

## REHA Care International レポート

# 2005.10.12～15 ドイツ・デュッセルドルフ

(財)保健福祉広報協会



海外にはH.C.R.以上の規模を持つ展示会が2つあります。アメリカのMedtradeとドイツのREHA CARE Internationalです。両展示会とも福祉機器に関わる最新情報を入手できる場であり、アメリカ、ヨーロッパそれぞれの特徴を見ることができます。

本誌では、アメリカのMedtrade (H.C.R. 2005 NEWS No.1) に続き、ドイツのREHA CARE Internationalの様子をご紹介します。

## ■出展・来場状況

「2005 REHA Care International」は2005年10月12日～15日にかけて、「メッセ・デュッセルドルフ」(ドイツ)において開催された。出展社は、31カ国から853社(2004年-32カ国・806社、2003年-31カ国・804社)台湾・韓国などのアジア地域からの出展社も多く、日本からは15社が出展していた。来場者は49,500人(2004年-50,087人、2003年-50,100人)を数え、ドイツ国外からは40カ国から7,500人が訪れた。

## ■街を挙げての一大イベント

REHA Care International(以下、REHA)の開催される4日間、空港の到着ロビー正面に来場者を歓迎する看板が立ち、また、アクセスの中心となるUバーン(地下鉄)には、会場へ向かう駅ごとにREHAの案内看板が張られているなど、街を挙げてこのイベントの成功に向けた努力がなされている。

会場のメッセは、ライン川沿いに広大な敷地を有しており、総ホール数17、展示スペースはおおよそ23万㎡にも及ぶ。REHAはそのうちの7ホール分を使用して開催されていた。

## ■出展社・来場者にとってのREHA Care Int.

会場内にはインタビューコーナー(アンケート)があり、スタッフのアドバイスのもと来場者がタッチパネル式の画面を見ながら回答する光景が見受けられた。主催者からその一部が次のとおり公表されている。

- ◇少なくとも二人に一人は展示会の会場で製品の発注を行った、もしくは展示会後にそうするつもり。
- ◇来場者のうち業者の数は73%を占め、40%は製品購入の商談に至った。
- ◇来場者のおよそ半分は自身が障害を持っている

### REHA Care International 国別出展社数

出展国名	出展社数		出展国名	出展社数	
	2004年	2005年		2004年	2005年
ドイツ	601	595	イタリア	20	18
イギリス	51	43	チェコ	3	2
台湾	36	42	ブラジル	1	1
中国	7	7	オーストリア	6	5
イスラエル	2	1	ノルウェー	3	2
デンマーク	37	32	スロバキア	—	1
ロシア	27	8	ベルギー	3	1
アメリカ	10	13	UAE	—	1
オランダ	17	24	スロベニア	2	2
スイス	8	9	スペイン	3	4
フランス	13	18	アイルランド	1	1
フィンランド	8	10	香港	1	1
ポーランド	6	3	トルコ	1	1
韓国	1	4	ポルトガル	1	1
カナダ	4	4	日本	14	15
スウェーデン	8	11			

※出展社数は複数小間出展の企業

か、もしくは家族に障害者がいる。

◇今年度の来場者が最も関心を寄せていたのは自動車と車いすで(全体の49%)、次いで日常生活用具、歩行具・移動機器であった。

上記結果を見る限り、REHAでは多くのバイヤーが訪れ、商談を持っていることが分かる。

## ■日本企業の出展状況

今回の日本企業の出展社は15社であった。

ある出展社にインタビューしたところ「ヨーロッパ市場進出への足がかりとして出展している。昨年は、我々のようなメーカーが直接動こうとすると、様々な法規制があることが分かった。今回はどのような供給先があるのかを探るとともに、代理店契約交渉を確実に進めていきたい。」と述べていた。

REHAの出展製品に比してH.C.R.の出展製品は、遜色がないように見受けられた。日本の技術開発力が福祉機器の分野にも確実に反映されてきている。

## ■充実した車いす市場

今回のREHAで目を惹いたのが移動機器で、290社が出展、特に車いすの出展は群を抜いていた。来場者も車両・車いすに関心を持つ方が全体の49%と高い数値を示した。特徴としては、非常にコンパクトで軽量化が図られた車いすが多く出展されていたことである。欧米人の体格や住環境などから、大きな車いすが利用されていると想像していたが、そうではなかった。ヨーロッパの車いすメーカーに尋ねると、「軽量化を求めるユーザーと高機能を求めるユーザーがそれぞれほぼ半数を占めており、メーカーとしてはその両方を満たすものを追求している。」と話し、各企業とも高機能・耐久性に加え、コンパクト化・軽量化をより強調していた。

また、車いす関連で特徴的だったのが、車いす

### REHA Care International 製品分野別展示社数

製品分野	展示社数		製品分野	展示社数	
	2004年	2005年		2004年	2005年
①日常生活用品	32	35	⑩運動療法・作業療法機器	123	109
②食事関連用品	28	31	⑪外科医療・外科用品	35	32
③介護・衛生用品	96	113	⑫看護・医療、ケアサービス	210	182
④移動機器	290	315	⑬衣類	34	34
⑤コミュニケーション機器	76	88	⑭レジャー・スポーツ用品	36	37
⑥建築・住宅設備	173	183	⑮旅行	44	41
⑦通報・監視装置	16	14	⑯団体・組織運営	105	154
⑧トレーニング関連	34	40	⑰その他のサービス	47	77
⑨職場・作業関連	81	71			

のホイールなど部品だけを展示する企業が多く見受けられたことである。以前からモジュラー車いすなどを開発してきた海外企業にとっては用途・体格に合わせてさまざまな選択肢が用意され、またそれを利用する機会が根付いている市場の成熟さを実感した。

## ■当事者団体が数多く出展

特別企画や特別講習の中で人気があったのが、10カ国から68の製品を集めた「革新的福祉機器製品」の展示や、障害がある子どものために総合的な情報の提供を行った企画展示だった。

また、一般来場者と思われる方の多くが、福祉機器展示以外のセミナー・ワークショップや障害者向け協会・団体からのアドバイスに関心を持ち、満足しているという結果も注目される。

それに裏付けられるようにREHAでは、障害者団体を含む「当事者団体・組織運営」が大幅に増加している。主催者は「我々はREHAを障害者や高齢者の方々との交流の場とも考え、さらに多くの参加が得られるよう呼びかけている。」とその出展に積極的である。

さらに、出展社にとっても、当事者団体の出展はエンドユーザーに製品を周知できる機会として、前向きに捉えているところが多いそうである。

## ■おわりに

REHAでは、障害者や高齢者がいかに自立した生活を送ることができるか、ということに対して、出展企業と来場者が積極的に取り組んでいる。

社会全体に支え合い自立への道筋を描き出すことを目的とした文化が根付いているだろう、という印象を強く持った。