

新機軸③海外展開

・米国を主要ターゲットとしたグローバルサプライチェーンへの参入拡大を目指す

医療機器産業ビジョン 2024

海外展開の必要性

・国内の市場のみで医療機器企業の売上を成長させるには限度があり、海外展開により売上を拡大させることが必要  
・米国市場の獲得がグローバル展開及び経済的リターンの獲得に重要

# 医療機器関連分野米国展開戦略

戦略期間 R5－8

令和6年3月29日

## 本戦略の目的

現計画の「メディカル・デバイス・コリドー推進計画 2.1」では米国を主要ターゲットとしたグローバルサプライチェーンへの参入及び米国企業との取引拡大を図っている。本戦略では、米国展開を戦略的に進める上で必要となる活動方針を策定する。

## 医療機器関連産業の米国展開を巡る課題

- 米国展開の必要性や魅力の認知不足
- 推進体制の不足
- 米国企業等との接触機会の不足
- 金銭面、米国内の拠点の不足

## 目指すべき姿

# メディカル・デバイス・コリドー構想の 実現加速化

県内企業を進捗度合いで  
グループ化し、伴走支援

### 【県内企業をグループピング】

グループX・・・成功企業  
〃 A・・・成功過程・チャレンジ企業  
〃 B・・・ポテンシャル企業  
〃 C・・・意欲醸成企業  
〃 D・・・無関心(興味なし)企業

支援を実施

## 施策

### ＞ 米国市場の魅力周知や米国展開意欲の底上げ

米国市場の魅力やメリット、FDAの規制などの米国展開に必要な知識を獲得するためのセミナーを開催する。

#### 米国展開セミナー

米国市場の魅力やメリット、FDAの規制などを県内企業に伝えることで米国展開の意欲や理解力の底上げを図ることを目指す。また、外国との取引に対して尻込みする企業が多いため、米国とのビジネスや英語に関するセミナーも実施するほか、セミナーでは意見交換できる場を設けるなど一方的な情報伝達の場とならない双方向の効果的な場を創出する。

### ＞ 実績を有する専門家による支援体制の構築

企業の取り組みや技術力のヒアリングを行い、個別課題や検討事項に対してのアドバイスや目標の設定、ターゲットのリスト化などを実施する。

#### 個別コンサルティング

米国企業に提案するための資料作成やビジネスの仕方などを米国展開の専門家が支援を行うことで、企業の取引成立を目指す。毎月それぞれの企業への宿題を用意して進捗を確認することで確実に前に進んでいることを確認するほか、ロードマップを作成し、取り組み方が分からない企業の道しるべとなるような支援を行う。

### ＞ 米国企業等に対する情報発信・販路創出

米国医療機器メーカー等に対し、直接的な情報発信や商談などの売り込みを実施する。

#### ステークホルダーへの売り込み

米国企業に対して直接売り込みが出来る機会を持つ企業は、多くないことから、県がその機会を設けることで販路創出を目指す。企業ごとのターゲットを具体化し、商談を行う。商談にあたっては、米国企業等に刺さる資料作成や添削を指導するほか、実績のある専門家が同席することの支援を実施する。

### ＞ 金銭面での支援・米国拠点の形成

米国展示会への出展やFDA認証の取得に必要な資金や米国内に拠点を整備するための支援を実施する。

#### 米国展開を支援する補助金の創設

米国展開に向けては展示会への出展やFDAの認証取得・施設登録に多くの経費がかかるため、企業は米国展開を後回しにしてしまう傾向にある。そうした企業のハードルを下げ、県として後押しすることで取引の成立を目指す。

#### 米国内のメディカル・デバイス・コリドーの拠点形成

現地法人のない山梨県企業の窓口となる場を米国内に設けることで取引のハードルを下げることを目指す。セミナーや個別面談を通じて、県内企業に米国市場の魅力や個別支援を行った後、企業側からのニーズが確認できたところで設置を検討する。