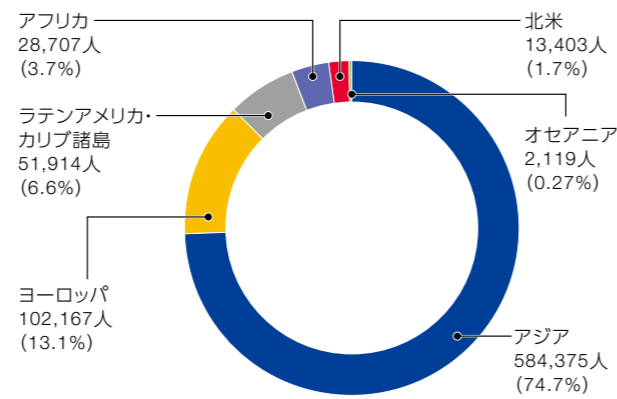


成長分野となるアジアでのビジネス拡大

アジアの市場環境

従来、新興国では衛生環境による感染症が社会問題となっていました。経済発展とともに感染症は激減し、死因はがんへとシフトしています。新興国が多く世界人口の約5割が集中するアジアには、胃がんや食道がんの症例数も多く、早期発見率や5年生存率が低いという課題があります。疾病構造の変化だけでなく、人口増や高齢化に加えて、経済成長に伴う各国での健康意識の高まりもさらなる医療ニーズを押し上げる要因となっています。先進国に比べて適切に診断・治療できる施設や医師の数が限られていることから、内視鏡の普及率が低く、内視鏡を使用できる医師の数が少ないという需給のギャップが、こうした課題をさらに深刻なものとしています。

2018年の胃がんの死亡者数(推計)

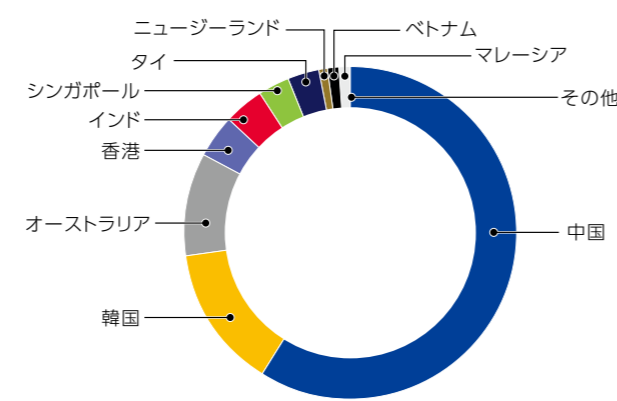


出所:WHO, Globocan 2018 Graph production: Global Cancer Observatory (<http://gco.iarc.fr>)

アジアにおけるオリンパスの戦略

アジアは、中長期的な観点から見た市場拡大余地が大きく、同地域におけるビジネス拡大に向けた取り組みは、当社の持続的成長に向けた重要な戦略の一つとなっています。その鍵となるのが、内視鏡医の増加です。当社では、自社トレーニングセンターを活用し、医師のトレーニングの支援を強化するとともに、アフターサービス体制を強化して内視鏡のメンテナンス・修理需要に応えることで、さらなる成長を目指しています。地域別で見ると、中国では近年高い成長を続けており、引き続き中国市場への投資を実施していきます。一方で不透明な政治状況や新興国の医療法規制の厳格化は今後一段と進むと考えられ、一層の基盤強化を進めています。

アジア・オセアニア地域の国別売上高比率



人口10万人当たりの内視鏡医数

中国	2.2人
マレーシア	1.7人
フィリピン	0.4人
インドネシア	0.2人
ベトナム	0.6人
タイ	0.4人
インド	0.5人
[参考]日本	25.0人

出所:一般公表データより当社作成

新興国での事業拡大を目指し、トレーニングセンターを順次開設



Interview

地域の皆さまとともにWin-Winの関係を築くことが重要です

内視鏡事業/治療機器事業
アジアパシフィック地域 マーケティング ディレクター

中瀬 理絵

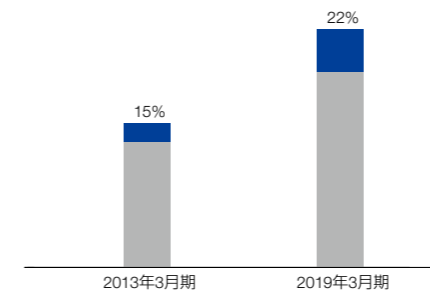


アジアにおいて強固な販売・サービス網を確立

当社は、1975年、シンガポールに駐在員事務所を設置して以来、アジアで医療事業を展開してきました。80年代には中国に駐在事務所、2000年以降にタイ、韓国、ベトナム、インド、インドネシア、マレーシアに現地法人を設立し、事業基盤を強化してきました。

さらなる販売拡大に向けて、2011年に組織体制を変更しました。アジアに現地法人がある10カ国を基にしたブロック制としスピーディーに対応できる体制としたことで、2013年3月期に15%であったアジア・オセアニア地域の消化器内視鏡分野の売上高比率は、2019年3月期に22%となりました。

当社消化器内視鏡分野におけるアジア・オセアニアの売上高



一貫したサービスの提供で、地域とWin-Winの関係を築く

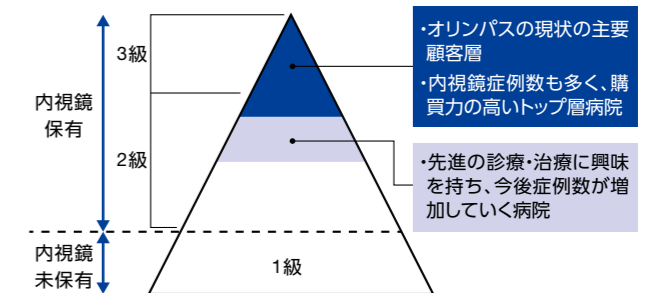
当社の製品分野は多岐にわたり、高い技術を求められる手技も開発されています。製品を安全に使用していただくには医療従事者へのトレーニングが欠かせません。また、内視鏡はメンテナンスが必要なため修理体制を整えることも重要です。

当社は、他社に先駆けて診断から治療における一貫したサービスを提供することにより、医療従事者とともに患者さんの医療アクセスの拡大とQOLに貢献し、地域医療を発展させていくことで、アジアにおけるプレゼンスを高めてきました。新興国は医療インフラが脆弱で、学会も立ち上がったばかりという国が多く、毎日の診療が止まらないよう、また医師が安心して臨床に専念できるようにサポートしながら地域社会に貢献し、Win-Winの関係を築くことがわれわれのミッションだと考えています。

内視鏡事業の業績を牽引する中国市場

アジアにおける取り組みを継続してきた結果、近年は特に中国において目覚ましい成長を遂げています。2020年3月期は、中国を中心としたアジアが、内視鏡事業の業績を牽引する見込みです。中国には約3万施設の病院があり、病院数そのものが増えているとともに、中国政府の政策の後押しもあり2級病院への販売が増えています。2級病院は先進治療に興味を持ち、術前診断に注力し始めているためハイエンドの設備購入に結びつき、今後の市場拡大余地が大きいと考えています。今後は2級およびそれ以下の病院への営業活動を強化するとともに、病院・学会等との連携を通じて、がんの早期診断、早期治療を啓蒙・普及する活動を加速していきます。

アジアの成長ドライバーである中国の潜在市場



トレーニングセンターを活用した医師の育成サポート・交流活動

当社は自社のトレーニングセンターを活用し、実際の臨床現場で操作する機会が少ない若手医師にも製品を触る機会や、指導医と若手医師等がチームで新しい技術を習得する場を提供しています。日本発の治療手技である内視鏡的粘膜下層剥離術(ESD)の症例数は中国で飛躍的に伸びていますが、体に負担の少ない治療法を学べる場ができたことで低侵襲な方法で早く治そうという動機が生まれ、医師が情熱をもって取り組んでいます。過去5年間で約2万人の医師が当社のトレーニングプログラムに参加しています。今後も、トレーニング機会を提供することで、新興国の医療水準向上に貢献し、さらなる事業成長に結び付けていきたいと思っています。