

# 生活衛生だより

No.170

2013 Jul.

せいえい三つ星レポート:第1回京都女性起業家賞(アントレプレナー賞)受賞者特集

- 経営アドバイス:交流型インターンシップ(首都圏大学生)を活用した震災後のホテル再生・復興と地域活性化事業例
- 特集:国内宿泊施設の利用に関する消費者意識と旅館業の経営実態調査
- せいえい取組事例
- BOOK INFORMATION
- セミナー・イベント情報
- 業界豆知識
- キラメキ男子



SOBA Café. さらざん  
飲食業/京都府



個室美容室  
"Ccure ~クキュア~"  
美容業/京都府



Ccure



日本政策金融公庫  
国民生活事業



<京都府知事賞最優秀賞受賞>

Happy Beauty Project

(個室美容室“Ccure〜クキュア〜”)

**三田果菜(さんだかな)氏**

創 業 / 2009年4月

事業内容 / 美容業

営 業 所 / 京都府京都市中京区高田町503 花柳ビル2F

電 話 / 075-600-8239

脱毛に悩むがん患者向け専門個室美容室

今回は、平成24年度第1回京都女性起業家賞の京都府知事賞の最優秀賞、優秀賞(及び日本政策金融公庫グッドプラン賞)を受賞されたお二方をご紹介します。最初にご紹介するのは、最優秀賞を受賞された三田さんです。三田さんは、がん患者向け専門個室美容室の運営とウィッグの販売を行っています。この事業を始めたきっかけは、三田さんの身近な人ががんになったことからでした。抗がん剤の投与により髪の毛が抜け落ちてしまい、ひっそりと闘病生活を続けるのではなく、「あの時だって家族みんなで笑って幸せだったよね」と言っていただけのような素敵な日々を送ってもらいたいという思いで、2009年に企画会社「Happy Beauty Project」を立ち上げ、2011年に「がん患者専用個室美容室Ccure〜クキュア〜」をオープンしました。創業の経緯やお店の特色などについて伺いました。



創業の経緯について教えてください。

両親が理美容業に従事していることもあり、私も2007年に美容師免許を取得しました。さらに、美容が“社会”のために出来ることを深く研究するために、2007年に同志社大学大学院のソーシャル・イノベーション研修コースに進み、2009年4月に「美容術で女性とまちを元気にする!」をコンセプトに美容をツールとした企画・コーディネート等を行う「Happy Beauty Project」を立ち上げました。そして2011年12月に「がん患者向け専門個室美容室Ccure〜クキュア〜」をオープンしました。

お店の特色を教えてください。

美容と健康面からがん患者さんの社会復帰のお手伝いをするために、トータルビューティー&ヘルスサポートを行っています。具体的には、美容室では自毛のカットだけでなくウィッグのカットやパーマなども行っています。ウィッグ選びは、押し売りをする事は一切なく、お客様と同じ目線に立って一緒に不安や悩みを解決しながら、





お客様のご希望に添った予算でご提供しています。また、患者さん目線からのがんについてのご相談も承っており、がんを患った時の美容のこと、副作用のこと、金銭的なこと、体調管理のことなど様々なサポートを行っています。最近、理美容室向けに、理美容室もお客様も使いやすいノウハウ付のウィッグの卸販売も始めました。現在はお縁のある店舗にしか販売できていませんが、近い将来、全国の理美容室でもお取り扱いいただけるよう営業に努めていきたいと思えます。



今後の取り組みについて教えてください。

がんを罹患する方は年間70万人、2人に1人ががんになり、3人に1人ががんで亡くなるといわれています（脱毛症患者さんは潜在的に300～500万人と言われていています）。単純に考えると、サロンに来ていただいているお客様の2人に1人ががんになれる可能性があるということです。今後は、こうしたお客様に対応可能な理美容師の育成にも力を入れていきたいと考えています。2012年9月から京都理容美容専修学校の講師に就任しました。さらに当社では、がん患者さん対応可能理美容師養成講座を開催しています。患者さんの「外見」を支えることは、患者さんの「生きる」を支えることだと信じています。こうした思いを全国に広めていきたいと思えます。



**【受賞のポイント(選考委員:京都創業支援センター所長のコメント)】**

三田さんの事業は社会貢献度がとても高く、選考時のプレゼンテーションでは、三田さんの熱い思いが強く心に響きました。また社会性だけでなく事業性をきちんと兼ね備えている点が最大の評価ポイントです。社会に役立つこの素晴らしい事業をたくさんの人に知ってもらいたいという思いで投票しました。



＜京都府知事賞優秀賞及び  
日本政策金融公庫グッドプラン賞受賞＞

SOBA Café. さらざん

橋本陵加(はしもとりょうか)氏

創 業／2010年9月

事業内容／飲食業

営 業 所／京都府京都市下京区鍵屋町327-2

電 話／075-201-3848

そばの新たな魅力で  
消費者、加工者、生産者を豊かに

次にご紹介するのが、京都府知事賞優秀賞及び日本政策金融公庫グッドプラン賞を受賞された橋本さんです。橋本さんは、京都市営地下鉄五条駅から徒歩3分ほどの距離にある『SOBA Café. さらざん』を運営しています。そばといえば、通常は蕎麦切り(そばつゆをつけて食す、ざるそばなど)をイメージしますが、橋本さんのお店では、蕎麦切りは一切なく、メイン料理は国産そば粉を100%使用した「そばガレット」です。ガレットとはフランス・ブルターニュ地方の郷土料理で、そば粉をクレープのように薄い円形に焼き上げ、その上にハムや野菜、玉子などをトッピングした若い女性に人気のメニューです。他にも国産そば粉を使用したクッキー、マドレーヌ、ケーキなどオリジナルの洋菓子も提供しています。創業の経緯やお店の特色などについて伺いました。

創業の経緯について教えてください。

2005年に大阪外国語大学を卒業後、農家の就労体験を経て、農業の課題をマクロの視点で学ぶため、2008年に京都大学大学院人間環境学研究科修士課程に進学し環境経済学分野を研究しました。在学中にバイクで日本



全国を走り回り、元気をなくした山間部を目の当たりにし、自分にできることは何かを考えてきました。そんな折に、滋賀県高島市の休耕地でそばを栽培する活動に参画し、リーダーとして活動を引き継ぎ「チームそば」を結成。栽培から食すことまで一貫した取り組みを行うとともに、この活動費を得るために余剰のそば粉を使って焼いたクッキーを京都市内の手づくり市で販売したところ、予想以上に売上が良かったことが事業を始めるきっかけになりました。そばの多様な楽しみ方をより具体的に多くの人に伝えていくことが日本の農業振興につながると考え、博士課程への進学を辞退し、2010年9月にSOBA Café. さらざんをオープンしました。

お店の特色を教えてください。

お店は築100年の町屋を改修し、京都の伝統工芸職人さんの協力を得て雰囲気のある空間に仕上げました。総漆塗りの看板や、鍛冶屋さんが作った扉の取っ手や型紙職人さんの作ったオリジナルの照明などこだわりの箇所もあります。海外経験豊富なスタッフを揃え、英語のメニューを用意し海外からの観光客の方にも楽しんでもら



えるサービスを提供しています。そばガレットはベースとなるソースやトッピングの組み合わせによりバリエーションが豊富で、週替わりメニューや季節のスペシャルガレットを含めると全部で40品提供しています。日々新メニューを考案中です。また、オリジナルそばスイーツの開発にも取り組んでいます。今現在ご提供しているのは、クッキー、マドレーヌ、シフォンケーキ、チップス、シュークリームなどで、特にそば粉100%で作るそばの持ち味を活かすように心がけています。お土産用にテイクアウトもしています。最近では贈り物としても選んでいただけるようになってきました。

### 今後の取り組みについて教えてください。

私が目指していることは、国産そばの新たな魅力や価値の創造、そして提案、普及により消費者、加工者、生産



者が共に豊かになり、農業振興、特に休耕地の活用を促進し、日本を元気にしていくことです。現在、京都市北部の京北の農家の方々と協力して、休耕地を活用したそば栽培に取り組んでいます。「京都そばマドレーヌ」には京北のそば粉だけを使用しブランドの創出にもチャレンジしています。店頭では京北の採れたて野菜の販売も始めました。最近の取り組みとしては奈良県吉野町の休耕地活用特産品創出プロジェクトと水車プロジェクトに参加し地域の活性化の一助となるべく足繁く吉野町に通っています。SOBA Café. さらざんができることは何か、常に自分に問いかけながらフルスロットルで駆け抜けていきたいと思っています。



### 【受賞のポイント(選考委員:京都創業支援センター所長のコメント)】

橋本さんは何事に対しても前向きで、不思議な魅力を持っている方です。カフェ経営だけにとどまらず、もっと大きな夢を持っていることに大変感銘を受けました。5年後、10年後の橋本さんの姿がとても気になります。そんな未来の橋本さんに期待を込めて日本政策金融公庫グッドプラン賞を提供させていただきました。



# 交流型インターンシップ(首都圏大学生)を活用した 震災後のホテル再生・復興と地域活性化事業例



## 香取 早太 (KATORI HAYATA)

株式会社JTBコーポレートセールス 営業推進本部 営業開発局所属。  
社内で、数少ない大学との産官学連携などを手掛ける専任者。  
「旅のチカラで大学・企業・地域をもっと元気に」をスローガンにJTBの  
持つリソースを大学や地域、企業などの価値向上に役立てる仕組みを  
開発している。

JTBコーポレートセールスの大学向けソリューション

HP: [http://www.jtbbwt.com/contents/movement03\\_05.html](http://www.jtbbwt.com/contents/movement03_05.html)

メール: [h\\_katori829@bwt.jtb.jp](mailto:h_katori829@bwt.jtb.jp)

今回は弊社((株)JTBコーポレートセールス)を通じて震災後に再生・復興を成し遂げたホテル(弊社では事業パートナーといいます。)の事例をご紹介します。本事例が、被災地域でホテル・旅館業を営む方々にとって、再生・復興に向けた一つのヒント(糸口)となれば幸いです。

### 【背景とホテル・大学の各々の課題】

東日本大震災で大きな被害を受けた南三陸町。その地域でも旗艦的な存在の弊社パートナーである「南三陸ホテル観洋」様では、一定の修復は完了し、ハード面での復旧は進んでいたものの、宿泊業にとって重要なスタッフの確保やホスピタリティレベルの維持・向上が課題となっていました。具体的には震災による住居の倒壊、家族の事情による転居等が原因で、約100名の従業員が不足する見通しとなっていたのです。

一方、弊社教育事業のお客様である「創価大学経済学部」様では、より多くの学生に対して、社会参加と人間力育成の機会を提供するため、ソーシャルビジネスのケーススタディを学ぶ場を模索していました。

既存のインターンシップでは、受入企業の業務を一部体験出来たとしても、補佐的な業務に限られ、一定の効果はあるものの、成長意欲の向上や社会参加の実感が十分に得られていない、という課題を抱えていました。



近隣の町の防災庁舎(現在では取壊しが決定)



**【マッチングサポート事例の紹介】**

このような両者の課題やニーズを伺う中、今回、弊社がマッチングのサポートをいたしました。以下ではその具体的な内容をご紹介します。

「東北復興インターンシップ」と名付けられた当プログラムは、15日間を1セットとして約20名ずつの大学生をホテル側に受け入れてもらいます。

プログラム中は、清掃、部屋の整頓、布団の用意、配膳、後片付け等を行う中で、異なる年代の社員や関係者の方々とのコミュニケーションを通じてチームワークや社会人として必要とされる素養を、全国各地から訪れるお客様との対話・交流を通じてホスピタリティの理解などを学んでもらいました。

また、ホテル業務以外にも社会人復興・街おこしの社団法人、農業・漁業関係者、行政アドバイザー、福祉アドバイザーなど、各分野のリーダー等を講師とする座学「復興応援塾」も週に2回程度実施し、単なるホテルの職場体験に留まらないような工夫も行いました。

本プログラムを通じて、学生は現場では実際にどのようなニーズがあるのかを知ると同時に、どのような人々と関わっていくのかを実践的に学べる利点があります。こうした、貴重な体験は日常では決して得ることのできないものであり、学生の就業力の育成に大きく役立つものと思います。

**南三陸  
ホテル観洋での  
就業体験**



単なる観光ホテルの就業体験ではなく、「働くことの本質」を、そこで働く異・同年代の方々との交流や宿泊にいらっしゃる方々との対話を通して体感し、「実社会に出る訓練」を行う。



## 【ホテル、地域にもたらす効果】

一方、ホテル側では単に不足した労働力を補うといった当初の目的を実現するのみならず、人口が流出する町において、他の地域から南三陸のために若い人達がやって来ることに喜びや希望を感じ、また、職場に新たな風と良い刺激がもたらされ、ホテルのサービス向上に関する新たな発見や気づきが得られたように思います。

また、お客様の目線により近い視点を持つ従業員を迎えることで、十分とは言えなかったサービスや無駄と思われる業務等が浮き彫りになり、業務の効率化・改善につながったことも事実です。

さらに、関わりを持った地域活性化に携わるリーダー、特に農業・漁業関係者の方々にとっては、消費者である首都圏の学生が当地区やその地域の商品をどのように見ているのか、また、どのように伝えることで商品の訴求力を高めることができるのか、といったことを考える機会にもなったようです。

## 【今後の展開】

弊社では、このような被災地におけるマンパワー（主に若い担い手）の不足を一定程度補完することができる手段として、今後も、首都圏の大学生を中心としたインターンシップとのマッチングを積極的に行っていきたいと考えています。

宿泊業の経営者の皆様においては被災に伴う従業員不足の解消だけでなく、消費地である都会の大学生を受け入れることにより、その地域の強みは何か、アピールすべきポイントは何か、といった新しい活力のある発想が見えてきます。また、ひいては地元地域の活性化にもつながっていくものと自負しています。

新たな「絆」を結ぶことにより、相乗効果が表れており、今後も、今回の創価大学経済学部 & 南三陸ホテル観洋（2013年も継続決定）のコラボレーション以外にも同様のコラボ・マッチングの横展開を行っていき、宿泊業の経営者・地域の復興や活性化に寄与していきたいと思います。

### 東北復興 インターンシップの 様子

ただいま、当館はとつてもにぎやかです。

東北復興インターンシップとして創価大学の学生さんが2月5日より館内でお仕事をいただいています。

昨年、人口流出が問題で働き手がない!ということ創価大学の方々がお知らせいただきJTB様・創価大学経済学部様・そして当館がお互いに連携をしてインターンが実現しました。

学生の皆様には多くが東北にゆかりのない方が多く、被災地の現状を知ることと社会貢献意識の向上を柱に実際に働いてみて働くことの意義を体感していただくことなどが目的となっています。

昨年の夏に3人の学生が派遣され、今回は2期目の学生さん、総勢22名の皆様が客室や宴会場など様々な場所で奮闘しています。

(南三陸ホテル観洋様のブログより一部抜粋)



# 国内宿泊施設の利用に関する消費者意識と旅館業の経営実態調査

特集

当公庫が2012年11月に実施した  
「国内宿泊施設の利用に関する消費者意識と旅館業の経営実態調査」から  
外国人客の集客に向けた取り組みについてご紹介します。

## 調査概要

	消費者意識調査	経営実態調査
調査時点	2012年11月	
調査対象	最近1年以内に国内の宿泊施設を利用した 全国の一般消費者5,000名(男性2,500名、女性2,500名)	日本政策金融公庫(国民生活事業)が融資した旅館業 回答数799企業(回答率40.2%)
調査方法	インターネットによるアンケート調査	郵送、無記名によるアンケート調査

## 経営実態調査

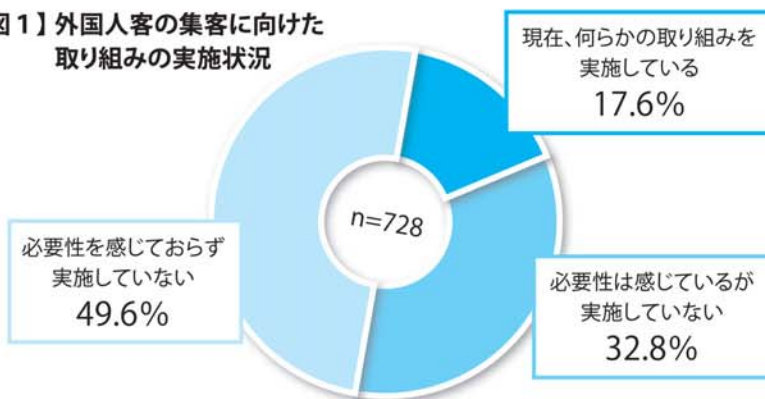
### 外国人客の集客に向けた取り組み

外国人客の集客に向けた取り組みの実施状況は、「現在、何らかの取り組みを実施してる」17.6%、「必要性は感じているが、実施していない」32.8%、「必要性は感じておらず、実施していない」49.6%となっています。【図1】

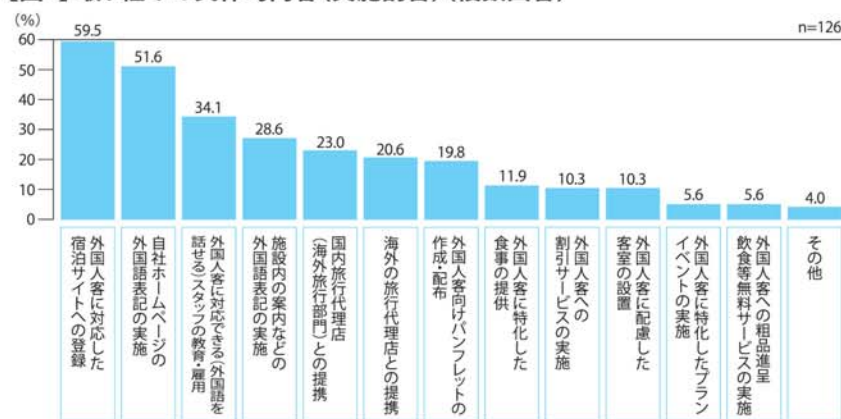
取り組みの具体的内容(実施割合)は、「外国人客に対応した宿泊サイトへの登録」(59.5%)が最も多く、以下、「自社ホームページの外国語表記の実施」(51.6%)、「外国人客に対応できる(外国語を話せる)スタッフの教育・雇用」(34.1%)となっています。【図2】

集客面で特に実施効果が高い取り組みは、「外国人客に対応した宿泊サイトへの登録」(45.3%)が最も多く、以下、「自社ホームページの外国語表記の実施」(37.2%)、「海外の旅行代理店との提携」(14.0%)、「外国人客に対応できる(外国語を話せる)スタッフの教育・雇用」(14.0%)となっています。【図3】

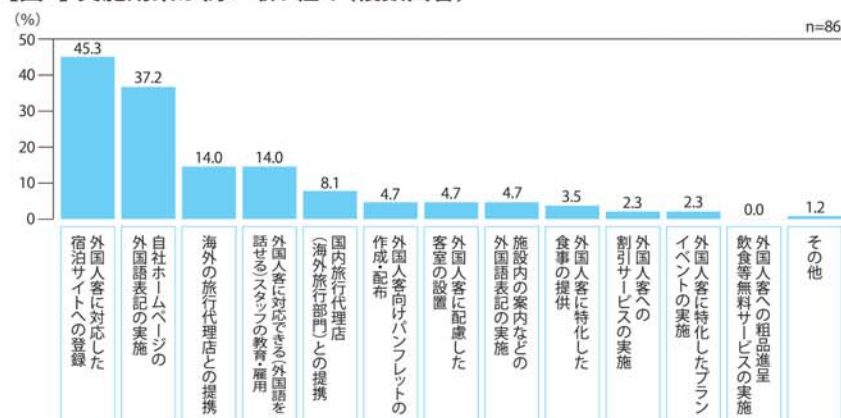
【図1】外国人客の集客に向けた取り組みの実施状況



【図2】取り組みの具体的内容(実施割合)(複数回答)



【図3】実施効果が高い取り組み(複数回答)





# 訪日外国人旅行者に関する旅行代理店へのヒアリング

## 特集

訪日外国人旅行者の動向や意識について、  
本調査の業務委託先(調査会社)が旅行代理店(3社)に対して実施した  
ヒアリング結果をご紹介します。

### 日本の宿泊施設に求められること

外国人旅行者はインターネットで情報を入手する傾向が強く、宿泊施設内の通信環境の整備は必須といえる。また、情報発信方法の一つとしてホームページの開設が挙げられ、主要言語に対応したホームページ作りが有効であると考えられる。

外国人旅行者の利用状況を宿泊施設タイプ別にみると、旅館系よりホテル系の宿泊施設の利用が圧倒的に多いと言われているが、これは外国人旅行者向けのインフラが充実しているためであり、決して旅館に対するニーズが低い訳ではない。特に韓国人旅行者はホテルよりも旅館を選択する傾向が強く、韓国国内の業界や行政が牽引する形で開設しているインターネットサイト「RYOKAN」や、大手代理店が運営する「JAPANiCAN」では旅館を中心として日本文化を前面に押し出した作りとなっている。

次に、宿泊施設において多言語に対応できるスタッフが必要かどうかという点であるが、そこまでの投資をする必要はないと考える旅行代理店が多い。多言語をカバーできるスタッフがいれば理想的ではあるが、英語のみ対応できれば特に問題はなく、館内のサインや献立の多言語表記等に注力することで十分対応できると考える。なお、日本食を堪能しようとする外国人旅行者は、手の込んだ日本食の成分に非常に興味を持っていると言われている。

また、外国人客向けに施設を修繕する必要があるかどうかという点であるが、こちらも必要ないと考える旅行代理店が多い。外国人旅行者は基本的に日本のしきたりに合わせて行動し、日本文化を享受したいと考える傾

向が強いと言われている。したがって、日本人の強みである「ホスピタリティ」や、日本文化を味わい、楽しむといったソフト面の強化がむしろ必要であると考えられる。例えば、日本人には当然とされている「お茶を無料で提供すること」等は外国人にとっては新鮮なサービスとして受け入れられる。日本人特有の気配りが外国人旅行者に対しても好感を与えることが多い。

なお、外国人旅行者向けサービスの過剰な投資はリスクを伴うことも忘れてはならない。例えば、外国人を多く受け入れているホテルには日本人離れが進み、かえって経営が悪化しているところもある。このような場合は、外国人枠を設定するなどして外国人客を一定量に留めるなどの措置を念頭に置く必要があるものと思われる。

### 訪日の目的

欧米勢の訪日目的の主流はレジャーである。アジア勢はレジャーを目的とした旅行者も多いが、最近では、ビジネスの一端を担う「MICE」(注)と呼ばれる分野における訪日者数の増加が著しい。訪日外国人旅行者の約20%はビジネス目的であると言われており、そのビジネスの内容を詳細にみると、会議、展示会、イベントといった付帯施設を伴うビジネス行動が多く、宿泊施設、会議室、展示場、アリーナ等を一括で利用できる環境が求められている。また、前述の「MICE」には報奨旅行が伴うため、日本の宿泊施設ではビジネスを目的とした訪日外国人は合わせて旅行も行う点を視野に入れてサービスの展開を図ることが必要と考える。

(注) MICE:「Meeting(企業等の会議)」、「Incentive Travel(企業等の行う報酬・研修旅行)」、「Convention(国際機関・団体、学会等が行う国際会議)」、「Exhibition/Event(展示会・見本市、イベント)」の頭文字をとった言葉。



## ◆せいえい取組事例◆

生活衛生関係営業の景気動向等調査結果(2013年1~3月期)から、  
生活衛生関係営業の経営取組事例をご紹介します。

業 種	取 組 事 例
そば・うどん店	固定客が9割。11時から14時まで、日替わりメニューを定価の15%引きで提供しているが、サラリーマンの方に大変喜んでいただいている。これからも日替わりメニューを色々と増やしていきたい。
中華料理店	新メニューを出してから客単価が上がった。
すし店	創業40年になる。値段をしっかりと記載して明朗会計を心掛けている。
料理店	和食だけではなく、若いお客様向けのメニューをつくった。
喫茶店	最近、「モーニングセットあります」と表示したところ、モーニングセットを注文するお客様が何人か増えた。
社交業	カラオケスロットゲームをしてもらい、楽しんでもらっている。
その他飲食店	リピーターのお客様が多いので、常に良いものを提供するように努力している。お客様に姓名判断を行うサービスをしている。
食肉販売業	惣菜の日替りサービス品を店頭において、集客に努めている。
食鳥肉販売業	加工面で独自のアイデア商品をつくるなど、新商品に挑戦している。
冰雪販売業	安売りしている製氷機で作る「ブッカキ氷」と、氷屋が販売している角氷をぶっかいた「純氷」の違いを分かってもらうように、純氷祭りを催している。
理容業	若いスタッフのお客様が増えた。
美容業	接客中の梅茶・コーヒー・紅茶等のサービス、来店のお礼ハガキの送付、アフターカットのお誘い、バースデイカード、電話予約の方へ電話代を千代紙の袋に入れて差し上げるサービスなど、小さな美容室でも出来る取り組みを行っている。
映画館	60才以上のお客様が少し増えている。無駄な経費は省き、役員報酬や人件費などを削減した。
ホテル・旅館業	連泊される建設業のお客様が多いため、飽きがこないよう、朝食・夕食を約300のメニューから毎日変更して提供している。地産地消を意識し、近所の農家と契約している。野菜類が豊富であることがお客様に喜ばれている。
公衆浴場業	休憩室の椅子を張り替えたり、行き届いた掃除を徹底するなどお客様が快適に寛げるようにしている。お客様からは、他店に比べきれいだと評判が良い。
クリーニング業	保管サービスをスタートする。




# 創造力、無限大

高校生  
ビジネスプラン  
グランプリ

高校生ならではの  
創造力あふれるプランを大募集!!

エントリー締切 2013年9月17日(火)必着  
【ビジネスプラン提出期限 2013年10月15日(火)必着】



 日本政策金融公庫

主催: 日本政策金融公庫  
後援: 経済産業省、文部科学省、厚生労働省、沖縄振興開発金融公庫、日本商工会議所、  
全国商工会連合会、公益財団法人全国商業高等学校協会、公益財団法人産業教育振興中央会

お問い合わせ先: 日本政策金融公庫「高校生ビジネスプラン・グランプリ」運営事務局  
TEL: 03-3270-1385 <http://www.jfc.go.jp/n/grandprix/>





 売れる！

ネーミング発想塾

 齊藤孝  
ダイヤモンド社

日本公庫が実施したアンケート調査によると、約2割の企業が商品・サービスのネーミングを工夫しており、そのうち「効果がある」と回答した企業は52.6%と半数を超えています（「生活衛生関係営業の景気動向等調査(2012年10～12月期)」より）。このデータから、ネーミングの工夫が集客面で良い効果を及ぼしていると言えますが、どのようにネーミングをつければいいのか分からない、という方も多いのではないのでしょうか。

そこで、ご紹介する本が「売れる!ネーミング発想塾」です。著者はネーミングを商品に魂を入れる、まさに「思い」をカタチにする作業といいます。そして、その商品(サービス)の売りは何か。従来の商品と何が違うのか。どういう客層に売り込みたいのかを深く掘り下げた上で、パターンに当てはめて考えることをすすめています。

パターンとは、第1段階として、「説明系」((例):お茶の「十六茶」と「イメージ系」((例):缶コーヒーの「BOSS」)の2つの系統のうち、どちらで攻めるかを決め、第2段階として20種類以上の型(ダジャレ型、会話型、地名型、責任者明記型等)で細分化するというものです。そして、たくさん出たバリエーションからキラリと光る名前を選び、ネーミングが完成します。

公庫のアンケートでも、「明るく話が盛り上がり、コミュニケーションが取れるようなネーミングを心掛けている」「若い人の感覚を取り入れる」などの工夫事例の回答がありました。本書を参考に気軽にネーミングづくりに挑戦してみたいはいかがでしょうか。


 女性の  
 こころをつかむ

マーケティング

 ブリジット・ブレナン  
 海と月社

社会、経済の動きを俯瞰すれば、女性の消費行動が経済に与える影響力は大きく、今後より一層消費を牽引していくことは明らかな事実と言えます。

そこで、おススメする本が「女性のこころをつかむマーケティング」です。この本で著者は、男女の脳の違いや世界的な5つのトレンド(①労働力の女性化、②結婚年齢の上昇が「自分のためのお金」を増やす、③出生率の低下が少ない子どもにたくさんのモノを与える、④離婚経済学、⑤高齢の女性たちの存在がターゲットの設定を見なおさせる)や女性にアピールするマーケティングといった内容について事例を交えて解説しています。

とりわけ、印象に残るのは、「女性がもつクチコミの力を利用しよう」(女性はあなたの会社に満足すると知り合いに進んでそのことを知らせようとする。女性は情報通であることを好む等。)という部分です。情報化が進展する中、クチコミが経営に与える影響は飛躍的に高まっているものと推測されます。

本書をヒントに、短期のみならず長期的な視点から、女性向けのマーケティングについて考え、色々な取り組みを試行してみたいはいかがでしょうか。



## ◆◆◆セミナー・イベント情報◆◆◆

開催日	セミナー・イベント名	開催場所	セミナー・イベントの概要	主催者
平成25年 7月29日(月)	<b>Hair Fashion Contest 2013</b> 新潟県美容技術選手権大会2013	新潟市 産業振興センター 新潟市中央区 鐘木185-10	毎年1回開催される、 創造・感性・技術がぶつかり合う美容の祭典。 ヘア・着付・メイク・ネイル・フォト等、 様々な競技部門を設け、 「新潟県No.1」を競います。  当日は、生活衛生同業組合未加入の 美容業を営む方や美容業に 興味のある学生の見学も歓迎します。  【お問い合わせ先】 新潟県美容業生活衛生同業組合 025-223-0991	新潟県 美容業 生活衛生 同業組合
平成25年 7月29日(月)	生衛業経営セミナー	生田 神社会館 富士の間 神戸市中央区 下大手通1-2-1	生活衛生関係営業の経営者が、 生衛業を取り巻く環境の変化等に、 よりの確に対応し健全な 事業経営を展開していくために 必要な知識、情報等を習得するための セミナーです(以下同じ)。  【お問い合わせ先】 兵庫県生活衛生営業指導センター 078-361-8097	(公財)兵庫県 生活衛生 営業指導 センター
平成25年 8月5日(月)		前橋 テルサ8階 けやきの間 前橋市 千代田町2-5-1	【お問い合わせ先】 群馬県生活衛生営業指導センター 027-224-1809	(公財)群馬県 生活衛生 営業指導 センター
平成25年 8月26日(月)		仙台 ガーデン パレス 仙台市宮城野区 榴岡4-1-5	【お問い合わせ先】 宮城県生活衛生営業指導センター 022-343-8763	(公財)宮城県 生活衛生 営業指導 センター
平成25年 9月30日(月)		阿波 観光 ホテル 徳島市 一番町3-16-3	【お問い合わせ先】 徳島県生活衛生営業指導センター 088-623-7400	(公財)徳島県 生活衛生 営業指導 センター



# 業界豆知識(理容業)

今回は、クールビズ・キャンペーンについて全国理容生活衛生同業組合連合会に伺いました。

## ●クールビズ・キャンペーン

地球のため、社会のために私たちができることは？

全国理容生活衛生同業組合連合会では、国が進める地球温暖化対策に歩調を合わせ、『理容業の地球温暖化対策 クールビズ・キャンペーン』を実施しています。

このキャンペーンは、地域に根ざした理容業が、社会の中で果たすべき役割の一つとして取り組むもので、「クールビズ・ヘアスタイル」等の提案という業の特性を生かしたものです。

## ●クールビズ・ヘアスタイルとは

クールビズファッションにマッチした涼しげで自然なクールビズ・ヘアスタイルを提案します。

クールビズ・ヘアスタイルは、即ショートヘアではなく、オフィスという公の場に相応しい、カジュアルすぎず、しかも落ち着いた中にも大胆な動きがある大人のおしゃれの提案です。

## ●2013クールビズヘア

全国理容生活衛生同業組合連合会では、2013年は、「髪を1cm短くして体感温度を1℃下げる」をキャッチフレーズとして、クールビズヘアをメンズ、レディース、キッズ、シニアの4部門に分けて募集をしました。

入賞作品



## キラメキ男子



後藤 保雄さん  
(ニックネーム:BOSS)

店 名/aldila CREDO(アルディラ クレド)

住 所/茨城県土浦市真鍋1-14-13

電 話/029-886-9707

U R L/<http://www.credo.aldila.mobi>

営業時間/10:00~20:00

定 休 日/毎週火曜日・第三月曜日

当サロンは、カット・パーマはもちろんのこと  
エステにも力を入れています。

エステの内容は、フェイシャル・フット・ブライダル・メンズ  
エステなどトータルビューティーサロンを目指しています。

ご来店いただいたすべてのお客様を、最高のおもてなし  
で迎え入れ、最良の笑顔で帰っていただきます。

お客様やスタッフあつての美容室なのでこれからも初心  
を忘れず、皆様の笑顔作りに励んでいきます。





# ◆◆◆◆◆ 事業資金(生活衛生貸付)のご案内 ◆◆◆◆◆

みなさまの資金繰りをお手伝いします

## 生活衛生セーフティネット貸付

ご利用いただける方	社会的、経済的環境の変化等により資金繰りに影響を受けており、中長期的には資金繰りが改善し経営が安定することが見込まれ、次のいずれかに該当する方 (1) 最近の決算期における売上が前期もしくは前々期に比べ5%以上減少していること、または最近3カ月の売上が前年同期もしくは前々年同期を下回り、かつ、今後も売上の減少が見込まれること (2) 最近の決算期における純利益額または売上高経常利益率が前期または前々期に比べ悪化していること (3) 最近、回収条件の長期化または支払条件の短縮化等取引条件が悪化していること (4) 社会的な要因による一時的な業況悪化により資金繰りに著しい支障を来たしていることまたは来たすおそれのあること	
ご融資額	5,700万円以内	
ご返済期間	5年以内(特に必要な場合8年以内)	
据置期間	1年以内(特に必要な場合3年以内)	
お使いみち	運転資金	
利率	基準利率	
	特別利率G(基準利率-0.2%)	雇用の維持または拡大を図る場合※1
	特別利率T(基準利率-0.4%)	一定の要件を満たし、認定経営革新等支援機関または公庫の経営指導を受けて事業計画書を策定する場合※2
	特別利率U(基準利率-0.6%)	※1、※2のいずれの要件も満たす場合

※ご利用にあたっては、振興計画認定組合の長が発行する「振興事業に係る資金証明書」が必要となります。

※ご返済期間、担保・保証人の有無などによって異なる利率が適用されます。

※審査の結果、お客さまのご希望に添えないことがあります。

# ◆◆◆◆◆ 教育資金(国の教育ローン)のご案内 ◆◆◆◆◆

お子さまの“未来”を応援します

ご利用いただける方	ご融資の対象となる学校に入学・在学される方の保護者で、世帯の年収(所得)が一定の要件を満たす方
ご融資額	お子さま1人につき300万円以内
ご返済期間	15年以内 (交通遺児家庭、母子家庭または世帯年収(所得)200万円(122万円)以内の方は18年以内)
お使いみち	学校納付金、受験にかかった費用、教科書代、パソコン購入費など

くわしくは、事業資金相談ダイヤル、教育ローンコールセンターまたは支店の窓口までお気軽にお問い合わせください。

生活衛生だより 第170号

平成25年7月1日発行(季刊)

発行所 株式会社 日本政策金融公庫  
国民生活事業本部 生活衛生融資部

〒100-0004 東京都千代田区大手町1-9-4  
大手町フィナンシャルシティノースタワー  
TEL.03-3270-1653 FAX.03-3270-7650  
<http://www.jfc.go.jp/>

事業資金  
相談  
ダイヤル



(行こうよ! 公庫)  
0120-154-505

教育ローン  
コール  
センター



(ハローコール)  
0570-008656