

インドネシア

企業訪問調査レポート[3]: PT. Prodia Widyahusada

～ 血液検査・健康診断サービス ～

■ インドネシア共和国 — 基礎データ —

- 面積: 1,910,931平方キロメートル (2013年 日本の約5.1倍)
- 人口: 2億4,882万人 (2013年 中央統計局)
- 首都: ジャカルタ／人口997万人 (2013年 中央統計局)
- 名目GDP総額: 8,683億4,900万ドル／1人当たりGDP(名目): 3,510ドル (2013年)
- 実質GDP成長率: 5.8% (2013年)
- 為替レート: 1ドル ≒ 10,461.2 インドネシア ルピア (2013年 平均値)

出所: JETROホームページ 国・地域別情報(J-FILE)「インドネシア概況(2015年2月更新)」

■ 調査日: 2014年 9月23日

■ 分野: 血液検査・健康診断サービス

■ 特徴: 一般個人が気軽に受けられる血液検査サービスを全国に展開。同業他社と異なり、クリニック内に医師を配置し、必ず医師の判断と了解を得たうえで採血する。昨今の健康ブームに乗って、事業は拡大中。同業他社との競争は激烈だが、最新の検査機器と優秀な検査スタッフに支えられた同社は、知名度が高く、特別なマーケティング戦略を採らずとも、信用力とブランドにおいて同業他社を大きく引き離し、国内の健康診断・検査サービスではトップの座を不動のものとしている。すでに検診者のビッグデータを保有しており、国内外の企業から ビッグデータを狙って事業提携の話が持ちかけられているが、全て断っているという。同社はこのビッグデータを持っているということ自体が大きな強みとなっている。

企業概要

- 社名: PT. Prodia Widyahusada
- 住所: Jl. Kramat Raya 150, Jakarta 10430
- URL: <http://www.prodia.co.id/>
- 主要拠点: 本店はジャカルタ。国内100都市に116支店、病院などの内部への出店は133カ所、合計249カ所で事業展開
※「出店」は検査部門のみの委託など。
- 設立年: 1973年
- 従業員数: 約4,000人(2014年) ※契約している医師や医療技術者を含む。
(本社、工場・直営店等)
- 敷地面積: 約1,000m² [オフィス+ 検査施設](9階建の自社ビル)
支店は各300m²以上。
- 事業内容: 通常検査サービス、特殊検査サービス、その他付随検査サービス、健康診断、一般サービス、調査補助サービス、その他検査関連サービス
- 主要顧客(国内・国外): 一般個人、医師、企業、病院・検査所、公的機関、コミュニティ組織
(一般個人、医師、企業向けがそれぞれ3分の1づつ)
- 社是: “Life Begins at 40. Love for Quality.”



Prodia本社ビルは9階建ての自社ビル。

沿革

1973年 ジャワ州ソロ市にProdia社設立

1975年 ジャカルタ、バンドンにサービスを拡大

1980年 研究開発部門設置、シンガポール国立病院およびSpecialty Lab(米国。現在のQuest Lab)と協定

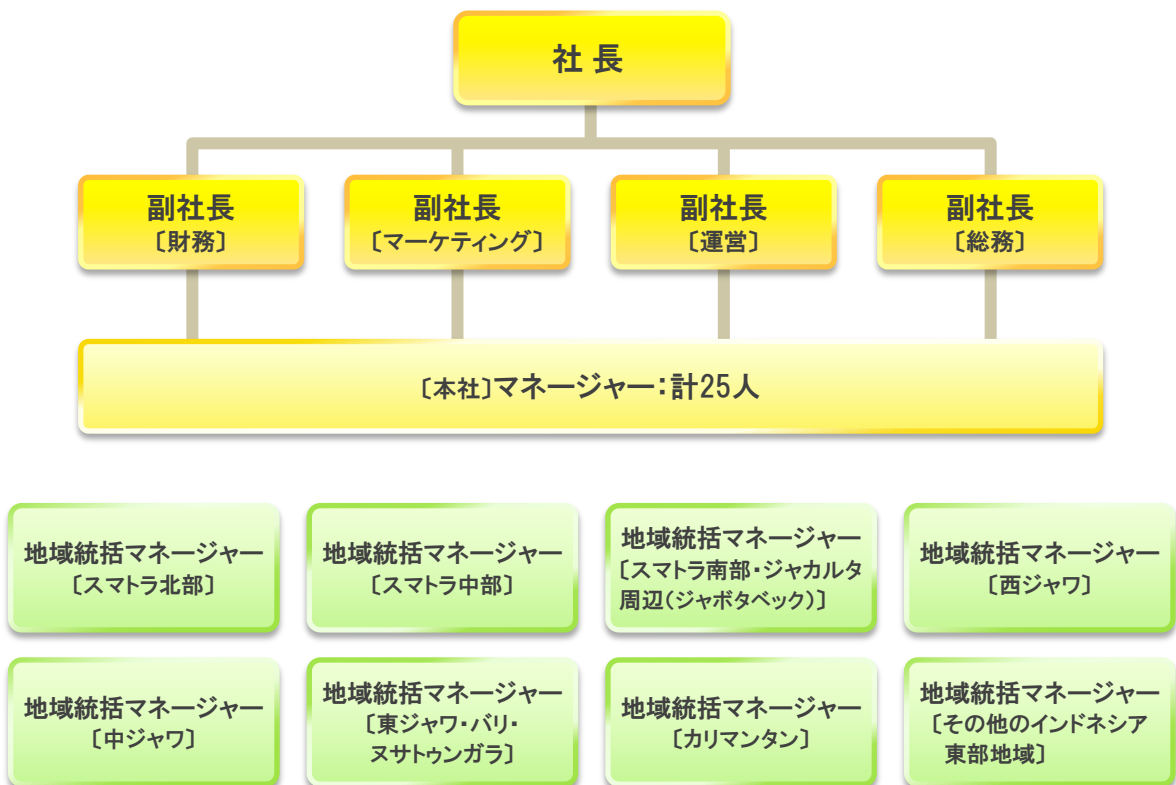
1999年 ISO9002取得

2005年 2005年までに全国94支店設置

2011年 インドネシア初の検査試薬製造工場開業



組織図



社員教育と表彰制度

- ・教育訓練は、先端医療技術に関する知識を身につけるためにも重要である。
→社員教育には全予算の3~5%を費やしている。入社後、ベーシック訓練を行い3カ月の医療技術に関する研修を行う。研修は全職員に対して毎年実施する。
- ・各支店間で、利益、収入、社員の生産性(1人当たり・1支店当たり)などに関して競わせ、上位の支店を表彰する制度がある。



ビジネスの概要 ①

事業対象の特徴

一般個人: 主な対象は、1ヵ月当りの家計支出が500~700万ルピアの層となっている。

企業: 年間約600社以上の健康診断の委託を受けている。

病院: 450種類の検査を行い、これまでに1,400病院で1万2,000件実施した。

売り上げ推移

過去5年間で年平均20%程度の売上げがあったが、直近の2年間の増加率は20%に至っていない。正確な売上高は未公表であるが、現時点では、おおよそ年間1兆ルピア程度(約90億円)である。

Prodia本社の一般向け血液検査所



Prodia本社における一般利用者の血液検査の受付カウンター。



受付カウンターは、Prodia本社1階入ってすぐの場所にあり、明るくて清潔である。



血液検査の受付カウンターの中から見た様子。検診者情報は、コンピューター入力によって一括管理されている。



血液検査での採血ルーム。採血の前に、必ず医師との面談があり、その結果を踏まえて診断項目が決められる。

ビジネスの概要 ②

マーケティング戦略：宣伝・広告

- ・メディアへの広告
- ・医師向けおよび、一般向けのセミナー
- ・医療関係の学術誌や健康増進に関する広報誌など。



社会貢献活動の取り組み事例

- ・ヘモグロビンを構成するグロビン遺伝子の異状による貧血であるタラセミア(クーリー性貧血、地中海性貧血)の危険性のある住民に対する無料検査の実施。
- ・大学や医療技術学校の教官や学生に対する教育・訓練の実施。



外資系企業との提携について

- ・検査試薬を作るための工場をドイツ企業との協力で2011年に建設。
- ・血液検査で使用する検査試薬の約20%は日本製で、1990年代から使用しているが、それ以外の抗体はドイツ製。
- ・日系企業から検査試薬の生産での協力をもちかけられたが、ドイツ企業と行うことにした。協力先はドイツと日本。中国製は安いですが、使用しない。
- ・同社で収集した検診者によるビッグデータを売って欲しいとの要請が来るが、すべて断っている。ビッグデータは科学的利用のみに限定している。



本社ビルの3～5階には、検査室や分析室があり、最新鋭の検査機器と優秀なスタッフが配置されている。

綿密な検査の必要なサンプルは、インドネシア全国の支社からここに送られ、集中管理している。大学医学部や病院などから依頼された検査を行う場合もある。

JETRO



Prodia本社の一般向けの検査受付デスク。

中進国へ向かうインドネシアでは、中間層を中心にしたボリュームゾーンで健康志向が高まっている。Prodia社は、国内で最も有名な血液検査・健康診断を実施する会社で、知名度も高い。健康志向に沿って事業所数を着実に増やしているが、それらが最新の医療技術の取り込みと最新鋭の検査機器に裏付けられたものであることを今回初めて知った。今回の訪問前には同社に対して、レストランのメニュー形式のような簡易検査を全国へどんどん広げているイメージがあったが、その予想は見事に覆された。

同社の一般向け検査スペースは清潔で、いつでも気軽に検診が受けられるようになっている。受付で登録し、医師との面接の後、採血等が行われる。この一連の流れについてのノウハウには、相当の自信を持っている様子が見ええた。検診だけでなく、健康に関する様々なパンフレットを置いて、一般客が容易に健康に関する知識を得られるような工夫も見られる。

しっかりした研究開発部門で最新鋭の検査体制を採りながら、一般向けの検診はできるだけ簡単にできる仕組みを追求している。加えて、企業向けの健康診断や病院からの検査受託などで確実に収益を上げている。技術に裏打ちされた同社のビジネス・モデルは強固であり、外資系が参入したからといって、簡単に崩れるものではないと感じた。

外資系企業が検診ビジネスをインドネシアで展開する場合、クリニックでの医師の常駐など政府による規制がかなりある。Prodia社に対抗して独自に展開するのはかなり難しく、何らかの形で同社との連携の道を探るのが得策であると考ええる。



JETRO

【免責事項】本レポートで提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用ください。ジェトロでは、できるだけ正確な情報の提供を心掛けておりますが、本レポートで提供した内容に関連して、ご利用される方が不利益等を被る事態が生じたとしても、ジェトロ及び執筆者は一切の責任を負いかねますので、ご了承ください。