

1. はじめに

2/15



目的

- ✓ 開業・運営資金の調達
- ✓ 経営の方向性明確化
- ✓ スタッフ採用・育成計画
- ✓ 美容室の成功に欠かせない要素を一度に整理

💡 経営計画書は「美容室経営の羅針盤」となります



ポイント

具体的に記述する

📊 具体的な数値

📅 明確な日付

👤 担当者



「実現可能性」を高める

曖昧な計画ではなく、実行可能なプランに

⚠ 定期的な見直しと更新が計画を生きたものにします

経営計画書は「書類を作成すること」がゴールではなく、「計画を実行すること」が本当の目的です

2. 基本構成要素 (1)

3/15



創業動機・経営者の略歴

🔥 創業動機

- ・ > 美容室を開業したい**背景や理由**
- ・ > 美容業界に対する**熱意や想い**
- ・ > どんな**社会課題**を解決したいか

👤 経営者の略歴

- ・ > スタイリストとしての**実績**（勤続年数・得意施術・受賞歴）
- ・ > 店長経験や**マネジメント経験**
- ・ > 人脈や**業界でのポジション**

💡 具体的なエピソードを交えると説得力が増します！



事業コンセプト・経営理念

📋 事業コンセプト

- ・ > どんな**価値**を提供する美容室なのか
- ・ > 他店との**差別化ポイント**
- ・ > コンセプトを**簡潔に明文化**すること

💡 経営理念

- ・ > **お客様**への約束・貢献
- ・ > **スタッフ**に対する姿勢
- ・ > **地域社会**への貢献

“ 経営理念は「なぜ」この事業を行うのかを明確にします

★ 創業動機と経営理念は、**融資審査**において重視される要素です。単なる「稼ぎたい」ではなく、**社会的意義**を伝えましょう。



ターゲット顧客の明確化

👤 想定顧客層



性別・年齢

女性 30代～40代



居住エリア

店舗から半径3km圏内



職業

オフィスワーカー・主婦



関心・趣味

美容・健康・ファッション

📍 立地特性

- ・ > 周辺環境（住宅街・繁華街・ビジネス街など）
- ・ > 人通りや交通アクセスの良さ
- ・ > エリア特性を活かした集客戦略

💡 狙いすぎず、かつ広すぎない適切な顧客層設定が成功の鍵！



サービス内容・メニュー設計

🏠 提供サービス

✂️ カット

💇 カラー

👉 パーマ

💇 ヘッドスパ

🌿 トリートメント

✂️ 縮毛矯正

👑 着付け

★ メイクアップ

- ・ > 基本メニュー以外の差別化サービスを検討
- ・ > オリジナルの施術メソッドや特徴

📋 メニュー構成

- ・ > ターゲットに合わせた価格帯設定
- ・ > 効率を考慮した所要時間設定（回転率）
- ・ > 複数のメニューを組み合わせたセットプラン



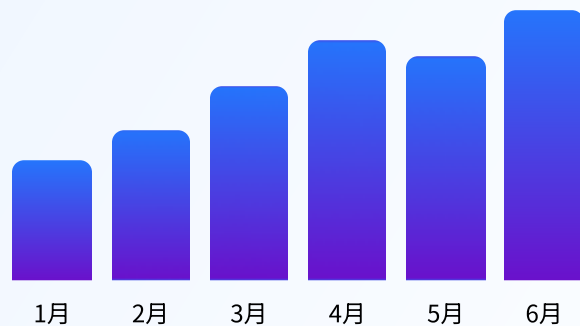
単価と回転率のバランスを考慮した収益性のあるメニュー構成が大切です



ターゲット顧客とサービス内容は密接に関連しています。顧客ニーズに合わせたサービス設計と、サービスに興味を持つ顧客層をしっかりと見定めましょう。



売上予測と収支計算



算出方法

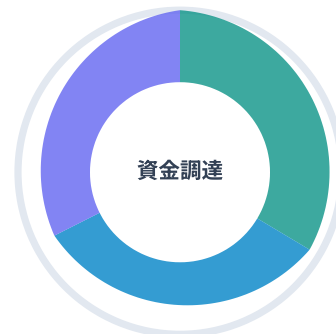
- 📅 1日あたりの来店客数 × 客単価
- 📅 月間営業日数を考慮
- 📈 季節変動やイベントも予測

経費項目

家賃 水道光熱費 材料費 人件費 広告費
保険料 消耗品費



資金計画・投資計画



自己資金 (40%)

● 借入金 (50%)

● 出資金 (10%)

投資計画

- 🔧 内装工事費 (店舗デザイン)
- 🏠 設備投資 (機材・家具)
- 📣 広告宣伝費 (オープン告知)



返済計画

返済スケジュール

- 📅 月々の返済額を明確に
- 📈 金利と返済期間の設定
- 📊 売上に対する返済負担率の確認

資金繰り

- 📅 キャッシュフロー表の作成
- 🛡️ 運転資金の余裕を持たせる
- ✅ 無理のない計画をアピール

⚠️ 売上が計画を下回った場合の代替案も用意しておく
と安心です

💡 経営者へのアドバイス

✅ 数値は根拠を持って設定する

✅ 少し保守的な予測で安全策を

✅ 季節変動を考慮した計画を

4. マーケティング戦略



市場分析・競合調査

📊 市場規模・トレンド

- 🏠 近隣の美容室数を調査
- ¥ 地域の客単価相場を把握
- ↗️ 美容トレンドの動向確認

👥 競合の強み・弱み

店舗	強み	弱み
A美容室	技術力	高価格
Bサロン	立地	回転重視
C美容院	低価格	施術環境

⇒ 自店が勝負できるポイントを見出す



差別化戦略

★ 強みの打ち出し

- ✂️ 特定技術の特化
(例: 髪質改善・ヘッドスパ・白髪染めなど)
- 🌿 オーガニック製品使用
肌や環境に優しい製品へのこだわり
- 🛋️ 内装・雰囲気
居心地の良い空間設計、テーマ性

¥ 価格設定

- 👑 高単価路線
高品質重視
 - ⚖️ 中価格帯
バランス型
 - 👉 リーズナブル
回転率重視
- ⇒ ターゲットに合わせた価格戦略を選択



集客方法（SNS活用含む）

SNS運用

- 📷 Instagram: ビジュアル中心の投稿
- 📱 LINE: クーポン配布・予約管理
- 🎵 TikTok: 施術動画・テクニック紹介

オンライン広告・口コミ

- 🔥 Hot Pepper
 - 📍 Google Maps
 - 🌐 口コミサイト
 - 📘 Facebook広告
- 💡 口コミ評価は積極的に返信して信頼性向上



マーケティング戦略のポイント

- ✅ 一貫したブランドメッセージを発信
- ✅ 顧客体験全体を設計する視点を持つ
- ✅ 費用対効果を定期的に検証する



具体的な売上目標

月間売上目標

〇〇万円

年間売上目標

〇〇〇万円

1月 2月 3月 4月 5月 6月

💡 季節要因を考慮した月ごとの変動も計画に反映させましょう



客単価・回転率などの指標

¥ 客単価

カット カラー パーマ
〇,〇〇〇〇,〇〇〇〇〇,〇〇〇
円 円 円

🔄 回転率

1時間あたり施術数
〇.〇人
1日あたり施術可能人数
〇〇人

🔄 リピート率

目標リピート率
〇〇%
📱 予約アプリ活用
📇 メンバーズカード

🏠 物販比率

目標物販比率
売上の〇〇%
💧 ヘアケア商品
💧 スタイルング剤

💡 KPIは定期的に測定・見直しを行うことが重要です



達成スケジュール

✅ 短期（3ヶ月以内）

- 📍 集客基盤づくり
- # SNS・広告戦略の確立
- 👥 初期顧客層の開拓

🔄 中期（6ヶ月～1年）

- 📈 安定的な売上確保
- 👤 人材育成プランの始動
- 📋 業務フローの最適化

🏠 長期（1年～3年）

- 👑 ブランディング強化
- 🏪 新店舗展開の検討
- 🏆 地域No.1サロンへのポジショニング

💡 数値目標は「希望」だけでなく「実現可能性」を考慮して設定しましょう。達成可能な目標から始め、徐々に高めていくアプローチが効果的です。

6. 実行計画

8/15

📌 6W2Hフレームワークの活用

このフレームワークは、計画の具体性と実行力を高めるために効果的なツールです



実行計画に6W2Hを活用するメリット



計画の抜け漏れを防止できる



責任の所在が明確になる



関係者間での認識統一ができる

💡 実行計画は「誰が見ても行動に移せる」レベルの具体性を目指しましょう。曖昧な表現を避け、数値や期日を含めることがポイントです。

6. 実行計画 - 人材計画

9/15



必要人員と採用計画

スタイリスト

〇名

独立したカット・カラー・パーマ施術ができるスタッフ

採用時期: 開業前〇ヶ月 / 売上〇〇万円達成時

採用媒体: 美容師専門求人サイト、SNS

アシスタント

〇名

シャンプー・カラー塗布・受付補助などを担当

採用時期: 開業時 / 予約数〇〇件/日達成時

採用媒体: 美容学校との連携、アルバイト求人

レセプション

〇名

受付・予約管理・会計・物販担当

採用時期: 客数〇〇人/日以上になった時点

採用媒体: 接客経験者向け求人サイト



育成方針

研修プログラム

新人研修

入社後〇ヶ月間、基礎技術の習得

定期研修

月〇回、最新技術・トレンド研修

外部セミナー

年〇回、メーカー主催研修参加

接客研修

カウンセリング・提案力向上

技術レベルの可視化

カット技術

レベル3/5

カラー技術

レベル2/5

接客スキル

レベル4/5

キャリアパスの設定

アシスタント
1-2年目



スタイリスト
3-5年目



トップスタイリスト
6年目以降

💡 人材計画のポイント

✔ 人材はコストではなく投資という視点で

✔ 評価制度を明確にして目標をもたせる

✔ 採用後の定着率を高める工夫を

6. 実行計画 - リスク管理

美容室経営には様々なリスクが伴います。事前に想定されるリスクを洗い出し、対策を準備しておくことで、万が一の事態にも迅速に対応することができます。



リスク洗い出し

発生し得るリスクを事前に想定しておく



競合激化

近隣に新規美容室がオープンし、顧客の流出が発生



スタッフ離職

技術者の突然の退職による顧客流出や業務停滞

売上減少

季節変動や経済状況による予想以上の売上減



感染症・自然災害

感染症流行や災害による営業停止



対策

リスクへの事前準備と対処プラン



競合対策

独自サービスの開発

会員制度の充実

技術レベルの継続的向上

顧客体験の差別化



人材リスク対策

働きやすい環境整備

キャリアパスの明確化

適切な評価制度

複数スタッフでの顧客フォロー



売上リスク対策

固定費の最適化

予約管理の徹底

物販収益の強化

季節イベントの実施

運転資金の確保



災害・感染症対策

BCP（事業継続計画）作成

保険加入

衛生管理の徹底

オンライン予約・決済導入



定期的な計画見直し

PDCAサイクルによる継続的改善



Plan

リスク計画



Do

対策実行



Check

効果検証



Action

改善・見直し

四半期ごとにリスク評価と対策見直しを実施



無料テンプレートをダウンロード

以下のソースから経営計画書のテンプレートが入手可能です：

- ✓ 日本政策金融公庫のウェブサイト
- ✓ 各地の商工会議所
- ✓ 中小企業支援サイトなど

1



専門家に相談

作成した計画書は客観的な視点でチェックしてもらいましょう：

- 👤 **税理士**：財務計画の妥当性
- 👤 **中小企業診断士**：事業の実現可能性
- 👤 **金融機関の担当者**：融資の観点
- 👤 **先輩サロンオーナー**：業界視点

3



基本項目を順に埋める

以下の順序で記入すると効率的に作成できます：

- 1 **創業動機**・経営者の強みを明記
- 2 ターゲット顧客層と**具体的な客層像**を設定
- 3 **サービス設計**と価格戦略を決定
- 4 具体的な**数値計画**を積み上げる

2



定期的にアップデート

経営計画書は「生きた文書」として活用しましょう：

- 📅 **四半期ごと**の振り返りと見直し
- 📈 市場変化に応じた**戦略の調整**
- 👥 スタッフの成長に合わせた**体制の見直し**

4

💡 実践的なアドバイス

✍️ 美容業界**特有の言葉**で表現すると伝わりやすい

🖼️ 写真や**イメージ画像**を活用して視覚的に

💖 数字だけでなく**想い**も伝える



経営計画書の意義



「羅針盤」としての役割

単なる書類ではなく、サロン経営を正しい方向へ導くための指針になります



資金調達のツール

融資審査の過程で、あなたの事業の実現可能性を証明する重要資料です



チームの一体感醸成

スタッフ全員が同じビジョンを共有し、目標に向かって進むための共通認識を作ります



経営計画書は**形だけ**作るのではなく、**実際に活用**することが大切です



成功のポイント



具体的な数値目標

曖昧な表現ではなく、測定可能な数値で目標を設定することで進捗が確認できます



実践可能なプロセス

理想だけでなく、実際に行動に移せるステップを明確にしましょう



オリジナリティの表現

競合美容室との差別化ポイントを明確に示すことが成功の鍵です



「誰のため」「何のため」を常に意識して、**顧客視点**を忘れないようにしましょう

役立つ参考リソース



日本政策金融公庫
創業支援サイト



地域商工会議所
経営相談窓口



美容業界団体
業界別経営資料