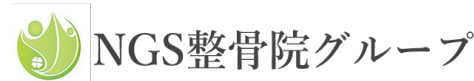
提携メーカー・ディーラー

10社以上 ※2

お取引先のご紹介

全国各地の店舗事業者や、健康食品、プロテイン、サプリメント、リカバリーウェア、化粧品などのメーカー事業者様をはじめ、他にも多くの企業様がお取引先としていらっしゃいます。

お取引先の店舗様・メーカー事業者様のご紹介



成功事例①

2024年に鍼灸院・接骨院業界で、史上初の「上場」を達成されており、デジタル施術券とネットショップの両方に注力されています。

2022年3月スタート

鍼灸・接骨院

「約2年で年間売上1億円を達成しました！」

特に月500個の定期注文が物販売上の根底を支えています。

お客様の声 ※

- 定期購入の積み上げにより、卒院も20%のお客様に購入いただいています！
- 無在庫物販なので、リスクなく、定期購入の積み上げができてます。
- お客様の効果の実感と感謝のお言葉をたくさんいただいています！
- 施術と物販のどちらもサブスクで実績を積み上げていけています。



株式会社ヒューマンアジャスト

店舗数 55店舗

所在地 東京都

HP <https://human-adjust.co.jp/>

紹介動画 -



※ 対象：2025年5月 弊社インタビュー

成功事例②

愛知県で店舗スタッフ4名の治療院になります。サブスクアットでは、定期商品を中心にネットショップの運用に注力されております。

2024年2月スタート

鍼灸・接骨院

「店舗にてサブスクの仕組みを構築できました！」

営業時間外ですらも価値が生み出される仕組み化を実現

お客様の声 ※

- 取り入れる前は費用対効果含めて不安でしたが「やって良かった」です！
- リスクのない仕組みに対する自信と信頼が何よりも重要なんです。
- 実際にお客様から「効果があった！」と感謝のお言葉をいただきました！
- 施術業とは別で自動化を作れる仕組みは本当に良いと思います。



しまうま 針灸接骨院

株式会社ゼブランド

店舗数 1店舗

所在地 愛知県

HP <https://www.shima-uma.jp/>

紹介動画 <https://youtu.be/b-UbPCOcBAY>



※ 対象：2024年10月 弊社インタビュー

成功事例③

和歌山県の1人治療院になります。サブスクアットでは、単品商品を中心にネットショップの運用に注力されております。

2023年12月スタート

整体・リハビリ

「お客様の満足度向上を実感しました！！」

継続的な来店が必要なお客様の定着率向上を実現

お客様の声 ※

- お客様との信頼関係が更に深まる仕組みなので上手くいく！
- 他院には真似出来ない価値をお客様に提供できるので喜ばれています。
- 信憑性が高い実証データをもとに運用できるのでお客様ごとに提供出来る！
- 自身で試してから取り組めるので仕組み自体にも安心できます。

NAO整骨院 (整体・リハビリ)

NAO整骨院

店舗数 1店舗

所在地 和歌山県

HP <https://www.nao-821.jp/>

紹介動画 <https://youtu.be/PdKTKcxOiAY>



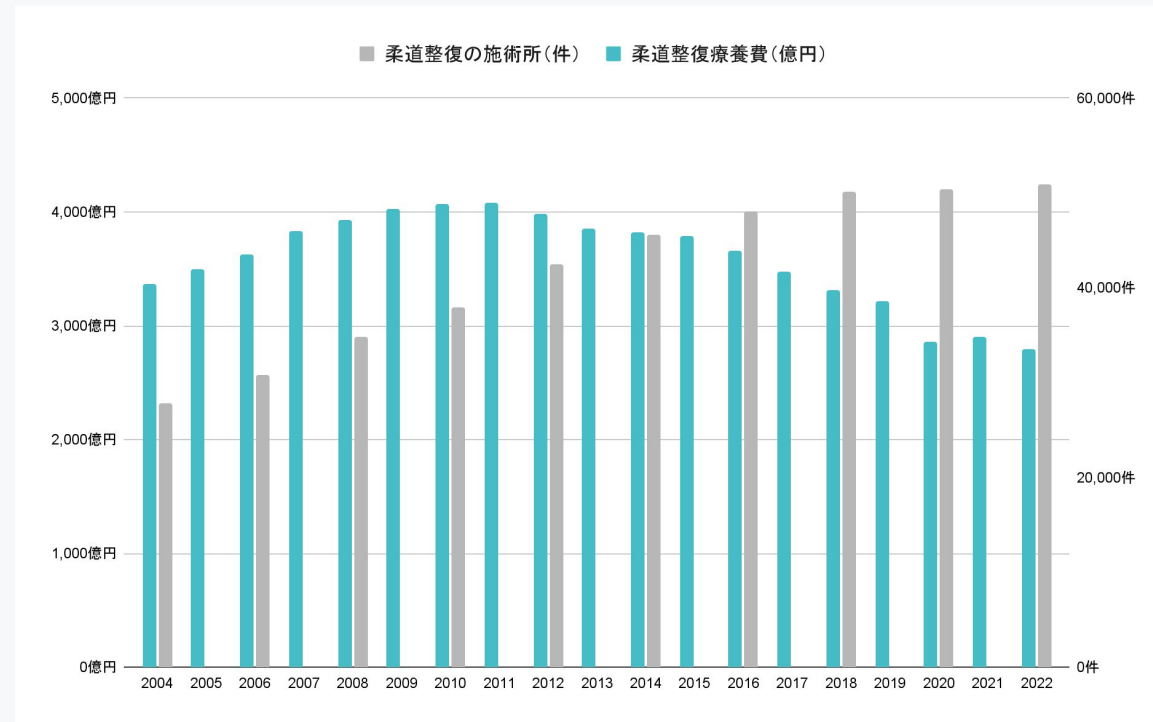
※ 対象：2024年10月 弊社インタビュー

業界動向

法制度の厳格化

柔道整復療養費が下がる一方で、施術所は増加推移となるため「保険診療」だけでは経営が年々厳しい状況となってきております。

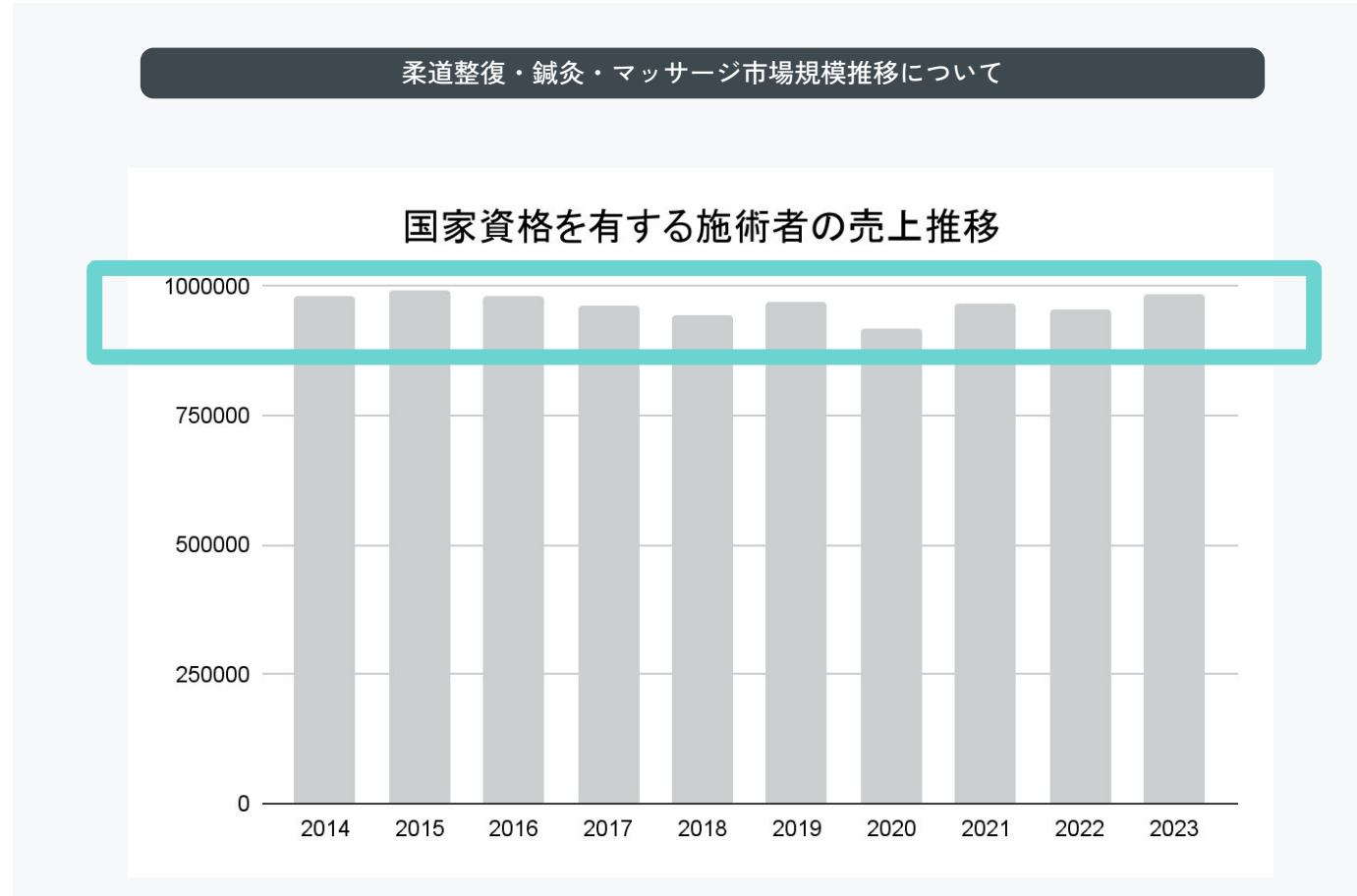
柔道整復療養費・施術所の増減推移について



※ 対象：2020年11月 厚生労働省調べ (<https://www.mhlw.go.jp/toukei/saikin/hw/k-iryohi/20/dl/data.pdf>)

二極化の進行

競争激化による来店顧客数の減少などへの対策として、これからは自由診療の導入と他院との「差別化」がキーワードになります。



※1 対象：2020年6月 株式会社矢野経済研究所調べ (https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/2460)

※2 対象：2024年8月 株式会社矢野経済研究所調べ (https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/3600)

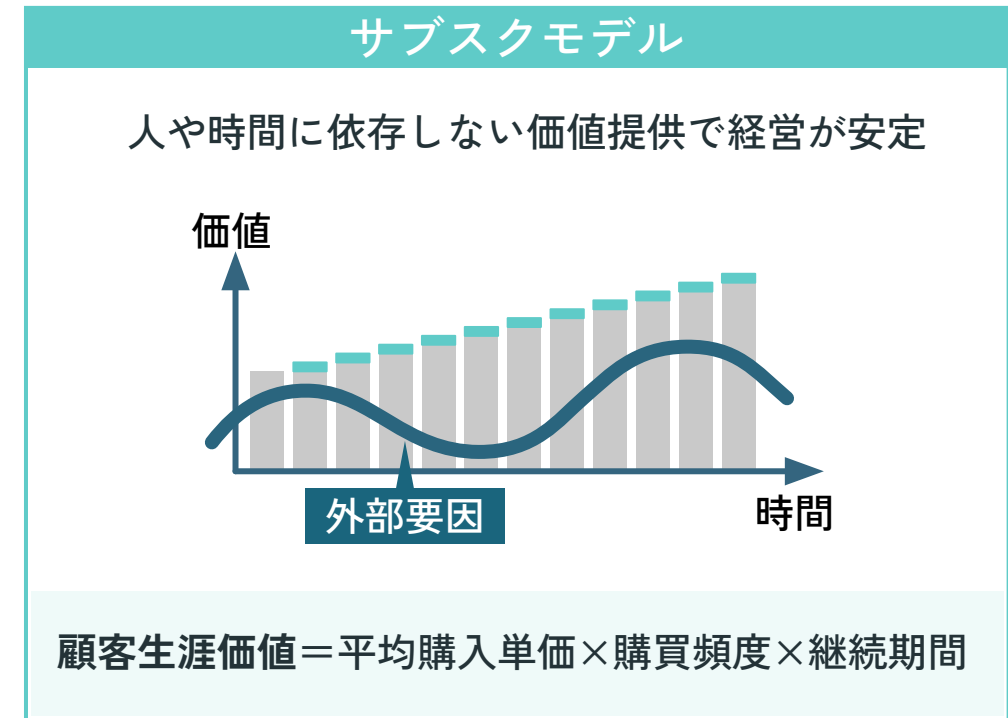
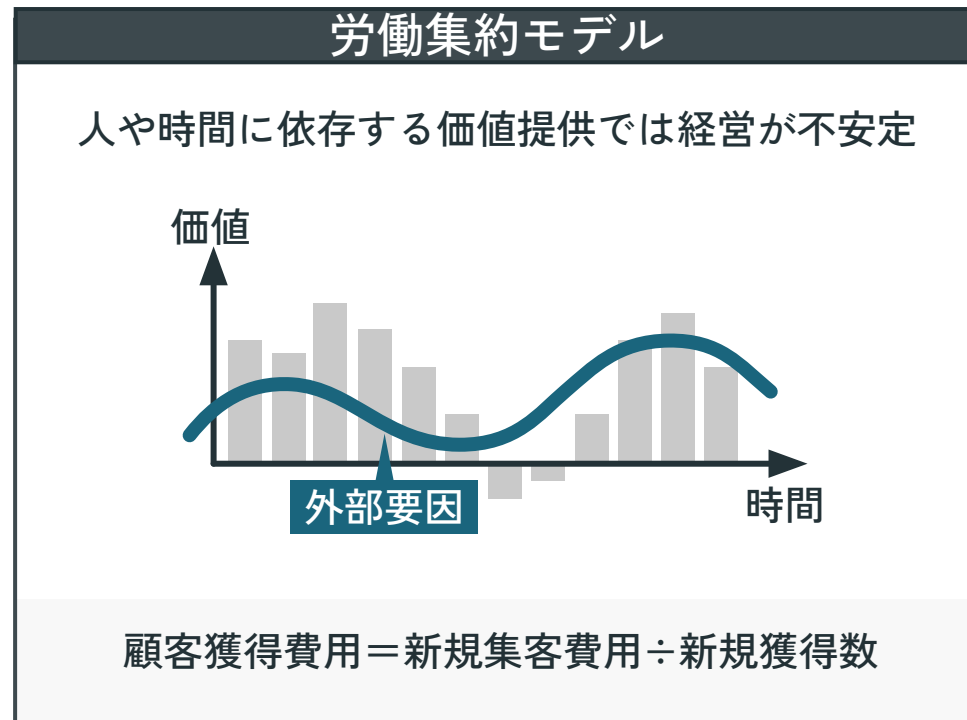
店舗課題の解決手段

特に目先の「新規集客」は日々追われる上に、施術対応数の上限もあるため、新規依存度を減らしつつ「差別化」する方法が必要です。



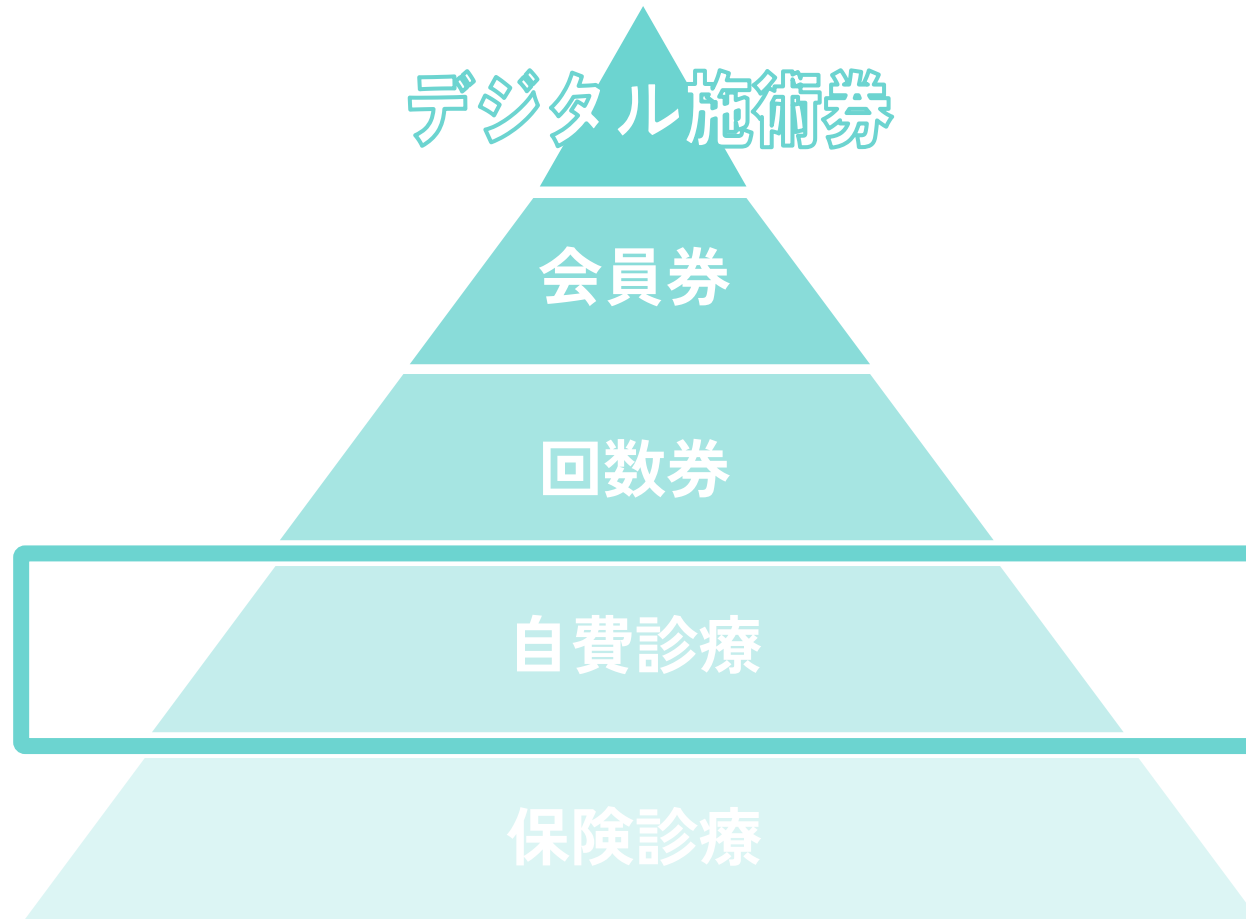
顧客生涯価値とは

顧客が初来店されてから離反されるまでの期間に、顧客へ与えることの出来た「価値」の指標であり、「LTV」とも呼ばれています。



顧客生涯価値を向上させる方法

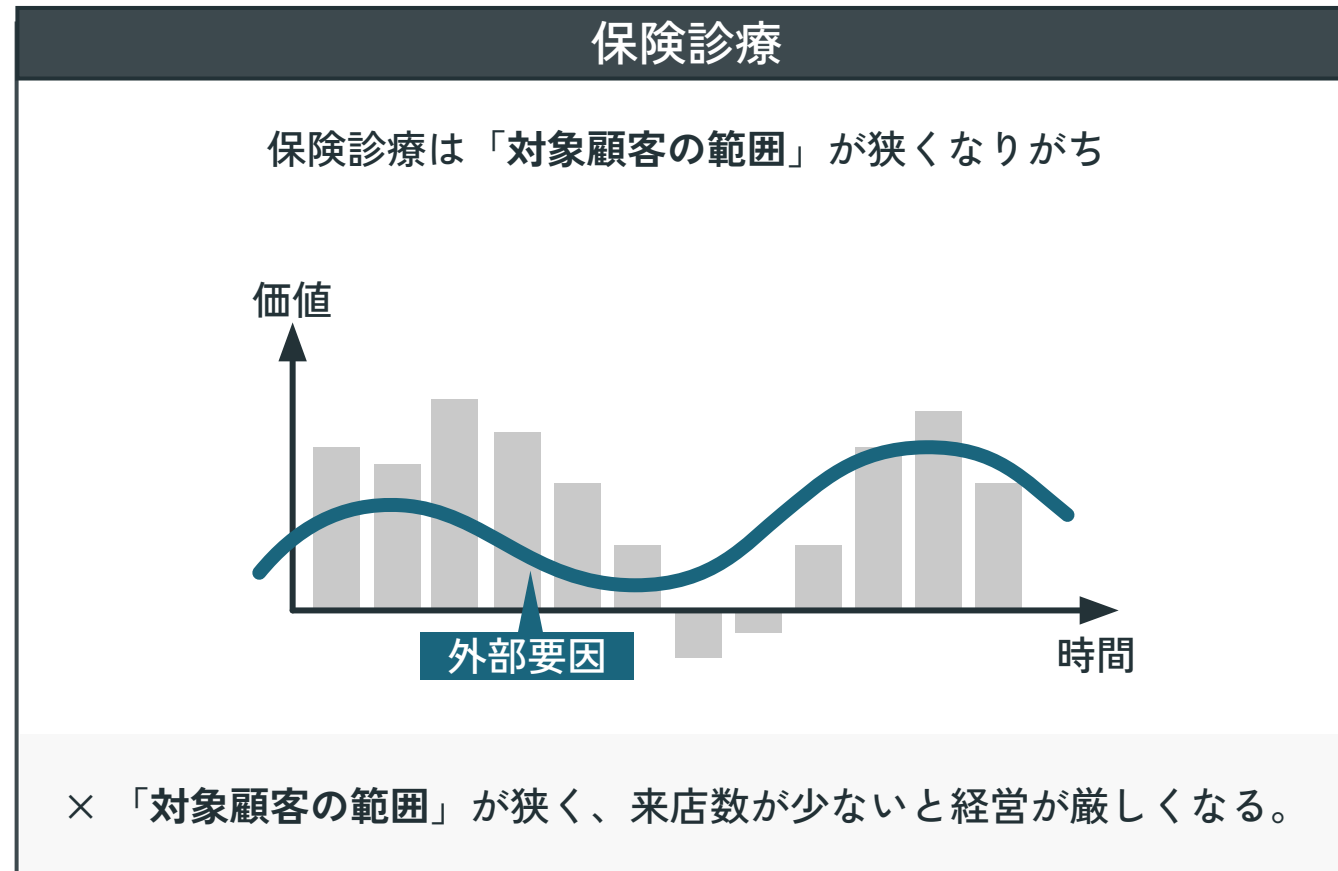
階層が上がるごとに、仕組み化が出来ていない店舗が増えるため、必然的に他院との「差別化」も図ることが可能となります。



自費診療

保険診療のデメリット

保険診療では原則として「急性外傷」のみ対応可能なため、慢性症状や継続施術の提供を実施することが難しいという特徴があります。



自費診療のメリット

保険診療と異なり、自費診療では「予防やメンテナンス」治療を提供可能となるため、対象顧客の範囲を広げることができます。



保険診療

メイン

or



自費診療

+α

自費診療の注意点

「自費診療」のみ提案するのではなく、あくまで保険診療と併用しながらお客様へご案内いただく必要があります。



or



保険診療

自費診療

自費診療の作成方法

急性外傷などの痛み以外のお悩みにアプローチ可能な姿勢矯正やEMS・ダイエットなどの継続来店と相性の良いメニューを作成する。

01 EMS施術

ケガしにくい
カラダ作りや
リハビリしましょう！



月3回来店想定
の
予防治療

02 姿勢矯正

ケガの再発防止や
日常動作を改善
しましょう！



月4回来店想定
の
慢性症状の
治療

自費診療の提案方法

保険診療の問診時に、継続来店が必要となる症状や、初診時とは別のお悩みを普段の生活習慣で抱えていないかをヒアリングします。

保険証提示



「保険証や診断書のご提示をお願いいたします。」

問診



「現在の症状や該当箇所について詳しく教えてください。」

保険治療



「保険適用の範囲内で施術を進めていきますね。」

顧客離反



「保険診療で治療することの出来る対象部位はここまですになります、。」

施術計画



「今回の重症度を踏まえて、合併症予防が必要です。」

通院指導



「この施術計画で、保険部位以外の再発予防にも努めましょう！」

or

カウンセリング



「痛み以外のお悩みや生活習慣で気になりますか？」

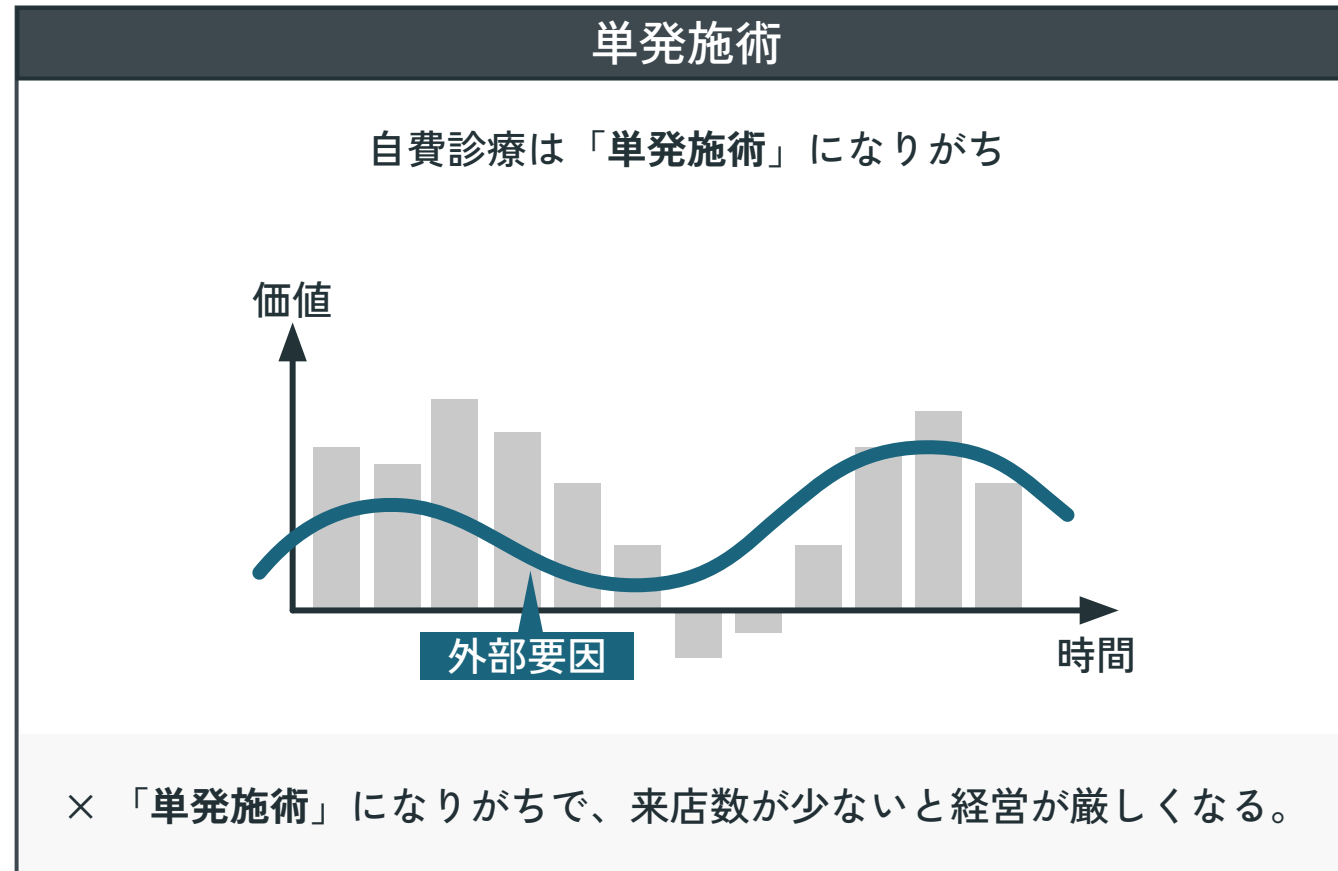
通院指導



「お悩みや生活習慣を考慮し、将来の予防や改善しましょう！」

自費診療のデメリット

継続施術として提案しても「単発施術」になりがちのため、少ない顧客数でも継続することでお得になる仕組み化が必須となる。



回数券

回数券のメリット

単発施術と異なり、回数券では継続することでお得となるように施術単価を割引し「少ない来店顧客」で店舗経営が可能となります。



単発施術

メイン

or



回数券

+α

回数券の注意点

「回数券」のみ提案するのではなく、あくまで単発施術と併用しながらお客様へご案内いただく必要があります。



or



and



単発施術

回数券

少ない来店顧客での経営

単発施術客数が減少しても、回数券の購入者数が増加することで、単発施術のみの場合と比較して顧客提供価値を担保できます。

顧客提供価値

498,000円



単発施術単価

4,980円



単発施術客数

100名

顧客提供価値

502,580円



単発施術単価

4,980円



単発施術客数

71名

回数券単価

29,800円



回数券購入者数

5名

回数券の作成方法

EMS・ダイエットや姿勢矯正などの継続施術を軸に、お客様の通院頻度に応じた回数から逆算して単価とメニューを作成する。

01 EMS施術

トレーニングは4ヶ月を
目標に継続しましょう！



月3回来店想定
の
12回券

02 姿勢矯正

姿勢を3ヶ月かけて
矯正していきましょう！



月4回来店想定
の
12回券

回数券の提案方法

EMS・ダイエットや姿勢矯正などの継続施術を軸に、お客様の通院頻度に応じた回数から逆算して最もお得な回数券を提案する。

施術計画



「今回の重症度を踏まえて、合併症予防が必要ですね。」

or

カウンセリング



「痛み以外のお悩みや生活習慣で気になることありますか？」



通院指導



「施術計画やカウンセリングを踏まえて、この頻度で来店を！」



顧客離反



「この頻度で来店すると金額がかかるな～、。。。」

施術計画



「今回の重症度を踏まえて、合併症予防が必要ですね。」

or

カウンセリング



「痛み以外のお悩みや生活習慣で気になることありますか？」



初回提案



「施術計画やカウンセリングを踏まえて、回数券がお得ですよ！」



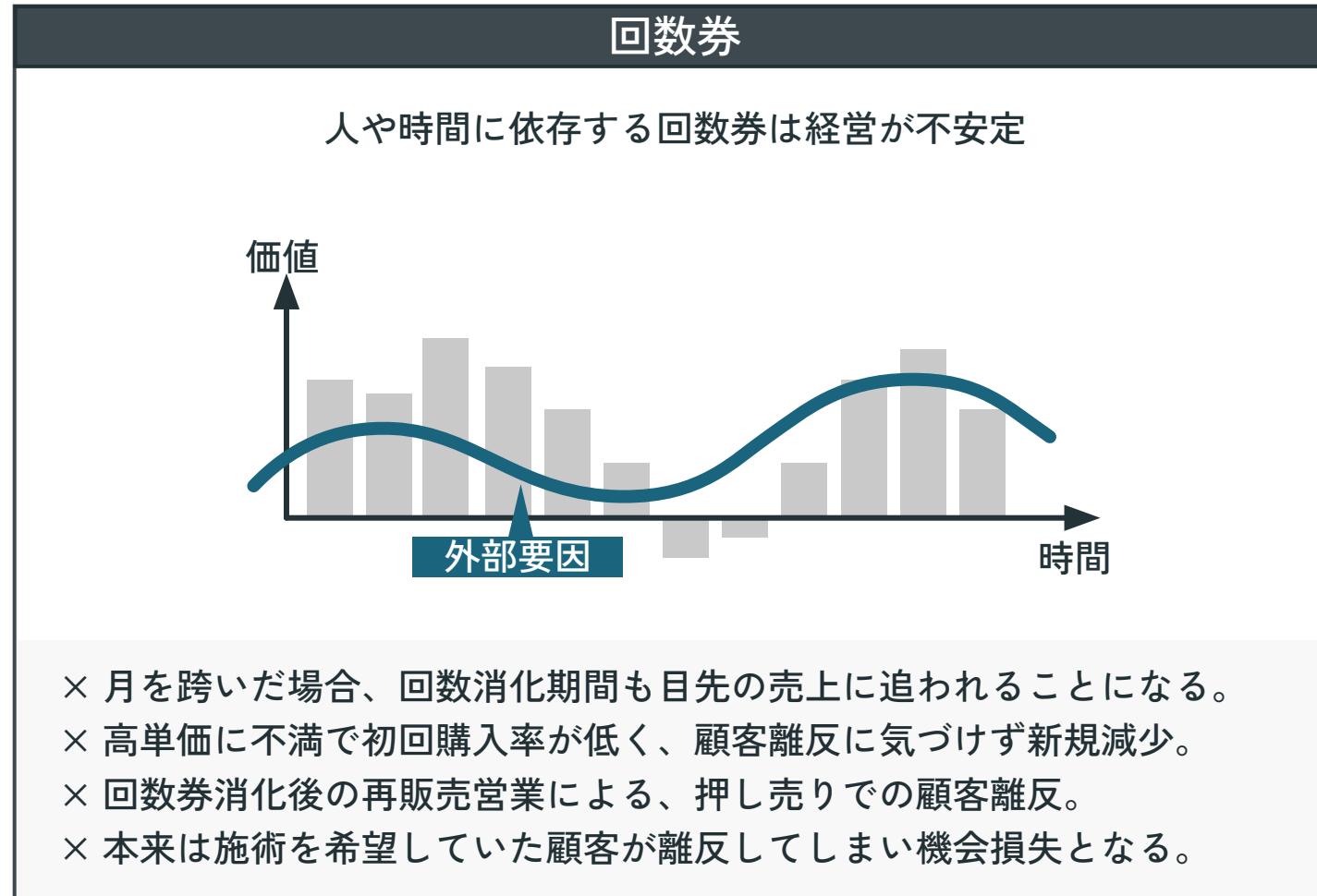
顧客定着



「1回あたりの施術費用がお得になるなら通いたい！」

回数券のデメリット

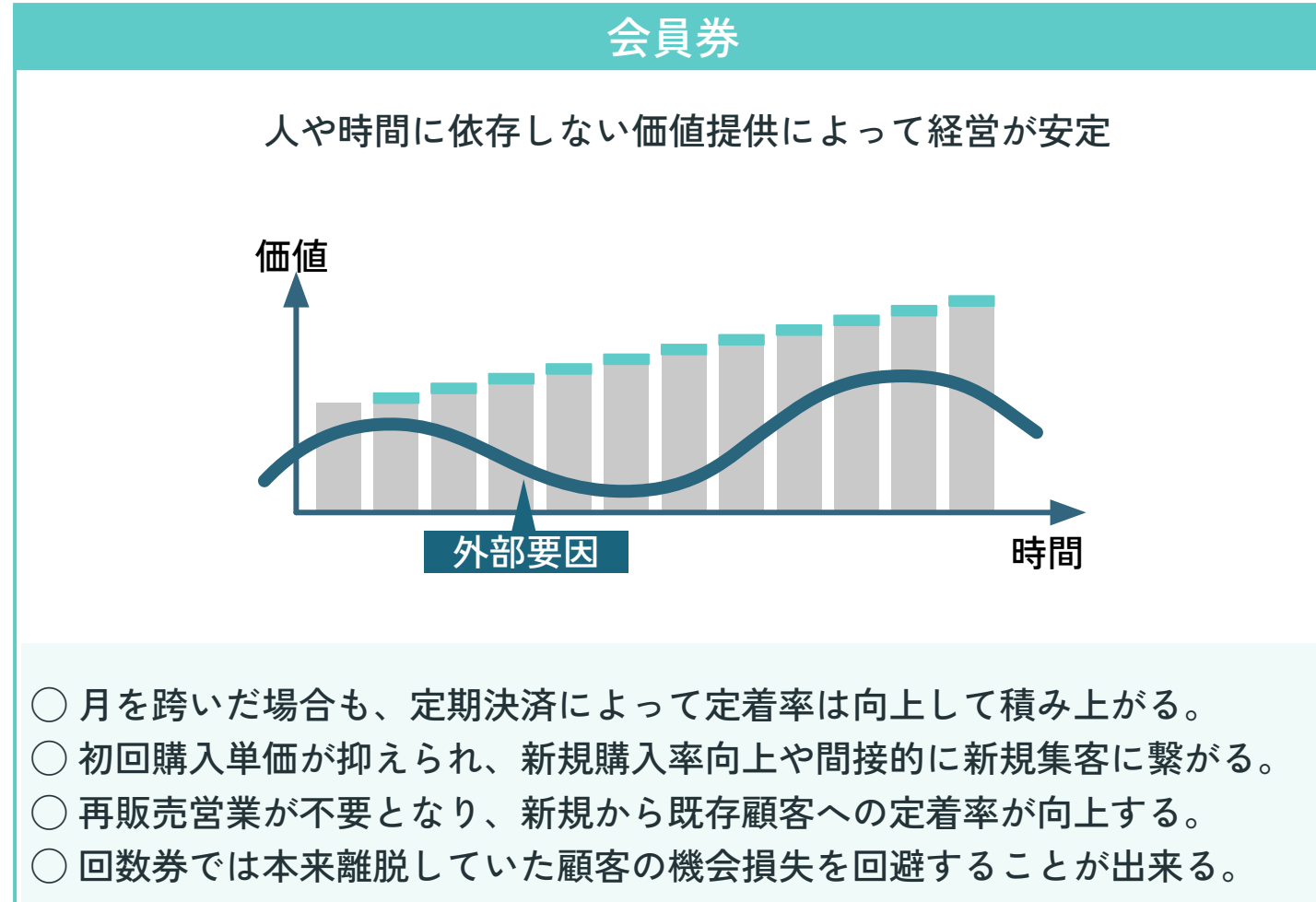
回数券には大きく4つのデメリットがあり、課題を課題であると気づくことが難しいケースもあります。



會員券

回数券のデメリット解決

回数券のそれぞれのデメリットは、サブスクビジネスモデルである「会員券」の仕組みを導入することで、解決することが可能です。



会員券のメリット

回数券と異なり、会員券ではお客様の定着率向上によって「顧客生涯価値」を伸ばすことが可能となる。



単発施術

メイン

or



回数券

+α



会員券

+α

会員券の注意点

「会員券」のみ提案するのではなく、あくまで単発施術や回数券と併用しながらお客様へご案内いただく必要があります。



and



or



and



and



単発施術

回数券

会員券

新規購入者数の向上

回数券と比較し、初回購入単価を抑えることで口コミの高評価の獲得が可能となり、間接的に新規集客数の増加に繋がります。

初回提案



「施術計画やカウンセリングを踏まえて、回数券がお得ですよ！」

購入率低下



「施術は受けたいけど高いな～、。」

顧客離反



「回数券は大丈夫です、。」

新規減少



「あの店舗は高額だし、断ると通いづらいから辞めた方がいいよ」

初回提案



「施術計画やカウンセリングを踏まえて、会員券がお得ですよ！」

購入率UP



「この金額ならお得だし始めやすいな、。」

顧客定着



「会員券を購入したいです！」

新規増加



「高額な営業もなくて通いやすいから、こっこの店舗に行った方がいいよ」

新規購入者数の向上

回数券と比較し、初回購入金単価を抑えて提案可能となるため、結果として新規購入者数の向上に繋がります。

顧客提供価値

149,000円



回数券単価

29,800円



新規購入者数

5名

顧客提供価値

158,400円



会員券単価

19,800円



新規購入者数

8名

再営業の不要

回数券と比較し、再営業が不要となるため、新規から既存顧客への定着率向上と共に、間接的に新規集客数の増加に繋がります。

再営業



「残り回数が少ないので、再購入をオススメします！」

購入率低下



「前回購入の時より良くなっているのに高いな～、。。。」

顧客離反



「今回は大丈夫です、。。。」

新規減少



「回数内で治らないし、何度も高額な営業してくるから辞めた方がいいよ」

~~再営業~~



「再発防止や現状維持のため、今日もメンテナンスしますね！」

継続率UP



「加齢や身体の変化に併せて診てくれるなんて、。。！」

顧客定着



「今日もお願いします！」

新規増加



「将来の予防までケアしてくれるから、こっちの店舗に行った方がいいよ」

再営業の不要

回数券と比較し、回数を使い切った後の再営業自体が発生しないため、結果として顧客生涯価値の向上に繋がります。

顧客生涯価値

29,800円



再営業時

0円



初回購入時

29,800円

顧客生涯価値

59,400円



再営業時

19,800円 × 2ヶ月



初回購入時

19,800円

損益比較

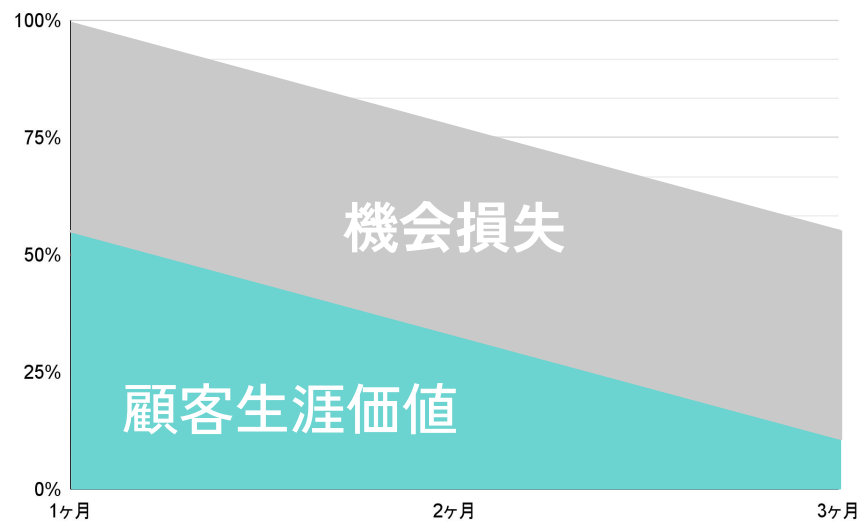
回数券と比較し、初回購入単価を抑えつつ再営業も不要になることで、本来購入をお断りされていた「機会損失」を回避できます。

機会損失

29,600円

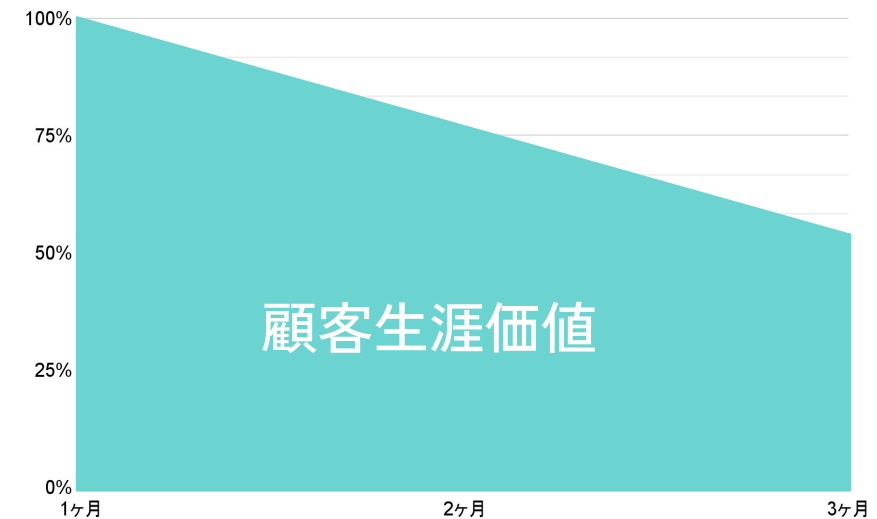
顧客生涯価値

29,800円



顧客生涯価値

59,400円



費用対効果

新規購入者が解約しつつも一定数増加し続けることで、毎月積み上がり、来月以降の推移を見通して目先の利益に追われなくなります。

会員券単価

19,800円

平均継続期間

3ヶ月

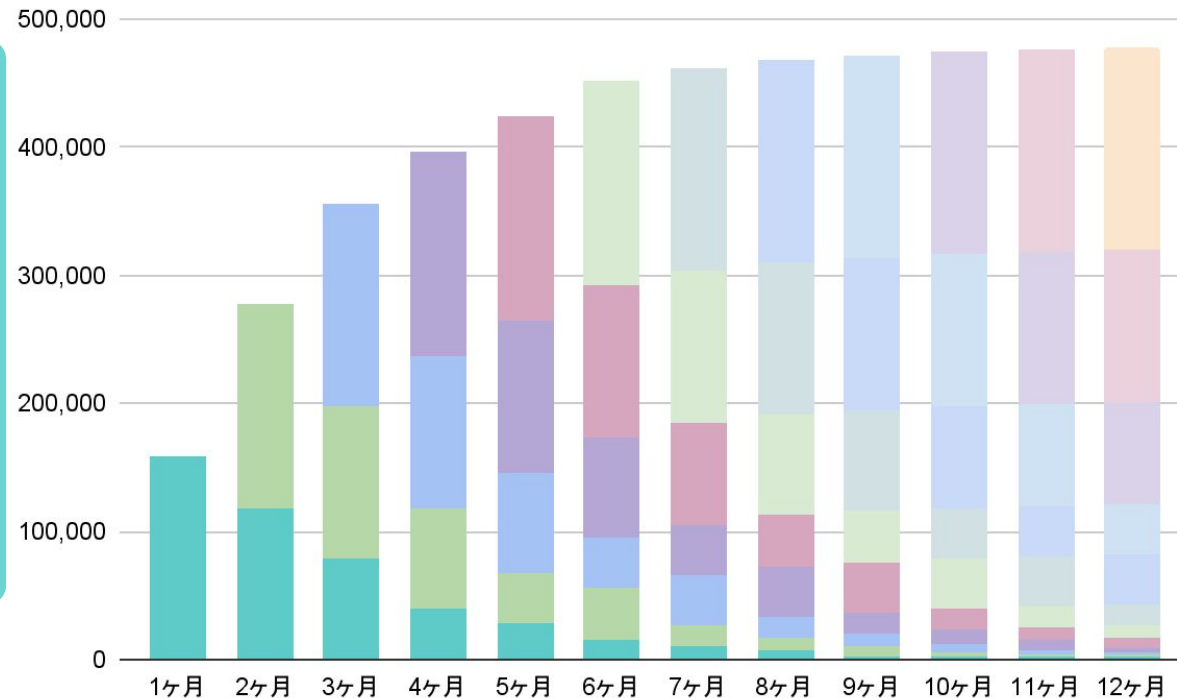
顧客生涯価値

59,400円

新規購入者が
毎月8名増加の場合

月間の顧客生涯価値

約500,000円



継続率比較

単発施術や回数券と比較し、4ヶ月目以降の継続率を一定数担保することが可能となり、最大で1年以上の継続顧客も現れます。

運用	1ヶ月目	2ヶ月目	3ヶ月目	4ヶ月目	6ヶ月目	9ヶ月目	12ヶ月目以降
 単発施術	 4,980円	 離反：4,980円					
 回数券	 29,800円 4回/8回来店	 0円 8回/8回来店	 離反：29,800円				
 会員券	 19,800円 4回/10回来店	 19,800円 4回/10回来店	 19,800円 4回/10回来店	 19,800円 4回/10回来店 平均継続率25% 解約：79,200円	 19,800円 4回/10回来店 平均継続率10% 解約：118,800円	 19,800円 4回/10回来店 平均継続率2% 解約：178,200円	 19,800円 4回/10回来店 平均継続率0.1% 解約：237,600円

会員券の作成方法

EMS・ダイエットや姿勢矯正などの継続施術を軸に、お客様の1ヶ月での想定来店回数から逆算して単価とメニューを作成する。

01 EMS施術

トレーニングは4ヶ月を
目標に継続しましょう！



月3回来店想定
の12回券会員券

02 姿勢矯正

姿勢を3ヶ月かけて
矯正していきましょう！



月4回来店想定
の12回券会員券

会員券の提案方法

EMS・ダイエットや姿勢矯正などの継続施術を軸に、お客様の通院頻度から逆算して既に設計した会員券を現場で提案する。

紹介トーク

回数券ですと、今月29,800円のお支払いからですが、会員券ですと19,800円からスタートできますよ！
更に今なら本日の施術費用分も割引が適用されてお得ですが、改善後のメンテナンスも併せて進めていきませんか？

施術計画



「今回の重症度を踏まえて、
合併症予防が必要ですね。」

or

カウンセリング



「痛み以外のお悩みや生活習慣
で気になることありますか？」

初回提案



「※上記のトークスクリプト」

顧客定着



「会員券を購入したいです！」

サブスクアット

従来の解決手段

しかしながら、従来の解決手段では、大きな負担や手間がかかるだけでなく、様々なリスクもあるため、業務課題が残ります。



従来の施術

- ①お客様の施術券の紛失や、店舗スタッフの案内ミスの発生。
- ②営業時間後の会計業務の負担によって、日々仕事に追われる。
- ③お客様の各施術状況を、都度手動で管理し手間がかかる。



従来の物販

- ①商品購入機会が現場でのご案内や、営業時間内に縛られる。
- ②売れ筋含めて信頼性や実績のある商品を取り扱えるのか分からない。
- ③お客様の各物販商品の購入状況を、都度手動で管理し手間がかかる。

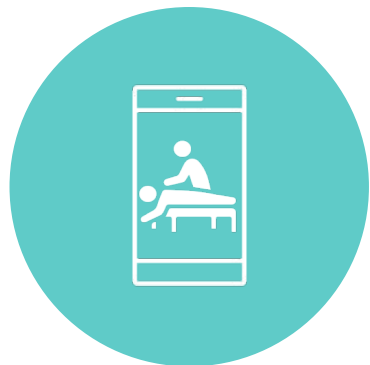


独学

- ①施術や商品の案内方法が分からず、モチベーションが上がらない。
- ②実績の乏しい情報によって、誤った施策を実施して失敗に繋がる。
- ③普段の店舗施術で忙しい中での、非効率な情報収集による負担。

新たな解決手段

下記の仕組みによって、手間や負担を最小限に留め、各種それぞれの業務課題を解決しつつ「顧客生涯価値の最大化」を目指せます。



デジタル施術券

回数券や「会員券」の運用によって店舗事業がリスクなく安定化するため、業務上で発生する負担や時間を削減し、効率化を図れます。



ネットショップ

無在庫物販の「定期購入」によって店舗事業がリスクなく安定化するため、労働集約型の店舗ビジネスモデルから解放されます。












店舗事業サポート

店舗事業に必要な最新の情報や事例を収集し続けられるので、店舗の生存戦略の構築に繋げることができます。

デジタル施術券の特徴

仕組み化や運用負担を最小限に留めつつ、特に「顧客満足度の向上」によって更なる顧客生涯価値の向上を目指すことが可能です。

	 従来の施術	 決済端末	 デジタル施術券	 紙・Excelなど
 自動継続課金の有無	△	○	×	
 紛失リスクの回避	×	○	×	
 会計業務の負担軽減	×	○	×	
 各種施術の一元管理	×	○	×	
 顧客満足度の向上	×	◎	×	

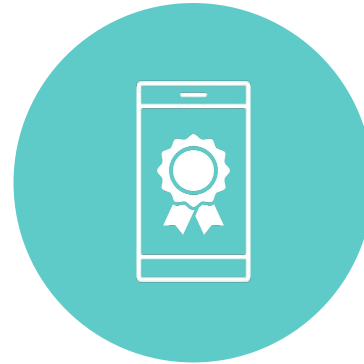
顧客満足度の向上

デジタル施術券やネットショップと併用しながら「各種機能」を活用することで、顧客生涯価値を最大化させることが可能です。



クーポン

- ①有効期限開始～終了の期間設定
- ②発行・利用枚数の制限設定
- ③割引・最低購入額の設定



会員ランク

- ①各ランクと自動還元ポイント設定
- ②特定会員への更新期限設定
- ③特定会員への手動付与設定







































ポイント

- ①新規登録時の自動付与
- ②商品購入時の自動付与
- ③特定会員への手動付与

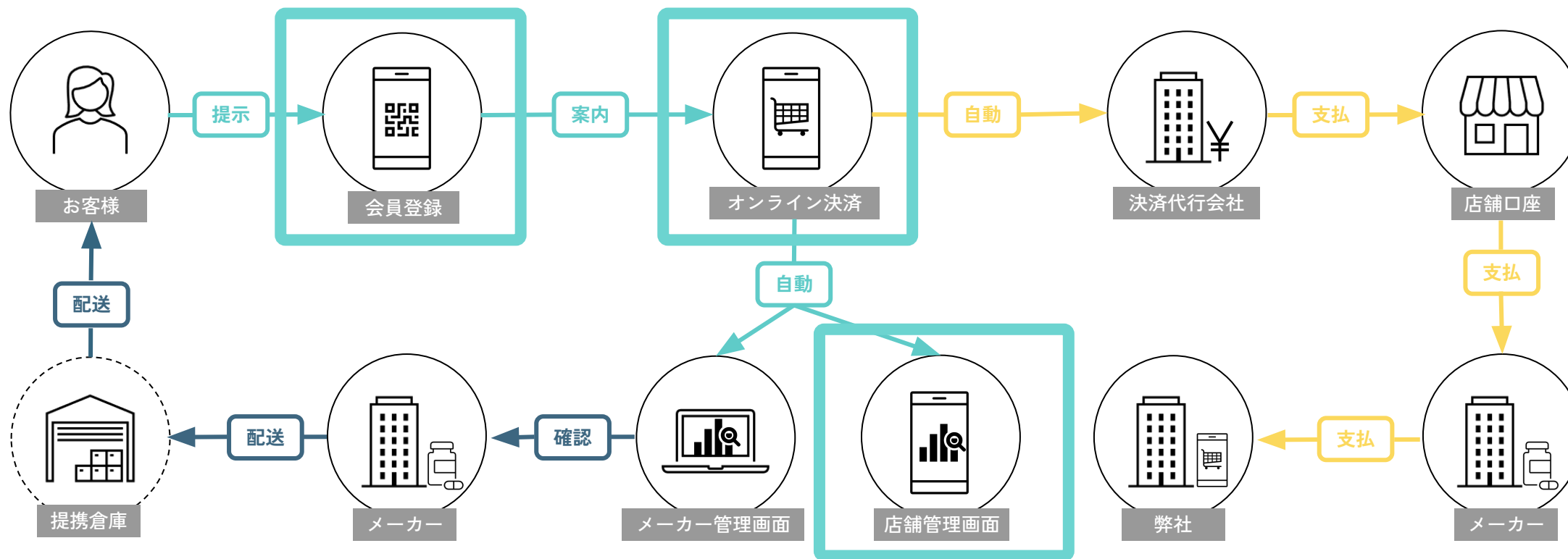
顧客生涯価値の最大化

「離反・解約」のタイミングに併せて特典を提供することで、お客様から長く愛される店舗に生まれ変わることができます。

施術	1ヶ月目	2ヶ月目	3ヶ月目	4ヶ月目	顧客生涯価値				
単発施術	 4,980円	 離反			 4,980円				
クーポン	 4,980円	 2ヶ月期限	 4,980円	 -500円	 定期7,980円	 卒院	 定期8,200円	 25,640円～	
回数券	 29,800円	 0円	 離反			 29,800円			
会員ランク	 29,800円	 ブロンズ	 0円	 シルバー	 29,800円	 -5,000円	 単品8,200円	 卒院	 62,800円
会員券	 19,800円	 19,800円	 19,800円	 解約		 59,400円			
ポイント	 19,800円	 19,800円	 19,800円	 手動付与	 19,800円	 -5,000円	 74,200円		

サブスクアットの運用方法

面倒な作業は一切不要。運用に関わるリスクを全て排除し、お客様自ら買い物を楽しんでいただける「感動体験」を提供できます。



—: 情報の流れ

—: お金の流れ

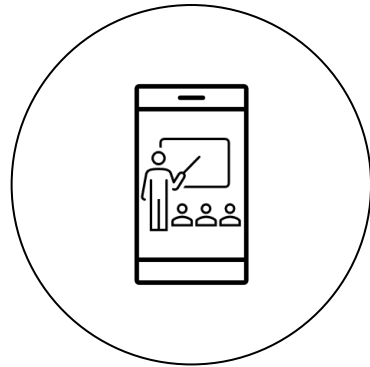
—: 配送の流れ

店舗事業サポート

サービス運用前のレクチャーはもちろん、運用後も各分野の専門家から情報収集を通じて、店舗事業は常に進化し続ける。

サービス運用前

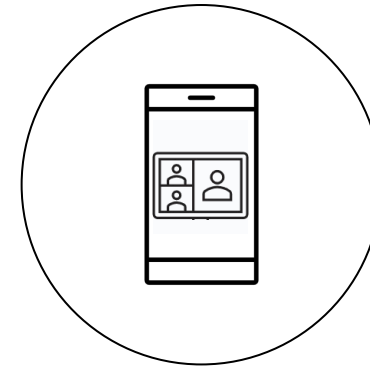
弊社CSや提携メーカーとの導入研修会の実施



- 弊社CSからサービスの操作方法を中心に必須研修を受けてから運用開始
 - 提携メーカーから商品のご紹介や販売方法などのレクチャーを受ける
- ※2025年4月時点の内容であり、今後変更される可能性もございます

サービス運用後

提携コンサルタントとの共同ウェビナー実施



- WEB制作やSNS運用、MEO・SEO・休眠顧客対策などのウェビナー開催
 - 提携コンサルタントが提供するサービスの導入も必要に応じてご検討可能
- ※2025年4月時点の内容であり、今後変更される可能性もございます

ご案内



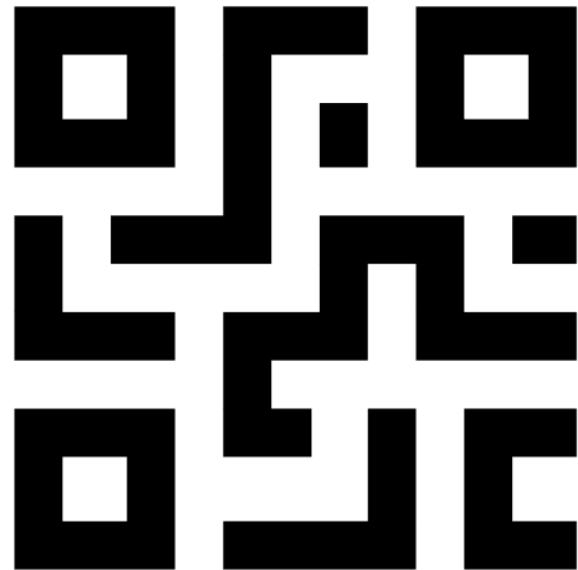
質疑応答

ご視聴中の些細な疑問や不明点などのご質問は【Q&A】からお気軽にご投稿ください！（匿名可）
最後のまとめ時間で回答します！



アンケート回答

アンケートへご回答いただいた方には限定で、本セミナー資料を無料で配布いたします。



アンケート回答フォーム
(チャットにもURLをお送りします)

TEMONA

サブスクといえばテモナ。