

整骨院事業

事業計画書

2016年12月9日  
公社創

創業羅針盤 ID	201600001
----------	-----------

## 1 会社概要

会社名(屋号)	ハートフル整骨院株式会社
設立年月日(予定)	2017年2月11日(予定)
資本金(予定)	300万円
代表者名	公社 創
従業員数	3名
所在地	東京都千代田区神田和泉町1-777
一年後の 目標年間売上高	1,500万円
事業内容	整骨院
経営者略歴	1979年5月8日生 2002年3月 創業大学工学部応用物理学科卒業 2002年4月 花丸電機入社。本社第一開発部配属。低周波治療器の開発に従事 2009年3月 同社退社 2009年4月 西新宿柔道 2013年3月 同校卒業 2013年4月 千代田整 現在に至る

この事業を始めるのにふさわしいキャリアを積んできたことがわかるように書く。そのようなキャリアがない場合でも、極力関係があることを洗い出して記載する

大学を2年で卒業しているように見えたり、本来必要な期間を満たさずに資格を取得したように見えたりすることがないように、年月の整合性をとる。

## 2 創業動機、ビジョン

### (1) 創業動機

私は高校・大学を通じて、体育会野球部に所属し活動してきました。スポーツには怪我がつきもので、病院や整骨院に大変お世話になっていました。ただ、大学4年の時に関節に傷害を負った際には、適切な治療を受けられなかったことから、プロ野球選手としての夢を諦め、社会人野球に進まざるを得なかった苦い経験を持っています。

数年前に野球から離れることになり今後の進路について悩みましたが、やはり自分の経験が活かせるのは怪我に悩むスポーツ選手や心身に痛み傷を持つ方々のトータルケアの分野だと考えるようになりました。

そして、これを実現するため、在職中に臨床心理士の資格を取得し、退職後、柔道整復師の専門学校に学び国家試験に合格することができました。卒業後、実地訓練を積むため整体院に就職し実際に腕を磨いてきました。

また、以前勤務していた低周波治療機のメーカーから、大学「スーパー筋肉再生メソッド」を勉強しないかとの誘いを受け、セミナーに通いライセンスを取得しました。

こうしたことから、一般的な整体院とは異なるス

創業への真剣さが伝わるように、なぜ創業しようと思ったのかについて、社会に存在する問題、自分の強み、バックグラウンド等に触れながら記載する。

ンタルからフィジカルまでトータルなケアができる整骨院を作りたいと思い、創業を決意しました。

### (2)ビジョン

体を酷使うアスリート、一生懸命にクラブ活動する学生、デスクワークによる肩こりや腰痛に悩むサラリーマン、体調不良を訴える高齢者に対しフィジカル面の治療をするだけでなく、精神面もしっかりケアすることで、トータルな生活のサポートができる新しい形態の整骨院をつくり、5年後には関東

どんな事業分野で、どんな会社になりたいのか、何を実現したいのかを記載する。数字等を使い、具体的な目標がわかるように書く。

## 3 事業内容

### (1)具体的な商品・サービスの概要

- ・健康保険が適用される「骨折」「骨のひび」「脱臼」「打撲」「捻挫」の治療(一般的な整骨院と同じ)
- ・健康保険が適用できない肩こり、腰痛、関節痛、筋肉痛などの「整体」コース(サラリーマン、OL、高齢者が中心)
- ・同じく保険外となる特殊治療法である「スーパー筋肉再生」コースによる、従来以上に早期の回復が可能な治療コース(スポーツによる怪我など)
- ・いずれのコースも臨床心理士の資格を活かした「メンタルケア」を組み合わせた、効果の高い治療サービスを展開する。

販売したい商品・サービスについて、それを使ったことがない人でもわかるように平易かつ具体的に記載する。

### (2)消費者の課題

- ・デスクワークの増加や長時間労働等で心の悩みや体に痛みや疲れをもつ人の増加
- ・高齢化の進展で体力の衰えや痛みをもつ人の増加
- ・クラブ活動で負傷した学生、怪我をしたアスリート・スポーツ選手の早期回復のニーズ
- ・負傷した方は気を落とすなど心にも傷を負うケースが多い
- ・世間では、特に免許の必要がないクイックマッサージや足つぼマッサージ、〇〇式整体等の施術メニューが多様化している。また治療を目的とした免許が必要な按摩、指圧、鍼灸、整骨なども増加傾向にある。一方、利用者は、これらに対し一定の効果は感じているとは言えない。特にスポーツ等で行う治療院は少ない。

上記の商品・サービスによって解決しようとする消費者の課題を記載する。多くの人間にとって、それが課題だと認識できることが必要。

### (3)消費者の課題解決策

- ・当院は、柔道整復師の免許に加えスポーツ障害の権威である米国人ジェームス・ワトソン博士の研究成果であるスーパー筋肉組織再生メソッドのライセンスを有しており、これらを活用することで、従来の治療法に比べ、著しく早期に回復させる治療が可能である。
- ・代表者は臨床心理士の資格を有するため、体のみならず心のケアを行うことで、消費者のニーズに対応する。

上記の商品・サービスがどのように消費者の抱えている課題を解決できるのかを書く。

## 4 競合分析と競争優位性

### (1) 競合の状況

整骨院は個人事業主が多く、参入障壁も低いこともあって、近時、多数開院している。また、柔道整復師の資格を持たないいわゆるマッサージ店のような医院も多く、手技をメインに高額の治療を行うものも少なくない。

開業予定地域周辺には整骨院が1医院存在するほか、オフィス街のためクイックマッサージ店が1院、その外に、いわゆるカリスマ整体的な整骨院があり、連日予約が取れない状況で大変なにぎわいを見せている。また、8～9千円の施術料を設定している。

競合となりそうな業者は残さずに挙げる。それぞれの特徴がよくわかるように商品・サービスの内容・強み・価格等の概略を記載する。

### (2) 優位性と他社比較 14

日本国内においてスーパー筋肉再生メソッドで施術可能な治療院は当医院のほか、か所しかなく、秋葉原周辺に同施術を行う医院はない。また、適切な心のケアまでできる治療院はない。

比較項目	当整骨院	A整体院	B整骨院	Cマッサージ店
コンセプト	・スーパー筋肉再生メソッド ・柔道整復師 ・臨床心理士によるトータル施術	カリスマ整体師A氏による手技	保険適用内の柔道整復師の施術	保険適用外のクイックマッサージ
ターゲット顧客	アスリート運動部学生	サラリーマン・主婦層	高齢者	サラリーマン・OL
効果	早期回復 心理ケア付	大きな回復が評判	通常の施術評価	リラクゼーション効果
価格(円)	保険外診療 3,000～5,000 保険内診療 1,000	保険外のみ 8,000～9,000	保険内診療 1,000	保険外のみ 15分 1,000
立地	駅から徒歩8分 路面(自宅)	駅から徒歩5分 路面医院	駅から徒歩10分 医療ビル内	駅から徒歩3分 商業ビル内

競合と比べて、自社がどの点に優れているのか、競争において消費者に何を訴求していくのか、強豪との違いがわかるように特徴を整理する。

## 5 ターゲット市場

### (1)市場規模

民間調査会社の推計によれば整骨院の市場規模は院数で45,000院、売上高では約5,500億円(内、保険取扱高4,058億円)。

近時も順調に市場は成長中である。特に東京・大阪など大都市圏での増加が顕著である。

ターゲット市場の大きさがわかるように、可能な限り客観的なデータを用いて記載する。そのようなデータがない場合、独力などで集めた生のデータを提示する。

### (2)具体的なターゲット市場

①開業予定地(自宅)から徒歩10分以内のいわゆる丁目になるが、人口は前者が524人、後者が1,00人と5,700人を数える。

また、周辺1km圏内には大学1校、都立高校1校、私立高校1校、中学校2校(運動部所属学生は推計800名)がある。

経産省の調査によると、整骨院の利用率は性別、年齢(20歳~60歳)での差は殆どなく「よく利用する」が約13%(利用経験者は43%に上る)である。このことから、第一商圈の昼間人口1万3,500人の内利用率の高い1,800人(潜在需要は5,800人)、および高校・大学の運動部所属者の利用率統計はないが代表の経験から2人に1人は利用していることから約400人合計2,200人をメインターゲットとする。

②出身の高校・大学・企業に在籍する(社会人野球)運動部員、およびプロ・アマのチーム、スポーツ協会に所属するアスリートをサブターゲットとする。

商品・サービスの特性からターゲット市場を絞り込み、当該ターゲット市場を数字データ等を使いながら、具体的かつ詳細に記載する。

## 6 マーケティング状況・結果

### ・近隣対策

地元の商店会、A高校を訪問しヒアリングを実施。開院予定の自宅は、もともと運動具店であったため、商店会や学校関係者に知り合いが多く、告知等に協力してもらえることになった。

特にA高校野球部の監督、部員のヒアリングでは、試合日程が迫った状況では多少お金をかけても早期回復させたいとのニーズが高いことが分かった。

また通りの並びには大手印刷会社の本社、大型オフィスビル、大規模病院、学校、商店、飲食店が立地しているため人の流れが多いことから、チラシ・ティッシュ配りを根気強く行うことで飛び込み客・フリー客の集客につなげられる見込みが立った。

### ・アスリート・運動部対策

出身の大学野球部および社会人野球チームを訪ね、協力を依頼したところ、臨床心理士、柔道整復師およびスーパー筋肉系を得意とするアスリートに協力を依頼していただいていた。

特に所属していた社会人野球チームから、法公演を行ったところ、大変気に入って

プレマーケティングを行った結果を記載する。プレマーケティングの対象顧客、対象顧客の反応、反応から得た気づきを説明する。商品・サービスがその特徴、価格、ターゲット顧客に対し、販売可能性が高いと客観的に判断できるものであることが必要。

一の委嘱を受けることになり、早速4名の部員を治療することになった。  
 また、大学の体育会、スポーツ協会からも公演の依頼があり、手応えを感じている。  
 ・価格戦略

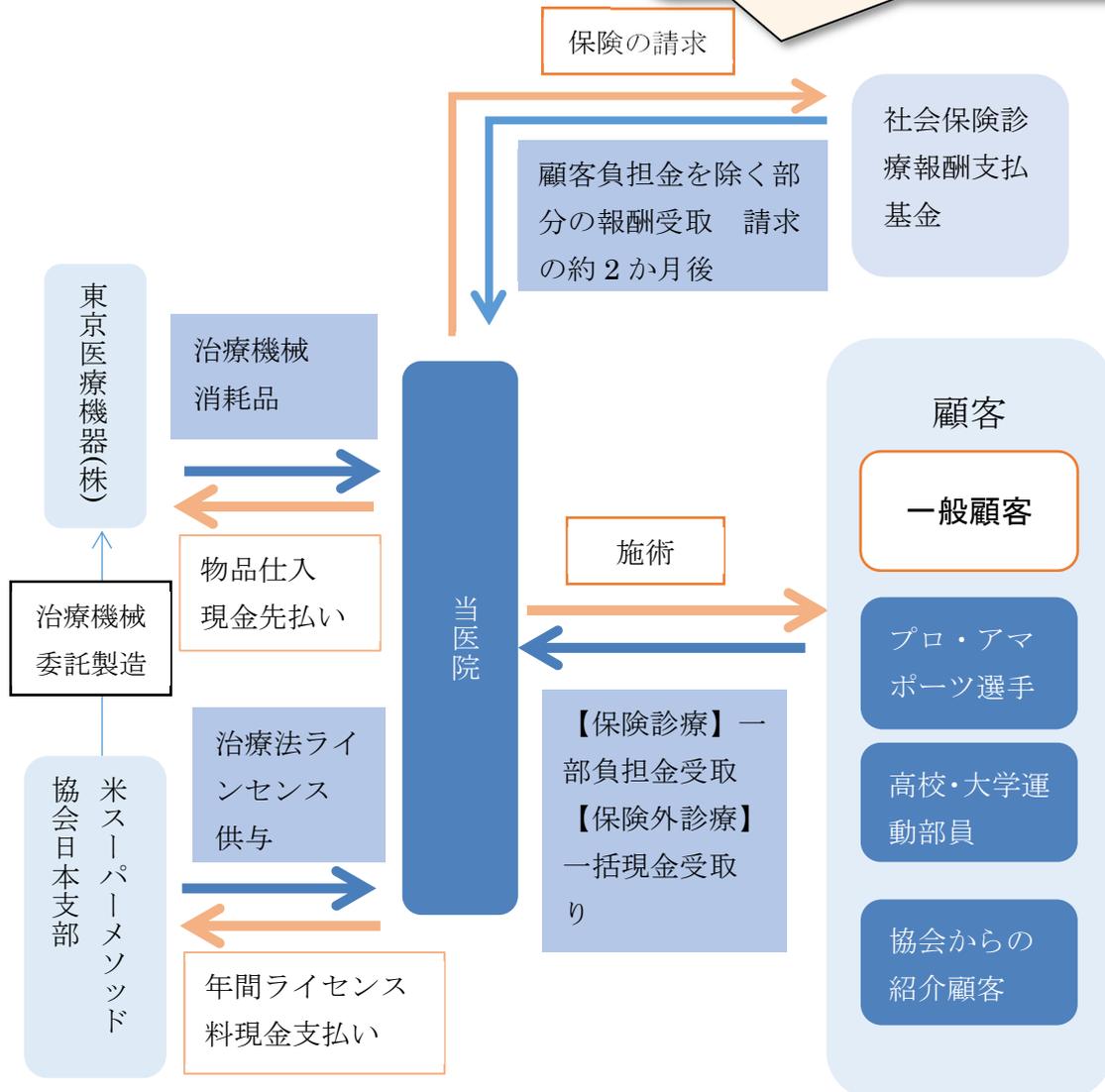
経産省の市場調査によると1回当たりの利用金額は1,000円未満が40%、3,000円未満が37%、3,000円以上が23%となっている。また、施術内容から見る料金相場は、保険のみ施術が1,000円、保険外の整体施術が4,000円、更に高度な施術が6,000円～8,000円程度になっている。

ヒアリングの結果、多少資金をかけてでも早期とがわかったが、当医院はこれらのニーズを踏まえて増やすことを考えており、学生向け3,000円、ところ他院より安く、かつ早く回復するので積極的に

自事業のすべての商流・物流を記載。

自社及び、ビジネスに関連する企業(顧客、流通業者、原材料供給業者、外注先、設計・開発業者他)等の関係をわかりやすく図示し、事業の全体像を説明する。また、同時に、カネ・モノ(製品・サービス)・情報の流れを図示する。

## 7 ビジネスモデル



## 8 販売計画

販売先名	所在地	回収条件		販売単価 (円)	販売数量 (人)	販売高(円)	粗利率
一般顧客(保険外) 社会人スポーツ選手	神田和泉町	100%現金回収	1年目	5,000	600	3,000,000	100%
			2年目		800	4,000,000	
			3年目		1,000	5,000,000	
一般顧客(保険外) 学生スポーツ選手	神田和泉町	100%現金回収	1年目	3,000	1,500	4,500,000	100%
			2年目		2,000	6,000,000	
			3年目		2,500	7,500,000	
一般顧客(保険診療) 学生	神田和泉町	70%翌々末回収	1年目	1,000	7,500	7,500,000	100%
			2年目		9,000	9,000,000	
			3年目		10,000	10,000,000	
合計			1年目			15,000,000	
			2年目			19,000,000	
			3年目			22,500,000	

顧客層ごとに、回収条件、販売高、粗利率について、その数値が達成できる十分な根拠をもって記載する。年を経過するごとに販売高が成長するようであれば成長の様子がわかるように記載する。  
収支計画、資金繰り計画との整合性が取れるように留意する。

## 9 仕入・経費計画

経費項目	仕入先名	所在地	支払条件	支払金額(円)
------	------	-----	------	---------

治療用消耗品	本郷医療	文京区本郷	20日締め翌月15日払	1年目 2年目 3年目	600,000 660,000 700,000
水道光熱費				1年目 2年目 3年目	1,200,000 1,300,000 1,400,000
人件費:代表				1年目 2年目 3年目	3,600,000 3,600,000 4,200,000
人件費:社員(1名)				1年目 2年目 3年目	3,000,000 3,000,000 3,300,000
人件費:パート(妻)				1年目 2年目 3年目	1,200,000 1,200,000 1,440,000
備品消耗品				1年目 2年目 3年目	600,000 660,000 700,000
販売促進費				1年目 2年目 3年目	600,000 650,000 700,000
リース料				1年目 2年目 3年目	1,200,000 1,200,000 1,200,000

**主要な経費科目ごとに、支払金額等を整理する。**  
**収支計画・資金繰り表との整合性が取れるように留意する。**

その他				1年目	1,200,000
				2年目	1,300,000
				3年目	1,400,000

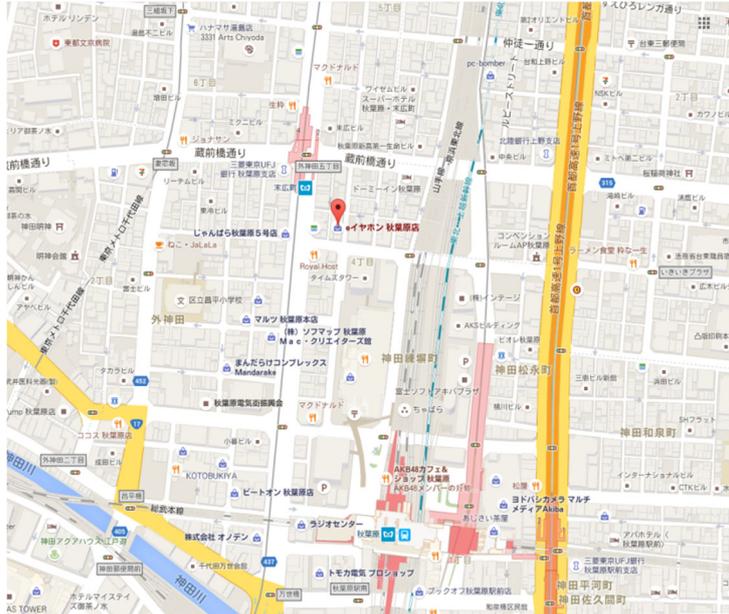
## 10 事業化計画

	2016 年1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	2017 年1月	2月	3月
会社設立登記		●													
機械購入・リース		●													
予約システム開発		●													
従業員採用 (1名)			●												
従業員教育				●											
店舗工事		●													
チラシ制作			●												
ホームページ制作			●												
チラシ配布				●											
学校挨拶、企業 挨拶				●											
各種届出					●										

開業					●					
開業3か月後実績把握・計画修正								●		

会社設立手続き、設備投資、人材採用計画、開発、販売等の業務別に、実施項目のスケジュールを作成する（1年先程度までを記載し、計画が見えるようにする）。

## 11 店舗計画

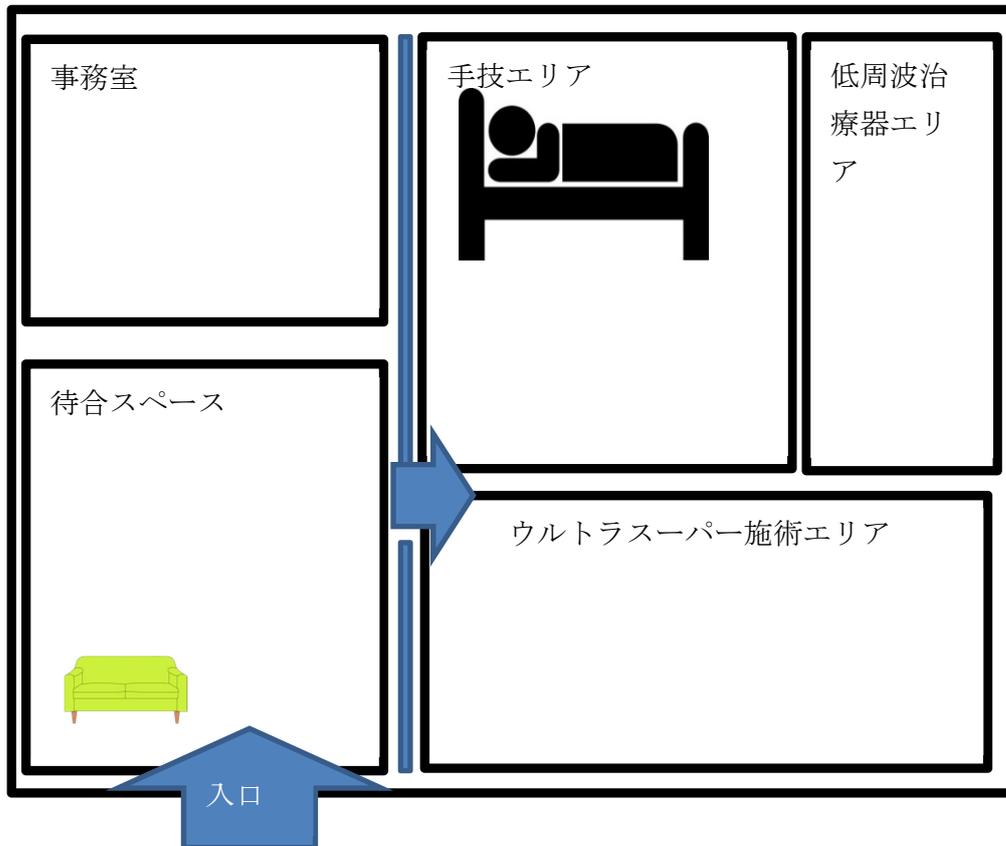


2017年2月改装工事  
2017年5月オープン

場所 秋葉原駅より徒歩8分。周辺はオフィスと住宅が混在するエリア。  
建物 築年数25年の3階建自宅ビルの1F。  
面積 50㎡

(地図は google map から引用)

### 店内レイアウト



## 12 資金計画

(単位:千円)

必要資金	7,000	調達方法・調達額	7,000
設備資金	4,510	自己資金	3,000
低周波治療器(中古)	250	三菱東京UFJ定期預金	2,000
ウルTRASーパー治療器一式(リース:月)	100 160	みずほ銀行普通預金	1,000
施術用ベッド・丸椅子(各4台)	200		
パソコン・プリンター・予約ソフト等一式	800 3,000	借入	4,000
レジ、空調機、机、椅子(待合室用)		日本政策金融公庫	4,000
内装工事			
運転資金	2,490		
開業前(3か月分)の人件費、広告費等	2,490		

事業に必要となる設備を網羅するほか、創業後の3か月程度の運転資金を記載する。

### 13 資金繰り表

(単位:千円)

	2017年2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	2018年1月	合計
前月繰越金		3,000	1,940	1,080	935	790	1,075	1,380	1,595	1,830	2,065	2,340	
収入	現金売上			810	810	810	810	810	810	810	850	850	7,370
	売掛金回収					430	450	430	450	450	500	500	3,210
	その他入金												0
	収入合計				810	810	1,240	1,260	1,240	1,260	1,260	1,350	10,580
支出	現金仕入			5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
	買掛金支払												0
	人件費支払		550	560	650	650	650	650	650	650	650	650	6,960
	その他支払		4,510	300	300	300	300	300	300	300	350	350	7,610
支出合計		5,060	860	955	955	955	955	955	955	955	1,005	1,005	14,615
差引不足額		▲ 5,060	▲ 860	▲ 145	▲ 145	285	305	285	305	305	345	345	▲ 4,035
財務 収支	出資、借入	3,000	4,000										7,000
	手形割引												0
	収入合計		4,000										4,000
	設備投資												0
	借入金返済							70	70	70	70	70	350
	支出合計							70	70	70	70	70	350
	差引合計		4,000						▲ 70	▲ 70	▲ 70	▲ 70	▲ 70
次月繰越金	3,000	1,940	1,080	935	790	1,075	1,380	1,595	1,830	2,065	2,340	2,615	

毎月の資金繰りを記載する。次月繰越金がマイナスにならないように留意する。売掛金の回収、銀行借入れが予定どおりに行われなくても資金が回るかどうかを確認する。

## 14 収支計画

(単位:千円)

		2018/1 期	2019/1 期	2020/1 期
売上高		15,000	19,000	22,500
原価		0	0	0
粗利益		15,000	19,000	22,500
一般管理 費販売費	人件費	7,800	7,800	8,940
	外注費	0	0	0
	水道光熱費	1,200	1,300	1,400
	リース料	1,200	1,200	1,200
	その他	2,400	2,610	2,800
営業利益		2,400	6,090	8,160
営業外収益				
営業外費 用	支払利息	80	70	60
	その他			
経常利益		2,320		

創業から3期分の収支計画を記載する。

## 15 事業リスク

分野	リスク	対応策
立地条件	・夜間人口が少なく昼間人口に偏重 ・駅から8分と遠い	近隣のビジネスマンの取り込み。運動部学生への情報発信
顧客開拓	顧客が集まらない	人脈を使ったPR チラシ・SNSの活用
施術サービス	スーパー筋肉再生メソッドの知名度不足	スーパーメソッド協会と共催し講習会実施
収益	保険点数の見直し 保険外は低価格化	整骨院団体の活動強化 価格に見合った満足度
訴訟・風評	治療失敗に対する訴訟 風評リスク	施術安全マニュアルの作成と教育。常に知識・技能を磨く
事業拡大	事業が発展しない	人脈を使って、先輩スタッフ先を探す 顧客満足

店舗開発・製造・販売などの分野別に考えられるリスクを洗い出し、対応策を検討・記載する