

PRESS RELEASE

一般社団法人東京都中小企業診断士協会「エリアマーケティング研究会」 「整体・カイロプラクティック消費者ニーズ調査」を実施

一般社団法人東京都中小企業診断士協会「エリアマーケティング研究会」（代表：齊藤睦美）は、「整体・カイロプラクティックに関する消費者ニーズ」について調査を実施し、その分析結果を2025年5月14日に発表しました。

■ 調査要綱

- ・調査期間：2024年10月7日～11月30日
- ・調査手法：WEBによるアンケート
- ・回答者数：121（男性75%、女性24%、無回答1%）

※掲載されている情報は、掲載日現在のものです。

予告なしに変更されることがございますので、あらかじめご了承ください。

一般社団法人東京都中小企業診断士協会

エリアマーケティング研究会

代表者：齊藤 睦美

所在地：東京都新宿区高田馬場 3-16-11

TEL：03-5309-2797

URL：https://area-marketing.net_

サービス内容：葬儀業経営診断、事業承継コンサルティング、各種補助金申請支援

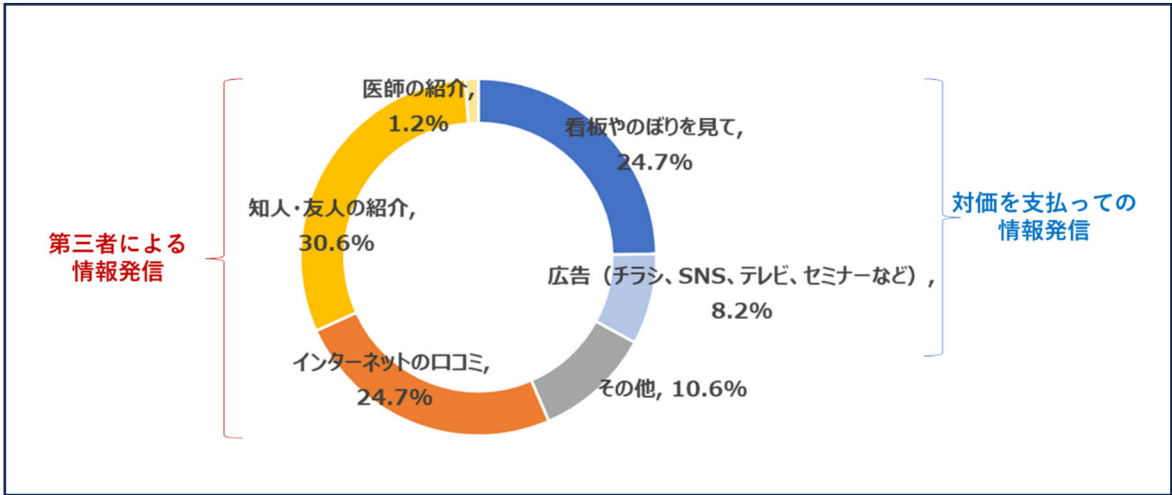
1. 受けている施術の種類

受けている施術の種類は、全体ではマッサージが81.2%と高く、以下、ストレッチ(35.3%)、骨格矯正（30.6%）が続く。しかし、月に1回以上定期的に通院している人に限ると、骨格矯正や姿勢矯正の比率が高かった。

	人数	骨格矯正	姿勢矯正	ストレッチ	マッサージ	神経機能改善	筋膜リリース
週に1回以上	4	100.00%	25.00%	25.00%	75.00%	25.00%	0.00%
月に1～2回	26	34.60%	23.10%	46.20%	76.90%	0.00%	7.70%
2ヶ月に1回	11	9.10%	0.00%	36.40%	100.00%	0.00%	0.00%
年に数回	24	25.00%	4.20%	20.80%	87.50%	0.00%	0.00%
年に1回かそれ以下	20	30.00%	20.00%	40.00%	70.00%	0.00%	5.00%
総計	85	30.60%	14.10%	35.30%	81.20%	1.20%	3.50%

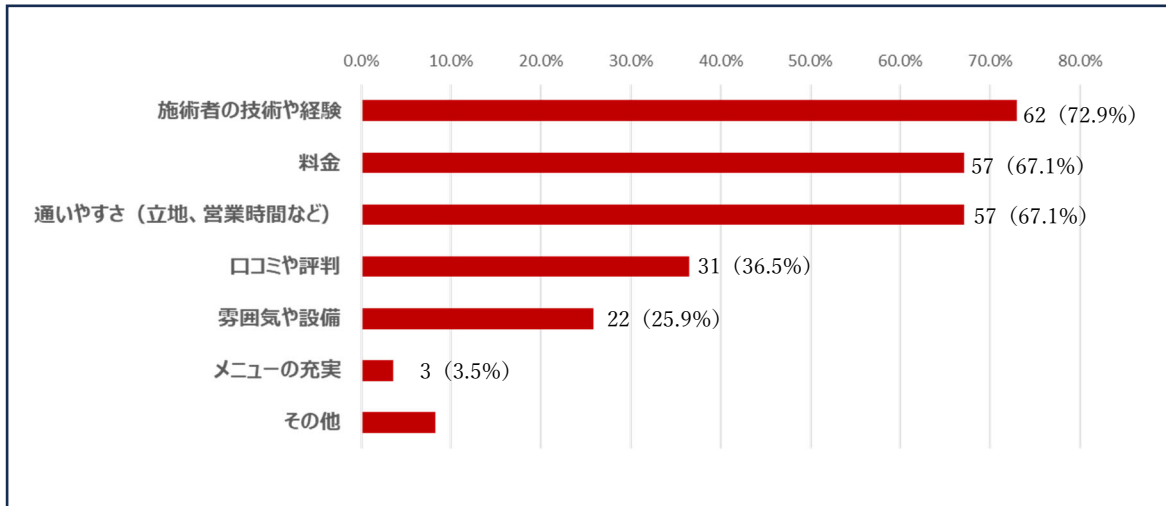
2. 通院のきっかけ

看板・のぼり・広告など施設側のペイドメディア（対価を支払っての情報発信）がきっかけという回答が 32.9%、ネットの口コミや知人・友人の紹介などアードメディア（第三者による金銭を伴わない情報発信）がきっかけという回答が 56.5%だった。



3. 通院先を選ぶポイント(複数回答可)

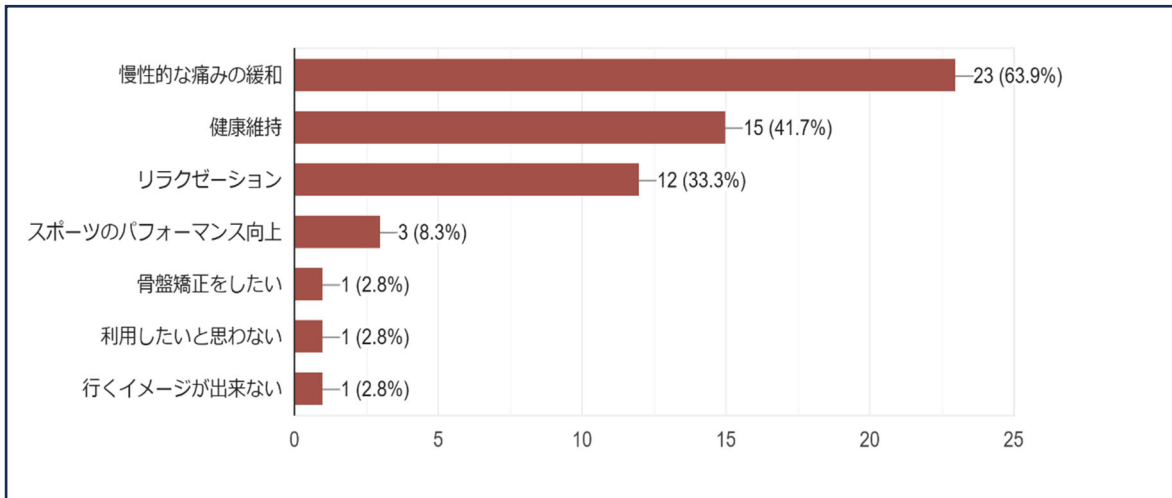
通院先を選ぶポイントとしては、効果に直結する「施術者の技術や経験」が 72.9%を占める一方で、「料金」、「使いやすさ」（ともに 67.1%）といった継続的に利用できることも選択する上で重要視されている。



4. 利用したことのない人への質問

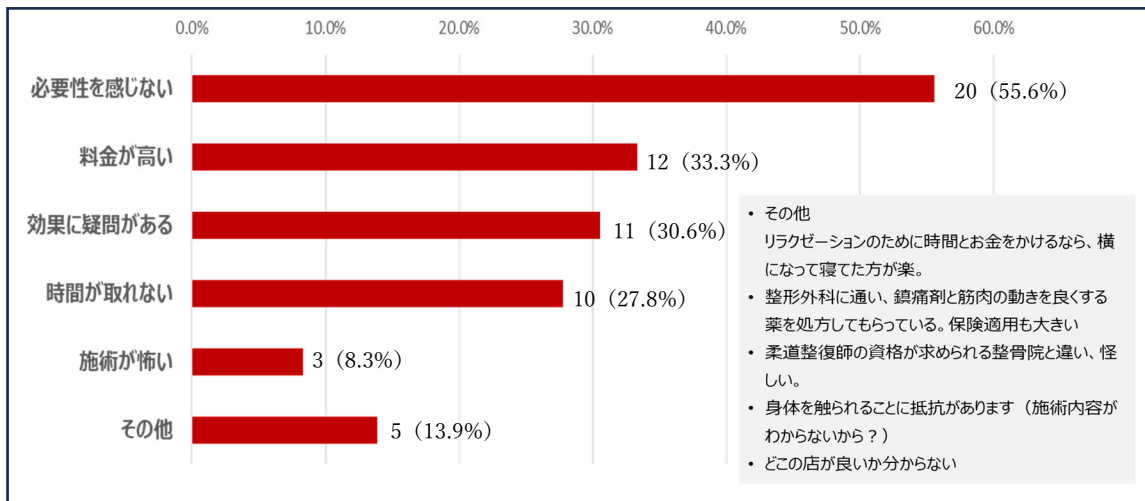
(1) どのような場合に利用したいか (複数選択可)

整体・カイロプラクティックを利用したことのない人に今後どのような場合に利用したいと考えるかと質問したところ、慢性的な痛みの緩和の必要性を感じる時（63.9%）がもっとも多く、以下、健康維持（41.7%）、リラクゼーション（33.3%）など日常生活の質向上を挙げる回答も多かった。



(2)通院しない理由(複数選択可)

興味があるけど通わないと回答した人に、その理由を質問したところ、「必要性を感じない」という回答がもっとも多かったが、「料金が高い」（33.3%）、「効果に疑問がある」（30.6%）、「時間が取れない」（30.6%）などの回答も多かった。



「報道関係者向けお問合せ先」：<https://area-marketing.net/contact/>

以上