

第3章 我が国への医療渡航についての認知度向上に向けたプロモーションの実施

3-1. 国外における医療渡航関連の国際イベントへの出展

1) 背景および目的

経済産業省では医療渡航に関する認知度向上に向けたプロモーション活動として、日本の医療を紹介する各種メディア（Web サイト、映像、パンフレット等）の制作と配布、現地医療関係者及び一般市民に向けた外国における国際イベントへの出展を行ってきた。各プロモーションの実施の結果、日本への医療渡航に関する問合せ数の増加、渡航受診者の増加が見られ、今後も日本への渡航受診者数は増加するものと予想される。

渡航受診者の増加が見られる一方、日本への医療渡航を巡りトラブルも生じているという情報が、日本の医療機関や医療渡航支援企業から寄せられるようになった。日本への適切な医療渡航の流れや受入体制の整っている医療機関に関する情報を国内外へ十分に周知できていないことも要因の一つとして考えられる。

日本への医療渡航受診者の受入体制にかかる整備として、認証医療渡航支援企業（以下、AMTAC）の認証に加え、2017年1月からは渡航受診者受入れに意欲と実績のある医療機関を「ジャパン インターナショナル ホスピタルズ（以下、JIH）」として推奨し、専用サイト「ジャパン ホスピタルサーチ」で外国に情報を発信している。JIH や AMTAC などの渡航受診者の受入体制を外国に向けてプロモーションを実施することで、日本の医療渡航の認知度向上に寄与するとともに、国内の医療機関、医療渡航支援企業の受入れに係る実務の効率化と併せ、医療渡航における諸処のトラブルを最小限に抑えることが考えられる。また、日本への医療渡航を希望する患者に対し、安全・安心な渡航受診の流れを知ってもらうためにも、日本から世界に対する積極的な情報発信は、日本の健全なインバウンド市場の発展につながるものと考えられる。

これまで出展をしてきた諸外国における国際イベントをふまえ、2017年度は、昨年度事業でも出展し成果が得られ、かつ日本への渡航受診者数が最も多い中国と、経済発展著しく渡航受診者の前年度伸び率が高いベトナムを対象に、国際イベントへの出展及びインバウンドに関するプロモーションを行うこととした。

2) 国際イベントの概要

対象国の選定に際しては、言語面等、日本側の受入体制が整備されている国、また患者の受入実績が多い国であることをふまえて対象国を選定した。その結果、医療渡航受診者数の一番の多い中国と、昨今医療渡航者の増加傾向がみられるベトナムに出展することとした。出展した2つの展示会の開催概要を次に示す。

図表 80 出展した展示会の開催概要

国/ イベント名	テーマ	開催日	対象者・来場者層	来場者数	出展国/ 出展国数
ベトナム/ International Travel Expo Ho Chi Minh City 2017	旅行	2017年9月7日(木)～ 9日(土) ※業界日：9/7～8 一般日：9/9	・一般市民 ・旅行代理店 ・イベント会社 等	30,000人	38国・地域/ 300団体
中国/ The 7th China (Beijing) International Medical Tourism Fair (2017第7回中国(北京) 国際医療旅遊展覧会)	医療 渡航	2017年11月17日(金)～ 19日(日)	・医療渡航従事者 ・旅行代理店 ・一般市民 ・医療関係者 等	15,000人	17国・地域/ 115団体

出所) MEJ 作成

ベトナムは、日本への医療渡航者数は少ないものの、医療渡航者数の増加が顕著である。近年の経済成長に伴い、日本への医療渡航の潜在的ニーズがあると考えられる。これまでベトナムでは展示会出展等のプロモーション実績はなく、ベトナムにおけるインバウンド市場の実態調査を行う必要があった。そのため、医療渡航業者だけでなく、一般市民も対象として、日本への医療渡航を広く認知させることを目的に旅行博へ出展した。

一方、中国は日本への医療渡航者数が一番多い国である。JIH、AMTAC を紹介し、日本への適切な渡航の流れを訴求するため、医療渡航従事者が多く集まる医療渡航博へ出展した。

出展にあたっては、“オールジャパン”としての一体的な取組をアピールするため、MEJ フォーラム会員、AMTAC に広く出展協力を呼び掛け、日本の受入体制をアピールした。

(2)中国「中国国際医療旅遊(北京)展覧会」への出展

①イベント概要

ベトナムに続き、11月には、中国・北京で開催された「第7届中国国際医療旅遊（北京）展覧会」に出展した。

名称	: The 7th China (Beijing)International Medical Tourism Fair 中国国際医療旅遊（北京）展覧会
開催日程	: 2017年11月17日（金）～19日（日）
会場	: 中国国際展覧中心（静安庄館）Hall 8

本展示会は、中国から外国への医療渡航をテーマとし、2015年6月に広州にて第1回目が開催されて以降、北京、上海を含めた3都市で開催されており、今回で7回目を迎える。本事業では過去2年連続で出展しており、本展示会へ参加した医療機関及び医療渡航支援企業等からは、商談・相談件数が多く、満足度が高いイベントであると認知されている。また、中国国内においては最大規模の医療渡航に関する展示会であり、医療渡航従事者や医療渡航に関心のある人が多く来場するため、本年度も展示会出展による訴求効果が大きいと考えた。

本年度の来場者数は主催者発表によると約15,000名。昨年度の12,000名と比較をすると3,000人増である。来場者の業種としては、医療渡航の仲介・代理店業者が最も多い。他にも、医療従事者のほか多岐の職種にわたる来場者が見られた。なお、展示会初日は医療渡航業関係者が多く、2日目以降は一般の来場者も多かった。

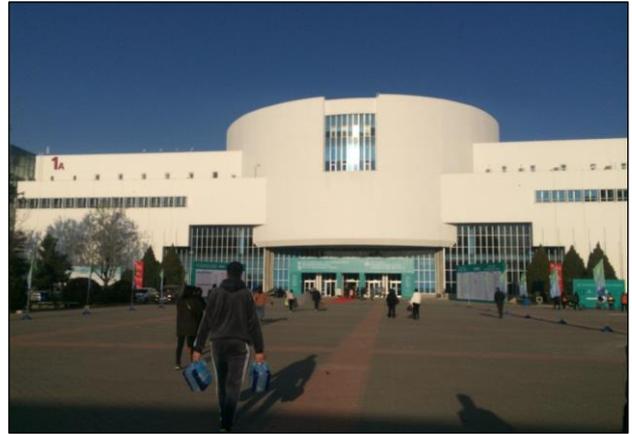
出展団体は、日本、タイ、韓国、ロシア、アメリカ、スペイン、トルコ、オーストラリア、ドイツ等、17の国・地域から計115団体が出展していた。

日本への医療渡航を扱っている出展団体は、医療法人DIC 宇都宮セントラルクリニック、東京ミッドタウンクリニック、日々向上国際㈱、ABCトラベル、日本医療観光㈱、オールジャパン企画㈱、世界健康医術学会、康逸東生健康管理（北京）有限公司等、計14か所の団体が扱っていた。

開催地、会場外観を次図に示す。

图表 113 開催地、会場外観





出所) MEJ 作成・撮影

展示会の初日には、展示会フォーラム会場にて開幕式が行われ、約 90 名が出席した。政府関係者をはじめ、中国医療渡航関連協会の代表者、各国代表（日本、タイ、韓国、スペイン、トルコ）が登壇し、スピーチを行った後、オープニングテープカットを行った。日本からは MEJ が代表として出席し、約 10 分間、日本の医療渡航について PR シブースへの誘導を行った。

図表 114 開幕式の様子（テープカット）



出所) MEJ 撮影

②出展内容

ブースの概要、活動内容は下記のとおりである。

A.ブースの概要

a.出展ブース名

ブース名称は、“オールジャパン”としての一体的な取組を来場者にわかりやすく伝えることを目的に、日本の医療の国際展開を推進する団体である”Medical Excellence JAPAN”とした。

b.参加団体

ベトナム同様、国外への展開に関心のある医療従事者の組織である MEJ フォーラム会員、AMTAC などの医療渡航支援企業に広く出展協力を呼び掛けた。中国でのプロモーション活動には関心が高く、下記 10 団体が参加した。

【医療機関】

- 社会医療法人孝仁会釧路孝仁会記念病院、北海道大野記念病院
- 社会医療法人財団慈泉会相澤病院
- 聖路加国際病院
- 独立行政法人地域医療機能推進機構 東京高輪病院
- 学校法人藤田保健衛生大学病院
- 社会医療法人緑泉会米盛病院

【医療渡航支援企業】

- 株式会社ジェイティービー（以下、JTB） AMTAC 認証業者
- 日本エマージェンシーアシスタンス株式会社（以下、EAJ） AMTAC 認証業者
- Medi Hub 株式会社

【その他】

- ViewSend ICT 株式会社

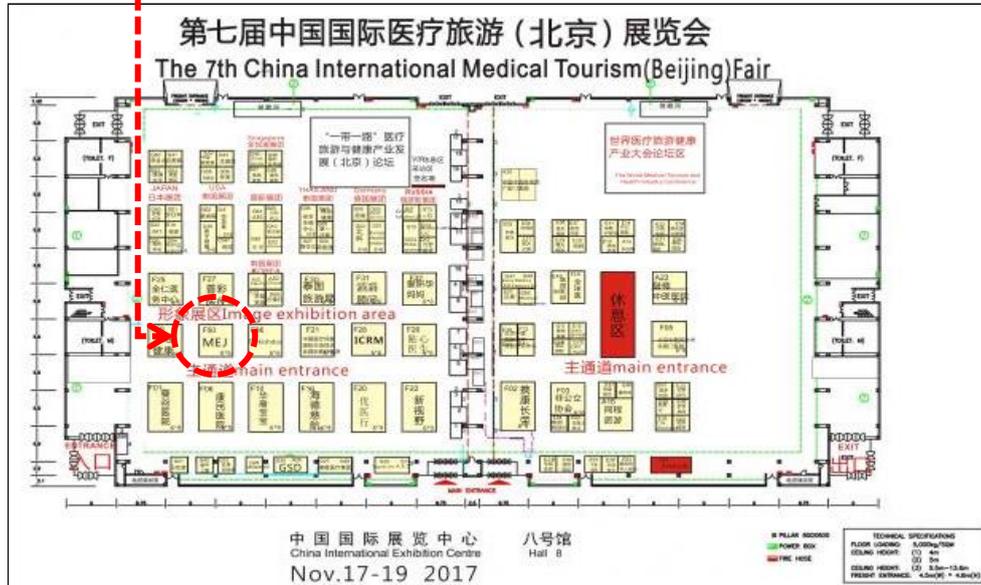
なお、日本医科大学健診医療センター、公益財団法人がん研究会からは、病院のパンフレット等を提供頂いた。

c.ブースの位置

ブースの位置は下記のとおりである。

図表 115 ブースの位置

ブース名： Medical Excellence JAPAN
 ブース番号： F50 (36㎡)

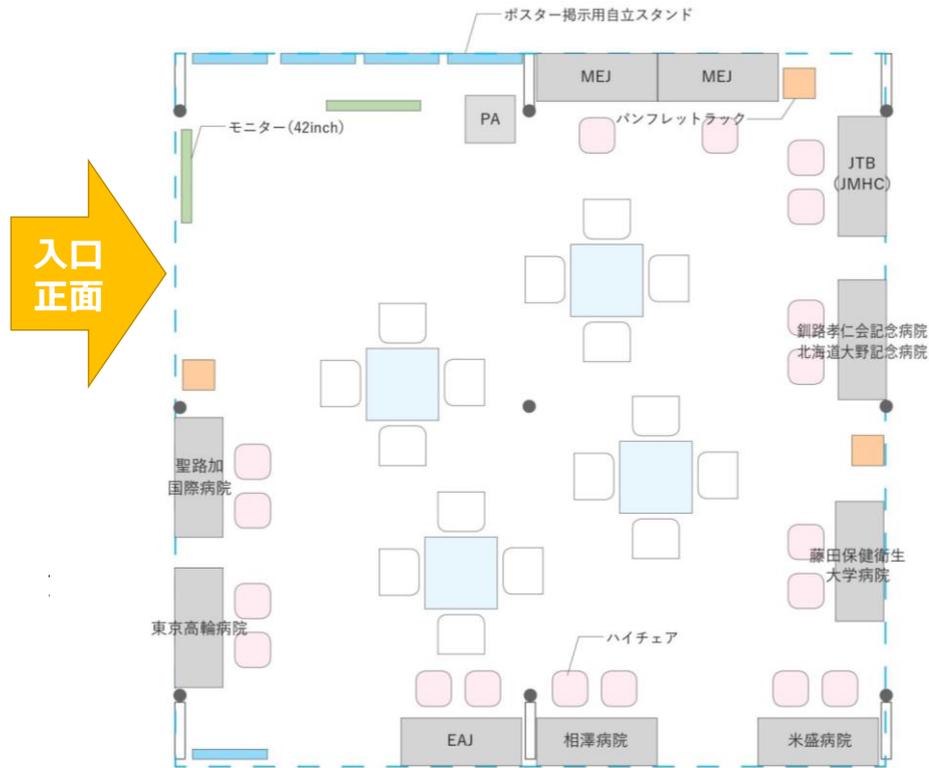


出所) MEJ 作成

d.ブースレイアウト

出展ブースはアイランド型、ブースの大きさは6×6の36㎡と昨年の出展時と同じ大きさである。ブース内には、各参加団体向けに商談・相談用カウンターを10点、商談・相談用テーブルを4点、カタログラック3点を設けた。また、ブースの入り口には、各参加団体のPR動画を放映するモニターを設置、ブースの外には4点の展示パネルを設置し、来場者の興味・関心を高めるとともにブース内への誘導を促した。併せてブース内で開催するセミナーのスケジュール表をブース外に掲示し、セミナーへの集客を促した。

図表 116 ブースレイアウト



出所) MEJ 作成

図表 117 ブース外観



出所) MEJ 撮影

なお、展示パネルは、訴求項目である、①日本の医療、②MEJ の紹介、③AMTAC の紹介、④JIH の紹介と位置づけを分かりやすく説明するべく中国語で作成し、展示ブース外の人目を引く場所に掲示した。

图表 118 展示パネル

①日本の医療

日本医疗卫生服务

日本乃健康长寿之国
而健康的生活则源于
健全的医疗卫生体系

High Quality Care
Advanced Technologies
Japanese Hospitality

High Quality Care
Advanced Technologies
Japanese Hospitality

②MEJ

Medical Excellence JAPAN (MEJ)

MEJ紧密联手日本有关部委
大力推进医疗的国际化发展

面向全球患者
提供优质医疗服务

从日本到海外 从海外到日本

提供医疗仪器 推广医疗服务 接受海外医生从业 接收海外患者就诊

From Japan to Overseas 从日本到海外
From Overseas to Japan 从海外到日本

提供医疗仪器 推广医疗服务
接受海外医生从业 接收海外患者就诊

日本政府 海外各国

③AMTAC

AMTAC (认证医疗旅行支援企业)

为了海外患者能够安心的在日本接受诊疗, MEJ对能够提供诸如协调医疗机构, 办理海外旅行所需各种手续的一站式服务的业务机构进行评估, 将通过了所定标准的业务机构以AMTAC的名称给予资质认证。
目前有下列两家公司已通过AMTAC认证。

■ AMTAC提供的一条龙服务内容

口译 / 翻译 提供从办理申请, 以及在日本医疗机构就诊过程中, 一直到回国之际的口译/翻译服务, 并可对应多种语言。

第二诊疗意见 即使不来日本也能接受到日本医疗机构的第二诊疗意见。

介绍日本医疗机构 根据赴日就诊者的需求和状况介绍最为合适的日本医疗机构。

办理医疗签证 办理患者和随行人员的医疗签证, 即使是在日本接受长期治疗, 亦可安心生活。

在日期间生活支援 我们提供诸如购买机票, 安排住宿, 口译/翻译, 陪同就诊, 代理支付医疗费用等各项服务, 为您在日本打造一个舒适的生活环境。

具备中国国内服务窗口机构, 省心放心安心
为您提供从赴日前到回国之际的全方位服务

JTB/Japan Medical & Health Tourism Center
TEL : 010-8531-7239 (China)
+81-3-5290-1630 (Japan)
MAIL : jmhc_info@j-medical-healthcare.com

Emergency Assistance Japan Co., Ltd.
TEL : 010-8592-7080 (China)
+81-3-3811-8600 (Japan)
MAIL : imc_china@emergency.co.jp

④JIH

Japan International Hospitals (JIH)

根据政府制定的相关方针, MEJ 作为认证机构, 对拥有接纳海外患者的意愿和能力, 通过了评估标准的日本国内医疗机构授予 Japan International Hospitals (JIH) 的资质, 给予推荐。
对现已通过认证的35家的医疗机构, MEJ将其为海外就诊患者提供的医疗服务的特点特长以简单易懂的方式可视化后, 面向海外进行宣传推介。

http://www.japanhospitalsearch.org/cn/

35家医疗机构名单: 35所医院
(截至2017年10月)

- 1 HOKUJO Hospital
- 2 Sendai Kousei Hospital
- 3 Southern TOHOKU General Hospital
- 4 Japanese Red Cross Aomori Hospital
- 5 University of Tsukuba Hospital
- 6 Chiba University Hospital
- 7 Kameda Medical Center
- 8 National Cancer Center Hospital East
- 9 Niigata Medical School Chiba Hokusoh Hospital
- 10 Center Hospital of the National Center for Global Health and Medicine
- 11 International University of Health and Welfare, Miya Hospital
- 12 Juntendo University Hospital
- 13 Keio University Hospital
- 14 National Cancer Center Hospital
- 15 NTT Medical Center Tokyo
- 16 Sakakibara Heart Institute
- 17 Sanno Hospital
- 18 St. Luke's International Hospital
- 19 The Cancer Institute Hospital of Japanese Foundation for Cancer Research
- 20 The Hospital of National Center for Child Health and Development
- 21 The University of Tokyo Hospital
- 22 Tokyo Saiseikai Central Hospital
- 23 Tokyo Takasaki Hospital
- 24 Toranomon Hospital
- 25 Aizawa Hospital
- 26 Saito Hamaizumi General Hospital
- 27 Fujita Health University Hospital
- 28 Osaka University Hospital
- 29 Hyogo Ion Beam Medical Center
- 30 Fukuoka Kinri Hospital
- 31 Fukuoka Sanno Hospital
- 32 Saiseikai Fukuoka General Hospital
- 33 Nagasaki University Hospital
- 34 YONEMORI Hospital
- 35 Nanbu Tokushukai Hospital

出所) MEJ 作成

B.活動内容

展示会会期前には、事前プロモーションとして、展示会来場者及び医療渡航業に係る関係者に向けブース出展のアピールを行った。展示会会期中の活動内容としては、展示会場内のフォーラム会場でのプレゼンテーション、ブース内でのプレゼンテーション、ブース内での商談・相談、来場者アンケートを行った。

a.事前プロモーション

展示会公式カタログへの広告掲載

展示会の出展者へ配布される、出展者情報が掲載されている公式カタログに、日本ブース宣伝用広告（中国語）を作成し掲載した。広告には、プレゼンテーションのスケジュール・講演する医療機関名を記載した。日本の複数の医療機関及び医療渡航支援企業と商談・相談できることをアピールし、ブース訪問によるメリットが伝わる内容とした。

図表 119 展示会公式カタログへ掲載広告

第7届中国国际医疗旅游（北京）展览会
The 7th China International Medical Tourism (Beijing) Fair

Medical Excellence JAPAN

MEDICAL TRAVEL TO JAPAN

您有考虑过来日本医疗旅游吗？
我们汇聚[All Japan]医疗精英，为您诠释日本医疗。
参展的各日本医疗机构和医疗旅游支援企业倾力出展，
展示日本的医疗实力和完善的赴日医疗旅游支援体制。
诚挚欢迎各位来宾莅临视察，咨询洽谈，不胜荣幸。

■世界医疗旅游产业高峰论坛 主会场演讲
主 题：日本医疗服务 迈步走向全球
时 间：11月17日 14:00~14:30
地 点：世界医疗旅游产业高峰论坛区
主 讲 人：Medical Excellence JAPAN

■MEJ展区内演讲
主 题：出展日本医疗机构自我介绍
时 间：11月17日 11:00~12:05
11月18日 11:00~12:05
14:00~15:05
地 点：八号馆 展区 F50
主 讲 人：钏路孝仁会纪念医院/北海道大野纪念医院
东京高轮医院
米盛医院
相洋医院
藤田保健卫生大学医院
圣路加国际医院

在日本经济产业省大力支持之下设立的
Medical Excellence JAPAN (MEJ)
作为连接医疗界与经济界的平台
全力推进日本医疗的国际化发展。
<http://www.medical-excellence-japan.org/ch/index.html>

日本医疗介绍
·展区内演讲
·高峰论坛

赴日医疗旅游
咨询与洽谈

获取日本
医疗机构
相关信息

拓展赴日
医疗旅游
合作商机

出所) MEJ 作成

在中国日本国大使館 SNS による情報発信

在中国日本国大使館の協力を得て、大使館对外宣伝用公式微博（Weibo）、WeChat 公式アカウントから、日本ブースの出展案内を発信した。

図表 120 日本大使館の微博の出展告知記事（左）と WeChat 公式アカウントの出展告知記事（右）



出所) 日本大使館 SNS サイト

中国旅行関連機関向けの出展情報発信

JNTO の協力を得て、JNTO が所有している各国旅行会社のリストを活用し、本展示会へ出展することを事前に広く案内した。

b.フォーラム会場でのプレゼンテーション

会期中、フォーラム会場では各種セミナーが行われており、初日の午後一番の枠で、「日本の医療の国際展開について」とのタイトルで講演を行った。30 分間の講演時間の中で、まず MEJ が日本の医療の紹介及び日本の受入体制について紹介した。AMTAC、JIH に加え、JIH の検索サイト「ジャパン ホスピタル サーチ」の中国語サイトを紹介し、安心して利用できる一気通貫の日本の受入体制をアピールした。続いて、AMTAC の JTB と EAJ の 2 社がそれぞれ 3 分間ずつ、来場者に具体的な支援内容等を PR した。聴講者は 80 名余りではほぼ満席であった。MEJ ブースへの来場を促すため、聴講者にアンケートを配布したうえでブースへ誘導し、多数の聴講者がブースを訪れた。

図表 121 フォーラム会場内プレゼンテーションの様子
(上：MEJ、左下：JTB、右下：EAJ)



出所) MEJ 撮影

c. ブース内プレゼンテーション

ブース内で釧路孝仁会記念病院・北海道大野記念病院、相澤病院、聖路加国際病院、東京高輪病院、藤田保健衛生大学病院、米盛病院、MEJ が日本の医療を紹介するプレゼンテーションを2日間で計3回開催した。ブース内における聴講者数は全3回のプレゼンテーションで計75名程度であるが、ブース内に収まりきれなかった来場者がブースの外からもプレゼンテーションを聴講する等、2日間を通した全体で、ブース外にて聴講をした来場者を含めると、およそ100名程度の聴講者が訪れた。

開催概要と聴講者数は以下のとおりである。

日時：	1回目	11月17日(金)	11:00~12:05
	2回目	11月18日(土)	11:00~12:05
	3回目	11月18日(土)	14:00~15:05

内容： 日本の医療機関による日本医療についてのプレゼンテーション

講演者（講演順）：

MEJ

釧路孝仁会記念病院・北海道大野記念病院

東京高輪病院

米盛病院

相澤病院

藤田保健衛生大学病院

聖路加国際病院

会場： MEJ ブース

聴講者数：

日時		ブース内 聴講者数（名）	ブース内 合計聴講者数（名）
11月17日（金）	11:00～12:05	35	75
11月18日（土）	11:00～12:05	20	
	14:00～15:05	20	

図表 122 ブース内プレゼンテーションの様子



出所) MEJ 撮影

d.ブース内での商談・相談

ブース内には、参加した 6 医療機関及び AMTAC の 2 社に専用のカウンターを設け、各参加団体は来場者との商談・相談を行った。ブース内に設置したテーブルにて話し込む来場者も多数見られた。日本の医療サービスや日本への医療渡航全般に関する問合せ対応を行うため MEJ もカウンターを設け、来場者対応を行った。総合案内として MEJ カウンターを訪れる来場者が非常に多かった。

商談・相談数の総計は 657 件であった。各参加団体において、商談件数が最も多かったのは初日の 17 日（金）であった。

図表 123 商談・相談の件数

対応団体	商談数（件）				個人相談数（件）			
	17日 （金）	18日 （土）	19日 （日）	合計	17日 （金）	18日 （土）	19日 （日）	合計
釧路孝仁会記念病院	20	10	12	42	3	6	4	13
相澤病院	25	17	11	53	2	4	2	8
聖路加国際病院	35	29	7	71	3	8	1	12
東京高輪病院	20	11	6	37	2	2	2	6
藤田保健衛生大学病院	40	34	15	89	18	16	12	46
米盛病院	24	17	10	51	6	4	4	14
JTB	53	17	19	89	27	20	3	50
EAJ	17	15	4	36	2	2	1	5
Medi Hub	7	9	4	20	0	0	0	0
ViewSend ICT	15	0	0	15	0	0	0	0
計	256	159	88	503	63	62	29	154

出所) MEJ 作成

図表 124 ブース内での商談・相談の様子



出所) MEJ 撮影

e.来場者アンケート

出展効果の測定手段として、会期中に来場者アンケートを実施した。3度目の出展となる本年度は、より詳細な来場者アンケートを行うため、医療渡航業者 (B)、個人 (C)、病院関係者 (H) (以降、(B) (C) (H) と表記) と3種類に対象を分けてアンケート調査を実施した。3日間合計の各回収件数は、(B)は88件、(C)は31件、(H)は6件、合計125件であった。

図表 125 来場者アンケートの回収状況

日にち	17日 (金)	18日 (土)	19日 (日)	合計
回収数	74	28	23	125

出所) MEJ 作成

図表 126 来場者アンケート票 (B タイプの例)

CMTF2017 中国国际医疗旅游(北京)展览会 来宾调查问卷

尊敬的女士/先生, 您好!

非常感谢您百忙之中抽出宝贵时间填写本问卷! 本问卷旨在询问中国市场对于日本医疗旅游业界的认识, 期待和意见, 问卷内容不涉及任何个人隐私信息, 真诚的欢迎您留下宝贵意见和建议。

1. 本调查问卷根据客人的职业身份分为 B, C, H 三类, 请根据您的职业身份选择相应种类的问卷部分填写即可。

2. 题目分单选、多选或文字表述, 请注意题目类型。

如果您方便的话请惠赠名片或留下您的联系方式(自愿)。

【您的姓名】 _____ 【职业职务】 _____
 【工作单位】 _____ 【联络地址】 _____
 【手机号码】 _____

【问卷类型 B】 来宾对象: 从事跨境医疗业务的相应机关、机构、单位或个人

问题 1 请告知您来自的省份或城市。

1. 北京 _____ 2. 北京以外 () _____

问题 2 请告知您的职业。

1. 旅行社(公司) _____ 2. 医疗旅游行业人士(个人) _____
 3. 医疗领域相关企业(例: 医疗 IT 公司等) _____ 4. 其他 () _____

问题 3 请问您从事面向日本的跨境医疗业务吗?

1. 是 ---- 请转至问题 3。 _____
 2. 否 ---- 请转至问题 4。 _____

问题 4 问题 3 中回答了“2. 否”的来宾请回答。

请告知您没有开展出国到日本就医的医疗业务的原因。

1. 因为找不到合作伙伴。 _____ 2. 因为不清楚开展方法。 _____
 3. 因为对日本的市场有所不安, 正在观望。 _____ 4. 其他 () _____

问题 5 问题 3 中回答了“1. 是”的来宾请回答。

请告知您心目中的境外医疗的优选国家或地区名。(答案可多选)

1. 美国 _____ 2. 瑞士 _____ 3. 德国 _____ 4. 香港 _____
 5. 日本 _____ 6. 新加坡 _____ 7. 韩国 _____ 8. 马来西亚 _____
 9. 泰国 _____ 10. 法国 _____ 11. 台湾 _____ 12. 其他 () _____

问题 6 问题 3 中回答了“1. 是”的来宾请回答。

在收集出国到日本就医的医疗信息时, 您通过什么渠道收集信息? 请在以下选项中选择 3 个。

1. 互联网。 _____ 2. SNS(微信/微博/QQ) _____ 3. 报纸杂志。 _____
 4. 电视/收音机。 _____ 5. 医疗相关的演讲/研讨会。 _____ 6. 医疗机构/医师。 _____
 7. 熟人亲戚推荐。 _____ 8. 其他 () _____

背面也有问题, 还请填写。

问题 7 问题 3 中回答了“1. 是”的来宾请回答。

贵公司提供什么样的出国就医服务?(答案可多选)

1. 直接到日本的医疗机构介绍患者。 _____ 2. 向 1. 中国 2. 日本 的代理店介绍患者。 _____
 3. 对准备赴日就医的患者与日本的医疗机构进行匹配(患者筛选/远程诊断)。 _____
 4. 提供面向赴日就医患者的增值服务(口碑、翻译、同行、观光导游)。 _____
 5. 其他 () _____

问题 8 问题 3 中回答了“1. 是”的来宾请回答。

在开展出国医疗业务之际, 有曾遇到哪些困难?(答案可多选)

1. 不清楚值得信赖的、能提供可靠信息的公司机构。 _____ 2. 不清楚合适的合作方。 _____
 3. 不清楚寻求合作的方法。 _____ 4. 合作方无法提供期待的服务。 _____
 5. 与合作方产生了纠纷(具体例:) _____
 6. 其他 () _____

问题 9 问题 3 中回答了“1. 是”的来宾请回答。

与其他国家比较, 您认为日本开展的跨境医疗服务之中都有哪些方面需要改善?(答案可多选)

1. 强化日本政府以及相关机构的支持力度。 _____ 2. 为提升在中国的认知度, 加强医疗机构等的对外宣传。 _____
 3. 打造在接收海外患者上发挥引导作用的样本医院。 _____ 4. 提高医疗机构的服务水平(接送以及语言沟通等方面)。 _____
 5. 强化医疗机构的接收体制建设并扩大收容量。 _____ 6. 其他 () _____

问题 10 问题 3 中回答了“1. 是”的来宾请回答。

在来到我司展台前您是否知晓 AMTAC 的存在。

1. 知道。 _____ 2. 不知道。 _____

问题 11 问题 3 中回答了“1. 是”的来宾请回答。

在来到我司展台前您是否知晓 JIH 的存在。

1. 知道。 _____ 2. 不知道。 _____

以下为请大家都回答的共通问题。

问题 12 请告知您对日本医疗的印象。

与其他国家相比, 您认为日本医疗的魅力何在?(答案可多选)

1. 医师和医务人员的水准高。 _____ 2. 医疗设备的可靠性高。 _____
 3. 先进的治疗方法。 _____ 4. 高情商的、宾至如归的患者服务。 _____
 5. 先进设施的先进性。 _____ 6. 治疗费用合理。 _____
 7. 治疗时等待时间短。 _____ 8. 不清楚。 _____
 9. 其他 () _____

问题 13 请告知您对日本医疗的印象。

与其他国家相比, 您认为日本医疗主要在哪些疾病领域具有吸引力?(答案可多选)

1. 恶性肿瘤。 _____ 2. 心脏病。 _____ 3. 脑血管疾病。 _____ 4. 呼吸系统疾病。 _____
 5. 消化系统疾病。 _____ 6. 神经系统疾病。 _____ 7. 泌尿系统疾病。 _____ 8. 内分泌代谢/免疫疾病。 _____
 9. 骨科疾病。 _____ 10. 眼科疾病。 _____ 11. 泌尿。 _____ 12. 其他 () _____
 13. 无。 _____

问题 14 您来到我司展台后, 对日本医疗的印象是否有所改变?

1. 变得非常好。 _____ 2. 变好了。 _____
 3. 没有变化。 _____ 4. 变得不好了。 _____
 5. 变得非常不好。 _____

感谢您的回答。请交至 MEJ 展台的工作人员。

出所) MEJ 作成

③来場者アンケート集計結果

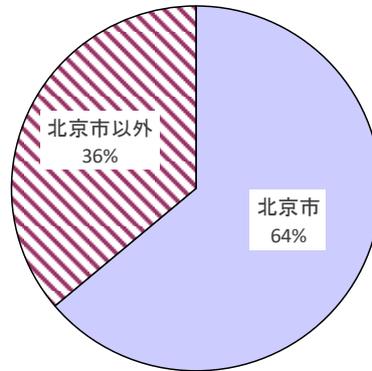
アンケートは、来場者の属性別に質問項目や調査内容を工夫した。アンケート調査対象者の種類別 (B)、(C)、(H) に調査結果を記す。

A.医療渡航業者アンケート (B)

a.回答者の住まい

回答者の約 2/3 が北京市在住となっている。

図表 127 回答者の住まい (n=83)

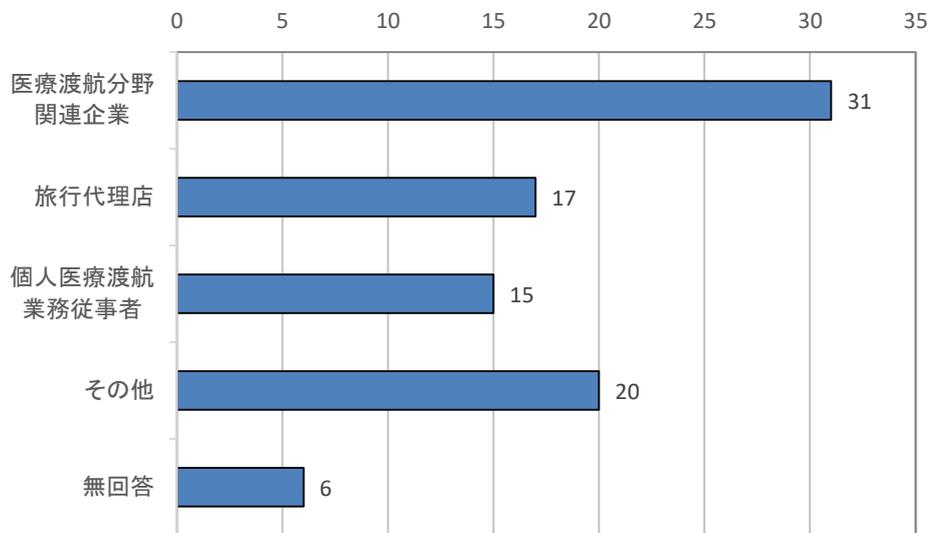


出所) MEJ 作成

b.職業

医療渡航分野関連企業が最も多く、次いで、その他（老人ホーム関係、通信関係、国際看護師協会、弁護士事務所、健康クラブ等）等となっている。

図表 128 職業 (n=83)

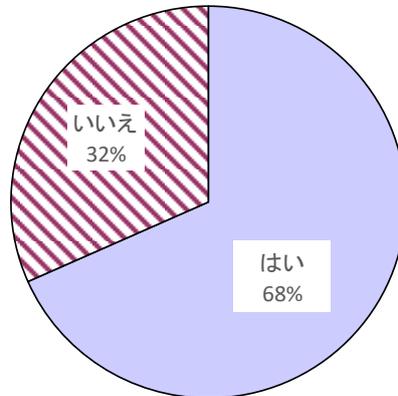


出所) MEJ 作成

c.日本向けの医療渡航ビジネスの取扱状況

日本向けの医療渡航ビジネスの取扱いの有無については、約 7 割が取り扱っていると回答している。

図表 129 日本向けの医療渡航ビジネスの取扱の有無 (n=79)

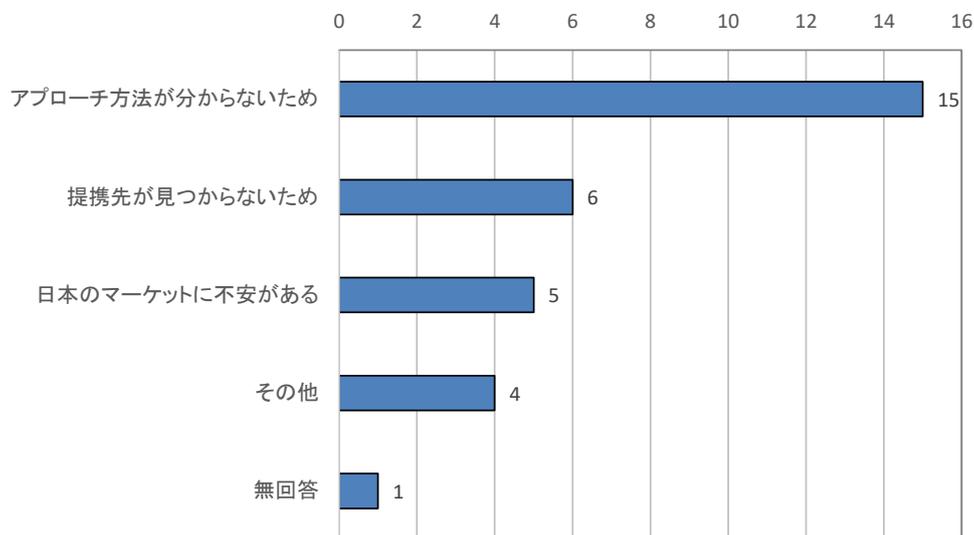


出所) MEJ 作成

d.日本向けの医療渡航ビジネスを取り扱っていない理由

日本向けの医療渡航ビジネスを取り扱っていない理由としては、「アプローチ方法が分からないため」とする回答が半数に達している。次いで、「提携先が見つからないため」が多くなっている。

図表 130 日本向けの医療渡航ビジネスを取り扱っていない理由

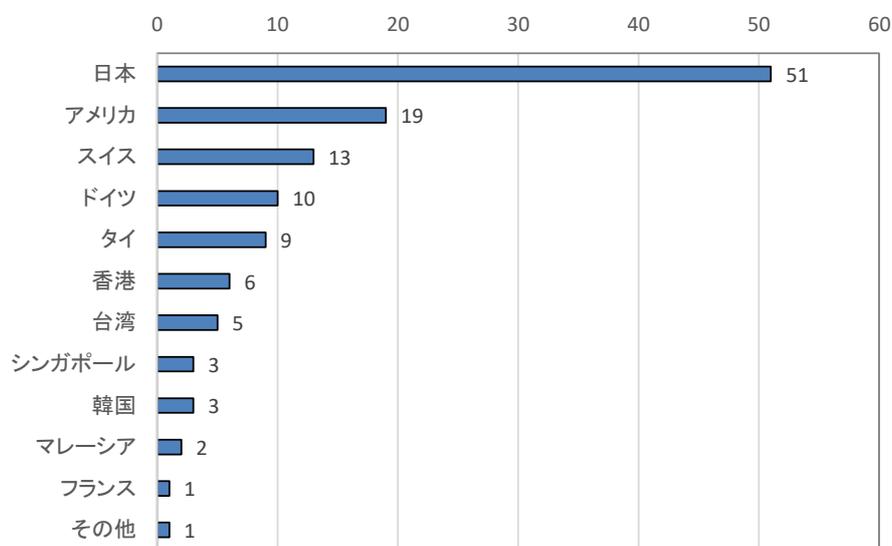


出所) MEJ 作成

e.医療渡航先の国・地区

医療渡航先の国・地区としては、日本が群を抜いて多く、次いで、アメリカ、スイス、ドイツ、タイ等となっている。その他の回答では、イスラエルも挙げられた。

図表 131 医療渡航先の国・地区

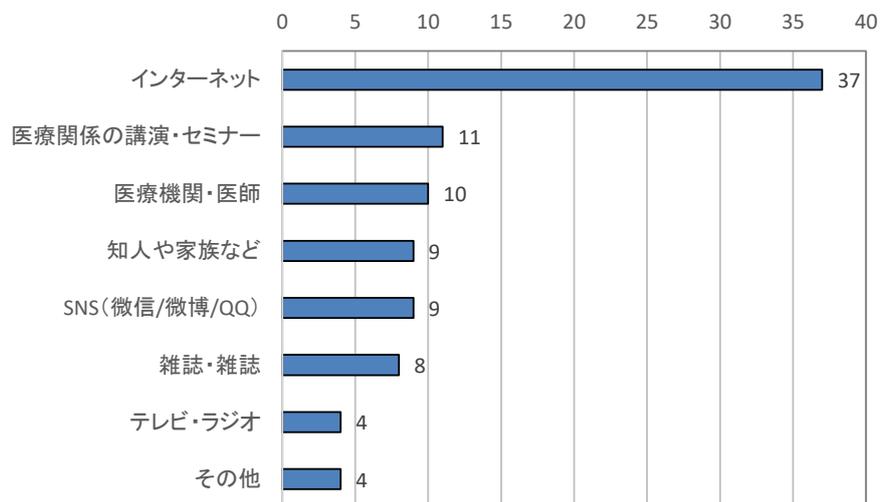


出所) MEJ 作成

f.情報収集手段

日本への医療渡航に関する情報を集める際に、どこから情報を集めるかをたずねたところ、インターネットが群を抜いて多く、次いで、医療関係の講演・セミナー、医療機関・医師等となっている。その他回答の内容は、提携企業、展示会等となっている。

図表 132 情報収集手段



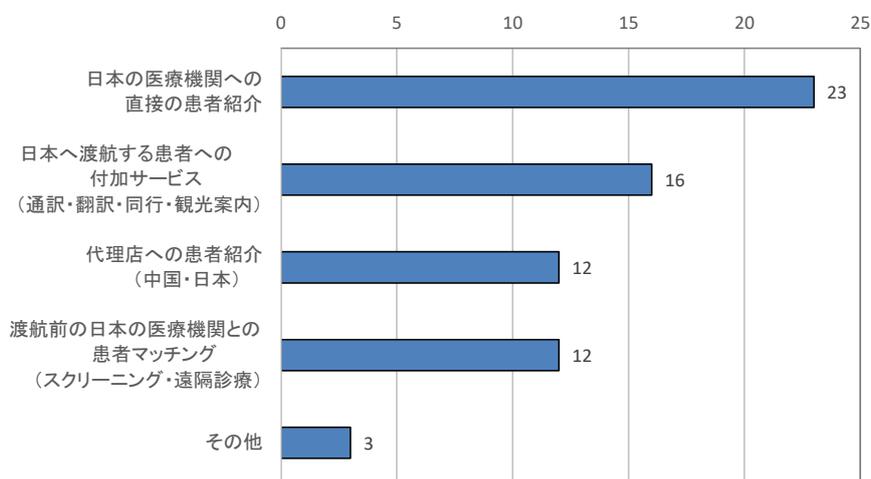
出所) MEJ 作成

g.医療渡航ビジネスにおけるサービスの提供状況

医療渡航ビジネスにおいてどのようなサービスを提供しているかをたずねたところ、日

本の医療機関への直接の患者紹介が最も多く、日本へ渡航する患者への付加サービス（通訳・翻訳・同行・観光案内）がこれに続いている。

図表 133 医療渡航ビジネスにおいて提供しているサービス

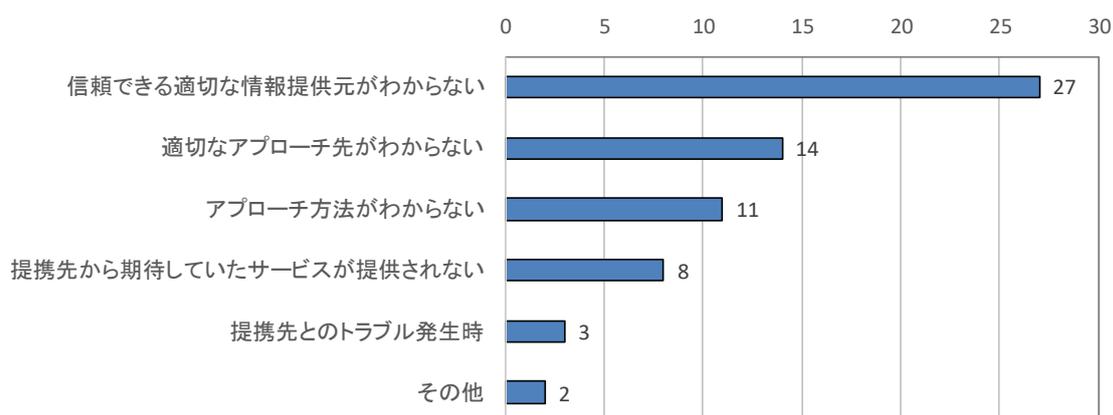


出所) MEJ 作成

h.医療渡航ビジネスの難しさ

医療渡航ビジネスを進める中で難しさを感じるのはどのような時かをたずねたところ、信頼できる適切な情報提供元がわからないが最も多く、適切なアプローチ先がわからない、アプローチ方法がわからない等が続いている。その他回答の内容としては、日本の病院のフィードバックが遅いことも挙げられている。

図表 134 医療渡航ビジネスを進める中での難しさ



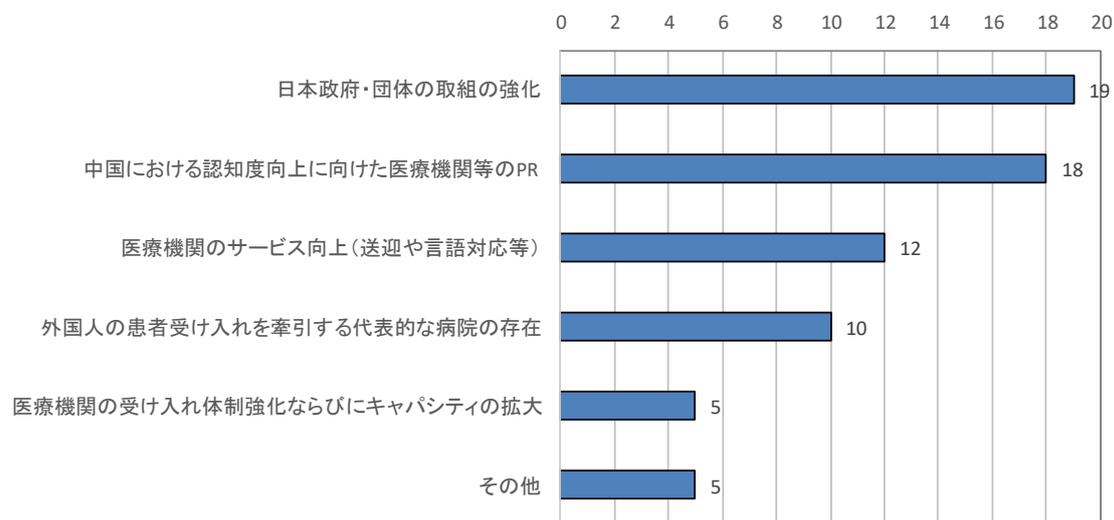
出所) MEJ 作成

i.日本の医療渡航事業の改善点

他国と比較して、日本が医療渡航事業を進める上で改善すべき点についてたずねたところ

ろ、日本政府・団体の取組の強化、中国における認知度向上に向けた医療機関等のPR等が多く挙げられた。

図表 135 日本が医療渡航事業を進める上での改善点

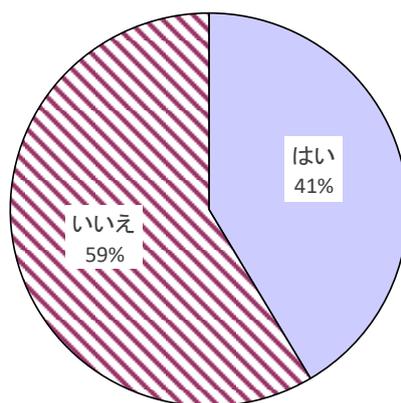


出所) MEJ 作成

j.AMTACの認知度

日本ブース来訪の以前から AMTAC の存在を知っていたかをたずねたところ、知っていたとの回答は41%にとどまった。

図表 136 AMTAC の認知度 (n=41)

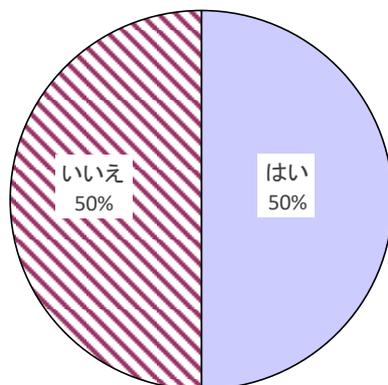


出所) MEJ 作成

k.JIHの認知度

同様に、JIH の存在を知っていたかをたずねたところ、知っていたとの回答は50%となった。

図表 137 JIH の認知度 (n=36)

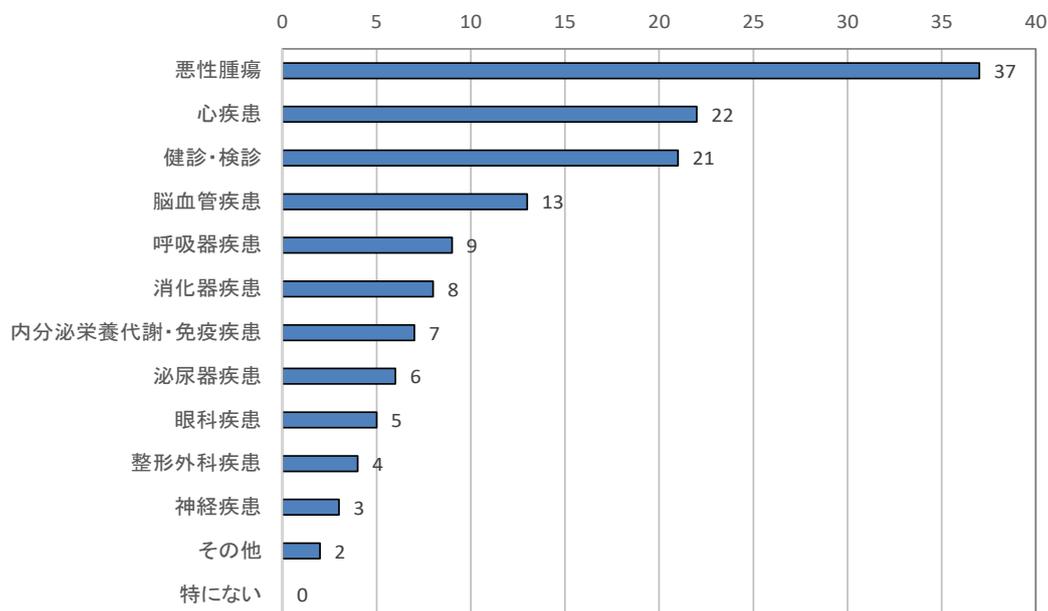


出所) MEJ 作成

l.日本医療のイメージ(分野)

他国と比べて、日本の医療ではどの分野が主な魅力だと考えられるかについては、悪性腫瘍を挙げる意見が多く、次いで、心疾患、健診・検診が多くなっている。

図表 138 日本医療のイメージ (分野)

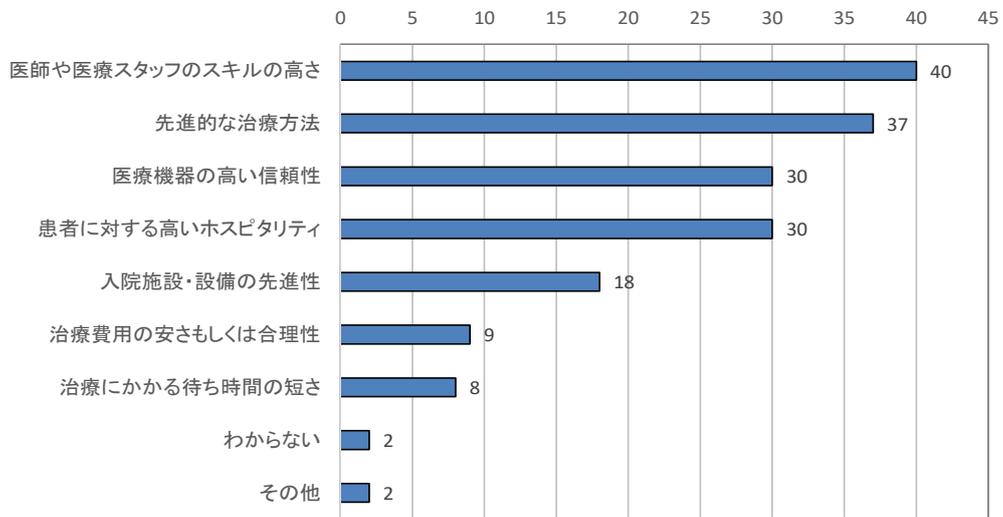


出所) MEJ 作成

m.日本医療のイメージ(魅力)

他国と比べた際の、日本の医療の魅力をたずねたところ、医師や医療スタッフのスキルの高さ、先進的な治療方法、医療機器の高い信頼性、患者に対する高いホスピタリティなどへの回答が多い。

図表 139 日本医療のイメージ（魅力）

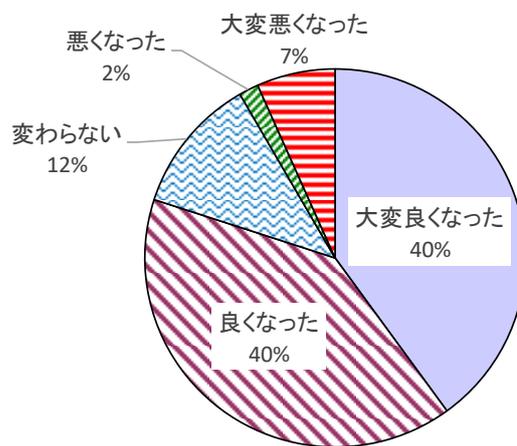


出所) MEJ 作成

n.日本医療のイメージの変化

日本ブースに来訪して、日本の医療に対するイメージが変わったかとの設問に対しては、約8割の人が「イメージが良くなった」と回答している。

図表 140 当ブースに来ての日本の医療に対するイメージの変化（n=60）



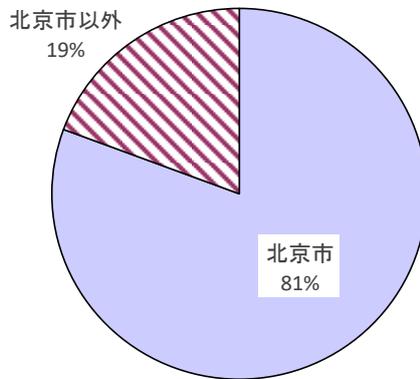
出所) MEJ 作成

B.一般来場者アンケート(C)

a.回答者の住まい

一般の来場者は、約8割が北京市内在住の方であった。

図表 141 回答者の住まい (n=31)

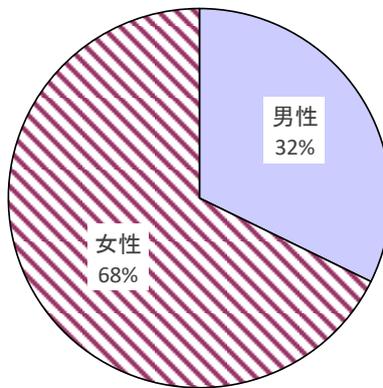


出所) MEJ 作成

b.性別

女性の方が約 7 割と多い。

図表 142 性別 (n=31)

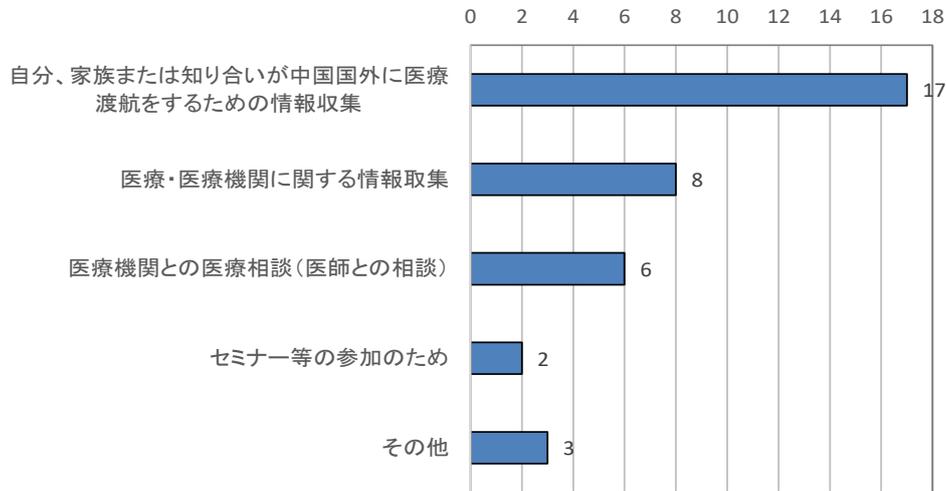


出所) MEJ 作成

c.来場目的

来場目的は、自分、家族または知り合いが中国国外に医療渡航するための情報収集のために訪れている方が中心であった。

図表 143 来場目的

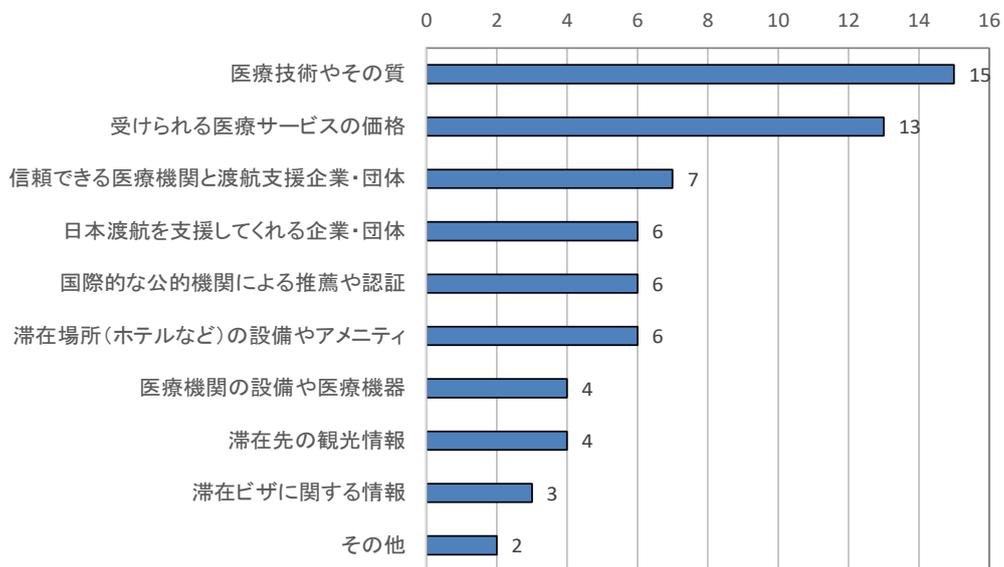


出所) MEJ 作成

d. 知りたい情報

日本への医療渡航について知りたい情報をたずねたところ、医療技術の質や、価格との回答が最も多かった。

図表 144 日本への医療渡航について知りたい情報

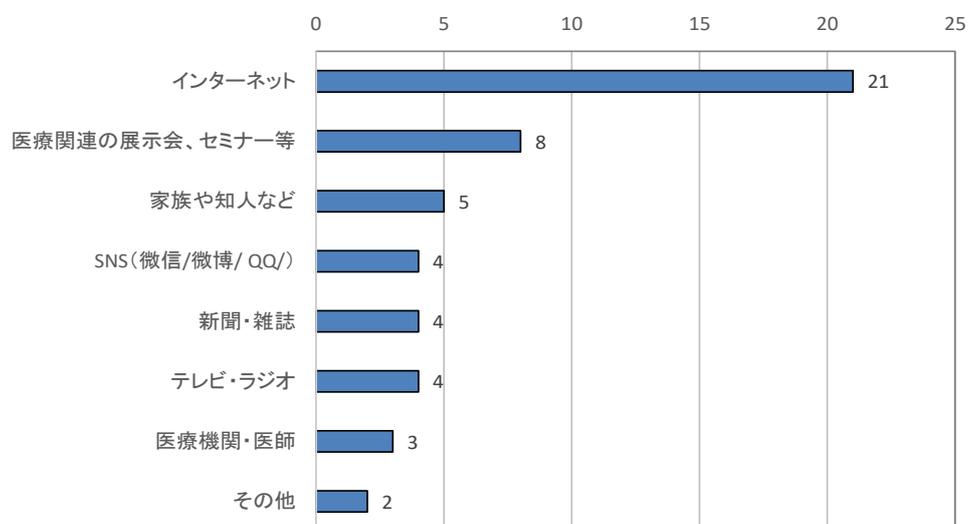


出所) MEJ 作成

e. 情報収集手段

医療渡航に関する情報収集方法としては、インターネットとの回答が最も多かった。

図表 145 情報収集手段

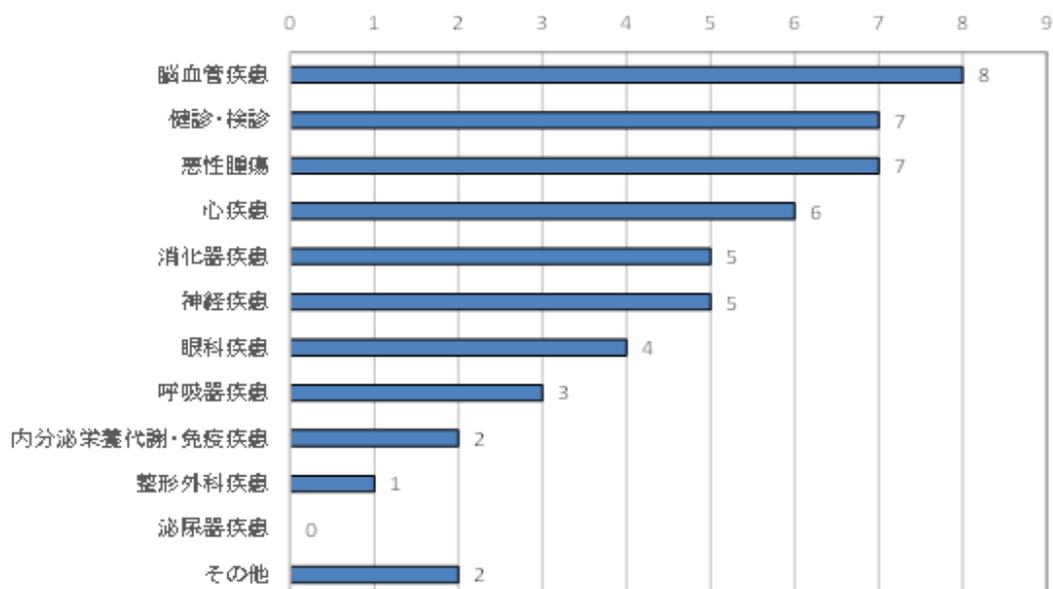


出所) MEJ 作成

f.日本医療のイメージ(分野)

日本医療のイメージについては、脳血管疾患、悪性腫瘍、健診・検診との回答が多かった。

図表 146 日本医療のイメージ (分野)

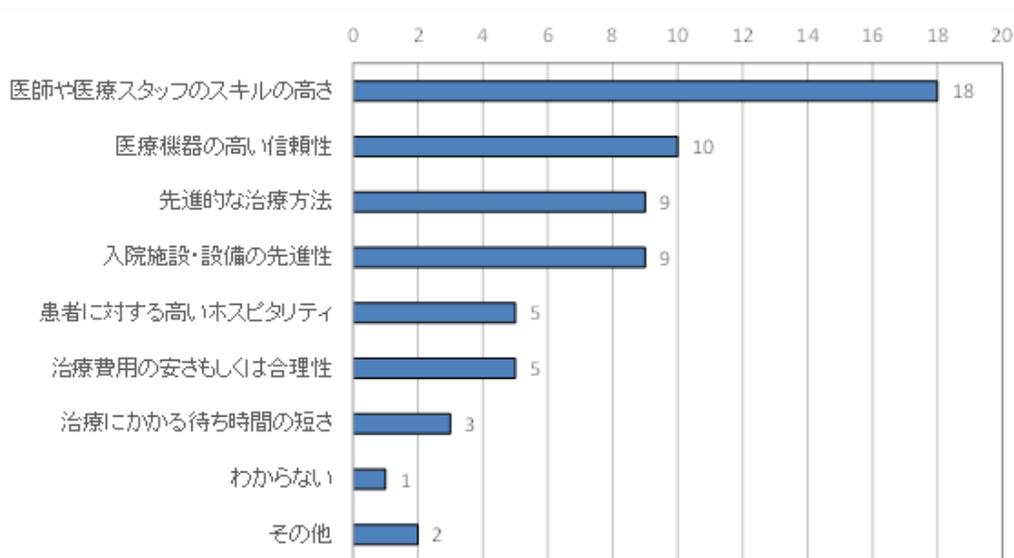


出所) MEJ 作成

g.日本医療のイメージ(魅力)

日本の医療の魅力についてたずねたところ、医師や医療スタッフのスキルの高さを上げる回答が最も多く、次いで、医療機器の信頼性が多くなっている。

図表 147 日本医療のイメージ(魅力)

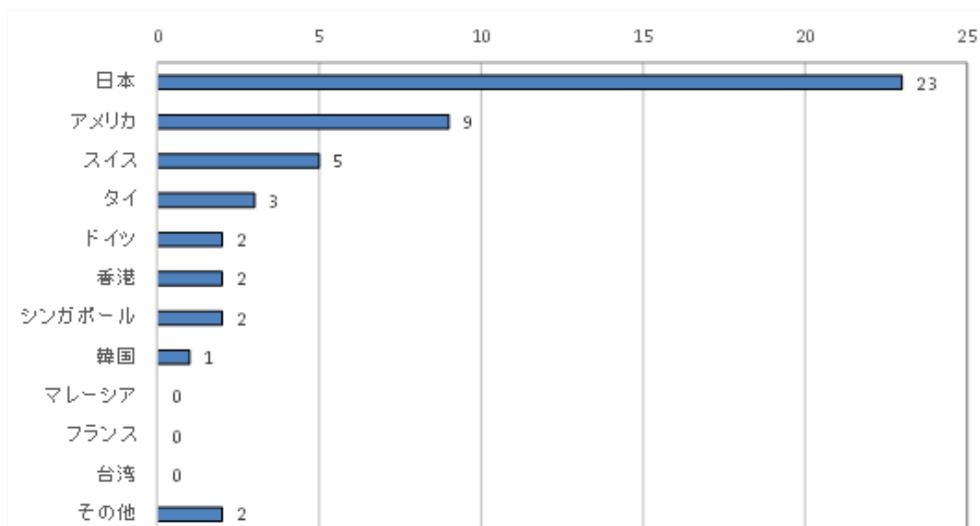


出所) MEJ 作成

h.国外での治療における選択肢となる国・地域

中国国外で治療を受ける場合、選択肢に上がる国・地域をたずねたところ、日本と回答する方が群を抜いて多かった。

図表 148 国外で治療を受ける場合、選択肢に上がる国・地域

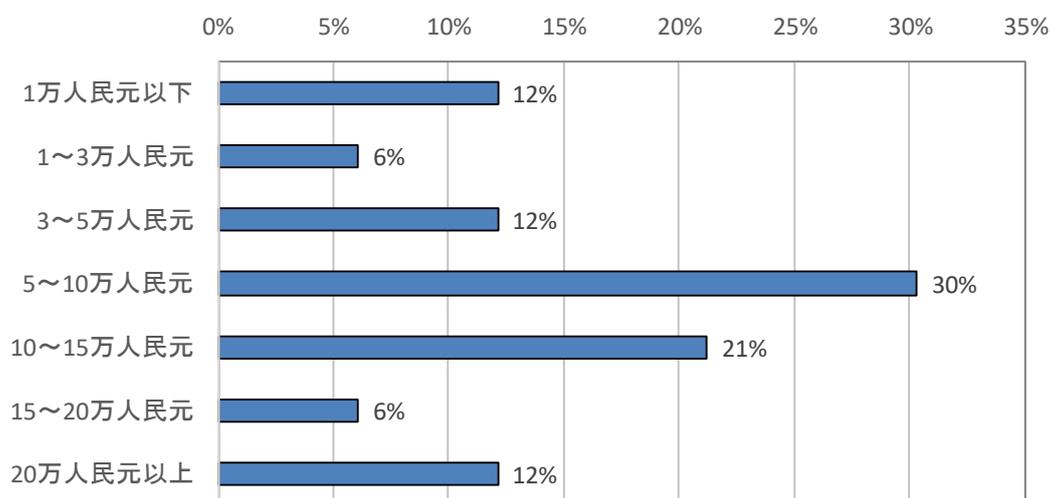


出所) MEJ 作成

i. 国外での治療に関する予算

中国国外で治療を受ける場合の予算についてたずねたところ、5～10万人民元との回答が最も多く、次いで、10～15万人民元との回答が多かった。

図表 149 国外で治療を受ける場合の予算（治療費、渡航費、宿泊費等すべて）（n=33）

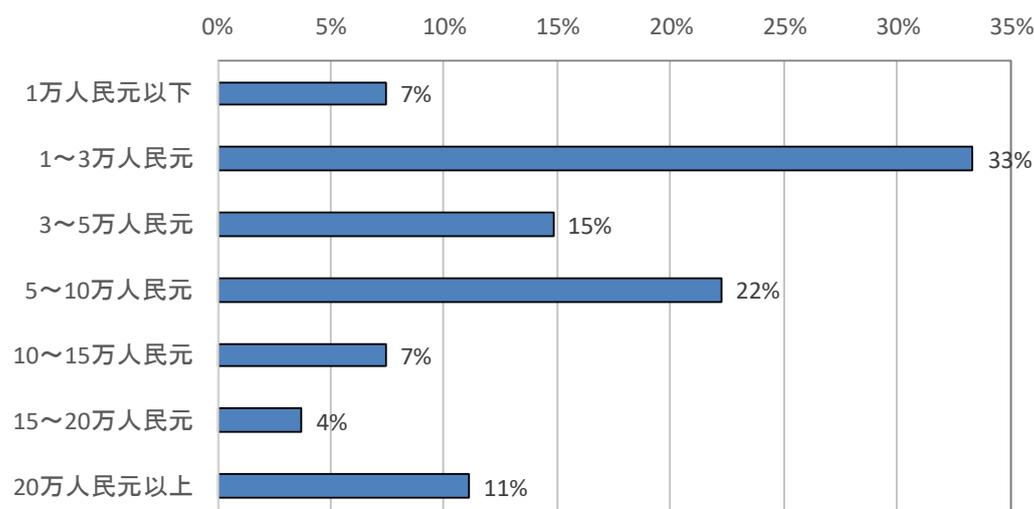


出所) MEJ 作成

j. 国外での健診・検診に関する予算

中国国外で健診・検診を受ける場合の予算にたずねたところ、1～3万人民元との回答が多かった。次いで、5～10万人民元、3～5万人民元との回答が多かった。

図表 150 国外で健診・検診を受ける場合の予算（治療費、渡航費、宿泊費等すべて）（n=27）

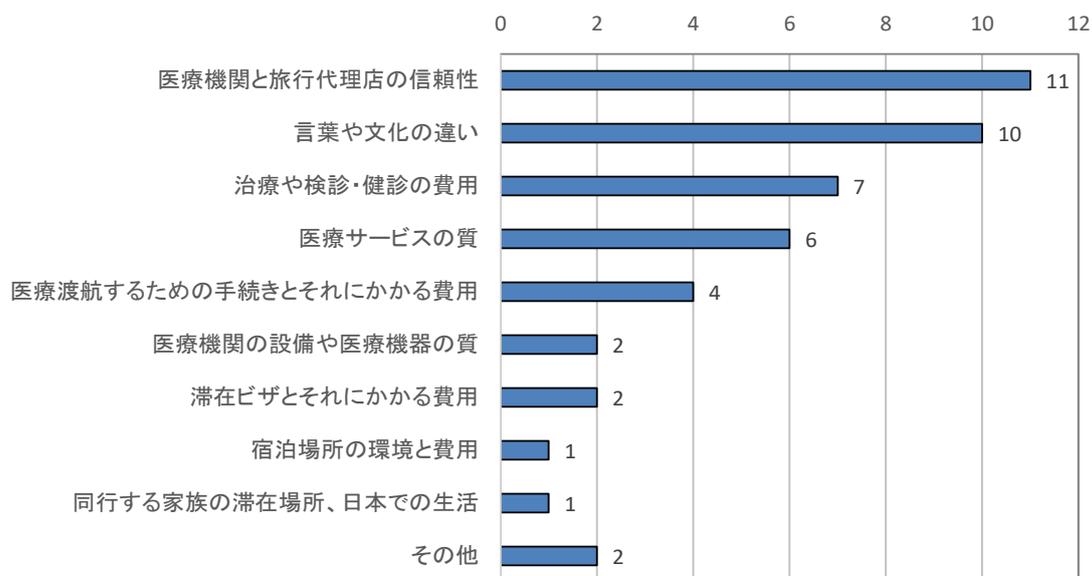


出所) MEJ 作成

k.日本での治療・検診に関する不安事項

日本で治療・検診を受ける場合、不安に感じることをたずねたところ、医療機関・旅行代理店の信頼性との回答が最も多かった。次いで、言葉や文化の違い、費用、医療サービスの質との回答が多かった。

図表 151 日本で治療・検診を受ける場合、不安に感じること

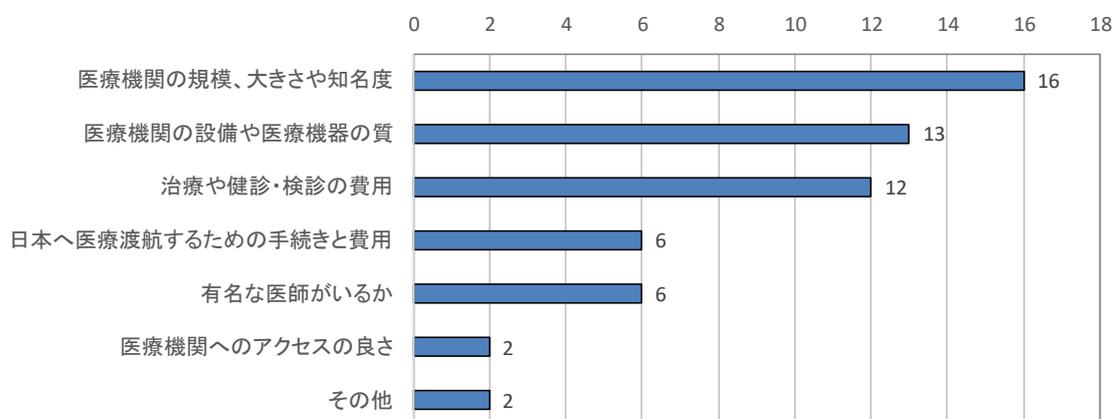


出所) MEJ 作成

l.受診する医療機関の決定要因

日本で治療・検診を受ける医療機関を決定する際に重要視することをたずねたところ、医療機関の規模、大きさや知名度との回答が最も多かった。次いで、医療機関の設備や医療機器の質、治療や健診・検診の費用との回答が多かった。

図表 152 日本で治療・検診を受ける医療機関を決める際に重要視すること

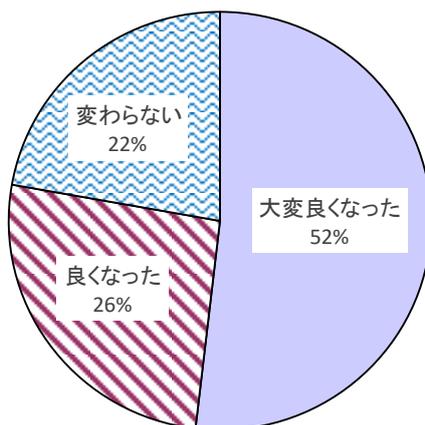


出所) MEJ 作成

m.日本医療のイメージの変化

MEJ ブースを訪れたことでの日本の医療に対するイメージの変化をたずねたところ、約8割の人が「イメージが良くなった」と回答している。

図表 153 当ブースに来ての日本の医療に対するイメージの変化 (n=27)



出所) MEJ 作成

C.医療関係者アンケート(H)

医療関係者を対象としたアンケートについては、回答数が少なかったため、定量的な分析は難しいが、以下の結果が得られた。

本展示会の来場目的としては、「医療機関との交流、連携のため」との回答が最も多かった。回答者の属する医療機関のうち、75%がすでに日本の医療機関と何らかの連携を行っていた。医療渡航における日中間の連携をより円滑なものにするために必要な取組としては、日中の医療機関・医療従事者同士の交流・連携と回答する人が多かった。

D.アンケート結果総括

アンケート調査結果から、中国では日本の医師やスタッフのスキルの高さをふまえた日本の医療の信頼性の高さのイメージが強いことが読み取れた。また、日本の治療・健診の認知度の高さが伺えた一方で、信頼に足る医療機関及び旅行代理店の情報元が不明である点、また日本での治療・健診にかかる費用が不明である点が懸念事項であることが明らかとなった。日本の医療そのものへの全般的なイメージの良さと認知度の高さはありながらも、渡航にあたっての実際の渡航の流れや、医療機関情報や旅行代理店の質や費用の実態が不明であることはプロモーション不足によることが一つの要因と考えられる。

日本への医療渡航に関する情報収集方法として、(B)、(C) 双方とも「インターネット」

との回答が最も多くなっており、インターネットが中国における主な情報収集手段であることが示された。今後もインターネットを通じた情報発信における手法の如何を検討すべきと考えられる。

また (B) については日本への医療渡航ビジネスを進める中で難しさを感じる点について、「信頼できる適切な情報提供元がわからない」との回答が最も多かった。AMTAC、JIH の認知度に関する質問においても双方の認知度の低さが明らかとなったことから、日本への医療渡航を周知するうえで今後の更なる積極的な情報発信はもとより、その効果的な PR 方法を検討すべきである。

④参加団体アンケートによる効果測定

展示会終了後、参加団体の医療機関及び医療渡航支援企業等に対しアンケート調査を行った。また、イベント終了3か月後の「治療に関する問合せ数の変化」、「健診に関する問合せ数の変化」、「受入患者数の変化」、「健診受入数（予約含む）の変化」等についても確認した。

A.医療機関

a. 参加の目的

医療機関の参加の目的としては、現地の医療事情や医療渡航ニーズの把握、認知度・知名度の向上に加え、現地関係者（医療機関、渡航支援企業、代理店等）との関係構築、インバウンドの増加（会場での集患活動）が挙げられた。

b. 満足度

出展の満足度は非常に高いとの声が挙げられている一方、来場者と面談をする際、面談スペースが不足したことが課題として挙げられた。

なお、医療渡航業者との面談が直接受注につながるとして、医療渡航業者の参加の多い本展示会に満足していると回答する医療機関が多数を占める中、患者との直接の面談を希望する医療機関も見られた。

c. 出展成果

本展示会に出展した成果としては、現地の医療渡航業者等に自院の強みを認知してもらえた、代理店とのコネクションが構築できた等の効果に加え、医療渡航を検討する患者や現地医療渡航業者から複数の問合せが来ており AMTAC につないだ、あるいは来日調整中等との情報を得ている。

また、来場者の信頼感・安心感を得られること、複数医療機関が集合することで活気が生じること、来場者は多くの医療機関と話ができ選択肢が増えること、日本ブランドとして認知されやすいことのほか、出展者側のノウハウ構築、相互にヘルプや連携が可能なこ

と等から“オールジャパン”としての出展の必要性を強く認識した。

d. 中国から日本への医療渡航推進の課題

中国から日本への医療渡航を推進する上での課題としては、患者へのプロモーションが現地の医療渡航業者頼みとなっている状況を指摘する意見が複数挙げられていた。その他、患者ニーズの把握、診療費の確実な回収、院内の受入体制整備や通訳者の配置、自院独自の受入体制の充実等が挙げられている。

e. 日本のプレゼンスを上げるための方策・改善点

医療技術面では一定程度の国以上になれば大差はないとの認識に基づき、日本の医療技術のレベルの高さや先進性を謳うのではなく、商業ベースではなく誠実に医療が行われていること、地域に偏りなく日本全国において標準治療で多くの疾患を治療できること等、日本の医療の特徴を差別化要素としてアピールすることが重要との意見が挙げられた。

f. イベント終了3か月後のフォローアップ

イベントへの出展後 3 か月が経過し、イベントへ参加した医療機関に再度アンケートを取ったところ、展示会出展後、健診・検診、治療に関する問合せが増えたと回答があった。実際に治療を 1 件受け入れた医療機関があった。また、出展をきっかけとし、4 件の医療コーディネーターとの契約に至った医療機関も見られた。

展示会で関係を構築した人へのフォローアップとして、会期後にお礼メールを送るなどのフォローアップを行ったことで、医療機関を訪問したケースや契約締結に至ったケースも確認された。その他展示会出展における波及効果についてアンケートを取ったところ、展示会へは実際に来場していないが、来場した医療渡航業者の口コミにより健診受入に至ったケースも確認された。また出展後に医療機関のホームページアクセス数が増加していることが明らかとなったこと等から、展示会出展の一定の効果が見られた。一方、出展による直接的な効果が見られていないとする医療機関も見られることから、成果の検証のために今後もフォローアップを実施することが求められる。

B.医療渡航支援企業等

a. 参加の目的

医療渡航支援企業等の参加の目的としては、市場動向調査、提携先の開拓、新たな顧客づくり等が挙げられた。

b. 満足度

出展の満足度が高い一方、来場者と面談スペースが不足している意見が挙げられた。

c. 出展成果

医療渡航への理解や医療渡航にかかる情報を自主的に取得している来場者が年々少しずつ増えているという声が挙がった。医療渡航に従事している方や、すでに情報収集した上で訪れる来場者の割合が増え、以前よりも具体的な話に進みやすくなっている。健診の大型案件の具体的な問合せや、提携契約締結に至っている。また、出展を通して、出展企業の WeChat アカウント登録件数が増えている。一方、国際医療の情報収集を目的とした初心者の方が多く、実際のビジネスにつながるプロセスは長いと感じるとの声も挙がっている。

d. 中国から日本への医療渡航推進の課題

中国から日本への医療渡航の推進に関する課題として、まず、中国国内における医療渡航のニーズ、動向を把握することが喫緊の課題であるとの意見が挙げられた。

現状、多くの日本の医療機関が医療渡航に関心を持ち、それぞれ受入体制を整え、プロモーションを行っている。一方、医療渡航関連企業が日本への医療渡航を訴求する際に活用できる、日本の各病院の特徴を取りまとめた全体の資料が欲しいとの声が挙がっている。また、中国の医療渡航関係企業や医療渡航を取り扱う個人の医療コーディネーターが、AMTAC を経由せずに直接日本の医療機関にコンタクトをとるケースが散見されるとの意見も挙がり、AMTAC を通じた JIH への受入調整及び案内の連携とその周知の検討が課題として挙がっている。

e. 日本のプレゼンスを上げるための方策・改善点

中国国内における医療渡航のニーズを把握したうえで、相手国の医療渡航関連企業が他国ではなく日本への医療渡航を選択する、魅力的な事業モデルを構築・検討していくべきとの声が挙がった。

f. イベント終了3か月後のフォローアップ

イベントへの出展後3か月が経過し、イベントへ参加した医療渡航支援企業に再度アンケートを取ったところ、展示会出展後、健診・検診、治療に関する問合せが増えたと回答があった。実際に治療受入に至った件数は合計で17件と明らかな成果が見られた。また出展をきっかけとし、医療渡航業者との契約に至った医療渡航支援企業も確認され、一定の成果が見られた。

展示会で関係を構築した人へのフォローアップとして、関係者リストの作成とともに現地拠点の担当者へ定期的に連絡を取る、現地の医療渡航業者に対してサービス案内や健診プランをメールで送付するなどのフォローアップを実施する企業が確認された。

その他展示会出展における波及効果についてアンケートを取ったところ、商談には至っていないが、ブースにて連絡先を取得した医療渡航業者から後日連絡があり、関係構築に至ったケースが確認された。また来場者の口コミを通じて連絡を取る医療渡航希望の患者の存在が明らかとなったことから、展示会における一定の波及効果があったと考えられる。

⑤成果と課題

中国の展示会の成果としては以下があげられる。

- ・ 昨年に続き、来場者数の多さから、日本の医療の認知度、信頼性の高さがうかがえた。会場の他の出展団体のどのブースと比較しても出展ブースにおける来場者数は群を抜いて多く、医療渡航市場における日本の医療への関心の高さが表れていた。
- ・ 各医療機関、企業において、問合せ件数の増加や患者受入の増加につながった声が挙げられ、出展の効果があつたことがうかがえる。
- ・ 現地の医療渡航業者との提携に至るケースも多く、参加団体にとって本展示会は満足度の高い展示会であることがうかがえる。

次に課題としては以下があげられる。

- ・ 展示会におけるアンケート結果から、日本の医療の信頼性の高さやイメージの良さがありながらも、適切な情報発信及びプロモーションが不足していることも明らかとなった。今後も同プロモーションを実施していく中で検討すべき課題としては、今後も継続的な展示会への出展によるプレゼンス向上を目指すことと併せ、WebサイトやSNSによる情報発信を効果的かつ効率的に実施することが重要であると思われる。
- ・ 検討課題としては、以下を検討する。
 - ① 医療機関による SNS（WeChat 等）サイトの開設による直接的な情報発信
 - ② 各種 SNS のマーケット調査による情報発信の効率化
 - ③ 展示会をきっかけとした各団体の Web サイトや SNS へのアクセス数増加等の検証

4)まとめ

(1)活動の評価

国外におけるイベント出展について、ベトナムのホーチミンにおける展示会では、ファーストステップとして、当該国の医療渡航のニーズ及び動向を把握することが出展の主たる目的であった。今般の出展により、医療機関においては、渡航受診に関する問合せや渡航受診者の受入れ増加につながり、直接的な出展の効果がみられた。また医療渡航支援企業においては、現地の医療渡航業者との関係構築及び契約締結に至るなど、直接的な出展の効果がみられた。官民一体の”オールジャパン”としての一体的な取組をアピールすることにより、現地の来場者へ日本の医療を強く印象付けることができたと考えられる。

中国の北京における展示会では、昨年続くブースへの来場者数の多さから、日本の医療の認知度、信頼性の高さが伺えた。一昨年、昨年と続き、連続して同イベントへ出展したことから、日本の医療のイメージ向上及びプレゼンス向上につながったものと考えられる。また複数の医療機関が参加したことでブースに活気が生じ、会場において日本の医療のプレゼンスを高めることができた。医療渡航市場における日本の医療への関心の高さが表れていることが改めて確認できた。

両国の展示会におけるアンケート結果から、日本の医療の信頼性の高さやイメージの良さが伺えた。ベトナムのホーチミンでは、MEJ のブースを訪れたことで日本の医療に対するイメージが変わったかとの問いに対しては、「大変良くなった」「良くなった」の回答が合わせて 9 割超に達したことから、日本の医療のイメージ向上につながったものと考えられ、日本の医療の認知度向上、医療渡航への関心が高まるものと考えられる。中国の北京では、3 年連続で同イベントへ出展したことにより、ブースへの来場者数は過去の出展時から経年変化を見ても増加している。中国国外で治療を受ける場合の候補となる国については「日本」を上げる割合が大きく、昨年引き続き、中国における日本の医療のプレゼンスを高めることができたと考えられる。

展示会参加後の参加団体へのヒアリングから、ベトナム、中国の各展示会の出展の効果に対する評価は高く、医療機関、企業双方において問合せ件数の増加や患者受入の増加につながったとの声が挙げられた。官民一体での”オールジャパン”による出展による相乗効果は高く評価され、参加団体のノウハウの構築、連携に併せ、日本ブランドの認知度を高める意味でも、官民一体の出展の必要性を強く訴える声が挙げられた。またプロモーションを実施すべき対象国としては、来年度以降も中国の北京の同イベントへの参加を希望する声とともに、中国国内の他地域におけるイベントの参加を希望する声も挙げられていた。

(2)今後の進め方

今後、同プロモーションを実施していく中で、各展示会へ参加した参加団体からの継続的なイベントへの出展を望む声が多かったことから、今後も継続的な展示会への出展によるプレゼンス向上を目指すことが重要と考えられる。ベトナム、中国の両国におけるアンケートの結果、日本の医療へのイメージの良さがありながらも、日本から適切な情報発信が出来ていない状況にあることが明らかとなったことから、積極的な情報発信とその手法を検討すべきである。また、両国におけるアンケート結果から、情報収集をする手段としてはインターネットを用いた情報収集の実施との回答が圧倒的に多かったことから、今後も Web サイトや SNS による情報発信を効果的かつ効率的に実施することが重要であると考えられる。

Web サイトや SNS による効率的な情報発信の手法としては、医療機関による SNS (WeChat 等) サイトの開設による直接的な情報発信、各種 SNS のマーケット調査による情報発信の効率化、展示会をきっかけとした各団体 Web サイトや SNS へのアクセス数増加等の検証が挙げられる。

今後の展示会への出展においては、プロモーションの対象とする国や地域、セグメンテーションを含め、どのようなプロモーションが効果的であるかについて、有識者との協議をふまえ、対象とする国の医療渡航のニーズと動向の把握を実施する必要がある。