

美容によるがん患者のウェルネスに関する実践的研究

同志社大学大学院総合政策科学研究科

総合政策科学専攻 博士課程（後期課程）

2009年度 1010番 三田 果菜

## 目次

第1章 研究の枠組み.....	1
第1節 研究の発端 .....	1
第2節 研究の目的 .....	2
第3節 研究の方法 .....	3
第4節 本論文の構成 .....	4
第2章 ウェルネス概念.....	6
第3章 現代社会における理容・美容 .....	12
第1節 美容とは.....	12
第2節 美容の歴史 .....	12
第3節 「装い」と「美」のあらまし .....	18
第1項 「装い」のあらまし .....	18
第2項 「美」のあらまし .....	20
第4節 美容と理容の違い .....	22
第1項 業界における制度の違い .....	22
第2項 理容所・美容所の現状 .....	25
第4章 理容・美容における「公共」 .....	28
第1節 癒しやエンパワーメントとしての美容 .....	28
第2節 地域内交流拠点としての理容・美容所 .....	33
第5章 社会実験-美容術によるがん患者のサポート-.....	36
第1節 がん患者専門個室美容室 Ccure-クキュア-開設以前の経緯 .....	36
第2節 がん患者専門個室美容室 Ccure-クキュア-の開設.....	41
第3節 Ccure-クキュア-の運営 .....	45
第4節 CanBe (キャンビー) 設立とイベントの開催 .....	63
第1項 CanBe ができるまで.....	63
第2項 CanBe Fun! Jazz Live @ 妙心寺退蔵院 .....	66
第3項 CanBe Fun! 大人の遠足～冬の京都を歩こう～ .....	69
第5節 理美容師の育成プログラム .....	71

第6節	wing wig (ウイング ウイッグ) の発売.....	79
第7節	実験からの考察 .....	83
第6章	結論および今後の課題と展望 .....	88
第1節	知見の整理と総括 .....	88
第2節	今後の課題と展望 .....	89
第3節	これからのキャリアデザイン .....	90
【注】	.....	91
【図】	.....	96
【表】	.....	152
【参考文献目録】	.....	1
【参考ウェブサイト】	.....	4

## 第1章 研究の枠組み

### 第1節 研究の発端

「がん<sup>1</sup>が見つかりました」と病院で医師に言われたらどうするだろう。「これからどうしよう」「私は、家族は、どうなってしまうのだろう」「いつまで生きていることができるのだろう」と突然訪れた死への可能性に恐怖を感じ、不安でいっぱいになるのではないだろうか。

現在の日本では、日本人が生涯がんになる可能性は2人に1人、3人に1人ががんで亡くなる時代と言われている<sup>2</sup>。年間の罹患患者数はおよそ80万人いるとされ、2030年にはその数字は1.5倍になると国連世界保健機関（World Health Organization, WHO）により発表された<sup>3</sup>。日本の高度な医療技術により、がんを罹患しても生存率は上がってきている。昔のように「がんは不治の病」ではなく、「がん≠死」の病気になってきた。

がんになると患者には不安な気持ちや困りごとがたくさん出来る。例えば、女性が最も罹患する確立が高いがんは乳がんで、14人に1人の割合である。年代別では40代に罹患する割合が一番高い。40代と言えばまだ子どもが独立していないし、親のこともサポートしなければならない年代である。また、自身の病への不安はもちろんだが、治療以外のほとんど全てを自らの力で情報にたどり着き、解決しなければならない。しかも、手術が終わったら全て終わり！ではない。服薬を続けたり、乳房を切除してしまった場合は今まで持っていた物が持てなくなったり、今まで使っていた斜め掛けのバッグが使いにくくなったりと当事者になってから初めて気付く様々な身体の変化と向き合わなければならないのだ。乳がんの生存率はおよそ90%と非常に高いが、10年間で再発する可能性はおよそ30%あることから、乳がんに限らずともがん患者は再発の恐怖とも闘わなければならない。現在がんは「がん=死」というイメージでなくなったが、人生80年と言われている現代で、40代でがんになるということは、残りのすべてを「がんになった」という事実と向き合って過ごさなければいけない可能性もあるということ。だからこそ「病気になっても笑顔で過ごせる」ように「より良い人生」になるようにしなければならないのだ。

筆者のがんとのはじめの出会い、筆者が16歳の時に身近な人ががんになったことであった。筆者の両親が理美容を業としていたこともあり、サロン閉店後に、抗がん剤投与により脱毛したその人のウィッグ（かつら）の調整を行い、ウィッグの下から伸びてきた自毛をカッ

トする姿を見た。その時、様子を見ながらふと「友達や家族に理美容師がいないがん患者たちは一体どうしているのだろうか？」と疑問に感じた。その後、筆者自身も理美容師の勉強をして、美容師の国家資格を取得した。そして2009年に「美容術で女性とまちを元気にする！」をコンセプトとした、Happy Beauty Projectを立ち上げ、美容の良さを社会に伝え、美容が社会に対して出来ることを伝えること目的に個人事業主として起業した。

美容は本人も周囲の人の心をも元気にする。家族、親戚、友人たちの慶事には身だしなみを整えるのはもちろん、地域の年中行事や祭礼の日には着飾った人でまち全体が賑わう。また、たとえ高齢で寝たきりの状態となっても、身だしなみを整えてあげることでご本人の表情が明るくなる。それと同時に、その嬉しそうな様子を見ている家族も嬉しくなる。人類は有史以来、髪を切ったり、身だしなみを整えたり、自らの身なりを綺麗にすることをしてきた。そしてこれからも、その営みが廃れることは決してないだろう。理美容業は人にとって欠かせないツールなのである。

がんを罹患すると、抗がん剤投与による副作用で頭髪、眉毛やまつ毛が脱毛したり、皮膚が色素沈着を起こしたり、手術痕が残り外見が損なわれることがある。そうなれば、仕事に行きにくかったり、冠婚葬祭に参加出来にくかったりと日常の生活に支障を来す。精神面においても、今までなら行うことが今は出来ないという現実を目の当たりにして気分が落ち込む。筆者は事業を行う中で、「美容は無くても困らないもの」「プラス $\alpha$ としての美容」としてではなく「美容を本当に必要としている人にこそ美容を届けなければ意味が無い」と考え、本当に美容の力を必要としている人に届けることで、「美容」という技術と手法を通してがん患者の心の健康を生み出すことが出来るのではないかと思うに至ったのである。16歳の時にがん患者を目の当たりして疑問に思い、ずっと頭にあったがん患者の「現状をなんとかしたい」という思いと、Happy Beauty Projectとしての使命が繋がった瞬間でもあった。

## 第2節 研究の目的

本研究の目的は、抗がん剤による副作用が原因で外見が変化してしまったがん患者に美容施術を用いたサポートを行う実践を通して、美容施術が「対人的効用」や「心の健康」を生み出すに留まらず、がんになっても今まで通りの生活を営み、よりよく生きる(Well-being)を実現することができるのではないかという問いを、実践研究を用いて明ら

かにすることである。

さらに、理容所、美容所がこれまで地域において果たしてきた地域内交流拠点としての社会的役割について見直し、美容・理容施術者や理容所、美容所がソーシャル・イノベーションの拠点として機能していく可能性について論じるものである。

本研究では、筆者が美容が社会に対して出来ることを提案することを目的として実際に行ったがん患者への取り組みやその一連の取り組みを、社会実験と呼ぶ。その社会実験において筆者は「ウェルネス」という視座を導入し、がん患者がよりよく生きることで、毎日の生活を支え、治療の苦しみのなかに置かれても生きるということを支える仕組みの構築が可能かを追求せんとした。そして、すでにかんで身体の健康を損なってしまったがん患者を、美容施術を通してその足りない部分を補うことで、従来のウェルネスの概念における「健康」の状態に近付けることに力を置いた。

そこで、本研究では Happy Beauty Project の起業とその一連の実践活動を通じて、美容術を使ったがん患者へのサポートを行い、その実践プロセスと成果を示した上で、その有効性について明らかにすることを目的に設定した。

なお本研究におけるソーシャル・イノベーションについては、これまでにはなかったような革新的な手法や発想を伴って、社会的価値を創造すること<sup>4)</sup> (西村, 2008年, 60ページ) と理解し、ここに定義しておく。

また、本論文では「癌」はひらがなの「がん」と統一して表記する。ならびに、通常美容室で美容施術をうける「お客さま」のことを、今回の実践とその表記に関して本論文で「患者」と表記する。

### 第3節 研究の方法

本研究の方法は、以下の通りである。

まず、理美容の歴史や概念を整理し、研究の構想や考察に必要な諸理論については文献の渉猟を行った。その際、筆者自らが「フィールド経験と理論的世界との統合を手がける実践的研究者」(小泉, 2007年, 2ページ) として、個性的でクリエイティブな研究を進めるべく努めた。次いで行ったのは、筆者自らが立ち上げた Happy Beauty Project の活動を通して、美容術を使ったがん患者へのサポートを行う実践的研究である。具体的には社会実験的手法を用いた。社会実験とは、現代社会に生起する問題の発見・解決に向けて実践活

動を通じてアプローチを行うことである。本研究における一連の社会実験はアクション・リサーチの手法で行い、その経過や成果についてインタビュー、会話録音、写真撮影、記述式アンケート・関係者へのヒアリングによってデータ収集を行い、エスノグラフィーとして記述した。

本研究の方法として採用したアクション・リサーチは、社会の現況を理解することを通してそれを改善することを目的にする点で、一般に行われている科学研究とは異なる(ハート, 2000年, 90ページ)。また、社会実践から出発し、社会実践のなかで研究され、即座に社会実践に適用される点がその特徴だ。さらに、筆者が、当事者であるがん患者とそれをサポートする理美容師らを巻き込みながら互いの知見を活かし合い、実践を通してよりよい社会への発展を追求するという活動であり、いわば、「知識共有と実践連動型の社会進化アプローチである。(草郷, 2007年, 255ページ)。とりわけ、従来型の実証研究アプローチには見られない特徴として、実践活動の改善を通じて、社会変容や社会進化を視野にいれ、独創的で継続的な取り組みを行っている点でもユニークであると言える。

#### 第4節 本論文の構成

本論文は6章で構成されている。なお、各章の関連性は図1に示した通りである。

第1章では、研究の枠組みを示し、筆者が研究に至までの背景と問題意識、本研究の目的、実践研究へのアプローチに触れ、方法と構成を述べた。第2章は本論文の実践の基となっているウェルネス概念について詳述した、さらにはがん患者が置かれている現状についても整理した。続いて第3章では現代社会における理容・美容に関する整理を行ったうえで、美容のもつ社会的役割について、第5章の実践に関わるポイントを中心にまとめた。第4章では、理容・美容における「公共」について、癒し・エンパワーメント機能とパブリック・スペース機能の2つの観点から整理を試みた。第5章は、筆者自ら立ち上げたHappy Beauty Project が、がん患者への美容施術の提供を行うために設置し、現在も運営しているがん患者専門個室美容室 Ccure において行った実践と、それに派生して始まった CanBe と wing wig の取り組みのフィールドワークの記録である。また、社会実験で行った4つの活動を整理し、「がん患者へ美容サポートを提供する意義」「関わる人の変化」「がん患者を後押しする美容」という3つの観点から考察を加えた。

最終章の第6章においては、美容術がどのようにがん患者に有効かを示すとともに、本

研究での課題と展望、筆者自身のキャリアデザインについて述べている。



## 第2章 ウェルネス概念

がんでもそうでなくても、人はみな「健康で楽しく暮らしたい」と願っているだろう。かつて、病気になることは自身の責任であった。しかし、世界一の高齢化社会日本となったことや、生活習慣病（糖尿病、脳卒中、心臓病、脂質異常症、高血圧、肥満）が死因の3分の2を占めていることなどから、社会全体の問題として捉えられるようになった。国民の医療費はおよそ38兆5850億円にも上り、5年連続上昇しているうえに国内総生産(GDP)の8.5%を占めるなど、負担になっている<sup>5</sup>（厚生労働省, 2011年）。つまり、個人の健康は社会にも大切なことであるという認識に変わりつつある。さらに、高齢化社会になり医療技術も発達し、人生の最期を迎える時の「やりすぎの医療の中での死<sup>6</sup>」とも言われる終末期医療などについても考えなければならない。どんなに医療が発達しても、日本人全員が「よりよく生き、よりよく死ぬ」ことにはまだ課題があるのだ。

近年、ウェルネス概念が注目されつつある。その基本的な考え方は「自分の人生には自分で責任を持つことを自覚し、より幸福でより充実した人生を送るために、自分の生活習慣（ライフスタイル）を点検し、自分で変えなければならないことに気づき、これを変革していく課程」（野崎, 2006年, 12ページ）である。このウェルネスの概念は、1961年にアメリカの公衆衛生医で医学博士のHalbert L. Dunn (1896-1975) が出版した“*High-Level Wellness*”によって提唱したものである。従来、健康を意味する言葉であったHealthから「より総合的で新しい意味をもつ健康概念」（野崎, 2006年, 10ページ）として論じられたものである。

Dunnは内科医として臨床を経験したのち、医療統計の仕事に転じた。国立人口統計局、また国立保健局において公衆衛生医として勤務し、統計分析や政策立案などにも関わってきた。先進国に共通する、国民の主な死因が最近やウイルスによる感染症から、食生活や運動など生活習慣に起因する疾患、いわゆる「生活習慣病」へと変化していった時代であった。Dunnはまさに、従事していた1930年代から60年代にかけてのその世界的兆候をいち早く捉えて、この対策のための理論の構築を試みたと考えられる。（野崎, 2006年, 10ページ）Dunnは国連世界保健機構（World Health Organization, WHO）がその憲章において健康について定義した“Health is a state of complete physical, mental, and social well-being and not merely the absence of disease and infirmity”（健康とは、身体的、精神的、社会的に完全に良好な状態であり、単に病気や虚弱でないだけではない）の

“complete well-being” すなわち「完全に良好な状態」について積極的 (positive) な解釈を行って、よりよい人生を送るための新しい「健康」の姿を提唱したのが「ウエルネス」である。

Dunn がこの概念を発案した社会的背景として、1960 年代当時の社会のあり方、すなわち産業革命と科学技術の進歩による生活の劇的な変化が人々の日常生活のあらゆる部分に緊張と社会問題をもたらすようになったことを挙げ、社会のありようとひとりひとりの健康とが密接な関係にあることを指摘している。西村は、「高度に文明化が進み続ける社会」と「<いのち>ある存在としての人間」との関係は決してよい発展をみせないことを予言したとも言えるだろう。そして「ウエルネス」な個人の健康にとどめることなく、「ウエルネスな社会」への道を着実に歩む社会的な取り組みが求められることも述べている。(西村, 2014 年, 36 ページ)

図 2 は、ライフスタイルを見つめ、病気になりにくい生活習慣を身に付けるところにとどまらず、より楽しく、より充実した人生を送るために日常的に「気づき、学習、行動、評価」を繰り返し、「ハイレベルウエルネス」(より高いレベル)を目指して自己変革していくプロセスである(図 3, 4)。なかでも、「前向きな積極性=プラス思考」を大切にすることが特徴的である。

また、野崎はウエルネスなライフスタイルを考える際の「情緒」、「環境」、「身体」、「精神」、「価値」という 5 つの領域を示している(表 1)。「価値」領域は他の 4 つの領域と中心となり(図 5)、それぞれに影響を及ぼしていると考えられる。ライフスタイルを変えていくためには「価値」の置き方、変え方についても気づき、学び、よりウエルネスな生き方にむけて行動を変容していくことが重要であることを示している。

野崎の示す「ウエルネスの 5 つの領域」に医療の現状を当てはめると、医療技術が発達・短期間入院・治療成果の上昇、そして高いスキルや専門性を持つ医師や看護師らの存在に支えられて治療が可能になってきたことで、「身体」のウエルネスは安定してきている。その「身体」がウエルネスな状態であることで、趣味や娯楽などを見つけて「生きがい」生きることもできる。そうすることで、ストレスマネジメントができ、「精神」と「情緒」も安定する。その様子を見る家族らも、社会も安心して患者本人を受け入れることができることでより良い「環境」が整う。このようにして、現在の医療現場における治療に対する「価値」の評価は高いと言える。この医療における現状はがん患者においても同様だ。がんと聞くと「死」を連想させていた時代と比べると、全国どこでも質の高いがん医療を

受けることができるように診療機能など一定の条件を満たした病院を厚生労働大臣が指定した「がん診療連携拠点病院」が各地域に設置され、平等で安心ながん医療を受けることができる体制作りが進み、具体的な治療においてもセカンドオピニオン<sup>7</sup>やインフォームドコンセント<sup>8</sup>の存在から、納得のいく治療を受けることができるようになった。がん患者たちの考える治療に対する「価値」、実際に治療を受けることが出来ること自体の「価値」も上がっている。

しかしながら、がん患者の場合、社会生活における「情緒」、「環境」、「身体」、「精神」の「価値」が上がっているとは言えない。長い月日をかけ、山あり谷ありの治療のステップを踏まなければならない中で、治療の苦しさと通常の生活を取り戻す難しさを感じる。今まで当たり前のように社会に接していた自身の存在に戸惑い、がんさえならなければ…と、健康が欠けている自身の「身体」にウェルネスの「価値」を見出すことが出来ない。今後のがん闘病生活を不安に感じ、これから先を見据えることが出来ないことで心のバランスが取れなくなる。社会ががんを持つイメージや、がん患者が社会から向けられるイメージは、必ずしもウェルネスではない。

現在、日本人の2人に1人が生涯のうちにがんになる可能性があり、3人に1人ががんで亡くなる時代といわれている。年間罹患者数80万人とされているが、数年前まではおよそ60万人、70万人とされていたことを考えるとどんどん増えている。その影には高齢化社会と、医療技術の進歩により小さながんでも発見されるようになったことと考えられている。女性でいえば、乳がんの患者の割合が高い(図6)。そして、最も罹患しやすい年代は40代である。40代といえはまだ子育てをしていたり、仕事をしていたり、そろそろ親の介護をしなければならない年代である。また、自身の身体においても、乳房を摘出せざるを得なくなりボディバランスが崩れたり、手術の後遺症により今まで通りの生活を送りにくくなったりと、罹患してみて初めて気付く困りごとに遭遇する。人生80年と言われる現代で、がん患者は再発の恐怖と闘いながら、残りの人生の約半分を「がん患者」として過ごさなければならないのだ。

早期発見することで治療の成果をあげてがんで死亡する人数を減らすため、早期発見・早期治療の重要性が唱われている。セルフチェック・検診率を上げるための活発なキャンペーンも行われている。2007年6月に策定された「がん対策推進基本計画」では、個別目標の1つとしてがん検診の受診率を50%以上とすることが掲げられた。5年後の見直しを経て

2012年6月に策定された「がん対策推進基本計画」では、「5年以内に受診率50%（胃、肺、大腸は当面40%）」が掲げられ、受診率の算定には40～69歳（子宮頸がんは20～69歳）までを対象とすることになった<sup>9</sup>。しかし検診率の伸びは実際には思わしくなく、目標の50%に届いていない結果である（図7）。健康な国民を増やすためにも、これ以上がん患者を増やさないためにも、がんを予防することも大切である。だが、実際におよそ80万人が罹患をしてしまう現状を考えると、がんを罹患してからのサポートが非常に重要になってくるのだ。

がんになった場合の大きな治療法は以下の3つだ。「手術（外科治療）」「薬物療法（抗がん剤治療。以下、抗がん剤と表記）」「放射線治療」である<sup>10</sup>。がんを罹患したと知った時点で、これからの治療生活や日常生活に不安な気持ちになるだけでなく、「治療のすべてに副作用がある」（上野, 2006年, 41ページ）ため、多かれ少なかれ今まで送ってきた生活とは違う生活を送る必要になる。副作用には内面的・外面的なものなど様々なものがあるが、特に抗がん剤の副作用からくる脱毛は、自他共に見える症状であるため、がん患者にとって精神的ダメージが大きい（表2）。喜多川は、「脱毛は有害事象のなかで軽視されがちであるが、患者の精神面に与える影響は大きい。脱毛の起こる可能性・時期・頻度についてあらかじめよく説明する。脱毛を極力避けたいと希望する患者には、可能であればそのようなレジメンを検討する。特に女性患者での配慮が重要である（喜多川, 2010年, 13ページ）」と述べている。

脱毛のメカニズムを説明すると、「抗がん剤による脱毛は成長期脱毛と休止期脱毛からなる。毛母細胞に対する傷害が強い場合は、毛母細胞の細胞分裂が抑制されて毛球が変成壊死を起こす（成長期脱毛）。毛母細胞に対する傷害が軽い場合は、毛器官は急速に休止期に移行する（休止脱毛期）。頭髮は細胞の90%が分裂の活発な成長期にあるため、最も脱毛が発現しやすい。眉毛・睫毛・陰毛・腋毛などにも脱毛が生じる。毛母細胞が完全に傷害されて消失することはないため、抗がん剤による脱毛は一過性、可逆性である。冷却により頭皮への血流を減少させる方法や薬剤（育毛剤、ステロイド外用薬、ビタミンEなど）投与などの予防法が試行されてきたが、臨床において広く利用されるような有効な予防法は確立されていない（玉木, 2010年, 181ページ）」

また、玉木は、「脱毛は命に関わる症状ではないが、患者がボディイメージの変化を受容できなければ治療継続が難しくなる場合もある（玉木, 2010年, 181-183ページ）」としている。このように、副作用による脱毛が受け入れがたく、治療をやめてしまう患者も

いるのだ。年間およそ 80 万人の罹患者のうち、全体のがん罹患者数の何割が抗がん剤投与をするのか明らかにはされていないが、毎年相当多数のがん患者が抗がん剤を使用していると考えられている<sup>11</sup>。そして、薬の種類にもよるが、医師に脱毛の可能性を告げられたがん患者のほとんどが頭髪の脱毛を余儀なくされる。髪の毛が抜けてしまうだけでなく、前述にもあったように睫毛や眉毛まで抜けてしまうのだ。抜けてしまうと容姿ががらりと変わる。外見の変化が仕事や日常生活に支障をもたらす。実際に、がん患者の就労問題に取り組む桜井なおみ<sup>12</sup>は、外見の変化だけが理由ではないが「がんを罹患した 2 人に 1 人、もしくは 3 人に 1 人が離職、4 割の患者の収入が減少、1 割の患者の治療変更（桜井, 2014 年, 6 ページ）」が余儀なくされてしまっている現状を伝えている。

がん患者は、自身が罹患した瞬間からさまざまな問題や不安の壁にぶつかる。自身の身体への不安はもとより、家族のこと、仕事のこと、家事・育児や介護のことなど多岐にわたる。それは本人だけの不安ではなく、家族もまた同様に同じ不安に陥るのだ（図 8）。

このような不安に対して、日本の医療現場での患者サポートの現状は十分ではない。アメリカでは、「チーム医療」でがん患者の治療に医療従事者たちは取り組んでいる。がんを治療する時、1 つの特効薬、1 回の手術でパッと治ってしまうような単純な病気でなくたいていのがん、手術、抗がん剤、放射線治療などを組み合わせて治療することになる<sup>13</sup>。こういう治療法を「集合的治療」と呼ぶ。さまざまな知恵を寄せ集める、という意味だ。当然、1 人の医師がすべての治療法に詳しいというわけにいかないので、手術の専門家、抗がん剤治療の専門家、放射線治療の専門家が集まって、どの治療をどの順番で、どのぐらいの割合で行うのがいいのかを話し合い合意を作っておく必要がある。このようにして行われる医療を、「チーム医療」と呼ぶと上野は述べている。さらに、これに看護師、薬剤師、栄養士、緩和ケア（痛みを和らげたり病状を抑えたりする）の専門家が加わり、1 人の症例について十数人が集まって侃々諤々議論する。そこでは、医師も看護師も薬剤師もみんな平等で、それぞれが専門家として意見を述べ合う。これこそが集学的治療の効果を最大限に引き出すことができる医療のあり方（上野, 2006 年, 24-25 ページ）だとしている（図 9）。日本の医療現場ではまだまだ分業されており、自らそれぞれの機関に手を伸ばさなければ必要なサポートにたどり着けないことが多いのが現実である。

そこで、「身体」の欠けを何らかのツールを使うことで補うことが出来れば、もしくは「精神」、「情緒」や「環境」において過不足なく補うことが出来れば、がん患者の闘病中におけるウェルネスの「価値」を上げることが可能である。

人は自身の「価値」を自身のウェルネスで評価する。どのようなウェルネスの「価値」で自分自身を評価するにもよるが、医療面の充実だけではウェルネスの「価値」が満たされず、「ウェルネスに生きる」ことができているとは言えない。社会生活からもがん患者を支えるために、自他共に欠けている身体と心のバランスを整えてくれる一片を美容は持っていると言える。

## 第3章 現代社会における理容・美容

### 第1節 美容とは

美容という言葉聞いて何が頭に浮かび、想像するだろう。美容師・美容所・美容学校 などという言葉ではないだろうか。これらの言葉は日常生活の中で頻繁に使われている。さらにそれらの意味する美容とは何を意味するのかと人に聞かれると、まずヘアスタイル(髪型)やメイクアップ(化粧)が挙げられるのではないだろうか。

広辞苑には、「美しい容貌。容貌・容姿・髪型を美しくすること・美粧。」となっているが、日本理容美容教育センターの発行する『美容文化論 1<sup>14</sup>』には美容という言葉はほかに、「美容体操・全身美容」といった用語もまた美容を表す言葉として記載されている。からだ全体にかかわる体調を整えるための運動、あるいは体型を美しくするためのシェイプ・アップのことである。これらの言葉はダイエット本などのタイトルに使用されていたりするが、美容と聞いてあまりイメージしにくい用語なのではないか。美容という漢字を分解して見てみると、美容の容には「かたち、すがた」のことで、容姿、容貌といった言葉があり、これに美がついている。合わせて、美容とは髪・顔・体型などの美しさ、または美しくするということになる。

美容に相当する英語はビューティであり、美しさや良いの意味がある。美容所はビューティ・パーラーまたはビューティ・サロン、米語ではビューティ・ショップと呼ばれている。

### 第2節 美容の歴史

美容の歴史は非常に古い。1970年に発刊された『美容現代史<sup>15</sup>』には、「人間が自分自身のありのままよりも、もっとよく見せたいという願望を持ち始めたときに始まった」と記述されている。日本においては、紀元前7500年前後から弥生時代の人々がどのような髪型をし、どのような化粧をしていたかという資料は非常に少なく、わずかな考古学上発掘物である土偶などから知るだけだ。一般人が土偶と同じような髪型をしていたと断定しづらいが、耳飾、貝輪(貝製の腕輪)、髪針、櫛などがある。髪針の存在は、すでに、髪が結われ、崩れるのを防ぐために使用したと考えられる。弥生時代になり、青銅器文化が大陸

からはいってくと、装身具にも青銅器が使用されるようになった。古墳時代になると、墳墓として多くの古墳を作った。この時代の装身具についてはおもに古墳に埋められた埴輪によって知ることができ、一般庶民たちにまで結われていたのかは定かではないが、この時すでに女性は結髪していたことも埴輪からわかる。飛鳥、奈良、平安前期は日本において、外来文化の影響が非常に強かった時代の1つとして大陸文化の影響が髪型や服装、化粧においても例外ではなかった。当時の画像や仏像に見られる髪型はほとんどが中国からの模倣である。平安時代から室町時代までは小野妹子が遣隋使として中国に派遣されて以来、あらゆる面において中国ナイズされていた。しかし、894年の遣唐使が廃止されると日本独自の文化が生み出されてきた。この時代の女性は、髪を結い上げることもほとんどなくなり、垂れ髪の美人が大いに認められて長い髪を誇りとした。『美容現代史』のなかでは、縮れ毛であったと伝えられる清少納言が『枕草子<sup>16</sup>』の中で、「うらやましきもの髪ながくうるはしうさがりばなどめでたき人」と、髪の長く美しい人を羨んでいる様子を紹介している。安土・桃山時代は、戦乱の時代で女性は子どもを産むための道具という扱いをされ、「女の腹は借り物」という言葉がこの時代の女性の地位を象徴していた。この動乱の時期、女性の髪型には大きな変化が見られるようになってくる。働きやすいように、何らかの方法で垂髪を工夫し始めた。室町時代末期より束ね髪になり、頭上に髷が作られるようになったのは桃山時代に入ってからである。しかし、髷を頭に乘せていたのは遊女らであり、庶民ではなかった。したがって、髷が一般的に広まったのは江戸時代に入ってからであった。江戸時代になり、1639年に鎖国が完成された。諸外国との交流を絶った国内は300年の間平和のもとで江戸時代独特の文化を育てていくこととなったのである。儒教思想に基づき男尊女卑が一般化した。そんな中で、遊郭の発達も著しかった。「遊里遊びも出来ないようでは、一人前の男として扱われない」というような風潮が出来た。遊女たちもまた、競って男性に媚びを売った。あの日本髪のおしなはしさは、遊里の女性たちによって生み出されたのだった。江戸時代に100種余りの髪型が世に生まれたが、年齢や身分、結婚などによって結うべき髪型が決められていた。『美容現代史』によると、女髪結という職業が江戸時代に生まれた。女性は毎日自分で髪を結うことがたしなみとされており、他人の手を煩わせることは恥とされていた。身分を問わず女性たちは髪を自分で結っていたので、髪を結えるようになったということは女性にとって一人前になった資格でもあった。女髪結が職業として一般化した後も武家の女性は必ず自分で結髪し、その習慣は明治に至るまで守られ、保守的な女性は自分で髪を結うのを当然のこととしていた。髪型が複雑に



なるにつれて髪結という職業が独立してきた。1727年(享保12年)から40年経った1764年(明和初年)にはすでに、女髪結が出現しており、大阪に住む歌舞伎俳優の妻が商売女たちの髪を結ったのが起源であったとしている。江戸では、1790、91年(寛政2、3)頃が女髪結の始まりと言われている。次第に価格も安価なものが登場するなどして、髪結いは非常に忙しくなり、櫛箱を抱えて東奔西走した。このようにして生まれてきた髪結は、時代を経るにつれ、その数を増していき、1804～1817年(文化)の頃になると江戸市中その日暮らしのものに至まで、自分の髪を結うものがいなくなった。女性が他の人に髪を結ってもらうようになったことで、現在の美容師という職業が成立したのである。ところが、江戸中期になり幕府の財政危機の徴候が見え始めた。武士や町人たちは贅沢を禁ずる法令が再三出されるようになった。それは華美な髪型にも通じることであったので、1795年(寛政7年)10月には、女髪結に対して転職が申し渡された。町の路地口には「女かみゆい入るべからず」の札が立てられるようになった。更に1841年(天保12年)12月には法律により女髪結業が停止された。違反者には厳しい罰則が科せられた。言い換えると、厳しい罰則が出来てしまうほど人々は女髪結の仕事は無くならなかったのである。このような時に最初に困ったのは、髪結に自分の髪を任せていたものたちだった。時間を重ねる毎に技術が難しくなっていた、当時の日本髪は、専門の手を借りないと結うことができなくなったのである。そこで女髪結たちは「看板さえあげなければ店を張った商売にはならない」、また「髪を結うことの巧い知り合いに頼んで結って貰うぶんには、お上のおとがめもないはず」というわけで、女性たちは自宅に必要な物を揃えておき、手ぶらで出向いた女髪結に髪を結ってもらい続けていたということである。よって、「女髪結所閉鎖令」は髪結所の閉鎖を行っただけで、女性の髪の奢侈化を妨げるには何の効果もなかったのだ。

1867年(慶応3年)10月、15代将軍慶喜の大政奉還を期に265年間続いた江戸幕府は幕を閉じた。社会風俗は明治維新を契機として大きな変化を示し出した。日本は外国からの文物を積極的に取り入れることに熱心だったため、日本古来の風習はすたれたものが多かった。これを文明開化といった。文明開化の波は、人々の生活様式を大きく変えた。明治4年頃からは洋服の着用が採用された。同年8月9日には「散髪、略服、脱力とも勝手たるべし」と大政官布告が発布された。これにより、男性の散髪風俗が定着していった。断髪令が布告される3ヶ月前には、このような俗謡が『新聞雑誌<sup>17</sup>』に掲載された。

半髪頭をたたいてみれば 因循姑息の音がする

惣髪頭をたたいてみれば 王権復古の音がする  
ジャンギリ頭をたたいてみれば 文明開化の音がする

髪を切ることが文明開化の最初の一步であると国民に訴えているこの俗謡は、髪という身体の一部がいかにか社会との関わりを示しているのかが伺える。しかしながら、後に断髪を拒否してまでちょん髷を必死に守ろうとした人が多くいた。それは、髪に誇りを持ち、自らの心の有りどころをしっかりと髪にまで意味を込めていたということではないだろうか。

女性もまた、果敢に断髪した者もいたが、文明開化時にはあまり多くの変化は江戸時代同様起こらなかった。女性の地位が相変わらずだった為に、日本髪の歴史は大きな変革を経た後でもすたれはしなかったのである。ところが、前述にもある新聞雑誌に掲載された俗謡を目にした女性が次の日に散髪してしまい、女性の断髪を想定していなかった世の中からは非難の目をあびたというようなこともあった。明治時代の半ば頃まで、女性の髪型に変化はほとんどなかった。束髪を結う女性が増加し、手間のかかる技巧的な日本髪を結う女性が減少したのは大正時代以降になってからのことであった。

いつの時代にも人は髪を切り、整えてきた。が、しかし、必ずしも順風満帆とはいかなかったはずである。度合いは違えども、物事には必ず良いときもあれば悪いときもある。筆者はそれを物が無く、日本国民が飢えた時代と捉えた。ところが、髪の歴史や、装いの歴史、理美容の歴史の資料はたくさんあったが、青木が「第二次世界大戦が終わってから、昭和25、26年の間は、いわば美容業界にとって空白時代」（青木、1971年、85ページ）というように戦時中も含め、その後しばらくの記録というものほとんどなかった。そんな中、社団法人日本理美容教育センターが発行する『美容現代史』にはしっかりと記録されていた。

1906年(明治39年)にドイツ人チャールズ・ネッスルによりロンドンで発明されたパーマネット・ウェーブは大正末になってアメリカから日本に入ってきた。一般に普及を見せたのは、国産パーマネット機が作られるようになった昭和10年前後であった。

昭和12年には日中戦争が勃発した際、国家の非常時に対応して政治経済面におとらず風俗面も様々な抑圧を受けることになった。昭和15年には国民生活のどの分野もすべて軍国主義でぬりつぶされ、軍需産業が生活必需品の生産に優先した。「欲しがりません勝つまでは」というスローガンが掲げられ、同年7月の7・7禁令により指輪、ネックレス、ネクタ

イピン、銀製品、絹、レース、象牙製品などの製造販売が禁止された。国民服が奨励され、東京の街をいく女性の色から、「パツとした五月の花園のような派手な色がうせて、たそがれ時の墓場のような、光沢になった」といわれるように、国民生活から明るい色彩が消えていった。そして「翼賛美人は骨盤の広い女性」というような、生めよふやせよ式の実質主義が広がった。女学生も防空訓練にかり出され始め、その髪型も従来のお下げに代わってやや短い三つ編みやオカッパが多くなった。年配者も次第に無造作なヘアスタイルになり、ただ髪を束ねて、丸めたままにしておいたり、止めておくぐらいになってしまった。世の中がそのような有様なので、パーマネント・ウェーブなどは大いに排斥された。昭和12年10月には、「国民精神総動員運動<sup>18</sup>」が始まった。その運動の標語には、「パーマネントはやめましょう」というものが入っていた。このような情勢に対し大阪方面では美容師の間になるべくパーマを生かしながらも目立たない髪風を考案することが盛んになった。しかし、昭和14年にはパーマネント・ウェーブに対する非難は非常に強くなった。「追い払え米英を…電髪女性の頭から」の印刷物の配布、「戦時生活破壊者パーマ」というビラの掲示、「あなたは何国人か」という皮肉な質問、それに子どもが言えば大方は恥じらう気持ちが起きるだろうという理由から始まった「パーマネント・ウェーブはやめましょう」という歌のような連呼がされた。同年9月頃、大阪で結成された淑髪美容協会は、感じの悪い異国風のパーマネント・ウェーブや電髪といった名前はさらりと捨てた。また、精動委員会の審査を受けて、いずれも地味なおとなしい感じのウェーブを生かした関係者の苦心の程がしのばれるような新しい髪型11種類の淑髪を発表した。そのような中でも、パーマネント・ウェーブの営業は続いていた。昭和18年になると、電力制限により、従来第四種電力<sup>19</sup>として使用が認められていた電気湯沸器、タオル蒸器、ドライヤー、電気アイロンなどを使用することができなくなった。電力使用は禁止され、国粹主義者からは、白眼視されたにもかかわらず、女性の間にはパーマネント・ウェーブを望む声は絶えず、前述のように戦時中は、種々の代用品が考案され、それによりほそぼそと営業が続けられた。昭和17年7月には、一流美容師が考案した「翼賛髪二種<sup>20</sup>」を世に送り出し、統一を図ることになった。美容師が翼賛的な髪型を発表するということは、時局に身を委ねたことであった。同時にそのことは、少なくとも美容師の側にまだ髪型を考案する余裕があったことを裏付けている。しかし、昭和18年、19年と次第に敗戦の色が濃くなり、生活必需品を含めたあらゆる物資が欠乏するようになった。それから、人々はただ生きることにのみ煩わされ、空襲が激化するにつれ、生命を保つことが精一杯で、ヘアスタイルのことなど気にし

ている余裕はなくなってしまった。このような太平洋戦争の末期は、大正・昭和と続いた近代美容の歴史が完全に中絶した時期であった。この空白期を中にして、やがて一足とびに戦後の豊潤な美容史が綴られることとなるのである。敗戦直後の食べるにこと欠く生活の中では、国民は自分の服装や髪型に気を配っている余裕は無かった。昭和24年頃までは戦時中から変わらない格好であった。ポーラ・ブラックが言った「美は人の心の奥深くに根差す願望に訴えかけるものなので、美の探求は人生においていつまでも力を持ち続ける」(ポーラ・ブラック、2008年、156ページ)という言葉の通り、一応食料事情が落ち着いた昭和22、23年頃から一般女性の髪にパーマネント・ウェーブが女性たちの間に復活してきた。その後、美容師が海外渡航したことや、新しい技術が輸入されるなどして、美容業界には新しい風が吹き込んできた。この様にして戦後も美容は再び女性たちのもとに戻ってきたのである。

社会の変動とともに美容業の発達、明治から大正・昭和にかけて新たな展開をしていった。都市の発達により、同時に都市生活者が増加し、いままでになかった新しい仕事が出現した。新しい知識と新しい技術が要求された新しい仕事をもった、いわゆる職業婦人が登場し始めた。女髪結は女性の職業がほとんどなかった江戸時代から、明治、大正にかけてほとんど唯一と言ってもいい、特殊な女性の職業だった。もちろん売娼、女中や芸事の師匠などの女性の職業はあったが、女髪結は技術を売ってかなりの賃金を得ていたという点で、もっとも近代的な職業であったと言える。しかし、女髪結の経済力が強かった割には女髪結の社会的地位は低かった。その理由は積極的に賃金を稼ぐことが出来る女性に対して蔑視感があったことであった。経済力の無い亭主は反対に代名詞として「髪結の亭主」と言われた。女性に学問は不要とか、男性に保護されるべき女性という世間一般の認識に一石を投じたことになる。そのような時代に、女髪結は、家庭と職業を両立させることができるという意味から、女性の職業として将来性があると考えられるようになった。1924年(大正13年)当時の東京市の調査報告書によると、美容術師、髪結いは技術能力が要求される職業に分類され、収入として上(経済的に独立ができてゆとりがある)と評価されていた。このことから、村澤は、「職業婦人として美容術師、髪結いの、当時の社会的評価の高さを理解することができる」としている(村澤、2005年、19-20ページ)。

この様に髪は長い歴史の中で少しずつ変化を遂げ、社会の影響を受けたり与えたりしてきたのである。そして、どの時代にも言えたことは、美容は社会の流れと女性には切っても切り離せない関係であったことが読み取れる。

### 第3節 「装い」と「美」のあらまし

#### 第1項 「装い」のあらまし

人はなぜ装うのかについて、装いと日本人の著者である樋口は、装身行為は「他の動物にみられない人間だけの行動である」としている。人間は、大脳以外、全身ほとんどが退化器官から成る哺乳動物で、しかも、全世界あらゆる環境の地に分布・居住しているので、生きていくために、本能をこえた暮らしに必要な技術をあみ出し、継承・発展させていくのだ。これは、他の動物には見られない人間だけの行為である。それを、広い意味で文化とよぶことができる。その文化の中で、人間は、身体の全体あるいは一部を、後天的に加工したり塗彩したりする装いの技術をもっている。そして、それを「飾る」というように、美しく表現するために行うのだと結果においては理解しているが、その動機や目的には、むしろ美しくみせるというようなものはすくなく、複雑ないろいろの目的や意義が重視している場合が多い。人間以外の動物の世界では、自然に備わった肉体の一部で自分の姿形を変えたり、あるいは誇張したりすることはある。しかし、肉体そのものを変えたり、肌を化粧したり、装飾的な衣装やアクセサリーを身につけるような装いの行為は、人間だけがもつ技術である。

また、装いの起源は、生活的であり、総合的であるとしておもな要素を4点にわけ分析している。第1は本能による装い、本能的要素である。これは人間にかぎらず、すべての生物が先天的にもっている衝動である。本能の第1は、生命欲求本能で、生命体の単位である自分自身の生命を守ろうとするものと、同時に人類という系統的生命を持続させようとするものがある。関連して、強すぎる刺激や寒さから身を守るため、表面的、感覚的には、快楽を求めるという形で発現する。人間は、色彩や形や音についても、快、不快を感じる。そして、快く感じる音や色彩や形の整ったものに美しさや安らぎを感じ、芸術の域にまで高めている。これも、快感を求める本能に基づいたものといえる。こうした色や形から受ける快感を求める本能が、肉体を対象に考えたときに、広い意味での装身法、化粧法、衣服、アクセサリーなどが生まれたと考えられる。性欲は、系統的生命要求の本能から生まれたものである。したがって、本能的欲求から起こった装身行為には、性欲や性習俗と関係するものがきわめて多い。異性への刺激、本人の性感の増大、性器の保護などが、結

果として、装身行為の一部になっていることがある。第2要因は、社会的識別や、年齢的識別の事実を表現しようとする意志。第3要因は、信仰的目的である。赤色を悪霊の入り口である口、鼻、耳などに塗れば、病気や災害から身を護れると考えた。口紅を塗ることもそこから始まった。身体に赤い色を塗ると、呪力が働いて魔除けになるとする風習はあちこちにあり、顔や胴、手足に紋様を描くものもある(樋口、1980年、10-15ページ)としている。さらに、西洋化粧文化史の著者、青木は化粧の1つとして社会的地位と宗教的なものによって行われた入れ墨についても述べている。入れ墨は肉体損傷の風習、記念記号や部族階層・所属集団の表示、勇気と資力の誇示や男尊女卑など、色色の目的の重複によって用いられている場合が多い。これは今日においても未開発国においてなおかつ行われているし、入れ墨においてはアメリカなどの諸国においても行われている。そのことについては論理的に解釈できない面も多々あるとしている。そして第4の要因は、暑さや寒さを防ぐ手段として装い、とくに衣服が生まれる。ほかに、敵から襲われるのを防ぐために衣服で身を護ったりする実用的装い(青木、1979年、17ページ)と述べている。

では、このような装身行為はいつごろから始まったのか。現在わかっている最古の人類はタンザニアで発見された約百万年前の化石、アフリカ原人(ジンジャントロプス)といわれているが、装身行為の痕跡は発見されていない。装身行為は旧石器時代後期のヨーロッパではっきりみられる。おそらく、旧石器時代の終わり頃、つまり、4、5万年前頃から、人類は化粧をしたり装身具のようなものを身につけはじめた(樋口、1980年、1016ページ)。樋口の述べるように、生活的・総合的な面で4点の要因から考えることが出来る。しかしながら、女性の社会への関わり方や男尊女卑などの要素が大きく装いへの影響を与えていたことも事実である。

10世紀頃より中国では、「文化」として1915年までのおよそ10世紀近くの長い間女性に対してのみ纏足<sup>21</sup>が行われてきた。纏足とは、足を縛り骨を変形させることで成長を止めて小さな足をつくるのが目的とされていた。足の大きさが小さければ小さいほど良いとされ、良い縁談が結べた。美人の欠くべからざる条件であった。子どもの頃から始める纏足は3年がかりで完成した。足の大きさには名前が付けられ、三寸金蓮、新月、弓足、春筍の順に美しいとされた。膿瘍や壊死などが原因で死亡などの報告もあり、女性にとっては生存をかけた制度だった。(鳥越、2008年、73ページ)津田はロココ時代<sup>22</sup>に、外交上問題視されるのをさけて、政府は宮廷に住む女性に紅をつけることを強要したこともあったという。装いの文化が高く評価されはじめた時期で、軽快優美、繊細なロココ様式のモード

は、生活のなかの芸術として認知された。その背景には、女性が社交界での役割を自覚し、その役割を果たす手段として、装いに配慮するようになったことがある。(津田、2003年、6ページ)その同時期でもある13世紀半ば頃から18、19世紀にかけて女性の身体に様々な変化を起こさせたコルセットの文化もその1つといえる。女性たちは貞節のしるしとしてコルセットを身に付けていた。コルセットは強姦からの防御のためとされて、着用しない女性はみだらだとみられた。ところがコルセットはウエストを強く締め上げることにより、骨の変形、内臓、呼吸器、循環器系、生殖器疾患などを患い失神しやすくしていた(吉岡、1994年、35ページ)。女性にとって、病気であることが美や貞節のために必要だった。

また、現代でも行われているものにアフリカ大陸などで女性が受けている女子割礼、女性外性器切除、陰部封鎖<sup>23</sup>などがある。割礼の理由はやはり切除によって清純な女性の身体になることが目的とされている。女性割礼が原因で、出血や感染症での死亡も多い。纏足とは性感昂進のため、女性器切除は性感末梢のためである。どれも清純で清純さを見せるために、そして男性のために行われた。変工は健康な女性の身体を制度により障害にし、それを美、貞節、結婚の条件としてきた。美の制度もまさに暴力だ。しかしながら、いずれも貞節と美のためとされて美しい言葉で飾られており、女性は弱く、守られるべき性(鳥越、2008年、76ページ)とされた。「美ははかないもの」という言葉があるが、まさにこれらの文化を象徴している。このようにして、装うという行為は、様々な時代、様々な考え方が理由で発展していった。

## 第2項 「美」のあらまし

前項では「装い」について述べた。本項では「美」についての論考を取り上げ、その違いについて述べることにする。

春山は美容の語源について、「1922年(大正11年)に資生堂がわが国はじめて新しい美とモードを創造するため、美容科、美髪科、洋装科をつくった時から一般化した言葉だった。資生堂の意匠部長だった三須裕は、美容科はドイツ語のKosmetikに準じたもだとして、美顔術といっしょに美容皮膚科を併設した(春山、1987年、36ページ)。」と述べている。

きれいとは何か。美しさとは何か。景色を見ても、洋服を見ても、きれいという言葉が頻繁に使用される。特に女性たちが多く使用するのではないか。そして、数多くの文献できれいとは何かの議論がなされてはいるが、明確な答えは書かれていない。人においてア

レックス・クチンスキーは「美しい女性とは一般的に、若くて健康な女性」という認識がなされているのではないか(クチンスキー、2008年、162ページ)としている。しかし、多数の文献には、鳥越のように「一般的に対象が何であれ、すべての人が「きれい」と評価することは珍しい。好みの髪型やメイクなどが人によってそれぞれ違うのも、個人個人の美意識は異なっているということであり、きれいの基準も同じではないはずである。主に女性を対象とすると、美しい女性かどうかをめぐっては、国により時代により、違った基準が存在する。」としているのである。そしてまた、「常に同じということはない。「きれい」や「美」を決めるには、自分であれ、他人であれ、評価する人の心のありようも重要な要素となる。美とは、人間的なものである(鳥越, 2008年, ii-v)。」とも述べている。美は主体とそれを取り巻くものと大きく関わっているものなのではないか。

また、千村は、「美」とはそれを見る人の感性が受けとめて感動するところに成立するとしている。そしてやはり、その対象を美しいと感じるその人の価値観はあくまで感覚的なものとして、食べ物の好き嫌いにも通じているという。例えば、好きなものは美味しいし、嫌いなものはまずい。ただそれだけの単純明快な味覚というその人の感覚的価値観に基づいている。しかし、感覚は皆同じではないし、押しつけることも出来ない。そこで「美の原理」ないし「美学」が登場するのだ。ただし大切なことは「美の原理」によって美しさを生み出すことはできないということである。「美の原理」とはあくまで感性に訴える美しさを、なぜこれが美しいのかと説明・解説していく手がかり・手段なのであり、相手が納得すべく相手を説得するということなのだ。こうして感覚的価値観が相手に受け入れられたとき、相手はその美しさに感動する(千村, 2005年, 2ページ)。

このとき、忘れてはいけないのは、今道の述べる、美とは「存在の恵み」であり、「人間を人間たらしめるもの」であるということである。真・善・美は、人間の文化活動を保証し、かつ、刺戟してやまない価値理念である。幸福や健康や才能や富や快楽や権勢や名誉や便益などの一切がそなわった人物がいても、もしその人が真・善・美の追究を捨て去るならば、その時点から獣に堕ちてしまう。それはなぜか。それは、幸福や健康と並べて列挙した一切のものは、その具体的な状態は千差万別であるにしても、多くの高等動物の生態の中で充分見出される現象であるからにはほかならないからである。これに反して、動物の中には、本能的に備わった自然的真(たとえば正確で誤りのない信号的伝達)、自然的善(母親が仔に対して示す情愛や養育のための犠牲的行動など)、自然的美(走行する姿勢の見事さや羽毛の色彩)は認められても、それらの価値を自然的な水準を超えてさらに磨き



上げ創り出していくような営みもない。また、発見されることや、創り出されたものを前にしての内的な喜びもない。さらに、そのような営みや喜びを刺戟する真・善・美という理念の自覚は認められない。そういったことはすべて人間の特色で、これらがあるために、人間には、文化活動が維持され、世代の交替しかない動物と異なって、歴史が成立しているのである。今道は、「美は、天賦の能力がなくても、そういう能力に恵まれている人の仕事を通じて享受できる価値としてあり、しかもこれを体験したとき、人は幸福な輝きの中に立つ。」そして確かに、「挫折し苦しむことの多いわれわれに差し出された存在の光のようにも思われる(今道, 1973年, 12-15ページ)」。このように、美は人間の希望である。

#### 第4節 美容と理容の違い

##### 第1項 業界における制度の違い

本節では、美容と理容の違いについてまとめる。そもそも、仕事としての美容業界と理容業界は、制度の上で大きな違いを有している。

美容師法が制定されたのは、1957年(昭和32年)6月3日のことである。それまでは美容業だけを規制する単独の法律はなく、理容師美容師法という法律で、理容業と一緒に規制されていたのである。この理容師美容師法は、理容業に関することをあわせて規定していたという点を除けば、その内容は現在の美容師法とほとんど異なるところがない。この意味で美容師法の歴史は、理容師美容師法(最初は理容師法といった)の制定された時期(1947年・昭和22年)に始まったといえる。

1947年(昭和22年)に理容師法が制定されるまでは、美容業は法律によってではなく、それぞれの都道府県の実情に応じた取り締まりが行われていた。その取り締まりの歴史は、たとえば東京都の場合、1901年(明治34年)の理髪営業取締規則の制定にまでさかのぼることができる(この規則では、現在の理容のことを剪髪〔せんぱつ:髪を切ること〕、美容のことを結髪〔けっぱつ:髪を結うこと〕といい、両方あわせて理髪〔りはつ:髪を整えること〕といった)。当時の取締規則の内容は、都道府県によって違いはみられたが、かなり似たものであった。ただ、これらの規則はいずれも、国の官吏〔かんり:旧制度下での役人〕である都道府県の長官や知事が、その独自の判断によって制定されたものでなければ、なんらかの法律で都道府県の長官や知事がそのような規則を制定してよいとされたものでもなか

った。一般的な行政権の行使として規則の制定が行われ、現在のように保健所が美容業の指導を行うのではなく、警察当局が指導を担当していた。したがって、当時の美容業に対する指導も取り締まりの色彩が強く、現在とは違ったものであったといわれている。

数度の改正を経て、1951年(昭和26年)に理容師法から理容師美容師法に改めた。これは、美容師に関する制度の理容からの独立を主張してきた美容業界の要望を反映したものであった。この改正では、このほか、養成施設卒業者に対する無試験免許制度の廃止や、美容所以外の場所での業務の制限の制度の導入なども行われた。

これまで述べたとおり、1947年(昭和22年)に理容師法が制定されてから、理容業と美容業は1つの法律によって規制されてきた。その理由は、江戸時代以来、髪結いという共通のルーツをもち、ともに頭髪や顔面に対する施術を行うこと、衛生面からの規制の手段・方法も共通点が多いことなどであった。しかし、客のニーズの変化や利用できる技術の進歩などにより、理容と美容の業務内容はそれぞれ専門性・独自性を高めていき、特に、パーマ・ウェーブや美顔術の導入によって施術内容を大きく変化させた美容業界から、制度を理容から分離させて、美容だけの独立した法律を制定してほしいという要望が、かねてから強く出されていた。この要望にこたえて、この年、新たに美容師法が制定された。同時に、それまでの理容師美容師法も改正され、名称が理容師法となり、美容に関する規定が削られて、理容だけを規制する法律となった。

1960年代後半に入ってから、美容所の数は著しく増加した。しかも、次第にその規模が大型化してきた。このことは、大型化した施設の維持管理や従業者の作業についての衛生的な管理などの必要性を増大させた。そのため、常時2人以上の美容師のいる美容所では、特に衛生的管理を徹底するため、管理美容師をおくことが義務づけられた。以上が、昭和40年までの改正経過である。理容からの美容の独立、美容の専門化・衛生管理の向上の必要性からの改正が行われたといえる。

#### 美容師法（目的）

第一条 この法律は、美容師の資格を定めるとともに、美容の業務が適正に行われるように規律し、もつて公衆衛生の向上に資することを目的とする。

第二条 この法律で「美容」とは、パーマ・ウェーブ、結髪、化粧等の方法により、容姿を美しくすることをいう。

2 この法律で「美容師」とは、厚生労働大臣の免許を受けて美容を業とする者をいう。3 この法律で「美容所」とは、美容の業を行うために設けられた施設をいう。

#### 理容師法〔目的〕

第一条 この法律は、理容師の資格を定めるとともに、理容の業務が適正に行われるように規律し、もつて公衆衛生の向上に資することを目的とする。

第一条の二〔定義〕この法律で理容とは、頭髪の刈込、顔そり等の方法により、容姿を整えることをいう。

②この法律で理容師とは、理容を業とする者をいう。

③この法律で、理容所とは、理容の業を行うために設けられた施設をいう。

この理容師美容師法が制定された51年後の1998年4月より、理容師・美容師免許が国家試験化された。国家資格化された大きな要因の1つに、理美容師法にもある、刃物を扱い、薬品を使用する職業の1つとして、公衆衛生面を危惧されたことだった。そして、理美容師の社会的地位の向上を目指したことである。理容師美容師国家試験を受験するためには、厚生労働省が指定する理容師美容師養成施設で、必要な学科と技術を身に付ける必要がある。昼・夜間課程を2年間、もしくは、通信課程に3年間通わなければならない。インターンと呼ばれていた1年間におよぶ実地訓練生制度は、1998年に廃止された。理美容師養成施設の入学資格も、原則として高校卒業以上とされた。

理美容師国家試験は、厚生労働省指定の試験機関、財団法人理容師美容師試験研修センターが実施している。試験には実技と筆記試験がある。それらは財団法人理容師美容師試験研修センターが指定した理美容師養成施設などで行われる。学科試験は3月と9月の2回あり、実技試験は1月と8月の2回において行われる。理容師と美容師には理容師美容師法があることはこれまでも述べた。しかし、美容術は理美容師が行うものだけではなく、エステサロンやネイルサロンでの施術も美容術に含まれる。エステサロンやネイルサロンで働く従業員たちは、美容師理容師免許を持っている場合もあるが、民間資格というものを取得し、従事している。民間資格とは、民間団体や企業(美容の場合、化粧品会社など)が、独自の審査基準を設けて任意で認定する資格である。企業によっては国家資格や公的資格と同様に知識や技能があるものとして広く認知されているものもあるが、業界では、エス

ティック、ネイルケア、メイクアップは一定の能力担保がされていると認知される。しかし、必須のものではない。業務そのものは、資格が無くても行うことができる。

## 第2項 理容所・美容所の現状

まちでよく見かける理容所と美容所は全国に一体何件あるのか。そして、現在働いている理容師美容師は何人いるのか。施設数と従業員数について述べておきたい。厚生労働省が発表した2013年度末現在の全国の理容所美容所施設数/従業員数についてのデータを紹介する。

そのデータによると、2013年度に厚生労働省の報告している美容業の全国施設数は23万4089軒、従業員数は48万7636人となっている。前年度に比べ2万955軒、8127人が増加したとしている。10年前と比べると2万3294軒増加している。一方、理容業の全国施設数は12万8127軒、従業員数は23万4044人。増減は前年度と比べると2083軒、4022人が減少した。10年前と比べると、1万2003軒減少している（図10, 11）。

このように、徐々に美容業に携わる人口が増えてきたなかで、理容業に携わる人口が減少してきた。上記の数字は、理美容業全体の施設数と従業員数であり、理容師と美容師を分けているわけではなく、資格を持っていても従事していない人は人数に入っていない。そう捉えるとデータ以上の人数が理美容業界にはいると考えてもおかしくはない。そして、実際はデータ以上の理容師の少なさである。表3は1998～2012年の理美容師免許登録者の人数を示すものだ。1998年には美容師に対して28%の人が免許申請をした。しかし、2012年にはたったの8%である。この10年以内に2桁を割った。同時に、近年理美容学校への入学者数が減少しているのである。2013年度は久しぶりに理容学校および美容学校の入学者数（昼夜間）が前年度より増加した<sup>24</sup>。理容学校は1218人で前年度比120人(10.9%)増、美容学校は1万9029人で384人(2.1%)増だった。理容学校への入学者数は前年度、前々年度と一段と減少傾向を強めていたが、25年度は10%を越す増加を示し、3年ぶりに1200人台を回復した<sup>25</sup>。1999年頃よりテレビでカリスマ美容師なるものが取り上げられ。次年度の入学者数は過去最高の1万4416人が入学した。2007年の理美容ニュースは、理美容所で働きながら学べる通信課程は「働きながら学ぶ」というスタイルの苦学を嫌う若者からの支持が低いことと、法律上免許を持たない学生がクライアントに施術出来ないなどの問題や国家試験合格率の低さなどが原因で減少してしまったと述べていた。全国理容生

活衛生同業組合連合会<sup>26</sup>では、理容業存続のためにも高校生らを対象にした理容のPR活動を最優先事業に位置づけ活動している。北日本新聞は、「理容所は中年向け」のイメージが強く、近年は男性でも美容所で髪を切る人が増加していると伝え、富山市下新町の県理容美容専門学校理容科の入学者数2008年を2人下回り、3人になったと危惧しており(2008年8月1日、北日本新聞)、京都新聞も2008年の理容科入学者数が、京都で11人、滋賀で2人しかいないと伝えた(2008年12月19日、京都新聞)。どちらの記事にも、美容科から理容科に若者が流れるようにイメージアップをはかることが必要だと理容業界が考えているとしている。だが、若者の理容に対するイメージは簡単には回復しそうにないのが現状のようだ。インターネットリサーチ会社である「マイボイスコム<sup>27</sup>」が2008年に15004人を対象に調査した結果(図12-14)、理容所のイメージは、「男性向け」が65%であった。反対に、美容所のイメージは「女性向け」と感じる人が62.3%と、「男性向け」イメージの65%から約3ポイント下回った。前章でも触れたが、理美容師の歴史では、理容師は男性のためのもの、美容師は女性のためのものとされてきた。その社会通念が崩れつつある。実際に美容所に行く男性が増加してきている。「美容所は女性のためのもの」という考え方は薄れてきたのだ。2位になったのは「価格が手ごろ」41%である。それとともに、「対応が早い」18%も挙がっている。近年、まちには10分1000円でカットをする理容所の姿を見る。何割かの人々が、このような安くて早いところを求めてしまっているのだ。早いところは、待ち時間もなく、施術が終わればその店舗を後にする。そして、「中高年向け」というイメージが美容所では1.8%という結果だったにも関わらず、理容所では28%という結果であった。反対に、美容所は「おしゃれ・センスが良い」44%、「高級感がある」30%、「若者向け」25%であるなど、ポジティブな意見が多い。また、「家から近いという事が理美容所を選ぶポイント」であるというのが41%という結果もある。厚生労働省の発行した全国の理美容施設数で見ると、理容所は美容所の施設数のおよそ60%である。映画やドラマなどで見ることもできる懐かしい風景や町並みには必ずと言って良いほど、赤、青、白のサインポールがくるくると回る理容所の姿を見ることができる。それほど理容所はまちに必ずあった光景だったのだ。しかし、現在では目に付く理容所の数も美容所に比べると少ないはずである。となると、男でも家から近いところに理容ではなく、美容所があった場合はそこに行くだろう。まして、「おしゃれ・センスが良い」や「高級感がある」などのイメージがあるならなおさらだ。このような社会の動きが、理容業界を追い詰めていると言える。

このように、イメージアップをはからなければならないと言われている理容業界だが、利点もある。それは、男性美容師が30代を過ぎると美容所にいることが難しくなるとされている美容業界とは違い、元気であれば定年無く働くことが出来る。高齢化社会のなかで、「美容所は若者の行くイメージ」とされている美容室に、徐々に年齢を重ねてきた人や、高齢者には行きにくくなる。将来的に理容所が必要なのだ。また、剃刀を使用した施術行為も、理容師の専売特許である。こういった「息の長い理容」を次世代に知ってもらうことで、理容業界にまた安定した空気が再び流れることを理容業界は願っている。

## 第4章 理容・美容における「公共」

### 第1節 癒しやエンパワーメントとしての美容

化粧をしている人に「化粧をするとどんな気持ちになるか？」という質問をすると「人に会いたくなる」「外出したくなる」「何かしたくなる」「自信が出る」「積極的になる」といった前向きなものがある(鈴木, 互1993年, 278ページ)。化粧を施さない人もいるが、人は出掛ける時やパーティーなどに行く時化粧をする。まちには化粧品やケア用品があちらこちらに並び、大学では就職活動の支援(就職セミナー)の1つとして、印象が良く見えるメイクを教えるメイク講座というものも開催されている所がある。筆者自身も、化粧をして出掛ける。肌を少しでもきれいに見せたり、目元を少しでも華やかにすると気持ちが高揚したり、今日も頑張ろうと思ったりする。化粧をしない人がいるなかで、化粧をする人がいるということは、化粧に何かを期待し、プラスの効果を感じるからだとされている。菅原はそれを「化粧の効用感」と呼ぶ(菅原, 2001年, 103ページ)。松井らは673名の女性を対象に、化粧度<sup>28</sup>の高い人たちが低い人に比べてどのような効用感をより強く意識しているのかを検討した。その結果、化粧度の高い人たちにこのような特徴的な3つの効用感が見出された。第1の効用感は「化粧行為自体が持つ満足感」で化粧による自己愛撫の快感や想像の楽しみ、変身願望の充足など、1人で鏡に向かっている場面での自己満足感である。第2の側面は化粧で欠点を隠したり、あるいは美しさを強調して優越感や自己顕示欲を満足させたり、自己の社会的役割や場の規範に同調したイメージを作ることなど、主として対人場面でのメリットが含まれる「対人的効用」だ。第3は、個人の自信や積極性が高まり、社会的適応や心理的な安定感を促される「心の健康」(松井・山本・岩男, 1983年, 21, 30-41ページ)となった。

実際に、鈴木と互が168名の女性たちに化粧をした時の気持ちを調査し、選出した30語の言葉がある。それは、上記の5つに加え、「明るくなる、ストレスの解消になる、緊張する、気分転換になる、気持ちがよい、リラックスする、やる気が出る、表情が明るくなる、うきうきする、自分が好きになる、女らしくなる、落ち着く、晴れ晴れする、やさしくなる、安心する、優越感を感じる、若々しくなる、恥ずかしくない、くつろぐ、いきいきする、自信が出る、うれしい、人に会いたくなる、引きしまる、楽しい、さわやかである、穏やかになる」の30語である(鈴木・互・1993年、277ページ)。これらはすべてポジティブな言

葉であり、松井のいう化粧の効用感第1から第3で示す「化粧行為自体が持つ満足感」、「对人的効用」、「心の健康」に合致するのだ。「化粧」という語を、石田のいうように「入浴、洗顔、洗髪、歯磨きといった日常の衛生行為から、ひげ剃り、整髪、ヘアカット、パーマなどの、理容所や美容所で行われている行為、それに、スキンケア、メーキャップ、ボディーペインティング、さらには、いれずみや抜歯、植・脱毛や、エステティックサロン、美容外科で行われていることなどの外科的身体変容までの、かなり広い範囲を想定して使う」とすると、美容術には「おしゃれには、おしゃれをする人の気持ちを変える力(石田, 1995年, 15ページ)」があるのだ。

石田は現象学の立場から、社会のなかで行動する人間の内面的変化と外面的な変化との相互作用に着目し、美意識を具体的にどのような態度で追求するかという観点で、「みたて」「したて」「やつし」という概念を提示している。「みたて」は例えば「自分自身をお姫様に見たてる」ことや「庭園の白い砂を水に見たてる」というような自分や他者の想像上の作業である。「したて」は他人に化粧をしたり、絵を描いたりする現実の行為、そして「やつし」は自分が美容師にメイクをしてもらう行為や、豪華な衣装を身にまとっている状態のことを指している(表4)(石田, 1995年, 130ページ)。

さらに、「したて」や「やつし」からは「たたえ」という感嘆や、新しい体験としての「みつけ」という発見が起こることを入れて、次の図15を示している。しかしこの「みつけ」には不確実性がともない、「やってみなければわからない」という要素が「やつし」の面白さであり、また「やつし」には勇気がいると、石田は指摘しているのである。さらには現代社会、あるいは私たちの生活世界にあって、「私たちの生活を豊かなものにするために、自分の身体を素材にする「やつし」の重要性を忘れないでいてもらいたい(石田, 前掲書, 139ページ)」と、その意義を強調している。

このようにして、美容術は他者への印象をも良くすることがあるということもいえる。美容術そのものがもつ、「みたて」「したて」「やつし」のやりとりは、人々の癒しやエンパワーメントにつながるのである。さらに、性格心理学者の菅原健介は、化粧が自己意識に与える効果について、美容術を施した人らが、「人に会いたくなる」や「外に出たくなる」といった積極性の高揚や「頑張ろう」といった緊張感は自己完結的な満足ではなく、「外見」を通して「他者からの反応」を得ることで、社会が自己に期待する社会的期待に応えようとする動機的な高まりとみなすことができると述べている。「外見」「他者から



の反応」 「アイデンティティーの自覚」は三位一体となって個人の社会的自己を支えており、外見が内面をつくり出すという可能性について指摘している(菅原, 1993年, 159ページ)。

美容術に色彩は欠かせない。ヘアスタイル、ヘアカラー、メイクアップやネイルカラーなど、どの技術をとっても形や色が、服飾などと切り離せない関係を持っている。お互いをより良く見せるためにそれぞれが服装やその施術を施した人に合っているかが重要なのである。例えばそれぞれの色がその人の肌色(スキントーン)合わなければ、良いものも悪く見えたりする不調和を生むことがある。反対にぴったりと合うものであればより良く見せ、それらは調和や効果を左右するのだ。また、小林によれば形や色のバランスだけではなく、色によっては、「心を興奮させ、また落ちつかせ、静める働きをもつものがある。どんな色相の色でも、それが冴えた色調であるときは、心をうきうきと弾ませ興奮させるし、灰みを多分に含んだ色調では、心を沈静させる感じをもつ」と言う。(小林, 2005年, 88ページ) これら色の持つ働きが女性の気持ちを高揚させるということだ。例えば、ヘアカラーや化粧であれば口紅、アイシャドウやアイブローであったりする。筆者の用いた美容施術には様々な色を用いることで気分の高揚感つくりだすことが出来るということである。

少しだけヘアカラーについて説明する。ヘアカラーは女性にも男性にも馴染み深い美容施術である。ヘアカラーを施す技術者のことをカラーリストと呼び、Anonは「1980年代までにカラーリストという新しい職業が確立され、90年代初めにはブロンドだけで約500種類の色調があり、本当に優秀なカラーリストは一度にその20種類を使う」という。(Anon, 1991年, 325-326ページ) このように、数百種類もある色調のなかでクライアントにピッタリの色を見つけて髪を染めるという行為は決して単純ではない。実際に世界の頂点で活躍するカラーリストたちは、イメージする完成図に向かいありとあらゆることを考え、色と色を混ぜ合わせたり、薬品の定着時間を変化させたりして創りだしていくのだ。カラーリストはあらゆる可能性を駆使する。したがって、Schifterのいう通り、「髪を染める技術は体系化されていく。技術は科学となり、科学が技術を生む」。ネイリストにもカラーリストにも言えることは、色は職業をも生む。カラーリストは色を創りだし、新たな作品を世に送り出すとして自らをアーティストと言う技術者もいるが、絵を描いたり食器を作ったりするアーティストたちと彼らは違うのだ。その点で、Schifterは「彼らは、髪を染めることで毎日何百人もの人を変身させる職業集団で、芸術家が大衆文化においてそれ

を望んでも、決して果たせるはずがない。カラーリストがアーティスト以上なのは確かだ」という。(Schifter, 1991年, 44・48・52・54ページ)同時に、グラント・マクラッケンは女性と色の関わりについて、現代は「自己デザインのために色が用いられる。女性は色を使って、年上に見せたり若く見せたり、優しく上品な印象やあけすけで手強い印象をつくり出す。ある関係が終わってしまったこと、ほかの人と新しい関係を始められることを色によって知らせることもある。女性たちは色を自在に操ることによって、いままでの自分に別れを告げ、新しい自分を探求すると」述べている(Grant McCracken, 1998年, 159-160ページ)。

前述でも述べた通り、色は美容術には欠かせない。だからといって、施術の際はクライアントに技術者の好みの色や似合うと思った色を一方向的に押しつける技術をするわけでもなく、満足してもらわないといけない。そのため、理美容所ではカウンセリングが行われる。色についてだけではなく、美容術をクライアントに施術する際、ヘアスタイル、ヘアカラー、メイクアップやネイルカラーのすべてのシチュエーションにおいて施術前にコンサルティングを行う。

それではここで、カウンセリングとコンサルティングの言葉の意味について述べておきたい。『美容技術理論<sup>29</sup>』によれば、カウンセリング(counseling)とは、「無心になってクライアントの話を聴く。カウンセラーはクライアントの鏡となり、聴いた内容の確認を行う。クライアントは自分が言ったことが正しく伝わっているか確認ができ安心する。」ことで、コンサルティング(consulting)とは、「クライアントの知りたいことをプロの立場からアドバイスをし、そのアドバイスにより実行、行動を起こしてくれたかを後日確認する。クライアントが実行して初めてカウンセリングが成功したといえる。」と説明している(日本理容美容教育センター, 2005年, 37ページ)。ちなみに美容術にはどちらが使用されているのかといえば、エステティックにはコンサルティングが使用されているとしているが、「エステティックはからだの美容と心の美容との両面美容」と言われているため、明確に言えば「カウンセリングに加えてコンサルティング」という「1人2役」である(日本理容美容教育センター, 2005年, 36ページ)。実際は、エステティックだけが「1人2役」の「カウンセリングに加えてコンサルティング」をしているわけではなく、どの美容術にもこの要素が役立っていると言ってよいと考えられる。従って、本文中では美容術の際に使用するクライアントとのカウンセリングとコンサルティングを、「カウンセリングに加えてコンサルティング」という意味でのコンサルティングという言葉に統一することとする。

なお、ヘアで言えばコンサルティングの範囲は、施術開始前に髪のダメージ度合いはどうかをみる毛髪診断、敏感肌であるかどうかなどの皮膚診断はもちろんのこと、クライアントの希望する施術内容やヘアスタイルなどの好み、ウェーブの大きさに関する希望や、カラーリングの仕上がりの色に対する要望などまで含まれている。メイクアップやネイルカラーにおいても、皮膚診断や希望する施術内容や好み、仕上がりの色に対する要望などもまた同様である。施術後は、そのアフターケアにも及ばなければならない。

それではなぜ、押しつけないためのコンサルティングというものが必要になってきたのかを確認しておきたい。サービス業<sup>30</sup>である美容業は商品が形に見えない。その為、クライアントとの信頼関係が重要となってくる。技術者が技術を出来ることをクライアントに理解してもらわないと、安心して施術を受けてもらえない。それに、一方的に技術を売るだけでは取り返しのきかない施術後になってクライアントが肩を落とす結果になりかねないのだ。そこで、『カウンセリング<sup>31</sup>』には、理美容所のサービスを厳密に考えると、クライアントが理美容所に入店してきたときからお互いの間に契約が始まり、理美容所側はクライアントが求めるサービス内容を検討し、安全性の面でも問題が無く、クライアントの要望に応じることが出来ると判断したときに契約が成立するサロンとクライアントとの間の契約と考える(井上, 2007年, 31ページ)としている。クライアントの希望を聞き、満足して帰っていけるようにサービスが提供出来るようにするためにも、コンサルティング担当者の広い知識と前向きな向上心が必要なのである。

美容術に大切なこととして、コンサルティングは「相手を安心させ、信頼関係をつくる」ための手段の1つである(エステティック技術, 2006年, 28ページ)。コンサルティングの際、クライアントは希望・要望、肌のトラブル等の悩みについて相談する。コンサルティング担当者はその時、クライアントのことをより良く理解するために聴き出す努力をし、問題解決のために担当者とクライアントがそれぞれに出来ることを考える。藤木はこのことを通して「人間が、その本来の本質に立ちかえる」ことを目標とし、人間が人間になっていくのに、他の人間がその人間にできる限りの支援をしようとする中で、言い換えると人間が「真の自己になり」「十分に機能する人間」となることができるように、その人と「支援的な関係を持つ」ということであるとしている(藤木, 2007年, 14ページ)。そして、この支援的な関係を持つために起こる行為が、井上のいう、「フッと相手のことを想う」という、コンサルティングの原点なのだ(井上, 2007年, 1ページ)。そして、そのことがまた、よりいっそうの相手を安心させて信頼関係を深く築くことに繋がる。

米国の文化人類学者のエドワード・T・ホールは人間の空間利用の問題・学説全般を「プロクセミックス」と呼び、これらは非言語コミュニケーション、空間デザインの分野等で応用されている。美容術には、施術時にもコンサルティング時においても、クライアントとコンサルティング担当者との距離間が非常に重要なものである。近すぎても不快感を与えるし、遠すぎではクライアント側とのコミュニケーションをはかることが難しい。その関係の度合いをホールは四つゾーン(距離帯)に分け分析している。この四つのゾーンとは、密接距離(intimate distance)、個体距離(personal distance)、社会距離(social distance)、公衆距離(public distance)である。密接距離(0～約45cm)は相手の身体に接触したり、体温やにおいや呼吸などを感じることができる距離であり、相手との密接な関係にある時の距離帯である。「真の密接さを取り除くような防御手段を講ずる。基本的な戦術は、できるだけ動かないことであり、胴体の一部や手足が他の人に触れた時は、できれば引込める(p. 167)」と説明している。個体距離(75～120cm)は立ち話やテーブルを囲んでの家族の食事などの距離で、ホールは「この距離では個人的な関心や関係を議論することが出来る。頭部は正常の大きさで知覚され、相手の表情はこまかいところまではっきりと見てとることができる(p. 170)」、社会距離(120～360cm)は、相手の身体に触れることはできず、相手の表情の微妙な変化を認識できない距離である。オフィスや会議室での仕事上の話など個人的でない要件はこの社会距離で行われる傾向があるといわれている。公衆距離(360cm以上)は大学の教室や演説会や講演会などの場面での距離で、相手の顔の全体・姿等はわかるものの個人的な関係は成立しにくくなる。美容術は、クライアントとクライアント担当者や施術者との距離は最大でも手を伸ばして届く範囲でないと施術すら出来ない。ヘアメイクはクライアントの真後ろに立ちカットやセットを施し、メイクアップやネイルケアであればクライアントと同じ目線で正面に座る。こうしたとき、美容術は密接距離と個体距離にあたるのだ。このように、直接相手に触れる美容術は、コンサルティング担当者とクライアントが近い距離にいて、相手が想ってくれている想いを身体で受けとめることも出来る。

## 第2節 地域内交流拠点としての理容・美容所

江戸期の戯作者、式亭三馬の滑稽本「浮世床」には、江戸庶民のたまり場、交流の場として、髪結床(床屋)の日常が描かれている。そこは将棋を指したり、貸本を読んだり、世

間話をしたり、まさに庶民の居場所であった。本田康雄によれば「下町のどこにでもあり  
そんな髪結床を舞台に極くありふれた庶民の類型が生地のまま登場し、駄洒落を飛ばしたり、  
人の批評をしたり、無駄話をして時間をつぶしている。つまり髪結の順番を待つ間の  
時間つぶしの話が列挙されており、(中略)庶民の日常生活の雰囲気そのまま滲み出ている  
のである(本田, 1982年, 403ページ。)」と解説しており、その挿絵では髪結床に集う人々の  
様子が生き生きと描かれている(図17-20)。

また興味深いことにヨーロッパにおいても同じ情景があった。「ヘアスタイルと美容師  
の歴史」の著者ポール・ジェルボは、理容・美容所に集う人々の様子を次のように描いて  
いる。1850～1900年のパリでは「彼らの工作中、周りには人々が寄り集まり、順番を待つ  
間情報を交換し合い、冗談を飛ばし合い、ありとあらゆる評判、噂が飛び交う。理髪師は  
ひげを剃り髪を刈るだけではなく、ときには医者や看護夫の役もこなせないといけない。  
彼自身がつけることもある傷に包帯を巻き、おできをつぶし、剃刀と同じようにメスを扱  
う。それゆえ彼は「物知り術者」といった扱いをうけるが、それは、彼が接骨院や「呪術  
師」に習って人体に対する大まかで雑駁でさえある知識をひけらかすことからくる。」、  
さらにローマにおいても「1870年代には理髪師は吹きさらしで仕事をし、客は我慢強く順  
番を待つ間、腕前をふるっている男の口から界隈のあらゆる情報をかき集める(ジェル  
ボ, 2004年, 178-179ページ。)」と記しているのである。

このような、いわゆる「床屋談義」がかつての理美容所の順番待ちの間、また整髪や施  
術の間に店内で経営者と客、あるいは客同士の間で展開されてきた。『衛生管理1』<sup>32</sup>では、  
このように理容所に人々が集まっていたことに対し「清潔な日本人が公衆浴場とともに理  
容所を選んだのは自然な姿であった(日本理容美容教育センター, 2005年, 20ページ)」とし  
ている。一方で、なぜ理容所には「床屋談義」が存在することに対し、美容所での「床屋  
談義」は文献などにも一切記述されないのだろうか。理容所での「床屋談義」についても、  
明確な記述がされている文献はないのだが、では、なぜ存在しないのだろうか。それは一説  
に、研究者が男性ばかりであったので、美容所には立ち入ったことがないため、意識され  
ていなかったのではないかというものがある。その説が正しいにしろ、正しくないにしろ、  
美容所にももちろん「床屋談義」ならぬものがあつたはずであることを記しておく。また、  
序章でも触れたように、「床屋談義」が近年なくなってきた。「床屋談義」が出来  
る理美容所自体がなくなってきたのである。それは理美容所経営者がしだいに合理化を  
はかり、近代化をすすめるなかで、また他人のプライバシーに踏み込みにくい世の中にな

ったことも、そのような機能が徐々に重視されなくなった原因と推察する。理容所の経営者Sは文献に記載されていない事実と、「床屋談義」がなくなってしまったことを、「理髪師たちはおそらく床屋談義(床屋の社会的意義)の意義は暗黙の了解で理解していたのではないか。当たり前だったからこそ業界の歴史には記載されなかった。そして床屋談義が邪魔になっていたというよりも、物理的な問題で、継続できなくなったのではないか。」と述べ、その継続できなくなった理由として、①衛生面で規制が厳しくなり、広い「床」の待合室を持てなくなった。②地域が地域を見なくなった。(昔は嫌でも近所の理髪店に行き、嫌でも地域の人と顔を合わせていた。) ③人がプライバシーを気にするようになった。(気軽にお互いの個人的なことを話せないし、話さなくなった。) と以上の3点を挙げている<sup>33</sup>。

1906年(明治39年)、理髪会の改善を目的に大日本美髪会が発足した。当時、床屋の職人と呼ばれていた理髪師は一時、美髪師と呼ばれた。髪を刈って美しくするから、美髪師であり、美髪所でありまた美髪店であった。これは大日本美髪会の会名や機関誌『美髪』の発刊によって普及した言葉であろう。当時は現在の美容師にあたる者は女髪結と呼ばれていたから、美容と理容が言葉の上で混乱する心配はなかった。また、昭和にはいると法律の題名まで美容術営業取り締まり規則と改題するが、“美容術”といっても今でいう美容だけを意味するのではなく、理容と美容の総称であった。このように現時点から振り返ってみると、美髪や美容術というのは美容のこととを感じるが、実は理髪を意味しているのである。そこで、大日本美髪会では「床屋」と呼ばれるところを実に嫌った。前述にもある通り、床屋には様々な人々が集い、様々な話をしていた。そのため床屋というとすなわち不衛生と猥談と博打と借金などと同義語だと世間で思われていた。彼らはそれらのイメージを払拭することが目的で、まず名称からして高尚なものに変えようとしたのである(日本理容美容教育センター、1970年、89-90ページ)。

本章では、理容・美容における「公共」について、癒し・エンパワーメント機能と地域内交流拠点機能の二つの観点から整理を試みた。美容術がソーシャル・イノベーション「人助け」「世直し」の手段になり得るということ。またやや色褪せてしまっている「地域内交流拠点機能」としての理容・美容拠点の機能に再び光をあて、ネットワークキングとエンパワーメントの拠点として再構築していくというミッションが導き出せるのである。

次章では、このような考えをもとに行った実践活動について紹介し、考察を加えていく。

## 第5章 社会実験-美容術によるがん患者のサポート-

### 第1節 がん患者専門個室美容室Ccure-クキュア-開設以前の経緯

がん患者専門個室美容室Ccure-クキュア-を開設するまでの経緯を本節でまとめておく。2007年7月、美容術が女性を元気にする効果があるのではないかという仮説のもと、出町商店街の七夕夜店においてネイルアート（以下、ネイルと表記）を屋台で施術するという実験を試みた<sup>34</sup>。サービス業を屋台にて提供することに対し、来客はあるのかという周囲の心配をよそに、屋台は老若男女に賑わった。また、その光景を目にした通行人や家族にも笑顔や会話が増えた。その時に用いたネイルというツールは、化粧の様に洗顔をしたら終わりではなく①自身の目で変化を確認することが出来る②効果が持続する③技術の習得が容易④免許が無くても施術することが出来るなどのメリットがあった。筆者は、翌年の七夕祭りで活躍することができる女性を増やすことができるのではないかと考え、同志社大学大学院総合政策科学研究科の社会実験施設江湖館町家キャンパスにおいて「町家deネイル講座」を開催した。1ヶ月で25人が集まり、七夕祭りでネイリストとしてデビューし、美容業界に就職を決める女性もいた。

ネイルは手軽な美容施術で、関わる人を増やしやすいと気付いた筆者は、2009年4月京都市中京区に「京町家さいりん館室町二条（以下、さいりん館と表記）<sup>35</sup>」を共同経営者の西村和代とオープンし、一角にネイルサロンも設置した。ネイルサロンの運営を通して美容施術が女性を笑顔にし、ビジネスとしても成立することが明らかになった。

2010年2月、さいりん館の2階に個室を確保することが出来るという利点も活かし、「何事もやってみなければわからない」という精神で無謀にもがん患者向けYOGA教室などを開催し、早速がん患者の受け入れを開始してみることにした。その様子は新聞記事にも取り上げられ、記事を見た患者から相談の問い合わせが入るようになった（図21）。

しかし、もっとがん患者本人の声を聞きたいと考えた筆者は、さいりん館から一番近い場所にある京都第二赤十字病院の相談窓口に出向いた。窓口で事務員に、筆者が京町家でがん患者の美容に関する相談を引き受けている旨を話した。だが、この窓口ではどのようにすれば良いかわからないので、「月に2回<sup>36</sup>がんサロン<sup>37</sup>が病院で開催されているから行ってみてはどうか」と提案を受けた。次の日（2010年2月19日金曜日）ががんサロン開催日であったので早速足を運んだ。「ご自由にお入り下さい」という張り紙を確認し、緊張しな

がらノックをしてドアを開けた。数人がこちらに顔を向け、「あら、久しぶりの若い人！」という声と共に笑顔で迎えてくれた。通常がんサロンにはがん患者本人もしくはその家族しか参加しない。営利目的で近づく業者もあるため、筆者ががん患者に美容術を提供することでがん患者の外見をサポートしたいことやすでに相談業務を開始していることを告げると、がんサロンの運営母体であるがん患者会<sup>38</sup>の「京都がん医療を考える会<sup>39</sup>」の前理事長・佐藤好威に「営利目的の人は来ないで欲しい」と言われた。サロンを訪れる営利目的・悪徳商法などの業者から、患者を守り危険にさらさないようにしなければならない。そういった役割も担って運営側の意図は重々理解していた。その日は連絡先を名簿に記し、「私は営利目的ではないけれど、ボランティアでサポートを行えば良いと思っているわけではない。」と頭の中でいかに説明すべきだったかを考えながら出されたお茶を飲んでサロンをあとにした。次の日、佐藤から電話がかかってきた。何か叱られるのかと思ったが、「昨日はごめんね。新聞記事を帰ってから見つけて驚いたよ。またサロンに来てよ。」というものであった。偶然、前述の新聞記事が掲載された日であったため、佐藤は帰宅してから広げた夕刊の記事を見つけたのだった。自分は一体何者なのかを明らかにし、1つずつ問題をクリアしていくことの大切さとタイミングの重要性を学んだ日であった。佐藤にまたサロンに行っても良いと言われたことをきっかけに、出来る限り毎回サロンに足を運び、サロンの運営に関わる方々に顔を知ってもらえるようにし、サロンに来るがん患者らとお茶を飲みながら他愛無いことを話した。そして患者同士が悩んでいること、最近抱えている問題や治療についての会話に耳を傾けた。

佐藤に出会ったことで、がん患者会の現状、医療従事者のがん患者の治療以外のケアに対する意識、がん患者の現状とがん患者を取り巻く現状を学ぶことが出来た。また、佐藤は行政とのネットワークも築いて活動を行っていたため、筆者自身も行政との協働の必要性と方法などを間近で見ることができた。佐藤と出会ってから2ヶ月後、京都がん医療を考える会が、寄贈されたがん関連本を置くことが出来る図書コーナーをつくるために、場所を探していた。さいりん館は立地もよく、2階に設置可能なスペースも用意できたので場所提供することにした(図22)。提供したことで、図書コーナーに来る患者やその家族から話を聞くことができた。そして、現在31サロン<sup>40</sup>あるがんサロンのうちの、多くの運営に携わっている京都がん医療を考える会の動向を知ること、京都のがん患者の現状や、病院での動き、がん患者本人の声を聞くことが出来た。



また、その頃、がんの情報をインターネットで検索するとNPO法人キャンサーネットジャパン<sup>41</sup>（以下、キャンサーネットジャパンと表記）の名前を頻繁に目にした。キャンサーネットジャパンの事務局長・柳澤昭浩に会いたいと思った。そんな時、京都が開催地であった第48回日本癌治療学会学術集会<sup>42</sup>（以下、癌治療学会と表記。）の準備のために京都に来ていた柳澤が偶然さいりん館を訪れ、出会うことが出来た。柳澤が準備に来ていた癌治療学会は、学会員以外も出席できると知り、2010年10月開催の癌治療学会には全日程参加した。これをきっかけに、学術的な面からも学び始め、手元に専門的な書物も集まり始めた。さらに、柳澤と出会った1ヶ月後、柳澤の紹介で同じようにがん患者のサポートを行っている団体と出会うことが出来た。

その団体の1つ、株式会社かるてぼすと<sup>43</sup>とは、がん患者がウィッグを購入してもメンテナンスの方法がわからないという声を元に、ウィッグの洗い方に関する動画を撮影して、インターネット上に公開した。1年間に1万人以上の閲覧者数があり、現在再生回数は5万回を越えている<sup>44</sup>。

2010年6月16日（水）、柳澤からオンコロジードリームチームプロジェクト<sup>45</sup>が主催する「日本におけるより良いがん医療を目指し、がんアドボケート活動に関わる明確な理由のもと、使命（ミッション）と夢（ビジョン）をしっかりと持ち、自らのがん医療の夢に向かって努力し邁進することのできる人、『ドリーム・キャッチャー』を養成するプログラム」であるドリームキャッチャー養成講座を紹介され、東京に行って受講した。それぞれがん患者に関わる人（医師、看護師、医学部生、がん経験者など）がその場において、がん患者にとってより良い社会にしたいと思っている人に会い、分野は違っても尽力している人がいることを知った。ちなみに当時美容師として参加している人は筆者のみであった。現在もまだ、「美容師」のカテゴリーには筆者の名前のみである<sup>46</sup>。

2010年10月18日（月）、京都医療センターで行われたがん患者向け美容イベントにて、メイクやネイルを施すブースを出して欲しいと依頼されたため、必要な道具を持って参加した。新聞や人づてで筆者の活動を知り、依頼があったのだ。パーテーションなどない病院エントランスでの開催に戸惑った。人から見られる場所での開催に人は来るのかと懸念したが、看護師たちが患者を病室から連れて来たため行列が出来た。70代後半の女性が順番待ちをして「私に派手なネイルして！」と言いながら席に座った。筆者は彼女が着ていたパジャマと同系色の、華やかだが上品なパープルを施した。塗り終わった両手を見て「私、病気治った！このまま退院するわ！」と満面の笑みを浮かべながら周りで見守っていた看

看護師たちに振り返った。看護師たちが笑いながらだめだと告げると「じゃあせめて先生呼んで来て！見せたい！」と頼んだ。看護師たちは、彼女の主治医が外来患者の診察時間だから来られないと説得した。しばらくすると別の看護師が呼びに行っていたのか、彼女の主治医が小走りに近付いてきた。すると彼女はスッと立ち上がり「先生見て～！綺麗やろ？私治ったし、このまま帰るわ！」と手を顔の前にしてポーズを取りながら主治医に見せて言った。主治医は「えー、びっくりだな。こんなに元気になるんだ。」と呟いた。彼女は若い頃からネイルが好きで、お洒落が好きだったと筆者に話した。その場での退院は無理だったが、「嬉しいわ！長生きできる！ありがとう！」と筆者に満面の笑みでお礼を言った。

もう1人の50代の女性は、眉毛が抜けてしまい、どこにどうやって眉毛を書けば良いかわからないと筆者に相談した。新聞記者が取材に来ていたため、新聞社のカメラマンが写真を撮って良いか尋ねると「病気になったことを会社にも内緒にしているのでダメです。」という答えが返ってきた。ところが眉毛を書き、付けまつ毛を施した姿を鏡で見た瞬間、「別人みたい。これなら私だとバレないと思う。写真撮って頂いて結構ですよ。記事に載せてもらっても構いません。」とカメラマンに伝えた(図23)。表情が柔らかくなった彼女に、持ってきていたウィッグをかぶってみるか尋ねた。すると「かぶってみる。でも、ここでは恥ずかしいからトイレに持って行ってかぶってきても良い？」と小声で返答があった。かぶり方を伝え、ウィッグをこっそりと手渡した。彼女は小走りでトイレに行ってウィッグをかぶり、かぶっていた帽子を手に持って小走りに筆者の元に戻って来た。椅子に座った彼女のウィッグをブラシで梳かしながら手直しを加え、かぶるコツを伝えて、さらにアイメイクを施した。改めて鏡を見た彼女は、「本当に違う人みたい。ウィッグのことももっと早くに相談したかったなあ。もういいや、ウィッグここで脱いじゃえ。」と言い、今まで座っていた椅子の下にしゃがんでサッとウィッグを脱いだ。帽子をかぶり直し、自身のまぶたに付いた付けまつ毛を指差しながらこのまま病室に帰って良いかを筆者に尋ね、「綺麗ですね」と声を掛ける看護師たちと病室に戻った。

このイベントでは、交通費・材料費などの必要経費はすべて筆者の持ち出しだった。他の病院でも今までに「サポートはボランティアが当たり前。」「美容？ボランティアでやってよ。あなたがやりたいんだから。やりたい人がお金を払うのが当たり前でしょ。」など言われたりしていた。ボランティアでは活動の継続が難しい。加えて、医療従事者ががん患者の美容面へのサポートの必要性を感じておらず、がん患者サポートの難しさをひしひしと感じていた。サポートする人が増えない要因を身もって体験する日々だった。がん患者

が手を伸ばせば受けることが出来るサポートがもっと世の中には必要だ、なんとかならないかと頭の中でその仕組みについてばかり考えていた。病院での活動で患者らの変化を直接目の当たりにした医療従事者の反応を見て、「医療従事者に知ってもらうことの必要性」と「美容はがん患者を前向きな気持ちに出来る」と改めて確信した1日になった。

2010年6月にドリームキャッチャー養成講座出会ったメンバーと、その後のドリームキャッチャー養成講座でスタッフとして再会したりしていた。そのなかで、がん患者向けのイベントを共に2つ企画し開催した。1つ目は、「男性がん患者茶話会」である。「男性がん患者同志はあまり話す機会がないのではないか」という疑問から始まった企画であった。場所はさいりん館で行われ、告知は京都新聞に掲載された(図24, 25)。申し込み人数は当初の予定より大幅に少なかったが10人くらい集まった。お茶とお茶菓子を配り、2時間自由に会話してもらった。開催まで「いざ集まっても男性同士ではあまり話さないのではないか」「暗い話題になりすぎないか」という不安があった。しかし、いざ話し出してみると「おれは〜と〜と〜ががんで、今怪しい影があると言われている!」「いやいや私だって〜と〜とががんで!」とがん話は尽きず、2時間ノンストップで大盛況だった。実は、参加者は男性のみと制限していたが、家族が前立腺がんを罹患したことがきっかけで傍聴参加した女性が1名いた。最初来た時は、家族のことが心配で堪らないといった面持ちだったが、「みなさんうちの主人よりもがんがあるのに元気で…うちの主人はまだ1ヶ所だけだから大丈夫みたい。」と途中で帰るほどだった。このイベントは1回の予定であったが、「もうやらないの? やってよ。」の声で、12月にお酒無しの忘年会を企画し開催した。「僕ら(治療中で) 飲めへんしお酒無しね!」と言っていたので用意しなかったにも関わらず、「えー、お酒無いの?」と言われながらの賑やかなランチタイムになった。終了時刻になり「次いつにする?」と会話が始まったので、2ヶ月を提案した。すると、「寒い間は家を出るのしんどいけど、いつまで(身体が)もつかわからへんし半年は厳しいわ。暖かくなった4月にお花見しよう」ということで、2012年の4月に第2回目を企画し、お花見と散策を京都御苑で開催した。筆者が茶話会事務局として毎回開催案内の電話を掛けていたが、毎回電話口で「茶話会ってなんの茶話会?」と聞き返され、その度に「男性がんです。」と説明していた。そこでお花見をしながら、わかりやすく覚えやすいように、会の名前を考えて欲しいと話した。「三途の川は?」と笑って言われたが、「呼びにくいです!」と伝えて再検討を要請した。「じゃあ、がんの友達やし、がん友の会やな!」と提案が上がり、4月からこ

の会は「がん友の会」になった。がん友の会は6月に植物園散策、8月に納涼会と、内容を変えて2ヶ月おきに開催した。

第1回から全参加している参加者Tがいる。Tは骨転移していたため、初対面の時、脇下から骨盤くらいまでを覆うコルセットをして杖をつきながら小さな段差も支えが無ければ下りられない状態で参加した。ところが4月の第3回目を開催した際、行ける人だけで行く散策にTが「私も行く。」と言った。1時間は歩くことがわかっていたため、筆者は「1時間は歩きますよ。大丈夫ですか？」と尋ねた。筆者に「みんなと一緒に来たかったから歩けるようにしてきたの。最近1万歩は歩けるよ！」と万歩計を見せながら答え、言葉通り見事に歩ききった。上り下りが難しかった階段も「いや、大丈夫。やってみる。」と言って挑戦し、クリアした。迎えに来たTの夫人も「あんた、よう歩いたなあ！」と驚いた。Tは6月の植物園散策には2万歩歩けるようになったと報告し、8月の納涼会では、飲まなかったアルコールも「主治医の先生が、(お酒に)飲まれなければお酒飲んで良いつて！みんなに会える2ヶ月に1回のこれが楽しみで！」と言い、笑顔で乾杯に加わった。食事中はコルセットも外した。T夫人も同席し、笑顔の耐えない「がん友の会」を開催することが出来た。

2つ目は、2012年2月25日に開催した「がん患者さんとご家族の茶話会@ホテルグランヴィア大阪」だ(図26)。「少しだけおしゃれをして、気分転換に非日常な空間に出掛け、ウキウキした気分になって欲しい」と思い企画した。司会はMBSアナウンサーの高井美貴が務め、がん経験者2名の経験談もプログラムに入れた。「普段がんサロンでは話せないことが話せた」「普段は一緒に行き辛くて来なかった家族と来ることが出来て良かった」など、参加者はケーキを食べお茶を飲みながら2時間を過ごした(図27)。

このように佐藤や柳澤との出会いを通し、勉強会やイベントの参加・企画をすることが出来た。それらを通して、正しいがんの情報の得方、がん患者支援への意識が高い医師たちを目の当たりにすることが出来た。がん患者らが医療機関で受ける治療とはまた別の視点からのサポートの必要性を確信し、方向性が定まってきたのだった。

## 第2節 がん患者専門個室美容室 Ccure-クキュア-の開設

2011年2月頃、筆者が始めた患者サポートが1年を経過した。経験と勉強を重ねた結果、がん患者に対する美容のことが徐々にわかってきた。美容室ではこれを伝えれば良い、医

療従事者にはこれを聞いた方が良く、ウイッグメーカーではこれを注意したら良い、ウイッグのこの部分はこのようにすれば綺麗になるよ、などシチュエーションに応じて的確に答えられるようになった。「誰よりも知っているという状態まで勉強しなさい！」とアドバイスを受けて、医師や看護師よりも治療中の美容に関して詳しくなった。そのような中で、がん患者や医療従事者らに治療中の美容のアドバイスをする度に「どんなに聞いても、実際に施術してくれる所が無いから、そういうところを三田さんつくって？」と言われるようになった。「医師には病気のことを最優先で聞きたい。」「美容室ではガラス張りの所が多く行き辛い。」「ウイッグメーカーでは焦ってしまって出されたものを買ってしまう。」など、アドバイスをしても根本的な解決になっていなかった。筆者自身が直接的に解決したかったが、さいりん館は美容室として保健所に登録をしていなかったため施術は出来ずアドバイスに留まっていた。がん患者らの生の声を聞けば聞くほどに、場所と施術（サポート）する側の配慮の大切さを感じさせられた。話を聞いていた看護師らの「三田さん作ってよ。作ったら？」の一言に、「とりあえず物件を見に行ってみるか。」と不動産屋に行くことにした。

不動産屋に行くまでに、病院の中でサロンを作らない理由と、院内理美容室との差は何かを周囲に聞かれていた。院内理美容室の多くは、患者が入院中に行く所というイメージがあり、実際おしゃれとはほど遠い印象を受ける施術内容・サービスと外観だった。筆者はおしゃれでいることが出来る空間をつくりたかったので、院内理美容室をつくることは筆者の選択肢の中からは早い段階で消えていた。もし院内に筆者らしいサポートが可能な美容室をつくるとしても、かなりのテナント料がかかるので無理でもあった。そういう理由から、サポート出来る場所をつくるのならば、病院外に作ろうと決めた。

不動産屋に行くと、希望のエリア・予算・広さなどの条件を聞かれた。まだ何も決めていなかったので大体の条件を伝えた。候補に挙げられた物件はどれも支払えない金額だった。さいりん館を運営している経験もあり、物件選びの知識はゼロではないにしろ、京都の中心部は高額だった。その日はひとまず不動産屋をあとにした。

がん患者らが利用しやすいサポートの場とはどんなところかを考えた。賃料は予算内に納まることを前提として、①ガラス張りではなく、プライバシーが守られる空間であること。②電車と車での交通の良いところ。③車椅子でも来店出来るよう、床が平らなところ。④テナントのビルのエントランスにスロープが付いていること。⑤2階以上の場合、エレベーターがあるところ。⑥美容室の許可が下りるところ。⑦美容室だけではなく、茶話会な

どの集まりが出来る空間があること。の7点が挙った。以上7点を念頭に置き、改めて不動産屋に足を運んだ。不動産屋では改めて、さいりん館の最寄り駅からおよそ3駅以内のエリアで、駅から徒歩10分以内、2階以上で、エレベーターがあり、美容室利用が可能な所を条件に挙げた。すると数件の候補を挙げられた。だが、どれも「帯に短し襷に長し」の物件であった。2階で賃料は安いエレベーターが無い、入居可能時期が合わない、とても良い物件だが美容室利用が出来ないなどだった。この日もまた、探し続けてもらう依頼をして不動産屋をあとにした。

2011年6月、1つオススメ物件が出たと連絡があった。前回条件に挙げた金額よりも高い物件だったが、京都市営地下鉄烏丸線「烏丸御池駅徒歩3分」の場所という立地条件と広さが魅力的だった。しかし、やはり賃料が予算オーバーだったので、もう少し探してもらうことにした。2011年9月、一向に他の物件の連絡が無かったので、他の不動産屋に行ってみることにした。それまでは地元の不動産屋だったが、大手チェーン店に行ってみた。地元不動産屋よりも、情報を多く持っていると思ったからだ。ところが、条件を伝えて挙ってくる物件情報は、6月にもらった物件情報だった。ただ、データベースが同じだったからであったが、もうここしかないのかもと思ったと同時に「縁があるのかもしれない」と思った。予算をオーバーしているから現実的には難しいと伝えると、「いくらなら良いですか?」と聞かれた。前の不動産屋では、値段を提示したら鼻で笑われた。その経験もあるので「いや、言っても無理だと思います。」と答えたが、担当者は笑顔で「言ってみて下さい。」と言った。金額を伝えると、受話器をスッと取り、「あ、〇〇さまですか?お部屋をご検討されている方が今いらっしゃるのですが、ご予算が~円だそうです。いかがされますか?」と直接交渉し始めた。しばらく話したのち、担当者は受話器を戻しながら「その金額でいけますよ。見に行ってみますか?」と笑顔で言った。金額面で断る理由がなかったので、「烏丸御池駅徒歩3分」にある「花柳ビル」の2階にあるテナントを見に行くことになった。烏丸御池は、京都市営地下鉄烏丸線が通っており、JR京都駅から3駅、阪急烏丸駅から1駅と、交通の便の良さから候補に挙げていたエリアだった。後日、現地集合でそのテナントの中に入った。2階の道路に面していたこともあり光が多く入り、天井の高さも美容室として登録出来そうだった。使いやすい長方形で、床も壁も張り替えられ、シンクも新品に交換されていた。花柳ビル自体も、築年数は古いが丁寧に使われている感じが伝わっていた。さいりん館の時もそうだったが、物件との出会いはフィーリングだ。「きっとここだ」と感じて、京都市中京区の間之町通り御池上ルにある花柳ビル2階の物件との契約を決めた(図

28, 29)。大家が契約日の前から工事に着手しても良いと言ったので、11月末くらいから工事を始めて、オープンの日は2011年12月6日（火）に決めた。

オープンが決まってからは着手しなければならないことが多かった。もっと焦らずにじっくりと準備をしたかったが、予算が十分に無いのでとりあえずオープンして利益を生み出す必要があった。また、さいりん館で受けていた相談業務を新しい場所で受け入れたかった。その為、期間はおよそ1ヶ月程度しかなく、いくつものことを同時進行して決定し、実行した。実際に内部は適度な広さとは言え、美容器具をどこに配置するかなど試行錯誤が必要だった。建物をあまり傷めずに出来ることと出来ないことの折り合いを付ける日々で、調べたり手配したりすることが山積みだった。業者同士で連絡を取ってもらい、わからないことは助けてもらった。他にも、がん患者でなくても関わる人が1人でも多くなることを願って開催することにしたOpen Salon（内覧会）の準備も忙しかった。がん患者はがんになった時、いつでも相談に来ることが出来る。しかし、筆者の知り合いや、がんを罹患していない人らは来る機会が無い。店内に関して十分な準備は出来ていなかったが、筆者の取り組みを知り、想いと構想を共有する場として設けた（図30）。

がん患者向けの相談窓口と美容室を運営することが決まってから、店の名前を何にするか考えていた。暗いイメージになる名前は避けたかったが、趣旨は伝わるものを検討していた。また、美容室らしくて他とは重ならない名前であることも条件だった。思い付いた単語を、頭をひねってフランス語やイタリア語などに置き換えもみた。それでも、全国にある理美容室やエステサロンなどの美容施術所の数は膨大で、インターネットで検索すると必ずどこかが使っていた。そんな時に「Ccure」がふと頭に浮かんだ。早速、「Ccure」と「クキュア」でインターネット検索をした。他に誰も使用していなかったので、店の名前を「Ccure-クキュア-」に決めた。Ccureのcureには「治す・いやす」の意味がある。頭文字のCには、Cancer（がん）、Cheer（応援する）、Choice（選択肢）やCare（ケア）というさまざまな意味を含んでいる。Ccureが、がん患者の治療の後押しになること、そして治療の際のサポートを受けることが出来る選択肢の1つにという意味が込められている。

12月3日（月）に無事に美容器具を設置する工事が完了し、5日の午前中に新しい扉の設置が完了した。元々、鉄の扉だったものを、「来た時にワクワクし、帰る時にルンルンした気持ちで帰ってもらえるように」という想いを込めて、木製のアンティーク調のものにしたのだ（図31）。部屋の配置は、相談室と施術室の2部屋で、それ以外の空間をグッズ販売とサロン機能を果たすことが出来るようにした（図32-34）。

### 第3節 Ccure-クキュア-の運営

この節では、Ccureをオープンしてから3年間の出来事と、Ccureに来た患者たちの一部について記す。なお、患者たちの名前はアルファベット1文字で表記することとする。

内装工事が完了して間もない12月5日、Open salonを待たずして1組目の来客があった。兵庫県からの3人組の女性で、筆者が投稿していたブログを見て、「一度行ってみたい」と数日前に問い合わせ電話を掛けてきた。何も無いことを承知の上で、5日の午後に友達同士で京都まで来たのだった。彼女たちがウィッグを見てみたいと言ったので、その時にメーカーから取り寄せて保管していた人毛100%のウィッグを見せた。今まで個別相談を行っていたので初めての状況だったが、そのウィッグを手にしながらか3人はウィッグに関する選び方や抱えている問題などを好きに話す「ウィッグ談義」を2時間ほど披露した。「私はウィッグは“総手植<sup>47</sup>”は嫌だから“機械植え<sup>48</sup>”がいい。」「このウィッグは、(指で差しながら)こここの生え際まで髪の毛があるから使いやすい」「なるほどね。」「わかる〜」などと、それぞれのウィッグの選び方や普段の生活について話して帰っていった。がん患者の場合、抗がん剤をしてあつという間に脱毛し、基本的にはまた髪の毛が生える前提で1年から2年の間のみウィッグを使用しているのでウィッグの選び方の知識が付かない。ところが、脱毛症になると比較的長い期間を脱毛症患者として過ごさなくてはならないことがあり、ウィッグ選びを何度か経験することになる。がん患者以上に絶対に人に気付かれたくないという強いこだわりがある場合も多い。「手植えは髪の毛の立ち上がりが綺麗だが、その分結び目が緩いので裏地に入ってくることもある」や「機械植えは、立ち上がりは綺麗ではないが裏地に髪の毛が入り込まない」など自分なりの基準を持っており、ウィッグを選び慣れているのだ。この傾向があることを3人の会話で確信を持った。その後Ccureに来店する長年脱毛症を患っている患者には、ウィッグ選びの時に過度な説明をせず、実際に手にとり試着してもらうことにした。

12月6日、9日、11日、12日のOpen Salonには、およそ50名がCcureに来た。ゆっくりと話し、Ccureに来た人同士が知り合いになれるように飲み物や食べ物をたくさん机に置いておいた。筆者とも話し、がんとは関係の無い人たちがCcureに来たことは、筆者の取り組みを



知るだけでなく、がん患者を取り巻く現状やがん患者に必要なサポートを知ってもらう一端となった。

Open Salonの期間が終了してから、通常業務の開始となった。それまでさいりん館で受けていた相談もCcureに場所を移し、筆者自身もCcureに慣れながら、新しい患者の迎え入れの準備をした。12月15日の京都新聞に取材された記事が掲載された(図35)。それを見たがん患者が、途切れること無く相談に来るようになった。相談に来るがん患者たちの多くが、ゆっくりじっくりと話を聞くことを必要とする。完全予約制にしているが、医師から脱毛すると聞いて気持ちが焦っている患者もいるため、約束の時間よりも大幅に早く到着することもあった。だからといって、今いる患者を急かすことも出来ないし、早く来た患者をまた外に出すわけにもいかなかった。基本、1人に平均2時間を取ることにした。予約の時の目安になればと考え、10時・13時・15時からの予約枠を提示することにした。営業日は、病院と同じ曜日を設定した。Ccureに来る患者の大半が治療中や子育て中のため、通常的美容室のように遅い時間の希望が無い。病院での診察を終えてから来ることを想定して、10時開店、17時閉店にしたのだ。もちろん例外もあり、筆者の空いているときは休日や営業時間外も受け入れた。

Ccureの料金は、一般の美容室と大きく変わらない設定にした。料金は図36の通りである。しかし、完全に個室で、1人1人対応すること、特殊な施術内容である可能性もあること、ウィッグであれば、1度施術したらしばらく施術しないことから、少しだけ高めに設定した。

ある日、初めて病院からの紹介という女性の家族(以下、Mと表記。)が電話を掛けてきた。「自毛とかつらの相談をしたい。今診察が終わったので、今すぐ行く。」と言ったが、別の患者の対応中であつたので2時間後に予約を取った。15時になってMが夫と来店した。Mも夫もお洒落に気を使っていることがわかる服装だったが、Mがかぶっているウィッグはボサボサだった。聞くと、1ヶ月かぶり続けているが1回も洗い方がわからずに洗っていないということだった。Mのかぶっているウィッグを洗うために預かろうとして驚いた。自毛の相談がしたいと言っていたのに、丸坊主になっていた。「予約の時間まで時間があつたから、前に剃った方が良くとか聞いたこともあるし、病院の散髪屋さんで剃ってしまいました。」とのこと。「ええ！お店の人はその時何か言いましたか？」と聞くと「いえ、バリカンでパーッとやらはっただけでした」と答えた。副作用で髪の毛が抜けるとわかると、自毛をカットすることが医師や看護師から勧められる。抜けた時のショックを和らげるためだ。髪

の毛が長ければ抜けた量も多く見えるし、もつれてしまうからだ。医療従事者により、丸坊主が良いと言う人もいれば、そんなに短くしなくても良いという人もいる。患者は医療従事者の言葉を信じる。主治医と看護師の意見が違った場合、どちらを信じたらよいかかわからず、悩むくらいだ。Ccureでは、その人その人の生活スタイルがあるため、無理矢理丸坊主にはさせない。仕事の都合に合わせてタイミングを見計らっても良いし、ウィッグに合わせて自毛の長さを決めても良いし、患者の自由だ。髪を残したときと、残さなかった時のメリット・デメリットを話し、患者本人の気持ちと折り合いのつく長さにする。もちろん患者の希望次第だが、個人的には少しだけでも残し、抜けてきたらその時考えることを推奨している。少し残した時の方が、うぶ毛が覗いてウィッグが馴染みやすく、帽子をかぶった時には髪のあるように見えるからだ。そういったことをMに後悔させ過ぎない程度に伝えた。Mは、聞いてからにすれば良かったと呟いた。しかし、もう剃ってしまったものは仕方ない。より綺麗に過ごすことが出来るようにMに洗って乾かしたウィッグ見せながら綺麗なかぶり方を伝えた。Mは真剣な眼差しで見つめながら聞いていた。でも、いざ自分でやってみるとなると、出来ない。そして、なぜか顔をずっと傾けていた。違和感を感じて「何か出来にくいことはありますか？」と尋ねると「実は目が見えないんです。右目のこの（手で小さな幅を示して）一角しか。副作用で。」とMが答えた。副作用で聴覚障害や味覚障害になる人は多く、よく出会うが、視覚に副作用が出ている患者とはこの時初めて会った。だから掛けている眼鏡のレンズも曇っていたのかと納得した。手も副作用によるしびれで十分に動かず、ウィッグを綺麗に自分でかぶるには限度があることがわかった。Ccureの方針は、正しい知識を提供し、患者自身も成長して共に日常生活を歩みやすくすることだ。ただ今回の場合、Mの夫もウィッグの手入れは出来ないということだったので、その後Mは定期的に家族とウィッグのシャンプーに来店し、大事な日にはウィッグをセットして出掛けるためにCcureを訪れた。Mの夫が「綺麗だね。フワッてしたね！やっぱり変わるねー。」と言うと、いつもMははっきり見えていなくても「よかった！全然違う感じ！」と笑顔になった。

2011年1月1日から3日まで、Ccureから転送にしていた電話が何回も筆者の携帯電話に掛かってきていた。インターネットでも正月休みは5日までと明記していたし、電話に出なかった。ところがあまりにも鳴り止まないの、ついに1月3日に電話に出た。電話を出た瞬間、「やっと出はったあ。12月31日から髪が抜けてきて。相談しに行きたいんです。今

から行きます！」と言われた。偶然その日は予定がなく、テナントにも迷惑にならなそうだったのでCcureを開けることにした。昼過ぎに約束をしたが、Sは夫と共に約束の30分前にCcureに来た。ドアを開けながらSは「1月2日にここに覗きに来たんですけど、開いてなかった！！」と怒っていた。「お休み頂いていたので。すみません。」と謝り、Sを施術室に案内した。夫も一緒に施術室内に入ってきたので、Sの夫も座れるように椅子を置いた。Sは帽子をかぶりながら施術用の椅子に座り、「副作用って髪の毛抜けるんですね！」と初めて知ったというような口調で言った。筆者は「先生は副作用のことを話されなかったのですか？」と驚いて尋ねた。「いいえ、先生言ってました。でも、私だけは抜けないと信じてたんです。だからびっくりして。」とSは涙を浮かべながら筆者の質問に答えた。Sは、「いつ生えるんですか？」と筆者に質問した。Sは悪性リンパ腫の治療のために、3週間に1回のペースの抗がん剤投与を計5回すると話した。基本的に、第1回目の抗がん剤投与の日がわかれば、それから3週間で5回数えると最終回がわかる。その抗がん剤終了後からおよそ1ヶ月～3ヶ月程度でうぶ毛がうっすら生えてくる。体調や検査結果により、抗がん剤の回数が増えたり減ったり、次の週に変更になったりと変動はあるが、Sの場合はおよそ半年で髪の毛が生えてくるだろうと伝えた。「えー、そんなにかかるのですか。」と下を向いたが、「半年で生えると言ったじゃないですか！」と言われないうちにも、「ただ、抜ける前の長さになるにはもっとかかります。通常は1ヶ月で1センチ伸びますが、抗がん剤投与後はそのペースで伸びないこともあります。ですので、いつウィッグを脱ぐかによりますが、1年から一年半くらいだと思って下さい。」と付け加えた。それを聞いて一層落ち込むSに、Sの夫が「しゃーないやん、お前！」と笑いながら言った。Sは「じゃあ、ウィッグを見せて下さい。買います。」と力強い声で筆者を見て言った。Sは髪の毛が抜ける前の写真を鞆から取り出して「これと同じにしたいです。」と筆者にそれを渡した。Ccureはウィッグメーカーではないため、店内に在庫はない。ウィッグ購入を希望する患者には、適切な商品とその都度注文をし、後日改めて来店するように促していた。この日はSとSの夫にそう伝え、6日に改めて来てもらうことにした。

6日の午前中にSがウィッグを作りに来た。Sは人毛100%が一番良いと決めて3日に来店していたため、人毛100%のカットをしてスタイルと作るタイプのウィッグを注文していた。そのウィッグには黒色と自然色（自然な栗色）の2色があった。一般的には自然色がよく使用される。黒色はカラスの様に真っ黒で、学生向けの色だった。Sは60代で、真っ黒のウィッグには違和感があったため自然色を勧めたが、「私の髪の毛は白髪染めも必要無いくらい

真っ黒だったの。絶対こっち！」と言って聞かなかった。真っ黒のウィッグは毛量が多く見えて、かなり重たい見た目になる。また、自毛がすでに無くなっているため、かぶった時の見た目のギャップはより大きい。加えて、抗がん剤終了後のうぶ毛は細いので光が入りやすく、実際よりも明るく見えやすい。それらも考慮してメリット・デメリットを伝えたが、やはりSは黒色のウィッグを選んだ。ハサミを入れたら返品が出来ないことを伝えて、写真通りにウィッグをカットした。Sに見せると、「えー、なんか違う。」と言った。誰が見ても写真とヘアスタイルは一致していたが、Sはどうしてもウィッグをかぶるということが受け入れられなかったのだ。「えー、なんか違う。」を繰り返して言うSに、Sの夫が「海苔でも貼っつけておけ！」と笑いながら言った。Sは黙り込んでしまった。Sの夫に発言させないように意識し、Sにひっきりなしに話し掛けた。Sの頭の中のイメージに少しでも近づくことが出来るように、たくさん話しながら少しずつカットを加えていく。3時間が経過し、Sのお茶のおかわりを取りに行くためにSの元を離れた。するとSが今までで一番大きな声で「三田さあん、三田さんはこんな仕事をしていて、がんがうつるかもって怖くないの？」と台所にいた筆者に話し掛けてきた。思わず「え！」と発した筆者と同時に、Sの夫が「アホかお前！そんなん思っってはったらこんな仕事してはらへんわ！」とまた笑った。Sは夫に何か言われたら黙ってしまう。空気が沈みすぎないうちに何か言わないかと思ひ、笑顔で「えー、思っていませんよ。がんはうつりませんし。2人に1人ががんになるって言われているくらいです。」とお茶を渡しながら答えた。Sは「え？2人に1人？そんなに…。私、がんがわかってから、なんで自分ががんになったんやろうって思ってたんです。悪いこともしてへんし、家族にもいーひんし。何もしてへんのバチが当たったんやあって。ご近所にもバレないようにしたいっていう思いが強いし。でも私、ご近所さんががんにならほったって聞いたら、いやあ可哀想。大変やねえ！って、本人から聞いてもないのに走ってお見舞い持って行ってたんです。なんであんなことしたんやろう。」とゆっくりと話した。Sの夫は笑っていたが、筆者は黙って聞いた。Sは、結婚してからずっと専業主婦をしてきた。夫の収入で生活をし、習い事を1つする以外は家にいた。最近孫の世話を追われていた。ウィッグを買うと決めた時、「買っても良いですか？ありがとうございます。すみません。」と承諾を得た。治療の話になった時は、「この人(夫)に迷惑掛けてしまっ」と謝った。がんとわかってから、自分自身を責め、不安と申し訳なさしかない日々を過ごしてきたことが痛いほど伝わってきた。ウィッグのカットをしながら、日常の話をした。孫のエピソード、習い事のエピソードなど、Sが中心の話をした。カットが終わったのは5時間後だった。ウイ

ウイッグをかぶって帰ると言ったSに、「微調整はいくらでもします。気軽に言ってください。出来れば、ウイッグは1週間毎日2時間かぶって、かぶり慣れる練習をして下さい。」と伝えた。ウイッグには慣れが必要だ。かぶり慣れてくるとどこをどう修正したいか具体的にわかるし、ウイッグも頭に馴染んでくる。特にSの場合は、自分自身ががんであることとウイッグをかぶることを受け入れられていない。ウイッグを今仕舞い込んでしまえば、二度とかぶらなくなると予想した。Sは少し困った顔で、はいと返事をした。Sは夫とCcureのドアの前で「ありがとうございました。慣れるかはわかりませんが、来れてよかったです。」と良い、はにかみながら帰っていった。

数日後、SはSの夫と2人でやはり毛量が自身の思い描くイメージと違うと言って、ウイッグを持ってきた。また3人で他愛無い話をしながらウイッグをカットした。そして、ありがとうございましたとSはウイッグをかぶって帰っていった。そのまた数日後、SはSの夫と「やっぱり毛量が多い気がするので明るい色に染めて下さい。」とウイッグを持ってきた。選ぶ時にその話はしたが、真っ黒に染まっているウイッグを明るい色には出来ないのだ。改めて伝えたが、「無理でも1度やってみて下さい。」と、ウイッグを預けて帰った。ウイッグを引き取りに来た時、やはり明るく染まっていなかったが、「ちょっと違う！」とSは笑顔だった。その後も、Sとはこういったやり取りをして半年が過ぎた。結局ウイッグをかぶらず、帽子のまま過ごしたが、Ccure来ることを拒まずにずっと通い続けた。7月になったある日、Sが突然ドアを開けて入ってきた。たまたま患者がいなかったのが良かったが、驚いて「Sさん！どうしたんですか！？」と尋ねた。Sは袋から透明のパックに入ったプチトマトを取り出して、「今日いっぱい採れたから、三田さんに持って来ようと思って！急に来てごめんなさい！お仕事してはったらお渡しするの諦めるつもりだったから。」と笑っていた。がんや自分自身の外見の変化に向き合わなければならないこのCcureという場所を嫌がらずに筆者を思ってプチトマトを届けたSに、心から感謝を述べた。その後Sは自毛が伸びきるまでCcureに通い、必要な一通りの治療期間を終了した。

40代のOが、40万円で購入したウイッグの前髪が気に入らないと言って来店した。「明後日、子どもの学校の行事があって。遅くに出来た子どもだから、可愛くて。お父さんっ子で私になんか見向きもしないけれど、嫌われたくないの。」と話した。ウイッグの前髪は、明らかに作る段階でのミスで額の布がOの頭の形に合っていなかった。布の部分を隠すため

に、今までサイドに流していた前髪を真下に下ろしてカットを施すことになった。0は、「あ、わからなくなった。よかった。」と笑顔になった。

0はCcureに入ってきた時から、全身からタバコのおいをさせていた。経口の抗がん剤を現在は使用しているという0に、タバコは吸っても良いのかを尋ねてみた。すると、「本当はあかんのやろうけど、先生が私は良いて。お酒も飲むのよ！私は逆にストレス溜まったらあかんからって。」と言った。0は精神疾患もあり、薬が手放せないという。自分では7歳の子どもの世話が出来ない。それどころか、日常生活もままならず、週に2~3回のペースでヘルパーに家にきてもらって家事を代行してもらっていると話した。0はカットが終わってもさまざまな話を続けた。ちょうど別の患者からのお土産のカステラがあったので、食べないかと誘ってみた。0は笑顔で「食べる！食べる！食欲はあるのよー。嫌よね。」と答え、テーブルに移動をしてお茶とカステラを食べることになった。0は子どもの学校のこと、夫のこと、過去にしていた仕事のこと、病気のこと、そしてヘルパーの作る食事が美味しいことなど様々な話をした。0は、ろれつが回っておらず、眠ってしまうのではないかと思わせるような雰囲気漂わせていた。だが、楽しそうにカステラを完食し、紅茶を飲み干して帰って行った。1週間後、0から「おしゃべりしがてら、ウイッグのシャンプーお願いしてもいいですか？」と電話があった。0はウイッグのシャンプー後に、また1時間ほどヘルパーのご飯が美味しいと話をして帰った。0は定期的にシャンプーをしに来ては話して帰るようになった。0が子どもの話をする時の顔は穏やかで、子どもへの愛情が感じられた。途中から0の体調が優れない日が増えた。1年ほど経過したある日、「三田さん、私しばらく来れないかも。転移が見つかって、おなか全体にビーズの様に腫瘍が散らばってもう取れないって。お酒もタバコもやめられないから、一度入院することになったみたい。しばらくこのウイッグを綺麗にしてもらえないの残念。」と0が話した。その日から0からの電話は掛かってこなくなった。半年後、久しぶりに0から電話があった。名前を名乗らなかつたが、話し方でわかった。「私、予約…今日…取っていたの…ちょっと…今日は行けない…と思って…電話…」と受話器から聞こえてきた。明らかに朦朧とした意識の中で掛けてきていた。消え入りそうな声だった。筆者が「0さん、ご無沙汰しています。三田です。お電話わざわざありがとうございます。大丈夫ですよ。」と声を掛けると、「はい…ありがとうございます。」と途切れ途切れの返事が聞こえた。その後、0から電話が掛かってくることはなくなった。

2012年4月、Hが9時の診察を終え、仕事復帰に向けてのウィッグのメンテナンスのために10時の予約時間にCcureに来た。Ccureに入ってきた時、Hの顔は蒼白だった。いつも明るい声で言うこんにちは！がない。なんとなく両手が前に差し出されていたので筆者も両手をHの両手に添え、「どうしましたか？」と尋ねた。Hは「三田さん私、再発しちゃった。」と視線を宙に浮かしたまま答えた。この日は術後半年の検査結果を聞く診察の日だった。今回の診察で何事もなければ、検査の間隔が長くなると事前に聞いていた。Hは治療を頑張ったし、まだ半年だし、何事もなく検査からはお役御免になるだろうと楽しみにしていたのだ。仕事復帰も視野に入れていた。ところがたった半年で再発した。Hの絶望は手の冷たさから伝わってきていた。少しやり取りをしておもむろに「三田さん、私ちゃんと話せてる？」と聞いてきた。「うん、話せてる。大丈夫。」と答えると、「よかった。再発って聞いてから、ぼーっとここまで歩いて来て。診察室出てから今初めて三田さんと話してるから。ちゃんと話せてるかわからなくて。」と宙に浮いたままの視線でHは話した。Hに、夫に連絡したかと聞くとまだだと答えた。びっくりするだろうと言いながらも、Hが夫に何と伝えれば良いのかわからない感じだった。工作中だろうからということで、夫にメールをすることになった。Hをまず座らせて、お茶を入れに行く。Hは鞆から携帯電話を取り出して文章を考えていた。送信が完了したことを確認して筆者も椅子に座った。Hは、「びっくりするだろうなあ」とぼつりと呟いた。Hがため息ともつかない呼吸をする。胸の苦しさが呼吸の速さまで変える。おしゃべりが好きなHがほとんど言葉を発さない。しかし、筆者はただHが落ち着くのを待った。ポツリポツリとHが話し出した。検査のこと、検査結果のこと、診察室での記憶、前職について、お酒について話したいままに話すように促した。笑みもこぼれるようになった頃、メールを見た夫から電話が掛かってきた。夫が、彼女の病状よりも、今大丈夫かを心配して電話を掛けてきていた。夫の大丈夫？との問いに、Hは「大丈夫。美容室の人と話してちょっと元気出てきた。うん、1人で帰れる。」と言って電話を切った。ちょっと元気が出た、と聞いてホッとした。もうしばらく話そうと言って話をした。ウィッグのメンテナンスを今日ではなくてまた別の日に変更出来ることを伝えたが、Hは「また治療始まったらこのウィッグかぶらなあかんし、今日は気合い入れてメンテナンスしてもらおう！」と力強く言った。また行方治療に向けてウィッグを微調整して、せっかくウィッグも綺麗になったしと、買い物してから帰ろうと言うHを見送った。半年後、Hは2度目の治療を開始し、半年後無事にパートの仕事に復帰した。

看護師のKがCcureに初めて来た日、Kは肺がんであることを伝えた以外、ライフスタイルについての詳細を一切明かさなかった。対応している筆者の一挙手一投足を警戒した様子で観察していた。プライベートに踏み入ったりはしないが、患者のライフスタイルなどの一部を掴めないと適切なアドバイスが出来ない。個室で、初対面の筆者にいきなり恥ずかしい自分をさらけ出さないといけない空間でもある。身を固くし、警戒して来る患者は多い。だが、20分経ってもKは他の人とどこかが違った。筆者に探るように質問する。ウィッグのこと、病院での活動のこと、関わりがある病院や考え方などを根掘り葉掘り聞かれた。その日はウィッグの長さを少し短くして欲しいという依頼だった。Ccureのことは新聞を見て、一度来てみたかったと答える以外は何も余分には話さない。でも、帰る時間が近くなるにつれて、質問が自分のウィッグに関する質問になってきた。Kはウィッグのカットの他に、カラーも出来ることを確認して帰った。

Kが2度目の電話予約をして、Ccureに来たのは初めて来た時から2ヶ月後のことだった。Kは呼吸をするかのようにコホンコホンと空咳をする。肺がんの患者の症状で、本人は苦しくない。依頼内容は、人毛と人工毛を混ぜて作ったウィッグの色味を変えたいということだった。カラーをしながら、なぜ肺がんがわかったのかを聞いてみた。するとKは、自身が大きな病院に勤務する看護師であること、がん患者が抗がん剤投与などを行う化学療法室勤務であることを話した。そのとき、自分自身も肺がん患者と同じような咳が出ることに気が付いた。勤務する病院での発覚を避けるために勤務先とは別の病院に検査に行った。抗がん剤投与が決まり、働き続けるために勤務先の同僚たちには気付かれないようにしようと考えた。Kが勤務するのはがん患者からウィッグの質問もできるような場所だ。しかし自分自身ががんになって初めてウィッグについて調べ、初めて患者が大変な思いをして外見を整えるために悩み、行動しているかを知った。KがCcureの存在を知ったのは自分がんになってからで、新聞を読んでいたら記事が目にとまり、患者のためになればと思い新聞を切り抜いて化学療法室に貼っていた。そして、患者と話しているうちに自分自身も来てみたいと思い、勇気を出して来たと話した。1回目に来た時、Kには、ここは本当に大丈夫なのだろうかと思極めたいという気持ちがあった。筆者が信用しても良い人間なのかを確認するために患者にどのような情報提供を行っているのかを質問していたのだ。Kは咳をしながら「来てみてよかった。私たちが知らないことたくさんあるね。本当に外見って大事。自分がんになって初めて、髪の毛が無いと働けない！どうしよう！って思った。今までは脱毛の副作用の相談されても、そうだねと聞いてあげるか、ウィッグ屋さんで聞いてみ



でとしか答えてあげてなかったもの。これからは病院で患者さんに伝えてあげよう。でも、私がここに来ているのが知られたらあかんし、難しいところだなあ。」と笑った。ウィッグのカラーをして、「また来ます。色々教えて下さいね。」と笑顔で帰った。

Kから3回目の予約電話が掛かってきたのは2回目から半年経った頃だった。電話口ではKの咳が今までよりも頻繁に聞こえた。声もかすれて出にくそうで、会話が途切れる。内容は聞かずに予約の日だけを決めて電話を切った。予約の日の朝になって、熱があるから日を変えて欲しいと電話が掛かってきた。Ccureには予約変更の電話がよくある。患者の体調は日によって違う。理解しているので毎回快諾のうえで予約を取っている。この日、Kには、もう少し落ち着いてからまた電話をしてくるように伝えたが、絶対に次回の予約を取っておきたいと言った。Kが1週間後の同じ時間を言ったので、予約を取り、いつでも変更・キャンセル出来る旨を改めて伝えて受話器を置いた。

予約を取り直した3回目の予約の日、時間より遅れて到着したKの姿に驚いた。ガリガリに痩せ細り、肌が黒く、まっすぐに歩けずにふらついている。まず椅子に座らせる。Kが「遅くなってごめんなさい。すぐ疲れて。休み休み来たら遅くなっちゃった。」と無表情で謝った。身体が辛くなったら気軽に声を掛けて欲しいと伝え、施術内容を聞いた。Kは自身が座っている椅子の目の前にある鏡越しに筆者を見て、「息子の中学受験のために、今のウィッグをさわやかなショートカットにしておいて準備したい。」と言った。ウィッグの状態を良い状態に保つために、それぞれの行事に合わせて施術の時期を提案することがある。Kにも同様に、息子の中学受験はいつかを尋ねた。Kは「今5歳で、まだあるけれど、私は絶対に中学受験の面接に行きたいの！」と力強く言った。筆者は「あと6年かあ」とぼんやりと頭の中で計算した。ウィッグには、1年から1年半程度という寿命がある。どんなに高価な物を購入していたとしても、やはり物なので消耗品で、その違いに大差はない。通常であれば、6年も保たないということを伝えるが、今回は伝えなかった。Kは体調的に働くことが難しくなり、すでに看護師として勤務していた病院を退職していた。ウィッグをかぶる頻度が減っているということだったので、綺麗に保管しておけば使用出来ることは伝えた。必ずその時にまた相談するように促していると「結婚が遅かったから、年を取ってから出来た子。これからの息子の成長を見たい。せめて中学受験までは。」ともう一度呟いた。志望する中学校はどこを検討しているのか聞いたり、息子の幼稚園での頑張りを聞いたりしながらウィッグをカットした。Kは意識が朦朧とすることも多く、筆者の話に耳を傾けているだけだった。体調が悪い時でもかぶりやすく、そして上品な印象を与える爽やかなショ

ートのヘアスタイルに仕上げた。どうですか？とKに問うと、長時間座っていることも辛そうであったにもかかわらずハッキリとした口調で「あ、良いですね！これで塾とか受験の日とか良い印象で行けるかも。受験受かるといいなあ。」とにこりと笑った。筆者も一緒に微笑んだ。顔には出さずに、Kが中学校受験だけではなく、息子の小学校・中学校・高校・大学の入学式・卒業式も笑顔で過ごせるようにと考えていた。Kの体調を考え、帰るための袋に素早くウィッグを片付け、会計の準備をした。Kの方を見ると、目を閉じてボーッとしていた。どんなにしんどくても、子どもの将来を思ってKはCcureに来た。自身の外見が子どもにも影響する。保護者の集まりなどでも身なりをきちんとしておかなければ子どもに影響がある時がある。筆者は、準備の手を早めつつ、子どもの幸せを願う1人の女性の姿を見つめた。会計を済ませてKはウィッグの袋を大事に抱えてふらつきながらCcureを後にした。

3月10日、Living（リビング）京都<sup>49</sup>という情報誌に掲載された（図37）。年始に取材依頼があり、「生きる力」をテーマにした特集のために掲載させて欲しいということであった。女性をターゲットにした情報誌であることから、美容施術をがん患者に行うことで「生きる力」になると捉えてもらえたことが嬉しかった。さらに、この記事を書くためにCcureに来た記者が、筆者の話を理解し、わかりやすい言葉で説明した。記事のタイトルにもなったが、記者は「三田さんがしているのは、美容のチカラで前に進む勇気を届けるお仕事ですね。」と言った。筆者は別の言葉で、「患者さんの毎日を応援したい」や「患者さんが笑顔で過ごせる後押しをしたい」と説明していたが、記者の言葉は妙にスッと心に入ってきた。この情報誌は、京都府内49万戸に配布された。現在もこの記事を保管している患者がCcureに問い合わせをして来店する。

また、4月には“ほしい未来”をつくるためのヒントを共有するウェブマガジン「greenz.jp<sup>50</sup>」にも掲載された。その時のタイトルは「髪を切るだけが美容師じゃない！がん患者の社会復帰を美容のチカラでサポートするHappy Beauty Project」とされた。この記事も、記者がわかりやすく丁寧で、かつ、読んでいてワクワクさせられる記事を書いてくれた。greenz.jpの記事はウェブマガジンだったこともあり、比較的若い層に届いた記事だった。このように、第3者に話すことでよりブラッシュアップされていく。その感覚を実感出来た新聞記事だった。

2012年3月20日、看護師のYから「はじめてご連絡させていただきます。私、北山にある沢井乳腺クリニック<sup>51</sup>（以下、沢井クリニックと表記。）の看護師のYと申します。たまたまこのホームページを拝見させていただき、コンセプトにとっても共感したのと、もっとそちらの会社のことを知りたいと思いメールさせていただきました。私は乳腺に携わってまだ1年で、多くの患者様からウィッグについていろいろ聞かれますが、分からないことばかりです。もし差し支えなければ、一度お店の方に行ってみたいと思うのですが。どうぞ、宜しくお願いします。」とCcureに問い合わせメールが届いた。がん患者向けの美容室ではあるが、がん患者にとって美容を施すことの重要性や、外見サポートの必要性の認知度は医療従事者には十分に知られていない。Yのように、自ら来て見て聞いて学びたいと言ってくる看護師は珍しい。早速、1週間後の3月27日に約束をした。Yに店舗内の説明を一通り行い、相談室の椅子に案内した。お茶を飲みながら、なぜこういった専門性の高い美容室を始めたのか、どういったことがウィッグメーカーと違うのかを説明した。がん患者はがんになり、脱毛するとわかるとウィッグメーカーに行く。筆者が講演で大勢の人に、「もしあなたががんになり、抗がん剤の副作用で脱毛します。と医師に言われれば、あなたはどこに行きますか？」という質問に、およそ9割の人がウィッグを買いに行くと言え。残りの1割のうちの数人が、医師や看護師に聞く、帽子を買いに行くと言え、その残りの数人が美容室に行くと言え。自分が当事者になってみなければわからないことだが、ウィッグの下の自毛も伸びてくる。美容室を併設していないウィッグメーカーの場合、その伸びた自毛は切ってくれないことが多い。また、ウィッグの使用をやめる際も、ウィッグメーカーでは自毛デビュー<sup>52</sup>のためのヘアカットはしてもらえない。誰がどこで伸び放題の自毛を切ってくれるのか？という問いに誰も答えられないのが現実だ。こういったがん患者の美容についてYに話すと、Yは患者が脱毛に悩まされることは理解していたが、具体的な問題があり、それに対しての解決策があることに感心していた。Yは現在勤務している沢井クリニックで、相談窓口をつくることが出来ないかと提案した。筆者自身も、病院で、抗がん剤の使用が決まった段階で情報を知ることが必要だと考えていたため、快諾した。ただ、病院で実際に行うには院長の許可や、いつどこで開催するのかなど、詳細を決めなければならなかった。一旦Yが病院に持ち帰ることになった。病院で医療従事者以外が関わることは、安全性・公平性などの面を理由に難しい場合が多い。沢井クリニックもそうではないかと予想していたところ、Yから連絡があった。Yは、「三田さん！実は、患者さんのおひとりが三田さんにお世話になっているらしく、病院で絶対サポートあった方が良

いわよ！ってみんなに説得して下さってたんですよ！是非一度沢井クリニックに来て下さい。」と言ったのだ。医療従事者からサポートの依頼はあっても、病院の中の患者から名指しでの依頼は初めてだった。なかなか口コミでは広がらないCureの活動だが、患者たちの一部は熱烈に応援し宣伝してくれていることがわかった。心強かった。

6月、沢井クリニックに向かった。院長室に通され、院長の新蔵と、Yらと話した。筆者と新聞記事が一致していなかったものの、新蔵は筆者の活動を以前から知っており、一度会いたいと思っていたところであったと話した。新聞に掲載されることで、インターネットを利用しない年齢層や、がん、病気や美容に関係がない層にもアプローチすることが出来る。メディアへの露出の重要性を再認識した。具体的な話し合いの末、2012年7月4日に全職員向けの研修会を開催し、7月27日（金）を第1回目として開催することになった。事前に職員に聞きたいことがあればアンケートを取るよう依頼をした。以下の内容が挙げられた。

- ・ 脱毛時のシャンプーなどはどのようなものを（商品名とか）をつかったらよいか？
- ・ 化学療法終了後、髪の毛が生え始めてきた時、発毛促進するような方法がありますか？？
- ・ 毛染めはいつからしてよいか？
- ・ 化学療法後に毛質が変わり細くなったが自己ケア等で毛は太くなりますか？
- ・ 治療が終了して数年経過してもウィッグが必要な方がありますがどんな風にケアしていただいたら良いですか？
- ・ 脱毛し始めた頃の毛穴の痛み・かゆみ・湿疹に対してはどのようなケアをすればいいか？
- ・ 毛が生えてからパーマやカラーについて安全な時期はいつごろからですか？以前の勉強会では1年ぐらいと聞きましたが患者によっては3ヶ月～半年でOKと言われていた場合もあるので返答に迷うことがある。

- ・ 髪が生えてこないことを医師に相談しづらい。

- ・ 元通りにならなくても想像していたよりも生えてこないと落ち込んでしまう。  
→どう対応するべきでしょうか？（とりあえず医師に言うてみることを促しますが）
- ・ 実際に言われて傷つくような言葉などはありますか？

→注意して話していても何気ない会話で傷つけてしまわないようにしたいので具体的にあれば教えていただきたいです。

これらの質問に加えて、がん患者が脱毛すると聞いた時に用意しておいたら良いものや、ウィッグの相場、など、1時間に渡って研修を行った。「今まで知らなかったことが多かった。勉強になりました。これから患者様に聞かれたらしっかりと答えたいと思います。」と看護師や受付のスタッフから感想が述べられた。

「美容よろず相談窓口」と名付けられた患者向け相談窓口は、毎月第4金曜日の11時から15時まで行われることになった(図38)。早速第1回目は7月27日の朝11時から15時まで沢井クリニックの2階にある個室で、病院の医師・看護師やカウンセラーも患者に告知をして開催された(図39, 40)。ネットで買ったウィッグがどうも自分に似合わない。今かぶっているウィッグが使いにくい、カットは出来るか?などの相談から、「たった今、抗がん剤をすることを聞きました。どうなるか私はこれからどうなっていくのか教えて下さい。」という相談など様々であった。看護師やカウンセラーに相談してきたらどうかと提案され、不安そうに入室する患者もいた。

筆者は、院内では販売などの金銭が動くことをしていない。ウィッグをかぶることのメリット・デメリットを説明し、平等に各メーカーのウィッグの違いについて説明している。いつの時期にどのようなことが起こり、その時期に何が必要かを伝えている。どの病気にも言えることだが、自分の身体にどのようなことが起こるかわからなければ人は不安だ。だが、少しでも、予測が付けば気持ちが軽くなる。抗がん剤投与が決まり、「先月はがんではないが、がんが発見されてからはあれよあれよという間にがん患者になってしまうのだ。自身はがんになってしまったという事実と向き合わなければいけない中で、多くを伝えてもすべてはスツとは入ってこないし、忘れてしまうかもしれない。しかし、時間が経ち、その状況になってみて頭の中にふと「ああ、相談窓口の人、このこと言ってたなあ。」と思い出せたとしたら、次に起こることがわかれば、答え合わせをしているかのように着実に物事は前に進んで行く。筆者は、相談窓口で、その時に起こっている困りごとを解決しつつ、安心の種まきをしている。相談した患者は、入ってくる時とは違う声のトーンと笑顔で、「相談したら気持ちが軽くなりました。」と言って帰る。病院の中で、わからないことをそのままその場で聞いて帰ることができる仕組みは、毎日を不安の中で過ごしているがん患者には大きな安心に繋がる。そのことを理解し、導入した医療機関があるこ

とは現状では多くなく、珍しい。また、この取り組みは2013年8月にHappy Beauty Projectの仕事内容のひとつとして読売テレビの情報番組に取り上げられた。その時インタビューにおいて、院長の新蔵は、「病気だけ治ればそれでいいかと言うと患者さんはそれだけでは幸せにならない。心の問題だとかを患者さんから聞き出して、医療者ではできない別の解決の方法をお手伝い頂いているところです。心が元気な人は体も元気ですね。」と話した。なお、沢井クリニックでの美容よろず相談窓口は現在も継続して毎月開催している。2014年12月10日（水）と17日（水）には、「お母さんががんになった子どもについて」と「がんの時の美容について」と題してスタッフ全員に研修を行う。

毎日筆者は、Ccureでは無料相談を行ったり、美容施術を行ったり、様々な所に出向いたり、慌ただしかった。そして、患者らの要望に広く応えるため、新しく取り組みを行いたかった。そのために、美容師と事務を担当するスタッフを2名迎えることにした。公募をし、履歴書審査と面接を行った。2013年8月と9月からそれぞれ1人ずつフルタイムで働き始めることになった。事務の木村泰子と、美容師の寺田郁子である。Happy Beauty ProjectがプロデュースしたものとしてCcureがある。Ccureの中でのことをすべて任せた。それまでにアルバイトは雇ったことがあったが、筆者にとっては初めての正社員で、何もかもが手探りだった。そのような状況でも木村と寺田は自主的に取り組みCcureの運営をしてくれていた。

木村も寺田も少し仕事に慣れてきた頃、「うちには同年代の患者さんが多いし、年配の方が多いがん患者サロンには少し行き辛いけれど誰かと話してみたいと話す患者さん向けに、茶話会みたいなものをやろうかなと思うんです。お茶を飲むだけ…でも良いけれど、なにか一緒に出来たりしたらいいかなあと思っています。何かコンテンツを考えてもらえますか？」と2人に依頼した。ネイリストとアロマセラピストの資格を持つ木村はハンドマッサージやネイルケアを提案した。寺田は、ウィッグアレンジや眉メイクを提案した。3人でその会の名前を何にするか考えた。ミーティングの日に木村が数十個書き出してきた単語のうちの2つをくっつけて「ぷらすcafe」という名前に決めた。キャッチコピーは「治療中のちょこっと+（プラス）をつくる、にした（図41-43）。ぷらすcaféを始めたこと、そして、2014年1月に京都新聞にも取り上げられたことで、Ccureに一度来てみたかったひとも気軽に参加することができるようになった（図44-46）。また、毎月第3水曜日の10時から12時と決めたことで、流れが出来て、2度3度と参加する人が出てきた。ぷらすcaféを始めた

ことで、患者と筆者たちの距離が縮まった。患者同士が病気の話をするのは毎回終わりかけの頃だが、2時間を共通の手作業で過ごすので場の空気は緩んでいるが、互いに深く聞かれ過ぎない適度な距離感を保っている。2014年11月に開催したアイシングクッキーを作ろう！では参加者のAが、「また来月も参加するかも。」と言った別の参加者の発言に「うふふ、ぷらすcaféお友達。」と柔らかな笑顔で言った（図47）。ぷらすcaféも継続して毎月開催している。

今までは、何かイベントを開催するたびに、筆者が1人で写真を撮って更新してきたブログやfacebookなどSNSの更新も、木村と寺田が行うようになった。必然的に投稿回数が増え、内容や質も向上した。このように毎日一歩ずつ前進し、Ccureはコンテンツとスキルを蓄積していった。

新聞記事、インターネットでの検索でCcureを知ったり、沢井クリニックやその他の病院から紹介されたりして、日々患者がCcureに来ている。Ccureの宣伝は、ホームページやFacebookを利用したり、ブログを更新したりして公に公開されているものを患者が見て来店する流れだったが、木村と寺田が来てから\*Happy通信\*という名前で週1回メルマガの配信を開始した。2013年11月には病院に配布する用のCcureの施術メニューを載せたA4三つ折りのパンフレットを作った。パンフレットは、近畿地区のがん診療連携拠点病院のほぼすべてに郵送し、設置した。がん診療連携拠点病院とは、全国どこに住んでいても質の高い医療が受けられるように、厚生労働大臣が指定した病院で、地域のがん診療の拠点となる病院のこと（患者必携わたしの療養手帳7ページ, 2011年, 7ページ）。がん診療連携拠点病院にはがん相談支援センター設置されていて、患者や家族あるいは地域の方々に、がんに関する情報を提供したり、相談にお応えしたりする「がん相談窓口」だ。がん専門相談員としての研修を受けたスタッフが、信頼できる情報に基づいて、がんの治療や療養生活全般の質問や相談を受けている。病院によっては、相談の内容に応じて、専門医やがんに詳しい看護師（認定看護師、専門看護師）、薬剤師、栄養士などの専門家が対応できる連携体制を整えているところもある。事前に電話をして設置について話したが、「営利目的のものは置けません。」「受け取ってみて考えさせて下さい。」「京都まで患者さんは行かれないと思うので結構です。」などと言って受け取りを断る窓口もあった。京都で始めたCcureだったが、オープンすると小学生の患者から、80代のがん患者まで、東京、静岡、富山や近畿地区全域から患者が通った。また、がん患者のみならず、脱毛症患者やその家

族、ケロイドや手術痕が残る患者、うつや若年性アルツハイマーの患者などもCcureを使用した。理由はすべて、「近くに無い。」「ちゃんとわかってくれる人にやってもらいたかった。」など、Ccureのニーズを感じさせるものだった。だが、この電話により、病院によっては患者のニーズに気付かず、患者に選択肢を与えようとしていないこともわかった。

また、2014年8月から時代の流れに乗って、LINE<sup>53</sup>も始めた。説明会に行き、申し込みを行って、申請が通れば開設出来るビジネス用のものがあると知ったのだ。クーポンを発行出来たり、店舗とやり取りが出来たりとより簡単に患者と連絡が取れるようになった。Ccureからは店の案内を発行するに留まり、患者の後追いをしたりはしないが、予約の問い合わせなどに、LINEを使う患者が増えた。

この取り組みを始めた時のリサーチをもってすでに気付いていたことではあったが、本当に医師からは脱毛について何も説明されていないことが明確になった。副作用による脱毛は、抗がん剤投与を初めて2週間もしくは3週間と、薬によって違うが、医師に聞けばどのくらいで抜け始めるかわかる。医師に2週間もしくは3週間くらいと言われたら、本当に2週間もしくは3週間経ってからしか抜けないが、病院では「それより前に抜けませんよ。」という一言は言ってもらえない。がん患者の多くが、抗がん剤投与をしてから一体いつ抜け始めるのかビクビクしている。なかには、抗がん剤投与をしてから、次の日くらいから抜け始めるのではないかと怖くて髪の毛が洗えなくなる患者もいる。洗わない患者はブラッシングもしなくなる。「もし触らなければ、少しでも髪は留まってくれるのでは。」と淡い期待を抱く。通常強い力で引っ張っても抜けるはずのない髪の毛が、髪を梳かすだけで抜けるということは、いつかは抜ける髪の毛である。それよりも、再び生え始めた時に、より良い頭皮の状態をつくり、綺麗な髪の毛が生えてくるように毛穴に皮脂が溜まったりしないようにした方が良いとCcureでは説明する。抜け始める時期も、遅れて抜ける患者はいるが、抜けるのが早まる患者はいない。2週間と言われた患者には、ちょうど2週間後の3日前から、お守りのつもりで、鞆に室内用の帽子を忍ばせて外出を行うと安心であることや、髪色に似た服を着ていると抜け毛が目立ちにくいことも伝える。

がん患者が相談に来ると、まずは落ち着き、焦らないことを意識するように伝える。抗がん剤による脱毛を初めて経験する人は何もわからず不安しか無い。焦って unnecessary な物を買ってしまったり、抜けない抗がん剤なのに抗がん剤を使用すると聞いただけでウィッグを購入して無駄にしてしまったり、敏感に捉え過ぎて、今まで使用していた日用品をすべ



で敏感肌用に買い替えたりする患者がいる。もちろん、治療中は生活のスタイルも、お肌調子も変わってしまうことがあるが、過敏になりすぎることはない。まずは焦らないことを念頭に置いて、正しい判断が出来るようにして欲しいのだ。

上記のことに加え、脱毛前に用意するもの、脱毛中のシャンプーの仕方、いつ髪の毛が生え始めるかや脱毛が始まると頭皮が痛いことがあるということも伝えている。脱毛する前に用意する物のなかで大切なのはウィッグと帽子だ。ウィッグは、髪の毛がまだ残っている状態で購入すると脱毛して使用する際には大き過ぎたり、脱毛してからピッタリのサイズを買くと、伸びてきた自毛を入れるスペースが無かったりと、サイズ選びが難しい。よくウィッグメーカーと相談するように言っている。帽子に関しては、3つ用意するように促している。まず1つ目は室内用の肌触りが良い、それをかぶって眠ることが出来る帽子。2つ目は、カフェやレストランの中でもかぶっていることが出来るオシャレな室内帽子。3つ目は、日差しから頭皮やウィッグを守るための、つば付きの外出用帽子だ。脱毛してから気付くが、帽子売り場には試着室が無いので、抜け始めてしまうと試着が出来ない。脱もし始めると商品に髪の毛が付くので、ぱっと見の外見は大丈夫でも試着が難しくなる。また、シャンプーに関して患者に説明をする際、「シャンプーは毎日してくださいね。洗わなければ抜けないのではないかなと思って、洗わないのはダメですよ。」と言うと、多くの患者がうふふと笑う。「思い当たる節がありますね？」と筆者も笑って言うと、皆首を縦に振る。多くの患者が同じ傾向にあるのだ。いつ髪の毛が生えてくるかは、一緒にカレンダーを見ながら確認する。抗がん剤投与から2週間後に脱毛し、その1週間後に、2回目の抗がん剤投与をする。大抵、3週間に1回の抗がん剤を何クールする、というのでわかる。検査結果により延期されたり回数が増えたりすることもあるが、もし4クールなら、抗がん剤投与を開始した1回目からおよそ10週間後に最後の抗がん剤投与が行われる。その最後の投与から1ヶ月から3ヶ月の間に大半の患者の髪の毛は伸びてくる。その7~8ヶ月後には、ベリーショートではあるが、早い人はウィッグを卒業することが出来る。元の髪の毛の長さに近づけるためにはその分の月数がかかるか、それでも1年から1年半くらいでウィッグの使用をやめることが出来る旨を伝えるのだ。これから1年間のライフスタイルのイメージがしやすくなると、治療終了への前向きな原動力となるのだ。もう1つ必ず伝えることがある。脱毛時に感じる頭皮の痛みについてだ。理由はわからないが、脱毛する頃から脱毛が落ち着く1週間くらい、頭皮（特に頭頂部）が異常に痛くなることがある。赤みを帯びることもあれば、カサカサと乾燥することもある。風が吹いても痛いし、帽子がすれても痛いと言

う患者もいる。患者によってはこの痛みが、脱毛によるものではなく、頭のがんが転移したのではないかと不安を感じる者、一生この痛みが続いたらどうしようと思う者や自分だけがおかしいのではないかと思う患者もいるため、そういうことが起こる可能性があることを伝える。伝えると、次にCcureに来た際、必ずと言って良いほど、「言っていた通りだった！」と報告される。なかには「聞いていたから、あ、このことか！とわかった。安心出来た。」や「本当に魔法みたいだった！言われた通りのことが起こった。」と言う者もいる。

脱毛することが嫌で、なかには抗がん剤投与の際の薬の使用量を減らす患者や、抗がん剤を拒否する患者もいる。量を減らしてしまうと正しい治療の効果が測れなかったりもする。再発した時に「なぜあの時にちゃんと抗がん剤をしなかったんだろう」と後悔の念にかられる患者も少なくない。がんがわかってから、どのように治療し、どのように生きるかは患者次第だが、「知らない」「不安だ」ということで治療する術があるのに治療をしない選択肢を選んで欲しくない。そのために、がんの時でも美容面の困りごとを解決出来る場所があることを当たり前にし、サポート出来る人材がいるということ自体を患者に知ってもらう必要がある。Ccureには医療従事者にはない、美容面から患者の治療を支えるノウハウがある。Ccureでは、それを惜しみなくがん患者に提供している。

#### 第4節 CanBe（キャンビー）設立とイベントの開催

##### 第1項 CanBe が出来るまで

日々のCcureでの業務に追われるなかで、2013年3月、Ccureのメールアドレスに北海道在住48歳の脱毛症の女性Sから「インターネットで見つけました。これまでの活動も考え方も、非常に感銘を受けました。京都に行くのでウィッグを購入しに行くことは出来ませんか？」と問い合わせを受けた。関西への旅行の日程にCcureへの訪問を組み込むということだった。幸いお店の予約状況とも合い、SがCcureに来た。Sは筆者に北海道土産のチョコレートを手渡し、握手をしながら「わー、会えてよかった。ここに来て良かったあー。」と涙ぐんだ。筆者も涙ぐみながら、北海道からわざわざ足を運んでもらった感謝を述べた。Sを施術椅子に座らせて、Sが欲しいと言っていたウィッグを見せる。カットは北海道の知り合いにしてもらおうということで、商品を見せるだけであったが、Sは「こうやってじっくり相談を出来るのが嬉しい。わからないことや不安なことも共有出来て、こう

いう買い方は初めて。」と話した。こう言われたことに大変嬉しかったが、同時に筆者には「北海道からわざわざ京都まで来なければ相談出来るところが無いなんて…」と複雑な思いも生まれた。たくさん色々な話をして、昼食にオススメのレストランも伝えてSを見送った。

Sにもらったチョコレートを食べながら、先ほど感じた複雑な思いについて繰り返し考えていた。Ccureをオープンしてからの1年間、毎日来る患者の対応に追われる日々だった。Ccureをオープンするまでは「がん患者が困らない社会をつくりたい」と考えていたが、このままでは目先の患者たちにしかサポートを提供出来ないと思った。そこで、全国にコンビニの数よりも多い理美容室がサポート出来なければいけないと考え、がん患者の対応が出来る美容室作りのための講習会を開くことにした。

4月3日、講習会の内容を考えている時に、Ccureがある京都府美容業生活衛生同業組合中京支部<sup>54</sup>の会合があり筆者も参加した。その会合で普段の取り組みについて話す機会があり、施術の際に気を付けなければならないことなどを話した。講習会の重要性に気付いた組合員たちが、筆者を講師に招いて講習会を行うことになった。

講習会を開催するにあたり、まず一部組合員たちが内容を確認しなければならないということで、10日に組合員の店舗で行われている定期的なミーティングに筆者も参加して、ウィッグのことやがんの現状について話をした。組合員たちと話をする中で出てきた意見には、がん患者にカラーやパーマをしても良い時期の話を知りたい人が多いだろうということで、「リスクマネジメントの一環としての講習会にしたらどうだ。」という意見や「参加したい人はいるだろうか？」という心配をする意見もあった。意欲的な組合員のおかげで、広報をして早速6月24日(月)に講習を開催することになった。組合員の1人がチラシを作り、中京支部の組合員に配布された。内容は図48の通りだ。

講習会開催の打ち合わせをしている時に、筆者に組合員の1人が、「何か、サポートをしているとわかるマークみたいなものはないの？まだがんとは関係のない人に、施術しながら、がん患者さんの受け入れ始めたんだよね。と言にくいよね。」と言った。その言葉通り、マークを考えた。ピンクリボン運動<sup>55</sup>ではないし、当てはまるマークが思い浮かばなかった。友人のデザイナーに相談したところ、作ってもらえることになった。デザイナーにイメージを伝えた時に、その講習を表現するような言葉や単語は無いかと聞かれた。何も思い浮かばなかったが、「がん患者の美容」なので“Cancer Beauty”とかかな、と伝

えた。略して言うところ“CanBe (キャンビー)”。声に出して言ってみると、尚のこと響きが良いかった。CanBe マークを作ることが即決した。数日して、CanBe マークの案がデザイナーから提出された。一目見てこれだ！と現在のマークに決まった。

筆者が Global Shapers<sup>56</sup>の一員として所属する世界経済フォーラム (World Economic Forum) の Japan Forum が 6 月 11 日に東京で開催された。筆者の思い付きではあったが、そこに CanBe マークを持って行ってみようと考えた。デザイナーには負担を掛けたが、急いでボードを 2 枚作ってもらった (図 49, 50)。

人に見せると、可愛くて分かりやすマークだと言ってもらえた。ボードには CanBe についての説明を書いたので、容易に取り組みを説明することが出来た。ボードを持って写真を撮るのにピッタリのサイズにしたこともあり、機会があれば CanBe マークのボードを持ってもらい、撮影することにした。

世界経済フォーラムの創設者兼会長のクラウス・シュワブ<sup>57</sup>、ノーベル平和賞受賞者のムハマド・ユヌス<sup>58</sup>、ライフネット生命保険代表取締役社長の岩瀬大輔<sup>59</sup>、Twitter 社副社長兼 Twitter Japan 株式会社代表取締役会長のジェームス近藤<sup>60</sup>、サントリーホールディングス株式会社代表取締役社長兼株式会社ローソン取締役会長の新浪剛史<sup>61</sup>などさまざまな人が CanBe マークを持ち、写真撮影を行った (図 51-57)。皆、どこかでがんというキーワードと関わりを持っていた。特に新浪は自身が経験した身近な例を取り上げて、がんと美容の大切さを実感していることを筆者に話した。この時、第 18 代東京都知事の猪瀬直樹<sup>62</sup>が 2020 年の東京オリンピック招致のためにスピーチに会場を訪れていた。猪瀬と会話を交わし、CanBe の話をした。時間のなかではあったが、猪瀬は筆者の話に耳を傾け、写真撮影をした。猪瀬の秘書は撮影を渋ったが、猪瀬が撮ると言った。その 10 日後、猪瀬の妻・ゆり子が脳腫瘍で亡くなったというニュースが流れ、猪瀬が筆者の話に耳を傾けた理由がわかった。

がんというキーワードは誰の元にも身近に存在する。美容でがん患者を綺麗にするだけでなく、その必要性を訴え、サポートが出来る人材を全国に増やす必要がある。CanBe が目指すべき道筋がはっきりと見え始めた。

6 月 24 日 (月) の講習会の当日は、50 名以上が参加した。オーナーからスタッフまで立場は様々だが、全員熱心に講習を聞いていた (図 58)。日本人の 2 人に 1 人ががんになるかもしれないという数字を聞き、みな驚きを隠せない様子だった。また、もし 2 人に 1 人

ががんになるということは、現在受け持っている顧客の半数が将来的にがんになるということであるということも話した。大切なお客さまのお手伝いをすることが出来ない、ということは、継続して来店してくれる永久顧客を逃すということでもある。この話に1人の美容師が「そんなこと考えたこともなかった。」と感想を述べた。1人のサロンに勤務する美容師は、「うちにも個室があるので受け入れてみたいです。」と前向きな姿勢だった。片付けをしている時にこっそりと質問に来たサロンのオーナーもいた。

やはり1番盛り上がったのは、実際にウィッグを触ってみて、かぶってみた時だった。髪の毛がある状態でウィッグを人にかぶせるのは意外と難しい。この時は、カットの技術については話していなかったので、「へえー」と感心した様子だったり、「これどうやって切るんですか？」などの具体的な質問が活発に出た（図59）。

ちょっとした知識が“気配り”になり、“おもてなし”になる。明日から実践するものではないかもしれないが、知らないより知っていた方が良い。そういったことを伝えることが出来た講習会になった。

このようにして、CanBe という呼び方、マーク、がん患者の対応可能美容師・美容室育成プログラムがスタートした。

また、2013年10月に、Ccureの事務を務める木村にCanBeのマークを商標登録したい。どうしたら専門家に頼まずに出来るか調べて欲しいと無理難題を持ち掛けた。木村は無料相談などに何度も出向き、大量の資料と格闘して、申請手続きを行った。CanBeは簡単な文字列のため、申請の際に類似とされて承認が下りない可能性もあった。しかし、美容・理容のカテゴリーで登録申請を行っているものがいなかったために無事に、2014年4月11日に商標登録された（図60）。

## 第2項 CanBe Fun! Jazz Live @ 妙心寺退蔵院

2013年7月3日（水）、妙心寺退蔵院の副住職である松山大耕<sup>63</sup>がFacebookで筆者のことを知り、Ccureを訪れたことをきっかけに、7月11日に京都祇園の芸妓でJazzシンガーの真箏を知った。真箏はがんを経験したが、持ち前の明るさと人徳で闘病を乗り越えた。さらに、芸妓の時からかぶり慣れていたかつらのおかげで、何個もウィッグをかぶり変えておしゃれを楽しみながら生活していたという。7月22日に筆者は真箏と直接会い、カフェでお茶を飲みながら話した。筆者の取り組み、考えていることやCanBeの説明をすると、

その趣旨に賛同し、妙心寺退蔵院の本堂で CanBe の Jazz ライブを開催することになった。

筆者も、CanBe のプログラムが進み出してから、「せっかく患者さんが綺麗になる場所が増えるんだったら、わくわくお出掛け出来るところも増やしたい！そしてそれに関わってくれる人を増やしたい！」と思っていた。加えて、「がんになったからこそ普段出来ないことが出来た！」と患者に思ってもらえるように非日常な機会をつくりたかったのだ。妙心寺退蔵院は世界的にも有名な禅寺だ。治療中はなかなか出掛ける機会が少なくなる。そのような場所で Jazz を聞くことが出来る。「なんて素敵なんだ！」と企画をするのが楽しみだった。

1 回目のミーティングを、松山・真箏・筆者の 3 人で退蔵院で行った。本堂を使える日はいつか、何人収容出来るか、椅子の対応は可能か、内容はどうするかなどを話し合った。松山も真箏もイベントをつくる経験が豊富だったため、必要な条件などをそれぞれが出し合い、擦り合わせも柔軟にスムーズに進んだ。筆者は、内容に関して、真箏のジャズライブ、松山の話と坐禅を必ず盛り込みたかった。松山に教えてもらったのだが、坐禅は呼吸が大切で、正座してでなくても、どこでも出来る。不安が多いベッドの上でも出来るのだそうだ。是非それは、素敵な Jazz を聞いた後にしたかった。また、がんはつい、「死」を連想させるが、それを意識することで「生きる」を考えることが出来る。筆者は、松山に、松山の口から生きることについての話をして欲しかった。食べ物に気を配っている真箏が「手作りのお菓子とか出しまひよか？」と言った。松山が、「それやったら、用意するんは大変やし、阿じろ<sup>64</sup>のお弁当頼みましょか。書院も開放して、お庭も特別にライトアップします。」と提案した。普段なかなか入ることが出来ない閉館後の妙心寺退蔵院で Jazz ライブが楽しめ、副住職の話と坐禅が体験出来る。しかも、ライトアップを見ながら食事出来るなんて、なんて素敵なのだ、当日が待ち遠しくなった。がんのひともそうでない人も、ゆったりとした気分や雰囲気を楽しみ、CanBe のイベントを通してがんを考えることが出来たらと思った。筆者が想定していたよりもはるかに良い Jazz ライブになりそうだった。

日程は 10 月 25 日（金）に決まり、会の名前も「CanBe Fun ! Jazz Live @ 妙心寺退蔵院」に決まった。松山は会場の準備と広報、真箏は音響スタッフ、ギタリストの手配と広報、そして筆者は広報、参加者数の管理や連絡などを担当することになった。集客目標は 80 人程度とした。広報方法は 3 人それぞれの Facebook を利用した。そして、真箏がパーソナリティを務めるラジオなど 2 本のラジオでも紹介がされた。開催 1 週間ほど前に、松山の

知人の医師で、腫瘍内科医の岡田直美<sup>65</sup>も参加することになった。松山は岡田の紹介をする時、岡田の「趣味は治せないがんを治すこと」と紹介した。実際会ってみたらその通りで、パワフルな雰囲気が見てとれた。また、1人の患者に最前の治療が出来るようにしっかりと声を聞き、患者がより良く生きることが出来るように一緒に一生懸命考えてくれる医師だと話していて伝わってきた。もともとは松山だけのトークにするつもりだったが、岡田が参加出来るようになったことで、真箏と筆者も交えた4人でのトークセッションを行うことになった。

1週間前から台風接近に警戒するニュースもあり、26日のイベントの開催を中止団体もあった。筆者も数十人の安全を考えて、今回は延期すべきか考えたが、松山の「祈っておきます」の言葉に後押しされて開催を決定した。当日の3日前になり、申し込み者数は100名になった。事務スタッフの木村が変更ありませんようにと祈りながら100個の阿じろのお弁当を注文した。当日の配布物を印刷し、1つ1つの袋に入れ、お弁当の引換券と、お弁当を持ち帰りたい参加者のために持ち帰り用の袋を配布物用の袋に入れた。台風の予報だけが筆者を不安にさせていたが、それ以外は準備万端にして、Jazzライブ当日を迎えた。

Jazzライブ当日、キャンセルの連絡はほとんど無かったものの、追加の申し込みがあった。お弁当ありは4000円で、お弁当無しで3000円でも良ければどうぞということにして受け入れることにした。17時30分からの開場に向けてそれぞれが持ち場の準備をした。雨は降っていたが、風はそこまで気にならなかった。椅子は仏を背にして庭が正面になるように並べられた。普段はある戸もすべて取り払われ、何とも言えない、背筋がピンとするような神聖な空気が本堂に流れていた（図61）。

18時の開始時間になり、ほとんどの人椅子に座っていた。開始のあいさつをまずは筆者が務め、CanBeについての説明をした。開始した時から強めの雨が降っていたが、真箏のJazzライブが始まった時、その雨がカーテンのように会場を包んだ。周りの音を一切消して、真箏の声とギターの音だけが会場に優しく流れた。雨は降らないで欲しいと考えていたが素晴らしい効果を出していた。（図62-63）トークライブも、岡田が医療の現場の話を経験談を交えて話し、そしてそれを松山がまとめて話を進ませた。あっという間の2時間だった。5分くらいの坐禅を行い、Jazzライブは終了した。

お弁当を食べる時間をプログラムに入れていたものの、自由行動にしていた。そのまま帰る人は持って帰れば良いし、余韻の残る本堂や、ライトアップされた庭先でも良い、また、松山が開放した書院で食べるのも良かった。筆者の思惑通り、参加者の皆が思い思い

の場所で食べていた。お弁当の時間に、様々な人が筆者に名刺交換をしに来た。それぞれが一言ずつ「凄く良かったです。感動しました。」「真筍さんのファンで今日は聞きに来ました。こういった活動が広がることを応援しています。」「がんについて何も知らなかったなあと思いました。ありがとうございました。またやって下さい!」「三田さんがやっているようながん患者向けの美容室があるなんて初めて知った。」などと感想を述べた。一通りの名刺交換が終わり、書院を覗くと、Ccure に来ていた先輩患者が最近 Ccure に通い出した新人患者と不安や悩みを共有しながらお弁当を食べていた。筆者がお弁当の味を2人に聞きに行くと「美味しいですー」と満面の笑みで2人は答えた。新人患者が「色々教えてもらいました!」と言った。すると先輩患者が「知らない不安よね。髪の毛ほんまに生えてくるんやろとかね。」と良い、2人はうなずきながら顔を見合わせていた。最後の最後に声を掛けて来た人がいた。様々なものをプロデュースしているプロデューサーだった。その彼が筆者のところに来て「いやあ、僕、1年中色々なイベントに参加しているけれど、このイベント、今年で1番だったよ!僕も家族にがんの人がいて、重い感じのイベントだったら嫌だなあって思っていたけれど、絶妙なバランスだった。明るい気持ちで命を考えられるイベントだった。」と言った。結局、109人の参加があった。必要経費を清算して、残りの収益はCanBeの活動資金となった。患者も、そうでない人たちも、CanBeのJazzライブを通してがんというキーワードに触れることが出来たイベントだった。大盛況のイベントとなった。次回は2015年の春に行われる予定である。

### 第3項 CanBe Fun! 大人の遠足～冬の京都を歩こう～

2013年11月にフィリピンで大きな台風被害があった<sup>66</sup>。Jazzライブ以降、2014年の春くらいに次のイベントを開催出来ればと考えていたが、CanBeでフィリピン台風被害を考えることが出来る何かをしたいと考えた。以前から、がん患者のエクササイズについて取り組みたいと思っていたので、「CanBe Fun! 大人の遠足～冬の京都を歩こう～」という名前のチャリティーウォークを企画することにした。(以下、大人の遠足と表記。)三条京阪～京都大学付近～出町柳を鴨川沿いに歩き、出町にある商店街で食べ歩きをする、全4kmくらいの行程だ。2月8日(土)の寒い日を選んだ。歩くだけではしんどいので、途中のランチタイムは参加者がほっこり出来るように、がん患者たちも興味深いベジタリアンのレストランにて食事を取ることにした。ベジタリアンレストランの名前はTOSCA(トスカ)



と言ひ、色とりどりの綺麗な料理が提供される。シェフの橋本明朱花は「食べ物が人のいのちを創る」と言っており、調味料などの発酵食品についての話を少ししてもらったこととなった。出町の商店街では、ガイドに依頼をして、出町の歴史を聞きながらの食べ歩きをすることにした。前回の Jazz ライブ同様に Facebook で参加者募集をした。またもや天候に悩まされる、大雪の予想と重なり、参加者集めに苦労したが、12 人での開催が決まった。

8 日（土）の当日、1 人が体調不良でキャンセルになったので、総勢 11 名での大人の遠足がスタートした（図 64）。大雪だったためにキャンセルがあるかと予測したが、誰も大雪を理由にキャンセルするものはいなかった。むしろ、明日楽しみにしていますとメールを送ってくる参加者もいた。鴨川沿いを歩くと、ひどくぬかるみ、足下が悪かった。時間通りに進むか懸念もしていたが、参加者たちが時間配分通りに歩き、TOSCA に到着した。TOSCA では、大人の遠足特別ランチが準備されるのを待っている間に、鴨川沿いを歩きながら行ったクイズの答え合わせをした。正解者には景品の授与も行われた。参加者の中には、大人の遠足に興味があり参加したものもいれば、自らががん患者で広島から参加したものもいた。他にも、がん患者が家族にいるものもいた。そして、看護師の Y もいた。食事の前に行った自己紹介では、様々な立場から、参加した理由を話した。それぞれの立場は違うが、皆笑顔で自己紹介を聞き合った。食事が始まると、どこにも卵、肉、魚などが使われていないことを忘れてしまい、所々から「あ、これ卵じゃないんだ。じゃあこれは何で出来ているの？」と参加者同士で相談し合ったり、「美味しいねー」「しっかりボリュームあるねー」などと言って全員が食事を完食した（図 65）。食事の間に、シェフの橋本から、食材や調理法、味付けに関する調味料の簡単な話をしてもらった。出されたものを食べるだけでなく、作り手の顔を見て、1 つ 1 つに意味があることがわかることで、また味わい深いものになっていた。積極的に野菜の質問をするものもいた。特別に食後の飲み物とケーキを橋本が出した。参加者たちの顔は寒さを忘れて暖かい顔をしていた。

TOSCA での時間が美味しく、暖かくそして楽しかったので、次のポイントである出町柳駅に向かうのが 10 分ほど遅くなった。到着してすぐに、ガイドの宇野が早速小さな社のある場所に全員を誘導し、必要な用紙を配布して案内を始めた（図 66）。商店街の入り口に着いた時は、宇野は全員に割り箸と紙コップを配った。紙コップは食べ歩きの品の受け皿だと気付いた参加者たちは、「さっきまで食べてたしまだお腹いっぱい食べれないかも」と不安そうに言った。宇野には事前に食べ歩きの希望品数を伝えていたが、オプションで唐揚げも食べかと聞かれた。参加者は食べれそうにないなという顔をしていたが、宇野の

計らいで、数人分だけ試食させてもらうことになった。

まずは乾物屋に行った。鰹の削り方や、乾燥食品の試食をした。食べられないかもと心配をしていたが、ぱりぱりと食感の良い乾物はスッと参加者のお腹に納まった。次に、豆腐屋に行った。豆腐屋では、飛竜頭（ひろうす）を調理したものが配られた。熱々でぷりぷりと大きく、「ひゃ大きい！」と驚いていた参加者たちだったが、全員完食して、容器を返した。店主の計らいでもう1つずつあり、それはお土産として袋に入れてもらって持ち帰った。3軒目は漢方薬の店だった。体が温まる漢方薬の飲み物が提供され、薬剤師の話を聞き、最近流行の美容液の説明まで受けた。4軒目は、鶏肉屋だった。店の前に到着するとバットに乗せられた大量の唐揚げが出された。全員の顔が、多過ぎる！どうしよう！という顔をしていたが、1人が手を伸ばし、1人が手を伸ばししているとすぐに無くなった。鶏はジューシーだがさっぱりとしていて、衣もカラッと揚がっていてお土産に買って帰りたくなるほど美味しかった（図 67-69）。5軒目は漬物屋だった。ここでも大量の漬物が2皿出てきた。お座敷に上がって食べる漬物は「田舎のおばあちゃんの家に来ているみたい」「ほっこりするなあ」と好評だった。残った分は、店主がビニール袋を用意してくれたので、均等に分けて持って帰った。どの店舗も地元で昔からある商店だ。専門的に商品を取り扱っているのが美味しく、地域の温かみを感じることが出来た。実際に、看護師のYは、これをきっかけに出町商店街で買い物をするようになったとその後、話していた。

## 第5節 理美容師の育成プログラム

ここでは、筆者が北海道の患者を受け入れてから必要性に気付きスタートしたCanBeの理美容師育成プログラムについて記す。2人に1人ががんになり、3人に1人ががんで亡くなる時代とされている現状があるにも関わらず、がん患者が理美容室に来た時に、不安を感じずに受け入れることが出来る理美容師は日本に何人いるだろうか。ほとんど思い付く人はいないだろう。理美容師が自身もがんになり、その経験を活かしてがん患者の受け入れをしている人はいる。しかし、正しい知識のもと、受け入れているとは限らないし、その人たちが当たり前全国各地で活躍しているわけではない。ところが、がん患者は日本全国に点在していて、抗がん剤により脱毛した人たちのほとんどがサポートを必要としているのである。今まで、がん患者たちは密かに髪の毛が伸びきるまで我慢したり、勇気を出して知らない理美容室に行って自毛のヘアカットをしたりとありとあらゆる努力をして

きた。だが、年々がん患者数が増えているなかで、これからもがん患者たちに我慢を強い  
る時代は終わった。優秀なウィッグという「物」ががん患者らの気持ちを軽くしているが、  
物に頼っているというのが現実で、「髪の毛がある状態に見せる」ことしか出来ない。実際  
には、患者はウィッグの下で伸びてくる自毛を切ったり、一緒に抜ける眉毛やまつ毛につ  
いて聞いたり出来る理美容師に頼りたい。筆者のところに来る患者たちも、「ウィッグ屋さ  
んに行ったけれど、自毛はカット出来ないと言われたので来ました。」「ウィッグ屋さんで、  
カットの相談をしたけれど、個室は無いけれど出来ますと言われて…みんなの見てる前は  
嫌なので断ってここに来ました。」「毎回自毛のカットを頼むのが億劫で…。」「いつも行く  
と、洗い替え用にもう1つどうですか？と勧められるので、美容室はここに来ました。」と  
言い、皆美容室機能があるからこそ Ccure に来ると言う。2人に1人ががんになるという  
ことは、各店舗が抱えている顧客の半数ががんになるということ。そして、ウィッグの扱  
いについては、高齢化に伴って薄毛対策のためにおしゃれウィッグを着用する人が増える  
ことも考えると、基本的な知識と技術として知っておかなければならないと考えている。

そこで筆者は、がん患者受け入れ可能美容室・美容師の育成を目的とし、また、その人  
材を全国に増やすべく、CanBe 講習会を開始した。

講習会は、不特定多数向けの講習会、サロン向け講習会、少人数もしくは個人向け講習  
会の3つにプログラムを分けた。

2013年7月19日（金）の夜9時から、6月24日に開催した京都府美容業生活衛生同業  
組合の組合員対象の講習会にスタッフと参加していた美容室『works ヘアプロデュース』  
のオーナー木村と相談して、閉店後の店舗内でスタッフ総勢8名に2度目の講習を行った  
（図70）。CanBeの講習は1日で完了するものではない。基本は3回講座に設定した。1回  
目の基本的な内容の講習は6月24日に全員が受講していたので、必要最低限の情報を確認  
し、技術講習を行った。サロンの中の導線を考慮し、患者の受付の仕方、案内の仕方、席  
までの誘導の仕方など、細かな指導を行った。木村が「うちはガラス張りだし、個室も無  
いし、かといって内装工事はすぐには出来ないしなあ。」と言ったが、木村の店にはメイク  
や着付をするためにカーテンで仕切ることが出来るスペースがあった。広くはないが、ウ  
ィッグの患者のカットをするには十分な広さだった。「十分ここで良いですよ。」と言うと  
「そうか！」と納得した様子だった。一番初めから完璧に行おうとすると負担が大きいし、  
ハードルが高い。出来ることからやる、出来る範囲でやる、ということも伝えた。患者の  
全員が絶対個室が良いという訳ではない。時間外対応で良い患者、パーテーション対応で

良い患者など、それぞれの患者が置かれているシチュエーションで大きく変わる。また、その対応を一体誰がするのかということも大切な要素である。信頼出来る人、すなわち、話をすると説明しなくても状況や病気についてわかってくれる人に患者は依頼したい。過去に Ccure に来た患者が、帰る際に「ここに来てよかったあ。もっと早くに出会っていればよかった。」と言ったことがある。この患者は以前行った美容室で、予約・問い合わせの電話を掛けた時は女性のスタッフが電話に出たので大丈夫だと思い、勇気を出して自身の病気の話をして予約をしたにも関わらず、予約当日にお店に行ってみると担当が男性だったことがあり帰りたくなると話した。また別の患者は、脱毛症が理由でウィッグを着用せざるを得ない状況であったにも関わらず、20代前半のスタッフの女性に「ウィッグ暑いですよー。私も結構ウィッグ好きでかぶるんですよー。」とニコニコして言われて、「私のウィッグと、あなたがファッションでかぶるウィッグとは意味が違う！」と嫌な気持ちになったと話した。がん患者だからと気を使い過ぎる必要はないが、相手の気持ちを思う心配りは必要である。何も知らないスタッフより、患者は少しでも理解のある美容師を求めているのだという話をエピソードも交えて話した。

この日は、実際に練習用のウィッグヘッドを使って、ウィッグのかぶせ方、ブラッシングの仕方、洗い方、乾かし方などを教えた。ウィッグを触ったことがないスタッフ、かぶせたことがないスタッフを中心に、練習も行った。筆者はウィッグを触り慣れているので、見ただけで、大きさやかぶせる位置の違いなどがわかるが、慣れないスタッフたちは深めにかぶせ過ぎたり、浅くかぶせ過ぎたりと感覚を掴むのが難しそうだった。「ちゃんとはまってるかわからへん。」とやってみた感想を述べた。もし患者が来たら、もし患者に相談されたら、という想定で行ったので、全員真剣に自身に置き換えて講習を聞きながら考えていた。最後の感想で、「もしお客さまががんになられて、相談されたら、出来ることをしたい。」「知らないことばかりだったので勉強になった。」「実際に来られた時に対応出来るかわからない。」と受講者は述べた（図 71）。この時、筆者に読売テレビから取材の依頼が入り、この講習会の様子も取材された。Ccure での活動、沢井クリニックでの取り組みが編集され、かんさい情報ネット ten.<sup>67</sup>という番組の中で特集コーナーとして放映された。オーナーの木村もインタビューを受け、この取り組みに賛同した理由などを聞かれて「お客さまにとって大切なことだと感じました。」と話した（図 72）。放送後に木村から、「結構お客さま見てはるものですね。見たよ！と言って下さる方から、応援してくれはる人までいりました。」と連絡があった。その後、実際にテレビの放送を見て、相談の電話を掛け

てきた患者がいたと言う。

筆者は講習を通して、「案ずるより産むが易し」であり、実際に受け入れてみることの大切さと、理美容室のオーナーは利益に繋がるかを考えた上で今後も受け入れるかどうかを考えなければいけない立場であることがわかった。理美容室にとって、椅子の回転数が売上げだ。がん患者を受け入れた場合、どうしても通常のヘアカットやパーマより、カウンセリングなどに時間がかかる。当たり前のように出来る世の中にしたいと願う反面、受け入れには勇気が必要なことも理解している。患者が手を伸ばせば手に届く必要なサポートとして、また、取り組む側も継続をさせる必要があるため、ボランティアではいけないと考えている。だから、ボランティアで受け入れて下さいとお願いして回っているわけではない。でも、様々な場所で筆者の取り組みを話し、がん患者の受け入れと聞いて、「手間かかるでしょ?」「そんなの、お金もらいにくい。」「なんかあったら怖い。」と言うオーナーが多かった。サポートは、やりたい人だけやれば良いと思ったこともあったが、そんなことを言っていたらサポートする人は増えない。必ず受け入れることが出来るように、受け入れなくても、患者の身を守ることが出来るような講習内容を設定する必要がある。筆者の得意分野ではなかったが、この施術には何円もらう、この施術は何円もらう、と料金やその値段設定について、Ccure の料金設定を例に用いて講座内で話すことにした。

2014年2月17日(月)、3月17日(月)の2日間を使って、「お客さまががんになられた時のための講習会」を一般に呼びかけて開催した。朝10時から13時までの3時間で、2回に分けて理論と技術について学ぶ。参加費は1人2回で5000円で、修了証を授与することにした(図73)。Facebookで呼びかけるなどして、3名が受講することとなった。TuとTaの2名は、京都府美容業生活衛生同業組合の組合員向けに開催した講習に参加していた。Taは、組合員向け講習の終了時に取ったアンケートに、自身の店にも個室があるのでがん患者を受け入れたいと書いていた。もう1人は、大阪の美容室で勤務するAだ。Aは、この日までに筆者をインターネットで見つけて連絡をしてきた。その後2度AがCcureを訪れて、筆者の取り組みを話したことがあった。Aは、今後独立を考えており、その際、患者の受け入れを検討しているということで、Aは仕事を休んでこの講習会に初めて参加することとなった。

まず、初対面同士なのでそれぞれの自己紹介を行った。名前、勤務する店の名前、なぜこの講習に参加したのかを1人ずつ話した。美容師たちは比較的人と話することが得意だ。皆、緊張しつつもたっぷり時間を掛けて自己紹介をして本題に入った。筆者からCanBeの

説明と講習会の持つ意味を説明し、講習会で話したがんのがん患者を取り巻く現状について復習の意味を込めて改めて説明した。CanBe の講習会は 1 回聞いたら終わりではなく、しっかりとアフターケアもすることを伝えるため、終わってからの関わり合い方についても予め流れの初めの方で話した。この時点で筆者は、サポートが出来る理美容室をインターネットで検索出来るように検索サイトを作りたいと考えていたため、本人の希望により検索サイトへの掲載、マークの配布、ホットラインとしての電話での相談も随時受け付ける旨、必要な情報の提供、受講生同士のネットワーキングについても説明した。

次に、抗がん剤の副作用で一体何が起こるか、がんになった時の女性の困りごとの第 1 位はもちろん自身の身体のことだが、2 位は脱毛であることを、筆者の患者の脱毛した頭部写真を見せて説明した (図 74)。サポートする際に重要なのが、サロンに来てもらうタイミングだ。タイミングを予め予測出来るように治療の流れ、脱毛が始まるまでにがん患者にはどのくらいの期間の猶予があるのか、美容室で担うことが出来る施術内容を伝えた。施術内容はウィッグのカットだけではない。美容師が担える部分は大いにあり、美容室という存在ががん患者にとっていかに必要かを説明した。

さらに、Ccure がそれぞれの店舗のロールモデルとなるよう、Ccure がターゲットにしている年齢層や居住エリアについても実例を報告した。そして、一体どのような美容室ががん患者に求められているのかを述べた。①個室がある (他の客に見られたくない) ②理解してくれる (説明することが億劫) ③施術者は同性が良い (異性に見られるのは恥ずかしい) ④相談出来る美容師・美容室が良いの 4 項目だ。②～④はすぐに努力次第でなんとか対応出来るが、①の個室に関しては、現在使っている既存のサロンの形態を変えることは難しいという意見が出た。個室の対応がやはり安心出来るが、個室が理想的であるという理解をした上で、各店舗で出来る限りの対応をすることが出来ればそれで良い。例えば、時間外対応を行うことや、パーテーションを用いるなどして、配慮が出来れば良い。その旨を伝えると、それなら出来るかもと、自身のサロンの間取りを考えながら受講者は話を聞いていた。

カウンセリングについては、ウィッグを取り扱う時も、自毛の施術を行う時も、現在の患者の置かれている状況を詳しく聞き、患者の口から患者の希望を聞くように話した。髪の毛が抜けてしまうかもしれない、外見が変わってしまうかもしれないと考えるあまり、気持ちが焦っていることが多い。いつもより優柔不断だったり、決断力が早くなったりしてることがある。「説明してもらっていない」と言われてしまわないように、

焦らずにゆっくりじっくり話すようにして、メリット・デメリットをしっかりと伝えることが大切だとした。また、患者は何事にも藁をも掴む気持ちでいる。正しくなくても、良いと思った情報を信じてしまうことがあるので、自身は美容師であるという一線は越えずに冷静に対応することを注意事項として促した。EBM, Evidence-based medicine という単語も用いて、患者が医学的根拠の無いインチキ療法にひっかかってしまうような不用意な発言は美容師の立場からはするべきではないことも m 説明に付け加えた。実際に筆者のところに来ている患者もキノコが良いと聞いたと言って、1箱5万円のキノコのお茶を飲むようにしていると話していたことがあったし、ドラッグのような名前の薬を「これを飲んだら脱毛しないからと言われて抗がん剤開始後に飲んだけど、抜けて来てしまった。きっと飲むのが遅かったからだ。」と悔しがっていたこともあった。スタイルを決める時には、通常のカウンセリングとほぼ一緒だ。相手の生活を考えてヘアスタイルを提案するということに対して、理美容師たちは、日々の業務の中で行っているため、患者らの対応をすることに対して適任と言える。

がん患者たちの自毛をパーマしたりカラーしたりする時の注意事項がある。パーマとカラーは抗がん剤終了後1年以上経過しなければ施術をしてはいけないと言われている。カラーと言っても、ヘアマニキュアに関しては半年後である。それぞれ、刺激が強く、頭皮から体内に浸透するためだとされている。基本的にはどのサロンも、主治医の許可がある場合のみ施術を行うということをするようにしている。Ccure に来た患者も、医師にカラーは肝臓に影響が出るからダメだと言われて、白髪では外を歩けないからなんとかして欲しいと言っていた。その時は患者も理解した上だったので、髪の毛ファンデーションという、洗い流せるタイプの代替品を紹介した。ところが、患者によっては、医師から禁止されていても、内緒にして美容室に来る人もいる。その場合、何も聞かずにカラーを施して、皮膚や身体に影響が出た場合トラブルに繋がる。CanBe 講習会を受講することで、患者の身体だけでなく、自身のサロンも守ることが出来る。患者に CanBe の講習を受講した人には、以下の3つを平等に守ってもらうようにしている。

- 患者にメリット・デメリットを何度もきちんと説明すること
- 本人の意思を引き出し、尊重すること。
- 医学的根拠に基づかない発言はしないこと。

色々な注意事項はあるが、これら基本の3つを守ることで、安全に患者を応援出来るサロン作りが出来る。

詳しい技術に関しては、どのシチュエーションでどんな質問が出るのかということ以外は、Ccure に来てから患者の施術をすべて行っている寺田から説明した。パーマやカラーで使用している薬剤とその量など、筆者が教えたことから、寺田が自ら試行錯誤の末にベストな方法を見つけて取り入れていることもある。説明中は皆メモを取ったり、質問したりしていた（図75-76）。

締めくくりに、①がんになっても困らない。②日常生活をスムーズに送ることが出来る。③困っても頼るところがある。④がんでも自分らしく素敵に生きる！ことが出来る社会にしたいということを受講生に話し、修了証の授与を行っている。月1回、3時間ずつの2回の講習はあっという間に終わってしまう。しっかりとした美容師たちへのサポートを行うと約束して終了する。「今後、自身のサロンワークに取り入れたい。また何か困ったことがあったら連絡します！」と言って、3名は帰って行った。実際にTaは患者の相談を受け入れており、質問などをするために電話を掛けてくる。

2013年10月、兵庫県姫路市のMから、電話での問い合わせがあった。Mは、8月に放送されたかんさい情報ネットten.を見て、「こんな人がいるんだ！」と筆者のことを知った。Mはサロンに勤務していたが、長年がん患者の受け入れをしてきていたそうだ。Mも2014年7月と8月に講習を受けた。Mの場合は知識も豊富だった。がんに関係する映像を観るなどして、受講生のレベルと要望に合った講座を開催した（図77-78）。Mは2014年7月に、自身のサロンをオープンさせて、がん患者などを受け入れている。

2014年11月、Mの紹介でYがCanBe講習会を受講しに兵庫県姫路市から来た。Yは介護士の資格を持つ訪問美容師で、利用者の中にも必要な人がいるという理由で受講しに来た。2回の講座は、1回は通常通りだが、2回目はウィッグをカットしたことがないのでウィッグを実際にカットしてみる実習を行うことにした。講習費は人毛のウィッグ付きで25000円にした。Yは、高齢や精神疾患などについて非常に詳しく、がんについては今まであまり接点が無かったということで、1回目の理論講習ではがん患者を取り巻く現状について数字を示しながら詳しく、かつ、わかりやすく説明した（図79）。

2週間後に行われた2回目のYへの講習会は、実技だった。未カットの人毛ウィッグを1つ用意し、ロング、ミディアム、ショートと作っていく。それぞれを写真に撮影し、写真



素材として残す。11時から17時までを要して3スタイルを作った。ウィッグのカットは、人間の頭にかぶせてカットするのと、練習用ウィッグヘッドにかぶせてカットするのでは感覚が違う。寺田はまず人間にかぶせて、前髪を切るところからスタートした方が良いと言ったが、Yは、自身の寝たきりの利用者を想定したため、ウィッグヘッドで切り始めた。寺田が、思っているより2センチは長めに切った方がいいとアドバイスをした。「緊張するー」と言いながらYはハサミを前髪に入れた。イメージ通りの長さにカット出来ているかをチェックするために、木村に実際に途中でかぶってもらってYは「実際に人がかぶると全然違うー。難しい。」と驚いた。Yは寺田にウィッグの洗い方、ホットカーラーの巻き方、ウィッグのツヤの出し方などを習いながら3スタイルを完成させた。寺田がツヤを出すコツを伝えると、「ほんまや、違う！」と感心していた。この日は2回目の講習会だったので、ウィッグの写真撮影を終えてから、修了証を手渡した。Yは早速、その日のブログに、ウィッグを取り扱うことが出来る旨を書いていた。すぐに実践出来るだけの内容の濃い講習会になったと言える。

もう1人、Mに紹介されて、受講しに来たOは、東京からの参加だった。Oは東京で4店舗サロンを経営するオーナーだが、自身も実際に店舗でサロン勤務をしていた。Oは勉強熱心で、忙しい中、すぐに約束を取り付けて講習会に参加した。Oはウィッグを切ったことがあったが、がんについてより勉強したいということだった。東京からの参加なので、特別に1日で終わるように11月17日(月)13時から19時までを使って講習会を実施した。Oは、2人に1人ががんになるというとは知っていたが、がん患者がどんな流れで治療をするのか、脱毛する時期はいつまでなのかなどの具体的な情報は知らなかった。「僕が学びたかったことです。」と言って、ノートにみっちりメモを取っていた。講習の内容はこと細かにブログにも投稿され、今後関東で頑張っていくと書かれていた(図80-81)。

何度講習を開催しても、毎回必ず大切に伝えていることがある。それは、この講座を通して知ってもらっているがん患者を取り巻く現状を、「美容師のだからこそ出来ること」であり、ハサミを持って首より上に触れ、何かしらの施術を行うことは「美容師にしか出来ないことなのである」。そして、がん患者の外見を支えるということは、「がん患者の“生きる”を支えること」だということだ。

## 第6節 wing wig (ウイング ウイッグ) の発売

CanBe 講習会を行うまで Ccure では、患者のニーズに合わせて、既存の他社メーカーのウィッグを使用してサポートを行ってきた。ところが、美容室のオーナーたちと話すたびに、がん患者を受け入れた時の売上げが心配であるという声が聞こえた。サロン勤務の美容師たちには、既存のメーカーの物ではデザインが限られていて、どうしても患者が我慢しなければならず、それを対応するのは申し訳なくて心苦しいという意見もあった。実際に筆者自身も「これは使いやすい！」というウィッグとは出会っておらず、患者が他店で購入して持ってきた物も、この部分は良いけれどここはあっちのメーカーが良いななどと思いつながら取り扱ってきた。どうしたものかと思っていた時に、中国の工場で製造してもらえることになった (図 82)。デザインを筆者が描いて、そのまま作って送られてくる。小さな修正も、頭頂部が自然に見えるように付ける肌色の布部分 (人工頭皮) は何センチ、この部分はこの素材だと依頼することが可能だった。上質な人毛 100%で、価格も、Ccure で使用するだけでなく、他の美容室に卸すことが出来るくらいの価格に抑えることが出来るものだった。人毛であれば、患者の希望通りにカット、カラーやパーマが出来る。利益率の問題と、Happy Beauty Project が追求したかった、患者のオシャレを追求出来るという、一石二鳥の展開になった。

1 つ問題だったのは、中国から送られてくる時に入っていた箱だった。白い何も無い箱で、品番の書かれた受け取っても嬉しくない外装。これに関しても、どうしたものかと思っていたら、京都で開かれたシンポジウムに、デザイン会社 NOSIGNER の代表・太刀川英輔がパネリストとして来ていた。少し話す機会があり、取り組んでいることと、「患者さんが受け取って嬉しいものをつくりたい」けれどどうしたら良いかわからないと話すと、「お、いいじゃん。それ、独自の商品？権利は三田さんにあるの？」と聞かれた。はいと答えると、「おおー。それ大事なことだよ。」と教えてもらった。もし太刀川にお願いしたらどんな風に仕上がるんだろうと頭の中で考えていると、「よかったらやるよ。」と言われて、トントン拍子でパッケージデザインを依頼することになった。太刀川と打ち合わせをして、ウィッグを入れる箱だけではなく、それに関連する取り扱い説明書、プライスタグ、パンフレットや名刺もトータルでデザインを依頼することになった。ウィッグには名前はあるの？と聞かれて、「無いけれど、イメージ的にはウイング・ウィッグかな。患者さんたちの羽になることが出来ますように。その羽で、ウキウキワクワクお出掛けが出来ますように。」

そんなイメージ。」と答えた。太刀川が「お、いいじゃん。」と言ってパソコンをパチパチし始めた。様々なフォントでWing Wigと打っていく。全部大文字だったり、頭文字だけ小文字だったり…そして、全部小文字のwing wigを見て、可愛いんじゃないかな？と言ってイメージを見せた。使われている文字が4種類しかなく、ingはなんだか前に進めているような前向きな気持ちにさせた。このwingという単語は、筆者が2010年からずっと筆者の頭の中にあった単語だった。まさかここでこんなにじっくりくるとは思ってもいなかった。感心しているとともに、ウィッグを入れる箱はこんな感じかなと、3色の色を見せた。「ブラウン、オレンジ、シルバー」の3色だった。この3色はウィッグの色味を表していて、シルバーに関しては今後、高齢化社会において必要になってくるカラーだろうと太刀川が言った。筆者はそういう目線ではなかったので驚いた。太刀川にwing wigの可能性を広げてもらった。

いざ、箱を発注するという段階になって、大きな問題が出た。箱のデザインは受け取った人がワクワクするようにと、お菓子の箱のように丸いものにした。丸い箱は、直径によって値段が大きく変わる。理想的なサイズになると、購入する患者に負担を掛けてしまうような値段が見積もりで上がってきた。太刀川も代案を考えましたが、どれもしっくり来ず、箱を探すことになった。木村と寺田もインターネットで色々と検索した。アレンジをすればちょうどいい箱を取り扱っている会社を見つけて、太刀川に相談して、試作品を2個作り、実際に手に取って確認した。箱の表面にwing wigと印字してある。どんどん自社商品が出来上がるのが待ち遠しくなった。

次に取り組んだのは箱の中に入れる、取り扱い説明書のしおりだった。原稿を書き、説明用の写真を撮って、担当になった河野剛士に送る。河野が、水墨画のタッチで写真を絵に起こし、言葉を入れてしおりの原稿を作って送りってきたものに修正を加えて再度送り返す。何度も何日もこの作業を繰り返した。従来のしおりは、購入後1度も見ることなく箱にしまわれたままになりそうな内容だったが、また見ようと思えるように、ヘアアレンジのヒントなども記した。印刷は、版画の手法で印刷されるものにして、温もりがしおりから伝わるようにした。河野が印刷会社に見本を依頼し、色や素材などを注文前にチェックした。同時進行で、ウィッグに付ける商品タグと、「スタイル保証チケット」の作成にも取りかかった。この2つも、版画の手法で作られた印刷で作った。「スタイル保証チケット」とは、患者が遠慮して我慢しなくても良いように、無料で微調整が出来るチケットだ。今後wing wigを取り扱う理美容室にとっては、トラブルを防ぐお助けツールとなる。患者

の使いやすさと、理美容師の使いやすさを考慮した。この3つがあれば、ひとまずは販売出来る。

最後に取りかかったのが、パンフレットだ。パンフレットは、患者がそのパンフレットを見て、勇気もらえるパンフレットにしたかった。がんを経験した、Ccure に関わりのある人をモデルにすることにした。その1人が野口典子だ。野口は、Ccure のことを知り、応援したいという気持ちで、ウィッグをすでに持っているにもかかわらず、美容室の利用に大阪から来た。筆者たちに細かく情報を伝え、もしその便利グッズを見たことが無いと言えればわざわざ Ccure に持ってきて見せてくれた。野口は治療中でも趣味も旅行も楽しんでいた。その野口の持つ周りを明るくするパワーは、話さなくても伝わっていた。野口に事情を説明して、協力してくれないかと依頼すると「私によければなんでもするわ!」と言って快諾した。2人目が、Jazz ライブを一緒に開催した真箏だ。真箏も、「出来ることはさせてもらいます。」と言って協力してくれることになった。3人目は、Ccure で販売している毛糸の帽子を編んでいるニット作家の井上尚子だ。井上は長身で細身、中世的な顔立ちをしていた。井上に、患者ではないが協力を仰ぐと「私によければ…」と言って井上も協力してくれることになった。最後は、白髪のウィッグをかぶるおばあちゃんモデルだ。おばあちゃんモデルは1番悩みそうであったが、ふと、さいりん館と一緒に運営していた西村和代の母を思い出した。西村の母も明るく、その元気が溢れているのが見てとれる人だった。西村を介してお願いをすると、西村の母にも快諾してもらい無事に4人が揃った。最初、河野からは、プロのモデルを使い、スタイリストを使って撮影に挑みましょうと提案されたが、なんとか自力でやる方向にもっていった。スタイリスト、筆者の同級生の今尾容子が、デザイナーとして働いていた経験を活かして手伝ってくれることになった。木村はモデルへの連絡事項、当日のタイムスケジュールや準備物などを担当した。寺田は、ヘアメイクとメイキャップを担当した。寺田は毎日メイクの練習をしていた。どんどん良くなっていく寺田に、河野は驚いていた。河野は NOSIGNER に勤める前までは化粧品会社の広告物をデザインする仕事をしていたということもあり、メイクと衣装のディレクションと撮影をすべて1人で行った。

ウィッグの他にも、Ccure に来る患者たちのニーズをカタチにするために、商品化したものがある。ウィッグをかぶらない時の外出を楽にする付け毛、その付け毛を取り外し出来るメッシュキャップ、汗や汚れからウィッグを守るコットンキャップだ (図 83-84)。付

け毛は中国の工場で、ウィッグと同じ素材で作らせているが、メッシュキャップとコットンキャップは肌に触れるものなので、日本で縫製会社を見つけた。また、キレイ目の洋服が好きな患者がかぶってレストランに行けるようにと重みのあるコットンの帽子も作った。大きなリボンが付いた甘いテイストのものと、少し落ち着いたリボンモチーフの2種類を作った。

2014年9月26日（金）、スタジオを借りて撮影を行った。朝1番は、大阪から来た野口が朝早かったにも関わらず、明るく到着した。寺田が野口のヘアメイクとメイクアップを行い、撮影を開始した時に、真筈が到着した（図 85）。野口は真筈に会いたかったと話しかけて、和やかに撮影は進んだ。真筈は、ヘアスタイルを変えて2回撮影することになっていたが、写真を撮られ慣れていることもあって、スムーズに進んだ。お昼ご飯前に到着した井上を交えて、身体に優しい京都のおばんざいお弁当を皆で食べた。筆者の趣旨を理解して集まった撮影チームは、皆、良いものが出来るようにと願ってくれていた。筆者はここまで辿り着いたことに感動し、撮影中何度も涙ぐんだ。その度にスタッフやモデルを務めた野口らが「まだ早い！」と言って筆者を激励した。寺田が、西村の母のヘアメイクとメイクアップを行っている間、河野が「皆で写真を撮りましょう」と言った。撮影が終わった野口、真筈、井上は、ウィッグをかぶったまま、笑顔が移るような笑顔で写真に納まった（図 86）。無事パンフレット用の撮影は終了し、現在はパンフレットの構成段階にある。2014年12月中に完成予定だ。

自社商品を作ったことで、卸販売ができるようになった。全国に卸すことが可能になったことで、がん患者を受け入れたい美容室からのアプローチと、ウィッグを扱いたい美容室に対して患者の受け入れも促して行くという両方からのアプローチが出来るようになった。ウィッグの価格は59800円（税別）だ。患者が治療中に手を伸ばしたい金額に収まっており、美容室でも取り扱いやすい価格帯としてバランスを保っている。患者へソフト面でのサポートを提供しつつ、社会の流れを変えていくためのツールを作っている。wing wigを全国で目にすることが出来るように、来年度は働きかけていく。

## 第7節 実験からの考察

本節では、筆者が行った実践研究から導き出された具体的な変化について、考察を加える。

### (1) がん患者専門個室美容室Ccure-クキュア-をつくるまでの取り組み

がん患者の現状を知り、がんに関わる団体や人に出会った。病院へのヒアリングを行い、がん患者会やがんサロンなどへの参加を通して、がん患者を取り巻く現状や、行政との関わり合い方を学んだ。また、がん患者がより良く生きることが出来るように活動している医療従事者に出会ったことで、筆者の立ち位置を明確にし、専門家としてがん患者に美容を施術する大切な役割になり得ること、そして、美容ががん患者のサポートに必要であることが明らかになった。さらに、サービスとしてあるだけではなく、美容を施術する場としての美容室の必要性が明るみに出た。

### (2) がん患者専門個室美容室Ccure-クキュア-での取り組み

近畿地区のみならず、北海道、東京、静岡、富山からも患者が来たことで、いかに全国でサポートを受けることが出来るところが少ないかがわかる。同時に、遠くから時間と手間を掛けてでも、美容施術を受けたい、専門性の高いとこで依頼したいという気持ちが患者にはあるということだった。日本全国にあるウイッグメーカーが提供する物ではない、情報やサービスの提供ががん患者には必要だということである。また、「子どもに嫌われたくない」「子どもの受験に付き添いたい」とい母の願いを叶え、気持ちを前向きにさせるツールとしても美容は有効であることがわかった。距離が近く、一歩踏み入った会話が出来たことも、美容室ならではだ。Ccureに来る女性たちにとって、「仕事を続けるために必要」「治療を続けるために必要」な両方のバランスを保っているのが「外見のケア」であった。外見を整え、何としてでも仕事を続けなければならないという切羽詰まった状況でなくても、前向きな気持ちで治療に挑むことは、身体にとっても大切なことだと考えられる。より良く生きるためにまさに必要なのだ。さらに、今までは患者の外見のサポートに興味の

無かった医療機関も、患者の求める声によってその必要性に気付き、治療の一環として、また、専門的な知識のひとつとして筆者の取り組みを取り入れたことは大きな変化だ。

そして、美容とは関係なくとも、患者同士の繋がりや、何かしらのきっかけがあると言うことは、人生にメリハリを与える。美容室という場所を介して患者同士が繋がったり、新しい楽しみに出会ったりすることも大切な要素であった。

### (3) CanBe (キャンビー) の取り組み

マークを作るという、視覚から認識出来るサポートのシステムを作ったのは初めてだった。しかし、誰にでもわかりやすいマークを通して、がんというキーワードに様々な人が関わったことは、今後のがん大国日本を考えると大切な一歩であった。サポートを増やすことと、関わる人を増やす2つの意味があったCanBeの取り組みであったが、関わることを増やすために楽しいイベントを開催することはさほどハードルが高いことではなかった。Ccureや筆者が単に技術や知識を教えるだけでなく、CanBeという団体から知識を得て、発行された修了証を受け取ったことで自覚が芽生え、今後何かあれば自身が学んだことをもってがん患者を引き受ける必要があるという認識に繋がった。

### (4) 理美容師の育成プログラム

CanBeから始まった理美容師教育プログラムだが、理美容師それぞれの力量が違うことで、臨機応変に対応することが重要だった。また、東京や兵庫県から受講生が講習会に来たということは、学びたいと考える理美容師は全国に点在していることも明らかになった。プログラムは独自に開発したものだが、どこにでも出すことが出来て、受講生は即明日からでも使えるスキルであると認識出来るクオリティのものであることも、講習会を通してわかった。今後も引き続いてプログラムに取り組む必要がある。

### (5) wing wig

Ccure をオープンした当初は、ウィッグなどの商品は既存のもので十分であると考えていた。それでも現場の動きに合わなくなり、足りないところに必要なものを補うという感覚でどんどん商品化することとなった。このノウハウはCcureの中で得られた物ではなく、

筆者が様々なところで、困っている時に手を差し伸べてくれる人がいたからであった。時期や場所により、がん患者をサポートするために必要な要素を得るには、誰に会い、正しい選択が出来るかということが大切だった。

商品を開発して出来上がったオリジナル商品は、Ccure の中だけで消費するものではなく、日本全国の理美容室で使用を可能にする。そうすることにより、今までウィッグメーカーに行く選択肢しかなかったがん患者を、行きたい理美容室、今まで行っていた馴染みの理美容室に行くことを可能にする。理美容室にとっては、大切な顧客のサポートが出来る上に、顧客の笑顔をつくることが出来る。今後のがん患者社数を考えても、理美容室はウィッグを武器と捉えて前向きに扱って行かねばならない。

そして、ウィッグ自体は、受け入れ可能理美容室を増やすことも一役担う。ウィッグを取り扱うために教育をすることで、物を得るだけではなく、ノウハウも学ぶことになる。正しい情報とともに提供するプロフェッショナルな技術は、がん患者の治療中の精神面にも良い影響を与えると考えられる。

#### その1 「がん患者へ美容サポートを提供する意義」

筆者が実践研究で行った一連の流れは、がん患者の取り巻く環境をより良くするために、すべて始まった。どれも美容というキーワードで、サポートを受ける場所が無いから場所を作る、せっかくキレイになっても出掛ける場所が無いからイベントを作る、全国の患者が困っているから全国でサポート出来る人材を増やす、人材を増やすためには使いやすい武器となる商品も必要だから作る、という流れだ。この2010年からの取り組みは、現在まですべて同時並行で続いている。既存のものを利用して使うということも考えたが、がんは障害や高齢とは違う。仕方がないという言葉ではなく、“がんでも”や“がんだからこそ”綺麗・嬉しい・ワクワク・ウキウキにこだわる必要があった。2人に1人ががんになるということは、家族の誰かが必ずと言っていいほどの確立でがんになる。外見を整えることは生活をスムーズに行かせる大切なツールであり、コミュニケーションを促す術でもある。家族が笑顔でいることで、他の家族にも笑顔は広がっていく。仕事を守り、子どもを守る。病気を治すことも大切だが、外見を通して心のケアを行うことで、掛けている部分を補うことが出来る。

がん患者受け入れ可能美容室を作る人材育成プログラムに関して言えば、この1年に開



催出来た人数が少なかった。今後はより多くの人に開催する必要がある。反対に、受け入れたくない理美容師もいるため、この1年の進み具合は適度だったとも言える。そして、この一連の流れの中で、がん患者へ美容サポートを提供する意義を、筆者が言葉に紡ぎつつ、医療従事者、理美容師、そしてがん患者本人へも伝えることが出来たことは大きな成果であった。

## その2 「がん患者を後押しする美容」

美容施術を行い、外見が整ったことで、前向きな気持ちになった、もしくは勇気が出たことで、「私、病気治った！そのまま退院するわ！」「別人みたい。これなら私だとバレないと思う。写真撮って頂いて結構ですよ。記事に載せてもらっても構いません。」と発言した女性たちのように、美容は女性を強くする。また、抗がん剤投与をして脱毛がすることがわかって、情報提供をされて、1年後には髪の毛が生えてくることがわかった女性たちは前向きな気持ちで、治療に挑むことが出来る。美容はツールである。だが、この強い気持ちは、のちに治療への糧になる。

## その3 「関わる人の変化」

今回行った実践研究において、がん患者たちは美容施術を受けて、「よかった！全然違う感じ！」などといった変化がもたらされたことがわかる発言をし、笑顔になっている。美容施術を行うことで、より良い効果が自身にもたらされる。その笑顔や精神的緊張の緩みを見た患者の家族らも、ホッと和み、笑顔が出た。

CanBe 講習会にて講習を受けた美容師たちは、がん患者の現状を知り、出来ることを知った。がん患者のサポートは、自身の仕事を通して、誰かの「生きる」を支える仕事である。今までサロンワークの中で潜在していた「美容師にしかできない仕事」であり、尚かつ「美容師だからこそ出来ることがある」ことに気付いた。

そして医療従事者は、最初ががん患者への美容面でのサポートの必要性を感じていない者も多かったが、美容施術を行った時の患者らの変化、取り組みの存在や患者自身が必要性を訴えたという流れから、治療のなかに、もしくは治療を後押しする1つとしてサポートは必要であると気付いた。

美容施術を通じたがん患者へのサポートは、がん患者により良いウェルネスな生活をもたらすだけでなく、医療従事や理美容師に、がん患者にとって大切なサポートであり、それを補助する役割として自身の立場も重要であるという「気付き」を与えたことを実証した。

## 第6章 結論および今後の課題と展望

### 第1節 知見の整理と総括

本研究の目的で、「Happy Beauty Project」の起業とその一連の実践活動を通じて、美容術を使ったがん患者へのサポートを行い、その実践プロセスと成果を示した上で、その有効性について明らかにすることとした。筆者はこの独創的な実践的研究を行うことで、目的を概ね達成したと考える。以下、本論文にて得られた知見を整理し、総括を行う。

第2章では、日本のがんの現状と、がん患者を取り巻く環境について述べた。がん患者がより良く生きるために必要なこととしてウェルネスの概念を取り上げた。ウェルネスの「情緒」、「環境」、「身体」、「精神」、「価値」という5つの領域で考えると、がん患者の「身体」の欠けを美容というツールを使うことで補うことが出来れば、もしくは「精神」、「情緒」や「環境」において過不足なく補うことが出来れば、がん患者の闘病中におけるウェルネスの「価値」を上げる可能性があるとして述べた。

第3章では、現代社会における美容・理容に関する整理を行ったうえで、美容のもつ社会的役割についてまとめた。

第4章では、理容・美容における「公共」について、癒し・エンパワーメント機能とパブリック・スペース機能の2つの観点からの整理を試みた。理美容はサービス業であるが、それを取り扱う場と人も大切だ。施術者を介してネットワーキングとエンパワーメントの拠点として再構築していくというミッションが導き出された。

第5章では、筆者が行ってきた社会実験を取り上げた。がん患者のサポートを始めるにあたり、紡いでいったネットワークを基に、必要な知識や人脈を獲得した。がん患者に人と会うことや出掛ける機会を与えることで、治療への前向きな気持ちや心のあり方に変化がもたらされた。がん患者に必要とされてスタートしたがん患者専門個室美容室 Ccure-クキュア-には、近畿地区以外から患者がサポートを受けに来たことで、がん患者への美容面でのサポートがいかに無いかを明らかにし、治療中の美容施術の必要性を示した。美容施術を受けたがん患者らは、その変化に喜び、声のトーンや表情が変わった。また、外見を整えることで日常生活を過ごしやすくさせるだけではなく、子どもの教育にも積極的に関わり続けることが出来る。仕事においても同様で、離職・転職に追い込まれずに、前向きに働き続けたり、治療が終了した際の復職にも大いに関わった。さらに、治療に関しても前

向きな気持ちになったり、気分の高揚感から元気になったと言える状況をつくり出した。逆に、どんな状況においても、女性たちが優先したのが美容施術だったことから読み取れるように、がん患者にとって美容は大切なものであった。

ウェルネスの5領域である「情緒」、「環境」、「身体」、「精神」、「価値」から考えると、美容面（外見）における「身体」の要素が欠け、それを自他共に受け入れることが出来ない状態にあるがん患者においては、ウェルネスの「価値」は上がらない。そのがん患者の「身体」の欠けを美容というツールを使うことで補うことで、がん患者の闘病中におけるウェルネスの「価値」をあげることができ「ウェルネスに生きる」状態をつくる後押しをすることが出来た。本研究は美容が、がん患者の身体と心のバランスを整えてくれる一片をもっていることを明らかにした。

従来のウェルネスの概念は、人がより良く生きるための要素として有効であるが、がん患者のように、何らかの理由で欠けを生じてしまった人の場合においては有効ではない。ウェルネスを考える時の新しい視点としての「美容」を提示することが出来た。また、がん患者に留まらず、今後ますます社会的に注目される大切なエッセンスとなっていくだろう。

## 第2節 今後の課題と展望

がん患者がより良いウェルネスな生活を送ることが出来るように、美容のチカラが有効であると考えた筆者は、病院外で、誰でも受けることが出来る、手を伸ばせば届くサービスとして、Ccureの開設をした。Ccureに来たがん患者の生活の質は上がり、可能性を示唆した通りウェルネスな生活へと導くことが出来た。しかし、美容師・美容室だけでは出来ないこともある。医療の分野に踏み入れるという意味ではなく、病院の中、そして外でも、医療従事者との連携をより推進する必要がある。医師だけでは出来ないこと、看護師だけでは出来ないこと、臨床心理士だけでは出来ないことなどたくさんある。美容面のサポートもその1つだ。それぞれの専門分野以外との連携を図ることで、がん患者のウェルネスのレベル、そして治療への満足度が上がる。専門的な知識を持った美容師も、チーム医療の一員になるべきだと考える。

その際、より多くの理美容師の参加が求められるが、現在はその知識を持つ理美容師が不十分である。そして、現在のように、理美容師としてすでに勤務している人たちに講習

の受講を促しても、興味が無い、日頃の業務に追われて受けることが出来ない、お店の方針があり取り入れられないなどの理由から、この広がりには限界がある。しかし、高齢化社会はすぐそこにあり、がん患者が増える現実もすぐそこにある。当たり前のようにがん患者を受け入れることが出来る人材がいなければ立ち行かなくなる。そのためには、理美容師になるもっと前の理美容の専門学校の時から教育をすることが重要だ。筆者が実践研究を行うなかで、関わる人たちが、がん患者への美容サポートの必要性に気付き、変わった。この流れの通り、今後はさらにはがん患者がより良くウェルネスに生きることが出来るように世の中が変化していくであろう。その変化が、いかに裾野を広げ、より多くの人たちにウェルネスな生活をもたらすことが出来るかということに注目する必要がある。

### 第3節 これからのキャリアデザイン

最後に、筆者の今後について記し、本研究を締め括る。筆者は本研究の目的を、「Happy Beauty Project の起業とその一連の実践活動を通じて、美容術を使ったがん患者へのサポートを行い、その実践プロセスと成果を示した上で、その有効性について明らかにすることを目的に設定した」とした。その目的の通り、筆者は Happy Beauty Project の活動をビジネスとして展開し、がん患者に継続的なサポートを行うことが出来るように試行錯誤してきた。実際に筆者ががん患者のサポートをビジネスとして行う中で、ボランティアで当たり前という考え方を持つ人を前に、苦心したこともある。ボランティアでは立ち行かなくなり、サポートをすることを止めてしまっただけでは意味が無く、サポートする人口が増えない。理美容師にとってがん患者などの外見のサポートをすることが当たり前の世の中になるまで、全国の理美容室のロールモデルとして様々な仕掛けを行い、影響を与え続けながら、業界を牽引していく。また、理美容師の育成に関しても、今後は教育機関で必要性を訴え、カリキュラムの中に組み込まれるように尽力したいと考える。

今後も、実践的研究者としてフィールドに寄り添い、ソーシャル・イノベーションの視点を持って研究を続けていく所存である。

(文字数：109,298 文字)

## 【注】

---

<sup>1</sup> 本論文では悪性新生物をがんと統一表記する。

<sup>2</sup> 独立行政法人国立がん研究センター

<http://ganjoho.jp/public/statistics/pub/statistics01.html>

<sup>3</sup> WHO の専門研究機関である国際がん研究機関 IARC から世界がんレポート World Cancer Report 2014 が発刊された。

<sup>4</sup> 平成17年度「魅力ある大学院教育イニシアティブ」計画調書(同志社大学)。

<sup>5</sup> 厚生労働省 国民医療費・対国内総生産及び対国民所得比率の年次推移

<http://www.mhlw.go.jp/toukei/saikin/hw/k-iryohi/11/dl/toukei.pdf>

<sup>6</sup> 柏木哲夫「死を看取る医学 ホスピスの現場から」28 ページ。

<sup>7</sup> 患者自身が病気への理解を深め、適切な治療を選択するため、主治医以外の医師に意見を聞き、そこで得た意見を持ち帰って、サイド主治医と今後の治療についてけんとうすること。(京都府がん対策推進府民会議情報提供充実対策部会, 2014 年, 13 ページ)

<sup>8</sup> informed consent。医師が患者に診療の目的や内容を十分に説明し、患者の同意を得ること。(大辞林)

<sup>9</sup> がん情報サービスがん検診率

<http://ganjoho.jp/public/statistics/pub/kenshin.html>

<sup>10</sup> 独立行政法人国立がん研究センターがん対策情報センター

[http://ganjoho.jp/public/dia\\_tre/treatment/](http://ganjoho.jp/public/dia_tre/treatment/)

<sup>11</sup> 抗がん剤等による健康被害の救済に関する検討会がまとめた「抗がん剤の副作用による健康被害の救済制度について とりまとめ」より。

<sup>12</sup> 一般社団 CSR プロジェクト代表理事、NPO 法人 HOPE プロジェクト理事長、キャンサーソリューションズ(株) 代表取締役社長。

<sup>13</sup> もちろん、腫瘍の大きさがとても小さく、体のほかの部分に転移がなく、周囲の組織に広がっていない初期のがんは、手術だけで治る場合もある。(上野, 2006 年, 24 ページ)

<sup>14</sup> 社団法人日本理容美容教育センターが発行している、理美容師養成機関で使用されている教科書。

<sup>15</sup> 社団法人日本理美容教育センターが発行しているが、理美容教育機関が保有している文献である。

---

<sup>16</sup> 平安時代、清少納言によって書かれた随筆集。自然、人事にわたって変化にとみ、王朝宮廷におけるサロンの話題になりそうな記述である。(社団法人日本理容美容教育センター, 1970年, 10ページ)

<sup>17</sup> 国民の誘導に新聞の果たす役割が大きいのに着眼した木戸孝允が、1871年5月、部下の者に創刊させた新聞で、「半髪頭をたたいてみれば…」という俗謡の流行とともに、文明開化ジャンギリ頭が欠くことのできないものだという観念を国民に植えつけることに成功した。(社団法人日本理容美容教育センター, 1970年, 26ページ)

<sup>18</sup> 国民精神総動員中央連盟が創立され、始まった運動の標語には他に「祭政教の一致」「堅忍持久」「国内相剋・軍官民の一掃」「一汁一菜」「享楽廃止」というのがあった。

<sup>19</sup> 第一種(軍需、特殊需要)第二種(甲類および乙類に区分す)(生拡産業)第三種(一般産業)第四種(奢侈装飾用)及び電灯用。大阪朝日新聞 1941. 11. 13(昭和 16)

<sup>20</sup> 夏向きの和服にも標準服にもふさわしい若向き型と、落ち着きとおとなしい感じにまとめて結う中年型の2種類の髪型が紹介されている。

<sup>21</sup> 中国で、女兒が4~5際になった頃、足指に長い布帛を巻き、第1指(親指)以外の指を足裏に折り込むように固く縛って、大きくしないようにした風俗。唐末の頃から起り、南宋頃から盛行。清の康熙帝が禁止令を出したが効果がなかった。民国となってからはほとんど廃滅。(広辞苑より。)

<sup>22</sup> ロココ時代とは、15世代(1715~1774年)を揶揄して名付けられた表現。

<sup>23</sup> 文化相対主義の立場では女性外性器手術という。

<sup>24</sup> 日本理容美容教育センターのテキスト配布数による。

<sup>25</sup> 理美容ニュース <http://ribiyo-news.jp/?p=10376>

<sup>26</sup> 全国理容生活衛生同業組合連合会(略称:全理連)は、法律「生活衛生関係営業の運営の適正化及び振興に関する法律」に基づく、理容店オーナーが組織する47都道府県理容生活衛生同業組合(理容組合)を会員とする業界唯一の全国団体です。現在組合に加入されている組合員は、全国で80,000人にも達しています。昭和32年発足。

<sup>27</sup>       マ イ ボ イ ス コ ム 「ヘ ア カ ッ ト」  
<http://www.myvoice.co.jp/biz/surveys/11604/index.html>

<sup>28</sup> 普段使用しているメイクアップ化粧品の種類数を基準にすることが多い。(菅原, 2001年, 103ページ)

---

<sup>29</sup> 財団法人日本理容美容教育センターが発行している、理美容師養成機関で使用されている教科書である。

<sup>30</sup> 日本標準産業分類の大分類の一。旅館。下宿などの宿泊設備貸与業、広告業、自動車修理などの修理業、映画などの興行業、医療・保険業、宗教・教育・法務関係業、その他非営利団体などを含む。

<sup>31</sup> 財団法人日本理容美容教育センターが発行している、理美容師養成機関で使用されている教科書である。

<sup>32</sup> 財団法人日本理容美容教育センターが発行している、理美容師養成機関で使用されている教科書である。

<sup>33</sup> 京都府長岡京市にて理容所を経営するSへのインタビューによる。(2008年12月24日)

<sup>34</sup> 七夕夜店での社会実験については、三田果菜『美容術によるソーシャル・イノベーションの実践的研究-「まちと女性を元気にしたい」取り組みから-』(同志社大学大学院総合政策科学研究科修士論文, 2009年)に詳しく紹介されている。

<sup>35</sup> 京町家さいりん館室町二条については西村和代「場の力を活かす」(西村仁志編著『ソーシャル・イノベーションが拓く世界-身近な社会問題解決のためのトピックス 30』法律文化社, 2014) に詳しく紹介されている。

<sup>36</sup> 毎月第1金曜日と第3金曜日の10:00~16:00に開催されている。

<sup>37</sup> 患者やその家族など、同じ立場の人が、がんのことを気軽に本音で語り合う交流の場の中で、最近、患者会の少ない地域でも広まってきている。最近、患者や市民の要望を受けて、がん診療連携拠点病院など医療機関の中や公民館などにがん患者サロンを設置する病院や自治体も増えている。そのため、運営の仕組みはさまざま、患者や家族が主体になっているところもあれば、医療者を中心に活動しているところもある。また、両者協力しながら運営しているサロンもある。(独立行政法人国立がん研究センターがん対策情報センター, 2011年, 66ページ)

<sup>38</sup> 同じ病気や生涯、症状など、何らかの共通する患者体験を持つ人たちが集まり、自主的に運営する会のこと。お互いの悩みや不安を共有したり、情報を交換したり、会によっては、患者のために様々な支援プログラムを容易していたり、社会に対する働きかけを行う活動をしているところもある。活動の内容は、それぞれの会によって違うが、定例会による気持ちや情報の分かち合い、電話や電子メールなどによる悩みの相談、会報による情報



---

提供などを行っていることがおおいようである。また、特定のがんに限定している会もあれば、さまざまな種類のがんを対象に活動しているところもある。(独立行政法人国立がん研究センターがん対策情報センター, 2011年, 65-66 ページ)

<sup>39</sup> 京都がん医療を考える会の目的は、「がん診療が患者本位のものになるよう医療現場の諸問題をがん患者・家族および医療スタッフとともに考え、その解決方法を国や地方自治体ならびに医療機関へ提言し、その解決に協力していくこと」としている。

<http://thinkgankyoto.jugem.jp/?eid=2#sequel>

<sup>40</sup> 2014年1月現在。京都府がん対策推進府民会議 情報提供充実対策部会『がん患者・家族のための京都府がん情報ガイド』2014年, 36-39 ページ。

<sup>41</sup> がんに係る情報提供、がん医療情報を提供する人材育成、ウィッグレンタル、ピアサポートなどを行う。

<sup>42</sup> 2010年10月28日(木)～30日(土)に国立京都国際会館で開催された。

<sup>43</sup> 医療情報を発信するためのホームページ制作会社 <http://www.kartepost.com>

<sup>44</sup> YouTube <https://www.youtube.com/watch?v=azr9FqeBfTE>

<sup>45</sup> 日本のがん医療の未来に向けて、国際的にも通用し、がんチーム医療を推進する見識と大きな夢を持ち、EBM (Evidence-Based Medicine) を構築・発信できる次世代のがん医療専門チームリーダーを、市民とともに育てていくことを目的とする。本プロジェクトは、一般社団法人 オンコロジー教育推進プロジェクトが主催。

<http://www.oncology-dreamteam.org/about.html>

<sup>46</sup> <http://www.oncology-dreamteam.org/myoncologydream/cat78/>

<sup>47</sup> 手作業で、ウィッグの毛髪を植えて(結んで)作られたものを総手植えという。

<sup>48</sup> 機械で、ウィッグの毛髪を植えられたものを機械植えという。

<sup>49</sup> リビング京都は女性のための生活情報誌である。

<sup>50</sup> [http://greenz.jp/2012/04/10/happy\\_beauty\\_project/](http://greenz.jp/2012/04/10/happy_beauty_project/)

<sup>51</sup> 京都市北区にある乳腺専門のクリニック。

<sup>52</sup> 治療の副作用による脱毛期が終了し、発毛期を経て、ウィッグの使用をやめて自毛のみで生活を始めることを自毛デビューと呼ぶ。

<sup>53</sup> 無料メール、無料通話アプリ。

<sup>54</sup> <http://www.kyo-biyou.or.jp>

- 
- <sup>55</sup> 乳がんについての正しい知識を多くの人に広め、その結果乳がんから引き起こされる悲しみから一人でも多くの人を守る活動。
- <sup>56</sup> 世界経済フォーラムが任命する、未来のリーダーを集めた 30 歳以下のコミュニティ。
- <sup>57</sup> クラウス・シュワブ <http://www.weforum.org/contributors/klaus-schwab>
- <sup>58</sup> <http://www.muhammadyunus.org>
- <sup>59</sup> ライフネット生命 <http://www.lifenet-seimei.co.jp/profile/message/>
- <sup>60</sup> ジェームス近藤 <http://www.weforum.org/young-global-leaders/james-m-kondo>
- <sup>61</sup> 新浪剛史 [http://www.suntory.co.jp/company/president/?fromid=2co\\_cont](http://www.suntory.co.jp/company/president/?fromid=2co_cont)
- <sup>62</sup> 任期は 2012 年 12 月 18 日～2013 年 12 月 24 日。
- <sup>63</sup> 松山大耕 2009 年より 2009 年 5 月、政府観光庁 Visit Japan 大使。2011 年より京都市「京都観光おもてなし大使」 <http://www.taizoin.com/about/>
- <sup>64</sup> 精進料理のお店。ミシュランの星を獲得した。 <http://www.ajiro-s.co.jp>
- <sup>65</sup> 国家公務共済組合連合会東京共済病院の腫瘍内科医。
- <sup>66</sup> 2013 年 11 月 4 日に上陸したフィリピン台風 30 号。
- <sup>67</sup> 月曜日から金曜日までの 4 時 47 分から放送されている。

【図】

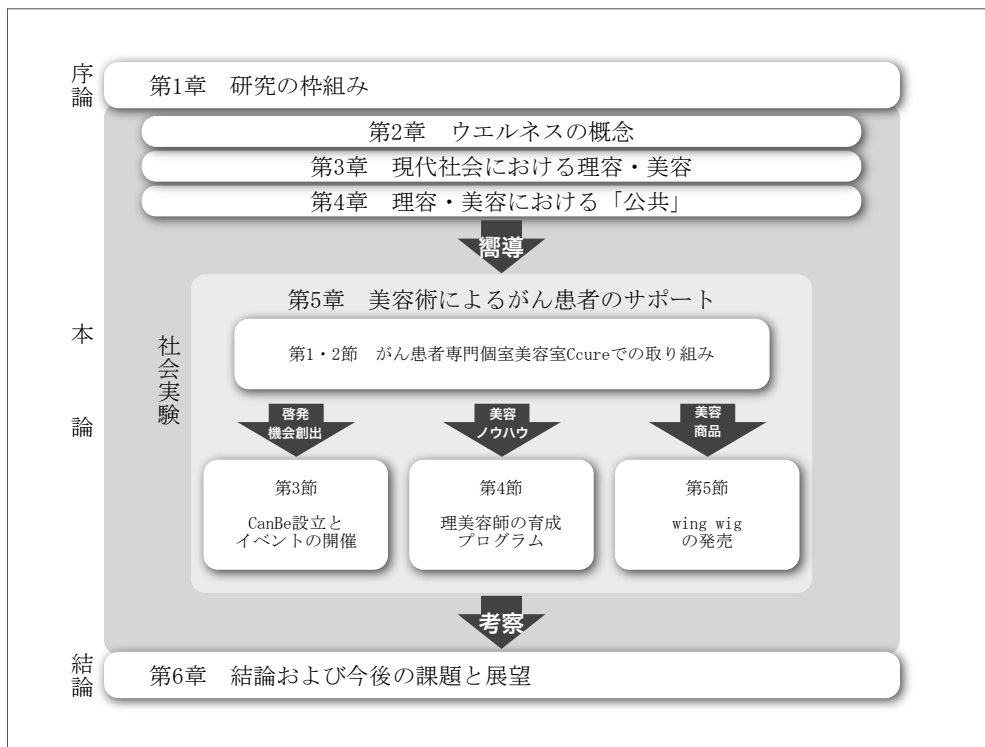


図 1 本論文の構成 (筆者作成)

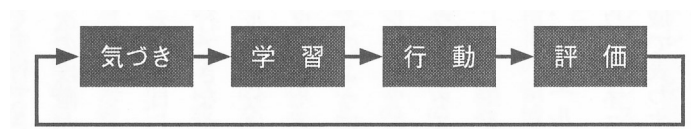


図 2 ウェルネス学習のモデル (野崎,2006 年)

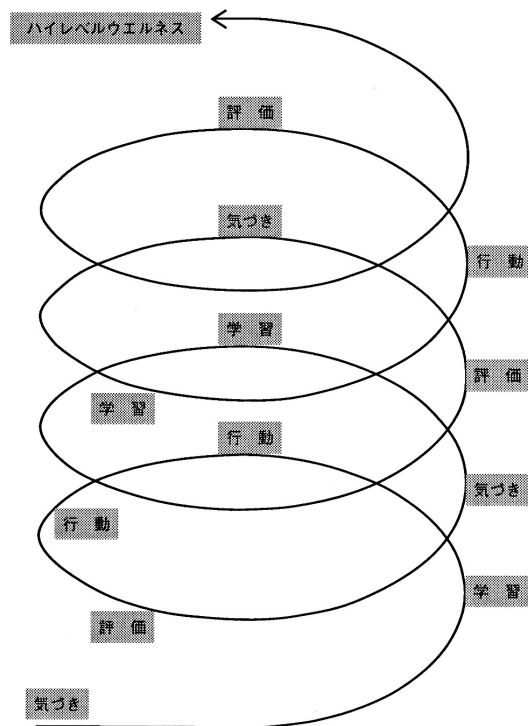


図 3 ハイレベルウェルネスへの過程 (野崎,2006 年)

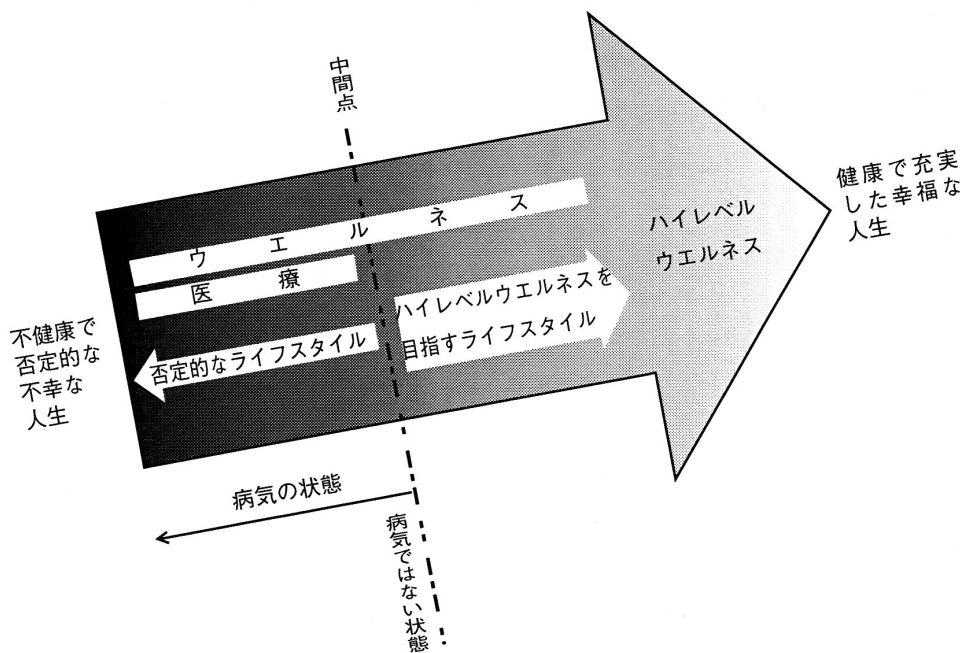


図 4 医療・ウェルネスモデル (野崎,2006 年)

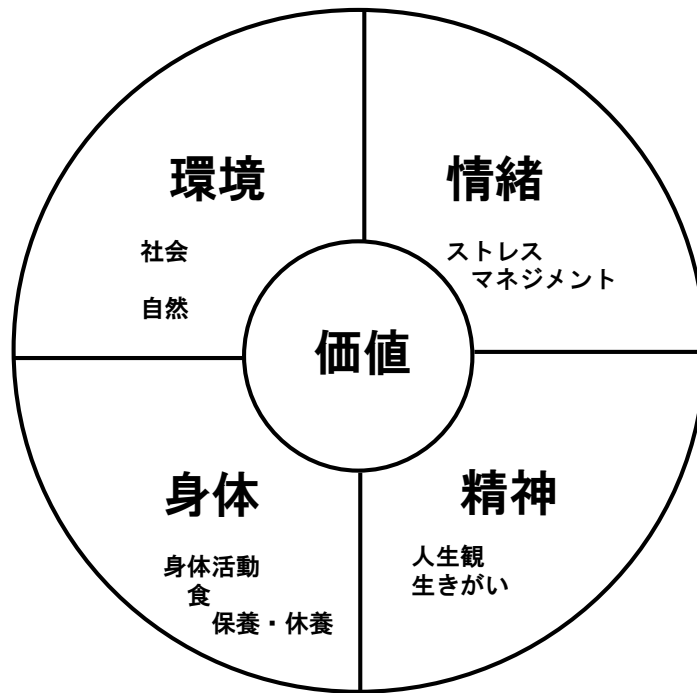
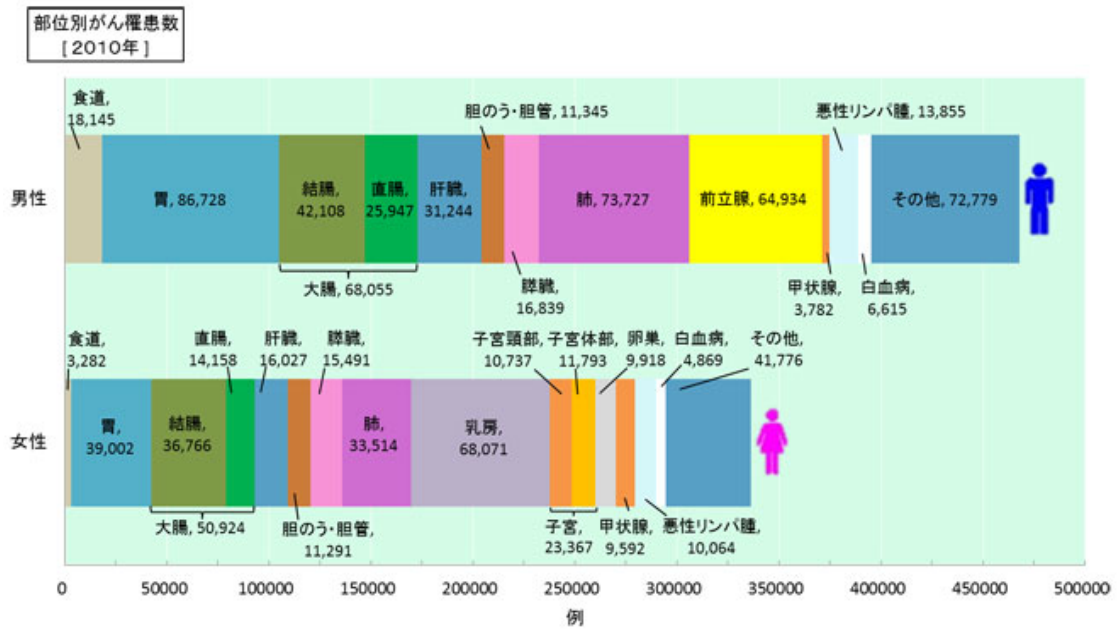


図 5 「ウエルネスモデル」(野崎,1994 年)



資料: 独立行政法人国立がん研究センターがん対策情報センター  
Source: Center for Cancer Control and Information Services,  
National Cancer Center, Japan

図 6 どの部位のがん罹患が多いか (がん情報サービス,2010 年)

### 男女別がん検診受診率(40~69歳)の推移

\*国民生活基礎調査より国立がん研究センターがん対策情報センターにて作成。いずれも過去1年の受診有無。

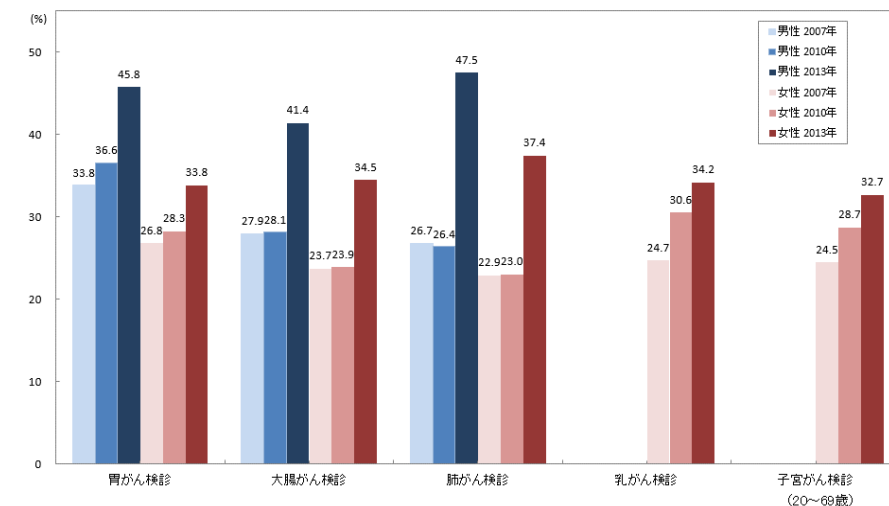


図 7 男女別がん検診受診率(40~69歳)の推移(国立がん研究センターがん対策情報センター,2014年)

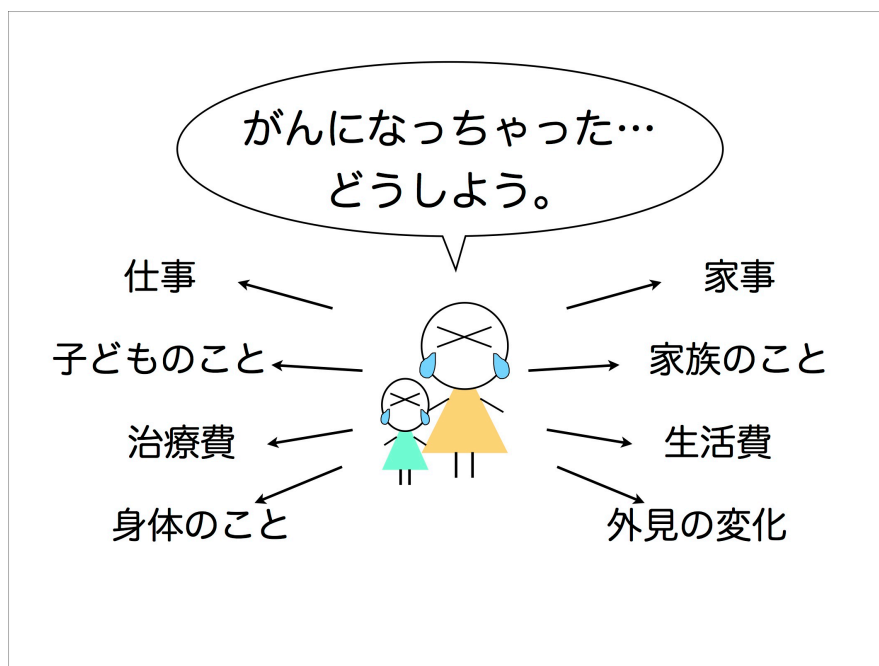


図 8 がん患者の困りごと(筆者作成)

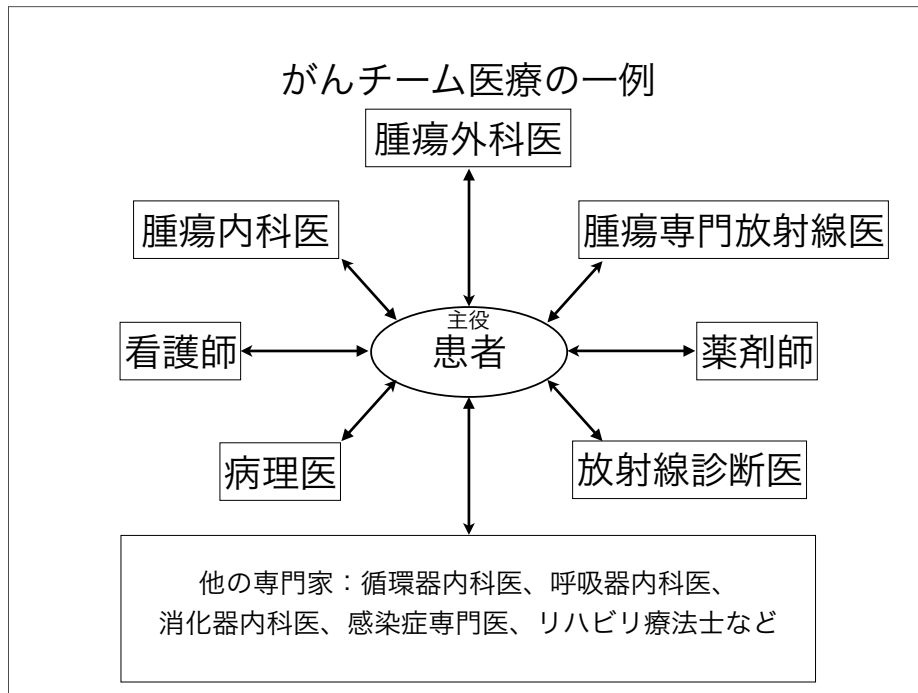
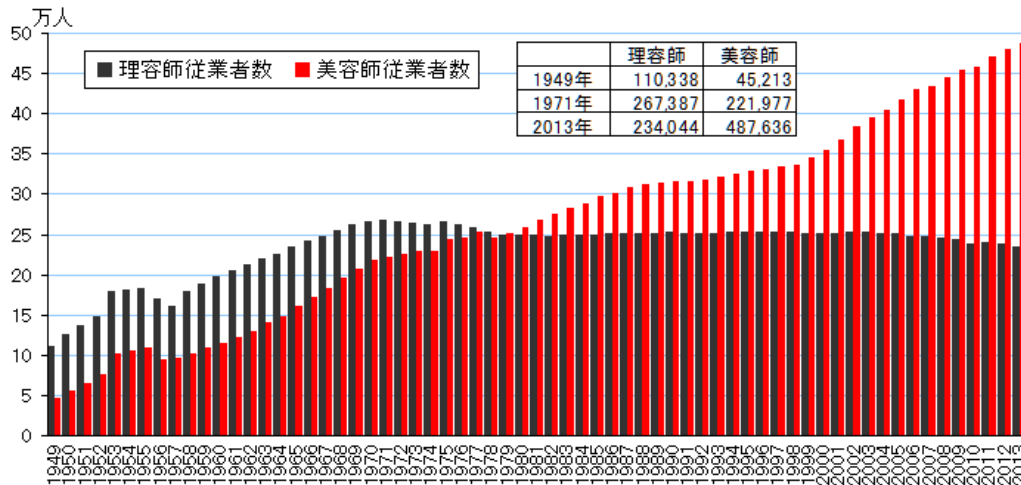


図 9 がんチーム医療の一例（上野,2006年をもとに筆者作成）

理容師と美容師の推移

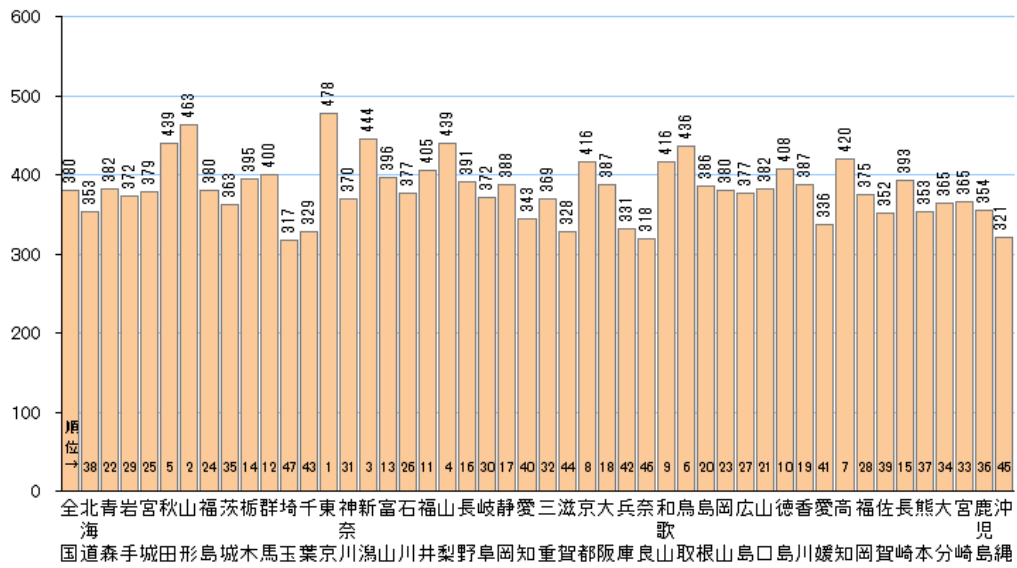


(注) 1996年までは各年末現在、1997年以降は各年度末現在である。1949～52年は「理髪師数」、「美容師数」、53～55年は「資格別理美容師数の総数」で、56年以降は「従業理美容師数」。2010年は、東日本大震災の影響により、宮城県のうち仙台市以外の市町村、福島県の相双保健福祉事務所管轄内の市町村が含まれていない。

(資料) 厚生労働省「衛生行政報告例」

図 10 理容師と美容師の推移 2013（社会実情データ図録）

人口10万人当たり美容師数(2013年度末)



(注) 年度末現在の従業美容師数を1月1日現在の住民基本台帳人口で割った値である。  
 (資料) 厚生労働省「衛生行政報告例」、総務省「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数」

図 11 人口 10 万人あたりの美容師数 2013 (社会実情データ図録)



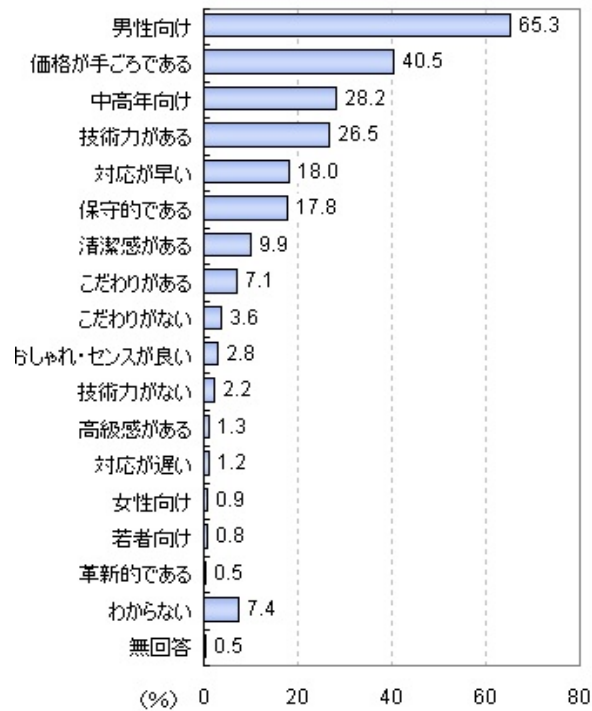


図 12 理容所のイメージ (マイボイスコム,2008年)

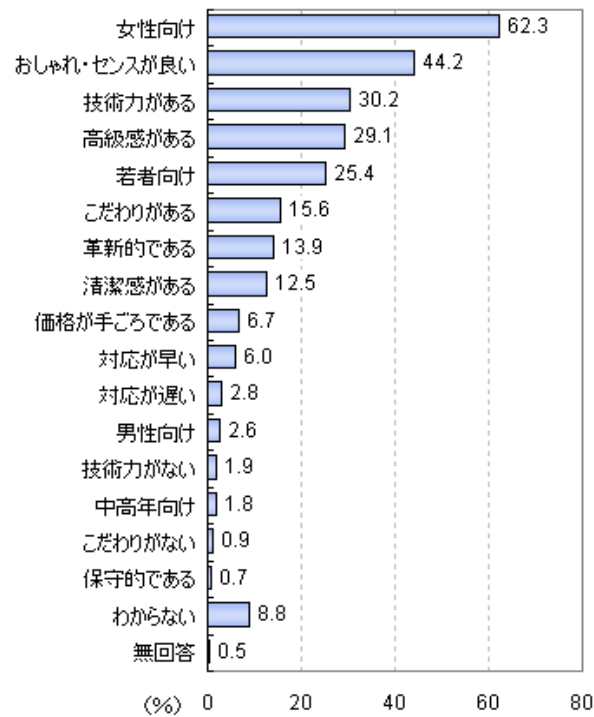


図 13 美容院のイメージ (マイボイスコム,2008年)

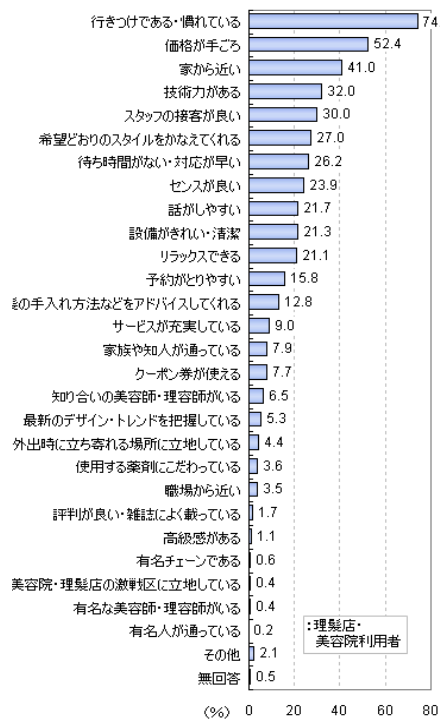


図 14 理髪店・美容院を決定する重視点 (マイボイスコム,2008年)

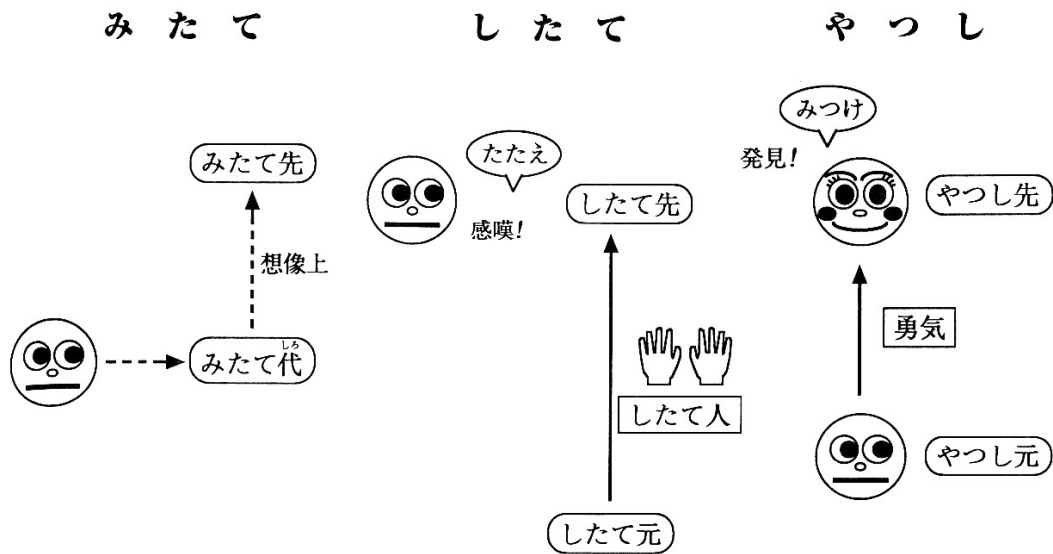


図 15 「みたて」「したて」「やつし」の関係② (石田、1995年)

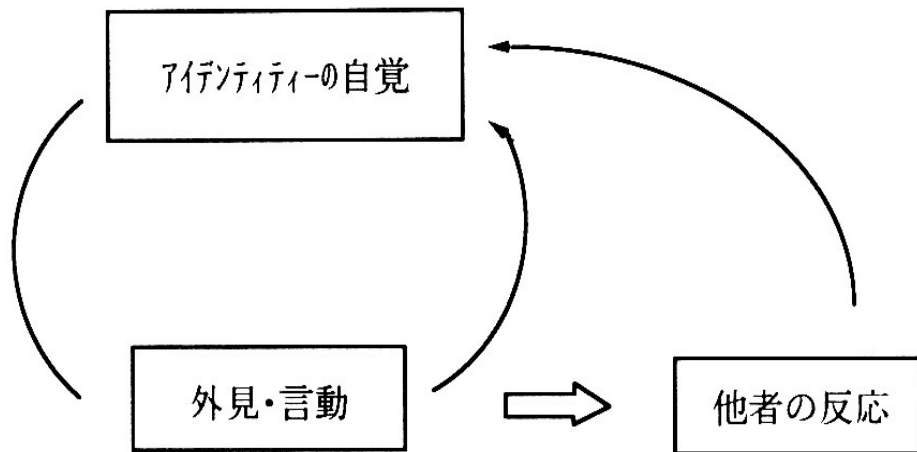


図 16 アイデンティティーの自覚と外見の効果 (菅原、1993 年)



図 17 「浮世床」より (1)



図 18 「浮世床」より (2)



図 19 「浮世床」より (3)



図 20 「浮世床」より (4)

## 脱毛女性、美容で元気に 同大院生が起業



脱毛に悩む女性の美容支援サービスを始めた三田さん。まゆ毛やまつげのメイク術をアドバイスする（京都市中京区）

脱毛に悩むがん治療患者や中高年の女性を美容面からケアする事業を、京都市の同志社大大学院生が始めた。美容師資格を生かし、かつら（ウィッグ）の調整やメイクを手助けする。自らも脱毛症の経験があり、病気や外見の変化でふさぎ込む女性を「美容の力で元気付けたい」と話す。

総合政策科学研究科の三田果菜さん（26）。中京区の町家を拠点に今年から本格的にサービスを開始した。

手掛けるのはウィッグの販売、レンタルや手入れ、地毛のカット、メイクなど。三田さんや脱毛症経験がある女性が相談に乗り、自宅や入院先にも出向く。「友人に知られたくない」という年配女性のため、旅行中にずれないようにウィッグとヘアバンドを縫いつけるなど、本人の希望に沿うよう心掛けている。

三田さんは、海外留学後に復学した日本の高校生活になじめず、ストレスから19歳で3度の脱毛症を経

験。最大3分の2の頭髮が抜け落ちたが、髪型を工夫して隠せば人前に出るのが怖くなくなった。抗がん剤の副作用で脱毛した近親者がウィッグを着けて働く姿にも美容の持つ力を実感。大学在学中に専門学校に通って3年前に美容師免許を取得した。

「脱毛患者は病気や自分の姿を受容できず、外出をあきらめがち。頭髮や顔、体にトータルな美容を施し、毎日笑顔で過ごせるようにしたい」と話す。料金は一般美容室並みの5千～1万2千円。気兼ねなく利用できるよう、所在地を明かさない美容室の開設準備も進めている。

脱毛に悩む女性向けのメイク講座を20日、ヨガ教室を21日に中京区室町通二条上ルの京町家「さいりん館」で開く。有料。ハッピービューティープロジェクトTEL075(200)1657。

図 21 京都新聞(2010年2月19日夕刊)Web ニュース

# 病と向き合った男性の遺志結実 「がん考える文庫」開設



山本太三郎文庫の開設式の様子。左から山本太三郎氏、佐藤好成氏。

## 「誰でも自由に利用」

会社経営の山本太三郎さん(右京区)は2008年夏、肺がんの告知を受けた直後に市

24日、中京でセレモニー  
から、開設記念セレモニーを行う。

「がん医療を考える会」(佐藤好成理事長)が開くがんサロンを訪れ、患者や家族と出会い、自分もがん向き合う決意をしたという。その後、がん関連本を買って学ぶほか、勉強会にも参加。脱毛に悩むがん患者を美容面からケアする事業を行う三田果菜さん(26)に出会い、事務所の一室を借り

約束ができた。しかしその前日に山本さんは亡くなったという。佐藤さんは「生前に開設の報告ができなかったのはとても残念だが、多くの人に利用してほしい」と話している。蔵書はがん関連書籍で、現在50冊ほどだが、2百冊ほどそろえる予定。寄贈も呼びかけている。利用は正午から午後5時まで貸出し無料。問い合わせは「京町家さいりん館室町二条」☎075-(200)16917。

図 22 京都新聞 (2010年4月23日)

美容師免許を持つ同知り、がん患者のサポート  
 志村大幸(27) 三田(24) 一人を助けた。今「今は個人だけでな  
 中央区に借りた築90 社会全体を養える  
 東京都府 三田さん。そのため  
 東京都府が京都市中 年の町家に事業所へ入  
 り、がん患者のサポ ンでヒューマン  
 毛した患者のサポート ロシエクトを開設。今  
 事業を始めた。きつ 年2月、がん患者の美  
 容のサポートを始め けは10年前、抗がん剤  
 投与を受けた自分の家 だ。カウセリングに  
 始まり、メイクの使 機が、翌年3月、がん  
 ウィッグ(かぶ)や 用送やメッシュス  
 つまみげ、髪の毛の 髪を、三田さんは、美  
 容の力を提供。美容 合的に入会。入会し  
 に働きかけ。けは 動画でウィッグの洗  
 る」と新たな分野に可 信も始めた。  
 理美容師の志願で育 知名度。徐々に上  
 った三田さんは、大 学院の医療機関の求  
 総合政策科で研究科 出張メイクに行くと  
 美容師の社会的役割を もある。ウィッグを付  
 け、メイクを施す。 容を、三田さん、  
 卒業を、三田さん、 容を取り戻す。医療  
 現場の「自分たちは できないサポートの方  
 心理学」とつながると 送」といふ声に、

# 「美しく」がんと闘う

には、患者をサポート する取り組みが、奉仕 活動の枠を超えて、シ 夫として成り立ち、 必要だと感じてい るという。  
 【成田有佳】

## 家族の患 脱毛体験 同大院生が支援事業



患者にメイクを施す三田(左)と志村(右) 東京都立大学の京都市立大で撮影

図 23 毎日新聞 夕刊 (2010年10月19日)



# 中京の町家で15日茶話会 家族交え情報交換

## 男性がん患者 悩み語ろう



男性がん患者とその家族が交流する茶話会の会場となる「京町家さいりん館室町二条」(京都市中京区)

男性がん患者とその家族が交流する茶話会が15日、京都市中京区室町通二条上ルの「京町家さいりん館室町二条」で開かれる。集う機会が少ない男性がん患者が、心労を抱え込みやすい家族とともに参加し、共通の悩みを話せる場を提供する。

茶話会は、がん患者 者支援の講座で知り合のサポート事業を行う 三田さんによると、長岡京市の三田果菜 サーから4人と企画し 高まっている乳がん や子宮頸がんなど女性

特有のがんに比べ、男性の前立腺がんや精巣腫瘍などの患者が集う機会が少ないという。

このため、患者同士の交流を図るとともに、患者への接し方や将来の生活に不安を抱え「第二の患者」と言われる家族を交え、情報交換や同じ悩みを共有できる会を企画した。

当日は前立腺がんなどの経験者2人が発見から治療、社会復帰を果たした生活の様子などを話し、参加者と交流する。妻や子供など家族同士が触れ合う機会や、同伴児童に向けた本の読み聞かせコーナーも設ける。

定員50人(多数は抽選)。午後1時〜4時。参加費500円(4歳〜中学生100

円)。罹患するがんの種類は問わない。申し込みは10日までに、さいりん館 ☎075(2)00(1)6559。(立川真悟)

図 24 男性がん茶話会 (京都新聞 2011年 10月 6日)



# がん患者さんにご家族のための 茶話会

ホテルグランヴィア大阪で、優雅なひとときを過ごしませんか？

がん患者さんに関わりのある方々のための、おしゃべり会です。ほんの少しだけおしゃべりをして、ケーキとお茶を飲みながらゆったりと楽しいひとときを一緒に過ごしませんか？また、交流・情報交換の場にもなれば良いなど願っています。みんなで楽しく有意義な時間を過ごしましょう。

ご家族・ご友人と是非お気軽にご参加ください。もちろんお1人やお子さん同伴での参加も大歓迎です。

日時：2012年2月25日(土) 13:00～15:00 (12:45より受付)

会場：ホテルグランヴィア大阪 20階 「鳳凰A」

(JR大阪駅構内とつながっています。中央改札を出て右手すぐです。)

参加費：お1人さま¥1,000 (ケーキセット付)

対象：がん患者さんやご家族など関わりのある方

定員：50名 (先着)



<ゲスト> 吉野 ゆりえ 氏

「忘れられたがんと闘う舞姫」

肉腫(サルコーマ)患者。6年で8度の再発転移手術を乗り越える。

元ミス日本、プロダンサー、フリーアナウンサー、世界ダンス議会国際審査員、日本ブラインドダンス協会理事、都立八王子盲学校ダンス部講師、ウリナリ芸能人社交ダンス部特別講師、日本に「サルコーマセンターを設立する会」(JSCP)代表、「いのちの授業」(中学・高校・大学向け)講師etc.

武内 務 氏

「ひげの父さん」

7年前に前立腺がんを罹患。インターネットを駆使して、納得できる治療法、信頼できる医師を探し、強度変調放射線治療(IMRT)を受けた。自身の経験を元に「前立腺がん治療ガイドブック」 「もしもあなたが「前立腺がん」を告げられたら…」を公開。



お申し込み方法：

往復はがきまたはメールにて下記の項目をご記入の上お申し込み下さい。(2月16日(木)必着)

- ①参加人数
- ②ご本人さまおよびお連れの方の氏名・性別・年齢・立場(患者本人/家族/その他( ))
- ③ご本人さまの郵便番号・住所・電話番号・メールアドレス

往復はがき送付先

宛先：〒523-0011 大阪府大阪市淀川区西中島5-7-14大京ビル206号

宛名：茶話会事務局

※返信面にはお申し込みの方の住所をご記入下さい。

メール送付先

アドレス：team.sawakai@gmail.com

件名：茶話会参加申し込み



\*この会は、一般社団法人オンコロジー教育推進プロジェクトより助成金を受け運営しております。

図 26 がん患者さんにご家族の茶話会チラシ (筆者作成)



図 27 がん患者さんご家族の茶話会での記念撮影（ホテルスタッフ撮影）



図 28 花柳ビル外観（筆者撮影）



図 29 テナント室内（筆者撮影）

がん患者さんの日常を応援！  
 専門個室美容室\*サポートサロン

みなさまのおかげで  
 ついに  
**OPEN!**  
 12月中旬～

Merry Christmas  
 プレゼント  
 引換券

クキュア  
**Ccure**  
 by Happy Beauty Project

只今工事中

**\* OpenSalonのご案内 \***  
 ふち内覧会を開催します。お誘い合わせの上是非お越し下さい！みなさまとおしゃべりして、  
 こんな所かぁ～と思って頂けると嬉しいです。お茶とお菓子をご用意してお待ちしております。

<場所> 間之町通御池上ル東側花柳ビル2F Ccure内 (地下鉄烏丸御池駅1番出口より徒歩3分)  
 <日時> 2011年12月 6日(火) / 9日(金) / 12日(月) 14:00～20:00  
 11日(日) 10:00～17:00 ※お好きな時にお越し下さい\*

図 30 知人に送付したハガキ（筆者作成）



図 31 Ccure の扉の様子（筆者撮影）



図 32 施術室（筆者撮影）



図 33 相談室（筆者撮影）



図 34 Ccure 内の様子（筆者撮影）



がん治療の副作用などで脱毛する女性のための美容室を開設する三田さん(京都市中京区・「C cure」)

## 治療副作用 悩みに寄り添い

がん治療の副作用などで頭髪脱毛に悩む女性のための専門の美容室が今月下旬、京都市中京区間之町通御池上ルにオープンする。ウィッグや自毛の調整など美容で外見と心をケアし、患者同士が交流するサロンの役割も目指す。開店する同志社大院生は「髪への不安をなくすことで、気持ちが前向きになるお手伝いをしたい」としている。

### 中京 同大院生 開設へ

長岡京市の三田果菜さん(28)の「C cure」。来店者のブライバシーに配慮して美容室は個室にして、がん患者が情報を交換したり病気への思いを語り合うスペースを設ける。ウィッグや帽子、がん治療に伴うリンパ浮腫を改善する弾性ストッキングを置き、予後の生活上の情報を提供する。抗がん剤による色素沈着で黒ずむ爪を飾るネイルアートも手掛ける。

## 予後生活の 情報提供 がん患者交流の場も

に育ったこともあり、髪型を工夫し、人前に出られるようになった。高校時代には身近な人ががんになり、治療で脱毛するのを間近に見た体験もある。

治療の副作用で脱毛に不安を持つ女性の力になりたいうと、美容師資格を取り、大学院在学中の昨年2月に起業。患者の自宅や入院先に向いて美容をサポートしながら、拠点となる美容室の開設を目指してきた。

出産や授乳で円形脱毛症になった山科区の会社員(42)は「毛が抜けたときにはおしやれは考えられなかった。個室で一対一なら安心できる」と話す。

三田さんは「脱毛でかつらや帽子をつけても、一般の美容室には行きにくい。がん患者が集い、一緒に課題を解消できる場所でもありたい」と話す。ハッピー・ビューティー・プロジェクト ☎075(200)1657。美容師のスタッフも募集している。(立川真樹)

# 髪脱毛 女性向け美容室

図 35 京都新聞 夕刊 (2011年12月15日)



# Menu

## ◆自毛カット◆

全頭	¥6480
ショート <部分ウィッグ使用>	¥5400
セミロング<部分ウィッグ使用>	¥6480

## ◆ウィッグカット◆

全頭ウィッグ	¥7560
部分ウィッグ	¥4320
カット直し<部分>	¥4320
<スタイルチェンジ>	¥7560

## ◆パーマ◆※シャンプー・カット込

自毛	¥14040
ウィッグ	¥14040
毛先のみ<部分>	¥11880

ロングの場合は  
+¥1080

## ◆カラー◆※ヘナもご用意しています。

自毛 <ショート・セミ>	¥8640
<ロング>	¥12960
ウィッグ<ショート・セミ>	¥5400
<ロング>	¥7560

人工頭皮付の場合は  
+¥1080

## ◆ケア◆

自毛<ショート・ミディアム>	¥3240～
<ロング>	¥4320～
ウィッグ<シャンプー&ブロー込>	¥5184
アップスタイル/セット	¥4320
シャンプー&ドライ	¥2700

## ◆ヘッドスパ◆

シルバーコース (10分) ハッカエッセンスを使用した頭部マッサージ	¥1080
ゴールドコース (20分) ハッカエッセンスと頭部洗浄クリームを使用した頭部と上半身のマッサージ	¥2160
プラチナコース (30分) ハッカエッセンスと頭部洗浄クリームを使用した頭部と上半身のマッサージ+ヘアケアトリートメント	¥3240

図 36 Ccure のメニュー表 (筆者作成)



美容の力で  
「前に進む勇氣」を  
届けたい

三田(さん)だ 果菜さん

髪形を変えたり、ネイ  
ルをしたり。女性にとっ  
ルの高い場所でもありま  
ては楽しい時間ですね。す  
「でも、抗がん剤治療  
の副作用で脱毛している  
人や爪が変色してしまっ  
た人にとっては、美容院  
相談できる場所がないこ  
とに気づいた彼女は、美  
容師資格を取り、大学卒  
業後に起業。病気に悩む  
女性の美容サポートや、  
親ががんを患っている子  
どもたちの集いの場の企  
画など、多彩な活動を行  
いながら、2月に専門個  
室美容室(Ceure)ク  
キュア(中央区)を才  
オープンさせました。  
「帽子やカツラを扱う  
お店はあっても、地毛の  
カットは美容院じゃな  
いながら、2月に専門個  
室美容室(Ceure)ク  
キュア(中央区)を才  
オープンさせました。  
「帽子やカツラを扱う  
お店はあっても、地毛の  
カットは美容院じゃな  
いながら、2月に専門個  
室美容室(Ceure)ク  
キュア(中央区)を才  
オープンさせました。」

「先日は『かつらを付けたまま温泉に行きたい』というお客さまからご相談を受けました。その人が毎日をいきいきと過ごせるように知恵を絞るとき、やりがいを感じます」と三田さん

Ceure ☎075  
(200)1657

図 37 リビング京都新聞 (2012年3月10日)

毎月第4金曜日  
11:00~15:00

# 美容 よろず相談 窓口

## \*ウイッグのこと

ハネや浮きが気になる！  
痛んできた！？  
ウイッグの洗い方  
ウイッグの選び方  
ウイッグってどのくらい保つの！？など何でも！！

## \*まゆげ・まつげのこと

## \*爪のこと

## \*ご家族のこと . . . etc

Happy Beauty Project

図 38 沢井記念乳腺クリニックにて掲示したチラシ（筆者作成）



図 39 美容よろず相談窓口の様子（筆者撮影）

# 女性がん患者に美容相談窓口

北区のクリニック



女性がん患者が持参したウィッグにくしを入れ、快適な使い方を提案する三田さん(京都市北区・沢井記念乳腺クリニック)

女性がん患者のための美容室を京都市内で営む女性が27日、患者が立ち寄れる「美容よろず相談窓口」を北区の乳腺クリニック内で始めた。「治療開始前から、女性にとって大切な美容面をサポートしたい」という女性の思いと、患者の生活の質の向上に力を入れるクリニックの考えが一致して実現。初日から多くの患者が訪れ、笑顔を見せた。

## 専門家助言で笑顔

長岡京市の三田果菜さん(29)。抗がん剤も大丈夫。ウィッグの復帰や外出をためらう女性患者を元気づけたいと、一昨年から相談やメーカーの援助を担うサポート活動を始めた。昨年末には中京区に専門美容室を開いた。三田さんは治療期間や、自毛の伸び具合に合ったウィッグの選び方の助言のほか、治療中の繊細な髪のカットも手掛ける。専門的なサポート内容を知った沢井記念乳腺クリニックが「医師や看護師は美容のプロではな

い。三田さんの言葉で外見の悩みが和らげば、患者は前向きに治療に取り組める」と院内相談の協力を呼び掛けた。

初日は女性7人が訪れた。夏はウィッグで首もとが暑く感じるという女性に、三田さんが「買い換えなくても大丈夫。ウィッグの毛先を少し切ること

で快適にできますよ」と応えると、女性は「話せて良かった。不安が多かったけど、心が楽になった」とほほ笑んだ。

三田さんは「女性にとって髪型などの外見は仕事や人間関係など日常生活に強く結び付いている。院内で早い段階から支援する環境が広まるきっかけになれば」と話す。今後は毎月第4金曜日に同クリニックに出向き、相談窓口を続ける。

(高元昭典)

図 40 京都新聞 2012年7月28日

治療中のちょこっと+ (プラス) をつくる

# ぷらすCafe<sup>カフェ</sup>

抗がん剤の投与や脱毛症などで、治療中・ウィッグをお使いの方を対象に少しキレイに、少しワクワクして頂けるお茶とプチ講座の会を開催します\*お茶を飲みながら、ほっこり楽しくおしゃべりしませんか? ちょっと誰かとお話してみたい! 方も大歓迎です\*



開催日時 毎回10:00~12:00	内容	参加費
2013年11月20日(水)	コツを『キレイにとける! ブラッシング講座』 伝授! 持ち物: お持ちのウィッグ・普段お使いのブラシ・お帽子	500円
12月18日(水)	ご自分へのプレゼント♡『アロマスプレーを作ろう!』 香りでリフレッシュ! アロマテラピーアドバイザーと作ります!	1000円
2014年 1月15日(水)	リフレッシュ! 『ハンドマッサージ体験』 持ち物: フェイスタオル2枚	800円 お茶だけの方300円
2月19日(水)	卒業式 入学式にも! 『春のウィッグアレンジ講座』 持ち物: お持ちのウィッグ・お帽子	500円
3月19日(水)	『爪のお手入れをしてみよう!』 爪切りは使わず、綺麗なカタチに整えよう。爪やすりプレゼント!	500円
4月16日(水)	『おでかけウィッグアレンジ講座』 持ち物: お持ちのウィッグ・お帽子	500円

※2013年11月・2014年2月・4月の講座は、ウィッグをかぶられたままでもお帽子にかぶり替えられてもどちらでも◎

※かぶり替えには個室をご用意させていただきます\*

※全講座、美容師・ネイリスト・アロマテラピーアドバイザーが行います♡



場所: 専門美容室『Ccure-クキュア-』

京都市中京区間之町御池上ル高田町503 花柳ビル2F

(地下鉄「烏丸御池駅」1番出口 徒歩3分)

<http://www.happybp.net>

定員: 5~6名

人数に達し次第お申し込みを締め切らせて頂きます。

お申し込み・お問い合わせ: 075-600-8239

図 41 ぷらす café チラシ 1 (筆者作成)

治療中のちょこっと+ (プラス) をつくる

# ぷらすCafe<sup>カフェ</sup>

抗がん剤の投与や脱毛症などで、治療中・ウィッグをお使いの方を対象に少しキレイに、少しワクワクして頂けるお茶とプチ講座の会を開催します\*お茶を飲みながら、ほっこり楽しくおしゃべりしませんか? ちょっと誰かとお話してみたい! 方も大歓迎です\*



開催日時 毎回10:00~12:00	内容	参加費
2014年3月19日(水)	『爪のお手入れをしてみよう!』 爪切りは使わず、綺麗なカタチに整えよう。爪やすりプレゼント!	500円
4月16日(水)	『おでかけウィッグアレンジ講座』 持ち物: お持ちのウィッグ・お帽子	500円
5月21日(水)	プロに習う! 簡単♡ 『和菓子を作ろう!』 持ち物: エプロン・手ふきタオル	800円
6月18日(水)	じゅめじゅめを 吹っ飛ばせ! 『アロマスプレーを作ろう!』第2弾! 香りでリフレッシュ! アロマセラピーアドバイザーと作ります!	1000円
夜開催! 7月23日(水) 18:30~20:00	ウィッグ 対策トーク! 『夏を快適に過ごそう会!』 持ち物: (必要であれば) お持ちのウィッグ・お帽子	500円
8月20日(水)	『眉メイクレッスン』 持ち物: (あれば) 眉メイクグッズ・フェイスタオル1枚	500円

※4月の講座はウィッグをかぶられたままでもお帽子にかぶり替えられてもどちらでも◎

※かぶり替えには個室をご用意させていただきます\*

※全講座、美容師・ネイリスト・アロマセラピーアドバイザー・管理栄養士などのプロが行います♡



場所: 専門美容室『Ccure-クキュア-』

京都市中京区間之町御池上ル高田町503 花柳ビル2F

(地下鉄「烏丸御池駅」1番出口 徒歩3分)

<http://www.happybp.net>

定員: 5~6名

人数に達し次第お申し込みを締め切らせて頂きます。

お申し込み・お問い合わせ: 075-600-8239

図 42 ぷらす café チラシ 2 (筆者作成)

治療中のちょこっと+ (プラス) をつくる

# ぷらすCafe<sup>カフェ</sup>

抗がん剤の投与や脱毛症などで、治療中・ウィッグをお使いの方を対象に少しキレイに、少しワクワクして頂けるお茶とプチ講座の会を開催します\*お茶を飲みながら、ほっこり楽しくおしゃべりしませんか? ちょっと誰かとお話してみたい! 方も大歓迎です\*



開催日時 毎回10:00~12:00	内容	参加費
2014年9月17日(水)	第2弾! 『爪のお手入れをしてみよう!』 第1弾でチャレンジしたファイリングに加え、今回はキューティクル(甘皮)周りのお手入れもやってみましょう☆ その後はおしゃべり & Tea Timeです♡	500円
10月15日(水)	初心者大歓迎! 『編み物倶楽部☆』 ついに登場! Ccureの帽子作家9flatさんと一緒に編み物しましょう。わいわいおしゃべりしながらニットコースター作り☆ 繋げてアレンジも出来ます*	800円
11月19日(水)	今、大人気! 『アイシングクッキーを作ろう!』 第2弾! 元病院勤務の管理栄養士・あやこん先生と一緒にアイシングクッキー作り☆経験豊かな先生に、食事面での質問も是非* 持ち物: エプロン、手ふきタオル	1500円
12月17日(水)	お正月に飾ろう! 『新年の飾り色紙づくり!』 もうすぐお正月! 色紙に筆で字を書いたり、折紙で作った干支を貼ったりして、新年の飾り色紙を作ります。	500円



場所: 専門美容室『Ccure-クキュア-』

京都市中京区間之町御池上ル高田町503 花柳ビル2F

(地下鉄「烏丸御池駅」1番出口 徒歩3分)

<http://www.happybp.net>

定員: 5~6名

人数に達し次第お申し込みを締め切らせて頂きます。

お申し込み・お問い合わせ: 075-600-8239

図 43 ぷらす café チラシ 3 (筆者作成)





図 44 2013年12月のぷらす caféの様子 (木村泰子撮影)



図 45 2014年3月のぷらす caféの様子 (寺田郁子撮影)



図 46 ぷらす café の記事 (木村泰子撮影)



図 47 2014年11月のぷらす caféの様子 (木村泰子撮影)

## セミナーのご案内

中京支部開催事業



### “がん”と闘う女性を美容でサポート

現在、がんによる病で苦しんでいる方は全国で約70万人  
京都だけでも約1万人

患者さんのほとんどが身体の次に不安に思っているのは美容です。  
あなたの美容室には病で来られなくなったお客様はおられますか？  
がんと聞くと美容室での施術が出来ないと思いませんか？  
病を知る事で美容室が出来ることはたくさんあります。  
これからの時代に活かせる美容室のあり方を皆さんと一緒に考えて行きましょう。

#### プログラム

- 1、患者さんのココロと身体
- 2、患者さんと美容室とのマッチング、カウンセリング
- 3、がん治療時の施術方法とリスク回避
- 4、ウィッグ使用について
- 5、質疑応答



日時：6月24日（月）13:00～

場所：本能寺会館 西館5階 醍醐ホール（寺町御池下る）

主催：京都府美容生活衛生同業組合 中京支部

講師：三田 果菜（専門個室美容室 Ccure-クキュア-/Happy Beauty Project 代表）

入場料：組員員¥1,000

定員：60名（定員になり次第受付終了）

月 日迄に各サロン人数をブロック長までご連絡下さい

..... キリトリ .....

サロン名	合計人数
	名

図 48 京都府美容業生活衛生同業組合中京支部主催のセミナーチラシ



**私たちは、  
がん患者さんの  
毎日を応援します。**

**We support Cancer Patients.**

図 49 CanBe のロゴマーク

**Cancer Beauty**

がんになってもキレイに

**Can be myself**

なりたい自分になれる

**Can be a supporter**

サポーターになれる



**CanBeはがん患者さんの  
毎日を応援するマークです。**

がん患者さんの毎日を支えるサポートはまだまだ不十分です。  
がん患者さんが過ごし易くなるお手伝い出来るよ!したいよ!という  
ひとの意思の目印です。

図 50 CanBe のロゴマークと説明



図 51 クラウス・シュワブ（後藤将撮影）



図 52 ムハマド・ユヌス（後藤将撮影）



図 53 ジェームス近藤（筆者撮影）



図 54 新浪剛史（後藤将撮影）



図 55 京都府知事 山田啓二（筆者撮影）



図 56 為末大（後藤将撮影）





図 57 太田雄貴（後藤将撮影）



図 58 講習会会場風景（筆者撮影）



図 59 講習会でウィッグのかぶり方を確認する受講者たち（筆者撮影）



図 60 商標登録証と寺田、筆者、木村（左から）



図 61 Jazz ライブの様子 1 (筆者撮影)



図 62 Jazz ライブの様子 2 (筆者撮影)



図 63 Jazz ライブの様子 3 (筆者撮影)



図 64 CanBe Fun! 大人の遠足～冬の京都を歩こう～



図 65 CanBe スペシャルランチ (木村泰子撮影)



図 66 ガイドの説明を受ける参加者 (木村泰子撮影)



図 67 食べ歩きの様子（木村泰子撮影）



図 68 配布されたスタンプラリーのカードと参加賞（木村泰子撮影）



图 69 集合写真（西村和代摄影）

『がん患者さん対応可能サロン勉強会』  
(予定時間：90～120分)

本日の流れ

1. はじまりのあいさつ
2. みなさんから一言
3. がん患者さんの対応可能サロンについて
4. 患者さんのウィッグ選びについて
5. ウィッグの取り扱いについて
6. ウィッグのカット・パーマ・カラーについて
7. お客さまにお伝えること、お渡しの時に確認すること
8. Q&A
9. みなさんから一言
10. さいごのあいさつ

対応可能美容室になるまでの流れ

- I. 第1回 導入に必要なお話
- II. 第2回 店舗での実務のお話
- III. 第3回 今までのまとめ (みんなで映像を観ます)
- IV. 第3回' 受け入れに関して具体的に決めないといけないことを検討する / 決める
- V. その他 必要な時にアフターケアを行います

お客さま対応時の流れ

- I. 予約の時の対応
- II. ご来店時の対応
- III. 患者さんのウィッグ選び
- IV. 自毛とウィッグカット
- V. ウィッグのお渡し
- VI. その後 (アフターケアetc) の対応

ウィッグをかぶる際に必要な?と思うもの

- ・ウィッグ
- ・ネット (インナーキャップ)
- ・外出用/室内用お帽子
- ・<あれば便利>帽子用付け毛
- ・<家にあるのでok>シャンプー・リンス、ヘアブラシ、鏡、ウィッグ土台

電話予約時に聞くこと (言うとき親切なこと)

- ・今どのような状態ですか?
- ・投薬の時期 (前回と次回)
- ・現在のご要望
- ・出来ること・出来ないことを伝えましょう
- ・キャンセルについて

Copyright (C) 2013 Happy Beauty Project / CanBe All Rights Reserved.

図 70 サロン研修の際に配布した資料 (筆者作成)





図 71 美容室『works』講習会



図 72 インタビューの様子（筆者撮影）

パーマやカラーは  
お引き受けしてもいいの？

副作用で脱毛するの？  
どんな感じ？

治療中のお客さまに適した  
ウィッグの取り扱い方は？

# お客さまが「がん」 になられた時のための 講習会



今や2人に1人ががんになる時代だと言われています。将来的に考えると、現在のお客さまの2人に1人ががんになれるかもしれないということです。治療中、抗がん剤の副作用により脱毛してしまいます。でも、自毛のカットは必要ですし、美容師は何かと外見についても聞かれます。そんな時にトラブルにならないように、また、安心して頼れるお店づくりのために受講してみませんか？2日間で理論と技術と、共に学ぶことが出来ます。ご高齢のお客さまにも役立つスキルが満載です。講習後、修了証も発行させていただきます。

## <日時・内容>

2014年 第1回 5月12日(月) 10:00～13:00 理論講習～リスクマネジメント  
第2回 6月9日(月) 10:00～13:00 技術講習～ウィッグの扱い方

<受講料> ※2回分です。第1回の開催日に受付にてお支払い下さい。

お1人 5000円 (修了証付き)

## <会場>

がん患者さん専門個室美容室Ccure-クキュア-

〒604-0834 京都市中京区高田町503 花柳ビル2F (間之町通御池上ル東側)

アクセス：地下鉄烏丸線「烏丸御池駅」1番出口より徒歩3分

CcureHP

<http://www.happybp.net>



## <お申し込み・お問い合わせ>

075-600-8239 (担当：木村) までお電話にてお申し込みください。

※その時に、お名前、人数、ご連絡先をお伺いさせていただきます。(先着順限定20名様まで)

## <講師>

がん患者専門個室美容室Ccureオーナー・三田果菜 (理論) / 美容師・寺田郁子 (技術)

[http://shingakunet.com/rnet/column/gs\\_column/interview\\_detail/15.html?vos=Con805](http://shingakunet.com/rnet/column/gs_column/interview_detail/15.html?vos=Con805)

## <主催>

がん患者さんの毎日を応援するCanBe / がん患者さん専門個室美容室Ccure-クキュア-

CanBe facebookページ <https://www.facebook.com/can.be.support>



図 73 CanBe 講習会のチラシ (筆者作成)



図 74 脱毛期に入った患者の頭部（筆者撮影）



図 75 CanBe 講習会の様子（木村泰子撮影）



図 76 CanBe 講習会の様子 (木村泰子撮影)



図 77 M への理論講習の様子 (木村泰子撮影)



図 78 M への技術講習の様子（木村泰子撮影）



図 79 Y への理論講習の様子（木村泰子撮影）



図 80 Oへの講習の様子（木村泰子撮影）

## CanBe 講習会

2014 年 11 月 7 日 (金)

### < 第 1 回・理論 >

#### 本日の流れ (3 時間)

1. 必要書類記入
2. 自己紹介
3. 講習
  - CanBe について
  - Ccure について
  - 何人に 1 人ががんになる？
  - 何人に 1 人の割合で日本人はがんでなくなる？
  - 年間罹患 (りかん) 者数は？
  - がんについて
    - がんになったときの困りごと
    - 抗がん剤の副作用
    - 治療のだいたいの流れ
    - 抗がん剤で髪が抜けるまで
  - がん患者と美容師・美容室のあり方
    - どんな美容室が求められているのか
    - カウンセリングの必要性
    - カウンセリングで大切なこと
    - 必ず守るべきこと
  - EBM について
    - EBM って？
  - 美容施術 (カラー・パーマ) について
    - カラー・パーマの時期
    - 注意すべきこと
  - ウイッグと自毛について
    - よくある質問
4. 次回の予定確認

次回は….....月.....日(.....).....:.....~

\*持ち物: シザーをお持ち下さい。

\*次回、修了証を授与致します。

お疲れさまでした。

Copyright ©2014 CanBe. All Rights Reserved.



図 82 ウイッグと箱 (筆者撮影)



図 83 コットンキャップ (筆者撮影)





図 84 メッシュキャップ (筆者撮影)



図 85 wing wig の撮影の様子 (筆者撮影)



図 86 wing wig 撮影チーム (Takeshi Kawano 撮影)

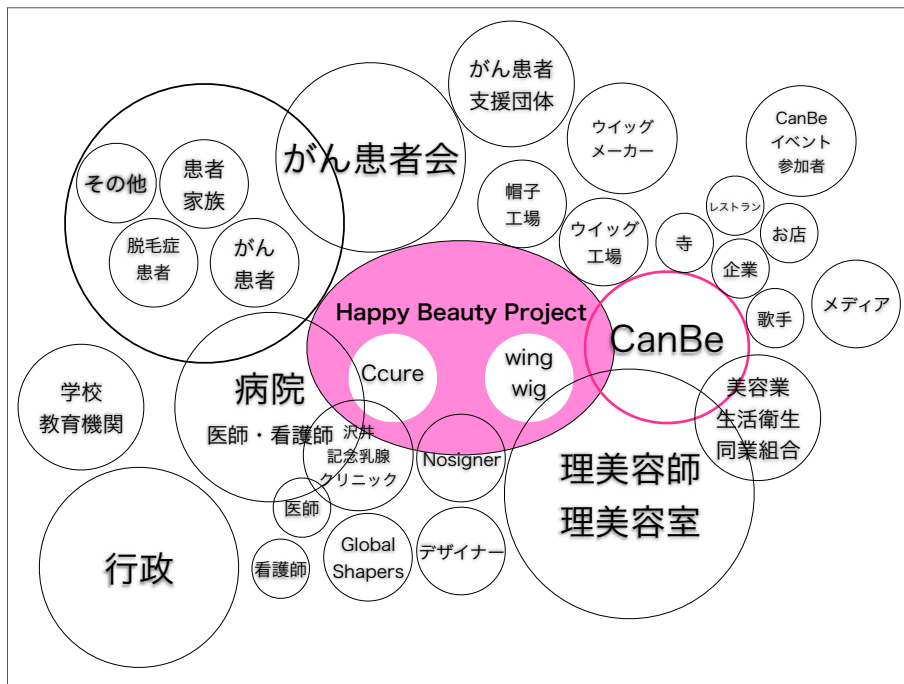


図 87 協働相関図 (筆者作成)

【表】

表 1 ウェルネスモデルの5つの領域（野崎,2006年をもとに筆者作成）

<p>「情緒」の領域</p>	<p>怒り、悲しみ、喜びなどの自分の感情の表出方法や感情的な行動に対して認識し、そのマネジメントの仕方について学ぶこと。また自分に対して過剰になっているストレスを認識し、適切な対応方法を学びストレスマネジメントを実行すること。</p>
<p>「精神」の領域</p>	<p>「人生観や生きがいについて考える。人間存在の意味について考えたり、生きることの意味や意義・目的について考えることや死について考えることも含まれる。人生に対する哲学的探求や宗教的な探求、どのように生き、どのように死を迎えるかについて考え、これらについての認識と知識を深める。</p>
<p>「身体」の領域</p>	<p>身体の各部分の機能に関する知識、身体活動の必要性やその方法について知ること。自分の現在の身体能力を知ること。身体の生理に関する知識や生活習慣病や他の疾病に関する知識、喫煙や薬物の害に関する知識について知ること。また栄養や食事のとり方、食材や調理方法等の食全般に関することから、心身の疲労回復につながる休養や保養に関しての具体的方法について知ること</p>
<p>「環境」の領域</p>	<p>社会的環境と自然環境の2つの部分がある。社会的環境では家庭、地域、学校、職場における行動、人間関係や社会的位置と存在について考えること。現在の自分が社会的な環境にあって、どのようなよりよい人間関係を持っていくかを考えることである。また自然環境は、自分と身の回りの自然との関わり方、生きものとの関わり方、さらに地球環境問題への認識と関心を深めていくことである。</p>
<p>「価値」の領域</p>	<p>人がある行動を取るときには自分の価値観をもとにして行動する。自分が何に価値を見出しているかを考え、認識することである。またライフスタイルを変えていこうとするときには、価値観の変化が必須であり、あわせてものの見方や考え方を変える必要がある。</p>

表 2 発現時期で見た主な副作用（河田,2010年をもとに筆者作成）

当日	悪心・嘔吐（急性）、血管痛、アレルギー反応、発熱、倦怠感、不整脈
数日	悪心・嘔吐（遅発性）、倦怠感、筋肉痛、神経障害
1～2週間	血液毒性（白血球・血小板数減少）、食欲不振、口内炎、下痢、脱毛
1～2ヶ月	臓器障害（腎臓、肺など）、膀胱炎、脱毛、色素沈着、神経障害、間質性肺炎
2～6ヶ月	神経障害、間質性肺炎、心筋障害
数年	二次発がん、発育障害

表 3 新規免許登録件数（公益財団法人理容師美容師試験研修センター, 2014）

年度	理容師	美容師	計
1998年	4,711	16,451	21,162
1999年	6,092	27,894	33,986
2000年	4,347	24,320	28,667
2001年	3,812	27,612	31,424
2002年	3,388	27,177	30,565
2003年	3,287	27,248	30,535
2004年	2,948	29,304	32,252
2005年	2,755	29,452	32,207
2006年	2,590	26,893	29,483
2007年	2,508	26,533	29,041
2008年	1,991	23,785	25,786
2009年	1,844	22,531	24,375
2010年	1,460	18,468	19,928
2011年	1,494	17,855	19,349
2012年	1,500	17,623	19,123

表 4 「みたて」「したて」「やつし」の関係1(石田、1995年、131ページ)

代 業	想 像	現 実
自 分	みたて	やつし
他 者	みたて	したて

※他者とは他人と物の総称

- I 想像上の作業…みたて  
現実の作業…やつし、したて
- II 主体は本人…みたて、やつし  
主体は本人でなくても可…したて
- III 本人に現実の変化あり…やつし  
本人に現実の変化あり…みたて、したて

## 【参考文献目録】

- 青木英夫, 1979年『西洋化粧文化史』源流社。
- 青木英夫, 1971年『洋髪 of 歴史』雄山閣。
- 石田かおり, 1995年『現象学的化粧論 おしゃれの哲学』理想社。
- 井上潔, 2007年『理容・美容カウンセリング-第2章 毛髪・皮膚コンサルティング-』  
社団法人日本理容美容教育センター。
- 今道友信, 1973年『美について』講談社。
- 上野直人, 2006年『最高の医療をうけるための患者学』講談社。
- 柏木哲夫, 1997年『死を看取る医学 ホスピスの現場から』日本放送出版協会。
- 2008年8月1日『北日本新聞』
- 2008年12月19日『京都新聞』
- 京都府がん対策推進府民会議情報提供充実対策部会, 2014年『がん患者・家族のための  
京都府がん情報ガイド』
- 草郷孝好, 2007年「アクション・リサーチ」小泉潤二・志水宏吉編『実践研究のすすめ:  
人間科学のリアリティ』有斐閣。
- クチンスキー・アレックス, 草鹿佐恵子訳, 2008年『ビューティー・ジャンキー -美と  
若さを求めて暴走する整形中毒者たち-』バジリコ株式会社。
- グラント・マクラッケン、成実弘至訳, 1998年『ヘア・カルチャー もうひとつの女性  
文化論』PARCO。
- 小泉潤二, 2007年「実践的研究」小泉潤二・志水宏吉編『実践研究のすすめ:人間科学  
のリアリティ』有斐閣。
- 抗がん剤などによる健康被害の救済に関する検討会, 2012年『抗がん剤の副作用によ  
る健康被害の救済制度について とりまとめ』
- 国立がん研究センターがん対策情報センター, 2014年『国民生活基礎調査による都道  
府県別がん検診受診率データがん検診受診率（2007年、2010年、2013年）』
- 小林嗣幸, 2005年『理・美容の造形と色彩』社団法人日本理容美容教育センター。
- 桜井なおみ, 2014年『がんと就労～その現状と社会の取り組み』
- 三省堂, 2014年『大辞林』
- 社団法人日本理美容教育センター, 2005年『衛生管理1』

- 社団法人日本理美容教育センター, 2006年『エステティック技術』
- 社団法人日本理美容教育センター, 2005年『美容文化論1』
- 社団法人日本理美容教育センター, 2005年『美容技術理論2』
- 社団法人日本理美容教育センター, 1970年『美容現代史』
- 菅原健介, 2001年「化粧する人間のこころと行動」大坊郁夫『化粧行動の社会心理学』北大路書房。
- 菅原健介, 1993年「メーキャップとアイデンティティ」, 資生堂ビューティーサイエンス研究所編『化粧心理学』フレグランスジャーナル社。
- 鈴木ゆかり, 互惠子, 1993年「化粧することの理由を考える2 化粧をした時の気持ち」資生堂ビューティーサイエンス研究所編『化粧心理学』フレグランスジャーナル社。
- 野崎康明, 1994年『ウェルネスの理論と実践』メイツ出版。
- 野崎康明, 2006年『ウェルネスマネジメント』メイツ出版。
- 松井豊, 山本真理子, 岩男寿美子, 1983年『化粧の心理的効用 マーケティングリサーチ』21, 30-41ページ。
- 千村典生2005年「第1章 序論」社団法人日本理美容教育センター『美容文化論1』
- 鳥越成代, 2008年『女性と美の比較文化』東京女子大学女性研究所, 勁草書房。
- 独立行政法人国立がん研究センターがん対策情報センター, 2011年『患者必携 がんになったら手にとるガイド』株式会社学研マーケティング。
- 独立行政法人国立がん研究センターがん対策情報センター2011年『患者必携わたしの療養手帳』
- 西村和代, 2008年『<いのち>と<食>をめぐるソーシャル・イノベーション-食育コミュニティの創造と展開を通して-』同志社大学大学院総合政策科学研究科修士論文。
- 西村和代「場の力を活かす」西村仁志編著, 2014年『ソーシャル・イノベーションが拓く世界-身近な社会問題解決のためのトピックス 30』法律文化社。
- 西村仁志, 2009年「ソーシャル・イノベーション実践研究のための「マインド」、「ツール」、「スキル」—実践から研究へと繋げていくために—」『同志社政策科学研究』第11巻(第1号), 同志社大学大学院総合政策科学会。
- 藤木偉和雄, 2007年「第1章 カウンセリング概論」社団法人日本理美容教育センター『理容・美容カウンセリング』

- ブラック・ポーラ, 鈴木眞理子訳, 2008年『ビューティー・サロンの社会学-ジェンダー・文化・快樂-』新曜社。
- 本田康雄, 1982年「解説 暮らしを写す—式亭三馬の文芸—」『新潮日本古典集成(第五二回)浮世床 四十八癖』新潮社。
- 村澤博人, 2005年「日本の美容業の歴史」, 社団法人日本理容美容教育センター『美容文化論1』
- 春山行夫, 1987年『春山行夫・コレクション 化粧と生活文化史の本』資生堂。
- 樋口清之, 1980年『装いと日本人』講談社。
- 津田紀代, 2003年『華やぐ女たち～ロココからベルエポックの化粧とよそおい～』ポーラ文化研究所。
- 吉岡郁夫, 1994年『身体の文化人類学□身体変工と食人』雄山閣。
- Anon. 1991 『*Color comes on strong*』Vogue.
- Halbert L. Dunn, 1961 『*High-Level Wellness*』 R. W. Betty.
- Roger Hart, 1997 『*Children's Participation: The Theory and Practice of Involving Young Citizens in Community Development and Environmental Care*』 Earthscan Publications Ltd (木下勇・田中治彦・南博文監修, IPA日本支部訳, 2000年『子どもの参画』萌文社)
- Schifter, 1991 『*Haircolor art*』 Harper's Bazaar.



## 【参考ウェブサイト】

(閲覧確認日 2014年11月30日)

- 阿じろ <http://www.ajiro-s.co.jp>
- NPO法人京都がん医療を考える会 <http://thinkgankyoto.jugem.jp>
- オンコロジードリームチームプロジェクト  
<http://www.oncology-dreamteam.org/about.html>
- かんさい情報ネットten. <http://www.ytv.co.jp/ten/>
- 京都府美容業生活衛生同業組合 <http://www.kyo-biyou.or.jp>
- 公益財団法人理容師美容師試験研修センター  
[http://www.sb.rbc.or.jp/2006/11/post\\_5.html](http://www.sb.rbc.or.jp/2006/11/post_5.html)
- 公益社団法人日本WHO協会  
[http://www.japan-who.or.jp/event/2014/AUTO\\_UPDATE/1402-1.html](http://www.japan-who.or.jp/event/2014/AUTO_UPDATE/1402-1.html)
- 厚生労働省ホームページ <http://www.mhlw.go.jp/bunya/kenkou/seikatsu-eisei21/>
- 沢井記念乳腺クリニック <http://www.nyusen.com/access/index.html>
- サントリーホールディングス株式会社 <http://www.suntory.co.jp/?ke=hd>
- 社会実情データ図録 <http://www2.ttcn.ne.jp/honkawa/3550.html>
- 総務省統計局 e-Stat  
<http://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/List.do?lid=000001127716>
- 国家公務共済組合連合会東京共済病院  
<http://www.tkh.meguro.tokyo.jp/senmon/shuyouka.html>
- 独立行政法人国立がん研究センターがん対策情報センター  
<http://ganjoho.jp/public/statistics/pub/statistics01.html>
- 認定NPO法人J.POSH <http://www.j-posh.com/about/pinkribbon/>
- バルクマーケティングリサーチサービス  
<http://www.vlcan.com/mr/report/056/002>
- 美容室『works』hair produce <http://www.works-hp.com>
- マイボイスコム「ヘアカット」  
<http://www.myvoice.co.jp/biz/surveys/11604/index.html>
- 妙心寺退蔵院 <http://www.taizoin.com>
- ライフネット生命 <http://www.lifenet-seimei.co.jp>

- 理美容ニュース <http://ribiyo-news.jp/?p=10376>
- リビング京都 <http://www.kyotoliving.co.jp/index.html>
- greenz.jp <http://greenz.jp>
- LINE <http://line.me/ja/>
- NOSIGNER <http://nosigner.com>
- World Economic Forum <http://www.weforum.org>
- World Economic Forum Global Shapers  
<http://www.weforum.org/community/global-shapers>
- Yunus Centre <http://www.muhammadyunus.org>

