

障害者の外出後押し

障害者の外出を後押しするアイデア商品が登場している。実際に利用する立場から発案、機能を高めてデザインも工夫されている。製造・販売する企業は「高齢者向けのビジネスの拡大にもつながる」と期待を寄せる。

機能高めたアイデア商品

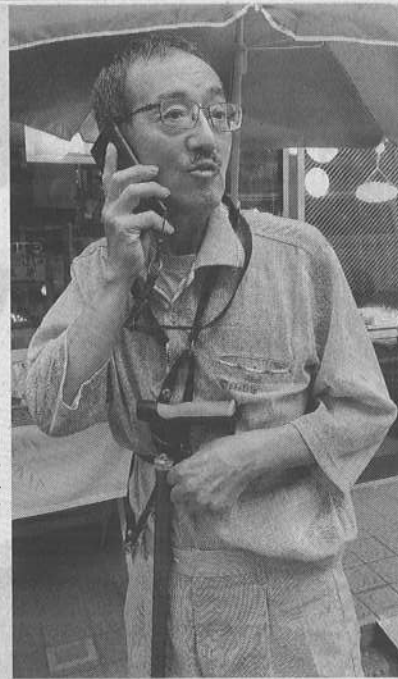


▽安全性を重視

湿布剤が主力のティコクファルマケア（香川県東かがわ市）は今年5月、歩行用のつえを引っ掛けられる「暮らナビ」を開発。乗りの故郷の福島県喜多方市に暮らしている。「引きこもり」に外出できるのがうれしい」と話す。

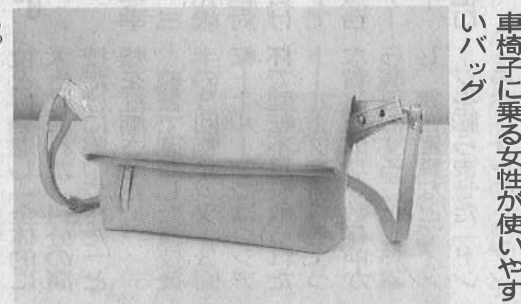
▽見た目も大事

アイディア商品のコンサルタントや開発を手掛ける「発明ラボックス」（東京の松本奈緒美代表が試作。ティコクファルマケアの笠井幹哉社長と協力し「周囲の人や物に引っ掛からない」「電車のドアに挟まれたら、ベルトが体から外れる」など安全性を重視した。



シヨルターベルトにつえを引っ掛けて携帯電話を使う遠藤一代吉さん

利用する立場から発案



車椅子に乗る女性がいやすいバッグ

車椅子に取り付ける際は巻き付けた付属ベルトにバッグのフックを引っ掛ける。ベビーカーでも利用できる。

障害のある女性のおしゃれや恋愛を特集する雑誌「CoCo Life」を編集するNPO法人「施無畏」と開発。10、30代の読者モデルにヒアリングしたところ「見た目も大事」「片手でも開け閉めしやすい」「アスナー」「肩に掛けても痛くない幅のストラップ」などの声が上がった。

アイデアを出した一人のモデルみづうさん（19）は、車椅子に簡単に付けられ、携帯電話や財布、化粧品が入るバッグが一般の店で見つからず不便だった。開発リーダーを務めた鈴木工芸所の井上太美次さんは「必要とする人の意見を取り入れたおかげで、ニーズに応えられた。今後も新商品を作りたい」と話している。

身体や精神に障害があっても、できるだけ自分の力で歩行や移動をする人は少なくない。道具や機器の活用だけでなく、周囲の配慮が大きな支援になる。

EV切り替えに補助金

タイの三輪タクシー



タイの名物として知られる三輪タクシー「トゥクトゥク」に、電気自動車（EV）化の波が押し寄せている。排ガスや騒音が社会問題となっていたが、タイ政府がこのほどEVへの切り替えを促進すると発表、新たな大気汚染対策として注目を集めている。

首都バンコク中心部の大通り。カラフルな外観のトゥクトゥクが何台も駐車され、運転手が通行人に「どこに行くの」と声を掛けていた。

ドアも窓もなく、直接風を感じることができる

政府 環境改善、製造拠点化狙う



バンコクで客を乗せたトゥクトゥク（共同）

音が市民を悩ませてきた。政府は10月4日、全土で使われている約2万2千台全てを2022年までにEV化する計画を発表。まずは100台を切り替える予定で、電動トゥクトゥクの購入費や、既存のトゥクトゥクをE

V化する改修費などに計約1億600万円の補助金を出す。

EVは、バッテリーでモーターを回して動いたため排ガスを出さず、走行音が静かなのが特徴だ。各国が排ガス規制を強化する中、次世代エコカーの主力と目されている。

日立など4社最高益

電機大手7社の17年9月中間連結決算

(単位は億円)	売上高	純利益
日立製作所	4兆3764 (0.5)	1606 (41.5)
ソニー	3兆9206 (18.7)	2117 (約8.1倍)
パナソニック	3兆8578 (9.0)	1189 (▲10.9)
三菱電機	2兆0763 (5.3)	1311 (48.4)
富士通	1兆9232 (0.8)	434 (約3.7倍)
NEC	1兆2880 (7.2)	188 (43.4)
シャープ	1兆1151 (21.3)	347 (黒字転換)

※()内は前年同期比増減率%、▲はマイナス
日立とパナソニック、富士通、NECは国際会計基準(IFRS)、ソニー、三菱電機は米国基準、シャープは日本基準

17年9月 中間決算 シャープ3年ぶり黒字

東芝を除く電機大手7社の2017年9月中間連結決算が3日までに、出そろった。半導体事業が好調だったソニーや、システム関連事業や海外での建設機械の販売が伸びた日立製作所など、4社の純利益が中間

決算として過去した。ソニーは前年約8.1倍の円、日立製作所増の1606億、三菱電機と富士高を更新し、それぞれ増の1311億、シャープは3.7倍の437億の赤字だった。台湾・鴻海精下で経営改革がプの純利益は3億で、3年ぶりに黒字に転じた。前年同億円の赤字だった。三菱電機はシ

情報ファイル

■水戸市建設業協組が解体工事講習 水戸市建設業協組（秋山進理理事長）は10月31日、水戸市内で登録解体工事講習を開き、組合員ら204人が参加した。2016年6月に建設業法の一部改正に

新商品

■辛いサラダチキン ファミリーマートと湖池屋は、辛さが特徴の鶏むね肉の加工品「国産鶏サラダチキン カラムーチョ ホットチリ味」を写真2を発売した。湖池屋の人気スナック「カラムーチョ」の味を再現するため、唐辛子の辛みやニンニクの風味のバランスにこだわった。110g入りで、価格は258円。問い合わせはファミマのお客

人事

カスミ（1日） 売本部営業スタッフ 城島長（フジテレビ） 孫子寿良（富坂屋） クエアカスミ我孫子