



日本のトップ企業と同じ水準のコンサルを受けてみませんか？

# Head for Higher Level

美容室・サロン経営を、さらなる高みへ

## 小手先のテクニックではなく

### 公認会計士・税理士による 美容室・サロン専門の本格的な経営支援

株式会社H2Bizは、公認会計士・税理士である共同代表2名により設立された、美容室・サロン専門の経営コンサルティング会社です。

私たちは、これまで公認会計士として世界4大会計事務所の一つであるEYに所属し、日本を代表する大企業に対して経営、財務、会計に関わる様々な経営支援を提供してきました。その中で、あらゆる業界の財務分析や成長性分析を実施してきましたが、私たちは“美容師”の皆様が持つ将来的なポテンシャルは非常に高いと考えています。

現在、AIやロボット化等の技術革新により製造工場だけでなくコンビニや飲食業等のサービス業にまで無人化が進んでいますが、美容師の皆様が持つ技術はロボット化することが極めて難しく、今後も必ず必要とされる技術です。

しかしながら、固定客からの安定収入や高い粗利率を実現しやすいと言われていた美容業界においても、想定している利益が獲得できずに廃業を余儀なくされてしまう美容室が多いことも事実です。また、黒字達成できている店舗でも本来獲得できたはずの利益を逃しているケースが多くあります。これは残念ながら経営を行う上で当然実施すべき基本的な事項が行われていないため起きていることが殆どです。



## 本質重視の経営支援を。

### 美容師の皆様が持つポテンシャルを 最大限に引き出す

美容師の皆様がこれまで培ってきた技術やノウハウと大企業レベルの高度な経営管理を融合すれば、必ず収益性が高く長期的に安定成長する美容室・サロンを作り上げることが可能です。

ただし、高度な経営管理のアドバイスを得意とする大組織のコンサルティングサービスは、美容室・サロンにとって過剰となる内容も多く、大組織としてのブランド料も相まって経営支援報酬が1000万円を超えることが一般的です。これは美容室・サロン経営者の皆様にとって現実的な選択肢ではありません。

そこで、私たちはかつて大企業に対して提供してきた高度な経営管理支援の内容を美容室・サロンにとって最も効果的な内容にカスタマイズすることで、美容師の皆様が持つ技術と大企業レベルの高度な経営管理の融合を実現します。

私たちの支援により美容師の皆様が持つポテンシャルを最大限に引き出すことをお約束します。



共同代表  
岸本 拓之 廣瀬 通考



### 公認会計士・税理士 代表取締役 岸本 拓之 Hiroyuki Kishimoto

公認会計士登録番号：第35608号  
税理士登録番号：第147412号

1990年12月21日生まれ。大阪府堺市出身。

2012年11月、大阪府立大学在学中に公認会計士試験に合格、2013年3月同大学を卒業。同2月世界4大会計事務所の一つである新日本有限責任監査法人(現、EY新日本有限責任監査法人)に入所し、その後、EYトランザクション・アドバイザー・サービス株式会社(現、EYストラテジー・アンド・コンサルティング株式会社)を経て、株式会社H2Bizを共同で設立し、代表取締役に就任。

EY新日本有限責任監査法人では、株式上場支援(IPO)、内部統制構築支援、IFRS(国際会計基準)導入支援や、製造業を中心とした東証一部グローバル企業の法定監査業務に従事。

EYストラテジー・アンド・コンサルティング株式会社では、国内M&AやクロスボーダーM&Aに係る財務デューデリジェンス(財務状況の調査)、企業価値評価、財務モデリング、無形資産の識別評価(PPA)、買収後の統合支援(PMI)等、国内海外問わず幅広いM&Aアドバイザー業務に従事。

兼職：

岸本公認会計士事務所 代表  
Ad Astella Ltd. 代表

1984年10月31日生まれ。岐阜県瑞穂市出身。

2006年3月国立岐阜工業高等専門学校を卒業し、2006年4月株式会社ニッソーサービスへ入社、カーナビゲーションシステム開発業務に従事。

2012年11月公認会計士試験に合格、2013年2月世界4大会計事務所の一つである新日本有限責任監査法人(現、EY新日本有限責任監査法人)に入所。退所後株式会社H2Bizを共同で設立し、代表取締役に就任。

EY新日本有限責任監査法人では、統括マネージャーとして連結売上高2兆円規模の東証一部大企業および中小企業の法定監査業務やIFRS(国際会計基準)導入支援、内部統制構築、財務アドバイザー業務等に従事。

兼職：

廣瀬公認会計士事務所 代表  
Blue M Inc. 代表

### 公認会計士・税理士 代表取締役 廣瀬 通考 Michitaka Hirose

公認会計士登録番号：第35385号  
税理士登録番号：第147408号



# 他の美容サロンのコンサルとの違い

～ Difference from other consultants ～

## よくある美容サロンのコンサル会社

Webで経営コンサルティングと検索すると膨大な数の会社がヒットしますが、そのほとんどが耳障りの良い言葉を並べた表面的なアドバイスや相談のみを行い非常に高額な報酬を請求しています。コンサルタントに資格要件はないため誰でも名乗ることができますが、それ故に的外れな経営分析が行われていたり、経営の知識や経験を持たず最悪の場合にはその場しのぎの誤ったアドバイスを行っている事例も散見されます。

一般的な美容サロンのコンサルで指南される売上アップ施策は、メニュー構成や価格の見せ方、販促手法の改善、SNSの活用方法からターゲットの再設定まで様々な施策がありますが、それらは市販の書籍やWebからも簡単に得られる情報が多くあります。

H2 Bizのコンサルは  
確かな知識と経験を基に

公認会計士・税理士が  
本質的な経営改善をサポート

### ◆ 情報の無料公開

H2 Bizでは、このような情報自体に高額なコンサル報酬を支払う必要はないと考えており、よくいわれる売上アップ施策を心理学に基づく根拠とともに、ホームページ上で解説しています。それ以外にも様々な経営に関する知識を解説しており役立つ情報ばかりなので是非ともご一読ください。

QR Code



URL <https://h2-biz.com/valuable-knowledge>

## H2 Bizのコンサル方針

私たちはこれまで公認会計士として日本を代表する大企業へ様々なコンサルティング業務を提供してきました。H2 Bizでは、そこで培った確かな知識と経験をもとに、様々なデータ・財務数値を活用して美容室・サロンの現状を正確に理解し、感覚的ではなく根拠のある的確な解決策のご提案、多店舗展開やITシステム導入、M&A、資金調達等幅広くサポートします。

クーポンの配布や広告宣伝費の過剰投入により一時的に売上が増加したところで、継続的かつ長期的に事業を運営できるわけではありません。重要なのは美容室・サロンごとで全く異なる経営状況を適切に把握し、本当に必要な施策は何なのかを数値に基づきしっかりと理解したうえで最適な施策を実行することです。

次ページ以降で、本質的な経営改善に必要なプロセス・ポイントを順を追ってご説明します。

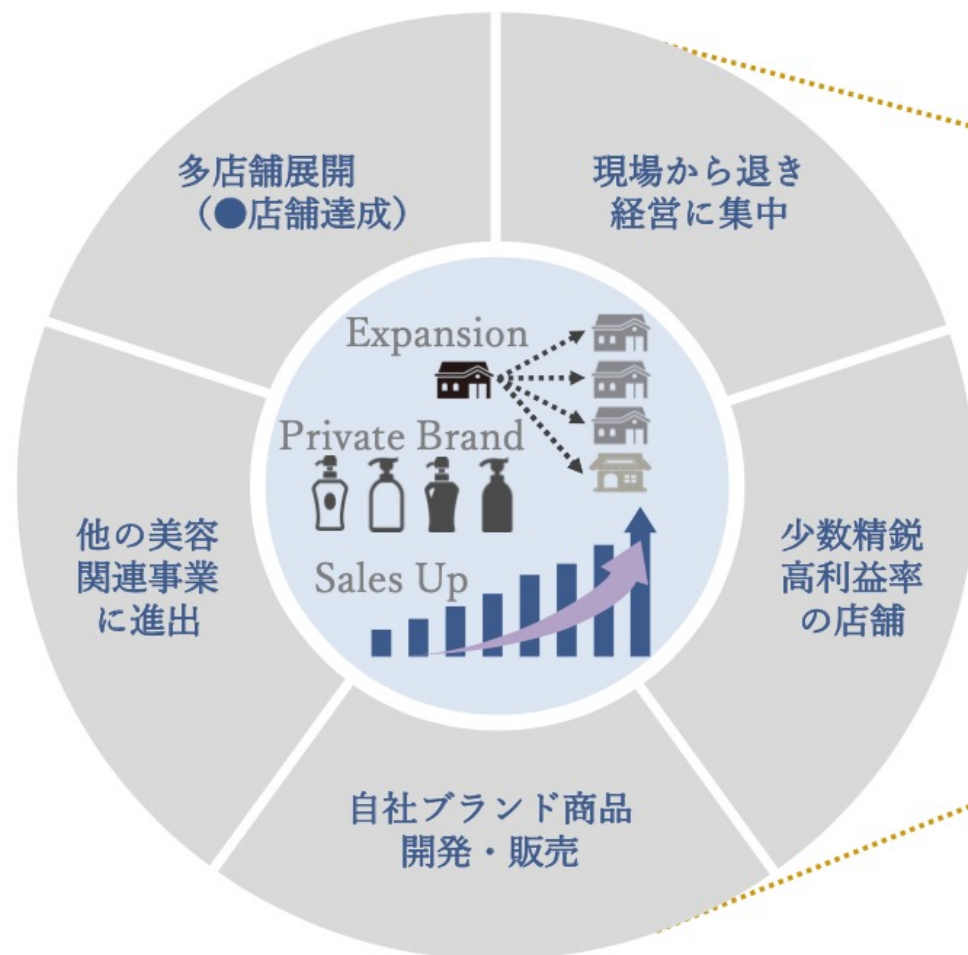
# 5年後、10年後の 明確なビジョンはありますか？

## ビジョン・理想の姿の再確認

開業当初は明確なビジョンがあったものの、日々の業務や資金繰りに追われる中で忘れかけているオーナー様も多いのではないのでしょうか。

この機会にいま一度「5年後、10年後の理想の姿」を考えていただくことで、実行すべき施策の方向性が明確になります。

### [ビジョンの具体例5つ]



## ビジョン設定の重要性

例えば、多店舗展開を目指すのか、少数精鋭高利益率の店舗を目指すのかでは取るべき施策が180度変わってきます。

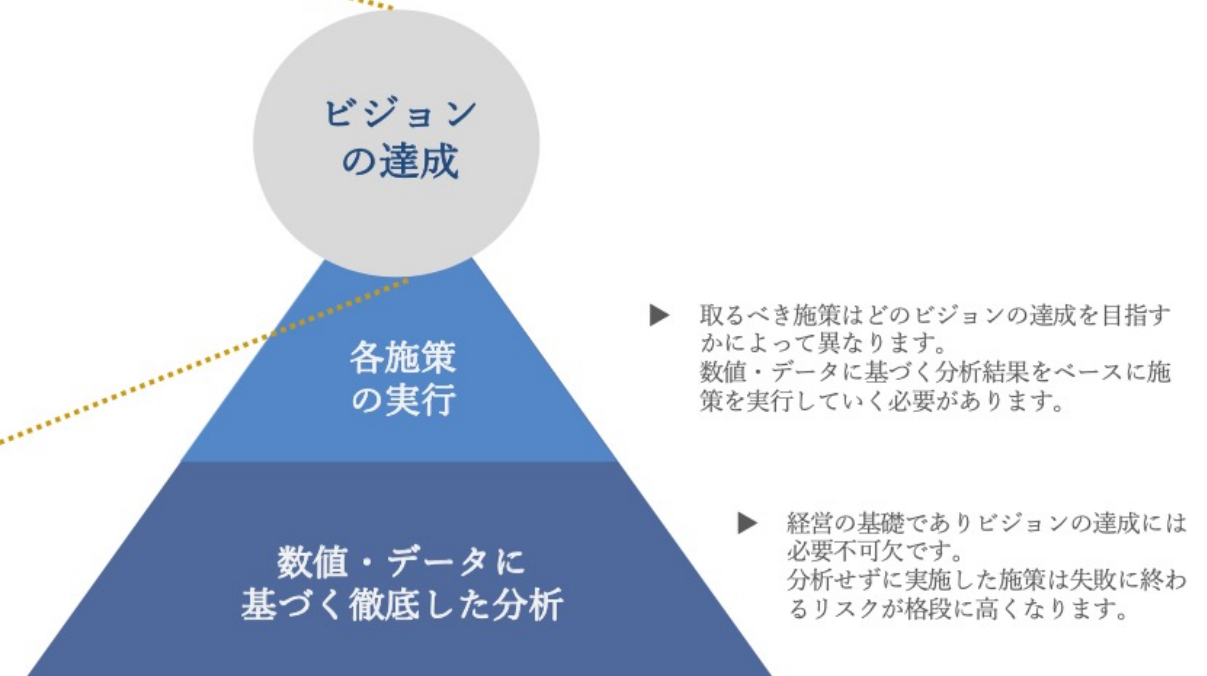
また、長期的な視点を持つことで、オンラインサロンやYouTube等で溢れかえっている短絡的な小手先のテクニックに騙されて失客するといったリスクも軽減できます。

### 【騙されてはいけない短絡的な小手先のテクニック例】

- × “効果抜群！極秘のマーケティング手法”
- × “これだけでOK！美容室経営分析の極意”
- × “まずは行動せよ！周りより先に行動すれば必ず勝てる！”

これまで多くの大企業・中小企業をみてきた経験から断言できますが**経営に魔法のような方法はありません。**

全ての施策の土台として「**数値・データに基づく徹底した分析**」が必要です。



# ビジョンから逆算して 具体的な道筋を描くことが重要

## 1st Stage

開業から黒字化までのステップは、感覚値による判断や経験に基づく判断で到達できるケースもあります。

しかしながら、黒字とはいえアシスタントを1名追加するとすぐに赤字になってしまう利益水準では、いつ再び赤字に転落するか分かりません。

また、黒字化まで辿り着けていない場合は早急に「感覚値による判断」から「客観的な数値分析に基づく判断」にシフトし、黒字化できていない要因を分析して適切な対応策を実行する必要があります。

## 2nd Stage

2nd Stageを飛ばしてビジョンの達成に向けて走り出すケースもありますが、多額の損失を抱えるなど失敗に終わることが非常に多いです。

結果として運良く成功するケースもありますが、経営はギャンブルではないため無謀なチャレンジは絶対に避けるべきです。

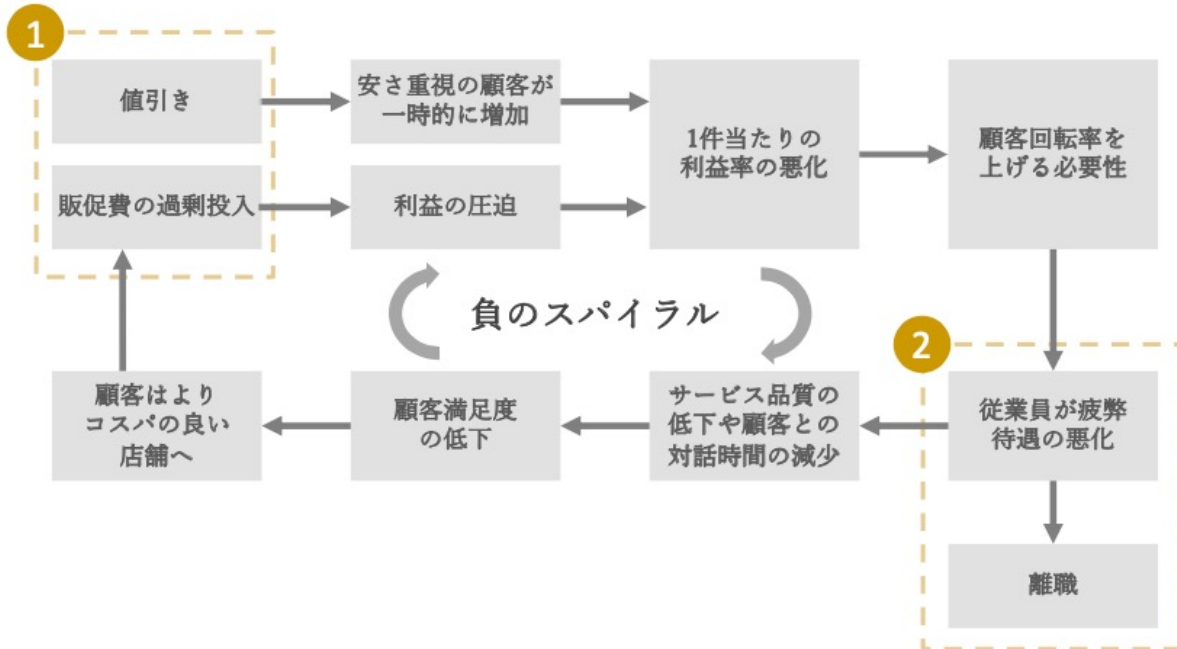
数値・データに基づき徹底的に分析をし、可能な限りリスクを減らした上で様々な施策を実行する必要があります。



# Royal Customerの獲得には 経営分析からの戦略立案が重要

## 負のスパイラルに陥らないために

無計画に値引きを行ったり販売促進費を過剰投入した場合、顧客が全く定着せずに負のスパイラルに陥ってしまうおそれがあります。



1 Royal Customer（優良な固定客）を獲得するためには、顧客単価の上昇と顧客満足度の向上を両立させる必要があります。

そのためには、競合店舗と比較した自店舗の強みや弱みを数値・データを基に理解し、成果に見合わない無駄な業務を数値面から分析・改善することで、**経営資源を顧客満足向上（他店舗との差別化）へ向けていく**ことが必要となります。

2 従業員満足度の向上のためには、単に待遇の改善を行うのみではなく明確なキャリアプランの提示や成長機会の提供、公平性と納得感のある人事評価基準の導入等、職場環境の改善が不可欠です。そのためには**規程類の整備や日々の業務のルール化を含めた内部統制の整備を行う**必要があります。

## Royal Customerの重要性

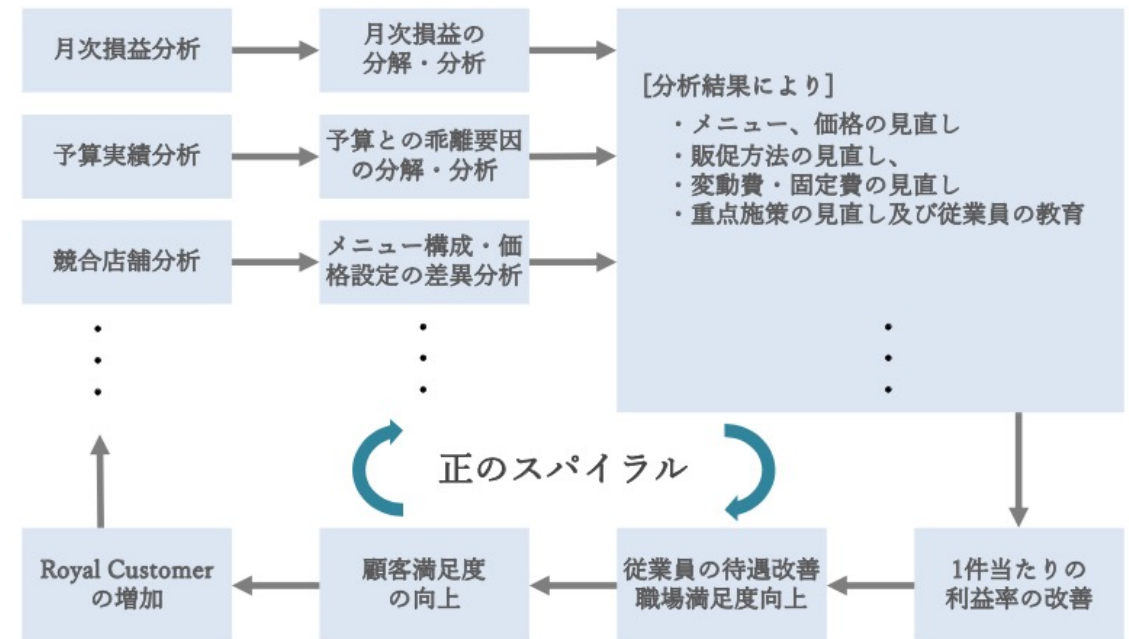
**Royal Customer**とは「企業の製品・サービスに対して忠誠心が高い顧客」を意味し、美容室・サロンにおいては一般顧客と比較して単価・来店頻度が非常に高い顧客を指します。

来店頻度が高いため顧客の性格や趣味、好みに合わせた接客を行うことができ、顧客との信頼関係がさらに強固になるという正のスパイラルを生み出すことができます。

Royal Customerが増えることで集客コストに振り回されない健全な店舗運営を行うことができ、従業員への十分な利益還元や成長機会の提供による人材定着を実現することができます。

どのような美容室・サロン経営においても**Royal Customerをどれだけ増やしていけるかが成功の鍵**となります。

徹底的に分析を実施し、メニュー構成、価格設定や販促方法などすべてに根拠(強固な仮説)を持って決定していく必要があります。  
分析、実行、再分析、改善を繰り返すことで、Royal Customerの増加に繋げることができます。



# 数値・データ分析に精通した ビジネスパートナーはいますか？

## 適切なビジネスパートナーとは

経営に関するビジネスパートナーとして顧問税理士が頭に浮かぶ方も多いかと思いますが、**顧問税理士の役割はあくまで税金の申告業務**です。

確定申告に必要な数値の“集計”は実施しますが、数値・データ分析や戦略策定の支援は一般的に専門業務の範囲外です。

弊社の代表は2名とも公認会計士・税理士なのでもちろん税金についても精通していますが、それよりも数値・データ分析や経営戦略策定を強みとしています。



## ビジネスパートナーの必要性



4社の頭文字を取って「GAF4」と呼ばれる世界的大企業の**創業者はアイデア・着眼点に優れたITの技術者であり会計・税務・ファイナンスの専門家ではありません。**



彼らのアイデアを実現するためには、必要資金の調達や市場分析、価格設定シミュレーション等、**あらゆる数値・データ分析を実施する必要があります。**このような分析を実施する役職は「CFO」と呼ばれ、**社長の参謀的な役割**を担います。



「CFO」は社長の右腕と言われる非常に重要なポジションです。**アイデアの実現、組織の長期的成長には数値分析に精通した「CFO」の役割が不可欠**となります。



因みに、H2 Bizの共同代表2名が所属していた会計事務所であるEYは米国においてGAF4社との会計監査を担当しており、EYのOBは名だたる大企業のCFOにも就任しています。

## 美容室・サロン経営にも同じことが言えます

美容室・サロンも世界的トップ企業と同じ経営構造を持っています。

優れた技術・芸術的センスを数値・データ分析と掛け合わせることで初めてアイデア・ビジョンが具体化し、長期的な成長に繋げることができます。

数値・データ分析を行わず上手くいく例もありますが、それは「偶然当たった」だけであり**ギャンブルのような経営からは早急に脱すべき**です。





# ビジョン達成に向けた 4つのステップの概要

4つのステップは一周実施して終わりではなく、何周も何周も繰り返し実行していくことが重要です。  
それぞれのステップの詳細な内容については、次ページ以降をご参照ください。

## 1st Step

店舗の現状理解

- ・月次試算表の作成、基礎分析  
⇒ P.17～18
- ・競合店舗分析  
⇒ P.19～20

## 2nd Step

ビジョンに基づく  
年間目標数値の設定

- ・年間・月次予算の策定  
⇒ P.21～22
- ・資金繰り分析  
⇒ P.23～24

## 3rd Step

予算達成に向けた施策の実行  
結果分析、改善の実行

- ・予算達成に向けた施策の実行  
⇒ P.21～22
- ・実績分析、改善の実行  
⇒ P.21～22

## 4th Step

内部統制の構築

- ・業務の仕組化  
⇒ P.25～26
- ・内部管理強化  
⇒ P.25～26

### 月次試算表の作成、基礎分析

- ・月次推移分析（季節変動等）
- ・指標分析（利益率、回転率等）
- ・コスト分析（固定分解）
- ・損益分岐点分析
- ・メニュー別売上・利益率分析
- ・顧客別売上・利益率分析

### 年間・月次予算の策定

- ・長期的ビジョンを明確化し、5～10年単位の目標を年単位・月次単位の予算数値に落とし込む
- ・詳細なデータに基づき、売上予測や利益予測のシミュレーション分析を実施

### 競合店舗分析

- ・ターゲット顧客が近似した店舗の選定
- ・メニュー構成、価格、従業員数、セット面、販促施策等の分析
- ・必要に応じて視察を実施
- ・自店舗の強み・弱みの把握分析

### 資金繰り分析

- ・資金繰りが予算達成に向けてのボトルネックにならないように日々資金繰り分析を実施
- ・ビジョン達成に必要な投資資金を確保

### 予算達成に向けた施策の実行

- ・予算策定時に検討した価格改定やメニュー構成の変更、経費見直し、販促施策等の実行

### 実績分析、改善の実行

- ・月次毎に予算と実績を比較分析し、今後の改善点を洗い出して必要に応じて軌道修正を実施
- ・翌月の計画施策に改善点を反映して実行

### 業務の仕組化

- ・利益に繋がる効果的・効率的な業務を洗い出しルール化する（非効率な業務の廃止）
- ・業務マニュアル、フローチャート図等を作成し従業員に浸透させる

### 内部管理強化

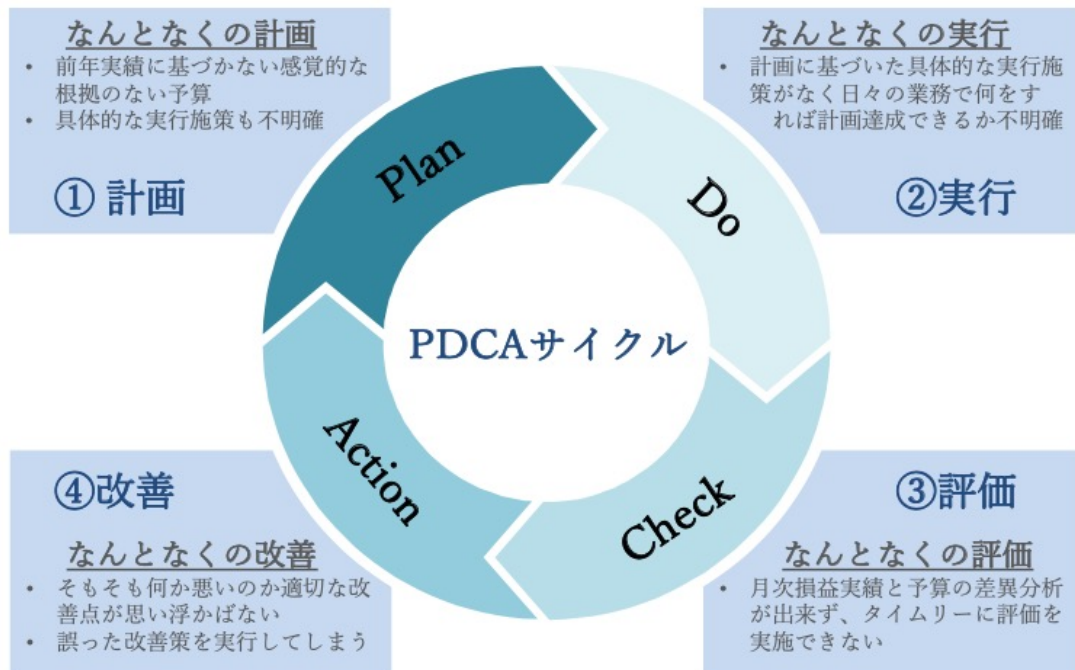
- ・部下への権限移譲
- ・多店舗展開にあたってモニタリングの仕組みや不正防止の仕組みの構築
- ・部下からの報告内容、報告タイミング等のレポートラインの構築

# ～基礎的な数値分析例～ 月次損益分析

## まずは月次試算表を作成する

試算表とは、日々の営業活動の結果を、損益状況や財政状態として客観的な数値で表すものです。月次で試算表を作成し適時に数値分析を行うことでタイムリーに経営上の問題点や課題を把握でき、解決策の立案に生かすことができます。月次試算表は後述する各種分析の最も基礎になる部分です。財務数値を顧問税理士に任せっきりで試算表がタイムリーに作成されていないと経営上の問題点に気付けずに対応が遅れ、経営に致命的なダメージを与えかねません。

## 月次損益分析を行わないと・・・



→ 全てのプロセスが「なんとなく」になりPDCAサイクルが全く機能しません

(\*) PDCAサイクルとは、Plan (計画) Do (実行) Check (測定・評価) Action (対策・改善) のプロセスを何度も繰り返し、業務の改善や経営の品質を高めることを言います。

## ◆ 試算表作成のポイント

Point

試算表を作るためには日々の記録が重要となります。昨今はITの発達によりPOSシステムやクラウド会計システム等を用いて簡単にデータを記録することができます。しかしながら、何となく記録するだけでは分析に必要なデータが蓄積されず、うまく分析に活用することができません。どのような分析のためにどの程度のデータを蓄積し、どのようにデータを整理するのが重要です。必要なデータを適切に記録、集計、分析することで、経営上の問題点等に対して有効な改善策を実行することができます。

## システムを活用し、必要な情報を蓄積・整理する



## H2 Bizの支援内容

H2 Bizでは、経営管理の基礎となる月次試算表の作成について情報の蓄積、整理、活用方法まで一貫してサポートします。また、さらに踏み込んだ分析（利益率・回転率等の指標分析、損益分岐点分析、メニュー別売上・利益率分析等）による問題点の把握、改善案のご提案まで幅広くご支援します。

～基礎的な数値分析例～

# 競合店舗分析

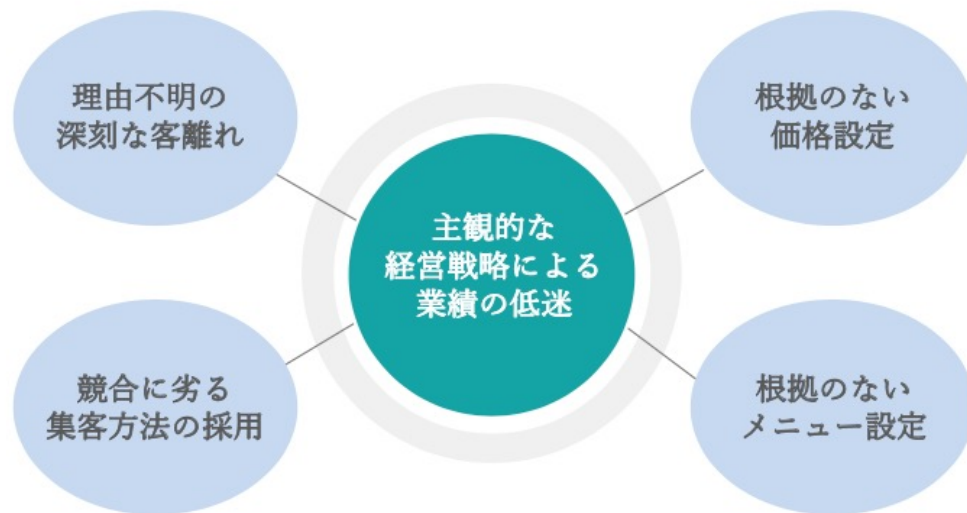
## 競合店舗分析で自店舗の戦略立案を

最適な価格設定やメニュー構成、施術時間等の経営方針を検討する際に有効な分析手法が競合他社（競合店舗）との比較です。

自店舗のリソースや目標利益等、内部情報のみを基に戦略を検討しても当然ながら期待通りに集客することはできません。

顧客のターゲット層や規模、立地等が類似している他の店舗と比較することで、これまで当たり前と思っていた自店舗の強みや弱みを把握することができ、他店舗の優れている点を取り入れたり自店舗の強みを強化して顧客基盤の充実、拡充を行うことができます。

### 競合店舗分析を行わないと・・・



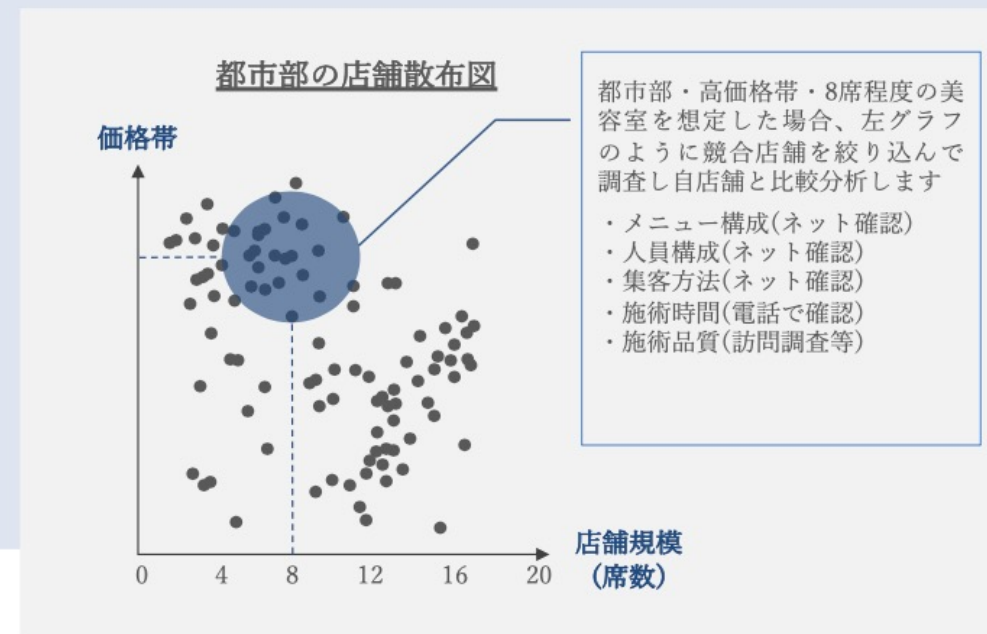
徹底的に競合店舗分析を実施し、価格設定から集客方法まですべてにおいて根拠(強固な仮説)を持って決定していく必要があります

## ◆ 競合店舗分析のポイント

Point

競合店舗分析は自店舗と環境や条件(立地、席数、顧客層、店舗数、売りメニュー等)に近い店舗との比較を行うことがポイントです。比較対象とすべき店舗を絞り込み、当該店舗のメニュー構成や価格設定、具体的な集客方法(Instagramの投稿頻度、HPの内容、クーポン割引等)、施術時間、施術品質等を分析する必要があります。

### 自店舗と似ている競合店舗と比較分析する



## H2 Bizの支援内容

H2 Bizでは、比較すべき店舗の絞り込みから選定された競合店舗の分析はもちろんのこと、当該分析情報を用いて貴店舗の相対的な立ち位置や強み弱みを分析し、適切な改善策(メニュー構成、価格設定、集客方法等の再検討)をご提案します。

～基礎的な数値分析例～

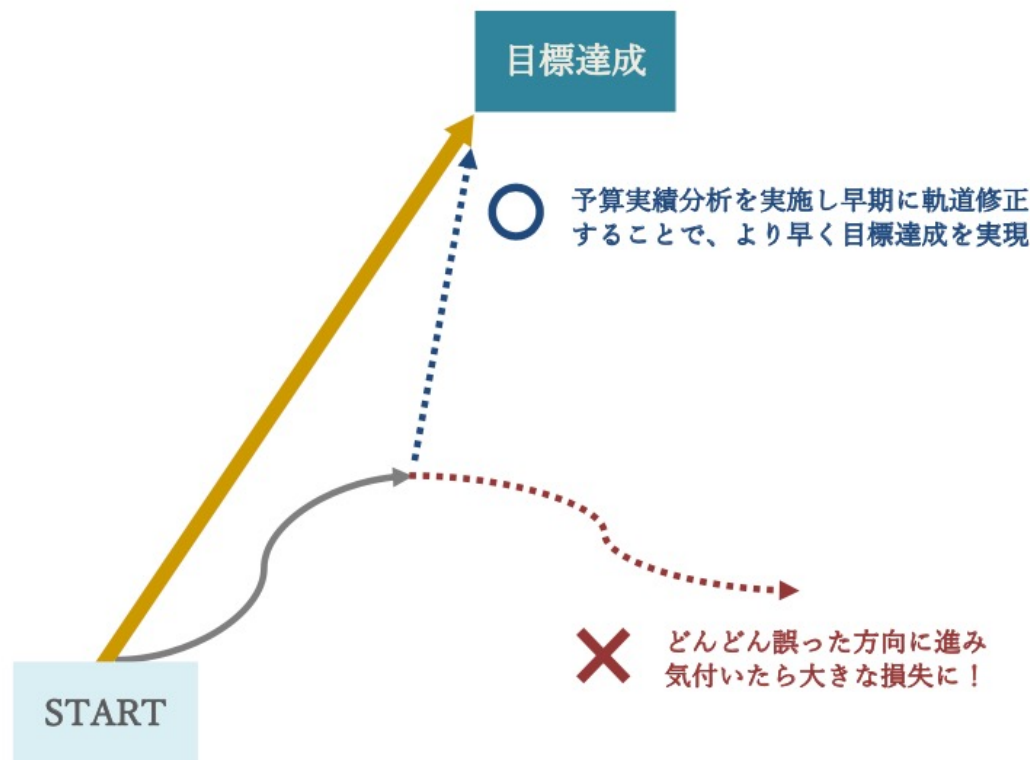
# 予算実績分析

## 予算をただの目標で終わらせない

予算の策定は、売上・利益目標を明確にし日々の業務を計画的に遂行するために必要不可欠です。メニュー構成や価格設定の見直しは勘に頼って実施するのではなく、顧客数や顧客単価にまで分解した詳細な予算を策定し、客観的な数値に基づいて検討していく必要があります。また、これらは前ページの競合店舗分析の結果と併せて検討することになります。

予算は策定して終わりではなく試算表で把握した実績数値とタイムリーに比較分析し、どの程度目標に対して順調に進んでいるかを把握して必要であればすぐに軌道修正することが重要です。

## 予算実績分析を行わないと・・・



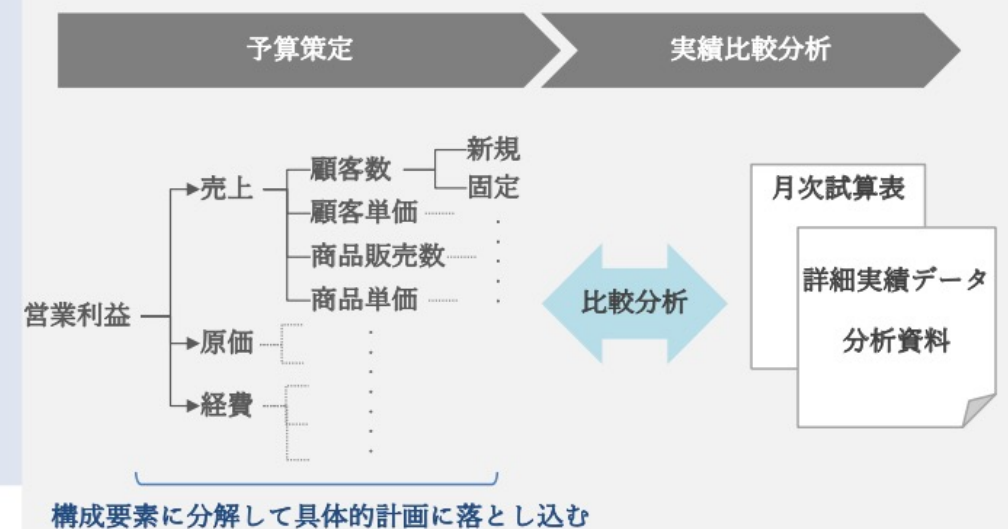
## ❖ 予算実績分析のポイント

Point

予算の策定というと、年間売上目標、利益目標等のざっくりした目標の設定がイメージされがちですが、ざっくりした目標では具体的な道筋が見えません。

年間の数値目標につながるKPI(重要業績評価指標、例えばスタイリスト毎の顧客リピート率、客単価等)を設定し、**KPI達成に向けての施策を日々の細かい業務レベルまで落とし込む必要があります**。日々の業務でどのような目標を達成すると月次目標を達成できるのか、また、毎月どのような目標を達成すると年間目標を達成できるのかを把握しておくことで現状の改善点が明確になり有効な対策を立てることができます。

## 予算策定から実績比較分析までのイメージ



## H2 Bizの支援内容

H2 Bizでは、あるべき予算の策定方法から従業員1人1人の具体的な行動計画までの落とし込み、最適なKPIの設定まで予算策定に関するサポートを一貫して提供します。

また、予算の策定後は実績との比較分析から改善策のご提案まで、継続してご支援します。

～基礎的な数値分析例～

# 競合店舗分析

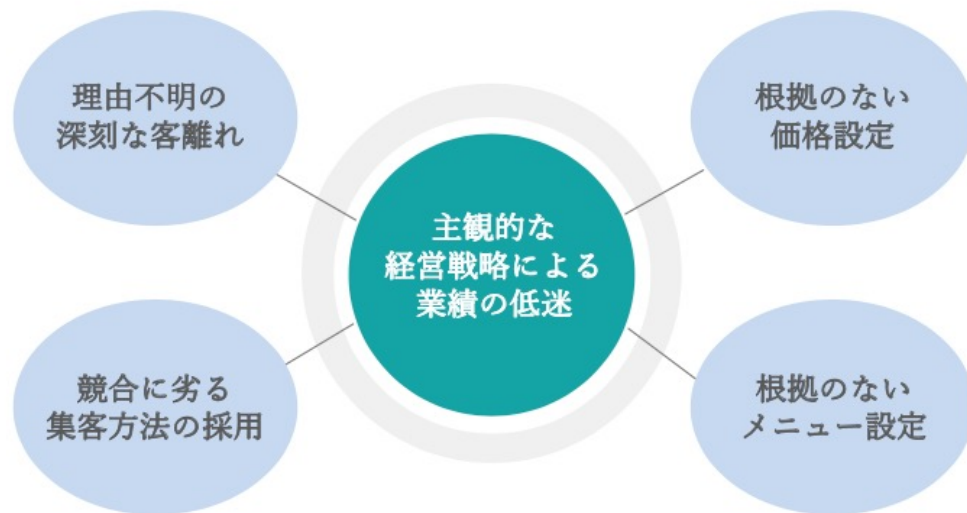
## 競合店舗分析で自店舗の戦略立案を

最適な価格設定やメニュー構成、施術時間等の経営方針を検討する際に有効な分析手法が競合他社（競合店舗）との比較です。

自店舗のリソースや目標利益等、内部情報のみを基に戦略を検討しても当然ながら期待通りに集客することはできません。

顧客のターゲット層や規模、立地等が類似している他の店舗と比較することで、これまで当たり前と思っていた自店舗の強みや弱みを把握することができ、他店舗の優れている点を取り入れたり自店舗の強みを強化して顧客基盤の充実、拡充を行うことができます。

### 競合店舗分析を行わないと・・・



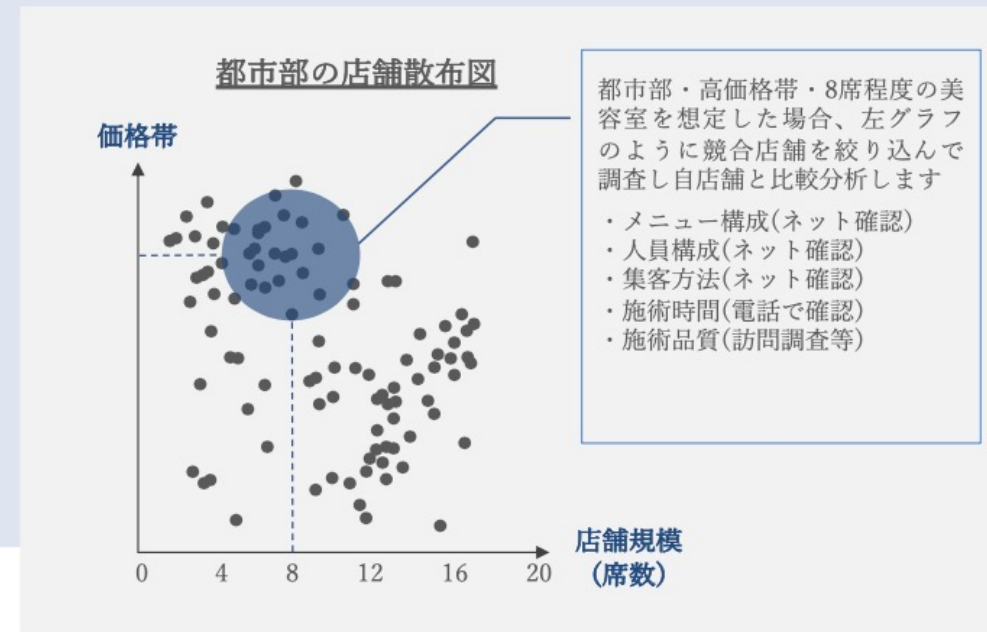
徹底的に競合店舗分析を実施し、価格設定から集客方法まですべてにおいて根拠(強固な仮説)を持って決定していく必要があります

### ◆ 競合店舗分析のポイント

Point

競合店舗分析は自店舗と環境や条件(立地、席数、顧客層、店舗数、売りメニュー等)に近い店舗との比較を行うことがポイントです。比較対象とすべき店舗を絞り込み、当該店舗のメニュー構成や価格設定、具体的な集客方法(Instagramの投稿頻度、HPの内容、クーポン割引等)、施術時間、施術品質等を分析する必要があります。

### 自店舗と似ている競合店舗と比較分析する



### H2 Bizの支援内容

H2 Bizでは、比較すべき店舗の絞り込みから選定された競合店舗の分析はもちろんのこと、当該分析情報を用いて貴店舗の相対的な立ち位置や強み弱みを分析し、適切な改善策(メニュー構成、価格設定、集客方法等の再検討)をご提案します。

～基礎的な数値分析例～

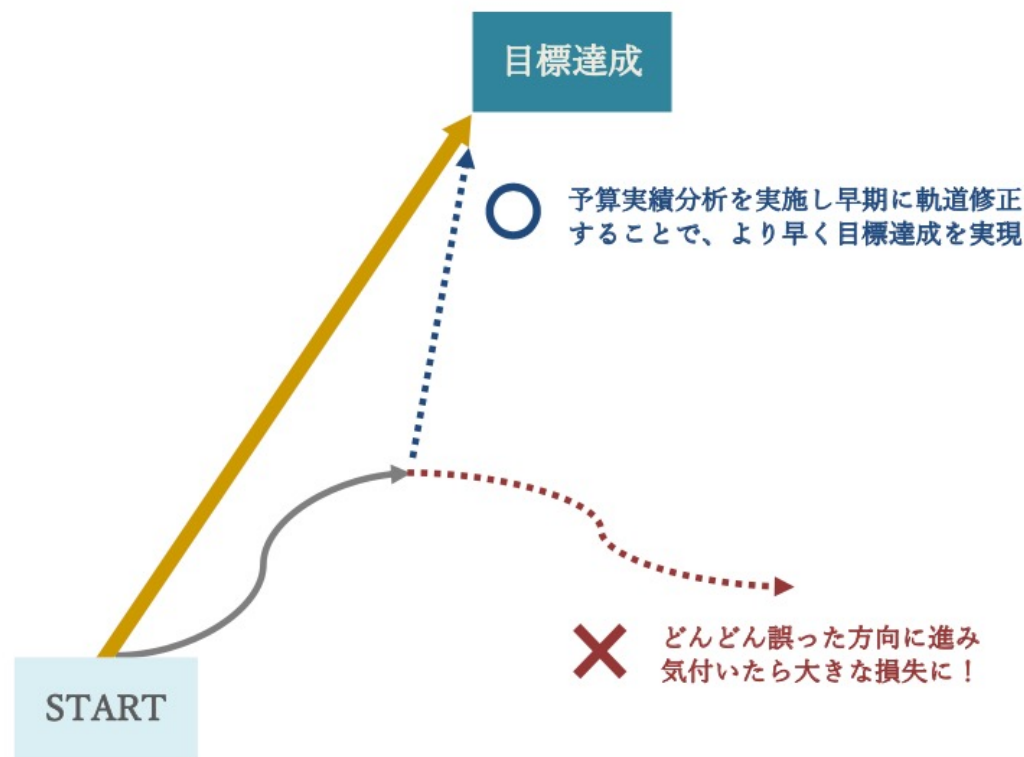
# 予算実績分析

## 予算をただの目標で終わらせない

予算の策定は、売上・利益目標を明確にし日々の業務を計画的に遂行するために必要不可欠です。メニュー構成や価格設定の見直しは勘に頼って実施するのではなく、顧客数や顧客単価にまで分解した詳細な予算を策定し、客観的な数値に基づいて検討していく必要があります。また、これらは前ページの競合店舗分析の結果と併せて検討することになります。

予算は策定して終わりではなく試算表で把握した実績数値とタイムリーに比較分析し、どの程度目標に対して順調に進んでいるかを把握して必要であればすぐに軌道修正することが重要です。

### 予算実績分析を行わないと・・・



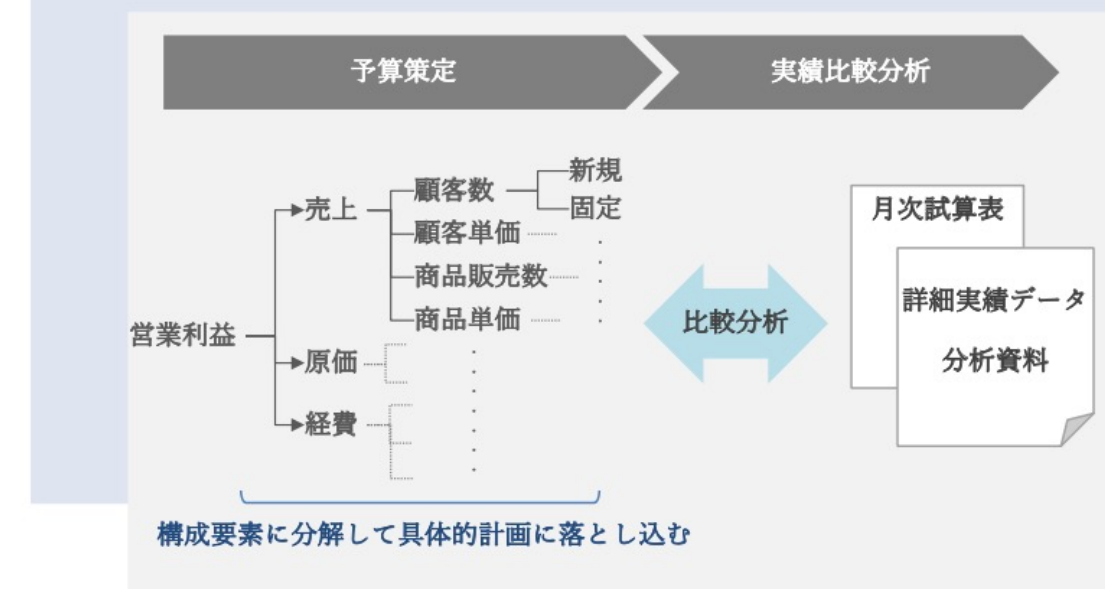
## ◆ 予算実績分析のポイント

Point

予算の策定というと、年間売上目標、利益目標等のざっくりした目標の設定がイメージされがちですが、ざっくりした目標では具体的な道筋が見えません。

年間の数値目標につながるKPI(重要業績評価指標、例えばスタイリスト毎の顧客リピート率、客単価等)を設定し、KPI達成に向けての施策を日々の細かい業務レベルまで落とし込む必要があります。日々の業務でどのような目標を達成すると月次目標を達成できるのか、また、毎月どのような目標を達成すると年間目標を達成できるのかを把握しておくことで現状の改善点が明確になり有効な対策を立てることができます。

### 予算策定から実績比較分析までのイメージ



## H2 Bizの支援内容

H2 Bizでは、あるべき予算の策定方法から従業員1人1人の具体的な行動計画までの落とし込み、最適なKPIの設定まで予算策定に関するサポートを一貫して提供します。また、予算の策定後は実績との比較分析から改善策のご提案まで、継続してご支援します。

～基礎的な数値分析例～

# 資金繰り分析

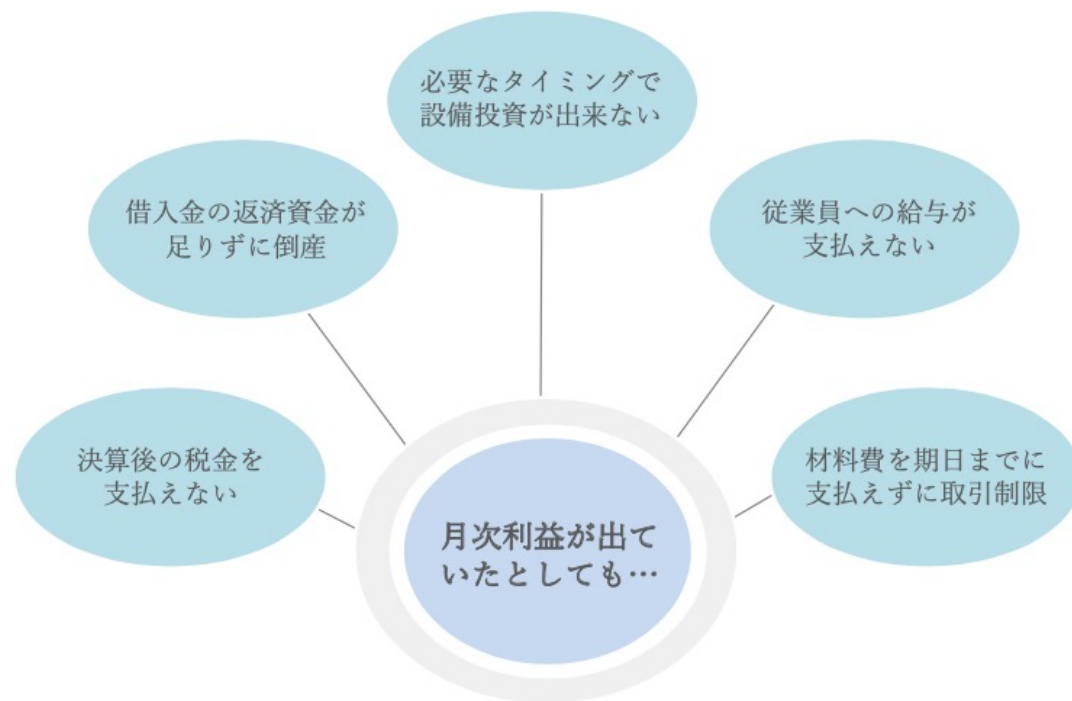
## 資金繰り分析は事業継続の基本

黒字倒産という言葉はご存じでしょうか？ 中小企業では珍しくありませんが、利益を獲得できているにもかかわらず資金繰りが悪化し倒産してしまうことをいいます。

**資金繰りをおろそかにした結果、必要なタイミングでの設備投資や人員採用が実施できず競合他社に遅れをとることもよくあります。**

このような事象を防ぐためには、試算表の作成や予算実績分析などの損益分析のみならず、資金繰り計画の策定や実績との比較分析を行う必要があります。これにより、**資金ショートに陥らずに必要なタイミングで必要な設備投資を行うための最適な資金水準が明確になります。**

### 資金繰り分析を行わないと・・・



### ❖ 資金繰り分析のポイント

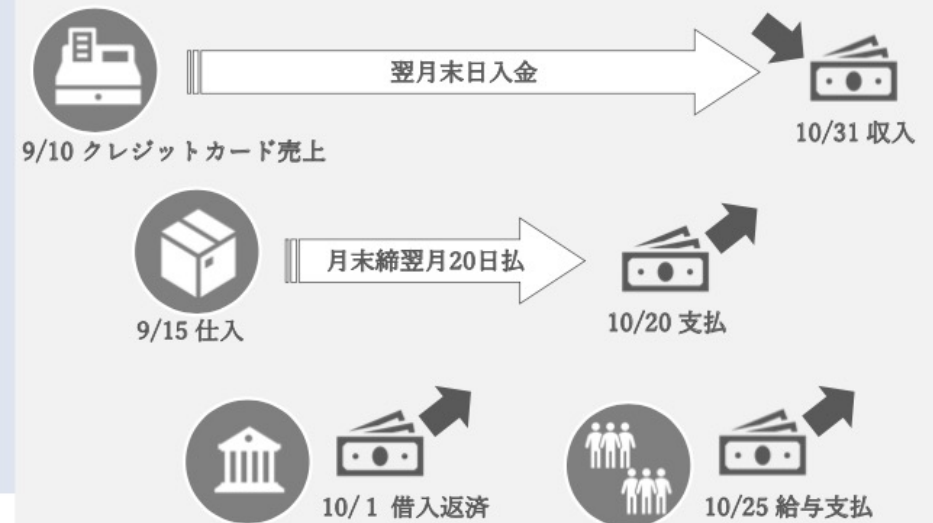
Point

資金繰り計画は、予算(売上や利益の損益計画)と整合するように策定することが重要です。予算に基づいて資金繰り計画を策定してみると、実は途中で資金ショートを起こしてしまうことが判明するケースもよくあります。

**売上の入金サイト(クレジットカード支払を考慮)、材料仕入や経費の支払サイト、借入金の返済、給与の支払いタイミング等を適切に把握し、余裕を持った資金繰り計画を作成する必要があります。**

資金繰り計画の作成、実績との比較分析、計画の修正を繰り返し行うことで、店舗の個別事情に応じた最適な資金水準を把握することができます。

### 入金タイミング、支払タイミングを適切に把握する



### H2 Bizの支援内容

H2 Bizでは、大企業と同水準の実用的な資金繰り計画表を美容室・サロン向けにカスタマイズして提供し、適切な資金繰りを行うためのご支援を行います。これにより、人員採用や一時的な広告宣伝等さまざまな施策を実施した場合の資金繰りシミュレーションを容易に実施することができます。

# ～基礎的な仕組化・内部管理強化例～ 内部統制の構築

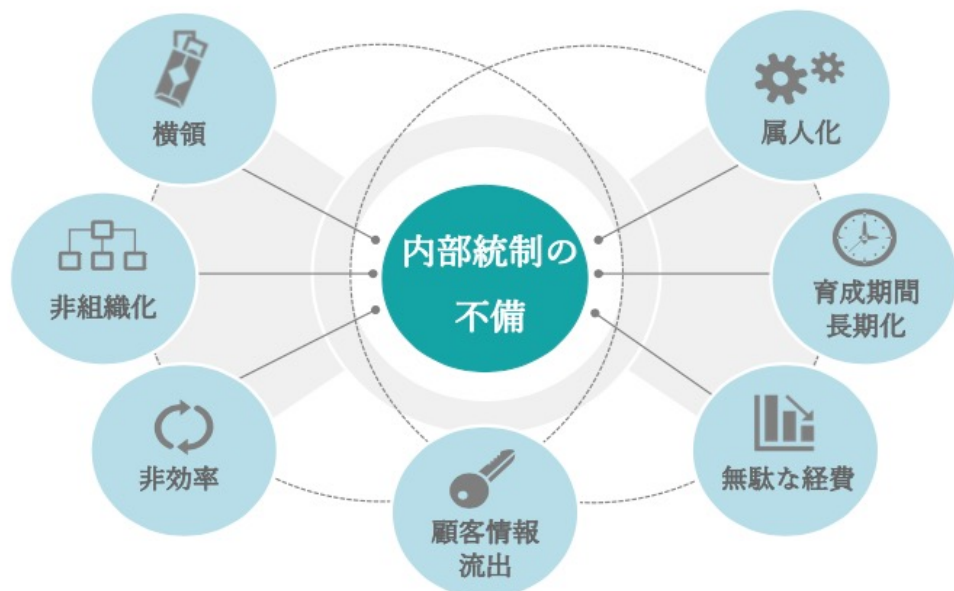
## 内部統制なくして店舗拡大なし

内部統制とは、企業の事業目的や経営目標に対し、それを達成するために必要なルール、仕組みを整備し適切に運用することです。

非効率な業務の見直し、業務の標準化、従業員のモニタリングの仕組み等、内部統制は店舗運営にあたり必要不可欠な仕組みとなります。

具体的には、従業員が効率的な業務を行えるようなマニュアルの作成、売上の横領や仕入先からのキックバック等の不正を防止するための体制構築、経営に必要なデータの蓄積・整理の仕組化を進めていくことになります。

### 適切な内部統制が構築されていないと・・・



組織が大きくなればなるほど、内部統制の不備の影響は非常に大きくなります。

## ◆ 内部統制構築のポイント

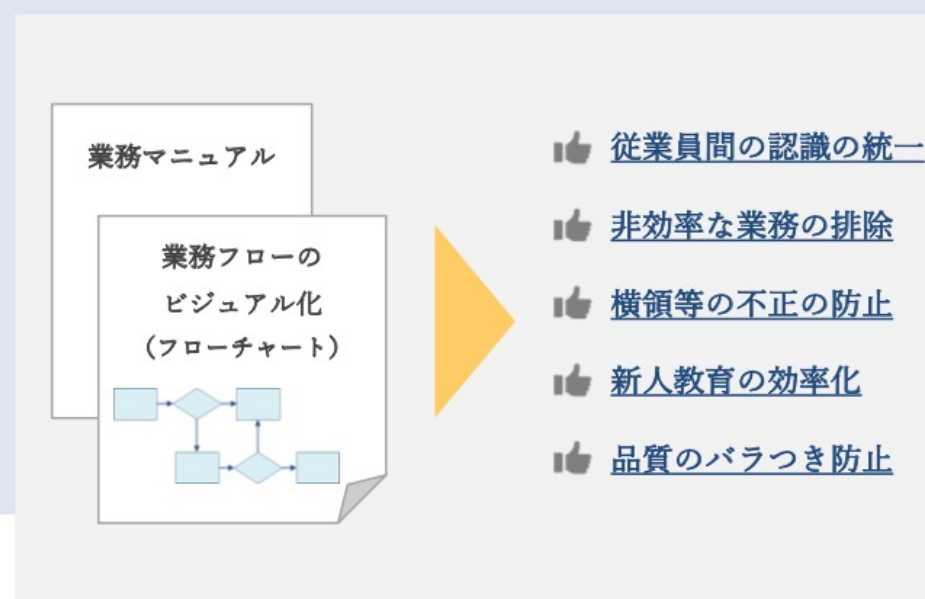
Point

まずは、頭の中にある業務ルールをすべて図や文字に落とし込む必要があります。実際に図や文字に落とし込むことで、従業員間の認識の不一致や非効率な業務の存在、改善点が浮き彫りになります。

また、その中で横領やキックバック等の不正が起こらないような仕組みを織り込むことが重要となります。

図や文字に落とし込む作業は大変ですが、一度作成することで従業員間の業務ルールの認識が統一され、新入社員への教育も容易になります。

### 業務ルールを図や文字に落とし込み従業員に周知徹底する



## ◆ H2 Bizの支援内容

H2 Bizでは、これまで東証一部上場企業などの大企業に対して行ってきた内部統制構築支援の経験を活かし、店舗運営の問題点を把握するとともに店舗規模や店舗数、今後のビジョン等の個別事情を踏まえて最適な内部統制の構築をご支援します。



# ～事業のさらなる拡大～ 多店舗展開

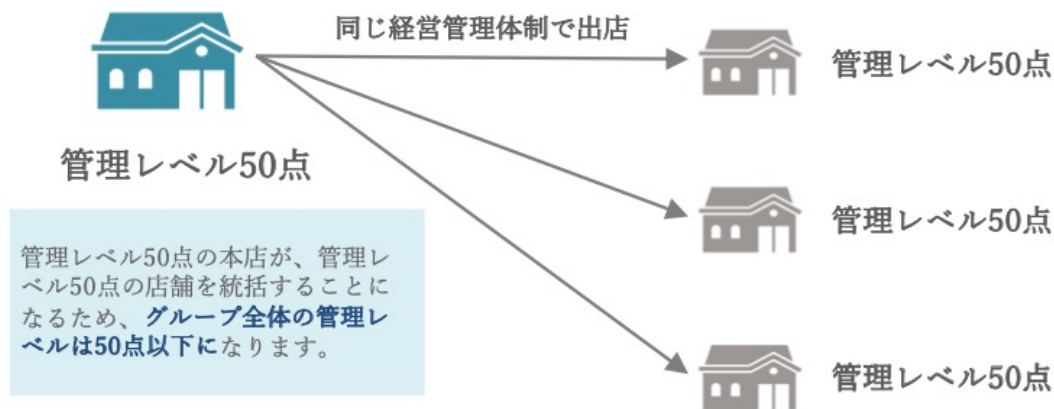
## 多店舗展開を失敗に終わらせないために

これまでに説明した経営体制が整備できていれば、多店舗展開を行う上で必要な基礎は殆どカバーされているといえます。現店舗の体制を新規店舗にも適用し、適切な報告体制やモニタリング体制を整備することで安心して多店舗展開に踏み出すことができます。

ただし、多店舗展開を実施する場合は必ず店舗別損益(≠店舗別売上)を把握できるようにしておく必要があります。売上高は店舗別に管理できているものの、経費まで考慮した損益が把握されていない美容室・サロンは数多くあります。(本来は本部負担の共通経費も店舗に割り当てて店舗別の損益を把握する必要があります。)

店舗別の損益を把握できていないことが原因で、黒字と思っていた店舗が実は赤字だったというケースも少なくありません。誤った意思決定を下さないためにも店舗別損益を適切に把握し、グループ全体の最適化を目指すことが重要です。

### 不十分な体制で多店舗展開を行うと・・・



多店舗展開してから全店舗の管理体制を整えるのは非常に時間と労力がかかり、従業員の反発を招くことも多くあります。店舗数が少ない段階で経営管理体制を整えておくことが重要です。

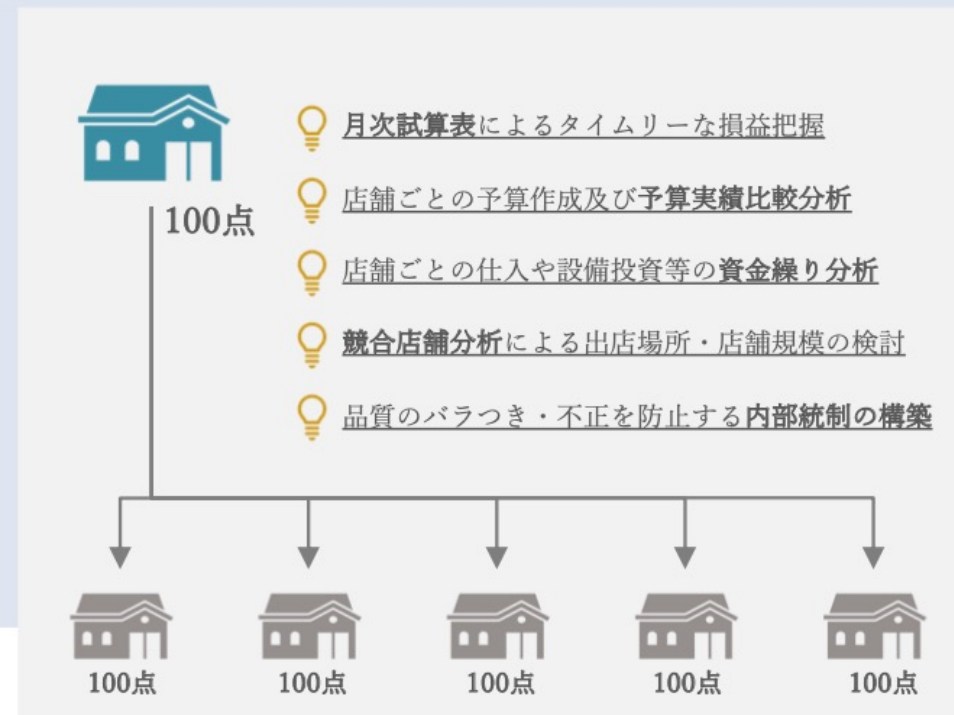
## ◆ 多店舗展開のポイント

Point

店舗数が少ない段階で可能な限り経営管理体制を整えておくことが重要です。

適切なプロセスを経て多店舗展開を行うことで、より多くの売上や利益を獲得できるばかりではなく、それぞれの店舗の強みを生かした事業展開や、店舗ごとのカラーに合わせた経営を行うことでグループ全体の最適化を実現することができます。

### 経営管理体制を整えてからコピーして増やす



## H2 Bizの支援内容

H2 Bizでは、多店舗展開の肝となる現店舗の体制構築はもちろんのこと、新店舗の事業計画シミュレーション、資金調達支援、出店後の体制整備や経営分析(店舗別損益分析等)まで多店舗展開に必要な業務を一貫してサポートします。

## ～事業のさらなる拡大～ 法人成り/税務相談/店舗売却・買収

### 法人成りにはメリットが多くあります

オーナースタイリスト1名で個人事業主として営業している店舗であっても税制面や社会保険料等の観点から法人成りするメリットは多くあります。

- ◆ 所得分散により所得税の節約が可能に
- ◆ 法人成りして2年間は売上1000万円以上でも免税事業者として消費税の納付が原則的に減免（消費税に関して2023年10月よりインボイス制度が導入されるため、当該免税の恩恵を受けられることをご考慮の場合はお早めにご相談ください。）
- ◆ 法人として健康保険(協会健保)や厚生年金へ加入することで個人として加入する国民健康保険や国民年金へ加入するよりも安い保険料でより手厚い受給が可能に
- ◆ 法人としてリクルート活動を行うことで人財確保が有利に

### H2 Bizの支援内容

H2 Bizでは、法人成りする際に必要な各種手続きや申請方法に関するアドバイス、その後の経営や税務に関するアドバイス、税務申告に関する事項（税務業務に関しては代表の運営する税理士事務所での請負、または特定分野に特化(相続税に特化など)した専門性の高い税理士の紹介も可能）等、お客様に寄り添いながら幅広くご支援します。

### 節税をしながら税務リスクに備える

法人として店舗の運営を行っている場合はもちろんのこと、個人事業主として運営を行っている場合でも税務リスクへの備えは必要不可欠です。

適切な税務処理や税務署への各種届出を行っていない場合、過去期間の税金の支払いに加え延滞金や過少申告加算税、重加算税等が賦課され一度に多額の支払いが生じることになりかねません。

### H2 Bizの支援内容

税務業務に関しては代表の運営する税理士事務所での請負(\*)、または特定分野に特化(相続税に特化など)した専門性の高い税理士の紹介も承っておりますので、税務業務にご不安な経営者様につきましてもお気軽にご相談ください。

(\*）株式会社としての税務業務の提供は違法(税理士法違反)となりますので、税務業務の提供は代表の税理士事務所での請負となります。

### 店舗売却・買収を検討されている方も

店舗売却・買収等のいわゆる「M&A」は非常に専門的な取引となるため、アドバイザーの選択を誤ると適正価格の見誤りにより多額の損失を被るケースがあります。

複雑かつ専門的であるが故にお客様自身が損していることに気づかないケースも多くあります。H2 Bizは公認会計士・税理士が代表であり、M&Aに関する多くの実績、専門的ノウハウを有するため、様々な角度から適切かつ有用なアドバイスを提供することが可能です。

### H2 Bizの支援内容

お客様がこれまで大切に育ててこられた店舗を売却されるご予約の方も、一度H2 Bizにご相談ください。売却先の検討や税務面のご支援、有能な他分野の専門家(弁護士)のご紹介等をさせていただきます。

また、事業拡大のため美容系サロンの買収をお考えの場合もこれまで一流企業へ提供してきた高レベルの企業(事業)価値評価や銀行融資用事業計画書の作成等のご支援が可能です。



# H2 Bizのご支援の流れ

## ～フェーズごとに分けた実践的な支援～

H2 Bizのコンサルティングは、小手先のテクニックではなく本質的な経営改善による「長期的な利益の獲得」を目的としているため、フェーズごとに順を追ってご提供させていただきます。



### 初回ヒアリング

お客様の店舗への直接訪問、またはZoom等による遠隔ヒアリングを実施し、美容室・サロンの経営状況やお困りの点についてお伺いします。

さらに、当該ヒアリング内容から分かる範囲で現状の課題や問題点を洗い出し、これらを解決するために必要なステップを丁寧にご説明させていただきます。

### フェーズ0

不正確なデータや中途半端なデータに基づき分析を進めると、誤った結論を導いてしまうリスクがあります。

フェーズ0では、日々の損益状況や顧客動向等、経営管理に必要なデータを適切に選別、蓄積、整理するためのご支援を行います。これらの作業はフェーズ1以降のあらゆる分析の土台となるため非常に重要な作業です。

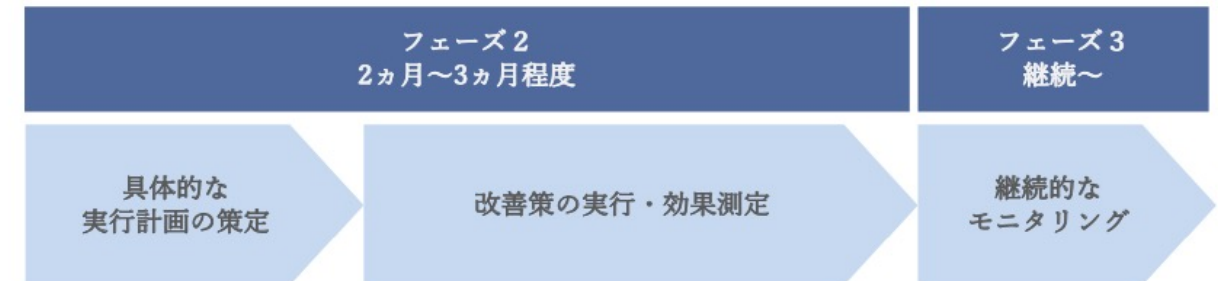
なお、すでに自社で経営分析等を行うために各種詳細なデータを蓄積されている場合には、フェーズ1からご支援させていただくことも可能です。

### フェーズ1

フェーズ0にて整理したデータを用いて、専門的知見に基づく本格的な経営分析を行います。感覚的な判断ではなく数値・データに基づいて現状の問題点を洗い出し、改善策とともに報告書として提出させていただきます。

分析内容は専門的で非常に複雑ですが、報告書は図やグラフによりビジュアル化して分かりやすく整理させていただきます。

フェーズごとにコンサルティング契約を結ばさせていただきますので、ご納得いただいたうえでご支援を継続することが可能です。



### フェーズ2

フェーズ1で提出した報告書に基づき、複数パターンでの改善策の効果をシミュレーション分析し、お客様の美容室・サロンに合致した具体的な実行計画を策定します。さらに、計画の実行状況をモニタリングして効果測定を実施し、改善策が適切に運用されるようにサポートさせていただきます。

### フェーズ3

フェーズ0からフェーズ2までのプロセスにより、経営管理に必要な基礎は出来上がっている状態です。フェーズ3以降では、日々のオペレーションの中での継続的な数値分析の実施、問題点の識別、改善策の実行のために継続的にサポートを行い、貴店舗のCFOとしての役割を担います。経営上の問題が発生した場合には即座に対応、また多店舗展開やフランチャイズ化等に関するご相談への対応も含めさらなる利益獲得のための施策検討を継続的に実施し、中長期的に体力のある美容室・サロンづくりを目指します。



# H2 Bizのご支援の流れ

## ～フェーズごとに分割した料金設定

ご契約は前ページの各フェーズごとにさせていただき、ご納得いただいた場合に次のフェーズのご契約をしていただくシステムとなっておりますので、ご安心してご契約いただくことが可能です。

### 初回ヒアリング (1～2時間) 無料

どのような内容のご相談でも無料で実施させていただきます。まずはHPのお問い合わせ窓口やお電話、LINEにてお気軽にお問い合わせください。

大阪府内 : 直接訪問(交通費無料) (Zoom等によるテレビ会議も可能)  
 その他全国 : Zoom等によるテレビ会議 (出張経費実費請求にて直接訪問も可能)

### フェーズ0 (1ヵ月～) 100,000円(税別)～

すでに蓄積・整理されているデータや、作成されている経営管理資料の状況により変動しますが、概ね10万円程度からの料金にてご案内させていただきます。

### フェーズ1 (1～2ヵ月) 200,000円(税別)～

お客様の美容室・サロンの規模、分析対象範囲や支援内容により変動いたしますが、概ね20万円程度からの料金にてご案内させていただきます。



各フェーズごとの支援料金はサロンの経営状況や店舗数等に応じて異なりますが、ご要望や状況に応じた見積りをさせていただきますのでお気軽にお問い合わせください。

### フェーズ2 (2～3ヵ月) 300,000円(税別)～

お客様の美容室・サロンの規模、改善策やモニタリング対象等により変動いたしますが、概ね30万円程度からの料金にてご案内させていただきます。

### フェーズ3 (1ヵ月) 100,000円(税別)～

お客様の美容室・サロンの規模、モニタリング対象範囲等により変動いたしますが、概ね10万円/月程度からの料金にてご案内させていただきます。

## お問い合わせ方法

- ▶ H2 Bizの支援内容にご興味のある方は、以下のうちどれでも好きな連絡手段にてお問い合わせください。もっと詳細にサービス内容を教えてほしい、簡単な相談に乗ってほしい、見積りをしたい等、どのような内容でもお気軽にお問い合わせいただけますと幸いです。

電話番号 06-6453-1031  
 E-Mail contact@h2-biz.com

LINE QR code



- ▶ また、弊社ホームページにて「経営に役立つ知識」や「サービス詳細」も公開していますので、是非ともご覧ください。


URL <https://h2-biz.com/>

HP QR code



## 株式会社H2Biz

### Company overview

所在地	大阪府大阪市北区梅田1丁目1番3号 大阪駅前第3ビル25階
共同代表	岸本 拓之 廣瀬 通考
資本金	5,000,000円
事業内容	美容室・サロン専門コンサルティング
営業時間	9:00 ~ 18:00
HP	<a href="https://h2-biz.com/">https://h2-biz.com/</a>
HP QR code	

<b>[お問い合わせ]</b>	お好きな連絡手段にてお問い合わせください
電話番号	06-6453-1031
FAX	06-6347-0660
E-Mail	<a href="mailto:contact@h2-biz.com">contact@h2-biz.com</a>
LINE QR code	