



# タイにおけるヘルスケア産業の プラットフォーム拡充実証調査事業

報告書  
令和4年3月

コンソーシアム名	タイにおけるヘルスケア産業のプラットフォーム拡充 実証調査コンソーシアム
代表団体	株式会社 松永製作所
参加団体	MATSUNAGA (THAILAND) CO., LTD. , KAIGO Life CO., LTD.

# 目次

Contents		Page
	本補助事業活動のアウトライン	3
I.	事業構想・計画 概要	5
II.	当事業実施にあたり期待される効果	12
III.	本年度補助事業活動計画	15
IV.	本年度補助事業活動報告	22
V.	本補助事業活動の考察	52
VI.	今後の展望（本補助事業後の活動計画）	62
VII.	調査結果詳細	70
VIII.	Appendix その他附録資料	119
	<b>二次利用未承諾リスト</b>	<b>134</b>

## 本補助事業活動のアウトライン①

- 事業名：タイにおけるヘルスケア産業のプラットフォーム拡充実証調査事業
- コンソーシアム名：タイにおけるヘルスケア産業のプラットフォーム拡充実証調査コンソーシアム
- 代表団体：株式会社 松永製作所
- 参加団体：MATSUNAGA (THAILAND) CO.,LTD. / KAIGO Life CO., LTD.
- 協力団体：タイ保健省 / タイ商工会議所 / Toyota Leasing Thailand Co., Ltd.  
J. フロントリテイリング株式会社 / Daimaru Kogyo (Thailand) Co., Ltd.  
Central グループ / Aeon Thana Sinsap (Thailand) Co., Ltd. / クルンタイ銀行  
Uni-Charm (Thailand) Co., Ltd. / Saraya International (Thailand) Co., Ltd.  
Siam Daikin Sales Co., Ltd. / Paramount Bed (Thailand) Co., Ltd.  
Tokai Hygiene (Thailand) Co., Ltd. / Ishii and Partners (Thailand) Co., Ltd.
- 事業概要：昨年度「令和2年度国際ヘルスケア拠点構築促進事業（医療拠点化促進実証調査事業）」補助事業期間中に、KAIGO Lifeの活動はタイ保健省とタイ商工会議所より認知された。代表団体は独自のネットワークを駆使して介護・福祉の分野で日本とタイの架け橋という重要な役割を果たしており、本年度はそのネットワークの拡大と販売拡大支援によってプラットフォームの拡充を行う。

## 本補助事業活動のアウトライン②

- 本補助事業は前述の通り昨年度補助事業の拡張を目的としている。
- KAIGO Lifeはタイへの進出企業向けコンサル業であり、企業側が進出国検討期、進出内容検討期、進出時、実活動期に必要な要素と、KAIGO Lifeの役割、KAIGO Lifeが提供するもの、KAIGO Lifeの収入源全体の要素を俯瞰した表を示す。
- 本補助事業活動においては「KAIGO Lifeが提供するもの」の中で昨年度実施をしていない**太字**の点を実施する。

	進出国検討期	進出内容検討期	進出時	実活動期
企業側に必要な要素	タイの市場の総論の把握とタイ側とのコンタクト	正しい需要市場の把握 パートナー選定	FDA登録 サービス事業者の認証 一般労務・法務・会計	正しい市場への効率の良い拡販活動
KLの役割	タイ市場の正しい情報提供と日タイ正しい企業とのコンタクトを支援	効率の良い進出のためのプラン策定支援	安全で効率の良い進出を支援	ブランド向上と販売拡大に貢献
KLが提供するもの	情報発信 タイの投資環境面 タイの医療情報発信 タイのヘルスケア事業者 保健省など官庁の情報 産学関連事業 <b>日本側のネットワーキング ビジネスマッチング 日本への情報発信</b>	タイ商工会議所との協力関係 FDA登録準備支援 サービス事業者登録支援 信用できるパートナー紹介 <b>商品展示による進出前市場調査</b>	人材紹介など一般進出支援 FDA登録支援 サービス事業者登録支援	補助事業申請支援 <b>販売拡大支援 割賦販売 レンタル 販路拡大支援</b>
KLの収入源	プロジェクト費（ビジネスマッチングなど） 委託費	進出支援コンサル費 FDA登録コンサル費 サービス事業者登録コンサル費	進出支援コンサル費 サービス事業者登録コンサル費 入会費・会員費	会員費 販売手数料

I.

# 事業構想・計画 概要

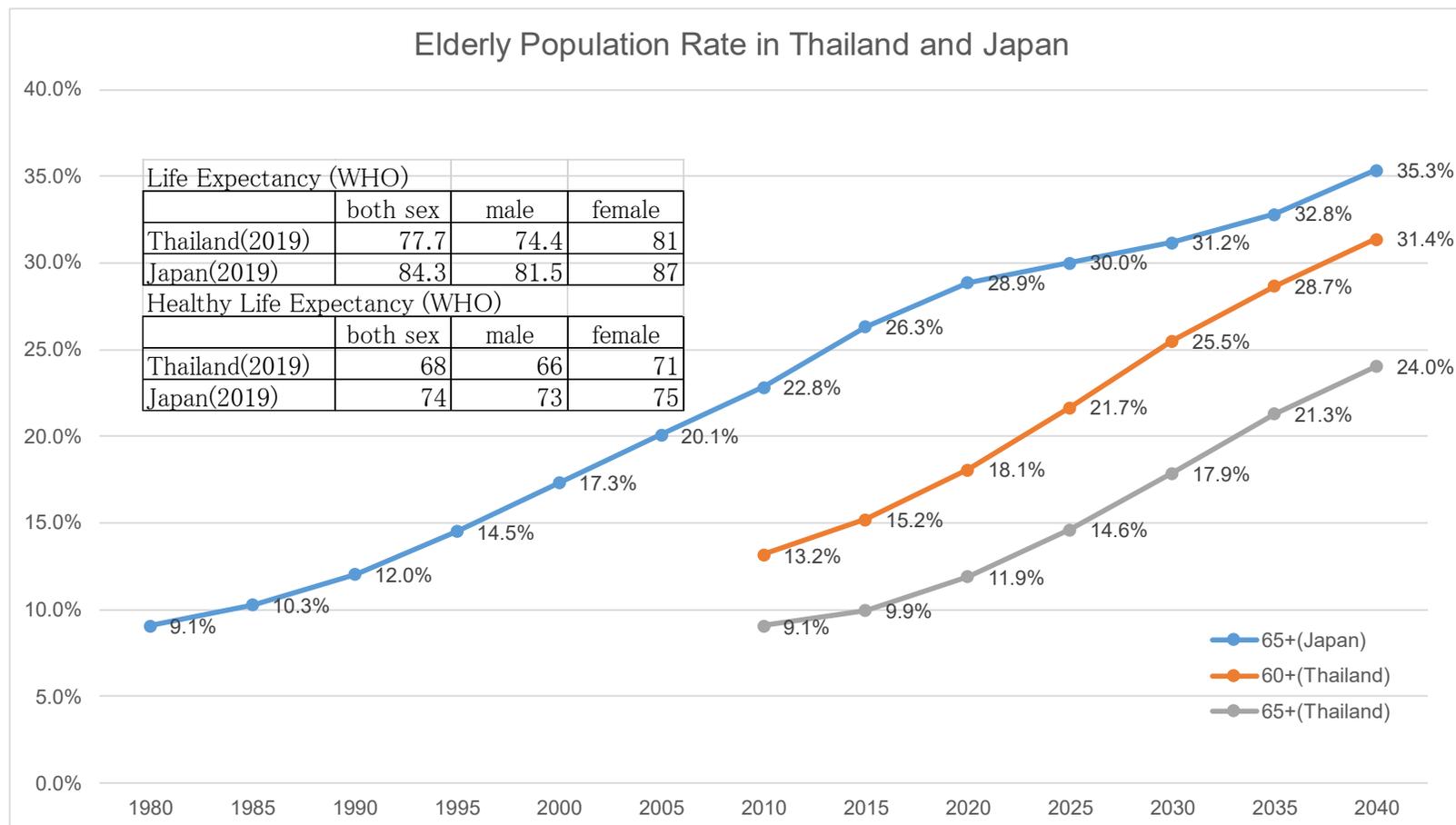
## 全体要旨

- 昨年度「令和2年度国際ヘルスケア拠点構築促進事業（医療拠点化促進実証調査事業）」の下で構築したネットワークを最大限に活用し、地方公共団体との協業などからコンソーシアムの拡充のための活動を行う。同様に日本側でのアクセス改善を目的としてJAPANデスクを設置し、コンサルテーションの候補企業・提携先の増加に努める事で、タイ官民に提供する情報を増やし、日本ヘルスケア産業のブランドをタイ市場に定着させる。
- 会員企業を中心として各企業の販売拡大に貢献するため、割賦販売事業・福祉用具レンタル事業・異業種との協業を支援する活動を行う。
- 日本の成熟したヘルスケア産業の高品質な商品・サービスがタイに幅広く供給されていくことを支援することで、今後高齢化対策が課題のタイ国民の健康寿命の延伸に貢献する。
- JAPANブランドをタイ及びその面的展開として、一昨年来、情報共有しているベトナム・インドをはじめとしたASEAN・アジア地域にもアピールする。

## 事業背景、対象国の課題・ニーズ①

- 内閣府の資料から、「タイにおける60歳以上の高齢者は2020年現在で全人口の18.1%（65歳以上は11.9%）であり（次ページ参照）、高齢者問題に直面するタイでは、高齢者医療・介護福祉市場は成長基調にあり、日系企業の参入も増加しているが、他国製品との熾烈な価格競争、限定的な営業資金といった事業面での課題に加え、規制面での不透明性も障壁となっている」。
- 高齢化率の日タイ比較をすると現在のタイは日本政府がゴールドプランを開始させた1990年頃の状態にあり、タイ政府は早急に高齢化対策を進める必要がある。
- 現在は3世代同居が主流のタイも日本同様に少子化による核家族化していくことも予測され、高齢者施設に対するニーズは今後高まっていくものと予測される。
- 本年1月にタイ保健省が高齢者介護事業法案の省令発布した本年度は、日系企業の事業拡大と新規進出に絶好の機会となっている。

## 事業背景、対象国の課題・ニーズ②



図表 1 : 日本とタイの高齢化率の推移比較

出所 高齢社会白書（H30年） 内閣府, [https://www8.cao.go.jp/kourei/whitepaper/w-2018/zenbun/pdf/1s1s\\_01.pdf](https://www8.cao.go.jp/kourei/whitepaper/w-2018/zenbun/pdf/1s1s_01.pdf)  
 National Economic and Social Development Board (NESDB), Population Projection in Thailand: 2010-2040 (Revised in 2019)

### 1. 地方公共団体とのビジネスマッチングを通じて日本のヘルスケア産業の進出企業の増加を図る。

- ➔ 地方公共団体とのビジネスマッチングを通して、日本のヘルスケア産業の進出企業の増加を図る
- ➔ 会員企業数の増加、個別の進出コンサルテーションの受託、ビジネスマッチングなどプロジェクト受託によりコンソーシアムの拡充を図る。

### 2. 会員候補企業を増加させるためJAPANデスクの設置により日本側でのネットワーク構築を行う。

- ➔ 事業主体であるKAIGO Lifeの本拠地はバンコクであるため、日本国内でのアクセス改善と、日本におけるタイの情報発信を目的としてJAPANデスクを設置しネットワークの拡充を図る。

### 3. 会員企業の販売拡大を支援する活動を行う。

- ➔ 会員企業の高品質な日本のヘルスケア産業の商品・サービスの販売拡大を支援し、会員企業の売り上げの拡大に貢献する。



# 事業スケジュール

- 当事業は2022年3月に実証実験を完了し、2022年4月に本格的な事業化を見込んでいる
- 2022年7月にはベトナムへの横展開を目指し、アジアへの拡充を見込んでいる

	2021年		2022年			
	7-9月	10-12月	1-3月	4-6月	7-9月	10-12月
	活動準備	モデル事業開始	調査事業完了	実事業開始	横展開	
ネットワークの拡充	<ul style="list-style-type: none"> <li>島根県・大分県とのビジネスマッチングに向けた準備</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ビジネスマッチングを実施</li> <li>JAPANデスクの開設準備</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ビジネスマッチングのフォローアップ</li> <li>JAPAN デスクを開設し情報発信イベントを開催</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ビジネスマッチング参加企業のタイ視察ツアー実施</li> <li>JAPAN デスクからの定期的な情報発信を実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ベトナム側への紹介開始</li> <li>会員企業へベトナムの情報発信とニーズの把握</li> </ul>	
販売拡大支援	<ul style="list-style-type: none"> <li>レンタル事業企画案確定</li> <li>Aeonとの協業準備</li> <li>TLT事業への参画を準備</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>レンタルトライアル事業実施</li> <li>TLT事業への参画</li> <li>セントラルとの協業を準備</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>レンタル事業内容を確認</li> <li>TLT事業の成果を調査</li> <li>セントラルとのイベントを開催</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>レンタル事業を開始</li> <li>TLT事業の学びから介護デジタル検討を開始</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>レンタル事業のベトナムでの展開を企画</li> <li>レンタル事業のベトナムでのトライアル開始</li> </ul>	

II.

当事業実施にあたり  
期待される効果

## 普及が見込まれる製品・サービス

- タイに於いてJAPANブランドを定着させるためにコンソーシアムを拡充させるためのサービス
  - 地方公共団体とのビジネスマッチングを含めた協業
  - JAPANデスクの設置による情報発信やコンサルテーション
    - ✓ 昨年度「令和2年度国際ヘルスケア拠点構築促進事業（医療拠点化促進実証調査事業）」の下で構築したネットワークに上記を追加することで、ベトナム・インドをはじめとしたアセアン・アジア地域にも面的展開が可能になるプラットフォームを提供することができる。
- 高品質であるが価格競争で苦戦する日本のヘルスケア産業の商品やサービスを市場に広く普及させるためのビジネスモデルの提供
  - 割賦販売事業
  - 福祉用具レンタル事業
  - 異業種との協業

## 実施相手国の裨益

- 「事業背景、対象国の課題・ニーズ」の項目にて前述した通り、高齢化対策が急務なタイにおいて、高齢化対策先進国である日本の製品・サービスはQOLの向上と健康寿命の延伸のために貢献できる。
- ネットワークの拡充で、より多くの優れたヘルスケア商品・サービスが紹介され、質の高い高齢者支援が行われる。
- 結果として、タイ政府が目指すASEANのヘルスケアハブとしてのポジションを確立していくことに貢献できると考えられる。



# 本年度補助事業 活動計画

## 本年度補助事業期間の達成目標①

- 島根県・大分県とタイ商工会議所会員企業を中心としたタイ企業とのビジネスマッチングとJAPANデスクの設置からコンソーシアムの拡充のため、会員企業・会員候補企業を拡大する。

(主な活動)

- 島根県（産業振興課の支援企業）とのビジネスマッチング
  - 福祉機器企業
  - 衛生関連企業
  - 健康食品企業
- 大分県（大分県医療ロボット・機器産業協議会 会員企業）とのビジネスマッチング
  - ロボット技術を活かした福祉機器企業

## 本年度補助事業期間の達成目標①

### ■ JAPANデスク開設

- 前述の活動からKAIGO Lifeの会員企業・会員候補企業を拡大すると共に、地方公共団体とのビジネスマッチングを遂行させるための事前セミナー、日本側事前準備、タイ側事前準備、リハーサル、本番、アフターフォローまでのオペレーションマニュアルを内部で作成し、来年度以降のKAIGO Lifeの一つの収入源として確立させる。
- また、日本側でのアクセスを増大させるための情報発信、問い合わせ拠点としてJAPANデスクを開設し情報発信を開始させる。将来的に新規進出など個別のコンサルティング事業を受託できる体制を構築する。
- 具体的には、JAPANデスクは下記の体制となる。
  - 日本在住の窓口担当者 2 名（株式会社松永製作所所属）

## 本年度補助事業期間の達成目標②

- 既存の高品質であるが価格競争で苦戦する会員企業の販売拡大に寄与する活動を行い、満足度の向上を図る。

(主な活動)

- 割賦販売事業
- 福祉用具レンタル事業
- 異業種との協業による販売拡大事業

上記の活動から会員企業の維持のための満足度向上に繋げる。また新たな販売ルートの確立は会員企業の拡大にも繋がる。

また、新たな収入源としてのKAIGO Lifeが割賦事業者、レンタル事業者等とのアレンジを担当することで、販売手数料収入のビジネスモデルも確立させる。

# 本年度補助事業の実施内容

## 実施内容

### 1. 地方公共団体を対象としたネットワーク構築実証

- 島根県・大分県事業者とのビジネスマッチング開催
- 島根県・大分県企業の製品展示（場所：サイアム地区・JAPAN ウェルネスセンター※1 向かい）
- JAPANデスク設置と周知

### 2. 割賦販売による販売拡大の実証調査

- Aeonと参画条件の協議
- 会員企業と参画する商品の相談
- ウェルネスカード※2発行時に紹介イベント開催

### 3. 福祉用具レンタル事業実証調査

- 車椅子個人向けレンタルのトライアルを実施する（B to Cレンタル）
- 車椅子施設向けレンタルのトライアルを実施する（B to Bレンタル）
- 福祉用具レンタル紹介ブースの設置
- クルンタイ銀行の協力でレンタル事業のFS策定
- ムアンタイ生命と老年保険内のサービスの一つとして検討開始
- J. フロントリテイリングのレンタル事業への投資相談

### 4. 異業種との協業による販路拡大実証調査

- TOYOTA Leasing Thailand（以下「TLT」という）と新規サブスクリプションサービス「KINTO」のヘルスケアハブ部門での協業の相談と、電子決済事業「TOYOTA Wallet」やE-Commerce事業で協業する
- セントラルネット販売※3におけるKAIGO Life会員企業の商品販売を支援する。
- セントラルとヘルスケアイベント共催する

Note : ※1 KAIGO Life事務所併設のショールーム

※2 イオン社が新規に立ち上げるヘルスケア向けクレジットカードの名称

※3 セントラルデパートが運営するE-Commerceサイト

# 本年度補助事業の活動スケジュール①



プロジェクト	活動内容	2021年						2022年		
		7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
地方公共団体を対象としたネットワーキング構築実証	ビジネスマッチング	島根								
			大分							
	展示ブース拠点構築									
	JAPANデスク開設									
割賦販売による販売拡大の実証調査事業	Aeonとの参画条件協議									
	会員企業と参画する商品の協議									
	ウェルネスカード発行時紹介イベント開催									

# 本年度補助事業の活動スケジュール②



プロジェクト	活動内容	2021年						2022年			
		7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	
福祉用具レンタル事業実証調査	B to Cレンタルのトライアル		計画	実証	実証	実証	評価				
	B to Bレンタルのトライアル		計画	実証	実証	実証	実証	評価			
	レンタル事業紹介ブースの設置		計画	実証	実証	実証	実証	実証	実証	評価	
	FS策定						計画	実証	実証	評価	
	老年保険内のサービスとの協業協議							計画	実証	実証	評価
	投資候補先と協議							計画	実証	実証	評価
異業種との協業による販路拡大実証調査	TOYOTAのKINTO事業への参画		計画	実証	実証	実証	実証	実証	実証	評価	
	セントラルネット販売への参画		計画	実証	実証	実証	実証	実証	実証	評価	
	セントラルとヘルスケアイベントを共催			計画	実証	実証		計画	実証	評価	

## IV.

# 本年度補助事業 活動報告

- ・活動報告
- ・活動成果

# 実証調査活動報告 | 地方公共団体対象のネットワーク構築実証 (1/6)

活動内容

実施状況

進捗状況や達成状況

## 1.地方公共団体を対象としたネットワーク構築実証

1.ビジネス  
マッチング

完了

### (島根県：11社/タイ側参加企業：15社)

- ・ 島根県企業1社に対してタイ側3社とのビジネスマッチングが完了した  
(事前準備)
  - ✓ 島根県企業の会社紹介資料作成と資料のタイ語化を行った
  - ✓ 島根県企業のビジネスマッチング参加目的の把握を行った
  - ✓ 通訳手配を実施した
  - ✓ リハーサルを3回 (内部1回・島根県側と合同で2回) 実施した
    - ZOOMの通信テスト
    - ブレイクアウトルームの操作確認
    - スライドの確認
    - 通訳を交えて実際の進行確認
  - ✓ 有力案件についてはタイ企業から事前のヒアリングを実施した
  - ✓ 提供された試供品をタイ企業へ配布した
- (実施内容)
  - ✓ ZOOMのブレイクアウトルームを使い1セッション40分にて実施した
  - ✓ 全商談にサポートとして参画した
- (個別結果)
  - ✓ サンプル発注した案件 1件
    - 島根：福祉機器の企業－タイ：福祉用具販売企業
  - ✓ 現地調査へ向けて継続協議を行っている案件 1件
    - 島根：健康食品企業－タイ：オーガニック製品企業
  - ✓ タイ側で島根県企業と同行し調査実施した案件 1件
    - 島根：設備機器の企業－タイ：施設設計企業
  - ✓ 試供品のトライアルを継続して行い需要の把握をしている案件 1件
    - 島根：健康食品企業－タイ：酒類を中心とした輸入企業

# 実証調査活動報告 | 地方公共団体対象のネットワーク構築実証 (2/6)

活動内容

実施状況

進捗状況や達成状況

## 1. 地方公共団体を対象としたネットワーク構築実証

1. ビジネス  
マッチング

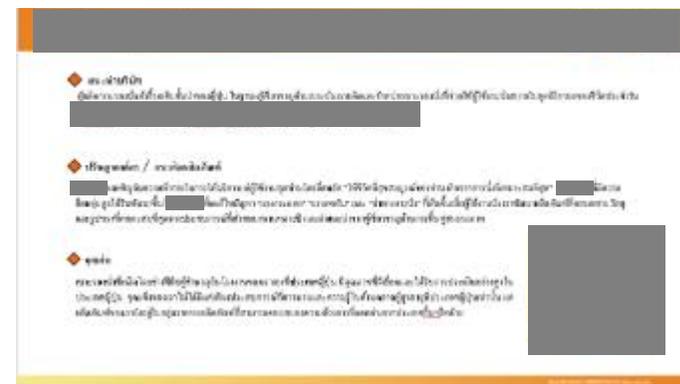
完了

(総括結果)

- ・ **島根県より来年度以降も協力関係を継続したい意向を受けた**
- ・ 2022年3月にタイで開催予定のCARE EXPOに島根県ブースが出展予定で支援の要請を受けた

No.	企業名	企業ウェブサイト	対象のマッチング相手	マッチング相手1		マッチング相手2		マッチング相手3	
				所在地	紹介経路	所在地	紹介経路	所在地	紹介経路
1		○	島根県 産業振興局	島根県 産業振興局	島根県 産業振興局	島根県 産業振興局	島根県 産業振興局	島根県 産業振興局	島根県 産業振興局
2		○	島根県 産業振興局	島根県 産業振興局	島根県 産業振興局	島根県 産業振興局	島根県 産業振興局	島根県 産業振興局	島根県 産業振興局
3		○	島根県 産業振興局	島根県 産業振興局	島根県 産業振興局	島根県 産業振興局	島根県 産業振興局	島根県 産業振興局	島根県 産業振興局
4		○	島根県 産業振興局	島根県 産業振興局	島根県 産業振興局	島根県 産業振興局	島根県 産業振興局	島根県 産業振興局	島根県 産業振興局

図表2：マッチング先管理表



図表3：日本側企業のタイ語資料

# 実証調査活動報告 | 地方公共団体対象のネットワーク構築実証 (3/6)

活動内容

実施状況

進捗状況や達成状況

## 1.地方公共団体を対象としたネットワーク構築実証

1.ビジネス  
マッチング

完了

### (大分県：6社／タイ側参加企業：31社)

- ・ 大分県企業の紹介をタイ商工会議所が募集した31社に対して動画も含め実施した(事前準備)
  - ✓ 大分県企業の商品紹介動画を編集しタイ語音声を入力した
  - ✓ 大分県企業の企業紹介資料をタイ語化した
  - ✓ タイ商工会議所サナン会頭を訪問し事前説明を実施した
  - ✓ タイ商工会議所に対して参加企業の概略の事前説明を実施した
  - ✓ 通訳の手配を行った
  - ✓ リハーサルを3回実施した
  - ✓ イベントのバナーを作成した
- (実施内容)
  - ✓ ZOOMのウェビナーを使ってのマッチングを実施した
  - ✓ マッチングの司会進行を行った
  - ✓ ウェビナー中のタイ側からの質問の整理を実施した
- (実施結果)
  - ✓ 6社の説明が完了した
  - ✓ タイ側からの継続協議を行いたい福祉機器2件の選定ができた



図表4：マッチングイベントバナー



図表5：タイ語音声入り紹介動画

# 実証調査活動報告 | 地方公共団体対象のネットワーク構築実証 (4/6)

活動内容

実施状況

進捗状況や達成状況

## 1. 地方公共団体を対象としたネットワーク構築実証

1. ビジネス  
マッチング

完了

- 大分県側代表とタイ商工会議所サナン会頭の面談を実施した  
(事前準備)
  - ✓ 会頭を説明向けのウェビナーの動画を編集・作成した
  - ✓ 面談のシナリオを作成した
  - ✓ リハーサルを2回実施した
  - ✓ 通訳を手配した
  - ✓ 当日の会場になる会議室の視察を実施した
  - ✓ バナーの作成を実施した
- (実施内容)
  - ✓ ZOOMのウェビナーを使い実施した
  - ✓ 大分県側が求めるタイ商工会議所とのMOU締結に向けて基本合意した
- (実施結果)
  - ✓ **来年度以降も継続して協力していく要望を受けた**
  - ✓ **タイ商工会議所側から大分県の産業である温泉についてもタイのメディカルツーリズムで協業をしたい意向**が示された



図表6：イベント後サナン会頭と記念撮影



図表7：マッチングイベントZOOM画像



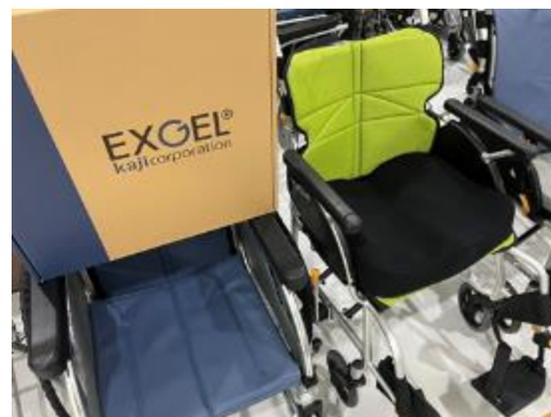
図表8：マッチングイベントバナー

# 実証調査活動報告 | 地方公共団体対象のネットワーク構築実証 (5/6)

活動内容	実施状況	進捗状況や達成状況
1. 地方公共団体を対象としたネットワーク構築実証		
2. 展示ブース 拠点構築	完了	<p>(島根県)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>KAIGO Lifeショールームに隣接する展示スペースで島根県の商品展示を実施した</li><li>試供品をビジネスマッチングに参加し実際に面談するタイ企業へ配布した</li><li>試供品 (P.23参照) のトライアルを継続的に実施している飲食店の様子を示す (図表9)</li></ul> <p>(大分県)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>KAIGO Lifeショールームに隣接する展示スペースで1社の展示品の展示を実施し、マッチング前にタイ側参加企業に紹介した (図表10)</li></ul>



図表9：飲食店で試供品をトライアル中  
商品は島根県企業より提供のえごま醤油



図表10：展示品画像 車いす用クッション

# 実証調査活動報告 | 地方公共団体対象のネットワーク構築実証 (6/6)

活動内容

実施状況

進捗状況や達成状況

## 1. 地方公共団体を対象としたネットワーク構築実証

### 3. JAPANデスク 開設

完了

- JAPANデスク設立準備の実施
  - ✓ プレゼン資料の作成
  - ✓ ZOOMを使いリハーサル
  - ✓ 登壇者との打ち合わせ
- **JAPANデスクを本社海外営業部内に開設した**
- JAPANデスク開設イベントをオンラインで実施した。38団体が参加した。



図表11: JAPAN デスク開設イベント運営



図表12: JAPAN デスクZOOM画像



図表13: JAPAN デスクの役割のスライド

# 実証調査活動報告 | 割賦販売による販売拡大の実証調査

活動内容	実施状況	進捗状況や達成状況
2. 割賦販売による販売拡大の実証調査		
1. Aeonとの参画条件協議	完了	<ul style="list-style-type: none"><li>販売対象候補となるKAIGO Life会員企業の商品・サービス紹介が完了した</li><li>企業側が販売したい商品の傾向としては、一括購入のハードルが高い高価格帯の商品が多い一方、イオンカード会員は低・中所得者層が多く、高すぎる商品はニーズがないことも判明した</li><li>割賦販売とはいえ、高価格商品売りたい企業側と、イオンカード会員の購買意欲との相違点があることを把握した</li><li>上記を踏まえトライアルとしてマツナガの商品で中所得者層向け（10,000-15,000タイバツ）の商品も追加することを決定した</li><li><b><u>Aeon側の計画シフトもあり協議を一旦先送りした</u></b></li></ul>
2. 会員企業と参画する商品の協議	完了	<ul style="list-style-type: none"><li>KAIGO Life会員企業で参画を希望する企業の商品のリストアップが完了した</li><li>KAIGO LifeのWEBサイト上でマーケットプレイスの作成が完了した</li></ul>
3. ウェルネスカード発行時紹介イベント開催	未了	<ul style="list-style-type: none"><li>イオン社との協議の結果、イベント開催は延期する見通しとなったことから、未了とする</li></ul>

# 実証調査活動報告 | 福祉用具レンタル事業実証調査 (1/7)

活動内容

実施状況

進捗状況や達成状況

## 3. 福祉用具レンタル事業実証調査

1. B to Cレンタルのトライアル

完了

### 【事業開始準備】

- 各種書類の作成を実施した（チラシ・標準契約書雛型・価格表・費用計算書・契約書・商品管理表等）

### 【広告・マーケティング】

- SNS（LINE、Facebook）を活用した広告宣伝活動を実施した
- 開始後1週間で、個人顧客から5件のコンタクトがあった。

### 【契約・トライアル開始】

- 上記コンタクトのうち、調査に協力可能でありその後の契約の意思がある2件に対して、車いすと歩行器のトライアルを開始した
- 上記とは別に、旅行中の外国人からの要望に対応して2週間のレンタルを実施した
- 一件は身体状態が改善したとのことで機種の変更を実施した（各種資料については次頁に掲載）

### 【顧客からのフィードバック内容】

- メンテナンス付きな所が安心である
- 3か月後の返却であることや逆に買取も可能なことで今後の状況に応じて再度意思決定をできるところが良い
- 1ヶ月など短期レンタルも対応して欲しい

### 【レンタル提案によるメリット】

- 他社商品との比較ではなく、**「買取かレンタルか」という選択肢を提示することで、レンタルを選択する意思決定を促すことができた**

活動内容

実施状況

進捗状況や達成状況

## 3. 福祉用具レンタル事業実証調査



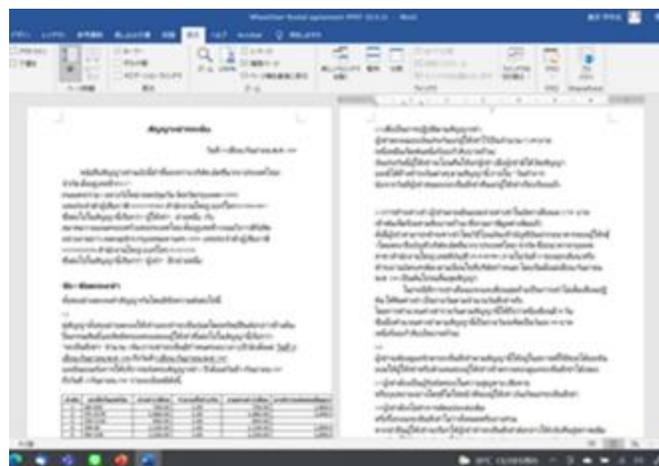
図表14 : レンタルチラシ



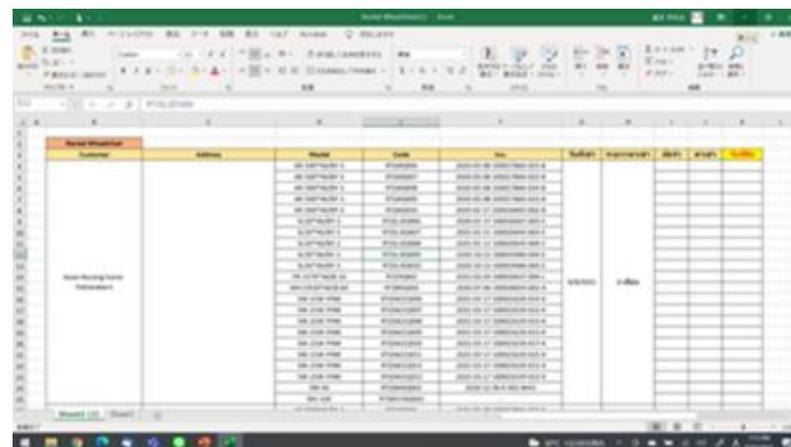
図表15 : レンタル提案書 (抜粋)



図表16 : 管理番号シール



図表17 : 契約書ドラフト



図表18 : 商品管理表

# 実証調査活動報告 | 福祉用具レンタル事業実証調査 (3/7)

活動内容

実施状況

進捗状況や達成状況

## 3. 福祉用具レンタル事業実証調査

2. B to Bレンタルのトライアル

完了

### 【事業開始準備】

- チラシの作成が完了した
- 提案書作成が完了した
- 価格表と費用計算書の作成が完了した
- 契約書の作成が完了した

### 【広告・マーケティング】

- SNSでの広告宣伝開始した

### 【トライアル開始】

- 高齢者施設2施設において車いすと歩行器のトライアルを開始した

### 【フォローアップトレーニング】

- 高齢者施設2施設一般介護士向けの商品トレーニングが完了した
- うち1施設管理者向けの上級商品トレーニングが完了した



図表19：フォローアップトレーニング

# 実証調査活動報告 | 福祉用具レンタル事業実証調査 (4/7)

活動内容

実施状況

進捗状況や達成状況

## 3. 福祉用具レンタル事業実証調査

2. B to Bレンタルのトライアル

完了

### 【レンタル提案】

- 医療機関向けレンタルのトライアルのために病院グループのBDMS (Bangkok Dusit Medical Service) に対して病院へのレンタルの提案を実施した
- Kluaynamthai病院にレンタルの提案を行った
- Prince Hospitalのリハビリテーション科にレンタルの提案を行った

### 【契約開始】

- **車いすと歩行器のトライアル行っていた2施設について4月以降の正式契約が決定した**
- トライアル以外の上記を含む3施設でレンタル提案書、カタログでの紹介と実際の商品デモからレンタル契約を締結した。まずは車いすと歩行器から開始した



図表20：レンタルの提案



図表21：BDMSでの提案

# 実証調査活動報告 | 福祉用具レンタル事業実証調査 (5/7)

活動内容

実施状況

進捗状況や達成状況

## 3. 福祉用具レンタル事業実証調査

3. レンタル事業  
紹介ブース  
の設置

完了

- ・ タイ保健省に対して在タイ日本国大使館と共に日本の高齢者支援政策の背景及び福祉用具レンタル事業の説明を2回実施が完了した
- ・ タイ保健省を招きレンタル事業と衛生管理手法のプレゼンを実施した
- ・ Senior Health Service and Trade Association (SHSTA)に対してレンタルの紹介を行った
- ・ タイ保健省との協議を踏まえSDGsの観点からレンタル事業を推進するよう助言を受け提案書を作成した。2022年11月開催予定のAPEC会議に向け協力関係の構築を目指すことで合意した



図表22：レンタルブースにて保健省情勢機研究員に説明



図表23：トライアル施設を保健省情勢機研究員と見学



図表24：SDGsに絡めた提案書表紙

# 実証調査活動報告 | 福祉用具レンタル事業実証調査 (6/7)

活動内容

実施状況

進捗状況や達成状況

## 3. 福祉用具レンタル事業実証調査

4. FS策定

完了

- ・ トライアル実施から各商品ごとの適正レンタル価格を設定した。総費用（製品原価・輸送費・想定修理代・消毒代）が契約レンタル期間の45-50%でカバーできるように設定することを決定した。

【価格事例】

総費用が15,000タイバーツで3年（36ヶ月）契約の場合  
 $15,000 \div 36 \div 0.5 = 833$ タイバーツ ← 月額レンタル料金

- ・ トライアル中の平均レンタル単価は 845タイバーツ（3年契約想定）
- ・ 消毒費・輸送費の計算を実施した
- ・ 減価償却費の試算を実施した
- ・ レンタルの事業化についてFSを策定した（56頁にて後述）

# 実証調査活動報告 | 福祉用具レンタル事業実証調査 (7/7)

活動内容	実施状況	進捗状況や達成状況
3. 福祉用具レンタル事業実証調査		
5. 老年保険内のサービスとの協業協議	完了	<ul style="list-style-type: none"><li>• B to B 及び B to C レンタルのトライアルについて実際に掛かる経費の記録を実施した</li><li>• 老年保険内のサービスメニューとして採用可能かの検討を進める</li><li>• 後述するトヨタリーシングのKINTO事業内に保険サービスも含まれており包括的に連携することで合意した</li><li>• <b><u>老年保険内でのレンタルサービスの提供は保険自体の認知度が低く時期尚早であるとの結論を得た</u></b></li></ul>
6. 投資候補先と協議	完了	<ul style="list-style-type: none"><li>• J. フロントリテイリング社にレンタルのトライアル事業を開始した旨の情報共有を実施</li><li>• 投資家の視点からの要求事項の把握と検討を進める</li><li>• <b><u>将来的な海外展開のメイン事業にすることを踏まえ松永製作所として投資の検討を開始した</u></b></li></ul>

# 実証調査活動報告 | 異業種との協業による販路拡大実証調査 (1/3)

活動内容

実施状況

進捗状況や達成状況

## 4. 異業種との協業による販路拡大実証調査

1. TOYOTAの  
KINTO事業への  
参画

完了

### 【実施内容】

- Toyota Leasing Thailand (以下：TLT) に対してKAIGO Life会員企業の商品サービスの紹介した
- 電子決済システムのTOYOTA Walletへの参画からスタートで合意した
- KAIGO Lifeとしてのマーケットプレイスドラフト作成と運用テストが完了した
- 現場チームとの定期的会合の設定
- トップマネジメントとの関係構築

### 【フィードバック】

- TLTよりKINTO事業のMedical Hub部門のパートナーとして日本のコンソーシアムとの連携は効率的で有益であるとのフィードバックを受けている

### 【今後の計画及び進行中の内容】

- TLT側でTOYOTA Walletとの接続テスト実施中
- 3月にプロジェクトアライアンス制定予定



図表25：マーケットプレイス画面



TOYOTAの「KINTO」プログラム

- ① Fly
- ② Journey
- ③ Hotel
- ④ Leisure and Bleisure
- ⑤ Healthcare Hub
- ⑥ Attraction
- ⑦ Natural

上記7パートのうち⑤Healthcare Hubのパートにて参画

図表26：KINTO事業のフィールド説明資料  
出所：Toyota Leasing Thailand Co., Ltd. 作成



図表27：KAIGO Life Dr. Nartと  
TLT Ning社長との会談時画像

# 実証調査活動報告 | 異業種との協業による販路拡大実証調査 (2/3)

活動内容

実施状況

進捗状況や達成状況

## 4. 異業種との協業による販路拡大実証調査

1. TOYOTAの  
KINTO事業への  
参画

完了

### 【合意内容】

- 2025年までの中期計画の策定について相談を受けKAIGO Life及びMATSUNAGAの役割を下記の5点を設定した。
  - ✓ 顧客の課題の把握
  - ✓ サービス提供者の選定
  - ✓ 協業者の選定
  - ✓ 価格設定の検討
  - ✓ KINTO ビジネスでの協業



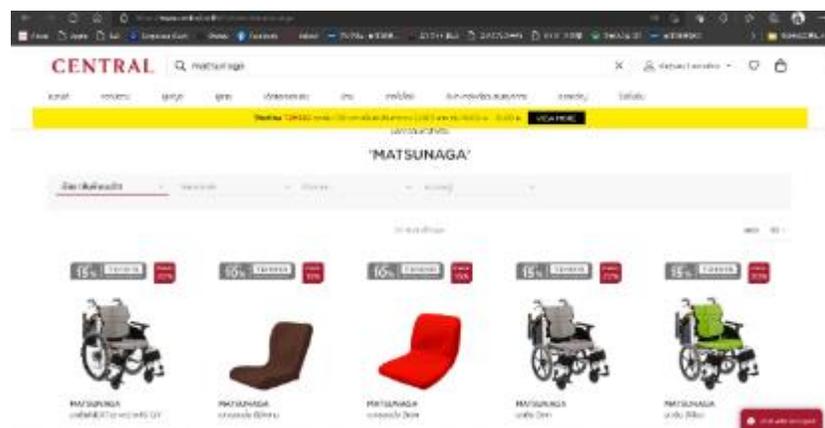
図表28：会議風景



図表29：Ning社長との画像

# 実証調査活動報告 | 異業種との協業による販路拡大実証調査 (3/3)

活動内容	実施状況	進捗状況や達成状況
4. 異業種との協業による販路拡大実証調査		
2. セントラルネット販売への参画	完了	<ul style="list-style-type: none"> <li>• セントラルグループのネット販売への参画協議が完了した</li> <li>• セントラルネット販売のトライアルを開始した</li> </ul>
3. セントラルとヘルスケアイベントを共催	完了	<ul style="list-style-type: none"> <li>• J. フロントリテイリング社との日本物産展を中心としたヘルスケアイベント協業にも大筋合意した</li> <li>• J. フロントリテイリング社のプライムライフ戦略の定例会議に参画しイベント内容について協議に参加した</li> <li>• セントラルに対する協業イベント提案書の作成補助を行った</li> <li>• 大丸東京店の「明日見世」(売らない店舗)の見学を行った</li> <li>• J. フロント経営陣とセントラル経営陣のWEB会議をセッティングした</li> </ul>



図表30：セントラルのネット販売画面



図表31：大丸東京店の明日見世を見学

# その他の活動報告 | KAIGO Life (1/12)

活動内容

進捗状況や達成状況

## KAIGO Lifeの活動報告

### ①会員企業の活動支援

亜塩素酸水の  
タイFDA輸入登録  
に関する支援

- F社の亜塩素酸水に関するタイFDA輸入登録業務委託を2021年8月より6ヶ月契約で受託した  
(目的)
  - ✓ FDA調査費用収入
  - ✓ FDA調査スキームの確立(活動内容)
  - 【外部コンサルトの打合せ】
    - ✓ 食品系のFDA登録への専門知識を持つ外部アドバイザーと契約した
    - ✓ 8月より外部アドバイザーと進捗確認した
  - 【申請前確認】
    - ✓ F社と毎月の報告会をWEBで開催した
    - ✓ F社より商品の紹介を受け、食品添加物として登録をしたいという意向を確認した
    - ✓ 現状でF社より提供を受けている書類を外部アドバイザーと確認した
    - ✓ 亜塩素酸水が過去にタイFDAによって承認された例がないことをデスクトップ上で確認しカテゴリ確認のためのタイFDAへのコンタクトが必要であることを確認した
  - 【プロセス確認】
    - ✓ カテゴリ確認のための電子申請形式での申請のための書類を作成した
    - ✓ 電子申請前の確認で追加書類が必要との指摘を受けF社に再度提出を依頼した
    - ✓ 最終的に輸入許可を取得するための方向性を把握しF社と報告した(フィードバック)
  - ✓ 契約期間内に方向性の把握まで完了したということについて満足を得られた
  - ✓ 現在FDA登録業務自体の委託について相談中

## その他の活動報告 | KAIGO Life (2/12)

### 活動内容

### 進捗状況や達成状況

#### KAIGO Lifeの活動報告

##### ①会員企業の活動支援

#### リハビリアプリ 調査事業受託

- Dr. Nart経由で紹介のあったN社のリハビリアプリの市場ニーズ調査を受託した  
(目的)
  - ✓ 委託費収入獲得のため
  - ✓ 将来的な他プロジェクトでの委託費獲得の体制構築のため
  - ✓ タイ保健省からヘルスケア系アプリの要望が高いため(フィードバック)
  - ✓ 1ヶ月の短期の調査でありながら、タイの高齢者施設に関する情報やタイの理学療法士の現状などが盛り込まれた点など、質の高い調査報告書との評価を得た
  - ✓ 第2フェーズについても依頼を受けた
  - ✓ 2022年3月1日現在他の企業からもヘルスケアアプリの調査事業について相談を受けている

# その他の活動報告 | KAIGO Life (3/12)

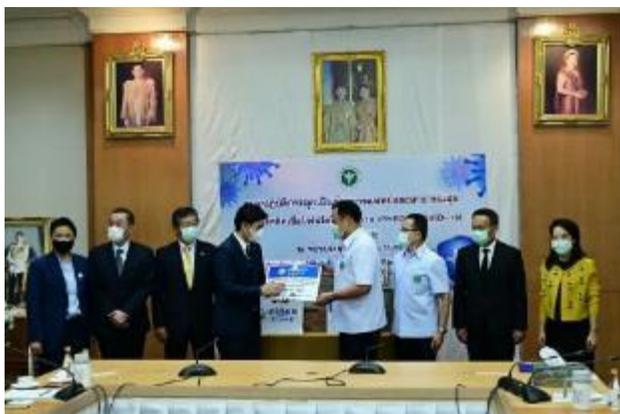
活動内容

進捗状況や達成状況

## KAIGO Lifeの活動報告 ①会員企業の活動支援

ユニ・チャーム社のタイ保健省への寄贈式をアレンジ

- ユニ・チャームタイランド社のタイ保健省管轄の野戦病院に対する寄贈に際し、アヌティン副首相兼保健大臣と梨田在タイ日本国大使出席での寄贈式典をアレンジした
- 式典内でユニ・チャームタイランド社の活動と共にKAIGO Lifeの紹介も行った



図表32：ユニ・チャーム社からアヌティン副首相へ寄贈



図表33：梨田在タイ日本大使館特命全権大使同席



図表34：ユニ・チャーム社から野戦病院への寄贈品

# その他の活動報告 | KAIGO Life (4/12)

## 活動内容

## 進捗状況や達成状況

### KAIGO Lifeの活動報告 ①会員企業の活動支援

#### Saraya社の タイ保健省での 日本式衛生管理 セミナーアレンジ

- タイ保健省主催の高齢者向けビジネス事業者向けWEBセミナー内の衛生管理パートでSaraya International (Thailand) 社からの日本式衛生管理についてのパートをアレンジした
  1. 在タイ日本国大使館横田一等書記官より挨拶
  2. Saraya社より日本式衛生管理についてのプレゼンテーション
  3. セミナー終了後にSaraya社よりタイ保健省に商品説明



図表35：在タイ日本大使館  
横田一等書記官より挨拶



図表36：Saraya社より日本式衛生管理  
セミナー



図表37：Saraya社より日本式衛生管理  
セミナー終了後商品説明

# その他の活動報告 | KAIGO Life (5/12)

活動内容

進捗状況や達成状況

## KAIGO Lifeの活動報告 ①会員企業の活動支援

### 会員企業との月例会議①

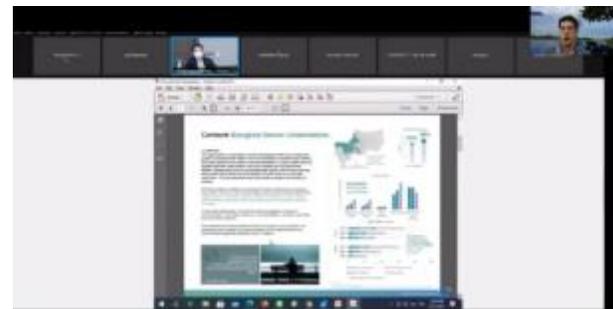
- コロナ規制のロックダウン下での状況提供と各社の営業活動・業務体制の情報を共有した
  1. バンコク病院則竹医師よりバンコク病院のオペレーションの状況を共有
  2. 各社から出社規制・健康チェックの手法などを共有
  3. Dr. Nartより高齢者市場セミナーを日本語通訳付きで実施
  4. 在タイ日本国大使館横田一等書記官よりタイにおける日本人向けのワクチン接種や日本一時帰国時の隔離状況の共有  
(フィードバック)
    - ✓ タイ政府からの規制や要請に不透明な点が多いために、正しい意思決定が困難である中、各社の対応状況を聞くことができ今後の参考になった
    - ✓ バンコク病院則竹先生の発表から自身がコロナに罹患した場合の厳しさを再認識した
    - ✓ タイでのワクチン接種についての情報が錯綜している中、日本大使館からの情報提供により安心材料を得た



図表38 : バンコク病院よりコロナ下での病院の状況とコロナへの対応を説明



図表39 : 会員企業各社から  
コロナ対応状況の共有



図表40 : Dr. Nartの高齢者市場  
セミナー

# その他の活動報告 | KAIGO Life (6/12)

## 活動内容

## 進捗状況や達成状況

### KAIGO Lifeの活動報告

#### ①会員企業の活動支援

#### 会員企業との月例会議②

- 在タイ日本国大使館横田一等書記官より日本政府、及びタイ政府間の取り組みについて情報共有
- 高齢者サービス協会・Senior Health Service and Trade Association (SHSTA) 様からの活動のご紹介 (SHSTAは高齢者介護事業者法案の発布により2020年発足)
  1. 定例ミーティングやタイ全国におけるオンライン・オフラインイベントのご紹介
  2. 政府との連携について
  3. ワクチン接種や情報提供活動などのCSR活動
  4. Smart procurement, タイにおける介護サービススタンダードの引き上げ、遠隔医療などの将来実施するプロジェクトについて概況の共有
  5. 介護施設のご紹介
- KAIGO Lifeショールームのご案内
- KAIGO LifeとTLT (Toyota Leasing Thailand) 間の取り組みについて情報共有 (フィードバック)
  - ✓ SHSTAが日本企業にとってのタイ市場突破口のポテンシャルを持っていることを確認した
  - ✓ SHSTAが日本企業との取り組みについて関心があることを確認した
  - ✓ KAIGO Lifeショールームが会員企業にとって大きな一歩となることを再認識した
  - ✓ タイの少子高齢化社会が日本を後追いする形となっていることを再認識した
  - ✓ Dr. Nartの情報共有から、タイにおけるシニアモビリティの重要性について会員様と意識の擦り合わせを行った
  - ✓ 日本企業の商品サービス、そしてノウハウ提供の実現がタイにおける介護サービススタンダードの引き上げに大きく寄与することを再認識した

# その他の活動報告 | KAIGO Life (7/12)

活動内容

進捗状況や達成状況

## KAIGO Lifeの活動報告

### ①会員企業の活動支援

会員企業のタイ人  
マネージャー向け  
セミナー

- Dr. NartよりKAIGO Life会員企業のタイ人マネージャー向けのタイ高齢者市場についてのWEBセミナーを開催した  
(目的)
  - ✓ 高齢者介護事業法案が省令発布され市場が急速に拡大しているため
  - ✓ 会員企業から「現地のタイ人マネージャの知識レベルが低く、業務の向上には日本人マネージャーと同等の知識を持つことが重要」との意見を得たため
  - ✓ 会員企業によっては日本においても高齢者市場が主要な市場でない企業もあり、今後高齢者市場でKAIGO Lifeとして多くの会員企業と協業していくためにも各社のタイ人マネージャーレベルの高齢者市場への理解が有益であると判断した  
(フィードバック)
  - ✓ 全てタイ語での実施であったため、タイ人マネージャーにとって有益であった
  - ✓ 日本人マネジメントが高齢者市場に展開すると言及していた意味を理解した  
(今後)
  - ✓ タイ人聴講者から次回のセミナーの内容についてヒアリングを実施し企画する



図表41：高齢者市場セミナー（市場環境）



図表42：高齢者市場セミナー（高齢者施設）

# その他の活動報告 | KAIGO Life (8/12)

活動内容

進捗状況や達成状況

## KAIGO Lifeの活動報告 ①会員企業の活動支援

合法化された  
カンナビス治療  
病院の見学

- カンナビス治療を進めるパナシー病院を視察した (目的)
  - ✓ タイ保健省が積極的を進めるカンナビス治療について知見を持つため
  - ✓ 美容・ウェルネス部門の病院も今後のKAIGO Life会員企業のターゲットになるため
  - ✓ カンナビス治療について、日本からの問い合わせに対応可能な体制を整えるため



図表43 : バンコクのクリニックの治療



図表44 : がん病院の開所式参加



図表45 : カンナビス治療に関する資料

# その他の活動報告 | KAIGO Life (9/12)

活動内容

進捗状況や達成状況

## KAIGO Lifeの活動報告 ②タイにおける活動基盤の構築

タイ商工会議所  
サナン会頭訪問

- タイ商工会議所サナン新会頭を表敬訪問  
(目的)
  - ✓ タイ商工会議所との継続的な関係構築のため(内容)
  - ✓ KAIGO Lifeの活動の紹介と2018年からの活動の報告を実施した
  - ✓ 島根県、大分県、JETROとのビジネスマッチングへの協力要請した(フィードバック)
  - ✓ ヘルスケア産業は非常に重要な市場であり日本からの商品・サービスに非常に期待している
  - ✓ ビジネスマッチングはタイ側にとっても非常に有益であるため活動を継続して欲しい



図表46：サナン会頭訪問時

# その他の活動報告 | KAIGO Life (10/12)

活動内容

進捗状況や達成状況

## KAIGO Lifeの活動報告 ②タイにおける活動基盤の構築

タイ商工会議所  
よりインターン生  
の受け入れ

- タイ商工会議所よりインターン生3名の受け入れ依頼があり、以下の企業にて受け入れた
    - ✓ マツナガタイランド
    - ✓ KAIGO Life
    - ✓ Saraya Thailand
- (目的)
- ✓ タイ商工会議所との関係強化のため
  - ✓ 今後会員企業にインターンを紹介し会員の満足度を向上させるため
  - ✓ インターン生を将来的に雇用する例もあり優秀な社員確保のため
  - ✓ 単純作業を依頼することで業務効率改善するため



図表47：事務所の勤務風景



図表48：タイ商工会議所保健衛生委員会  
クロッド代表にご挨拶

# その他の活動報告 | KAIGO Life (11/12)

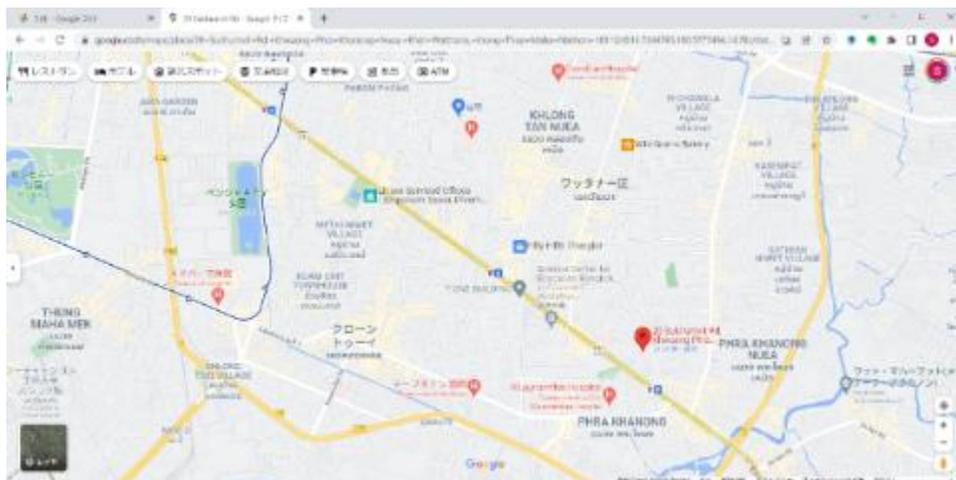
活動内容

進捗状況や達成状況

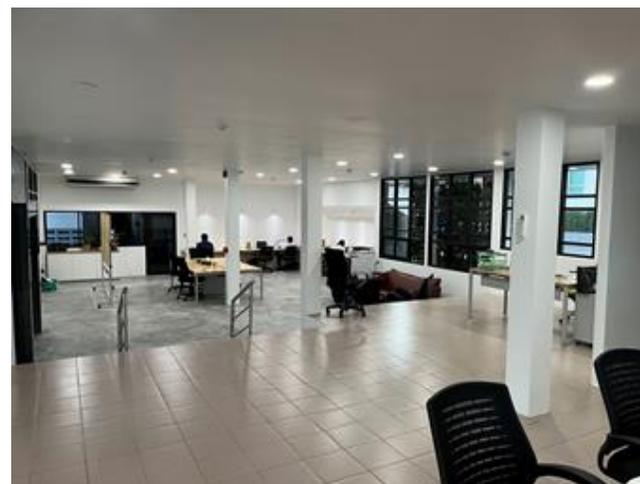
## KAIGO Lifeの活動報告 ③その他

シェアオフィス  
開設

- 通勤に便利なスクンビット地区にシェアスペースを保有した新事務所を開設した(目的)
  - ✓ 新規会員と委託費収入の獲得のため
  - ✓ WEB会議など対応の施設整備のため
  - ✓ マツナガタイ・東海ハイジーン・KAIGO Lifeのスタッフに対しても共有を可能とすることにより、業務効率改善を図る



図表49：新事務所位置



図表50：新事務所内画像

# その他の活動報告 | KAIGO Life (12/12)

活動内容

進捗状況や達成状況

## KAIGO Lifeの活動報告 ③その他

新ショールーム  
開設

- バンコク病院本院の傍に新ショールーム開設  
(目的)
  - ✓ タイ医療の中心地にショールームを構えることで会員企業の満足度を向上させるため
  - ✓ 新規進出を希望する企業にとっても有益なトライアル拠点構築のため
  - ✓ 販売コミッション収入向上のため
- (フィードバック)
  - ✓ バンコク病院の近くに商品展示ができることは非常に有益である



図表51 : ショールームイメージ外観



図表52 : ショールーム改装中画像

V.

# 本補助事業活動の考察

# 補助事業活動を踏まえての考察や課題、その対応策（ビジネスマッチング）

課題	考察や課題	課題に対する対応策
<p>ビジネス マッチングに 対する期待度 のギャップ</p>	<p>(考察)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>日本企業からのビジネスマッチングに対するビジネススタイルの要望は下記の通り多岐に渡る             <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ OEM製造工場を探したい</li> <li>✓ 販売代理店を探したい</li> <li>✓ 市場ニーズが知りたい</li> </ul> </li> </ul> <p>(課題)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>過去に参加したビジネスマッチングの経験を振り返ると商品の情報は提供していたが、上記のような何をしたいかが、タイ企業に伝わっていないケースがあった             <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 弊社としては販売代理店を探しているが、車いすを作りたい企業だと誤解される</li> <li>✓ 市場ニーズを知りたいが、輸入して販売したいため早急に見積もりが欲しいと要望される</li> </ul> </li> </ul> <p>両国側で広く募って場を提供するビジネスマッチングでは、本来の目的である「進出に繋げること」よりも「ビジネスマッチングを行うこと」が目的となってしまう、結果として双方にとって有意義ではなくなってしまう可能性が高い</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本側参加企業の商品やサービスに関する情報も提供するが、双方がビジネスマッチングの相手とどのようなビジネススタイルで協業したいのかについても、事前に共有することを支援し、マッチング相手の選定を行う</li> <li>マッチングの件数を増やすだけでなく、一件一件丁寧に事前準備の上で商談に立ち会うことで、進出に繋げる</li> </ul>

## 補助事業活動を踏まえての考察や課題、その対応策（福祉用具レンタルトライアル）

課題	考察や課題	課題に対する対応策
<p>レンタル品と既存商品間の品質・機能面のギャップ</p>	<p>(レンタルのメリットに係る考察)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 利用者目線 (B to C)               <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 機能面、品質面で現地商品と差別化が可能</li> <li>✓ 購入提案だと不可能だった低・中所得者層の顧客にコンタクトが可能となった</li> <li>✓ 他商品との競合ではなく購入かレンタルかという比較での意思決定を促すことが可能となった</li> </ul> </li> <li>• 高齢者施設目線 (B to B)               <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 高齢者施設側では、施設サービスの付加価値として容易に顧客に説明できる</li> <li>✓ 高齢者施設側でもサービスの質の向上のために利用者への月額料を増額させることができ、レンタル事業者と施設側とでWin-Winの関係構築が見込める</li> </ul> </li> </ul> <p>(課題)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>現地商品との機能差が大きいため、現地の介助職員が機能を正しく理解し、利用者へ正確に取扱説明ができるよう教育の整備が必要</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 現地介助職員が正しい知識・技術を持たないために使いにくいと誤解される</li> <li>✓ 利用者に適切に利用されないことで、本来起こりえない故障が発生しアフターフォローの費用が増加する</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 導入当初はトレーニングを毎月行ったうえで、有益かつ効率的となる最適な実施頻度を本事業中に確定させる</li> <li>● 商品ごとの使い方の動画を作成し提供する</li> <li>● 車椅子自体の安全な使い方の動画を作成し提供する</li> <li>● 施設経営者と相談し独自の実技試験メニューを作り実施する</li> <li>● 車椅子以外の福祉機器（例：ベッド・手すり・スロープなど）の提案も行うことで、より利用者にとっても介助者にとっても安全で負担の少ない環境整備に貢献する</li> </ul>

## 補助事業活動を踏まえての考察や課題、その対応策（福祉用具レンタルトライアル）

課題	考察や課題	課題に対する対応策
<p>実務費用の精度の高い算出</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 事業の拡大には協力企業やレンタル事業者との協業が必須であり、<b>保険会社や投資家候補への提案のために精度の高いFS（フィジビリティスタディ・実行可能性調査）の作成が必要</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. レンタル商品のラインナップ</li> <li>2. レンタル事業に必要な作業とその経費</li> <li>3. レンタル料の設定</li> <li>4. レンタル料金の回収方法</li> </ol> </li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ラインナップの拡充にあたっては、KAIGO Life会員企業の商品（ベッド・アルコールディスペンサーなど）のトライアルおよびニーズ調査を今後実施する</li> <li>2. 必要作業及び経費：トライアルの結果から、アフターサービス頻度は過去事業と同程度と想定（期間中に部品交換を必要とする修理は発生しなかったため） 輸送費については、タイ全土への輸送費を確認済み 日本でのレンタル事業においても、人と物の移動に掛かる費用が重要な要素であるため、効率良く事業展開するためのエリア分けを検討予定である</li> <li>3. 料金回収方法については、B to C向けに電子決済システムを活用すべく、異業種事業者との協業を検討する</li> </ol>

# 補助事業活動を踏まえての考察や課題、その対応策（福祉用具レンタルトライアル）

## ■ レンタル事業FS：事業化のために必要なレンタル単価とボリュームの算出

モデル名	販売定価 THB	月額レンタル費 THB		
		2年契約	3年契約	5年契約
AR-500 	16,600.00	900.00	700.00	500.00
NEXT-51 	35,000.00	1,800.00	1,300.00	950.00
FR-31TR 	50,500.00	2,750.00	1,980.00	1,380.00
MH-CR3D 	55,000.00	2,750.00	1,980.00	1,380.00
SW-21W 	24,000.00	1,200.00	850.00	550.00
MV-100 	17,500.00	1,100.00	750.00	550.00
SM-40 	19,000.00	1,100.00	750.00	550.00

### ボリュームディスカウント

台数	5	10	30
割引率	3%	7%	12%

条件		
病院または施設	15	か所
一か所辺り	20	台
合計台数	300	台
平均ボリュームディスカウント	7	%
平均契約期間	3	年

収入					
	単価(THB)	単価(JPY)	台数	月合計(JPY)	年合計(JPY)
レンタル収入	845.00	2,789	300	836,550	10,038,600
<b>総収入</b>				<b>836,550</b>	<b>10,038,600</b>

支出					
	単価(THB)	単価(JPY)	台数	月合計(JPY)	年合計(JPY)
営業活動費	20,000.00	66,000	1	66,000	792,000
消毒費	1,000.00	3,300	25	82,500	990,000
配送費	500.00	1,650	25	41,250	495,000
広告宣伝費	20,000.00	66,000	1	66,000	792,000
人件費					
統括兼営業	40,000.00	132,000	1	132,000	1,584,000
営業	20,000.00	66,000	1	66,000	792,000
業務	20,000.00	66,000	1	66,000	792,000
エンジニア	25,000.00	82,500	1	82,500	990,000
賃料	21,000.00	69,300	1	69,300	831,600
<b>総支出</b>				<b>671,550</b>	<b>8,058,600</b>
<b>営業利益</b>				<b>165,000</b>	<b>1,980,000</b>

	単価(THB)	単価(JPY)	台数	月合計(JPY)	年合計(JPY)
減価償却費	116.00	383	400	153,120	1,837,440
<b>当期純利益</b>				<b>11,880</b>	<b>142,560</b>

## 後続の事業者に向けた示唆・アドバイス（成功ポイント・失敗ポイント等）①

### 地方公共団体対象のネットワーク構築実証

- ビジネスマッチングは新規進出のきっかけである。マッチングの場の提供ではなく、一件一件の案件を丁寧に行い成功裡の積み上げが重要であり、下記が重要である。

#### 【成功のポイント】

- 日本側企業の要望の把握
- 日本側の企業の要望に即したマッチング相手の選定
- タイ語での資料とビデオの準備
- 日本側企業のプレゼンテーションのリハーサル
- スムーズな進行のために事前に情報を提供
- 実際のマッチングの際にモデレーターとして参加
- スピーディーなフォローアップ

#### 【失敗のポイント】

- 参加者任せのマッチング
- 日本側からの提供資料が現地語（今回はタイ語）がなく日本語または英語資料のみである

## 後続の事業者に向けた示唆・アドバイス（成功ポイント・失敗ポイント等）② 福祉用具レンタル事業実証調査

### ■ 商品ではなくサービスとして事業を企画し提案を行う

#### 【成功のポイント】

- 病院や高齢者施設向けに於いては、経営側の顕在化していない課題を認識させ、その解決策としてレンタルサービスの提案を行う
- 商品トレーニングとアフターサービスを頻繁に提供する
- 高齢者施設に対しては、レンタルサービスの利用が施設内サービスの質の向上に繋がり、月額利用料等の引き上げが可能となることで、結果として利益獲得に繋がる提案を行う
- 日本において、理学療法士との協力で利用者に対する車いすの選定を行い、商品の価値を高めている経験を基に、現地の理学療法士を巻き込む
- 料金や商品の回収リスクのあるB to Cレンタルは積極的に行わず、B to Bレンタル中心に事業化する

#### 【失敗のポイント】

- 現地の課題を軽視し、日本の介護保険下でのレンタル事業を提案する
- 諸外国は日本の介護保険下での福祉用具レンタルを含むサービス提供を成功例として見ていないにもかかわらず、社会保障下でのレンタル事業の実現に尽力する
- 商品の強みを強調しすぎることにより、レンタル受託者の利益に繋がる提案ができない

## 後続の事業者に向けた示唆・アドバイス（成功ポイント・失敗ポイント等）③ 異業種との協業による販路拡大実証調査

### ■ 商品ではなくサービスとして事業を企画し提案を行う

#### 【成功のポイント】

- 一企業単体ではなく日本のヘルスケア産業のチームとしての活動での協業を提案する
- 日本の産業全体の質の高いサービスや経験を強みとして提案する
- SDGsの考え方を盛り込んだ提案をする
- トップ同士の合意からプロジェクトを進める
- 協業するチーム内部に優秀な通訳者（タイ語）を保有する

#### 【失敗のポイント】

- 英語が通じないことで意図や熱意が伝わらない
- 日本とタイの国同士のGDPの違いのみで日本の方が事業としても上位だと勘違いしている
- 意思決定が遅い（例：価格の意思決定に3ヶ月程度要する）

# レンタル事業に関する全体考察

	高齢者施設	在宅
レンタル対象製品群	車椅子、歩行器、シャワー用車椅子・シャワーチェア、ベッド、マットレス、手すり	
レンタル製品に対する顧客のニーズ	<ul style="list-style-type: none"> <li>車いすなど用具に起因する事故を防ぎたい</li> <li>故障などによって買い替えることをなくしたい</li> <li>壊れた状態で利用することを防ぎたい</li> <li>高機能な商品を使うことで利用者のA D L向上に繋げ、リハビリ効率を上げた施設との差別化を図りたい</li> <li>メンテナンスを専門的な知識を持った会社アウトソースしたい</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>数ヶ月から半年の短期で利用したい</li> <li>いいものは欲しいが一括で購入が難しい</li> </ul>
顧客の所得層	中流以上（月額入居料25,000タイバーツ（約87,500円））の施設	中流以上
特に重要な成功要因	<ul style="list-style-type: none"> <li>商品の提案のみ行うと他国の商品との費用対効果の比較になり日本の商品にとっては不利であるため、個別の商品の説明ではなくレンタルというサービスを商品として差別化して提案する。</li> <li>レンタルの提案ができるということは長期的に安定して使える商品であることで高品質をアピールする</li> <li>日本では介護保険下でのレンタルだが、短中期的に見込みのない公的レンタルに期待しない</li> <li>利用者のA D Lの向上に繋げるためにリハビリテーション専門家と連携する</li> <li>SDGsの理念も絡めて提案する</li> </ul>	

## ■ レンタル事業を成功させる上での主なToDo

- 商品・設備の準備（安定供給できる商品在庫、洗浄消毒設備）
- 人員の準備（調整・修理が的確にできるエンジニア、理学療法士に商品説明ができる営業スタッフ）
- 提案コンテンツの用意（チラシ、提案書、SNS用のバナー、動画）
- 商品管理のための用意（商品管理シール、商品管理表）
- ターゲットの選定

# 全体考察

- 本年度の事業下の活動に於いてKAIGO Lifeの体制と事業モデルが確立した。

## タイ

### KAIGO Life

- 社長 1名
- 専務 2名
- 日本向け責任者 1名
- 経理担当責任者 1名
- 統括本部長 1名
- メディカルアドバイザー1名
- 広報担当 1名
- 専属通訳 1名
- 営業支援 2名
- 運転手 2名
- インターン 2名

(※青地は日英タイ語で対応可能なスタッフ)

語学（日英タイ）が堪能なスタッフの補強により事業速度が格段に上がり役割分担の明確化が可能となった

## 日本

### Japan デスク

- 株式会社松永製作所 海外営業部 3名

### 業務委託先

- FDA調査
- 高齢者市場調査
- 食品市場調査
- 保健省調査

専門性の高い分野で業務委託先が選定できたことは後述する委託費や追加コンサルタント費収入を得ることを可能とした

VI.

# 今後の展望

(本補助事業後の活動予定)

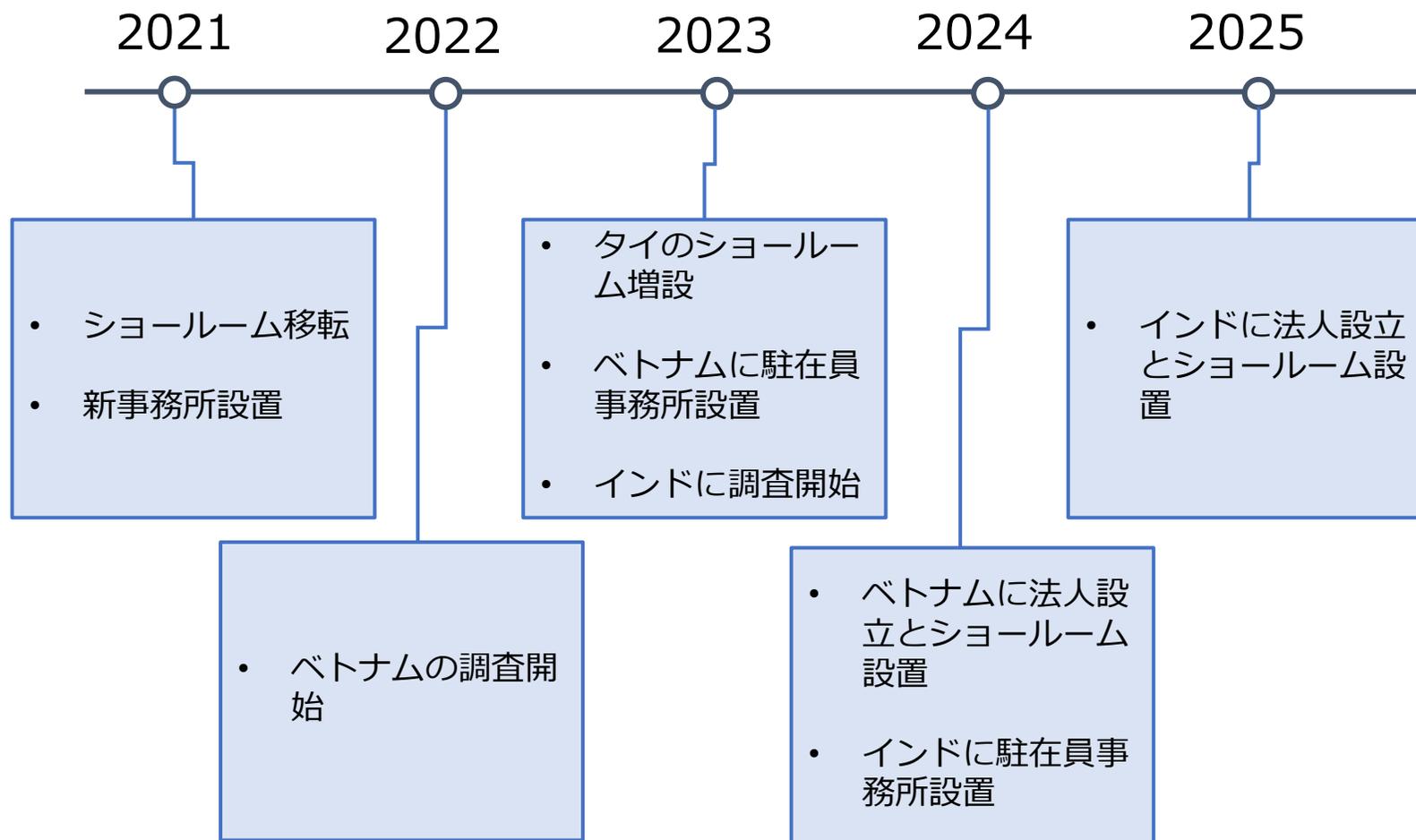
# 代表団体・参加団体が受ける今後の事業プロフィット

- 事業プロセス別の企業ニーズとKAIGO Lifeの役割・提供内容
- 赤字の収入源詳細については後述

	進出国検討期	進出内容検討期	進出時	実活動期
企業側に必要な要素	<ul style="list-style-type: none"> <li>タイの市場の総論の把握とタイ側とのコンタクト</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>正しい需要市場の把握</li> <li>パートナー選定</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>FDA登録</li> <li>サービス事業者の認証</li> <li>一般労務・法務・会計</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>正しい市場への効率のいい拡販活動</li> </ul>
KAIGO Lifeの役割	<ul style="list-style-type: none"> <li>タイ市場の正しい情報提供と日タイ正しい企業とのコンタクトを支援</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>効率のいい進出のためのプラン策定支援</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>安全で効率のいい進出を支援</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ブランド向上と販売拡大に貢献</li> </ul>
KAIGO Lifeの提供内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>情報発信                             <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ タイの投資環境面</li> <li>✓ タイの医療情報発信</li> <li>✓ タイのヘルスケア事業者</li> </ul> </li> <li>保健省など官庁の情報</li> <li>産学関連事業</li> <li>日本側のネットワーキング</li> <li>✓ ビジネスマッチング</li> <li>✓ 日本への情報発信</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>タイ商工会議所との協力関係</li> <li>FDA登録準備支援</li> <li>サービス事業者登録支援</li> <li>信用できるパートナー紹介</li> <li>商品展示による進出前市場調査</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>人材紹介など一般進出支援</li> <li>FDA登録支援</li> <li>サービス事業者登録支援</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>補助事業申請支援</li> <li>販売拡大支援                             <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 割賦販売</li> <li>✓ レンタル</li> <li>✓ 販路拡大支援</li> </ul> </li> </ul>
KAIGO Lifeの収入源	<ul style="list-style-type: none"> <li>プロジェクト費（ビジネスマッチングなど）</li> <li>調査委託費</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>進出支援コンサル費</li> <li>FDA登録コンサル費</li> <li>サービス事業者登録コンサル費</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>進出支援コンサル費</li> <li>サービス事業者登録コンサル費</li> <li>入会費・会員費</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>会員費</li> <li>販売手数料</li> </ul>

## 代表団体・参加団体が受ける今後の活動計画

### ■ タイ拠点を中心としたベトナム・インドへの横展開戦略目標



## 代表団体・参加団体の今後の活動内容（1/2）

### ■ KAIGO Lifeの活動の事業構造と収入源

事業構造	収入源	
	コンサルテーション	プラットフォーム
<ul style="list-style-type: none"> <li>KAIGO Lifeのプロモーション</li> <li>Webサイト</li> <li>日本市場向けセミナー</li> <li>他のコンサルタントとの関係構築</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>プロジェクト収入               <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ ビジネスマッチング運営</li> </ul> </li> <li>委託費収入               <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 市場調査（市場ニーズの把握）</li> <li>✓ FDA事前調査</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>会員費収入               <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ タイ保健省・商工会議所との関係</li> <li>✓ 展示ショールーム</li> <li>✓ KAIGO LifeのWebサイト</li> <li>✓ E-Commerce</li> <li>✓ 事務所</li> </ul> </li> <li>追加コンサルタント費収入               <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 登記支援</li> <li>✓ FDA登録支援</li> <li>✓ 会計業務支援</li> <li>✓ 営業支援</li> <li>✓ 営業コンテンツ作成</li> <li>✓ 通訳・翻訳</li> <li>✓ 個別ビジネスマッチング</li> <li>✓ 事務所レンタル</li> <li>✓ ショールームレンタル</li> </ul> </li> <li>販売コミッション収入</li> </ul>

## 代表団体・参加団体の今後の活動内容（2/2）

### ■ JAPANデスク（松永製作所内）が受託する活動の全容

- KAIGO Lifeの活動内容の広報
- タイ市場の情報発信
- 受託窓口
  - ✓ 市場調査
  - ✓ FDA調査
  - ✓ ビジネスマッチング
  - ✓ タイへの出張アレンジ補助
- タイから日本への視察の日本国内アレンジ

### ■ KAIGO Lifeからの委託内容とJAPANデスク収入の関係性



KAIGO Lifeが委託する内容

- ①情報発信セミナー運営委託
- ②調査依頼を受託しタイへ紹介
- ③ビジネスマッチングの紹介
- ④タイから日本へ出張時の日本側アレンジ



松永製作所（JAPANデスク）の収入

- ①セミナー運営費
- ②調査依頼収入のコミッション
- ③ビジネスマッチング日本側運営費
- ④日本側アレンジ費



# 代表団体・参加団体の今後の活動計画

## ■ ビジネスマッチング・派生していく収益項目

### 日本側からの収入

- ビジネスマッチング運営費収入

### 派生収益

+

- 委託費収入
  - ✓ 市場調査（市場ニーズの把握）
  - ✓ FDA事前調査
- 会員費収入
- 追加コンサルタント費収入
  - ✓ 登記支援
  - ✓ FDA登録支援
  - ✓ 会計業務支援
  - ✓ 営業支援
  - ✓ 営業コンテンツ作成
  - ✓ 通訳・翻訳
  - ✓ 個別ビジネスマッチング
  - ✓ 事務所レンタル
  - ✓ ショールームレンタル

### タイ側からの収入

- ビジネスマッチング運営費収入
- 会員費収入
- ビジネスマッチング参加費収入
- 追加コンサルタント費収入
  - ✓ 通訳・翻訳
  - ✓ 個別ビジネスマッチング

# 補助事業で設立した拠点・会社等（KAIGO Life）の収支計画（3-5年）（1/2）

## ■ 収入の部（金額単位：円）

収入	単価	2022		2023		2024		2025	
		令和4年		令和5年		令和6年		令和7年	
プロジェクト収入									
ビジネスマッチング	1,000,000	3	3,000,000	4	4,000,000	5	5,000,000	5	5,000,000
委託費収入									
市場ニーズ調査	500,000	2	1,000,000	4	2,000,000	8	4,000,000	12	6,000,000
FDA調査	1,000,000	2	2,000,000	2	2,000,000	2	2,000,000	2	2,000,000
会員費収入									
日本側	1,680,000	10	16,800,000	15	25,200,000	30	50,400,000	40	67,200,000
タイ側	30,000	10	300,000	20	600,000	30	900,000	40	1,200,000
追加コンサルタント費収入									
登記支援	50,000	3	150,000	5	250,000	5	250,000	5	250,000
FDA登録支援	1,500,000	1	1,500,000	1	1,500,000	2	3,000,000	4	6,000,000
会計業務支援	400,000	2	800,000	5	2,000,000	8	3,200,000	10	4,000,000
営業支援	600,000	3	1,800,000	5	3,000,000	5	3,000,000	5	3,000,000
営業コンテンツ作成支援	150,000	5	750,000	10	1,500,000	20	3,000,000	40	6,000,000
通訳・翻訳	60,000	20	1,200,000	50	3,000,000	70	4,200,000	100	6,000,000
個別ビジネスマッチング	1,500,000	1	1,500,000	2	3,000,000	3	4,500,000	5	7,500,000
レンタルオフィス賃料	600,000	2	1,200,000	3	1,800,000	5	3,000,000	5	3,000,000
ショールーム賃料	120,000	10	1,200,000	20	2,400,000	20	2,400,000	20	2,400,000
販売コミッション費収入									
	20%	5,775,000	1,155,000	42,000,000	8,400,000	67,200,000	13,440,000	100,800,000	20,160,000
収入合計			34,355,000		60,650,000		102,290,000		139,710,000

## 補助事業で設立した拠点・会社等（KAIGO Life）の収支計画（3-5年）（2/2）

### ■ 支出の部と損益（金額単位：円）

支出	単位	2022		2023		2024		2025	
		令和4年		令和5年		令和6年		令和7年	
人件費			17,346,000		23,100,000		27,300,000		33,600,000
賃料			2,940,000		2,940,000		4,410,000		5,880,000
売上原価									
ビジネスマッチング	30%		900,000		1,200,000		1,500,000		1,500,000
FDA調査	50%		1,000,000		1,000,000		1,000,000		1,000,000
FDA登録	70%		1,050,000		1,050,000		2,100,000		4,200,000
通訳・翻訳	50%		600,000		1,500,000		2,100,000		3,000,000
営業活動費									
旅費			4,500,000		6,000,000		9,000,000		9,000,000
広告宣伝費			3,000,000		3,000,000		3,000,000		5,000,000
諸費									
光熱費等			3,000,000		6,000,000		6,000,000		12,000,000
支出合計			34,336,000		45,790,000		56,410,000		75,180,000
損益									
			19,000		14,860,000		45,880,000		64,530,000

# VII.

## 調査結果詳細

本補助事業で調査した調査結果情報

## アジアにおける高齢化

- 一部の新興国において、高齢化は日本のスピードを上回る速度で進む。
- 65歳以上の割合:7%で「高齢化社会」、14%で「高齢社会」、21%で「超高齢社会」



(出所) UN, World Population Prospects: The 2019 Revision

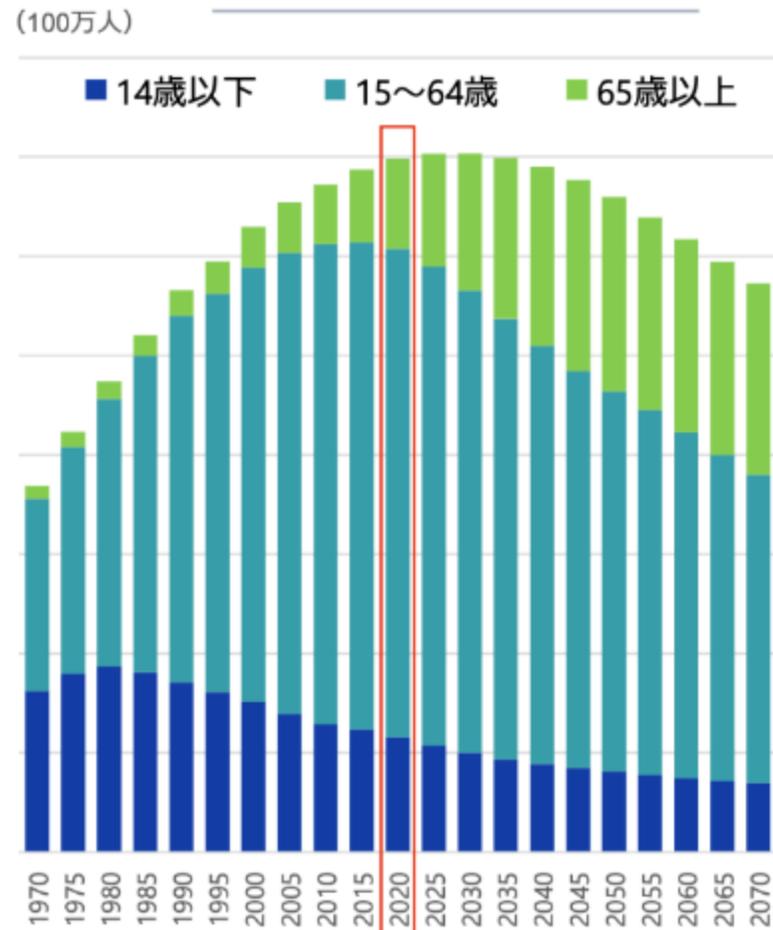
### <参考>

なお、タイでは60才以上が高齢者として定義されており、タイ国家統計局の調査によれば、2015年頃、60才以上の人口が16%となり「高齢化社会」のステージに入ったとされている

# タイにおける高齢化

- 人口減少。少子化による労働投入が減少。
- 2020年時点での人口は25歳97.1万人→15歳80.2万人→5歳68.9万人。

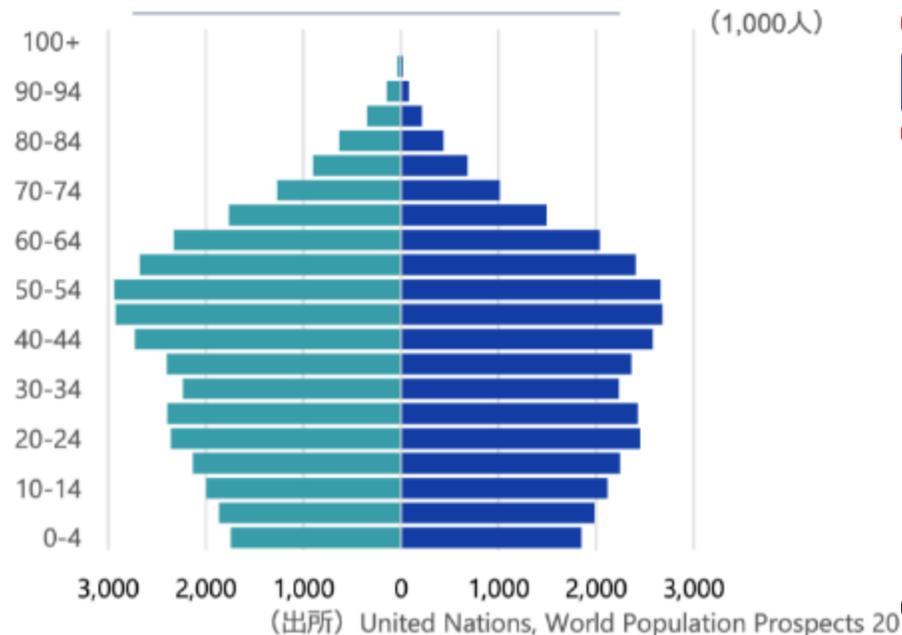
タイの人口推移と予測



(出所) United Nations, World Population Prospects 2019

出典：JETROバンコク 「高齢化が進むタイの介護関連産業」（2022年）

タイの人口ピラミッド (2020年推計)



タイの平均寿命、健康寿命

	男女	男性	女性
平均寿命	77.7歳	74.4歳	81.0歳
健康寿命	68.3歳	65.9歳	70.6歳

(出所) WHO, Annual World Health Statistics reports 2021 Copyright © 2021 JETRO. All rights reserved.

## タイにおける高齢者向けの公的支援

- タイの要介護者は約24万6千人（2020年時点）
- 保険制度は医療保険のみであり、日本の「介護保険制度」に相当するような制度化された保険制度は存在しない

施設・サービス名（公的）	概要
ボランティア	・健康ボランティア（Village Health Volunteers） ・高齢者ボランティア（Elderly Care Volunteers）
高齢者センター	・2005年から保健省は健康活動を行う高齢者クラブに補助。 ※高齢者管理局、自治体振興局が管轄。※地域によっては寺院の僧侶がサービスを行う。
高齢者社会福祉開発センター	・貧しく身寄りのない高齢者に居住サービスや介護サービスを提供。全国12か所。
高齢者ホーム	・貧しく身寄りのない高齢者に医療サービスやリハビリサービスを提供。全国13か所。
療養病院（医療）	・慢性期ケアを行う施設。公立は4か所（建築中1か所）で、病院が運営。富裕層が中心。

公的保険制度	概要
国家公務員 医療保険制度（CSMBS）	公務員およびその家族向け。公的医療機関で受診。原則、自己負担なし。保険料負担なし。タイ全体の約10%。
被用者社会保障制度（SSS） Social Security Scheme	民間雇用者本人。一定の限度額を超えるまでは自己負担なし。保険料は雇用者、被雇用者、政府がそれぞれが負担。タイ全体の約15%。
国民医療保障制度（US） Universal Coverage card	上記2つ以外のタイ国民向け。1回の外来や入院については30Bの自己負担。重要医薬品の制限あり、高価な医薬品の利用は不可。原則、保険料負担なし タイ全体の約75%。

## タイの高齢者関連産業：製品

- 車椅子・歩行器・ベッド・入浴機器・リハビリ関連機器・排泄関連用品・食事関連用品などの高齢者向けあるいは介護者向け製品のニーズへの拡大に伴い、安全・安心で最新機能を備えた日本製品に対する信頼性も拡大

60+への対応を進める財閥によるショールーム  
「Civit-D by SCG」



Best Asian Friend社  
「Zaitaku Kaigo (Home care)」



## タイの高齢者産業：サービス

### アクティブシニア向け購入型住居 「Thai Red Cross Society Sawangkanives」

タイ赤十字社の監修のもと運営。 1996年建設。全9棟、468室。  
比較的裕福な高齢者のためのコンドミニアム。  
55歳以上、タイ国籍、日常生活で身の回りのことができる健康な高齢者が入居可能  
販売価格は65万バーツ～100万バーツ。



## タイの高齢者産業：サービス

タイの業務提携先とともに施設運営  
リハビリテーション部門の管理を行う  
「ISHII AND PARTNERS(THAILAND)CO.,LTD.」  
(医療法人石井会 (群馬県))

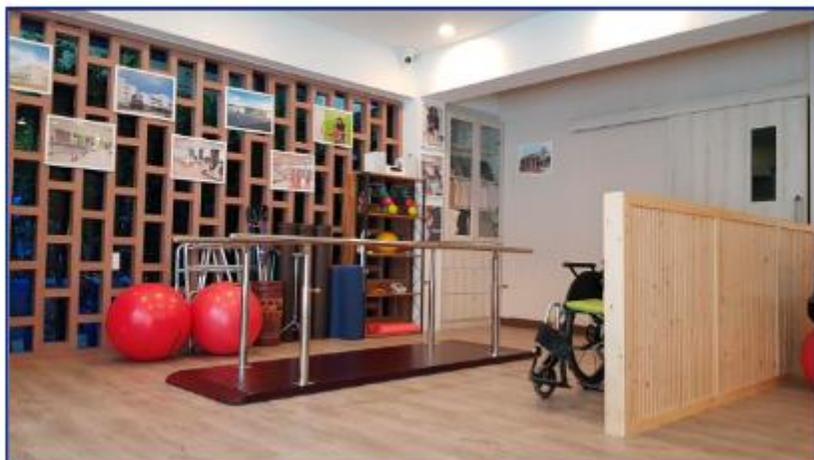
2016年、タイパートナーとタイ現地法人を設立。

- ・理学療法クリニック運営、理学療法士派遣
- ・病院・施設職員・ナーシングホームへのリハビリテーション提供  
およびコンサルテーション、品質管理
- ・企業への健康支援管理
- ・ヘルスケア企業海外進出アドバイザー、コンサルテーション、市場調査 等



2020年5月、タイパートナーと「ISHII STROKE REHABILITATION CENTER」  
(ナーシングホーム)をオープンし、入居者向けのサービスを実施。  
リハビリテーションの部門管理と品質管理。  
自宅復帰を目指したリハビリテーション施設  
ベッド数：30床  
費用：5.5万B~7.5万B  
PTやOTを常時5名~7名配置

### Facilities/Activities:



# レンタル事業に関する全体考察

	高齢者施設	在宅
レンタル対象製品群	車椅子、歩行器、シャワー用車椅子・シャワーチェア、ベッド、マットレス、手すり	
レンタル製品に対する顧客のニーズ	<ul style="list-style-type: none"> <li>車いすなど用具に起因する事故を防ぎたい</li> <li>故障などによって買い替えることをなくしたい</li> <li>壊れた状態で利用することを防ぎたい</li> <li>高機能な商品を使うことで利用者のA D L向上に繋げ、リハビリ効率を上げた施設との差別化を図りたい</li> <li>メンテナンスを専門的な知識を持った会社アウトソースしたい</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>数ヶ月から半年の短期で利用したい</li> <li>いいものは欲しいが一括で購入が難しい</li> </ul>
顧客の所得層	中流以上（月額入居料25,000タイバーツ（約87,500円））の施設	中流以上
特に重要な成功要因	<ul style="list-style-type: none"> <li>商品の提案のみ行くと他国の商品との費用対効果の比較になり日本の商品にとっては不利であるため、個別の商品の説明ではなくレンタルというサービスを商品として差別化して提案する。</li> <li>レンタルの提案ができるということは長期的に安定して使える商品であることで高品質をアピールする</li> <li>日本では介護保険下でのレンタルだが、短中期的に見込みのない公的レンタルに期待しない</li> <li>利用者のA D Lの向上に繋げるためにリハビリテーション専門家と連携する</li> <li>SDGsの理念も絡めて提案する</li> </ul>	

## ■ レンタル事業を成功させる上での主なToDo

- 商品・設備の準備（安定供給できる商品在庫、洗浄消毒設備）
- 人員の準備（調整・修理が的確にできるエンジニア、理学療法士に商品説明ができる営業スタッフ）
- 提案コンテンツの用意（チラシ、提案書、SNS用のバナー、動画）
- 商品管理のための用意（商品管理シール、商品管理表）
- ターゲットの選定

## 東部経済回廊（EEC）について最新情報

- 東部経済回廊（EEC）でのターゲット産業投資、医療分野で増加。

### ①国民医療保障制度

ジェットロがタイ投資委員会（BOI）から入手（9月1日）した情報によると、2020年の東部経済回廊（EEC）域内におけるターゲット産業（12分野）の投資は、申請ベースで231件（前年比2.1%減）、1,042億400万バーツ（9.0%減、約3,543億円、1バーツ=約3.4円）であった（注）。認可ベースでは235件（7.8%増）、963億5800万バーツ（51.1%減）であった。同年のBOI統計では、タイ全体のターゲット産業への投資は、申請ベースで821件、2,307億4,000万バーツ、認可ベースでは806件、2,168億3,000万バーツ。この結果、申請・認可ともに、ターゲット産業への投資では、EEC域内向けがタイ全体のうち、件数で約3割、金額で5割近くを占めることが明らかになった。

### ②EEC域内のターゲット産業別投資

自動車・部品、電気・電子エレクトロニクスへの投資件数・金額が他分野より多い。申請・認可ともに前年同期比で大きく増加したのは医療分野だ。申請ベースで14件（2.0倍）、34億7500万バーツ（4.6倍）、認可ベースでも14件（40.0%増）、29億7,800万バーツ（87.0%増）であった。他方、防衛産業における投資はなかった。

### ③EEC域内の外資投資

投資額ベースに上位国・地域を見ると、申請ベースで日本が首位で504億5,500万バーツ（前年比76.1%増、件数89件）、中国が2位で218億3,200万バーツ（91.2%減、95件）、台湾が3位で92億1,100万バーツ（28.4%減、31件）となる。認可ベースでは中国が首位で484億9,000万バーツ（20.2%減、109件）、日本が2位で384億3,600万バーツ（25.5%減、102件）、台湾が3位で108億4,300万バーツ（55.7%減、43件）となる。申請・認可ともに、投資額は前年比で減少傾向にある中で、2020年の日本の申請額が前年比で大きく伸びている点が注目される。日系企業によるEEC域内で認可された大型投資案件では、チョンブリ県の電気自動車（BEV、HEV）とその部品の製造案件、ラヨン県の一般自動車とその部品の製造案件がある。

（注）タイの新たな育成対象となる産業を「ターゲット産業」とし、対象業種は、医療、バイオテクノロジー、デジタル、航空、自動システム・ロボット、防衛、人材開発・教育、電気電子・エレクトロニクス、石油化学・化学、農業・食品加工、自動車・部品、観光の12分野。

## タイ政府が推進するサンドボックス事業について最新情報

- タイ政府の新型コロナウイルス状況管理センター（CCSA）は1月8日、非常事態令第9条に基づく新たな措置（決定第41号）を公表、同日の官報で公示し、9日から発効した。規制措置を講じる理由として、新型コロナウイルスのオミクロン型変異株の感染者が国内で増加しており、ワクチンのブースター接種者数も不十分なことから、医療逼迫などのリスク要因となり得るため、規制措置を継続するとした。
- 決定第41号の主なポイントは以下のとおり。
  1. 管理区域の再指定：特に感染拡大が懸念される「厳格最高管理区域（ダークレッドゾーン）」と「最高管理区域（レッドゾーン）」の指定はなし。チェンマイ県、アユタヤ県、ラヨーン県を含む69県を「管理区域（オレンジゾーン）」、バンコクを含む26都県・エリアは、観光サンドボックスエリアとして「ブルーゾーン」に指定（2021年10月27日記事参照）。
  2. 規制内容：ブルーゾーンについては、パブ、バー、娯楽施設の営業を引き続き認めない。飲食店でのアルコールの消費と提供については、保健省や観光省などが規定する認証を受けた施設に限り、午後9時まで認める。
- その他、各管理区域の規制内容については、決定第37号の内容を引き続き適用する（2021年11月2日記事参照）。政府機関や民間企業は引き続き、適切に在宅勤務を実施することを検討、1月31日まで実施する。
- また、CCSAは入国申請・許可システム「タイランドパス」（2021年11月2日記事参照）の運用に関する変更を1月8日公表、11日から発効した。主なポイントは以下のとおり。
  1. テスト・アンド・ゴー・スキームを使用しての新規申請受け付け停止を継続。
  2. サンドボックススキームからの入国については、プーケット県に加え、クラビ県、パンガー県、スラタニ県（タオ島、パガン島、サムイ島のみ）を新規申請の対象地域とする。
  3. 2.からの入国については、以下を順守する。
    - ・ 入国申請時には、少なくとも7泊分の宿泊予約書と2回分のPCR検査費用支払済み書を提示する。自宅での隔離は認めない。
    - ・ 入国時のPCR検査に加え、入国後5日または6日後、加えて発症を確認した場合にPCR検査を実施。
  4. その他のスキームでの入国については、タイランドパス経由での入国を許可する。
- また、バンコク首都庁（BMA）は1月8日、施設閉鎖指令第49号公表した。おおむね決定第41号の内容に沿う措置で、同指令も同月8日公表、9日に発効した。

## 競合商品比較（車椅子）

	日本製	中国製	韓国・台湾製
価格	10,000～35,000B 	2,000～10,000B 	6,000～23,000B 
機能	標準から多機能。軽量モデルが少ない。	標準から多機能。軽量モデル。	標準から多機能。軽量モデル。
規格	JIS、SG	GB	—
その他	壊れにくいが高い。日本製ということで安心感がある	安いが壊れやすい。	品質は程良いが日本製と比較して安心感が低い

## 競合商品比較 (ベッド)

	日本製	中国製	韓国・台湾製
価格	100,000～200,000 	10,000～50,000B 	20,000～50,000B 
機能	電動3モーターと4モーターベッドがある	電動3モーター。	電動3モーター。
規格	JIS	GB	—

## 競合商品比較 (マットレス)

	日本製	中国製	韓国・台湾製
価格	7,300~38,500B 	1,500~7,000B 	6,500~8,000B 
機能	褥瘡対策ウレタンマツトレス。	褥瘡対策エアマツトレス。	褥瘡対策エアマツトレス。
規格	JIS	GB	—

## 競合商品比較 (歩行器)

	日本製	中国製	韓国・台湾製
価格	10,000～17,500B 	2,000～7,000B 	情報なし
機能	折畳可能。座面あり。	折畳可能。座面あり。	—
規格	JIS	GB	—

## 競合商品比較 (オムツ)

	日本製(ライフリー)	日本製(Certainty)	台湾製(feelfree)
価格	約17.8B(1枚) 	約18.1B(1枚) 	約32.9B(1枚) 
機能	テープ、パンツタイプ	テープ、パンツタイプ	パンツタイプ
規格	—	—	—
その他	—	2018年ユニチャームがタイ企業を買収しユニチャーム傘下に	—

## タイ地方都市への送料（梱包サイズ別）

■ INTER EXPRESS：タイローカル物流会社、KERRY：外資系小口配送会社

エリア	県	ボックス 40*40*40cm		ボックス20*20*20cm	
		INTER	KERRY	INTER	KERRY
中部	Bangkok	90 THB	185 THB	50 THB	65 THB
東部	Chachoengsao	140 THB	205 THB	80 THB	80 THB
西部	Kanchanaburi	140 THB	205 THB	80 THB	80 THB
東北部	Khon Kaen	150 THB	205 THB	110 THB	80 THB
北部	Chiang Rai	150 THB	205 THB	110 THB	80 THB
南部	Phuket	150 THB	205 THB	110 THB	80 THB

## タイ地方都市への送料（車いす）

- INTER EXPRESS：タイローカル物流会社、KERRY：外資系小口配送会社

エリア	県	車椅子標準サイズ		車椅子大型サイズ	
		INTER	KERRY	INTER	KERRY
中部	Bangkok	500 THB	-	795 THB	-
東部	Chachoengsao	600 THB	-	1550 THB	-
西部	Kanchanaburi	600 THB	-	1550 THB	-
東北部	Khon Kaen	800 THB	-	1550 THB	-
北部	Chiang Rai	800 THB	-	1550 THB	-
南部	Phuket	800 THB	-	1650 THB	-

## タイ地方都市への送料 (ベッド)

エリア	県	距離 (km) from BKK	ベッド (Rakusho) (4輪トラック)
中部	Bangkok		1,300 THB
東部	Chachoengsao	90	1,700 THB
西部	Kanchanaburi	130	2,500 THB
東北部	Khon Kaen	460	6,000 THB
北部	Chiang Rai	800	11,000 THB
南部	Phuket	845	10,500 THB

## タイの民間医療保険について

- タイの公的医療保険は「国民医療保障制度」、「社会保障制度」そして「公務員医療給付制度」の3つに分けることができる。

### ①国民医療保障制度

「30パーツ保険」と呼ばれている。国民の約75%が加入。公務員、社会保険に該当しない一般国民・農家・自営業者などが対象の医療給付。治療を受けたい病院を指定し、指定した病院しか医療サービスを受けることができない。

### ②社会保障制度

民間企業の従業員を対象にした医療給付。国民の約17%が加入。保険は労使折半の保険料と政府の追加搬出により賄われている。登録をした医療機関のみ受信可能。一定の限度額までは本人負担なし。

### ③公務員医療給付制度

公務員の福利厚生。国民の約8%が加入。政府機関・公営企業に勤務する公務員やスタッフなどの本人または家族が加入している制度。原則として、受診医療機関の制限・受診時の本人負担はない。

# タイの民間医療保険について

## AIA医療保険サービスの一例

Period of insurance policy : 28/11/2021 - 25/11/2022

Coverages (ตารางผลประโยชน์คุ้มครอง)	AIA Package 2021	
	Existing	
	Plan 1 (Thai Staff)	Plan 2 (Japanese Staff)
<b>Group life insurance ( ประกันชีวิตกลุ่ม )</b>		
1. Life insurance ( ประกันชีวิต )	100,000	200,000
2. Accidental death and dismemberment insurance ( ประกันภัยอุบัติเหตุและอวัยวะขาดหรือพิการถาวร )	100,000	200,000
3. Total permanent disability indemnity ( ประกันชดเชยค่าเสียหายกรณีพิการถาวรอย่างถาวร )	100,000	200,000
<b>Group health insurance ( ประกันสุขภาพกลุ่ม )</b>		
1. Hospitalization ( ประกันการเข้ารับการรักษาในโรงพยาบาล )		
a) Daily room and board including nursing service max. per day (max 31 days / disability) ( ค่าห้องพักและค่าอาหารรวมทั้งค่าบริการพยาบาลสูงสุดต่อวัน (สูงสุด 31 วันของการรักษาพยาบาลต่อวัน ) )	1,000	1,500
ICU max. per day ( max 31 days / disability ) ( ค่าห้องไอซียูสูงสุดต่อวัน )	2,000	3,000
b) General hospital services ( ค่าบริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาล ) ( including OPD follow up within 31 days after discharge from the hospital ) ( รวมถึงค่าบริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาลรวมทั้งการติดตามรักษาใน 31 วัน หลังออกจากโรงพยาบาล )	30,000	30,000
c) Hospital fee ( per schedule ) ( ค่าธรรมเนียมโรงพยาบาล - ตารางอัตรา )	30,000	30,000
d) Doctor's visit ( max 31 days / disability ) ( ค่าตรวจโดยแพทย์สูงสุดต่อวัน )	700	900
e) Specialist's consultation fee ( max. / disability ) ( included in b ) ( ค่าบริการของแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ ( ค่าตรวจโดยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญในโรงพยาบาล ) )	4,000	5,000
f) Emergency OPD treatment from accident ( max. / disability ) ( included in b ) ( ค่าบริการของแพทย์ฉุกเฉินจากอุบัติเหตุ ( ค่าตรวจโดยแพทย์ฉุกเฉินในโรงพยาบาล ) ) ( within 24 hours after accident and follow up treatment within 31 days ) ( ภายใน 24 ชั่วโมงหลังอุบัติเหตุและติดตามการรักษาใน 31 วัน )	4,000	5,000
g) Post hospitalization ( 1 visit / max. 3 visits / disability ) ( within 3 months after the hospitalization ) ( ค่าบริการทางการแพทย์ภายหลังการรักษา ( ค่าตรวจสุขภาพ 1 ครั้งต่อวัน สูงสุด 3 ครั้งต่อวัน หลังออกจากโรงพยาบาล ) ( ภายใน 3 เดือนหลังจากออกจากโรงพยาบาล )	900	900
2. Out-patient ( ประกันการเข้ารับการรักษาผู้ป่วยนอก )	1,000	1,200
Maximum/Max. 1 visit/Max. 30 visits/year ( ค่าบริการทางการแพทย์ผู้ป่วยนอก : สูงสุด 1 ครั้ง ต่อปี 30 ครั้ง )		
3. Dental benefit ( ประกันทันตกรรม ( ค่า ) )		
การตรวจฟันและรักษาทันตกรรม ( สูงสุด 3 ครั้งต่อปี ) ( 診察と歯治療 ( 4,200 ) )	500	500
การตรวจฟันและรักษาทันตกรรมโดยการผ่าตัด ( สูงสุด 3 ครั้งต่อปี ) ( 診察と歯治療 ( 14,200 ) )	500	500
การตรวจฟัน และ รักษาฟัน ( สูงสุดต่อปีต่อคน ) ( 歯検と歯と歯茎 ( 1,000 治療費内 ) )	1,000	1,000
<b>年間保険料 Premium ( เงินค่าเบี้ยประกัน )</b>	2020	
	Plan 1 (Thai Staff)	Plan 2 (Japanese Staff)
1. Life insurance, AD, TPD, Hospitalization ( ประกันชีวิต, ประกันอุบัติเหตุ, ประกันสุขภาพกลุ่ม, ประกันสุขภาพส่วนบุคคล )	2,700	4,389
2. Out-Patient ( ค่าบริการทางการแพทย์ผู้ป่วยนอก )	4,389	5,512
3. Dental benefit ( ประกันทันตกรรม )	990	990
<b>Total life and health insurance premium per person ( เงินค่าบริการรวมต่อคน )</b>	<b>8,089</b>	<b>10,796</b>
<b>Total number of member ( จำนวนสมาชิก )</b>	13	1
<b>Total premium per plan ( เงินค่าบริการรวมต่อแผน )</b>	<b>107,167</b>	<b>10,796</b>
<b>Grand Total Premium</b>	<b>118,483</b>	

- タイ人富裕層や外国人が加入する民間会社の保険。病気で入院したときの治療費や退院後の必要福祉用具を補償。
- ほとんどの保険でキャッシュレス治療が可能。掛け金にもよるがバンコク病院、サミティヴェートやバムルンロード等の先進国でもTOPレベルの医療サービスを提供している高級病院で使用可能。

## タイの民間老年保険について

- 50～90歳まで加入可能な民間会社の高齢者用健康保険。
- AIA、Muang Thai Life Assurance、Thai Life Assuranceなどが取り扱っている。
- 介護保険とういよりは突然の病気や事故に対応する高齢者用の保険。
- 健康診断を無くとも加入可能な保険もあり高額医療費や入院費をカバーする。

## タイのクレジットカード市場

■ 現在タイで営業しているクレジットカード発行会社は、2つのグループに分けることができる。

**(i) 8つのタイの商業銀行から構成：**

バンコク銀行、カシコン銀行、TMB、サイアム商業銀行、タナチャート銀行、UOB（タイ）、ICBC（タイ）、中国銀行（タイ）（うち一社は外国商業銀行（Citibank）、うち一社は専門金融機関（Government Savings Bank））

**(ii) クレジットカードサービスを提供するノンバンクで構成：**

KrungsriBankの2つの子会社、Krungsri AyudhayaCardとAyudhayaCapitalServices、KrungsriBankと提携して運営されるCentral The 1クレジットカード、Tescoと提携したTescoカードサービス、クルンタイ銀行の一部であるKTCクレジットカード、イオンザナシニップ（タイ）の一部であるイオンクレジットカード、外国の非銀行であるアメリカン・エクスプレス。

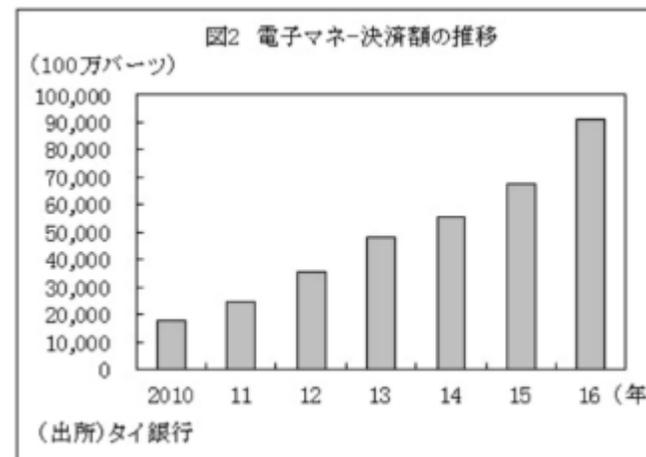
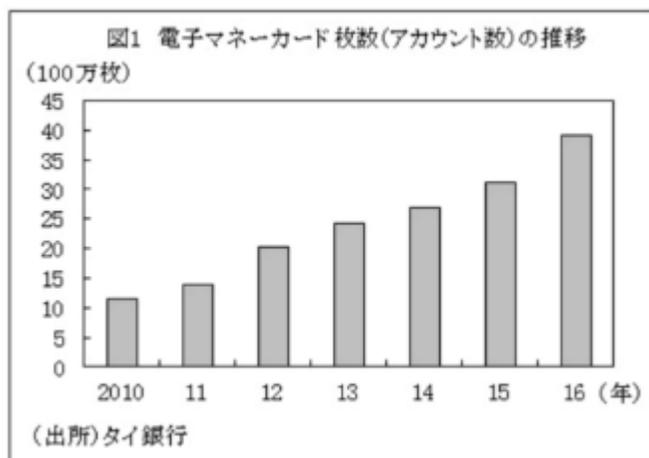


## タイのリース市場

- バンコク駐在員賃貸市場は降下傾向であり、ECAインターナショナルによると、家賃の急落はパンデミックの影響を反映していると考えられる。
- ECAは最新の調査で、この減少は、Covid-19パンデミックが観光に依存するタイ経済の賃貸市場に深刻な影響を及ぼしたことを反映しているという見解を発表した。
- バンコクの平均賃料はわずか1年で12%以上下落したが、ハノイとホーチミン市ではそれぞれ9%と6%のマイナスの変動が見られた。
- これらの賃貸市場は、観光産業の収入と密接に関係しており、以前は短期的に宿泊施設を借りていた家主が、その後、これらを長期賃貸に転換。これにより、供給が増加し、市場の賃貸料が減少。さらに、したがって、海外旅行が再び完全に開かれるまで、この傾向に変化が見られる可能性は低い。

## タイの電子決済市場について

- タイでは電子商取引（EC）市場の拡大に伴い、国家電子決済システムが運用開始されるなど、EC用の決済システムが整備されつつある。特に、11月にタイ主要5銀行間で導入された統一「QRコード」は、今後のさらなるEC市場拡大に向けて注目される。



### タイの電子マネー市場は6年間で約5倍に

- タイのデジタル経済社会省の下部組織である電子取引開発機構（ETDA）によると、2017年のEC決済額は前年比10%増の2兆8,000億バーツ（約9兆8,000億円、1バーツ=約3.5円）になる見込みで、タイのEC市場規模は拡大している
- また、電子マネーの普及も始まっている。タイの中央銀行であるタイ銀行（BOT）の統計によると、普及している電子マネー用のカード枚数（アカウント数）は、2010年に約1,149万枚だったが、2016年には3,915万枚に急増した（図1参照）。同時に、電子マネーによる決済額も2010年に177億バーツだったのが、2016年には909億バーツとなり、タイの電子マネーの市場規模はこの6年間で約5倍に拡大した

## タイにおける人口統計とインターネット利用状況

### ■ タイの人口統計

- 2021年1月時点でのタイの人口は 6,988万人
  - 2020年1月から2021年1月の間に163,000人(+ 0.2%)増加
  - タイの人口の51.4%は女性であり、48.6%は男性
- ※注釈：国際連盟は「女性」/「男性」以外の性別のデータは未公開

### ■ タイにおけるインターネット利用状況

- タイの人口の51.8%は都市部に、48.2%は地方に在住
- 2021年1月時点でのタイにおけるインターネットユーザーはおよそ4,859万人
- タイのインターネットユーザー数は、2020年から2021年の間に340万人(+ 7.4%)増加
- 2021年1月時点でのタイのインターネット普及率は69.5%

インターネット  
ユーザーの総数  
(任意デバイス)



**48.59  
MILLION**

総人口に対する  
インターネット  
ユーザーの割合



**69.5%**

インターネット  
利用者数の年次変化  
2020 vs 2021



**+7.4%  
+3.4 MILLION**

ユーザーがインター  
ネットに費やす1日の  
平均時間：16~64歳



**8時間44分**

モバイルデバイスを介して  
インターネットにアクセス  
するユーザーの割合

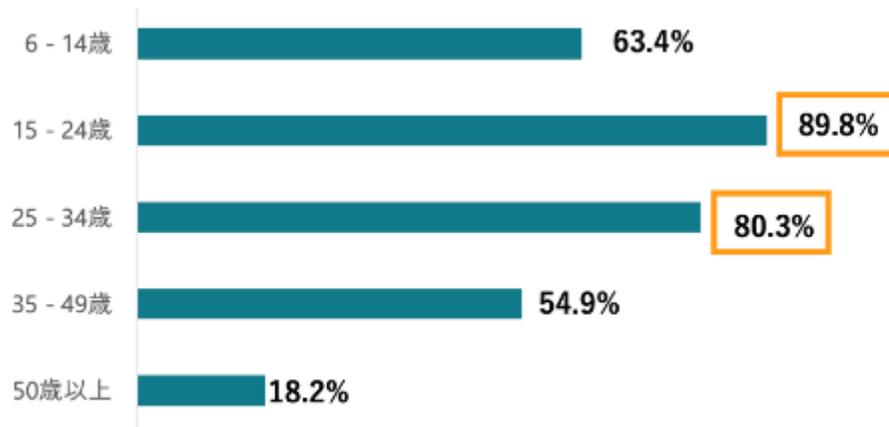


**97.7%**

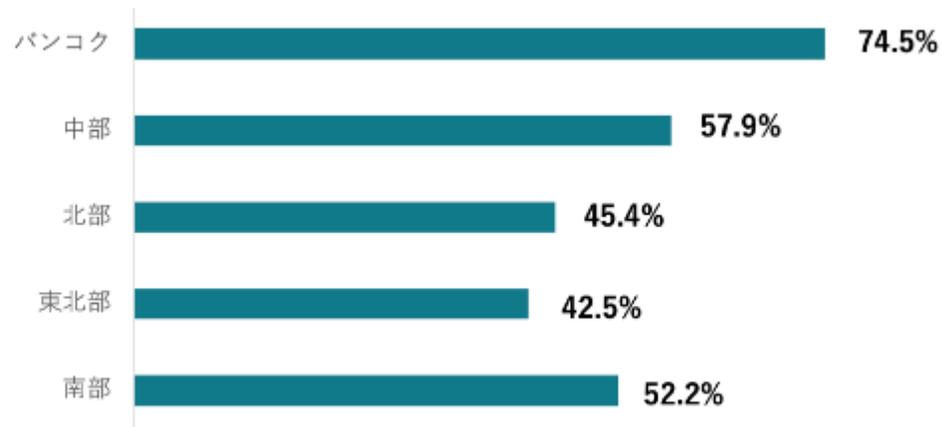
## インターネット普及率

年齢別では、[TOP1] 15-24歳、[TOP2] 25-34歳のデジタルネイティブ世代の利用率が最も高い。都市別では、バンコクでの利用率が最も高い。

### 年齢別



### 都市別



## タイのSNS利用状況について

ソーシャルネットワーキングおよびメッセンジャーサービスの使用、  
モバイルソーシャルメディアの使用に関する詳細

アクティブな  
ソーシャルメディア  
ユーザーの総数



**55.500  
MILLION**

総人口に占める  
ソーシャルメディア  
ユーザーの割合



**78.7%**

ソーシャル  
メディアユーザー数  
の年次変化



**+5.8%**  
**+3.0 MILLION**

携帯電話経由で  
アクセスする  
ソーシャルメディア  
ユーザーの数



**54.62  
MILLION**

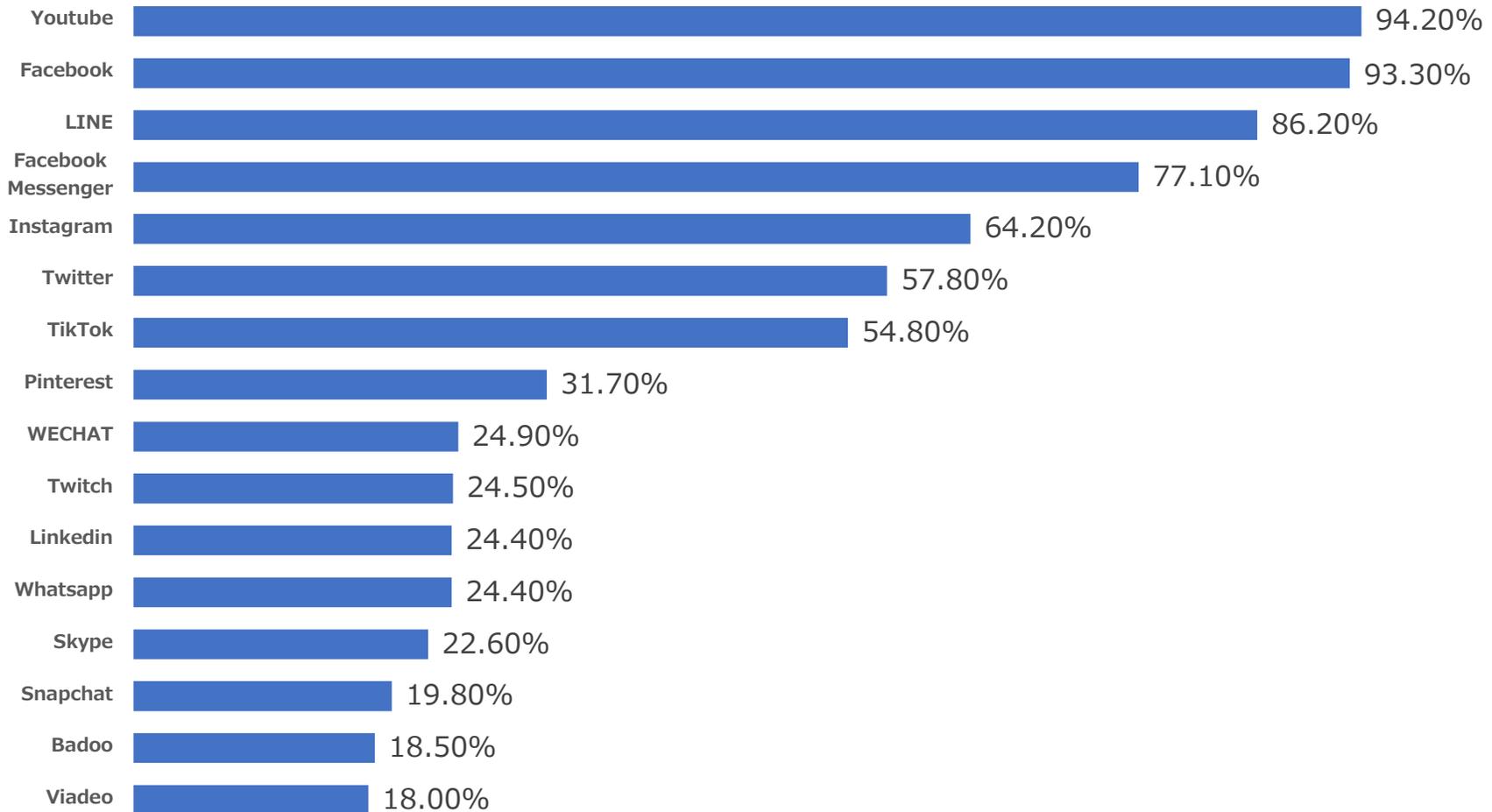
モバイル経由で  
アクセスする  
ソーシャルメディア  
ユーザー全体の割合



**99.3%**

## タイのSNS利用状況について

過去1か月間に各プラットフォームを使用した16~64歳のインターネットユーザーの割合



## EC利用概況

過去1か月間に各アクティビティを実行した16~64歳のインターネットユーザーの割合

インターネットユーザーにとって、オンラインでの製品・サービスの購入は、ごく一般的に浸透している。

購入する製品・サービスを  
オンラインで検索  
(任意のデバイス)



88.1%

オンライン小売サイト  
またはストアにアクセス  
(任意のデバイス)



84.9%

スマートホン、または  
タブレットでショッピング  
アプリを使用



83.4%

オンラインで製品・  
サービスを購入した  
(任意のデバイス)



83.6%

スマートホンを  
介してオンラインで  
製品・サービスを購入した



74.2%

## EC利用概況 年齢別

過去1か月間に任意の亜デバイスを介してオンライン購入した各年齢層のインターネットユーザーの割合

インターネットユーザーの全世代において、ほとんどオンラインで購入した経験あり。

過去1ヶ月間にオンラインで  
製品・サービスを購入した：  
16～14歳



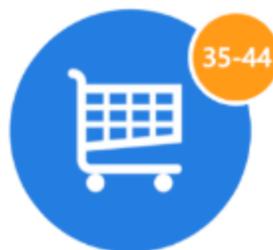
84.8%

過去1ヶ月間にオンラインで  
製品・サービスを購入した：  
25～34歳



83.3%

過去1ヶ月間にオンラインで  
製品・サービスを購入した：  
35～44歳



84.2%

過去1ヶ月間にオンラインで  
製品・サービスを購入した：  
45～54歳



86.6%

過去1ヶ月間にオンラインで  
製品・サービスを購入した：  
55～64歳



71.7%

## ECカテゴリー別 消費

2020年に消費者向けeコマースカテゴリーで消費された合計金額（米国）ドル

旅行/移動/宿泊が最も消費が多く、電子機器/ハードメディア、食品/パーソナルケアが続く。

旅行/移動/宿泊



**\$3.38**  
BILLION

ファッション/美容



**\$710.7**  
MILLION

電子機器/ハードメディア



**\$2.40**  
BILLION

食品/パーソナルケア



**\$2.34**  
BILLION

家具/家電製品



**\$438.9**  
MILLION

玩具/DIY/趣味



**\$1.40**  
BILLION

デジタル音楽



**\$83.10**  
MILLION

ビデオゲーム



**\$389.7**  
MILLION

## ECカテゴリー別 成長率

2020年と2019年の消費者向け商品カテゴリーで消費された合計金額の前年比の変化

旅行/移動/宿泊は大きく落ち込み、その他は拡大傾向。  
特に、食品/パーソナルケアは顕著な成長を見せている。

旅行/移動/宿泊



-43.4%

ファッション/美容



+35.1%

電子機器/ハードメディア



+24.2%

食品/パーソナルケア



+74.3%

家具/家電製品



+37.0%

玩具/DIY/趣味



+42.4%

デジタル音楽



+28.2%

ビデオゲーム

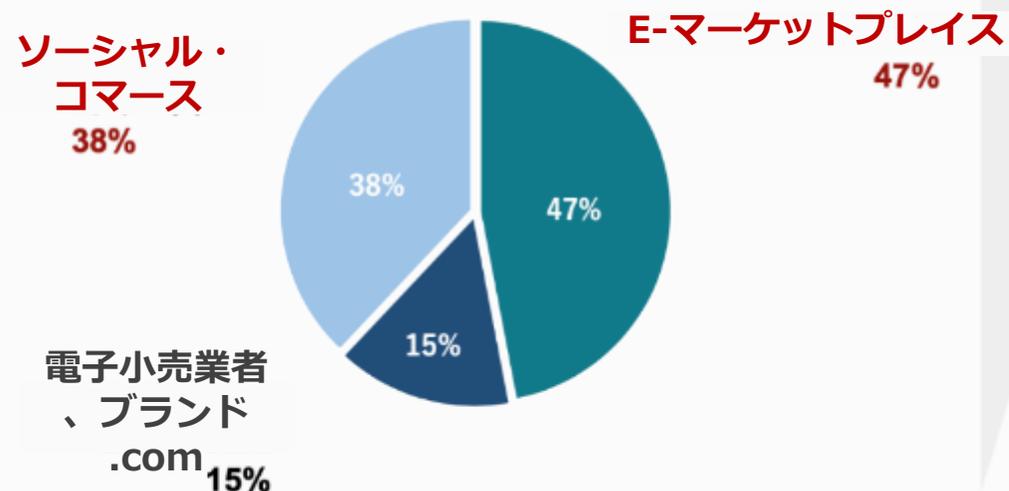


+25.0%

## EC市場概況(B2C, C2C) チャンネル毎のセグメントシェア

タイのEC市場では、E-マーケットプレイスとソーシャル・コマースの割合が高く、マーケットプレイスにおいてはShopeeとLazadaが牽引。

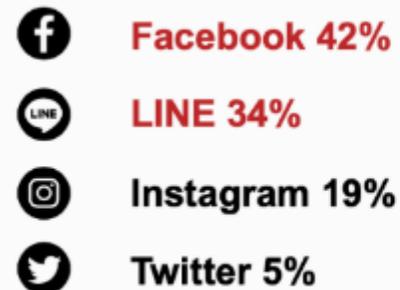
### チャンネルセグメントのシェア



### E-マーケットプレイスシェア



### ソーシャル・コマースシェア



## EC市場マップ トッププレイヤー TOP5(参考データ)

二強のShopee、Lazadaを追うのがCentralグループ率いるCentral Online。  
リアル店のある大手セントラルの小売サイトであり、コロナ禍が利用促進に拍車をかけた。

\*中国の大手JDとタイの大手流通セントラルが組む「JD Central」 2021Q1でアプリダウンロードが94%増、  
オーダー40%増

マーチャント	月間WEB訪問数	AppStore ランキング	PlayStore ランキング	LINE	Instagram	Facebook
1  Shopee TH	51,246,700	#1	#2	10,736,510	550,210	21,146,980
2  Lazada TH	33,240,000	#2	#1	22,658,440	430,950	31,139,790
3  Central Online	2,156,700	#3	#3	6,862,960	176,200	1,195,180
4  JD Central	1,853,300	#4	#4	3,964,780	47,640	453,910
5  ShopAt24	872,200	#9	#7	11,953,620	9,170	713,070

(注1)SimilarWebのトラフィックアルゴリズムは2019年9月に更新されました。

(注2)Facebookフォロワーの数は複数の国から合計されており、1つの国でのソーシャルメディアの視聴者を正確に反映していません。

(注3)2019年第3四半期にLINE @からLINEオフィシャルアカウントにラインが更新されました。

## タイのe-commerce仕様について

				
	Shopee モール	ローカルショップ	Laz モール	ローカルセラー
	B2C	C2C	B2C	C2C
販売手数料	販売額の5% (注2)	販売額の5% (注2)	商品による	無料
決済手数料	販売額の2%	販売額の2%	販売額の2%	販売額の2%
配送料 (注3)	40~60THB	40~60THB	40~60THB	40~60THB
配送業者	Shopee Express + パートナー		Lazada Elogistics + パートナー	
出品方法	商品情報をShopeeに提供、事務局が登録		出品者ページから1つずつ登録	
決済方法	COD, 銀行振込、クレジット・デビットカード、Airpay		COD, 銀行振込、クレジット・デビットカード、True Money Wallet、Counter Service (注4)	

(注 1) 2019年度のデータ

(注 2) エレクトロニクス商品は3%

(注 3) 通常配送コストは40~60THB、購入者への提示金額はクライアント側の設定次第。(例. ○○パーツ以上の購入で送料無料、など)

(注 4) セブンイレブンが提供する各種料金支払い窓口サービス。

## タイでの小売市場に関するアプリ

### (1)小売市場規模

タイの小売市場は 2009 年の約 2 兆 5,600 億バーツから、2018 年の約 3 兆 6,700 億バーツへ、10 年で約 43%の増加となった。年平均成長率は 3.67%である。2018 年の日本の小売市場規模は 134 兆円<sup>1</sup>であり、タイの同年の小売市場規模（約 12.8 兆円<sup>2</sup>）は日本の約 9.5%の規模である。

### (2) 小売形態

小売形態別においては、食品小売店が 51.4%と過半数を占め、非食品小売店が 38.8%、百貨店が 4.6%、非店舗型小売が 5.2%となっている。食品小売店では、スーパーよりも Tesco Lotus や Big C 等のハイパーマーケットの比率が高いのが特徴であろう。非食品小売店は年平均 3%で成長しており、中でも健康及び美容関連商品専門店の年平均成長率は4.6%、アパレル・靴専門店の年平均成長率は4.9%と高く、美容、健康、ファッション分野の堅調な販売傾向が窺える。これらの分野は輸入ブランドの販売比率が高いことも特徴として挙げられる。EC での販売は 2013 年の 1.1%から 2018 年には 2.0%へほぼ倍増している。

## タイでのヘルスケアに関するアプリ

新型コロナウイルス（以下、新型コロナ）感染拡大を受け、経済のデジタル化が急速に進む中、医療業界でもデジタル化による新技術を導入する企業が増加し、政府の施策と相まって、遠隔診療や周辺サービスとして、薬の購入ができるアプリなどが普及し始めた。

- ・保健省は、2017年に「eHealth」戦略を策定。2017~2026年において、医療ロボットの整備、自動診断デバイス、癌やアレルギーに対するバイオ素材開発等を実現する計画。

科学技術省、保健省、教育省は、2019年にバンコクソイ・ヨティを中心とする地域を医療イノベーションセンターとして開発する「Yothi Innovation District」計画を公表。

- ・また、タイにはデジタル企業を手がける日経企業も進出しており、Doctor Raksaは、民間病院での診察よりも安価な価格で、サービスを提供。オンラインでの医師の診察、電子カルテ、電子処方箋、薬剤師の診察、処方箋の再発行など医療に関わる一貫したプラットフォームを構築。

# FDA新レギュレーションについて新旧比較

## FDA申請に必要な書類

### ■ 2021年2月改正

書類	旧	新
輸入販売許可書(SN1)	Yes	Yes
委任状	Yes	Yes
製品カタログ（タイ語または英語）	Yes	Yes
製品ラベル（タイ語または英語）	No	Yes
取扱説明書（タイ語または英語）	No	Yes
ISO	Yes	Yes
製造元からの自由販売証明書	Yes	No
製造元からの適合宣言書（全ての製品の詳細）	No	Yes
製造元から承認書（全ての製品の承認）	No	Yes
法人設立証明書	Yes	Yes



## FDA申請方法と期間

手順	旧システム 審査期間	新システム 審査期間
①Pre-Subシステムに必要書類を送信する（書類の不足、不備の確認）	No	Yes /14日以内
②E-Subシステムに必要情報を入力（入力情報の確認）	Yes /30日以内	※Yes /120以内

※コロナ禍により現在コンピューターでの自動承認。7～14日間以内で許可書類受領可能。

## 中小企業支援政策の概要

### 財務省中央会計局のSME登録による優遇制度

#### 1.SME特徴（該当企業）

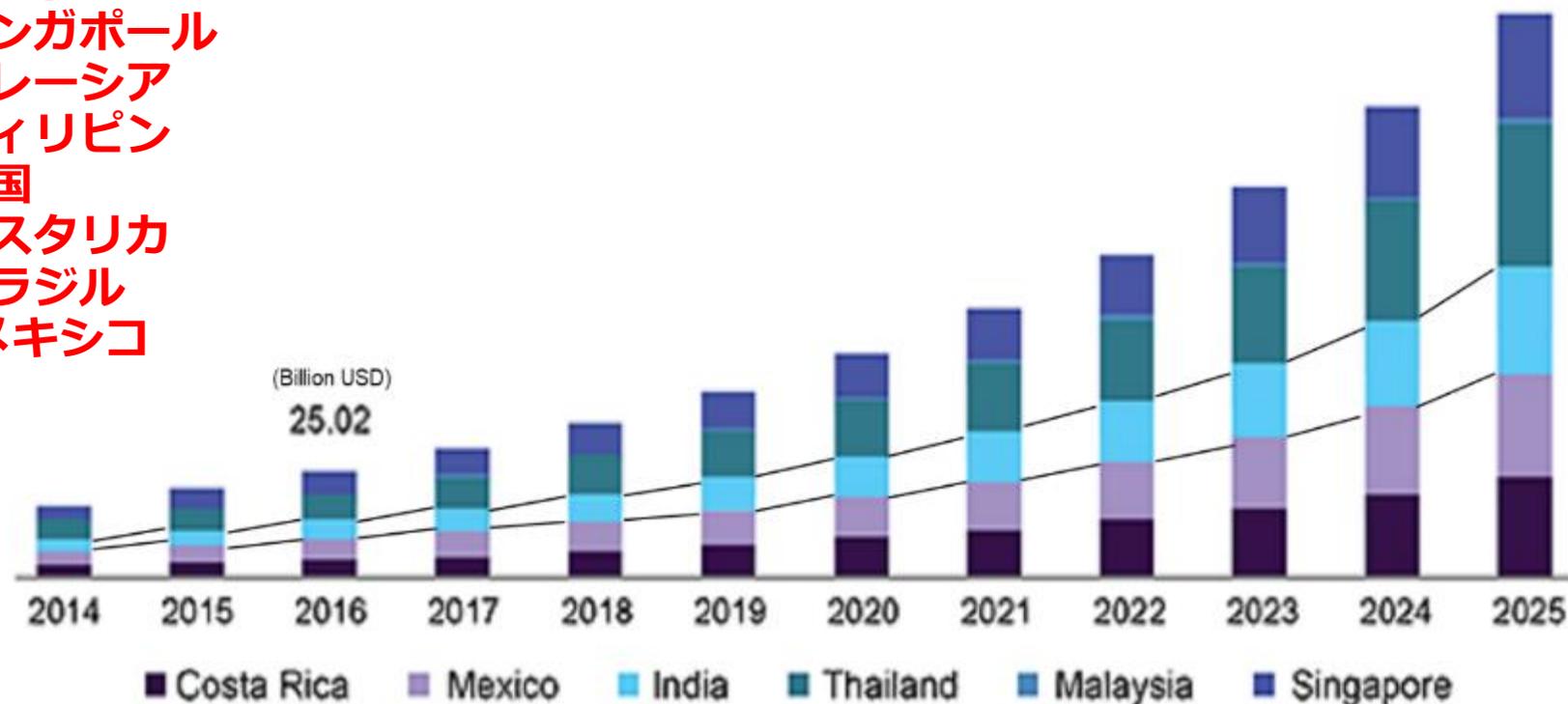
- 小規模事業 MICRO（製造、販売、サービス業売上180万B以内）
- 小規模事業 SMALL（製造業売上1億B以内：販売、サービス業売上5,000万B以内）
- 中規模事業 MEDIUM（製造業売上5億B以内：販売、サービス業売上3億B以内）
- タイ国籍の企業（サイン権者がタイ人であること）
- 法人と個人を対象とする

#### 2.SME登録の利点

- 年間1.3兆バーツ以上の市場に参加可能
- 全国の政府調達に参加可能
- 政府のSMEからの調達割当がある
- 電子入札で10%有利
- 大企業と競争可能
- 地方SMEの機会増

## 医療観光の世界市場と医療観光のトップ10の国

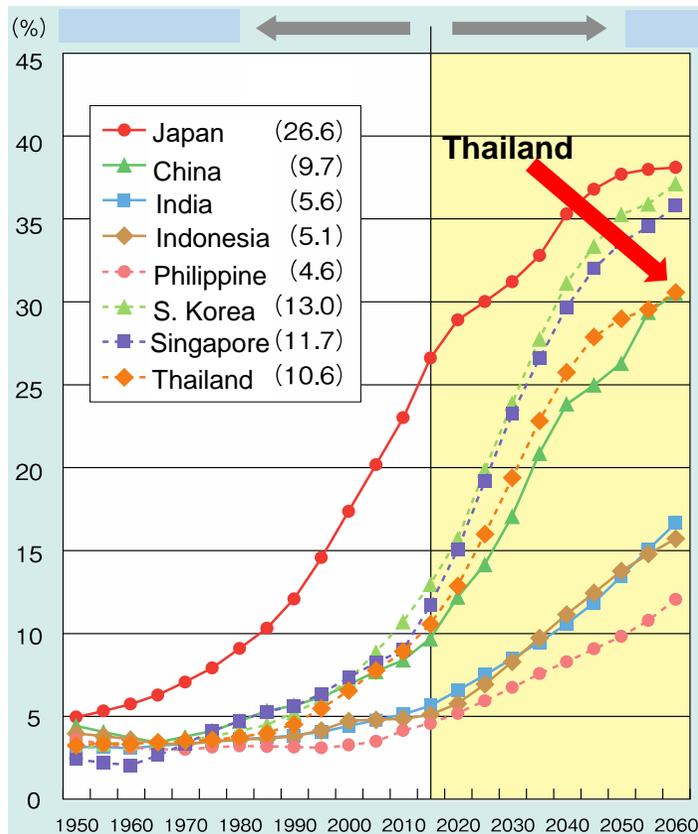
- 1.タイ
- 2.ハンガリー
- 3.インド
- 4.シンガポール
- 5.マレーシア
- 6.フィリピン
- 7.米国
- 8.コスタリカ
- 9.ブラジル
- 10.メキシコ



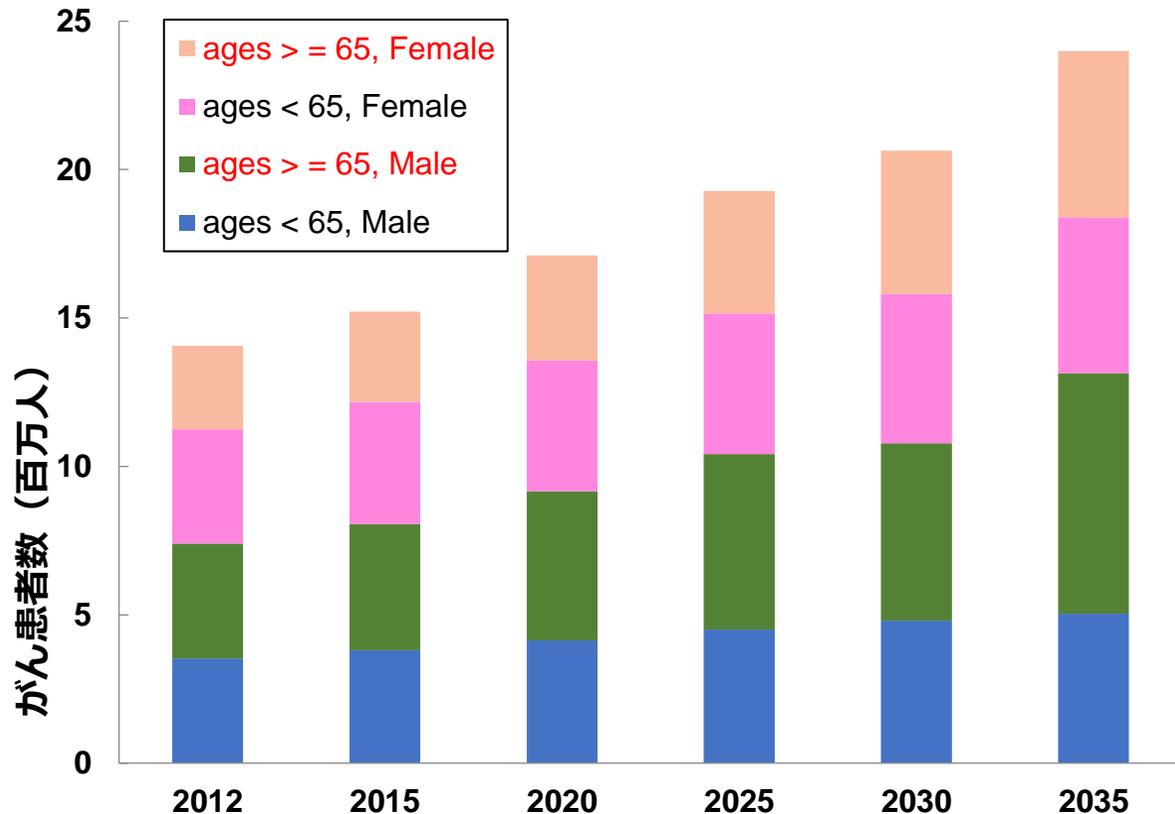
Source: Medical Tourism Market Share & Analysis, Industry Report, 2018-2025

- 医療観光の市場、特にアジア市場は継続的な成長を示しています。
- タイは医療観光客に最も人気がある国になっています。
- ➡多くの外国人患者は自国で受けられない新しい治療法にも期待しています。

# アジア諸国における高齢者人口 (> 65歳) の変化と世界の癌患者の成長



Source: UN, World Population Prospects: The 2017 Revision

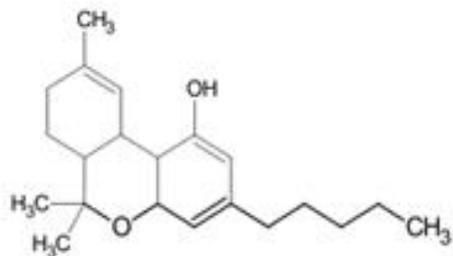


Source: GLOBOCAN 2020

- アジア諸国の高齢者 (> 65歳) の人口は2020年以降急速に増加しています。
- タイも含め癌患者は2035年まで継続的に増加します。
- →タイは高齢化社会に備える必要があり、癌治療も外科的治療の代わりに低侵襲治療の需要が高まることが見込まれます。



## 2つの主要なカンナビノイドの効果; CBD対THC



THC

### CBD (カンナビジオール) の効果

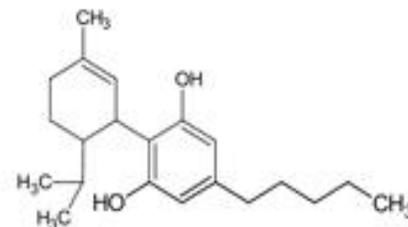
- 常習性がない
- 食欲を減らす
- 不安を軽減する
- 目覚めがよい
- 合法



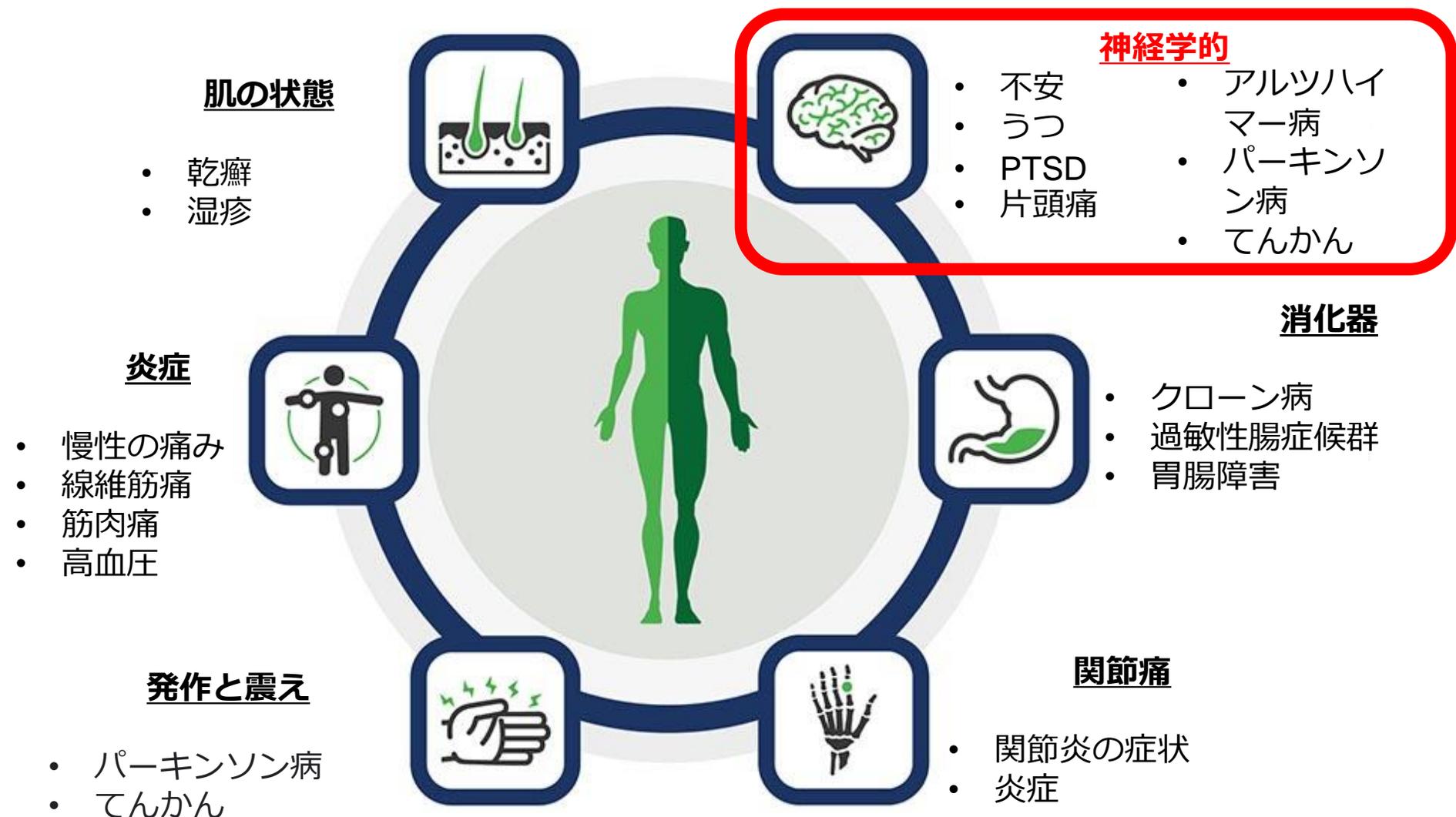
### THC (テトラヒドロカンナビノール) の効果

- 常習性がある
- 食欲を増進する
- 不安を引き起こす
- 睡眠補助
- 非合法

CBD



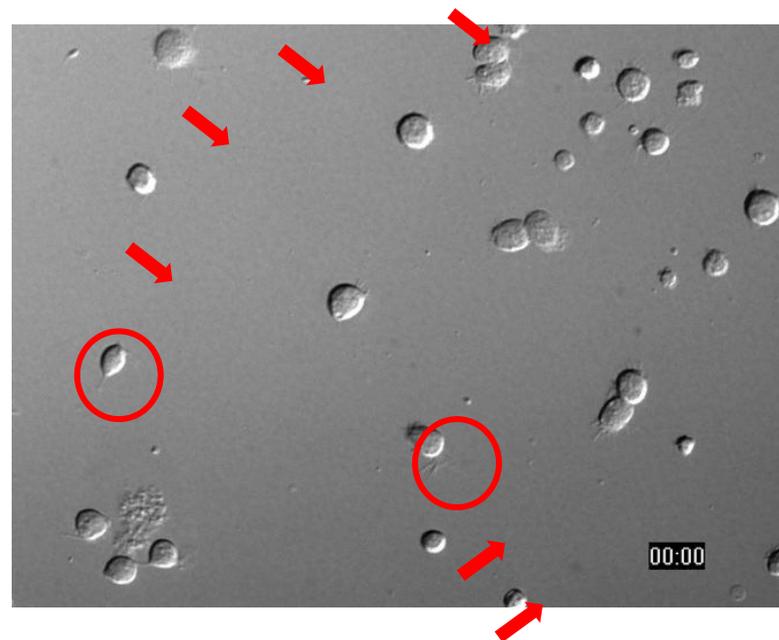
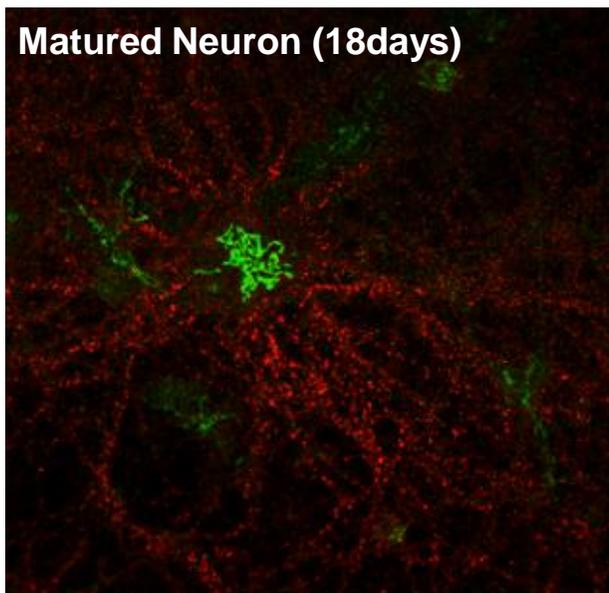
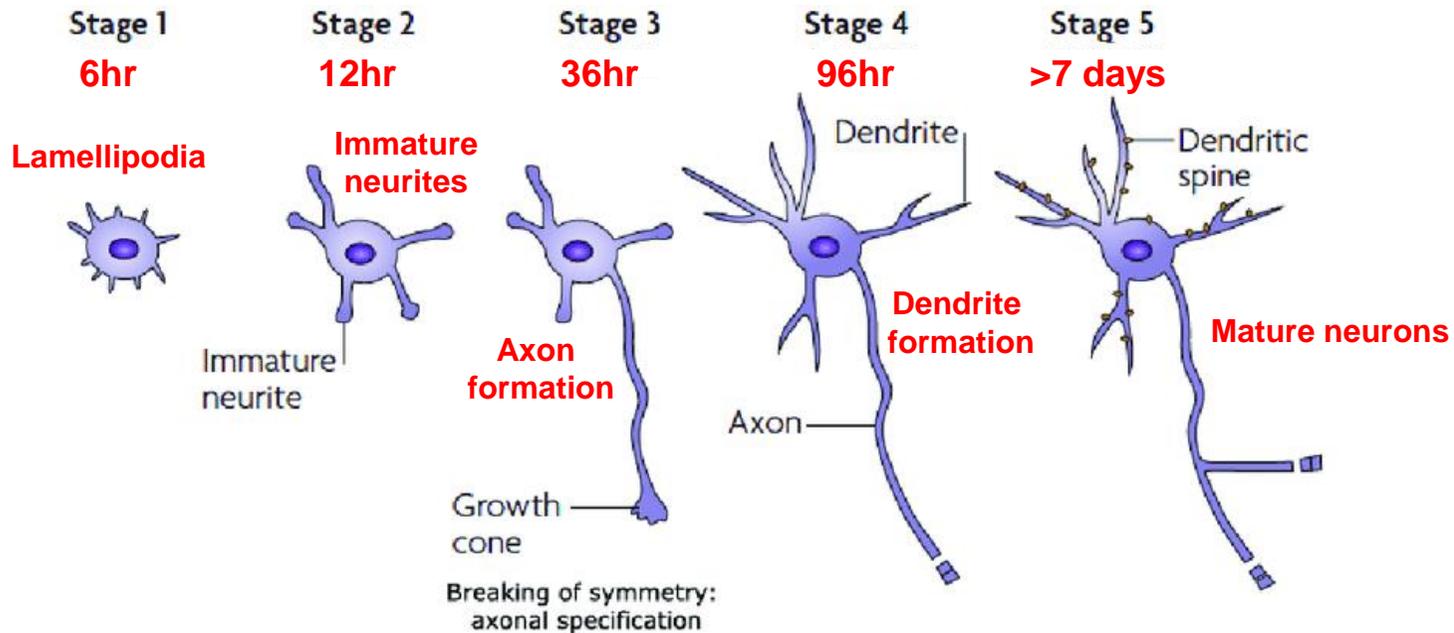
# カナビス治療 利点



Source: PurMed Global; <https://www.parklandchiropractic.com/purmed-cbd>

医療大麻のなかでカンナビノイドはどのように脳機能を調節するか？

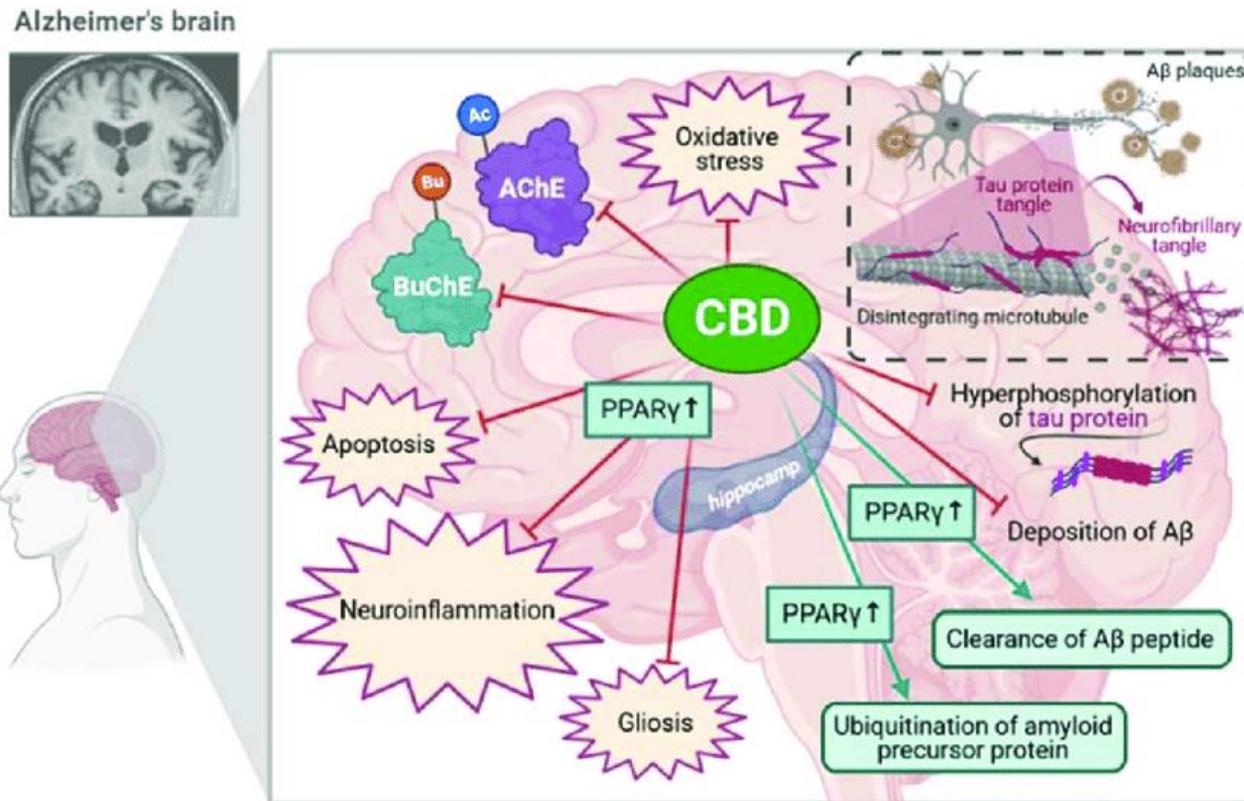
# ニューロン (神経細胞) の発達段階



## カンナビス治療

### カンナビノイドはどのように脳機能を調節しますか？

炎症や酸化などのさまざまな要因が神経細胞、特に記憶と学習に不可欠な海馬に損傷を与えます。

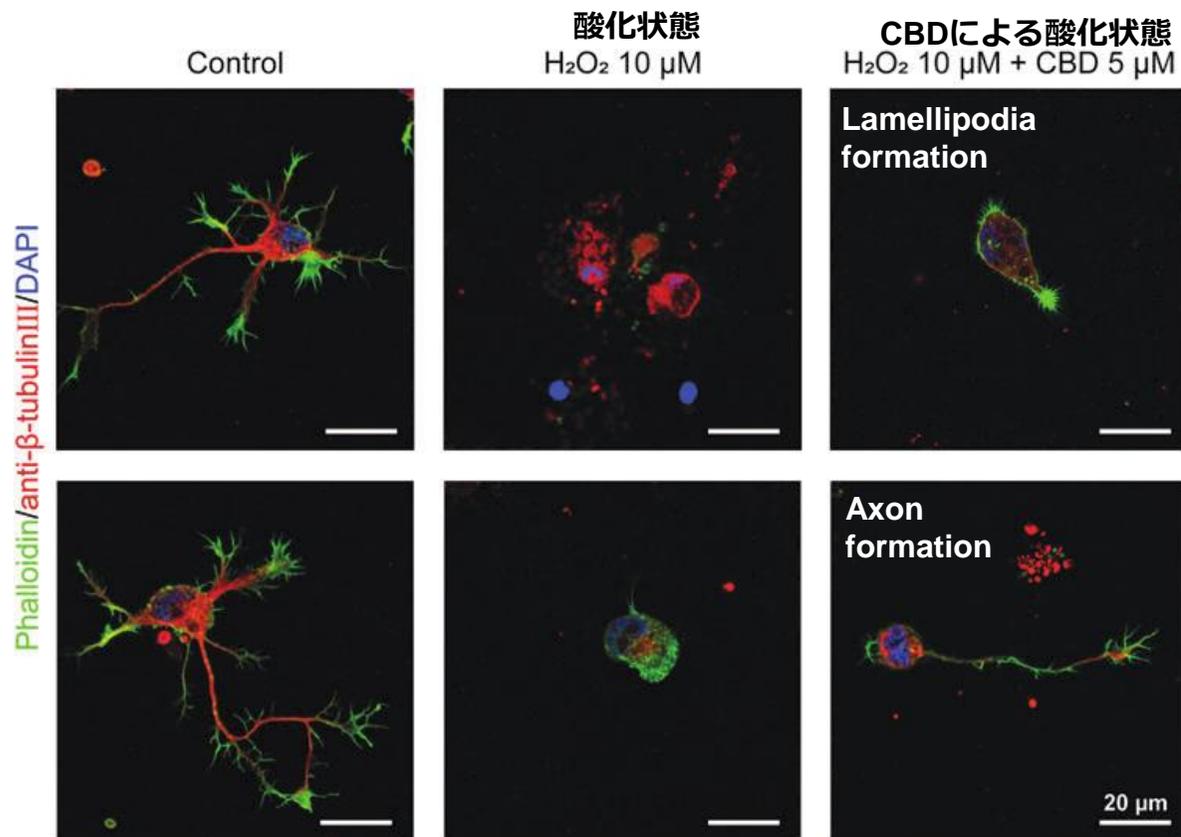


Source: International Journal of Molecular Sciences; 22(9):4294

- CBDは私たちの脳の酸化、細胞死、炎症を保護します。
- CBDは、アルツハイマー病の脳に見られるタンパク質であるAβタンパク質の発現を除去および抑制します。
- ➡ CBDは私たちの脳の多くの機能を調節することにより神経疾患の罹患を防ぐ。

## カンナビス治療

### CBDは酸化をブロックし、ニューロンの変性を防ぐことができます



Source: Cannabis and Cannabinoid Research Volume 6, Number 1, 2021, 40-47

- CBDは私たちの脳の酸化をブロックします。
- CBDは神経細胞の変性を防ぎ、神経細胞の再生に貢献することができます。
- CBDは、神経炎症性疾患、てんかん、統合失調症、不安障害の治療のための有効なツールとして使用されています。
- ➡ CBDは、アルツハイマー病などの神経疾患の治療ツールになる可能性があります。

VIII.

Appendix  
その他附録資料

# ビジネスマッチングに対する評価・島根県



島根県 商工労働部 しまねブランド推進課  
海外展開支援室 海外展開グループ 野津 様

## ビジネスマッチング運営面総括

- 一件一件の商談に対して双方の事前準備を行ったため各商談が質疑応答まで適切にでき、相互の理解が深まった。
- 既にサンプル品の送付が行われているなど積極的な取り組みの姿勢が素晴らしい。
- タイ商工会議所の協力により、今までのマッチングでは会えなかった市場のリーダーのような企業と会えたことは非常に有難かった。

## 島根県側参加企業からのフィードバック

- 時間の調整なども細かく行われ、運営側から事前準備への協力を得たことで、40分という短い時間の中で商品の詳細などについて話ができてよかった。
- 事前の商品送付でタイに実商品がある中で打合せができたため、WEB会議の形式だったがストレスなく行えた。

## 今後への要望

- 来年度以降も引き続き島根県企業や産業のタイへの進出に協力をして欲しい。
- タイから日本へのニーズもどんどん情報提供頂きたい。

# ビジネスマッチングに対する評価・大分県



大分県商工観光労働部 新産業振興室  
主幹 生野 勇基 様

ビジネスマッチング運営面総括

- タイ語版の資料・動画の作成により1月14日・26日共に短い時間の中で6社の情報をタイの皆様にお伝え出来たことは大変良かった。通訳も事前にリハーサルを重ねたことで効率よく行えたと感じている。大分県として目的としているMOUの締結に向けて双方時間調整に苦労したが、サナンタイ商工会議所会頭にもご理解を頂けたことに対してKAIGO Lifeに大変感謝している。今後個別の企業の商品がタイでの販売に繋がるように協力を継続して行きたい。

大分県側参加企業からのフィードバック

- 今回はタイの多くの企業の方に商品紹介をさせて頂けて有難かった。我々の商品の情報を一方的に紹介したスタイルであったのでタイ側のリアクションが不安ではあったが、次回個別のマッチングの機会を得られるということなのでその機会を楽しみにしたい。タイ語の資料・動画の編集は大変感謝している。

今後への要望

- 今回の6社についてタイの市場で販売できるように次の個別のマッチングを大変楽しみにしている。また大きな目的でもあるMOUの締結に向けてもタイ商工会議所側に理解を頂けているということで大変感謝している。来年度以降も継続して協力をお願いしていきたい。

## タイ進出を支援する地方公共団体／金融機関の出先リスト（1/2）

- 新規進出企業の窓口の役割を果たしており、KAIGO Lifeとして協業することでヘルスケアに関する企業の紹介を受けることができる。

- 北海道：北洋銀行バンコク駐在員事務所
- 青森県：青森県東南アジアビジネスコーディネーター
- 秋田県：秋田県東南アジア経済・観光交流連絡デスク（北都銀行に委託）、北都銀行バンコク駐在員事務所
- 栃木県：足利銀行バンコク駐在員事務所
- 群馬県：群馬銀行バンコク駐在員事務所
- 埼玉県：埼玉県タイサポートデスク（東洋ビジネスに委託）
- 神奈川県：横浜銀行バンコク駐在員事務所
- 千葉県：千葉銀行バンコク駐在員事務所
- 山梨県：山梨県海外ビジネスサポートデスク（タイ）（東洋ビジネスに委託）
- 新潟県：新潟県バンコク駐在員事務所（AAPに委託）
- 長野県：八十二銀行バンコク駐在員事務所
- 富山県：富山県バンコクビジネスサポートデスク（北陸銀行に委託）、北陸銀行バンコク駐在員事務所
- 石川県：北國銀行バンコク駐在員事務所
- 福井県：ふくいバンコクビジネスサポートセンター（福井銀行に委託）、福井銀行バンコク駐在員事務所

注) APP : Asia Alliance Partner

## タイ進出を支援する地方公共団体／金融機関の出先リスト（2/2）

- 静岡県：清水銀行バンコク駐在員事務所、浜松信用金庫バンコク駐在員事務所
- 愛知県：瀬戸信用金庫バンコク駐在員事務所、岡崎信用金庫バンコク駐在員事務所、  
碧海信用金庫バンコク駐在員事務所
- 岐阜県：十六銀行バンコク駐在員事務所、岐阜信用金庫バンコク駐在員事務所
- 三重県：百五銀行バンコク駐在員事務所
- 滋賀県：滋賀銀行バンコク駐在員事務所
- 京都府：京都銀行バンコク駐在員事務所
- 大阪府：タイ・大阪ビジネスサポートデスク（APPに委託）
- 鳥取県：鳥取県東南アジアビューロー（AAPに委託）
- 島根県：島根・ビジネスサポート・オフィス（APPに委託）、山陰合同銀行バンコク駐在員事務所
- 岡山県：岡山タイビジネスサポートデスク（APPに委託）、中国銀行バンコク駐在員事務所
- 広島県：広島銀行バンコク駐在員事務所
- 福岡県：福岡県バンコク事務所、福岡銀行バンコク駐在員事務所

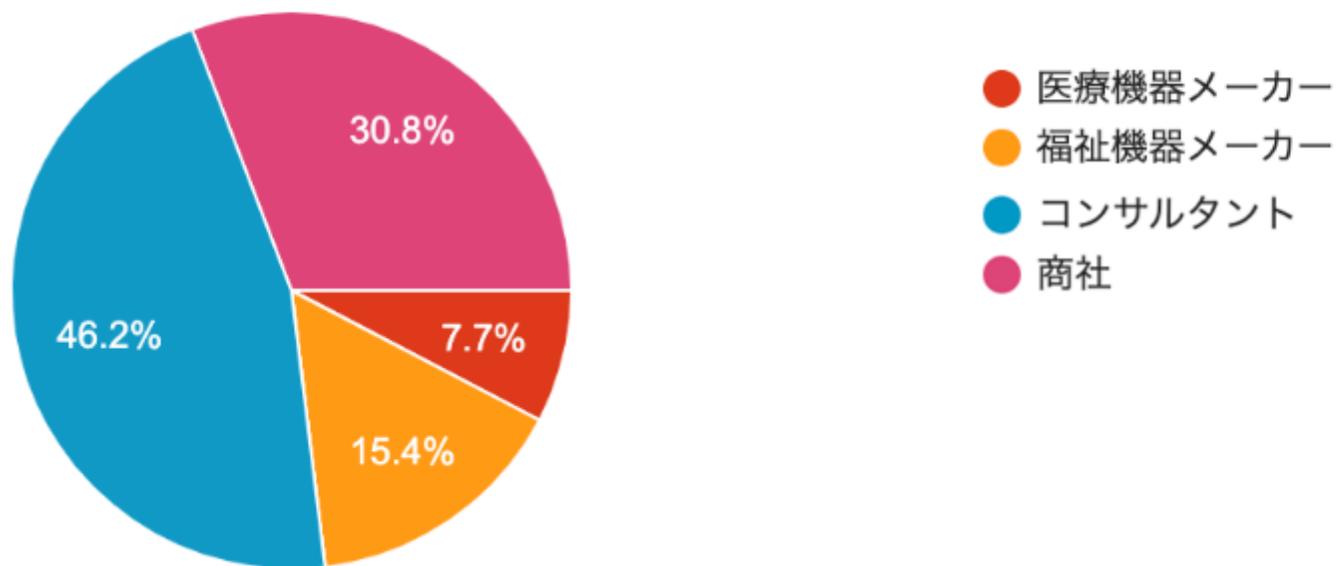
注) APP : Asia Alliance Partner

## JAPANデスク開所式 アンケート結果 事業内容構成

- 結果として、コンサルタントが想定より多かったため、今後タイへの進出を支援するコンサルタントとの協力も必要である。

### 事業内容

13 件の回答

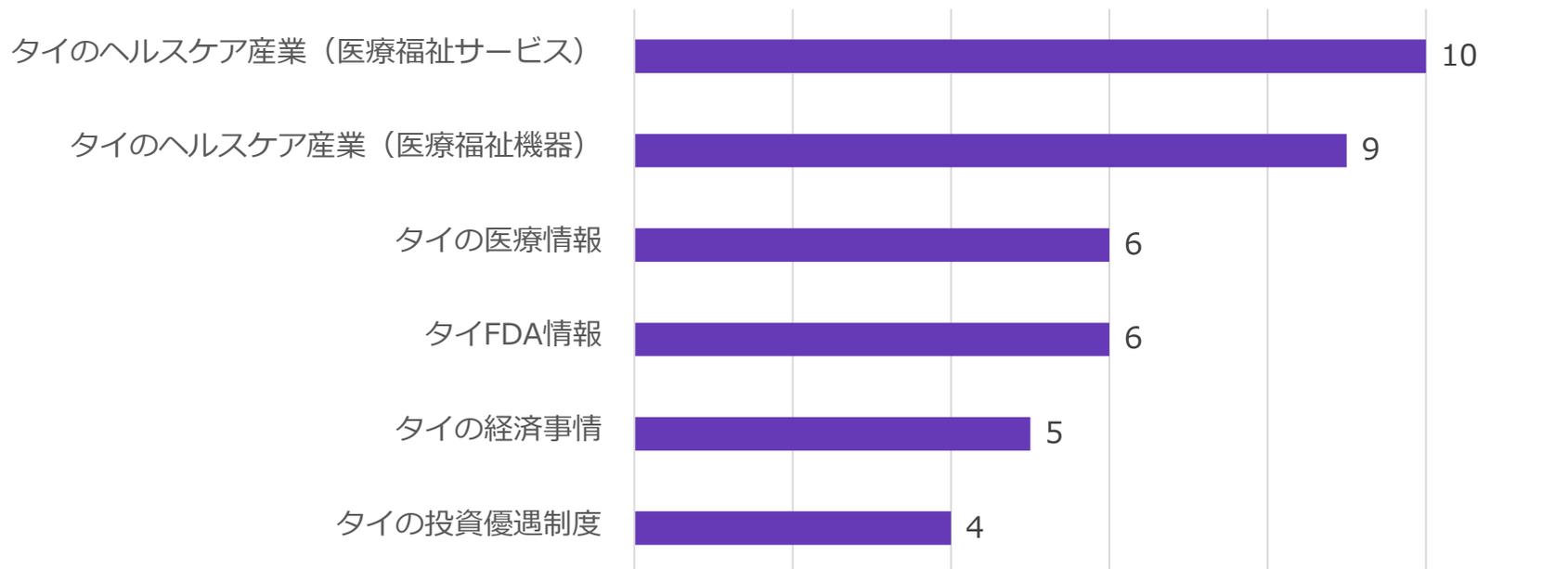


# JAPANデスク開所式 アンケート結果 今後期待するセミナー

- 今後JAPANデスクから発信するセミナーの要望が把握できた。KAIGO Lifeが特化しているヘルスケア産業に関する情報発信へのニーズが高いことがわかった。

## 事業内容

13件の回答



# ビジネスマッチングに対してタイ商工会議所にヒアリング



タイ商工会議所 保健衛生委員会  
クロッド代表

運営面について

- 多くの企業が参加してことは非常に良かった。事前に情報が多くもたらされたことでタイ側参加者も準備をして参加できたことが成功につながったと考えている。

タイ商工会議所  
側参加企業の  
フィードバック

- 参加企業も日本への渡航ができない中でWEB形式とはいえ日本の商品サービスの情報が取得できることは非常に良かったとのことである。福祉機器から食品まで様々なカテゴリの企業に情報を得ることができてよかった。

今後への要望

- 既存のマッチングが目的の物ではなく事業を興すためのビジネスマッチングを今後も継続して欲しい。オンラインの時代ではあるが、タイの市場の認識を事前にもっと持ってってから開催して欲しい。例えば代表者だけでも事前にタイ側の施設などの見学を行い、その説明を日本側にしたうえでビジネスマッチングを開催した方がより成功率が上がるはずである。

## ビジネスマッチング参加企業の目的

### ① ビジネスマッチング参加の目的

- 事前調査段階の企業が多い
- 直接投資よりも輸出による販売先を求めている企業が多い

### ② 進出希望企業の進出希望の業態について調査

- 福祉機器製造業者
- 健康食品製造業者
- 高齢者サービス提供業者
- メディカル・ヘルスケアアプリケーション開発業者

# タイ保健省の日本のヘルスケア産業に対する期待をヒアリング



タイ保健省健康サービス推進局 上席研究員  
Ms. Ngamnet Eiamnaka

## 今後の方針

- タイはASEANの中でもe-health servicesとe-health tourismの2つの分野でリーダー的存在であり、タイはアジア、そして世界のメディカルハブとなることを目標としている。そして、「ウェルネス・ハブ」「高齢者ケア・デスティネーション」というビジョンを掲げ、世界的な事業展開を進めている。本年タイにて開催されるAPEC2022では、タイがメディカルハブになる意思と準備を示す予定である。

## 現在のプロジェクト

- EEC（東部経済回廊）やブーケットサンドボックスなどの特別エリアでの事業展開や、チェンマイ、サムイ、クラビなどの観光地への進出を促進するための法律の整備。
- タイ人、外国人を問わず、あらゆる年齢層の人々に適した医療サービス運営モデルを構築。
- 持続可能な開発への注力のため SDGsの目標の達成。この分野でも日本政府や民間企業とのアライアンス協力が必要です。

## 日本企業への要望

- 高い技術と経験を持つ日本をモデルにしたい、新技術や人材育成のための研修制度の構築に協力してほしい。
- 予防の観点からリハビリ技術についてサポートをしてほしい。
- より多くの質の商品やサービスでタイ人の健康寿命の延伸に貢献してほしい。

# レンタル事業にタイするタイ保健省の評価



タイ保健省 健康サービス維新局 上席研究員  
Ms. Ngamnetr Eiamnakha

レンタル事業に  
ついての感想

- タイは所得格差も大きいいため非常に有益である。予防・自立という観点でも質の高い商品が貢献できるという点を市場に伝えるためにも有益な事業である。

保健省からの要  
望

- 本年APECの議長国であり、政府全体としてSDGsに取り組んでいくため、活動自体はSDGsに関係しているため提案時にも盛り込んだ方が良い。SDGsを掲げることで保健省としても協力しやすくなる。

課題

- レンタルが広まると販売と同様に、中国などのメーカーと価格競合になることが予想できる。その際の差別化ポイントをしっかりと持っておくことが必要ではないかと思う。

# レンタル貸与先へのヒアリング・高齢者施設



Asian Nursing home  
タイ人理学療法士

レンタル品の実際の利用に際して

- レンタルによって種類が増えたことで様々なトライができた。車いすに乗っている利用者の姿勢や走行性が改善され家族も喜んでくれた。
- 以前は駐車ブレーキが利かない車いすなどを使わなければならなかったが質の良いレンタル品を利用できたことで安心して移乗の介護などができるようになった。

レンタル品の利用によって施設全体への影響

- 理学療法士に対してレンタル品の利用によりベッドからの移乗などの手法の選択肢が増えて教育がしやすくなった。
- 介護士に対しても今まで車いすのトレーニングをしたことがなかったがレンタル品の納入により初級トレーニングができた。

今後の要望

- 車椅子以外の商品もレンタルできるようにしてほしい。
- 継続的にトレーニングを行ってほしい。
- 追加で提供できる情報についての動画などのコンテンツを増やしてほしい。

# 販売拡大3事業について会員企業インタビューの結果①



パラマウントベッド タイランド  
青木社長 様

会員企業として  
KAIGO Lifeに期  
待すること

- 高齢者施設の市場の拡大が見込まれているため、効率的な販路拡大のサポートをお願いしたい。センシングを活用した商品も積極的に紹介したく保健省などを通じた情報発信の場の提供もお願いしたい。

SDGsへの取り組  
み

- 本社に於いては数値目標も設定され主要課題として取り組んでいる。タイに於いても昨年度から考え方の説明をし、安心安全の啓蒙活動をスタートしている。今後活動の幅を広げていきたい。KAIGO Lifeとしての活動においてもSDGsの考え方の下で一緒に取り組めることを期待している。

この2年間のコロ  
ナ下での事業に  
ついて

- コロナの感染者数と政府の方針によって振り回されてきた。行動制限によって営業できないが納品やアフターサービスは行わなければならないなど社員の安全管理にも非常に気を使った。ロックダウンになり売り上げが落ちると思ったが、感染者が急拡大して野戦病院でのニーズが一気に来るなどを経験し、医療福祉機器はいかなる時も貢献できる事業であることを改めて認識した。

## 販売拡大3事業について会員企業インタビューの結果②



Saraya International Thailand  
松本社長 様

会員企業として  
KAIGO Lifeに期  
待すること

- セミナーなどイベントで情報発信できたことはよかった。今後は実際の販売に繋がる活動をより担って欲しい。ショールームや高齢者施設協会（SHSTA）での共同購買などに期待している。タイ人スタッフへの教育も頻繁に行ってほしい。

SDGsへの取り組  
み

- 本社は最重要課題として取り組んでいる。海外拠点としても社員教育を含めて取り組んでいく課題であり、KAIGO Lifeの会員の皆さんと一緒にPRすることで市場からの注目も集まると考えるため是非一緒に取り組んで行きたい。

この2年間のコロ  
ナ下での事業に  
ついて

- 衛生材料を扱う会社としては特需であったが、市場が急拡大したせいで競合も急拡大し価格競争が厳しくなった。今後は今まで以上に教育などソフト面を強みとしていかないといけない時代になったと認識している。差別化が難しい商品であり、今まで以上に啓蒙活動などのソフトサポートの質と量を高めていきたい。

Note : SHATAとは高齢者サービス協会・Senior Health Service and Trade Association の略で現在450の高齢者施設が会員として登録している。

## 販売拡大3事業について会員企業インタビューの結果③



東海機器工業 株式会社  
長瀬 取締役 様

会員企業として  
KAIGO Lifeに期  
待すること

- 日本に於いて消毒機器の販売先である病院や高齢者施設に日本式衛生の啓蒙活動を行ってほしい。またレンタル事業者も日本では大きな市場のため、レンタル事業の立上げ・拡大をお願いしたい。

SDGsへの取り組  
み

- 本年度から取り組んでいる。機械開発に於いて節水・省エネに力を入れている。カーボンフリーの機械製造工程作りも進めている。今後は弊社機械の強みの一つとしてPRしていきたい。
- また、以前から環境配慮型の洗剤の利用などは引き続き取り組んでいる。
- 今後は洗浄消臭効果の向上により福祉用具レンタルの商品寿命を伸ばし、商品の廃棄量の削減にも貢献していく計画である。

この2年間のコロ  
ナ下での事業に  
ついて

- 海外出張ができなかった。リモートで納入設置や修理、仕様説明ができる体制が整った。また国内市場に集中して営業活動を行った。衛生行きの高まりにより既存の病院・レンタル事業者のみならず、一般家庭向けの消毒サービスなどへ機器の販売ができるようになった。今後は海外でもその経験を活かしていきたい。

