

# 知恵の経営報告書



2019年1月

ひろせのさん髪や

# 目 次

I	ご挨拶 .....	2
II	事業概要 .....	4
III	事業内容 .....	10
IV	当社の強みと知的資産.....	17
V	外的環境分析 .....	20
VI	顧客提供価値と将来に向けたアクションプラン...	23
VII	現在の知的資産と強化すべき知的資産 .....	25
VIII	KPI .....	26
IX	おわりに .....	27

## I ご挨拶

この度、知恵の経営報告書にて当店の事業承継について考える機会を与えて頂き、自分たちの強み、その上での地域社会との関わり方について、深く掘り下げる事が出来たと思います。

「理容室」「散髪屋」というものが減少していく中で、「理容師」「美容師」という資格と人さえ居れば開業できる職業を、「田舎」という過疎傾向に向かう土地で代々受け継いでいく意味がどこにあるのか考えた時に、四代目という長い歴史の中で支えてくれたお客様の数と、現代のネット社会での集客を視野に入れると、場所を選ばない職業だからこそ、田舎で隣近所の他業種との関りを深く持てる、人間関係が育つ環境だからこそ出来る事業もあるのかなと感じました。

私たち夫婦は、お互い同業種の両親の元で育ち、環境から自然とこの仕事を選択しましたが、お互い「絶対に理容師になれ」や「家の家業を継げ」と言われたわけではなく、親の働く姿、お客さんからかけられる言葉、生活に隣接した親の職業、その端々から、自然と今の職種を選び、事業承継という現状にまで発展してきた経緯があります。

その自然な流れは、親の働く姿を小さい頃から刷り込みよろしく見てきた過程もあるとしても、親自身が仕事を楽しみ、お客様との関りを楽しんでいたからこそ、その仕事への興味が湧いたのだと思います。

昨今のネットの流通により、従来、業界誌や一部の紙面でしか作れなかったトレンドがネットの世界で簡単に作れるようになったおかげで、「オシャレは都会で」そんな価値観も少しずつ変えて行けるのではないかと考えています。そもそも、自分でトレンドを作りたいと思っているわけでは無い私達夫婦ですが、流行を取り入れられるのは都会だけであるという流れには疑問を抱いています。技術力と情報量さえあれば、たとえ田舎でも流行を取り入れる事は可能なはずだからです。そこで核となるのは技術力です。その点に関しては、お互い修行時代にしっかり基礎があります。基礎があれば応用はどうとでも効きます。

自分で最新の情報を仕入れる努力さえ怠らなければ、そこがどれだけ田舎でも、流行に取り残されることはないと思っています。そうなれば、今まで取り逃していた若い世代の流出を、とどめることが出来るきっかけにもなるはずです。

今でもたまに「それだけの経歴と技術力があって、どうしてここで？」と質問を受ける事があります。きっと一般的には、それだけ修行して、自分の技術を磨いたなら、発揮する場所は都市であり、田舎ではない、と思われている事も分かります。しかし、小さなころから親を見て育ってきた私たちは、都市で自分たちが開業することが目標では無く、初めから親のしてきた場所で親のお客様との関わりを、自分たちに合う形で継承していくことが大前提にある事なので、たとえそこが都市でなく田舎であってもそこで働くことは、とても自然な事です。その自分たちの中に育ってきた「自然」が当店のような4代続いてきた店には必要な事であり、それがあったからこそ承継出来てきたのだと思っています。

親や、その先代、先々代から築いてきた地域への信頼と、常々新しいことを取り入れていく挑戦性が合わさり、地域社会への貢献をより一層深めていける事が、私達夫婦世代への事業承継における重要課題であり、この度の報告書ではその細部について触れさせて頂いております。

2019年1月

ひろせのさん髪や

廣瀬和哉 廣瀬晶



## Ⅱ 事業概要

### 【店舗情報】

店舗名称:ひろせのさん髪や

所在地:京都府南丹市園部町美園町 6-113

創業:大正 13 年頃

営業時間 午前 8 時～午後 6 時 (最終受付) 毎週月曜日・第 2・3 火曜日定休日

家族従業者 4 名 (オーナー夫妻、店主夫妻)



【当店の歴史】

大正 13 年頃 初代（廣瀬音吉）が現南丹市八木町から園部町に移って創業

昭和 10 年代 初代の早逝により二代目（廣瀬糸男）が婿養子として事業を引き継ぐ

昭和 50 年頃 二代目により国道 9 号線沿いに移転



平成 5 年頃 二代目引退、三代目の現オーナー（廣瀬強）が婿養子として事業承継

平成 8 年 三代目により店舗改装



平成 13 年 ニュースレターの発行を開始

平成 23 年 現店舗に移転



平成 27 年 現店主夫妻（現オーナーの娘夫妻：廣瀬晶、廣瀬和哉）が四代目後継者（婿養子）として店舗に入る

※当店は大正 13 年「頃」（創業時の資料が無いために正確な時期不明）に先々代により創業されて以来、創業時の顧客の子供世代、孫世代までが今でも訪れている約 100 年間地域に密着した「散髪屋」として事業を行ってきました。この間に店舗名称も「バーバーひろせ」「ヘアサロンひろせ」等と変遷してきましたが、地域の顧客からは一貫して「ひろせのさん髪や」として呼ばれ、親しまれてきたことから、移転を契機に店舗名称を「ひろせのさん髪や」と改称し、現在に至ります。

【スタッフ】

**店主 廣瀬和哉**

京都市左京区出身の理容店に生まれ、京都で唯一全国理容競技大会において優勝、世界大会にも出場し、世界二位、三位等のメダルを各部門で獲得しているオーナーの理容室に京都市伏見区の店舗に10年勤務。

店主は高校卒業後、一度は実家の理容店で修業を始めたが、オーナー直々の指導を求め就職し、在籍中様々な大会に出場し、以下のタイトルを獲得しています。



2006年	第59回京都理容競技大会	ジュニア部門	優勝
	第27回KRSヘアコンテスト	ジュニア部門	3位
2007年	第60回京都府理容競技大会	ジュニア部門	2位
	第28回KRSヘアコンテスト	メンズフリー部門	2位
		クラシカルバック部門	4位
2008年	第61回京都府理容競技大会	クラシカルバック部門	優勝
	第45回技能五輪全国大会（東京）	理容競技の部	銀メダル
	第46回技能五輪全国大会（千葉）	理容競技の部	銀メダル
2009年	第30回KRSヘアコンテスト	メンズ部門	優勝
2010年	第31回KRSヘアコンテスト	メンズ部門	優勝
2011年	第64回京都府理容競技大会	メンズ部門 CROSS	2位
	第51回近畿理容競技大会	メンズ部門 CROSS	7位
	第32回KRSヘアコンテスト	レディース部門	優勝
2012年	第65回京都府理容競技大会	メンズ部門 PRISE	3位
	全国クールビズヘア		最優秀賞
2013年	第66回京都府理容競技大会	メンズ部門 JIG	優勝
	第53回近畿理容競技大会	メンズ部門 JIG	4位
	第65回全国理容競技大会出場	メンズ部門 JIG	
2014年	第67回京都府理容競技大会	メンズ部門 Vita	2位
	第54回近畿理容競技大会	メンズ部門 Vita	5位
	第66回全国理容競技大会	メンズ部門 Vita	9位
	第35回KRSヘアコンテスト	チーム戦	優勝



廣瀬晶

高校在学中、理容免許の取得の為、理容師資格の通信教育を受講し、高校卒業後は美容専修学校へ進学、理容師免許・美容師免許を取得しました。その後、宇治市に本店を置く理美容室に就職。系列店である久御山町の美容室において9年勤務。会社組織となっているその店舗で理美容両方の技



術も学びスタイリストとして活躍、最終的には店長として金銭管理や帳簿計算等も任されていました。

また、様々なコンテストにおいて、学んだ技術を活用し、メンズ・レディースの垣根を超えて以下のタイトルを取得、世界大会においては、日本大会の優勝者だけで組まれる団体戦メンバーに選出され、そのリーダーとして牽引し優勝しています。

2005年	ビダルサスーンスクールシップコンテスト 京都理容美容専修学校予選	ワンレングス部門	敢闘賞 (本選出場)
2006年	宇治市理容美容技術大会	ワインディング部門	優勝
2007年	宇治市理容美容技術大会	ワンレングス部門	準優勝
2008年	第29回KRSヘアコンテスト	クラシカルバック部門	優勝
2009年	第63回京都府理容競技大会	クラシカルバック部門	優勝
	第30回KRSヘアコンテスト	レディースフリースタイル部門	三位
2010年	CAT近畿特別区予選	レディースカット&ブロー規定部門	優勝
	CAT日本大会	レディースカット&ブロー規定部門	準優勝
		レディースカット&ブローフリー部門	三位
	第31回KRSヘアコンテスト	レディースフリー部門	優勝
2011年	CAT近畿特別区予選	レディースカット&ブローフリー部門	二位
	第64回京都理容競技大会	レディースフリースタイル部門	二位
	CAT日本大会	レディースカット&ブローフリー部門	準優勝
		メンズカット&ブローフリー部門	入賞
	第32回KRSヘアコンテスト	メンズフリースタイル部門	四位
2012年	CAT近畿特別区予選	レディースカット&ブローフリー部門	準優勝
	CAT日本大会	レディースカット&ブローフリー部門	優勝
		メンズカット&ブローフリー部門	優勝
2013年	CAT近畿特別区予選	レディース マリエ規定部門	三位
	第34回KRSヘアコンテスト	チーム戦	優勝
2014年	CATイタリア世界大会	団体戦	優勝



<受賞した大会の賞状・トロフィー>

オーナー夫妻 : 廣瀬 強 : 中央 廣瀬 久美恵 : 左

店主長女 : 廣瀬 月乃 (3歳) : 前列中央



### Ⅲ 事業内容

#### ○店舗の概要・メニューへのこだわり

長年「理容店」として男性顧客メインでの経営状態であったところを、現店主夫妻の帰郷に伴い同店にて仕事を共に始めたことを機に女性顧客獲得にも力をいれてきます。それぞれ各種大会で優勝や入賞などした技術力をより多くのお客様に体験して頂くため、女性客獲得に向けて外部への情報発信に動き始め、エステ等の女性向けメニューの充実及び周辺地域へのチラシや広告による宣伝を図り、結果、従来5%にも満たなかった女性客が全体の20～30%にまで増え収益もアップしています。

また、現店主夫妻が京都市内での約10年の勤務後、出産を機に当地に戻ってきたことから修行先でそれぞれが理容・美容技術について深く勉強した事を基材に南丹市で提供出来るサービスを考え、そもそも若い世代は郊外の街で理容室や美容室を探す事が少なく、また、郊外で若者世代に満足出来るサービスを提供している店も少ないためにカラーやパーマのメニューを充実させ、また理容室でしか出来ないシェービングとエステを併せたメニューを開始し、結果女性客は増加し、若い世代の顧客も増えてきています。

#### <業務の流れ(一例)>

カット/シャンプー(顔剃りあり)の場合

##### ① 待合でのカウンセリングシートの記入

はじめてのお客様はカウンセリングシートに記入していただきます。子供の場合は親御様(特に母親)にヒアリングしながら要望をお聞きします。「待ち時間」を有意義に過ごしていただけるように待合は広めにとっており、お茶をお出しし、雑誌やコミックを多く取り揃えることでかつての「散髪屋」の機能であった「コミュニケーションの場」としても活用していただけるように工夫しています。



② 案内してカットクロスの設定、髪を濡らす

夏場は汗拭きシートや扇風機の設置、冬場はひざ掛けや湯たんぽを案内します。

③ カウンセリング

雑誌やタブレット端末を使用して希望の髪型を決定します。

④ カット開始

毛の流れや毛束の作りやすさや施術後の「セルフスタイリング」のしやすさの他、生え癖の修正や髪の根流れを調整するセニングシザー、ヘアリセッター等**女性顧客を意識した「美容の技術・道具」を用いた施術**を実施することがこだわりです。

施術のさらなる向上に向けて重要な道具であるハサミは用途に応じて使い分けられるように多く所有しており、店主夫妻ともに「こだわり」を持っています。

⑤ 襟・顔剃り

襟足や顔剃りを行えることが理容室の良さであり、女性客にも同様のサービスを行います。

⑥ シャンプー

(スタンド・バック・オートから選択)

お客様のご要望とメニューに応じてシャンプーは3種類のスタイルと3種類のシャンプー剤から選択していただき、快適な時間を過ごしていただく工夫をしています。



⑦ トニック塗布・マッサージ

育毛・清涼・薬等常時3～5種類を準備し、お客様の髪質・肌質に応じたものを使用します。

⑧ 仕上げ

お客様の要望に応じてジェル・ポマードやワックスやスプレーを使って仕上げを行います。多くの種類からお選びいただけるように若いお客様に昔の整髪料をおすすめしたり、逆にご年配のお客様に最新の整髪料をおすすめすることで店舗での用品販売に結びつけていきます。

※道具に関する工夫・こだわり

櫛はそれぞれお客様の髪質、髪型に応じて4本から使い分けを行っています。整髪用ハサミも各自が所有する10本以上の中から用途に応じて使い分けを行い最適なカット、セットを行っています。



○お客様にとっての「当店」の空間のありかた

・地域密着型の散髪屋であること

「散髪屋」は昔から地域の情報発信と受信の場であり、サロンの機能をもっていました。多くの方は1ヶ月～2ヶ月に1回、同じ場所で数十分の時間を過ごす場所であり、そこでの店主や施術者との会話によって「髪の毛を整える」だけでなく地域の情報や四方山話を交換し、「髪」だけでなく「心」もスッキリするリフレッシュの場としての役割を担ってきました。

当店は100年近く地域に密着した「散髪屋」として営業しており、3世代、4世代で通っていただけるお客様も多く存在します。地域の方々に対して「髪」だけでなく「くつろぎ」「癒やし」を提供する密着した散髪屋であり続けていきます。

・オールラウンダーであること

現店主夫妻は理容だけでなく美容の技術についても詳しく、また南丹市園部町という京都市内中心部から離れたエリアでありながら常に最新の理美容に関する情報を収集するために同業者グループに属し、知識と技術の研鑽を行っています。また休日には京都市内や他地域での情報を収集することで「流行」をキャッチしています。

「ローカルでありながら、最先端のヘアスタイルが実現できる」ように技術力・情報力そしてそれらをおすすめする接客力を高めております。

○年代別のお客様にとっての当店

すべてのお客様にとって「地方」である当店の立地特性の中で「京都市内に行かなくても最新のサービスを受けることができる」店舗でありながら、「ローカル店ならではの安心感と地元情報や話題の収集場所として位置づけていただけるような付加価値を提供しています。

また以下のポイントでの年代別のニーズに合わせたサービスを提供しています。

**幼児：**素早く、親の要望の長さになる（時間）、店や人に慣れる（社交デビューの場）ために乳児段階からのファーストカットサービスや子供用おもちゃ、タブレット端末を使用したYouTubeの放映等を工夫しています。

**10代：**学校生活の中での「オシャレ」を提案する場所

**20代～30代：**「今しかできないオシャレ」、仕事上の「好印象」の提案。また、地域の学生に向けては、それぞれの学校生活での情報提供など、「情報の受信の場」としてお客様に位置づけられるように情報収集をしています。

**30～40代：**「若すぎる」ではなく「流行を少し取り入れた」ヘアスタイルの提案、現実化してくるヘアケアの悩みの相談所としてという機能と、地域情報の発信・受信を提供しています。

**60代～：**「楽探し」 日々煩わしさが増えてくるセットやヘアケアを「時短」するためのヒントやアドバイスを当店では提供しています。

○当店で実施している施策

・コミュニケーションツール

<ニュースレター>

現オーナー夫妻の顧客には、開業した先代の頃からのお客様も含まれており、カルテは約2,000枚にもなり、そのほとんどが南丹市内からのお客様であります。

古くから地域で親しまれてきた強みを、オーナーが約15年前から始めたニュースレターを45日周期で発行し続けられている中に、メニューやヘアケアの事柄以外に小話や、家族の出来事を載せていたおかげで、娘夫婦（現店主夫妻）の帰郷や、二人の人柄も既存客に向けて発信でき、スムーズな引き継ぎにつながっています。

そういった**既存客とのコミュニケーションツールがある事、それを心待ちにしている既存客との絆**は、当店の何よりの強みとなっています。





<店内掲示板>

地域情報の発信の場として、店内に「掲示板」を設置し、園部町内のイベントや店舗の情報等を発信、またお客様からの提供を受けています。

**「一定の周期で必ず来店する」という散髪屋の業態特性を活かし、常に情報を発信しつづけることでお客様に地域のことをより深く知っていただくとともに、「ひろせのさん髪やで情報を知った」というようにお客様同士のコミュニケーションツールとして活用していただけるように仕掛けを行っています。**



<店内掲示板>

## IV 当社の強みと知的資産

### 人的資産

#### ○現店主夫妻の技術力・先進的な理容／美容技術

先述のとおり、現店主夫妻は京都中心部での勤務経験時に多くのコンテスト出場と入賞実績を持つ高い技術を有しています。業界特性的に特に女性は髪型の流行や技術・器具の進化があるなかで「園部に居ながらにして京都・大阪に行くことなく先進的な施術」が可能な店舗として営業できる技術を有しています。

今後、理容師免許のみを保有する店主が「美容師免許」を取得することで当店は「理美容室」としての営業が可能となります。（2020年4月取得目標）

資格取得により、技術力の向上のみならず理美容室として営業することで女性向けサービスを充実させることができ、地域のお客様のご要望に応えることのできる店舗としてさらなる進化を遂げることを予定しています。

#### ○オーナー夫妻による地域顧客の嗜好に合わせた施術力

当店で長年施術を行ってきたオーナー夫妻は地域の顧客の嗜好に合わせた施術が可能であり多くのファン客を有しています。「顧客1人1人に合わせた施術が可能な」技術力は当店にとってかけがえのない資産となっています。

### 組織資産

#### ○次世代経営者がキャリアを迷わず選択する仕組み：家族経営であり続けること

地域密着の理容店として当店は「家族経営の店」として営業してきました。そのために 当代、先代、先々代ともに子供のころから店舗の経営をしながら子育てを行うことで、「理容業」が一番親しみのある仕事として馴染んできたと共に、「当たり前のように」物心ついた頃から店を手伝い、顧客との関係性を構築し、自分のキャリア選択において「理容師」という職業、「理容業の跡継ぎになる」というこ

とに代々迷いなく選択してきました。

昨今の「理容師の雇用問題」や「後継者不在による廃業」が多くある中において、当店ではこの「家族経営ならではの」次世代への事業承継の仕組みを継続していきます。

### ○オーナー夫妻から引き継がれてきた顧客リスト・カルテ

南丹市を中心にした約 2,000 枚の顧客リスト・カルテを当店は保有しており、これをもとに 45 日周期で 15 年間継続して「ニュースレター」を発行しています。顧客との関係性を継続する基盤となっているこの顧客リストと、顧客の過去のご要望や特徴等を記録した顧客カルテは当店が提供するサービスの基盤となっており、今後これを元にしたさらなる付加サービスを企画・提供していきます。

## 関係資産

### ○約 100 年の歴史による地域の人との関係性

地域に密着した理容業として長年営業している為に、顧客との関係性も深いものがあり、開業した 90 年以上前からの家族ぐるみでの利用客も多くいらっしゃいます。「顧客の世帯・家族」ぐるみでの関係性を持っていることで、「子供のころから馴染みのある理容業」として当店を選択してくださる若い顧客も多くいらっしゃいます。

また、創業者である初代の店主を知るお客様が 10~20 人程現在も来店され、代々家族ぐるみで来店して頂いているお客様はその 5 倍以上になります。それは、創業当初からずっと、地域密着型の仕事を継続してきた資産であります。

なお、顧客管理カルテの数は園部町の男性の数が約 7,800 人であることから考えると、実に 4 人に 1 人が当店を利用していると計算され、地域での知名度は充分にあると考えられます。

市街地立地のサロンとは違い、将来的には人口減少が予想される地域で顧客に寄

り添って密着した店舗として今後も継続して営業していくためには「顧客」だけでなく「家族・世帯」ぐるみでの関係性を構築・強化していくことが必要になります。

#### ○地域内外の他業種との繋がり

現店主夫妻のフットワークで、園部町を中心に近隣や他地域の他業種店舗との繋がりを構築しています。これらの繋がりを元に〈理容〉×〈●●〉のサービス構築をし、提供していくことが今後の課題です。

#### ○理容関係のグループによる情報交換／交流

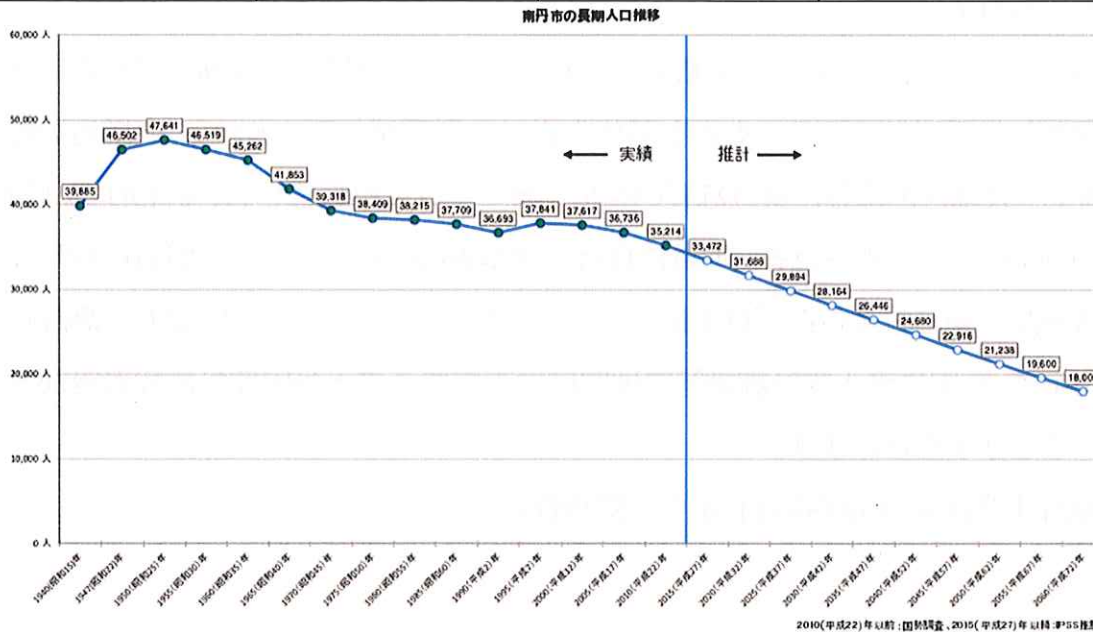
店主夫妻は前職のつながりから、京都市内を中心とする理容業のグループに属しており、それらの勉強会・研修会に参加することで知識・技術の研鑽をおこなっています。

いわゆる「ローカル」の地域密着型の店舗でありながら京都・大阪の顧客動向や流行・業界内外の動向の収集を行っており、それらを店舗で活かすことを可能としています。

## V 外的環境分析

### ○南丹市の現在の人口

(単位:人)	男性	女性	合計
H30.4.1	15,439	16,625	32,064



南丹市の人口は昭和 22 年をピークに下降の一途をたどっており、推計でも約 10 年間で 10%の減少が予想されている中、今後の人口減に対応した当店の施策が求められます。

### ○理容業界の動向

理美容業界は小規模事業者が多く、経営者も含む従業者 4 人以下の事業所の割合は、理容業が 95%、美容業が 86%を占めています。100 人以上の従業者がいる事業所は理容業はゼロ、美容業は 0.01%で 23 事業所となっています。

(「経済センサス」2011 年発表)

近年の理容サービスの利用頻度の低下、髪型に対する需要の多様化、若い男性の一部の美容所志向、低価格や施術時間の短さを売りものにするチェーン店の出現による競争の激化等により経営環境は厳しいものとなっています。反面、理容業に対する要望も多様化・高度化し、精神的な癒し(リラクゼーション)及び健康が重視される中で、消費者は、技術の質、料金、施設及び設備、接客態度等を選ぶ傾向にあり、一般の整髪、顔そ

り、洗髪等のサービスメニューを主体としつつ、さらに、全身エステティック、育毛・スカルプトリートメントなど、利用者の多様なニーズを踏まえた新たなサービスを積極的に採り入れ、サービスの多様化を図り、付加価値を高めていくとともに、「満足」を与え、「快適」に過ごし「優美」な気持ちで帰られるような個性のある店づくりを行うことが求められています。

また、人口減少・少子高齢化及び過疎化の進展は、買い物の場所や移動手段など日常生活に不可欠な生活インフラそのものを弱体化させる側面があることから、高齢者や障害者、子育て・共働き世帯等が身近な買い物に不便・不安を感じさせる、いわゆる「買い物弱者」の問題を顕在化させる。地域に身近な営業者の存在は、買い物弱者になりがちな高齢者等から頼られる位置づけを確立することが求められています。特に、高齢化が進展する中で、在宅や老人福祉施設等で理容店に来店することが困難な高齢者等が増加していくことが予想されます。

(厚生労働省「理容業の振興指針」より一部抜粋)

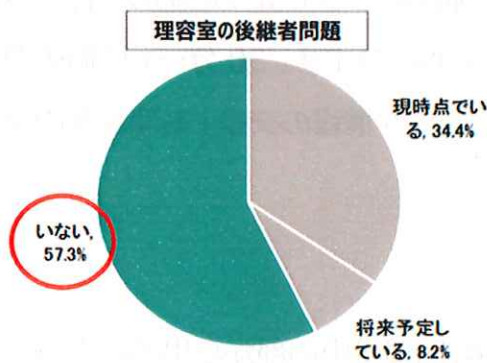
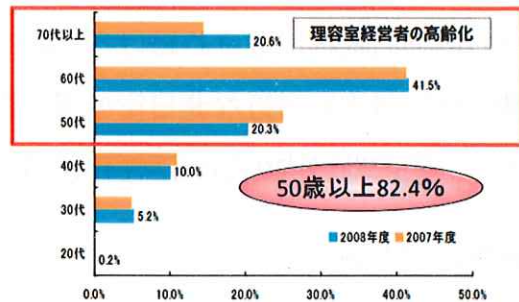
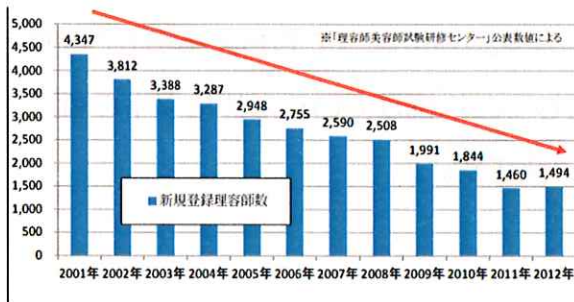
- ・全国の理容室 130,210 件、美容室 231,134 件(平成 24 年)
- 全国の理容師 234,044 人、美容師 487,636 人(平成 26 年 3 月)
- ・南丹市の理容室約 22 件、美容室約 32 件
- 園部町の理容室約 10 件、美容室約 17 件(平成 30 年)

南丹市は亀岡市、京都市方面へ通勤する方のベッドタウンである郊外の街の為、20代~40代の女性は美容室も市内へ出かける方も多くいます。

その反面、50代以降になると、わざわざ遠く美容室に行く事が億劫になり、自宅近くの美容室を探し出す方が多くなります。よって、若年層からご年配の方まで、老若男女全てに対応出来る理容室として、ヘアケアはもちろん、理容室でしか出来ないレディースシェービングを主軸としたエステ等の女性向けメニューの更なる充実、男女の施術のセパレート化を進め、より地域に密着した理容店(理美容店)となることと、都会

と変わらないサービスやリラクゼーションを提供できる店となることを目標としています。

○ 理容師数と後継者問題



(QB ハウス広報資料より)

理容師の新規登録者数は年々減少している一方、後継者の居ない理容室が増加している中で、理容室数の減少は今後も歯止めがかからないことは明白です。

当店は若い30代の店主夫妻により経営されていることから地域の理容室数の減少に伴う顧客の流入は一定数見込める可能性があります。

## VI 顧客提供価値と将来に向けたアクションプラン

### 【顧客提供価値】

当店は地域のお客様に愛され続ける「**ポジティブな気持ちになってもらえる場**」であり「**地域顧客に対する身近な非日常の提供の場**」としてあり続けていくために以下の価値を提供し、園部地域内の地域活性化に貢献していきます。

#### ① 情報交換の場

理容業（散髪屋）は「髪を切る場所」だでなく、顧客にとっては「定期的に行くリラクソスの場」であり「他の顧客との情報交換」の場でもあります。30分～1時間の間、顧客と施術を行う理容師が相対して行う施術だけでなく「情報の交換」も理容業の重要なサービスであると位置づけています。

#### ② 身近な非日常の提供

園部地域は京都市内まで1時間圏内ではあるものの、園部町中心部から出ること無く、「京都・大阪に行かなくても最先端の施術を受けることが可能な店舗」として技術的な蓄積・向上を行う必要があります。特に地域には美術工芸大学・建築大学校・医療科学大学等もあることから学生も南丹地域内では比較的多く在住していることからそれらのニーズを満たすことも必要となります。

「カット・セット・毛染め・パーマ」等の理容・美容業としてのコアサービスだけでなく、「地域の情報発信・受信・顧客同士のコミュニケーションの場」であるとともに「月に1度のリラックス・リフレッシュの場」として『身近な非日常の提供』を行う地域に愛されるサロンであり続けることが必要です。

#### ③ 地域の店舗との協業による新サービス

地域の活性化と顧客開拓のためには現在実施している「ファーストカットサービス」をはじめ、今後は地域内外の異業種店舗との関係性を強化し、「カット・セット&記念写真サービス」（写真店と協業）等を計画していきます。

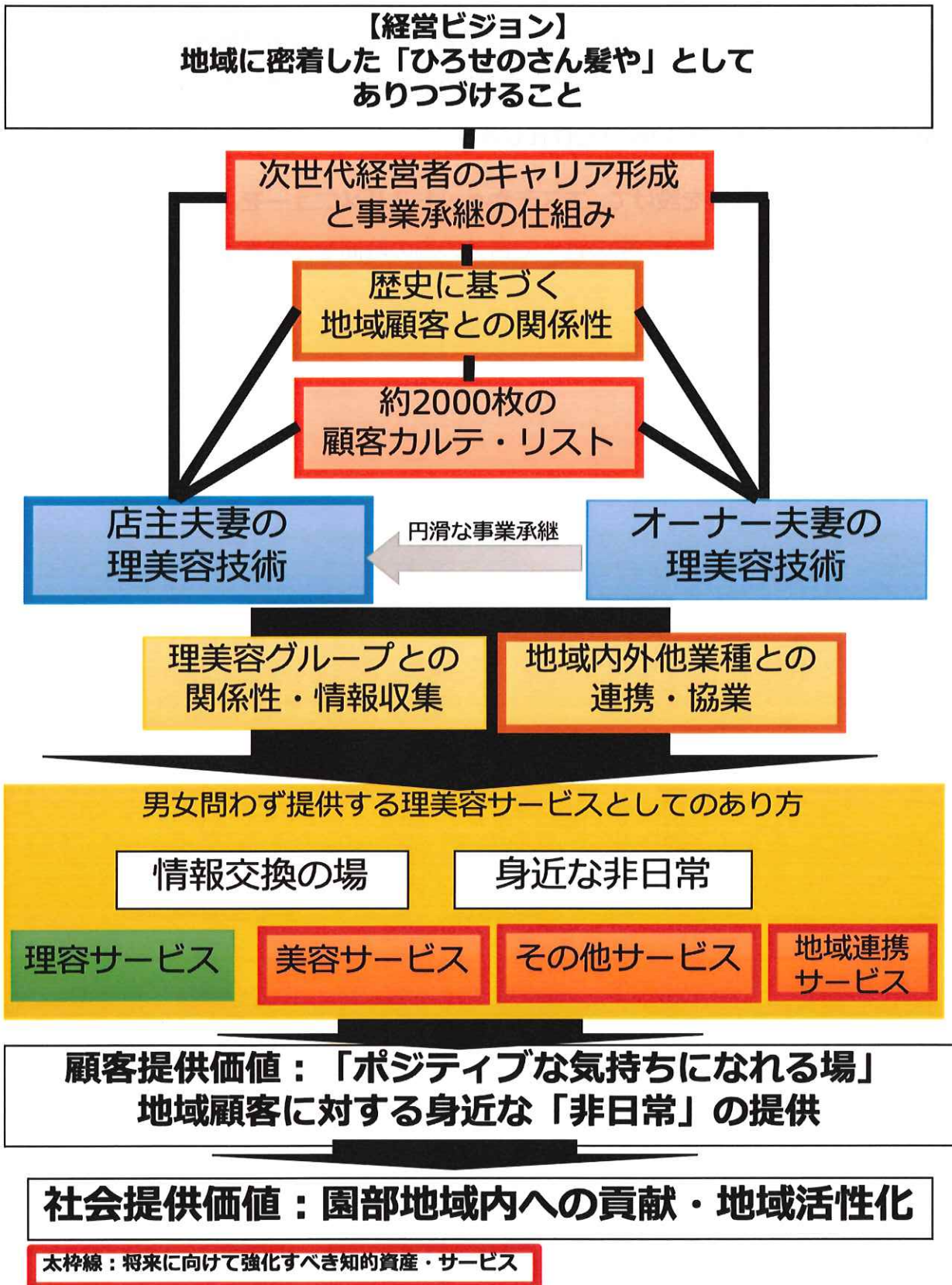


④ 男女関係無く来店しやすい無くてはならない店

元来理容室として90年以上営業してきている為、古くからの男性顧客は隣に女性が座っていることに慣れない方も多く、反対に対外的にも理容室で周知されており新規の女性客にはなかなか入りづらい部分も存在します。

その為、女性用の個室を設けて、エステやヘッドスパメニューをより一層充実させることが出来れば、顧客は自分の家の近くで自分の為の時間を充実させることが可能となります。

VII 現在の知的資産と強化すべき知的資産



## Ⅷ KPI

将来に向けての知的資産強化のために、以下の目標を策定します。

### ① 顧客カルテ・リストの強化

現在 2,000 件の顧客リストを更に増加させます。一昨年より継続しているチラシのポスティング活動により、顧客前年比を 30%アップさせてきた結果、延べ来店客数が 3,400 人超まで増加しました。地域顧客への当店のサービスの浸透を継続することにより、延べ 4,000 人、顧客リスト 2,500 件を目標にします。（休眠客含む）

### ② 理美容室としての進化（美容師免許の取得）

理美容室としての進化のためには現店主の「美容師」免許が必要となります。2019 年 4 月より取得のための準備を行い、2020 年 4 月に美容師免許を取得し「理美容室」としての「ひろせのさん髪や」に進化させます。

### ③ 地域内外の異業種との連携強化

地域内外の異業種との連携を強化し、さらなる新サービスを提供します。

新たな顧客サービスを毎年 1 件程度増加させ、地域にとって「なくてはならない店」であり「思い出の店」としていきます。

### ④ 円滑な事業承継

現オーナーが 75 歳になる 2022 年までを目途に、事業の引継ぎを完了させます。

## IX おわりに

### ○知恵の経営とは

知的資産(知恵)とは、従来財務諸表に記載されている資産以外の無形の資産であり、企業における競争力の源泉である人材、技術、技能、知的財産(特許・ブランドなど)、組織力、経営理念、顧客とのネットワークなど、財務諸表には表れてこない、目に見えにくい経営資源の総称を意味します。したがって、「知恵の経営」報告書(知的資産経営報告書)とは、目に見えにくい経営資源、即ち非財務情報を、債権者、株主、顧客、従業員といったステークホルダー(利害関係人)に対し、「知恵」を活用した企業価値向上に向けた活動(価値創造戦略)として目に見える形でわかりやすく伝え、企業の将来性に関する認識の共有化を図ることを目的に作成する書類です。経済産業省から平成17年10月に「知的資産経営の開示ガイドライン」が公表され、同20年5月には京都府が「京都府知恵の経営報告書-作成ガイドブック-」を公表しており、本報告書は原則としてこれらに準拠して作成しています。

### ○本書ご利用上の注意

この「知恵の経営」報告書に記載しました将来の経営戦略及び事業計画並びに付帯する事業見込みなどは、全て現在入手可能な情報をもとに、当社の判断にて記載しています。そのため、将来にわたり当社を取り巻く経営環境(内部環境及び外部環境)の変化によって、これらの記載内容などを変更すべき必要が生じることもあり、その際には、本報告書の内容が将来実施又は実現する内容と異なる可能性があります。よって、本報告書に記載した内容や数値などを、当社が将来にわたって保障するものではないことを、十分にご了承願います。

### ○作成支援者

南丹市商工会 経営支援員 古田 孝之

京都府商工会連合会 エキスパートバンク登録専門家(中小企業診断士)

### ○お問い合わせ先・著者

ひろせのさん髪や

廣瀬 和哉 廣瀬 晶

京都府南丹市園部町美園町6-113

TEL: 0771-62-0720