

医工連携による医療救援デザインの国際発信

中川 敬基

はじめに

2015年度に入り、地方創生の取組が本格化している。今後、地方自治体は、人口減少に歯止めをかけるべく、地域連携も意識しながら、地方での雇用創出と各世代にわたる生活支援を柱とした地方版総合戦略を策定し、施策展開を図ることになっている。

地方において雇用を創出するためには、その中核となる企業への支援やビジネスの創出、事業拡大が不可欠である。その1つの方向性として、地域の企業による国際展開が考えられる。

しかし、弊会が2015年4月に刊行した「九州・山口企業の海外進出2014」によると、九州・山口企業の海外進出件数は減少している。今回の減少の主な要因は、製造業の海外展開が一巡したことに加えて円安の進行が影を落としたことにあるが、九州・山口の経済規模からすると、根本的なレベルで海外進出件数が伸び悩んでいることは否めない。

この状況下、九州・山口の地域企業が国際展開を図るためには、どのようなことが求められるのだろうか。本稿では、ビジネスとは一線を画した国際救援、医療協力の分野における熊本赤十字病院の医療救援技術の研究開発、国際発信を事例として紹介し、今後の地域企業の国際展開に向けたヒントを見出すものとする。



▲熊本赤十字病院 外観（出所：熊本赤十字病院提供）

1. 医療・介護産業に関する

政策動向と地域との関係性

健康・医療戦略における医療・介護産業の国際展開

2013年6月、日本経済の再生に向けた成長戦略「日本再興戦略－JAPAN is BACK－」が閣議決定された。ここでは、具体的な取組として3つのアクションプラン「日本産業再興プラン」、「戦略市場創造プラン」及び「国際展開戦略」が掲げられている。

日本再興戦略を受けて2014年7月に閣議決定された「健康・医療戦略」の基本理念には、世界最高水準の技術を用いた医療の提供に加え、海外における医療の質的向上への貢献を通じた日本の経済成長への寄与が定められている。また、同戦略には、わが国での世界最先端医療の普及や新しいヘルスケアサービスの国内市場の創出、国内で培われた医療・ヘルスケアサービスを活用した国外市場の開拓が盛り込まれている。

医療・介護産業による国外市場の開拓を推進するため、国は人材育成や医療機器・サービス、医薬品などの研究開発スキームの整備とともに、ODAに代表される事業化予算を拡充している。企業の国際展開は、国からの強力なバックアップの下、今後、企業による取組が拡大する見込みである。

現地の課題の収集で

地域企業にも可能となる国外市場の開拓

一般的に製品やサービスの国際展開のためには、まず現地の課題を解決するための技術やノウハウを有していなければならない。その上で、現地の課題を収集するための市場調査やマーケティング、現地の利害関係を考慮したビジネスモデル構築とその運用が必要である。従来の国際展開は、技術やノウハウの蓄積、市場調査などを実施するハードルが高いため、主に経営資源の豊富な大手企業を中心として進められてきた。

しかし、わが国の新興国向けの国際展開では、