

海外展開



会見する第一三共の庄田隆社長(左、当時)と印ランバクシー・ラボラトリーズのマルビンダー・モハン・シンCEO



日本の建機は世界中で活躍している(コマツの鉱山機械)

競争の条件はほとんど変わらない」と話す。さらに日本メーカーはグローバルに築いた拠点網をいかして、東南アジアやインド、ロシアなど世界の旺盛な建機需要に応えようとしている。また高い信頼性を求められ、本領が発揮されている。

油圧機器技術で圧倒的強さ

日本は、高品質、高生産性を武器に世界市場で攻勢をかけている。足元の状況も海外からの引き合いが活発化している。日本工作機械工業会がまとめた11年上期の工作機械受注実績は前年同期比52・9%増の6743億円。うち外需は同52・3%増の4663億円で、外需比率は7割近くに達する。横山元彦会長(ジェイテクト会長)も「世界の工作機械需要は拡大が続いている。欧米、中国などのユーザー企業の投資は底堅い」と語る。

は需要地で行っているが、「キーコンポーネント」と呼ぶ主要機器は国内で生産し、輸出している。建機ビジネスは機械本体の販売だけでなく、メンテナンスやサービスが重要な収益源の柱となるのが基幹部品だ。コマツの野路国夫社長は「円高になれ、高になれ、高になれ」と語る。

引き合い活発

日本の工作機械も高品質・高生産性を武器に世界市場で攻勢をかけている。足元の状況も海外からの引き合いが活発化している。日本工作機械工業会がまとめた11年上期の工作機械受注実績は前年同期比52・9%増の6743億円。うち外需は同52・3%増の4663億円で、外需比率は7割近くに達する。横山元彦会長(ジェイテクト会長)も「世界の工作機械需要は拡大が続いている。欧米、中国などのユーザー企業の投資は底堅い」と語る。

新興国に需要、投資積極化

提携・M&Aで創薬促進

医薬品業界は、二つの大きな課題を克服するための急速なグローバル化を進めている。一つは市場の急速な変化。医薬品市場は日米欧でほぼ完結していた。だが、医療費抑制や経済不況を受け成長が鈍化。代わって新興国が市場をけん引し各社は新興国投資を急ぐ。もう一つは新薬開発。従来の低分子薬で治療できる病気は開拓され、抗体医薬など新たな創薬技術が必要となった。各社世界的な提携やM&Aを繰り返して、新技術を取り込む。

医薬品

販売基盤拡大

新薬の開発・製造を主とする医薬品メーカーは、ここ数年で全く別の企業になってしまったような変化を遂げている。国内最大手の武田薬品工業。2009年度、自社販売網を持つ国の数を一気に12カ国拡大し計26カ国に。さらに11年にロシア、ブラジルなど新興国を得意とするスイスの製薬企業ナイコメッドを約1兆2000億円で購入。一気に約70カ国へと販売基盤を広げた。

医薬品の場合、権利譲渡により他社が海外で開発・販売するケースも多いが、自社販売網の方が利益率が高まる。米ファイザーやスイスのノバルティスといった巨大製薬企業は早くから新興国の販路拡大に努めてきた。アステラス製薬、エーザイなど日本の製薬企業もそれに追いつくべく、ここ4、5年で急速に販売体制整備を進めている。自前の整備も進める一方、すでに販路を持つ企業を買収して、一挙両得となった。昨今の急激なM&Aを後押しする。

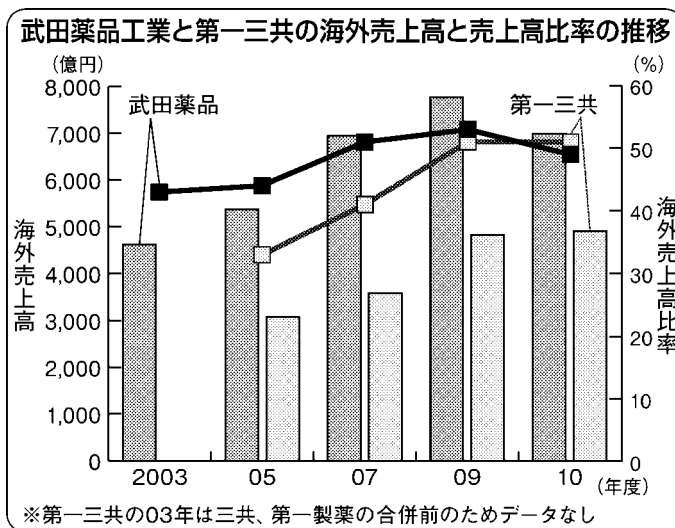
最大市場 中国で躍進

建設機械の世界市場は日本勢が支えている。世界2位のコマツを筆頭に日立建機、コベルコ建機などグローバル市場で圧倒的な存在感を示すメーカーが日本にひしめいている。特に故障率の低さや正確な操作性で評価が高い日本メーカーの油圧ショベルは世界市場の4割程度のシェアを持つ。世界最大建機市場となった中国でも日本勢は躍進しており、各国メーカーが日本勢の去就を注目している。

機械

建設機械の世界市場は日本勢が支えている。世界2位のコマツを筆頭に日立建機、コベルコ建機などグローバル市場で圧倒的な存在感を示すメーカーが日本にひしめいている。特に故障率の低さや正確な操作性で評価が高い日本メーカーの油圧ショベルは世界市場の4割程度のシェアを持つ。世界最大建機市場となった中国でも日本勢は躍進しており、各国メーカーが日本勢の去就を注目している。

海外が高シェア 建機業界の主戦場は海外だ。これはコマツの2011年4～6月期業績で売上高に占める海外比率が86%となっていることや、日立建機も同様に76%という数字が物語っている。世界最大の建機市場とされている中国



※第一三共の03年は三共、第一製薬の合併前のためデータなし

抗体薬など新領域に力

以前、日本国内にしか研究拠点を持たなかった。研究拠点のグローバル化も顕著で、第三共は研究するドイツのバイオ

企業U3ファーマ、ランバクシーの新薬研究機関(現RCI)を買収で獲得。第三共は研究するドイツのバイオ

11年にがんに強い米バイオベンチャーのプレキシコンを買収し、海外研究拠点を増やした。

密に情報交換

背景には、生活習慣病や感染症など従来主役だった領域で効果的な製品が出尽くし、極めて創薬が難しいがん、アルツハイマー型認知症などの領域にターゲットがシフトしたことがある。多くの製薬企業にとって新領域でもあり、新たな技術や世界中のベンチャーや製薬企業、大学から得ないとならない。武田薬品も米ミレニアム・ファーマシューティカルズを約8800億円で購入した。がん領域の技術と多くの開発品、製品を得た。海外に研究拠点を抱えることは、多くのトップレベルの研究者と密な情報交換がすぐにできるといった利点もある。

モノづくりの底力



「どんな薬か」だけでなく、「どこの薬か」を考えたことがありますか。

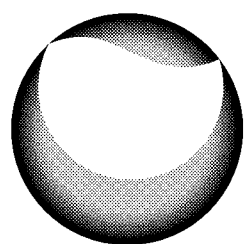
わたしたち製薬会社の使命のひとつは、医療の現場へ画期的新薬を届けること。

たとえば、高コレステロール血症治療剤、高血圧症治療剤、広範囲経口抗菌製剤、消炎鎮痛剤など。

第一三共の研究開発力が新薬として結実し、世界中で服用されている例は、数多く存在します。何万回もの挫折と挑戦をくり返す新薬開発。その中で培われた多くの実績、新技術、そして情熱が、薬のひと粒ひと粒に込められているのです。

どこにも負けない先進の力で、いち早く有効な新薬を届けていく。薬を手にするすべての人に、ふたたび大きな笑顔を。そんな、いのちのすこやかさを、めざして。

つくっているのは、希望です。
第一三共株式会社



Daiichi-Sankyo

