

3 .

1. 대여사업

(1)청소용구 대여: 더스킨

더스킨(Duskin Co., Ltd.)은 1963년 설립, 물을 사용하지 않

고 먼지를 제거한다는 당시로서는 획기적인 방법을 일본에 소개한 기업이다. 일본 기업으로는 처음으로 국제 프랜차이즈 협회(IFA)에 가입한 기업이다. 매트 및 담요 등 청소용구의 정기 대여, 청소대행 서비스 제공에서 40년 이상의 실적을 자랑한다.

2003년 말 통계, 전국 거점 수는 약 7,400개이며 전국체인점 매출액은 4,484억엔(이중 더스킨 매출액 2,003억엔)에 달했다. 더스킨의 주요한 프랜차이즈 사업은 대여부터 청소까지 종합적인 서비스를 제공하는 더스킨 서브 100, 자동차 1대로 크린케어 서비스를 제공하는 더스킨 스테이션, 고령자에 서비스를 제공하는 더스킨 홈인스테드, 개호 용품의 판매 및 대여를 하는 더스킨 렌트올이 있다.

일반가정에서부터 사무실, 음식점, 공장 등의 사업체, 대규모

모시설까지, 다양한 고객들을 방문해 청소용품이나 위생용품의 정기 렌탈과 판매를 주된 사업으로 한다. 전국에 2,000개가 넘는 프랜차이즈 가맹점을 전개하고, 지역에 밀착시킨 서비스를 제공하고 있다. 『물을 사용하지 않고, 먼지를 털지 않고, 먼지를 없애는』이라는 표어로, 약 40년 전에 판매되었던 자루걸레나 깔개 등의 먼지제거 상품은 고품질·고기능이 인정되어 기간 상품으로서 많은 고객들에게 애용되고 있다.

가정에는 정수기나 캐치필터, 공기청정기 등을 사업체의 고객에게는 사무실을 쾌적하게 하는 상품이나 분장실, 주방에 관련된 위생상품 등을 취급하고 있다. 또한 『위생·청결』에 관한 상품 중에서 시장별이나 업종·업태별에 맞춘 최적의 상품과 서비스를 제안하고 있다.

☞ 더스킨 홈페이지(www.duskin.co.jp)



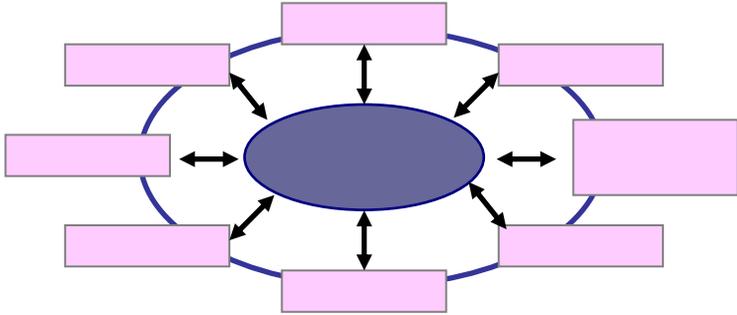
(2) 종합 렌탈 업계의 개척자: 니시오렌트올

1965년 도로기계의 렌트 회사로 출발한 니시오렌트올(Nishio Rent All Co., Ltd)은 2004년 9월기 매출 57,589백만엔을 기록했고, 2002년 오사카증권거래소시장 제1부에 상장되었다.

1980년에는 렌트올 프랜차이즈를 전개하여 2004년 11월 현재 전국 67개사의 가맹점을 갖고 있다.

니시오렌트올에서는 필요한 물건을, 필요한 때에, 필요한 기간만큼 제공한다는 니시오렌탈을 주요사업으로 전개하고 있다. 이를 위해 렌탈 상품을 확대하고, 개량, 개선은 물론 오리지널 제품을 개발하고 때에 따라 해외로부터 수입을 하고 있으며 필요한 때에 서비스하기 위해 영업망을 확충하고, 상품센터를 건설하고 풍부한 재고를 갖추어 언제든지 출고 가능한 상품관리체제를 구축한다. 또한 필요한 기간만큼 서비스하기 위해 장기 렌탈 인터넷리스 등의 시스템을 개발, 순환점검 서비스에 의한 지원체제를 구축한다.

◎ 니시오렌탈의 사업영역



☞ 니시오렌트올 홈페이지(www.nishio-rent.co.jp)



◎ 업계현황

물품임대업은 사용자가 필요로 하는 재화를 조달하여 그것

을 임대하는 서비스로 계약형태에 따라 리스와 렌탈로 구분된다. 리스는 장기간(통상 3~7년)에 걸쳐 특정 1인에 대해 기계 설비 등을 임대하는 서비스인 반면, 렌탈은 렌탈회사가 보유하고 있는 기계 설비 등을 불특정 다수의 사용자에게 단기 임대하는 서비스이다. 일본표준산업분류에서는 물품임대업을 각종물품임대업, 산업용기계기구임대업, 사무용기계기구임대업, 자동차임대업, 스포츠오락용품임대업, 기타물품임대업으로 분류하고 있다.

(2002년도 기준, 단위: 백만엔)

회사명	본사	매출액	홈페이지
더스킨	오사카	104,716	www.duskin.co.jp
니시오렌트올	오사카	36,302	www.nishio-rent.co.jp
에이트렌트	도쿄	4,232	www.eightrent.co.jp
아코무렌탈	도쿄	3,654	www.acomrental.co.jp
킨도산코	아이치	3,085	www.nandemo.jp

㉠ 참고: 2003년 일본의 물품임대업 현황

·사업체수 5,497

- 취업자수 68,005명
- 연간 매출액 8조 8,622억엔(리스 7조 2,431억엔, 렌탈 1조 6,191억엔)

2. 인재소개

(1) 리쿠르트 에이블릭

리쿠르트 에이블릭(Recruit Ablic Inc.)은 1977년 11월 설립, 2004년 3월기 매출액은 154억엔에 달했다. 주요사업으로 인재소개 사업(캐리어 프로모션 사업), 비즈니스스쿨 사업(아이컴퍼니)을 전개한다. 전직에 의욕적인 20대 후반부터 30대를

중심으로 다양한 전직의 요구에 대응하고 있다. 비즈니스스쿨 아이컴퍼니는 사업의 기획입안 능력을 연마하는 것이 목적으로 자격시험과는 별도의 커리큘럼을 갖추고 있어 자신의 경력계획을 수립하고자 하는 젊은 비즈니스맨이나 OL(Office Lady-직장여성)에 인기가 있다.

◆ 인재소개 사업

리쿠리트 그룹의 정보력과 ONE to ONE의 컨설팅으로 캐리어업, 캐리어전환을 희망하는 개인의 요구와, 인재를 필요로 하는 기업요구의 최적실현을 지원하는 에이블릭의 기간 비즈니스 사업이다.

◆ 간부층 승진지원 사업

간부전문의 캐리어 프로모션을 전개하는 사업으로 2001

년 4월에 (주)리쿠르트엑스가 분사해 설립되었다.

◆ 비즈니스스쿨 사업

20대를 중심으로 한 사업가 캐리어 형성지원사업으로 이를 위해 ‘아이컴퍼니’학교를 2003년 5월에 개교했다.

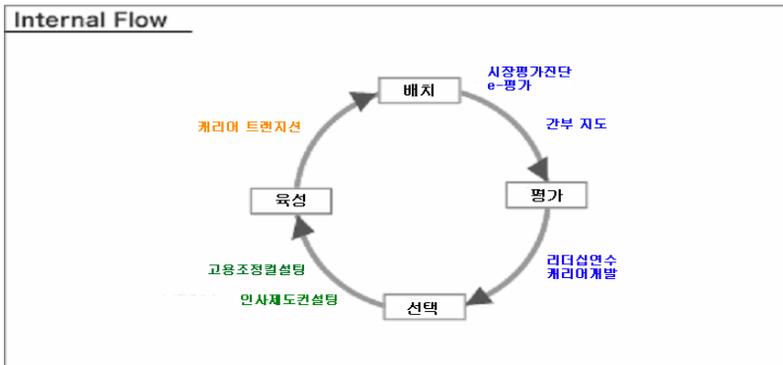
☞ 리쿠르트 에이블릭(www.ablic.co.jp)



(2) 라이트 재팬

128 신사업, 일본에서 찾다

라이트 재팬은 1994년 1월 설립해 2003년 매출액은 4,947
 백만엔으로, 일본내 46개의 거점을 두고 재취직지원 사업을
 행한다. 미국의 라이트 매니지먼트 컨설팅사(2003년 매출액
 4억 4,500만 미달러)의 자회사로 해외 40개국에 300개 거점
 을 갖고 있다.



○ 업무영역

☞ 라이트 재팬 홈페이지(www.rightjapan.co.jp)



◎ 업계현황

인재소개 재취직지원 사업은 대폭 성장하고 있다. 젊은 세대를 중심으로 전직에 대한 저항감이 줄고 있어 인재소개가 활발화해지고 있다. 또한 기업의 경영파탄이 증가하고 있어 재취직지원에 대한 수요도 증가하고 있다. 일본인재소개사업협회의 홈페이지(www.jesra.or.jp)를 통해 회원기업을 검색할 수 있다.

(2002년도 기준, 단위: 백만엔)

회사명	본사	매출액	홈페이지
리쿠르트에이블릭	도쿄	13,506	www.ablic.co.jp
니혼드렉빔모린	도쿄	10,010	www.dbm-j.co.jp
라이트재팬	도쿄	4,947	www.rightjapan.co.jp
휴머니먼트재팬	도쿄	4,748	www.hu-mgt.com
인텔리전스	도쿄	4,615	www.inte.co.jp

3. 인재파견, 아웃소싱: 스탭서비스

스탭서비스(Staff Service)는 1981년 11월 설립, 2004년 3월 기 매출액은 2,527억엔에 달했다. 2004년 3월 현재 등록자수 105만명, 가동자수가 약 100만명에 달한다. 일본내에 197개, 해외 11개의 거점을 갖고 있다. 파견의 요청을 받으면 25분 이내에 영업담당자가 발주처를 방문하여 2시간 이내에 인선을 마치는 스피드 감각을 강점으로 하고 있다. 또한 현장의 영업맨이 판단하기 어려울 때에는 즉석에서 전화로 베테랑

사원에게 상담할 수 있는 시스템을 완비하고 있다.

스텝서비스 스쿨은 소비자가 선택한 3년 연속 파견업체 점
 유율 No.1로서, 파견업무를 중심으로 소비자의 요구에 응한
 여러가지 업무형태를 지원한다.

<p>오인사넷</p> <p>オ一人事net</p> <p>人材派遣の 総合サイト</p>	<p>오피스워크 중심의 파견업무 검색은 이곳 에서. 업계 No.1만의 풍부한 업무검색을 수시갱신 중이다.</p>
<p>테크노서비스</p> <p>テクノサービス</p> <p>製造・物流系の お仕事サイト</p>	<p>제조·물류계의 업무를 희망하시는 분들은 이 곳에서. 대기업·상장기업을 중심으로 희망·경험에 맞는 일을 안내한다.</p>
<p>엔지니어가이드</p> <p>エンジニアガイド</p> <p>ITエンジニアのための 総合情報サイト</p>	<p>IT업계의 업무검색은 물론 IT엔지니어 가 향후의 경력을 생각할 때에 도움이 되는 정보가 구비되어 있다.</p>
<p>메디컬서비스</p> <p>メディカルサービス</p> <p>看護・医療・介護系の お仕事サイト</p>	<p>간호·의료분야의 업무검색이 가능하다. 보다 전문지식을 살려 일하고 싶은 사람 들에게 경력UP을 지원한다.</p>
<p>패어플레이스재팬</p> <p>FAIRPLACE JAPAN</p> <p>キャリア支援・再就職支援 に関するサイト</p>	<p>개인 경력상담이나 각종 스쿨서비스를 받 을 수 있는 곳으로 상담에서 스쿨까지 의 뢰자의 경력을 종합 지원한다.</p>
<p>스텝서비스 인터내셔널</p> <p>STAFF SERVICE INTERNATIONAL</p> <p>グローバルな お仕事サイト</p>	<p>전 세계에서 일하고 싶은 사람들을 위한 사이트로 각 지역마다 여러가지 유용한</p>

	정보를 소개하고 있다.
스태프서비스유학센터 スタッフサービス 留学センター 海外における エデュテイメント サイト	해외유학 체재를 희망할 경우, 유학 전 카운셀링, 유학중의 체재지원, 유학 후 취직지원까지 종합 지원한다.

☞ 스태프서비스 홈페이지(www.staffservice.co.jp)



○ 업계현황

급성장을 계속해 온 인재파견 시장도 장기적인 경기침체의 영향으로, 매출액에서 높은 비중을 차지하여 왔던 일반사무 파견은 정체기를 맞고 있다. 파견업을 하는 각 사는 제조현장

에의 파견사업 해금에 대한 거점 확충에 힘을 쓰고 있다. 파견기간이 1년에서 3년으로 연장된 것도 플러스 요소이다. 인재파견회사 각 사에 대한 자료는 일본인재파견협회의 홈페이지(www.jassa.jp)를 통해 검색할 수 있다.

(2002년도 기준, 단위: 백만엔)

회사명	본사	매출액	홈페이지
스텝서비스	도쿄	187,765	www.staffservice.co.jp
템프스텝	도쿄	149,200	www.tempstaff.co.jp
파소나	도쿄	145,536	www.pasona.co.jp
아데코케어스텝	도쿄	138,700	www.adecco.co.jp
니치이학관	도쿄	90,118	www.nichigakkan.co.jp

4. 유료 노인홈

(1) 라이프코뮨

라이프코뮨(Life Commune)은 1995년 10월 설립하여 2004년 3월기 103억엔의 매출을 기록했다.

라이프코문에서는 유료 노인홈 운영을 주축으로 건강한 분
 부터 간호가 필요한 분까지 고령자의 생활의 질(Quality of
 life)을 높이기 위한 여러 가지 개호 서비스 및 생활지원 서비
 스를 제공한다. 서비스를 제공한다. 또한 ‘안심, 안전, 마음에
 서의 간호’를 좌우명으로 의료나 레크레이션 등의 노하우를
 가진 기업 및 기관과 적극적인 제휴를 하여 지역별 시설을
 통해 고객들의 필요를 만족시키는 서비스의 개발, 제공에 노
 력하고 있다.

◎ 입주까지의 흐름

1 입주문의	· 시설의 소개
2 시설견학	· 입주희망시설 견학
3 입주자격심사	· 입주 후의 안심, 안전을 위해서 각종 검 사, 시설 책임자에 의한 상황파악을 실시, 케어플랜을 작성

4 체험입주	<ul style="list-style-type: none"> · 시설 입주 전에 체험입주 가능
5 입주계약	<ul style="list-style-type: none"> · 입주확정 · 시설책임자로부터 중요사항, 계약내용, 관리규정에 대해서 충분한 설명 · 케어플랜에 의한 개호비용, 1할 부담액 건적
6 입금	<ul style="list-style-type: none"> · 입주금 315만엔(세금포함)입금 · 입주금은 입주 15일째에 전액납입 · 평생보장플랜의 경우는 입주 시 비용 1,047만엔, 선불금은 48개월간 균등납입 (48개월 이내에 해약, 퇴거하는 경우에는 반환)
7 입주	<ul style="list-style-type: none"> · 케어매니저의 심사결정 후, 개호 비용부담액 결정

☞ 라이프코문(www.lifecom.co.jp)



(2) 아미유

아미유는 메시지(Message Co., Ltd.)라는 상호로 1997년 설립하여 2004년 4월 자스닥에 기업공개, 2004년 3월기 매출액 6,348백만엔, 경상이익 281백만엔에 달했다.

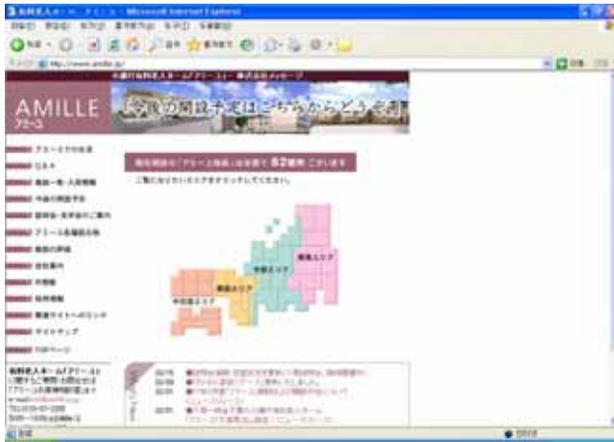
아미유는 개호보험 수급자로서 항상 의료를 필요로 하지 않는 사람들을 대상으로 한 개호 전문형 유료 노인홈(특정시설 입소자 생활개호)을 운영한다.

입주 시 고액의 일시금은 불필요(월 이용료의 약3개월 분의 실시금만 지불)하기 때문에, 월 이용료도 연금의 범위 내(약12~16만엔)로 설정하고 있다. 현재 연금의 평균액은 17만엔 정도이며, 수요의 60% 정도를 커버하고 있다.

아미유 사업의 컨셉, 「Normalization (보통생활)의 실현」은 다음의 기존시설과 아미유의 비교로 확연히 알 수 있다.

기존시설		아미유
<ul style="list-style-type: none"> · 3~4인실 · 정해진 식사시간 · 잠옷차림으로 활동 · 면회시간 제한 · 외출불가 · 외박불가 	<p>기존시설과 아미유의 차 이점</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 완전 개인실 · 보통시간에 식사 · 외식가능 · 깨끗한 기모노 착용 · 면회시간 자유 · 외출가능 · 외박가능(여행도 가능)

☞ 아미유 홈페이지(www.amille.jp)



◎ 업계현황

유료 노인홈은 참가 기업의 증가로 급속히 늘어나는 추세고, 이와 같은 시장확대에 따라 우수한 도우미의 육성 확보에 힘을 기울이는 기업이 늘고 있다. 업계 2위의 라이프코문은 전문부서를 설치하여 회사 내외의 도우미를 대상으로 개호교육사업을 진행하고 있다.

일본의 유료 노인홈에 대한 정보는 전국 유료 노인홈 협회

(www.yurokyo.or.jp)를 통해 얻을 수 있고, 고령자주택재단 (koujuuzai.or.jp)을 통해 고령자사회를 지탱하는 주택건설에 관한 정보를 얻을 수 있다.

(2002년도 기준, 단위: 백만엔)

회사명	본사	매출액	홈페이지
하프센츄리모아	도쿄	9,816	www.hcm-suncity.jp
라이프코문	도쿄	7,768	www.lifecom.co.jp
신코카이	가나가와	5,007	www.shinkokai.co.jp
니혼실버서비스	도쿄	4,207	www.outouen.co.jp
타이헤요실버서비스	도쿄	3,290	www.kaiteki.info

◎ 참고: 일본의 고령인구 현황 및 생활(자료: 총무성 통계국)

- 65세 이상인구 2,484만명, 총인구의 5명중 1명
- 고령자가 있는 세대는 3세대 중 1세대
- 10년 후에는 4명중 1명이 고령자
- 고령 단신세대의 주택은 상대적 저수준
- 고령자의 취업비율은 미국, 유럽에 비해 높다.
- 고령 무직세대의 가계부는 약 3만 6천엔의 적자
- 고령자 세대의 저축액은 약 1,600만엔

5. 에스테: TBC

TBC(Kommy Corporation)는 1976년 3월 설립 2002년 매출액 41,097백만엔에 달했다. 에스테틱업, 화장품, 에스테 관련 상품의 연구개발 및 판매업을 영위한다.

TBC는 창업한 이래, 현재에 이르기까지 항상 개척자이며 리더적인 존재였다. 그 동안 직영살롱을 전국에 전개함과 동시에 연구기관·의료기관·교육기관, 그 외 에스테틱에서 파생되는 다양한 사업을 확립하였다. 항상 도전하고 있는 개척자로서의 역사는 그대로 일본의 「미에 대한 감각·가치」의 역사이기도 했던 결과, 기업으로서도 매년 확대기조의 업적을 남길 수 있었던 것이다.

아름다움에 대한 가치관은 시대와 함께 다양화되고 그 내용도 차원을 넘어서 심화되어 왔다. 그렇게 풍부한 시대이기

때문에, 요구되는 아름다움의 질은 높아지고 그 영역은 확대되었다. 코미 주식회사의 에스테 사업에서 파생되는 전문사업은, 그러한 시대적 요구에 맞추어 토털 뷰티를 실천하기 위한 당연한 흐름인 것이다.

◎ 업계현황

에스테드미로드를 전개하던 알비엠의 자기파산으로 업계의 신용이 일시 저하되었으나 에스테봄에 따라 전체적으로 매출액이 증가하고 있다. 업계 최대기업인 코미 등은 사내에 법령 준수위원회를 설치하여 법 규제에 맞는 서비스를 제공하는데 힘을 기울이고 있다. 해양요법을 전개하는 페스타(www.festa.co.jp)는 모든 고객에 대해 클레임 등의 정보수집을 목적으로 카드를 배포하고 고객정보를 데이터베이스화 하여 고

객만족도를 제고하는 서비스를 제공한다.

에스테점의 위치나 활용법 등에 대한 정보는 일본에스테틱
업협회의 홈페이지(www.esthesite.com)를 통해 검색할 수 있
다.

(2002년도 기준, 단위: 백만엔)

회사명	본사	매출액	홈페이지
TBC	도쿄	41,097	www.tbc.co.jp
다카노유리뷰티클리닉	도쿄	15,643	www.takanoyuri.com
더후오루비	도치키	14,800	www.japanbiyou.com
니혼서프라이야	가나가와	13,685	www.cuez.co.jp
엠에스쇼지	도쿄	12,678	www.elleseine.co.jp

◎ 참고: 2002년 일본의 에스테업체 현황

- 사업체수 5,497
- 취업자수 68,005명
- 연간 매출액 8조 8,622억엔(리스 7조 2,431억엔 렌탈 1조 6,191억엔)

☞ TBC 홈페이지(www.tbc.co.jp)



6. 음악프로모터: 극단 시키

극단 시키(Shiki Theatre Co., Ltd.)는 1953년 7월 설립, 2004년 3월기 매출액은 25,085백만엔에 달했다. 2003년 7월에 창립 50주년을 맞은 극단 시키는 일본전국에 7개의 전용극장이 있고 연간 스테이지 수는 2,800회를 넘는다.

시키는 단순히 계산해도 하루 7개의 공연, 많을 때에는 일

본열도의 11개소에서 시키의 무대가 상연되는 때도 있다. 이것은 하나의 극단의 공연활동으로서는 일본에서는 타의 추종을 불허하는 것이고, 전세계적으로 보아도 굴지의 실적이라고 할 수 있다.

또한 일본 내에서의 상연활동과 함께 해외교류나 무대예술의 진흥을 도모하기 위해서 다양한 프로젝트에도 힘을 쏟고 있는 것도 극단 시키의 특징이라고 할 수 있을 것이다. 해외에서의 공연뿐 아니라 여러 국가의 우수한 무대예술단체와의 교류, 배우나 기술 스태프의 양성에 대한 협력 등 그 활동은 다양하다. 그 중 하나로 일본에서의 통런공연을 가능하게 하기 위해서 결단한 텐트형의 가설극장을 비롯해, 현재의 유연한 극장설비를 가지는 전용극장에 이르기까지의 극장건설도 시키의 독자적인 활동이라고 할 수 있을 것이다.

이러한 활동을 지원하고 있는 구성원은 배우나 연출부 스탭, 경영부분의 담당자 등 총 1,000명이다. 이들은 양질의 무대를 세상에 보여주고자 하는 목적을 기본 바탕으로 모인 사람들로, 그것을 진지한 비즈니스로서 전개하고 있는 것이다.

또한 극장에서의 연극활동 이외에도 티켓시스템을 독자적으로 개발하는 등 시민사회와 연극과의 관계가 보다 깊어지는 것을 목표로 노력해 왔고, 문화의 집중현상 배제라는 큰 목표를 걸고 연극계에 새로운 흐름을 만들고 내고 있는 것이 극단 시키이다.

(2002년도 기준, 단위: 백만엔)

회사명	본사	매출액	홈페이지
시키	가나가와	20,904	www.shiki.gr.jp
디스크가레지	도쿄	12,610	www.diskgarage.com
쿄도도쿄	도쿄	10,176	www.kyodotokyo.com

◎ 참고: 관련사이트

- 일본음악사업자협회(www.jame.or.jp)
- 일본음악스튜디오협회(www.japrs.or.jp)
- 일본음악저작권협회(www.minc.gr.jp)
- 일본레코드협회(www.riaj.or.jp)

👉 시키 홈페이지(www.shiki.gr.jp)



7. 쾌적공간을 창조하는 주택리폼: 토큐아메닉스

토큐아메닉스는 토큐그룹의 리폼 전문회사로 고객 개개인만의 리폼을 실현시키기 위한 아메닉스유라는 독창적인 시스템을 구축하고 있다. 리폼의 형태는 리폼메뉴시트를 통해 방별, 인테리어 스타일별, 테마별로 구분하여 정한다. 리폼의 사례는 토큐아메닉스 홈페이지의 리폼 사례집을 통해 확인할 수 있다. 한 예로 해외주재의 고객을 대상으로 하는 귀국전에 리폼해 귀국후 인도하는 플랜 등 다양한 제안을 한다.

토큐아메닉스(Tokyuamenix Corporation)는 토큐 부동산의 전액출자로 1969년에 설립되었다.

☞ 토큐아메닉스 홈페이지(www.amenix.co.jp)



◎ 업계현황

야노경제연구소의 조사에 따르면 2002년의 주택리폼 시장 규모는 7조 1,000억엔에 달했고, 신축 주택시장이 성장하지 않고 있는 가운데 확대되고 있는 실정이다. 일본증개축산업협회의 홈페이지(www.jerco.gr.jp)를 통해 상세한 자료를 검색할 수 있다.

또한 맨션리폼추진협의회(www.repcor.jp)는 업계동향정보,

인재육성사업, 맨션리폼 시장 장래수요 추계보고서 등 조사연구사업을 하고 있고, 주택리폼추진협의회(www.j-reform.com)는 주택리폼을 원활히 할 목적으로 주택리폼분쟁처리센터를 운영하고 있다.

(2002년도 기준, 단위: 백만엔)

회사명	본사	매출액	홈페이지
아사히카세이리폼	도쿄	24,219	www.akk-rf.com
수미토모린교홈테크	도쿄	17,175	www.sumirin-ht.co.jp
토큐아메닉스	도쿄	17,005	www.amenix.co.jp
토큐코뮤니티	도쿄	15,465	www.tokyu-com.co.jp
하세코코뮤니티	도쿄	10,202	www.haseko.co.jp

8. 결혼정보 서비스: 오넷

오넷(OMMG Inc.)는 1980년 4월 설립되어 2004년 3월기 매출액이 84억엔에 달했다. 입회에서 만남과 결혼까지 과학적인 테스트 등을 통하여 지원하는 등 결혼정보를 제공하고 있

다.

○ 오넷의 QVS선언

Quality	Variety	Security
1989~2003년까지 성훈 30,456쌍의 실적과 전국 400명의 경험 풍부한 조연자 가진심으로 지원	약 6만명의 회원, 연 간2,800회 이상의 이 벤트, 회원지&인터넷 으로 매월2,000명의 자기소개와 만남의 기회도 가득	1998년에는 JIPDEC 의 프라이버시마크를 획득, SSL으로 정보 도 제대로 보호

● 참고

JIPDEC의 프라이버시 마크: 경제산업성의 외곽단체 재단법인 일본정보처리개발협회가 개인정보의 적절한 취급을 실시하는 사업자에 대해서 부여하는 프라이버시 마크.

SSL: 일본 베리싸인사가 정한 인증수속에 근거한 암호화기술

☞ 오엠엠지 홈페이지(www.onet.co.jp)



○ 업계현황

총무성 통계국의 조사결과에 따르면 2000년 말 시점에서의 미혼율(전체인구에서 미혼자의 비율)은 남성 31.8%, 여성23%였다. 이는 결혼의 가능성이 높은 연령층인 25~29세를 보면 남성 69.3%, 여성 54%인 것으로, 평생미혼의 증가와 함께 미혼이 증가하고 있는 것이다.

이러한 추세를 반영하여 1970년대 말 이후, 결혼정보 서비

스 회사들이 높은 성장을 하고 있고, 업계 2위인 츠바이가 2004년 10월 자스닥에 주식을 공개했다. 업계에 대한 정보는 결혼정보서비스협의회(www.misc.gr.jp)를 통해 얻을 수 있다.

(2002년도 기준, 단위: 백만엔)

회사명	본사	매출액	홈페이지
오엠엠지	오사카	8,230	www.onet.co.jp
츠바이	도쿄	3,752	www.zwei.com
브라이달엑셀런트	도쿄	855	www.bridal-ex.co.jp
칸쿄엔지니어링	가나가와	70	www.kankyo.gr.jp

9. 결혼식 의상부터 성인식 의상까지 대여: 마이무

마이무(Rental Coordinate Salon M·A·M)는 1959년 설립되어 2004년 6월기 매출액 1,173백만엔을 기록했다. 결혼식 의상, 성인식 의상, 졸업식 의상, 어린이 의상, 관혼상제 관련 의상을 대여한다.

☞ 마이무 홈페이지(www.maimu.co.jp)



○ 업계현황

일본브라이달사업진흥협회(www.bia.or.jp)는 일본의 호텔 결혼식장 및 혼례에 직접 관계되는 기업 520 여개로 구성된 업계단체이며, IBC(Introduction to the Bridal Coordinator)의 자격을 관리한다.

(2002년도 기준, 단위: 백만엔)

회사명	본사	매출액	홈페이지
-----	----	-----	------

오기	오사카	4,900	www.ohgiya.co.jp
하츠코앤드웨딩	도쿄	1,514	www.hatsuko-endo.co.jp
가쇼엔	도쿄	1,467	www.heian-akita.co.jp
라비안로제	시즈오카	1,225	www.lavieen-rose.co.jp
마이무	도쿄	1,047	www.maimu.co.jp

10. 이미용업, 10분내 커트 이발소: QB하우스

QB하우스는 이발시간 10분, 요금 1,000엔의 헤어커트 전문점이다. 통상적으로 일반 이발소에서 서비스해 주는 샴푸, 머리 손질 등 고객 자신이 가능한 것은 서비스에 포함시키지 않고, 고객이 직접 하는 것이 불가능한 커트 서비스에만 특화한 것이다.

QB하우스는 1996년 12월 도쿄 긴자에 1호점을 개점한 후 현재 직영점 및 체인점을 합쳐 193점포를 운영하고 있다. 2003년 말 매출은 약 27억엔에 달했다.

○ 업계현황

이미용업은 서비스업계에서 가격 경쟁이 격심한 업종이다. 업계 최대기업은 타야이며, 주력의 ‘TAYA’와 저가격을 내세운 별도 브랜드인 ‘삼푸’를 전개하고 있으나 재방문 고객이 감소하고 있다. 미용업과 이용업에 대한 정보는 전일본미용생활위생협동조합연합회(www.biyo.or.jp), 전국이용업환경위생동업조합연합회(www.seiei.or.jp), 전국이용조합연합회(www.w.riyo.or.jp)의 홈페이지를 통해 얻을 수 있다.

☞ QB하우스 홈페이지(www.qbhouse.co.jp)



(2002년도 기준, 단위: 백만엔)

회사명	본사	매출액	홈페이지
타야	도쿄	14,668	www.taya.co.jp
엔도하츠코 미용실	도쿄	3,540	www.hatsuko-endo.co.jp
뷰티탑야마노	도쿄	2,656	www.beautytop-yamano.co.jp
QB 하우스	도쿄	1,939	www.qbhouse.co.jp

◎ 참고: 1999년 일본의 이미용업(자료: 총무청 통계국)

- 1999년 일본의 이용업 사업체수 125,449개
- 종사자수 266,218명
- 미용업 사업체수 173,412개
- 종사자수 465,145명

