

平成 29 年度医療機器の国際展開に関する研究会 - 議事要旨

日時：平成 29 年 12 月 6 日(水曜日) 10 時 00 分-12 時 00 分

場所：経済産業省 本館 17 階 第二特別会議室

【出席者】

[委員]

菊地委員（座長）、菅波委員（座長代理）、石川委員、川崎委員、小松委員（代理：内山氏）、財部委員、内藤委員、藤井委員（代理：関崎氏）、松本委員、渡部委員（50 音順）

[経済産業省]

江崎政策統括調整官、西川ヘルスケア産業課長、岸本ヘルスケア産業課国際展開推進室長、宮原ヘルスケア産業課医療・福祉機器産業室長

[オブザーバー]

内閣官房、総務省、文部科学省、厚生労働省、中小企業庁、独立行政法人日本貿易振興機構（JETRO）、一般社団法人 Medical Excellence JAPAN（MEJ）、国立研究開発法人日本医療研究開発機構（AMED）、国立研究開発法人国立国際医療研究センター（NCGM）、一般財団法人中東協力センター（JCCME）、オリンパス株式会社、株式会社島津製作所、テルモ株式会社、株式会社トプコン、日本光電工業株式会社、ハクゾウメディカル株式会社、パナソニックヘルスケア株式会社、PSP 株式会社、フクダ電子株式会社、富士フイルム株式会社、株式会社みずほ銀行、株式会社三井住友銀行

[ゲストスピーカー]

九州保健福祉大学 竹澤教授

【議題】

1. 新興国における医療機器のメンテナンス体制強化について
2. 海外の医療機器メーカーの新興国・先進国における取組状況等について

【議事概要】

1. 川崎委員及び竹澤教授からの新興国におけるメンテナンス体制強化の取組事例についてのプレゼンテーションの後、昨年度開催した「新興国における医療機器のメンテナンス体制強化に関する研究会」での議論も踏まえ、日本の医療機器メーカーがどのような手法を講じて国際展開をしていくべきかについて意見交換を行った。委員からの主な意見は以下のとおり。
 - ASEAN は日本の医療機器産業が非常に伸びた 30 年前と同じような状況であり、日本の医療機器メーカーが進出する時期としては良いタイミングと言える
 - 新興国から日本の医療分野の技術や機器に対する期待は非常に高い。メンテナンスの強化についても期待が高い
 - 日本の医療機器は複雑すぎるうえ価格が高い。機能をシンプルにする代わりに値段を下げるなど、新興国のマーケットに合った製品を開発していくことも必要

- 海外の大手医療機器メーカーは、メンテナンス要員を現地に大量に抱え、トラブルがあればすぐに病院に駆けつける方法をとっており、それが囲い込みに繋がっている
 - 臨床工学技士を国家資格にしているのは日本のみ。日本の医療機器を海外に売る際には臨床工学技士制度の普及が核となり得る。臨床工学技士制度は日本の知的財産であり、契約の中に日本製品を使うことを入れ込んだうえで（総論）、制度導入や技士育成等の支援（各論）を行うなど慎重に行うべき。一方で、総論を練り上げるのは非常に時間がかかるため、まずは取組可能な各論から始めていくことも必要
 - 医療機器を普及させるためには、トレーニングセンターを設置し、まずは実物に触れて良さを知ってもらい、使用方法やメンテナンス方法を学生やディーラーの技術者に教育することも必要。日本製の医療機器に慣れていけば、買替えの際に多少価格が高くとも日本製が採用されやすくなる。現在は日本の製品に慣れていないため、慣れているものや安価なものが選ばれている状況
2. 事務局（ボストン・コンサルティング・グループ）から海外競合の国際展開の取組状況について、岸本国際展開推進室長から日本の医療機器の国際展開に向けた課題についてプレゼンテーションが行われた。その後、日本の医療機器メーカーがどのような手法を講じて国際展開をしていくべきかなどについて意見交換を行った。委員からの主な意見は以下のとおり。
- 海外の大手医療機器メーカーは、新興国に医療機器を無償提供し、年間メンテナンス契約を結ぶことにより、又は試薬の販売によって、高い収益を得つつ病院を押さえている。日本も物売りの発想からの転換が必要なのではないか
 - 医療機器の種類や地域に左右されるし客観的ではないかもしれないが、新興国の病院では、日本の医療機器のメンテナンスについては、高評価もある一方で不十分だと言われることが多く、ユーザー側に不十分だとの認識を持たれてしまっている現状は課題である
 - 新興国では災害が多く生命に対する意識が高い。日本の医療機器産業を「命を救う産業」と位置付け、価格と離れた売り込み方もしてはどうか
 - 中小企業は経済面で海外進出が難しい場合がある。プロモーション面への大使館などを活用した日本政府の支援があると、現地政府や医療機関にも受け入れられやすいのではないか
 - 医療の場合、現地事情が複雑で、ステークホルダーを現地で掴まないと入り込めない。海外進出においては、戦略と共に誰と組むかが重要
 - 医療機器メーカーがどのような戦略で海外展開を進めるか整理するためのチェックシートを用意するのが活用してほしい。チェックする中で日本政府に対する要望があれば頂きたい

お問合せ先

商務・サービスグループヘルスケア産業課国際展開推進室

電話：03-3501-1790

FAX：03-3501-0315