

## OS3-1

## 転倒骨折軽減用パンツ「ピーチパンツ」の開発から商品化まで

松本富子 (有限会社とみ:スタジオトミ)

## 1. はじめに

有限会社とみでは、高齢女性対象の転倒骨折軽減用パンツの開発、生産、販売を行っている。この開発の準備段階で、対象となる高齢女性に対して、転倒の経験、転倒骨折軽減用パンツに対する要望等をヒアリングしている。

ヒアリングの結果、高齢女性が自ら装着するものに対しては、単に機能性だけでは満足しない人が多いことが分かった。

高齢女性は、機能性だけで満足する人がいる一方で、外部から見えることのない下着と言えども、機能性に加えて「おしゃれ感」を重視する人が多い。この「おしゃれ感」は、「女性はいくつになっても、自分を美しく見せたい。」という美への欲求のことだ。そのため、有限会社とみで開発する高齢女性用商品は、「機能性と高齢者の美のサポートの両立」を目指すようになった。このレポートでは、このような結論に至った過程について述べてみたい。

## 2. 高齢女性向け転倒骨折軽減用パンツ開発の経緯

- ①10年ほど前に、高齢の母親が失禁対応機能のあるパンツを必要としたため、探しまわったが、介護用の下着はあっても、介護を必要としない高齢女性用の下着が無いことが分かった。
- ②母親が70才を過ぎた頃から、ちょっとしたことで転ぶようになった。
- ③当初、高齢女性向け転倒骨折軽減用パンツとして、「生き活きパンツ」という商品を開発した。これは、「転倒骨折の予防保護具」で特許を取得し、転倒骨折軽減という機能面では、かなり力をいれたので、ある程度の自信を持って発売した商品だった。しかしながら、発売後、まったく売れなかった。
- ④そこで、東京都産業技術研究センターに開発の申し込みをして提案が採用になり、共同開発をスタートさせた。
- ⑤前回、まったく売れなかった経験から、多くの高齢女性に転倒骨折軽減用パンツに関するインタビュー、アンケート調査を行なった。
- ⑥調査に当たっては、高齢女性が「機能性」に加えて、どの程度、「美」とか「おしゃれ感」にこだわっているかを知りたいと考えた。

## 3. 高齢女性用転倒骨折軽減用パンツ開発前に実施した調査

1	調査期間	2005年9月～11月
2	インタビュー、アンケート実施数	125人

3	アンケート実施場所	
	①東京都老人総合研究所 (東京都板橋区)	
	②巣鴨地藏通り (豊島区巣鴨)	
	③健康福祉センター (東京都板橋区内)	
	④ディサービスセンター (東京都板橋区内)	

[項目1]	アンケート回答者の年齢		
1	60～64歳	12	9.6%
2	65～69歳	21	16.8%
3	70～74歳	32	25.6%
4	75～79歳	23	18.4%
5	80～84歳	26	20.8%
6	85～89歳	5	4.0%
7	90歳以上	0	0.0%
8	無回答	6	4.8%
	合計	125	人

[項目2]	転倒骨折軽減用パンツを知っていますか？		
1	知っている	9	7.2%
2	知らない	116	92.8%
	合計	125	人

[項目3]	過去1年間に転んだ経験		
1	ない	71	56.8%
2	ある	54	43.2%
	合計	125	人

[項目4]	どこで転びましたか？ (複数回答)		
1	屋外	47	87.0%
2	屋内	15	27.8%
	合計	54	人

[項目5]	転倒骨折軽減用パンツを履きたいですか？		
1	履きたい	28	22.4%
2	履きたくない	40	32.0%
3	どちらとも言えない	56	44.8%
4	無回答	1	0.8%
	合計	125	人

[項目6]	下着を購入する際の優先順位は何ですか？		
1	色	36	28.8%
2	素材	27	21.6%
3	着心地	20	16.0%
4	体に良い効果	8	6.4%
5	補正効果	5	5.1%
6	価格	2	1.6%
	合計	125	人

項目7	好きな素材は何ですか？（複数回答）		
1	綿	103	82.4%
2	シルク	38	30.4%
3	合繊	11	8.8%
4	混紡	2	1.6%
5	その他	1	0.8%

[項目8]

[転倒骨折軽減用パンツに対する意見、感想]

多くの意見、感想の中から、商品開発上注目したものを抽出

#### おしゃれ感

- ・スカートやズボンに響かない程度の厚さ
- ・両脇ばかり大きくなると格好が悪い
- ・表に響かない
- ・機能とおしゃれ感が必要
- ・スマートにして欲しい
- ・これ以上太くならない
- ・スマートなデザイン
- ・おしゃれなデザイン等若々しい物
- ・機能性と着心地感を良くして

#### パッドについて

- ・動きやすい
- ・柔らかなパッドが良い
- ・柔らかく、軽い物
- ・温泉などの時、あまり目立たない物

#### その他の機能として

- ・尿失禁に対応できるように
- ・トイレの着脱が楽な物
- ・洗いが重点、丈夫でパットの取り外し
- ・乾きやすい物
- ・尿漏れパンツとしての機能も

## 4. 調査結果の検討

上記の調査結果を検討し、下記の結論を導き出した。

- ①数値データだけに着目するのではなく、転倒骨折軽減用パンツの意見・感想を重視した。
- ②特に「おしゃれ感」の意見・感想に着目した。  
これは、「生き活きパンツ」が売れなかった原因の一つとして、「おしゃれ感」が不足していたためではないかと考えたからである。
- ③「スマートなデザイン」、「おしゃれなデザイン等若々しい物」、「機能とおしゃれ感が必要」、「スマートにして欲しい」、「これ以上太くならない」といった意見・感想から女性はいくつになっても、「女性としてみて欲しい」、「美しくありたい」、という欲求がなくなることはない、と感じた。
- ④「おしゃれ感」は従来から販売されている転倒骨折軽減用パンツではあまり重視されていない。しかしながら、女性の「おしゃれ感」はいくつになってもなくなることはない。
- ⑤高齢女性は、若い人に比べ、プライドが高く、加えて、自分の老化を知られたくないと言う気持ちが強くなる。

## 5. 仮説構築及び商品開発理念

### ①仮説構築

調査結果を検討し、下記の仮説を導き出した。

仮説: 高齢女性は、「機能性」+「おしゃれ感」の両立した商品を求めている。

### ②商品開発理念

スタジオトミの商品開発理念を「高齢者の美をサポートする」とした。

## 6. 試作

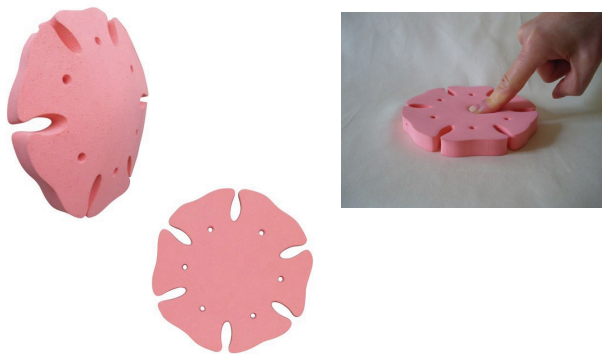
### ①ターゲットとするユーザーの特徴

転倒骨折軽減用パンツ(プロテクター付きパンツ)の商品開発に当たって、ターゲットとする高齢女性の特徴を下記とした。

- I)若い女性に比べてプライドが高い
- II)自分の老化を周囲の人にあまり知られたくない、という気持ちが強い。
- III)いくつになっても「女性として見て欲しい。美しくありたい」という気持ちが強い

### ②試作時にこだわった点

- I)プロテクターの機能、材質、形状
  - i)装着した時の“でっぱり感、違和感”が無いこと  
周囲の人に感づかれたくないという気持ちを重視して体にフィットする立体形状
  - ii)見た目でのイメージを可愛らしく  
高齢であっても可愛らしさをわすれない
  - iii)不安を感じさせない材質感とフォーム  
転んでも安心、という材質  
長時間装着しても違和感が少ない形状、材質



### II)パンツ

装着感と着脱感そして見た目の美しさ

- i)美しさの追求  
従来の機能性重視に加えて、見た目の美しさへのこだわり  
加えて、「美尻」にみえることも意識
- ii)高齢者体型を意識した設計で快適感  
サイズ展開を大きく
- iii)着脱をスムーズに伸縮と安定感  
素材のこだわり

### ③試作過程

○ マネキン  
(70才 M サイズ女性)  
試作を繰り返し、高齢者の体型にフィットした形を見つけ出すことに多くの時間を割いた。



### ④試験的な装着



○ 想定ユーザーに試作品を装着してもらい装着感を確認。  
(被験者は82才 L サイズの女性)

## 7. 商品化

開発着手から、12ヵ月の試作期間を経て「ピーチパンツ」の名称で商品化し、'06年5月に発売。



## 8. 商品特徴

「ピーチパンツ」は下記の特徴を持っている。

- ①安心 : プロテクターが大腿骨頸部を包み込んでいるので、転倒したときに、その箇所への衝撃を吸収。
- ②お洒落: パンツ本体への素材にレースを多用し、高齢者のプライドを考慮したエレガントさ、美しさに配慮したデザインとした。
- ③可愛らしさ: プロテクターはビタミンカラーで、花柄形状とし、可愛らしさが出るように配慮した。
- ④優しさ : 高齢者体型に合わせた設計と良く伸びる素材で体に優しくフィット。特に、お腹周りに余裕を持たせ、はみ出すことが無いようなゆったりとした設計にした。

## 9. 販売形態

- ①「ピーチパンツ」の販売は、当初は、ネットを使い直接、消費者に販売するようしていた。
- ②テレビ、新聞等マスコミで大きく取り上げられるにつれて、いろいろな販売会社からの問合せが増え、現在は大手通販会社や百貨店などでも販売している。

## 10. ユーザーの声

有限会社とみでは、直接ユーザーの声を聞くように努力している。その結果、ユーザーから頂いた声は、累計で2千件を越えている。直接ユーザーからの声を集めることで、消費者の要望、変化を細かくフォローし、新商品開発に役立っている。

### 【購入者の実際の感想】

- 先日、退院してきました。入院中、痩せてしまって歩くことも不安です。そして、お尻も小さくなり、自分でも貧弱だなあと感じて・・・ピーチパンツを履いて、鏡を見たらなんかお尻がふっくらとして見えました。なんだか嬉しくなって、近所の友達に見せたいと思っています。
- 私は股関節と坐骨神経症の為、外出のときはいつも腰のガードルを着けて出かけます。リハビリに行くときに、ピーチパンツを履いて行きましたら、みんなから「お尻が、かっこいいね」と言われ「シリコン入ってる」って言って、笑いました。
- (今までは)お腹がぼっこりと出すすっきりはけませんでしたが。このパンツは、お腹もお尻もすっきり包みこんで気持ちよく履くことができます。レースがとっても綺麗で、なんだか嬉しいです。この歳でも気持ちが明るくなりました。
- 大変プライドが高い母なので、買っても着用するかなあと心配していました。プロテクター付きパンツという物に関して、興味を示さないと考えていましたが購入後、外出の際、毎日のように着用しています。「とても綺麗な物ねえ」といって満足している様子を見てとても、意外でした。

## 11. まとめ

実際に商品を販売して分ったことは、女性は高齢でも「いつまでも美しくありたい」と思っているということ。お洒落な女性は特にその傾向が強い。「おしゃれ感」は、これまで若い人をベースに考える傾向が強く、高齢者は軽く考えられていたように感じる。

また、高齢者は、医師や家族の勧めであっても自分が納得しないものは受け入れない傾向が強い。但し、一旦納得すると継続して続ける傾向がある。

上記の考察から、高齢者こそ「おしゃれ感」を切実に求めていると考え、有限会社とみの商品開発理念を「高齢者の美のサポート」とした。今後は、「機能性+おしゃれ感」を両立させた「高齢者の美をサポート」できる商品だけを開発・販売していく所存である。

このような商品開発理念に賛同いただける方が多数いらっしゃることを希望して止まない。