

ひとをみつける、ひととつながる 関西広域連合のビジネス情報紙

#### ●プロフィール

#### 訪問美容 ミュウ

2008年3月1日設立。神戸市産業振興財団の創業支援を受け、事業を開始。

福祉施設や自宅等に訪問しての理・美容サービスを提供している。 神戸市東灘区御影3-2-11-101

訪問美容 ミュウ (https://myu-kobe.com/)

#### 【研究員からの一言】

訪問理美容は、(株)リクルートホットペッパービューティーアカデミーの調べでは、ケアマネジャーの約9割が利用者に良い効果があると感じ、家族は、笑顔になる、活力があふれた様子になる、鏡を何度も見返す、会話が活発になるなどの変化を感じ、新しいヘアスタイルやヘアカラーに挑戦する人も2割前後存在する。訪問理美容の有用性と可能性は大きい。ミュウの強みは、本人、家族、施設・介護者のそれぞれが持つ「なりたいイメージと満足」を大切に考え、「親兄弟に提供して喜ばれるサービスを提供する」という思いと価値をスタッフと共有できていることである。

近年、社会的孤立・孤独の問題に「社会的処方」に基づく実践がみられる。社会的処方は、「薬を処方することで患者さんの問題を解決するのではなく、『地域とのつながり』を処方することで問題を解決する」考え方・実践である[西,2020]。訪問理美容は、利用者、家族、施設・介護者、施術者の連携によってサービスが完結することから考えると、地域の資源とも捉えることができ、社会的処方の一翼を担う可能性があるとも考えられる。

訪問理美容は、コロナ禍の厳しい状況に直面したが、今後は、例えば、施設や医療機関と協働して訪問理美容の効果を検証し、その有用性と可能性を高めていくことが考えられる。また、地域の社会資源とつながることで、新たなニーズを発見・創造することや、社会的処方の一翼を担う可能性を高めることなども考えられる。

(参考)株式会社リクルート ホットペッパービューティーアカデミー[2021] 「訪問理美容サービスに関する利用実態調査 2021レポート」。 西智弘編著[2020]『社会的処方-孤立という病を地域のつながりで治す方法』学芸出版社。

## 編集後記

これまで私自身には馴染みがなかった訪問美容というサービスでしたが、お話を聞いてみると、高齢化が進む日本においては、今後より一層社会に求められるサービスになるであろうと感じました。

牧代表は、「お客様の『こうなりたい』というイメージを形にすることで、喜んでいただきたい。」という理念をもって活動されており、取材を通じて優しいお人柄が伝わってくるとともに、こういった想いに支えられて我々の日常や笑顔があるのだと実感しました。(広域産業振興局・窪田)

関西広域連合 広域産業振興局NEWS

メルマガ会員募集中!

ぜひ、ご登録ください(登録無料)

 $kan sa is angyotouroku @\,qt 15. as p. cuenote. jp$ 



発行元 関西広域連合 広域産業振興局 〒559-8555 大阪市住之江区南港北 1-14-16 大阪府商工労働部 商工労働総務課内

TEL06-6614-0950 FAX06-6210-9481 E-mail sangyo@kouiki-kansai.jp

URL http://www.kouiki-kansai.jp/koikirengo/jisijimu/sanshin/index.html





どんなときも、誰もが、自分らしく輝ける 『笑顔あふれる社会』の実現を目指す

~訪問美容 ミュウ



# どんなときも、誰もが、 自分らしく輝ける 『笑顔あふれる社会』 の実現を目指す

### ~訪問美容 ミュウ

厚生労働省の「令和2年度衛生行政報告例」によると、国内の理容所・美容所の軒数は2020年度に373,346軒を数える。前年度と比べ、理容所は個人経営店の減少、低価格チェーンなどの拡大により淘汰が進んでいる一方、美容所は若手美容師の独立や男性の利用増加を要因に増え続けている。約37万軒という数字は、もはや社会インフラといえるコンビニエンスストアの店舗数をはるかに凌駕するものであり、理美容業界は恒常的に厳しい競争にさらされている。

#### ■理容所・美容所の軒数



こうしたなか、新たな市場として成長してきているのが「訪問理美容サービス」である。その名の通り客先に訪問して理美容サービスを提供する事業だが、主な施術対象は高齢者や障がい者などであることから、サービスには若者や健常者に対するもの以上の丁寧さが求められる。牧二郎(まき・じろう)氏が率いる『訪問美容 ミュウ』は、その要請に応える細やかな心遣いとプロの技により評価を獲得、斯界の注目を集めている。

### 社会的弱者への気遣いの言葉に共感し、 起業を決意

同社は2008年3月、牧代表が当時勤務していた美容院 チェーンの同僚2名とともに立ち上げた無店舗型理美容所で ある。前年に神戸市の創業支援事業「KOBEドリームキャッチ プロジェクト」において事業プランの将来的な成長性が評価 され、インキュベーション施設の貸与や経営ノウハウの伝授 などの支援を受け、神戸市を中心とする地域を営業範囲とし てスタートした。

創業当初、事業運営は苦戦を強いられる。

高齢者や障がい者などを顧客とする訪問理美容サービスは、施設を顧客にできれば一回の訪問で複数人の施術によりまとまった収入を得ることができる。そのため、近隣の施設へのアプローチを中心に顧客開拓が進められたが、ほとんどの施設は先人事業者やボランティアがすでに業務を手がけ、信頼も無く実績の乏しい新参企業が取り替わって業務を受託することは容易ではなかった。初月の実績は知り合いを通じて得た外出の難しい高齢者宅でのわずかな施術にとどまり、収入は数万円という結果だった。

だが、同社の取り組みが世に知られるとともに、風向きは変わり始める。

そもそも、牧代表が訪問美容サービスの起業を志したきっかけは、ある顧客から投げかけられた言葉だった。

「体が衰えて外に出ることができない母親に、気分転換に 美容院の雰囲気だけでも感じて欲しいと思っている、そう聞 かされたのです」(牧代表)

当時の訪問美容サービスは、入浴時に手入れが簡単なように短めにカットするといったものも少なくなく、おしゃれや自分らしさといったことに配慮した対応は現在ほど多くはなかった。幼少期から障がいをもつ兄がおり、日頃より福祉の大切さを実感していた牧代表にとって、顧客の思いは強く共感するものであり、外出が困難な高齢者や障がい者向けの美容サロンのニーズを確信させるものだった。この言葉を機に、牧代表は"どんなときも、誰もが、自分らしく輝ける『笑顔あふれる社会』の実現"を理念とするとともに、その理念を具現化する訪問美容サービスを他社との差別化要因として起業を決意したのである。

創業の翌月、ある全国紙が地方面ながら4段組みの記事として同社を紹介する。「おしゃれと笑顔 宅配」の大見出しがつけられた記事は、顧客を気遣い喜ばせる独自の施術方法や起業に至る牧代表の思いを綴り、高齢者や障がい者などの社会的弱者を支援する取り組みとして同社への評価を高めるものとなった。これを機に信頼を得た同社は、施設からの依頼を徐々に増やし、成長軌道に乗ることになる。

### なりたい姿になってもらう、 それが仕事の目的

同社が信頼を得る原動力となった顧客への気遣いは、プロフェッショナルならではの技術と意識によって実現される。

同社のメインの顧客は介護施設で暮らす高齢者である。体が弱った高齢者にとって、長時間動かずに施術を受けることは苦痛ともなりうるが、同社では施設の雰囲気にあった施術

環境を整えるとともに、1人あたりのカットを15分程度で完了 させ、心身の負担を可能な限り減らす。もちろん、仕上りはプロとしてのレベルを保証する。

「なりたい姿になってもらうことが、私たちが提供するサービスの目的です。カットはその目的を達成するための手段でしかありません。また、カットが始まってからシャンプーが完了するまで、快適と感じる時間はシャンプー以外ほとんど存在しません。従って、カットにかける時間は短くすべきであり、そのため、カットに際しては最初に完成形をイメージし、施術を始めたら余計なハサミの開閉は一切しません」(牧代表)

顧客への気遣いは、同社の営業姿勢にも表れる。前述の施設の雰囲気にあった施術環境を整えるにあたっては、訪問するスタッフの人選から考えて取り組んでいる。また、施術予約に対しキャンセル料を設定すると、日々の体調変化に不安を抱える高齢者や障がい者が施術をためらう可能性があるため、キャンセル料はとっていない。

予約についていえば、同社ではクラウドサービスを活用し、 予約状況をリアルタイムでスタッフが共有する仕組みを構築 している。これは、急な予約に対しても迅速に対応し1人でも 多くの顧客を待たせずにサービスを提供できるようにすると ともに、スタッフの稼働率向上により店舗型美容所と同程度 の料金でのサービス提供を実現するためである。事業運営も また、顧客になりたい姿になってもらうためにできることが考 えられている。

## ヒューマニティ&コミュニケーション能力の 発揮にこだわる

訪問美容では、高齢や障がいによる様々な症状を持つ顧客と向き合うことが求められる。従って、介護福祉士やヘルパー資格を持つスタッフの有用性が高いことは間違いなく、同社においても牧代表以下11人のスタッフのうち複数人が有資格者として働いている。

しかし、牧代表がなによりも求める人材は、家族以上に顧客に対して愛情をもち、相手のことを知り、思いやりをもって接することができる人である。

「例えば、施術中にハサミに敏感に反応し、急に動いてしまう方もいます。その場合にはハサミと頭の間に指をあて、ハサミが直接当たらないように工夫します。このように、お客様一人ひとりの症状に合わせた接客を実践できる、そうした思いを持つことができる人と一緒に働きたいと思っています」

(牧代表)



【不快な思いをさせないよう、 ハサミの当て方ひとつにも 工夫する

思いをともにするスタッフと働くために、牧代表は自ら新人採用では面談を行い、入所後の指導も厭わない。先輩スタッフも、マニュアルではわからない実際の空気を肌で感じてもらうべく新人スタッフと同行し、顧客に対して愛情を注げるスタッフとなるよう支援する。

また、新人に限らず、スタッフ全員が顧客に喜んでもらえるサービスを実践していくために、同社は介護福祉士やヘルパー資格を持つスタッフを交えたケースカンファレンスを通じて情報を共有するとともに研鑽を積み、その内容を随時、教育カリキュラムに反映させている。人としての温かさ、ヒューマニティ&コミュニケーション能力の発揮へのこだわりが、同社の成長を支えている。



◀日々の研鑽により、 思いやりを持った接し方が 自然にできる

# 『笑顔あふれる社会』の実現に向け、拠点を増やし、営業エリアを広げる

同社が目指しているのは、施術を受ける本人に喜んでもらうことはもちろん、それにより「家族」と「施設の職員」も笑顔になってもらうことである。そのため、サービスでは本人がなりたい自分になることにまずは全力を注ぎ、メニューにはデザインカットだけでなくパーマや毛染めもラインナップ、エステティシャンによる美顔マッサージも提供する。そして、施術後は掃除に細心の注意を払い、家族や施設の職員が笑顔のままで業務を完了することを心がける。顧客からの評判は上々で、いまでは平日、休日とも予約が埋まる状況にある。

世に出る後押しとなった支援事業の名の通り、夢を捕まえた同社だが、コロナ禍は大きな逆風となった。施設では感染防止のため家族でさえ面会制限が課せられ、当然ながら同社も訪問が叶わず、お手上げ状態だったためだ。それゆえ、当面の目標はコロナ禍に負けない安定した経営を目指すことにある。そしてその後については、理念である『笑顔あふれる社会』の実現に向け、取り組みを強化するつもりだ。

「お客様は紹介がほとんどであるため、神戸市とその近隣 市町という現在の営業エリアの外にもお客様がいるのが現 状です。安定したサービスを提供するためにも、拠点を増や し、営業エリアを広げていきたいと考えています」(牧代表)