

**「平成29年度 医療技術・サービス拠点化促進事業」
日本の医療機器の
国際展開の進展に向けた課題について**

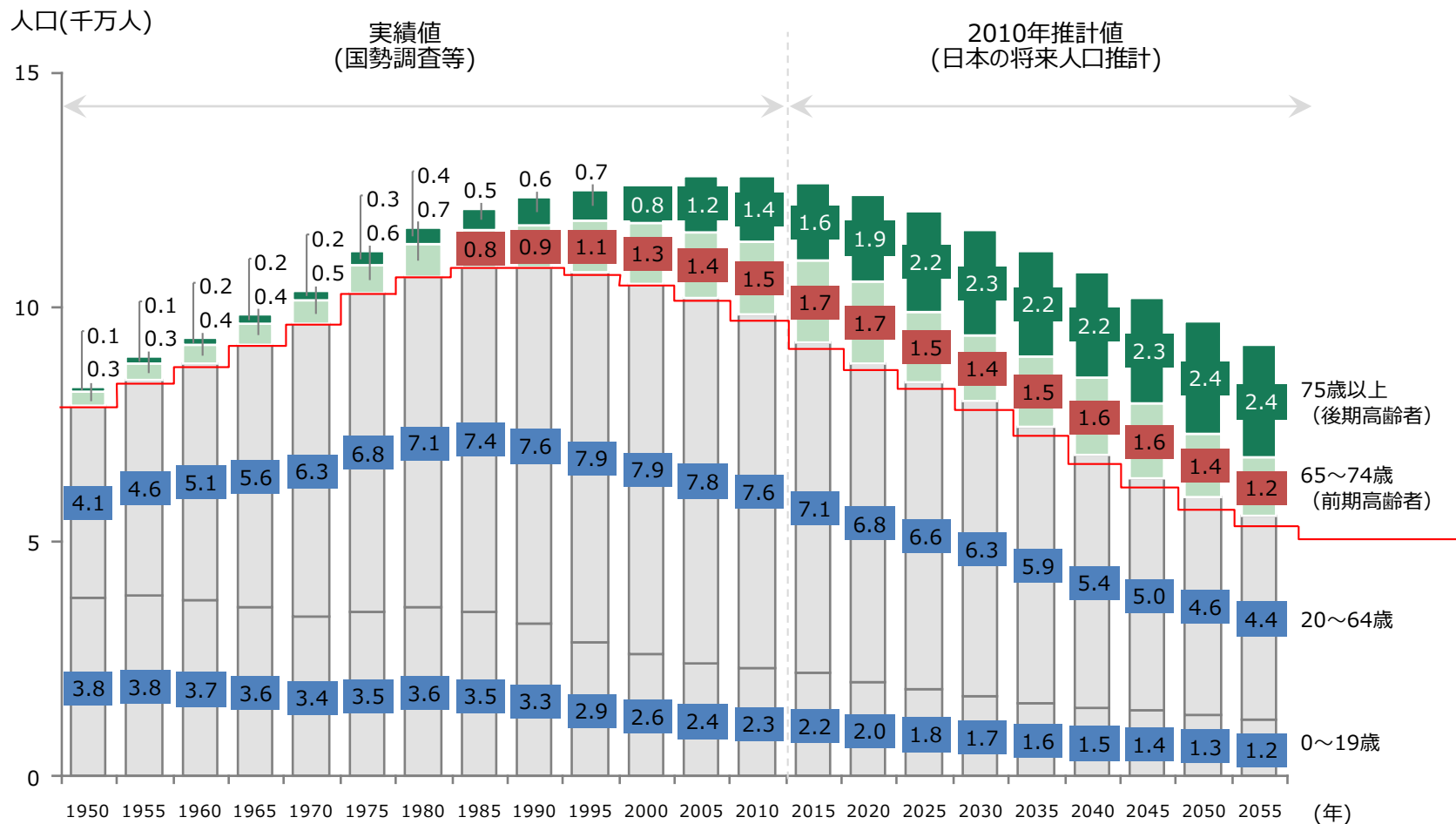
平成30年4月9日

経済産業省ヘルスケア産業課国際展開推進室長

岸本 堅太郎

国内における環境変化

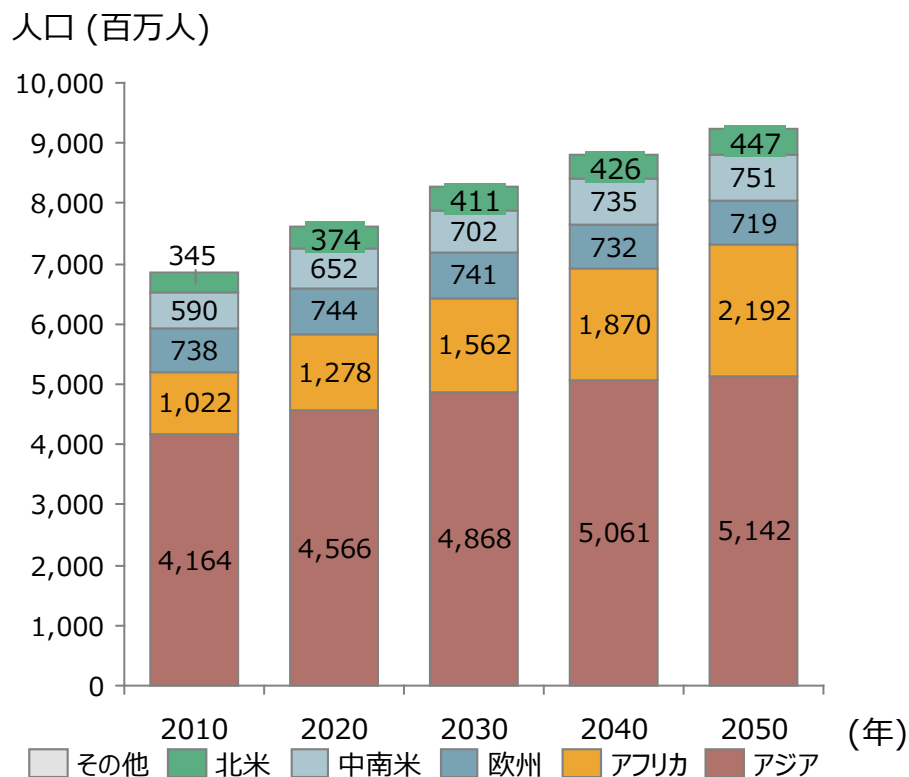
- 既に総人口は減少に転じており、2050年には1億人を割り込む見込み。
- 生産年齢人口は一層減少し、少子高齢化が進展。



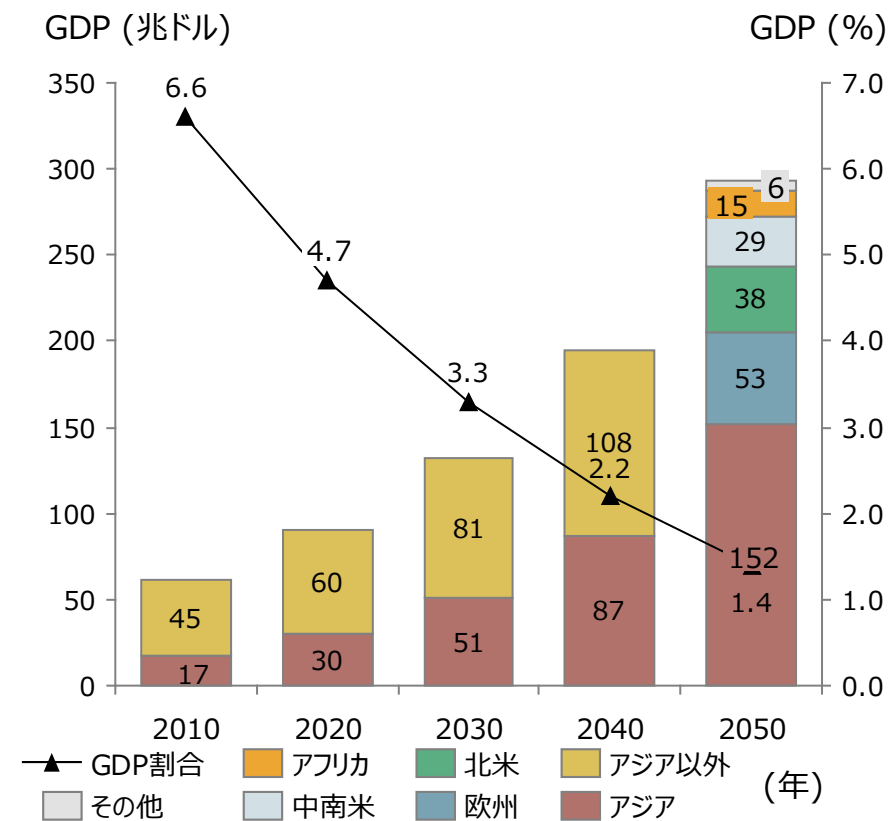
海外における環境変化

- 欧州以外の地域では総じて人口増加が見込まれ、21世紀前半はアジア地域の人口が全人口の過半を占める状態が続く。
- アジア地域は経済成長も著しく、2050年には世界のGDPの50%超を占めると予測されている。

世界の地域別人口動態の推移



世界のGDP及び日本の占める割合の推移

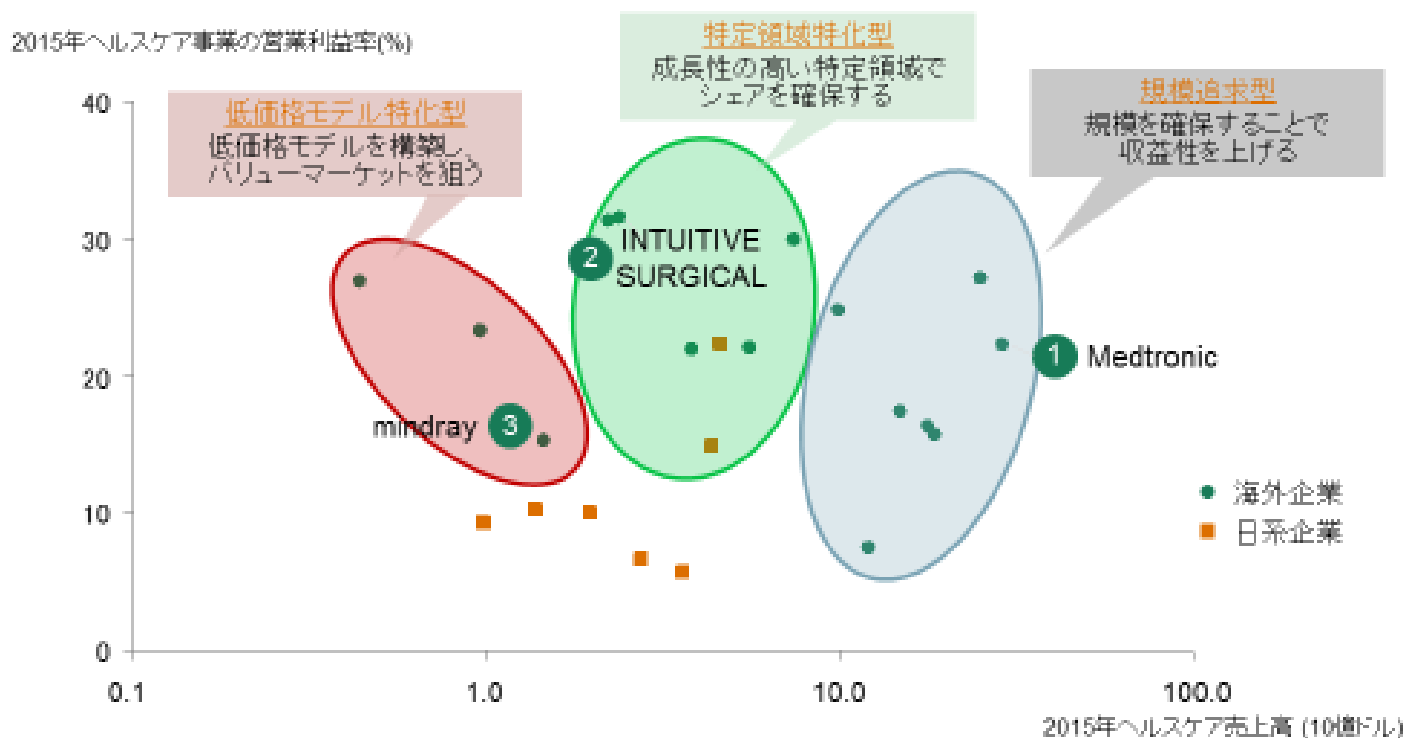


出所: UN, "The World Population Prospects; The 2015 Revision"を基にNRI作成

出所: ADB, "Asia 2050 - Realizing the Asian Century"、日本経済団体連合会「グローバルJAPAN」を基にNRI作成

グローバルの医療機器メーカーの戦い方は大きく3つあるが、 日本企業は一部を除き、いずれにも属していない可能性

海外医療機器メーカーの戦い方 | 分類 (2015年売上高と営業利益率)



Source: 株式会社R&D

THE BOSTON CONSULTING GROUP

0

主要医療機器メーカーの売上高の変化（2010～2015年）と営業利益率

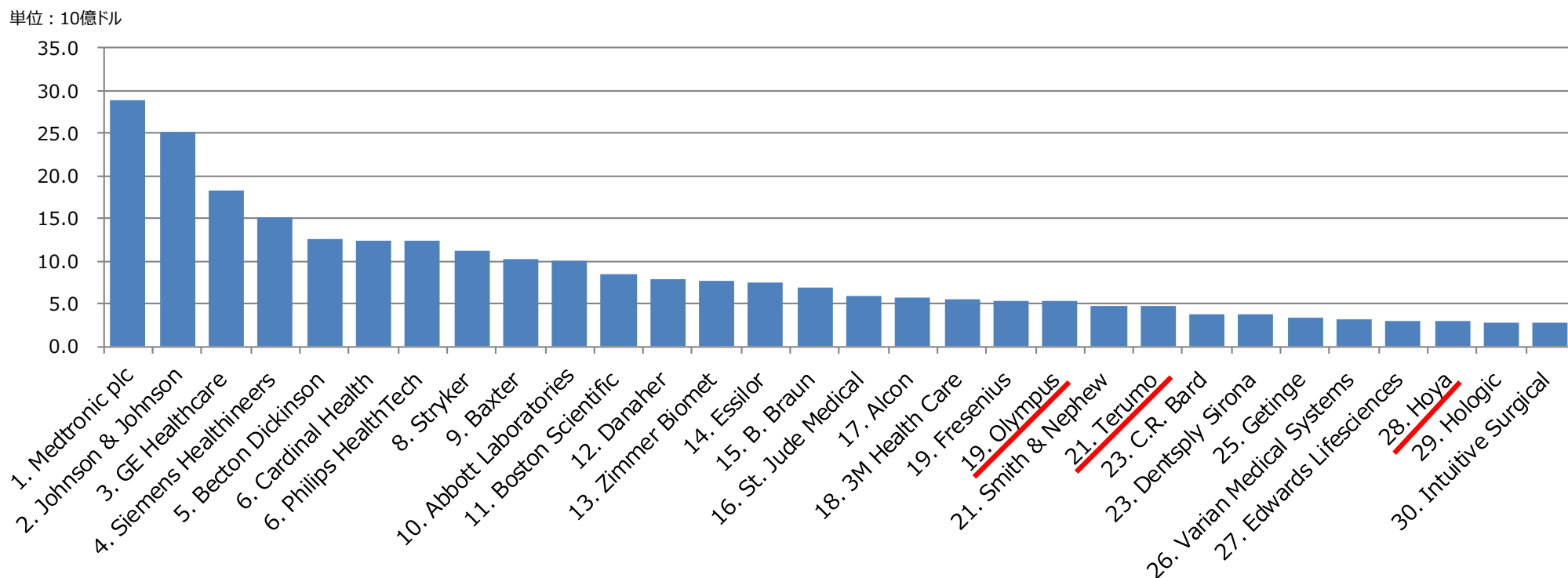
- 医療機器産業は、営業利益率が高水準で、高い付加価値を生み出す産業として、政府も今後の更なる成長戦略を期待。
- 一方で、日本メーカーは、売上高の増加率、営業利益率の点で欧米メーカーに遅れを取っている。

		売上高の変化			営業利益率	
(単位：M\$)		2010年	2015年	増加率	2015年	範囲
欧米メーカー	外資A社	15,933	28,833	81%	22%	16～32%
	外資B社	24,601	25,137	2%	27%	
	外資C社	12,053	18,562	54%	16%	
	外資D社	9,103	14,804	63%	17%	
	外資E社	1,757	2,384	36%	32%	
	外資F社	903	2,220	146%	31%	
日本メーカー	日系A社	4,153	4,613	11%	22%	6～22%
	日系B社	3,837	4,338	13%	15%	
	日系C社	2,901	3,609	24%	6%	
	日系D社	1,552	1,965	27%	10%	
	日系E社	1,325	1,380	4%	10%	
	日系F社	1,054	977	-7%	9%	

主要なグローバル医療機器メーカー

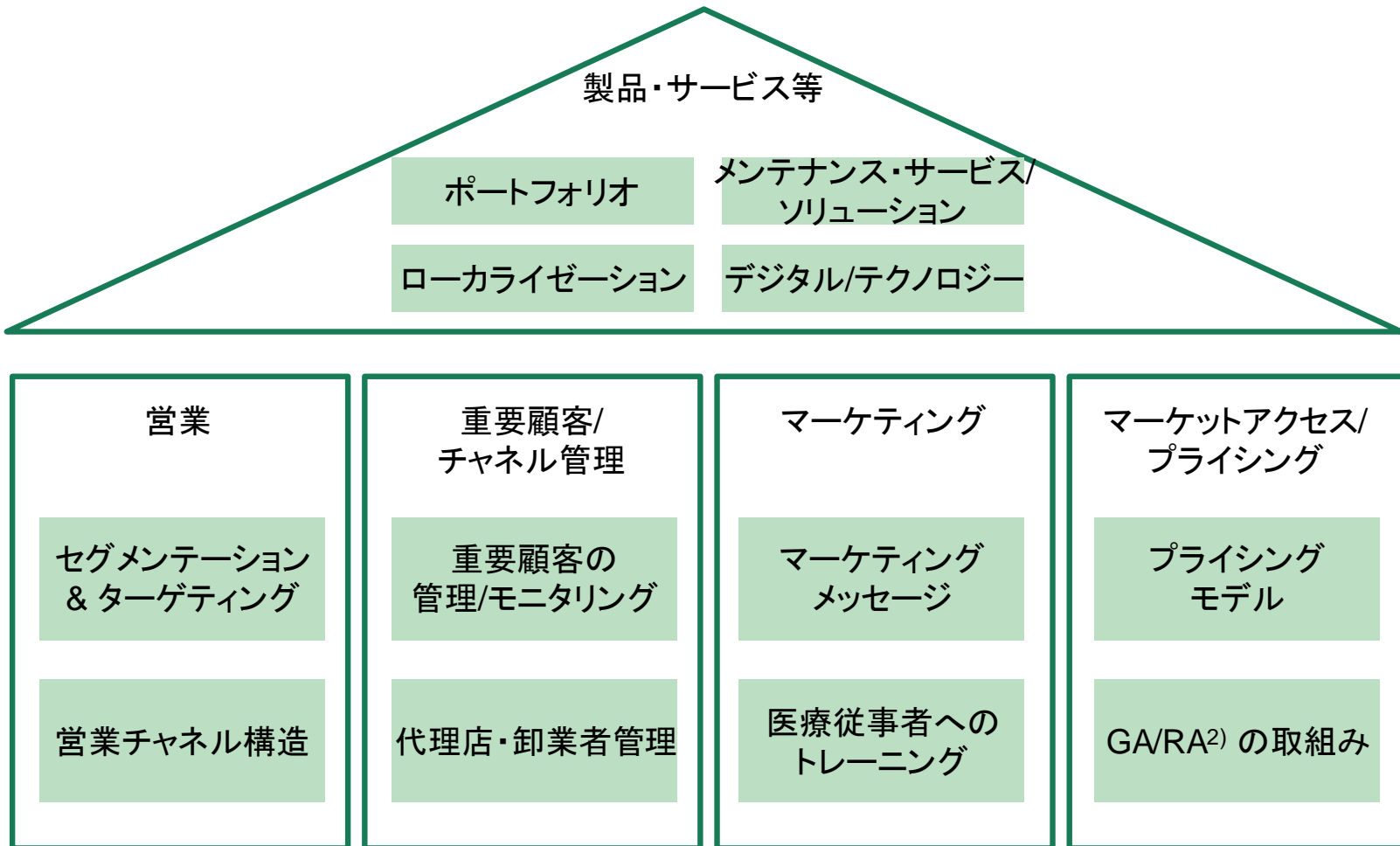
- 売上高の上位に位置するメーカーは欧米メーカー（特に米国メーカー）。
- 日本メーカーの国際競争力に課題。

世界大手医療機器企業（上位30位）（2017年）



Go-To-Market (GTM) ¹⁾ の視点で海外医療機器メーカーのベンチマーキングを実施

海外医療機器メーカーの戦い方 | 医療機器市場検討のフレームワーク



1) 市場開拓/顧客獲得; 2) Government Affairs/Regulatory Affairs(政府担当部門/薬事法担当部門)

グローバルプレイヤーは、各市場特性に応じたGTM¹⁾戦略を実行

海外医療機器メーカーの戦い方 | 中国・米国市場

深堀ポイント



中国市場(新興国)



米国市場(先進国)

	中国市場(新興国)	米国市場(先進国)
製品・サービス等	ローカライゼーション	1 新興国で現地開発組織を構築し、ローカル仕様やニーズに合ったカスタマイズ製品を開発/販売
	ポートフォリオ	2 現地市場向けに低価格帯の製品やリサイクル製品等を活用
	メンテナンス・サービス・ソリューション	3 他社(競合)製品を含む包括的なメンテナンスや、マネージメント・サービス等を提供
	デジタル/テクノロジー	先端技術を踏まえた製品へのニーズは都市部の一部の病院に限定的
営業	セグメンテーション&ターゲティング	4 セグメントに応じた販売チャネルの選択と、役割分担の明確化により、顧客・地域別に対応
	営業チャネル構造	セグメント毎の戦略に合わせて最適な自社/代理店チャネルを使い分け
	重要顧客/チャネル管理	重要顧客ごとに業績/活動の計画立案やモニタリングを実行
マーケティング	マーケティングメッセージ	主に機器の性能/スペック/価格を訴求しており大きな差なし
	医療従事者へのトレーニング	医師/技師へのトレーニングを実施 操作習熟度と製品ロイヤリティを向上
マーケットアクセス/プライシング	プライシングモデル	6 顧客や代理店のニーズに合う、様々な金融支援等を提供
	GARA ⁴⁾ 取組み	7 政府(規制当局)に対応する部門を有し、中央/地方政府と関係構築
		最先端の製品を導入しているため、現地化へのニーズや対応は限定的
		8 医療経済性やプロセス標準化など、IDN ²⁾ /GPO ³⁾ の意思決定に備えた、一貫した品揃えを構築
		9 ソリューションをパッケージ化し、医療機器の使いやすさや医療経済性などの付加価値を強化
		10 先端領域への事業拡大や、新たな技術の獲得へのM&Aを含む、積極的な取り組み
		11 病院/IDN ²⁾ 毎の意思決定プロセスや購入システムの理解を基に、営業アプローチをカスタマイズ
		12
		13 製品の医療経済性にフォーカスしたマーケティング活動を実施し、売上向上を実現
		医療従事者のレベルが高く、マーケティング目的でのトレーニングの提供は限定的
		14
		FDAのプロセス/手続きは比較的透明性が高く、大きな差なし

1) Go-To-Market (GTM): 市場開拓/顧客獲得; 2) IDN: Integrated Delivery Network(病院連合体が運営するGPO); 3) GPO: Group Purchasing Organization(共同購買組織); 4) Government Affairs/Regulatory Affairs(政府担当部門/薬事法担当部門)

現状 | 日本の医療機器／メーカーに対する海外医療機関等の意見

- 官民ミッション等において各国の政府、医療機関等から日本の医療機器／メーカーに対する期待とネガティブな意見が出された。

【1】メンテナンス

- 日本メーカーのメンテナンスは欧米メーカーと同等で満足している。（公立病院）
- 欧米メーカーに比べ、メンテナンス、サポート体制の構築、トレーニングが不十分。（民間病院／公立病院）

【2】医療機器の提供形態

- 日本の医療機器をまとめて病院に導入したいが、パッケージで納入してもらうために誰にどのように依頼すればよいか分からない。（公立病院）
- 機器の売り方を工夫する必要がある。購入する場合は保健省の手続が複雑であることもあり、リースでの導入が主流になっている。欧米メーカーは無償提供してくれることもあり助かっている（消耗品ビジネスモデル）。（公立病院）

【3】現地のニーズ・制度への対応

- 品質がいいと言うが、具体的な説明やデータの裏付けが乏しく、スペックに品質の良さを落としこめていない。日本の製品を導入するメリットが分からないと購入できない。（公的病院、民間病院）
- 日本の製品は価格が高い。現地では、MADE IN JAPANは価格が高いことの代名詞になっている。日本の製品は、現地では不要な機能が多く、それが高コストにつながっているのではないか。（保健省・公立病院・代理店）

【4】その他

- 日本メーカーは意思決定が遅い。リスクを嫌う。（公立病院、代理店）
- 日本メーカーに電話をしても英語が通じず、たらい回しにされることがある。（代理店）

医療機器の国際展開の課題

- 昨年度研究会にて議論したメンテナンスの問題を含めて、引き続き以下のような課題が存在しているのではないか。

【課題 1】

メンテナンスやアフターケアサービスが不十分との現地の不満が存在。

【課題 2】

個社による個々の製品販売にとどまっており、病院側が望むパッケージでの売り込みが必ずしもできていない。リースなど現地のニーズに合った提供形態に対応できていない。

【課題 3】

現地の医療ニーズ（スペック、価格など）・制度（薬事承認、保険償還など）に適応した医療機器の展開が不十分。

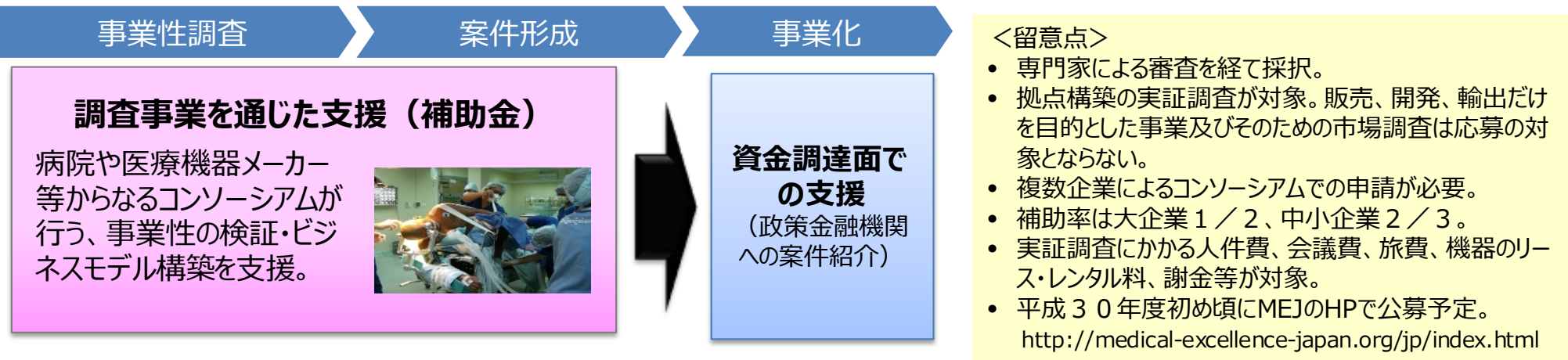
【参考】 | 経済産業省等の支援施策

● 日本の医療機器の国際展開の進展に向けて活用可能な経済産業省等の主な支援施策

- (1) 経済産業省 ヘルスケア産業課：医療・介護のアウトバウンド推進に向けた支援（事業性実証調査）
- (2) 経済産業省 医療・福祉機器産業室：医工連携事業化推進事業（開発・事業化支援）
- (3) 経済産業省 医療・福祉機器産業室：医療機器開発支援ネットワーク伴走コンサル事業
- (4) 経済産業省 技術・人材協力課：技術協力活用型・新興国市場開拓事業（制度・事業環境整備事業）
- (5) 中小企業庁：JAPANブランド育成支援事業
- (6) 中小企業庁：海外ビジネス戦略推進支援事業
- (7) 中小企業庁：中小企業の海外展開の支援施策集
- (8) 特許庁：外国出願補助、海外侵害対策補助
- (9) 日本貿易振興機構（ジェトロ）：ヘルスケア分野の海外展開支援策
- (10) 中小企業基盤整備機構：医療機器に関するASEANのCEOとの商談会
- (11) 厚生労働省：医療技術等国際展開推進事業
- (12) 厚生労働省：開発途上国・新興国等における医療技術等実用化研究事業
- (13) 独立行政法人国際協力機構（JICA）：開発途上国の社会・経済開発のための民間技術普及促進事業
- (14) 独立行政法人国際協力機構（JICA）：途上国の課題解決型ビジネス（SDGsビジネス）調査
- (15) 独立行政法人国際協力機構（JICA）：基礎調査
- (16) 独立行政法人国際協力機構（JICA）：案件化調査
- (17) 独立行政法人国際協力機構（JICA）：普及・実証事業

【参考1】 | 経済産業省 ヘルスケア産業課 医療・介護のアウトバウンド推進に向けた支援（事業性実証調査）

1. 支援方法



2. 拠点の整備事例 … 以下の2パターン of 拠点整備に成功

① 日本の現地医療機関の設立

（例）カンボジア救命救急センター設立事業

- **北原国際病院**（東京都八王子市）が、カンボジア・プノンペンに**救命救急センターを開業（2016年10月）**。

- 病床数 5 0 床、脳神経外科や整形外科等を診療科とする医療機関。

※日揮、産業革新機構が出資、JICAが融資。



② 人材育成等とパッケージ化した展開

（例）インドネシア内視鏡医療センター設立事業

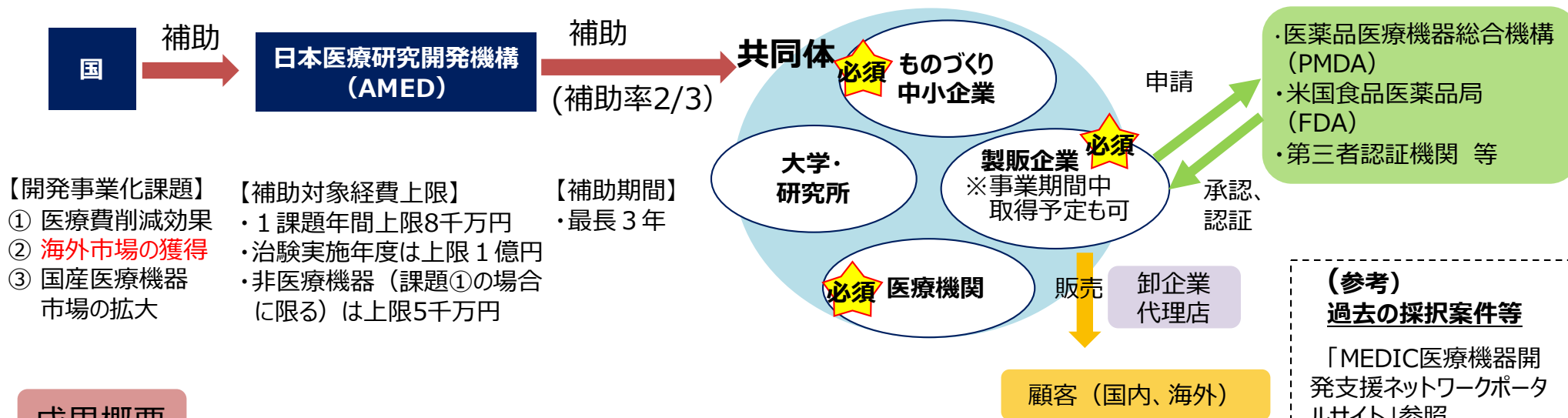
- **日本消化器内視鏡学会とオリンパス**がインドネシア国立チプト病院内に、**内視鏡医療センターを開設（2014年9月）**。

- 同センターで、インドネシア人医師に対し日本製内視鏡を用いた実技指導を実施。**研修を修了した医師を、現地の医学会が認定。**



【参考2】 | 経済産業省 医療・福祉機器産業室 医工連携事業化推進事業（開発・事業化支援）

- 我が国の高度なものづくり技術を活用し、医療機関等との医工連携により行う、医療現場のニーズに応える医療機器の開発・事業化を支援（29年度から補助事業）。
 - ✓ AMEDを通じ、ものづくり中小企業、製販企業、医療機関等の共同体(コンソーシアム)に補助金交付。
 - ✓ 医療機器開発関連経費だけでなく、治験経費、薬事相談経費等も支援の範囲。
 - ✓ 海外市場の獲得を目指す医療機器開発も対象



成果概要

- 平成22年度補正～28年度まで実証事業として149件採択。
- このうち、上市（医療機器製造販売許認可等）したものは、59（国内51、海外8）機器。上市機器の売上高総計は、約33億円（28年度末時点）。

（参考）過去の採択案件等

「MEDIC医療機器開発支援ネットワークポータルサイト」参照

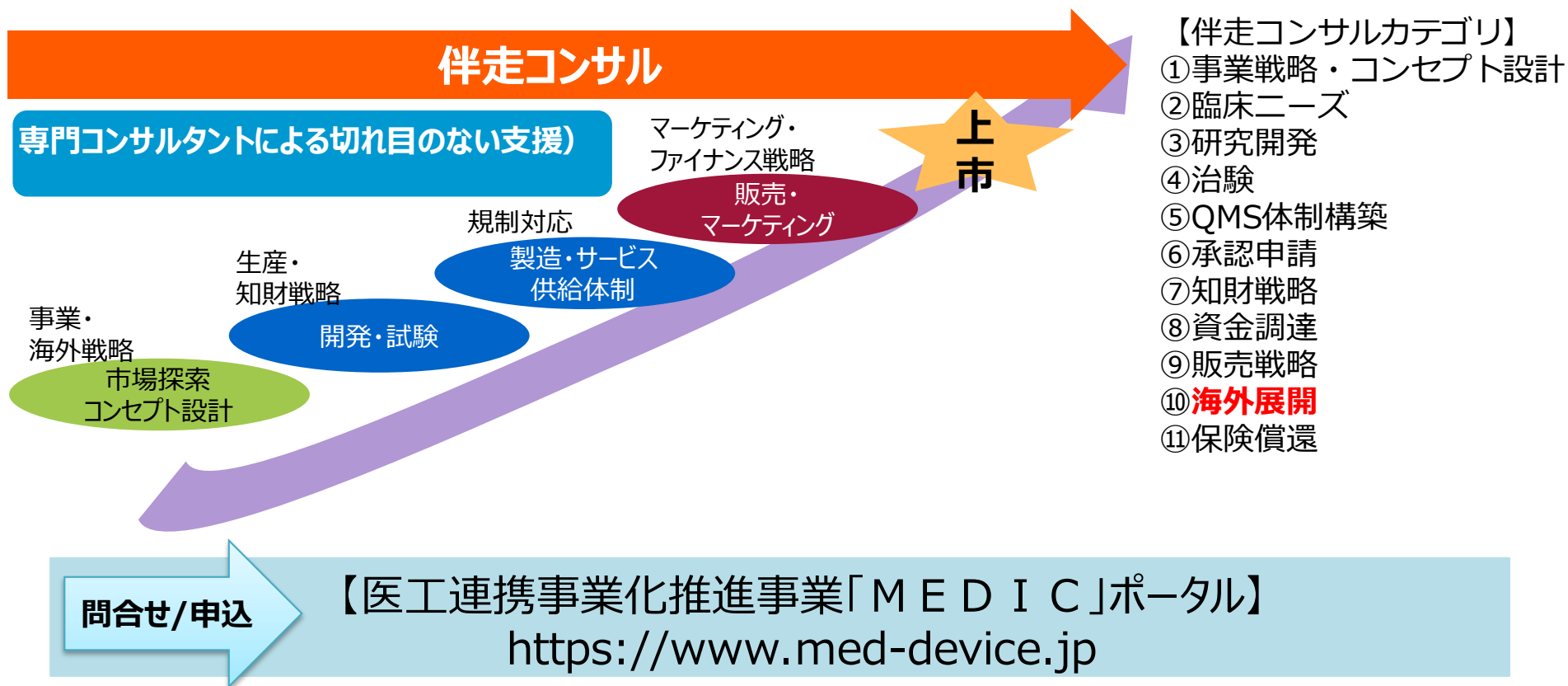


MEDIC で検索

→「実証事業（委託事業）」

【参考3】 | 経済産業省 医療・福祉機器産業室 医療機器開発支援ネットワーク伴走コンサル事業

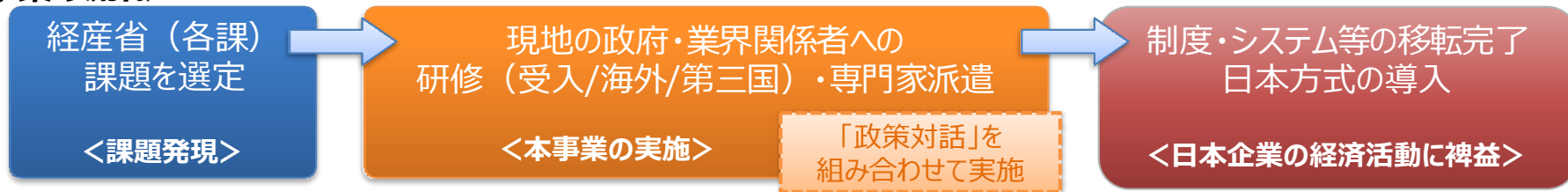
- 事業戦略・コンセプト設計から、薬事・知財・販売戦略等まで、医療機器の事業化プロセス全般について専門家による助言を実施。
- 課題の特定など「何をすべきか（What）」までの助言は原則無料。「どのように課題を解決すべきか（How）」については有料の専門家・支援サービス等を紹介。



技術協力活用型・新興国市場開拓事業 (制度・事業環境整備事業)

- 日本企業が新興国等でビジネスを行う場合に、相手国の規制のために参入できない、制度や基準 が不明確なために日本製品・サービスの優位性が発揮できないことがある。
- このため、日本企業が事業を展開しやすくなるよう、相手国における制度の制定、規制の緩和を働き かけるため、現地の政府・業界関係者を対象とした日本での受入研修等を実施。

<事業の流れ>



活用事例①：ベトナム流通政策研修

- ベトナムは人口9千万人を抱え、内需拡大が期待される有望市場。しかし、ベトナムでは国内の零細流通業の保護を目的に外資流通業の市場参入を厳しく規制。
- 二国間の政策対話を通じた規制緩和・明確化の要請とあわせて、政府・業界関係者に対する日本での受入研修を実施。
- 店舗、工場見学のプログラムを組み込み、日本のコンビニのフランチャイズ展開の有効性、物流センターの効率的な運営管理体制等、ベトナムにも日本と同様の流通を構築することへの理解を促進。

↓

参入規制が一部緩和され、
日系小売業が現地へ進出



(二国間の政策対話)

活用事例②：ミャンマー天然ゴム品質規格支援

- 日本は、天然ゴムを100%輸入に依存しており、安定的な調達と市場価格は我が国のゴム・タイヤの重要な課題。ミャンマーは有望な産出国だが、国際的に通用する検査機関がないために、日本との取引が行われていない。
- 国内でのゴムの統一的な規格の策定を政府に働きかけるとともに、ミャンマーゴム協会に対する専門家派遣を実施。
- 国際検査機関となるラボの立ち上げや、職員の検査能力向上の支援を通じて、自立的に検査業務運営を行える体制構築を促す。

↓

ミャンマーゴム協会が国際ゴム協会に加盟

※国際ゴム協会から、国の中央検査機関としての認定を受けるべく調整中



(派遣専門家による品質検査の指導)

【参考5】 | 経済産業省 中小企業庁 JAPANブランド育成支援事業

※平成29年度補正予算：ふるさと名物応援事業（30.0億円の内数）
お問い合わせ先：JAPANブランド育成支援事業担当窓口

<事業の概要・目的>

複数の中小企業が連携し、自らが持つ素材や技術等の強みを踏まえた海外展開の戦略を策定し、当該戦略に基づいて行う商品の開発や海外展示会への出展等のプロジェクトを支援することにより、中小企業の海外販路開拓の実現を図ります。

・戦略策定段階への支援

自らの強みを分析し、明確なブランドコンセプト等と基本戦略を固めるため、専門家の招へい、市場調査などを行うプロジェクトを、1年間支援します。

・ブランド確立段階への支援

具体的なブランド確立及び海外販路開拓を図るため、専門家の招へい、新商品開発、展示会出展等を行うプロジェクトを支援します。海外販路開拓を継続的に支援するため、最大3年間の支援を実施します。

<支援内容>

補助対象者：商工会、商工会議所、組合、NPO法人、
中小企業（4者以上）等

・戦略策定段階（補助上限額 200万円：定額補助）

・ブランド確立段階（補助上限額 2,000万円：2/3補助）

※H27補正予算は、TPP交渉参加11カ国への市場獲得を目指す事業を対象とします。

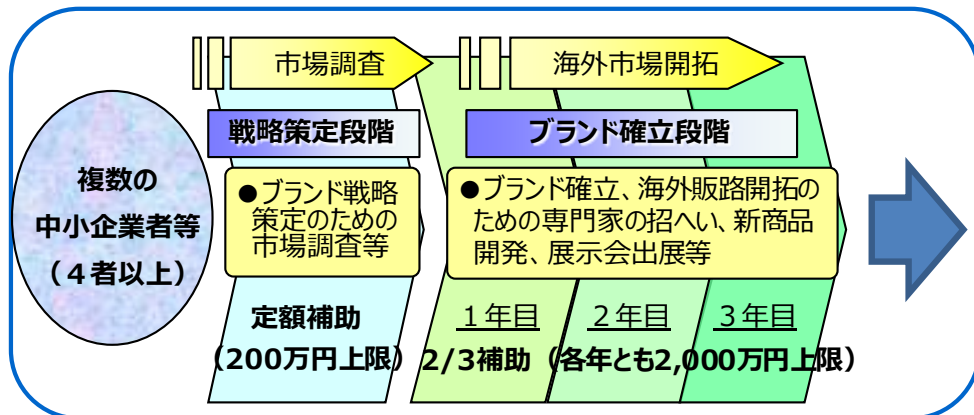
<採択件数(H29年度)>

戦略策定：21件

ブランド確立段階（1～3年目）：51件

（計72件）

<事業イメージ>



採択事例（実施プロジェクト例）

【旭川クラフトダイヤモンドライフプロジェクト】



- ・旭川地域は良質な森林資源と優れた加工技術により家具製造業が地域の基幹産業として発展している。
- ・出展企業数および来場者数共に世界最大規模の消費財見本市であり、世界中のバイヤーから注目を集めているA M B I E N T Eに2年連続で出展し、旭川クラフトのPRや欧州を中心とした販路開拓を実施。

【高岡銅器新ブランド構築プロジェクト<チームKANAYA>】



- ・富山県高岡市は、400年の伝統を基礎とする、鑄造、加工、仕上げ、着色等の技術の蓄積があり、小物、梵鐘、屋外大型像まで製造できる国内唯一の青銅器製造産地である
- ・作品は、金属鑄物にデザインや機能を付加したインテリア品で、パリの見本市「メゾン・エ・オブジェ」では、各国のバイヤーから高い評価を得ている

【参考6】 | 経済産業省 中小企業庁 海外ビジネス戦略推進支援事業

※平成29年度予算：2.77億円
お問い合わせ先：中小企業基盤整備機構
<http://www.smrj.go.jp/keiei/kokusai/fs/069550.html>

<事業の概要・目的>

○海外市場に活路を見出そうとする中小企業・小規模事業者の本格的な海外展開に向けた戦略策定や販路開拓につなげるため、F/S（実現可能性調査）支援に加え、Webサイトの外国語化等を支援します。

- (1) 海外展開における事業計画策定のため、国内での事前の情報収集等について効果的なアドバイスを行います。
- (2) 海外現地に精通した中小企業基盤整備機構の専門家又はコンサルティング企業などが現地調査に同行し、事業計画策定のために必要な調査費用の補助を行います。（輸出の場合、現地調査に係る費用補助はありません。）
- (3) 専門家が効果的なWebサイト作成に向けたアドバイスを行うとともに、Webサイトの外国語化に係る費用の補助を行うなど、中小企業・小規模事業者がITを活用した効率的・効果的な海外販路の構築を行えるよう支援します。

<支援内容>

補助対象者：中小企業・小規模事業者
補助上限額：直接投資の場合 140万円（補助率1/2）
輸出の場合 50万円（補助率1/2）
補助対象経費：市場調査費、海外旅費（直接投資の場合のみ）、
通訳費、翻訳費、Webサイト構築費

<公募スケジュール>

2月28日（火）～4月28日（金） 一次公募
5月15日（月）～6月30日（金） 二次公募

<事業イメージ>

中小企業基盤整備機構

専門家アドバイスのもと、各事業者に以下の海外展開初期段階で一貫した支援メニューを提供します。

【支援メニュー】

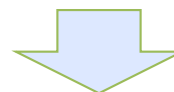
〔輸出の場合〕

- ・国内での事業計画策定支援
- ・Webサイト構築支援

〔直接投資の場合〕

- ・国内での事業計画策定支援
- ・海外での現地調査支援
（採択企業の海外旅費も含む）

※輸出の場合、自費での海外現地調査に専門家を随行させ、現地調査を行うことが可能です。



- ①専門家によるアドバイス
- ②補助

中小企業・小規模事業者

【参考7】 | 経済産業省 中小企業庁 中小企業の海外展開の支援施策集

- 海外展開を目指す中小企業が活用可能な119の支援施策をとりまとめている。
- 本資料に掲載されていない施策もご紹介。



(2017年4月改訂)

- 中小企業の海外展開を支援する24の機関が行う119の施策を掲載しています。
- 中小企業庁のホームページからダウンロード可能です。サイトではリンク機能が使えてさらに便利です。

<URL> <http://www.chusho.meti.go.jp/keiei/kokusai/2012/KTJirei.htm>

3	セミナー・講演会
	国際協力銀行（JBIC）
支援内容	JBIC で毎年実施しているアンケート調査結果、海外投資環境の最新情報やトピックスに関してそれぞれの業界の識者等と共に解説いたします。
利用方法	JBIC 単独または各地支援機関や地域金融機関との共催にて全国各地にてセミナーを開催します。セミナーの開催予定や申込み方法等はJBICのウェブページ等でご案内します。 http://www.jbic.go.jp/ja
料金等	無料
公募・受付時期	随時受付
問い合わせ先	(株)国際協力銀行 中堅・中小企業ファイナンス室 総務企画ユニット（中堅・中小企業担当） TEL 03-5218-3579 西日本オフィス TEL 06-6311-2520

支援施策名をクリックすると、
クリックした施策の概要が
表示されます。

施策番号	施策名	実施機関	ページ
1	...	中小企業庁	8
2	...	中小企業庁	9
Step1 知る・調べる			
海外展開に関するセミナーに参加したい			
3	セミナー・講演会	国際協力銀行	10
4	中小企業海外展開セミナー	中小機構	10
5	海外関連セミナー	中小企業投資育成	10
6	セミナー・講演会	JETRO	11
7	EPA・海外展開相談窓口	経済産業省、JETRO、中小機構	11

施策の使い方等を簡潔に説明しています。
また、実施方法欄に記載のURLをクリックすれば、
実施機関のホームページに移動できます。

【参考8】 | 経済産業省 特許庁 外国出願補助、海外侵害対策補助

外国出願に係る費用の補助（補助金）

- 外国特許庁への出願手数料、代理人費用、翻訳費など外国出願に係る費用の半額を助成。

上限額：1企業に対する上限額：300万円（複数案件可能）

案件ごとの上限額：・特許150万円、・実用新案・意匠・商標60万円、・冒認対策商標(※)：30万円

※冒認対策商標：第三者による抜け駆け出願（冒認出願）の対策を目的とした商標出願



- ※補助事業者 = 都道府県中小企業支援センター等(地域実施機関)及びJETRO(全国実施機関)
- 支援決定後に発生した費用を助成。

外国出願補助金



で検索！

外国での模倣品対策費用の助成（補助金）

- 海外での模倣品の製造元や流通経路の調査や調査結果に基づく模倣品業者への警告書、行政摘発等の費用の2/3を助成。上限400万円。

中小企業等
海外侵害対策支援事業



で検索！

海外企業から提訴された場合の係争費用の助成（補助金）

- JETROを通じて、現地企業から権利侵害を指摘され、訴えられた中小企業等が行う知財係争に係る費用（弁理士・弁護士への相談等訴訟前費用、訴訟費用、対抗措置、和解に要する費用等）の2/3を助成。上限500万円。

JETRO防衛型侵害
対策支援事業



で検索！

冒認商標を取り消すための費用の助成（補助金）

- JETROを通じて、海外で現地企業から自社の商標や地域団体商標を冒認出願された中小企業等に対し、冒認商標を取り消すために要する費用（異議申立、無効審判請求、取消審判請求費用等）の2/3を助成。上限500万円。

JETRO冒認商標
無効・取消



で検索！

【参考9】 | 日本貿易振興機構（JETRO） ヘルスケア分野の海外展開支援策

- ジェトロは、ヘルスケア分野での海外展開を支援するサービスメニューを用意。
- 「バイオ医薬品関連」「医療機器」「健康長寿関連製品・サービス」で、初めて海外展開を目指そうという企業、海外展開を一層強化したい企業向け。

※サービスによっては、有料の場合や、支援対象の企業規模、国・地域、対応可能な内容が限定される場合あり

<ヘルスケア分野の海外展開支援サービスに関するご相談>

- サービスのご利用にあたっては、ジェトロのウェブサイト等から内容をご確認の上、担当部署にお問合せください。
- ヘルスケア分野の海外展開に関しては、以下窓口でもご利用いただけるサービスメニューをご案内いたします。

<ヘルスケア分野の相談窓口：サービス産業部 ヘルスケア産業課 電話：03-3582-8351 メール：sid@jetro.go.jp >

JETRO
日本貿易振興機構(ジェトロ)



■ 新輸出大国コンソーシアム

無料

- TPP合意を契機に海外展開を目指す中堅・中小企業等を支援
- **「バイオ医薬品関連」「医療機器」「健康長寿関連製品・サービス」の各分野に対応するエキスパート**をジェトロ本部に配置
- 海外展開戦略等作成支援、売り込みや契約交渉等の側面支援、専門家のネットワークや知見を生かしたアドバイス提供等

<担当>コンソーシアム事務局 電話：0120-95-3375
または最寄りのジェトロ国内事務所にお問合せください。

新輸出大国コンソーシアム 🔍 検索



■ 海外展示会/国内商談会等

一部の支援対象
中小企業に限定

有料 無料

- 海外展示会にジャパンパビリオンを設置し**日本企業の現地商談を支援**

<2017年度の主なヘルスケア分野の出展実績・予定>

17年 6月 BIO International Convention (米国)、9月 Medical Fair Thailand (タイ)
11月 BIO Europe (ドイツ)、MEDICA (ドイツ)、18年1月 Arab Health (UAE)

- その他、健康長寿をテーマとした海外広報イベントや、医療機器の海外代理店を招へいする国内商談会等を開催

<担当>ジェトロ サービス産業部 ヘルスケア産業課
電話：03-3582-8351

ジェトロ 出展支援 予定 🔍 検索



■ 国内専門家によるヘルスケア分野 海外展開相談サービス

無料

- 医療機器・検査機器分野の設計開発、品質管理、薬事申請、販路開拓などを中心としたご相談に医療関連企業出身の専門家がスポットで対応。

<担当>ジェトロ サービス産業部 ヘルスケア産業課
電話：03-3582-8351

ジェトロ 専門家 サービス産業 🔍 検索

■ 海外コーディネーターによる輸出支援相談

無料

- 現地在住の専門家が現地の感覚・目線でお答え
- 現地のトレンド、売れ筋、ニーズ等に関するお問合せに対応
- 医療機器分野では米国と中国に専門家を配置

<担当>ジェトロ サービス産業部 ヘルスケア産業課
電話：03-3582-8351

ジェトロ 海外コーディネーター 🔍 検索

■ 知的財産保護関連サービス

無料

- 海外進出に必要な知財対策、模倣品対策、展示会への出展により被る可能性のある知的財産リスク等に関するアドバイスを提供
- 専門家による知的財産権関連相談を電話、Email、面談（要予約）にて実施

<担当>ジェトロ知的財産・イノベーション部 知的財産課
電話：03-3582-5198 / CHIZAI@jetro.go.jp

ジェトロ 知的財産保護 🔍 検索

■ 各種情報、イベント等、様々な海外ビジネス支援サービスを提供

有料 無料

- 貿易投資相談や海外でのフリージング、海外でのミニ調査等のサービスを提供
- 東京・大阪のビジネスライブラリーでは世界の統計や市場・制度情報、海外団体リスト等を閲覧可能
- ヘルスケア分野のイベント情報、ビジネスニュース、調査レポート、貿易・投資相談事例集等の
お役立ち情報はジェトロWEBの「ライフサイエンス」コーナーに集約

ジェトロ ライフサイエンス 🔍 検索

【ジェトロとは】

- 貿易・投資促進等を通じ、日本の経済・社会の発展に貢献することを目指す独立行政法人
- 日本企業の海外ビジネス展開を東京の本部、大阪本部、アジア経済研究所、国内40以上、海外70以上の事務所ネットワークでサポート

【ジェトロ・メンバーズのご案内】

有料

- 年間サービス料75,600円（税込）
- 海外見本市出展料や海外ミニ調査、有料出版物等が割引に
- 世界のビジネスニュース「日刊通商弘報」や「月刊ジェトロセンター」等定期刊行物提供

ジェトロ メンバーズ 🔍 検索

【参考10】 | 中小企業基盤整備機構 医療機器に関するASEANのCEOとの商談会

- 中小企業基盤整備機構は、ASEANのCEOとの商談会を日本で実施。
- 医療機器にテーマを絞った商談会も2018年3月に実施予定。

次回の医療機器に絞った海外CEOとの商談会は、

2018年3月開催予定

(現在調整中)



対象国：インドネシア・マレーシア・タイ・ベトナム等

開催地：東京都内（会場未定）

参加予定の外国企業：40社程度（調整中）

参加費無料、通訳付

お問い合わせ先

中小機構販路支援部 担当：徳野/瀧口

E-Mail : ceo-network@smrj.go.jp

CEO商談会情報 : <http://www.smrj.go.jp/ceo/>

【参考11】 | 厚生労働省 医療技術等国際展開推進事業

※平成29年度予算額 4.2億円

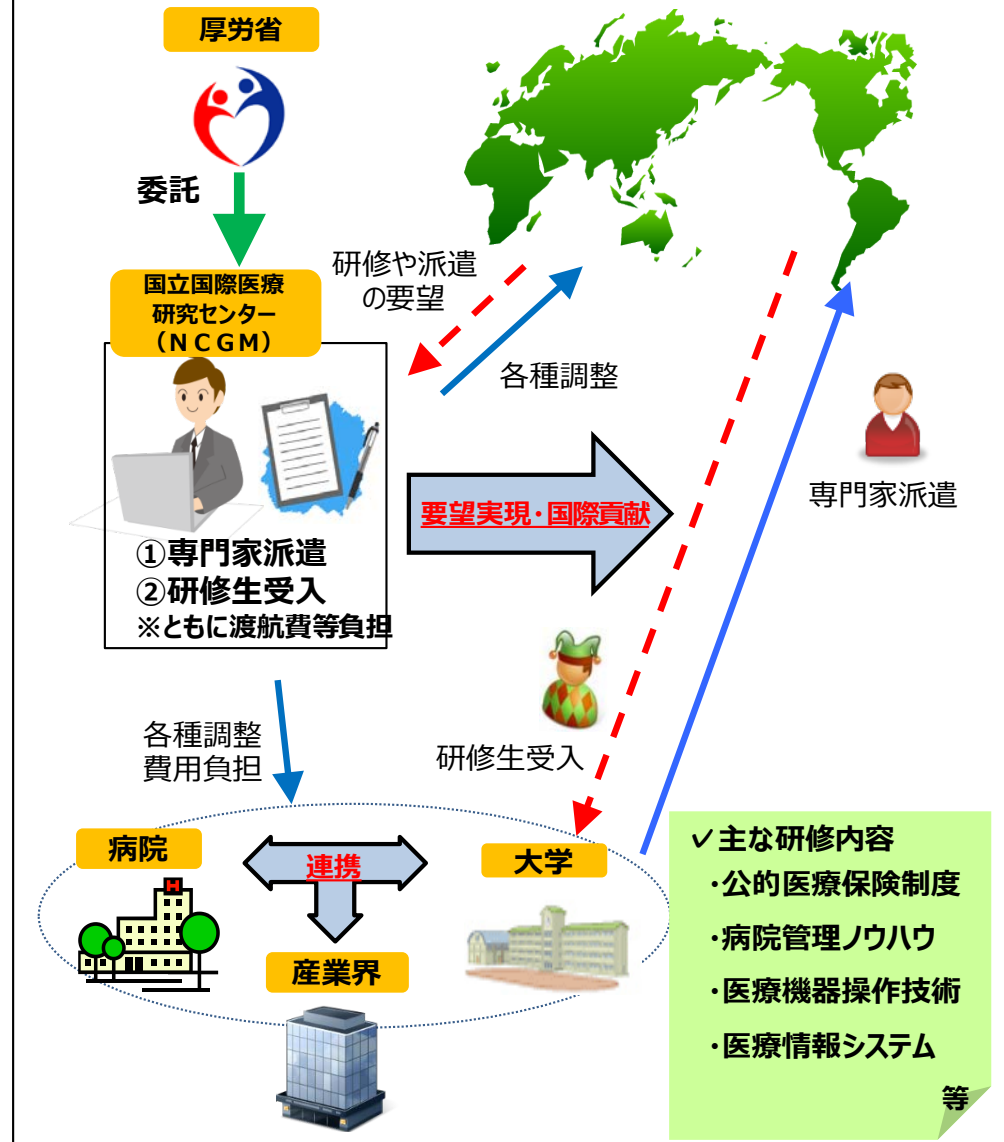
事業の概要

- 「健康・医療戦略」や「未来投資戦略2017」において、医療の国際展開は、他国における医師・看護師等の人材育成や公的医療保険制度整備の支援を行うこととされている。
- 厚生労働省では、医療の国際展開のための取組として、新興国等の保健省との協力関係構築を通じて、我が国が有する医療技術の国際展開や、公的医療保険制度に関する知見や経験の共有等を推進している。
- そのため、平成27年度より、我が国の医療従事者や医療政策等に見識を有する専門家等を諸外国へ派遣、または諸外国からの研修生を我が国の医療機関等へ受け入れる事業を実施している。
- 本事業は、専門家派遣等に係る業務委託（専門家派遣経費、研修生受入経費等）とし、保健・医療分野の国際的な人材育成支援に高い専門性・経験を有する（独）国立国際医療研究センター（NCGM）を事業主体とする。

参考：「未来投資戦略2017」（H29.6.9閣議決定）

アウトバウンドの推進は、各国での人材育成・制度整備とパッケージ化した効果的な医療・介護サービスや医療機器・医薬品等の販路開拓・案件組成支援、開発途上国等のニーズを把握した上での相手国の保健・医療の課題解決に向けた医療機器開発などの取組を行う。

事業イメージ



健康・医療戦略

日本の医療技術等の国際展開をするため、新興国・途上国等における保健・医療課題を解決しつつ途上国等のニーズを十分に踏まえた医療技術・医薬品・医療機器の開発と、日本の医療技術等の新興国・途上国等への展開に資するエビデンスの構築を推進する。

事業コンセプト

背景

- 開発途上国では、日本とは異なる公衆衛生上の課題を抱えている
- 開発途上国の医療機器に対するニーズは日本と異なる可能性
- 日本企業は、海外での事業拡大にて課題を抱えている

課題意識

- 日本企業は、相手国のニーズや価格水準に基づいた開発を行う必要
- 相手国の公衆衛生上の課題を解決する必要

本研究開発の特徴

- ① 開発途上国向けの製品を研究開発
- ② バイオデザイン等のデザインアプローチを採用
- ③ 発展途上国の医療機関の臨床現場でニーズを把握
- ④ 厚生労働省も事業成功に向けて支援

成果目標 (健康・医療戦略)

- 医療機器の輸出額を倍増
約5千億円(2011)→約1兆円(2020)
- 日本の医療技術・サービスが獲得する海外市場規模を5兆円(2030年まで)

本研究開発事業の特徴

1

開発途上国向けの製品開発

- ASEANを中心とした、開発途上国・新興国での開発・上市を想定
 - 市場性（人口規模×所得水準）や日本との関係性を考慮
 - 「日ASEAN健康イニチアチブ」に基づき、ASEANの健康寿命先進地域実現に貢献

（参考）日本と2国間の覚書を結んだ20か国



3

発展途上国の医療機関の臨床現場にてニーズを把握

- 企業の研究者・技術者が、開発途上国の医療機関にて、数ヶ月活動
- 企業とバイオデザイン専門のコンサルティング会社との協業体制の構築

2

バイオデザイン等のデザインアプローチを採用

- バイオデザインとは、デザイン思考に基づいた、革新的な医療技術を生み出すための方法論
 - 戦略的視点に基づき、ニーズの発見、ニーズの選別、コンセプト出し、コンセプト選別を行う
 - 製品開発に際し、試作品（プロトタイプ）製作と臨床現場での仮説検証を繰り返す
- デザインアプローチ普及のために、日本と開発途上国にて、教育プログラムの開発研究も行う

4

厚生労働省も事業成功に向けて支援

- 企業が開発途上国で上市・事業成功するために、“厚生労働省ならではの”のとりくみを実施
 - 厚労省と相手国の保健省・規制当局等と情報連携し、ニーズ把握、上市支援を行う予定

【参考13】 | 独立行政法人国際協力機構（JICA） 開発途上国の社会・経済開発のための民間技術普及促進事業

- 日本の民間企業等の製品・技術やノウハウ、システムに対する途上国政府関係者の理解を促すことで、途上国に貢献することを目的とし、日本国内での製品・技術の視察、技術指導や現地でのセミナー、実機によるデモンストレーション等を支援します。



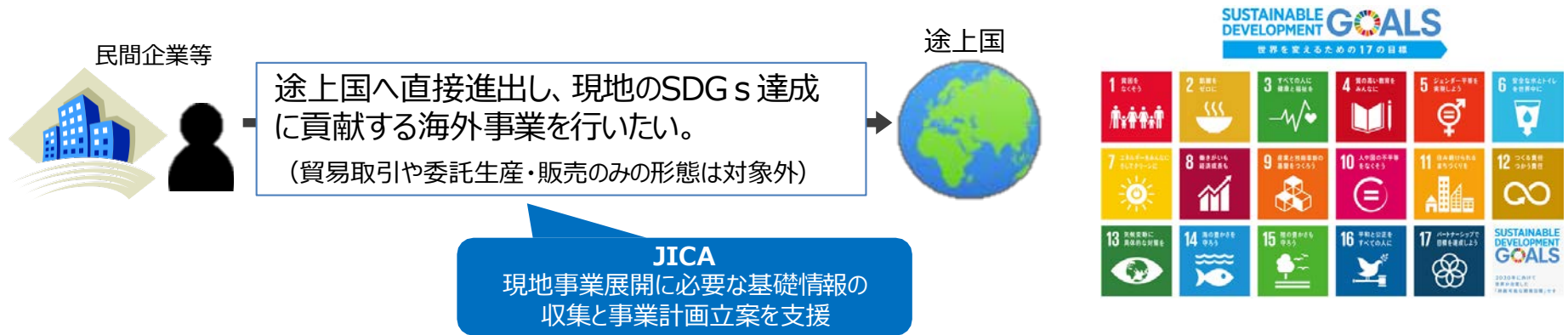
民間技術普及促進事業	
対象者	日本国登記法人
経費	1件2,000万円を上限
期間	最大2年
負担経費	・人件費（外部人材活用費のみ）・旅費 ・機材製造・購入・輸送費 ・現地活動費・本邦受入活動費・管理費
募集件数	年10～20件程度
公示(予定)	原則、年2回

※本制度は中小企業のみに応募対象が限定されません。

【参考14】 | 独立行政法人国際協力機構（JICA） 途上国の課題解決型ビジネス（SDGsビジネス）調査 （旧：BOPビジネス連携促進（協力準備調査））

- 途上国におけるSDGs達成に貢献するビジネス（SDGsビジネス）の事業化に向けて、ビジネスモデルの策定や事業計画作成のための現地調査を支援します。

※SDGs（Sustainable Development Goals：持続可能な開発目標）とは、2015年9月の国連サミットにおいて採択された17の目標であり、2030年までに達成することを目標に、国際社会は力を結集して「誰一人取り残さない」社会の実現を目指しています。



途上国の課題解決型ビジネス（SDGsビジネス）調査

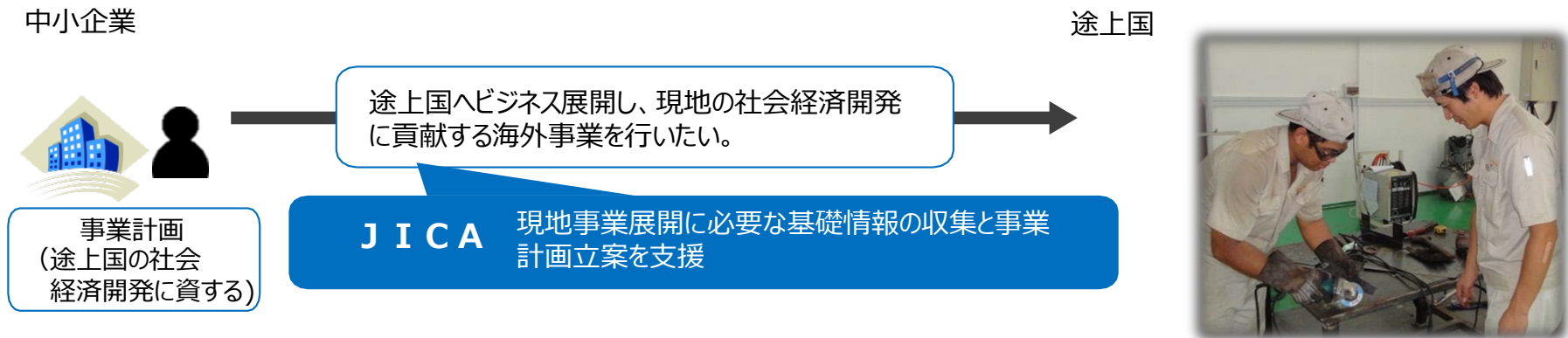
対象者	本邦登記法人
経費	1件5,000万円を上限
期間	最大3年
負担経費	・旅費・外部人材活用費・現地活動費
公示（予定）	原則、年2回

※本制度は中小企業のみに応募対象が限定されません。

【参考15】 | 独立行政法人国際協力機構（JICA）

基礎調査（現地進出に向けた情報収集や事業計画作成を行いたい。）

- 現地への事業展開による開発課題解決の可能性、ODA事業との連携可能性、事業ニーズや投資環境等の基礎情報収集や、これらを活用した事業計画の立案等を支援します。



基礎調査

対象者	中小企業、中小企業団体の一部組合
経費	1件850万円を上限 ※遠隔地域（東アジア、東南アジア、南アジア以外の地域）については、国際航空運賃に関わる経費を別見積（上限300万まで）とし、それ以外の経費の上限を680万円とする
期間	数ヶ月～1年程度
負担経費	・人件費（外部人材活用費のみ） ・旅費 ・現地活動費 ・管理費
公示(予定)	2017年3月, 9月

【参考16】 | 独立行政法人国際協力機構（JICA） 案件化調査 （自社製品・技術のニーズを検証したい。）

- 途上国の開発ニーズと日本の中小・中堅企業の優れた製品・技術等とのマッチングを行い、製品・技術をODA事業に活用するための海外での事業に関する情報収集・事業計画立案等を支援します。また、調査の中で相手国との関係構築を行います。



案件化調査

対象者	中小・中堅企業、中小企業団体の一部組合
経費	一件3,000万円を上限（機材の輸送が必要な場合は、5,000万円）
期間	数ヶ月～1年程度
負担経費	・人件費（外部人材活用費のみ） ・旅費 ・機材輸送費 ・現地活動費 ・本邦受入活動費 ・管理費
公示(予定)	2017年3月, 9月

【参考17】 | 独立行政法人国際協力機構（JICA）

普及・実証事業 （自社製品・技術の有効性を実証し、普及したい。）

- 途上国の社会経済の課題解決に有効に活用し得る中小・中堅企業の製品・技術を、当該国での現地適合性を高めるための実証活動を通じ、その普及方法を検討する事業を支援します。



普及・実証事業

対象者	中小・中堅企業、中小企業団体の一部組合
経費	1件1億円を上限（但し、複雑化した課題への対応や大規模/高度な製品を導入する場合は、上限1億5,000万円）
期間	1～3年程度
負担経費	・人件費（外部人材活用費のみ）・旅費 ・機材製造・購入・輸送費 ・現地活動費 ・本邦受入活動費 ・管理費
公示(予定)	2017年3月, 9月