

発見!

[NEW]シニアBiz

保険外に潜むビジネスチャンスをつかめ

株式会社 ラディック 代表 西川立一

Biz.
7訪問理美容からイベント、人材派遣まで、高齢者施設の
コンシェルジュを目指す——ビューティーライフエージェンシー

■会社概要

会社名 (株)ビューティーライフエージェンシー
所在地 東京都豊島区西池袋3-33-19
設立 2006年10月
資本金 1,000万円
代表者 代表取締役社長 松丸 裕之
事業内容 訪問理美容のサービス業、美容技術者、介護技術者の人材派遣業、美容イベント企画



(株)ビューティーライフエージェンシー
代表取締役社長
松丸 裕之氏

①作業ではなく、お客さまが喜んでもらえるか考え工夫し、責任をもったプロの仕事し、②お客さま最優先で、③毎回訪問を楽しみにされていることを常に意識し、サービスを提供する。

技術の提供は当然として、利用者が「非日常感」や「楽しい」と感じてもらうことがサービスの提供をするうえでの基本スタンスだ。そして、それを実現するには利用者とのコミュニケーションが必要不可欠だとも考える。高齢者と接するこ



イベントパフォーマーの派遣など、あらゆるイベントに際する



200時間を超える研修で、一般の美容室とは異なるスキルやコミュニケーション力を身につける

超高齢社会で台頭する
多様な出張サービス

有料老人ホームや在宅で介護されている人たちは外出もままならない。それなら出向いてサービスを提供しようという取組みが展開されている。

コンビニエンスストアの「ファミリーマート」は、おにぎり、菓子、日用雑貨など約150〜200種類を取り扱う移動販売車で、群馬県の特別養護老人ホームや介護老人保健施設など高齢者向け施設の駐車場を使い週1回営業している。

群馬の食品スーパー「フレッセイ」も、デイサービスなどの介護施設を平日毎日巡回する移動販売を実施、商品のリクエストも可能で、1日90人程度が利用するという。

全国各地のセブンイレブンの店舗も出張販売するなど、小売業界では超高齢社会における「買い物難民」解消を目的に、店舗の外に出向いて商品を販売するスタイルが広がりをみせている。

外食業界ではこれに先立ち、ケータリングサービスをいち早く確立しているが、ユニークなものとしてにぎり寿司の出張サービスがある。給食業務と高齢者専門フードサービスの(株)もぐもぐは、職人が目の前で握った寿司を提供する。握り寿司のほか、てんぷら、だし巻き卵もある。こうした出張販売はサービス分野にも

広がってきた。その代表例として、訪問理美容サービスがある。東京・世田谷区は寝たきりなどのため理美容店に通うことが困難な要介護3以上の重度者を対象に、年間6枚を限度に訪問理美容券を配布し、区と契約している理美容店が自宅に出向いてサービスする制度を設けている(1回1000円の自己負担がある)。横浜

市など他の自治体でも同様のサービスや費用補助を行なう制度がある。

こうしたサービスを行政からの補助を受けず、100%民間事業として展開している企業がある。2006年10月から首都圏でサービスを展開している(株)ビューティーライフエージェンシーは、(株)ベネッセスタイルケア、(株)ニチイケアパレスなど200社を超える有料老人ホーム、特別養護老人ホームなどを対象に、月1、2回のペースで訪問理美容サービスを行なっている。

同社が特徴的なのは、理美容のみならず、ヘアメイクからネイル、衣料品販売、イベントパフォーマー派遣、レクリエーション、ITマーケティングまで、あらゆる角度から高齢者施設の付加価値向上をサポートする取組みを行なっていることだ。

「入居者のみなさまをはじめ、ご家族、施設スタッフ、すべての人に『安心』『満足』『付加価値』を提供できる、ビューティーライフのコンシェルジュであり

とから、施設の基礎知識やマナー、服装規定、道具、仕事の段取りから施術、サービス提供時の注意点など、詳細なマニュアルを用意し、サービスレベルの向上に努めている。

髪型、髪色、メイク、靴、服装などでも細かい規定を設け、施設内のマナーでは、挨拶、携帯電話の使用、禁煙などについて細かく指示、常に施設に「おじゃましている」意識で対応するよう指導している。

施術に関しても、カットやパーマ、ドライヤーなど個別かつ具体的に指示、サービスを受ける人の要望の尋ね方をはじめ、NGワードも紹介しながら、会話の仕方や対応など懇切丁寧に説明している。さらに、コミュニケーションを円滑にするための敬語の使い方、困ったときの対処法、会話例なども具体的に提示している。

こうして訪問から退出するまでの詳細なマニュアルを用意したうえで、介護の資格をもった専任スタッフによる月1回の徹底した研修を実施し、200時間以上の実習・演習でしっかりと技術を習得したスタッフが有料老人ホームなどに派遣される。

料金は、有料老人ホームの場合は、カット、ブローで2160円、カラー(カット・ブロー込み)7875円、ネイルケアとカラーリング2625円、フェイシ

ヤルエステ2625円。特別養護老人ホームと介護老人保健施設は、カット・ブローで1945円になる。

「利用していただきやすいよう、できるだけ料金を抑えています。とはいえ、美容室で行なうメニューを揃えて、スタッフの教育も充実させて、通常と変わらないサービスを提供できています。今後はサービスエリアも拡大し、施設からの要望にも対応しさらなる新たなサービスも提供していければと考えています」(松丸氏)。

同社以外にも、訪問理美容サービスは全国で展開されており、4人に1人が65歳以上という超高齢社会のなかで、潜在ニーズの高い成長マーケットといえよう。

しかし、サービスを提供するためには、人材確保が欠かせない。「髪人」の名称で各地でサービスを展開する日本介護システム(株)は、訪問理美容師を養成するスクー

ルを講習会方式で運営し人材の養成に努める。なお、日本介護システムでは16年までに、全国47都道府県、300店の体制で全国展開を目指している。

日時を選んで働くことが可能なことから、子育て中などフルタイムで働けない、自分で時間を選んで仕事をしたい、といった理美容師にとっても都合な職場である。理髪店や美容室も、定休日などに副業として関わることも可能だ。こうしたことから今後は、訪問理美容の仕事に

たいと考えてサービス領域を拡充してまいりました」(株)ビューティーライフエージェンシー代表取締役社長松丸裕之氏)。

サービスを利用している施設には、年1回、無料でネイルイベントや、ビエロ、似顔絵、落語などのパフォーマーが訪問し、利用者に喜ばれているという。ネイルアートおよびそのスクール、ヘアメイクとその講習会、訪問エステ・マッサ

ジ、ビエロ・パフォーマー派遣、習字、麻雀、囲碁といった各種講師派遣、訪問エステ・マッサージといったあらゆる施設からのリクエストにも応える。

同社では、アパレルの卸事業も手掛けていることから、施設で衣料品やかつらなどを販売しており、こちらも好評という。さらに、有料老人ホームサイト「ビューティーライフナビ」も運営しており、入居者の募集支援も行なうなど、入居者だけでなく、施設側にとっても強力なパートナーとなる。

200時間以上の接客・マナー研修
高齢者ならではの気遣いも重要

訪問理美容には、現在、約40人の実働スタッフがおり、高齢者や身体の不自由な人と接することから、一般の美容室とは異なるスキルや知識が求められる。したがって、研修・教育にはとくに力を入れている。そのポイントは以下のとおり。

携わる人もふえてこよう。

また、施設に入居する高齢者が、自宅で暮らしていたときと同じようなサービスを受けられることは、生活を豊かにすることにつながる。訪問理美容サービスに限らず、さまざまなメニューが提供されることが望ましい。

フットケア、マッサージ、フィットネス、写真撮影など、提供されるサービスも多様化している。行政サービスでの提供は限度があり、財政への負担ともなる。収益を確保でき民間で行なうことができるようなビジネスモデルを確立することが欠かせない。

西川立一 (にしがわ・りゅういち)

慶應義塾大学卒業後、西友(現・合同会社西友)に勤務。1985年、株式会社ラディック設立。販促広域マーケティングのコンサルタント業務を手がける一方、日本経済新聞社、日経MJ、「日経ビジネス」(日経BP社)、「販促革新」(商業界)、「月刊レジャー産業資料」(総合ユニコム)など、新聞・雑誌に多数寄稿執筆。主な著書に「ブルミネの法則」「イオンの底力」「九州流通業界最新勢力図」(いずれもぱる出版)ほか多数。昨年7月には「10年後に食べていくための最強シニアマーケティング」(ぱる出版)を刊行した。