新規事業企画書：訪問理美容サービス事業

① 市場動向

【現在と今後の想定市場規模】国内の高齢化に伴い、市場は拡大傾向にある。現在、65歳以上の高齢者は人口の4人に1人を占める高齢化社会であり、東京都の要介護認定者数は平成25年度の52万人から平成37年度には77万人へ増加が見込まれている。これに伴い、理美容所へ来店困難な「買い物弱者」や、外出困難な高齢者が増加しており、訪問美容の潜在需要は高まっている,。

【想定市場規模となる背景】

1. 高齢化と要介護者の増加: 寝たきりや認知症、障害等により理美容所に行けない人々が増加しており、訪問入浴介護などの在宅サービス利用者も増加傾向にある,。
2. 法的規制の明確化: 厚生労働省により、疾病・障害者だけでなく、「育児や重度の要介護者の世話を行う家族」も訪問美容の対象として認められるようになり、顧客対象範囲が明確化・拡大された,。
3. **QOL**向上へのニーズ: 単なる衛生維持だけでなく、身だしなみを整えることによる「心身のリフレッシュ」「介護状態の改善（笑顔が増える等）」といった精神的・福祉的価値が認識されている,。
4. キャッシュレス化の波: 現状の決済は現金が約8割だが、家族やケアマネジャーからのキャッシュレス決済への要望が高まっており、これに対応することで新たな需要を取り込める可能性がある。

② 利用する顧客の特徴

【主なターゲット層】

- 在宅・施設入居の高齢者: 要介護度が高い層（特に要介護4～5）の利用割合が高い傾向にある。
- 障害者およびその家族: 障害者差別解消法の施行もあり、合理的配慮を必要とする層。
- 育児・介護中の家族: 自宅を空けることが困難で、理美容室に行く時間が取れない家族（ヤングケアラー含む）。

【顧客のインサイトと行動特性】

- 利用動機:「外出が困難」という物理的制約が主だが、「笑顔になる」「活力が溢れる」といった変化を家族やケアマネジャーが実感しており、リハビリテーション的な効果も期待されている。
- 利用メニュー: ヘアカットの利用が約98%と圧倒的だが、施設では髭剃り・顔そり（52.8%）やシャンプー（60.4%）の需要も高い。

- 価格受容性: 1回あたりのカット料金相場は、施設で平均2,167円、在宅で平均2,982円である。在宅では5,000円以上の高価格帯の利用も見られ、質への対価を払う層も一定数存在する。

③ 新規事業に必要な設備の一覧

訪問美容は店舗型と比較して初期投資が低く抑えられる特徴がある。以下は開業および運営に必要な主な設備と概算価格である。

設備・項目	概算価格	備考
車両	50万～100万円	中古車を想定。軽バンなどが荷物の積み下ろしに有利,。既存保有車があれば0円。
移動式シャンプー台	5万～15万円	折りたたみ式や簡易タンク式。カラー・パーマ提供には必須,。
施術用具一式	約2万～5万円	ハサミ、クロス、タオル、ドライヤー、延長コード、移動用ワゴン等。
衛生・消毒器具	約1万円	保健所への届出に必要な消毒設備、マスク、アルコール等,。
広告宣伝ツール	約2万～5万円	チラシ、名刺、簡易ホームページ作成費用（自作の場合）,。
会計・管理ソフト	約1万円/年	確定申告・顧客管理用のクラウドソフト等。
賠償責任保険	約1万円/年	万が一の事故に備えた保険加入（必須級のリスクヘッジ）,。

初期費用合計目安: 車両保有済みの場合は約**15**万～**25**万円程度で開業可能,。

④ 収支シミュレーション

【事業モデル】個人事業主（1名稼働）として、在宅および施設への訪問を行うモデル。店舗家賃がかからないため、損益分岐点が低い「変動費型経営」を目指す。

【事業の見通し（月平均）】

項目	計画値(円)	想定根拠
売上高	**350,000**	客単価: 約3,500円（カット+移動費等の平均設定）客数: 月間100名（1日4〜5名×22日稼働）を想定。※在宅平均2,982円、施設平均2,167円の相場を参照。
売上原価	**15,000**	材料費（カラー・パーマ剤、タオル消耗等）。カット主体のため原価率は低い（売上の約5%未満）。
経費	**40,000**	燃料・交通費: 20,000円通信・広告費: 10,000円消耗品・雑費: 5,000円保険・システム: 5,000円※店舗家賃・光熱費が不要なためランニングコストは低廉。
営業利益	**295,000**	利益率: 約84%労働集約型だが固定費が極めて低いため、手元に残る利益は確保しやすい構造。