

# 医療用ウィッグ 前向きに

「アピランス（外見 ケア）に患者としての経験を生かしたい。乳がん治療を続ける鬼北町出身の野中美紀さん（50）＝東京都＝は昨年3月、人毛の医療用ウィッグ販売会社SUMIKIL（スマキル）＝同

## 鬼北出身・野中さん（東 京）販売会社設立

＝を設立した。美容師らと連携し、自然になじむカットとセットで購入できる仕組みで「似合う髪形で、前向きに治療に取り組んでほしい」と話す。

「今、私が着けているのは部分ウィッグ。所々見える地毛とのバランスを調整するには、美容師さんの力が必要です」。8月初め、野中さんは新たな提携先である松山市の美容室で、商品の扱い方を伝えていた。市内で同店など3店舗を展開



野中美紀さん（手前）のウィッグでカットのこつなどを伝える。傳礼央那さん（右）「その人に合った毛量などのバランスも大事」

するKINEMAグループの井門竜也代表（37）は「ウィッグのカットは初めてだが、想像以上に扱いやすい。利用者が変わらずおしゃれを楽しみお手伝いができれば」と語った。野中さんによると、人毛ウィッグは軽さや肌なじみのよさ、

## 患者経験生かし 自然になじむカット提供 美容師らと連携

耐久性などが特長という。一方で人工毛に比べ高額で、癖がつきやすく購入後にカットやブローが必要。スマキルでは購入者の要望を受けた美容師による発送前のカットや、提携美容室への来店カットで、一人一人に合ったウィッグの提供を図っている。

野中さんの乳がん罹患（り）が分かったのは2015年。乳がん治療中だった姉菅野綾さん（54）＝松山市＝が、発症率が高く進行が早い「遺伝性乳がん卵巣がん症候群（HBOC）」と判明し、野中さんもHBOCと診断されて間もなくのことだった。

「つらかったのは乳房の全摘出と脱毛」。職場復帰後、急いでウィッグを探したが「治療費もかかり気には買えない。インターネットで安く買っても、そこから美容室を探す余裕もなくて」。治療は進んでも心は晴れず「見た目の変化は心に大きな影響を与える」と、アピランスケア（外見変化による患者の心理的苦痛を和らげるケア）の大切さを実感した。

新型コロナウイルス禍で当時の仕事は待機状態になったのを機に、人毛ウィッグ販売の準備を加速。かつて卓球用品メーカーに勤めていたついで、中国の工場と直接やりとりして価格を抑え、EC（電子商取引）サイトを開設。会社員と二足のわらじで起業した。

◆ 来店カットの提携美容室は全

美容師がカットとブローを施した医療用ウィッグ（左）とカット前の商品



国20店舗に増えた。スマキルに積極的に協力する美容師の傳（でん）礼央那さん（43）＝東京都＝は、欧米ではウィッグが日常的なファッションになっているとし「日本にも抵抗なくウィッグを使う文化をつくりたい」と意気込む。

野中さんは「変化を怖がって治療が遅れてしまう人もいる。不安を一つでも減らしたい」。菅野さんが副理事を務めるHBOCの当事者会「NPO法人クラヴィスアルクス」（東京都）の仲間ともつながりながら、働く日々を送る。

スマキルの商品は部分ウィッグが3万円台、フルウィッグが4万円台から。各メーカーのウィッグの試着などができる四国がんセンターの患者・家族総合支援センター「暖たん」（松山市南梅本町）で実物を展示している。

（梅林恭子）