

1 可動式洗面台がもたらす新たな価値。未来の住環境をデザインする。

洗面台や収納棚は“固定されているもの”。そんな既存概念を破る「人に寄り添う、洗面台。LAP」は、使う人の身長や体勢に合わせてカウンタートップを電動昇降させ、日常生活を安全・快適にアシストする商品。こちらを開発したのは、別注家具の製作やインテリアデザインの設計・開発などを専門とする「I&C」だ。介護施設向けに耐久性やメンテナンス性を重視し、低価格を実現したタイプと、デザイン性と素材感を高めた住宅向け、加えて最新モデルの「LAP Air」では、熱や距離を感知するセンサーで人の接近を検知し、自動調整で昇降。より安全性を高めている。大阪府の「平成27年度新分野・ニッチ市場参入事業化プロジェクト」にも採択されたLAPは、介護の現場に試作品を持ち込み、実際にモニタリングしながら、本当に必要とされている機能を追求して開発された。代表取締役の佐田幸夫氏は「一般住宅向けの洗面台の標準的な高さは750～850mmですが、LAPは620～1100mmまで調整でき、子どもや車いす利用者、妊婦や腰が曲がりにくい高齢者など、多様なニーズに対応できます」と語る。昇降時のスピードや静音性にもこだわり、ストレスフリーで使えるうえに、電力消費を抑えた省エネ設計。昇降時に障害物にあたった際には動きが止まるセーフティモーション機能を備えるなど、安全性に対する配慮はどこまでも抜かりない。また新築の介護物件への導入では、コストが非常に重視されるため、デザインや機能を損なわない形で、コストダウンにもこだわった。すでに介護施設への導入も始まり、この技術を応用した医療関係機器のリクエストもあ

るといふ。介護分野では見過ごされがちだったデザインにスポットが当てられているのも、I&C独自の考え方から。現在、LAPは介護関係をメインにしなが、インテリアの展示会にも出展している。「デザイン重視のインテリア」と、「機能性重視の介護器具」の分野は、一見まったく相容れないゾーン同士。それをクロスさせたメーカーは、海外を見ても皆無に等しい。「介護の世界ではコストが最優先事項で、デザインは置きざり。だからこそ自分たちは、“インテリア発信の、介護機能のある商品”という市場を新しくつくってきたい」。これまでも収納家具としての機能を果たしながら、万が一の地震に備えてくれる「家を倒さない家具」を発表するなど、つねに業界に新しい価値観を提示してきた。そもそも家具の世界は、新しい価値観が生まれにくい業界だという。「使っている材料や機械が何十年も進化していないので、デザインも含め、新しい機能、新しい形というものが生まれにくいんです」。だから差別化も難しく、低価格orブランドの二極化に至っている。そこに風穴を開けるべく、既存の商品と違ったジャンル機能や素材を組み合わせ、新しい市場を開拓する。やわらかな発想で未来の住環境を意識した商品開発がおこなわれている。同社は設立8年目の若い会社だが、国内だけでなく、海外からも熱い視線を集めている。「昨年はシンガポール最大の病院のプロジェクトにチャレンジするなど、アジアに注力しましたが、今年はヨーロッパでの展開を目指しています」



業界初、上にも下にも、ダイナミックな高さ調整が可能になった可動式洗面台「LAP」。腰を曲げることなく、洗髪も簡単にできる。また施工もいたってシンプル



操作方法もボタン式、リモコン式、ワイヤレスリモコンが用意されている。プリセット機能もあり、介助者がいなくても一人で調整できるように設計されている

株式会社 I&C

<http://www.iandc-inc.jp/>

大阪市中央区南船場 4-6-10 新東和ビル 1・2F TEL 06-6226-7732

2 130年の歴史と創業理念を受け継ぎ、チャレンジ精神と発想力を育む社風。

1885年から続く老舗の化粧品メーカー、桃谷順天館。薬剤師だった創業者・桃谷政次郎がニキビに悩む愛妻のためにつくった「にきびとり美顔水」が、同社のルーツだ。以来、創業者の精神を受け継いで130年以上。長い歳月をかけて積み上げてきた、処方技術と製造技術は、変化する時代のニーズに対応するため、最新鋭設備と施設環境を導入し、常に次代の技術を追求してやまない。またオリジナル商品だけでなく、国内外100社以上にのぼるOEMによって、開発力の強化にも力を注いでいる。幅広い価格帯、多岐にわたるカテゴリーのアイテムを手掛けることで、処方や技術力のレベルアップにもつながっているという。こういった改革が進められたのは、桃谷誠一郎氏（現代表取締役社長）が入社後の93年からグループ経営に移行し、時代の変化に即応する、スピード感のある経営体制へと進化を遂げた。現在は一般市場向けの化粧品を販売する「明色化粧品」、通信販売を軸に展開する「RF28」、高付加価値化粧品のOEM事業を展開する「コスメテックジャパン」の3事業を展開。自社の研究所、工場を持ち、企画・処方開発～製造まで一貫しておこなっている。「創業者の思いは、悩みを解決し、美しくなってもらいたいということ。その本質を見つめ、何ができるのかを考え実践することが、自分たちの使命だと思っています」。今年度大阪府の「ものづくりイノベーション支援プロジェクト」の認定を受けた「Next 美顔PJ」は、原点回帰ともいえる、「ニキビ」にアプローチした事業だ。現在では、皮膚に住む細菌の遺伝子レベルでの研究が詳細におこなえるようになり、皮膚に常在するアクネ菌の種類が異なることもわかってきた。こうした研究を進める大学とともに商品を開発。これまでの常識



創業者の想いがつまった「にきびとり美顔水」は、現在も「明色美顔水」として販売。その他、ロコサイトなどでベストコスメ第1位の座を獲得、数々の商品を生み出す

であれば「アクネ菌を殺菌」することが最善の方法とされてきたが、それでは肌に必要な菌まで殺してしまうことになる。そこで「悪玉菌のみを殺菌し、善玉菌は殺菌しない技術の研究」に着手した。現在は試作段階まで進み、2017年春に販売を予定している。同社の女性社員の割合は全体の62%。管理職の3割も女性が占める。だからこそ、女性が働きやすい職場を考えることは企業としての命題でもある。全部署に導入された「育児フレックスタイム」や、子どもの関係で休まなくてはならない状況に男女社員ともに取得できる休暇「親子の絆制度」などは、女性だけのプロジェクトチームから発案された。ほかにも自社、他社を問わず、使用する立場から化粧品を評価、分析する専門チーム「コスメソムリエール」を発足したり、感性を磨く時間を作るための週1



現在は研究所を5つ（中央研究所・フロンティア研究所・彩～Sai～創造研究所・NEXT R&D研究所・製造技術研究所）に細分化。この研究開発こそが、同社の心臓部である

回の「クリエイティブウェンズデイ（ノー残業デー）」も。こうした独自の制度や、ピンクリボン活動などの社会貢献が評価され、同社は2011年「大阪市きらめき企業賞」を受賞。会社が成長するためには、まず人だという。「私たちの理念に共感し、失敗を恐れず、一緒に夢を実現していく力のある人に育てていかなくては」。同社は「やってみよう」と声に出せば、年齢に関係なくチャンスが与えられ、チャレンジできる社風がある。そんな土壌を持つからこそ、長きにわたって夢を売ることができるのだろう。

株式会社 桃谷順天館

<http://www.e-cosmetics.co.jp/>

大阪市港区市岡 2-4-30 TEL 06-6571-6621