

神奈川県ヘルスケア・ニューフロンティア推進本部室
国際展開コラム No.1

はじめに

神奈川県では医療・ヘルスケア産業の国際展開を推進しており、医療・ヘルスケア関連企業の皆様に、当該分野における海外展開に係る各種情報提供を行わせて頂くため、1ヶ月に1回程度の頻度でコラムを配信させて頂く運びとなりました。

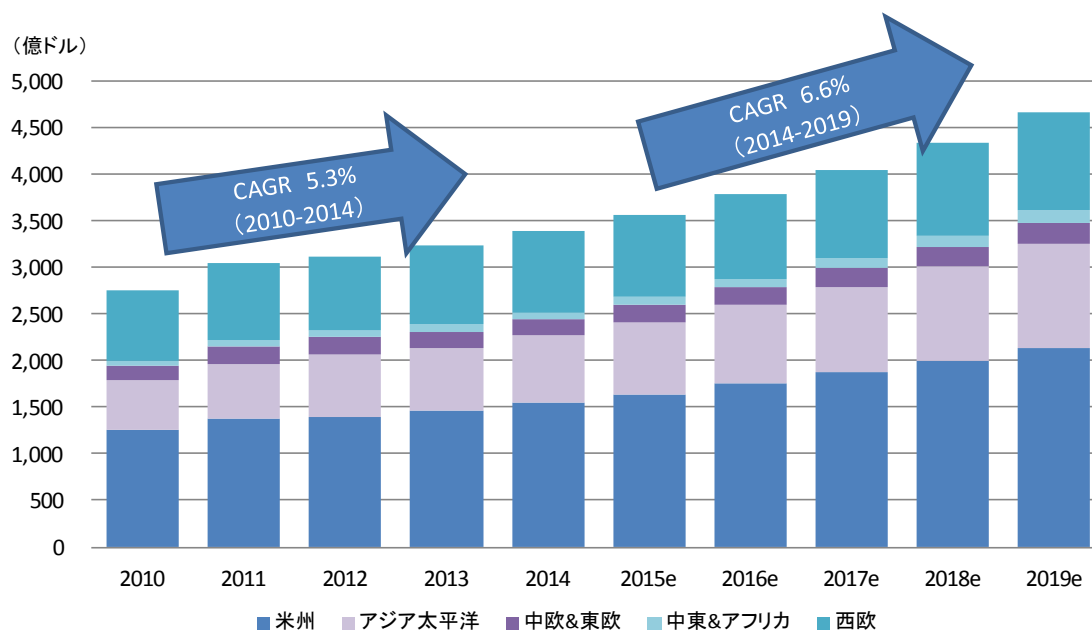
コラムの配信は全9回を予定しております。最初の3回は海外展開の検討に資する情報、4~6回目は進出前調査段階に資する情報、7~9回目は進出段階に資する薬事規制等の情報を配信させていただく予定です。初回の3回は医療機器を中心に、当該分野の国際展開市場に関する情報をマクロな目線から提供し、企業の皆様のご検討のお役に立てればと存じます。

(1) 医療機器の海外展開の現状

医療機器のグローバル市場規模は約33兆円（\$323billion, 2013年）となっている。地域別では、欧米が世界市場の70%超を占有しており、国別では、日本が米国に次ぐ世界2位の市場規模となっている。

また、近年の成長率をみると、アジア大洋州は毎年15.8%で成長しており、欧州、アメリカ、中東等を遥かに上回る。医療機器のグローバル市場は、現在、アジアをはじめとした新興国が牽引役となり、急速な成長を続けているところである。

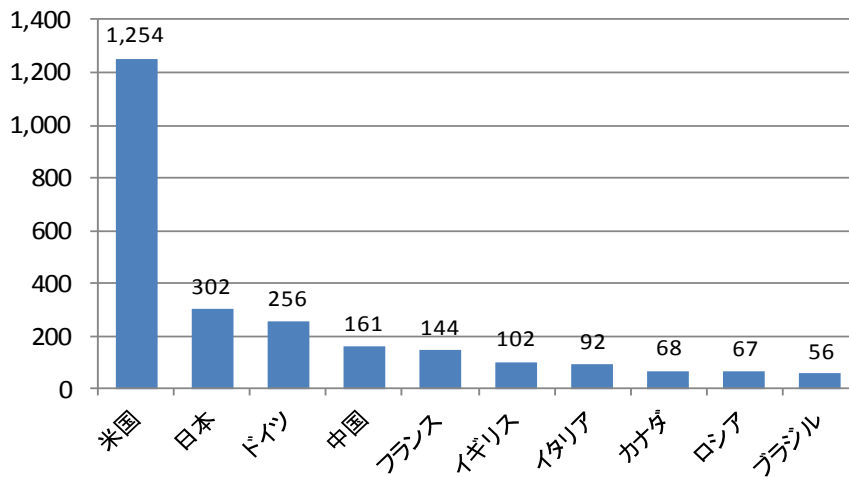
参考 世界の医療機器市場推移



(出典) Espicom 資料より

参考 医療機器の国別市場（2012年）

（億ドル）



（出典）Espicom 資料より

参考 医療機器市場の地域別平均成長率

地域	平均成長率 (2009－2013)
米州	8.2%
アジア大洋州（日本以外）	15.8%
中欧&東欧	7.3%
中東&アフリカ	8.1%
西欧	3.4%

（出典）Espicom 資料より

(2) グローバル市場における医療機器メーカーの地位

医療機器のグローバル市場の売上高順位の上位は、アメリカや EU 諸国の企業が占めており、現状のわが国の医療機器メーカーのグローバル市場における売上高順位は、国内トップ企業でも 20 位に留まっている。世界 1 位の企業との売上規模の差は約 6.4 倍であり、圧倒的な差がつけられている状況である。これに対し、アメリカの医療機器メーカーは、世界市場の約 40% のシェアを占め、売上高順位上位 20 社に 14 社がランクインするという、高い国際競争力を誇っている。

参考 医療機器のグローバル市場上位 10 社

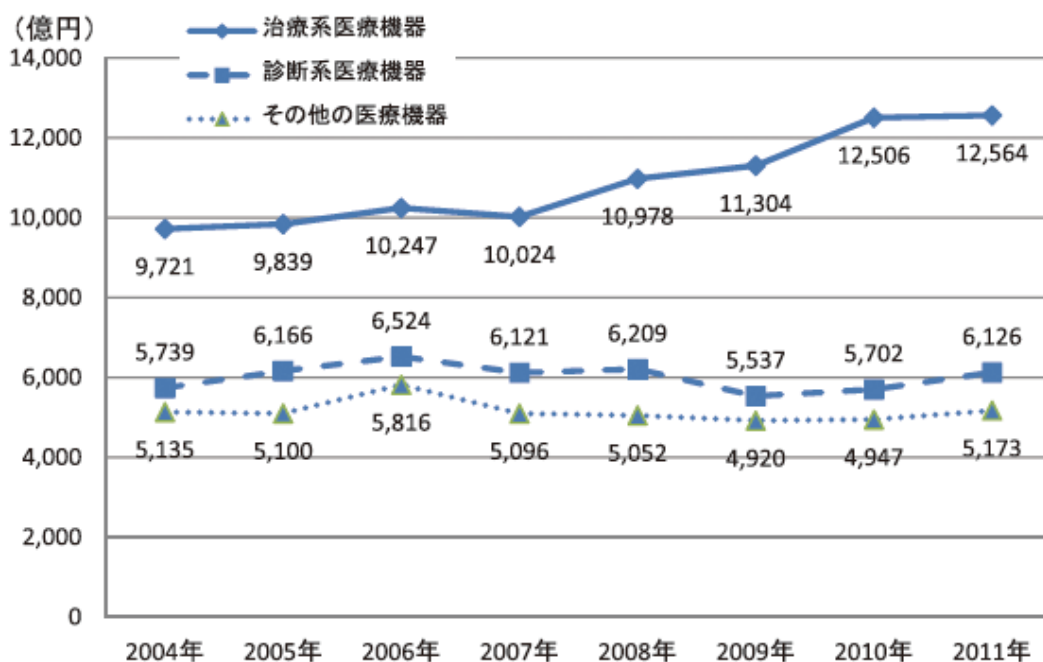
	企業名	本社	2015年売上高 (億ドル)	主要製品分野
1	Johnson & Johnson	アメリカ	\$258	整形外科、手術、ビジョンケア、心血管疾患、糖尿病ケア、診断
2	Medtronic plc	アイルランド	\$231	埋め込み型ペースメーカー、除細動器、脊椎手術関連製品
3	General Electric Co.	アメリカ	\$180	画像診断システム (MRI、CT など)、外科的イメージング、超音波検査
4	Fresenius Medical Care AG & Co. KGAA	ドイツ	\$170	人工透析製品、人工透析サービス
5	Baxter International Inc.	アメリカ	\$163	人工透析製品
6	Siemens AG	ドイツ	\$146	画像診断システム
7	Cardinal Health Inc.	アメリカ	\$114	感染症対策用品、患者ケア用品、創傷ケア用品
8	Novartis AG	スイス	\$105	眼科用機器 (白内障・緑内障・網膜硝子体手術)、コンタクトレンズ
9	Koninklijke Philips N.V	オランダ	\$104	画像診断機器
10	Stryker Corp.	アメリカ	\$98	整形外科、手術、神経テクノロジー、脊椎

(出典) S&P Capital IQ and Company Data, “TOP 100 PUBLIC MEDICAL DEVICE COMPANIES BY SALES, 2015”
よりみずほ情報総研作成

(3) タイプ別市場規模

医療機器は、治療系機器と診断系機器に大別されるが、市場規模増加に主に寄与している治療系機器となっている。わが国の医療機器メーカーが強みを有する診断系機器の市場は横ばいであり、今後、グローバル市場の獲得にあたっては、治療系機器分野への参入及び海外展開をさらに推進する必要がある。

参考 治療系機器及び診断系機器の市場規模の推移



(出典) 薬事工業生産動態統計年報 (厚生労働省) よりみずほ情報総研作成

(4) わが国の医療機器メーカーの特徴

上記では、医療機器のグローバル市場の現状や、グローバル市場における欧米企業のプレゼンスについて解説した。以下では、わが国の医療機器メーカーの特性について SWOT 分析を行う¹。

① 「強み」

わが国の医療機器メーカーの強みとしては、高度な微細加工技術や豊富な素材を有することと、政策的な後押しが得られることが挙げられる。政策的な後押しとしては、医療機器開発に対する各種補助金・研究予算の提供 (ex. 日本医療研究開発機構 (AMED) 「医工連携事業家推進事業」)、医療機器開発に対する専門家による支援 (ex. 日本医療研究開発機構 (AMED) 「医療機器開発支援ネットワーク」)、一般社団法人メディカル・エクセレンス・ジャパンによる取組みをはじめとした国際展開支援等が挙げられる。

¹ SWOT 分析とは、外部環境や内部環境を強み (Strengths)、弱み (Weaknesses)、機会 (Opportunities)、脅威 (Threats) の 4 つのカテゴリーから分析する経営戦略策定方法の一つである。

② 「弱み」

弱みとしては、コスト競争力の弱さ、開発の現地化や現地ニーズを十分に反映した製品のカスタマイズ不足、中小企業を中心とした業界構造による世界トップ企業対比での企業規模・資金力の脆弱性が挙げられる。

③ 「機会」

機会としては、ASEANをはじめとしたグローバル市場の成長が挙げられる。ASEANは、距離的な近接性に加え、相対的に日系企業のブランド力が強いエリアでもあるため、近年、わが国の医療機器メーカーにおいても、進出を希望する企業が増えている。また、海外展開にあたっては、中長期的な国内の規制緩和や薬事審査の短期化といった動きも追い風となっている。

④ 「脅威」

脅威としては、中国・韓国をはじめとした新興企業の台頭や、世界トップ企業の資本力を背景とした海外展開戦略の高度化の動き等が挙げられる。

参考 わが国の医療機器メーカーに関する SWOT

強み ・高度な微細加工技術・豊富な素材 ・政策的後押し (新規参入・研究開発支援、海外展開促進)	機会 ・世界市場の高成長(中でも新興国市場) ・中長期的な国内の規制緩和
弱み ・コスト競争力の低さ ・現地化カスタマイズの不足 ・世界トップ企業対比での事業規模・資金力	脅威 ・新興企業の台頭 ・世界トップ企業の海外展開戦略の高度化



求められる戦略 ・対象国のニーズに即した医療機器の開発 ・付加価値の高い周辺サービスの提供 ・保守管理・メンテナンスサポートの強化

(5) 今後わが国に求められる戦略

わが国の医療機器メーカーの SWOT 分析を踏まえると、わが国の医療機器メーカーに求められる戦略としては、①対象国のニーズに即した医療機器の開発、②付加価値の高い周辺サービスの提供、③保守管理・メンテナンスサポートの強化が挙げられる。最後に、現在の海外企業の状況との比較を踏まえて、それぞれの施策を概説する。

①対象国のニーズに即した医療機器の開発

GE Healthcareをはじめとした世界トップ企業は、R&D拠点を中国やインドに置いており、現地ニーズを十分に取り入れた製品の開発と周辺エリアへの展開を進めている。一方、日本企業では、基本的に日本市場向けの商品をベースとし、現地語翻訳等や若干のカスタマイズを加えて輸出することがほとんどである。以上を背景に、新興国市場を中心に、日本企業と海外企業のプレゼンスの差が大きくなってしまっている。

このような事態を打開すべく、現地ニーズを吸収すると共に製品開発の初期段階から現地ニーズを取り入れた製品の開発・展開が求められるところである。

②付加価値の高い周辺サービスの提供

世界トップ企業は、医療機器の使用に係るトレーニングや留学を含む人材育成機会の提供、病院経営へのアドバイザリーといった各種の周辺サービスを医療機器の販売と併せて提供している。一方、わが国の医療機器メーカーは中小企業の割合が多く、一部の大企業を除いて、一社で同様のサービスを提供することは困難なことが多い。

今後は、JICA等の枠組みも活用しつつ、付加価値の高い周辺サービスを提供すべく、対応を図る必要がある。

③保守管理・メンテナンスサポートの強化

保守管理・メンテナンスサポートの強化は、新興国をはじめとした対象国市場における調査で、わが国の医療機器メーカーの課題として頻繁に挙げられる課題となっている。現状では、国内企業の企業規模の問題から、進出先においてメンテナンスサポート体制を完備することは困難であり、かつ新興国市場では、販売代理店で抱えているエンジニアにも限りがある。しかしながら、現時点では保守管理・メンテナンスのあり方は購入決定の重大な要素になっていることから、今後は強化が求められる。

上記のように、国内の医療機器メーカーには、海外展開にあたっての課題が多い。特に、巨大な資本力を有する世界トップ企業と戦うにあたっては、企業同士の連携やコンソーシアム形式での国際展開も視野に入れた戦略を検討する必要があるだろう。

次回のコラムでは、最後に触れた医療機器の国際展開戦略について、世界のトップメーカーの戦略の紹介と国内企業との比較を中心に、詳細をご紹介する。