

NNA報告

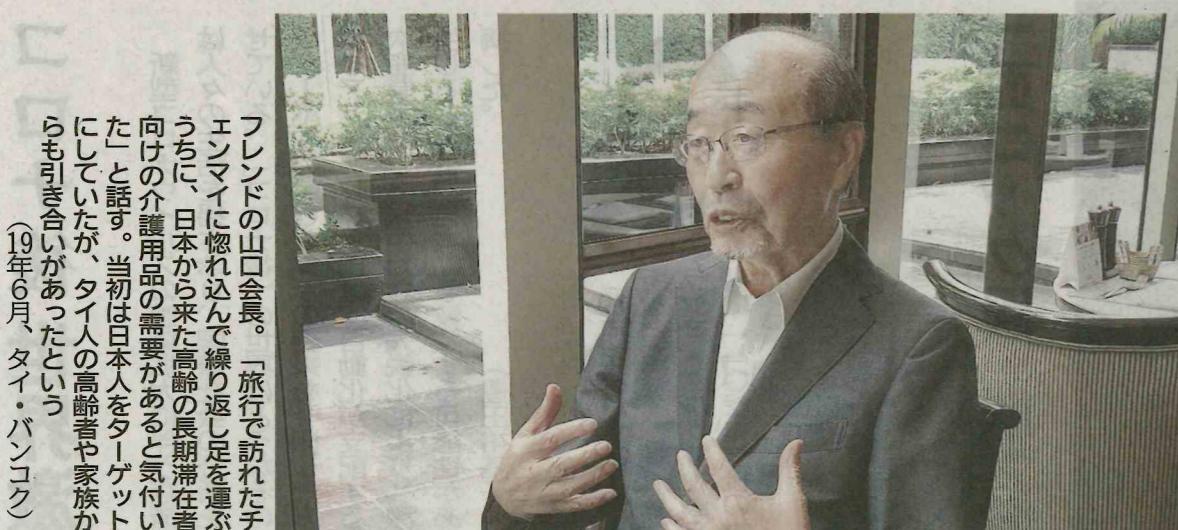
アジアビジネス

高齢化進むタイ商品工夫

シニア向け企業の取り組み



昨年6月、バンコク首都圏のタマサート大学付属病院内に開業したフレンドの介護用品ショップ3号店。昨年8月には同じくバンコクの国立チュラロンコン大学病院内に4号店を開設した。19年6月、タイ・パトウムタニ県 (いずれもNNA撮影)



フレンドの山口会長。「旅行で訪れたチエンマイに惚れ込んで繰り返し足を運ぶうちに、日本から来た高齢の長期滞在者向けの介護用品の需要があると気付いた」と話す。当初は日本人をターゲットにしていたが、タイ人の高齢者や家族からも引き合いがあったという
(19年6月、タイ・バンコク)

食事など配慮 ツアー女性受け

2035年には超高齢社会に突入するとされるタイに、老後を楽しむための商品やサービスを投入する企業が出てきた。ブティックのような洗練された介護ショップを開く日系企業も登場している。上手にシニアの心をつかみ取れるか、企業の取り組みを現場からリポートする。

(文・写真=NNAタイ編集部 本田香織)

日本製の靴や杖、スプーン、フォーク、箸、車椅子、電動ベッドなど約150種類の介護用品・福祉機器を展示・販売する。介護用品ショップという地味なイメージになりがちだが、ブティックのような洗練されたデザインを取り入れ、商品を手に取りやすいよう陳列にも工夫を凝らしている。

一番の売れ筋商品は、福岡県の靴メーカーが製造する脱ぎ履きや歩行がしやすい靴だ。1足3500バーツ前後(約1万1800円)と高額だが、タイではこのような機能性の高い靴の入手が難しいことから人気が高い。

日本とタイでは習慣の違いから用品の売れ行きが異なる。「例えば、日本ではスプーンとフォークはほぼ同じ数売れるが、タイではメインで使うスプーンは売れて

挂钩するフレンド(栃木県小山市)は昨年6月、タイの子会社を通じて同病院内に介護用品ショップ「ZAITAKU KAIGO HOME CARE」の3号店を開業した。バンコク首都圏では初の店舗となる。

日本製の靴や杖、スプーン、フォーク、箸、車椅子、電動ベッドなど約150種類の介護用品・福祉機器を展示・販売する。介護用品ショップという地味なイメージになりがちだが、ブティックのような洗練されたデザインを取り入れ、商品を手に取りやすいよう陳列にも工夫を凝らしている。

一番の売れ筋商品は、福岡県の靴メーカーが製造する脱ぎ履きや歩行がしやすい靴だ。1足3500バーツ前後(約1万1800円)と高額だが、タイではこのような機能性の高い靴の入手が難しいことから人気が高い。

介護ショップ 洗練デザイン



一番の売れ筋である日本製の靴を試着するタイ人女性

補助的に使われるフォークはほとんど売れない」(同社)といい、「在宅介護」が一般的だ。今後は売れ行きをみて品ぞろえに生かす方針だ。また、タイではインターネットやスマートフォンの普及率が高いためからオンラインでの販売も視野に入れている。

タイでは日本以上に速いペースで高齢化が進むが、介護保険制度は未整備で高齢者施設も少ないので、介護用品を販売するだけでは高齢化対策の支援にはつながらない」と指摘する。

各店舗に併設する相談室で高齢者やその家族・医療関係者らに在宅介護に関する情報やアドバイスを提供していく方針だ。

るようとした」(チョーチュアン氏)。家族が送迎しやすいうように早朝と夜遅くの発着も避ける。シニア向けバスツアーでは「最高速度を時速90キロメートル以下に抑え、90分ごとにトイレ休憩を挟む」など、配慮を徹底しているという。

