

●プロフィール

有限会社トリニティ

1999年設立。2006年法人化。シニア向け衣料品の企画・製造・販売、衣料品及び介護用品のインターネット通販、介護保険法に基づく福祉用品のレンタル及び衣料品の販売、住宅の改修をてがける。
兵庫県西宮市津門大筒町2-23 平山ビル2階
有限会社トリニティ(<https://trinity-web.net/>)

【研究員からの一言】

おしゃれをしたい高齢者の割合は、内閣府の調査(令和3年度高齢者の日常生活・地域社会への参加に関する調査結果)によると64.8%にのぼり(積極的におしゃれをしたい6.8%+ある程度はおしゃれをしたい58.1%/女性78.5%・男性50.5%)、特に、75～79歳の女性は、全年齢層の中で最も高い12.6%が「積極的におしゃれをしたい」と考えています。高齢者が増え、平均余命の伸びや介護予防・生活支援が進展していることもあり、シニア世代向け衣料品の潜在需要は大きいと考えられます。

有限会社トリニティは、高齢者がこうありたいと思うおしゃれへの潜在的な欲求とシニア向け衣料の現状にあるギャップを埋めるべく経営努力を重ねています。新たな展開で重要なことは、市場調査や商品の企画・開発を担える人材ですが、同社は、完全在宅勤務で業務を遂行できる体制を整えることで広域から有能な人材を集めているほか、長期のインターンシップ学生、シニア世代のインスタグラマー、副業・兼業人材(越境人材)といった多様な人材を受け入れ、様々な年齢や経験・スキルが融合されることで、社内の思い込みが市場のニーズから乖離していることへの気付きや想定以上の展開・効果に結びつく経験を重ねてきました。

こうした新たな挑戦や人材確保の根底には、添田社長の「年齢を重ねることが、ポジティブな世の中をつくりたい」「シニアや高齢者に豊かな暮らしをしてほしい」「シニア衣料品で日本一になりたい」という一貫した思いがあり、その実現に向けて、社内外の人材や商工会議所などの経営支援機関と良好な関係を構築していることも大きいようです。

同社の事例から、会社や事業に共感してもらえる関係性を築き、多様な人材や支援組織を惹きつけることが、事業発展につながるポイントだと考えられます。

(大阪産業経済リサーチセンター 主任研究員・天野敏昭)

編集後記

時には失敗も経験しながら、それでも「挑戦して失敗するリスクより、挑戦せずに機会を失うリスクの方が大きい」という考えのもと、副業・兼業という雇用形態をうまく活用して新しい事業やブランドの立ち上げに挑戦される添田代表の姿勢は、私自身の仕事を振り返っても見習うべきところがあると感銘を受けました。

今後のトリニティのチャレンジにも注目したいと思います。

(広域産業振興局・窪田)

関西広域連合 広域産業振興局NEWS

メルマガ会員募集中!

ぜひ、ご登録ください(登録無料)

kansaisangyotouroku@qt15.asp.cuenote.jp



from **NOW ON** KANSAI

ひとをみつける、ひととつながる
関西広域連合のビジネス情報紙

発行元

関西広域連合 広域産業振興局
〒559-8555

大阪市住之江区南港北 1-14-16
大阪府商工労働部 商工労働総務課内
TEL06-6614-0950 FAX06-6210-9481

E-mail sangyo@kouiki-kansai.jp

URL <http://www.kouiki-kansai.jp/koikirengo/jisijimu/sanshin/index.html>

さあ、関西の時代へ
関西広域連合
UNION OF KANSAI GOVERNMENTS

年齢を重ねることが、
ポジティブな世の中をつくりたい
～有限会社トリニティ



年齢を重ねることが、 ポジティブな世の中をつくりたい

～有限会社トリニティ

中小企業は人材獲得競争で常に難しい立場に置かれてきた。そこには少子高齢化による生産年齢人口(15～64歳)の減少に加え、中小企業ならではの事情がある。従来型の新規採用の人材を育成するノウハウを持ち合わせず、人材育成よりも競争に生き残るため商品開発への投資を優先する企業が多い。そんな中で、さまざまな新しい方策を取り入れて優秀な人材を獲得し、新事業の開発につなげている経営者がいる。有限会社トリニティの代表取締役、添田優作氏だ。

臨機応変な対応力で、 ピンチをチャンスに変える

同社は、1999年に「在宅医療機器会社」の阪神地区代理店として、添田氏の父が開業。添田氏が入社後、介護・福祉用具のレンタル事業に進出。介護保険法の改正でレンタル事業が逆風にさらされても、当時、斬新だった福祉・介護用品のインターネット通販事業で1億円の売り上げを達成するなど、試行錯誤しながら厳しい環境を乗り越えてきた。

しかし、次第に競争が増えて価格競

争が激しくなり、ビジネスモデルの転換を余儀なくされる事態に。そこで、添田氏は本当に自分がやりたいことは何なのか自問し、創業以来の新事業に挑むことに決めた。

それは、若い頃大好きだったファッションに関連する、シニア世代向けの衣料品販売事業。大きなヒントを得たのが『Advanced Style』という写真集だった。シニア世代のニューヨーカーのオシャレな市民をニューヨークの写真家が撮影し、その市民が「人生で大切なもの」「自分にとってファッションとは何か」といったテーマの一言が添えられている。「本当にオシャレで格好いいファッションはこれだ!シニアにも経験を重ねてきた人生を表現するオ



▲代表取締役の添田優作氏

シャレな服があっていいはずだ!」そんな思いが込み上げ、衝撃を受けたという添田氏。「シニア世代も、カワイイ服を着たり、オシャレなアイテムを持ってワクワクして出かけたいという気持ちは、絶対ある」と気づいたという。

新事業に必須の課題を 明確化し着実にクリア

添田氏は、新事業を具体化させるため、大きな課題に取り組み始める。一つは、作ろうとしている「シニア世代向けファッションの世界」を明確にし、ブランド化して競争力を高めることだ。これは、あの『Advanced Style』の世界を具現化することと明確なイメージがあった。「オシャレな服を着たおじいちゃんおばあちゃんが街を歩くと、若い世代が思わず話しかける。携帯で写真を撮って、SNSに上げたりして交流が生まれる。そんなシニア世代のファッションの文化を作りたい」と添田氏。「シニア世代が今までの好みを変えることなく、年齢に適した機能を備えた、着やすいファッション」というブランド『YOUKA』のイメージが固まった。

さらに、従来業務を進めながら新事業を行うためには人材の確保が急務だった。まずは、「ブランドイメージを固めるためのシニア世代の協力者」と「日々の業務を進めるスタッフ」が必要だった。

シニア世代の協力者を、ネットや写真集で探していたところ、70代のインスタグラマー、KEIKO氏の写真に目が留まる。シニア世代のファッションを表現している人が少ない中で、「オシャレでカッコいい人だな」と思うや否や、アプローチし、会って話を聞いてもらう機会を得た。そこで、「アンチエイジングを求めず、年齢を重ねたからこそできるファッション」をテーマにしたブランドであることを伝えると、KEIKO氏も「今だからできることなので協力したい」と共感してくれた。

早速、試作品を試着してもらいながら意見を聞く。「ハイネックのニットは

暖房の効いた屋内では、高齢者は体温調節が難しい。襟もとをすっきりさせて首元はマフラーなどで防寒した方がいい」といった、若い世代の作り手では気づきにくい、シニア世代の実感のこもった指摘をもらい、修正を重ねることでシニア世代に寄り添った商品開発につなげた。

また、新ブランド『YOUKA』の「シニア世代と若者の世代間格差をなくす」というテーマの一環として、KEIKO氏とファッションデザイナー専門学校の20歳前後の学生とのコラボを実施。ファッションという共通の好きなものについて、創作をワイワイ楽しみながら世代を超えた、いわば「半世紀コラボ」の貴重な機会となった。「オシャレなシニア世代のファッションを提供することで、世代間の交流を増やし、お互いリスペクトと思いやりを持った、優しい社会が実現出来たら」と添田氏は将来の夢を描く。

長期のインターンシップ生の 向上心と意識の高さに驚嘆

限られた人件費の中で優秀な人材を獲得するという難題にも果敢に挑んだ。以前からつながりを持っていた、インターンシップのコーディネートを行うNPO法人JAEに相談。そこで、約半年間働く体験を望む学生のための長期型のインターンシッププログラムを紹介された。一般的に大学のインターンシップは、2～3日から長くても2週間程度のもが多い。

早速、JAEを通じて集めてもらった学生に話を聞くと、「今のうちに少しでも社会経験を積んで自分を成長させたい」という意識の高さに驚いた。新事業についてプレゼンし、最も共感してくれた学生3名を1期生として採用。まじめな働きぶりに、社会経験を積みたいという思いの強さが垣間見えたという。

添田氏は「こういう優秀で意識の高い学生が事業に共感してくれて、長期型だとまるで社員のように半年ほど毎日働いてくれるメリットは大きい」と話

す。この制度を利用して5名採用した学生のうち、2名は現在正社員として働いている。

「兼業・副業」の人材を 効果的に最大限活用

さらに、「小売業をやってきた弊社が、新事業では商品開発やブランディングという知見のないことに挑戦する。新事業の進め方をスケジュール化しタスク化できるような人材が欲しかった」と添田氏。そこで取り入れたのが、「兼業・副業」という新しい人材活用法だ。2018年から本格的に始まった働き方改革で、大企業を中心に兼業・副業が解禁されるようになってきた。副業を行う人、副業を希望する人の数は、コロナ禍以降、増え続けている。今回は株式会社リクルートのコーディネーターが協力。添田氏の思いをくみ取り、大企業でグループのリーダーを務めた経験のある人材を紹介し、今も同社のプロジェクトリーダーとして活躍中だという。「これまで複数の兼業・副業の方を採用し、うまくいかなかったこともあります。ただ事業ごとや期間を区切る契約なので見直しがしやすく、予算も社員を雇用するより抑制できる」と添田氏。その上で、うまく兼業・副業の人材を活用する方法として「どんな事業でどんな知見や技術を求めているのかを明確に



▲1枚で簡単おしゃれ!
風通る異素材切替えワンピース。締め付け感がなく、ゆったり着られるワンピースは、裾のバルーン切り替えがシルエットをスッキリ見せてくれます。ワンランク上の着こなしで、颯爽と街を歩いていただける一着です。

すれば、共感してくれる人材も得やすくなる。事業ごとに適した人材が獲得できれば、新事業を動かす力になるだけでなく、大企業のノウハウを自社の貴重な資産として積みあげることができる。中小企業の成長には優秀な人材が必要。今後も活用していきます」と話す。

今後の夢について、添田氏は「新事業にしっかり取り組み、シニア世代向けのファッションを通じて、年齢を重ねることがポジティブな世の中をつくりたい」と目を輝かせた。



▲有限会社トリニティのスタッフの皆さん