

J·Hair News

Vol.36 2016. Winter



写真：金閣寺(世界遺産)

P1 年頭のご挨拶
P2 / 3 J·Hair's EYE
P4~6 J·Hair's Works
P7 / 8 事務局だより

日本毛髪工業協同組合

行事/理事会委員会等の主な活動状況

12月	11月	10月	9月	8月	7月
◇10日 臨時総会(議案)	◇26日 経済産業省・日用品室で担当者様事務局へ 来訪(業態・業況等の説明) 臨時総会定例理事会於：京王プラザホテル 臨時総会(議案)	◇19日 運営委員会(主な議題) 1. J・S規格認証後の活用状況の意見交換 2. 2016年度リーフレット他費用改定案 3. 2016年度予算案について 4. 特別会員入会報告 5. ガイドライン遵守調査報告について	◇28日 経済産業省新任ご担当者様挨拶訪問 ◇6日 経済産業省「消費者契約法改正説明会」参加 運営委員会(主な議題) 1. J・S規格認証後の活用状況について 2. 賦課金改定案について 3. 消費者センター介入減少への組合の取組 4. ガイドラインの調査報告について 5. 組合の運営と目的についての討議	◇21日 経済産業省「消費者契約法改定説明会」参加 ◇21日 東京都消費生活総合センター訪問 ◇3日 「M・Wigマーク」ポスター製作使用開始 ◇17日 定例理事会 第一号議案 2015年度予算見込承認の件 経済産業省新任ご担当者様挨拶訪問	◇16日 運営委員会(主な議題) 1. J・S規格運用の進捗について 2. ガイドライン遵守調査方法について 3. 特別会員、賛助会員入会報告 4. 組合の運営と目的についての討議

12月

第一号議案 新任理事選任決議の件
第二号議案 2016年度賦課金徴収方式承認の件

◇28日 定例理事会
報告事項4件
仕事納め

臨時総会開催

平成27年12月10日(木)京王プラザホテルで臨時総会を開催いたしました。

議案は、第一号議案として「新任理事選任の件」、第二号議案として「2016年度賦課金徴収方式承認の件」が諮られ承認可決されました。第一号議案の新任理事には、保知宏理事の退任に伴い株式会社プロピア代表取締役社長黒宮彰浩氏が選任されました。第二号議案の賦課金徴収方式につきましては運営委員会で協議を重ね各事業体の実態により整合性のとれた配分方式に変更したものであり、全会異議なく決定しました。総会終了後の懇親会に於いて黒宮新任理事より就任の抱負とご挨拶をいただきました。



<新理事 黒宮彰浩氏>

原稿募集

J·Hair's worksへの原稿を募集しています。掲載文には薄謝(クオカード3000円相当)を進呈します。

「あの時のお客様の言葉があったから今の自分がある」と思える経験、心がじわ〜と温かくなるエピソードをご披露ください。文字数は800字以内
募集テーマ ①美容師の心②美容師の地声
 文字数は400〜600字程度。文章を補足する写真やイラストなど視覚情報があれば歓迎いたします。テーマ1・2ともペンネームでも差し支えありませんが、会社名・所属は明記してください。

組合員各社

- (株)アイトネイチャー (株)アデランス
- (株)クスノキ コスモファニー(株) シャポード(株)
- (株)スヴェンソン (株)東京義髪整形
- (株)バイオテック フェザー(株) (株)プロピア
- (株)ベラミカ (株)ユキ

特別会員

- (株)アートフォーラム (株)an 安穂(株)
- (株)MJO (株)クロスオーバー (株)Kfamily
- (株)スマートリンク (株)ペルシャン商事 (株)美希
- (株)ラ・フィナー (株)リネアストリア
- (株)ロハス

賛助会員

- (株)アイプランネット (株)アサツデー・ケイ
- (株)アプラス イエスミ印刷(株) 伊藤超短波(株)
- (株)大広製作所 (株)オリエントコーポレーション
- (株)カワキタ 共同印刷(株) (株)コーテック
- (株)弘研 国際広宣(株) (株)コンパス
- (株)サンエーデー (株)ジェイアンドユー
- JBC(株) (株)ジャックス (株)新和商事
- (株)セディナ (株)象・ファクトリー (株)大広
- タカラベルモント(株) タカラスベイスデザイン(株)
- (株)田村治照堂 (株)電通 (株)東洋新業
- 日本フイリン(株) 日本ユニポリマー(株)
- (株)マーガレットジョセフィンジャパン
- (株)マッドプロダクツジャパン
- 吉忠マネキン(株)

(五十音順)

平成28年1月1日発行 J·Hair News(第36号) 日本毛髪工業協同組合 URL: http://nmk.or.jp
 編集・発行 日本毛髪工業協同組合事務局 東京都渋谷区代々木2-10-9 Tel:03-5304-5130 Fax:03-5371-9345 印刷・製本 イエスミ印刷(株)

新年あけましておめでとぅございませす。

日本毛髪工業協同組合 理事長 五十嵐祥剛

年頭にあたり、謹んで新年のお慶びを申し上げます。
日頃より当組合の事業運営に関しまして、ご理解とご協力を賜り、心から厚く御礼申し上げます。

さて、昨年の国内景気を振り返ってみますと、2014年4月の消費税増税での反動減、円安による物価上昇がいまだに個人消費のマインド低下に影響しています。特に小売業、サービス業での落ち込みが予想以上に大きく、毛髪業界も大変厳しい状況が続いた一年となりました。この厳しい状況を打破し、毛髪業界の健全な発展を遂げるために、当組合がどう活動していくかが、本年の課題になると考えています。

特に毛髪に関する役務、商品提供の基準を定めた「取引に関するガイドライン」については、引き続き消費者との契約適正化による透明性を確保するため、遵守状況の調査を実施してまいります。さらに運営委員会などで状況の把握、対策について協議を重ねてまいります。

また、協会の重要課題の一つとして長年提唱してまいりました医療用ウィッグのJIS化(日本工業規格化)が、ようやく昨年4月に制定されました。(JIS S 9623) これにあわせて、JIS基準に適合した医療用ウィッグ製品について「Med・ウィッグマーク」の認証を開始しました。(Med認証部会)これから医療用ウィッグをご使用になる方はもとより、医師、看護師などの病院関係者が患者様へアドバイスする際の「安全・安心基準」となるよう、今後広くマーク認証制度の普及に努めてまいります。さらに、患者様の経済的負担を軽減する健康保険適用、医療費控除の対象にしていくための働きかけにつきましましては、関係各所と連携して実現できるよう、話し合いを続けてまいります。

つきましては皆さまのご支援とご協力を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。本年も皆さまのご健勝ならびにご多幸を心よりお祈り申し上げます。



J・Hair's EYE

◎新たな時代へ躍進めざそう
消費者の信頼醸成、いっそう推進の年に

～「医療用ウィッグ」の成果踏まえ、
取引ガイドライン普及・定着へ～

昨年は「医療用ウィッグ」のJIS化や消費者の信頼確保へ向けた各種事業の推進など、日本毛髪工業協同組合として大きなステップを歩いた年でした。消費行動にはまだ停滞感があるとはいえ、国による「エシカル消費(倫理的消費)の推奨など、新たな施策展開も目立った年でした。一方では、特定商取引法や消費者契約法の見直し、不当表示に関する課徴金制度導入の動きなど、消費生活分野の制度整備も進み、どのような事業展開でも消費者の信頼確保がかぎとなることが明確となった年でもあります。昨年の実績を踏まえつつ、今年も日本毛髪工業協同組合として連携を強めた大きな一歩を踏み出して参りたいものです。

仙台の幻の郷土料理をご紹介します。

株式会社アデランス KC

おそらく県外の方は始めて聞かれる方がほとんどだと思います。その名も「仙台せり鍋」です。仙台近郊の名取市がせりの名産地で、そのせりをふんだんに使った鍋料理です。

鳥や鴨、豚肉など、食材はさまざまですが、塩か醤油のあっさり味でいただきます。せりをたっぷり使っただけじゃなく、根っこまで使うのがもうひとつの特徴です。せりの葉、茎、根の部分でそれぞれ食感が違い、中でも根のしゃきしゃき感が美味しいのです。あまり火を通してしまつと食感が無くなつてしまつので、鴨や豚の美味しい出汁で軽く火を通してせりを主役でいただきます。

せりの旬は冬、あまり日持ちもしないのでこの時期しか食べられません。食べられる時期が短期間で、根も美味しい名取のせりだからできるせり鍋。これぞご当地でしか味わえないグルメといえるでしょう。



根っこも入れるのが仙台流!

事務局より

新規加入特別会員のご紹介

■株式会社美希

代表取締役 島山博行

この度、日本毛髪工業協同組合に入会させていただきました。誠にありがとうございます。



弊社は、昭和60年の創業以来、順調に成長を続け、今日まで事業を発展してまいりました。これもひとえに、多くのお客様の御愛顧の賜物と深く感謝しております。

昨今、ウィッグ業界を取り巻く情勢も目まぐるしく変化しています。弊社はおお客様の多様なニーズにこたえるべく、企業理念である「イノベーショント」・「ホスピタリティー」の下、お客様とともに成長し続ける企業であり続

けるために、社員一丸となって様々な変革と挑戦をします。今後ともより一層のご指導・ご鞭撻を賜りますよう、何卒よろしくお願い申し上げます。

■株式会社クロスオーバー 代表取締役社長 柴田勝弘

はじめまして 株式会社クロスオーバーの柴田勝弘と申します。この度、日本毛髪工業協同組合に加盟させていただきます。誠に光栄に思います。



弊社は平成22年からウィッグを販売し毛髪事業に参りてまだまだ浅いですが、加入ご承認の上は皆様のご指導のもとに一日も早く成長して、貴組合の規則を守り、業界発展のために努力致します。今後ともよろしくお願いいたします。

■株式会社 an

代表取締役 小林徹生

この度は日本毛髪工業協同組合に入会させて頂きました。誠に有難うございます。



弊社は平成15年より、抗がん剤治療などの副作用により脱毛をされてしまつお客様に対して、美容サポートとしてのウィッグのご提供を専門にさせて頂いている会社でございます。

ウィッグのご提供を通して、少しでも安心して治療に専念して頂ける環境作りに貢献していける様、社員一丸となりまして今後も努力して参りたいと考えております。

今後ともご指導、ご鞭撻を賜りますよう、何卒宜しくお願い申し上げます。

■株式会社 MJO

代表取締役 三野康光

この度、貴協同組合に入会させていただきました。誠にありがとうございました。株式会社MJOの三野康光と申します。



弊社は平成22年4月に設立したまだ若い会社です。この度の入会を機会に更に業界の健全な発展のために微力ながら尽力する所存でございます。どうぞ宜しくお願い致します。

最近の結婚式について

コスモファニー株式会社・総務部 ペンネーム H

当社は婚礼用日本髪をレンタルリースしている会社です。婚礼用日本髪? ってと思われる方も多いと思いますが、文金高島田(和装の時につけるかつら)になります。最近の結婚式についてと題していますが、最近の披露宴についてのお話をさせて頂けたらと思います。

結婚式と披露宴って何が違うの? って話ですが、結婚式とは神様の前や人々の前で結婚の誓いをする儀式で、披露宴とは結婚したことを披露する宴のことを指します。親族や親しい人に結婚した姿を報告、披露することが目的です。一般的には結婚披露宴という呼び方が多いようです。皆さんは結婚披露宴に招待される時っていつ頃呼ばれることが多いのでしょうか?

6月に結婚をする花嫁は「ジュンブライド」と呼ばれ、幸せになれるという話を聞いたことがある方も多いと思いますが...

実のところ婚礼が一番多い月は11月となり、ついで10月、5月、9月そして6月というデータがでており、ジュンブライドは5番目の人気のようです。さて、披露宴についてですが、最近は大人数から少人数になり、場所もホテルからレストランなどへと変わってきています。衣裳も洋装(ウェディングドレス)が増え、和装(着物)での披露宴が減ってきているようです。

和装では行わないのかというところではなく、和装ロケーション撮影という結婚式を行う前に撮影を行う「前撮り」というスタイルで和装が増えてきています。二人の思い出のアイテム、撮影したいと思うポーズなどがまますましく聞かれます。価格はホテルで行うよりはリーズナブルとなり、和装での写真を残しておきたいという方に喜ばれています。

話があちこちしておりますが、最後に結婚披露宴は家と家との結びつきを重視していましたが、今は家と家ではなく人と人との結びつきを重視しているように思えます。

結局のところは親や家ではなく、二人が良ければそれが一番良いのかもしれない。



スイーツ好きな人は一度行ってみるべし。花園フォレスト。

株式会社スヴェンソン 総務部 貫井和博

スイーツの好きな方にぜひおすすめしたいドライブスポットをご紹介します。

関越道の花園インターを降り、そのまま国道140号線を秩父方面へ2、3分ほど車を走らせたところに、右手に見えるピンク色の洋風な建物。そこが「花園フォレスト」です。

駐車場から降りるとまずはバラの咲く大きな庭園を見歩きながら建物に入っていきますが、天気の良い日はその庭園に来るだけでも価値を感じるほどの緑の心地良い空間。そして、建物の中には洋菓子、和菓子などいくつものショップが立ち並び、ランチやスイーツなどバイキングメニュー中心のレストランも大盛況で、いつも賑わっている印象です。最近観光バスで団体客が多く土産を買って入っている光景なども目にすることから、すでに名の知れた観光スポットの一つになっているのかも知れません。

定期的にバウムクーヘンのアウトレット販売などもあり、私たちの家族も甘いものが食べたくなるとつい車でフラットと立ち寄ってしまうことが多いのですが、イベントの時には深谷市イメーজキャラクターの「ぶっかつちゃん」が遊びに来たり、またすぐ隣には芝生の公園や道の駅などの施設があったりとファミリーでのお出かけにもおすすめです。

さらに140号線を足を延ばせば長瀬、秩父などといった名所にも通じ、ドライブのコースとしても魅力的ですし、2018年には花園インター付近で日本最大級のアウトレットモール開業が予定されていることもあり、今後はメディアなどにも多く登場するスポットになるものと思われると思います。気になった方はぜひ一度行ってみて下さい。



患者・医療関係者の意見反映、画期的なJIS化を踏まえて

昨年の取組での大きな成果は、四月に「医療用かつら(ウィッグ)」に関する日本工業規格(JIS規格)が実現したことです。当協同組合では、事業活動の重要目標の一つにこのJIS化を掲げ、平成二四年度以降三年にわたり、その制定をめざした取組を展開して参りました。医療用ウィッグ(かつら)の信頼性確保は、がん患者や円形脱毛症患者などの増加に伴い、社会的要請となっております。

JIS化は、患者をはじめ医療関係者からも注目を集め、消費者ニーズに沿った品質及び安全性の確保が図られた大きな一歩でした。今後はさらに患者の経済的負担の軽減へ向け、医療用ウィッグの保険適用や、医療費控除の対象となるよう社会的な働きかけも必要です。そのためには患者のみならず皮膚科学会など医療関係者とも協力した粘り強い取り組みが求められます。

消費者の信頼確保にはこのような新しい制度設計の提案も必要で、それらを通して「暮らしの安全・安心の確立」へ向けた組合事業活動の推進が望まれます。消費者への適切な情報提供、社会的な理解度の推進こそ今年の重要目標の一つではないでしょうか。

その観点から、JIS規格に基づく自主マークの定着を図り、信頼の証としての「認証マーク」の適正運用と、その社会的周知に取り組んでいきたいものです。

業界の健全発展は消費者の信頼確保が前提に

今年消費問題の分野で重要な制度が導入される年でもあります。不当表示についての課徴金制度、日本で初の集団訴訟制度をはじめ、特定商取引法や消費者契約法の見直し検討など、当協同組合にとっても注視していくべき様々な取り組みが進展していきます。

特に、昨年は「杭打ちデータ問題」に端を発した住宅・マンションへの消費者の懸念、海外大手自動車メーカーによる環境データ偽装による国際的な不審、食品表示偽装のようなたび重なる行政処分発動など、消費者の信頼感を喪失させる事件・事故が相次ぎました。「企業のコンプライアンス」が改めて問われる事態となっているのです。

その一方、「倫理的(エシカル)な企業の製品・サービス」を社会的に推奨することを提唱する「エシカル消費の推進」など新しい動きも目立ちました。現在、国で検討されています。この「エシカル消費」を別の観点からみると、「非倫理的」な企業の製品・サービスは市場から次第に排除していく、ということを意味します。

当協同組合は「暮らしの安全・安心の確立」に貢献する事業活動の展開を目標に掲げています。車の両輪のように、業界の健全発展と消費者の信頼醸成は不可分一体だからです。信頼を重視したエシカル(倫理的)な、適正な事業活動の展開が消費者に十分理解されること、その達成へ向け、今年も会員企業相互の連携・協力を推進することを通し、期待される社会的責任がいつ

そう問われてきましよう。その一環としての重要な取り組みが当協同組合の「消費者取引に関するガイドライン」の普及・定着です。

消費者取引に関するガイドライン、普及・定着を信頼の証に

この「ガイドライン」は、各地の消費生活センターや行政機関からも大きな注目を集めています。消費者トラブル防止への実効性ある業界自主基準として高い評価を得ていること、適正契約を保証し、消費者に「安全・安心」を与える重要なツールであること、そのような特徴を持つ自主基準であることに自信を持ちたいと考えます。ガイドラインの遵守と普及、そのことが消費者の信頼を確固たるものとし、今後の事業展開の活性化と業界健全発展の道標となります。意義深いガイドラインとして位置付け、その重要性を再認識し、今年も「遵守・普及・定着」の実践によって、社会的に周知させていく必要があります。

当協同組合には年々、寄せられる期待感が高まっています。同時にそれに応える社会的責任も大きくなっています。

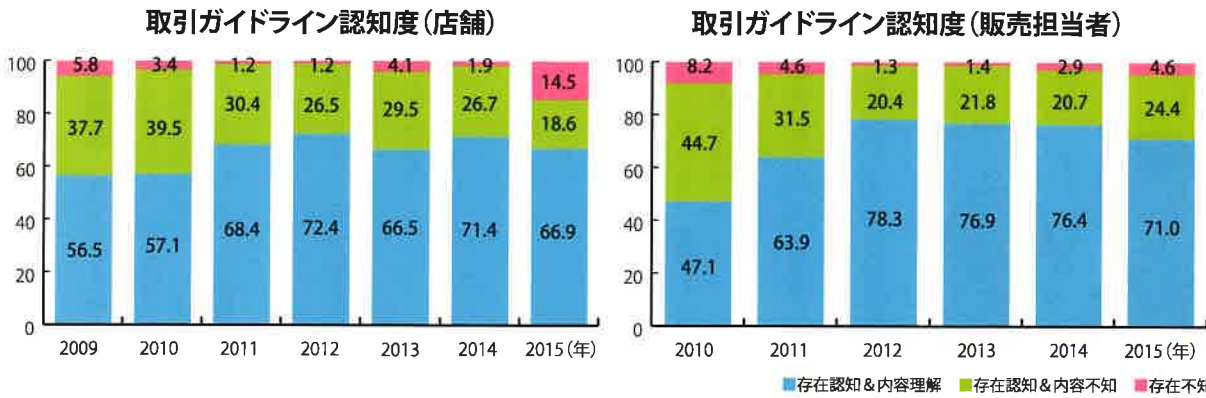
五十嵐祥剛理事長を中心とする執行体制のもと、今年も大いなる飛躍の年と位置付けて、前進して参りたいものです。

● 加盟店証の表示



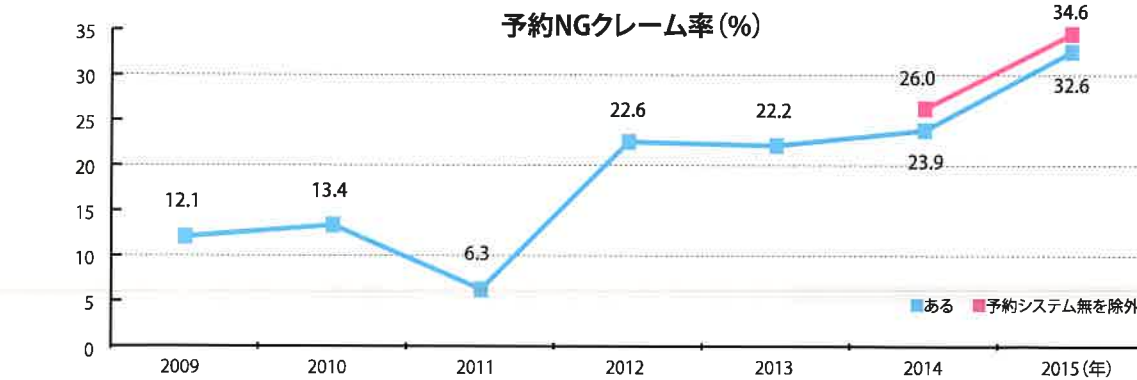
過去最低の表示率となりました。要因としては今年から参加したジュリアオージェやフオンテーヌのようなショッピングモール展開店で加盟店証を表示できない事例が考えられますが、残念なことです。

● 取引ガイドラインの認知度



店舗責任者の中で「取引ガイドラインの存在を知らない」と回答した方が過去最多の14.5%となっています。既成品のみを販売する店舗では特に意識する必要が無かったのかもしれませんが、組合の加盟店として守っていただきたい事柄を定めているものです。今回を機会に内容を理解していただきたいですね。

● 予約不可のクレーム



近年「予約が希望の日時にとれない。」とクレームを受けた店舗数が増加傾向です。2014年より「予約システムはとっていない」の選択肢を追加し更に明確な実態把握を試みっていますが、今年実際に予約システムを取り入れている店舗のうちクレームを受けた店舗は34.6%となり実に3店舗中1店舗は予約に関するクレームが発生していることとなります。その理由について聞くと(複数回答)「お申し出が直前だと既に予約がいっぱいで応じきれない。」79.2%、「ご希望の曜日・時間帯が集中しているので応じきれない。」49.8%、そして「会社の態勢(顧客数に対し、対応可能な社員が少なすぎる)」が30.9%もあり現場の悲鳴が聞こえてきます。

2015年度取引ガイドライン 遵守調査を実施しました

2009年に店舗責任者を対象にスタートし毎年改善を重ねて来たガイドライン遵守調査ですが、今年にはインターネット回答方式を取り入れ大幅に形式を変更しました。

【変更点】

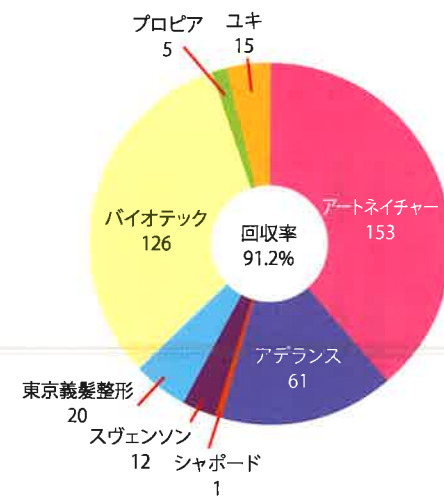
1. 店舗責任者・販売担当者どちらもほぼ同一の設問としました。(対象分野による違いあり)
2. 店舗・訪問・展示会の3つに販売形態を分け設問を作りました。
3. 取引ガイドラインの項目に沿った順の設問としました。回答前にそれぞれの根拠となるガイドラインを確認した後に回答することとなり、本来の目的であるガイドラインの理解推進が期待できます。
4. 回答を中断できるようにしました。多忙な現場ではアンケート回答中に接客する場面もあることを想定し、中断・再開ができるシステムとしました。
5. 集計がダイレクトとなりました。(昨年までは各社母のとりまとめをお願いしていました。)

【実施に当たって】

- インターネットに接続したうえで、個人認証を経て回答する形式であるため、サイトの安全性を確保し個人情報の漏えいを防ぐことに留意しました。
- 組合の賛助会員でもありISO27001 ISMS(情報セキュリティマネジメントシステム)を取得しているイエズミ印刷にアンケートシステムの作成と運用を依頼し、各社ごとに専用の回答ページを作製しました。
- 対象の店舗責任者・販売担当者に回答ページを案内し期間内での回答を依頼、期間途中で未回答者・回答中断者への回答促進を行いました。
- 各社の回答内容を組合へ集約する際、氏名を省き個人の特定を避けました。また、集計完了後には回答ページ自体を削除しました。

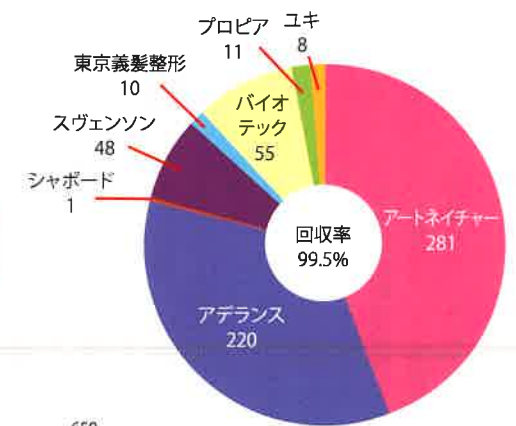


2015年 販売担当者回収数



平常業務でお忙しい中ご協力いただき有難うございました。今回からインターネット回答となりましたがいかがでしたか？

2015年 店舗責任者回収数



調査内容ハイライト

店舗回収数推移



● シャポードが初めて参加、女性用既成ウィッグ販売のジュリアオージェもアートネイチャーとして参加しました。