

ribiyo.

PROF・RIKEI / SALON OWNER



サロンヘア
特集

～ナチュラルテイストにこだわって～

くつろぎの時間割

Step up Technique
[スタイリング技術を向上させる]第1回

技術にまつわる読む企画

社会保険労務士と学ぶ/
サロンオーナーのための労務管理

未来塾/
あるヘアサロン経営者の進む道

連載[カット・ベーシック]第17回/〈メンズ〉
グラデーション・ブラシバック

SALON DESIGN SERIES

この連載企画では、メニュー導入から教育制度に至るまで、「技術」を軸としたテーマで取材。今とこれから、課題解決に向けたヒントを探っていきます。

内閣府の発表では2019年の高齢化率は28.4%であり、今後も上昇を続け、2065年には国民の約2.6人に1人が65歳以上となる社会が到来すると推計されています。

高齢化社会は予測されていたことであり、今後のサロン経営を見据えれば、どのように対応していくかは考えていきたいところ。

また、担当するお客さまも当然、年齢を重ねていきます。その中で病気や怪我など、何らかの理由でヘアサロンに通えなくなってしまうこともあるかもしれません。そこで『出張・訪問理美容』という選択肢があります。

ただお客さまへの想いは大切ですが、安心・安全があつてこそ。それを抜きにしては顧客満足が得られないばかりか、ともすれば健康被害や死亡事故につながる可能性もあると考えます。取り組むのであれば気持ちだけでは難しく、やはり知識と技術が必要になるのは言うまでもないでしょう。

今回は東京・巣鴨でユニバーサルデザインの美容室を展開し、訪問美容にも取り組む、「コミュニティサロンと和」「訪問美容と和」(運営:株式会社社会起業家パートナーズ 代表取締役:中村大作)を取材。お客さまに支持される知識と技、そして考え方を紹介します。



中村大作
株式会社社会起業家パートナーズ
代表取締役社長

志田夏子
コミュニティサロンと和 / 訪問美容と和
店長代理 (トップスタイリスト)



出張理美容:想いは仕組みにすることで伝わる 生活インフラの担い手としての取り組み

コミュニティサロン と和



訪問美容 と和



採用サイト(働き方改革)



社会起業家パートナーズ



美容師の労働環境を改善するアプリ『Smart 勤怠管理 -GPSで出退勤を自動打刻-』



オーナーの大病

同社が訪問美容を手がけるようになったきっかけは何か。中村社長に伺ってみると、美容事業部「コミュニティサロンと和」「訪問美容と和」の責任者を務める、小池由貴子代表の闘病がその始まりだと教えてくれる。

今から16年前、小池代表は順調にキャリアを積み、17店舗ある美容室運営会社のエリアマネージャーとして活躍していたが、あるときから膝関節に痛みを感じるようになったという。それでも多忙ということもあって休暇も取れず、また休憩すらなかなか取れないままサロンワークに従事。誤魔化しながら日々を過ごしていたそうだ。

しかしある日の仕事終わり、歩けなくなるほどの痛みが襲う。すぐに病院で診察してもらい、すぐに医師から、骨肉腫の疑いがあり、そうであれば今後は車イス生活になると伝えられた。また良性の腫瘍であったとしても人口関節に置換するか、もしくは自身の骨盤を移植するかどうかだっ

た。計り知れない衝撃と暗澹たる想いが去来したことは想像に容易いが、小池代表は人生が変わることを受け入れ、覚悟を持って手術に挑んだという。結果は



良性の腫瘍で、骨盤移植も無事に終了。1年ほどの車イス生活となったが、入院中は院内で買い物をしたり友人が面会に訪れていたため比較的、前向きに過ごすことができていた。

ただ自宅でのリハビリテーションが許可されると状況は一変。ひとりで生活することは困難なため実家に戻ったそうだが、車イスで生活できる住環境でもなかった。何をすることも親御さんの手を借りなければならず、仕方がないとはいえ自尊心の低下もあったことだろう。

またそんな毎日にも心も疲弊し、いつしかリハビリテーションも疎かになり、ひきこもるようになっていったという。

※1当時 人工関節に置換すると1週間ほどのリハビリテーションで歩行可能となるが、耐用年数は20年程度のため入れ替え手術が必要だった。では自身の骨盤を移植する場合はというと再手術の必要はないが、歩けるまでに半年から1年ほどのリハビリテーションを要するとのことだった。

※2いま振り返れば、20代前後の膝周囲にできる希少がんの1つで、骨巨細胞腫であったと判明。当時は中間悪性腫瘍(良性と悪性の中間の性質を持つ腫瘍)という区分の腫瘍で症例がほとんどなかったそう。当時の医学ではまだ、どのような腫瘍なのか判断がつかなかったという。

美容の持つチカラに気付く 原体験

しかし、ある出来事により小池代表は再び前を向けるようになる。それは同僚や後輩たちが見舞いに来てくれた際、前髪を切ってくれたこと。

髪は伸びメイクもしていない姿を見て、「ハサミを持つてきているから前髪を切つてあげろ」と言ってくれたという。そうして仕上がりを確認するため、何となく元の自分に戻ったような感覚になった。「前髪を切つた5分、カットするだけでも、心の高揚を感じることができた」

美容の持つチカラを目の当たりにした瞬間。今までサロンで多くの人をキレイにしてきたが、いわゆる社会的弱者ないしは要介護者になったときに受ける美容は、それとはまったく異なるものだと気付いたという。

ただ同時に1つの疑問が浮かぶ。美容師の知り合いがいない要介護者は、誰がどのように髪を切っているのか。調べてみるも情報を得ることはできなかった。「当時、女性は刈上げ、男性は丸刈りが主で、いわゆるヘルパーやご家族がカットするか、もしくは美容学生やアシスタントスタッフが練習のために

ボランティアでカットするといったことが多かったのです。つまり産業としてもサービスとしても、まったく成立していませんでした」

こうした状況を知った小池代表は、復帰したあかつきには介護を受けた経験と美容師のキャリアをかけ合わせ、出張して美容サービスを提供する「訪問美容」に取り組んでいきたいという想いを募らせる。それが「大きな病気をした意味でもある」とも初めて自分の体験を受け入れることができたのだ。「小池本人にとっても、当社にとっても非常に大きな出来事であり、これが私どもの原点になります。入社式や訪問美容の研修時などに話しています」



出会い、そして法人化

目標ができたことでリハビリテーションにも励むことができ、ついには勤めていたサロンに復帰。すぐさま会社に「これからの時代は訪問美容が必要だ」と、新規事業の立ち上げを提案したそう。

しかし会社からは難色を示されただけでなく、休んでいた分を取り戻すようにとも言われたという。それでも思いが消えることのなかった小池代表は2年間、サロンに貢献したのち11年間勤めた会社を卒業。晴れて個人事業主として、訪問美容に取り組むことになった。

やそこからの紹介など、今までの縁から広げていくことを考えた。もちろんそれだけでは生活できず、面貸しやヘアセットの仕事もしていたそう。

ただ需要は確実にあり、何となく訪問美容のみでも生活ができるようになっていく。であれば現状のまま無理をせず、自身のペースで仕事を続けていくこともひとつだっただろう。

しかし訪問美容は自身の「生活のため」に始めたわけではない。困っている多くの方々のもとに足を運べるようにするためにも、事業の拡大を図りたいと考えた矢先、また一つの壁にぶつかると。たとえば施設と契約できた際、ひとりでは対応しきれないため友人の美容師に依頼していたそうだが、なあなあなや

「美容業界は『オシャレ産業』のみが先行してきたことで働き方改革への取り組みが遅れ、それこそ『友人の結婚式に行ったことがない』などはよく聞く話。事実、小池は身体に痛みを感じても、働き続けるという選択をしています。

加えて傷病手当があることも当時勤めていた会社からは知らされず、社会保険に加入していたにも関わらず、収入保障を受けられなかったそうです。そうした状況を聞き、当社を設立するにあたっては一般の会社並みに、きちんとスタッフを守るための制度の周知や運用を徹底しました。

また、訪問理美容を「福祉（社会性）」として活動しても継続は難しく、逆に「利益（経済性）」に重きを置いてもそれほど効率の良いものではなく儲けのためだけなら上手くいかない。言ってしまうえば継続性のない活動は『通り魔的な社会貢献』でしかなく、やはり持続可能なものでなければ続けられないのです。「原体験」から生まれる、やむにやまれぬ想いで、社会性と経済性を両立させるソーシャルビジネス（社会的事業）としての観点を持ち合わせていなければならないのです」（中村大作社長）

り取りしかできなかった。これでは持続も困難で、そうなれば結局はお客さまにがっかりされてしまう。

学びの必要性を強く感じた小池代表は、改めてビジネススクール通うことにした。それが中村社長が設立・初代学長を務めた『社会起業大学』[※]だったのだ。

※社会起業大学は、2010年に設立された日本初の社会起業家育成に特化したソーシャルビジネススクール。受講生に経営を学んでもらいたい事業計画を作り起業してもらおう、といった取り組みを行っている中村社長は話す。「当時は障がい者雇用や地域活性化、ホームレス支援など、ソーシャルに関わるビジネスの起業、コンサルに取り組んでおり、1000数社ほどの起業にも携わりました」

訪問理美容の本質

中村社長はそのとき初めて「訪問美容」という取り組みを耳にしたそうで、非常に感銘を受けたと振り返る。「絶対に世の中に必要なもので、今後かならず広がっていくとも感じられました」

また同じくして、新会社設立も計画していたと教えてくれる。理由は、起業すれば終わりではないから。「受講生は起業したその後が大変になりますから、右腕、左腕というパートナーとして支えられる存在でありたいとの想いから、株式会社社会起業家パートナーズを設立。その第一号案件として小池に声をかけました」

それが2013年のこと。こうして二人三脚で訪問美容の拡大を目指す一方、人材採用やトレーニングのためにも拠点が必要ということがわかった。

もちろん拠点をなくすことで固定費を削減し、低価格を提供するといったビジネスモデルもあるが、小池代表が活動している中でお客さまから尋ねられた次の言葉が拠点を構える大きな決め手となった。

「小池さんはお店を持っていないの？」

理由を聞いてみると「キレイにしてもらえたら遊びに行きた

いが、行く場所がない。元気がなかったら外出してみたいから、小池さんのお店があったら今度行きたい」とのことだった。お客さまが外出できないから訪問して美容を提供する。それが最善策だと考えていたが、実は**お客さまの本当の想いは外に出たい**ということ。ここが盲点だったという。

したがって便利サービスの提供ではなく「**引き出し型のサービス**」として、**お客さまが外に出られるようなきつかけを提供する**。これこそが美容のチカラであり、小池代表が前髪を切ってもらったときに感じた心の高揚なのだ。「良いことをやっている」という自己陶醉とまでは言いませんが、もしかしたら社会貢献の押し売りになってしまっているのではないかと気付かされました」

「社会起業家パートナーズは『コミュニティサロン と和』『訪問美容 と和』を後方から支えながら、このソーシャルビジネスをいかに大きくしていくかといったことに取り組んでいます」（中村大作社長）

美容を通じて 笑顔あふれる毎日を

ならば、どのような拠点を構えていくか。まず立地としては、訪問美容の顧客に高齢の方が多かったことから、「おばあちゃん原宿」と呼ばれる東京・巣鴨が適している判断。

加えて誰もが気兼ねなく訪れることができるサロンの構築を図ったと話す。「車イスの方や杖を使われている方、抗がん剤治療や脱毛症などでウィッグを使用している方、今ならLGB TQの方、また乳幼児や子育て中のママさんなど、実は一般的な美容室に行くことに躊躇いがある方は少なくありません。そうした方々も緊張せず、『また行きたい』と言っていただける美容室を目指しました」

美容を通じて笑顔あふれる、そんな毎日を送れるようなコミュニティ、社会を作っていきたい。その想いを根底に、乳幼児からママさん、そしておばあちゃんと3世代で通ってもらえることを願い『コミュニティサロンと和』と命名。それから10年経った現在、スタッフ10名で実店舗と訪問を同時進行しながら、より多くの方々に笑顔にするべく奮闘している。



志田夏子さん
コミュニティサロンと和 / 訪問美容 と和
店長代理 (トップスタイリスト)

志田さんは一般的な美容室でキャリアを積む中、結婚・出産を機に一度離職。その後、パートスタッフとして復帰したが、2人目を妊娠した際、40代を前にして今後も美容師を続けていきたいという想いが芽生えたという。「子育てしていくにあたり、保障なども考え正社員で働きたいと考えていました」

ただ子育てしていれば、土・日曜日に休むことや急な早退もある。現実的には正社員どころか、美容師としても働けないという想いがありつつ、他方では20年以上美容師を続けてきたことから、『未経験者OK』の仕事といっても他業種では難しいのではないかとといった気持ちもあった。

そうした葛藤の中、ふと介護職の求人が目にとまる。「そのとき自分には、誰かのために何かをしたい」といった想いがあることに気付きました」

当然、介護職だからといって、一から学んでいかなければならない。悩んだ末に出した答

えは、美容師の技術を生かした介護の仕事はないか、ということ。調べてみると、訪問美容という取り組みに行き着いた。「そこで初めて訪問美容というお仕事があることも知りましたが、知れば知るほど、自分が携わりたい仕事はこれだと思えました」

しかし当時は施設中心の会社が多く、求人を見て短時間の勤務なので子育てしていても働けるが、カットした人数で給与が決まるなどアルバイトと変わらない待遇ばかり。

保障がある正社員で働けないか。そうして探さず中出会ったのが『訪問美容 と和』。在宅に取り組んでいる※ほか、待遇面や労働環境もしっかりしていることが決め手となった。

そうして2018年8月に入社すると、会社負担でさまざまな研修を受けることができ、介護職員初任者研修(旧ヘルパー2級)の資格も取得することができたという。「知識を身につけていく中でより一層、介護の仕事の素晴らしさを感じられました。実際の介護のお仕事とは異なるかもしれませんが、それでもお客さまの笑顔を見るたびにやりがいを感じています」

※在宅に取り組む

「施設への訪問というのは、極端に言えば出勤場所が美容室ではなく施設に場所が変わるだけで、人事労務の観点で会社には負担がほぼありません。そして自宅から施設に出勤し、決められた人数をカットするというだけでは結局「まわす仕事」になってしまい、美容のチカラを提供する訪問美容とは言い難く、とすればサロンワークで回転率を追い求めていることに似ているのではないのでしょうか。するとスタッフも『こういったことがやりたくて訪問美容を選んだわけではない』といった想いにもなってしまいます。

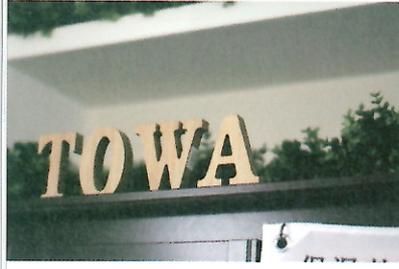
一方、在宅というのは、1軒お伺いしたら次のお宅へ移動するということの繰り返し。利益のことだけに目を向ければ、あまり効率の良い仕事とは言えません。しかも、その移動の時間には何も保障もありませんから、給与を歩合制にするとスタッフ自身も稼げなくなります。

そこで当社は固定給プラス技能資格手当として、サロン勤務より高い水準で給与を提供しています。このような待遇でスタッフも「やりがい(社会性)と給与(経済性)」を実感して安心して働くことができますし、将来に不安を持つことなく、お客さまのためにきちんと施術をするようになってくれると思います。

もちろん、こうした制度の実現のためには、企業としてのゴーイング・コンサーンが(企業が社会的役割を果たすために、永続的に事業を続けるという前提)が不可欠になります」

中村大作社長

「美容室は緊張する」といった声も多いことから、自然溢れる店内を構築。また、車イスでの来店の際にも、店内をスムーズに移動できるような通路も考えられている。



訪問理美容ならではの接客

明るくなれるように

次に実際の取り組みを見ていきたい。まずは接客について、訪問理美容ならではの施策・考え方を志田さんに伺ってみると、店舗におけるそれより意識して、「遊びにきた」というような雰囲気です。緊張をほぐすようにしていると教えてくれる。

高齢の方はサロンやスタイリストのことを調べず予約を取る場合が多く、とすれば家族や介護者が予約しているかもしれない。そうした中、初めてであればやはり、自宅に招くことには緊張もするからだ。

またもうひとつ、美容師側が話しかけるよりも、お客さまの話を聴くことが重要だと述べる。訪問美容を利用するということは普段、人と接する機会が少ない方も多い。故に会話を非常に楽しみにしてくれている。事実、「こんなに話してごめんなさい」というお客さまに、「気にせずお話ししてください」と伝えると表情がパツと明るくなるという。

とはいえ決められた所定時間を守ることは言うまでもない。「施術後、お茶を出されること」もあります。基本的にはお断りするのですが、すでに準備されているなら少しお話しして、次が

あることを伝え辞去します」加えて気を付けていることがあるとも続ける。訪問美容に限ったことではないが、お客さまに同調し過ぎないこと。たとえばお客さまが「息子の嫁がね……」などと愚痴をこぼすこともあるだろうが、良かれと思い「それは本当に嫌ですね」と同調すれば、お客さまは余計に気持ちもエスカレートしてしまう。

そうではなく「いろいろとやってくれる良いお嫁さんですね」などとポジティブな返答を心がけているという。「人と接する機会が少なくなれば、ご家族間だけの見方になりがちです。すると悪いところばかり目につくこともあるかもしれません。だからこそ、気持ちが明るくなれるような会話の仕方が大切になります」

初めてのサロンに行く場合、どういった美容師がいるのか、店内の雰囲気はどうかと、ホームページなどで事前に調べることが多い。しかし高齢の方はなかなか調べることができず、『知らない人が自宅に来る』ことになるため、緊張もしているはず。そうした気持ちを汲み取って接客することが大切となる。

ミスコミュニケーションを未然に防ぐ

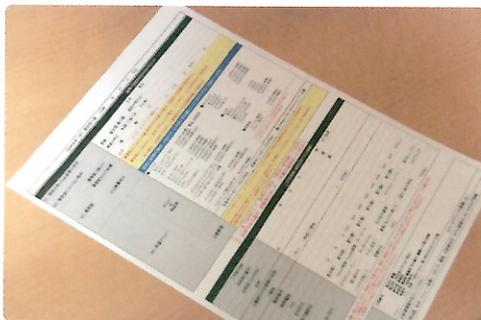
では訪問美容のトラブルとしてよく挙がる、当日のメニュー追加。家族が料金を支払う場合、お客さまの要望と相違が生まれることもあるが、どう対応しているのか。

基本的には予約電話の段階で、ミスコミュニケーションを防ぐようにしているという。要介護度や住環境、家族の立ち合いの有無など、ヒアリングシートを使って漏れなくコミュニケーションを取ることで、当日の変更を極力なくしているわけだ。

さらに家族が立ち合うというなら、その場でかならずメニューと価格を提示して、承諾も得てから施術に入ると述べる。これはヘアスタイルについても同様。「お客さまが話せる状況ではないこともあるのですが、その場合、言ってみればご家族の方とカウンセリングを行なうように細かく伺いして、仕上がりも確認していただきます」

とはいえ美容師と話している中で、スタイルチェンジなどを希望したくなることもあるだろう。もちろんカラーやパーマなど、予約している所定時間を大幅に超えるようなメニューなら

は次回訪問を提案する。一次の予定もありますし、最小限の道具で移動していることもあって基本的には次回の施術を提案します。その代わりではないですが、もともとの所定時間内で終わるメニュー、たとえばお顔そりや眉カットであれば、かならず持参している電気シェーバーを使って対応させていただきます」



予約電話の段階でヒアリングシートを使って漏れなくお客さまの情報を引き出すよう心がけている。それにより、ミスコミュニケーションを未然に防ぐわけだ。

次回につながるように

当日の追加メニューなどの希望があった際には、『今回は時間もないし道具も用意してないので、次回(そのメニューを)しましょうか』などと提案という形で伝えている。

それも家族が予約を取ったり料金を支払うのであれば、『ヘアカラーで気持ちも明るくなるので、何かあればいつでも予約は取れる』などと、家族の意思には反しないようにしつつも、お客さま本人の意思も尊重できるように話しているようだ。

これは数字のためではなく、お客さまのQOL(人生の質)が向上させるため。キレイになることで、明るい気持ちで日々を過ごせるような提案になる。実際、『デイサービスで褒められた』などと嬉しそうに話してくれることもあるそうで、お客さまにこうした心の高揚感を抱いてもらうことは同社の願いでもある。「周りから褒められることで『さらにキレイになりたい』『またデイサービスに行きたい』といった気持ちにもなっていただけ。そのために技術の提案をしています」

たとえば道具がないからといって、近所のドラッグストアでカラー剤を購入して施術するといったことは絶対にしてはいけないこと。お客さまのためという思いが変な方向に行ってしまうと、品質の高い施術が担保できなくなる。ルールをしっかりと守ったうえで、できることに取り組むことが肝要となる。

同社のマニュアルの冒頭には、訪問美容には3名の登場人物がいることが記載されている。

利用者(お客さま本人)、家族、そしてケアスタッフ(いわゆるヘルパーやケアマネージャー)で、それぞれにリクエストがあるもの。たとえば利用者は髪を切りたくないが、家族やケアスタッフは(髪を乾かすのが楽だから)切ってほしいといった具合だ。

そうした中、志田さんが述べている『お客さまの気持ちが明るくなるような伝え方』を非常に大切にしているが、ある程度のスキルと経験も必要になってくることでもある。

キャリアの延長線上に 訪問美容がある

こうした提案も非常に大切にしているため、スタッフにはまず実店舗でしっかりと学んでもらっている。そのうえで訪問美容に取り組みそう、中村社長は次のように説明してくれる。「第一線(サロン)で働けなくなったから訪問美容に取り組み、といった流れは業界内で非常に多いように感じます。しかし私どもの考えはそうではありません。サロンワークがきちんとでき、1人前の美容師として成長したその先に訪問美容としてのキャリアがある。そういうプライドを持って訪問美容に携わっています」

そこで訪問美容には「3つの力」が必要だと考え、スタッフ教育に取り組んでいるとも話す。1つは『美容スキル』。ひとりで訪問するため、トラブル等が生じれば自身で乗り越える必要がある。それも薬剤や道具は限られているため、相応のスキルがなければならぬのだ。2つめは『福祉・介護のスキル』で、福祉学校と提携し、介護職員初任者研修(旧ヘルパー2級)を学習している*。そして最後の3つめは、志田さんが述べた提案方法などの『コミュニケーションスキル』となる。

※要介護と言っても、身体機能が低下しているのか、それとも認知機能が低下しているのかは人それぞれ。したがって「介護とはどういったことか」「介護保険の制度」「老化や認知症について」といったことも学び、一人ひとりの心情や状況に合わせた対応ができることを目指している。中村社長は話してくる。「そもそも福祉とは何でも手伝うことではなく、自立生活を支援するための手助け。その考えのうえで移動・移乗の介助、身支度、食事の介助、デモンストレーションですが入浴・排泄の介助、そして最期のお迎えがくるときまで、ご家族のお気持ち等を加味して学習し、介護職員初任者研修(旧ヘルパー2級)の取得を目指してもらっています」



安心 3つの特徴

女性スタイリストが訪問いたします



全員が10年以上のキャリア



全員が介護福祉士などの介護資格あり



介護職員初任者研修の修了証明書。スタッフには会社負担でさまざまな研修を受けてもらうそうだが、ひいては会社のブランドイメージにもつながっていくこと。

「3つのお約束事でお客さまに安心していただくことで、『ご自宅に招く』という敷居を低くしています」(中村大作社長)



生活インフラの担い手として

単に美容の延長としての訪問美容ではないことが窺い知れるが、それもそのはず、地域包括ケアシステム*という考え方のもとに取り組んでいるからに他ならない。つまりサロンに行けないお客さまのところに訪問することではなく、**生活インフラのひとつの担い手として取り組むことが訪問美容**と考えているという。自分たちが人々の生活を支える仕事であることを意識しているのが、スタッフの志は高く、社会の一員として貢献している。

よく『祖母の髪を切ったときに喜んでくれたから、訪問美容に取り組もうと思った』といったことを耳にする。しかし現実を見れば思い描いていた理想とは、かけ離れた事態、例えば、簡易トイレに座ってカットしたり、せっかく予約を取ったからと、本人は体調が悪いのに家族が無理矢理座らせてカットさせようとしたりといった場面にも直面する。私どもは『介護・福祉』の中で、髪の毛を切る専門職として携わっています。ですからさまざまな場面に出くわしても、それが普通のことなのです。この考えのもとに前述したスタッフ教育を行ないながら、そ

の後も先輩スタッフが伴走し、徐々に現場での仕事を覚えてもらってひとり立ちしていくという流れ。

人件費はかかるが、それでも取り組むのはやはり、未来のインフラ作りと考えているから。訪問美容を受けたという方が、ひとりでも多く受けられるために人材を育てているのだ。「困っている方がより多くいるのですから、取り組むならば在宅を徹底すべきと考えています。ですから人を育てていかなければなりませんし、そのためにも持続可能な事業に育てるべく日夜努力しています」

※地域包括ケアシステム…要介護状態となっても、住み慣れた地域で自分らしい生活を最後まで続けることができるよう、地域内で助け合う体制のこと。それぞれの地域の実情に合った医療・介護・予防・住まい・生活支援が一体的に提供される体制を目指している。それが介護離職を防ぎ、経済発展につながっていくという日本の成長戦略にもつながっていく。

訪問美容業者の中でも『都内中心の在宅は電車移動で大変だから取り組まない』といった声は多い。しかし大変なのは当たり前で、その先に待っている人がいる。だからといって、減私奉公で自分たちを犠牲にして取り組んでいるわけでもない。そこにやりがいや理念、志があるから取り組んでいると中村社長は述べる。

社会性と経済性の両立

予約をコントロールして効率化

ビジネスとして成り立たせるために、どのような取り組みをしているのか。まず予約に関して、非常にシステムチックに仕組化していると教えてくれる。

お客さまのメニューと最寄り駅を確認したら、同社から日時を提案して予約をコントロール。たとえば、すでに予約が入っている近隣のお客さまがいれば、その前後の空き時間を提示するといった具合。移動時間のロスになるべく少なくして、効率よく訪問できるようにしているそうだ。「よく予約を重ねられて大変という声を聞きますが、それは所定を超えた対応を求めているからだと思えます。たとえばカット1時間のところを30分で終わらせてほしい、1時間かかるのに30分で移動してほしいと言えば不満にも思うもの。そうではなく、無駄をなくすためにきちんと仕組みを作っているのです」

実際、志田さんに何ってみると、「お客さまの体調が悪く乗等に時間がかかった、電車が遅延したといった場合は別ですが、基本的には技術の所定時間も移動の時間も常識の範囲。時間に追われるといった大変さは感じていません」との答え。

都内の在宅訪問の場合は公共交通機関、つまり電車で移動することが多い。理由は①渋滞、②駐車場、③事故の3つのリスクを回避するため。そこで、その日に行なう施術から荷物を必要最小限に絞ることで、スタッフの負担を少しでも軽減しているという。



しかし都内の移動だといっても、時間がかかることもある。これは予めわかっているため、朝から15分前行動するなどの工夫により時間調整しているとのこと。「予約時間に遅れてはなりません、仕上がりが良く、しっかりと会話をしている所定時間より早く終わってもご満足いただけます。高齢の方は身体への負担も軽減できるため『すぐ楽だった』といった言葉をもらえることもあるのです」



ブランドを確立しているからこそ

また、予約のキャンセルなど、空き時間がある場合、近隣のお客さまにアプローチする、つまり営業電話をかけることもあると中村社長。「一般の美容室であれば、お客さまに『そろそろ来店サイクルだから』とお電話すると、あまり良い感触は得られないと思います。しかし訪問美容の場合には、『ちょうど電話しようと思っていた』と喜ばれる。もしその日は都合が悪くても、『予約を取っておこうか』と言っていただけます」

現に2ヵ月先まで予約が埋まっているそうで、同社のスタッフ10名に、他社とも提携をしながら対応しているそうだが、「提携している方々を含めて、当社では技術と知識をきちんと学んだ美容師がお客さまの自宅に訪問しています。そうして自社のブランドを確立しているからこそ、客単価1万円以上という代金をいただくことができ経営も成り立っているのです」

同社は出張料・交通費は無料。施術料金だけの料金である。つまりはお客さまには余計な負担をかけず、純粋な施術料金として打ち出しているということだが、リピート率は非常に高いという。志田さんは「やっぱり」と

和さんが良くて、と言ってくださるお客さまも多く、本当に嬉しい限りです」と述べ、中村社長も「実店舗も同様ですが、美容師の技術はもちろん、仕組みも含めて価値に見合ったサービスを提供しています。ですのお客さまがもし他店に行かれたとしても、戻っていただける自信があります」と話してくれる。



訪問美容が世の中の当たり前前に

また欠かせない集客方法について、簡単にではあるが紹介していく。同社は在宅を対象としているため、施設については取り組んでいないものの、「やはり足しげく通い関係性を構築すること。介護施設も増加傾向ですから、紹介も見込めます」と中村社長は話す。

そして在宅でいえば、ひとつにイメージ戦略が挙げられるという。訪問美容は高齢の方に向けたサービスというイメージが強いが、実は同社の顧客の半数は若い世代であり、10代〜40代も少なくないという。そうした中、『訪問美容 自宅カット』などと検索したときに、高齢の方を対象としたホームページばかりだとしたら、やはり世代ごとの打ち出し方が重要になるわけだ。

加えて、介護事業者への働きかけも有効。一例を挙げれば、地域包括支援センターにはケアマネージャーや相談員がおり、ケアプランを作成している。その際、髪の毛に関して自店をおススメしてくれたら。したがってケアマネージャーや地域包括支援センターと関係を構築するかが重要で、地道に営業活動を行なう必要がある。

他にも各自自治体が介護保険を財源に、要介護者が無料でカットできる『美容券』を発行している。これは美容組合と連携事業であるため、組合経由で予約を受ける方法もあるという。

さらに詳細を知りたいという場合、**同社に問い合わせればコンサルティングしてくれる**そう。それが訪問美容の市場を広げていくことにもつながります。私たちもまだまだ未熟ですが、みなさんと一緒になって取り組みたい。そうした横のつながりを強め、訪問美容が世の中の当たり前になれば幸せだと考えています」

訪問美容コンサルティング

お問い合わせ先
info@houmonbiyoutowa.jp
集客方法や技術修得など訪問理美容に必要なことをコンサルティングしてくれる。

訪問理美容ならではの技術



※ワイヤー入りのクロスの着用例。このワイヤーのおかげでクロス形状が保てるため、お湯が漏れずに洗面台等に流れていくという仕組み。

技術的にはフェイスラインから2線、3線、4線、そして襟足といった具合に、通常のシャンプーと変わらないと志田さん。「バックがフェイスラインになるイメージで、感覚的にはあまり違和感はありません。ただ、いくらワイヤー入りクロスを着用していただいたからといっても、勢いよくお湯を流させば漏れることもあります。ですから手でしっかりとダムを作ることは不可欠。そして流す部位によってはお湯の流れが変わり、顔まわり等にかかってしまう恐れもあるため、お声かけしながら施術することが重要になります」



簡易式貯水タンクと電動のポータブルシャワー（汲み上げノズル）

介護度は関係なく
どなたでもご利用いただけます

と和		予約なしで当日予約も承ります
PRICE		
MENU	カット	¥5,980 (所要時間：1時間)
MENU	ベッド上でのカット	¥7,150 (所要時間：1時間)
MENU	カット・カラー	¥12,100 (所要時間：2時間)
MENU	カット・パーマ	¥12,100 (所要時間：2時間)
MENU	カット・カラー・パーマ	¥17,600 (所要時間：3時間)

※所要時間は予約時にお知らせいたします。この他に清潔なままの髪のお手入れも承ります。当社は「自宅」を中心にカット・カラー・パーマももちろん、ベッド上での施術も承っております（ご自宅でのシャンプーも可）



自宅でシャンプーする方法

今度は、訪問美容ならではの技術に目を向けてみたい。何うと代表的なものとして『スタンディングシャンプー（前かがみのシャンプー、通称：前シャン）』『ベッドシャンプー』『ベッドカット』の3つを挙げてくれる。詳細をひとつずつ見ていく。

前シャンは仰向けの姿勢が辛いというお客さまに対して、自宅でシャンプー施術を行なう方法のひとつ。洗面台または台所を使うのだが、そのままサロンと同じようにタオルやクロスを巻いただけでは、顔の横からお湯が流れ衣服や住まいを濡らしてしまうと志田さん。そこでワイヤー入りの※クロスを開発、使用していると教えてくれる。「とくに襟足をお流しする際、手でもブロックしますが、それだけでは絶対にお湯が背中につたってしまいます。ですがコンパクトにたたためるワイヤー入りクロスを使用すれば、お湯が漏れずに洗面台に流すことができます」

加えて、かならず「これからお湯を流します」「目と口を閉じて鼻で呼吸してください」などと、コミュニケーションを取ることが重要になると志田さんは続ける。「苦しくはないかなど、こまめにお声がけして、終

わったらタオルを渡してお顔を拭いていただきます。こうした一連の配慮があることで、お客さまは不快に思わず、ご負担もなくシャンプーができるわけです」

また洗面台にシャワーノズルがない場合。お湯を簡易式の貯水タンクに溜めておき、電動のポータブルシャワー（汲み上げノズル）を使用して対応。このとき簡易式貯水タンクが洗面台に入らないことも多いため、折り畳み式のバケツでお湯を汲んで貯水タンクに移しているという。

お湯/水、電気/コンセント、座るイスはお客さまに借りるが、その他のタオルやドライヤー等は持参し、施術後は現状復帰が訪問美容の基本となる。「お客さまから『お風呂場を使ってもよい』と言われることもあります。段差があり、濡れると滑って転倒する危険もありますので、お風呂場での施術は禁止にしています」（志田夏子さん）



ベッド上で使用する、空気で膨らます簡易式のシャンプーボウル。枕もセットできるほか当然、排水も可能となっている。

どのような環境であっても

2つめのベッドシャンプーボウルが、洗面台が借りられない、もしくはお客さまが動けないといった場合にシャンプーする方法。空気で膨らます簡易シャンプーボウルを頭部下に設置し、その後は先ほどの洗面台にシャワーノズルがない場合と同様の工程となる。

もちろん簡易シャンプーボウルは排水も可能で、ホースをつなぎ、その先にビニール袋を括り付けて簡易貯水タンクに入れておく。循環はしていないが、貯水タンクからお湯を汲み上げ、シャンプー後のお湯が貯水タンクに戻るようすることで、最小限の空間で施術ができるようにしているという。

「介護ができるように頭の上ないしは左右どちらかにスペースが確保されていることが多いのですが、その空いているスペースを使うなど、臨機応変に対応しています」と志田さん。「移動式シャンプー台や給水・排水タンクを持つていくとなると、非常に嵩張り電車での移動は困難。さらにお客さまのご自宅内でのスペースも、確保しなければなりません。そこで私どもはコンパクトな道具を開発・使用することでスタッフの負担を軽減し、またどのようなご自宅の

環境でも対応できるようにしています」とも話す。

こうしてお客さまの状態や住環境によって、持っていく道具を選定。なるべく荷物を減らし、効率良く訪問に回れるようにしているわけだ。

訪問美容に取り組むにあたり、美容師が辛いと思うことのひとつが荷物。ただでさえ外回りが慣れていないのに、重い荷物を抱えて移動するとなればなおのことだ。

「もちろん大変は大変なのですが、それはどの仕事でも同じです。ただ、スタッフの志しや思いで、そうした辛さを乗り越えてもらうといった考えでよいのでしょうか。もしそうなら、初級スタイリストが自分の休みを使って訪問美容に取り組んでしまう事態と変わりありません。

そうではなく、訪問美容の技術を持っているのなら技能手当をしっかりと支給して、仕事として取り組んでもらうこと。やはり思いと報酬の両輪あってこそ、持続可能になるのだと思います」(中村大作社長)

尊厳を守る意義

そしてベッドカット。介護用ベッドをギャッチアップ※、わかりやすく言えばリクライニングさせてカットしていく。しかし、どうしても刃先が頭部に向くため、ハサミの使用は禁止にしているという。

ではどうするかというと、コーミングして髪の毛を引き出し、バリカンをシャワー代わりにしてカット。このときに切った髪の毛がベッドに落ちないように、髪の毛を吸い込みながらカットできるバリカンを使用している。

また、もしギャッチアップできないというなら、頭を持ち上げてコーミングし、ブラシを持ち替えて手を挟んでカットする。このとき家族の立ち会いがあれば、手伝ってもらうこともある。

しかし、美容師ひとりであれば、片手で頭を持ち上げてカットしていくことになる。バリカンを右手で持つていけば、お客さまの右側をカットすることが難しくなるため、刃先の角度が変えられるバリカンを使用。そうすれば安全にカットできるわけだ。志田さんは「起き上がるのができないお客さまをカットする際、技術者が立っている反対側をカットすることが難し

くなります。そこで時にはベッドに乗り上がるなど、技術者自身が角度を変えてカットしていきます」と説明する。

中村社長も続けて「それが訪問美容の本質的なところ。身体を動かせない、もしくは意識がないとしても、その方の尊厳を守っていくという意義があります。したがって、たとえベッド上であってもシャンプーやカット、さらにはカラーやパーマをして差し上げる。ご本人のためであり、ご家族のためでもあります」と話してくれた。

※ギャッチアップまたはギャンジアップ。ベッドの背部や脚部の調整をすること。



『髪の毛を吸い込みながらカットできるバリカン』と『刃先の角度が変えられるバリカン』を使用(※写真は刃先の角度が変えられるバリカン)。刈上げのために使用するわけではなく、ベッド上で刃先が頭部に向かってしまう場合など、シャワー代わりとして使用することで、お客さまの安全を担保している。

薬剤の進化は目覚ましいものがあり、今ではカラーとパーマの同時施術も可能。時間もかなり短縮されている。そうした薬剤を導入していることで、お客さまの負担はずいぶん軽減されているという。



訪問美容師免許証

免許番号 00006

所 属 訪問美容と和

氏 名 志田 夏子

上記の者は、訪問美容師養成課程の全課程を修了したことを証する

登録機関

美容師会 日本美容師会
 美容師会 日本美容師会
 美容師会 日本美容師会

● 最善の由緒
 本業に力を入れ、お客様と美容をつなぐ、美容の発展を促していただく

● フォース/コアスキル

美容スキル

コミュニケーションスキル

福祉介護スキル

● ビジョン/実現したい社会
 いつでも笑顔サービスが受けられる社会、笑顔あふれる毎日ができる社会

● ミッション/私たちの使命
 美容を通じて社会をよりよく、健康増進に貢献したい

● パリユール/基本となる価値観
 美容のチカラを通じて、皆様の向上に貢献

最後におふたりそれぞれ、今後の目標をお話いただきました。

中村大作社長

会社として1つめに、『福祉車両を導入』すること。訪問美容が最適だと考え取り組んできましたが、お客さまは外に出たいという想いを持たれています。そのとき、やはり“引き出し型のサービス、でありたいのです。ご自宅にお迎えに行き、サロンにお連れして施術し、ご自宅までお送りする。お客さま本人も喜ばしいことですし、ご家族の介護負担の軽減にもつながるはず。だからこそ送迎サービスを提供する、言い換えれば訪問美容とサロンのハイブリットな取り組みに挑戦していきたいと考えています。また、『移動美容室に取り組む』こと。個の取り組みである訪問美容だけでは届かないこともありますので、面で行けるような形として移動美容室を展開していきたいと考えています。

そして2つめとして、『デイサービスに取り組む』ことも思案しています。それも私たちだからこそできる、美容の提供をしていく。そうしてお客さまの心の高揚から、デイサービスに行きたいと思えたならば、介護予防にも寄与できるのではないのでしょうか。さらに3つめには、『訪問介護に取り組みたい』と考えています。当社ならではのかもしれませんが、「コミュニティサロン と和」「訪問美容 と和」はあくまで当社の美容事業部。新たに介護事業部を設立し、訪問介護を提供していく。そうすることで美容とのシナジーでより多くのお客さまに美容を提供できるのではないかの想いがあります。志田も介護福祉士の資格を取得したいと言っていますが、介護分野の人材を確保できれば、それぞれの良いところをより深く、より多くの方々に提供していける。

当社は美容室であって美容室にあらず。さまざまな事業を展開する中で相乗効果を持って、多くのお客さまに美容を提供できたならば、非常に良いことだと考えています。

会社を設立して10年が経ちます。ありがたいことに多くのお客さまに支持されるようになりましたが、今後も拡大を目的とするのではなく、一つひとつ人材を育てながら、これからの10年でこの3つを形にしていければと思っています。

志田夏子さん

現在、訪問美容においてスタッフ教育を任せてもらっていますので、直近の目標としては、多くの方が利用できるように、スタッフたちが訪問美容に出られる環境を作っていくこと。言ってみればスタッフ全員、取り扱いメニューとして、カット、カラー、パーマに加えて、訪問もできる。そうなれるように、しっかりと教育に力を入れていきたいと考えています。

そして今後の大きな目標としては、介護に携わりたいとの想いから訪問美容に取り組むことになりましたので、介護福祉士の資格を取得したい。ですので会社が介護事業部の設立を計画していると聞いたとき、本当に嬉しくぜひ取り組みたいと思いました。

またキャリアアップもそうで、美容の技術はありつつも異なる目標ができるというのは素晴らしいこと。いわゆる一般の美容室では難しいことすから、やりがいも感じられます。

目標があると日々の取り組みに意味があるというか、こうして訪問美容に携わることができて、自分の人生も豊かになりました。美容師をやめようと思ったこともありましたが、続けてきて良かったと思っています。