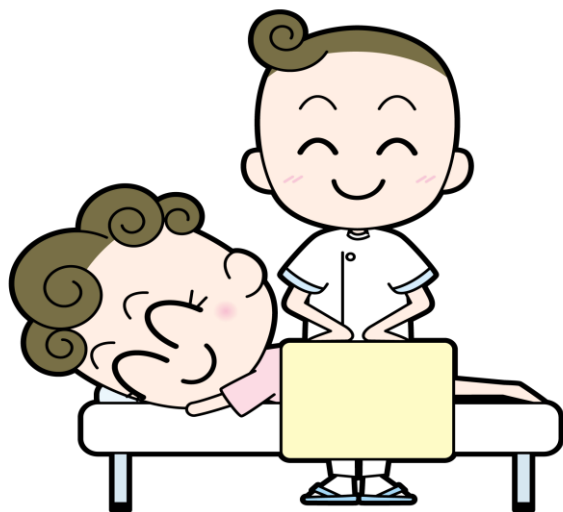


整骨院を創業される方へ



大阪ビジネスサポートプラザ

本冊子は、当プラザでの創業相談や「融資先ヒアリング調査」(注)をもとに作成したものです。実際に整骨院を創業された方の「生の声」や業種の特徴などをまとめました。

創業計画を練られるうえでの一助にいただければ幸いです。

平成22年7月
大阪ビジネスサポートプラザ

(注) ビジネスサポートプラザを利用して実際に創業した方を対象に、創業後6ヵ月後に行っている調査。主に創業後の営業状況等についてヒアリングにより調査しています。

目次

- 1 創業者からの声
 - (1) 出店計画について
 - (2) 売上計画について
 - (3) 宣伝方法について
 - (4) 雇用計画について
 - (5) その他
- 2 業界動向と経営指標
 - (1) 業界動向
 - (2) 押さえておきたい経営指標
- 3 創業事例
- 4 創業前のチェックリスト

1 創業者からの声

実際に整骨院を創業された方にお話をお聞きしてみると、ほとんどの方から「仕事の達成感があり、日々が充実している」、「自分がイメージしていたとおりの店ができとても満足している」、「自分の考えたことを自己責任で実行できるので、勤務時代よりはるかに楽しい」等の喜びの声を多くいただきます。

一方、「予想以上に現実が厳しい」、「もっと慎重に検討するべきだった」等の反省の声も少なからず聞かれます。ここでは、整骨院を開業された先輩方からいただいた「これから創業される方へのアドバイスと反省の声」を紹介します。

(1) 出店計画について

ライバル店の調査は大切です！

- ・ 付近の整形外科が競合相手となることを見落としていた。思わぬところで競合するケースもあるので市場調査は十分にしておくことを薦める。

(西淀川区)

地域のニーズにあったサービス提供を！

- ・ 長時間の施術ができることを強みとして創業したが、短時間の施術を好む主婦層の多い立地であったため、コンセプトとターゲットが一致せず低調なスタートとなった。

(高槻市)

人の流れは適確に把握しましょう！

- ・ 商業施設に通じる道に来院することで通行人を集客できると考えていたが、実際には半数の人が一本南の通りを使っていたので、予想していたほどの集客は図れなかった。

(城東区)

- ・ スポーツ選手の来院を期待して大学の近くに出院。期待ほどスポーツ選手の来院はなかったが、ロコミによる効果で近所の繁盛店からあふれた患者が来院したため、一般患者の来院は予測を大幅に上回った。

(吹田市)



(2) 売上計画について

予測どおりの売上確保は至難の業！

- ・ 開業当初は友人・知人の来院で売上は上がったが、その治療が一段落するととたんに売上が減少した。新規患者を集めることはすぐには難しいので、宣伝準備は創業前からじっくりしていくべきだと思う。

(都島区)

- ・ 鍼灸院は専門学校が謳うほど儲かる商売ではないことが開業してわかった。患者の健康を思う人でなければこの商売は続けられないと思う。

(吹田市)

- 機械設備は新規客を呼び込む材料にはなるが、固定化の材料にはならない。新規客をリピーターにして売上を伸ばすには、施術者や従業員の接客力と診療所の雰囲気重要なポイントになる。

(住吉区)

(3) 宣伝方法について

- 開業前に宣伝をほとんど行わなかったため、開業後しばらくは認知されず来院が少なかった。認知されるまで少なくとも3ヶ月はかかる。

(城東区)

宣伝の費用対効果を見極めは慎重に！

- ビラのポスティングを行ったが、HPやフリーペーパーに記事を掲載するのと同じくらい費用がかかったにもかかわらずあまり効果がなかった。ポスティングを行う場合は範囲を広くしても効果が薄い。徒歩もしくは自転車で通院できる半径500m程度に絞り行うことが妥当かもしれない。

(高槻市)

- 新聞広告を出したがほとんど反応がなかった。

(吹田市)

口コミは重要な宣伝媒体！

- 病院の整形外科へも通院している患者さんが当院を整形外科の患者に口コミで広げてくれている。その結果、病院の治療では満足できない人たちの来院が増えることになり売上も少しずつ増加してきている。

(城東区)

(4) 雇用計画について

- 開業届や従業員の雇用保険の手続きを社会保険労務士に依頼すると約5万円かかるので自分で行ったがかなり苦労した。

(都島区)

創業後の固定費見直しは至難！

- 求人誌の担当者のアドバイスでアルバイトの時給相場に従い時給850円から900円で求人広告を掲載したが、人件費が思いのほか資金繰りを圧迫している。給料を途中から下げることは難しいので、はじめは時給800円からにしておけばよかったと後悔している。

(福島区)



(5) その他

手持ち資金には余裕が必要！

- 運転資金に余裕がないと、備品・消耗品が不足したり、必要なアルバイトを雇えず患者への対応がおろそかになったりする。その結果、経営の余裕のなさが顧客に伝わり、リピーターを増やすことが難しくなる。

(高槻市)

- 機械設備のランクを当初の計画より下げ、その分運転資金を増やした。設備ランクを下げたことによる売上への影響は予想したより少なく、運転資金を増やしたことで資金繰りも余裕ができたことから、結果として順調な創業となった。

(住吉区)

軌道に乗せるには不断の努力を！

- ・ 技術向上のために全国柔道整復師協同組合の講習会を定期的に受講している。技術向上に役立つだけでなく、繁盛店の経営者の話が聞け、新しい人脈もできたりするので大変有意義なものになっている。

(吹田市)

創業時の設備投資は控えめに！

- ・ 創業後の来院者数等をみてレイアウト変更が必要になるケースもあることから、創業時から内装に多額の費用をかけることは控えたほうが良いかもしれない。

(高槻市)



2 業界動向と経営指標

社団法人金融財政事情研究会が発行する業種別事典は、最新のデータ情報に基づいて分析された業界動向が掲載され全国の金融機関に活用されています。また、日本政策金融公庫が数多くの企業を調査して作成した「小企業の経営指標」(中小企業リサーチセンター刊)は、小企業の数少ないデータとして活用されています。

ここでは、整骨院の業界動向に関するデータと特色、及び経営指標の一部を紹介します。

(1) 業界動向

<市場規模>

柔道整復師の専門学校は、平成11年まではわずか14校でしたが、平成18年には80校ほどまで急増しました。学校の増加とともに柔道整復師国家試験の受験者数も増加を続け、柔道整復師の数も年々増加しています(図表1)。

図表1 就業柔道整復師等の推移 (単位:人)

	柔道整復師	あんま・マッサージ ・指圧	はり師	きゅう師
平成10年	29,087	94,655	69,236	67,746
12	30,830	96,788	71,551	70,146
14	32,483	97,313	73,967	72,307
16	35,077	98,148	76,643	75,100
18	38,693	101,039	81,361	79,932
20	43,946	101,913	86,208	84,629

(資料) 厚生労働省大臣官房統計情報部編「平成20年衛生行政業務報告例」

また、柔道整復の施術所の数も年々増加しており（図表2）、その傾向は東京、大阪、愛知などの都市部で顕著になっています。

図表2 柔道整復師等の施術所（単位：件）

	柔道整復師 施術所	あんま・マッサージ・ 指圧施術所	はり・きゅう 施術所	あんまマッサージ指圧、 はり・きゅう施術所
平成10年	23,114	21,272	13,455	31,434
12	24,500	21,272	14,216	32,024
14	25,975	20,772	14,008	32,722
16	27,771	20,532	14,993	33,601
18	30,787	21,822	17,794	30,787
20	34,839	21,902	19,451	35,808

（資料）厚生労働省大臣官房統計情報部編「平成20年衛生行政業務報告例」

<需給動向>

健康に対する関心の高まり、女性の社会進出などにより、患者の痛みの治療に対するニーズが高まっています。それとともに、整骨院の同業者だけでなく、リフレクソロジーやリラクゼーションマッサージ院、カイロプラクティックなどの様々な施術所が増加し競合が激化しています。都市部では、ほとんどの商店街に少なくとも一軒の整骨院があるという過密状態になっています。

いかに患者のニーズをとらえ、固定客を増やしていけるかが、経営のポイントとなってきます。

参考文献 「第11次業種別審査事典」
（社）金融財政事業研究会

(2) 押さえておきたい経営指標（注）

（注）経営指標とは、日本政策金融公庫国民生活事業の融資先企業から抽出したサンプル企業の実績の平均値です。

（単位：％）

項目	業種	あんまマッサージ指圧師・はり師・きゅう師・柔道整復師の施術所		
		50万人以上の都市	15～50万人の都市	15万人未満の都市
売上高総利益率		94.2	94.8	93.6
人件費対売上高比率		56.5	54.1	51.3
諸経費対売上高比率		34.3	36.5	30.9
当座比率		271.8	382.1	277.1

（単位：千円／年）

項目	業種	あんまマッサージ指圧師・はり師・きゅう師・柔道整復師の施術所		
		50万人以上の都市	15～50万人の都市	15万人未満の都市
従業者1人当たり売上高		7,769	7,361	7,875
従業者1人当たり人件費		4,190	3,776	3,785

参考文献 「小企業の経営指標（2008年度版）」

（中小企業リサーチセンター）

(1) 収益性を表す経営指標

- ・ 売上高総利益率（％）＝売上総利益（売上－売上原価）／売上高×100
- ・ 人件費対売上高比率（％）＝人件費／売上高×100
- ・ 諸経費対売上高比率（％）＝諸経費／売上高×100

(2) 安全性を表す経営指標

- ・ 当座比率（％）＝（現金・預金＋受取手形＋売掛金）／流動負債×100

(3) 生産性を表す経営指標

- ・ 従業者1人当たり売上高（千円）＝売上高／従業者数
- ・ 従業者1人当たり人件費（千円）＝人件費／従業者数

3 創業事例

ここでは実際に創業された方の成功事例と失敗例を紹介します。
ほんの少しの配慮の違いで創業してからの成否が変わってくるよう
です。

事例 1

立地調査を入念にしたケース（成功例）

Aさんは整骨院の開業場所を選ぶにあたり、様々な要素を考慮して検討しました。具体的には、

- ① 以前勤務していた整骨院から遠くないこと
- ② 中心ターゲットとなる年配層が多く居住する地域であること
- ③ 交通量の多い通りに面すること

以上3つの条件を満たす場所の店舗を探しました。

オープン当初はAさんも他の創業者と同じく、売上がすぐにはあがらず厳しい時期が続きましたが、勤務時の馴染み客が来店していただいたおかげで何とか乗り切ることができました。その後は、創業前に周辺住宅にポスティングしたチラシと道路に面した看板により、店舗が徐々に認知され、3ヵ月後からは売上が増加し6ヵ月目には当初売上予測を大幅に上回るまでになったそうです。

事例 2

資金不足から計画を変更したケース（失敗例）

Bさんは当初、ショッピングモールのテナントで整骨院を創業する計画を作成しました。しかし、自己資金に対して借入金の割合が多い計画であったことから、総投資額を抑えるために店舗予定地を変更することになりました。新店舗予定地を探すのに要した時間はわずかに3日でした。

その後、Bさんは何とか創業にこぎつけましたが、創業予定地の調査を十分にしていなかったため、周辺には同業者が多いことに創業してはじめて気づいたそうです。このような状況ですから、売上も当初予測の半分と厳しい結果でした。

結局、Bさんは創業から約1年半で廃業することになってしまいました。



4 創業前のチェックリスト

立地

- 曜日、時間帯、天候など様々な条件のもとで通行量を調査したか。
- 予定地の店舗は、以前何の店であり閉店理由は何かを確認したか。
- 店舗の視認性・認知性の問題はないか。
- 店舗は入りやすい雰囲気になっているか。
- 商圈範囲に競合店が何軒あるか確認したか。

売上計画

- 客単価・回転率は競合店と比較して甘い予測になっていないか。
- 店の周知方法を考えているか。
- インターネットの活用を検討したか。
- 採算が取れる来客数を把握しているか。

資金計画

- 内外装工事は信頼できる工業者に頼んでいるか。
- 過大な設備投資を行っていないか。
- 居抜き店舗の場合、引き継ぐ設備を確認しているか。
- 追加工事が発生することを想定しているか。
- 運転資金に余裕があるか。

従業員

- 従業員は信頼のできる人材を確保しているか。
- 採用の際に、労働条件や就業規則などをきちんと伝えているか。
- 従業員をきちんと教育していく自信があるか。

その他

- 自分の健康や体力に自信があるか。
- 勤務時代と異なる生活リズムになることに家族の理解があるか。
- 困難な状況に追い込まれても耐える自信があるか。



皆様のご成功をお祈りいたします。

(発行) 大阪ビジネスサポートプラザ
〒530-0057 大阪市北区曽根崎2-3-5
(日本政策金融公庫 大阪支店 国民生活事業内)
TEL : (06) 6315-0312
FAX : (06) 6315-1183
<http://www.jfc.go.jp/>