



事業者視点

スモールコンセッション実践セミナー | 古民家活用編

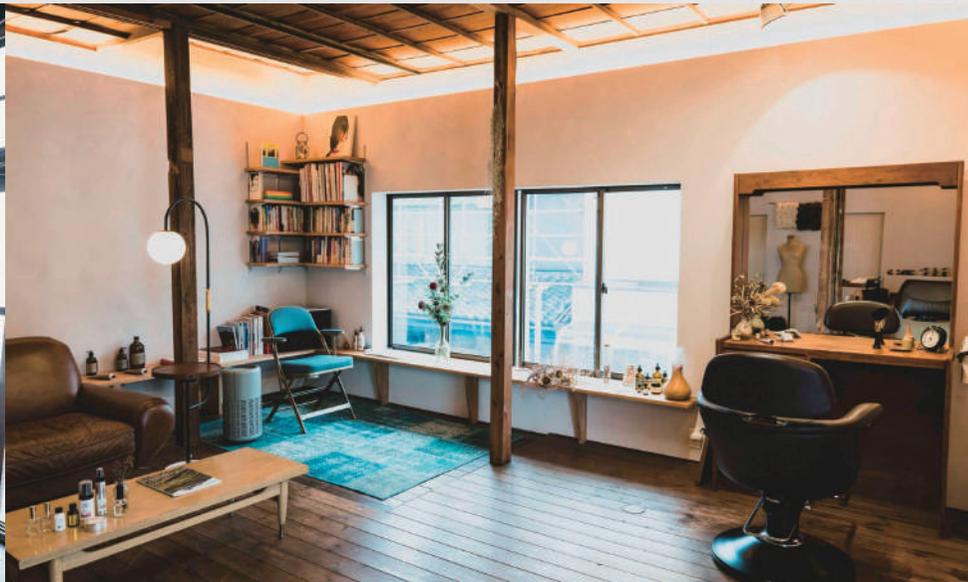
私たちが「萩」に出会い 事業を興すまでの軌跡

Small Concession

出版・編集制作・書店・美容室・飲食店

アタシ社とは？

創業10周年神奈川県・三浦市の会社。出版を軸に様々な事業を展開



蔵書室「本と屯」& 花暮美容室

1階はアタシ社の事務所兼蔵書室カフェ。5000冊の本を誰でも無料で自由に読むことができる場。2階には花暮美容室。地元のおじいちゃんがお茶をしたり、子供たちが絵本を読んだり、その横で私たちが編集会議をしたり、2階ではゆったり髪を切る……あらゆるものが出会う交差点のような場所です。



ねこがたいやきたべちゃった



雑貨屋「ハプニング」



本と美容室事業

出版・編集制作・書店・美容室・鯛焼き

アタシ社主要メンバー

編集者・デザイナー・美容師が混じり合う組織



元リクルート
ディレクター・デザイナー

アタシ社 代表取締役

三根かよこ

1986年生まれ、千葉県出身。桑沢デザイン研究所卒業。リクルートを経て、デザイナーに。社内業務は、クリエイティブディレクター、広報、編集など。2017年に「社会文芸誌 たたみかた」を創刊。

【受賞歴】

長野県公式移住メディア「SuuHaa」でグッドデザイン賞2021年受賞。「本と美容室」WEBサイトで、歴史ある日本タイポグラフィ年鑑の部門最高賞となるオンスクリーン部門ベストワークを2023年受賞。自主事業「ねこがたいやきたべちゃった」でグッドデザイン賞2024年受賞

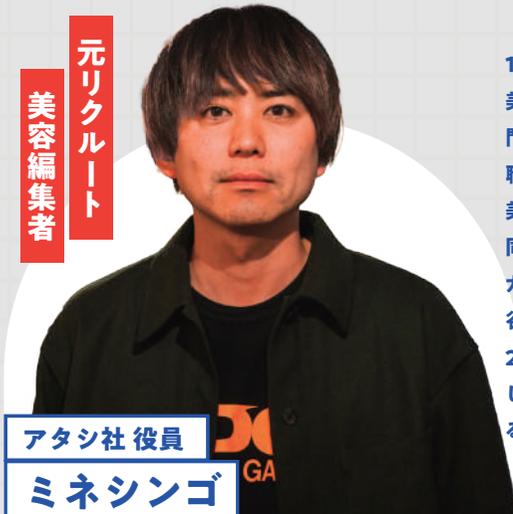


元共同通信記者
編集者

アタシ社 役員

瀬木 広哉

1978年生まれ、兵庫県出身。編集者、ライター。京都大学大学院在学中の2003年、作詞作曲などを担当するバンドでメジャーデビュー。2005年に記者職で共同通信社入社し、主に文化部で文芸書、人文書に関する取材を担当。2022年に、17年勤めた共同通信社を退職し独立。アタシ社メンバーに加わった。現在は、書籍編集、雑誌 TURNS 編集ディレクター、かむかふBOOKS 事業責任者を務める。



元リクルート
美容編集者

アタシ社 役員

ミネシンゴ

1984年生まれ、横浜市出身。編集者。美容師を目指したが挫折、その後、美容専門出版社編集者を経て、リクルート入社。在職中に「美容文芸誌髪とアタシ」を創刊。出版・美容業界で話題に。2015年に出版社「合同会社アタシ社」を創業。現在、大手美容メーカー「ミルボン」オウンドメディア編集長、「渋谷のラジオ」パーソナリティなども務める。2025年「髪とアタシ」をWEBメディアとして再創刊予定。「美容師の生き方を拡張する」をライフテーマに掲げ実践している。



元DaDa Cubic
美容師

アタシ社 執行役員

菅沼 政斗

1982年生まれ、神奈川県茅ヶ崎市出身。美容師。山野美容専門学校卒業後、原宿のトップサロン「DADA CuBiC」に11年勤務。退職後、移住者を対象とした真鶴町での出張美容室などの活動を開始。2020年にアタシ社メンバーに。三浦市三崎の「花暮美容室」店主となり、2024年「本と美容室」事業ブランドマネージャーに就任。三崎、真鶴、萩でサロンワークをおこない、ブランドを目指す世界像を実践している。

私たちの人生を燃り集めて生まれた基幹事業

本と美容室とは？

高い技術力の美容室 × セレクト書店 × ローカル

ありそうでなかった組み合わせは、私たちならではの発明品

「本と美容室」の第1号店では、東京の原宿で店長をしていた女性美容師が店主をしています。この美容室を目指して近隣はもちろん、東京から1時間半かけて訪れるお客様が多くいらっしゃいます。

「本と美容室」のコンセプト「旅するついでに、髪を切る。」がまさに現実化し、目的地化する美容室となっています。



アタシ社企業理念 (MISSION)

技術と表現を通して 自己理解を助ける

**ローカル出版社として培ってきたことを書店で表現し、
高い美容技術と組み合わせながら、個の「内外」を深くケアする。
それが「本と美容室」事業におけるミッション。**

守る人 × 拓く人

「浜崎町」の立役者たち

永きに渡る地元民たちの活動という土壌があり、
さらに物事のタイミングが奇跡的に揃った本事例

公共 × 民間



萩ビジネスサポートセンター

センター長 獅子野 美沙子さん

自治体と商工会議所が設置し、独立した運営を行う公設民営型の支援施設。税金を使った事業でありながら、民間のノウハウを活用。センター長は厳しい基準で選ばれた一流の経営経験をもつ熱い人。

行政



萩市役所 文化財保護課

伝建地区など萩にある様々な「おたから」に関わる部署。歴史的景観の維持、観光振興、地域教育の充実を図り、市民の誇りを醸成することで“持続可能なまちづくり”“にぎわいの創出”を目指す。

地元有志



浜崎しっちょる会

浜崎しっちょる会は萩市浜崎地区の歴史的町並みを保存・活用し、地域の魅力を発信する団体です。約 60 人の会員が、イベント開催やガイド活動を通じて、まちづくりと地域活性化に取り組む。

きっかけは一通のメール

縁もゆかりもない地へ



萩ビジネスサポートセンター

センター長 獅子野 美沙子さん

リサーチ中に発見



熱い想いのつまったメールが届く



アタシ社

出居エリア募集

LOCAL



“面白きローカル”の地を探しています

あなたが暮らす街に「本と美容室」を呼んでくませんか。まだ知らない“面白きローカル”に出会い、そこで生まれた繋がりを美容師さんに受け継いでください。未来の出居エリア、探しています。

それから数ヶ月後、萩を訪ねました。

二度、三度通う中で、萩の人と語り、街を歩き、漂う空気を感じ——
「ここで事業ができたら」と気持ちが変わっていききました。



A man in a blue sweater and khaki pants stands in the middle of a narrow street lined with traditional Japanese wooden buildings. The street is paved with asphalt, and there are utility poles and wires overhead. The buildings have tiled roofs and dark wooden facades.

物件探しをしてみるも

伝統的建造物ならではの難しさも

そうはいつでも神奈川県会社。

地縁も血縁もない萩でいかに意思決定したか？

伝建地区の物件はどれも趣があります。

しかし裏を返すと……

●奥に細長く、風通しが悪い & 採光性の低い物件が多い。

「元民家」は事業用に向かない作りのものが多い

●素敵だが、規格外に老朽化が進んでいる物件多し。

土壁ぽろぽろ…瓦の修繕…直すにしても条件付き…



(心中)

「事業向きの物件が全然見つからないなぁ」

「修繕や基礎工事で莫大な予算が必要そうだなぁ」



何度も来萩し、物件を見学するも「これだ！」という

物件に出会えず暗雲が立ち込める日々。

※そもそも経営メンバーが4人移動するだけで、経費が毎回20万円近くかかる実情もありました。

物件をみた瞬間に「ここだ！」と直感

スモールコンセッションのプロポーザルへ



見事に基礎工事が終わった本物件。見学したその日に
「ここで事業をするべき。こんなチャンスはまたとない」
と直感し、プロポーザルに参加することを即日決意。



急いで提案を
まとめました！

事業者視点で感じたこと



こんな素敵な場所で
事業を営める幸運！

■ GOOD POINT!

- 貴重な伝統的建造物を民間企業が借りられること
- 修繕済みだったため、事業への投資に集中できた
- 毎月の支払いが7万円という条件だったこと

※20年の運営権対価である約1,600万円の月賦払い

- 萩市がPRに協力してくれたこと

■ UMMM POINT!

- 一方で契約期間20年は心理的ネックにはなった
- 土地勘もなく、事業性も測りきれない中で重い判断をしなくてはならなかった
- 一部工事が進んでいたため本来不要な工事が発生した

伝統的建造物に敬意を払い作り上げた

そうして完成した「本と美容室」









事業者選定の観点

- 「飲食」「コミュニティスペース」「宿泊施設」等に事業が偏る傾向だが、どれも継続難易度は高いといえる
- 「WEB会社のオフィス」「メーカーの製造拠点」など「館」でおこなう事業単体での収益にとどまらない事業者を選ぶ方が規模やエリアによってはいい？

→BtoC or BtoB？など複眼的かつ経営的な目線で参画企業を評価。企業もたらすものは「にぎわい」だけに限らず、「雇用」や「街の魅力の可視化」「街のブランドになる商品開発力」かもしれない。「わかりやすさ・親しみやすさ（身近さ）」も大事。だけれど「事業継続性」に重心を置きながら提案を吟味するほうがいいのかも……と感じる今日この頃です。

美容室の高い事業性

● 日常消費領域であり、フリークエンシー(頻度)が高い

→ 固定客は平均1.5ヶ月に1回来店。ハレではなくケ=髪を切らない人はいない

● お客様の客単価が8000-10000円と高い

→ 日常の中の“非日常”が美容室時間。空間や施術の「特別感」を醸成できるかがビジネスの肝

● 平日・土日の落差、気候の影響がほとんどない

→ 平日と土日の集客の落差がほとんどなく、安定的に人材を雇用できる

● 予約制ビジネスのため“目的来店”が中心

→ 人通りが少ないところでも成り立つ。ふらっと来店頼みのビジネスよりも安定性◎

● 仕入れがなく、在庫や廃棄リスクが低い

→ 飲食や物販につきまとう経営者泣かせのリスクがない。優れた美容師とハサミがあれば。

なんで書店はどんどん減っていくの？

本屋さんの事業性

●小売の中でも粗利20%と低い

→取次さんを通すことで返品できるのは最大のメリットだが、利益率はその分低い

●お客様の客単価は1000-1500円程度

→1500円の本が売れても書店の粗利は300円…！THE 薄利多売のビジネスなのです。

●初期仕入れのコストは必ず引き受けざるをえない

→返品すると、次回仕入れ時に「相殺」される仕組み。最初の数千冊の仕入れコストは必須

●書店単体で社員を雇用するのは至難のわざ

→小さな書店は社員=店主。個人書店or有隣堂などの大型書店の2極化

●本を読む人の減少、電子化の波はもう止まらない

→廃刊ラッシュに部数減……。これから「本」は限られた人の嗜好品になっていくのかも？

開店から7ヶ月経ってみて

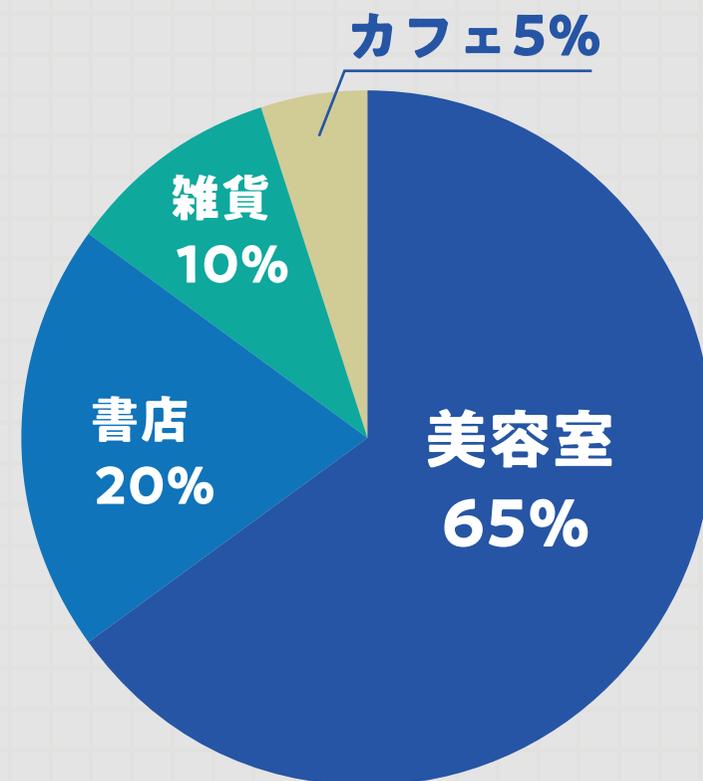
本と美容室 萩店の「現在」

● 県外・市外からのお客様が7割

→いわゆる観光地ではない「浜崎エリア」に、萩市民以外が訪れるように

● 4月に美容師2名が就業し、もうすぐ3名体制に

● お客様の客単価は8200円で推移



移住してでも働きたい場所をつくる

就業のため未来ある若者たちが萩に移住



事業計画外でしたが
役員の瀬木も移住！



沖縄県出身

濱元まどか (33)

沖縄県沖縄市出身。アタシ社の出版する雑誌を読んだことがきっかけに美容師になる。東京のサロンで5年ほど経験を積む。2024年12月にデビュー



Uターン

萩市出身

大田 慎也 (28)

山口市で8年腕を磨き、この度地元萩にUターン。若者たちに「萩でもかっこよく働くことができるんだ」と感じてもらえるよう見本となる生き方を模索



防府市出身

わたなべはるえ (28)

山口県防府市出身。東京の美容室で6年働き2024年に山口県にUターン。アタシ社と運命的な出会いを果たし仲間入り。「ケア」をテーマに働く

本と美容室 萩店の「これから」

- 美容師を一流の技術者に育成
- 2026年鹿児島店OPEN予定。萩店とも交流を行う
- 2027年萩店にさらに美容師を1名追加採用
- 3年後には萩店単体で年間売上6500万円を目指す

終わりに…

まとめと期待



これからもアタシ社
一同で精進します！

①事業者にとって素晴らしい機会であることは間違いない

→多くの経営者にとってローカルでの事業参入における強力な選択肢になるはず

②行政や地元民による想いのこもったストーリーが決め手に

→空き家問題、少子高齢化など日本全体が同時的に直面している中で、街にもビジョンが必要

③街の想いを意識できる“仲介役”がとっても重要

→愛ある「立役者」たちとの出会いが、会社や弊社メンバーの運命を変えるほどのエネルギーに

④「物件決定」は事業者が迎える最初のハイライト

→物件が決まれば、あとは早い。事業用物件の開発は街の活性化に長期的・多義的に寄与する

⑤でも、最後は事業者の自立自走を求めるべき

→「過ぎたるは猶及ばざるが如し」。事業者自らが工夫し、成長し続けなければ、継続できない