

Part. 1 分析をするのには理由がある

経営分析を行うことは、今、自分のお店がどういう状態か

を知ることにほかなりません。分析をしなければ、経営状況が見えず、何をしたいのかわからなくなりま
す。もちろん分析だけではなく、その後具体的な改善策を講じていくことも大切です。分析で課題を洗い出すことによって、キャンペーンを張るのか、新しいメニューを開発するのか、ネイル以外の販売に注力するのか、さまざまな策を打つことができます。つまり、経営に関して、先手を打つための手段が経営分析なのです。

経営分析というと、どうしても難しいイメージが付きまといま
す。しかし、ポイントさえ押さえておけばどなたでも理解できるし、経営を改善していく上で必要不可欠なものであるということがわかれると思
います。まずは、経営分析の必要性についてご説明していきたいと思
います。



ブランディングコンサルタント
よねずみ 余語まりあさん

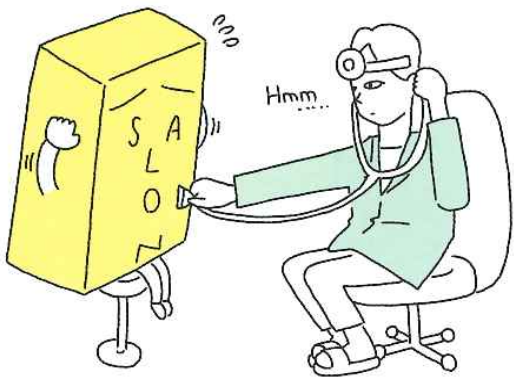
ブランド戦略のプロフェッショナルであり、総合コンサルファーム・株式会社ワイズエフェクトの代表。数多くの講演を行う。

ネイルサロン 経営分析

Q & A

「経営分析のやり方は？」
「効果的な改善方法は？」など、
経営分析にまつわるさまざまな疑問を
コンサルタントに答えてもらいました。

コンサルタントが
あなたの
疑問を解決



処方箋

業界の動きを
知らなければ、
正確な経営分析
はできません。

ネイル業界全体を見てみると、一時期の流行はざいぶんと落ち着いてきた印象です。現在は、流行から定着へ移行し、そして、そのなかでの二極化が進んでいるのではないのでしょうか。誰もがネイルを試してみようという時期は終わり、今はネイルをする人、一切しない人に、はっきりと分かれていきます。また、ネイルをする人も日常的にする人と、イベントのときだけする人に分かれていきます。

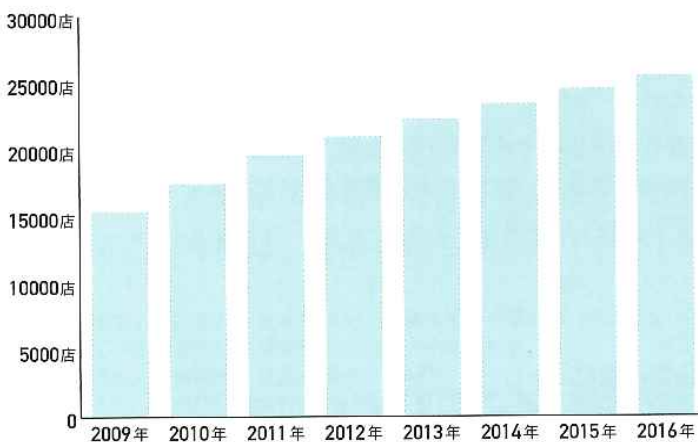
経営分析を行う前には、このようにネイル業界の現状を把握することが大切です。例えば、店の収益が減少傾向にあるとします。現状を把握していないと、それが経営のせいなのか、業界全体の傾向のせいなのかかわかりません。ネイルに対するネガティブなニュースがあったのか、ネイルにはお金を費やせない社会状況なのか、広い視野を持って、業界を俯瞰で見ることが求められます。

Medical Record

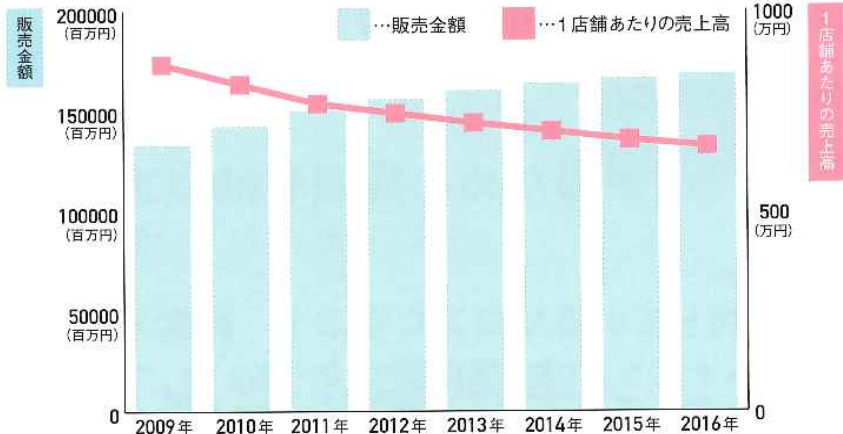
Q. 業界全体の現状を教えてください。

A. 定着した上での二極化が進んでいます。

ネイルサービス施設数の推移



市場の販売金額と1店舗あたりの売上高



1店舗あたりの売上は下がっている…!

POINT

ネイルサービス施設の数も、市場全体の販売金額も年々上昇率が緩やかに。また、1店舗あたりの売上は落ち込んでいることがわかります。