〈経営計画〉①企業概要

当ジムは2026年2月に〇〇市の〇〇駅前（ビル2階・約40㎡）で開業した、女性専用のパーソナルトレーニングジムである。代表1名が指導を行い、受付と清掃をアルバイト1名が担当している。

【サービスと売上】主なサービスは、30〜50代の女性を対象とした月8回のマンツーマン指導（1か月49,800円）である。会員数は2026年9月末時点で28名、月商は約139万円で、開業から8か月で単月の黒字に達した。

【創業の経緯】開業前の2026年1月に〇〇市の特定創業支援等事業（創業セミナー全4回）を修了し、市の証明書を取得した。開業資金は自己資金300万円と日本政策金融公庫からの借入400万円で、トレーニング機器6台と内装に充てた。

【代表の経歴】代表は管理栄養士の資格を持ち、運動の指導と食事の相談を一人で一貫して行える。開業時から「運動だけでなく食事も一緒に見る」ことを当ジムの特徴にしている。

【現状のまとめ】体験に来た方の入会率は約7割と高い一方、体験の申込み自体が月5件前後にとどまっている。集客は会員の紹介と口コミに頼っており、新しい方が当ジムを知り、予約するための入口が無いことが課題である。

SAMPLE

〈経営計画〉②顧客ニーズと市場の動向

【いまの顧客】会員28名のうち24名が30〜50代の女性である。入会時に「入会を決めた理由」を聞くと、「大人数のジムは続かなかった」「食事の相談もしたい」が上位に挙がる。入会時アンケート（28名）では、当ジムを知ったきっかけが「知人の紹介」19名、「通りがかり」6名、「ネット検索」3名だった。ネット検索で見つけてくれた方もいるが、サイトに予約の機能が無いため、電話かメッセージで連絡をもらう必要がある。

【市場】○○市と隣接2市の人口は約21万人で、うち30〜50代の女性は約4.2万人である（市の統計・2025年）。市内のパーソナルジムは4店舗あるが、女性専用で食事指導まで行う店は当ジムだけである。

【見通し】体験に来た方の約7割が入会しており、「知ってもらい、予約してもらう」入口さえ作れば、会員を増やせる見込みがある。

SAMPLE

〈経営計画〉③自社や自社の提供する商品・サービスの強み　④経営方針・目標と今後のプラン

③強み：①代表が管理栄養士で、運動と食事を一人の担当が一貫して指導できる。②体験からの入会率が約7割と高い。③入会から3か月を過ぎた会員21名のうち18名（86%）が継続しており、来た人を定着させる力がある。
弱み：開業8か月で知名度が低く、予約の受け皿となるサイトが無い。指導は代表1名のため、受け入れられる会員は最大46名である。
④方針：「女性専用・食事まで一緒に」を軸に、地域の30〜50代女性に当ジムを知ってもらい、体験の申込みを増やす。
目標：体験の申込みを月5件から月15件へ、会員数を2027年9月末に42名（受け入れ上限46名の9割）にする。月商は約139万円から約209万円を目指す。
プラン：
・体験予約サイトを作り、空き枠から予約できるようにする
・地域情報誌に2回広告を出し、サイトへ誘導する
・体験者に食事記録シートを渡し、体験後の相談につなげる
・予約の経路と入会率を毎月記録し、広告の内容を見直す
・会員数が上限に近づいたら、トレーナー1名の採用を検討する

SAMPLE

〈補助事業計画〉①補助事業で行う事業名　②販路開拓等（生産性向上）の取組内容

①事業名：体験予約サイトと地域誌広告で30〜50代女性の新規会員を増やす（29字）

②取組内容：

（1）体験予約サイトの制作（ウェブサイト関連費）：会員の声、指導の流れ、空き枠から予約できるカレンダーを載せたサイトを、市内の制作会社に依頼して作る。

（2）地域情報誌への広告掲載（広報費）：○○市と隣接2市に配布される月刊の地域情報誌（発行5万部）に2回、体験予約サイトのQRコードを載せた広告を出す。読者のうち30〜50代女性が約6割（発行元の媒体資料）で、当ジムの対象と重なる。

（3）食事記録シートの印刷（広報費）：体験者に渡す2週間分の食事記録シートを1,000部印刷し、体験後の相談と入会の判断につなげる。

（4）体験用の体組成計の導入（機械装置等費）：体験時に体脂肪率と筋肉量を測り、結果シートを渡す。数値で変化を示すことで入会の判断材料にする。

実施体制：代表がサイトの内容と広告原稿を、アルバイト1名が予約の確認と体験者への連絡を担当する。

この取組は、紹介と口コミに頼っていた集客に「知る→予約する」入口を作るものであり、既存の会員向けサービスの延長ではない新しい販路の開拓である。

SAMPLE

〈補助事業計画〉③業務効率化（生産性向上）の取組内容　④補助事業の効果

③業務効率化：電話とSNSのメッセージで受けていた体験の予約を、サイトの予約カレンダーに置き換える。予約の確認と日程調整にかかっていた週4時間を減らし、その時間を体験者への食事相談に充てる。
④効果：体験の申込みを月5件から月15件へ増やす。入会率を現状の7割から6割と控えめに見ても新規入会は月9名で、退会を差し引いても2027年9月末に会員42名（受け入れ上限46名の9割・純増14名）に届く。月商は約70万円増（1か月49,800円×14名）、約139万円から約209万円を見込む。
根拠：アンケートで「ネット検索」で知った人が3名いる一方で予約の受け皿が無かったこと、地域情報誌の読者のうち30〜50代女性が約6割で当ジムの対象と一致すること、体験からの入会率が約7割あること。
予約の経路・体験数・入会率を毎月記録し、2回目の広告の前に内容を見直す。会員数が受け入れ上限に近づいた段階で、トレーナー1名の採用を検討する。

SAMPLE

経費明細表と補助金額（架空の数字）

③ウェブサイト関連費　体験予約サイトの制作　300,000円
②広報費　地域情報誌の広告（2回）　360,000円
②広報費　食事記録シートの印刷（1,000部）　90,000円
①機械装置等費　体験用の体組成計　360,000円
補助対象経費の合計　1,110,000円
補助率2/3　補助金申請額　740,000円（ウェブサイト関連費200,000円＋広報費300,000円＋機械装置等費240,000円・上限200万円の範囲内）
※ウェブサイト関連費と広報費の補助額は、どちらも区分ごとの上限30万円以内（公募要領 第9版）。どちらか単独の申請ではない。
※金額・区分は公募要領で確認し、自社の見積に置き換える。

この見本は架空の例：開業8か月のパーソナルジム（代表1人＋アルバイト1人・市の創業支援セミナーを修了）。モラエタが架空の事業者と数字で作った例で、採択実例ではありません。実際の下書きは、本人の答えと数字だけをもとに作られます。

SAMPLE