

インド国乳がんの早期発見のための自己触診補助手袋の導入に係るビジネス化実証事業

株式会社ICST(埼玉県さいたま市)

対象国保健医療分野における開発ニーズ(課題)

- ・乳がんによる5年生存率が世界最悪レベル。
- ・世界経済フォーラム(WEF)とハーバード公衆衛生大学院の研究によれば、インドにおけるがん(生活習慣病)による経済損出(2012～2030)は2,500億ドル(約36兆円)と推定されている。
- ・その理由は乳がんの自己検診率が低く、早期発見が遅いこと。
- ・特に農村部においては乳がんそのものの知識がない女性が多い。

提案製品・技術

- ・乳がん早期発見用自己触診補助手袋。
- ・2011年にインドの特許取得済み。
- ・自己触診の際に指先の敏感度が高くなる。
- ・素手で直接触った場合には知覚できない微細な異物も感じ取ることが可能。
- ・当人のみ使用の場合は複数回(月1回で、6回程度まで)使用可能で、単価も低減可能。

調査概要

- ・調査期間: 2024年6月～2025年9月
- ・対象国・地域: インド国パンジャブ州、マハラシュトラ州、グジャラート州、デリー首都圏
- ・調査概要: 乳がん早期発見用自己触診補助手袋(ブレスト・ケア・グラブ)のインド市場における販路開拓(ビジネスモデル創出)を主眼とし、パートナー企業であるTMCの協力を得てインド商法で一定額のCSR拠出が義務付けられているインド主要企業へのアプローチを行うと共に、タタ・グループ企業や独自にアプローチを計画する日系企業及び自己触診の習慣化や啓発活動等で協業をお願いするVSW、PHW、ASHA、SHGsやNGOなどとの現地調査・協議等を通し、ブレスト・ケア・グラブ(BCG)の現地受容性を確認すると共に、ビジネス化に向けた具体的事業計画を立案する。本支援事業後にインドにおいてブレスト・ケア・グラブのビジネス展開を図り、ひいては乳がんの早期発見による重篤化防止や死亡率低減を推進し、インドにおける社会的貢献に繋げる。



ブレスト・ケア・グラブ

ビジネスモデル

- ・主要ターゲット顧客はタタ・メモリアル・センター(TMC)とし、同センターと共同(経由)で①インドでのCSR活動(資金拠出額)トップ100社、②TMCを創設したインド最大の財閥タタのグループ企業約100社、及びタタとAIG保険会社とのJVと契約する約5千の病院、③インドに進出済で、特に健康医療関係事業を展開する日系企業等にアプローチし、乳がんの早期発見啓発活動等を通し、BCGの販売促進を行う。

対象国に対し見込まれる成果(開発インパクト)

- ・がんの中で、唯一乳がんが自己検診で早期発見可能であるとの啓発活動が定着し、それが異変の早期検知に繋がる。
- ・乳がん患者の重症化や死亡率の改善。
- ・自己検診(自己触診)の定着。
- ・積極的な病院受診への可能性。
- ・乳がんによる社会的経済損失の削減への貢献。
- ・乳がんに対する意識の向上。

Development issues in the country/sector

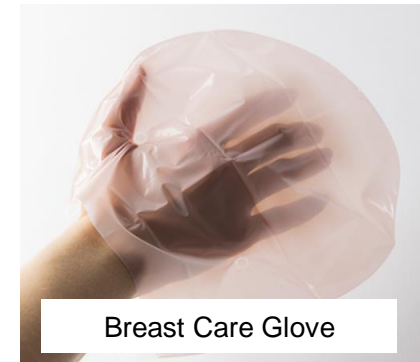
- The five-year survival rate of breast cancer is one of the worst in the world.
- The study by the World Economic Forum (WEF) and Harvard School of Public Health estimates that the economic loss due to cancer (lifestyle-related diseases) in India (2012-2030) is US\$250 billion (about ¥36 trillion).
- The reason for this is the low self-diagnoses rate for breast cancer and the slow early detection of the disease.
- Many women, especially in rural areas, have no knowledge of breast cancer itself.

Products/Technologies of the Company

- Self-diagnostic gloves for early detection of breast cancer.
- Patented in India in 2011.
- The gloves increase the sensitivity of the fingertips during self-diagnoses.
- It is possible to sense minute foreign substances that cannot be perceived by direct touch with bare hands.
- When used only by the same person, the gloves can be used multiple times (once a month, up to six times), thus reducing the unit cost can be done.

Survey Outline

- Survey period: June 2024 - September 2025
- Country/Area: Punjab, Maharashtra, Gujarat, and National Capital Territory of Delhi, India
- Survey Overview: With the main objective of developing sales channels (creating a business model) in the Indian market for self-diagnostic gloves (Breast Care Gloves) for early detection of breast cancer, we will approach major Indian companies that are required to make a certain amount of CSR contribution under the Indian Commercial Code in cooperation with our partner company, TMC. We will also conduct on-site surveys and discussions with Tata Group companies, Japanese companies whom we plan to independently approach, and VSW, PHW, ASHA, SHGs, and NGOs that we hope to collaborate with to promote the practice of self-diagnoses and educational activities, etc... Through these local surveys and discussions with those companies and people mentioned above, we will confirm the local acceptability of the BCG, and develop a concrete business plan for its commercialization. After this support project, we will develop the business of Breast Care Glove in India, and eventually promote early detection of breast cancer to prevent the seriousness of the disease and reduce the mortality rate, thereby contributing to the society in India.



Breast Care Glove

Business Model

- The main target clients will be Tata Memorial Center (TMC), and we will jointly (via TMC) approach (1) the top 100 companies in India in terms of CSR activities (financial contributions), (2) about 100 Tata Group companies, the largest conglomerate in India, which founded TMC, and about 5,000 hospitals that have contracts with Tata and AIG Insurance Company JV. (3) Japanese companies already operating in India, especially those engaged in healthcare-related businesses, to promote BCG sales through activities such as awareness-raising for early detection of breast cancer.

Expected Social Impact in the Country

- Awareness-raising activities on the fact that breast cancer is the only cancer that can be detected at an early stage through self-diagnoses will be established, which will lead to early detection of abnormalities.
- Improvement in the severity of illness and mortality rate of breast cancer patients.
- Self-diagnoses (self-palpation) will take root.
- Possibility of proactive hospital visits.
- Contribution to the reduction of social economic loss due to breast cancer
- Raising awareness of breast cancer