

今年 12 月度の成績です。

売上高が 2,400,000 円、営業利益は 20,000 円です。

キャッシュフローは現金支出のない減価償却費が加算されますが、借入金の返済が 100,000 円あるので、現金は 10,000 円のマイナスです。

新客率は 8%で 32 人来ておりますが、新客のリピート率は 20%で固定客化されている客数は 7 人です。

固定客の失客率は 2%で 7 人の固定客が来なくなっています。

せっかく新規のお客様が来店されてリピーターとなってくても、同じ数だけ失客しているので、客数は伸びていません。

では、売上計画を立ててみましょう。

現状の売上の内容を細分化します。

売上別実績

現 状		合計	カット	カラー	パーマ	縮毛矯正	その他	店販
	売上高	2,400,000	1,400,000	525,000	270,000	60,000	45,000	100,000
	客単価	6,000	5,000	7,500	9,000	20,000	2,650	4,000
	客数	400	280	70	30	3	17	25
	比率	100%	70.00%	17.50%	7.50%	0.75%	4.25%	6.25%

次に、「目標売上」を決定します。

来年の 12 月の目標売上高 3,600,000 円。

目標達成までに足りない売上高は 1,200,000 円です。

目標を売上高より、客数で考えたほうがイメージしやすいので、客数に置き換えてみます。

1,200,000 円を客単価 6,000 で割ると、200 人です。

何の売上で 200 人の集客をするか。

- ① カラー比率を 17.50%から 20%に引き上げることによって、50 人。
- ② カットの集客を 150 人。

に決定しました。

目標売上計画書

目標		合計	カット	カラー	パーマ	縮毛矯正	その他	店販
	売上高	3,625,000	2,150,000	900,000	270,000	60,000	45,000	200,000
	客単価	6,045	5,000	7,500	9,000	20,000	2,650	4,000
	客数	600	430	120	30	3	17	50
	比率	100.00%	71.70%	20.00%	5.00%	0.60%	2.70%	4.17%
現状		合計	カット	カラー	パーマ	縮毛矯正	その他	店販
	売上高	2,400,000	1,400,000	525,000	270,000	60,000	45,000	100,000
	客単価	6,000	5,000	7,500	9,000	20,000	2,650	4,000
	客数	400	280	70	30	3	17	25
	比率	100%	70.00%	17.50%	7.50%	0.75%	4.25%	6.25%
ギャップ		合計	カット	カラー	パーマ	縮毛矯正	その他	店販
	売上高	1,225,000	750,000	375,000				100,000
	客単価							
	客数	200	150	50				25
	比率							

これは、現在の自店舗のよく売れている商品の把握や、自社の強みと弱みを認識すること。また、具体的に何を売っていくのか、どのようなサービスや技術で他店舗との差別化をするかを決定するためです。

売上の内容を男女別、年齢別でもできますし、美容業以外でも商品別、現場別、得意先別、部門別などに置き換えることもできます。

次に、現状と目標のギャップをどのようにして埋めていくか、つまり 200 人の集客をどのように計画するかです。

現状の新客率は 8% の 32 人、リピート率 20% で固定客化が 7 人、失客率 2% で失客数 7 人。

目標から逆算すると、

	客数	新客率	新客数	リピート率	リピート数	固定客数	失客率	失客数	増加客数
現状	400	8%	32	20%	7	368	2%	7	0
目標	400	13%	52	40%	21	348	1%	4	17

① 新客率を 8% から 13% にし、リピート率を 20% から 40% にすることによって、21 人が固定客になります。

② 失客率を 2% から 1% にすることによって、失客数が 4 人になります。

増加客数は、毎月 17 人です。12 ヶ月後には 200 人の増客になり、目標額の達成になります。

では、そのためにどうするのか。それが行動計画です。

新客率を 20%にするためには、新しいお客様に知ってもらわなくてはなりません。

広告宣伝費や口コミ紹介をどのように活用するのか。

新規のお客様が来てくれても、一過性のものであってはいつまでも固定客は増えません。

お店の雰囲気、技術力、サービス力、サロンワークの充実、ありがとうがき(メール)など、強化するところは沢山あるはず。スタッフの皆さんと「感動するお店とは」どんなお店か、話し合ってみては如何でしょうか。

次に、実際の月ごとの売上目標を算出します。

月別目標売上計画書

NO		現在平均	1月	2月	3月	4月	5月	6月
1	実績平均売上	2,180,000	2,180,000	2,180,000	2,180,000	2,180,000	2,180,000	2,180,000
2	増加目標売上		2,280,000	2,380,000	2,480,000	2,580,000	2,680,000	2,780,000
3	季節変動率	100%	90%	80%	110%	110%	100%	100%
4	目標売上		2,050,000	1,900,000	2,720,000	2,830,000	2,680,000	2,780,000
5	目標客単価	6,000	6,045	6,045	6,045	6,045	6,045	6,045
6	目標客数	363	339	314	450	468	443	460
NO		7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計
1	実績平均売上	2,180,000	2,180,000	2,180,000	2,180,000	2,180,000	2,180,000	26,160,000
2	増加目標売上	2,880,000	2,980,000	3,080,000	3,180,000	3,280,000	3,300,000	33,880,000
3	季節変動率	110%	100%	90%	100%	100%	110%	
4	目標売上	3,160,000	2,980,000	2,770,000	3,180,000	3,280,000	3,630,000	33,960,000
5	目標客単価	6,045	6,045	6,045	6,045	6,045	6,045	
6	目標客数	522	492	458	526	542	600	

前年の平均データを算出します。

NO の 1 は、前年度の平均売上です。

NO の 2 は、12月の売上が 36,000,000 円なるために必要な毎月の売上です。

NO の 3 は、一年の中には繁忙月もあれば閑散月もあります。そこで季節変動率のよって適正な目標売上を算出します。それが NO4 です。

NO の 6 が毎月の目標集客数です。

目標売上計画書が出来上がりました。

達成するために、何が足りないのでしょうか。

達成するために、どういう行動をするのでしょうか。

現在の行動、目標達成ための行動、その間のギャップをどう解消していくか。

そこで必要なのが「行動計画」です。

行動計画を検証、反省することによってコミュニケーションが多くなり、PDCA が回り始めます。

PDCA が回り始めると、お店もスタッフも成長します。

必ず目標を達成すると思います。

大切なのは、目標を達成するための行動を起こしたこと、そして継続していくことです。

そのためにも、お店全体の行動計画、スタッフ個々の行動計画まで落とし込んでください。

続きは、3月号でご紹介します。



2. 【会計税務】減価償却資産と償却資産の違い



「減価償却資産と償却資産の違い」

◇固定資産税の償却資産の意義

固定資産税の課税対象となる償却資産とは、「土地、家屋以外の事業の用に供することができる資産(無形固定資産を除く)で、減価償却するもののうち、少額減価償却資産、一括償却資産以外のものをいう。

ただし、自動車税・軽自動車税の課税対象となる自動車・軽自動車等を除く」と規定されています。

なお、通称として、償却資産税という言い方をしていますが、厳密には、固定資産税(土地、家屋、償却資産の三つを課税資産としています)です。

◇償却資産に該当しないもの

大半の減価償却資産が、そのまま固定資産税の「償却資産」として課税対象となりますが、減価償却資産であっても、固定資産税の償却資産に該当しないものとして、次のようなものがあります。

- 1、建物(ただし、償却資産には該当しませんが、固定資産税の課税対象のひとつである家屋として、課税されます)
- 2、鉱業権、工業所有権などの無形減価償却資産
- 3、いわゆる少額減価償却資産(減価償却資産のうち、使用可能期間が一年未満のもの、または取得価額が10万円未満のもの)
- 4、いわゆる一括償却資産(減価償却資産のうち、取得価額が20万円未満のものについて、一括して三年で均等償却が可能)
- 5、自動車、軽自動車等
- 6、牛、馬などの生物

◇中小企業者の少額減価償却資産の特例



4. 【税務メモ】 2月の税務メモ



- 国税
- 21年12月決算法人の確定申告(3月1日)
 - 22年6月決算法人の中間(予定)申告(3月1日)
 - 1月分源泉所得税の納付(2月10日)
 - 贈与税の申告(2月1日より3月15日まで)
 - 所得税の確定申告、損失申告(2月16日より3月15日まで)

- 地方税
- 21年12月決算法人の確定申告(3月1日)
 - 22年6月決算法人の中間(予定)申告(3月1日)
 - 1月分個人住民税特別徴収分の納付(2月10日)
 - 固定資産税、都市計画税の納付(3月1日)

※法人税予定納税額が10万円以下は申告省略です。



5. 【お役立ち情報】 経営体力診断のご提案



以下のご提案内容のうち、一つを無料にてご提案いたします！

<ご提案内容>

1. 経営体力診断

企業を人間の身体に見立てて、御社の過去の実績から分析・測定し、「経営体力」の総合評価をみるとともに、現在の重点課題を明らかにします。

2. マネージメント・パワー(社長ご自身の経営行動診断)

社長様へのアンケート回答にもとづき、ご自身の経営姿勢(思考と行動)の現状診断を行います。

※このメールマガジンは、須黒税務会計事務所及び株式会社リードコンサルトを通して、お客様からのご紹介によりお届けさせていただいております。

万一送信を希望されない場合、末尾のメールアドレス宛てに送信中止の手続きをお願いいたします。

※このメールに他のウェブサイトへのリンクが含まれている場合にも、
須黒税務会計事務所及び株式会社リードコンサルトはリンク先のページについて一切責任を負
いかねます。

////////////////////////////////////

須黒税務会計事務所

株式会社リードコンサルト

〒104-0061 東京都中央区銀座 5-14-16

銀座アビタシオン 701・1004

TEL : 03-3542-9755 FAX : 03-3546-1788

E-MAIL : suguro-kaikei@sweet.ocn.ne.jp

URL : <http://www.suguro-tax.jp>

URL : <http://www.suguro-lead.com>

////////////////////////////////////