

うまいく ネイルサロン開業 10ステップBOOK

ネイルサロン開業・経営塾

メッセージ

3年で80%が廃業&活動停止をされている

ネイルサロン業界。

少しでも多くのサロンに、地域で長く愛されるサロン作りをしてほしいと思っています。

自宅サロンでも、テナントサロンでもどちらも

“ビジネス”であることには変わりありません。

ビジネスには法則や手順があります。

これから開業する人、今運営しているけど何となくうまくいっていない人、ぜひ本誌を参考にしてください。

より、深く学びたい方は、

オンラインサロン[ネイルサロン開業・経営塾]へ

ご入会いただき、100以上の教材といつでも質問できる

チャットルームがあります。10ステップのより深い内容が教材やチャットで共有されています。一緒に学んでいきましょう！

ネイルサロン出店の10ステップ

- ① ビジネスモデル作り
- ② サロンコンセプト作り
- ③ 年間計画作り
- ④ 物件探し
- ⑤ 広告選定、広告出稿
- ⑥ 販売促進物作成
- ⑦ 各種手続き
- ⑧ 内装
- ⑨ 商材、資材
- ⑩ マニュアル・ルール作り

①まずは、働く価値観を考えよう

自身の価値観をベースにサロンビジネスを構築していきます。

価値観とは、好きなこと、大切にしていること、仕事をする上で欠かせないことや、やりたくないこと、なりたくない状況など。

価値観がないビジネスは無理して長続きができないビジネスになることが多く、まずは自身の価値観から見直していきます。

[補足]目標設定と山登りについて

例えとして、山登りをする時にどんな準備をしますか？

①世界一高い山



②ハイキングで訪れる山



登る山（目標）によって、準備がまったく異なります。

サロンビジネスも同じでゴール（目標）によってどんなサロンにするかという準備が変わります。（難易度が変わります）

①ビジネスモデル作り

利益を出す為に、売上目標を設定しその数字を実現する為の細かい設計をしていきます。

自宅サロンでも、テナントサロンでも、**必ずビジネスモデルは作ります。**（どんな山を登るかを定める）

[手順]

1. 給与（利益）目標、稼働時間（どのくらい働くか）から、店舗の**理想の売上目標**を設定します
2. 売上目標を達成する為の、**新規数・単価・施術時間**を設定します
3. 2で決めた新規数、単価、施術時間、再来率が**再現性があるか**を確認します
4. 目標単価になるようにメニュー作りを行います

②サロンコンセプト

お店の意思決定の基となるものを作ります。

誰に（ターゲット）、何を（売りや強み）、提供して、
なぜもう一度来店をしてもらえるか（再来モデル）を設計します。
コンセプトがないサロン、コンセプトがターゲットに共感されない
サロンはまずうまくいきません。

[手順]

1. 強み・売り・得意にしていきたいことなどから**自身（自店）の分析**をします
2. どんな人に（ターゲット）に来てほしいか、
来店時にどんなことを感じてほしいか（**顧客体験価値**）
を作ります。
3. 自身の価値観と1で決めた自店分析から、**ターゲットが共感を得るコンセプト**を作ります。（どんなお店か）
4. ターゲットがなぜもう一度来店をしたくなるかを
考えます。（**再来モデル**）
5. 広告などで使用する売りやコンセプトをわかりやすい
表現にしたキャッチフレーズを作ります。

※テナントサロンで数多く集客が必要な場合は、2と3の間に**エリアマーケティング（規模感）と競合分析**を入れます。
小規模サロンや自宅サロンは基本この2つは不要です。

③年間計画作り

客数の増減（再来率）×単価から、年間の売上計画を立てます。①のビジネスモデルで設定した目標がいつ達成できるかを確認します。原則**半年以内に達成**をできるようにします。

④物件探し

不動産屋へ依頼&自身でのエリアでの現地調査を行います。（自宅サロンの場合は不要です）

①で作ったビジネスモデルから、売上目標の10%以下になる家賃の物件を探します。10%を超える場合はその他経費を抑えられるように調整します。

⑤ 広告選定、広告出稿

広告予算内で自身が設定した売上目標に**早めに到達**できるように考える。

①のビジネスモデルで作った**売上目標の10%以下を広告予算**として考え、効率的な広告を選定する。

小規模サロン・自宅サロンであれば費用が抑えられるInstagram、ネイルブック、ミニモ、ネイリー、チラシ、などを**自身のターゲットに合う**媒体を選ぶ。

売上規模が大きく広告費の予算がある程度ある場合は、HotPepperBeautyなどの広告媒体の出稿を検討する。

⑥ 販売促進物の作成

サロンイメージや再来をしてもらう為に必要なツールを作成する。

店名、お店のロゴ、メンバーズカード、紹介カード、チラシ、LINE公式アカウント、他

⑦各種手続き

個人事業主申請・開業届や法人登記を行います。

その他必要であれば、消防関連・衛生管理・サロン保険・その他保険など

電話・インターネット・水道・電気・ガス・銀行口座などの手続きを行っていきます。

クレジットカードや電子マネー決済を導入する場合は、その手続きも行います。

※従業員を雇う場合は、別途手続き（雇用契約・労働保険・社会保険）が必要になります。

⑧内装

コンセプトとターゲットに合う内装作りを行っていきます。

⑨商材・資材

店舗に必要な資材や商材を購入または準備します。

ジェル・パーツ・溶剤など、コンセプト・ターゲットに合わせて選定していきます。

その他、デジタル機器、机、椅子、インテリア、文具、日用品、消耗品等

⑩マニュアル・ルール作り

サービスの質を保つ為のルール作ります。

来店～退店までのオペレーション（導線）作りや売上管理、顧客情報管理、経理などのルールやツールを使用する場合はその準備を行います。

クレーム対応・火事・地震・盗難・キャンセルルール・遅刻ルールなども設定します。

チェックシート

☑	#	項目	詳細
☐	0	価値観の確認	長くサロン作りをするにあたり、自身が大切にしているもの、そうでないものの棚卸
☐	1	ビジネスモデル作り	利益を出す為に、売上目標を設定しその数字を実現する為の細かい設計をしていく
☐	1-1	給与、売上目標設定	給与(利益)目標、稼働時間から、店舗の理想の売上目標を設定する
☐	1-2	施術時間、新規数、単価の設定	売上目標を達成する為の、新規数・単価・施術時間を設定する
☐	1-3	再現性の確認	新規数、単価、施術時間、再来率が再現性があるかを確認する
☐	1-4	メニュー作り	目標単価になるようにメニュー作りを行う
☐	2	サロンコンセプト	お店の意思決定の基となるもの
☐	2-1	自店分析	強みや売り
☐	2-2	ターゲット	どういったお客様に来て欲しいか、来店時にどう感じて欲しいか。ペルソナ設定
☐	2-3	エリアマーケティング	エリア情報(人口、乗降者数)、HotPepperBeauty、ネイルブック、他から現地調査を行う
☐	2-4	他店分析	競合の売りや強み
☐	2-5	コンセプト作り	価値観をベースに、自身の売り・競合他社・マーケットニーズを基に作る
☐	2-6	再来モデル作り	自店の売りやコンセプトから再来する理由を作る
☐	2-7	キャッチコピー作成	広告掲載時に使用する、お店の売りが一言でわかるもの
☐	3	年間計画作り(事業計画)	客数の増減×単価から、年間計画を立てる。
☐	4	物件探し	不動産屋へ依頼&自身でのエリアでの現地調査
☐	5	広告	お客様に知ってもらう為、思い出してもらう為のツール
☐	5-1	広告選定	売上目標に対して算出した広告予算から選定する
☐	5-2	HP	ホームページ
☐	5-3	SNS	Instagramなど
☐	5-4	ポータルサイト	HotPepperBeauty、minimo、OZモール、ネイルブック、ネイリーなど
☐	5-5	チラシ	ポスティング業者、折り込みチラシ
☐	5-5	その他	LINE公式アカウント、地域紙など
☐	6	販促物作成	販売促進を目的としたツール全般
☐	6-1	お客様カード類	メンバーズカード、紹介カード、その他
☐	6-2	その他	広告用のチラシ、店舗ロゴなど
☐	7	各種手続き	
☐	7-1	開業届や法人設立	個人事業主申請や法人登記
☐	(7-2)	消防関連	物件によっては必要となる
☐	(7-3)	衛生管理	任意
☐	(7-4)	保険関連	火災・地震保険、賠償責任保険
☐	8	内装	
☐	9	商材、資材	店舗に必要な資材や商材を購入または準備する
☐	9-1	商材	ジェルやパーツ、溶剤など。コンセプト、ターゲットに合わせて選定していく
☐	9-2	備品	机、椅子、インテリアなど
☐	9-3	消耗品	文具、日用品、消耗品等
☐	10	マニュアル・ルール作り	サービスの質を保つ為のルール作り
☐	10-1	オペレーション作り	来店～退店までのオペレーション作り
☐	10-2	データ管理方法	売上管理、顧客情報管理、経理
☐	10-3	危機管理	クレームや火事や地震などの有事