

# 大阪府内製造業の医療関連産業への参入と 企業行動について

大阪産業経済リサーチセンター 主任研究員 工藤松太嘉

## はじめに

皆さんは医療機器と聞いて、どのようなイメージが頭に浮かぶでしょうか。風邪を引いた時、病院で医師や看護師が診察に使う聴診器や体温計、注射器等でしょうか。あるいは人間ドックなどで目にするレントゲン装置や胃カメラ、MRI等の検査装置をイメージするかもしれません。十人十色の答えが出てくるのは当たり前で、医療機器の品目数は171,097品目があります（厚生労働省『平成25年薬事工業生産動態統計年報』）。

では、こうした医療機器を製造しているメーカーをご存知でしょうか。日常、よく目にする家電製品とは違い、そのブランド名やメーカー名を挙げることは難しいと思いますが、名前が挙がるとすると、日本の医療現場で使用されている医療機器は海外メーカーで作られた製品のシェアが高くなっていますので、海外のブランドや企業が多いのではないのでしょうか。

ですから、日本国内はもちろん大阪府内の医療機器メーカーを知っていて、そのメーカーと取引関係を結ぶために大阪府内の製造業が自らアクションを起こすということは非常に難しいだろうなということが想像できます。

ましてや、テレビや新聞で毎日のように報道されているiPS細胞をはじめとする再生医療分野に参入したいと思っても、その研究現場でどのような装置や道具が使われているのか、製造している企業はどこかといった基本情報も不明な点が多いのではないのでしょうか。今回の調査はこうした疑問点から出発しました。

## 疑問1 取引経験をもつ大阪府内製造業は何%か

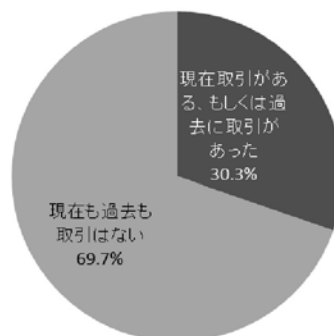
しかし、我々が感じていた疑問点とは裏腹に、今回実施したアンケート調査結果では、医療機器・医療関連理化学機器事業との取引実績をもつ大阪府内製造業（以下、「取引経験のある企業グループ」という）は、30.3%と高い数値を示しました（図表1参照）。

また、実際の関西圏内の医療機器製造業の本社立地状況をもみても、事業者の多くが大阪府内に集

中していることがわかりました（図表2参照）。

大阪府内の製造業が、部材供給や技術サービスの提供等を通じて、医療機器・医療関連理化学機器事業に貢献している姿が浮き彫りになったのです。

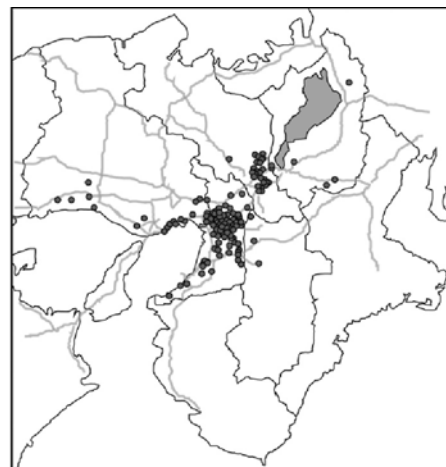
図表1 取引経験の有無（N=439、単一回答）



出所：大阪産業経済リサーチセンター（2015）

『大阪府内製造業の医療関連産業への参入と企業行動について』

図表2 医療機器製造業の本社立地状況



出所：図表1に同じ

## 疑問2 大阪府内製造業の特長（強み）は何か

この全体の30.3%を占める取引経験のある企業グループの特性を調べてみると、非常に面白い特長が明らかとなりました。

まず、社歴や企業規模には関係なく、既存事業とのバランスをとりながら新技術や新市場に果敢に挑戦しています。また、単なる下請取引ではな

く、オリジナルブランドを持ち、研究開発や産学官連携、海外展開を強化しています。こうした強みは、社内に設計部門や研究開発部門、企画マーケティング部門、メンテナンス・アフターサービス部門、法務（薬事）部門を有することで生み出されていることがわかりました。

つまり、こうした企業のチャレンジ精神や自社オリジナルの技術力やノウハウを結集し、医療に橋渡しすることができれば、わが国のライフサイエンス分野にイノベーションを起こし、革新的な医療機器・研究機器の創出が可能となるのです。その企業集積が大阪府内には既に存在している事実が明らかになりました。

実際にクリエイション・コア京都御車内の「iPSビジネス促進拠点」（注1）を見学すると、iPS細胞の最先端の研究施設で、大阪府内製造業が製造した多くの機器が利用されています。

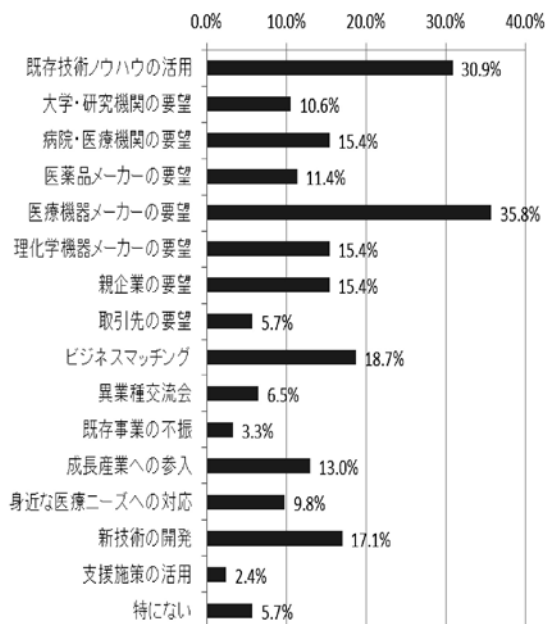
### 疑問3 参入のきっかけは何か

参入の第一のきっかけは「医療機器メーカーからの要望」（図表3参照）によるものであることが明らかとなりました。

そこで、大阪府内の医療機器メーカーとのマッチング機会を増やすことやネットワークの形成、全国や世界の医療機器メーカーを大阪府内に誘致することによって、医療機器メーカーからの要望が大阪府内製造業に届くようにサポートすることが重要と考えられます。

また、黒字経営を行っている参入企業では、新規販売先の開拓方法として商社からの紹介が多い

図表3 参入のきっかけ（N=123、複数回答）



出所：図表1に同じ

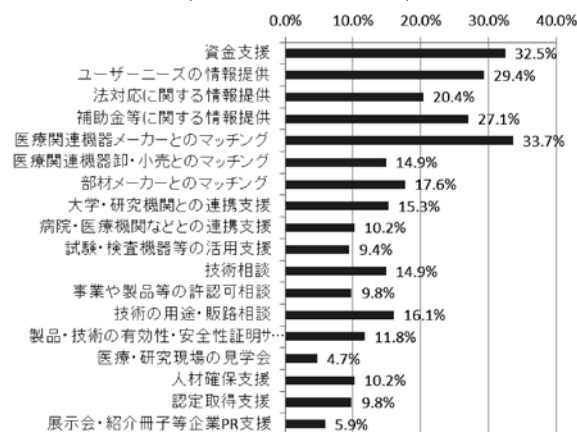
こともわかりました。健全経営の医療機器メーカーや部材供給メーカーが集積することによって、商社やサプライヤー等が全国から集まる波及効果が生まれます。このことから、30%を占める取引経験のある企業を中心にその集積力を高め、収益力のある企業に育成していくことが重要です。

### 疑問4 求めている支援策は何か

医療機器メーカーと取引関係がある企業は多くの課題を抱えており、求める支援ニーズも多種多様であることがわかりました。なかでも、最もニーズが高かったのが「医療関連機器メーカーとのマッチング」（図表4参照）です。

参入のきっかけが医療機器メーカーからの要望であったとおり、実際のビジネスは医療機器メーカーからもたらされます。このため、こうした医療機器メーカーとの接触機会を多くもつことが重要であり、公的支援サービスにもそうしたマッチング機会や出会いの場を提供する支援が求められています。企業側も、こうした接触機会を増やすため、展示会やマッチング会、医師が多く集まる学会に合わせた併設展示会等に積極的に参加するほか、「FIRM（再生医療イノベーションフォーラム）」や「iPS細胞ビジネス協議会」といった会員企業間の情報交換会にも参加し、交流の場を求めています。こうした連携ネットワークの構築や販路開拓のサポート等、支援施策には参入企業に合わせたきめ細やかな対応が求められているといえるでしょう。

図表4 求められている公的支援施策（N=255、複数回答）



出所：図表1に同じ

（注1）iPSビジネス促進拠点 施設内の動画 <https://www.youtube.com/watch?v=P4KqDNvx5fQ>

定期的に見学会が開催されており、大阪府内の企業であっても参加可能です。