



未来を拓く
起業家たち

訪問美容で地方に風を



あきやま としみつ

1971年埼玉県生まれ。地元の美容院で、25年間美容師として勤務。勤務の傍ら訪問美容のボランティア活動を行う。その後、島根県に1ターンし、妻の愛さんと2015年に訪問美容“風”を創業。

〈企業概要〉

- ▶ 創業 2015年
- ▶ 従業者数 2人
- ▶ 事業内容 訪問美容
- ▶ 所在地 島根県江津市桜江町長谷295
- ▶ 電話番号 090(9303)9687
- ▶ URL <https://houmonbiyou-kaze.localinfo.jp>

訪問美容“風” 秋山 俊光

高齢化や人口減少に悩む地方都市は少なくない。島根県江津市もその一つだ。江津市のなかでも山あい^{さくらえちよう}に位置する桜江町に、2015年、訪問美容“風”がオープンした。経営するのは、秋山俊光さん・愛さん夫婦だ。

二人は埼玉県で生まれ育ち、俊光さんは美容師として、愛さんは訪問介護員として働いていた。なぜ故郷を遠く離れた場所で訪問美容を始めることにしたのだろうか。俊光さんに創業に込めた思いをうかがった。

1ターンで創業

——事業内容を教えてください。

訪問美容を行っています。対象者は、介護が必要な方、近隣に理容店や美容院が無い方などで、80歳前後のお客さまが多いです。希望がある場合や、立ち上がりや歩行が自力ではできないお客さまの場合は、ホームヘルパーの資格をもっている妻が同行し、介助を担当します。

営業範囲は、島根県の江津市、浜田市、邑智郡^{おおちぐん}、大田市の4地区ですが、益田市など近隣の地域も、依頼があれば対応しています。

利用の流れは一般の美容院とさほど変わりません。異なるのは、施術場所が店舗ではなく、お客さまの自宅や入居している介護施設だということです。メニューも、カットのほか、シャンプー、ヘアカラー、パーマ、ヘアセットと、店舗と変わらないラインアップを用意しています。

シャンプー台や椅子などの必要な機材はわたしが持ち込むので、お客さまに用意していただくのは2畳分のスペース、お湯、電気だけです。シャンプーとカットの場合、施術にかかる時間は準備から片付けまでで約1時間、料金は1人当たり5,000円です。なお、施設で行う場合は、ま

とめて複数人に施術できるため、同じ内容で料金は1人当たり3,000円です。営業範囲の交通費は無料にしています。

——なぜ訪問美容を始めようと思ったのですか。

美容院に行けない人の力になりました。わたしは、島根県に移住する前は、埼玉県的美容院に勤めており、店長も経験しました。そのときに、訪問美容部門を立ち上げるプロジェクトにかかわり、美容院に行きたくても行けない人がたくさんいることを知りました。

結局、事業化には至りませんでした。このことをきっかけに、訪問介護の会社に勤めていた妻と一緒に、ボランティアで介護施設や高齢者の自宅を回り、髪を切るようになりました。「美容師さんにカットしてもらうのは久しぶりでうれしい」と感謝されることが多く、店舗で施術しているときよりも相手とのつながりを強く感じました。訪問美容でもっと多くの人の役に立ちたいと夫婦で話し合い、開業を決めました。

——埼玉県ではなく島根県を開業の場所を選んだのはなぜですか。

都市部よりも訪問美容を求めている人が多いと考えたからです。埼玉県には美容院が近くにない人はあま

りいませんし、訪問美容の会社も複数あります。自然に囲まれた生活に憧れていたこともあり、独立を機に移住を決めました。

全国の情報を調べるなかで目に留まったのが、島根県でした。なかでも江津市桜江町は、妻の祖母が住んでいるため何度か訪れたことがあり、自然の豊かさや住民の人柄を心地よく感じていたことも決め手になりました。

コンテストへの参加が契機に

——移住と同時に訪問美容を始めたのですか。

いいえ。すぐに始めるつもりはありませんでした。江津市は長く暮らしている人が多いので、来たばかりのわたしが事業を始めても、うまくいかないと思ったからです。まずは地域のことを勉強しようと、最初の3カ月は江津市の「地域おこし協力隊」に応募したりしていました。

訪問美容が事業として成り立つか不安もありました。勤務時代にプロジェクトにかかわった経験から、訪問美容を始めるために必要な手続きや設備は把握していましたが、江津市の市場規模や料金の目安など、わからないことが多かったのです。

そこで、事業計画書の案を作成し、商工会議所に相談に行きました。資



施術の様子

金調達や原価計算、江津市の現状など経営に必要な情報を詳しく教えてもらい、訪問美容を事業として始める覚悟ができました。

さらに、商工会議所の担当者から、江津市主催のビジネスプランコンテストに応募してみてもどうかと勧められました。指導のもと、事業計画をブラッシュアップして応募したところ、最終選考まで進み、妻と二人でプレゼンテーションもしました。結果、優秀賞を受賞し、開業にかかる費用の半額を補助してもらえることになりました。おかげで必要な設備をすべてそろえることができ、2015年に開業しました。

しかし、開業当初は知名度が低く集客に苦労し、2カ月に1人しか予約が入らないこともありました。

——どうやって集客したのですか。

最初はホームページをつくったり、近隣の施設や家を回りチラシを配ったりしました。しかし、主なターゲットである高齢者はインターネッ



部屋でシャンプーをする様子

トをあまり利用しませんし、自分たちで配れるチラシの量には限りがあります。問い合わせはほとんどありませんでした。

そこで二つの方法をとりました。一つ目は、新聞の折り込みチラシです。商工会議所に相談したところ、高齢者は新聞の購読率が高いのでチラシを折り込むとよいとアドバイスを受けた。費用には、コンテストの補助金を充てることができました。チラシの制作は専門の会社に依頼して、写真や文字の大きさなど高齢者にもわかりやすいように工夫しました。

二つ目は、シャンプー体験会の実施です。自宅でカットしてもらうシーンは容易に想像できますが、部屋で腰かけたままシャンプーをしてもらうイメージは、わかないという人が少なくありません。当店では、移動式シャンプー台にお湯を入れたタンクをつなぎ、モーターで吸い上げることでシャワーを使っています。しかし、言葉で説明してもなか

なか伝わらないのです。実際に体験してもらうのが一番だと考え、協力してくれるお客さまの自宅や地域のイベントで、シャンプー体験会を無料で行いました。各回20人ほど参加者が集まり、その場で予約を入れてくれる方もいました。

こうした取り組みが奏功し、少しずつ予約が増えていきました。さらに、コンテストで知り合った方の紹介で、2016年に地元の新聞に取り上げられ、その記事がきっかけとなり、地元のテレビ局からも取材を受けました。三つの番組に出演したことで、認知度は一気に高まりました。

——お客さまにはどういうサービスが評判ですか。

まず、小回りが利き、どこにでも訪問できることが喜ばれます。中堅の同業者は、なかに簡易な美容室を^{しつら}設えたトラックを使っており、比較的広い道しか通れません。そのため、訪問の対象は開けた場所にある施設が中心です。一方、当店は軽自動車^で移動するため、狭い道が多い山間部の個人宅にも訪問できます。

また、家にいながらにして、美容院と変わらないメニューを受けられることも人気です。シャンプー台や椅子などの機材は、片手で持ち運べる軽量なものをそろえることで、簡単に家のなかまで持ち込めるように

しました。歩行が難しい高齢の方でも、部屋で寝たまま髪を切ったり洗ったりできるのです。

加えて好評だったのが、ホームヘルパーの資格をもつ妻が介助するサービスです。安心して利用できると、施設のスタッフやご家族に喜ばれています。一人暮らしの方からも、女性がいたほうが頼みやすいとの声をいただいています。

現在は10軒の施設のほか、個人のお客さまも50人ほどが常連になっており、それぞれが2～3カ月に1度のペースで予約を入れてくれます。施設のスタッフやケアマネジャー、常連のお客さまの口コミもあり、徐々に顧客数は増えています。

美容院に行けない人をゼロに

——店舗での美容サービスとの違いで苦労したことはありますか。

店舗では、お客さまの要望を聞いて施術を行っていましたが、訪問美容では高齢のお客さまが多く、なかには認知症の方もいるため、意思疎通を図ることが難しい場合があります。ご家族や施設のスタッフと相談したり、昔の写真を見せてもらったりして、お客さまに似合うヘアスタイルになるよう工夫しています。

また、介護の知識を習得する必要がある。妻は慣れているので、

声のかけ方や介助の流れがスムーズで、お客さまも終始リラックスしています。一方、わたしの場合は、介助に自信がないことがお客さまに伝わり、不安にさせてしまうことがありました。

このままではいけないと、介護の講習会に参加したり妻に習ったりして、お客さまへの接し方や体を支える際のポイントなどを勉強しています。また、お客さまが寝たままでも安全にカットする技術や介護・医療に関する知識などを勉強し、福祉美容師の資格をとりました。1年前に妻が育児休業に入ったのですが、わたし一人でも安心してご利用いただけています。

——すっかり軌道に乗りましたね。

まだまだです。江津市での認知度も十分ではありません。もっと多くの方の役に立てるよう、チラシの配布など周知活動が続けています。

シャンプーだけ、ヘアセットだけのメニューもありますが、「それだけのためにわざわざ来てもらうのは気が引ける」と言う方もいます。自分で髪を洗うことが難しい方、近所のちょっとした集まりでおしゃれをしたい方にも、気軽に呼んでもらえるようになりたいと考えています。

また、お客さまが求めているサービスを知るために、昨年初めてアン

ケートを行いました。喜びの声が多かったのですが、パーマの内容を充実させてほしいといった要望もありました。お客さまの声を聞きながら、サービス内容を少しずつ広げ、満足度を高めていきたいです。

このほか、訪問先のスタッフやご家族から、ついでに自分もカットしてほしいという声もありました。ですが、訪問美容では誰にでも施術できるわけではありません。

——なぜですか。

法律や条例で、対象者が限定されているからです。病気などで美容院に行けない人や家族の介護などで外出が難しい人は当然対象になるのですが、そのほかは、島根県の条例で、近くに美容院が無い離島や山間地に住んでいる人に対象が限られてしまっています。

実は開業当初、わたしが住む桜江町は山間地の範囲外だったので、近隣の方に利用してもらうことができませんでした。美容院がある市の中心部まで往復1時間以上をかけてタクシーで通っている人もいました。なかには、美容院に行くことを諦めている人もいるのに、自分には何もできない状況をもどかしく思っていました。そこで、開業時に訪問美容の届け出をした保健所を何度も訪ね、桜江町の航空写真や地図を見せながら相談しました。その結果、2016年に桜江町とその周辺地域が、訪問美容の対象エリアとして認められたのです。

それでもまだ、美容院に通うことを諦めている人がいなくなったわけではありません。美容院に行けない人がいなくなるように、これから夫婦二人三脚で頑張っていきます。

聞き手から

創業してから4年が経過したが、「何年も前から美容院に行きたくても行けなかった」というお客さんにいまだに会うそう。そうしたお客さんは施術前には鏡を見るのを嫌がる人が多いが、施術後に鏡を渡すとパッと明るい表情になる。「その瞬間が何より嬉しい。やりがいです」と秋山さんは語ってくれた。

美容師に髪を切ってもらうのを諦める人をなくしたい。みんなが笑顔で暮らせる町にしたい。その思いで、秋山さんは地域のイベントや講演会に積極的に参加するなどして、“風”の周知活動が続けている。近隣の住民や福祉関係者など協力してくれる人も徐々に増えてきているそう。地方都市の課題解決には、秋山さん夫婦のように熱い思いをもった人が欠かせない。

(青山 苑子)