

事業再構築 事業計画書

申請者の概要

法人番号/個人事業主	■	86C2CEA6
商号又は名称	Amethyst	
商号又は名称(カ)	アメジスト	
法人代表者名	片山 真希	
郵便番号	582-0025	
本社所在地	大阪府柏原市国分西1-1-6 飯堂ビル2階	
電話番号	072-976-3270	FAX番号: 072-976-3270

1. 事業概要

(1) 売上高減少要件

申請前直近6ヶ月のうち任意の3ヶ月の売上高	西暦年月	西暦年月	西暦年月	合計
	2021年7月	2021年8月	2021年9月	711,801 円
	242,770 円	234,721 円	234,310 円	
コロナ以前の同3ヶ月の売上高	西暦年月	西暦年月	西暦年月	合計
	2019年7月	2019年8月	2019年9月	1,380,575 円
	405,220 円	466,484 円	508,871 円	
売上高減少率 (%)	40%	50%	54%	48%

(2) 事業類型 該当する事業類型に☑を付してください(複数選択不可)。

該当する事業類型に☑を付してください(複数選択不可)。

- 中小企業(通常枠)
- 中堅企業(通常枠)
- 中小企業(卒業枠)
- 中堅企業(グローバルV字回復枠)
- 中小企業(緊急事態宣言特別枠)
- 中堅企業(緊急事態宣言特別枠)

(3) 補助事業計画名(30字程度)

マイクロスコープでの、肌、頭皮、毛髪診断。分析結果に基づき、マイクロバブル発生装置を用いた頭皮、美髪、予防美容の提案。

本事業で取り組む対象分野となる 事業(日本標準産業分類、中分類ベース)	コード	78	中分類項目名	美容業
--	-----	----	--------	-----

(4) 事業計画書の概要(最大100字程度)

自身の毛髪、頭皮、肌の状態が気になっているが、自己分析が出来ていない30代~70代前半のお客様対象。精度の高いマイクロスコープ分析をタブレットでお客様と共有。現状と将来美容、予防美容を構築し、ストレス緩和も意識したリラクゼーションを取り入れたマイクロバブル発生装置での頭皮、毛髪メニュー。

2. 本事業の具体的取組内容

(1) 現状の事業の状況(再構築点②)

本業の取扱商品、市場動向、業績の推移等の状況	平成23年開業より1人オーナーとして1人対1人の完全予約制で営業しています。業務内容は美容室事業全般です。コロナ禍により人が外出しなくなり在宅勤務が増え、社会人層の顧客が減り、地域周辺には大学も2つありますが緊急事態宣言により開校していないので学生層も減り、70代以上のお客様はコロナ警戒により激変。来客数が半数になりました。
------------------------	---

(2) 自社の「強み」 (事業化点④) (再構築点③)

顧客、リスト、ブレ ーン等の「強み」	1人でお客様1人とカウンセリング～仕上げまで行ってきましたので顧客との信頼関係があり頭皮や肌のデリケートな悩みを聞けたり話せる。 完全予約制の他にお客様がいないスペースだからこそ、新規のお客様にも安心していただける環境がある。
取扱商品・サービスの「強み」	現在のカット、パーマ、カラーメニューを毛髪診断で構築した信頼関係をもとに提案できる。 肌診断においても既存のメイクメニューのアプローチ、今後取り入れるスキンケア商品へのアプローチに繋がる。
専門技術、資格者、固有ノウハウ保有人材・等の「強み」	2019年12月公益社団法人日本毛髪科学協会 毛髪診断士®の資格取得。 大阪トップモードアーティスト学院にて6年間ヘアメイク専任講師歴あり。皮膚理論等の講義とヘアメイク実技デモンストレーションの育成担当。
不動産、設備、組織機能、としての「強み」	最寄駅から徒歩2分の場所にサロンがある事。 最寄駅のホームからサロンの風景が見える事。

(3) 自社の「弱み」

顧客、リスト、ブレ ーン等の「弱み」	1人对1人の接客になる為、人数の限界がある事。
取扱商品・サービスの「弱み」	マイクロスコープもシャンプー台でのリラクゼーションマイクロバブルメニューも停電、故障になると営業ができなくなる事。
専門技術、資格者、固有ノウハウ保有人材・等の「弱み」	従業員が居ないので有資格者、技術者、経営管理が全て自分一人になる事。しかし、月の売り上げが1900,000円になれば雇用予定です。

(4) 新分野展開の「機会」 (事業化点②)

①	今後顧客ニーズ拡大が予想されるニッチ市場・ニッチニーズ	アフターコロナ後は、多くの人が自分の身体に興味と責任を持つようになり肌、髪、頭皮の健康美容ニーズが増えます。ヘアスタイルを変えるだけのサロンでは無く未来の健康美容の根拠のあるスタイル提案とリラクゼーションが同時に出来るの総合美容室。
②	既存の同業他社では対応できていないニーズ	*毛髪診断士による、導入予定のカウンセリングマイクロスコープは高精度な毛髪診断、肌分析し、タブレットでお客様の状態を表やグラフで詳細にお見いただき根拠と信頼感のあるメニュー提案を行う。*マイクロバブル装置で炭酸の2000分の位置大きさの気泡で頭皮の汚れを除去する。その際にリラックスしていただけるよう癒しにこだわり抜いたヒーター付きシャンプーユニットに横になっていただく。
③	デジタル化、低炭素化、経済社会のニーズに準拠したニーズ	マイクロスコープでタブレットに映されたデータはアプリケーション上でお客様にメールで送信できる。過去の顧客分析データも保存出来、顧客管理デジタル化も進みます。分析結果の経過を知ることが出来るので来店のリピート率が上がる。
④	SDGsの流れに準拠したニーズ	毛髪診断後、リラクゼーションのかねてのヘッドメニュー導入予定「マイクロバブル発生装置」は、水と空気のみによって炭酸の2000分1以下の大きさの微細な泡(マイクロバブル)を作ります。多くの他サロンで導入している炭酸泉のようにポンペやフィルターの交換が不要。

(5) 現在の市場の予想されるリスクや「脅威」 (再構築点②)

今のビジネスが今後厳しくなる理由・可能性あるリスクなどの具体的な理由	美容室での一般的な営業スタイルなので差別化が出来ず顧客が激減。新規客を呼び込める事も難しい。
------------------------------------	--

(6) 事業再構築の必要性 (再構築点②)

事業再構築をしないと、今のビジネスがどうなるか	コロナ終息後の群衆のサロン選びが更に厳しくなると考えます。各お客様自身が考える美容室での時間単価を貴重に意識して、個人の現状を分析し、根拠のもと、予防美容、未来美容、デザイン、リラクゼーションを一つのサロンで行えることが必要と考えます。
-------------------------	--

(7) 事業再構築の具体的内容 (提供する製品・サービス、導入する設備、工事等)

①「強み」×「機会」のクロス戦略から自社が「新分野展開」で提供する製品・サービス等とその根拠 (再構築点③④と政策点全般)

新分野展開の内容	この分野で成長可能な理由	
毛髪診断士によるマイクロスコープでの、肌、頭皮、毛髪診断→分析結果の基づき予防美容の提案→リクライニングシャンプー台ユニット (癒しを追及して作ったシャンプー台) でマイクロバブル発生装置にて毛根の細部に入り込んで汚れを吸着除去→心地良く予防美容とデザインの提案美容戦略	事業の可能性 (2-(4)から整理して箇条書き)	①マイクロスコープとタブレットでお客様と分析結果を共有し未来に美容計画をたてる。②分析結果をお客様メールで送れる機能。③アプリ上でかこデータの保存が出来る事で次回来店時の提案と積み重なる信頼感が構築できる。
	独自性 (自社だからできる理由) 2-(2)から整理して箇条書き 競合他社と差別化できる点 (2-(4)から整理して箇条書き)	①1人対1人の接客だからこそ、安心してデリケートな頭皮毛髪の悩みも伺える。②完全予約のなので他のお客様と出会うことがなく毛髪診断後の静かな空間で、リクライニングシャンプー台でのマイクロバブル装置によるケアのリラクゼーション効果も高い。 ③多くのサロンも炭酸泉での頭皮、毛髪ケアをしているが当サロンが導入予定のマイクロバブル装置は従来の炭酸の2000分の1の大きさで今まで落とせなかった汚れにアプローチする。(従来炭酸ガスは気泡の大きさから毛根の隙間に入れず、表面の汚れしか落とせない。) ④導入予定シャンプー台ユニットは癒しを追求し作られた機材で小柄な方やお年寄りでも身体に負担なくリラックスできる。⑤シャンプーユニット背面、足面にヒータ機能がある事も差別化になる。⑥毛髪診断士資格所得者がいる。
	政策との適合性or地域連携や	①マイクロバブル装置は (名称marbb)はボンベ、フィルターの交換が不要。マイクロバブルとは原料は水と空気です出ず超微粒子な泡で生活に付加価値を与える水を目指す、株式会社マイクロバブルジャパンの製品。

3R-WMBTPRIME-H (製品情報) | 美容業界のマイクロスコープ販売 : 3Rソリューション (3r-beauty.com)

毛髪診断士 - 公益社団法人日本毛髪科学協会

<https://www.jhsa.jp/sikaku/mouhatu>

MARBB

<https://www.microbubble-japan.co.jp>

シャンプーユニット 癒しシリーズ - 株式会社大廣製作所 | 美容 ...

<https://www.oohiro.ws/topics/iyashi-series-tp>

参考文献リスト (引用)

：3Rスリーアールソリューション株式会社

：公益社団法人日本毛髪科学協会

：株式会社マイクロバブルジャパン

：株式会社大廣製作所

(毛髪診断士®(Hair Adviser,JHSA)の資格とは毛髪に関する知識と、顕微鏡などを使って毛髪の状態を的確に観察する技術を習得した者です。

毛髪についての悩みを持つ人の相談を受けて適切な髪の手入れ方法などをアドバイスします。

②新分野展開先で、競合する他社の大まかな戦略 (事業化点②)

新分野展開先で競合しそうな既存の業種業界	当サロンと同じような小型サロンが増えています。小型サロンに行くお客様のサロンに対するプライベートなリラックス出来る空間、技術提供者の豊富な知識が要求され戦略が必要。新事業は分析強化に基づくメニュー提案。
既存業種業界の製品の課題とニッチニーズ・ニッチ市場に対応していない点	美容サロン業界に足りない事は、頭皮、毛髪の化学的、生物学的根拠の説明不足だと考えます。当サロンが機械を使いながら的確な分析力を強みに美容を提案します。

(8) 応募申請する枠 (該当チェック)

事業再構築の類型

新分野展開型 事業転換型 業種転換型 業態転換型 事業再編型

事業再構築前の主な事業又は業種 (*)		事業再構築後の主な事業又は業種 (*)	
コード:	78	項目名:	美容業
コード:	78	項目名:	美容業

(*) 日本標準産業分類ベース。「新分野展開」の場合、「細分類」を記載 (事業再構築前後で同事業でも可)

要件	チェック項目	該当	該当する根拠記載
製品等の新規性要件	①過去に自社において製造等した実績がないこと	○	①マイクロスコープなどは使ってカウンセリングした事はない。 ②マイクロバブル装置や炭酸泉での導入したことが無い
	②製造等に用いる主要な設備を変更すること	○	①洗髪を目的とするシャンプー台はあったが、リラクゼーション効果のある (長時間寝た状態でも疲れのないような設計商品) の導入歴は無い
	③定量的に性能又は効能が異なること	○	①データの管理により効能が数値化する。
市場の新規性要件	既存製品等と新製品等の代替性が低いこと	○	①現在の顧客様にもプラスして再構築ビジネスを提案できる。
売上高10%要件	3~5年間の事業計画期間終了後、新たな製品等の売上高が総売上高の10%以上となる計画を策	○	1年目にホームページリニューアル、現在使用中のクーポン掲載サイト、ツイッターで新事業をアピール。分析のできるサロンとして定着。肌分析のデータの差別化でメイク部門と紐付け。

(9) 本補助事業が他社、既存事業と差別化し、競争力強化がある理由 (事業化点④)

商品・サービスの差別化要素	毛髪。肌診断をタブレット上で顧客と共に共有する特別なカウンセリング。
ターゲットの差別化要素	30代～70代前半の自分の頭皮、毛髪、肌の分析に興味がある方
付加価値の差別化要素	毛髪診断士が全ての技術工程を担当。リラックス出来るシャンプーユニットで技術を受けれる。
価格・品質の差別化要素	マイクロバブル装置コスト→初期費用以外必要なのは水と空気のみ。1日30人使用した場合でも電気料金は約300円程度。

3. 将来の展望 (事業化に向けて想定している市場及び期待される効果)

(1) 事業化に向け具体的なユーザー、マーケット及び市場規模など

①「新分野展開」の事業構想と課題やリスクとその解決方法 (事業化点③) (再構築点①)

機械導入資金 マーケティング 既存の顧客 リピーター

現状課題	資金が少ない	現状のホームページの情報が古いのでアピール力が無い。	顧客数が少ない	リピート率はあるが顧客数と新規数が少ない
今後の解決策	再事業構築補助金が採択されると解決。	ホームページをリニューアル、現在使用中のクーポンサイトへ新事業メニュー開示。	新事業メニューと既存メニューの紐付け。メニューの展開。	紹介割引制度。サブスクリプションのチケット制。Twitter、SNS活用。

②上記①の事業化に向け具体的なユーザー、マーケット及び市場規模など (事業化点③)

新分野の市場規模	該当市場 (ターゲット) での見込み客の数	販促メディア予約サイト、ホームページでPR.最初の1年は現在の客数より、月に5人増加、2年目は月に10人、3年目、月に15人を目指す。
	今後の広がり可能性	3~4年目からマイクロスコープで毛髪だけでなく、肌診断の分析で顧客の肌の意識も明確になり、メイク部門強化、新しいスキンケアの導入→悩み別にスキンケア化粧品の販売に繋げる。

(3) 製品等の価格帯とその理由

製品等の名称	価格帯	価格設定の根拠
毛髪診断+マイクロバブルを既存のメニューに組み合わせ	既存のメニュープラス¥2,200	ヘアメニューを目的に来店した顧客へのアプローチがしやすくリピートしやすい価格設定 (例カット¥4,180+¥2,200) (肌診断も同様)
毛髪診断+マイクロバブル+ショートスパ	¥5,500~	上記のように既存のメニューとプラスする方がお得ですが必要とするニーズがある (~はロング料金で¥550~¥1,000UP) (スパとはヘッドマッサージ) (要1時間)
毛髪診断+マイクロバブル+ロングスパ	¥8,800~	(~はロング料金で¥550~¥1,000UP) (スパとはヘッドマッサージ) (要1時間30分)
(既存のメニューに単品で組み合わせる場合) 毛髪診断 肌診断 (各)	各¥1,100	顧客の気分や需要に合わせて価格設定

(その他) 既存のメニューに単品で組み合わせる場合マイクロバブル¥1,500

4. 本事業で取得する主な資産

建物の事業用途又は装置等の名称・型番	建物又は製品等分類	型番	取得予定価格 (税抜金額)	取得・導入予定時期	建設又は設置等を行う事業実施場所
① marbb (マイクロバブル装置)	機械		498,000 円	2022/2月	当サロン内
② シャンプーユニット (アマルフィオーロラ)	機械		700,000 円	2022/2月	
③ マイクロスコープ (頭皮用)		3R-WMBTPRIME-H	292,040 円	2022/2月	
④ マイクロスコープ (肌用)			97,804 円	2022/2月	
⑤ マイクロスコープ画像用タブレット	タブレット	iPad Air	79,800 円	2022/2月	当サロン内
⑥ ホームページ制作 (外注)			458,000 円		
合計			2,125,644 円		

5. 収益計画



実施項目	責任者	期限	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月
本補助金事業の事業計画書の作成・検討		12月21日														
事業再構築補助金の申請		12月21日	申請		採択											
事業再構築補助金の交付申請・決定					申請決定											
見積もり		済														
指導、デモンストレーション		進行中														
購入、ホームページ制作、工事（外注）		2～4月														
広告、告知、ホームページ完了		2～4月			☆	☆	☆									
事業計画期間の開始																
実績報告																

(2) 「新分野展開」の目標となる時期・売上規模・量産化（数量・単価）など売上予測とその理由

	単価	人/年	年間売上	その根拠
1年後 2023年5月	4,180 円	60 人	250,800 円	月に5名程度の顧客より組み合わせメニュー
2年後 2024年5月	3,391 円	120 人	488,400 円	PRで新規客を見込む月に10人程度
3年後 2024年5月	4,840 円	180 人	871,200 円	リピーター、新規客でのセットメニュー月15人程度
4年後 2025年5月	4,675 円	240 人	1,122,000 円	SNSでの顧客も増え、既存の顧客による単発メニューも増えて少し客単価が下がるが売り上げは上がる。月20人
5年後 2026年5月	3,480 円	360 人	1,254,000 円	SNSでの顧客も増え、既存の顧客による単発メニューも増えて少し客単価が下がるが売り上げは上がる。月30人

(2) 今後5カ年の収支計画書

(単位：円)

		直近の決算年度 [2021年10月]	補助事業終了年度 (基準年度) [2023年5月]	1年後 [2024年5月]	2年後 [2025年5月]	3年後 [2026年5月]	4年後 [2027年5月]	5年後 [2028年5月]
既存	カット、パーマ、カラー	362,170	500,000	600,000	600,000	600,000	650,000	750,000
新分野	毛髪診断+マイクロバブル又は単品		6,600	12,100	15,400	22,000	33,000	44,000
	毛髪診断+マイクロバブル+ショートスパ		5,500	11,000	22,000	27,500	27,500	33,000
	毛髪診断+マイクロバブル+ロングスパ		8,800	17,600	35,200	44,000	44,000	52,800

売上高合計		362,170	520,900	640,700	672,600	693,500	754,500	879,800
(内 訳) 製造原 価	材料費 (仕入)	23,696	50,000	70,000	70,000	80,000	80,000	100,000
	労務費							
	外注費 (ホームページ制作)		503,800					
	減価償却費							
	その他工事経費		88,000					
製造原価合計		23,696	641,800	70,000	70,000	80,000	80,000	100,000
売上総利益		338,474	(120,900)	570,700	602,600	613,500	674,500	779,800
粗利益率 (%)		93%	-23%	89%	90%	88%	89%	89%
(内訳) 販売管 理費	人件費							
	広告宣伝・販売促進費	42,866	43,000	44,000	45,000	45,000	45,000	50,000
	ECサイト費用							
	研修指導料							
	運搬費							
	専門家経費							
	新事業導入費		1,834,408					
	減価償却費							
	その他経費	128,343	130,000	150,000	160,000	160,000	180,000	200,000
販売管理費合計		171,209	2,007,408	194,000	205,000	205,000	225,000	250,000
営業利益		167,265	(2,128,308)	376,700	397,600	408,500	449,500	529,800
営業外損益								
経常利益		167,265	(2,128,308)	376,700	397,600	408,500	449,500	529,800

(1) 経費明細表

(単位：円、小数点以下切り捨て)

経費区分	(A) 事業に要する経費 (税込みの額)	(B) 補助対象経費 (税抜きの額)	C) 補助金交付申請額			(E) 積算基礎 ((A) 事業に要する経
			(D) 補助率	3	4	
建物費 (構築物含む)	0					
機械装置・システム構築費	1,834,408	1,667,644			1,250,733	
技術導入費						
専門家経費	0					
運搬費 (*1)						
クラウドサービス利用費						
外注費 (工事費)	88,000	80,000			60,000	
知的財産権等関連経費						
広告宣伝・販売促進費	503,800	458,000			343,500	
研修費						

海外旅費 (*2)						
合計	(A)	2,426,208	(B)	2,205,644	(C)	1,654,233

※1 購入する機械装置の運搬費については、機械装置・システム構築費に含めることとします。

(2) 資金調達内訳

<補助事業全体に要する経費調達一覧>

区 分	事業に要する経費(円)	資金の調達先
自己資金	500,000	271,975 親族
補助金 交付申請額	(C) 1,654,233	

<補助金を受けるまでの資金>

区 分	事業に要する経費(円)	資金の調達先
自己資金	500,000	本人
借入金	1,154,233	親族(親)

