

## 第 4 章 事業的側面からみた効果及びその問題点

### ～問題の所在と今後の進むべき方向について～

#### 1. 訪問理美容の実態と課題

##### (1) モデル事業からみた訪問理美容の課題

今回、愛知県、岡山県で実施した訪問理美容モデル事業を参考に、訪問理美容がどのように行われ、どのような問題点があったかを、以下では在宅者への訪問理美容を中心に個々の差をある程度無視し、平均的なイメージでみていきたい。

訪問理美容を行うに当たっては、主たる施術者のほかに技術者1名の補助が必要なことがわかった。また、在宅者への理美容サービスの場合には、被施術者の気質や好み、症状等を熟知し、信頼を得ている家族ないしはヘルパーの介護が不可欠であることもわかった。

被施術者によっては、はじめて出会う理美容師に対して警戒感を持つ人もいる。安心して任せられるまでには、それなりの心の準備も必要なのである。

施設入所者の場合には、気心の分かった職員の介護の多寡が重要である。いずれの場合にも、同じ理美容師が何度か通うことによって、ある程度問題を軽減することが期待できる。

在宅者の場合でも施設入所者の場合でも、要介護高齢者はさまざまな疾病や障害を抱えている。ベッドや車椅子などでの施術、あるいは酸素吸入中の施術、背部が曲がっている人、ベッドに寝たままの人など、日頃理美容所で行っている場合とは異なり、技術面でさまざまな創意工夫が求められる。

かみそりを使うときや、シャンプー台に移動させるときには通常以上に神経を使う。

また、血圧が高いとか心臓が弱いといったような場合には、施術中の体調の変化などに絶えず気を配っていなければならないし、理・美容師自身が病気の感染源にならないようにも努めなければならない。

さらに、中腰での施術が必要など無理な体勢を強いられるため、肉体的な疲労が大きい。ほとんどの理美容師が腰が痛くなると訴えている。

理美容サービスのための高さが調整できる車椅子の開発など、肉体的負担を軽減する工夫が必要である。

また、被施術者と十分コミュニケーションがとれないことから、たとえば、どういうヘアスタイルが好みなのかとか、あるいは身体のどこに無理がかかっているかといったようなことなど、被施術者が何を望んでいるかが十分に理解できない。

痴呆が進んでいる人、感情の起伏が激しい人、視聴覚障害のある人など、日頃接することがない人に対して、専門家として恥じない仕事をしなければならないのであるから、その心理的な負担は予想以上に大きいのである。

したがって、在宅者の訪問理美容においては、事前に必要な情報を確認してお

く必要があると同時に、施術中に万が一容態が急変したような場合を考えれば、責任の所在を明らかにするという意味でも、施術者を熟知している家族あるいはホームヘルパー等の付き添いが、不可欠である。

さらに、在宅者の場合には、部屋の広さやレイアウト、照明、室温、整頓状況、テーブル等の有無、洗面所や風呂場の場所や広さなど、一人ひとり異なった条件のなかで施術しなければならない。

必要な資材や器具なども一様ではない。この点でも、事前に家族やホームヘルパーと入念に打ち合わせをして、必要な情報を交換しておく必要がある。ときには、事前に自分の目で確かめておくことも必要である。

これらのことも、回数を重ね、慣れることによってかなり軽減できることではあるが、当初は被施術者や家族との信頼関係を築くうえで必要な事前準備である。

理美容サービスの内容は、基本的には被施術者の要望によるが、体調などによっては必ずしも要望に十分応えられるとは限らない。

通常、健常者よりも時間がかかると考えるべきであるが、時間がかかればそれだけ被施術者の負担が大きくなるからである。また、施設入所者の場合にはある程度多人数をこなさなければならないため、一人に多くの時間をかけることはできないという事情もある。

施術に必要な時間は、施術の内容や被施術者の体調等によって差があるが、大まかには20分から40分程度である。さらに、準備後始末のための時間がそれぞれ30分程度必要である。

準備後始末は、施設入所者の場合には、何人施術しても1施設1回で済むが、在宅者の場合にはそれぞれの家庭でその都度必要になる。事前の打ち合わせが十分できているかどうかで、大きく違ってくるが、概していえば、在宅者の場合には一人につき最低1時間半が必要である。移動時間を仮りに30分とみて、丸1日を費やして施術ができるのは、3名が肉体的にも精神的にも限度である。

これら施術に直接関わること以外にも、都心部ではとくに駐車場の確保ということもきわめて重要である。

駐車場を確保するために余分な時間がかかったり、駐車場が確保できないために同伴した技術者が、自動車に残っていなければならない、施術の助手を務めることができなかったという場合もある。

今後、全国的に訪問理美容を展開していく場合、とくに都会地などでは大きな障害になることが予想され、何らかの対策が必要であり、公的支援が必要である。

## (2) 訪問理美容の効果と実施の現状

訪問理美容が、要介護高齢者に与える効果については、他の章で詳しく述べられているので、ここでは理美容師が受け止めた感触を簡単にみていきたい。

理美容サービスを受けることによって、精神的に若返るだけでなく、実際に身体的な変化もみられている。

この点について、(財)岡山県環境衛生営業指導センターがまとめた「訪問理美容福祉モデル事業実施委員会報告書」では次のように述べている。

「……清潔の保持やみだしなみは、毎日繰り返される身の回りの世話のなかで行われている。しかし、専門技術を有した理・美容師から利用者に応じた清潔保持や身だしなみに関するアドバイスを受けることができ、日々の介護内容が充実してくる。一日中寝衣で過ごしていた利用者が、健康な頃のお気に入りの服装に着替え、整髪や化粧をすることで、生活のリズムに変化が出て、失われた社会性を取り戻すことができる。介護を受ける高齢者、介護者共に、自分への自信と存在価値を見いだせ、生活にハリが出てくる。ネイルケアや洗髪では介護者が見逃しやすい爪の性状や、皮膚、頭皮、毛髪の観察から、異常の早期発見の機会ともなる。高齢者の病状の進展は緩やかで、毎日接している介護者も気づかないこともあり、理美容の援助を通して新たな身体変化を見出すことは少なくない。さらに、自助具や介護用品の紹介や社会資源の提供、他職種との連携をとることもでき、介護者の不安感・負担感や疲労を軽減する役割を担うこともできる」。

つまり、専門技術者による理美容サービスを受けることによって、単に清潔さ、美しさを取り戻すだけでなく、ほとんど失っていた社会との接点を取り戻すきっかけになっており、その結果利用者が精神的にも肉体的にも活性化している。

そのことが、ひいては、介護者の負担を大きくも軽減することにもなっているのである。

このような訪問理美容は、現在どのように、どの程度行われているのであろうか。

愛知県訪問理美容福祉モデル事業実施委員会では、平成11年12月に県下の特別養護老人ホーム44施設、および在宅要介護高齢者307名を対象にアンケート(以下「愛知県調査」という。)を行い、30施設(66.7%)、156名(50.8%)から回答を得ている。

この調査によると、回答があった30施設のうち27施設(90%)では、従来から何らかの形で訪問理美容が実施されている(表1)。

表1 訪問理美容の内容

理容のみを実施している施設数	15
美容のみを実施している施設数	1
理容・美容の両方を実施している施設数	11
合計	27

このうち、料金を全額利用者が負担しているのは12施設(40.0%)、一部利用者負担6施設を含めても18施設(60.0%)にすぎず、残りの12施設(40%)では、理・美容師の無料奉仕、ないしは施設等が負担している。

施設側の意見をみても、「現在協力いただいている理・美容師で充足している」、「開設時から毎月きていただいている理容師がおり、入所者とも顔なじみになり、好む髪型もわかっているので、他の人の訪問はいらない」などの声も聞かれる。

一方、在宅要介護高齢者についてみると、「理美容所からきてもらっている」人は、21名(13.5%)にすぎない。70名(44.9%)の人が「理美容所に出かけてる」。

しかし、本人はもちろん家族の負担も大変で、アンケートにも以下のようにさまざまな意見が寄せられており、訪問理美容を求める声はきわめて強い。

- ・ 月1回、行きはタクシー利用、帰りは車椅子で家族が連れて帰る。
  - ・ 手押し車で行くが、途中休みながら往復するのが大変
  - ・ 段差があって車椅子では不便
  - ・ 行くまでに身体がえらくなる
  - ・ 床屋さんで待ち時間が長い
  - ・ 美容院のにおいで気持ちが悪くなる
  - ・ 酸素を持っていかなければならない
  - ・ 家でできると嬉しい
- など

このように、施設と在宅とでは、要介護高齢者が現在受けている理美容サービスには大きな差がある。その結果、今後の訪問理美容に対する要望の度合いは、施設入所者に比べて在宅の要介護高齢者では著しく高い。

愛知県のアンケートだけで全国を推し量ることはできないにしても、今後高齢者が着実に増加していくなかで、在宅の要介護高齢者に対して、どのように理美容サービスを提供していくかということが、今後取り組むべき最大の課題であり、高齢者の場合、所得の低い人が多い現状を考えれば、種々の面で公的支援も必要であろう。

## 2. 訪問理美容の課題と展望

### (1) 理美容業の営業の実態

理美容業は、わが国が近代社会に移行する以前から存在し、長い年月属人的に培ってきた専門知識・技術を活用して、国民生活に欠かせないサービスを提供している。現在でも、全国各地およそ人が住むところで、理美容業が存在しないところはない。

主として近隣の個人消費者の日常生活において定期的に繰り返される小口の需要を対象としているが、需要の頻度は1カ月にせいぜい1, 2回から、2カ月に1回程度と限定的である。

そのため、市場の大きさは基本的には近隣の住民の人口数に限定されている結果、総じて企業の規模は小さく、従業員数名以下の小さな企業が圧倒的に多い。

理美容業では、サービスの生産と消費が同時に進行する(生産と消費の同時

性)とか、在庫がないといった一般にいわゆるサービス業の特徴を、典型的に有している。

サービスの提供は、基本的には技術者と顧客が1対1で対峙し、サービスを提供する。機械化などによる合理化の余地がほとんどなく、典型的な中小企業分野である。

ここで、理美容業について平均的な営業の実態を統計でみると、次のとおりである。

厚生省大臣官房統計情報部「衛生行政業務報告(厚生省報告例)」によると、まず理容業では、平成10年度現在全国の理容所は、142,786施設、従業理容師数251,859人、個人経営の施設が91.1%、単独店が92.2%を占めている。

1施設数平均理容師数は1.76人、つまり1人ないしは2人の零細な企業が圧倒的に多いことが、統計的にも確認できる。

また、営業時間は10～11時間、1日平均客数は12.7人であるが、土曜日16.4人、日曜日18.0人、その他の曜日は10人強であり、週末と平日とのばらつきが大きい。これを、理容師1人当たりの1日平均客数でみると、平日の7.3人に対して、土曜日は9.3人、日曜日は10.2人となる。日曜日の10.2人をフル稼働の能力とみなすと、平日の稼働率は71.6%と著しく低いことを示している。

総合調髪料金は平均で3,374円、客1人当たりの平均料金は3,509円、平成5年度の1店当たりの平均営業収入は1,151万4,000円で、1,000万円未満の施設が57.3%を占めている。平均営業費用は743万5,000円、営業収入から営業経費を差し引いた営業利益は407万9,000円となっている。

次に美容業についてみると、平成10年度現在全国的美容所は201,379施設、従業美容師数334,932人、個人経営の施設が76.8%、単独店が80.6%を占めている。1施設当たり平均美容師数は1.66人と、理容業よりもさらに零細な企業が多いことがわかる。

また、営業時間は8～9時間、1日平均客数は12.1人であるが、土曜日15.1人、日曜日15.2人、その他の曜日は10人強と、理容業同様週末に集中している。

これを美容師1人当たり1日平均客数でみると、平日の7.3人に対して、土曜日、日曜日は9.1人となる。日曜日の9.1人をフル稼働の能力とみなすと、平日の稼働率は80.2%であり、理容業よりは高いものの、やはり平日の稼働率は低い。

平成5年度の1店当たりの平均営業収入は1,970万6,000円で、1,000万円未満の施設が39.0%となっている。営業費用は1,550万8,000円で、営業利益は419万8,000円となっている。

ちなみに、総務庁統計局「家計調査年報」によると、パーマ代は7,507円、セット代は2,774円、カット代は3,124円となっている。

(2) 高齢化の進展と理美容業の将来

理美容業の売り上げは、前述のとおり、基本的には近隣住民の人口数で限定される。したがって、人口の集中度が高い地域と低い地域とでは、市場の大きさには著しく差があるし、人口減少地域では市場が縮小を続けていることが推測される。

ちなみに、総務庁「平成7年産業連関表」により、わが国のGDP(国内総生産)に占める業種別付加価値額の推移をみると、表2のとおり、理容は昭和55年の3,618億円から、平成7年には6,602億円と1.82倍に、美容は4,530億円から12,056億円と2.66倍に増加している。

また、環衛業全体では2.03倍に増加している。この間GDPは2.02倍の増加であったから、GDPに占める比率は環衛業全体では3.55%から3.56%増加しているが、理容では、0.15%から0.14%に縮小している。

一方、美容では3.55%から3.56%に拡大しており、理容とは明暗が分かれている。

表2 業種別付加価値及び対GDP比の年次推移

(単位:億円)

	昭和55年	昭和60年	平成2年	平成7年
理容	3,618(0.15%)	4,934(0.16%)	5,323(0.12%)	6,602(0.14%)
美容	4,530(0.19%)	8,447(0.27%)	9,776(0.23%)	12,056(0.25%)
興行	1,286(0.05%)	1,306(0.04%)	1,253(0.03%)	1,370(0.03%)
一般飲食店・喫茶店	35,717(1.49%)	46,755(1.48%)	53,352(1.24%)	68,456(1.41%)
遊興飲食店	17,049(0.71%)	27,626(0.87%)	33,618(0.78%)	34,264(0.71%)
旅館・その他の宿泊所	14,550(0.61%)	19,969(0.63%)	27,961(0.65%)	33,182(0.68%)
洗濯・洗張・染物業	6,853(0.29%)	10,417(0.33%)	11,976(0.28%)	14,235(0.29%)
浴場業	1,682(0.07%)	2,215(0.07%)	2,454(0.06%)	2,816(0.06%)
環衛業合計(注)	85,295(3.55%)	121,669(3.85%)	145,713(3.40%)	172,981(3.58%)
(参考) サービス業計	411,977(17.2%)	606,056(19.2%)	945,199(22.1%)	1,138,771(23.4%)
GDP	2,399,412	3,162,755	4,286,087	4,858,266

( )内は、業種別付加価値対GDP比

(注)食肉、食鳥肉、氷雪販売業を除く。

資料:総務庁「平成7年産業連関表」

これを反映して、前掲の厚生省大臣官房統計情報部「衛生行政業務報告書」によると、表3のとおり、理容施設数は1980年には144,157を数え、その後も増勢をたどってきたが、1986年の144,994施設をピークに一進一退を繰り返しながらも減少傾向をたどり、前述のとおり199年度には142,786施設となっている。

表 3 理容師免許交付・処分件数・理容所施設数・従事理容師数・施設の使用確認件数・閉鎖命令件数(年次別)

年次	理容師(年中)			理容所			
	免許件数	処分件数		施設数 (年末現在)	従業理容師数 (年末現在)	使用確認件数 (年中)	閉鎖命令件数 (年中)
		免許取消	業務停止				
昭和50年	4,429	—	21	140,541	266,531	7,744	20
51	3,747	1	9	141,082	261,890	8,232	12
52	2,930	3	9	141,841	258,242	8,408	—
53	2,760	1	3	142,888	253,029	8,985	—
54	3,310	—	3	143,413	249,757	8,536	2
55	3,554	—	1	144,157	248,256	8,442	—
56	3,753	1	—	144,407	248,906	7,511	—
57	3,880	1	—	144,364	247,987	7,388	—
58	4,092	—	2	144,413	248,166	6,907	2
59	4,424	—	—	144,817	249,206	6,372	4
60	4,935	—	—	144,939	249,934	6,470	—
61	4,543	—	1	144,994	250,551	6,309	1
62	5,283	—	—	144,783	251,439	6,520	—
63	5,694	—	—	144,606	250,993	6,181	16
平成元年	5,536	—	—	144,522	251,298	6,184	—
2	5,103	—	2	144,214	252,241	5,458	—
3	5,067	—	—	143,524	250,892	5,135	—
4	4,727	—	—	143,045	251,522	5,456	—
5	4,467	—	—	142,619	250,858	5,688	4
6	4,122	—	—	142,715	252,705	5,837	4
7	4,392	—	—	142,544	252,187	6,152	6
8	4,456	1	—	142,718	252,330	5,595	—
9年度	5,183	—	—	142,809	252,081	4,459	2
10年度	4,711	—	—	142,786	251,859	4,723	—

(注1) 平成8年までは各年12月末現在、平成9年度以降は翌年3月末現在の数字である。よって平成9年度以降については「年中」は「年度中」に「年末現在」は「年度末現在」に読み替えること。

(注2) 平成10年度の理容師の免許件数、処分件数については、厚生省生活衛生局指導課調べ資料：厚生省大臣官房統計情報部「衛生行政業務報告(厚生省報告例)」

表 4 美容師免許交付・処分件数・美容所施設数・従事美容師数・施設の使用確認件数・閉鎖命令件数(年次別)

年次	美容師(年中)			美容所			
	免許件数	処分件数		施設数 (年末現在)	従業美容師数 (年末現在)	使用確認件数 (年中)	閉鎖命令件数 (年中)
		免許取消	業務停止				
昭和50年	12,947		42	131,444	243,281	11,292	4
51	13,123	7	47	136,205	246,050	13,179	16
52	12,068		16	141,460	252,503	14,283	2
53	15,045		4	146,746	245,297	15,100	1
54	17,267		4	151,712	251,257	14,827	
55	18,541			156,635	258,124	14,308	
56	18,361			160,473	267,382	13,278	
57	18,712			164,123	275,020	12,936	
58	18,171			167,658	281,733	12,798	1
59	17,390			171,905	288,688	12,913	1
60	17,020			175,433	296,265	12,595	
61	15,588			178,632	301,175	12,246	2
62	17,121			181,233	307,786	11,755	
63	17,030	3	1	183,785	312,708	11,572	13
平成元年	17,077			185,452	314,175	10,537	
2	15,305			186,506	316,406	9,508	6
3	14,923			187,277	314,704	8,584	1
4	13,405			188,582	317,526	8,863	
5	12,737			189,975	320,996	9,341	3
6	12,861			192,111	324,566	9,719	
7	13,026			199,918	327,596	10,179	4
8	13,652			196,512	329,995	10,221	
9年度	17,051			198,889	333,153	9,007	1
10年度	16,451			201,379	334,932	10,045	

(注1) 平成8年までは各年12月末現在、平成9年度以降は翌年3月末現在の数字である。よって平成9年度以降については「年中」は「年度中」に「年末現在」は「年度末現在」に読み替えること。

(注2) 平成10年度美容師の免許件数、処分件数については、厚生省生活衛生局指導課調べ資料：厚生省大臣官房統計情報部「衛生行政業務報告(厚生省報告例)」

一方美容施設数は、表 4 のとおり、一貫して増勢をたどっており、1975年の131,444施設から、1999年度には前述のとおり201,379施設に達している。

しかし、前掲厚生省大臣官房統計情報部「衛生行政業務報告書」によると、美容業では「半径200m以内に同業店舗がある施設は87.2%にのぼり、そのうち10.3%の施設が近隣に10店以上あるとしている」とし、「競争の激化がみられる」と指摘してる。

このような状況を反映して、厚生省生活衛生局「環境衛生関係営業経営実態調査」によると、表 5 のとおり、経営上の問題点(複数回答)として、理容業では53.1%の理容所が、美容業では60.5%の美容所が「客数の減少」をあげており、他の項目と比べて際だって多い。

表 5 理容所及び美容所の経営上の問題点別施設数の割合、従事者数階級別

		施設数	経営上の問題点(重複回答)								
			客数の減少	立地条件の悪化	人手不足・求人難	人件費の上昇	施設・設備の老朽化	原材料費等諸経費の上昇	設備資金調達の困難	その他	特になし
理容所	総数	2,026	53.1	19.9	26.1	24.7	27.2	30.6	5.4	5.5	12.3
	1人	201	56.2	18.4	13.4	5.0	26.4	27.4	8.5	10.4	16.4
	2	696	61.8	22.8	14.8	8.2	30.2	32.6	5.6	6.6	13.4
	3	466	46.8	23.2	23.2	23.0	29.0	33.0	4.3	4.1	12.7
	4	261	47.5	16.1	37.9	36.0	21.1	28.0	3.1	3.8	11.9
	5～9	341	47.5	13.8	49.9	57.5	24.0	27.6	6.5	4.1	7.9
	10～19	40	47.5	20.0	40.0	72.5	27.5	25.0	5.0	2.5	10.0
	20人以上	6	50.0	—	50.0	83.3	16.7	33.3	—	—	—
	不詳	15	46.7	13.3	13.3	13.3	33.3	26.7	6.7	6.7	13.3
美容所	総数	2,096	60.5	16.0	24.1	43.3	25.9	35.4	8.2	4.4	10.9
	1人	322	64.0	22.4	7.1	6.5	26.4	33.5	6.8	4.7	18.6
	2	231	64.9	19.0	14.7	22.5	27.3	35.9	10.8	6.1	13.4
	3	379	63.1	14.0	23.7	37.7	27.7	36.9	5.8	4.2	9.8
	4	340	57.9	17.4	32.1	52.9	22.6	35.9	7.1	4.1	10.3
	5～9	609	57.1	13.0	32.3	62.6	25.3	36.0	10.2	4.4	6.7
	10～19	140	59.3	12.1	31.4	74.3	30.7	37.1	10.0	3.6	5.7
	20人以上	32	50.0	9.4	15.6	65.6	21.9	25.0	6.3	—	15.6
	不詳	43	67.4	18.6	9.3	11.6	20.9	23.3	2.3	2.3	25.6

資料:厚生省生活衛生局「平成6年度 環境衛生関係営業経営実態調査」

### (3) 理美容業の将来展望と訪問理美容をビジネスとする可能性

#### ア. なぜ、訪問理美容を事業化しなければならないのか

現在全国各地で、ボランティア等さまざまな形で訪問理美容が行われており、目的に応じた成果を上げている。しかし、今回、モデル事業を実施したなかでも、とくに在宅者については、前述のとおり訪問理美容がほとんど行われておらず、理・美容所に出かけるのは家族の負担も大きなことから、大変喜ばれて、ほとんど例外なく感謝の言葉が聞かれている。

現在行われている訪問理美容は、ボランティア精神に富んだ一部の理美容師がさまざまな負担を個人的に請け負いながら行われている。

その対価は、「利用者、家族の方々に大変喜ばれた。やりがいのある仕事だと思った」「言葉が不自由でも、笑顔が嬉しかった」ことである。

また、「この仕事は、専門家として公認されている自分たちしかできない」という誇りと責任感が支えている。きわめて有意義であり、感動的でさえある。

しかしながら、今後着実に高齢化が進むなかで、訪問理美容を必要とする要介護高齢者は急速に増加していく。とりわけ、在宅の要介護高齢者は、前述のとおり、ほとんど訪問理美容を受けていない。

これに対応するためには、一部の理美容師の善意だけでは到底対応することはできない。できる限り多くの理美容師の参加を求めていくためには、基本的にはビジネスとして訪問理美容を考えていく必要がある。

本来、ボランティアは本業部分以外のところで行うものであって、本業部分については、あくまで事業として採算を考えるべきものではないだろうか。

一方、見方を変えて企業の立場からみても、訪問理美容は企業が存続していくための一つの有効な方策であるといえることができる。

理美容業では、顧客の来店頻度を高めることも、またサービスの質を高めるなどによって価格を引き上げることにも限界がある。したがって、企業が売り上げを確保するためには、顧客数を増やすしかない。

しかしながら、前述のとおり、理美容業の存続を支えているのは、限られた狭い地域の住民であるが、人口の少子高齢化が進むなかで、理美容業の顧客数は着実に減少していくことが予想される。個々の店舗からみると、この前まで来ていた人が、「最近見えなくなったけれど、どうしたんだろう」という現象が、徐々に増えてくる一方で、若者の来店客数も着実に減少していくのである。

これを打開するための一つの方策は、異なった地域への多店舗展開であるが、需要の拡大につながるものではないから、一つの店の売り上げ増加は他の店の売り上げ減少をもたらすだけで、競争を激化させるだけであり、業界全体としては基本的な解決にはならない。

一方、前述のとおり、平日の稼働率は著しく低く、ロスタイムが多い。  
ロスタイムをいかに減少させるかということは、理美容業全体の共通の経営課題となっている。

このような状況を打開するためにも、訪問理美容は有効な方策の一つであるといえる。

わが国経済全体が低迷を続けるなかで、多くの業界が新しい業態、新しい商品(技術・サービス)の開発に懸命に取り組み、顧客確保に努力している。しかしながら、理美容業界の多くの企業は、同じサービスを同じようなやり方で提供しており、革新というほどのものがみられない。

最近、介護保険制度の開始に伴い、さまざまな新しいビジネスが登場し、注目を浴びている。そのなかには、小型トラックに設備を積み込みんで施設を訪問し、いわば「移動美容室」を始め順調に業績を伸ばしている企業も登場している。

顧客に喜ばれ、雑誌等にも取り上げられ注目を浴びている。1回に25から30人の顧客に対応しているという。料金は、シャンプーとカットで2,500円で、要望があればパーマや毛染めも別料金でできるという。さまざまな問題点があるとしても、現に顧客の支持を受けているとすれば、これに反対するのではなく、むしろ既存の企業においても積極的に対応し、顧客の要望に応えていくことが重要であろう。

#### イ. ビジネスとして成り立つための訪問理美容の料金設定

訪問理美容をビジネスとして成り立たせるためには、必要なコストに見合った料金を得なければならない。仮に、一般の健常者に対して訪問理美容を行うとすれば、通常の間覚では来店者よりも割増しの料金が必要なことは当然であろう。

とりわけ、在宅の訪問理美容では、いってみれば「オーダーメイド」であるから、既製品より料金が高くなるのは当然である。しかしながら、高齢者、なかでも要介護高齢者の場合には、一般的には本人自身の所得は少なく、支払い能力は限られている。

需要と供給で価格が決まるのが市場原理であるから、価格が高くなればなるほど利用者が減少することは避けられない。介護保険の仕組みのなかに、訪問理美容を明確に位置づけるべきだという声が多い理由である。

また、肉体的、精神的負担が大きいことから、「割増料金をもらってもやりたくない」という声が少ないことも無視することはできない。要介護高齢者に対する訪問理美容では、どうしてもボランティア精神が基本的には必要であって、その部分についてはコストの算定が非常に難しい。

ここで、前述の理美容業の営業実態を参考に、一つの試案を提示すれば次のとおりである。

理美容業の1施設当たりの平均理美容師数は1～2名で、平均営業収入は、

(1日当たり平均客数) (一人当たり平均客単価) (1日当たり平均営業収入)  
10(名) × 3,500(円) = 35,000円  
となる。

在宅者の訪問理美容の場合、移動時間も含めて1日の客数は3人が限度であるから、1人当たりの料金は

$$35,000円 \div 3名 = 11,700円$$

となる。在宅者の訪問理美容の場合には、11,000円～12,000円が料金の一応の目安といえる。

理美容サービスの内容によって、料金に差をつけるとすれば、一つの基準は所要時間である。1日の営業時間を10時間とみると、

$$35,000(円) \div 10(時間) = 3,500円$$

つまり、1時間3,500円を目安に、理美容サービスの内容に応じて料金設定を考えるのが、一つの案である。

在宅者の訪問理美容の場合には、顧客のさまざまな要望にきめ細かく対応することができるし、対応することが望ましい。

料金はそれぞれのサービスの内容に応じて、原則自己負担として対応する。その場合には、あらかじめ料金を提示し、事前に了解を得ておくことが重要である。

施設入所者への訪問理美容の場合には、客数は増加する分だけ、1人当たりの料金は低くなる。ちなみに、客数を10名とすると、3,500円が一つの目安である。

施設など、多人数に対して対応する訪問理美容の場合には、たとえばカットないしはカットと髭そりを「標準的サービス」として原則これで対応し、被施術者それぞれの要望や体調などに応じて、髭そりだけにとどめるといった対応が必要である。それ以上の施術については、在宅者の訪問理美容と同じように考えて、日を改め個別に対応するのがよいのではないか。

あるいは髭そりや洗髪さらにはネイルケアを付け加えるといった、いくつかの定番のメニューを設定し、そのなかから顧客が選択するというのも一つの方策である。それぞれ、あらかじめ料金を設定しておく。その場合の料金設定には、平均的な所要時間が一つの目安となる。

〈参考〉

介護保険制度が4月1日から始まった。訪問介護には3種類のサービス類型があり、利用者は要介護度に応じた利用上限額の範囲で選択する。サービスの単価は30分以上1時間未満で、身体介護(排泄や入浴、食事の世話をする)が4,020円、家事援助(身体介護以外の掃除や洗濯、調理など日常の生活を手助けする)が1,530円その中間の複合介護が2,780円となっている。1カ月の実績をみると、スタート前に介護サービス全体の20%程度であった「家事援助」の比率が、50%程度に上昇している。まだ、1カ月の実績にすぎないが、最も単価の安い家事援助が大幅に伸びていることは、料金を設定するうえで一つの参考になるだろう。

ウ. 今後の事業展開の可能性……若干の提言

高齢者が今後いっそう増加し、訪問理美容に対する社会的必要性が高まるなかで、ボランティアだけでは対応しきれない。幅広くそして長期にわたって、訪問理美容を継続していくためには、若い人も含めて、できるだけ多くの業者が参加できる仕組み、いかにすればビジネスとして成り立つ仕組みを創る必要がある。

また、少子高齢化で顧客数が減少していくなかで、訪問理美容は企業ないしは業界が存続するために、必要な新しいサービスの提供形態であることを、理美容業者自身が認識する必要がある。

ビジネスとして成り立つ仕組みを検討するうえで、在宅者の場合と施設入所者の場合とでは、訪問理美容に対する顧客の要望、サービスを提供する場合の条件等が大きく異なっているので、分けて検討するのが現実的である。以下では、在宅者の場合と施設入所者の場合を分けて留意点を検討したい。

[在宅の要介護高齢者に対する訪問理美容]

① 在宅の要介護高齢者に対する訪問理美容は、原則として市場原理で対応する。すなわち、それぞれの理美容店が、過去の馴染み客を主体に、自己責任で対応する。訪問理美容を実施しなければ、顧客数が減少することになる。しかし、どの店を選ぶかは、サービスの内容、料金等を勘案して、顧客が選択する。

② 理美容店は、顧客一人ひとりの個別の要望にきめ細かく対応し、料金については、原則として、サービスの内容等を勘案して、顧客との合意に基づいて、個店の責任で決定する。

顧客の要望と支払い能力に応じて、さまざまなサービスの提供、さまざまな料金設定が行われるであろう。

③ 顔なじみの店がないなど、個店との過去のつきあいがなく、個店の対応から

はずれた要介護高齢者についても、長期的には①と同じであるが、ただし、訪問理美容が社会的に定着するまでは、理・美容業環境衛生同業組合等が積極的に関与し、業界で地域を主体としたチームを編成して輪番制で対応する。

顧客への周知は、原則としてそれぞれのチームで行う。周知が不十分であれば、顧客を確保できないということである。

この場合でも、地域を越えて、店を選択することは顧客の自由であり、これを妨げてはならない。サービスの内容、料金等については、原則として①に同じである。

- ④ 支払い能力が不十分な顧客に対しては、別途補助等何らかの公的支援を要請し、この場合には理美容サービスは、「標準サービス」にとどめ、料金はあらかじめ設定した「標準価格」とする。

このことによって、必要最低限度のサービスが保証されることになる。

- ⑤ 軽度の要介護高齢者については、デイケアサービスの施設や、公民館等を利用し、特定の日を定めて、訪問理美容を行うことも検討すべきである。比較的多人数に対応できるので、その分だけ割安になる。

多人数に対応しなければならないので、サービスの内容は「標準的サービス」を原則とする。それ以上のサービスについては、通常の在宅者への訪問理美容で対応する。

前述の地域ごとのチームが、訪問理美容を行う。

- ⑥ 家族や、ホームヘルパーとの日程調整や事前の打ち合わせについても、原則それぞれの個店、ないしはチームの責任で行うが、訪問理美容の仕組みが定着するまでは、個店の努力だけでは困難であり、理・美容業環境衛生同業組合の積極的な関与により協力体制を構築する必要がある。

また、関係団体等との調整等の面で、行政や公的機関の支援も必要である。

- ⑦ 駐車場の確保、施術中の事故、移動中の車両事故などの補償制度等についても、個店だけの対応で解決するのは不可能であり、余分な負担を解消するためにも、理・美容業環境衛生同業組合が主導し、一日も早く適切な仕組みを構築する必要がある。

また、行政や、公的機関の支援も不可欠である。

- ⑧ 施術の技術的な工夫、あるいは用具の改良・開発等について、業界あげて取り組むべきである。それと同時に、さまざまな具体的な成果を素早く取り上げ、広く情報を周知し、あるいは普及する体制を構築することが望ましい。

- ⑨ なお、見ず知らずの他人が、生活の場奥深くは入り込むのであるから、知られたくないことも知り、見られたくないことも見えてしまう。

したがって、プライバシーの保持については、必要以上に配慮することが必要であるが、それとともに利用者および家族との信頼関係を築くことが何よりも

重要である。

#### [施設入所の要介護高齢者に対する訪問理美容]

- ① 施設の要介護高齢者に対する訪問理美容は、開設以来特定の理美容業者が訪問理美容を行っている例もあり、原則として従来 of 慣行を尊重する。
- ② ①以外の施設については、施設側の要請を受けて、それぞれの理美容業者が対応する。  
環境衛生同業組合が窓口になる場合には、サービスの内容や料金については組合が交渉の窓口になり、希望する業者を組織し、輪番制等で対応する体制を整える。
- ③ 福祉的側面が強いことから、原則として「標準サービス」の提供にとどめ、それ以上のサービスについては、在宅者の場合と同じ扱いにし、別の日を定めて対応する。

#### エ. 環境衛生同業組合に期待される役割

長期にわたって、広く、できるだけ多くの理美容業者が、訪問理美容に参加することが、前述のとおり業界の立場で考えても、今後重要な課題となる。

訪問理美容を定着させるためには、軌道に乗るまでは、環境衛生同業組合が強力な指導力を発揮して、行政や公的機関等の協力を得ながら、さまざまな仕組みを構築する必要がある。

重複する点も多いが、ここで改めて環境衛生同業組合に期待される役割を整理すると、次のとおりである。

- ① 業者を啓蒙し、訪問理美容に対する積極的な取り組み体制を構築する。とくに、地域ごとのチーム作りは、一つの重要なキーポイントとなる。
- ② 業者の研修を行い、技術レベルの向上、必要な知識の蓄積に努めるとともに、器具や資材類の一層の改良・開発の支援とその普及に努める。
- ③ 現場のさまざまな問題点を素早く吸い上げその解決に努める。また、現場のさまざまな工夫を広く周知するように努める。
- ④ 必要な機材のリースや共同購入等を支援し、経費軽減に努める。金融面での直接間接の支援策も検討すべきである。
- ⑤ 関係団体や行政機関等との意思疎通を深め、個々の企業では対応できない問題の解決に当たるなど、訪問理美容が適切に遂行できるように努める。

要介護高齢者にとってはもとより、理美容業界にとっても、訪問理美容を円滑に推進することは、きわめて重要である。これを広くかつ長期にわたって進めてい

くためには、業界全体の意識改革と協力体制が重要であるが、それだけではなく、ビジネスとして成り立たせる仕組みづくりが不可欠である。

そうはいつても、多くの理美容業者にとってはこれまで十分な経験を積んでいない新たな試みへの挑戦であるから、訪問理美容事業が進むにつれてさまざまな問題が噴出することが予想される。

しかし、何事においても、最初から円滑に進むことは通常はあり得ない。大切なことは失敗をおそれず挑戦することである。失敗を重ねるなかで、人はさまざまなことを学ぶものである。

失敗しないために念入りに検討を重ねることも重要ではあるが、最初から100点を取るために時間をかけるよりも、最初は60点、70点でよいから少しでも早く着手する方がベターである。重要なことは、問題が生じたら直ちに検討し、進め方や仕組みを修正することである。

そのためには、個々の現場の具体的な生の情報が速やかに伝播する開放的な情報交流の仕組みと、それを直ちに行動に移す実行力が何よりも重要である。

訪問理美容を推進するためには、ビジネスにすることが不可欠であることは繰り返し述べてきたところである。しかし、どんなにビジネス化を進めても、基本的には福祉事業であることは忘れてはならない。