事業計画書

外出困難の方へお届けする訪問美容事業の展開

代表・チーフディレクター　小池 由貴子

Ⅰ．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。歩行困難な要介護度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（とわ）は、美容サービスを単なる容姿を整えるだけの施術（カット）だけでなく、「心理的側面」や「精神的側面」にまで働き掛けが「美容のチカラ」であると考え、自分らしく生きるサポートを通じて、お一人おひとりに生きがいを提供しました。訪問美容はご利用者様の QOL（Quality of Life＝お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たり、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。

なお、「おばあちゃんの原宿」こと、巣鴨地蔵通り商店街に平成 26 年 2 月 14 日から、事業拡大、訪問美容師を要請する講座開設のため、事務所およびセミナールームを設置。

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、例えば車椅子でもお気軽に利用できる、足が悪くても送迎がついているから気軽に行ける、プライベートな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の美容室をオープンしました。

Ⅱ．この事業を行おうと考えた背景・動機

創業ストーリー Story

と和の創業ストーリーをご紹介します。
と和は初心を忘れることなく、
お客様を大切にこれからも歩んでいきます。

きっかけ

私が美容師になったきっかけは、祖母からの言葉でした。私が物心ついた時には、祖母は「かつら」をかぶっていました。
原因不明の脱毛症にかかり、ほとんど髪がありませんでした。

そんな姿を誰にも見せたくないと美容師にも行かず、自分で伸びた髪を切っていたので祖母の口癖は、「孫の中で誰か美容師になってくれたら髪を切ってもらえるのに・・・。」というものでした。
手に職をつけ早く社会に出たいと思っていた当時、高校生だった私は、祖母の想いを受け美容師になることを決意して、東京の美容学校へ進学することにしました。

そして、東京へ行く直前、祖母が２人で話がしたいと、私を自分の部屋に呼ぶと、おもむろにかつらの下の姿をみせてくれたのです。
あまりの変わり果てた姿に唖然としていた私に、「こうやって美容室に行きたくても行けない人がいる。そういう人の気持ちの分かる美容師になってね」と優しく、そして涙ながらに言ったのです。
私も自然と涙が溢れ、その場でうなずくことししかできませんでしたが、「いつかおばあちゃんの想いを私が形にしよう」と強く、心に誓ったのです。

美容師時代

しかし、美容師は、美容師免許を取得したからといって、すぐにお客様の髪を切ることができるものではありません。
美容室よって期間は様々ですが、アシスタントとしての下積み期間があり、実際にお客様の髪を切るスタイリストがカットなどの施術をする前後に、シャンプーやカラー、パーマットのサポートをするといった、いわゆる美容師の補助役で経験を積むのが一般的です。
その期間は3年から7年とも言われています。
アシスタントとしてお客様にシャンプーする1日の回数は、30人～40人ともなり、肘から下の手は、シャンプーやパーマ液などの薬品による手荒れ・肌荒れも少ない、過酷な労働が待っています。

美容師としての働き始めた私は、その下積み期間であるアシスタントを5年経て、スタイリストとしてやっとデビューをしました。
その期間があったからこそ、初めてお客様にカットさせてもらったときに、お客様から頂いた「ありがとう」という言葉を一日も忘れたことはありませんでした。

その気持ちを胸に、お客様お一人お一人と向き合うことを大切にする、そんな美容師でいたいと思ってさらに意欲もって働いていました。
月日が経つとお客様からの指名を沢山いただける様になりました。
気つくとカットは数分、あとはシャンプーやカラーなどはアシスタントが行うような仕事になってしまっていて。

いつの日か「数をこなすような仕事」になっていました。
自分でもそれでは駄目だと気付いていながらも、雇われの一店長では、売上を上げなくてはいけない組織の中で、どうすることもできませんでした。

人生の転機

お店の店長として働いていた28歳の時、
「骨巨細胞腫」という骨に腫瘍ができる病気に
掛かってしまい、大きな手術、そして半年間の車椅子の
生活を経験しました。

どこへ行くにも、何をするにも、毎日、
思うように生活できない事にイラついたり、
自分の姿を鏡で見るたびに容姿の変化を感じ、
気持ちが落ち込み、自分の殻に閉じこもる生活になっていました。

そんなある日、美容師の後輩が遊びに来て髪を切ってもらいました。
その出来事がきっかけとなり私は気持ちが晴れやかに明るくなることができました。
たった、前髪を5センチ切っただけです。
しかし、この5センチの変化が、美容のもつチカラであり、何事もマイナスに捉えて
「なんで自分がこんな病気にならなくちゃいけないの」
「なんで誰も私の気持ちを分かってくれないの」と思っていいた私の心に変化が表れ、
「リハビリを頑張ろう」「美容師として、また社会復帰したい」とを強く感じたのです。

この「心の変化」をもたらすことが、「美容のチカラ」であり、美容室に行くことができない人こそ、
必要ではないかと感じたのです。
そして私のように美容室にいきたくてもいけないいわば「美容難民」の方に上質な美容をお届けすべく、
自分の経験、美容のスキルを合わせてご自宅でもお気軽にご利用できる訪問美容事業を立ち上げる事と
なりました。

ビジョン・ロマン

訪問美容と(と)和(わ)には、もう1つの夢があります。
私も一時は陥ってしまったお客様を回すような仕事の仕方は、
お客様お一人お一人と向き合うことができない働き方になってしまいます。
そして、一番大切な、美容師としての最大の喜びであるお客様からの「ありがとう」が実感できないことも多々あります。

さらには、美容が好きでも長時間労働・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まう人も多いということ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。
そこで私は、美容難民のほかに、もう1つの社会的課題である、

有資格者であるにも関わらず職につけていない美容師（潜在美容師）の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活躍の場を創っていくことを積極的に行っています。

社名のと(と)和(わ)に込めた想いは、「永遠(とわ)に美しく」、そして「お客様と(と)美容を繋ぐ、和(わ)み（なごみ）の時間を過ごしていただく」というものです。

お客様お一人お一人と向き合って笑顔でいることを大切にして、「1に○○人、回さなきゃ」というような顧客軽視の接客は絶対しません。お客様には、お客様と(と)美容を繋ぐ、和(わ)み（なごみ）の時間を過ごしていただくと共に、美容師にも、お客様と(と)の間で、和(わ)み（なごみ）の時間を過ごしていただく。そのことによって、美容師という仕事の喜び、働きがいを感じてもらいたいと考えています。
私が15年間の美容師経験で積み重ねたことは、美容難民ともいえる在宅介護者に生きがいを、
そして就職難民ともいえる潜在美容師に働きがいをお届けしていきたいと思います。

■屋号の由来

と和

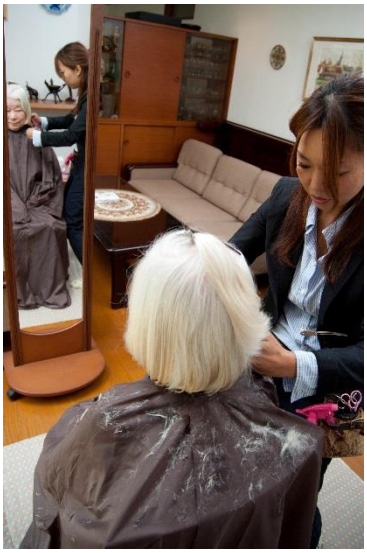
笑顔あふれる毎日をお届けします

とわ
永遠に美しく

お客様と美容をつなぐ
和みの時間を過ごしていただく

■実施場所

1）東京 23 区、および、店舗（東京都豊島区巣鴨）から 1 時間以内の埼玉・千葉・神奈川の一般家庭



2）ユニバーサルデザインの店舗（東京都豊島区巣鴨 4-26-3）

Ⅲ．事業の強み・セールスポイント、新規性

＊ ご利用いただいている皆様と豊富な美容メニュー

ご高齢の方　要介護の方　退院が間もない方　障がいある方　妊娠中・子育てママなど

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。

カット　カラー　パーマ　ネイル　エステ　ヘッドスパ　メイク　着付け

■サービスの特徴

POINT 1

豊富な美容メニューでご訪問致します。

と和の訪問美容はカットだけではなくパーマ、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ーのメニューをご用意いております。
豊富な美容メニューで皆様の美しさをサポート致します。

POINT 2

女性のスタッフが訪問致します

と和の訪問美容は熟練した女性スタッフが訪問させていただきます。
女性ならではのきめ細やかな技術と温かなおもてなしを提供致します。
こころもからだもリラックスして和みの時間をお楽しみください。

POINT 3

いつでもご予約可能です。

と和の訪問美容は土日祝日も対応してご家族様の負担を軽減致します。
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致します。

■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格が強いため、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る。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ますが、訪問美容業界も価格競争の形相を呈しており、客単価は下降傾向にあります。

しかしながら、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、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。

その裏付けは、大手美容事業者が参入しない根拠として、全国、美容室チェーン２５７店舗を展開し、売上高１７０億の株式会社アルテ サロンホールディングス 執行役員 赤神直樹氏にインタビューを行った結果、以下の理由が挙げられます。

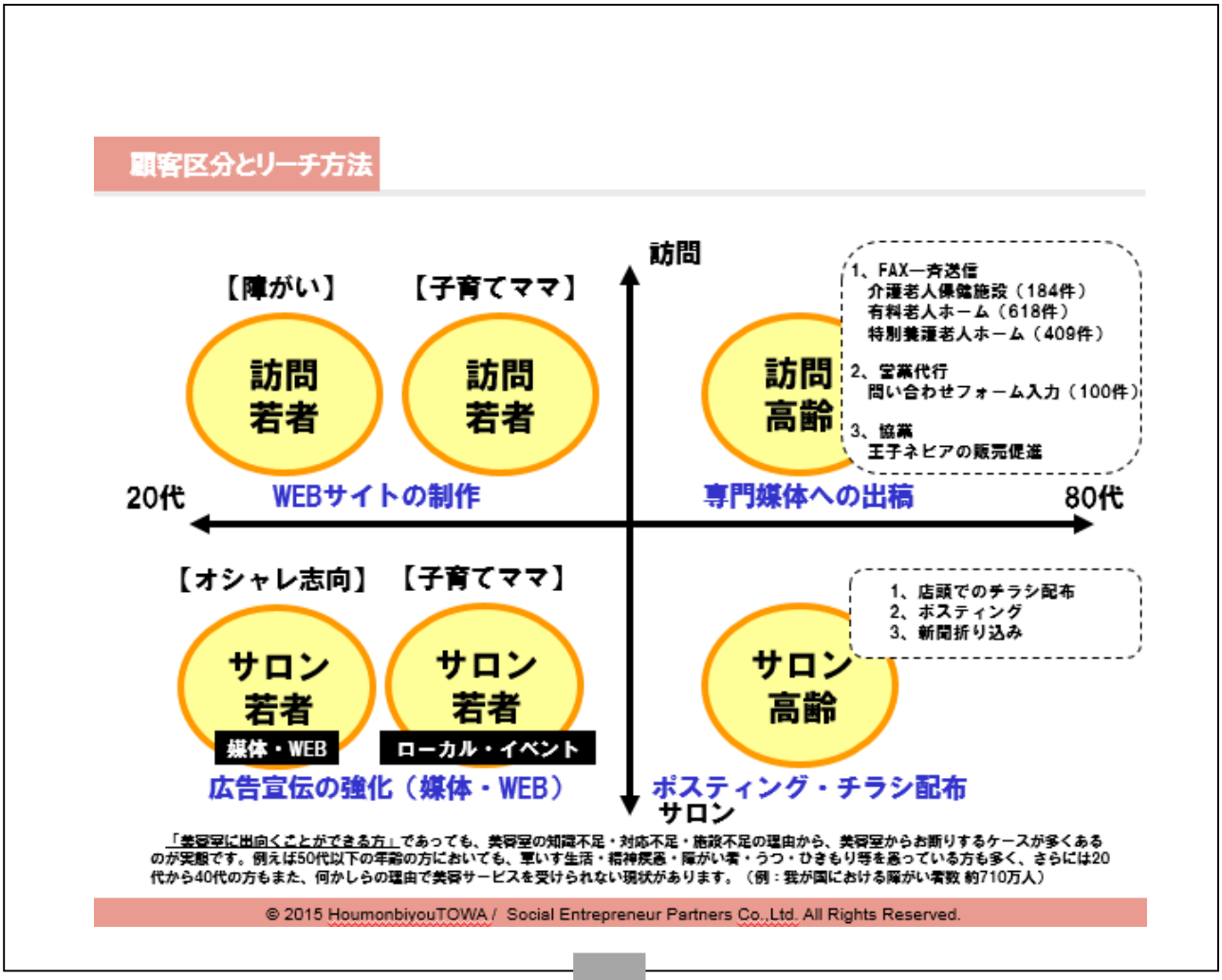
1）直営店が１割で、他はFC店舗
→オーナーや店長の理解がない。
美容師を志す者は、美容師としてサロンで華々しく活躍する姿を夢見て美容師を目指します。そして将来は自分でサロンを持ちオーナーになりたいと思っています。訪問美容というと福祉のイメージが強くある為になかなかオーナー、店長の理解が得られないのが現状です。

２）美容師が若い
→美容技術以外に、介護スキル、コミュニケーションスキルが必要である。
美容師として大切な事は美容の技術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。美容師の平均年齢は２７歳。一方訪問美容をご利用される方の平均年齢は８０歳。ここの年齢の差を埋めていくにはしっかりとしたコミュニケーションスキル、介護の知識、高齢者に対しての理解する為の研修がとても必要です。

３）予約なしのウォークインが多い
→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。

当事業においては、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を目指します。「介護・福祉＜　訪問美容 と和　＜　美容室」

Ⅳ．ターゲット



＜ターゲットはどのようなニーズ・希望を持っているか＞

①高齢者向け
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。孫世代の美容師の場合、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、ご家族の方も人生経験豊富な美容師の場合、色々と相談できたり、時に弱音を聞いてあげることでご不安を和らげることができます。

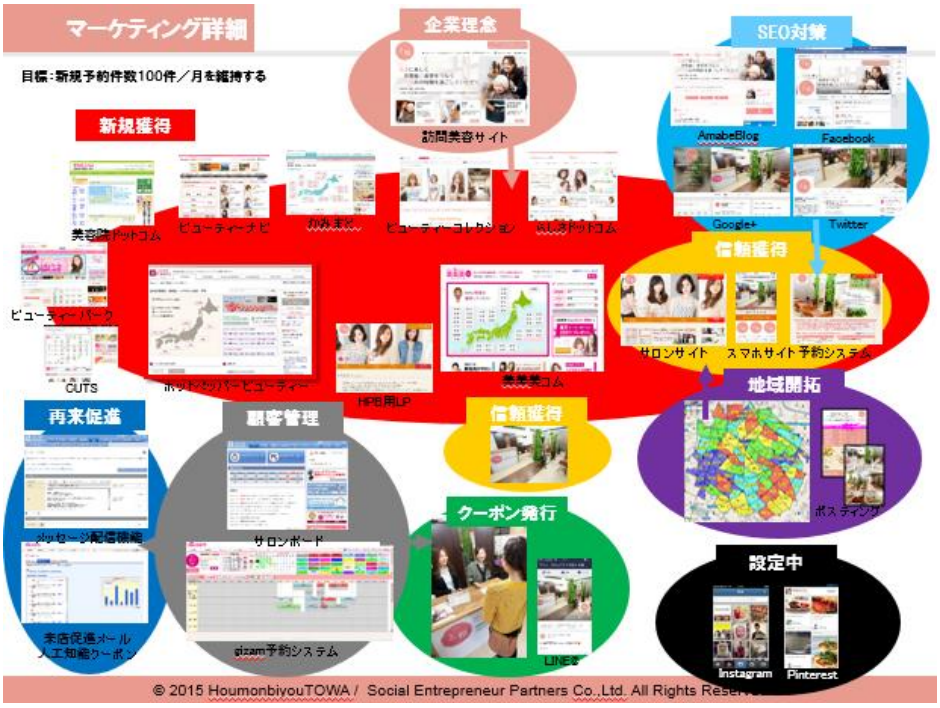
②若者向け
容姿を美しくすることで自信を取り戻し、外出したくなる、人に合いたくなるキッカケを創ることができます。また層世代の美容師が訪問することにより、ヘアスタイルも好きなように再現させつつ、友達のような感覚で話がしやすい。一番大切なのは、「外から来た美容師」と触れ合うことで、ご自身も改めて外へ出る一歩になるという効果もあります。潜在美容師は、辛い想いも共有できる、よき理解者のような存在です。

いずれのターゲットも、月間で４０名の新規問い合わせに対して、具体的なご相談に進むのが２０名（５０％）、そのうち、ご予約を頂くのが１０名（５０％）で想定しています。これは、これまでの経験に基づくものです。反響数の確保・お問い合わせの最適化をするため、サイト分析、リスティング広告・ＳＥＯ対策、リマーケティング、ＦＡＣＥＢＯＯＫ広告、ヒートマップアクセス解析など用いて母集団形成を図ります。

Ⅴ．販売戦略

１．販売方法

WEB戦略
①反響数の確保・お問い合わせの最適化
高齢者にはご家族様、若者にはご本人様の目に止まるよう、
徹底したWEB戦略を講じます。
1)サイト分析
2)リスティング広告・SEO対策
4)Facebook広告
リマーケティングの仕組み
3)リマーケティング
5)ヒートマップアクセス解析
© 2015 HoumonbiyouTOWA / Social Entrepreneur Partners Co.,Ltd. All Rights Reserved.


マーケティング詳細
目標：新規予約件数100件／月を維持する
企業理念
訪問美容サイト
SEO対策
AmabeBlog
Facebook
Google+
Twitter
新規獲得
信頼獲得
サロンサイト
スマホサイト予約システム
地域開拓
再来促進
顧客管理
信頼獲得
クーポン発行
設定中
Instagram
Pinterest
© 2015 HoumonbiyouTOWA / Social Entrepreneur Partners Co.,Ltd. All Rights Reserved.

２．価格設定

＊ ヘアメニュー hairmenu

お好みに合わせて丁寧にカウンセリング。
お一人お一人に合わせたヘアスタイルをデザインいたします。

カット 1時間：￥5,000～

髪質・お好み・ライフスタイルに合わせて、一人一人に似合ったヘアスタイルをコーディネートさせて頂きます。

パーマ 2時間：￥10,000～(カット料込み)

髪に優しく、髪質やヘアスタイルに合わせたパーマ剤を使用します。
髪質やお好みに合わせたヘアスタイルをコーディネートさせて頂きます。

カラー 2時間：￥10,000～(カット料込み)

髪や頭皮の状態に合わせて、ダメージの少ないカラー剤を使用します。
カラーリング・ヘアマニキュア・ハイライトやローライトを入れるデザインカラーなど、お好みに合わせて選んで頂けます。

トリートメント 30分：￥3,000～

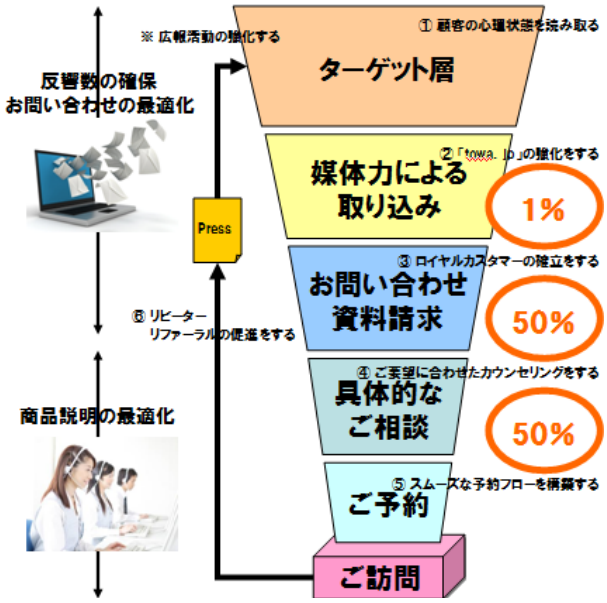
髪質や頭皮の状態に合わせて、数種類のトリートメントからお客様のお悩みにあったトリートメントをお選びいただけます。
簡単な頭皮マッサージも付きます。

ヘッドスパ 50分：￥6,000

お客様の頭皮、髪質、体調など十分にカウンセリングさせて頂き、トリートメントの種類をお選びします。
高いリラクゼーション効果がありますので、ストレス解消やリフレッシュにも役立つメニューです。

※ 上記、全て税抜き価格となります。

３．広告・宣伝、販売促進策



Ⅵ. 代表者について

■小池 由貴子（こいけ ゆきこ）

自分自身が体験した車椅子生活の中で「自信を取り戻し、笑顔になるきっかけ」を見つける事ができなかった。しかし、友人の美容師が髪の毛をカットしてくれた事をきっかけに自信を取り戻す経験をした。そして「美容のチカラ」で自信を取り戻し、笑顔になるきっかけ作りができるのではないかと感じ、ご自宅でもお気軽に受けられる訪問美容サービスの必要性を感じた。そして自分の経験、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訪問美容事業を立ち上げた。また様々な理由で美容師を辞めた後復職を願う人がたくさんいるが、なかなか復職する環境がない。そのことから、この事業で潜在美容師の復職をサポートし、美容師の新しい働き方を作る。そして訪問美容でお客様の生きがい、美容師の働きがいをサポート。将来的は年齢、障がい、関係なく誰でもご利用できるコミュニティサロンをつくることが目標。

【プロフィール】

キャリア　：19 歳から都内美容室に勤務　美容歴 15 年目

スキル　：ヘアメニュー・エステ・ネイル・着付け・ヘアセットとトータルで 12 年間学ぶ
山野流着装着付け講師資格　ICT ソフトコルギ認定エステティシャン

サロン活動　：6 年間サロンディレクター、エリアマネージャー、社内研修講師、外部研修講師

外部活動　：スチール撮影、舞台ヘアメイク、東京コレクションヘアメイク、
バリ島ブライダルヘアメイク、パリのアカデミー留学、ニューヨークサロン勤務

Ⅶ. 資金計画

（単位：千円）

必要資金		金額	調達方法	金額
設備資金	物件取得費	5,000	自己資金	8,000
	改装費用			
	設備・備品費	11,550		
	登記関連費用	1,100		
			親戚・知人等からの借入	0
運転資金	仕入代金	350	金融機関からの借入	12,000
	人件費	0		
	賃貸料	1,500	その他（補助金・助成金）	0
	宣伝・広告費	500		
	合計	20,000	合計	20,000

Ⅷ. 売上・利益計画

※直近の年間売上高　21,691,803 円（2013 年 11 月～2014 年 10 月実績）

（単位：千円）

	2 年目	3 年目	4 年目
売上（①）	36,897	55,809	71,335
売上原価（②）	0	0	0
売上総利益（③＝①－②）	36,897	55,809	71,335
人件費	19,977	29,199	36,649
家賃	5,467	5,527	5,587
水道光熱費			
通信費			
広告宣伝費	4,800	6,701	7,692
消耗品費・雑費			
その他（　　）	2,500	3,879	4,899
その他（　　）			
その他（　　）			
経費（④）	32,796	45,308	54,829
営業利益（⑤＝③－④）	4,101	10,501	16,506