

不撓不屈

ふとうふくつ

カシユアルに

象印ベビー（大阪府東大阪市）社長の宮城潔とデザイナーの田中忍が開発した「ウイズワン」。これまでのシルバーカーのイメージとかけ離れた、カシユアルな製品に仕上げた。潔がシルバーカーを嫌がったのは「単にいうにコマを付けて押しているイメージから抜け出せなかった」から。それをこの製品で変えた。ウイズワン発表後、潔

シルバーカーと歩む

は象印ベビーの主力をシルバーカーに移すことに決めた。乳母車は創業からの事業だけに先代社長の猛は反対したが、市場のニーズはシルバーカーに移っている」と説き伏せ、納得してもらった。

小型化需要対応

ウイズワン以後も、商品の企画開発は潔と田中の二人三脚で取り組んでいる。工業デザインを担当する田中は道行く高齢者を呼び止めて話を聞き、彼らのニーズをくみ取る。「大阪で聞き取りをしていると、（高齢者

がくれる）あめ玉がどんどんたまつてしまう」と田中は笑う。そのストーリーは「行き過ぎるところもあるので、ちょっと待つことに引き戻すのも自分の仕事」と潔も応じる。2人が最近、世に送り出したのは、高齢女性が動かし



シルバーカーが主力製品に（シルバーカーを組み立てる本社工場）

提案を受けている創業90周年を前に、それでも半世紀近くなじんできにた社名を変えることはためらいがあった。

高齢者を支援

ただ同社の事業内容はベビー用品のイメージとすでに乖離していた。内容がベビー用品のイメージとすでに乖離していた。し

の象印ベビーです」と伝えるなど、少しずつだが新社名の浸透に乗り出している。同社はシルバーカーの新しい形を提案し、自ら市場を作り出してきた。高齢者の歩行を支援するという点で、今までの発想を覆すようなアイデアも次々と生まれているという。

時代映す「ウイズワン」社名に

超高齢社会に突入した日本で、多くの高齢者が健康的で自立的に笑顔あふれる生活を送るためにはシルバーカーは必需品。そのあくなき探求を同社はこれからも続けていく。（敬称略）