



平成 21 年度新事業創出・販路開拓ネットワーク整備・活用等事業

2009 年 10 月 14 日発行

## 展示会・見本市レポート第12号

発行：全国商工会連合会

編集：(財)日本立地センター

協力：全国イノベーション推進機関ネットワーク

### 第36回国際福祉機器展H. C. R. 2009[下]

#### ◆ 時流商流 ◆

#### 中小企業にチャンス多い福祉機器市場

今回の国際福祉機器展をみると、福祉機器業界にも不況の影響が微妙に影を落としていることが分る。それは展示会の規模に表れている。前回は東京ビッグサイト東の6ホール全てを使って開催されたのに対し、今回は1ホール減って5ホールとなった。

この原因について事務局は、「福祉自動車など大手福祉機器メーカーが前回に比べ出展規模を縮小したことにある」と説明している。これに対し、中小福祉機器メーカーの出展意欲はいぜん強く、不況の影響が大手メーカーに比べ小さいようだ。

福祉機器市場は、高齢化にともなう介護機器需要の拡大などを背景に、順調な伸びをみせている。また、義肢、車いす、杖、抗がん剤による脱毛ケア用品など、メーカーの創意工夫と手作りに依存する割合の高い新商品が多いのが特徴でもある。裏返せば、福祉機器産業は中小メーカーや小規模企業にとっても、大きなビジネスチャンスがあることを意味している。



発行：全国商工会連合会 企業支援部 市場開拓支援課 03-3503-1256

編集・問い合わせ：(財)日本立地センター 新事業支援部 03-3518-8964

## ◆ ブース細見 ◆

### 名刺交換した来場者に後日コンタクト

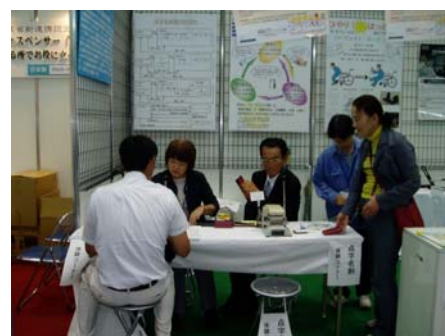
★出 展 目 的 : 点字名刺の実演制作

★代表商品の価格 : 点字名刺(1枚)=15円(税別)

千葉県船橋市の社会福祉法人「あかね」(<http://www.akane-net.or.jp>)は、視覚障害者の自立を支援する2つの福祉作業所を運営する。作業所には合計60人の視覚障害者が働いている。

視覚障害者でもある金子楓所長が2006年に設立した。視覚障害者が視覚障害者の福祉作業所を立ち上げた前例はないと言われている。作業所の仕事の中身は、生損保会社の加入申込書のデータ入力をはじめ、テープ起こし、ホームページの作成と診断など様々。

今回出展したのは、**名刺の点字プレス**。「展示会でお名刺をいただいた方に後日、必ずコンタクトを取るようにしています。口コミによる営業を基本としていますので、展示会は大切な営業の機会になっています」と金子所長は、出展の目的を話している。



### 展示会利用し新製品の車いす公表

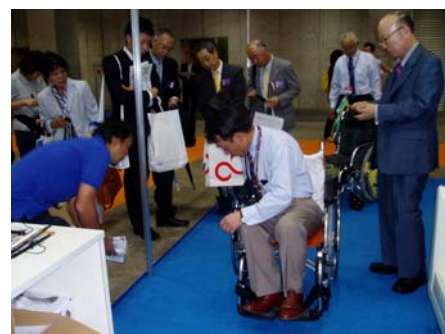
★出 展 目 的 : P R

★代表商品の価格 : 車いす「輪助」=150,000円(税別)

新潟県三島郡の**越後工業**(<http://www.sukesan.jp/>)は、国際福祉機器展での初公開を機に、車いす「輪助」の本格的な製造・販売に乗り出した。自動車用鋳物部品のバリ取り加工会社である同社の木川勇三社長の夢は、自社製品を持つことだった。

7年前に雪面や凍結した路面でも埋まりにくく、滑りにくい杖「助の杖」を商品化した。これがキッカケとなり、部品加工技術のノウハウを活かした車いすの開発に着手する。そんな中、昨年9月の金融危機で自動車部品加工の仕事が半減、車いすの商品化を加速させてきた。

木川社長は、「車いすを自動車部品加工に続く事業の柱として育てていきたい」と、展示会を利用してPRに務めている。



## ステッキの市場多様化受け販売促進図る

★出 展 目 的 :PR

★代表商品の価格 :「限定アルミシリーズーパレス」=21,000円(税込み)

東京・浅草橋の**土屋産業** (<http://www.tsuchiyananbyo.co.jp/>) が**ステッキ**の事業を始めたのは75年前のこと。三代目の土屋陽子社長によると、「戦前手掛けていたステッキは、英国流のファッション性があって重量感のあるものが主流でした」という。

戦後になって、会社が蔵前の国技館に近いこともあり、足の痛みに悩んでいた力士の求めに応じ、歩行補助用のT型ステッキを作るようになる。高齢化を追い風に、今では福祉用ステッキが売り上げの約40%を占めるまで増えたという。

「ステッキの素材も木製からアルミなどの金属製に移り、ステッキのマーケット自体も大きく広がりました」と土屋社長。展示会は幅広い層の来場者に、ステッキの魅力を直接感じてもらう場になっているようだ。



## 展示会は商品を試用させる絶好の場

★出 展 目 的 :PR

★代表商品の価格 :ハイヒール用インソール「ドクター・バランス」=14,800円(税込み)

東京・世田谷区の義肢材料メーカーの老舗、**小原工業** ([www.obara-kogyo.jp](http://www.obara-kogyo.jp)) が出展した商品は、長時間歩いても疲れにくいハイヒール用インソール「**ドクター・バランス**」。

1年半前にシヨミ義肢と共同開発したもので、東京の量販店での店頭販売と通信販売が主な販売ルート。歩行時に膝が内側に入るため、①膝が伸びた状態となって歩き易くなる②背筋が伸びる③歩幅が広がる④変形性膝関節症による膝の痛み軽減するという。

同社の小原正泰企画業務部室長は出展の目的について、「展示会で来場者の方々に実際に試していただかないと、ドクター・バランスの良さが分らないと思います」と、話している。

## 住宅改修工事通じ福祉に社会貢献

★出 展 目 的 : P R

★代表商品の価格 : 受注生産のため価格固定できない

埼玉県新座市の澄建設 (<http://www.sumikensetsu.co.jp>) の出展目的は、高齢者・介護者向け住宅改修工事のPR。バリアフリー化、階段の架け替え工事など住宅そのものの改修に留まらず、日本家屋にマッチした木製歩行器を開発。福祉に力を入れる経営方針に従って、理想的な介護住宅像を求める。

同社はNPO法人「世界の子どもにワクチンを日本委員会 (JCV)」の活動を応援。活動の一環として「手すり1本取り付けごとにワクチンを1本寄付する」という社内運動を展開中。このため例え手すり1本の注文でも受け付け、JCVの活動を全社挙げて応援している。



住宅の改修工事を通じた同社の福祉への社会貢献は、福祉関連企業のあり方を示す事例となりそうだ。

## 地元の即売会で知名度アップ

★出 展 目 的 : P R

★代表商品の価格 : 「ベーシック」(セット価格) = 17,400円(税別)

東京・日野市のISAMISAデザインスタジオ (<http://www.wishing-cap.com>) の女性用の髪をついた帽子はひと際、女性来場者の注目を集めた。抗がん剤の副作用で脱毛に悩む女性向けに、帽子と髪の組み合わせのできる「ウイッシングキャップ」を商品化し、女性の間で話題的になっているのだ。

商品のアイデアが生まれたキッカケは、7年前に遡る。同社の伊佐美佐代表自身が抗がん剤でがん治療を受けた際、髪の毛が抜けてしまったのだ。

展示会への出展は今回が2回目。販売ルートはホームページ、カタログ通販、神奈川県立がんセンターでの毎月1回の展示即売、毎月第1土曜日に立川商工会議所で開催される即売会が主な販売ルート。

