



# Pet EXPO 2022

テーマ : Next Innovation

『犬でもわかるお金の話』



- ・ お金の意味と価値
- ・ 利益が出るポイント
- ・ Well-Being 未来の安心を作る

# 次世代が将来に安心感、幸福感を感じ、 誇りある仕事ができるペット業界を創る

## 楽しい職場づくりアドバイザー 森 たぐい

(有)ワンクスクリエイション 代表取締役

株式会社 アクナレッジ 代表取締役

コミュニケーションエナジー(株) アライアンス講師

一般財団法人 人財開発推進機構 本部理事

一般社団法人 日本ペットサロン協会 相談役



## 人が好き 犬が好き ありがとう



「犬が好き！」という想いだけでペットショップに勤め、働けば働くほどグルーマーは犬を通じて多くの人を笑顔にする素敵な仕事であると思いました。

反面、職場環境が悪くても我慢して働いているグルーマーが多く、夢を諦めて去っていく業界であることも事実です。

だからこそ25年間、経営や心理学、哲学を学び続け、次世代が将来に安心感、幸福感を感じ、誇りある仕事ができるペット業界へと発展させることを使命として共育・啓蒙活動を行っています。

生産性向上ペット用グルーミング用品メーカー  
ペットビジネスコンサルティング・セミナー主催

 **PropHem** ソフトウェア



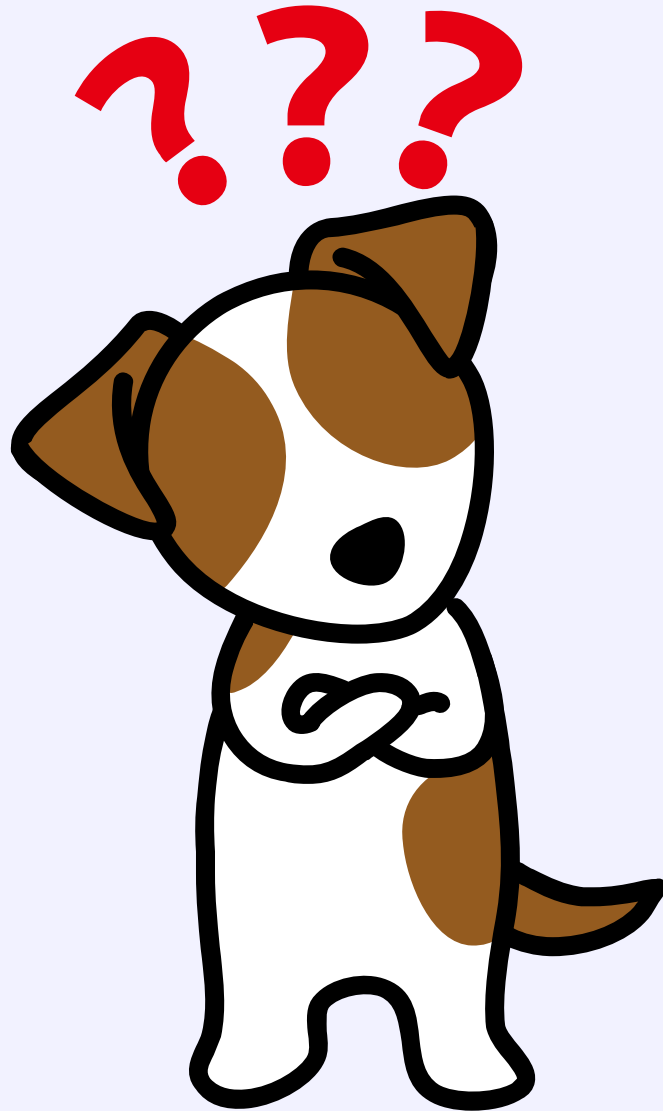
**KERRY**

 **Hugpup**



**犬の幸せ = 飼い主の幸せ**

**最期に「ありがとう」と  
抱きしめてもらうこと**



# お金の意味と価値



# 売上と効率の意味と価値

売上 = お客様満足度 = 犬の幸せ度

売上 = お店への期待度 = あなたへの期待度

売上 = 存在価値 = お客様からの愛

効率 = スタッフの待遇改善

効率 = スタッフへ未来投資

効率 = 会社への未来投資



## ● 売上高の方程式

$$\text{売上高} = \text{客数} \times \text{客単価}$$

## ● 効率の方程式

$$\text{人時単価} = \text{売上高} \div \text{総労働時間}$$

$$\text{人時生産性} = \text{粗利益高} \div \text{総労働時間}$$



# ● 粗利益高の方程式

**物販粗利益高** = 売上高 - 原価

**物販粗利益率** = 約 40%

**美容**・**ホテル** 粗利益高 = 売上高 × 90%

**総粗利益高** =

**美容**粗利益高 + **ホテル**粗利益高 + **物販粗利益高**



# 例) 1ヶ月売上高から人時生産性の計算

美容1000千円、ホテル160千円、商品100千円

$$1000千円 \times 90\% + 160千円 \times 90\% + 100千円 \times 40\% = 1,084千円$$

スタッフ1日8時間×22日×2人 = 352時間

$$\text{人時生産性} = 1,084千円 \div 352時間 \div 3,080円$$

スタッフ1日10時間×22日×2人 = 440時間

$$\text{人時生産性} = 1,084千円 \div 440時間 \div 2,464円$$

# 粗利益計算の基礎

1,000円で仕入れた商品を、粗利率20%で販売するためには、いくらで売れば良いのでしょうか？

1000円×20% = 200円 売価 ~~1200円~~

200円÷1200円 = 16.66%

100% - 粗利益率20% = 80%原価率

原価1000円÷原価率80% =

**A:1250円**

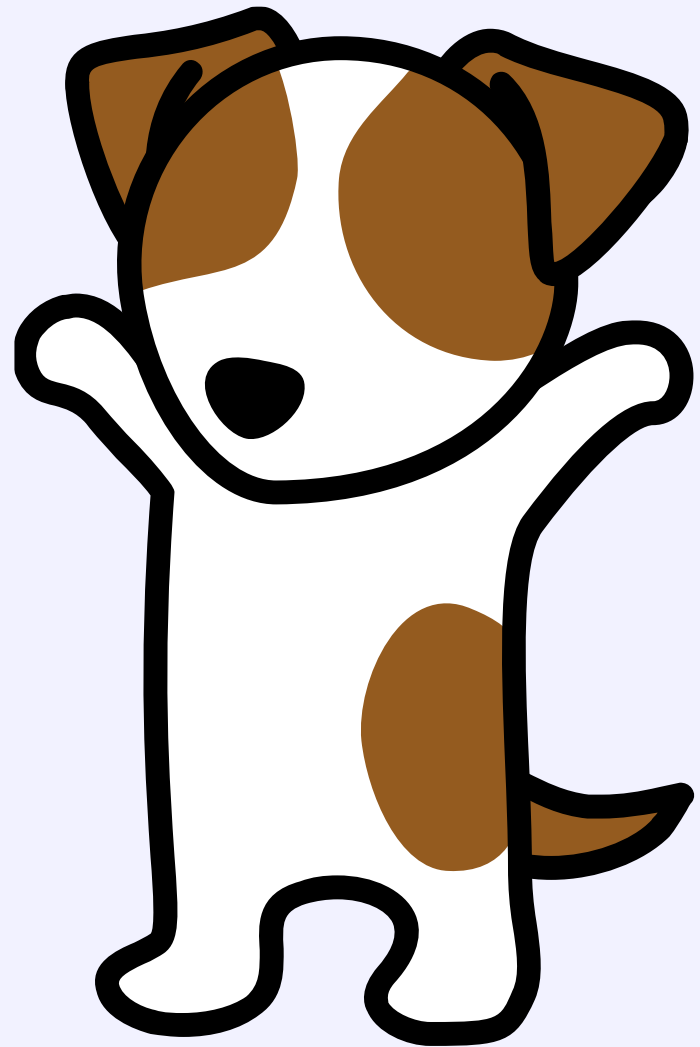


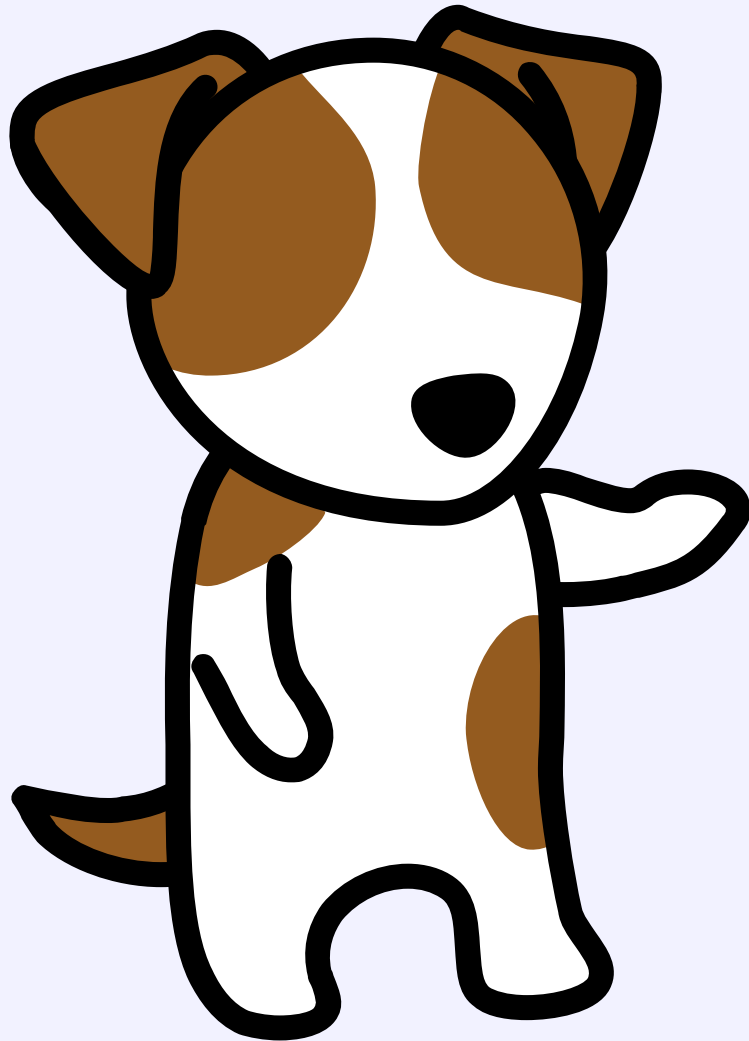
<b>売価</b>		<b>原価</b>	
		<b>80%</b>	1,000
1,250			
		<b>粗利益</b>	
		<b>20%</b>	250

1,000円で仕入れて、1,200円で売っても、粗利率は**16.66%**にしかない。



# 利益がでる ポイント





# 利益感度分析



# 値下げの場合

売価 <del>100</del> 90	原価 60	×	数量 10	=	総売上 <del>1000</del> 900	総原価 600	
	粗利 <del>40</del> 30				粗利総額 <del>400</del> 300	固定費 300	
						利益 <del>100</del> 0	

数量 = 頭数、軒数、時間、個数など  
色々入れ替えて考えてみる





# 個数減の場合

売価	原価	×	数量	=	総売上	総原価		
100	60					<del>1000</del>	540	
	粗利		<del>10</del>		900	粗利総額	固定費	
	40		9			<del>400</del>	300	
						360	利益	
							<del>100</del>	60

数量 = 頭数、軒数、時間、個数など  
色々入れ替えて考えてみる

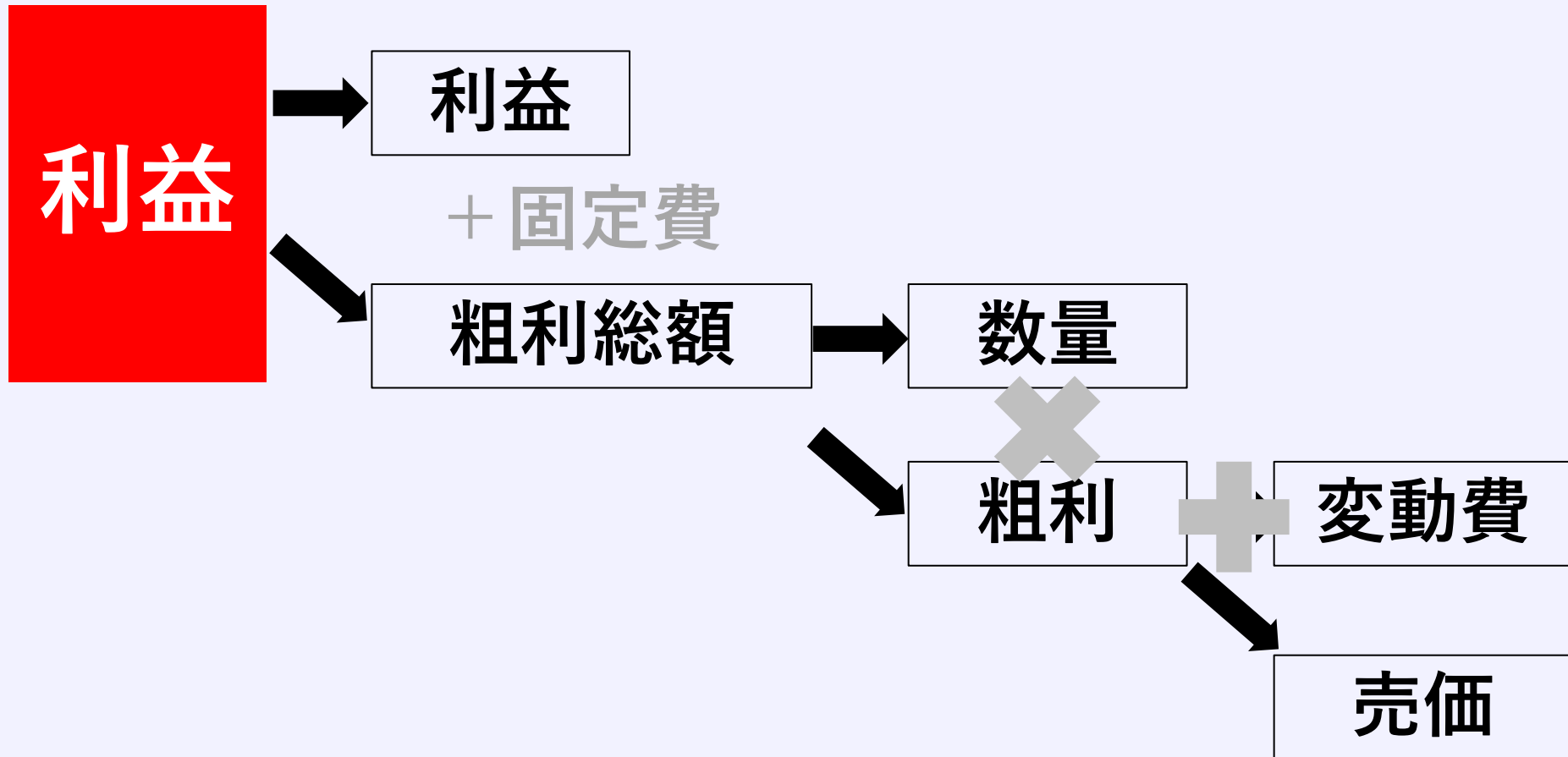


# 質問です

使って余った分を貯金する

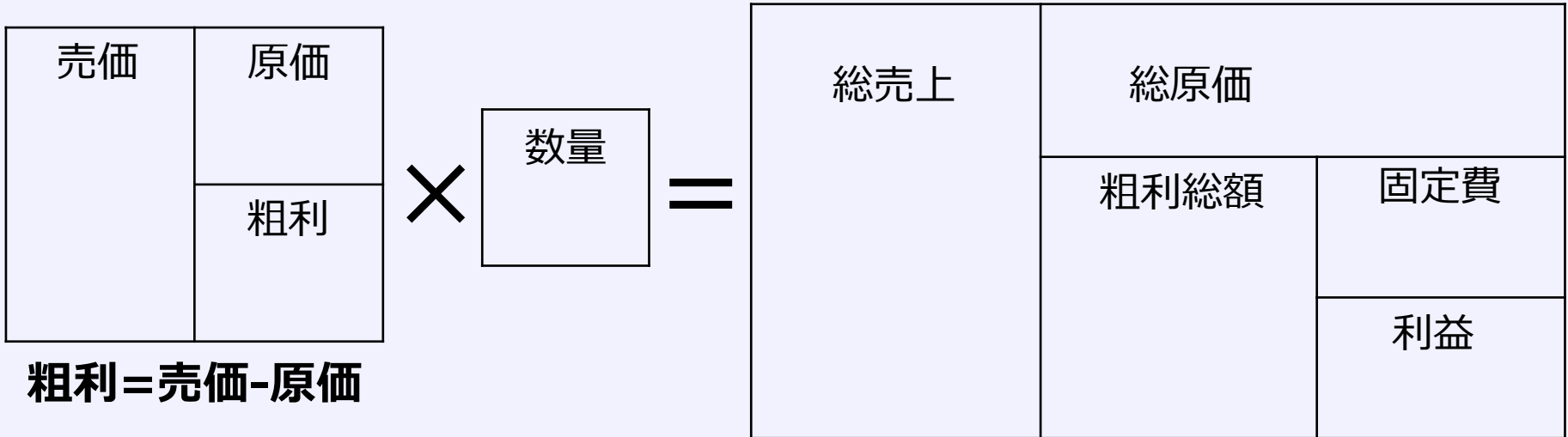
貯金して余った分を使う

# 利益から考える



# 利益感度分析

数量 = 総来店数、総頭数、販売個数、総労働時間など



総売上 = 売価 × 数量

総原価 = 原価 × 数量

粗利総額 = 総売上 - 総原価

利益 = 粗利総額 - 固定費



# 利益感度分析シミュレーション

**立地**：ある住宅街

**営業内容**：トリミングのみ

**スタッフ数**：オーナー含む3名

**トリミング平均価格／頭**：5,500円

**平均原価／頭**：550円

**平均頭数／月**：250頭

**平均固定費／月**：1,089,000円

**平均営業利益／月**：148,500円

# ペットサロン利益感度分析

## ① ( 現状 )

売価 5,500	原価 550	×	数量 250	=	総売上 1,375,000	総原価 137,500
	粗利 4,950				粗利総額 1,237,500	固定費 1,089,000
					利益 148,500	

粗利 = 売価 - 原価

売価	5,500円
原価	550円
数量	250頭
固定費	1,089,000円
利益	148,500円

総売上 = 売価 × 数量

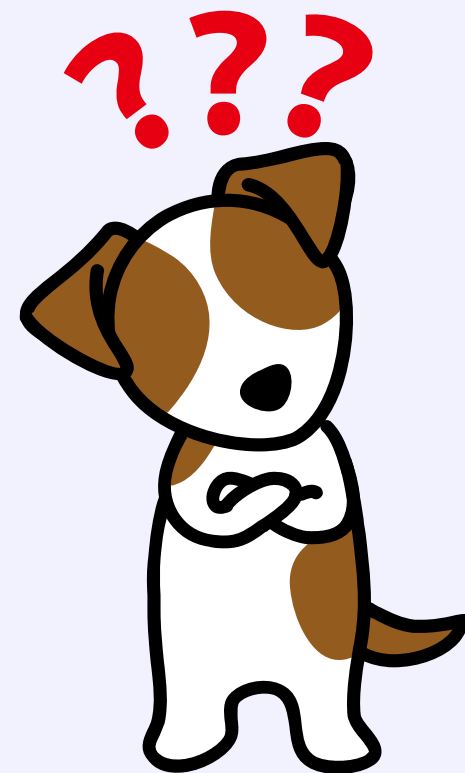
総原価 = 原価 × 数量

粗利総額 = 総売上 - 総原価

利益 = 粗利総額 - 固定費



②これまで常連が多かったため、新規のお客様獲得を目指し、広告用チラシを作りたいと思いました。  
固定費がいくらになったとき、利益は0になりますか？  
固定費の利益感度を求めて下さい。





# 固定費はいくらまで上がっても良いのか？

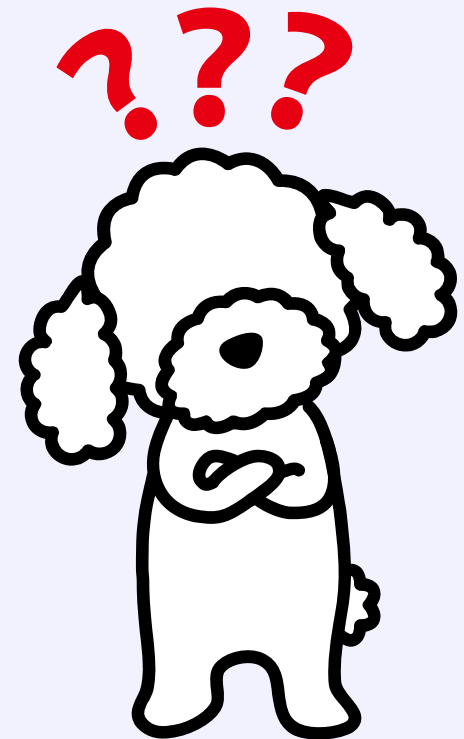
売価	5,500円
原価	550円
数量	250頭
固定費	1,089,000円
利益	148,500円

## ② ( 固定費アップ )

売価 5,500	原価 550	×	数量 250	=	総売上 1,375,000	総原価 137,500	固定費 1,237,500 ?
	粗利 4,950				粗利総額 1,237,500	利益 0	

$$\text{固定費感度} = \frac{\text{新固定費}}{\text{前固定費}} \times 100 = \frac{1,237,500}{1,089,000} \times 100 = 113.6\% (13.6\% \uparrow)$$

③ 原材料費の高騰でシャンプーメーカーから値上げの連絡がありました。原価の値段がいくらまで上がったとき利益は **0** になりますか？ 原価の利益感度を求めてください。



# 原価はいくらまで上がっても良いのか？

## ③ ( 原価アップ )

売価	5,500円
原価	550円
数量	250頭
固定費	1,089,000円
利益	148,500円

売価 5,500	原価 ? 1,144	×	数量 250	=	総売上 1,375,000	総原価 286,000	
	粗利 ? 4,356					粗利総額 1,089,000	固定費 1,089,000
						利益 0	

$$\text{原価感度} = \frac{\text{新原価}}{\text{前原価}} \times 100 = \frac{1,144}{550} \times 100 = 208.0\% \text{ (108.0\% \nearrow)}$$

④ 近くに大手ペットサロンがオープンするという情報が入った。  
価格は安く、技術も高いというウワサがあり、お客様が減るかもしれない。  
今まで来ていたお客様が何人まで減ったとき、  
利益は **0** になりますか？  
数量の利益感度を求めてください。



# 数量はいくらまで減っても良いのか？

## ④ ( 数量ダウン )

売価	5,500円
原価	550円
数量	250頭
固定費	1,089,000円
利益	148,500円

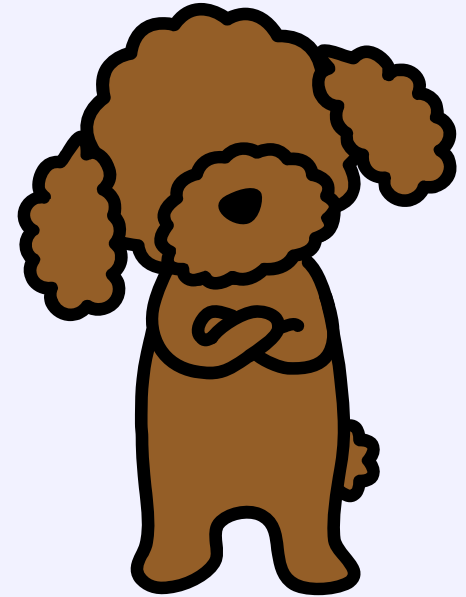
<table border="1"> <tr> <td>売価</td> <td>原価</td> </tr> <tr> <td>5,500</td> <td>550</td> </tr> <tr> <td></td> <td>粗利</td> </tr> <tr> <td></td> <td>4,950</td> </tr> </table>	売価	原価	5,500	550		粗利		4,950	×	<table border="1"> <tr> <td>?</td> </tr> <tr> <td>数量</td> </tr> <tr> <td>220</td> </tr> </table>	?	数量	220	=	<table border="1"> <tr> <td>総売上</td> <td>総原価</td> <td>121,000</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">1,210,000</td> <td>粗利総額</td> <td>固定費</td> </tr> <tr> <td>1,089,000</td> <td>1,089,000</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>利益</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>0</td> </tr> </table>	総売上	総原価	121,000	1,210,000	粗利総額	固定費	1,089,000	1,089,000			利益			0
売価	原価																												
5,500	550																												
	粗利																												
	4,950																												
?																													
数量																													
220																													
総売上	総原価	121,000																											
1,210,000	粗利総額	固定費																											
	1,089,000	1,089,000																											
		利益																											
		0																											

$$\text{数量感度} = \frac{\text{新数量}}{\text{前数量}} \times 100 = \frac{220}{250} \times 100 = 88.0\% \quad (12.0\% \downarrow)$$



⑤ 近隣の競合ペットサロンが値下げしました。当店も対抗するべく、値下げをすることにしました。

販売価格がいくらになったとき、利益は **0** になりますか？  
売価の利益感度を求めて下さい。



# 売価はいくらまで下がっても良いのか？

## ⑤ ( 売価ダウン )

売価	5,500円
原価	550円
数量	250頭
固定費	1,089,000円
利益	148,500円

売価	原価
4,906	550
?	粗利
	4,356

×

数量
250

=

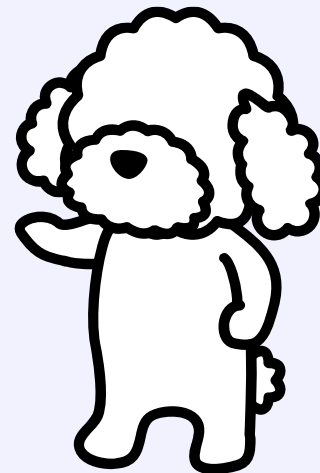
総売上	総原価	137,500
1,226,500	粗利総額	固定費
	1,089,000	1,089,000
	利益	0

売価 = 総売上 ÷ 数量

$$\text{売価感度} = \frac{\text{新売価}}{\text{前売価}} \times 100 = \frac{4,906}{5,500} \times 100 = 89.2\% \text{ (10.8\% \downarrow)}$$

## ⑥それぞれの利益感度を感度が 敏感な順に並び替えてみましょう

第1位	売価感度	89.2%	( 10.8% ↓ )
第2位	数量感度	88.0%	( 12.0% ↓ )
第3位	固定費感度	113.6%	( 13.6% ↑ )
第4位	原価感度	208.0%	(108.0% ↑ )



# ⑦ 値上げをすると利益は何%アップするか？

もし現状のまま、売価を10%アップさせることができたなら、利益はいくらになりますか？  
また、利益は現状の時と比べて何%アップしますか？  
売価アップの利益感度を求めてください。

( 売価アップ )

売価	原価
<b>6,050</b>	550
	粗利
	5,500

$$\text{売価} = 5,500 \times 110\%$$

×

数量
250

=

総売上 1,512,500	総原価	137,500
	粗利総額	1,375,000
	固定費	1,089,000
	利益	<b>286,000</b> ?

$$\text{利益感度} = \frac{\text{新利益}}{\text{前利益}} \times 100 = \frac{286,000}{148,500} \times 100 = 192.6\% \quad (92.6\% \uparrow)$$

# ⑧ 値上げで数量はいくら減ってもよいか？

売価を10%アップさせるとお客様が減るかもしれません。

値上げをした場合の数量感度は何%ですか？

売価アップ時の数量ダウン利益感度を求めてください。

( 数量ダウン )

数量 = 粗利総額 ÷ 粗利

売価	原価
6,050	550
	粗利
	5,500

?

数量

198

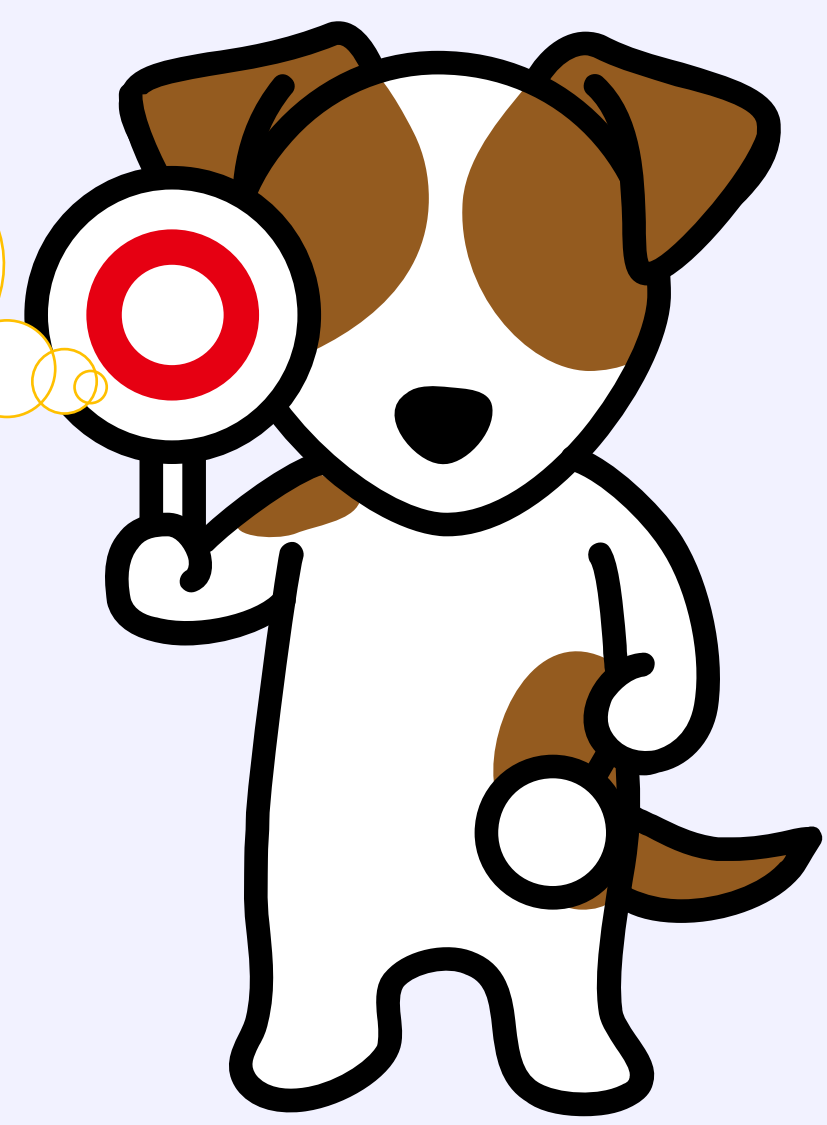
総売上 1,197,900	総原価	108,900
	粗利総額	固定費
	1,089,000	1,089,000
	利益	0

売価 = 5,500 × 110%

数量感度 =  $\frac{\text{新数量}}{\text{前数量}} \times 100 = \frac{198}{250} \times 100 = 79.2\% \text{ (20.8\% \curvearrowright)}$



数字はウソを  
つかない







お問い合わせはN-FORWORDさんへ

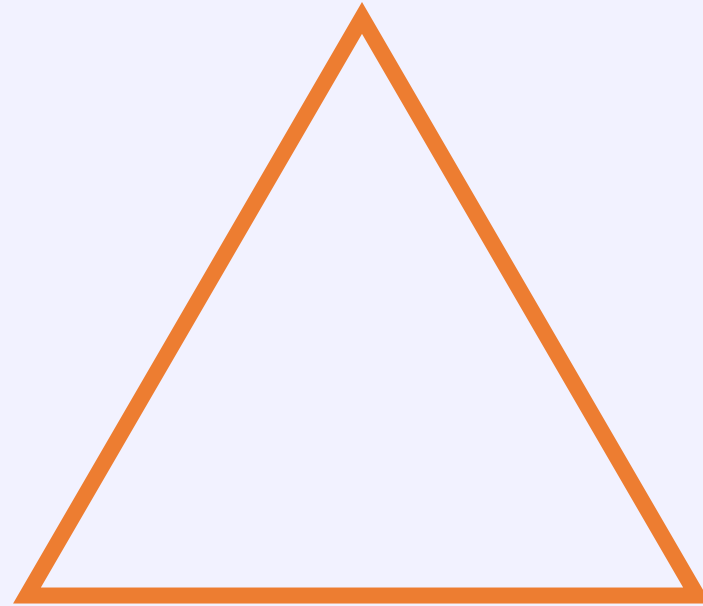


# Happiness < Well-being

1. Positive emotion ⇒ ポジティブ感情
2. Engagement ⇒ 没頭
3. Relationship ⇒ 関係性
4. Meaning ⇒ 意義
5. Achievement ⇒ 達成



**利益**



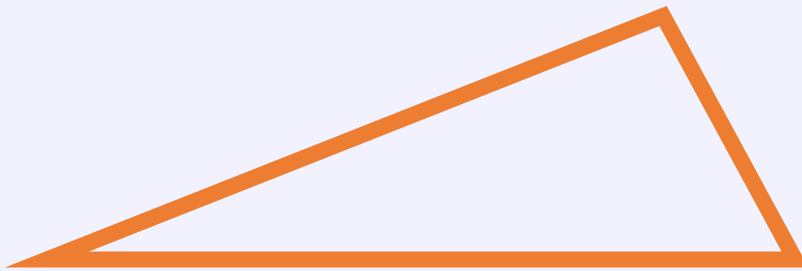
**顧客満足**

**社員満足**



**利益**

**自己犠牲**



**顧客満足**

**社員満足**



**利益**

**永続できない**

**顧客満足**

**社員満足**



**利益**

**スタッフが続かない**

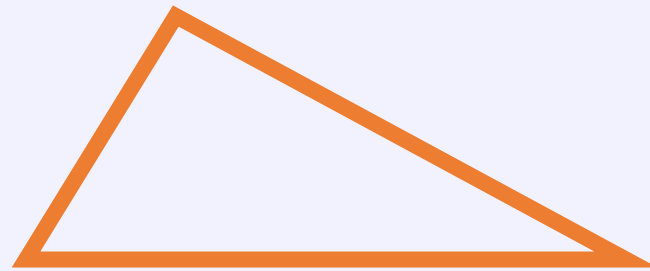
**顧客満足**

**社員満足**



**利益**

**退屈**



**顧客満足**

**社員満足**



**利益**

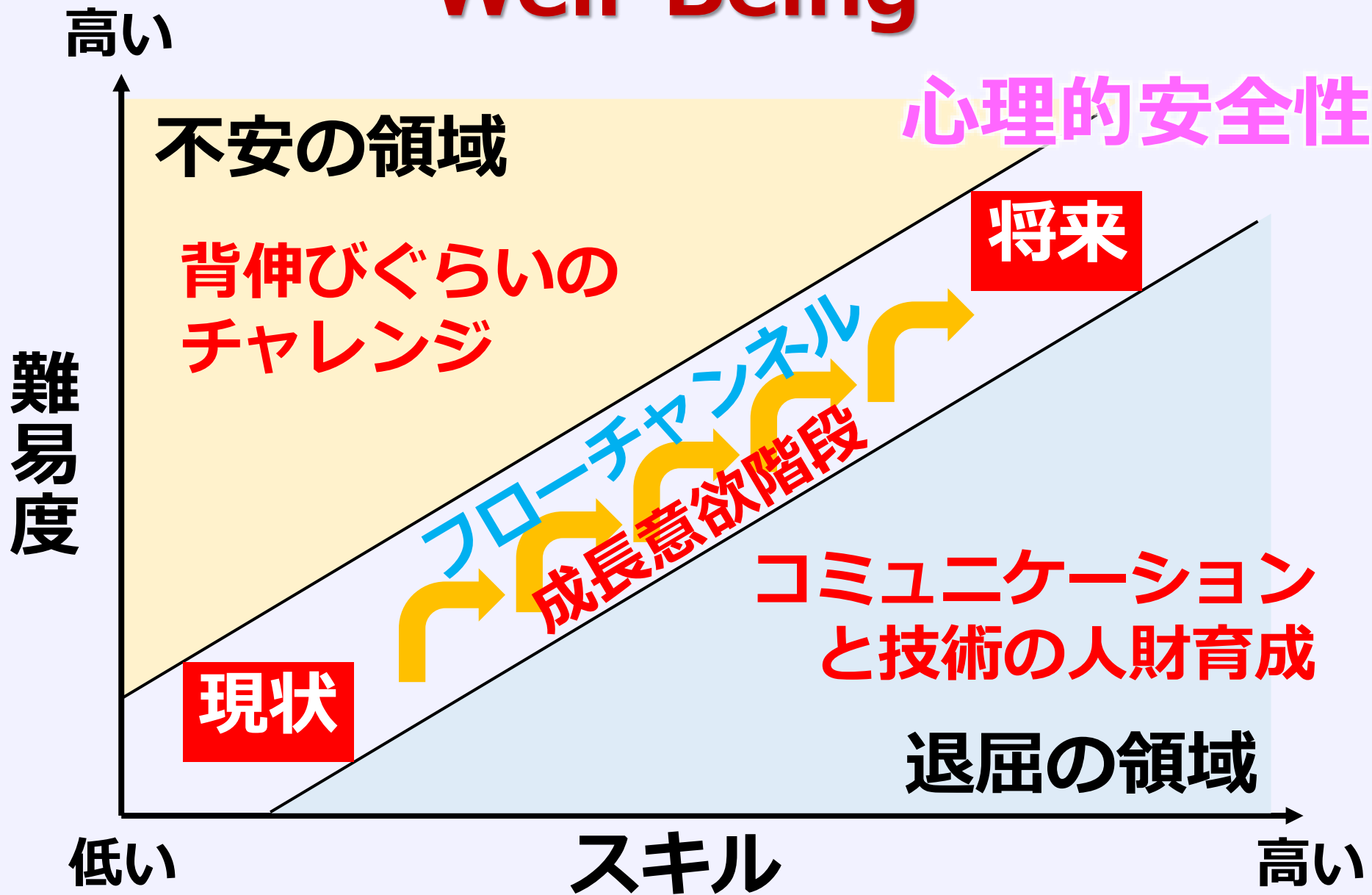
**バランスをとりながら成長**

**顧客満足**

**社員満足**



# Well-Being



# 世界を犬で幸せにしよう！

犬の幸せ

飼い主が犬を飼っていて幸せ

的確なアドバイス

世界が犬で幸せになる

健全な経営

働く人が楽しく  
永く働く

楽しく働く  
待遇の良い職場

= 犬の共生価値が上がる

ペット業界の新しい見方

# 犬から学ぶ コミュニケーション

開催形態  
Zoom  
オンライン

良いお店作りは一生掛かり、  
ダメなお店作りは一瞬でできると言われます。  
ペットビジネス未来塾では、地域社会と人と動物の  
コミュニケーションを学び、自らが人財教育者となって  
健全なお店作りの土台をつくります。  
ペット業界は法律改正や、愛玩動物看護師が国家資格となるなど、  
価値観が大きく変わるときを迎えています。  
共に学ぶ仲間と Vision・Mission・Value を明確にして、  
自分にしかできない新しいお店創りをしましょう！



 ペットビジネス未来塾 on-line 

**経営の基礎を学び、仕事に夢と自信が身に付きます！**

# 本日のパワーポイントデータ



メッセージに  
「お金」を投稿⇒パワポ