

2021年11月10日

内閣府グローバルヘルス戦略推進協議会
第4回グローバルヘルス戦略タスクフォース

民間企業連携に関する戦略について

(公財) 日本国際交流センター
執行理事 伊藤聡子

9月13日策定の「グローバルヘルス戦略骨格」における民間企業との連携に関する記述(下記の4点)について、戦略文書の策定に向けた今後の作業で、さらに充実させ具体的アクションにつなげるため、議論すべき論点を提起したい。

戦略骨格における企業関連箇所

4. 上記の施策を実施するための方途

(1) 幅広い視座の導入: デジタルヘルスなど保健サービスの効率を向上させる日本企業の技術・イノベーションの最大限の活用によるリープフロッグ的な革新技术の活用

(2) 二国間協力を含む多様な協力ツールの活用: 我が国は二国間 ODA 等を活用して、途上国の保健上の課題を解決し、強靱な UHC の実現を現場において実践していく必要がある。二国間の ODA のみではなく、多国間 ODA、OOF そのほかの公的な支援、さらに民間部門や大学も含めた保健関連のあらゆる資源を利用して二国間パートナーシップを強化していく。

(3) 民間企業・市民社会等との連携: 我が国が、グローバルヘルス戦略の下で保健外交を実施していく上で、民間企業の協力や市民社会の支持と関与を得て、主要なパートナーとしていくことが必要である。グローバルヘルスに関する活動は、民間企業にとって、国際貢献であるとともに、新たな成長戦略であることも踏まえつつ、我が国政府としては、医療分野を含めた幅広い民間企業等と連携を強化していくことも重要である。

(4) グローバルヘルス分野の人材育成強化: 戦略を有効に実施するために、相手国や国際機関等からの情報収集と日本国内での意思決定をつなぎ、現地との調整を行う機能の強化が必須であり、政府、民間企業、市民社会などでグローバルヘルスを担う人材を発掘・育成・補充・増強するとともに、さまざまな機関で人材が活躍できるよう「リボルビング・ドア」のようなモデルを推進することが必要である。こうした取組により、わが国のグローバルヘルスの取り組みを真にマルチ・ステークホルダーで担っていく体制を構築していくことが重要である。

議論のポイント

1. 日本企業の製品が十分に調達されていない。障壁は何か、どう解決するか。

課題	取組（案）
WHO 等の認証・推奨の取得、WHO 要覧や GDF カタログ等へ記載などについて、その意義、申請方法などの情報やノウハウが不足	→ 認証等の情報や申請方法ノウハウなどを伝えるセミナー、個別支援などのさらなる拡充
各種調達機関の入札情報が十分に伝わっていない。	→ 入札情報にアクセスできるよう支援
納品までの日数、製品の保管期限（shelf life）、グローバルな供給量など、要件を満たすことができない。（COVID-19 の例）	→ グローバルヘルス分野のニーズやトレンドの把握を支援
海外展開したいが、納入先で製品を使う人材の育成やメンテナンス支援の余裕がない。	→ JICA の人材育成の技術協力とセットで支援
価格が折り合わない。	→ 「品質が保証されたものをできるだけ低価格で調達しできるだけ多くの人に早く届ける」がグローバルヘルスの equity の基本。企業には、短期的ではなく、中長期的にリターンのある投資として考えていただけるよう環境を醸成。
どのようにすれば受注につながるのか不明。	→ 受益国のパートナー（大学、研究所）とともに実証試験を行い実績を重ね、その国がグローバルファンドに申請するグラントの中で当該製品を希望することが近道。パートナー選定を支援。

上記は、グローバルファンドを中心とする感染症分野での調達関連情報に接する中で得られた考察（グローバルファンドおよび企業へのヒアリング含む）であり、偏りがある。高齢化、母子保健、SRHR、NCD など他の領域でも同様の検討が必要。

2. 日本企業のイノベーションが活用される道は「調達」だけか？

- 国際機関（*）に調達され広く使われることと同様に好機となりうるのは、国際機関や国際 NGO との パートナーシップ（何らかの社会貢献の手法を取り入れた連携）を通じた企業のモノ・ヒト・カネ・ノウハウの活用
- 国際機関の側が企業に求めているのは、Vender としてだけではなく Partner としての役割
- 企業にとってのメリットは、企業価値の向上、レピュテーション向上のほか、ネットワーク醸成、イノベーションにつながるニーズ把握、パイロットプログラムによる実証試験などを通じ、長期的な市場開拓や将来の収益獲得につながること。
- 企業のどの部門が国際機関にアプローチするかが重要
 - 事業部門：短期的に直接の収益を生むことを期待（プロフィット・センター）
 - 社会貢献部門：収益を求めない（コスト・センター）
 - 研究開発部門：（収益は求めないが原価は回収する必要あり）

感染症分野における国際機関と企業の「パートナーシップ」の例

分野 手法	サプライチェーン	デジタルヘルス	医療用品	行動変容・意識啓発	人材育成・マネジメント支援	途上国での国内資金調達支援	アドボカシー
資金提供 （寄付）	武田薬品 x WFP			Apple x GF	武田薬品 x GF	タタ・トラスト x GF	
資金提供 （共同投資）	コカ・コーラ x コンソーシアム		住友化学 x コンソーシアム				
物・サービスの寄贈・原価での提供		マスターカード x GF, Gavi	エーザイ x WHO	MTV Japan x UNAIDS	ソシエテ・ジェネラル x GF		
プロボノ・ローボノ技術支援	<u>コカ・コーラ</u> x コンソーシアム	マイクロソフト x GF&STBP	住友化学 x コンソーシアム 富士フイルム x STBP		エコバンク x GF ミュンヘン再保険 x GF	タタ・トラスト x GF ソシエテ・ジェネラル x GF	住友化学 x RBM

Source: グローバルファンド民間連携部、各社公開資料をもとに筆者作成（網羅的ではなく例示的）

Gavi: Gavi ワクチンアライアンス、GF: グローバルファンド、STBP: ストップ結核パートナーシップ、RBM: ロールバックマラリアパートナーシップ、UNAIDS: 国連合同エイズ計画、WHO: 世界保健機関、WFP: 世界食糧計画、コカ・コーラが関わるコンソーシアム: Last Mile Project、住友化学が関わるコンソーシアム: Olyset Consortium

* 国連機関、官民連携組織の双方を含む

例

コカ・コーラ Project Last Mile

<https://www.projectlastmile.com/>

“コーラは国中の村々に届くのに、なぜ薬は届かない？”

- ・ コカ・コーラ社のロジスティクスとマーケティングの知恵を政府の医薬品供給網に導入
- ・ パートナーは、タンザニア医薬品供給公社、コカ・コーラ財団、コカ・コーラ社、USAID、PEPFAR、グローバルファンド等。
- ・ 現地コカ・コーラが、輸送経路の最適化と効率化のノウハウを伝授
 - 医薬品搬送のハブ 130 拠点から、全国 5700 施設に拡大。
 - 医薬品のストックアウト大幅減少、燃料もカット（UHC に貢献、環境にも配慮）
- ・ タンザニアで開始、アフリカ 10 カ国以上に拡大中。



まとめ

企業支援のプラットフォームに加えるべき視点

- ・ 調達は重要だが十分条件ではない。パートナーシップ案件の強化も必要。
- ・ 国際機関とのパートナーシップへの橋渡し、特に大型のコンソーシアムに日本企業が参画できるよう後押しが必要。
- ・ 保健医療分野だけではなく、広い産業分野に働きかける。→日本のグローバルヘルスの constituency を広げる。保健 ODA 倍増をサポートする民意を可視化。
- ・ 日本勢だけに固執せず、外資企業、現地企業も含め含めて最適のパートナーを選ぶ。