

かんさい Network

サイトをチェックする森下社長（右）と郷さん。  
美容院利用者の視点は欠かさない

おしゃれを売り物にする美容院は、洗練された外観を持つ店が少なくない。しかし、美を演出する腕や得意とする分野は、体験してみないとわからない。そんな美容院の選択に悩む女性を助けるサイト「hohhot salon」（http://www.hohhot-salon.com/）が、美しくなりたい「京女」の注目を集めている。運営しているのは、京都市南区の情報メディア企業「ホット・ファーム」（森下誠社長）。同様のサイトは全国的なものがたくさんあるが、特徴は京都に特化していることだ。森下社長は「地域密着型の姿勢を大切にして利用者に信頼されることでヒットを増やしたい」と

# 美の追求サイト、地元の特化

## 京都 ホット・ファーム



現場の雰囲気やサービスを正確に伝える自社取材がサイトの信頼を培う

### 企業 探見

話している。  
ホット・ファームが美容院を対象にしたサイト運営に乗り出

したのは、美容院のHP制作がきっかけ。デザイン性に優れた仕上げで業界の人気を集め、顧客が増える中、総合的に紹介できるサイトとして「hohhot salon」を昨年2月に立ち上げた。

今、ネット業界は美容院に限らず、飲食業や小売業など検索サイトは業種ごとに乱立。全国的に展開する大手検索会社も多い。

しかし、美容業界は街に溶け込んだ地域密着型の業種で、地方によって流行も違い店の個性は多種多様。それだけにHPの制作側は、高いデザイン技術を保持する一方、地域を知り臨機応変に対応する即応性もあわせ持たなければならぬ。

そこで、ホット・ファームは特色を出すため、専門エディターやクリエイター、カメラマン

を養成し、顧客に評価されてきた斬新さやデザインへのこだわりを前面に押し出すことで対応している。クリエイターの郷加寿美さんは「デザイン性や店の個性に関しての要望が厳しいのが美容業界。顧客のHPを作っているうちに、きめ細かな求めに応じられるようになりましたが、それは、私たちのような小回りの聞く会社ではできない強みでもあることにも気づきました」という。

サイトでは、ヘアサロンからネイルサロン、エステなど細かく専門化された業種ごとのほか、地域でも分類検索が可能。お目当ての店にたどりつくこと、料金、写真、地図などとともに店の特性が端的に紹介されている。また、新しい髪形のスタイルなどをカリスマスタylistのコラムで楽しめるように工夫を凝らし、美容院の利用者の立場に立った編集を心がけている。

森下社長は「美容院側からは広告媒体である一方、きれいなりたい利用者の視点を大切にしたい運営を心がけ、双方向の地域メディアのひとつに進化させたい」と話した。サイトは京都以外の美容院も紹介しているが、まとまれば地域ごとに新たなグループを作り、少数精鋭で臨機応変に対応していく方針は堅持するという。

ホット・ファーム 資本金300万円。ホームページ制作とポータルサイトの運営などを行う会社として平成13年に設立。HP制作は大企業から地元の商店まで請け負っている。

