

Vol.16 NOV 2016

The Journal of General Incorporated Association Japanese Society of Aesthetics and Welfare

一般社団法人

日本美容福祉学会誌

| 特集 |

第16回 学術集会

# 地方創生と美容福祉の力



## 笑顔あふれる毎日をお届けする 訪問美容事業（ソーシャルビジネスの展開）

小池由貴子（こいけ・ゆきこ）社会起業家

訪問美容 <sup>と</sup>和 <sup>わ</sup> 代表・チーフディレクター



### はじめに



28歳の時、骨巨細胞腫という膝に腫瘍ができる病気を患い、1年間の車椅子生活とリハビリ生活を体験しました。東京での1人暮らしは極めて困難だったため、実家に戻り、親からの介護を受ける生活となりました。しかし、家族のサポートがありつつも、在宅での車椅子生活は難しく、いつしか外出する気力もなくなり、引きこもる生活となっていました。

そんなある日、後輩の美容師が自宅にお見舞いに来てくれ、髪を切ってくれました。前髪をたった5cm切っただけだったのですが、「元の自分に戻れた!」、そんな気持ちが生まれ、心の高揚を感じました。これこそが「美容のチカラ」であり、生活に自信を取り戻し、笑顔になるキッカケ作りができるのではないかと考え、自宅でも気軽に受けられる訪問美容サービスの必要性を確信することができました。

そして自分の経験と、自分が持っている美容のスキルを生かして、トータルビューティでケアできるソーシャルビジネスとして、2011年に開業しました。

また、2014年には、訪問美容でお元気になった方が、お出掛けできる受皿として、年齢、障がい、お身体、心の状態など関係なく誰でも利用できるユニバーサルデザイン的美容室をオープンしました。

### 1、事業の概要

我が国は、要支援・要介護認定者の数が344万人にもなり、うち80%の方に相当する275万人が在宅の介護を受けている現状です。歩行困難な要介護1以上の方は、在宅介護で258万人となり、実質的には美容サービスを受けられない「美容難民」とも言えます。

このような高齢社会の背景をうけ、近年、訪問美容サービスが注目されていますが、これまでの訪問美容はカット主体で、床に新聞紙を敷いて行う簡易サービスに過ぎません。従来の訪問理美容は福祉的側面が強く、NPO等の非営利活動の中で提供するものに留まり、サービス内容は粗悪で画一的なものとなっています。

また、美容室に行けない方は、高齢者・介護者だけではありません。50代未満の年齢の方においても、車いす生活・精神疾患・障がい者・うつ・ひきこもり等、20代から40代の方もまた、美容サービスを受けられない現状があります。（例：我が国における障がい者数約710万人）訪問美容というイメージは高齢者対象であるイメージが先行しますが、容姿の変化から自信喪失・気力低下・あきらめといった心理的影響をより敏感に察知する年代が20代から40代であり、当該年代層もまた、「美容難民」とも言えます。

そこで私たち、訪問美容と和は、美容サービスを単なる容姿を整えるだけの施術だけでなく、「心理的側面」や「精神的側面」にまで働きかける効用が「美容のチカラ」であると考え、訪問美容を通じて、お一人おひとりに生きがいを提供しています。訪問美容はご利用者様のQOL（Quality of Life＝一人ひとりの人生の質）の向上に寄与し、さらにはご家族様の介護負担の軽減にも努めています。

ご家族様からの「元気だった頃の母を思い出してもらいたい」という声、またご本人様からの「自分



## シンポジウム発表 ③

らしさを取り戻したい」という声を受け、施術前カウンセリングを大切に、元気な頃のお写真を拝見し、お話をじっくり伺い、その方の人生や思いに寄り添って、笑顔あふれる毎日をお届けしています。



## 2、事業の強み・セールスポイント・新規性

### ■サービスの特徴

#### ①豊富なメニューでご訪問します

カットだけでなく、パーマ、カラートリートメント、ヘッドスパなどのヘアメニュー、ネイル、エステ、ヘアメイク、着付けなどのケアメニューなどトータルビューティのメニューを用意しています。豊富なメニューで皆様の美しさをサポートしています。

#### ②女性のスタッフが訪問します

10年以上のキャリアの女性スタイリストが訪問させていただきます。女性ならではの、きめ細かなおもてなしを提供します。心も体もリラックスして和みの時間をお楽しみ頂いています。

#### ③いつでも予約可能です

土日祝日も対応してご家族様の負担を軽減します。綺麗になる瞬間に皆さんで立ち会っていただく事もおすすめです。ご家族の素敵な時間をサポートしています。



### ■競合分析

競争環境において、訪問美容は全体の60%がボランティアです。そのため利用者は、「申し訳なくて、希望スタイルや要望を言うことができない」という声が多数あります。個性が尊重される時代でありながら、この現状は未だ解決されていません。

しかし、事業化することでサービスの充実や質の向上を目指すことができます。美容市場は、美容師の資格以外、特に障壁となるものがないため参入障壁は低く、さらに訪問美容市場を見ると、事業者は大きく非営利と事業型の2つに分類されます。

#### ①非営利型の訪問美容

訪問美容は福祉事業の性質が強いため、競合には非営利事業者が多い現状です。具体的には、NPO、地方への公的な福祉事業者、近隣の美容室のボランティア等があります。施設と在宅の両方を対象に、価格も1,000~2,000円程度と非常に安価ですが、その反面、サービス内容はカットとシャンプーのみの場合が多くなっています。

#### ②事業型の訪問美容

主に施設を対象としてサービスを行っています。サービス内容も通常の美容室に近く、カット、シャンプーに加え、パーマやカラーを行う場合もあります。価格もカットで2,000~4,000円程度で、非営利型の倍近い設定となっていますが、訪問美容業界も価格競争の様相を呈しており、客単価は下降傾向にあります。

従来の訪問理美容は福祉的側面が強く、ボランティア活動の中で提供するものに留まり、男性には丸刈り、女性には刈り上げといった、サービス内容は粗悪で画一的なものとなっています。業界が発展しない理由の1つに、大手美容事業者が参入しないことが挙げられます。その理由は以下の通りです。

- 1) チェーン展開するも、直営店が少なく、多くのFC店舗のオーナーや店長の理解がない。  
美容師の多くは、サロンで華々しく活躍する姿を望んでいます。長い下積み期間を経て、店長になったり独立するキャリアになっています。そのようなキャリアの美容師は、訪問美容に対して福祉のイメージを強く抱いているため、なかなかFC店舗のオーナーや店長の理解が得られないのが現状です。

- 2) サロンで従事する美容師の年齢が低く、訪問美容に必要なコミュニケーションスキル、介護スキルが乏しい。

美容師として大切な事は、技術3割、コミュニケーション技術7割と言われています。訪問美容は、より広い年代のお客様への理解、コミュニケーションスキル、介護の知識が必要となってきます。訪問美容をご利用される方の平均年齢は80歳。一方、美容師の平均年齢は27歳。この年齢の差を埋めていくには、しっかりとコミュニケーションスキル、介護の知識、高齢者に対する理解する為の研修がとても必要です。

- 3) サロンは予約なしのウォークインが多いため、お店に美容師を待機させておきたい。

お店を構えているとご予約だけでなくウォークインのお客様が多くいらっしゃいます。採算性を考える美容室は、サロンにスタッフを多く待機させておけばウォークインのお客様もいつでも対応できると考えます。訪問美容ですと移動時間もあるので採算が取りづらいと思われがちです。

以上の現状と分析に基づいて、弊社は訪問美容に特化した事業を行い、介護・福祉事業と美容事業を有機的に組み合わせた次世代型のハイブリット事業となっています。

「介護・福祉 < 訪問美容 と和 < 美容室」

### 3、ターゲットのニーズ・希望

<60歳以上>

ご利用者様の年代に、より近い美容師が訪問することで昔の懐かしい話や当時流行していた話など、いわゆる女子トークに花が咲き、とてもリラックスした時間を過ごすことができます。20代の美容師が訪問する場合、孫世代と同じでありご利用者様が気兼ねや遠慮したり、わざわざ来てもらって申し訳ないと思う傾向があります。また、ご家族の方も色々相談したり、時に第三者に弱音を聞いてもらいたいというニーズもあります。

<60歳未満>

容姿を美しくすることで自信を取り戻し、外出しなくなる、人に会いたくなるキッカケを創ることが

できます。また同世代の美容師が訪問することにより、ヘアスタイルも好きなように再現させつつ、友達のような感覚で話がしやすい。一番大切なのは、「外から来た美容師」と触れ合うことで、ご自身も改めて外へ出る一歩になるという効果もあります。美容師は、辛い想いも共有できる、よき理解者のような存在を求められています。

訪問美容は、ヤクルトレディのように、ご自宅にお伺いして商品をご提供します。ヤクルトレディとは、ヤクルトの商品を、個人宅へ宅配・販売を行う女性スタッフのことです。宅配ヤクルトの顧客の多くは一般家庭の主婦であるため、同じ立場の女性が届けることで親しみを持たれています。1963年に開始され、50年以上続く仕組みです。人々の健康を保ち続けることを目指し、自転車やオートバイなどでヤクルト商品の普及活動を行っています。

当社は、病気や怪我、その他、何らかの理由で美容室に行けない方へ、出張美容サービスを提供しています。訪問範囲は、東京都豊島区巣鴨の店舗から1時間圏内の距離で設定し、公共交通機関を利用して、主に東京、埼玉、千葉、神奈川となっています。

なお、出張費・交通費は頂いておりません。

### 4、販売戦略

#### (1) 販売方法

##### ① WEB展開

高齢者にはご家族、若者には本人の目にとまるよう、徹底したWEB戦略を講じています。

##### ② 広告出稿

###### 1) ハートページ

各自治体の介護保険窓口、地域包括支援センター、保険福祉相談所など市・区内関連施設で無料配布している媒体です。各エリアで年1回発行の保存版・地域密着型の情報誌。(発行月は各エリアで異なる)介護認定者やその家族、ケアマネージャーや介護サービス事業者が利用して、業界唯一の紙媒体です。

###### 2) オアシスナビ

介護に関連するポータルサイト。月間32ページビュー、月間ユニークユーザー45万人。資料請求は、月間2,000件。



## シンポジウム発表 ③

### ③ 営業活動

#### 1) ケアマネージャーへの営業（居宅周り）

ケアマネージャー（介護支援専門員）とは、介護の知識を広く持った専門家で、利用者に適したケアプランを作成し、利用者とサービス提供事業者の間に立って連絡調整します。居宅介護支援事業者にケアマネージャーが所属していますので、当社のご案内のために、定期的に訪問しています。

#### 2) 地域包括支援センターへの訪問

地域包括支援センターとは、介護保険法で定められた、地域住民の保健・福祉・医療の向上、虐待防止、介護予防マネジメントなどを総合的に行う機関を指し、各区市町村に設置されています。センターには、保健師、主任ケアマネージャー、社会福祉士が配置され、専門性を生かして相互連携しながら業務に当たっていますので、当社のご案内のために、定期的に訪問しています。

#### 【参考】リスクファクター

理美容師が要介護高齢者を訪問して理美容業を行う場合は、理美容所以外の場所での業務であるので、いわゆる「出張理美容」として、「理美容師法施行令第4条第1項」が適用されます。

### (2) 価格設定

ヘアメニューは、お客様のお好みに合わせて丁寧にカウンセリングしています。お一人お一人に合わせたヘアスタイルをデザインします。

#### ●シャンプー・ブロー込み

カット	6,000円
ベッド上カット	7,000円
カットカラー	10,800円
カットパーマ	10,800円
トリートメント	3,240円
ヘッドスパ(40分)	6,480円

#### ●シャンプーなし

カット	5,000円
ベッド上カット	6,000円

※上記の他、サロン同様のメニュー設定あり

※出張費・交通費は頂いておりません。

### (3) ユニバーサルデザインのサロン（美容室）

「おばあちゃん原宿」こと、巣鴨地藏通り商店

街に2014年2月14日から、ユニバーサルデザインのサロンをオープンしました。訪問美容でお元気になった方が、お出掛けできるような受皿として、例えば、「車椅子でも気軽に利用できる」「足が悪くても送迎がついているから気軽に行ける」「完全個室の空間があるから、人に見られているという感じがしなくて安心」など、年齢、障がい、お身体、心の状態など関係なく誰でもご利用できるユニバーサルデザインになっています。

サロンの特徴は以下の通りです。

#### ① 女性スタイリストのみ

男性には理解されにくい、女性の気持ち。弊社は、女性スタイリストだけのトータルビューティーサロン。分かり合えるお悩みを経験や知識で汲み取ります。

#### ② 10年以上のキャリア

年代ごとに変わる髪や頭皮の悩み。弊社は、10年以上のハイキャリアの美容師が勤務。30代～40代のスタイリストだからこそ安心して相談できます。

#### ③ ユニバーサルデザインの店内

美容室で待たされる無駄な待ち時間。弊社は、カウンセリングからお仕上げまで1人が担当。工程がスムーズだから、ストレスなくお過ごし頂けます。

また、子育てママのために、お子様と同時施術が可能なシャンプー設備のある完全個室を完備しています。100インチ大画面でDVDを映写しながら、お子様用のカット椅子に乗って施術することも可能です。妊娠中・子育てのママにも美容を楽しんでいただけるよう、完全個室の施術スペースを設けています。（個室料金は頂いておりません。）

## 5、市場

### 1) 市場規模

美容業は約1.46兆円、理容業と合わせると2兆円以上の規模となり、サービス業の中でも大きな市場規模がある業界です。地域的な特徴については、東京都は他の大都市に比べて5～10倍といった非常に大きな規模があります。府中市、調布市など東京都の23区以外の地域だけでも、約710億円となり、大阪市などの政令指定都市を上回る市場規模であることがわかります。このような優良な市場に対して、

## シンポジウム発表 ③

概ね同じような市場規模の飲食業等に比べて比較的設備投資を必要としないため、参入障壁は低い業界であると考えられます。

顧客を属性によって区分すると、以下のようになります。

《サロン来店者》

①高齢者②オシャレ志向若者③子育てママ

《訪問美容対象者》

①高齢者②障がい者③子育てママ

それぞれに固有の属性がありますので、それに見合っただけ対応できる体制と販売戦略を立てていくことが必要になります。

### 2) 市場の成長性

まず総務省の人口推計によると、2006年10月時点での日本の総人口は1億2,615万人、うち65歳以上の人口は2,649万人で比率は21.0%となります。各年代が美容にかかる費用をほぼ一定と仮定すれば、高齢者の美容市場規模は3,472億円と推定されます。

高齢者福祉施設とその入居者数をみまると、総入居者数54万人を先の65歳以上の人口と比較すると、高齢者福祉施設の入居者は全体の2.0%となります。

よって高齢者の美容市場3,472億円の2%、つまり69億円が施設訪問美容の市場規模と推定できます。高齢化とともに日本の高齢人口は増加します。2008年が2,821万人、続いて2013年、2018年がそ

れぞれ3,185万人、3,538万人となります。これから先5年間の年平均成長率は2.5%、同様に10年間では2.3%となることから、当社がターゲットとする市場は今後も拡大すると予想されます。

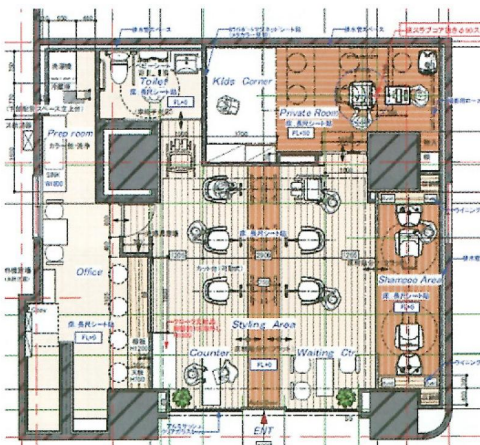
## 6、地域経済・地域社会への波及性

美容室は全国35万軒を超え、市場規模は2.3兆円と華々しい業界に映りますが、美容師に依存する労働集約型の産業であり、長時間労働・低賃金といった劣悪な労働環境ある側面があります。

美容師の平均年齢27歳というデータは、美容師そのものを辞めて他の仕事へ転職してしまう人も多いというこの裏付けとなります。厚生労働省の調査によると、理美容師免許の保有者は180万人であるものの、その就業率は39%に留まっています。

そこで私たちは、社会的課題である、有資格者であるにも関わらず職につけていない美容師を、「潜在美容師」と定義付け、雇用と活躍の場の創出をすることで、美容師にも生きがい、働きがいを提供しています。

女性美容師の結婚、出産、育児、労働環境などの問題から、美容師を辞め、美容が好きなのに復職できない潜在的に存在する美容師のために「働き方改革」を推進し、活躍の場を創出しています。



訪問美容 と和 / コミュニティサロン と和  
<http://houmonbiyououtowacare.jp/>

東京都豊島区巣鴨4丁目26-3  
TEL : 03-6759-8621 FAX : 03-6759-8622