

「ささえ」

情報誌 第39号～49号より抜粋

発行 NPO福祉用具ネット事務局

住所: 福岡県田川市伊田4395(福岡県立大学内)

TEL/FAX: 0947-42-2286

E-mail npo-fukusiyounet@sage.ocn.ne.jp

HPのアドレス変更 <http://npofukusiyogu.sakura.ne.jp>

情報誌「ささえ」は年4回(1月・4月・7月・10月)発行しています。

印刷 よしみ工産(株) 北九州市戸畑区天神1丁目13-5

福祉用具はあなたの自立をささえます。

あなたのささえがNPO福祉用具ネットを元気にします。

【商品名】自動排泄処理装置
尿吸引ロボ「ヒューマニー」



夜ぐっすり眠れるから
昼間頑張れる！



【発売元】ユニ・チャーム ヒューマンケア(株)

【商品名】床ずれ防止用ハイブリッドマットレス
「アルファブラ ソラ」



新発売
ハイブリッド型
車いす用クッション

【商品名】

アルファブラ
ソラ クッション



【発売元】(株)タイカ



特定非営利活動法人
NPO福祉用具ネット

「大切な芽を皆さんのやさしさに包まれながら育てていきたい…」

今、思うこと。「福祉用具の開発に王道なし」

(その 29)

九州日立マクセル(株) 技師長 坂田 栄二
(NPO福祉用具ネット理事)

開発おじさん！ 再登場

福岡県の後押しもあって、NPOは自営の販売活動に進出した。声のかかるところがあれば、大山はどこへでも出かけて行った。出かける車の中は、エアーマットで一杯になった。その時にいつもエアーマット「P-Wave」と一緒に説明した商品があった。それは、介護シャワーであった。

大山の“寝たきり介護の環境を、良くしたい”との思いから、これら2つの商品は重点的に開発された。

この介護シャワーも、福岡県の産炭地域産業創造等基金の助成金を受けて開発したものであり、NPOのオリジナル商品である。開発・製造・販売は福祉SDグループという個人会社で、その代表者は「開発おじさん」事、松原であった。

介護シャワーを作りたい

開発おじさんについては、本稿「その3」で既に登場いただいたが、私財をなげうっているような福祉用具の開発にチャレンジしてきた。「P-Wave」もその1つで、NPOの指導を受けながら開発に参画していたが、その傍らで介護シャワーの開発も進めていたのだ。

特に、介護シャワーは、彼のもっともお気に入りのテーマで、「寝たきりの人をきれいにしたい」との思いから、開発には力が入っていた。

開発当時は、下図のようにいろんなメーカーから介護シャワーが販売されていた。



海水浴やキャンプなどのレジャーで使う簡易シャ

ワーを介護用に活用したものは、価格的にも手頃で注目されていた。

また、かなり高価であるが、洗髪後のすすぎ水が回収できる洗髪プール付も販売されていた。

開発おじさんは、これらを次々に買い集め、それぞれの機能を評価し、“俺だったらこうする”と意気込んで、自分の思いを練り上げ、試作した。

その結果、考え出された介護シャワーが「その3」で紹介したとおりの悲惨な経過を辿ることになる。

打ちのめされた開発おじさん

彼の試作品は、福岡県立大学の「福祉用具研究会」という介護関係の専門家で構成された評価集団から、なんと21項目の改善すべき点を指摘され、思いっきり凹まされた。研究会のメンバーは多分、開発おじさんは開発をあきらめてしまうんじゃないかと思ったほど、改善点は困難を極めたかに見えた。

しかし、それをものともせず、改良を重ね、2か月後には改良品を福祉用具研究会に持ち込んだ。その写真が次のものである。



最初に拒否されたジャーポット型試作品とは似ても似つかぬほどシンプルで、初めての人でも、すぐに使い方が判るような構造だった。

その出来栄は、その場の出席者から拍手が出たほど理にかなったものだった。

「いつから売り出すの？」

「いくらで売るんだ？」

「どこで売るの？」

これほどまでの期待感を持たせることができた改良品になるまでには、実は“影の大きな支援”があった。

影の支援者

開発おじさんは、福祉用具研究会の指摘事項を書いたメモを改めて見直して、

“このテーマは、無理かもしれない・・・”

と思い悩んだ。

開発者は、とかく自分の技量で、“こんなことができる”“あんなことをすべきだ”と機能をてんこ盛りしたくな

る習性がある。彼もその一人である。彼は、40年近く大手の家電メーカーで開発を担当してきた。家電業界は、メーカー間の競争がし烈で、常に最先端の機能が求められる。だが、今回は、そのような彼の苦労をことごとく否定したに等しい指摘点であった。

しかし、モノを作りたい気持ちを彼は捨てることができなかった。思い悩んで、大山を訪ね、その心境を話した。大山は、

「もっと現場を知らなきゃ！そうすれば研究会の出席者が言っていた意味が判るよ。」

そうだ。今度の研修会で、アンケートを取ってみようか？そうすれば松原さんも、どの機能を捨てればいいのか、どこに力を入れればいいのか、踏ん切りがつくと思う？」

と慰めた。

さっそく、大山は、NPOが開催する福祉用具の研修会で参加者に呼びかけた。

「この研修会が終わった後、後ろの席に介護シャワーの試作品を置いているので、それを触ってみた後、モニター用紙に皆さんの意見を書いてください。」

ちょうどこの頃、研修会はたて続けに3回開催されたが、研修会のたびに、大山は参加者に協力を呼びかけた。

その結果は、次のようなものだった。

モニター調査結果				
介護用シャワーの使用希望				
		度数	パーセント	有効パーセント
有効	ぜひ使用したい	13	20.0	27.1
	できれば使用したい	30	46.2	62.5
	あまり使用したいと思わない	3	4.6	6.3
	既に使用している	2	3.1	4.2
	合計	48	73.8	100.0
欠損値	未回答	16	24.6	
	システム欠損値	1	1.5	
	合計	17	26.2	
	合計	65	100.0	

90%が使いたいという結果がでた。

モニター調査結果				
介護用シャワー購入時のポイント				
		度数	パーセント	有効パーセント
有効	重さ	18	9.4	11.9
	価格	35	18.2	23.2
	持ち運び	26	13.5	17.2
	水量調整	29	15.1	19.2
	使用水量	15	7.8	9.9
	充電機能	6	3.1	4.0
	準備収納時間	20	10.4	13.2
	デザイン	1	.5	.7
	その他	1	.5	.7
	合計	151	78.6	100.0
欠損値	未回答	35	18.2	
	非該当	6	3.1	
	合計	41	21.4	
	合計	192	100.0	

“使いたいがつかえない”というモニター結果

介護用シャワーの使用希望者は、なんと90%近くに達している。しかし、すでに使用している人の割合は、約4%と、きわめて少ない。

開発おじさんは、大山がまとめたモニター調査結果を手にして、

“やっぱり、みんなは必要としているんだ。でも、使いたい気持ちになるような製品がまだないんだ。もっと、良い商品が出てくるのを待っているんだ。”

と、自分の思いを改めて強くした。

次いで、2枚目のモニター調査結果を見て、愕然とした。結果を見ると、まずは価格が第一優先である。これは納得できる。家電品でも、価格競争が第一であるからだ。

しかし、次が「水量調整」であることに納得できなかった。彼の理想は、温かいお湯を、たつぷりと使い、気持ちよくシャワーを浴びてもらうことだった。最初の試作品はまさにヒータで加熱する“たつぷりお湯式”のシャワーだった。

“たつぷりお湯”シャワーはなぜダメか

彼は、大山に不満をぶつけた。大山は、諭すように彼に言った。

「毎日風呂に入れない寝たきりの人に、たつぷりとお湯をかけてあげたいのは、私たちも同じよ……。でもね、それじゃベッドまで何度もお湯を運ばなくちゃいけないし、捨てに行かなくちゃいけないでしょ！その上、お湯が沸くまで待たなくちゃいけないし……。現場では、やることは一杯あって、シャワーだけに時間をかけるわけにはいけんとよ。」

彼は、まだ現場に出たことがない。身近に介護を必要とする人もいない。それをよく知っている大山は、続ける。

「現場は時間との戦いなんよ。だからモニター調査結果では“準備収納時間”が13%と高いんよ。この準備収納時間とは、利用者さんのところを訪問し、バケツに水を汲んで運び、シャワーを取り出し、電源をつなぎ、使い終わったら、ホースやポンプから水を抜き、持ち運べるようにバッグに詰める時間よ。中でも一番面倒なのが、ホースからの水抜き……」

バケツ一杯シャワーの思いつき

彼は、大山の声がだんだん遠のいていくのを覚えた。この時、彼はすでに、別のことを考えていた。

（時間のかかる“たつぷりお湯”がだめなら、時間のかからない“バケツ一杯の洗浄”ではどうだろうか……）

しかし、今のシャワーヘッドでは、バケツいっぱい程度の水は、すぐに底をついてしまう。シャワー量を絞れば、汚れは落ちないし……。彼はまた悩み始めた。

今、思うこと。「福祉用具の開発に王道なし」

(その 30)

九州日立マクセル(株) 技師長 坂田 栄二
(NPO福祉用具ネット理事)

“バケツ一杯で洗髪できるか？”

「たっぷりお湯で、洗髪してあげたい」というコンセプトを持っていた開発おじさんこと、松原は、大山の集計したモニター結果を見て愕然とした。そのモニター結果は、あまりにも松原の思いと離れていたからだ。

確かに、市販の介護シャワーを試してみると、家庭用の大きめの10リットル入りのバケツが、1分少々で空になる。1分では、十分すぎもできそうにない。これでは何度も水を汲み、捨てに行かなければならない。洗髪するには一体どれくらいの水が必要なのか？何らの基礎データも持たない松原は途方に暮れた。

バレーボールに教えられた原因

松原は、市販のシャワーで花や壁、車などに手当たり次第に水をかけてみた。水道のホースから直接水をかけるような水撒きスタイルでは、水がどのように広がっていくかよく判らない。しかしシャワーで水かけをすると、水の拡散状態がよく判る。

ある日、手元にあったバレーボールにシャワーをかけてみた。バレーボールがちょうど頭のように見えたからだ。

バレーボールの表面に当たった水は、勢いよく四方八方に飛び散る。水の量の割には表面があまり濡れない。逆に、ボールの周りは飛び散った水でびちゃびちゃに濡れる。

“そうか！頭は丸いから水の勢いが強すぎてはダメなんだ。バレーボールと一緒だ。”

松原は答えを見つけた気がした。彼の顔にはにんまりとした笑みが浮かんでいた。

水の勢いを減らせば、水量も減るではないか。ではどうやって、勢いを落とすか？

早速、近くのDIYショップで“節水シャワー”を買ってきた。しかし、巷に売られている節水シャワーと言っても毎分6リットル近くの水が出る。これでもバケツ一杯の水では、2分と持たない。まだ不十分だ。

勢いのない簡易シャワー

次に試したのが、“簡易シャワー”というものだ。このシャワーは、カタログによると毎分2.5リットルの散布量と書かれている。この水量では、バケツ一杯で4分近く使用できる。松原はようやく目途がたったと思ってシャワーをかけてみた。

しかし、そのシャワーの勢いは“じょぼじょぼ・・・”と垂れ落ちるようなものだった。バレーボールの表面は

一筋の流れができる程度で、髪の中のシャンプー泡を押し流す勢いはなさそうだった。

相反する課題

彼はその簡易シャワーを家に持ち帰り、風呂に入っ
て自分の頭で試してみた。なかなかシャンプーが落ち
ない。落ちないままにバケツの水は、底をついた。

彼は、風呂に浸かったまま考え込んでいた。そのま
までは湯当たりしてのぼせてしまうのではないかと思
うほど、我を忘れて浸かっていた。

湯船の松原は、手に簡易シャワーを握ったまま、シ
ャワーヘッドの噴射孔をじっと見ていた。

節水効果を徹底すると、水の勢いが無くなる。果して、
この相反する“水の勢いを保ったまま節水”は出来な
いものなのか。どう見ても矛盾している。

解決策は噴射孔

その簡易シャワーの噴射孔をじっくりと見つめてみ
ると、市販のシャワーよりも孔の数が少ない上に、穴
の大きさが針の孔のように小さい。

おまけに、しばらくシャワーすると孔サイズが小さ
さぎて、その孔が目詰まりし、水が出なくなる。そのた
びにヘッドを外して孔の清掃をしなくてはならないこと
も判った。

“解決策は噴射孔にある。”と確信した松原は市販
のシャワーを沢山買い込んできた。

シャワーヘッドを外し、1つずつ孔を接着剤で埋めて
はシャワーをするという気の長い作業を始めた。しかし
節水を気にすると、やはり簡易シャワーと同じように勢
いが無くなる。好みの勢いを保つと、節水が出来ない。

まさにジレンマ状態だ。



上の図：従来品は、中心部分の乱れが邪魔になる

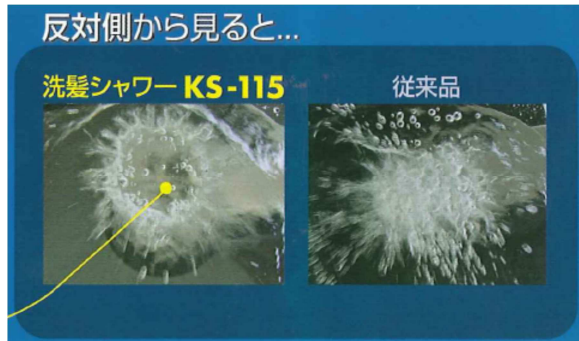
そんな時、お風呂の鏡に、偶然にもシャワーがかか
った。彼は、ハッとした。

鏡がくれたヒント

市販のシャワーの水は、鏡に当たった時、中心部分
の水の行き場がなく、乱れていたのだ。その鏡はシャ

ワーの底の部分を見せてくれていた。

シャワーの孔は、ノズル先端に万遍なく規則正しく並んでいる。このために、水は1つの塊となって飛んでいくが中心部分の水は、外側に出ようと渦巻いている。この水は、洗浄効果に寄与しておらず、無駄な水だった。



上の図: 底から見た水の動き

あわてて、風呂から上がった松原は、何を思いついたか、最外周の孔だけを残して、中心部分の孔をすべて接着剤で孔潰した。孔はリング状に並んでいるだけとなった。

風呂に引返し、ノズルをホースにつなぐと、蛇口を思いっきり開けてみた。シャワーは勢いよく鏡にぶつかるが、中心部分には穏やかな水たまりができていたことを写しだしていた。(上図 左を参照)

リング状シャワーの誕生

これがリング状シャワーの誕生の時だった。

周りのシャワー水流は筒状に吹き出し、その筒状に守られて中心部分に穏やかな水溜りができることが判った。

このシャワーを、松原は自分の手のひらに当ててみた。心地よい勢いが伝わってきた。これは行けるかもと小躍りした。

シャワーを流しっぱなしにしたまま、頭にシャンプーを掛け、両手で山ほどの泡をたてた。次いで、シャワーを取り上げ、その泡をめがけてかけた。髪の毛をかき分けるように、水の勢いが伝わってくる。頭皮にマッサージのような快感が走る。

そして、髪の毛の間を通る水は、辺りに飛び跳ねることなく周囲へゆっくりと広がっていく。顔の前を、泡を含んだ水が伝い流れる。彼は嬉しさのあまりじっとして、シャワーをかけつづけた。

本当に節水できているのか？

ハッと我に返った松原は、期待以上の洗浄力に疑問を持った。本当に節水効果はあるのか！

これまでの彼の知見では、洗浄力と節水は相反すると思っていたからだ。

洗面器を手元に引き寄せると、シャワーをその中にため始めた。

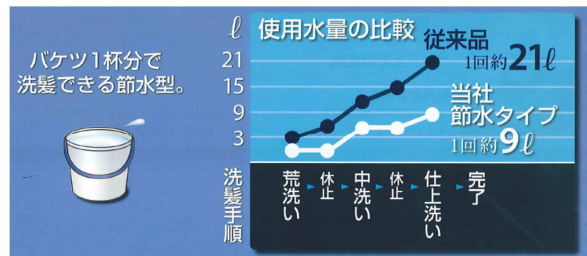
「シャー・・・」と音を立てながら、洗面器の中に水がたまっていく。しかし、市販のシャワーのようにぐんぐんと水位が上がるようなことはない。勢いのよい水音が浴室内に響くが、音の割には水位は上がらない。

腕時計の文字盤の水を拭い取り、時間を計ってみた。1分経過した。でも洗面器は一杯になっていない。脱衣室の体重計に、洗面器ごと載せてみた。体重計は2kgを指している。次いで水を捨て、空の洗面器を体重計に乗せた。200gである。

松原は裸で立ったまま、計算をした。何と毎分1.8リットルという少ない水だった。先ほどの洗髪時の刺激からすると、もっとたくさんの水が流れているのではないかと思っていた松原は、自分自身で驚いていた。

心地よい水の勢いを感じながら、しかもしっかりと節水ができていた。矛盾は解決した。

上の図: バケツ一杯の水で洗髪



松原は、冷え切った体を浴槽に沈めた。そして自分の顔にシャワーをあて続けた。

信じられないシャワー

翌日、市販のシャワーと試作品をダンボール箱に詰めて、NPOの事務局を訪ねた。

「大山さん、出来たよ。バケツ一杯で洗髪できそうだよ。」

松原の苦勞を知らない大山は、松原がいつもの冗談を言っているかのように、箱の中を見て笑いながら、

「たったのバケツ一杯の水で、洗髪ができるわけなからうもん(できるわけではないでしょう)。」「

「いいや、それが出来たとよ！これを見てよ。」

そういうなり、箱から試作品を取り出し、大山を洗面所に連れていった。

蛇口にホースの先をつなぎ、蛇口をひねって、シャワーの先を大山の手に向けた。

「シャー・・・」

大きな水音を立てて、大山の手にシャワーが当たる。

「こんなにたくさんの水を使うんじゃ、バケツ2杯は要るんじゃない？」

にわかには信じ難いシャワーの勢いだった。

今、思うこと。「福祉用具の開発に王道なし」

(その31)

九州日立マクセル(株) 技師長 坂田 栄二
(NPO福祉用具ネット理事)

信じられないシャワーの勢い

大山は、蛇口にホースの先をつなぎ、コックをひねって、シャワーの先を自分の手に向けた。

「シャー・・・」

大きな水音を立てて、大山の手にシャワーが当たると。

「こんなにたくさんの水を使うんじゃ、バケツ2杯は要るんじゃない？」

にわかには信じ難いシャワーの勢いだった。

大山は、松原の言葉を信じようとするが、でも信じきれない。何故か？

シャワーの勢いが、市販のシャワーとそんな色ないほどしっかりしたものだったからだ。

“これではきっと バケツ一杯の洗浄なんて叶うはずがない。”

そんな疑心暗鬼でいっぱいだったからだ。

大山も松原と同じように、洗面所の水を一分間流しっ放しにして溜めてみた。その結果、どう見ても溜まった水は少なくしか見えない。

現場で試してみたい

自分で試してみても納得できない。あんなに沢山の水が出ているように感じたのに。そこで、大山はさらなる確信が欲しかった。

「松原さん、現場で試してみようか。本当に大丈夫なのか」

「間違いないって！自分の頭を洗ってみてもちゃんとすすぎまで出来たんだから」

松原は胸を張って言う。その顔はちょっと上向きの「どや顔」だった。

「じゃ・・・、明日現場で使ってみようよ。あした、(時間は)空いてる？」

「ああ、空いてるよ。僕も、現場で見たいから。」

大量の泡に不安な水量

翌日の昼過ぎ。

前もって電話で事情を話していた馴染みの施設を訪ねた。昼から入浴する人がいるというので好都合だった。

年齢の割には髪の毛の量が多い入所者だった。松原は不安を覚えたが、自分自身に「うまくいく」と言い聞かせた。

入所者は、怪訝そうにシャワーを見つめていた。

「大丈夫よ。今度便利なシャワーが出来たから髪がきれいに洗えるよ。試してみようか？」

立ち会ってくれた施設長は、入所者に優しく声を掛けた。入所者は、安心したかのようにうなずいて眼をつむった。シャンプー液をかけた髪から沢山の泡が立つ。髪が泡だらけになった。本当にこれだけの泡が洗い流せるのか？松原は自分で試した時の泡量より多いのに戸惑った。松原は髪の毛を短く散髪しているので、これほどのシャンプー液を使わないし、これだけの泡も立たない。泡の少ない松原だからこそバケツ一杯の洗浄が出来たのかもしれない。

(しっかり落ちてくれ！すっきり流れてくれ！)

松原は、食い入るように見つめていた。

大山も、その瞬間を見逃すまいと、施設長のこなれた手さばきを見ている。

すっきりと流れた泡

泡を立て終わって、さあ今から洗い流すぞとばかりに、施設長はシャワーヘッドを取り上げて頭に向けてかまえた。

「いいわよ。スイッチ入れて。」

施設長の声に、松原は我に返って電源のスイッチを入れた。バケツの中に漬けたポンプが一気に回り始め、シャワーヘッドの先から勢いよく噴出する。

入所者の頭に、シャワー独特の音を立てて水が降りそそぐ。

みるみる泡が流されていく。泡の下から白髪混じりの髪が見えてきた。松原は少し安堵した。

(あれだけの大量の泡でも、このシャワーは押し流してくれるんだ。)

しかも、水は髪の毛の間にゆっくりと広がっている。

松原にとってもっと嬉しかったのは、勢いよく見えるシャワーの水が、跳ね返って入所者の顔を濡らしていない。もちろんシャンプー台の周りにも水跳ねは見当たらない。

(少ない水が、無駄なく洗い流しに使われているんだ)

松原は、ようやく安心した。自分の考えたことが他の人の前でも証明できたことを喜んだ。

本当だった「バケツ一杯の水」

「わー、きれいになったね。はい、終わりよ！」施設長の声に入所者は、眼を開けて“ニコッ”と微笑んで、

「きもちよかったー・・・」

すかさず大山は、ポンプが浸かっているバケツを覗き込んだ。

「へえー・・・、まだ水が残ってる。」

ようやく大山も納得した。バケツ一杯の水でもちゃんと洗えることが証明された。

「これは行けるんじゃない。ヘルパーさんもよろこぶよ」

松原もバケツを覗き込んだ。

「どうや。すごいだろう。」
してやったりの顔で、松原は大山のほうに振り向いた。

しかし、振り向いた先の大山の顔は、浮かぬ顔をしている。

「何かまだ不満があるのか？」
それでも大山は黙って見ている。
確かに見事に洗えた。

始まった現場会議

「でもね——」
なににでも簡単には満足しない大山のいつもの発言が始まった。

「ホースが顔の上を撫でまわし、気持ち悪いんじゃない？」

「水がもったいないから必要な時だけシャワーになるように止めたり出したり出来ないの？」

「終わった後、もっと簡単に収納できないの？」

大山の現場での開発会議が始まった。大山は現場会議を大切にする。現場で気付いた不具合をすばやく見つけ次々と注文を付ける。現場が一番といつも考えているからだ。

松原は、バケツの水の量ばかりが気になって、施設長の指捌きに注意を払っていなかった。そこを大山は鋭く指摘をする。

大山がじっと見つめていたのは、バケツの水量ではなかった。現場の人が、使い易い機器に仕上がっているか、洗髪される人に不快感を与えていないか、洗髪が終わった後の始末にどれだけ手間がかかるかなどを、チェックしていたのだ。そのために施設長の手さばきをじっと見つめていたのだ。

もっと使い勝手を考えて

松原が、試作したシャワーヘッドは、一般に売られている棒状の握り部分が付いたシャワーヘッドだった。

確かに松原は、シャワーの噴出孔の開発に気を取られ、使い勝手については、まだ何の配慮もしていなかった。

施設長も、

「そうねー、長いグリップを握ったままなんで、持ち替えにくく、ホースさばきが出来ず、確かに使いにくかったわ。」

と大山に同調した。

松原に弁解の余地はなかった。シャワーヘッドを取り上げて、くねくねと回してみるのが一向にアイデアが浮かばない。

それまで黙って見ていた大山は、

「グリップは要らないんじゃない？自分でシャワーをかけるときは、背中まで届くようにグリップが長いほうが良いけど、寝てる人の頭を洗ってあげるんだから、グリップは要らんとよ。」

なるほどと納得した松原は、グリップを外して、先端のシャワーヘッドに直接ホースをつけてみた。

「これでいいのか？」

現場ですぐに改良する。

松原が差し出したシャワーヘッドを、受け取ると大山は、そのヘッドを手のひらで握ってみた。

「このヘッドは角ばっているから、丸い形状のほうがいいんと違う？どうもしっくりとしないよ。」

使い易い丸型ヘッド

それから1週間ほどは、松原はホームセンター通いをした。あっちのホームセンター、こっちのホームセンターと梯子をして、お目当ての丸型ヘッドを探し求めた。なかなか見つからない。

ある日、他の設計者が見ていたカタログの中に偶然丸型ヘッドを見つけた。近隣では手に入らないのでさっそく電話をかけた。

その丸型ヘッドは日頃売れていないので、そのメーカーの窓口は、

「何に使うんですか？」

と執拗に尋ねてくる。松原は、のらりくらりといつもの調子で相手をかわす。



ようやく待望のシャワーヘッドが手に入った。さっそく大山のアイデアを再現してみる。握り易いし、特に逆向きに握ってもしっかりと握れ、ホースさばきがし易い。



これで、顔の上をホースが行ったり来たりすることではなく、入所者の不快感もなくなるぞ。(つづく)

今、思うこと。「福祉用具の開発に王道なし」

(その 32)

日立マクセル(株) 技師長 坂田 栄二
(NPO福祉用具ネット理事)

解決の目途はたったが

大山が、松原のシャワー試作品を初めて見て、付けた3つの注文項目のうちの2つは、目途が立った。

3つの注文項目とは、

(i)「ホースが顔の上を撫でまわし、気持ち悪いんじゃない？」

(ii)「水がもったいないから必要な時だけシャワーになるように止めたり出したり出来ないの？」

(iii)「終わった後、もっと簡単に収納できないの？」である。(前号で紹介)

(i)の「ホースの顔撫で対策」は、シャワーヘッドを手のひらにすっぽり収まるサイズにすることで、ホースを自由に取回すことができるようになったことである。



(ii)の「自在切替コック」対策は、手のひらの中にコックが設けられたヘッドとすることで、ヘッドを握ったまま、入・切操作できる事で解決出来た。

この2つの課題に対しては、大山も満足していた。



簡単収納って何？

残りは、(iii)の「簡単収納」対策である。

ヘルパーさんは、訪問先で時間との勝負をしなければならないと言うが、松原は現場仕事の経験がなく、その課題の意味が理解できていない。松原は、これまでシャワーの使い方ばかり突き詰めてきた。シャンプー

の終わった後のことまで思いもしていなかった。そこで彼は知り合いの看護師やヘルパーさんに会うたびに、どんな作業をするのか、終わったあとの収納とはどんなことをしなければならないのか聞いた。

その結果、少なくとも次のことが理解できた。

大山の言う「簡単収納」とは、

①終わったあと、ポンプやホース内に残っている水抜きが簡単にできる事。水が残ったままでは、持ち運び時にポタポタと滴が垂れ、利用者の家の床を濡らしてしまったり、収納したキャリングケース内に水がこぼれる事が起きるために、水を抜く必要があるが、これを簡単に抜けるかということ。

②長いホースを、くるくる丸めて収納するのでは、時間がかかること。

③次の訪問先で、すぐに使えるように収納できること。

④ポンプとホースをつないだり外したりするのは、客先で時間を取られ面倒であること。

などであることが分かった。

矛盾する解決策

しかし、これらを同時に満足することは難しい。たとえば、①のポンプやホース内の水を抜くには、ポンプとホースの接続を外せば、それぞれから簡単に水抜きができるが、④のつないだり外したりしたくないことと矛盾することになる。

松原は、ずっと悩み続けた。他のメーカーのものを見ても、どれもホース内に水が残ってしまっている。

ある日、松原は、新しいポンプを使ってシャワーの試験をし終わったのちに、バケツからポンプとホースを引き上げると、中の水がザーッと流れ出たのに気付いた。“アレッ、何で水が出るんだ？”と思って、もう一度同じようにシャワー試験をしてみて、同じようにホースとポンプを引き上げたが今度は出ない。何故か？

なぜ、このポンプは水が抜けたり残ったりするのか？実はこれはシャワーヘッドのコックのせいだったのである。

試験をし終わった後、たいてい松原は几帳面にコックを止めてポンプを引き上げるのだが、この日のシャワー試験では、バケツの水が途中で無くなったので、シャワーが出なくなり、コックを閉めるのを忘れてポンプを引き上げた。その時ポンプから一気に水が流れ出たのである。

機械技術者の松原にとっては、実に当たり前のことだが、

“言われてみればその通りだ。なんで気付かなかったんだろう。”

簡単なポンプのおかげ！

実は、ポンプに原因があった。彼はそれまで、逆止弁付のポンプを使っていたがコストが高かったので、もっと

安い構造のポンプを、この日初めて使ってみた。このポンプは、逆止弁のない遠心ポンプで、構造はシンプルで壊れにくい。但し、揚程(水の押上高さ)は低いが、洗髪シャワーなら低くても十分だろうと、このポンプを選んだ。

この逆止弁が無いポンプでは、シャワーヘッドのコックが開くと、ヘッドからホース、ポンプまでが何の邪魔するものもなく繋がっているの、水は一気に上から下へ抜けることになる。

松原が、水抜き効果を意図せずに選んだ遠心ポンプが、偶然にも「簡単水抜き」を解決してくれた。おまけにこのおかげで、④のホースとポンプのつなぎ・外し作業が不要になった。これは矛盾の解決でもあった。

バッグ屋のおかみさん

後は、②と③の収納方法である。

大山が求めているのは、どうやらバッグのような袋タイプであることが判ってきた。

松原は、近くの商店街のカバン屋さんに行って、「簡単に物が放り込めるようなバッグはないかい？」と、漠然とした使い道をその店のおかみさんに聞いてみた。

このかなり年配のおかみさんは、突然入ってきた初老男性の“このお客は何を欲しがっているのか”判らずに、店の中をうろうろしていたが、やがて所狭しと飾られているバッグを1つずつ棚から降ろして順番に説明し始めた。

お店には、他のお客は誰もいなくガランとしていたので、時間は十分にあるよとでも言いたげに説明を進めていく。

しかし、松原は値段を見て驚いた。その値段はポンプやシャワーヘッドより高くなるものばかりだった。「いやー、そんなんじゃない、安くて簡単なのが良いよ。」

「何を入れるんですか？」

松原はどのように説明したら良いのか判らずに、しばらくして、「こんな、長いホースの付いたものなんだけど・・・」と、仕方なく、紙袋から試作品を取り出しておかみさんに見せた。まだ秘密だから見せたくはなかったけど、満足のいけるバッグが探せないと思い、どうしてもなく見せたのだった。それを見ても、おかみさんは深く尋ねることもなく、「そうね・・・」

というなり、店の真ん中にあった椅子にどっかりと座った。周りの棚のバッグを見上げながら、考え込んでいる。松原には、このおかみさんが何を考えているのか判らない。

“バッグに縁のなさそうな変な初老のお客？”

“安くて、そんな良いもんなんてないわ”

と思っているのかもしれない。

しばらく沈黙が続いた。松原は、どういう顔をしているのか戸惑い、紙袋を取り上げ次の店に行くしかないなと思い始めた。その一方で、でもこの近くでは、このバッグ屋さんが一番大きいんだから、他の店に行っても一緒だろうなと思ったが、意を決して店の表に向けて歩き始めた。

手作りのバッグ

その時、後ろから、

「お客さん！」

大きな声で呼び止められた。

「手作りなんだけど、見てみる？」

振り返ってみると、おかみさんはぶつぶつ言いながら足早に店の奥に戻っていった。

松原は、“どうせだめだろうな”と思いながらも、他に行くあてもなく引き返すことにした。

しばらくして、店の奥から派手な色をしたバッグを提げて笑いながら、おかみさんが出てきた。

「他のお客さんから頼まれて、手作りで作ってみたけど、気に入ってもらえなくてそのままにしていたんだけど・・・」

と言いながら、下げ紐を左右に拡げて中を見せた。バッグの中は、仕切りも何もなくガランとしている。

「これだと、何でも入れられるよ。」

「布は頑丈だし、少々濡れてもすぐ乾くし・・・。」

「下げ紐は幅が広くて、手に食い込まないし。」

「たためばペタンコになるよ。」

おかみさんは、自分で作ったのか、隅々まで知りつくしており、このバッグの良いところは“ここだ！”とばかりに並べ立てる。

松原もだんだんその気になってきた。

“これでいけるかもしれないなー”



軽量、小型。バッグひとつで持ち運べます。

「すみませんが、しばらく貸してもらえませんか？」

松原は、面識もないのにいきなり申し入れた。松原は大山がこのバッグを見てどう反応するのか、意見を聞いてみたかったのだ。

さすがにおかみさんも、

「えっ、！」

と絶句した。(次号へつづく)

今、思うこと。「福祉用具の開発に王道なし」

(その 33)

日立マクセル (株) 技師長 坂田 栄二
(NPO福祉用具ネット理事)

現場になじまないボックス型収納

洗髪シャワーの開発に取り組んでいた松原は、シャワーヘッドを節水型に出来る用途を付けたものの、使い終わった後の「簡単収納」に悩んでいた。

この「簡単収納」は、大山の譲れない要求だったからだ。何としても解決しなければならぬ。

ここで大山の要求を、前号から振り返ってみる。

松原の考えている「簡単収納」とは、

①終わったあと、ポンプやホース内に残っている水抜きが簡単にできる事。水が残ったままでは、持ち運び時にポタポタと滴が垂れ、利用者の家の床を濡らしてしまったり、収納したキャリングケース内に水がこぼれる事が起きるために、水を抜く必要があるが、これを簡単に抜けるかということ。

②長いホースを、くるくる丸めて収納するのでは、時間がかかること。

③次の訪問先で、すぐに使えるように収納できること。

④ポンプとホースをつないだり外したりするのは、客先で時間を取られ面倒であること。

である。

①と④が解決できたことはこれまでに説明したが、残る課題は②と③である。

松原は機械設計屋である。機械屋が考えると②と③の解決策は、下の写真のように、ボックス形状になる。



ホースは、丸めずに、ボックスの中に無理やり押し込めるし、次の使用時は引っ張り出せばすぐ出てくる。また、水が少々残っていても漏れ出ることはない。

しかし、大山と話をすると、どうもボックス型ではないようだ。こんなものは、介護現場には持ち込めないと言う。ごつつ過ぎるからだ。

使うときは大きく、使わないときは小さくなる、まるでドラえもののバッグが望みのようだ。

答えはトートバッグ

大山のイメージするものは、トートバッグのような袋タイプの手提げバッグにあった。

あちこち探し回った挙句、1軒のバッグ屋さんのおかみさん手作りバッグに出会った。

お婆さんの流暢な売込みことばに心を動かされ、そのバッグを大山に見せて意見を聞きたいと思い、貸してくれるようにお婆さんに申し入れた。

「すみませんが、しばらく貸してもらえませんか？」

さすがにこの初対面の初老の男に、お婆さんはたじろいだ。

あわてて、松原は名刺を出して、実はこういうものですと自己紹介した。

このころ、松原は既に定年退職をしており、長年勤めた会社とは言え、昔の開発部長の名刺を出すわけにはいかない。

お婆さんに渡した名刺は、ほとんど実体のないと思えるようなベンチャー会社の名前だった。

おかみさんは怪訝そうに松原の顔と名刺を見比べている。どうも納得していない様子だ。

売ってくれない手作りバッグ

松原は、仕方なくポケットの財布を出しながら、

「おいくらですか？」

お婆さんは、しゅしゅ口を開いた。

「試しに手作りしたんだから、これ1個しかないから売れないよ。まだ値段も決めてないし・・・。」

しばらく、お婆さんは考えて、

「今すぐ要るのかい？」

「今すぐ要るんだけど」

「1つでいいのかい？」

「1つでいいんだけど。」

松原もすかさず、おうむ返しのように返事をする。

「しょうがないね ——。」

「このバッグをどうしても見せたい人が居るんだ。」

「じゃー、その人を連れておいでよ。他にもいろいろ見せたほうが良いんじゃないかい？」

「その人は忙しい人だから、なかなか連れてこれないんだよ」

また、しばらく考え込んでいるお婆さん。

「しよーがないねー。それじゃー・・・、お貸しするからその人の意見を聞いてきなよ。あんたがもし返しに来なかったら私も困るから、少しお金を置いて行きなさい。」

そう言って松原のほうにバッグを差し出す強気のこのお婆さんに、ようやく笑顔が出た。

松原は、まわりの壁にかかっているバッグを見ながら、これくらいで良いだろうと値踏みをし、財布から1000円札を5枚取り出して、

「これで良いかい？」

「ああ・・・、十分だよ。あんたも困るだろうからお金の預

かり書を書いておこうね。でも必ず戻しに来てね。」と念を押しながら、伝票を書き始めた。

松原は、バッグの中を覗き込んで、「(大山さんは)これできっと満足してくれるぞ。」

半分合格は半分失格！

「こんなんでもいいか？(このようなもので良いか？)」事務局に戻った松原は、幼稚園児が、さもカバンをブラブラさせるような仕草をしながら、部屋の中を歩いて見せた。

それを見ながら大山は、「なんしょんね。(何をしてるのか？)ファッションショーじゃあるまいし。えらく風変わりなものを持ってきたね。ちょっと見せてん。(見せなさい)」

大山は、バッグを受け取ると、持ち手に指を掛け、上下に動かしながら、

「軽くていいね。これくらいでちょうどいいかも。」

続いて、バッグの口を開けて中を覗き込み、「中はシンプルでいいね。ゴミも溜まりにくいし、掃除が簡単で済みそうね。」

バッグの口を左右に大きく広げ、

「この中に、シャワーを入れてみてん！」

松原が、手にしていたシャワーとホースを中に入れるように促した。

思ったよりも、ホースを小さく丸めなくても、すんなりに入った。普通はホース特有の弾力性で、バッグの口から突き出たり、バッグをパンパンに膨らませることが有るが、そんなこともなくちょうど良い幅と深さだった。

しかも、シャワーやホースを取り出すと、バッグはペタンコに折り畳める。実にシンプルで手軽だ。

ここまでは、大山も満足した。

しかし、またしても大山独特の注文が付いた。「クリップやブラシはどこに入れるの？ホースと一緒にバッグの中？」

松原は、虚を突かれた。

(そうか！洗髪するときに必要な小物があつたんだ。)

松原は、返答に躊躇した。

「バッグの外側にポケットを付けたら！」

「ポケットには、蓋(フラップ)をつけてね。」

「小物が、落ちないようにマジックファスナーかボタンをつけてね。」

「色は、明るい色よりも、落ち着いた色に・・・。

汚れてもいいようにね。」

「縫い目は、外側に出るように。内側に出ると、シャワーを取り出す時に邪魔になるから。」

大山の口から次々と飛び出る注文を聞き逃すまいと、松原は必死にメモを取っている。いつもの光景である。「松原さん！半分合格やね。まあまあ上出来！」

松原は、喜んでいいのやら、困ってニヤツと笑った。

半分合格とは、半分失格ということじゃないか。それで

も、まあ良いかと思ひ直してドカッと椅子に座った。

数日後、大山からのこまごまとした注文内容をまとめて、バッグ屋さんを訪ねた。バッグ屋さんに口で言っただけでは、判りにくいと思ったので、図面にして持って行った。

「役にたったかね？」

約束通り戻しに来た松原を、バッグ屋のおばさんは笑顔で迎えた。そして預かり書と引き換えに松原にお金を返した。

松原はお金を財布に仕舞いながら、

「ありがとう。役に立ったよ。おかげで、手直ししなくちゃいけないところが判ったよ。」

そう言って、図面を手渡した。

おばさんは、機械設計図面なるものを見たことが無かったのか、

「ここは、どうなっちゃうとね。(どうなっていますか？)」と聞いてくる。後で松原も知ることになるが、機械図面は洋裁の図面の書き方と全く違うのである。

松原は、空き紙に立体図を描いて見せた。

「ああ・・・、よう判った。あんた、絵がうまいんやねー。」

松原は、年甲斐もなく照れながら、絵を描いていく。

「こんな風にで出来るかい？」

「ああ、出来るよ。」

「それじゃ、お願いなんだけど、1つ作って出来ない？」

「いつまでに？」

「出来るだけ早いほうが良いんだけど。」

「でも、合う色が今すぐ無いね・・・。何とかするから3日後に取りにおいでよ」

「そんなに早くできるの？」

初めての縫製技術とのふれあい

松原は、2週間くらいは覚悟をしていたが、縫製ってそんなに早くできるのかと感心した。機械部品だと、削ったり磨いたり、ねじ切りしたりするとすぐに2週間くら



いは経ってしまふ。松原は、縫製という技術を初めて経験した。

松原が手掛けた商品に布生地をつかうことがなかったからだ。

3日後におばさんから電話があった。

「出来たよ！取りにおいで。」

上の写真がその試作品である。(次号へ続く)

今、思うこと。

「福祉用具の開発に王道なし」 (その 34)

NPO福祉用具ネット副理事長 坂田栄二

険しい量産への道のり

前号で、松原が特別オーダーしたキャリーバッグが、カバン屋の女主人さんの手作りで出来上がったことを報告した。

大山の意見が反映されたもので、松原も満足していた。ただ気がかりなのは、特注バッグなので果たして価格はいくら位になるのかという点である。

バッグは、一般的にブランド品だと目が飛び出るほど高価である。手作りとはいえ、ブランドは付いていないから、大丈夫だろうと思いつながらも、不安であった。いずれ、女主人さんと決着を付けなければならない。

難航する部品揃え

試作の結果、目途が立った松原は、いよいよ量産体制を考える時期に來たと感じていた。

これまで試作に使用した部品をリスト化し、順番に部品メーカーと交渉を始めた。

まず最初は、ポンプである。自分で金型投資してポンプを作ると数百万円規模が必要になる。月に10台程度では投資回収は出来そうになく、自前製作は無理である。

彼は試作部品として、近くのホームセンターで購入したポンプを使っていた。勿論、そのポンプはそのままでは使えない。節水能力と、ベッド下から寝た人の頭まで水を汲みあげる能力（高揚程）を確保するために、一部改造をしていた。彼は試作品通り、既製品を買ってそれを改造したほうが安くて手間がかからないと感じた。そこでそのポンプメーカーに電話をした。

「最初は、ひと月に10台程度欲しいのですが。」

「何に使うのですか？」

メーカーは、警戒して聞いてきた。メーカーも大量に買ってくれるのなら商売になるが、台数が少なければリスクのほうが大きくなるからだ。

松原が素直に、シャワーに使いたいことを告げると、

「それは使用目的が違うから困りますね。」

とそっけない返事である。

個人売りはしていません

そこで松原は、介護の現場では、安くて使いやすい

いシャワーがもとめられていること、それにはこのポンプが最適であることなどを説明するのだが、電話先の相手はなかなか色よい返事をしてくれない。

それでも食い下がる松原。

「ご迷惑はかけませんので」

「お宅の会社は何と言うのですか？」

「いやー、会社ではないのですが。私個人で買いたいのですが。」

しかし、松原のこの返答が決定的だった。

「私たちも、福祉には関心を持っていますのでご協力したいのですが、個人との取引は無理ですねー。」とやんわりこと断られてしまった。

「それじゃーお宅で商品化してもらえませんか？福祉に関心が有るのなら、良いチャンスではないですか！こんなものに仕上げたいという情報を提供しますから。」

何とかして、商品化したい彼は説得を続けた。

しかし、それっきり相手は黙ってしまった。

仕方なく彼は受話器を置いた。企業は個人相手の商売をしてくれない。目的がどんなに素晴らしくてもビジネスは難しいことを彼は思い知らされた。

誓約書を書け！



しかし、簡単にへこまないのが松原の性分である。打たれ強い彼は、また電話を掛けた。昨日対応し

てくれた相手を指名して電話口に呼び出し、説得を始めた。松原は、

「ご迷惑はかけませんから！」

と、この言葉を何度も繰り返した。松原の本気度が伝わったのか、やがて相手が降りてきた。

「それじゃ、一筆書いてください。あなたはわたしどもの商品を改造して販売するので、どんなトラブルが起きるかわかりません。改造後の商品で事故が起きたら自分で処理することを約束してください。それでよければ、直接お渡ししますよ。」

と、言ってくれた。

松原は、「それは当然だ。」と納得した。彼は家電品の開発者だったので、一旦、工場を出た商品が改造されてしまえば、保証は出来ない。保証はあくまで設計の意図通りにお客が使用した時に担保できるものであることは身を持って知っているからだ。

「わかりました。誓約書を出します。ありがとうございます。」

と、受話器に向かって深々と頭を下げた。

しかし、彼は、そうは言ったものの、自分の責任ですべての保証をするのは不安だった。

メーカーは、松原が改造していないところまで松原自身で保証しろと言っているのであるから。

彼は、問題のポンプとポンプを動かす交流100vの電源アダプターを机の上に取り出して、分解を始めた。

ポンプは改造するが、電源アダプターは改造しないから、電源アダプターについてはメーカーが保証してもいいのではないか。しかし、この話を持ち出すと、先ほどのメーカーの救いの手はなくなるであろう。彼は、あきらめた。

感電しない構造に安心

彼は、電源アダプターを徹底的に調べることにした。このポンプは当然水を使うものである。もし、電源アダプターの性能（絶縁能力）が悪ければ、100vの電圧が電源アダプターを通過してポンプに流れ、その電流がシャワーの水を介して、お客の体に流れてしまうという感電事故を起こしかねない。極めて危険な事故となる。

丁寧に分解してみた。中には交流100vを直流12vまで低下させる変圧器が入っていた。それをさらに丁寧に分解してみた。何ということか！

100vと12vとの間は、見事に分離して絶縁されていた。

“こりゃー、すごい。ちゃんと絶縁されている。感電することは無いし、材料も燃えそうな材料は使っていない。さすが良い設計をしている。”

長年の経験から一目見て納得した。

彼はさっそく誓約書を書いた。

シャワーヘッドは3か月後

これで問題は1つ解決した。次は、シャワーヘッドである。

これまで試作に使ってきたシャワーヘッドも優れもので、松原のお気に入りである。数多くのメーカーの中から選び抜いたもので、手のひらにすっぽりと入る丸くてコンパクトなヘッドである。

シャワーヘッドは、高い精度が要求されるため、金型代はポンプに比べるとはるかに高い。当然、松原の手には負えない投資となる。

そこで、このメーカーにも電話で交渉することにした。しかし、相手は一流メーカーである。ポンプメーカーのように、うまく対応してくれるか判らない。それでも交渉するしかない松原は思い切って電話を掛けた。 (つづく)

今、思うこと。「福祉用具の開発に王道なし」

(その 35)

NPO福祉用具ネット 副理事 坂田 栄二

(九州ヘルスケア産業推進協議会 コーディネータ)

シャワーヘッドは 3 か月後

ポンプの問題は解決した。次は、お客の好みがはっきりしているシャワーヘッドである。

これまで試作に使ってきたシャワーヘッドも優れたもので、松原のお気に入りである。数多くのメーカーの中から選び抜いたもので、手のひらにすっぽりと入る丸くてコンパクトなヘッドである。

シャワーヘッドは、高い精度が要求されるため、金型代はポンプに比べるとはるかに高い。当然、松原の手には負えない投資となる。

そこで、このメーカーにも電話で交渉することにした。しかし、相手は一流メーカーである。ポンプメーカーのように、うまく対応してくれるか判らない。それでも交渉するしかない松原は思い切って電話を掛けた。

ポンプメーカーに話した経験から、今回は流暢に説明が進んだ。

介護シャワーに使いたいという彼の申し出にそのメーカーは、すぐに納得してくれた。

“こりゃ、良いぞ!”

内心喜んでいるところに、そのメーカーは冷水のような言葉をかけてきた。

「今、もっと性能を上げるために金型を改造しているんですよ。お渡しできるのは 3 か月先になりますねー」

「えー!」

と松原の絶句。

松原はすぐにでも生産を始める気でいた。既に販売計画も立てていた。これは大きなたまげだった。

いつ加工できるの? 今でしょ!

勿論、すぐにシャワーヘッドが手に入ってもそのままでは使えない。ヘッドの中に節水の仕掛けを組み込み、しかもシャワーがリング状に噴射するように孔の加工も必要だからだ。この加工だけでも 1 か月にかかる。入手が 3 か月先で、そこから改造を始めると、完成するのは 4 か月も先になる。

加工は、今しかない。今、加工できないと商品化できない。そこで松原はさらに食い下がった。

「古いタイプのヘッドでもいいのですが、在庫は何台分かはありますか?」

「金型が変わるので、生産はすでに止めており、在庫は全部出荷してしまいました。申し訳ありません。」

本当に申し訳ないと思っているのか? 優しく聞こえる言葉だが、彼にとっては地獄の言葉にしか聞こえなかった。

まだお店の在庫はあるぞ

“無いものは、しかた無い。”

そこですぐに立ち直った彼がとった行動は、販売店に残っているシャワーヘッドを買い集める事だった。近くのホームセンターに電話をしてみた。

明るい声の店員さんが、

「もうメーカーさんからは入りません。でもあと 2、3 台だったら残ってますよ。」

おお、なんということか! メーカーにはなくても市場にはまだ残っているではないか。

他のホームセンターにも電話を掛けた。どこも、数は少ないが、いくつかずつ在庫していた。

松原はその日のうちに、数十台分をかき集めた。メーカーから直接買うのではないので、価格は高くなるが、彼にとっては背に腹は変えられない。こう

して材料手配の目途は立った。

手回しの良いカタログ作り

そのころ大山は、何をしていたかつて?

実はシャワー

のカタログに使う写真撮影を始めていたんですよ。松原の苦悩も知らないで、既に大山の頭の中では、介護シャワーが完成していたのだ。

大山は、大きな会議室を借り切って、テーブルの上に水色の毛氈を広げ、松原が作った試作品をこねくり回していた。

その脇には、急きょ呼ばれたカメラマンが大きなカメラを構えて待ち構えている。

迷ディレクター ただ今奮闘中

「ハイ、撮って!」

会議室に大山の声が響くたびに、カメラマンはシャッターを切る。しばらくすると、また“撮って”という指示が飛ぶ。まさに“大山ディレクター”と化していた。

介護シャワーは、複雑な構成であるから、なかなかポーズが決まらない。電源アダプターの長い 100V 用コード、電源アダプターからポンプまでの直流コード、さらに太くて長いホース。どれをとっても、長いものばかりで、テーブルの上はホースが“のた



打ち回って” 收拾が付かない。かなりの枚数を撮ったが、大山はそれでも満足しない。

ついには、コードやホースをそれぞれ束ねて独立させた。これでは、どのコードがどの部品につながり、ホースをどこに接続すれば良いのか、初めての人は写真を見ただけでは理解できそうにないが。

その時の写真が、下のものである。

「こんな扱いにくいものを、ようも作ったもんやねー」

大山のブツブツという独り言は止まらない。

おまけにコード類だけではなかった。コンパクトで丸いシャワーヘッドも、テーブルの上で転がり、倒れ、シャワーの噴出孔がちゃんと正面を向いてくれない。



勿論、大山は、このリング状噴射孔配列に特徴があることは承知しており、そのためにも何とか正面を向かせたいのだ。

しばらく部屋を出て行っていたが、どこからか粘土とテープを持って戻ってきた。その粘土をシャ-



ワーヘッドの下において、無理やり正面を向くように押し付ける。それでも不安定なので、ヘッドの後ろ側を透明テープで引っ張る。するとヘッドは

ちゃんと正面を向いた。

その瞬間、大山の顔は“ドヤ顔”になっていた。

キレイな手を探せ！

次は、使用状態の写真を撮らなくてはならない。そのためにはシャワーヘッドを握る手が必要になる。「きれいな手の人は、誰かね・・・。さすがに私の

手じゃねー。」

と、自分の手を、ひっくり返したり曲げたりしながらしげしげと眺める。

「どこからか手タレ（手だけが出演するタレントのこと）を探しておいでよ。モデル代は払えないからね！」

横でカメラを覗いていたカメラマンに指示を出す。カメラマンも慣れたもので、

「ちょっと探してきまーす。」

と部屋を出て行った。

彼は、開発室の中を歩き回りながら、そ知らぬ振りをして女性の手を見て回っている。

女性に、いきなり“手を見せてよ”とはさすがに言いにくい。差し出された手を見て写真写りが悪そうな手だと、返答のしようがないからだ。

彼が探し求める手は、若くて張りがあり、細くしなやかで、爪もよく手入れされている手だ。特に細さとしなやかさは、握られたシャワーヘッドを小さく、優しく見せることができる。

手を貸して

開発室をぐるっと一巡した彼は、一人の女性の机の横に立ち、

「ちょっと... 手を見せてくれん？」

と、くちごもりながら、切り出した。彼女の手をもっとしっかり確認したかったからだ。

すると彼女は、とっさに後ろに逃げるようにイスを動かして、“サッ”と服の下に手を隠し、面食らったような顔をしながら、彼の顔をじっと見ている。

“これはまずいことになったぞ”と感じた彼は、「いやー・・・、実はね…」

彼は、断られるかもしれないと思いながら、“手タレ”を探していることを詳しく話した。

すると、意外にもあっさり笑いながら、

「なあんだー！ そんなことなん・・・。良いですよ。」

と、手を差し出した。その手は思った通り、細くしなやかだった。“これはいけるぞ”と感じた彼は、「今、撮影中なんだけど、ちょっと手を貸してくれん？」

私たちは日頃、手伝ってもらうときに“手を貸して”と言って頼むが、まさに“手を貸して”とはこのことか。彼は、日本語の語源に触れたような思いで、妙に納得しながら、彼女を会議室へ連れて行った。

部屋には大山ディレクターが、いまか今かと待ち構えていた。

「忙しいのにごめんね。この丸い部分をこんな風に握って。そうそう！そのままじっとしといて。」

そういいながら、自分でカメラのシャッターを切った。(次号へ続く)

今、思うこと。「福祉用具の開発に王道なし」

(その 36)

NPO福祉用具ネット 理事 坂田 栄二
(九州ヘルスケア産業推進協議会 コーディネータ)

キャッチコピーは こう決めろ！

シャワーの写真を撮り終えた大山は、次にカタログでアピールするキャッチコピーを検討することとした。

いきなり松原を呼び出すと、何事かと慌ててやって来た。

「この商品のいいところは何？」

唐突な質問にどうやって答えていいかわからない松原は、自分の思いを並べるしかなかった。

「まず、バケツ一杯の水で洗髪できるだろう！それから…」

次の答えを遮るかのように

「なんでバケツ一杯で済むの？」

と畳みかける。

「そりゃー、…シャワーがリング状に噴き出るからたいてい。」

「リング状に出るとどうなるん？」

「リング状に出ると、水がリングの中に溜るから、泡が簡単に消えるんたい。」

こんなやり取りが二人の間でしばらく続いた。

大山は、話を聞きながら、メモをしている。そのメモには、松原がしゃべった単語しか書かれていない。「一杯」、「リング」、「溜る」、「飛び散らない」のように。

大山は、これらの単語を線で結んでいく。しばらく線を書き散らしていたが、

「判った！こうしよう。まず一番目は“飛び散らないリング状シャワー”。これが一番大事。ベッドの周りを汚さないし、利用者さんの顔にもかからないから気持ち悪くないし…」

こうやって、カタログのキャッチコピーは、決められていった。

「これ以上は無理」のデザイナー

大山は、次にデザイナーを呼び出した。

「このコピーで、この写真を使ってカタログのデザインをしてくれない？もうすぐHCRの展示会があるからそれに間に合わせたいの。」

HCRの展示会は、あと10日もない。大山は無理と判って言っているのか。

その上、すでにエアーマットのカタログデザインや展示会場のレイアウトや壁の装飾なども依頼されており(ささえ 25 号で掲載)、それだけでも手一杯な状態。

デザイナーはとてもじゃないけど間に合わないよとも言いたげに、

「写真は、これを使うんですか？」

デザイナーは、自分のデザインに合わせて写真を撮るのが一般的であるが、“これを使え”と強制されていることに困惑していた。

しかし、何枚か写真をめくっていたデザイナーの表情が変わってきた。どうやら大山が撮った写真が使えそうな感触を持ったようだ。

「あんたなら出来るよ！」

大山は、ほめているのか、命令しているのかわからない口調でデザイナーに頼み込んだ。

写真を一通り見終えて、次いでキャッチコピーを見ていたデザイナーは、面白そうなコピーが並んでいるのを確かめて、

「判りました。こんだけ材料がそろっていたら出来そうですね。やってみます。」

デザイナーは写真やメモなどの資料を受け取ると、時間を惜しむかのように部屋を出て行った。

どうデモする？

次はシャワーの展示の見せ方である。シャワーは、ただ置いておくだけでは、その良さは分らない。大山はそんな懸念を持っていた。

デザイナーが部屋を出て行ったあと、横に座っていた松原に自分の懸念を投げかけた。

「展示はどうするの？」

「まかせてといてくれ。良いことを考えているから」

すかさず松原は答えた。

大山は、シャワーばかりに構ってはおられない気持ちで、松原に任せるしかないと、

「大丈夫？じゃー、ちゃんとしてよ？」

とそれ以上突っ込まなかった。

用意周到の水色

次の日、松原は大山の元を訪ねた。手には、水を半分くらい水位まで入れた透明アクリル製の四角いボックスを持っていた。

そのボックスを机の上に置き、ポケットから、大きな洗濯ばさみのようなクリップを取り出して、シャワーヘッドを取付け、そのクリップをボックスの縁に噛ませた。

ボックスの中にポンプを沈め、シャワーヘッドの先をボックス内に向くようにクリップを調整した。

大山は、何が始まるのかと不安げに見守っていたが、松原がポンプのスイッチを入れると、

「ようできたやん(よくできましたね)」

と手をたたいて喜んだ。

家電店などで見かける水道蛇口の循環式デモと同じ考えだが、大山は、それを松原が自分で実現したことを褒めていたのだ。

しかし、大山はこれだけでは終わらない。いつもの調子で自分が納得のいかないところを指摘する。

「水がリング状に出ているところが、いっちゃん判ら

ん(全く判らない)」

それもその通りである。水は透明だからどんな形で噴き出しているのかははっきりしないのだ。

大山が続けて何か言おうとするところをすかさず、「そこちやーんと考えてるよ。」

と、そばに置いていた箱から袋を取り出して、水の中に投入した。粉状のものが入ると、水はたちまちピンク色に変わった。

「ほら、これだと見えるだろ！」

我慢げに笑った。

ピンク色の水がリング状に噴き出ているのが、遠くからでもよく判る。

「これなら良いわ。」

大山も満足した様子だった。

「展示会でもちゃんとやってね。」

大山は、念を押すかのように言ってシャワーヘッドのcockを何度も入り切りして確かめた。

みんなが慣れた大山の性格



何日か経って、デザイナーがカタログ案を持ってやって来た。

本物の印刷したもののようにきれいに仕上がっていた。しかし、大山はどこか不満気である。

「これはシャワーのカタログだから、パッと見たときすぐにシャワーってわかる色にしてよね。」

何か一言言わないと気が済まない大山のことを良く知っているデザイナーは、3つの案を作ってきた。

「これなんかどうですか？」

カタログのバックカラーがブルーのデザインであった。

「ああ、こっちの方がいいよね。」

これで即決定である。みんなも大山の性格に慣れてきたのかもしれない。

もう、展示会までに残り少ない時間となっていることを承知していたから、デザイナーも準備していたのだろう。

これで、展示会の準備は整った。

初めてのお客に動揺

いよいよHCR展示会が始まった。

メインデビューさせるのはハイブリッドエアーマットP-Waveと洗髪シャワーである。

なかなかお客が来ない。松原は、お客がいつ来ても良いように、自信作のシャワーの横に待機しているが、こうも客が来ないと、さすがに手持無沙汰である。

松原は、やることなく、シャワーヘッドのcockを閉じたり開けたりして遊んでいる。

しかし、一人の男性がそのしぐさをじっと見ていた。手に持ったシャワーのカタログと松原の前のシャワーとを見比べながら、しばらくじっと立っていた。

やおら歩き始めると、松原のそばに行き、

「このカタログのシャワーがこれですか？」

と松原に話しかけた。

はじめてのお客に動揺したのか、松原はどう回答したらよいのか、

「そ、そうです。」

というのが精一杯だった。

「なかなか良さそうですね。」

そう言いながら、名刺を取り出して松原に差し出した。松原も慌ててポケットをあちこちまさぐって名刺を取り出した。うれしい動揺だった。

「これをうちで販売したいのですが。」

その男性は、自分の会社の紹介を始めた。

その会社は、いろんなメーカーの医療機器や介護機器を集めて分厚いカタログ雑誌に掲載し、この雑誌を卸店などに配布し、注文を取ってもらい販売する大手の販売会社だった。

松原は、その会社の規模に魅かれ、またとないチャンスと喜んだ。自分の商品がどのように販売されるかということより、認められたことに天にも昇る心地だった。

“シャワー”は わが子

しかし、それをそばで聞いていた大山は満足していなかった。

「そのカタログにはいつ載せてもらえるんですか？」

大山は、自分の疑問を投げかけた。カタログが毎日、毎週印刷されるはずがない。だとすると、次の印刷までは、この商品は世に出ない。

「このHCRに合わせて印刷を終えましたので、次回は、6か月先になりますね。」

その男性の答えは、大山が想像していたものだった。

“この子(シャワー)は6か月間も日の目を見ない。そんなことは許せない。”

大山にとってみればわが子のようなものである。それを軽々しく“6か月先”とは何事かと言わんがばかりの心頭だった。(次号へつづく)

今、思うこと。「福祉用具の開発に王道なし」

(その 37)

NPO福祉用具ネット 理事 坂田 栄二

(九州ヘルスケア産業推進協議会 コーディネータ)

シャワーは、わが子！

大山の雰囲気を感じたのか、その大手販売会社の企画者は、

「なかなか良い商品ですね。これほどすっきりとしたコンセプトの商品はめったにありませんからね……」
と、大山の気分を損ねないように言った。

しかし、大山は表情を全く変えない。

大山は、デビューが 6 か月先になることが最も不満だったが、そのほかにも原因はあった。

その販売会社の条件は、

- ① カタログには無料で、シャワーを掲載する。
- ② 注文のあった分だけ、NPOに発注する。
- ③ 発注があったら、ただちに納めること。

この条件では、NPOは見込み生産をしなければならない。いくつ売れるかも分らず、余分な在庫を持たなくては行けない。そんな販売会社ばかりが有利な話があるのか？

まだ、福祉業界の販売形態に慣れない大山は、

“そんな馬鹿な話があるか。良い物はすぐにでも世に出して、困っている人たちを手助けするのが福祉用具ではないのか。こうなったら、自分で販売するしかない。それが一番だ。”と決めた。

これ以上は無理だと思った販売会社の企画者は、
「HCRが終わったら、ここに書類を送ってください。」
と言い残して、そそくさと立ち去った。

断ってよかった？！

大山にしてみれば厄介払いができた “ほっ” とした表情を表して、松原の方に顔を向けた。

松原は不満げな顔のまま。

「大丈夫よ。松原さん！もっと良い販売会社が現れるよ。まだ今日は展示会の初日だし。」

松原をなだめるかのように、肩をポンとたたいた。松原は、どこまであきらめたのかはわからないが、先程の企画者に説明していた時に散乱させたシャワーの展示を、しゅしゅ片付け始めた。

松原にしてみれば、大手と取引ができる一大チャンスだった。その思いを拭ききれなかった。

しかし、その思いは杞憂だった。

展示会の屋からは、人出も多くなり、会場内は熱気に溢れていた。

勿論、シャワーの問い合わせもひっきりなしだった。説明担当の松原は、休む暇もなく対応を迫られた。

“すごい人だなー。すごい人気だなー”

松原の説明する声も、ひときわ大きくなってきた。その声の大きさに魅かれるかのように、人が集まる。

松原は、シャワーの人気に驚かされるとともに、先程の大手販売会社にこだわった自分を、忸怩たる思いで悔むとともに、大山がうまく捌いて断ってくれたことに感謝した。

さあ、アクティブ営業開始だ

激動のHCR展示会が終わって、一息ついたものの、どこからもシャワーの注文はおろか問い合わせも来ない。

何がだめなのか、どこが満足していただけないのか、全力開発したつもりの松原は、不評に思い当るところがなかった。

“価格が高すぎたのか。いいや、あれだけ他社品を調査し、アンケートまで取って価格設定したのだから、高過ぎるはずはない。大山さんも納得してくれていたし。”と松原の悩みは尽きない。

すっかりしょげかえってしまっている松原を見て、大山は、“商品の出来栄えは間違っていない。本当に欲しい人のところにシャワーの情報が届いていないのでは。もっと多くの人に知ってもらえないといけない。そうだ、NPOのホームページに載せよう。”と動き始めた。

NPOにとっては初めての商品で、福祉用具の業界にどうやって販売すれば良いのかまだ判っていない。卸問屋経由やカタログ販売、訪問販売など商品販売ルートは業界により色々ありそうだが、まだ出来立てのNPOを商売相手として認めてくれるような販売会社などあるはずもない。しかし何としてもデビュー成功させたい。

ホームページで宣伝するぞ

そこで大山が選んだ結論は、“今、NPOに出来る販売は、直接販売しかない。”

それも楽天やYahooなどのネットショッピングではなく、NPOのホームページを使ったネット直接通販だ。

では、どうやってホームページに載せれば良いのか。大山は、部屋を出て斜め向かいの部屋のドアをノックした。

この部屋の主が、パソコンに詳しい師匠である。部屋のドアを開けると、

「中藤さん！ホームページにシャワーの宣伝を載せたいんだけど、どうしたらいい？」

中藤さんは、大学の生涯福祉研究センターでもちや図書館を主宰しているベテランの助手である。地域に向けて福祉関係の様々な情報を発信している。大山はこれまで、ホームページの立ち上げから、更新のやり方までアドバイスをもらって

きた。いまでは、いろんな情報を発信できるまでマスターしているが、チラシのような印刷物を掲載するのは初めてだから、中藤助手に手伝ってもらいたかったのだ。

大山に引っ張られてやってきた中藤助手は、「わたしも、印刷物を載せたりしないから、出来るかしら。多分、こうやって・・・。」と、パソコンの前でござそ始めた。いつも控え目な言い方をしながら、ちゃんとやり遂げる、それが中藤流アドバイス法だ。

シャワーのチラシをコピーし、NPOのホームページにアップさせた。やり方が判れば、あとは大山がハデな見出しでページ完成。ここまではスムーズに進んだ。

ホームページを見たんですけど

しかし、それでもまったく音沙汰なし。

ところが、3 か月たったころ思いもかけないところから電話があった。

「ホームページを見たんですけど、カタログを送ってもらえませんか？」

「ありがとうございます。どちらにお送りすればよろしいですか。」

いつになく丁寧な対応。この客を逃がしてはなるまいと、精一杯のやり取りをしているのが判る。

横で電話を聞いていた坂田は、これまで聞いたことのない会社名の正体を知りたかった。

横でこっそりとWebで会社名を調べてみると、「ある、ある。ちゃんとした立派な会社だ。」

「どういうところで使うんですか？」

大山は、色々聞き出そうと電話を握りしめている。

湯灌にピッタリ

「えっ！葬儀屋さんで湯灌？」

驚きの声をあげた。

湯灌といえば、棺に納める前に湯水で洗ってあげることではないか。ご遺族の中には洗髪をして顔周りを洗ってほしいとのご要望があるという。

その際に、ご遺族の感情を考えると、お湯の交換のために安置場所とお風呂場を、バタバタと何度も行き来することはできない。そこでネットで探していたら、NPOのホームページに行き当たった。バケツ一杯で洗髪できるこのシャワーが最適だし、セットしたり片付けののも簡単でご遺族様にいやな思いを与えずに済むとのこと。

NPOはこれまで、入院患者や介護の現場を想定して商品開発してきた。確かにこのお客の言う通り、使ってもらえそうだ。

この会社は、葬儀用具の卸問屋さんで、取引先にぜひ紹介したいという。

大山は、この話に心底納得した。

「すぐにお送りします。ありがとうございます。」と、電話を切るなりチラシを封筒に入れて、発送の仕度を始めた。

数日過ぎて、注文書がFAXで送られてきた。その注文数は、大量(当時のNPOにしてみれば)だった。

このとき、大山は営業の難しさと楽しさを知った。思い込みだけでは商売はできない。大山がもっとも重視したのが、どう使われるかという使用シーンの想定だ。そのためには、商品の性能や特性をしっかりと理解しておかなくてはいけない。大山は良い勉強をさせてもらったことを感謝した。それからというもの、“待ちの商売”はダメだと、商売熱心になった。

“いい商品だから、もっとたくさんの人に、もっと使ってもらいたい。”

そのための努力を惜しまなかった。

チャンスか？2回目のHCR

この姿勢は、翌年の2回目のHCRでさらに発揮された。

松原が準備したシャワーの展示デモは、昨年と同じだったが、もっと目立つように場所を2倍に広げ、お客が自由に触りやすいようにした。しかも展示説明員に事前教育をする徹底ぶりだった。



2004年国際福祉機器展のシャワー展示

松原も2年目となると、説明も流暢である。もちろん、湯灌のこともまじえ、いろんな使い方を説明している。

そんなとき、2人連れのスーツ姿の男性客がやってきた。

「これですよ。これがいいんじゃないですか？」シャワーを手にとって2人で何やら相談中。

松原は、“また来たか！”と身構えた。実はその2人が救いの手を差伸べるとも知らずに。(つづく)

今、思うこと。「福祉用具の開発に王道なし」

(その38)

NPO福祉用具ネット 理事 坂田 栄二

(九州ヘルスケア産業推進協議会 コーディネータ)

もしかして あなたは、お客さん？

2004年国際福祉機器展の会場。シャワーの展示は、今回で2年目になる。

「これですよ。これがいいんじゃないですか？」
シャワーを手にとって2人で何やら相談中のスーツ姿の男達。

松原は、“また冷やかしか！”と身構えた。しかし、どうも様子が違うようだ。

年配の男性はシャワーヘッドを握りしめ、指でパチパチとコックを切替えて満足している様子だ。

「これはどこが扱っているんですか？」

若い方の男性が、松原に声を掛けてきた。

「私たちNPOが直接販売しているんですけど…」

松原は、どう答えてよいやら戸惑いながら答えた。

これまでの様子からどうやらその2人は、このシャワーを気に入っているようなので回答次第では、商売に結びつくかもしれないし、逆にがっかりさせるかもしれないと思うと、不安でならなかった。

しかし、相手からの次の言葉は意外なものだった。

「そうですか。それを聞いて安心しました。どれくらい売れているんですか？」

松原は、この質問にも困った。売れていないというと警戒されるし、売れていると言えばあきらめられるかもしれない。

ぼちぼち売れてます。

松原は、窮して、

「まあ…ぼちぼちですね。」

と大阪商人的に答えた。

このぼちぼちは、売れているのか売れてないのかよくわからない言葉だが、大阪商人の間で交わされる挨拶みたいなものだ。松原は、しばらく大阪で暮らした経験があるので、つい口にしたのだろう。

若い男性は、

「実は、…」

と本題を切り出して来た。

「これまで、シャワーを販売してきたのですが、製造元が生産中止すると言ってきたので、その代替えをどうしようかと悩んでいるんです。」

供給が止まるまであまり日にちもないので、新しく開発する時間もないし、このままではお客さんに迷惑がかかるし、困っているんです。」

その言葉に、松原は真実味を感じた。ひょっとするとこのシャワーを大事に、しかも真面目に取り扱ってくれ

るかもしれない。松原は、焦る気持ちを押しやって、

「すみません。どちら様ですか？」

「あっ、すみません。ついつい話が先になって。」

と傍らでやり取りを聞いていた年配の男性が、内ポケットから名刺入れを取り出し、その1枚を松原に差し出した。

そこには松原が見たこともない会社名が書かれていた。まだ介護業界駆け出しの松原にとって、介護業界の会社名など知る由もない。

会社名を知らないことを悟られまいと、松原は伏目勝ちに名刺を見ながら、

「これまでどのくらい販売されていたんですか？」

と、逆に質問。

相手は、すぐに答えた。

「それほど数は多くないんですが、全国に向けて取り扱っています。」

“それほど”とは、“どれほど”か判らないが、松原の心が動かされたのは“全国”という言葉だった。頭の中で妄想が広がった。

“これまで実際に販売している会社が、全国販売してくれるなら、きっと数は多いだろう”

名刺から目を上げた松原の顔は笑顔になっていた。

気に入った“バケツ一杯”

相手はその松原の顔を見て、商売になりそうだと感じたのか畳みかけるように話を続けた。

「この商品は、これまでよりも値段は手ごろだし、しかもコンパクトで扱いやすい。一番気に入ったのは“バケツ一杯分で洗髪”ですね！」

と、カタログの謳い文句を指さした。

松原は、“リング状シャワー”技術を褒めてもらいたかったのだが、大山が主張する“バケツ一杯”の方が客受けするようだ。

松原は、ブースの方を振り返って大山を探したが、あいにく居なかった。これは困った。一人で取引の結論出しているのか迷った。しかし、ここで有耶無耶な態度を見せると、相手は離れていくかもしれない。ここは時間稼ぎするしかないと思った松原は、

「ありがとうございます。この商品はですね…」

と相手の持つカタログを指さしながら商品説明を始めた。くどくどと、なかなか終わりそうにない。

その男性は、“そんなことは判っている。判っているから、商談に来たんじゃないか”とでも言いたげに、あたりを見回している。しばらく時間がたったが、松原の説明は一向に終わりそうにない。しかしまだ、大山の姿はない

ついにその男性は業を煮やして、話を切り出した。

「一度、九州にお伺いして、お話を詰めたいのですが。いつ頃が良いでしょうか？」(次号へつづく)

今、思うこと。「福祉用具の開発に王道なし」

(その 39)

NPO福祉用具ネット 理事 坂田 栄二

(九州ヘルスケア産業推進協議会 コーディネーター)

期待できるお客だ！

国際福祉機器展の会場で出会ったスーツ姿の2人組は、シャワーの商談のため九州までやってくるという。松原は“これはしめたぞ！この場で結論を出さなくて済みそうだ。”と感じてか、急に話を止めて一言、

「わざわざお越しいただけるとは、ありがとうございます。」

展示の準備をする松原



ちょうどそこへ大山がブースに戻ってきた。松原から、名刺を見せてもらった大山の顔が明るく変わった。

「わざわざお越しくださり、ありがとうございます。電話でもお聞きしましたが、わたしどものホームページをご覧になられたそうで。」

「ええ、ホームページに詳しく載っていましたので気に入りまして、お電話差し上げました。今、松原様からもっと詳しくお聞きして・・・、是非うちに扱わせて下さい。」

「ありがとうございます。向こうに商談テーブルがありますので、あちらでお話ししませんか？」

大山は、ブースの斜め前に展示会場側がセットしている商談コーナーに2人を案内した。

松原は、“何だ！大山さんは知っていたのか。心配して損した”と思いながら、シャワーのサンプルの入ったバッグを下げて、慌ててそのあとを追った。

ここで商談開始？

個々の商談コーナーでは、隣のテーブルも気にせずたくさんの商談が行われている。そんなコーナーのひと気の少ない一角のテーブルを陣取った。

和やかな雰囲気が始まった商談だったが、話を

進めていくうちに、いくつかの課題が浮き上がってきた。

そのうちの、販売権の問題と卸価格をいくりにするかで話し合うのは、普通の商談では当たり前のことである。この点は時間をかけてお互いが歩み寄り、納得すれば解決できる課題である。

個人企業とは取引できないなんて・・・

しかし、今回の場合は松原がどのようにして、販売会社へ供給するかに関心がある。松原は開発者であるが、開発好きの個人発明家に過ぎない。販売会社へしてみれば、個人が対応できる品質保証や製造物責任では不安で仕方がないはずである。

販売会社の若い人は、松原を意識して遠慮がちに、

「お取引の窓口は、NPOさんで良いですね。」と打診してきた。

それを聞いた大山は、NPOが取引の間に入れば、商品の販売価格は当然高くなると瞬間に反応した。

常日頃から、良い商品を安くお客様に提供して、介護をもっと楽にして欲しいと思っている大山。

「福祉SDグループではだめなんですか・・・」

大山も、大手企業が個人と直接取引することが難しいことは理解しているが、やはりこれまで開発に苦労してきた松原の気持ちを察して頼んでみた。

「・・・」

相手からの色よい返事はなかった。

大山は、松原の方を向き、

「これはどこで生産するの？数が増えたら生産が間に合わなくなるんじゃないの？」

と問い質した。

俺たちにだってできるものづくり

松原は福祉SDグループの代表であるが、実力は個人企業だ。これまでシャワーの生産は、ともに定年退職したメンバーを集めた家内工業的な生産に頼っていた。生産数量の少ない間は、それでも間に合っていたが、大手会社が販売を始めると



そうはいかない。すぐに納期遅れが発生するぞと

大山は考えていた。

必要な部品や材料をまとめて購入し、ライン生産をしなければいけないが、それにはまとまった運転資金も必要になってくる。果たして個人でできる仕事の規模なのか。

それでも松原は、“俺たちにだってものづくりはできるさ！”という気概をもって仲間とやってきた。

しかし、この商談の雰囲気はそんな松原をくじけさせそうなものだった。

このままでは暗礁に乗り上げそうな商談雰囲気を気にした大山は、

「その点は、九州に戻ってからお気に入ってもらえるよう検討してお返事します。」

とその場をやり過ごすしかなかった。

相手は、NPOが約束してくれたのだからと、安堵した表情で、

「それじゃ、良いお返事をお待ちしてます。」

と席を立った。

松原は、自分で全部やり遂げたいと思う反面、約束通りに生産できなかったらどうしようと不安がこみ上げてきた。そして先程までの自信はぐらつき、半ば口を開けて宙を見ていた。

生産会社は 心配ご無用

「松原さん、大丈夫よ！ちゃんと生産出来る会社を見つければ良いんだから。さあ、ブースに戻ろうか！」

松原を気遣うように大山は言った。

しかし、大山に当てがあるわけではない。

「坂田さん、どこかいい会社を知らんと？」

大山は、ブースに戻りながら松原に聞こえないほどの小さな声で話し掛けてきた。

「そうやね・・・福岡に、出来そうな会社があるから、頼んでみようか？」

坂田は、ポケットから携帯電話を取り出して、番号を探し始めた。

電話の先は、開発型企业として福岡でも有名な会社である。

坂田は騒々しい展示会場の外に出ると、目当ての会社にダイヤルを押した。

「社長さんをお願いしたいんですが・・・」

電話口の女性に呼び出してもらうと、社長に声が変った。

「お願いがあるんだけど。」

坂田は、これまでのいきさつを事細かに説明した。黙って聞いていた電話の向こうの社長は、

「よくわからないけど・・・、いいですよ。坂田さんのいつものことだから。」

と意外にもあっさりと引き受けてくれた。別に勝算がなかったわけではないが、これまで坂田が

抱える難問はいつも快く引き受けてくれていたから、相手は今回も抵抗はなかったのだろう。

その会社なら俺も知っているよ

坂田は、すぐに松原に報告した。松原は、その会社なら良く知っているよと言わんばかりに、

「九州に戻ったらすぐに相談に行くよ」

というその返事は、明るかった。実は松原は、他の開発テーマでその会社のお世話になったことがある。勿論、相手の社長のことも良く知っているし、設計者にも何度も会ったことがあるからだ。

その夜、松原はこれまで一緒に苦労してきた福祉SDグループのメンバー全員に、売り先の見込みが立ちそうなことを報告していた。

その年も押し迫った12月11日、松原は、販売会社にサンプルを送った。

そのサンプルは松原が自分で制作し、何度も性能確認した自信作だった。

“このサンプルで絶対に注文をもらおうぞ”

そんな意気込みを感じる手紙と一緒に送った。

年が明けてほどなくして、NPOに電話がかかってきた。どうやら九州で最後の詰めの商談をやりたいたい様子だ。そう感じた大山は、生産会社が見つかったことを告げた。

販売会社は、その会社のことを詳しく聞くと満足したように、

「来週早々お伺いします。」

と反応した。

8年のロングセラー商品に成長

販売会社は九州まで出向いてきた。大山の居るNPOの事務所は、県立大学の広いキャンパスの一角にある4畳半ほどの事務所で、初めての人を接待するには余りにも気恥ずかしさがあったので、松原が常駐していた近くの企業に案内した。

松原にしてみれば、九州で話がしたいという念願がかない、終始笑顔だった。会議机には、これまでの試作品を並べ、売込みに懸命だった。話合いはスムーズに進み、カタログへの掲載時期、最初の発注数まで決まった。

しかもこの時点で、シャワーはNPOが九州の企業に販売委託をしていたが、東京の販売会社は、すでに販売しているルートについては、これまで通り継続して販売してもかまわないという寛容さを示してくれた。こうしてシャワーは本格的に日の目を見ることができるようになった。

今では福祉SDグループも株式会社となり、販売は年を追って上向き、今日までにすでに8年間も継続して販売されるロングセラー商品となった。松原さん、本当にご苦労様でした。苦労のし甲斐があったね！（おわり）