



2010年6月10日放送

医療観光の将来性 行政の考え方

観光庁国際観光政策課課長補佐 **大坪 弘敏**

アジア諸国と日本における医療観光の現状

今日は、医療観光の将来性と、その推進に向けた観光庁、そして政府の取り組みについて、ご説明をさせていただきます。

最初に、日本でも最近「医療観光」がこのように大きく取り上げられるようになった背景として、「医療観光」を巡る国際的な情勢について俯瞰してみようと思います。ご存じのとおり、「医療観光」は日本だけでなく世界的な潮流です。海外では一般に「メディカルツーリズム」と呼ばれております。日本語では「ツーリズム」の訳語として「観光」という言葉が使われておりますが、医療サービスを受けることを目的として海外へ渡航すること自体を、「メディカルツーリズム」、あるいは「医療観光」とご理解いただければと存じます。

この「医療観光」に関して一つの試算では、2012年には全世界で市場規模が1千億ドルに達するなど、今後も大きく成長が見込まれております。そのなかでも、韓国、マレーシア、シンガポール、タイをはじめとするアジア諸国では、良質な医療サービスを低コスト

で提供することで、世界中から多くの患者を受け入れており、今後も流入の増加が予測されています。

これらのアジア諸国では、国を挙げて医療観光を推進してきた背景があります。たとえば韓国では、美容整形を中心に、海外から年間約5万人を受け入れています。韓国政府では、これを2013年には10万人まで増やすことを目標としており、そのために昨年、医療法を改正して、一定の基準を満たした医療機関等が外国人患者の誘致活動を行うことを認める一方、外国人患者に対する安全で高水準の医療サービスを確保するための対策を強化しております。また、医療観光の海外プロモーションを行うため、韓国政府観光公社内に専門セクションも設けられています。同様に、マレーシアやシンガポールでも、政府機関の後押しのもとで、大規模な民間病院が中心となって、それぞれ40万人、55万人の外国人患者を受け入れています。

それでは、日本における医療観光の推進に向けた、観光庁のこれまでの取り組みをご紹介します。

観光庁では、訪日外国人旅行者3千万人時代の実現に向けて、海外での訪日プロモーション事業とともに、新たな訪日メニューの創出に取り組んでいます。また、医療の国際化という世界的な潮流のなかで、医療観光は、国際交流、国際貢献のみならず、観光振興や地域活性化にも資するものとして期待されています。

このようななかで、インバウンド、すなわち海外から日本に向けた医療観光の推進のため、外国人患者の誘致、医療通訳の確保、治療費用の支払い、国内観光等に関する具体的な課題を検証するため、医療関係者、旅行会社等のご参画のもと、昨年7月より「インバウンド医療観光研究会」を開催しています。

今年3月には、日本における医療観光の先進事例を構築するための実証事業として、四つの医療機関で、中国、韓国等から合計6名の外国人患者を受け入れていただき、人間ドック、PET 検診等の医療サービスを提供していただきました。

また、実証事業と並行して、医療観光を巡る国内外の市場環境、旅行商品開発に関する課題の抽出を行いました。中国、ロシア等では、日本の医療技術に対する信頼性や期待度が一般に高く、訪日医療観光への潜在ニーズが高いことがわかっております。また、特に健診分野では、富裕層を中心に、高級ホテル、温泉、ショッピング等を含めた高付加価値なサービスへの需要があり、これらを組み合わせた旅行商品の開発が求められていることもわかりました。

その一方で、日本の医療の優位性に関する海外情報発信や、通訳・書類・院内表示の多言語対応、医療過誤などリスクへの対応等が課題として挙げられており、これらの点については、研究会で引き続き検討していくこととなっております。

以上、私ども観光庁のこれまでの取り組みをご紹介しましたが、医療観光は、観光庁だけでなく、政府全体として取り組んでいくべき重要な政策課題です。このため、昨年末に前原国土交通大臣を本部長とする観光立国推進本部のもとに設置された観光連携コンソー

シアンでは、観光庁、厚生労働省、経済産業省など関係省庁が一体となって医療観光を推進するための具体的な調整・連携を図っております。

また、昨年末に閣議決定された新成長戦略でも、アジアの富裕層等を対象とした健診、治療等の医療および関連サービスを観光とも連携して促進していくこととされており、現在、その具体化に向けた検討が進められているところです。

アジアの富裕層に対するプロモーションを行う

では、医療観光の将来像およびその実現に向けた観光庁、そして政府の今後の取り組みについてご説明をさせていただきます。

まず、観光庁では、わが国における医療観光の将来イメージを、健診、治療、そして美容・健康増進の3類型に分けて検討しております。

健診分野に関しては、旅行会社と医療機関の連携によるPET 検診ツアーの商品化などにより、既に一部の医療機関では外国人患者の受け入れが行われています。MRI、CT などの先端医療機器に加え、日本独自のホスピタリティと観光ノウハウによる高付加価値化を進めることで、現在でも海外富裕層へ十分アピールすることが可能な分野と考えられています。また、定期的な診断によるリピーター化、新たな観光需要の喚起、そして地域の活性化につながることも期待されています。今後、先駆的な旅行商品については、海外プロモーションを展開することにより認知度向上を図るとともに、販売の拡大、地域の医療機関への誘客を目指していく必要があります。

治療分野に関しては、日本が世界に誇る医療分野をブランディングし、世界に発信することで、海外からの患者受け入れを促進していく必要があります。その前提として、帰国後のアフターケアも含め、患者が治療に専念できる環境を整えるとともに、患者および同行者も含めた旅の安全・安心と充実を図っていく必要があります。もちろん、海外からの患者受け入れに当たっては、わが国における医師不足等の医療の現状をふまえ、国民への医療の確保に支障が生じないように、十分配慮する必要があります。

医療とは異なりますが、その関連分野として、美容・健康増進分野に関しては、長寿大国日本が誇る温泉療養、森林セラピー、美容エステ、健康食等の癒し・健康文化と観光資源を組み合わせ、その魅力を海外へ情報発信することにより、医療観光の裾野拡大、長期滞在化、そして地域全体としての交流人口拡大を目指していく必要があります。

では、その実現に向けた今後の取り組みについて簡単にご紹介させていただきます。

外国人患者等の受け入れを行うためには、医療機関をはじめ、国内外の旅行会社、宿泊業者、保険会社など、様々な主体による新たなサービス提供が必要となります。また、これらのサービスを事業化するためには、関係主体の役割分担を明確化するとともに、官民協働の推進体制づくりが必要となります。

第一に、海外の潜在的な顧客層に向けて、日本の医療観光をPRしていく必要があります。

そのため、日本政府観光局（JNTO）等によるオール・ジャパンでの海外プロモーション体制を構築し、マーケティング調査に基づくアジア富裕層等を対象とする海外プロモーションを通じて、日本の医療観光に関する認知度の向上および潜在需要の掘り起こしを行っていくことにしています。

具体的には、今年6月に上海で開催される富裕層向けの旅行博覧会、アジア・ラグジュアリー・トラベル・マーケットへの医療観光特設ブースの開設が予定されています。また、海外旅行会社の日本への視察招請、ウェブサイトを通じた情報発信等についても検討しております。さらに、今年7月以降、中国での個人観光ビザの緩和にあわせた広告宣伝も予定しており、訪日旅行者数の増大に寄与することが期待されています。

次に、外国人患者が円滑・快適に訪日渡航し、言語や慣習の異なる日本の医療機関で安心して治療等を受けられるような環境整備を進めていくことにしています。患者も、日本国内に滞在中は、通常の旅行者と同様、宿泊、移動、場合によっては観光等も行いますので、宿泊業者、交通事業者、観光業者の体制づくりも重要なポイントです。

さらに、地方自治体、旅行会社等との連携により、地域の特色を活かした高付加価値かつ魅力度の高い周辺観光プランを付加するなど、訪日する外国人の診療目的や同行者等のニーズを考慮した多様な旅行商品の開発・提供を促進していく予定です。

これ以外にも、病院内では医療の専門用語に通じた通訳の介在も求められますので、医療言語人材の育成・ネットワーク構築を支援していくほか、医療の国際化に意欲的に取り組む医療機関のネットワーク化、国際認証等による受け入れ医療機関の質の確保、魅力ある医療技術の可視化なども含め、関係省庁が緊密に連携して取り組んでいくことにしております。

以上、医療観光の将来性と政府の取り組みについて、概略をご説明させていただきました。

「総合メディカルマネジメント」

http://medical.radionikkei.jp/sogo_medical/bangumi.html