



# 株式会社オサチ

予防医学でのビジネスチャンスを見出し、高機能の医療機器を開発。2007年、感覚的にしか表現できない痛みの大きさを数値化する装置「PAINVISION PS-2100」の開発に成功。2013年以降世界各国へと輸出を行っている

展開国・地域	1994年 台湾	2014年 香港
	1998年 米国	2016年 米国
	2003年 中国、韓国	

企業情報 所在地: 長野県岡谷市 従業員数: 4名  
 設立: 1981年12月 URL: <http://osachi.jp/jp/>

事業内容 医療検査機器の開発・製造・販売



- 1 国際的なデザイン賞「レッドドット・デザイン賞」を受賞した血圧脈波検査装置「ARTERIOVISION MS-3000」
- 2 知覚痛覚定量分析装置「PAINVISION PS-2100」。感覚的にしか表現できない痛みの大きさを数値化。人によって変わる痛みの度合いを客観的に見ることができる
- 3 「Medica 2018」(ドイツ)で販売店候補へ行ったデモンストレーション



## 海外での売り方を教えてくれたジェットロ

先代の社長の人脈を活用し、1994年、初めて台湾の取引先へ自社ブランドの医療機器を輸出しました。その後2007年に「痛み」を計測する装置「PAINVISION PS-2100」の開発に成功しました。諸事情でこの製品の販路を海外に見出す必要がありましたが、我々自身は海外でのビジネスの進め方が分からず苦慮しておりました。そこでジェットロの「貿易投資相談」に申し込みました。弊社は4人の会社ですが、海外での販売ライセンスの取得方法は知っていました。例えば、米国食品医薬品局(FDA)認証の販売ライセンス、シンガポールや韓国、中国、台湾での販売ライセンス、CEマーキングも取得済みです。しかし、製品の価値を表現して、欲している取引先にアプローチしていくというマーケティング能力が欠けていました。そこをカバーしてくれたのがジェットロです。2013年からジェットロの海外展開のための専門家による支援事業に採択され、派遣された専門家のネットワークを活用し販売先となる候補企業との商談や取引を始めました。

## 海外展開の強みは基礎段階からの特許出願

まだ特許に精通していなかったころ、米国の取引先に「特許が取れないような商品を米国で販売することは困難なので、まず特許を取ることを優先してほしい」と言われました。現在では製品化する前の基礎技術の段階でも特許を出願しています。そういう知的財産の部分には特別に留意していると思います。弊社の製品は「痛み数値化」や「動脈血管の硬さ測定」など非常に特徴的です。一般消費者向け製品ではない、医療機関でも患者さん一人に一個必要なものでもないので、ニッチな市場をターゲットにしています。しかし個々の市場は小さいけれど取引する国を増やすことでリスクヘッジするというのが弊社の考えです。弊社の製品はいろいろな論文で発表していただいておりますので、相応に医学界のお役に立っているのではないかと自負しています。「絶対に弊社にしかできない技術が必ず一つは入っている」ことは弊社が製品化する際の重要なポイントです。

## 海外市場を見据えて製品と向き合う

弊社製品のように規制に特段留意しなければならないビジネスというのは最初の一步目のハードルを高く感じるものです。ただ二歩目三歩目になると一步目に比べればその苦労は小さくなると思います。他の会社が入りにくい分野だからこそ海外で成功するというケースも多いかと思えます。現地の医療事情や商習慣の情報収集は重要な要素です。各国との商談が広がっていく中で、現地に駐在事務所があるときは必ずジェットロの「海外ブリーフィングサービス」を利用しました。信頼できる企業の見分け方や急なオファーへの対応方法などについてもジェットロから助言を得ました。また米国でのビジネスでキーとなる契約手続きなどはジェットロ専門家の支援を得ました。2016年から「新輸出大国コンソーシアム」の支援を受け、販路は世界各国に広がっています。輸出事業が拡大するにつれて、社員の意識も変化し、各自が自然に海外市場を視野に入れて開発に向き合うようになってきました。



執行役員学術・技術部長

矢口 靖之 氏

「うちにはしかできない技術」を  
搭載して常に海外市場を意識。  
製品化する際のポイントです

専門家からのポイント



2017年12月から1年以上、6回にわたり支援をしました。某機器のインドネシア企業との「(英文)独占的販売店契約」についての相談が発端でしたが、その後インド、台湾、EUなどへの展開についてと事業構想が広がりました。契約書案だけでなく、各国の販売規制、事業展開のアイデア(代理店か販売店か、販売だけでなくサービスの提供について)など事業者様がよく勉強されていて、効率的な指導ができました。契約書は厳密性と単純化のバランスが難しいところで、その鍵は相手との信頼関係の深度にあることを強調しました。