



第2分科会 / 第3分科会

松本聖子 氏：資生堂販売株式会社九州支社

1、ライフクリエイティブプログラムについて

私たち資生堂は、肌や心や体に何らかの悩みを抱えた人に、美容や技術を通じて助けることを目的としています。社員自ら取り組むことで社会や会社が美しさを分かち合う活動をすることをライフクリエイティブプログラムとしています。

この活動の例をあげますと、あざや火傷を隠すカバーリーに優れた化粧品の開発をして、それを使用しながらアドバイスをすることや、高齢者向けの病院や医療施設でのスキンケアや手入れ方法を教えて、障害者向けの美容セミナーの開催などを行っています。ライフクリエイティブセミナーとは、1943年に高齢者や障害者を対象に化粧の仕方などについて教えてきましたが、最近では健康な方の美容相談も行っています。

(活動事例①) 1975年に盛岡の老人ホームで月1回の美容セミナーを開催しました。それによって、今まで化粧に無関心だったのに入居者自らが化粧をするようになり、前向きになったり、リハビリ効果出てきたのです。予想を上回る結果であったため、現在も続いている。

(活動事例②) 1993年に福島の認知症患者が入居している老人ホームに行った時の話です。週に2回4ヶ月間化粧の効果について研究したところ、寝たきりだった患者に変化が起つたり、意欲的ではない方が意欲的に取り組むようになったなど、想像を超える効果がありました。この活動を通して医療機関から期待が高まり、全国展開するようになりました。

現在の活動は、2つあります。1つ目は、ライフクリエイティブアップという活動を行っています。肌に悩みを抱えている方にアドバイスを行うことです。肌に悩みのある方限定で、個室で2時間無償でカウンセリングやアドバイスを行っています。全国に300店舗程あります。ホームページから予約できます。

2つ目は、ライフクリエイティブセミナーという活動です。事例のように障害者施設を中心にセミナーを行っています。2009年は全国で3000回ほど開催しました。シャンプー容器に印をつけるなど、視覚障害者にも美容を楽しんでもらえるように開発したのです。

2、お客様の生きがいづくり

スキンケアや障害者センター、老人ホーム、障害施設で活動をしています。鹿児島県の柳川の施設に行ったときに、化粧やネイルを実施しました。このような施設でお客様が笑顔になるように気をつけ、極力目線を合わせるように心掛けています。また、この時は、じゃんけんをして確認するようにしています。その時の手の動きから、どの程度までの動きができるのか読み取っています。時には、童謡を歌いながら手を動かして楽しんでもらうように工夫します。

このような活動を資生堂は取組んでいます。施設利用者さんからは、「この活動を通して今までしたことのない表情があった」「手を動かすことはリハビリにもなり、脳にもいい刺激を与えていて非常に良い」などの意見が挙げられています。

第3分科会：生きがいと住まい、空間

吉田隆幸 氏：群馬医療福祉大学大学院教授

住まい方のライフプランについて考えます。

定年後のセカンドライフの話が主体です。元気な間は、社会参加、定年後は、自己実現をします。長い老後は、やりたいことを見つけて行こうとします。しかし、だんだん弱ってきたときに生きがいを持って生きることは難しいのです。また、介護とお金、子ども・家族との問題が絡んでき難しいのです。

老後不安なく、生きがいを持って生きられることが理想であるが実現は難しいでしょう。その中で上手く考えて生きていかなくてはならなりません。自分の生きがいは、自分で見つけることが重要です。これが難しいのですが、いろいろ考えて見つかった時は楽しくなります。

これらを考えていく中で、長いライフプランを立てていかなくてはなりません。住み替えも重要な要素となります。50~60代では、このまま住むのか、交通の便が良い所に住むのか、Uターンをするのか等考える必要が出てきます。70~80代になると、相方が寝込んだ時はどうするのか、1人になった時のことなどを考えて、このまま住むのか、早めに老後施設に移り住むのかなどと住まいに関する不安がたくさん出てきます。多くの場合は、退職金をもらったときにリフォームをすることが多くあります。90代になると、老人ホームに行くのか、子どもに見てもらうのかなどと移り住みを考える必要が出てくるのです。介護が必要になってしまって、家に居たいと考える人が多いのですが、現在の環境ではお金に余裕がない厳しいのが現状です。

このような状況の中で、どのような生きがいを見つけるのかが重要です。

また、この活動を行う際に使用する化粧品は「ロングセラーアイテム」を使うようにしています。そうすることで、化粧品の香りから昔を思い出したりする効果があるのでロングセラーアイテムを使用するように心がけています。毎回「わくわくする」と言った意見を利用者からもらうことが多く、この「わくわく感」は生きがいにつながるのではないかと考えています。

3、社員の働きがいづくり

利用者だけでなく、社員にとってもこのような活動は社会貢献になります。化粧の基礎を再確認することや、やりがいを感じるなどメリットも多くあります。「化粧することで、外見だけでなく心も明るくなることができた」「資生堂の社員として誇りを感じた」などといった意見も社員からあげられていて、働きがいにつながるのではないかと考えられています。

4、退職社員の働きがいづくり

資生堂は、美容のイメージが強いが美容以外にも様々な活動を行っています。ビューティーボランティア制度というものを採用しています。この制度は高度経済成長期に雇用され、現在は引退した60代の方に高度経済成長期のお客様や自分も高齢者になったことで教えられることを若手に伝えたり、セミナーに協力してもらうことを目的とした制度です。主に、ライフクリエイティブプログラムのアシスタントを行ってもらいます。引退後は社会交流が少なくなったり、1人で行動することができないことが多い中で、このように社員の引退したあとも資生堂を通して生きがいづくりを行っています。

5、生きがいづくりは世界へ

生きがいづくりとは、世界一緒になっています。全世界で高齢化が進んでいく中で、このようなセミナーを通じて喜んでもらえるということが増えています。今後はもっと世界各地で広まっていくと良いと思います。

6、最期に

化粧は、心のアンテナの切り替えだと考えています。気持ちもゆったりと心も体も癒してくれます。自分を象徴するのがマイクアップすることだと考えているのです。マイクアップすることで自分に自信を持つことです。以上のことから、癒しはハリを与え、ハリは癒しを与えると言われています。これをサポートするのが私たちの仕事です。このことによって、一瞬も一生も美しくということをお客様に提供するというふうに考えています。

一人ひとり自分に合った美しさを求めることが大切であり、自分の可能性を否定しないで可能性を発見し、自分の力で発見していくことに効果があるのではないか、と考えています。

家に住んでも、地域に溶け込めるのか、住みやすい環境なのか等と言った問題があります。有料老人ホームは、設備が整っていますが、共同老人ホームでは、生きがいが限られてしまうことがあります。

