

特別企画



かとり・なおし ● 1968年生まれ。
2013年、北関東支社副支社長、
15年、LHT Japan インテリア
事業部営業部長、23年、リビ
ング事業部インテリア営業部長

Naoshi Katou

**豊かで快適な住まいに向け
高齢者の課題とニーズを学ぶ**
——株式会社LIXILリビング事業部では、主に同事業部のスタッフを対象に、団塊の世代の意識や高齢者の老い方、そこに対する支援のあり方などを学ぶ社員研修が行われているとお聞きしました。キッチン、浴室、トイレからリビング・玄関までカバーしている、建築材料・住宅設備機器の最大手企業である貴社が、なぜ、高齢者の支援をベースにした社員研修を始めたのでしょうか。

江頭 当社は「世界中の誰もが願う、豊かで快適な住まいの実現」を Purpose (存在意義) としています。この実現には、まずユーザー様に最適な住空間を考える必要があります。キッチンや洗面台、浴室、室内ドア、引戸などの商品を提供するという流れになります。

たとえば、どんなに快適で機能が優れたトイレでも、たどり着くまでの動線に問題がある場合、トイレの機能よりも先に動線を整備する必要があります。優れた機能を持つ商品を持つていても、ユーザー様の生活につなげた提案ができれば、Purpose を実現するのは不可能なのです。

当社は玄関からリビング、キッチン、浴室、トイレ、窓まで住宅設備に関するあらゆるコンテンツを持ち、住空間をトータルで提案できるのが強みです。さらに、この機能を強化するために今春、あらためてキッチンや洗面化粧室の事業部と室内ドア引戸等インテリア建材などを担当する事業部を統合再編しました。

今回高齢者に着目したのは、新築戸建てを購入される世代と75歳以上の高齢者では、快適な住まいの条件や求める機能は変わるからです。今後の社会構造を考えた場合、団塊の世代を中心に高齢者ニーズへの対応の強化は必然であり、今回の研修を始めたのは、高齢者に必要な商品開発や提案ができる人材育成が必要だと考えたからです。

私たちとしては、こうした高齢者が快適に生活できる環境づくり、もっと言うと自宅改修などに貢献できる余地があります。ただ、的確な提案を行うためには、まず高齢に伴って生活のどんな場面に不具合を感じるようになるのか、どんなサポートが必要になるのか、そしてその予備軍となる団塊の世代の人たちは何を求めているのか、ユーザー様の実情を知る必要があると考えたのです。

会いました。今後、ユニバーサルデザイン商品のマーケットが拡大していくことはわかっていたので、どのようなか度からアプローチ

続きは、本誌12月号をご覧ください



江頭 浩久

株式会社LIXIL 常務役員 リビング事業部長



奥山 美奈

TNサクセスコーチング代表取締役社長

団塊の世代が75歳以上を超える2025年まであと1年。同世代以降の高齢者ニーズを見据え、住設備メーカーのトップランナーである株式会社LIXILは、国際医療福祉大学の高橋泰教授、TNサクセスコーチングの奥山美奈代表取締役と共同で人材育成に乗り出している。ここではLIXILの人材育成をもとに、多様なニーズを持つ団塊の世代以降の高齢者を支えるための仕組みを考える。



高橋 泰

国際医療福祉大学教授



香取 尚志

株式会社LIXIL リビング事業部 インテリア営業部長

団塊の世代の潜在需要に応える
LIXILの新たな挑戦

—— Independent Senior Planner 養成研修始動 ——