

**平成29年度医療技術・サービス拠点化促進事業
（医療国際展開推進事業）
報告書**

平成30年3月

一般社団法人 Medical Excellence JAPAN

平成29年度医療技術・サービス拠点化促進事業

(医療国際展開推進事業)

報告書

目次

第1章	本調査の概要	1
1-1	背景および目的	1
1-2	調査項目	2
第2章	重点国でのネットワーク構築の推進	4
2-1	背景および目的	4
2-2	実施概要	4
2-3	官民ミッションの実施	7
2-4	官民ミッション実施後の評価・検証・フォローアップ	65
2-5	過去の官民ミッションにおける成果検証	69
2-6	来年度以降の方向性・戦略	100
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	102
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	102
3-2	国内における外国人患者受入れに関するノウハウの普及等に向けた事業	165
第4章	その他関連する事業活動の実施（過去事業調査）	178
4-1	背景および目的	178
4-2	実施概要	178
4-3	実施結果	181
4-4	まとめ	190
第5章	医療の国際展開推進に向けて	191
5-1	成果のまとめ	191
5-2	今後の医療国際展開の更なる推進に向けて	192

第1章 本調査の概要

1-1. 背景および目的

1)背景

日本のみならず、新興国においても経済成長に伴う社会の急速な高齢化への対応は大きな課題となっている。また、死因や疾病構造も大きく変化しつつある。がんや生活習慣病の増加も全世界が直面している大きな課題である。例えば、国際糖尿病連合（IDF）によると世界の糖尿病人口は爆発的に増え続けており、2017年現在の糖尿病有病者数は4億2,500万人にのぼり、有効な対策を施さないと2045年までに6億9,300万人に増加すると予測している。また、世界保健機構（WHO）によると、心臓疾患や脳卒中、がんといった非感染症（NCDs）による全世界の死亡者数は約3,600万人で、全死亡者数5,700万人の63%に達している。さらに、がんや生活習慣病の増加は医療費の増大につながり、急増する医療費の適正化は新興国にとっても重要な課題となっている。

こうした状況にあって、日本が優れた医療サービスおよび医療機器等（以下、「医療技術・サービス」）を各国に対し提供していくことは、各国の医療水準の向上に大いに貢献するとともに、各国の伸び行くヘルスケア分野の需要を取り込むことによって、医療機器産業をはじめとする関連産業を一層活性化させ、日本経済の成長にも大いに寄与するものである。さらに、国外の患者を受け入れることは、日本の医療技術・サービスのさらなる充実につながり、国内患者向けの医療サービスの向上にも資するものと考えられる。

「日本再興戦略」（平成25年6月閣議決定）、「日本再興戦略 改訂2014」（平成26年6月閣議決定）、「日本再興戦略 改訂2015」（平成27年6月閣議決定）、「日本再興戦略 改訂2016」（平成28年6月閣議決定）及び「未来投資戦略2017」（平成29年6月閣議決定）においては、日本の優れた医療技術・サービスの国際展開（以下、「医療の国際展開」）をアウトバウンド・インバウンドの両面で推進していく旨が明記されており、医療の国際展開は経済成長を図る上での重点施策の一つとして明確に位置付けられている。すなわち、相手国の実情に適した日本の医療技術・サービスの輸出を促進するとともに、2020年の東京オリンピック・パラリンピック開催も見据えながら、外国人が安心して医療サービスを受けられる環境整備等に係る諸施策を着実に、そしてより加速させて実施していくことは、極めて重要な取組である。

このように、医療の国際展開を促進するための取組は、諸外国の医療水準の向上や国民の健康寿命の延伸に貢献しながら、日本の経済成長に資するものであり、国を挙げて取り組むべき施策である。

2)目的

上記の背景を踏まえ、本事業においては、新興国におけるネットワークの構築支援、その他医療の国際展開を促進するための仕組み作りや取組を検討・実施する各種事業を支援することを通じて、医療の国際展開をさらに加速させるとともに、医療機器産業をはじめとする関連産業の振興を図ることを目的とする。

1-2. 調査項目

本事業では、医療の国際展開推進に向けた取組として、以下の各業務を実施した。

1)重点国でのネットワーク構築の推進

医療の国際展開を戦略的に推進する新興国（以下、重点国）において、当該国の医療従事者や保健行政担当者等の医療関係者とのネットワークを構築した。

実施内容および結果については、第2章にて詳説する。

(1)官民ミッションの実施

一般社団法人 Medical Excellence JAPAN（以下、MEJ）会員企業へのアンケート・ヒアリング結果、および政治・経済・治安情勢や外交案件等も意識し、総合的判断に基づき対象国、実施時期、テーマ等の方向性を決定した。また、MEJ 会員企業をはじめとするミッション参加希望企業等からなる全体会議(官民連携ワーキンググループ)を開催し、実施状況や方針の共有を行った。実施方法・内容については、各ミッション参加企業からなる分科会にて検討を進めた。

今年度はサウジアラビア、タイの2か国を官民ミッションの対象国とし、政府機関、医療関係者や医療機器メーカー等により構成される官民ミッション団を派遣し、セミナーの開催、現地政府や医療機関等との面談等により、日本の医療技術・サービスの認知度向上や優位性のアピール、具体的ビジネスチャンス創出に向けたきっかけづくりを行った。

(2)官民ミッション実施後の評価・検証・フォローアップ

官民ミッション実施後、その成果を評価し、課題を洗い出すため、参加企業への事後ヒアリング・アンケート調査、およびセミナー参加者へのアンケート調査等を行った。また、官民ミッション活動を通じ、ビジネス創出が見込める国・地域に対しては、コンタクトの継続等、フォローアップを行った。また、ミッションに参加していない企業に対しても、ミッションの内容・成果の報告・周知を行った。

(3)過去の官民ミッションにおける成果検証

来年度以降の官民ミッションをより効果的に行うために、過去に実施した官民ミッション（MEJ 以外が受託して実施したものを含む）の成果についてアンケート調査を行った。

2)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

日本への医療渡航を推進するため、国外の医療従事者や医療渡航関連事業者、患者等を対象とした各種プロモーション事業を実施した。

実施内容および結果については、第3章にて詳説する。

(1)国外における医療渡航関連の国際イベントへの出展

国外で開催される医療渡航関連の国際イベント2か所に出展した。出展するイベント開催地域としては、日本への渡航受診者が最も多い中国と、昨今医療渡航者の増加傾向がみられるベトナムを選定した。

出展内容については、「オールジャパン」として継続出展し、日本の医療技術・サービスのさらなる認知度向上を図るとともに、日本の患者受入れ体制をアピールし、インバウンド市場におけるプレゼンスを高めるものとした。また、出展の効果を評価するために来場者に対するアンケート調査を実施した。

(2)国内における外国人患者受入れに関するノウハウの普及等に向けた事業

外国人患者受入れに関する政府の施策、国内の先行事例等を紹介するセミナーを1回開催した。講演者には、外国人患者受入れの実績のある医療機関、医療渡航支援企業等を選定した。

外国人患者の受入れを行っている、または、関心のある国内の医療機関の関係者、医療渡航支援企業の関係者を中心に集客するとともに、セミナーの効果を評価するために来場者に対するアンケートを実施した。

3)その他関連する事業活動の実施(過去の実証事業調査)

経済産業省は、日本の医療技術・サービスの国際展開に向けた施策として、平成23年度以降、委託事業または補助事業として、事業者の医療の国際展開の実証調査を支援している。また、平成28年度からは、「アジア健康構想に向けた基本方針」(平成28年7月 健康・医療戦略推進本部発表)を受け、介護分野においても実証事業を行っている。

これまで実施してきた実証事業は100件を超えており、実施した国・地域、実施内容は多岐に渡る。そこで、今後の医療・介護の国際展開に向けた支援策につなげるため、過去の全実証事業を対象に進捗状況を改めて調査・確認し、これまでの事業の成果・課題・経済効果等を把握した。

実施内容および結果については、第4章にて詳説する。

第2章 重点国でのネットワーク構築の推進

2-1. 背景および目的

重点国において、政府機関、医療関係者や医療機器メーカー等により構成される、国際展開官民ミッション団（官民ミッション）を派遣し、セミナーの開催や現地政府・医療機関等との面談等により、日本の医療技術・サービスの認知度向上や優位性のアピール、具体的ビジネスチャンス創出に向けたきっかけづくりを行った。官民ミッションの実施目的は下記のとおりである。

実施目的

- ・日本の医療サービス・医療機器の認知度向上と優位性の訴求
- ・日本の医療サービス・医療機器に対するニーズ喚起
- ・対象国の官庁・医療関係者、ビジネスパートナー候補等との関係構築

2-2. 実施概要

1)対象国の選定・実施方針の設定

官民ミッションの対象国、実施時期、テーマ、実施方法等に関しては、MEJ 会員企業へのアンケート・ヒアリング結果、政治・経済・治安情勢及び外交の状況等も勘案したうえで総合的判断に基づき、方向性を決定した。また、MEJ 会員企業をはじめとするミッション参加希望企業等からなる全体会議（官民連携ワーキンググループ）を開催し、実施状況や方針の共有を行った。

図表 1 官民連携ワーキンググループの実施概要

No.	開催日	主な議事内容
第1回	2017年12月20日	・タイ官民ミッション実施報告・質疑 ・サウジアラビア官民ミッション状況・方針説明

出所) MEJ 作成

(1)対象国の選定

対象国の選定に際しては、以下のデータや項目等を参考に、経済産業省の国際展開戦略の基本的な考え方（新興国市場に対する戦略的な取組）に基づきながら、重点国の絞り込みを行った。

- 当該国の①GDP（全体/1人当たり）、②GDP成長率、③人口、④医療費（全体/1人当たり）、⑤GDPに占める医療費の割合、⑥死因に占める非感染症（NCDs）の割合等のマクロデータ

- 当該国において、これまで経済産業省関連事業で支援してきた案件の数
- その国への官民ミッションの派遣回数
- 政府（保健当局）間での協力覚書（MOU・MOC）等が締結されているか
- 総理・経済産業大臣のトップセールス案件がある、その他共同声明等で言及があるか

上記に、MEJ 会員企業へのアンケート結果や政治・経済・治安情勢等も踏まえて、総合的に判断し、今年度の官民ミッション対象国を、タイ、サウジアラビアの 2 か国に決定した。

(2)今年度のミッション実施にあたり留意した点

これまでの官民ミッションの経験を生かし、今年度は以下の点に留意して企画運営を行った。各国個別の状況や個別企業のニーズがあるため、具体的には次項の各国の分科会で協議しながらプログラムを検討していった。

①ミッション団の形成メンバーの多様化

ミッションの実施にあたり、独立行政法人 日本貿易振興機構（ジェトロ）等の医療の国際展開に関連する団体を通じ、広く参加企業を募った。さらに、企業に加え「医療国際展開協力フォーラム¹（以下、「MEJ フォーラム）」の会員である医療機関へも参加を呼び掛け、オールジャパンでのミッション団形成を目指した。

②医療機関見学やセミナーの分野ごとの実施

参加者を広く募った一方で、多様なニーズに応じ、且つディスカッション・ネットワーキングを効率的に行うため、医療機関の見学やセミナー分科会（サウジアラビアのみ）については、分野ごとに実施した。

また、プログラムを充実させるにあたり、事前準備出張で訪問先と面談する際に相手方が当日の流れをイメージできるよう、同行医師および参加予定企業に関する資料、会議の進め方をビジュアル化して提示し、先方との認識齟齬の防止に努めた。更に、実施本番に向けて電話会議等も行いながら調整を進めた。

③具体性のあるビジネス展開への取組拡充

昨年度ミッションの経験から、具体性のある事業・ビジネス展開を促進するためには、豊富かつ柔軟な予算及び予算体系を有する私立病院を対象としたプロモーションも重要であると考え、私立病院の経営層等を対象とした面談機会を設定した。

¹ MEJ が医療の国際展開に関心を持つ医療界の有志を会員として発足させ、会員間で知識や経験を共有して相互に交流する機会を提供している。

また、官民ミッション実施前に、現地病院の医療サービス・機器へのニーズ把握に努め、これをミッション参加企業と共有し、戦略的アピールへと結びつけるべく努めた。

④フォローアップの充実

ミッションの中で、今後の展開可能性ありと判断したテーマ・案件については、有効な提案を行うべく、フォローアップやプロモーション活動を行った。

2)各国分科会における検討

各国において実施することが望ましいテーマと実施方法について、MEJ 会員企業に対してアンケート調査を実施した。続いて、国別に参加希望を募り、分科会を開催した。分科会メンバーを下表に示す。

図表 2 官民ミッション対象国と分科会メンバー

対象国	分科会メンバー(カナ社名 50 音順)
タイ	旭化成メディカル、アライドテレシス、オリンパス、コニカミノルタ、サクラ精機、島津製作所、住友重機械工業、帝人ナカシマメディカル、テルモ、ハクゾウメディカル、パナソニックヘルスケア、日立製作所、富士フイルム、三鷹光器、リベルタス・コンサルティング
サウジアラビア	アイテック、アライドテレシス、オリンパス、シスメックス、島津製作所、住友重機械工業、双日、東芝メディカルシステムズ、パナソニックヘルスケア、日立製作所、富士フイルム、みずほ銀行、三井住友銀行、リベルタス・コンサルティング

出所) MEJ 作成

各分科会では、官民ミッションのテーマや実施方法の詳細を検討した。今年度実施した 2 か国の官民ミッションの概要（テーマ、実施内容等）は下表のとおりである。

図表 3 官民ミッションの実施概要

国	時期	テーマ	主なプログラム	セミナー参加者数	参加企業数
サウジアラビア	2017 5/16～18	内視鏡外科 循環器 救急医療	【本ミッションに向けた事前ミッション】 ・保健省とのミーティング (ミニセミナー、意見交換、本ミッションに向けた調整・協議) ・医療機関見学	先方要人 約 15 名	

国	時 期	テーマ	主なプログラム	セミナー 参加者数	参加 企業数
タイ	2017 9/4～8	内視鏡外科 糖尿病	<ul style="list-style-type: none"> ・ビジネスセミナー参加 ・現地研修施設見学 ・医療機関見学 ・私立病院協会訪問 ・展示会出展 	-	11 社 1 医療機関
サウジ アラビア	2018 2/11～13	内視鏡外科 循環器 糖尿病 救急・災害	<p>【本ミッション】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・両国医師による医療セミナー開催 (Saudi-Japan Healthcare Forum) ・日本企業による製品展示 ・医療機関見学 	約 250 名	15 社

出所) MEJ 作成

2-3. 官民ミッションの実施

1)タイ

(1)背景と目的

参加者のニーズを把握するため、今年度初頭に官民ミッション実施希望国に関するアンケートを MEJ 会員企業に対し行ったところ、タイを希望する声が一番多く挙がった。タイに関しては、昨年度、初めての官民ミッション実施を予定していたが、前国王崩御等の現地情勢に鑑み、ミッションを取り止めた経緯がある。今年度の実施は、昨年度の準備の過程でコンタクトを持ったタイの病院や関連機関との関係を強化し、日本の医療の認知度向上に向けた活動を行うに適しているもの判断し、ミッション派遣の実施を決定した。

2017年3月公開の経済産業省「医療国際展開カントリーレポート タイ編」によると、タイの医療機器の輸入額に占める日本製品の割合は11%に過ぎず(2015年現在)、タイにおいては日本の医療機器等製品の認知度が低いことがうかがわれる。また、2015年の1人当たり名目 GDP は約 5,700US\$であり、急速な高齢化、ライフスタイルの変化、メディカルツーリズムの伸長等が続いていることから、今後も医療市場規模は今後も拡大することが見込まれる。

保健当局間の政策面では、2015年9月、日タイ両国の保健当局の大臣会談時に「医療協力に関する共同プレスリリース」が発表され、NCDs 対策等での協力について確認された。

疾病構造については、タイの死亡要因の上位10位中7つが生活習慣に起因するものとなっている。タイ保健省(以下、MOPH)は、NCDs 対策に特別予算を付与しており、NCDs の予防、早期発見、早期診断を重視している。こうした背景から、予防医療、生活習慣病予防、がん治療等の観点で日本の医療の貢献の余地が大きいと考えられる。

(2)テーマと実施方法

タイの医療事情に鑑み、当該ミッションに同行する医師は、タイ側の関心が高いと考えられ、また日本が優れた知見を有する内視鏡及び生活習慣病の代表ともいえる糖尿・透析の分野とした。一方、当該分野以外でタイに関心を持つ企業も参加できることとし、病院見学は、効率的に見学を行う観点から、ミッションを分野別に4つ程度の小グループに分けて実施した。

2017年7月下旬に、官民ミッション実施に先立って事前調整出張を行い、行政機関(Board of Investment)との意見交換、主要病院訪問(チュラロンコン病院、バンコク病院、タマサート病院、シリラート病院、サミティベート病院、バムルンラード病院、私立病院協会)、関連機関(在タイ日本大使館、JICAタイ事務所、盤谷日本人商工会議所、タイ商工会議所、Thai Medical Device Technology Industry Association)との意見交換を実施した。

その結果、MOPHや複数の病院で「予防」、「早期発見、早期診断」を重視しており、ミッションテーマの設定として、時宜を得た望ましいテーマであるとの賛同が各所で得られた。そのため、最終的にミッションテーマを「生活習慣病とがんの早期発見と治療」と決定した。

タイは、既に進出をしている日本企業も多いため、タイ官民ミッションは1回目ではあるが、今年度はドアノッキングのみに集中せず、既存事業の拡大まで目的を広げることとした。

政府や病院とのコネクションの構築・現地医療事情の情報収集・日本の医療の認知度向上といった目標の達成に向け、関連政府機関、主要病院とのラウンドテーブルと、メディカル・フェア・タイランド(展示会)への出展を実施内容とした。

(3)実施概要

本ミッションの実施概要(スケジュール及び訪問先)は下表のとおりである。

図表4 タイミッションの実施概要

日程	時間	スケジュール	
2017年 9/4(月)	9:00~11:30	バムルンラード病院訪問	(並行開催)
	10:00~12:00	T-TEC 見学会	
	15:30~18:15	タイにおける医療機器ビジネスセミナー	
	18:30~20:30	交流会	
9/5(火)	9:00~12:00	シリラート病院訪問	
	14:00~17:30	タマサート病院訪問	

日程	時間	スケジュール
9/6(水)	9:00~12:00	チュラロンコン病院訪問
9/8(金)	12:50~14:00	私立病院協会訪問
9/6(水)~ 9/8(金)	10:00~18:00 (最終日は~17:00)	メディカル・フェア・タイランド MEJ ブース出展

出所) MEJ 作成

また、本ミッションへの参加者は下記のとおりである。

同行医師：【内視鏡外科分野】慶應義塾大学病院一般・消化器外科 長谷川博俊 准教授
【糖尿病分野】東京大学大学院医学系研究科 脇嘉代 特任准教授
MEJ フォーラム会員：田中泌尿器科医院 松原弘和 事務長
企 業：旭化成メディカル、オリンパス、コニカミノルタ、サクラ精機、帝人ナカシマ
メディカル、ハクゾウメディカル、パナソニックヘルスケア、日立製作所、
富士フイルム、みずほ銀行、三鷹光器
政府関係者：経済産業省、在タイ日本国大使館
MEJ

①バムルンラード病院(Bumrungrad International Hospital)訪問

A.病院・訪問概要

580床、年間外来109万人と、東南アジアの私立病院で最大級の規模を誇る。タイのメディカルツーリズムを牽引する病院であり、近年、タイ最大の病院グループであるBDMSの資本を受け入れた。2016年に新病院と外来専用クリニックを新設している。今回は、特にインバウンドに関する状況把握・意見交換を目的に、バムルンラード病院を訪問・見学した。同院からは、Executive ResidentのMr. Charles James Wrightをはじめ6名の参加をいただいた。

B.病院・取組紹介

バムルンラード病院は、アジアで初めてJoint Commission International (JCI) 認定を取得した病院である。2016年度の患者の国籍は、タイ58%、外国人42%。外国人比率は世界最高水準であり、外国人患者数は年間約52万人となっている。

最新の医療機器・システムを有し、欧米の医師や多国籍の経営陣の下、一流ホテル並みのサービス・空間を提供している。多言語化や国別のカウンター・コーディネーターに加え、外国人スタッフのサポート体制も整っている。37か国にオフィスがあり、日本からのインバウンドにも関心を持っている。

外国人渡航受診者受入れの際には、海外の連絡事務所（現在14拠点）より事前にデータ

を送ってもらい、医師の監修の下、治療プランを作成している（無料）。支払いのため、出発前に大まかな治療プランが患者に通知される。スワンナプーム空港に出先機関があり、空港から病院まで1時間に1本、専用シャトルバスが運行されている。

また、治療後、経済的な理由等でバムルンラード病院に滞在できない患者には、業務提携しているより安価な他病院を紹介し、転院することもできる。治療後、帰国時にはメディカルレポートを作成する。患者はそれを持ち帰り、自国でのアフターケアに活用する。

C.院内見学

はじめに相川団長より MEJ の概要説明と参加企業紹介を行った後、院内見学へと移り、眼科／心臓病／婦人科／消化器／ICU／スタッフエリアを順番に見学した。院内は、広々としたロビーやゆったりと座れるソファ、デザイン性に優れた内装・家具調度・間接照明等、患者・関係者が快適に過ごせるための配慮がなされていた。また職員の挨拶・態度等もしっかりとしており、教育が行き届いている印象を受けた。

D.成果

同院の医療施設は日本同等若しくは日本以上と言われており、日本が医療の国際化やインバウンド推進を行う上で参考になる点が多かった。日本側からミッションに参加した病院経営者や企業からは、先行病院の見学を通じ、世界の中での日本の医療機関の立ち位置を把握することができた等の意見がみられた。

図表 5 バムルンラード病院訪問の様子



	
<p>病院外観</p>	
	
<p>ディスカッションの様子</p>	<p>参加者と病院側担当者</p>

出所) MEJ 撮影

②T-TEC 見学会

A.センター・訪問概要

Thai - Training and Education Center (T-TEC) は、主に東南アジアの医療従事者に向けた内視鏡関連の教育・トレーニングの場を提供する施設として、オリンパス株式会社が 2016 年 7 月 28 日から本格始動したもの。人口千人あたりの内視鏡医数で表す内視鏡普及状況は、日本は 0.25 人であるのに対し、タイは 0.002 人となっており、今後のタイの内視鏡市場の拡大が見込まれている。

T-TEC は開設後約 1 年の間に医師・看護師向けの研修を実施、メコン地域の医療関係者については約 100 名に対して研修を提供してきた実績を有する。なお、社員向け研修も実施しており、医療従事者、社員合わせて、多い時は月に 400～500 名が施設を使用している。

マーケット拡大の一環としてメコン地域の指導的立場にいる医師たちに実際に機器を使ってもらえるという利点と、若手医師を支援するという CSR (企業の社会的責任) 的貢献の意義を訴えかけることで、出資や製品提供を呼び掛けた結果、現在、Medtronic、JJ、3M、BJC 等の医療系企業が T-TEC を支援するに至っている。

本見学会は「タイにおける医療機器ビジネスセミナー」の参加者向けに、盤谷日本人商工会議所が主催したものであり、セミナーの協力団体である、関西医療機器産業支援ネッ

トワーク（近畿経済産業局、京阪神商工会議所）、神戸市・（公財）先端医療振興財団、（公財）東京都中小企業振興公社、（一財）ふくしま医療機器産業推進機構、（一社）日本医療機器産業連合会からのビジネスセミナー参加企業も多数参加し、参加者は全体で約 50 名となった。

B.施設見学

T-TEC の施設紹介、Mekong Endo-Surgery Development Association (MESDA)² の紹介の後、4K イメージデモンストレーション、3D 内視鏡のデモとトレーニングのトライアル体験を含む施設内見学を行った。施設内には、ドライラボ、ウェットラボ（9 台）、洗浄消毒室、保管庫のほか、修理センターもある。MESDA のスキームでは、チュラロンコン病院とシリラート病院ではカダバーのトレーニングを、T-TEC ではドライラボ、ウェットラボでのアニマルトレーニングを主に行っているとのことであった。

C.成果

タイの病院、医師・看護師、日本の複数の大学を巻き込んで、メコン地域のマーケットに先行投資するオリンパス社の取組は、日本の企業にとって参考となるものと言える。T-TEC に今後どのような企業が参画し、どのような機器が導入されるか、その発展状況を注視していきたい。

T-TEC のような施設は、日本の医療機器のショールーム、トレーニングセンターに発展する可能性があり、オールジャパンをアピールする事例として参考になったとの意見があった。

③タイにおける医療機器ビジネスセミナー

A.セミナー概要

盤谷日本人商工会議所（JCC）、日本貿易振興機構（ジェトロ）、在タイ日本国大使館及び MEJ の 4 者の共催によるビジネスセミナー。インターコンチネンタルバンコクホテルにて開催され、約 150 名が参加した。基本的に日本人を対象としたセミナーであり、全プログラム通して日本語（若しくは日本語通訳を介したタイ語）で実施された。

² メコン地域（タイ、ベトナム、カンボジア、ミャンマー、ラオス）における内視鏡外科手術の普及・促進を目指す NPO 法人。T-TEC 等を研修施設とする。

図表 6 セミナー概要

日時：2017年9月4日（月）15:00～20:30
場所：インターコンチネンタルバンコクホテル 4F ボールルーム 1
主催：JCC、ジェトロ、在タイ日本国大使館、MEJ
協力（日本側）：METI、関西医療機器産業支援ネットワーク（近畿経済産業局、京阪神商工会議所）、神戸市・（公財）先端医療振興財団、（公財）東京都中小企業振興公社、（一財）福島医療機器産業推進機構、医機連

時間	スケジュール	講演者
15:30～16:00	主催者挨拶、フォトセッション	
16:00～16:15	JCC ヘルスケア担当委員会の活動について	JCC ヘルスケア担当副委員長 池田竜也氏
16:15～16:45	タイの医療機器市場について	Principal Researcher, MTEC
16:45～17:15	タイの医療機器産業投資優遇制度	Senior Executive Advisor, BOI
17:15～17:45	タイの医療機器承認制度	Director, Medical Device Division, FDA
17:45～18:15	質疑応答	
18:00～20:30	交流会	

※セミナーの前後の時間に、BOI 個別相談会 30分程度/回あり（希望制）。

出所) MEJ 作成

B.講演・セミナー

主催者挨拶として、JCC 副会頭でヘルスケア担当委員長の黒田伊佐央氏が登壇し、タイ政府は「中進国の罫」から脱却すべく「タイランド4.0」と呼ばれる産業の高度化に取り組んでおり、その中でも医療機器産業を含めたヘルスケア分野は重点産業の一つとして位置づけられ、タイ政府の期待も大きい分野であること等が説明された。続いて、同じく主催者挨拶としてMEJ 相川理事から挨拶があり、MEJ の活動内容の紹介、ジェトロとの協業等による日本の医療サービス・技術の国際展開の取り組み等が説明された。

続くセミナーでは、JCC のヘルスケア担当委員会の取組紹介と、タイ側の3名の専門家による市場動向、投資優遇制度、医療機器承認制度に関する説明が行われた。

図表 7 講演内容

講演者	講演概要
JCC ヘルスケア担当副委員長 池田竜也氏	「JCC ヘルスケア担当委員会の取組」 ・ タイの日本企業へのアンケートで一番要望の多いのは薬事法関連の情報であり、続いて薬事審査期間等である。これらの内容に関して、会員に対する情報提供を行っている。

講演者	講演概要
	<ul style="list-style-type: none"> ・ タイは2021年には高齢者が20%を超える高齢化社会に突入する。 ・ 今後も、タイに進出する日系企業の支援を行っていく。
<p>Dr. Kriskrai Sitthiseripratip, Principal Researcher, National Metal and Materials Technology Center (MTEC)</p>	<p>「タイの医療機器市場について」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ タイランド 4.0 を揚げ、成長産業の創出に注力していく。オートメーション、食品、デジタル、クリエイティブ等。ヘルスケアも重点産業の一つ。 ・ タイではバムルンラード病院、バンコク病院等の私立病院が医療ツーリズムを牽引。 ・ 公立病院における支出の多い医療機器 TOP5 は以下のとおり。1)循環器、2)整形外科・人工関節、3)眼科・耳鼻咽喉科、4)歯科、5)リハビリ。 ・ タイでは高齢化が進んでおり、2019年には60歳超の高齢者が15歳未満の若年層の数を超える。2030年には、60歳超の高齢者が1,950万人に。高齢者向けヘルスケアとしては、高齢者用病院、スマートヘルス、遠隔医療が求められている。
<p>Dr. Bonggot Anuroj, Senior Executive Advisor, Office of the Board of Investment (BOI)</p>	<p>「タイの医療機器産業投資優遇制度」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 投資特典は業種に基づく特典と、国や産業発展に貢献する活動に対する投資促進のための追加特典（メリットによる特典）から成る。 ・ 業種に基づく特典は、業種の重要度に応じて付与される。グループ A は法人税・機械・原材料の税的恩典及び非税的恩典を付与する事業で、A1～A4の4段階に分類される。グループ B は機械・原材料・非税的恩典を付与しファシリテーションをする事業で、B1～B2の2段階に分類される。 ・ メリットによる特典については、例えば競争力向上への追加特典では投資・費用の種類により免税上限の追加額や、追加法人税免除期間が異なる。 ・ BOI 奨励を受けた医療機器事業としては、使い捨て製品が最も多く、全プロジェクトに対する割合は44%。これには、血液チューブ、血液バッグ等が含まれ、企業例としては川澄化学工業や日機装がある。続いて、光学レンズ・コンタクトレンズの16%であり、企業例としてはHOYA等がある。
<p>Miss Yuwadee Patanawong, Director, Medical Device Control Division, Food and Drug Administration (FDA)</p>	<p>「タイの医療機器承認制度」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 現在のタイにおける医療機器関連規制は2008年の医療機器法に基づいており、現在法改定作業中である。 ・ 2014年11月にASEAN 10か国がASEAN Agreement on Medical Device Directive (AMDD) に署名した。タ

講演者	講演概要
	<p>イも 2017 年 12 月には批准予定。商品によって異なるが、猶予期間は 1 年から最大 4 年である。</p> <ul style="list-style-type: none"> 福祉用具に関しては、タイでは松葉杖のような医療用杖だけでなく、老人の転倒防止用の杖も医療機器登録が必要。その製品がどのような機能を謳っているかが重要で、ファッション用や自己防御用は医療機器登録の必要はない。

出所) MEJ 作成

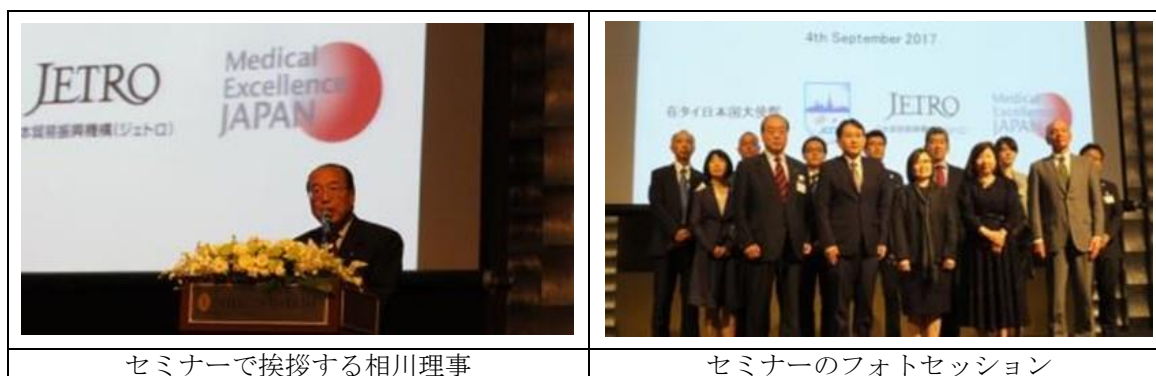
C.交流会

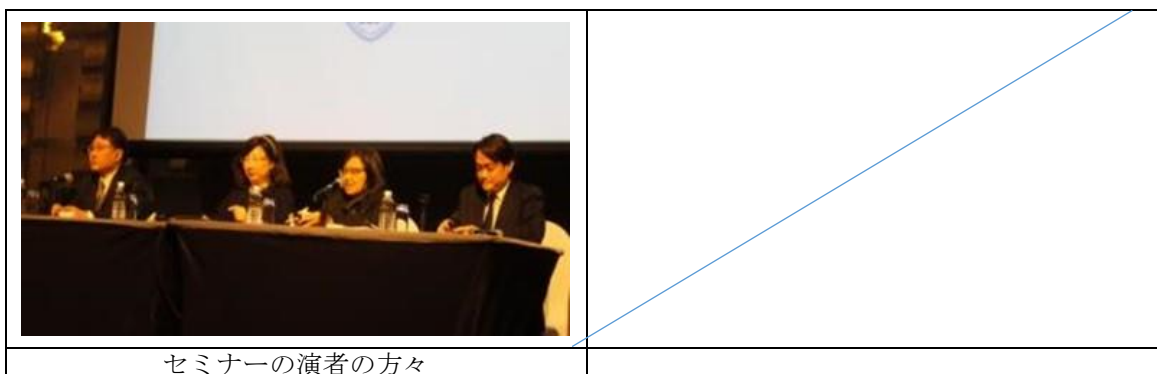
セミナーに続いて、隣室の会場で交流会が行われた。ジェトロ サービス産業部 ヘルスケア産業課の佐藤課長が乾杯挨拶において、MEJ とジェトロの連携について紹介した。

D.成果

本セミナーは、主催者の中でも主に JCC が企画の中核を担い、講演者等を選出した。一方、講演者のうち FDA や BOI は日本国内でも講演を実施しているため、日頃から本テーマに関心のある官民ミッション参加企業にとっては既知の内容であり、官民ミッションメンバーからは、上記機関と直接意見交換をする場の設定等が有効との意見等がみられた。JCC、ジェトロ、FDA、BOI は現地でビジネスを行うに際して重要な機関であることから、本セミナーや交流会を機に、今後これら機関との関係構築が進むことを期待する。

図表 8 セミナーの様子





出所) MEJ 撮影

④シリラート病院(Siriraj Hospital)訪問

A.病院・訪問概要

国内で最も権威ある病院の一つで、2,111床、年間外来287万人、入院97,000人。欧米の最新機器を揃える。入院患者はがん患者が最も多い。近年、富裕層向け私立病棟、Siriraj Piyamaharajkarun Hospital (SiPH)も展開している。

全体会議には、シリラート病院側より5名程度の医師が参加予定であったが、急用等が入り、糖尿病分野の医師1名のみ参加となり、その後分野ごとに分かれて病院見学を行った。

B.病院・取組紹介

公立病棟の外来患者数は3,000人/日。公立病棟では新たな外来棟を建設中で、2年後をめどにオープン予定である。また、私立病棟(SiPH)は開設後6年目である。公立病棟では、診察待ち時間が長い。SiPHではタイ最高峰のドクターの診察を受けられ、スパやタイ伝統医療も提供されている。手術手技トレーニングは2012年より開始されている。臨床トレーニングは、当初は米国より医師を招待していたが、現在では学内講師により指導している。

当該大学内に大分大学が院内に海外事務所を設置し、内視鏡トレーニングを実施している。

C.院内見学

冒頭、シリラート病院のトレーニングプログラム(Siriraj Medical Simulation for Education and Training Center: SIMSET)に関するビデオを視聴した後、MEJ紹介、脇特任准教授・長谷川准教授からのプレゼンテーションを実施した。その後、4グループ(内視鏡外科、整形外科、放射線科、糖尿・透析センター)に分かれて院内見学を行った。

図表 9 院内見学の概要

グループ	見学概要
内視鏡外科グループ	<ul style="list-style-type: none"> ・ 外来は最大 60 名／日。 ・ スペースの制約により、手術室は 6 部屋のみとなっており、新棟に新しい手術室を設置する予定。 ・ GI センター（消化管センター）は、内視鏡検査を必要とするクリニックにも開放されている。 ・ 病院側都合により外科手術部門の見学はできず。
整形外科グループ	<ul style="list-style-type: none"> ・ 参加企業各社よりショートプレゼンテーションを実施。 ・ 病院スタッフの案内で病棟を見学。ただし、廊下までの見学にとどまり診療スペースに入ることはできず。なお、病棟内は設備・照明・空調等いずれも古く、蒸し暑かった。
放射線科グループ	<ul style="list-style-type: none"> ・ MRI 4 台、CT 4 台（基本は 64 スライス。高度な検査には 128 スライスを使用）。うち、3 台は診断センター、1 台はハイブリッド手術室にある。さらに、心臓疾患センターにも CT が 1 台あり。 ・ CT 検査者数：約 400 人／日、超音波検査者数：約 200 人／日。 ・ X 線センターは救急患者用には 24 時間オープンしているが、通常は夜 7 時までの営業。 ・ 同院はより精密な検査を行うので、私立病院よりも放射線検査に時間をかけている。例えば、脳スキャンは、私立病院では 20 分間だが、同院では 40 分かけている。 ・ 近年は、3D 画像による検査件数も増加している。
糖尿・透析センターグループ <ディスカッション>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 糖尿センターは、治療ではなく研究を目的としている。 ・ 病院内には、通常の糖尿病患者の治療（20 床程度）に加え、Rehab Foot クリニックや糖尿網膜症クリニック、肥満学外科、予防医学センター等、糖尿病に関連する多くのクリニックがある。周辺の病院から多くの重症患者が送り込まれるので、足を切断する事例も多い。 ・ 同院の医師は全員、手術手技と臨床のトレーニングを 1 年から 2 年間、アメリカで受ける。 ・ 17 名の医師（内分泌学）が所属。うち 5 名は小児糖尿病分野である。 ・ 年間 5 万人が通院し、うち新規患者は 1 万人、小児患者は 2,000 人である。 ・ 同院では小児 1 型糖尿病患者をタイで最も多く治療している。 ・ 糖尿病患者のうち 99% が 2 型であり、うち 49% の患者が 40～65 歳である。 ・ 同院では、透析を要する患者のうち 70% を腹膜透析（PD）で治療している。腹膜透析ならば、政府の保険でカバーできる。腎移植に関しては、臓器提供者の数が少ないため、長いウェイティングリストがある。 ・ 同院は、NHSO（社会保険庁）、タイ糖尿病学会、タイ内分泌学会、小児内分泌学会、MOPH 傘下の病院、MOPH 医療局（Department of Medical service）と MOU を結んでいる。 ・ 糖尿病研究の分野では、外国の研究機関とコラボレーションしている。

出所) MEJ 作成

なお、糖尿・透析センターグループは、院内見学ができない代わりに、医師と医療スタッフ3名を囲み、医師からのプレゼンテーションの後、ディスカッションを行った。

脇特任准教授との相互の質疑・意見交換を行った結果、患者教育の重要性について同意が得られた。日本でもタイでも、患者がそのうち通院しなくなってしまうかもしれない現状があり、これに対しシリラート病院では、小児キャンプや、食事についてのトレーニングを実施している。

タイ側から患者のモチベーション維持の方法に関心が示されると、日本側からは、患者が正しい情報を知っているだけではなく、定期的に患者に情報を知らせること、また、ICTによる患者管理では患者に「(自分は)見られている」と意識させることが重要であり、自動的に患者データがセンターに届くだけでなく、Eメールやアプリ上での医師からのアドバイスが有効であるとの説明がなされた。

各グループの院内見学の後、私立病棟（SiPH）の見学を行った。

図表 10 シリラート病院見学の様子

	
<p>公立病棟の外観</p>	<p>私立病棟のフロア一覧</p>
	
<p>院内見学・整形外科グループ： 各社よりショートプレゼンを行った</p>	<p>院内見学・糖尿・透析センターグループ： タイの先生プレゼン後のディスカッション</p>



出所) MEJ 撮影

⑤タマサート病院(Thammasat University Hospital)訪問

A.病院・訪問概要

タマサート病院は、バンコクから車で1~1.5時間の距離にある、541床、年間外来患者約70万人の病院。タイ版臨床工学技士養成課程の設立を目指している。また、2017年に日本式透析センター開設予定(2017年9月時点)。交換留学制度等により日本とは長く連携をしている病院である。同院からは、Dean of Chulabhorn International College of Medicine of Assoc. Prof. Kammal Kumar Pawa M.D.、九州保健福祉大学 保健科学部 臨床工学科の竹澤真吾教授をはじめ10名の参加をいただいた。

B.病院・取組紹介

竹澤教授の司会の下、タマサート大学国際医学部(Chulabhorn International College of Medicine: CICM)学部長からの挨拶、CICMのビデオ視聴、タマサート病院概要説明、長谷川准教授・脇特任准教授からの日本の内視鏡医療・糖尿病医療に関するプレゼンテーションを行った。

CICMはASEAN広域のトレーニングのハブ施設となるべく、2012年8月に建てられた。今後、イノベーションセンターとして、ショールームのようにあらゆる機器を輸入することを目指している。各国からの学生にも奨学金を提供しており、九州保健福祉大学のほか、名古屋大学やBUCM(北京中医薬大学)、グリフィス大学(オーストラリア)、アルバータ大学(カナダ)、バムルンラード病院、Pan Rajdhevee Suphannahong Foundation(タイの民間病院)とも連携を行っている。またCICMへの医療機器提供で協力している日本の大学、企業等とMOUを締結している。タイ国政府も、CICMと海外との連携に期待を示しているという。

CICMでは以下のプログラムを提供している。

- ・ 学部生向け教育：医学、歯科手術、心臓胸部技術、中医
- ・ 卒後教育：修士課程として、皮膚科学、老年社会学、長寿医学、ヘルスケアマネジメ

ント、統合医療、生物臨床科学。統合医療と生物臨床科学には博士課程もあり。

また同院は、来年に新病院を建てる計画で、本病院は日本からの技術を移転し、ハイテク機器によるデジタル病院とする予定であり、この病院に関し、将来の連携について期待が寄せられた。

C.院内見学

その後、4グループ（X線・放射線科、手術室・整形外科、透析、消化器外科）に分かれての院内見学と、CICM新棟の見学が行われ、日本側参加者は活発な質問をしていた。

図表 11 院内見学の概要

グループ	見学概要
X線・放射線科グループ	<ul style="list-style-type: none"> ・ 病院は値引き率の高い企業からまとめて医療機器を購入する傾向にある。医療データ統合の観点からも、同じ企業から購入した方が有益である。 ・ 医師が医学生の頃から欧米の機器で訓練を受けているため、現在、院内の多くの機器は欧米製である。
手術室・整形外科グループ	<ul style="list-style-type: none"> ・ 手術着に着替え、手術室を見学。 ・ CSSD（中央材料室）を見学。 ・ 案内してくれた医師と、後日ミーティングの場を設ける合意した参加企業もあった。
透析グループ	<ul style="list-style-type: none"> ・ タイの3つの保険制度のうち、国民の60%程度が加入するUCでは、腹膜透析（PD）しか保険適用されない。国民の30~40%が加入するSSSやCSMSでは、血液透析（HD）も保険適用となる。 ・ 10年以上透析治療を続けている患者が多い。 ・ PDの患者は公立病院に通わなければならないが、HDの患者は公立病院、私立病院に加え、タイに400施設あるある民間の透析センターでも治療が可能。しかし、PDからHDに移行する患者は10%程度にとどまる。 ・ 同院の患者の平均年齢は60歳。90%の患者が政府の保険適用の範囲内での治療を受けている。 ・ 透析センターは30床。月、水、金の週3回診療。1日平均90名の患者が利用している。 ・ 透析治療の際、針を抜いた後は、普通のガーゼで止血しているとのことであったので、参加企業から製品プレゼン、サンプル提供を行った。病院スタッフも関心を示したが価格面が課題であり、今後フォローアップ予定。他企業も熱心にPRしていた。 ・ RO水を院内の大型タンクに貯める方式をとっており、水質汚染の可能性も考えられるが、患者透析装置にはエンドトキシンカットフィルター（ETRF）がついているので、治療には問題ないといえる。 ・ ダイアライザーは最大25回リユースする。院内で、ダイアライザーを薬液で手洗浄している。洗浄方法を示した指示書が掲示されているが、配管接合部等、洗浄し切れない部分から、感染の可能性は残る。

グループ	見学概要
	<ul style="list-style-type: none"> タイ腎疾患に透析に関する統計は、タイ腎臓学会の Web サイトで確認できる。
消化器外科グループ	<ul style="list-style-type: none"> 手術室は 4 部屋。将来的には部屋数を増やす予定。 約 2,000 人／月が利用。ひと月に 250 名が消化管内視鏡検査をしており、50 名が心臓病治療機器 EECF (Enhanced External Counter Pulsation、Vasomedical 社) を利用している。
CICM 見学	<ul style="list-style-type: none"> 6F には BME 育成のため CDDS 等透析機器をはじめとする日本製機器が陳列されていた。 7F はトレーニングとデモのための、内視鏡、心疾患治療を中心としたトレーニング施設であり、デジタルクラスルームやコントロールルームのほか、GI センターと Cardiac Training Center が入っている。GI センターは日本色を出した装飾で、内視鏡、手術台が入っている。Cardiac Training Center は、ThaiMED の代表が経営する Techno Medical と協働している。 新棟のほとんどの機器が寄付によるもの。今後、ここに日本の中小企業製を含む、より多くの機器を入れてトレーニングを充実させていきたいとの協力呼び掛けがあった。

出所) MEJ 作成

D.成果

九州保健福祉大学の竹澤教授に病院との調整をいただき、病院側から院内見学に十分な対応が得られたことにより、ミッション参加者の満足度は高かった。

ミッション終了後、来年オープンする新病院への日本製機器導入に向け、CICM から連絡を頂いている。

図表 12 タマサート病院見学の様子

	
<p>タマサート大学外観</p>	<p>CICM の新棟</p>
	
<p>院内見学・透析グループ： 奥の洗い場でダイアライザーを手洗浄</p>	<p>院内見学・透析グループ： ダイアライザー洗浄の手順書</p>
	
<p>見学の様子</p>	<p>参加者と病院側メンバー</p>
	
<p>CICM のトレーニング施設</p>	



CDDS の解説パネルや展示機器には操作しやすいよう英語や数字でシールがついている。

出所) MEJ 撮影

⑥チュラロンコン病院(King Chulalongkorn Memorial Hospital)訪問

A.病院・訪問概要

チュラロンコン病院は、1914年、ラーマ6世により設立された王立病院である(シリキット王妃殿下がPresident、シリントーン王女殿下がExecutive Vice-President)。タイ赤十字社傘下の病院で、チュラロンコン大学医学部と連携している。1,450床の三次医療の教育病院で、年間の外来患者は180万人、救急患者は3.8万人、入院患者は5万人弱である。1日当たり平均130~140人が新規入院し、ベッド占有率は75%、平均在院日数は8.5日。700名の指導医(358名が医学部、残りはタイ赤十字社の所属)、2,098名の看護師、5,277名のスタッフがいる。非営利団体、学術組織であり、患者へのサービス提供だけでなく、研究・研修のミッションも持ち、80以上の専門領域への研修を行っている。

Bhumisirimangalanusorn Building という新たなメディカル・コンプレックスを建てただけで、2017年中に患者へのサービスを開始し、翌年には全面オープン予定である。本件は、チュラロンコンの大改革の一環で、最新の医療機器、サポートシステム、診断システムの導入が期待されている。また、陽子線治療機の導入を予定(5年後に稼働)しており、日本、中国(台湾含む)、韓国に続き、アジアで4番目の国となる。

また、デジタルホスピタルへシフトしている最中であり、ICTシステムで患者登録や管理を行っている。電子カルテ(Electronic Medical Record: EMR)の導入も間近である。同院からは、Assistant Director, Research and excellent center の Prof. Kearkiat Praditpornsilpa, M.D.をはじめ9名の参加をいただいた。

B.病院・取組紹介

Prof. Kearkiat Praditpornsilpa 及び経済産業省 長田課長補佐の挨拶に続き、病院概要の紹介が行われた。

同院のビジョンとして、医療サービス、研究の双方において医療機関の模範となること

が挙げられ、そのために、a) ケアと治療の国家的基準を高め、全ての国民に卓越した医療サービスを提供すること、b) e-Health（遠隔医療、モバイルヘルス）等の ICT に注力すること等が目指されている。

同ビジョンの達成に向け、新しいエクセレンスセンター（EC）を建設し、a) タイ国民に対し治療への新たなアプローチを提供すること、b) より良い治療結果（アウトカム）を出し、他機関をリードすること、c) 最先端技術、新薬、スーパースペシャリスト、スーパー三次医療チーム等、医学界における影響度の高い研究を発表し貢献すること、d) タイにおける社会的インパクトや、効果的なケアフローの多様性を考えること等が目標とされている。また、EC では、循環器、神経、腫瘍、臓器移植、救急救命、新興疾患、肝細胞、人工細胞（再生医療）等に重点を置くとともに、高精度医療（プレジジョン・メディシン）や老年センター（高齢者医療）を手掛けていくという。

現在、タイの医療は ICT の有効活用へと向かっており、同院は全国の医療機関に、医療分野でどのように ICT やデジタルプラットフォームを活用すればよいかを示していきたいと考えている。

C. ディスカッション

その後、MEJ 相川理事による MEJ 紹介、脇特任准教授による糖尿病に関するプレゼンテーションが行われ、活発な意見交換が実施された。ディスカッションのテーマは、スマートフォンによる糖尿病患者管理から、透析、モバイルヘルス、遠隔医療にまで多岐にわたった。ディスカッションの要旨は以下のとおり。

a. スマートフォンアプリによる糖尿病患者管理

チュラロンコン病院では、血糖値測定頻度が少なくなる傾向のある患者を懸念しており、測定頻度の低下を防ぐため、血糖値測定アプリを患者に提供している（3 か月間はトライアルとして貸与、トータルでは 1 年間使用される）。また、1 週間測定を行っていない患者にはコンタクトしている。医師がモニターしているという感覚を患者に持ってもらうことが重要で、これにより測定頻度を高めることができるとのことである。一方で、頻繁なコンタクトなしには、特に開始から 3~4 か月経過した頃には測定アプリの使用を止めてしまう患者が多く、また、医師は異常値を示す患者には常にコンタクトしている。メタボリックシンドロームの患者にはよい結果が出やすい一方で、2 型糖尿病患者は 6 か月経つと元の数値に戻ってしまうことも多く、より頻繁なモニターが必要であるとのことである。

同院では、2 型糖尿病患者用のスマートフォンアプリを開発しており、食事の内容等を患者が確認することができる。他大学の栄養研究所からのデータベースを使っており、約 1,000 種類の食事データが含まれる。一方、本アプリの使用に関する患者のモチベーションが高くないことが課題である（日本でも同様の課題があり、企業と協業して従業員へのモチベーションを高める工夫等が検討されている）。患者に対する継続的な知識とモチベーション

の提供が重要であり、これらにより血圧や血糖の値を適切に維持することができると考えている。

b.人工透析

チュラロンコン病院では、4年前に CDDS の導入を検討し、日本企業に相談したことがある。日々透析を行うため、システムをいかに円滑に用いるかが課題であり、複雑な技術の移転、機器を使用する人材の確保、日本語から英語への翻訳等の課題があり、CDDS の導入を断念した経緯がある。現在、同院では個別式の透析機を使用しており、最良の効果をを得るために水質管理に重点を置いている（これに対し日本側からは RO 水の使用を提案。チュラロンコン病院の希望があればエンドトキシン試験を実施することを申し出た）。

c.モバイルヘルス

チュラロンコン病院から、モバイルヘルスは生活習慣病の全ての課題（例：慢性腎臓病では血圧、摂取タンパク量、食事歴、睡眠の質等のライフスタイル等）をカバーできるように設計されるべきで、1つのアプリで全ての情報を正確に管理できる状況を目指しているとの考えが示された（日本では、透析開始を余儀なくされる患者を減らすための慢性腎臓病患者向け国家プロジェクトを推進中で、モバイルヘルスの役割を検証している）。

同院では、何度も医師の診察を受けに来るのを苦痛に感じている患者も多いとのことで、モバイルヘルス等により患者・医師間の双方向コミュニケーションが可能になれば、長期的に非常に有用との意見が示された（日本のアプリには、月次レポートの機能、血圧・血糖値レベルを毎日患者に自動的送信する機能、医師の診察を受けた方がよいのかを示唆する機能等があることを説明）。

d.遠隔医療

日本側から、医師と僻地に住む患者の間をつなぐ遠隔医療が開始されたことを説明。チュラロンコン病院側からは、日本から学びたい分野の 1 つに遠隔医療があり、どのようなソフトウェアやアプリが用いられているのかとの関心が寄せられた。同院では、現在遠隔医療プログラムを開始し始めたばかりで、近々完全実装される予定である。まずは、服薬状況がよく、自己管理ができている腎機能障害患者からスタートするという。

同院の課題としては、様々な測定機器と接続できるアプリ（例：血糖センサーから自動で血糖値をスマホに取り込む等）の開発が挙げられた。同院では、家庭で使用されている様々なデバイスとの親和性の高いプラットフォームを探しており、公平な競争と品質による評価を行い、調達先を選定したいと考えている。

また、投薬履歴を管理するアプリの開発を検討中であり、お薬手帳のシステムを持ち、海外進出にも興味を持つ日本調剤に対して関心が寄せられた。

D.院内見学

その後、4 グループ（内視鏡外科、放射線科、透析、CSSD）に分かれての院内見学を行った。

図表 13 院内見学の概要

グループ	見学概要
内視鏡外科 グループ	<ul style="list-style-type: none"> GI 内視鏡センターには、20 名の GI 医師、20 名の研修医、20 名の看護師、その他のサポートスタッフがいる。胃腸運動異常専門医（GI motility doctor）は 3 名おり、副院長もその 1 人である。 センターには毎日約 180 名の患者が訪れる。 センターはアジア諸国と多くの交換留学生プログラムを実施してきた。また、他国からも多くの研修生を受け入れている。センターは、6 か月のプログラムで、外国人医師がライブデモを実施できる特別なライセンスを持っている。 10 室があり、多くが診断のために使用されている。1 室は改装され、内視鏡手術室へと変わる予定。いくつかの室は、内視鏡的逆行性胆管膵管造影（Endoscopic Retrograde Cholangio Pancreatography: ERCP）で使用される。 同院は、現在、JICA プログラムの 1 つに参加しており、「Thailand's eastern seaboard region」の担当でもある。 医療機器調達は、購入ではなくリースに切り替えようとしている。そうすれば、機器が停止した際にも、新しい機器に替えてもらうなどのサポートも受けられる。
放射線科 グループ	<ul style="list-style-type: none"> CT、MRI、PACS、リニアック（6 台+今後さらに 3 台を導入）等最先端の外国製機器を導入。陽子線治療機器も導入が決まっている。
透析 グループ	<ul style="list-style-type: none"> 透析を受けている患者の 50% が 20 年以上の透析を受けている。最長は 26 年。 現在の透析センターのキャパシティは 100 人。新棟は 2 倍以上の受入れが可能。 新棟での機器調達は、複数国のサプライヤーからの購入を考えている。Private-Public Partnership（PPP）も 1 つの選択肢。
CSSD グループ	<ul style="list-style-type: none"> 滅菌には 2 つのサービスがあり、1 つは CSSD、もう 1 つは Theater sterilized supplier department である。前者は全科へのサービス、後者は手術室へのサービスである。 洗浄機は、250 リットルを 1 基、760 リットルを 4 基。日本ではあまり見ない 4,800 リットルを 1 基所有している。 年間約 100 万パーツ（約 330 万円）の保守サービスを外国メーカーから受けている。年に 1 回担当チームが来て全システムをチェックする。同院に常駐（週 5 日、平日）する整備士は 1 名。時折、常駐整備士では対応できない問題も発生し、他チームの来院を待つ等、修理に 2~3 日かかることがあり、これが全プロセスに影響を及ぼす。 同院は、上記外国メーカーのチーム満足度として、10 点満点中 7

グループ	見学概要
	<p>～8点を与えている。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 歯科の全材料も当該部署の責任になる予定で、近い将来、超音波洗浄機等新機種が必要になる可能性がある。 ・ 同院はアフター・セールス・サービスを心配している。参加企業は再度、チュラロンコン側の担当者とコンタクトを取り、詳細な情報提供を行うこととした。

出所) MEJ 作成

E.成果

チュラロンコン病院は、ICTの活用に非常に積極的であり、その点で、ICTを活用した糖尿病管理を進めている脇特任准教授からの講演内容及びディスカッションは先方ニーズとマッチしていた。ICT以外にも、高齢者医療にも力を入れていくとのことで、日本との協業の可能性が大きいことがうかがわれた。

図表 14 チュラロンコン病院見学の様子

	
チュラロンコン病院外観	外来受付機
	
待合スペース	公立病院では血圧は患者自身で測る

	
<p>ミッション団を歓迎</p>	<p>参加者と病院側メンバー</p>
	
<p>糖尿病に関する議論で活発に行われた</p>	
	
<p>院内見学・放射線科グループ： リニアック（Varian 製）</p>	<p>院内見学・放射線科グループ： 陽子線治療の建設予定地</p>

出所) MEJ 撮影

⑦私立病院協会(Private Hospital Association: PHA)訪問

A.組織・訪問概要

私立病院協会には 317 病院が加盟。うち、JCI 認証施設は 44 病院となっている。私立病院協会の月例会議の冒頭 1 時間を頂き、日本企業からのプレゼンテーションを中心に情報交換を実施した。タイ側からは協会長の Dr. Pongpat Patanavanich をはじめ 25 名の協会委員会メンバーに参加いただいた。

B.企業プレゼンテーション

協会長からの挨拶に続き、MEJ から MEJ 及び今回のミッションの概要紹介を行った。また、本ミッションには参加しているものの、私立病院協会との面談には参加できなかった 5 社に関する概略紹介を行った。続いて、参加 5 社によるプレゼンテーションと質疑応答を行った。

【各社のプレゼンテーション内容】

- ・ 旭化成メディカル：血液浄化療法（アフェレシス）と関連製品に関する紹介
- ・ オリンパス：内視鏡に関する製品の紹介
- ・ サクラ精機：洗浄・滅菌に関する製品の紹介
- ・ パナソニックヘルスケア：血糖センサー「Contour Plus」に関する紹介
- ・ 富士フイルム：X 線、内視鏡、PACS、超音波、マンモグラフィ等様々な製品の紹介

プレゼンテーション後には、欧米製品に対する日本製品の優位性、製品性能、製品使用方法・メンテナンス方法、製品保証期間、費用体系、タイ国内のディストリビューターの有無等をテーマに質疑応答が行われた。また、名刺交換等のネットワーキングや、各社製品に関心を持った病院関係者との個別詳細な質疑応答説明が行われた。

C.成果

会議終了後には、同協会が来年に実施予定である ASEAN 各国からの私立病院を集めた会議に対し、MEJ 会員企業の参加を求めたいとの要請があった。具体的時期等を確認次第、MEJ として検討を進めることとした（その後入手した情報では、イベント名は「Hospital Management Asia 2018」、2018 年 9 月 5～6 日に開催予定とのこと）。

私立病院協会の定例会の機に参加できたことで、タイの私立病院の主要グループの経営層 25 名の前で企業プレゼンテーションと名刺交換を行うことができた。今後、各社がアプローチし、具体的商談につながることを期待する。

図表 15 私立病院協会訪問の様子





出所) MEJ 撮影

⑧メディカル・フェア・タイランド(Medical Fair Thailand)2017 出展

A. イベント概要

バンコクのシキリットコンベンションセンターで開催された「Medical Fair Thailand 2017 (以下、メディカルフェア)」に出展した。本展示会はタイ最大の医療専門見本市で、2年に1回開催される。今回の出展者数は66か国830社、来場者数は9,000人に達した。

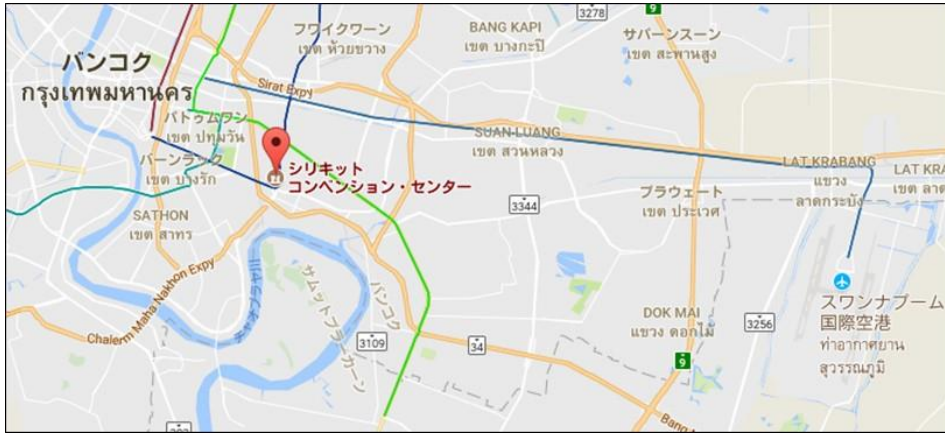
同展示会にはジェトロがジャパンパビリオンを出展しており、2017年7月に締結したMEJ-ジェトロ間の業務協力覚書の下、業務連携の取組としてパビリオン内にMEJブースを設け、MEJ・会員企業のアピールを行った。ジャパンパビリオンの規模は144㎡、出品企業数は16社である。

名称：Medical Fair Thailand 2017
主催者：メッセ・デュッセルドルフ・アジア
開催日程：2017年9月6日(水)～8日(金)
会場：バンコク シリキットコンベンションセンター
(Queen Sirikit National Convention Center)

日本からは、福島県庁、Tokyo SME (東京都中小企業振興公社)、関西からもそれぞれパビリオン出展がされていたが、ジャパンパビリオンとはブースが離れてしまっていた。中国、台湾、ドイツ、アメリカ、EU等17か国・地域がパビリオンを出展していた。また、タイ人よりも周辺ASEAN地域からの来場者が多く、国際色豊かな展示会であった。来場者の属性はバイヤー、医師・看護師・その他、医療従事者、医療機関経営者等であった。

開催地、会場外観を次図に示す。

図表 16 会場位置、会場外観のイメージ



※バンコク中心部より車で約 40 分、スワンナプーム国際空港からは車で約 1 時間



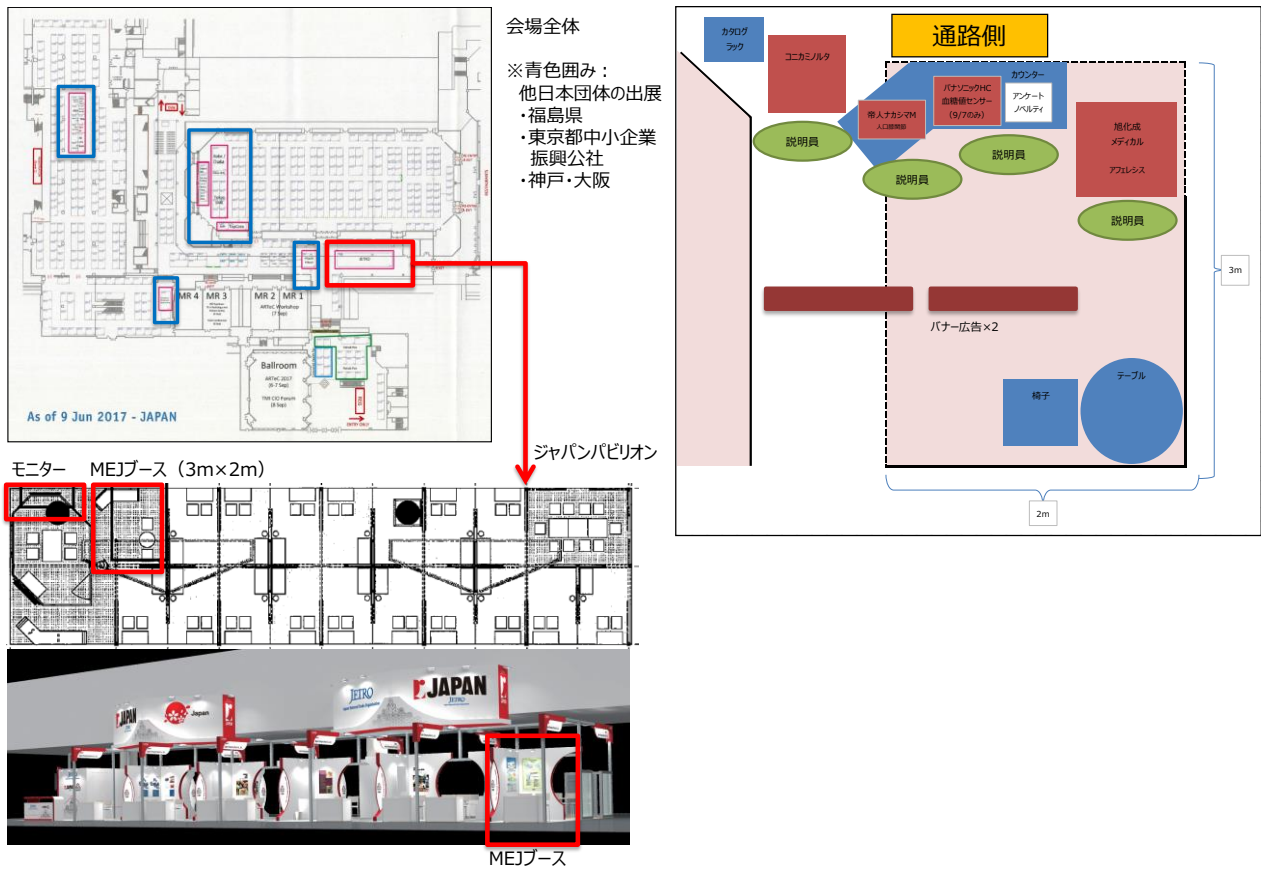
出所) MEJ 撮影・作成

B. 出展内容

a. ブース概要

ジャパンパビリオンは、メインエントランス近くの好位置を確保したため、来訪者がほかのブースに比較しても多いように見受けられた。

図表 17 ブースの位置（左）とブースレイアウト（右）



出所) MEJ 作成

b. 展示内容

MEJ ブース内に、①日本の医療、②MEJ 紹介、③事業内容と会員企業一覧の展示パネルを配置し、日本の医療と MEJ 事業内容、会員企業の認知度向上を図った。また、MEJ の活動内容紹介動画、パンフレット、本ミッション参加企業の製品紹介資料を配布するとともに、旭化成メディカル（透析・アフレシス装置）、コニカミノルタ（超音波診断装置）、帝人ナカシマメディカル（人工関節模型）、パナソニックヘルスケア（血糖値測定装置）の製品等を展示し、各社現地法人・代理店が製品説明、商談喚起を行った。アフレシス装置、超音波、血糖値計測装置が目を引きしており集客につながった。

図表 18 参加団体による出展・展示

製品出展企業

・旭化成メディカル株式会社
(透析装置・アフェシス装置)



・コニカミノルタ株式会社
(超音波診察装置)



・帝人ナカシマメディカル株式会社
(人工関節)



・パナソニック ヘルスケア株式会社
(血糖値センサー)



カタログ・映像展示企業/団体

・サクラ精機株式会社
(滅菌・洗浄装置、病理細胞診検査装置)

・ハクソウメディカル株式会社
(穿刺部被覆保護材※隣接ブースで製品展示)

・一般社団法人 Medical Excellence JAPAN

出所) MEJ 作成

図表 19 Medical Fair Thailand 2017 出展ブースの様子



通路側から見た MEJ ブース



ジェトロと MEJ のロゴを併記し、協業をアピール

①日本の医療

②MEJ紹介

③事業内容、会員企業一覧

展示パネル

出所) MEJ 撮影・作成

c.成果

ジャパンパビリオンには多数の来場者があり、日本の医療、医療機器への関心の高さがうかがえた。日本の医療紹介 VTR を放映した際は多数の来場者が立ち止まって注目している様子が見られた。日本の医療機器と医療技術をアピールすることができ、出展目的を達成できたと言える。

MEJ ブース来場者から回収したアンケートによると、日本の医療機器に対する高い評価とともに、タイへの機器の販売要望が多く見受けられ、MEJ ブースに出展した企業とのコンタクトの希望もあり、対応した。私立病院協会会長も MEJ ブースを訪れ、また、MEJ ブースに出展した企業からは、海外の競合他社のタイにおける参入状況を確認することもでき、非常に有益であったとの意見もみられた。

今後、医療関係者のブース訪問や、医療セミナーと併せて展示ブース設置を行う等、より効果的な、日本の医療をトータルで展開できるプロモーション方法を検討していく。

(4)ミッション参加者の評価・意見(アンケート結果より)

官民ミッションの参加企業及びメディカルフェアの MEJ ブース来場者に対して、アンケート調査を実施し、本ミッションの満足度評価を実施したところ、下記の結果が得られた。

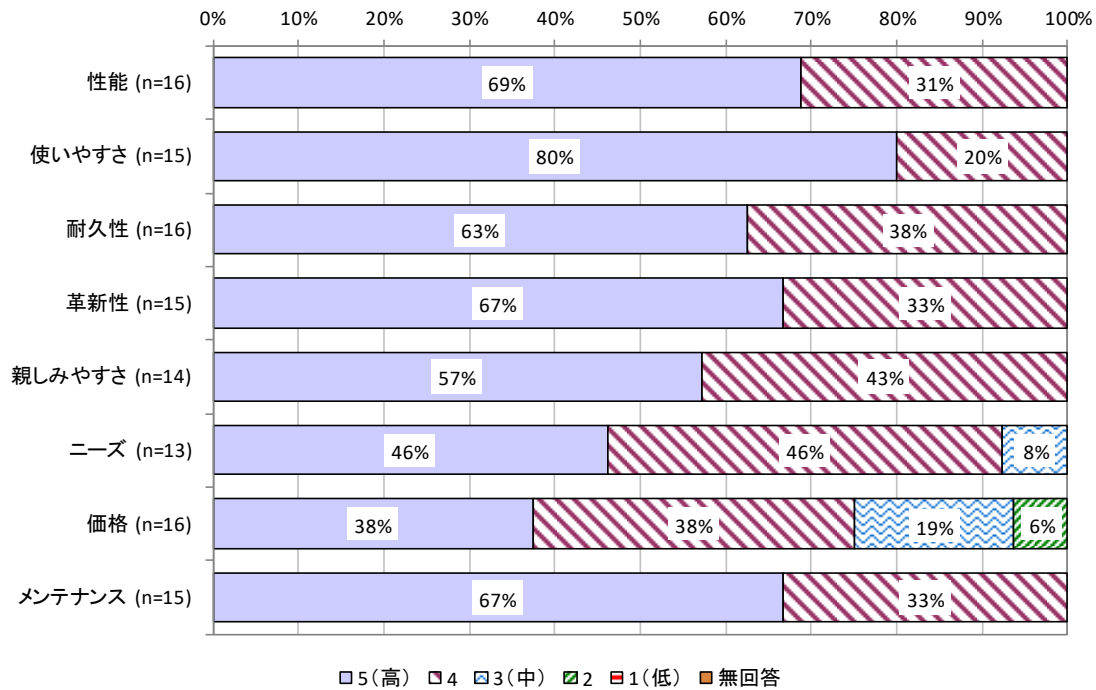
①展示会来場者による評価・意見

展示会ブース来場者向けに、日本の医療や医療機器に関するアンケート調査を実施した。回収数は3日間で約120件。アンケート調査結果のポイントは下記のとおり。出展企業のアピールにより、MEJ ブースの出展企業・製品に対し、高い関心が得られた。日本の医療機器を取り扱いたいとする要望もみられており、連絡を希望する対象者に対し連絡を行い、商談を実施中である。

【アンケート調査結果のポイント】

- ・ ブース来場者の約7割が代理店であり、次いで病院関係者が多い。
- ・ 来場者の国籍は中国、タイで4割を占める。これにミャンマー、バングラデシュ、インド等の東南アジア・南アジア諸国が続く。
- ・ 日本の医療機器に対するイメージは、高性能・使いやすい・高耐久性、メンテナンス対応等高い評価が得られた一方、価格については高いとの評価もみられた。
- ・ 日本の医療機器を取り扱いたいとの要望多数。
- ・ 検査、治療、予防等幅広い分野への関心がみられた。

図表 20 日本の医療機器へのイメージ



出所) MEJ 作成

②ミッション参加企業による評価・意見

本ミッションに参加した日本企業からアンケート調査方式による満足度評価を行った。回収数は 11 件であった。

本ミッションへの参加目的としては、「公立病院との関係構築」、「私立病院との関係構築」の回答が多い一方で、「病院への製品の売り込み」の回答は少数となっている。

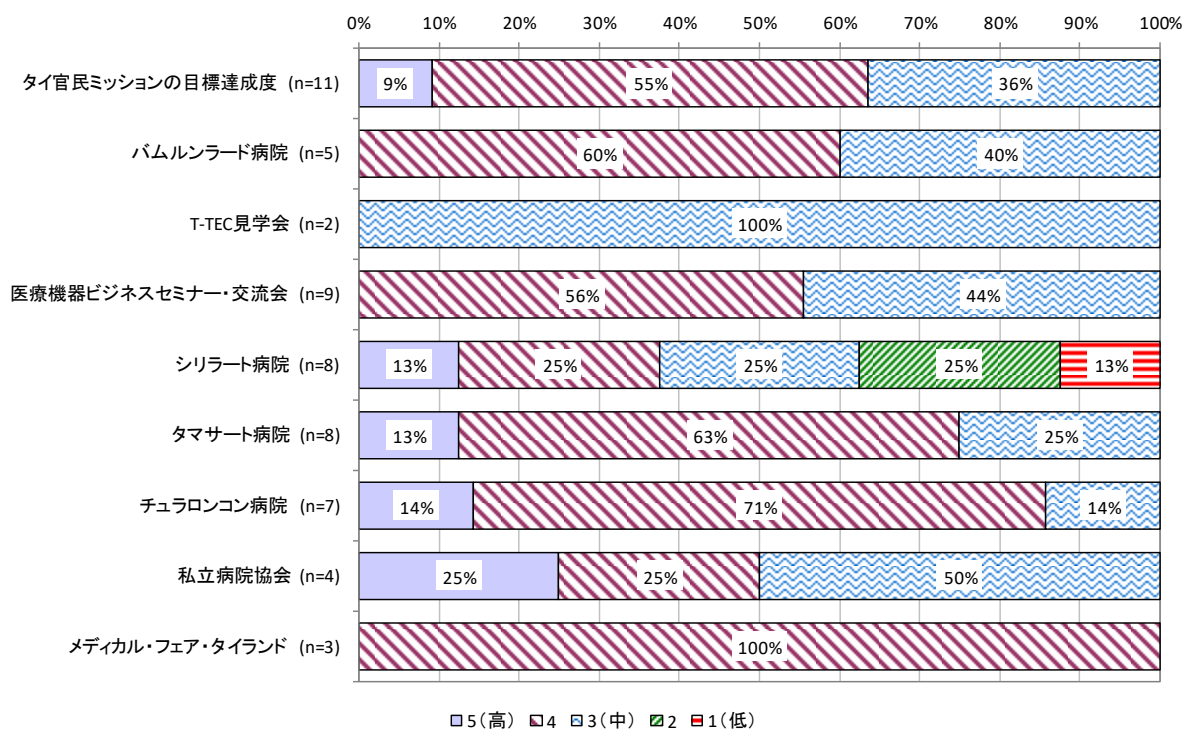
目標に対する達成度としては、2/3 が達成度 5 段階中の 5 と 4 と評価をしている。これらの評価を行った企業は、ネットワークの構築、現地病院の経営者・担当者等の連絡先の入手、病院関係者との意見交換、タイのマーケット事情の理解等々を評価している。一方で、比較的低い評価を行った企業（達成度 5 段階中の 3 と評価）からは、課題として、当初計画していた MOPH 訪問が実現しなかったことを惜しむ意見や、医療従事者との面談時間をより多くとりたいとの要望が寄せられた。

ミッション中の各プログラムの満足度としては、肯定的な評価（満足度 5 段階中の 5 と 4 と評価）を多く受けているのは、「メディカルフェア」、「私立病院協会」等となっている。メディカルフェアを評価する意見としては、ジャパンパビリオンとしての展示が効果的であり盛況であったこと、アジア各国の方々から多数の問合せがあったこと、他社の参入状況に関する情報が得られたこと等が挙げられている。また、私立病院協会訪問を評価する意見としては、私立病院の経営層に対し製品 PR と意見交換ができたこと等が挙げられている。

また、病院訪問においては、「チュラロンコン病院」、「タマサート病院」等で比較的満足度が高い一方、「シリラート病院」等では満足度が低かった。評価が高い病院では、複数の診療科から多くの医師の参加を得て、充実した意見交換・見学が実現した中で、得られる情報や知見が多かったことの声があり、逆に、評価が低い病院においては、参加医師が少なかったとの声があった。

官民ミッション全般に関する意見としては、日タイの医療従事者の関係性を構築する場として、政府が支援する官民ミッションは貴重な機会である等今後への期待の声や、商談に結び付けるためできるだけ多くの現地医療関係者との面談・PR機会を持つための運用上の工夫を希望する声が見られる。また、スケジュール変更が多かったことで参加や準備が難しかったこと等が課題として挙げられた。

図表 21 ミッション全般の満足度（ミッション参加企業による回答）



注) 「5」を最高、「1」を最低とした5段階評価で、それぞれの目標達成度・満足度を調査した。

出所) MEJ 作成

(5) ミッション後のフォローアップ

今回のミッションを受け、今後の事業化の芽としては、以下4点が挙げられる。これらについては重点的なフォローアップを行っていく予定である。

- ・ 各参加企業が、今回の病院訪問後、面談等のフォローアップを行うことを予定してお

り、その後の進展が期待される。

- ・ 従来からのタイにおける活動に加え、今回の官民ミッションの機会も重なり、訪問先病院への機器納入が決まった。
- ・ 親日意識の高いタマサート病院からは、ミッション後、新病院への日本製機器納入について具体的な打診を受けた。
- ・ 私立病院協会より、来年度タイで開催される Hospital Management Asia 2018 に対し、MEJ 会員企業の参加を提案された。

(6)成果と課題

タイ側の医療機関やジェトロ、JCC 等の関係機関の協力により、4 病院への訪問、私立病院協会との会合、T-TEC 見学、ビジネスセミナー開催、メディカルフェア出展とプログラムの多いミッションとなった。

これまでの官民ミッションと比較しても多い 4 病院を訪問し、また院内見学では複数グループに分かれ、テーマを細かく絞り込んだの見学を実施した。これにより、幅広い分野のミッション参加企業のニーズに対応しながら、タイの医療機関の状況把握と関係構築の機会を提供できたと考える。一方、参加企業のアンケートでは、見学対象病院において、より多くの関係者と、より多くの時間を、意見交換や企業 PR に費やしたいとの声が多く挙げられた。余裕を持った当日のスケジュールリングの下、今回のように小グループでの院内見学の際に参加企業から企業 PR の時間を併せて設ける等の運用の工夫が有効と思われる。

今回は、MEJ フォーラム会員にも参加を呼びかけ、1 医療機関（松原氏）に参加いただいた。泌尿器科医院の事務局長であり、透析及び医療機関の経営に通じている同氏の参加を得ることで、タイ側とのディスカッション及びタイ官民ミッションの振り返りに際して、活発な議論につながった。

また、ジェトロとの連携に関する効果的・具体的な施策案も別途、協議していく必要がある。

(7)個別フォローアップ(タマサート大学)

本ミッションにて訪問したタマサート大学国際医学部（CICM）より、新たに建設する病院に日本の技術を導入するための協力要請を受け、CICM 学部長以下 3 名の来日に合わせ、詳細を確認する打合せを実施し、日本の医療機関見学を実施した。

打合せ、見学を通じ日本の医療サービス、特に診療・会計データ管理面に高い関心を持った様子であり、引き続き協業の検討を進めていくこととした。

2)サウジアラビア

(1)背景と目的

2016年4月、サウジアラビア政府は、石油依存型経済から脱却し投資収益に基づく国家を建設していくことを目的に2030年までの経済改革計画「ビジョン2030」を発表した。同年9月にムハンマド・ビン・サルマン副皇太子が来日し、その際に安倍首相が同計画への協力を検討する会合の立ち上げに合意した。同年10月にサウジアラビアにて第1回の「日・サウジ・ビジョン2030共同グループ」の会合が開催され、世耕経済産業大臣参加の下、両国間で協力し貿易・投資機会の拡大を検討するワーキンググループの1つのテーマとして「健康・医療」が挙げられた。翌年3月のサルマン国王来日の際には「日・サウジ・ビジョン2030」が策定されるに至っている。

2017年2月には、サウジアラビア保健省（以下、MOH）来日の機会に日本政府、日本企業、MEJ等とのネットワーキングが日本で実施され、相互の理解を深める機会となった。

上記の背景から、同国との協力関係の強化及び医療関連ビジネスの拡大を図る好機と判断し、サウジアラビアを官民ミッションの対象国とすることとした。サウジアラビアへのミッション団派遣の目的は、日本の医療技術やサービスの認知度向上及び優位性のアピール、具体的なビジネスチャンスの創出に向けたきっかけづくりを行うことである。

【参考】サウジアラビア経済改革計画「ビジョン2030」の概要

ビジョンでは、①活気ある社会、②盛況な経済、③野心的な国家を3つの柱とし、①活気ある社会の「強固な基盤」の項に「医療制度の充実」を挙げ、以下の内容が明記されている。

- 医療制度の充実
 - ・ 過去30年間で平均寿命66歳→74歳。今後も予防医療と治療サービスの品質向上を図る。
 - ・ 公的部門は予防措置の促進と伝染病の防止に努めるとともに、プライマリーケアの活用を奨励 → 医療制度と公的介護の連携・統合、在宅医療のサポート
 - ・ 制度の品質向上、及び長期目線での民営化準備を進めるために、企業を通じた医療制度の普及を行う。
 - ・ 民間医療保険の整備、専門家やコンサルタントとの診療予約にかかる待ち時間の軽減等にも順次対処
 - ・ 心臓病、糖尿病、がん等、国家の脅威となりうる慢性病については、医師に向けてより良いトレーニング機会を提供し、実際の治療の質向上に努める。
- 目標：平均寿命を74歳から80歳に伸ばす
- コミットメント（企業の役割：効率的かつ高品質な医療制度を）
 - ・ 医療部門の企業化

- ・ 「医療サービスを提供する」という役割を国有企業のネットワークに移すことで、国有企業同士及び国有企業と民間部門との競争機会を創出
- ・ 企業化によりそれぞれが得意とする医療分野に特化したサービスを展開し、国民自らが治療を受けたい企業を選べる仕組みづくりを推進

出所) サウジアラビア・ビジョン2030 から MEJ 作成

(2)テーマと実施方法

2017年2月に日本で実施した MOH とのネットワーキングでは、先方から、内視鏡、循環器、糖尿病、救急・医療等の分野に対する関心が示された。そのため、上記4分野を中心に官民ミッションを展開することとした。

なお、サウジアラビアのミッションを、調査・調整のための事前ミッション（2017年5月）と本ミッション（2018年2月）の2回に分けて実施することとした。

(3)実施概要〔調査・調整のための事前ミッション〕

2017年2月に実施した MOH とのネットワーキングで関心が示された内視鏡、循環器、救急・医療分野に関し、2017年5月小規模なミッション団を派遣した。また、MOH との関係をさらに深め、大規模なミッション団派遣の実現に向けての調整を現地で行った。

実施概要（スケジュール及び訪問先）は下表のとおりである。

図表 22 サウジアラビア事前ミッションの実施概要

日程	時間	スケジュール
2017年 5/16（火）	10：00～12：00	King Faisal Specialist Hospital（KFSH）訪問
	15：00～16：00	JETRO、中東協力センター訪問
5/17（水）	10：00～12：00	MOH とのミーティング
5/18（木）	8：00～10：00	King Saud Medical City（KSMC）訪問
	10：30～12：30	King Fahad Medical City（KFMC）訪問

出所) MEJ 作成

また、事前ミッションへの参加者は下記のとおりである。

【参加者】

大分大学 北野正剛 学長（世界内視鏡外科学会 前理事長）、
日本医科大学大学院 横田裕行 教授（日本救急医学会 代表理事）、
大阪大学大学院 医学研究科 角辻暁 教授、
国立国際医療研究センター（以下、NCGM）、経済産業省、厚生労働省、MEJ

①King Faisal Specialist Hospital (KFSH) 訪問

A.病院・訪問概要

サウジアラビアの代表的な国立病院の1つである King Faisal Specialist Hospital (以下、KFSH) を訪問・見学し、現地での医療に関する現状と課題・ニーズを把握した。KFSH からは Executive Director の Dr. Saleh Almofada 外3名が参加し、MOH の広報担当も同席した。

B.病院・取組紹介

KFSH は 1975 年に 80 床の病院としてスタートし、現在は 1,000 床を越えるまでに拡大。2000 年には JCI も取得している。同病院は MOH ではなく Royal Cabinet 傘下であり、予算も政府が直接に所管している。また、同病院での治療は他の国立病院での治療が受けられない疾病が対象で紹介状が必要となっている。核医学にも力を入れており、PET (サイクロトロン) 3 機を備えるほか、過去に日本のコンソーシアムと陽子線での協力プロジェクトも検討するなど、最先端の技術の導入も積極的に取り組んでいる。

C.院内見学

施設見学では、欧米医療機器メーカーの製品が多いことを確認した。病院側からは医療機器の導入選定にあたっては、市場で流通していること、メンテナンスが充実していること、スペアパーツの在庫が豊富であることなどを重視しているとのコメントがあった。

質疑応答では、現地側の人材育成の課題としてトレーニングのスペースと設備が限られていること、予算の制約、選考基準が厳しく生徒数が集まらないこと等が挙げられた。また日本の医療に期待する分野として腫瘍学、放射線医学、シミュレーションやロボティクス、IT 分野等の新たなテクノロジー分野が挙げられた。さらに、KFSH 側から医師を日本に留学させたいとの希望があり、日本側からは医学部の授業が日本語である等、言葉の壁の問題は残っているものの、今年新たに国際的な医師を育成するための医学部が新設され授業も英語で行われていることが紹介された。

図表 23 KFSH 訪問の様子



出所) MEJ 撮影

②JETRO、中東協力センター訪問

JETRO リヤドオフィス、中東協力センターと意見交換を実施した。

JETRO・中東協力センター三東尚志所長から、サウジ・ビジョン 2030 の取組においてムハンマド副皇太子が各大臣に進捗を毎月報告させていること、副皇太子が自身の言葉で国民に直接語って支持を得ている等、これまでになかった手法で進められているとの説明があった。また現地では他国企業が受注した社会インフラ、水インフラ等で問題が発生し価格だけでなく品質も重視すべきであるとの認識が高まっているものの、一方で日本は意思決定が遅くはっきりしない点が問題とされている状況が伝えられた。医療事情については、交通事故、それに伴う事故死が多く、救急医療のニーズが高いとの説明も得られた。

図表 24 意見交換の様子



出所) MEJ 撮影

③MOH とのミーティング

Vision Realization Office（以下、VRO）にて MOH とのミーティングを開催した。

まず、日本側の医療界からプレゼンテーションが行われた。内視鏡分野、救急・医療分野、循環器分野に関して、それぞれ北野教授、横田教授、角辻教授から日本の医療に関して説明がなされた。続いて、MOH からサウジ・ビジョン 2030 の方針、病院運営の民営化に向けた取組、e-Health システムの構築、Health Financing に関する説明がなされるとともに、日本側との質疑応答がなされた。その後、NCGM 明石部長から NCGM の紹介、MEJ 相川理事から MEJ についての紹介のプレゼンテーションがなされた。

A. MOH のサウジ・ビジョンにおける方針

ヘルスケア分野におけるチャレンジは、①疾病の負担を減らすこと（特に、肥満、喫煙、交通事故等）、②医療機関へのアクセス改善（救急病院、手術等。クリニックも含む）、③医療の質と安全の確保、④サウジ人による医療の強化（現状は外国人材に頼っている）、⑤貧弱なインフラの改善、⑥ヘルスケア分野に関する金融インフラの構築の 6 つである。また、15 の「戦略的目標」があり、それぞれに KPI が設定されている。さらに、42 の「イニシアティブ」があり、主なものとして、①近代的な医療システムの構築、②医療費の支払についての改革（保険制度の構築）、③MOH の医療サービス提供者の位置づけから監督機関への位置づけへのシフト、④医療の電子化（e-Health）、⑤労働力、⑥PSP（後述）等が挙げられる。

B. 病院運営の民営化に向けた取組

民間による病院運営を促進するための制度である Private Sector Participation (PSP) を構築。

現状民間の病院は全体の 25%程度であるが、これを 10%程度上積みする計画である。民間病院の設立に当たっては、税制優遇等も計画されている。

C. e-Health システムの構築

サウジアラビア政府は、医療情報電子化による患者データの蓄積、遠隔医療への取組を進めている。病院の 50%強が Hospital Information System (HIS) を導入し、MOH 管轄の 271 病院のうち 100 病院程度がオートメーション化されている。それらには先進的なものもあるが、いくつかは入退院 (Admission, Discharge, Transfer: ADT) 管理のようなベーシックなものにとどまっている。Primary Health Care (PHC) のオートメーション化率は 5%程度である。PACS は 30%程度の病院が導入している。

Unified Health Record を実現し、2020 年までに人口の 70%をカバーすることを目標としており、公立だけでなく民間もシステム構築の対象となっている。実現のためには標準化、用語統一、インフラ整備等が重要と認識されている。

また、一方で遠隔医療の推進に際し、現在 MOH にて新しい法律制定に取り組んでいる。

D. Health Financing

サウジアラビアにおいては、従来政府が多額の医療負担を行ってきたものの、これからも政府がすべて負担していくのは現実的ではなく、Sin Tax の創設、社会保険料の徴収等を行っていく予定である。そのため、医療費支払制度の改革の一環として、保険制度の構築を進めているところである。

保険制度として、日本型の健康保険のようなシステムを目指しているのか、アメリカ型の保険制度を目指しているのかとの日本側からの質問に対しては、両者のハイブリッド、どちらかといえば日本の仕組みに近いものを目指しているとの回答がなされた。日本側からは、改革が急ピッチに進む中、投資を呼び込む際には、透明性の確保や公平性、釣り合いが取れているか等が重要との意見が出された。

図表 25 MOH とのミーティングの様子



出所) MEJ 撮影

④King Saud Medical City (KSMC) 訪問

A.病院・訪問概要

病床数、患者数に関してサウジアラビア最大の公立病院である King Saud Medical City (以下、KSMC) を訪問・見学し、現地での医療に関する現状と課題・ニーズを把握した。KSMC からは Chief Executive Officer の Dr. Haitham M. Al Falah 外が参加し、MOH の広報担当も同席した。

B.病院・取組紹介

KSMC は 1956 年に 450 床の病院としてスタート。その後、複数のセンター増設、研究棟の設立等を経て、現在では病床数 1,400 床、職員数約 9,000 人、年間手術数は 16,000 件を数える巨大病院となっている。なお、同病院は MOH 傘下であり、アドバイザリーボードにも MOH の次官等が名を連ねている。

C.院内見学

施設見学では、KFISH 同様、欧米医療機器メーカーの製品の多さが目立った。また、救急車を複数備える等、救急科のシステムが充実しているように見受けられた（救急車の中には先進的な装備である「Auto Pulse」が搭載されていた）。看護師には、インド人、フィリピン人等の外国人が目立った。

図表 26 KSMC 訪問の様子



出所) MEJ 撮影

⑤King Fahad Medical City(KFMC)訪問

A.病院・訪問概要

King Fahad Medical City（以下、KFMC）を訪問・見学し、現地での医療に関する現状と課題・ニーズを把握した。KFMC からは Executive Director の Dr. Mushabbab Ali Al-Asiri が参加し、MOH の広報担当も同席した。

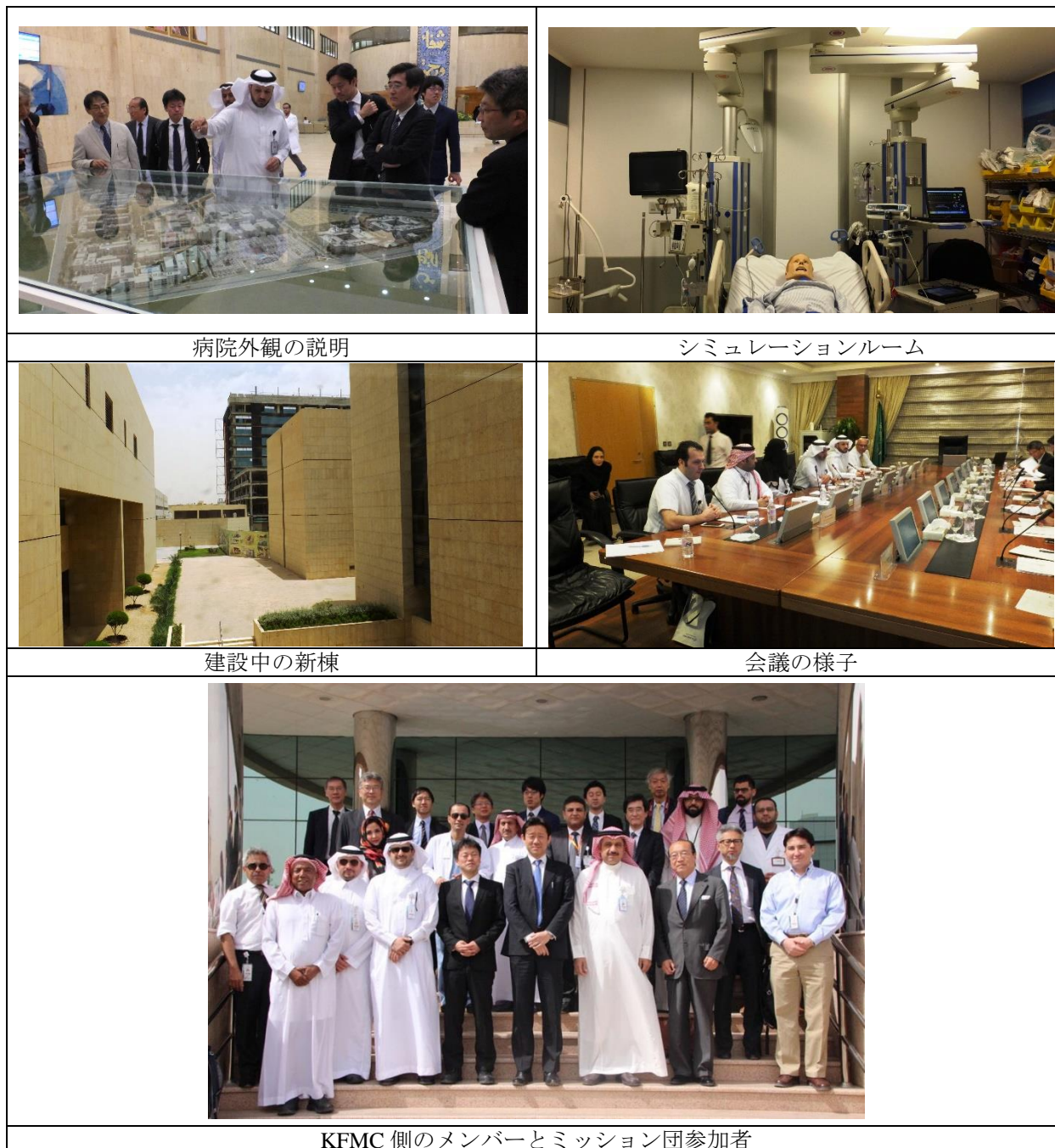
B.病院・取組紹介

KFMC は 2004 年に設立。現在では病床数 1,000 床が稼働中であるが、700 床増床の予定である。増床に伴い、放射線治療、陽子線治療等を導入した。

C.院内見学

施設見学では、他の病院同様、欧米医療機器メーカーの製品の多さが目立ったが、超音波に関しては日本製医療機器が導入されていた。

図表 27 KFMC 訪問の様子



出所) MEJ 撮影

(4)実施概要〔本ミッション〕

事前ミッション（2017年5月実施）における政府間協議で、両国の医療分野での協力を更に深めることを目的に、「Saudi-Japan Healthcare Forum（以下、フォーラム）」を開催することで合意した。これを受け、2018年2月サウジアラビアに官民ミッション団を派遣することが決定した。

本ミッションでは、日本の医療技術やサービスの認知度向上及び優位性のアピール、具体的なビジネスチャンスの創出に向けたきっかけづくりを行うことを目的とした。

図表 28 サウジアラビア本ミッションの実施概要

日程	時間	スケジュール
2018年 2/11（日）	15：00～16：00	JETRO ブリーフィング （サウジアラビア情勢について）
2/12（月）	8：50～15：00	Saudi-Japan Healthcare Forum
2/13（火）	10：30～12：30	King Fahad Medical City（KFMC）訪問

出所) MEJ 作成

また、本ミッションへの参加者は下記のとおりである。

【参加者】

大分大学医学部 消化器・小児外科学講座 猪股雅史 教授、
大阪大学大学院 医学系研究科 角辻暁 教授、
東京慈恵会医科大学附属柏病院糖尿病・代謝・内分泌内科 藤本啓 准教授、
経済産業省、厚生労働省、アライドテレシス、伊藤忠商事、オサチ、オリンパス、
山陽精工、シスメックス、島津製作所、太知ホールディングス、テルモ、トプコン、
パナソニックヘルスケア、富士フイルム、三井住友銀行、三井物産、メディヴァ、MEJ

①JETRO ブリーフィング(サウジアラビア情勢について)

サウジアラビアの最新経済動向等について、JETRO リヤド事務所 庄所長からブリーフィングを受けた。内容としては、サウジアラビアの基本情報（経済状況、人口構成、国家予算等）、サウジ・ビジョン 2030 の概要（進められている経済改革・社会改革・意識改革等）のほか、産業、ビジネス機会、日系進出企業の動向、投資環境、医療機器の認証等について全般的な説明がなされた。

図表 29 JETRO ブリーフィングの様子



出所) MEJ 撮影

②Saudi-Japan Healthcare Forum の実施

A. イベント概要

事前ミッション（2017年5月実施）における政府間協議での合意を受け、日サの医療分野での協力・交流を深めるべく、MOHの協力の下、フォーラムを実施した。このフォーラムでは、日本及びサウジアラビアの医師による分科会（セミナー）、日本企業による企業展示及びネットワーキングランチを実施した。会場には200名を超える医師や医療関係者、政府関係者が来場した。日本からの参加者を合わせ約250名のイベントとなった。

名称：Saudi-Japan Healthcare Forum
開催日程：2018年2月12日（月）
会場：リヤド・マリオットホテル マカリムホール（#1～#6）

B. スケジュール

下記のスケジュールにより実施した。

図表 30 フォーラムのタイムスケジュール

時間\部屋	マカリム #1 & #2	マカリム #3	マカリム #4	マカリム #5	マカリム #6	1階ホワイエ	
8:20	開場						
8:50	オープニングセッション - 開会の挨拶 - MEJプレゼンテーション - フォトセッション					企業展示	
9:30	休憩						
9:50	分科会① 救急・災害	分科会② 内視鏡	分科会③ 循環器		分科会④ 糖尿病		
9:30	休憩						
	クロージングセッション - パネルディスカッション - 閉会の挨拶						
12:20	休憩・お祈り時間						
13:00			ネットワーキングランチ				
15:00	終演						

出所) MEJ 作成

C.フォーラム内容

a.オープニングセッション

フォーラムのオープニングセッションでは、MOH Alaiban 次官の挨拶の後、在サウジアラビア日本国大使館 上村司特命全権大使、経済産業省 ヘルスケア産業課国際展開推進室 岸本堅太郎室長、厚生労働省医政局地域医療計画課救急・周産期医療等対策室、総務課医療国際展開推進室 徳本史郎室長が挨拶した。続いて MEJ 相川理事から MEJ の紹介と日本のがん治療の現状についてのプレゼンテーションが行われた。

図表 31 オープニングセッションの様子



出所) MEJ 撮影

b.分科会(セミナー)

分科会(セミナー)では、①内視鏡分野、②循環器分野、③糖尿病分野、④救急・災害分野の4分野に分かれ、日本人医師とサウジ医師によるプレゼンテーション、セミナー参加者とのQ&Aセッションを実施した。

内視鏡分野

内視鏡分野では、大分大学医学部 消化器・小児外科学講座 猪股教授から、疫学的な視点による日本の現状(死亡要因やがん罹患率、がん検診の受診率等)の報告がなされ、胃がんと大腸がんにおける内視鏡治療(内視鏡的粘膜下層剥離術(ESD)等)と腹腔鏡手術の紹介がなされた。また、Natural Orifice Translumenal Endoscopic Surgery (NOTES)についても説明がなされた。

KFMC の Head, Gastroenterology & Hepatology Section, Consultant Gastroenterologist, Pancreatobiliary Interventional Endoscopy 及び Director, Advanced Therapeutic Endoscopy である Dr. Abed ALihibi からは、リヤドの教育や第三次医療機関の紹介がなされるとともに、ESDのほか、最新の内視鏡治療や超音波内視鏡の活用例が紹介された。

サウジアラビア南部の都市 Jazan にある King Fahad Central Hospital の Dr. Mohammed Mosa Bakkar (Consultant Hematology and head of Hematology department) からは、サウジアラビアでのがんの現状の説明のほかに、がんワクチン療法、腫瘍溶解性ウイルス療法等のがん免疫療法が紹介された。また、がん免疫療法における副作用や高くなる薬代について問題提起がされた。

図表 32 内視鏡分野の分科会の様子

	
<p>講演する猪股教授</p>	<p>講演する Dr. Abed ALihibi</p>
	
<p>講演する Dr. Mohammed Mosa Bakkar</p>	<p>Q&A セッションの様子</p>

出所) MEJ 撮影

循環器分野

循環器分野では、大阪大学大学院 医学系研究科 角辻教授から、日本の死亡要因における心臓疾患、心血管疾患の割合の高さが紹介された後、冠動脈疾患と心不全に関する日本での現状が説明された。特に虚血性心疾患の治療に関する日本の優位性の説明があり、重要なポイントとして低侵襲治療（経皮的冠動脈形成術（Percutaneous Coronary Intervention : PCI 等）が挙げられた。

Consultant Cardiac Surgeon, Consultant Heart Failure, Heart Transplant Surgeon である Dr. Adel Tash からは、循環器領域に関する、AI（人工知能）とロボット技術に関しての紹介がなされた。また、外国企業の製品としてタブレットやスマートフォンを用いたアプリケーション等の最新技術が紹介された。

図表 33 循環器分野の分科会の様子



出所) MEJ 撮影

糖尿病分野

糖尿病分野では、東京慈恵会医科大学附属柏病院糖尿病・代謝・内分泌内科 藤本准教授から、日本の人口動態及び社会保障費の観点を含めた糖尿病の疫学と現状の紹介がなされた。糖尿病の診断と治療、糖尿病腎症・血液透析、健康保険制度と医療サービスについて説明がなされた。糖尿病や腎症に関して、早期発見・早期医療介入の必要性が説かれた。

Consultant of Paediatric and Adolescent Endocrinology and Diabetology and Obesity, Supervisor of Diabetes and Endocrine Disorder Program の Dr. Mohammad AL Harbi からは、サウジアラビアと日本の統計データを用いて、糖尿病患者における両国の類似点と相違点の説明がなされた。また、糖尿病に関する日本の取組を紹介。予防に関して、日本では糖尿病学会等による予防への対策と身近にいるホームドクターの存在が糖尿病を防ぐための重要なキープクターとなっていることが説明された。予防の重要性が強く述べられた。

図表 34 糖尿病分野の分科会の様子



講演する藤本准教授

出所) MEJ 撮影

救急・災害分野

救急・災害分野では、厚生労働省医政局 地域医療計画課救急・周産期医療等対策室、総務課医療国際展開推進室 徳本室長から日本の救急医療の仕組み、体制について説明がなされたほか、救急救命士やドクターヘリの仕組み、メディカルコントロール協議会での検討についても紹介がなされた。さらに災害医療の具体策として、災害拠点病院、災害派遣医療チーム、災害時情報網、広域災害・救急医療情報システムの整備や研修体制についての説明があった。

Assistant Professor, Trauma Surgeon, Advisor to the Vice Minister for Emergency preparedness activities, General Supervisor of the General Department of Emergency, Disasters and Ambulance Transport である Dr. Jalal Al Owais からは、人口増、気候変化、貧困、無計画な開発等により自然災害のリスクに晒されている人々が増加傾向にあることが述べられた上で危機管理の

準備の重要性が強く述べられた。また、東日本大震災の経験を踏まえてできた「Sendai Framework and Monitoring」の仕組み（災害危機への理解、災害リスクへのガバナンス体制の強化、各地域災害対策の統合化、災害発生時の対応に関する訓練等）の導入を検討している旨が説明された。

図表 35 救急・災害分野の分科会の様子



出所) MEJ 撮影

c.クロージングセッション

クロージングセッションでは、すべての講演者が登壇し、Emergency Medicine Consultant, CMO, King Saud Medical City Fellow, International Emergency Department Leadership Institute の Dr. Abdulrahman Alqahtani の司会の下、パネルディスカッション形式で分科会の報告がなされた。

図表 36 クロージングセッションの様子



出所) MEJ 撮影

d.日本企業等による展示

会場1階のホワイエエリアで、日本企業10社による企業展示を行った。また、MEJがブースを設け、MEJの紹介をしたほか、中東協力センターが Saudi Electronics and Home Appliances Institute (SEHAI) の活動を紹介した。また、サウジアラビアからの留学生受入れを行っている東京電機大学のチラシを配布した。

会場入口とメイン会場間のホワイエということもあり、多くの来場者がブースに立ち寄っていた。オープニングセッションの後には経済産業省 岸本室長の案内で MOH Alaiban 次官と上村特命全権大使もブースに立ち寄った。

【展示企業・団体】

産業界

アライドテレシス、オリンパス、山陽精工、シスメックス、島津製作所、テルモ、トプコン、パナソニックヘルスケア、富士フイルム、メディヴァ (全10社)

その他 ※MEJブースにて

中東協力センター、東京電機大学 (パンフレットを配布)、MEJ

図表 37 日本企業等による展示の様子

<p>企業展示を見る MOH Alaiban 次官と上村特命全権大使</p>	<p>展示を見る女性グループ</p>
<p>展示の様子</p>	<p>展示会場（ホワイエ）全体の様子</p>

出所) MEJ 撮影

e. ネットワーキングランチ

両国の関係の深化を図るために、ネットワーキングランチを地下1階の会場で開催した。サウジアラビア、日本から200名程度の参加者があり、テーブルを囲み食事ととりながら、両国のヘルスケア分野での発展について意見交換がなされた。MOHからは2017年2月に来日した Director General for Training & Scholarship である Dr. Mansour S. AlYami にも参加していた。

図表 38 ネットワーキングランチの様子



ネットワーキングランチ

出所) MEJ 撮影

③King Fahad Medical City (KFMC) 訪問

King Fahad Medical City (KFMC) を訪問・見学し、現地での医療に関する現状と課題・ニーズを把握した。日本企業からは 15 社・31 名が参加し、全体としては 48 名の参加があった。

A.病院・訪問概要

KFMC は 2004 年に設立された第三次医療の総合病院で、病床数は 1,000 床が稼働しており、増床の予定もあるサウジアラビア最大の病院である。今回の訪問では、フォーラムでの分科会と同様に内視鏡、循環器、糖尿病、救急・災害分野の 4 つの分野でグループを作り、それぞれ関連する部門を見学した。手術室、病室、検査機器、患者受付システム等の説明を受けるなかで、参加者が病院スタッフに質問する姿を見ることができた。

B.参加者

【参加者】

大分大学医学部 消化器・小児外科学講座 猪股教授、在サウジアラビア日本国大使館、経済産業省、アライドテレシス、伊藤忠商事、オサチ、オリンパス、山陽精工、シスメックス、島津製作所、太知ホールディングス、テルモ、トプコン、パナソニックヘルスケア、富士フイルム、三井住友銀行、三井物産、メディヴァ、中東協力センター、Saudi Electronics and Home Appliances Institute (SEHAI)、MEJ

C.院内見学

分科会と同様に内視鏡、循環器、糖尿病、救急・災害分野の4つの分野でグループを作り、院内見学を行った。手術室、病室、CT検査室等を見学するとともに、一元管理された最新鋭の外来受付システム（問診、調剤が一元管理されている）等の紹介を受けた。東南アジア諸国の病院とは異なり、非常に進んだシステムを導入していることが垣間見られた。そのなかで日本製品の割合は非常に少なく、ほとんどの医療機器・医療関連製品が欧米製であった。病院で働く医療スタッフの中では、日本製医療機器への漠然とした信頼感や安心感はあるものの、実際の機器導入には至っていないのが現状であった。

参加者からは直接現地の医療関係者から話が聞けたことが良かったという意見があった反面、もう少しじっくりとディスカッションできる場が欲しかったという意見もあった。これは課題として、今後のミッション団の派遣プログラムの参考としたい。

図表 39 KFMC 訪問の様子



出所) MEJ 撮影

(5) ミッション参加者の評価・意見(アンケート結果より)

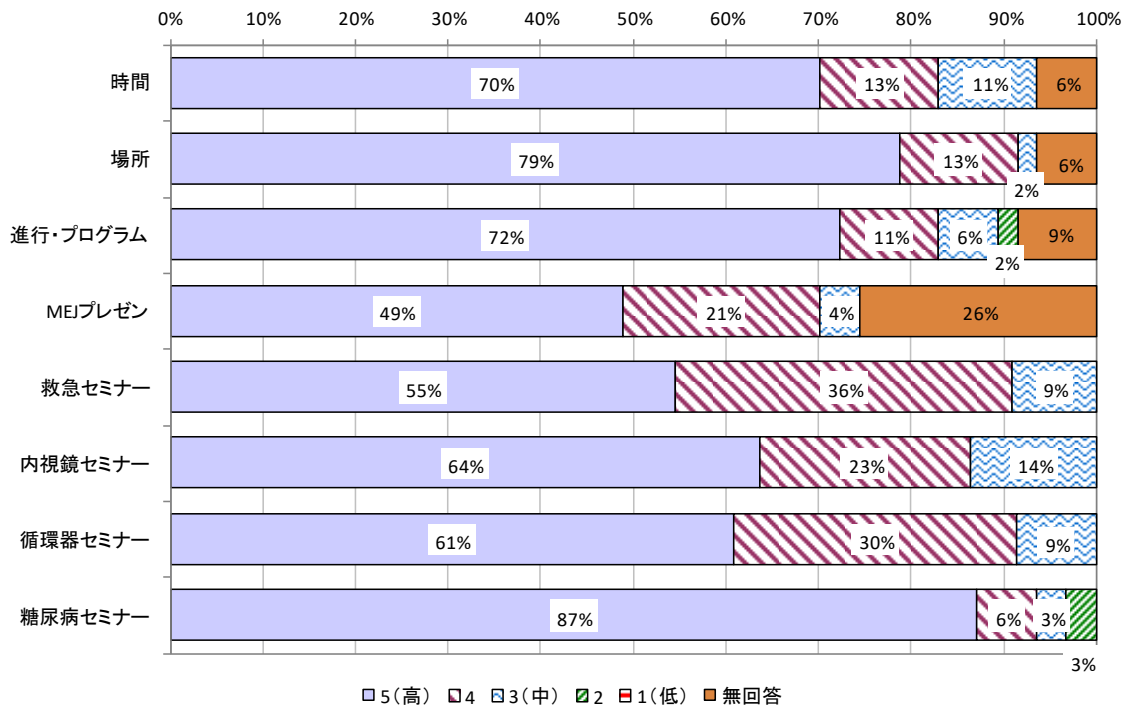
官民ミッションに参加した主体（セミナーに参加した現地医療関係者、ミッション参加企業）に対してアンケート調査を実施し、本ミッションの満足度評価を実施したところ、下記の結果が得られた。

① フォーラム参加者による評価・意見

フォーラムに参加した来場者に対して、フォーラム会場にてアンケート調査を実施し、満足度を聞いたところ、以下の結果が得られた。回収数は47件であり、全般的に高い満足度が得られている。

セミナー全般への評価をみると、時間、場所、進行・プログラムについては、満足（満足度4、5）との回答が8割超となっている。また、各講師の講演の評価も総じて高く、いずれも満足（満足度4、5）が約9割となった。

図表 40 フォーラム来場者アンケート (n=47)



出所) MEJ 作成

また、フォーラム参加者にサウジアラビアにおける最重要分野について聞いたところ、以下のものであった。

図表 41 サウジアラビア医療における最重要分野（参加者による自由回答）

分野	回答
救急・災害医療	<ul style="list-style-type: none"> ● 病院全体やチームとしての災害対応の改善 ● 災害時の医療制度の整備
プライマリヘルスケア	<ul style="list-style-type: none"> ● 国民全員が医療を受けられるように、適切な価格で質の良い医療を受けられることが必要 ● 人材育成を通じたプライマリヘルスケアの改善
人材確保・教育	<ul style="list-style-type: none"> ● 人員不足・医療スタッフ数の充実が必要 ● 医学生を外国に派遣し教育を受けさせる
その他	<ul style="list-style-type: none"> ● リスク減のための質の高い予防医療の整備 ● がん・心臓病等の早期発見のための設備 ● 緩和ケアの充実

出所) MEJ 作成

次にサウジアラビアと日本の両国における医療連携を期待する分野について聞いたところ、以下のような回答があった。

図表 42 日サ両国による医療連携を期待する分野（参加者による自由回答）

分野	回答
医療機器・施設の充実	<ul style="list-style-type: none"> ● 遠隔医療の充実 ● 医療研究設備や、医療の質向上、効率化のための医療機器の開発
教育・技術支援	<ul style="list-style-type: none"> ● 教育訓練・人材育成・技術移転 ● 医療機関の運営プログラム・トレーニング・人事の改善 ● がん・内視鏡・脳神経外科・看護分野 ● 日本の医療機器のトレーニング人材を MOH に配置
その他	<ul style="list-style-type: none"> ● 医療保健分野の整備 ● 独自の医療ガイドライン確立のための研究 ● 遺伝性疾病の予防に関する研究

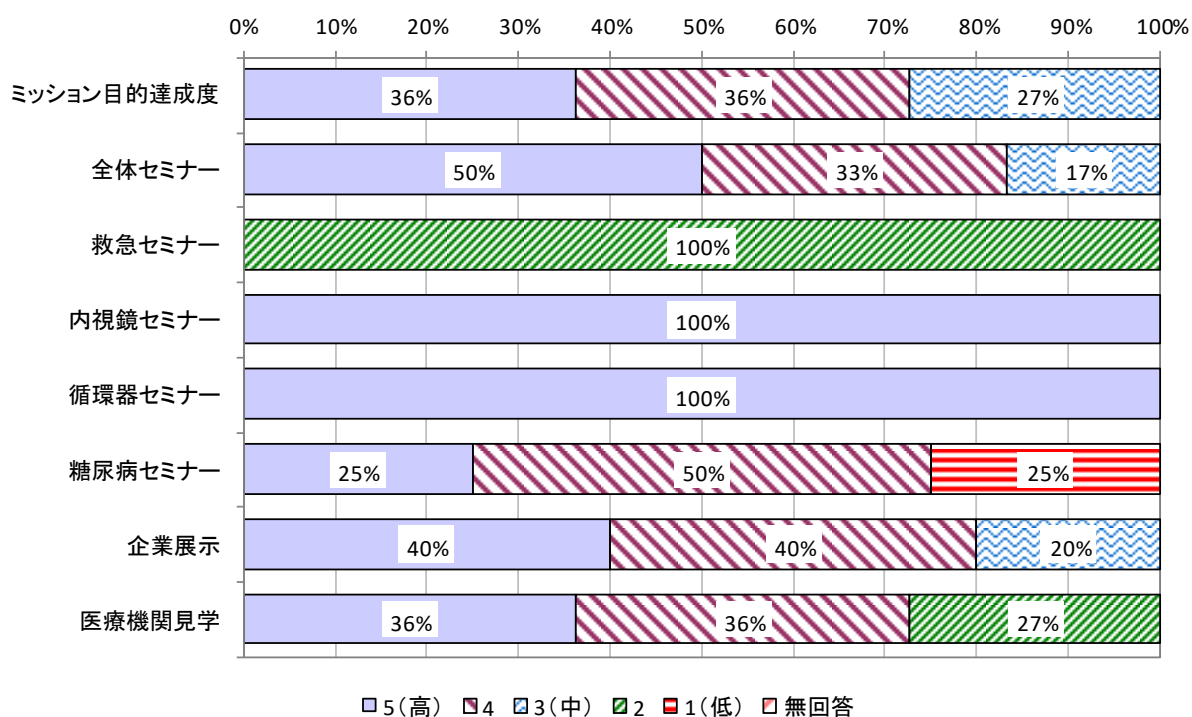
出所) MEJ 作成

②ミッション参加企業による評価・意見

本ミッションに参加した日本企業に対し、アンケートによる満足度評価を実施した。回収数は11件であった。

ミッション全体を通して目的を達成できたかについては、満足～普通（満足度 5～3）がそれぞれほぼ3分の1の割合で分布していた。各分科会の講演内容については評価が高かったものの、分科会への参加者が少なかったことについて評価が低く、意見や要望を受けた。企業展示については、VIPを案内できたことや多数の来場者があったことにより高い評価が得られたものの、医療機関見学については評価が分かれた。分野ごとに分かれ現場の見学ができたことや医師と直接会話する機会が得られたことは評価できるが、短時間の訪問となり深掘りすることができず、いかに現地と調整し充実したプログラムとするかが今後の課題となる。

図表 43 参加企業に対するアンケート（n=11）



出所) MEJ 作成

図表 44 参加企業の評価（参加企業による自由回答）

分野	回答
ミッション目的達成度	<ul style="list-style-type: none"> ● 商品サンプルを多数提供し連絡先を入手する等、大いに訴求できた ● 他の多種多様なミッション参加企業と情報交換ができた。 ● 新たな課題が今回のミッションで見つかり、今後事業展開に活かしたい。 ● プログラムの中で MOH とミッション団の面談機会の設定がなく残念。 ● 販売代理店の候補となるサウジ民間企業との関係構築の場があれば良い。
フォーラム・企業展示	<ul style="list-style-type: none"> ● 全体セミナーは非常に盛況であり、日本側の目的・意図が伝わった。 ● 活発な議論が行われ、双方の事情について理解を深めることが出来た。 ● VIP ツアーでは、普段会えない MOH 次官への会社/商品紹介が出来た。 ● 複数名のドクターからデモンストレーションの依頼を受け、連携してデモを実施している。 ● 分科会への現地参加者が少なく、集客を確実に行うべきである。 ● プログラム進行に伴い参加者が徐々に帰ってしまったことは残念である。
医療機関見学	<ul style="list-style-type: none"> ● 現地の事情について医師から直接情報収集することができ、良かった。 ● 各分野に分かれ院内を回り、直接の関係者に話を聞くことができた。 ● 時間が短く、視察内容も薄かった。 ● ディスカッションの時間をしっかり取ってほしい。
現地における今後の課題	<ul style="list-style-type: none"> ● 現地販売店の開拓 ● 医師を日本に招聘しワークショップ開催・意見交換を通じ理解を深める ● 現地で課題となっている分野に特化したミッション企画 ● MOH の方針・課題等を直接ヒアリングし、具体的な提案ができる場の設定

分野	回答
	<ul style="list-style-type: none"> ● セミナー等人的交流に留まらず、日本企業をまとめオールジャパンをアピールする場の設定 ● サウジアラビア医療従事者の育成を通じ日本製医療機器継続使用に繋げるための、医療機器提供・日本の医師によるトレーニングの実施

出所) MEJ 作成

(6)成果と課題

本ミッションの成果としては以下の4点が挙げられる。

- ・ 日・サウジ・ビジョン 2030 を受け、官民一体で取り組むことにより、個々の企業のアプローチでは実現が難しいサウジ医療関係者との交流の場を設けることができたこと
- ・ MOH と協業し、約 200 名の現地医師・医療関係者を集め、フォーラムを開催、日本の医療がアピールできたこと
- ・ 在サウジアラビア日本国大使館の協力の下、MOH 次官を各企業展示ブースに案内できたこと。企業展示がフォーラム参加者で賑わい、各社が自社製品やサービスをアピールできたこと
- ・ JETRO・中東協力センターと協働しイベント運営を行ったこと。確固たる協力体制が築けたこと

次に課題としては以下のことが挙げられる。

- ・ 現地の文化や習慣にあったプログラムを組むこと
 イスラムにおけるお祈りの時間や食習慣、展示会やセミナー等に対する感覚の違いがあり、如何に現地の習慣を踏まえて、有益なプログラムを作っていくかが重要である。
- ・ 現地で既に活動・活躍している企業や団体との連携・情報共有を図ること
 スムーズな運営をするために、現地での情報や経験は非常に重要である。国際展開を行うにあたり、如何に現地のノウハウを取り込むか、如何に現地の企業や団体と連携を取るかは重要である。

2-4. 官民ミッション実施後の評価・検証・フォローアップ

以下、今年度の官民ミッションについて総括的に振り返る。

1) 全体評価

今年度実施した 2 か国における官民ミッションでは、ジェットロ等の関連機関を通じた企業参加呼びかけ、医療機関への参加呼びかけなど、より広く参加者を募り、オールジャパンでのミッション団形成を目指した。同時に、幅広い参加者ニーズに対応するため、セミナー・医療機関見学において、グループを医療分野ごとに分け、ディスカッション・ネットワーキングの効率的な実施に努めた。

情報収集については、対象国の保健医療担当政府機関、医療機関等とのディスカッション（セミナー、ラウンドテーブル、医療機関見学等）を経て、対象国が抱える課題と今後の方向性、支援ニーズと日本製品導入ニーズ等についての理解が進んだ。日本大使館、ジェットロ、商工会議所、中東協力センター等の協力を得て、事前に現地の情報を得た上でミッションに臨めたことも有益であった。また、上記の関係団体とはミッション本番でのセミナー運営等においても協働し、今後に向けた更なる協業について検討する可能性を見出すことができた。一方で、保健医療制度・状況や医療機関の取組等に関する一般的な情報ではなく、具体的なビジネスにつなげていくためには、個々の医療機関に関する詳細な情報を収集し、意見を聴取することが必要と考えられる。参加した日本企業は、現地医療機関のオペレーションの見学や、医療現場の担当者と交流しつつ直接アピールする機会を最も重視しており、見学対象・時間をさらに充実したものにブラッシュアップしていくことが必要である。

日本の医療の認知度向上について、サウジアラビアのミッションにおいては、関係者の期待に見合ったセミナー集客動員を実現し、ミッション参加者・現地参加者からは講演内容等に関する高い満足・評価を得ることができた。その一方で、全体セミナー後の分科会や昼食・お祈り時間後の企業展示に至るまで、セミナープログラム全体を通じた集客を維持するためのプログラムや会場の設定の仕方や、セミナーによる日本の医療に関する認知・期待をどのように具体的な成果へとつなげていくかといった点についても、今後検討する必要がある。また、タイ・サウジアラビアのミッションにおいては、現地での機器の展示（会）を行い、集客も多く参加企業は来場者に対し大いにアピールするとともに高い評価を得ることができた。今回のように、個別企業単位ではなく、日本企業合同で出展することは一定の集客効果があり、さらに、タイの展示会では、関東経済産業局の事業で作成したメディカル匠ジャパンの映像を流し、外科手術における優れた技術等の医療情報を加えて医療機器をアピールするという手法も有効であることが確認できた。

人的ネットワークの構築については、対象国の主要病院や医療関係者に対する日本の企業・医師等の効果的なアピール・意見交換等の促進に貢献することができた。特に日本企

業にとっては、日本政府等からの後押しを得ながら、対象国の政府および医療機関との直接コンタクトが可能となることが官民ミッションに参加する大きな意義の一つとなっている。特に今年度のミッションで留意した、私立病院経営層等との人脈形成については、参加企業から高い評価を得ることができた。今後も、対象国側のキーパーソンをさらに見極め、事業化に結びつく有効なネットワークの構築に努めたい。

事業化については、対象国の機関から日本側に対していくつかの具体的な提案があったことや、これらに対しミッション参加企業の中で具体的に検討が進められたり、一部商談等が始まったりしており、日本の医療の展開における新たなビジネスの組成に本ミッションが一定の貢献をしたと評価している。今後、このような事業に向けた端緒をどのように具体的なビジネスにつなげていけるかが重要である。

以上の状況から、今年度官民ミッションは、現地情報収集、日本の医療の認知度向上、人的ネットワーキング、事業化・プロジェクト化の4点において、一定の成果を創出したと評価する。

各官民ミッションの成果の具体的な内容を次表で概観する。

図表 45 各国の官民ミッションにおける成果一覧

対象国 (テーマ)	タイ (内視鏡外科・糖尿病)	サウジアラビア (内視鏡外科・循環器・ 糖尿病・救急/災害)	
目的の達成状況・成果	得られた 主な現地情報 (ニーズ・ 課題等)	<ul style="list-style-type: none"> ・医療機器市場・制度 ・経済政策、投資環境 ・病院の機器等整備状況 ・日本製品への信頼感 ・医療インバウンドに対する取り組み 	<ul style="list-style-type: none"> ・現地の医療状況とニーズ ・両国の医療連携への期待
	認知度向上に向けた取り組みの 状況	<ul style="list-style-type: none"> <医療機関訪問> ・日本人医師のプレゼンテーション・協議 ・参加企業によるプレゼンテーション <医療機器の展示会出展> ・来場者へ製品・サービスを訴求 ・来場者との情報交換と商談喚起 	<ul style="list-style-type: none"> <医療セミナー> ・約250名の集客 ・各分野の両国医師のプレゼンテーション・協議・Q&A <企業展示> ・企業展示へのサウジ保健省次官・日本国大使館大使の訪問 ・来場者へ製品・サービスを訴求
	構築できた 人的ネットワーク	<ul style="list-style-type: none"> ・現地医師と交流 ・私立病院のトップ層と交流 	<ul style="list-style-type: none"> ・サウジ保健省と交流
	事業化・	<ul style="list-style-type: none"> ・代理店候補探索と交渉 	<ul style="list-style-type: none"> ・来場者へのアピールと後日デモンストレーション

対象国 (テーマ)	タイ (内視鏡外科・糖尿病)	サウジアラビア (内視鏡外科・循環器・ 糖尿病・救急／災害)
プロジェクト 化の芽	・新病院建設に関する協力要請	ーシヨンの実施、商品サンプルを提供し 相手方の連絡先を入手
上記目的を達成するた めに行った準備・ 工夫事項	・分野ごとの医療機関見学 ・日本の医療機関のミッション参加	・分野ごとのセミナー・両国医師のプレゼ ンテーションとディスカッション ・関連団体を通じた企業参加

出所) MEJ 作成

2)企画・運営面での評価・検証

企画・運営面での評価するため、成果を上げるために行った取組と、課題となった事項の双方について検証したい。

まず、成果を上げるために行った取組としては、(1) ミッション団形成メンバーの多様化とニーズ対応のためのプログラム細分化、(2) 現地情報のブリーフィングの充実、(3) 現地での関係団体との協力、(4) 事業に直結しやすい相手との面談機会の増加、(5) ニュースレター発信やミッション報告による官民ミッション成果の周知広報等が挙げられる。

一方で課題となった事項としては、(6) ディスカッション時間の十分な確保が必要、(7) 具体的案件の形成のため、ピンポイントでのミッションが必要、といった点が指摘できる。

(1)ミッション団形成メンバーの多様化とニーズ対応のためのプログラム細分化

ミッションの実施にあたり、医療の国際展開に関連する団体を通じ広く参加企業を募った。さらに、企業に加え医療機関へも参加を呼び掛け、オールジャパンでのミッション団形成を目指した。

参加者を広く募った一方で、参加者の多様なニーズに応じるため、医療分野ごとにグループを分けて、セミナーの分科会や病院見学を実施した。その結果プログラムが細分化・多岐に渡るため、事前出張や電話会議、ミッション本番に先立っての現地調整等、現地との調整・情報共有に注力した。

(2)現地情報ブリーフィング機能の充実(関連団体との連携強化①)

ジェトロのサービス産業部ヘルスケア産業課、中東協力センターからの協力を得て、ミッション渡航前の分科会・ミッション本番前に、現地の経済状況、医療状況、政権の重点課題、日本企業にとってのビジネス機会等のブリーフィングを頂くことにより、ミッション参加企業は事前に現地の医療事情、ビジネス事情を踏まえた上でミッションに臨むことができた。

(3)現地での関係団体との協力(関連団体との連携強化②)

上記の関係団体とはミッション中の協力も行った。タイミッションでは、現地医療機器展示会にてジェトロの展示スペースの中で MEJ・会員企業がブース出展し、サウジアラビアミッションではセミナー運営等においてジェトロ・中東協力センターと協働しミッションを遂行した。今後に向けて、現地での更なる協業について検討する可能性を見出すことができた。

(4)事業に直結しやすい相手との面談機会の増加

タイミッションでは、私立病院協会との面談を行い、25名の協会メンバーに対し日本企業からのプレゼンテーションを中心に情報交換を実施した。会議終了後、来年度に実施予定である ASEAN 各国の私立病院を集めた会議への MEJ 会員企業の参加について打診を受ける等、今後、事業に直結しやすい相手とのコネクション形成やビジネス創出が期待できる展開となり、参加企業からの評価も高い取組となった。このような直接的なビジネスマッチング活動を今後も拡充していくことが重要である。

(5)ニュースレター発出やミッション報告による官民ミッション成果の周知広報

官民ミッションの成果について、従来に引き続き、ニュースレターの様式で MEJ ホームページに公開し、周知広報を図った。それに加えて、MEJ 会員向けに、より詳細なディスカッション内容を含むミッション報告書を提供し、各国の政策動向、市場状況の共有化を図り、ミッション不参加企業による事業化等検討の一助となるよう取り組んだ。ニュースレター等を閲覧したことにより、対象国および官民ミッションに関する問合せを MEJ に寄せてくる企業・機関も複数あった。

(6)ディスカッション時間の十分な確保が必要

以前のミッション参加者からの意見を踏まえ、セミナーにおける講演／質疑応答／パネルディスカッションなどによる意見交換や、病院訪問における見学／面談／情報交換による双方向での議論・検討を実施した。

一方で、各訪問先での十分な時間の確保や、相手国側の出席者の早期確定など、プログラムの詳細検討が今後に向けての課題となった。

(7)具体的案件の形成のため、ピンポイントのミッションが必要

より具体的な案件を効率的に形成していくため、現地医療情報を広く把握した後は更に現地ニーズに特化したピンポイントのミッションを行うことが必要であり、今年度および過去のミッションで形成した人脈の維持・強化と合わせて、現地ニーズの深掘りを行っていくことが課題となる。

2-5. 過去の官民ミッションにおける成果検証

1) 背景と目的

経済産業省は、医療国際展開活動の一環として、これまで約 5 年に渡り官民ミッションを実施してきた。来年度以降の官民ミッションをより効果的に行うために、過去に実施した官民ミッション（MEJ 以外が受託して実施したものを含む）の成果、今後の期待などについてアンケート調査を行った。

2) アンケートの概要

(1) アンケート実施期間、対象等

以下の要領でアンケート調査を実施した。

- ・ 対象：2018 年 2 月上旬時点の MEJ 会員企業 54 社
- ・ 期間：2018 年 2 月上旬～3 月中旬

対象とした官民ミッションは図表 50 のとおり、2013 年 2 月のインドネシアから 2017 年 9 月のタイに至るまでの 23 回（13 の国・地域）である。なお、2018 年 2 月中旬に実施したサウジアラビア官民ミッションは、実施時期の関係でアンケートの対象外とした。また、国・地域ごとの実施回数は図表 46 のとおりである。複数回実施したものとしては、インドネシア、ベトナム、ミャンマーが 3 回、ロシア、インド、バングラデシュ、フィリピンが 2 回である。派遣型／招聘型で分類すると派遣型が 21 回、招聘型が 2 回となる。

図表 46 国・地域ごとのミッション開催回数（過去 23 回分）

国・地域	実施	備考
インドネシア、ベトナム、ミャンマー	3 回	
ロシア、インド、バングラデシュ、フィリピン	2 回	バングラデシュの 1 回は招聘型
カザフスタン、中国、トルコ、サウジアラビア、タイ、中東（バーレーン、クウェート、カタール）	1 回	サウジアラビアは招聘型

出所) MEJ 作成

(2) アンケート内容

アンケートの内容は以下のとおり、4 つの設問から構成されている。

- ・ 設問 1：官民ミッションへの参加状況等（過去に参加した官民ミッション）
- ・ 設問 2：官民ミッション参加による具体的成果
- ・ 設問 3：今後の官民ミッションへの期待
- ・ 設問 4：その他

実際に使用したアンケートフォームは図表 47～図表 50 のとおりである。

図表 47 過去官民ミッション成果検証アンケート（設問 2 以外）

過去官民ミッション成果検証アンケート											
□: 記入欄											
<p>本アンケートは、経済産業省が来年度以降の官民ミッション派遣・受入（以下「官民ミッション」）をより効果的に行うために、過去に実施した官民ミッション（MEJ以外が受託して実施したものを含む）の成果、今後の期待等についてアンケート調査を行うものです。</p> <p>特に、改善が必要な点についての指摘は非常に参考となりますので、率直なご意見をお願いいたします。ご協力、お願いいたします。</p>											
<p>【情報の取り扱い】 ご提出いただいたアンケートは、経済産業省及びMEJのみで管理し、社名や個人名が特定されるような形で公表することはいたしません。今年度の最終報告書等で集計したデータを公表する可能性はございます。また、MEJ内部ではプロパー社員である担当者のみが情報を扱い、「担当者外秘」として厳重に管理します。機密情報等が含まれる場合は、適宜、パスワード保護のうえ、ご提出願います。</p>											
記入日：2018年 月 日											
<p>【記入者情報】 ※記名での回答が難しい場合は、無記名でも結構です。</p> <table border="1"> <tr><td>企業名</td><td></td></tr> <tr><td>所属・役職</td><td></td></tr> <tr><td>名前</td><td></td></tr> <tr><td>e-mail</td><td></td></tr> <tr><td>電話番号</td><td></td></tr> </table>		企業名		所属・役職		名前		e-mail		電話番号	
企業名											
所属・役職											
名前											
e-mail											
電話番号											
<p>1. 御社が過去に参加した官民ミッションについて</p> <p>(1) 御社が参加したミッションはどれですか。別紙「過去官民ミッション一覧」から選び、番号を記載してください。</p> <p>番号: <input type="text"/></p> <p>(2) 番号24（その他）を選んだ場合は、以下に活動内容を記載ください。</p> <div style="border: 1px solid black; height: 30px; width: 100%;"></div> <p>(3) 官民ミッションへの参加を決定する際の決め手（期待）は何でしたか。</p> <div style="border: 1px solid black; height: 30px; width: 100%;"></div> <p>(4) 過去に官民ミッションに参加したことがない場合は、理由を記載ください。</p> <div style="border: 1px solid black; height: 30px; width: 100%;"></div>											
<p>2. 官民ミッションに参加した際の具体的な成果</p> <p style="color: red;">※本ファイル別シートに作成してある「具体的な成果」へのご回答をお願いいたします。</p> <p style="color: red;">過去に複数のミッションへ参加された場合、各ミッションについて別シートにそれぞれご回答ください。</p> <p style="color: red;">またシートが足りない場合は適宜シートをコピーしてください。</p>											
<p>3. 今後の官民ミッションへの期待について</p> <p>(1) 今後、派遣・招聘する国、関係を構築したい相手（保健省、〇〇病院の調達担当者、院長など）は誰ですか。</p> <p style="text-align: center;">※国名については複数記載いただいて構いません。</p> <p>国名: <input type="text"/> 派遣/招聘: <input type="checkbox"/> 派遣 <input type="checkbox"/> 招聘</p> <p>相手: <input type="text"/></p> <p>(2) 官民ミッションの実施にあたり、事前に以下の活動を行うことに関心がありますか。</p> <p>① 現地医療事情等のデスクトップ調査への参加、同調査で得られたデータの参照・入手</p> <p><input type="checkbox"/> 関心がある 国名: <input type="text"/> 理由: <input type="text"/></p> <p>② ミッション実施国、訪問先、対象分野、派遣医師の決定などに関する企画会議への参加</p> <p><input type="checkbox"/> 関心がある 国名: <input type="text"/> 理由: <input type="text"/></p> <p>③ そのほか事前に行うべきと考えられることがあればご指摘ください。</p> <div style="border: 1px solid black; height: 30px; width: 100%;"></div>											

出所) MEJ 作成

図表 48 過去官民ミッション成果検証アンケート（設問 2 以外） 続き

(3) 派遣型ミッションにおいて、以下のどのような活動を行うことに関心がありますか。

①対象国の関係者（保健省、医師等）を集めたセミナーの開催
 関心がある 国名: 詳細:

②①のセミナーを行う場合のプレゼンテーションの実施 ※対象者、プレゼン時間などの希望の詳細もご記載ください
 関心がある 国名: 詳細:

③①のセミナーを行う場合のセミナー併設展示における製品やカタログの展示
 関心がある 国名: 詳細:

④現地政府とのラウンドテーブルへの参加 ※先方参加者、希望する活動（プレゼン実施など）などの希望の詳細もご記載ください
 関心がある 国名: 詳細:

⑤現地医療機関への訪問 ※医療機関の種類、希望する活動（見学、意見交換、機器展示の実施など）などの希望の詳細もご記載ください
 関心がある 国名: 詳細:

⑥現地学会、協会等への訪問 ※団体の種類、希望する活動（見学、意見交換、機器展示の実施など）などの希望の詳細もご記載ください
 関心がある 国名: 詳細:

⑦現地大使館、JETRO、JICA等の日本政府関係機関等への訪問 ※訪問先の希望などの詳細もご記載ください
 関心がある 国名: 詳細:

⑧そのほかのご希望があれば記載ください。

(4) 招聘型ミッションにおいて、以下のどのような活動を行うことに関心がありますか。

①セミナーの開催
 関心がある 国名: 詳細:

②①のセミナーを行う場合のプレゼンテーションの実施 ※対象者、プレゼン時間などの希望の詳細もご記載ください
 関心がある 国名: 詳細:

③①のセミナーを行う場合のセミナー併設展示における製品やカタログの展示
 関心がある 国名: 詳細:

④自社工場等への招待
 関心がある 国名: 詳細:

⑤夕食会等の開催
 関心がある 国名: 詳細:

⑥そのほかのご希望があれば記載ください ※日本からの出席者、議題設定、日程等もご希望があれば記載ください

(5) そのほか今後の官民ミッションについてご希望があればご記載ください

4. そのほか

(1) 派遣・招聘型のミッション派遣の他に行ってほしいもの（国内でのセミナー実施、調査など）があればご記載ください

(2) 経済産業省に期待する支援について記載ください ※記名で回答いただいた場合は、個別にヒアリングをさせていただく場合があります。

ご協力ありがとうございました。

出所) MEJ 作成

図表 49 過去官民ミッション成果検証アンケート（設問2）

過去官民ミッション成果検証アンケート（別シート①）

: 記入欄

2. 官民ミッションに参加した際の具体的な成果 国名：

(1) 現地の医療情報等の情報収集はできましたか。
 はい いいえ
 ① 上記で「はい」と答えた方に伺います。具体的にどのミッションでどのような情報を得られ、ミッション後にどのように活用しましたか。
 ② 上記で「いいえ」と答えた方に伺います。なぜできなかったと思われるか（適切な者と会えなかった、時間が短かった等）。

(2) 現地政府や病院、代理店候補などと新しく知り合うことができましたか。
 はい → 現地政府 公立病院 私立病院 そのほか() いいえ
 ① 上記で「はい」と答えた方に伺います。具体的にどのミッションでどのような方と知り合うことができましたか。

 ② 上記で「はい」と答えた方に伺います。現在も連絡を取り合うなど、関係を継続していますか。
 はい いいえ
 ③ 上記で「はい」と答えた方に伺います。知り合った病院等との間で具体的な商談を行いましたか。
 はい → 件数: いいえ
 ④ ③で「はい」と答えた方に伺います。具体的にどのミッションで知り合ったどの病院等との間で商談を行いましたか。
 ※商談が成立した場合、製品名や数量、金額についても記載ください。
 ⑤ ③で「いいえ」と答えた方に伺います。商談に繋がらなかった理由は何ですか。

(3) 現地におけるミッションの活動期間の日数についてご意見をお聞かせください。
 長いと感じた 丁度良いと感じた 短いと感じた そのほか ()

(4) ミッションにおけるコストパフォーマンス（御社にとっての負担とその効果）についてご意見をお聞かせください。
 非常に満足 満足 不満足 そのほか ()

(5) そのほかの成果があった場合は、以下に記載してください（参加日本企業との意見交換ができた、日本の医師との関係構築ができたなど）。

(6) 参加する前に持っていた期待に対する実際の成果はいかがでしたか。
 成果: 期待以上の成果があった 概ね期待通りの成果だった 期待していた成果はなかった
 理由:

質問3.以降へのご回答をお願いいたします。

出所) MEJ 作成

図表 50 過去官民ミッション成果検証アンケート（別紙）

【別紙】					
過去に経済産業省が実施した官民ミッション一覧					
番号	年度	派遣日	国・地域	開催都市	主なテーマ
1	2012	13/02/23	インドネシア	ジャカルタ	高度がん治療、肝疾患治療
2	2013	13/08/24	中東（バーレーン、クウェート、カタール）	各国	日本の先端医療（再生医療）
3		13/08/26	ベトナム	ハノイ	がん（内視鏡治療）、小児心臓外科
4		13/09/11	インド	デリー	CT、MRI、陽子線治療、日本医療全般
5		13/09/20	バングラデシュ	ダッカ	がん、放射線治療
6		13/10/22	カザフスタン	アルマティ	がん診断（消化器系がん）
7		13/12/19	中国	北京	介護制度、中国医療事情
8		14/02/04	ロシア	モスクワ	がんの診断・治療
9		14/02/19	トルコ	アンカラ	再生医療、陽子線治療、内視鏡
10		14/02/27	インドネシア	ジャカルタ	がん早期発見、治療・診断全般
11		2014	14/09/01	インド	デリー
12	14/10/16		ベトナム	ハノイ、ホーチミン	がん、生活習慣病対策
13	14/12/05		ロシア	モスクワ	陽子線治療、低侵襲治療、生活習慣病
14	14/12/15		ミャンマー	ヤンゴン	救急医療、内視鏡、乳がん
15	15/02/04		インドネシア	ジャカルタ	医療ICT、糖尿病対策
16	2015	15/09/08	ベトナム	ハノイ	医療ICT
17		15/10/12	フィリピン	マニラ	生活習慣病
18		16/01/08	ミャンマー	ヤンゴン	がん、救急医療、日本医療全般
19		16/02/04	バングラデシュ	東京	予防医療、人間ドック
20	2016	16/09/14	フィリピン	マニラ	がん、生活習慣病対策
21		16/12/07	ミャンマー	ヤンゴン	救急医療、生活習慣病、がん早期診断、ME育成
22		17/02/17	サウジアラビア	東京	低侵襲治療、日本の医療全般
23	2017	17/09/04	タイ	バンコク	内視鏡、糖尿病
24	その他	その他、付随した活動（例えば、フォローアップミッションなど）に参加した場合			

出所) MEJ 作成

3)アンケート結果

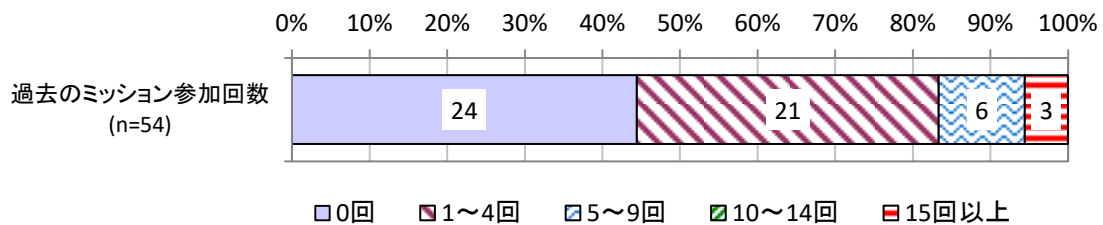
54 社全てから回答を得ることができた。設問ごとの詳細な結果を以下に示す。

(1)設問1:官民ミッションへの参加状況等

①参加したミッション

過去にミッションに参加したことがある企業は全 54 社のうち 30 社で、回数別の状況は図表 51 のとおりである。

図表 51 各社のミッション参加回数別状況



出所) MEJ 作成

②官民ミッションへの参加を決定する際の決め手(期待)

過去にミッションに参加したことがある企業が参加を決めた際の決め手、および期待の主な意見は図表 52～図表 53 のとおりである。カッコ内の数字は同様の回答数を表している。

図表 52 官民ミッションへの参加を決定する際の決め手

分類	内容
開催国	<ul style="list-style-type: none"> ・ 開催国が当社の事業検討・展開国と一致しているか (5) ・ 当該国の人口及び 1 人当たり国民所得 ・ 当該国の国としての成長性、ターゲット領域の市場性 ・ 現地に当社オフィスがあるか、または海外拠点所在地の近隣国であるか ・ 当社現地法人の体制が構築されているか ・ 当該国に当社の海外工場があるか ・ 開催地の現地拠点にミッションの案内をし、現地拠点において参加の可否を判断
テーマ・領域	<ul style="list-style-type: none"> ・ ミッションのテーマ・領域が当社事業と関連しているか (5) ・ ミッションの対象テーマ・領域の市場性があるか ・ 現地の当社オフィスにミッションの対象領域の製品・サービスを扱

分類	内容
	う担当者があるか
参加者・面談相手	<ul style="list-style-type: none"> ・ 政府及び病院関係者との意見交換ができるか ・ 自社のビジネスにとって有益と思われる相手国側の要人参加があるかどうか ・ 現地基幹・重点病院訪問時に、病院長、診療部長、KOL、購入責任者が参加するかどうか
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・ 現地公立・私立病院、保健省との交流が、現在当該国で進めているプロジェクト遂行の大きな支援になるか ・ 展示会での製品展示により、当該国・地域での当社プレゼンスを高めることが出来るか

出所) MEJ 作成

図表 53 官民ミッションに参加する際の期待

分類	内容
情報収集等	<ul style="list-style-type: none"> ・ 現地の医療関連法・制度などの情報収集、病院見学等による医療レベルの確認、今後の医療政策の確認等 (6) ・ 新興国、途上国に対する自社の市場開拓に対する足がかりとすること
関係構築	<ul style="list-style-type: none"> ・ 相手国政府関係者・医療機関等との人脈づくり (8) ・ 個社の営業活動ではコンタクトが不可能な相手国の上位政府関係者とのコネクション作り ・ 新たな販社・ローカルパートナーの開拓 (2)
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・ 自社および製品アピール (3) ・ 参加企業との意見交換 ・ 自社で既に展開していたプロジェクトの活用 ・ 対象国内における日本の医療インバウンド事業の周知

出所) MEJ 作成

③参加したことの無い理由

官民ミッションに一度も参加したことの無い企業は、その理由を尋ねた。主な理由としては、図表 54 のとおりである。カッコ内の数字は同様の回答数を表している。

図表 54 ミッションに参加したことの無い理由

分類	内容
対象国	<ul style="list-style-type: none"> 対象国・地域が当社の事業エリアの対象外であった (5) 独自に調査・活動等を行っているケースがあり、参加の必要性が感じられなかった。
テーマ・領域	<ul style="list-style-type: none"> ミッションで扱うテーマ・領域と当社事業内容が一致しなかった (9) インバウンド主体の企業であるため (2)
その他	<ul style="list-style-type: none"> 国内の競合他社も同席しているため 費用並びに時間的な制約があった (タイミング、繁忙等)。 海外担当が目の前の商談に取り組むことに精一杯で長期的な視点での活動に取り組む余裕がないため 参加対象企業になり得るのか判断できないため 官民ミッションの成果を十分に得られるレベルに達していないため 現在、海外進出支援について社内方針を協議中であり、具体的な方針が確定していないため

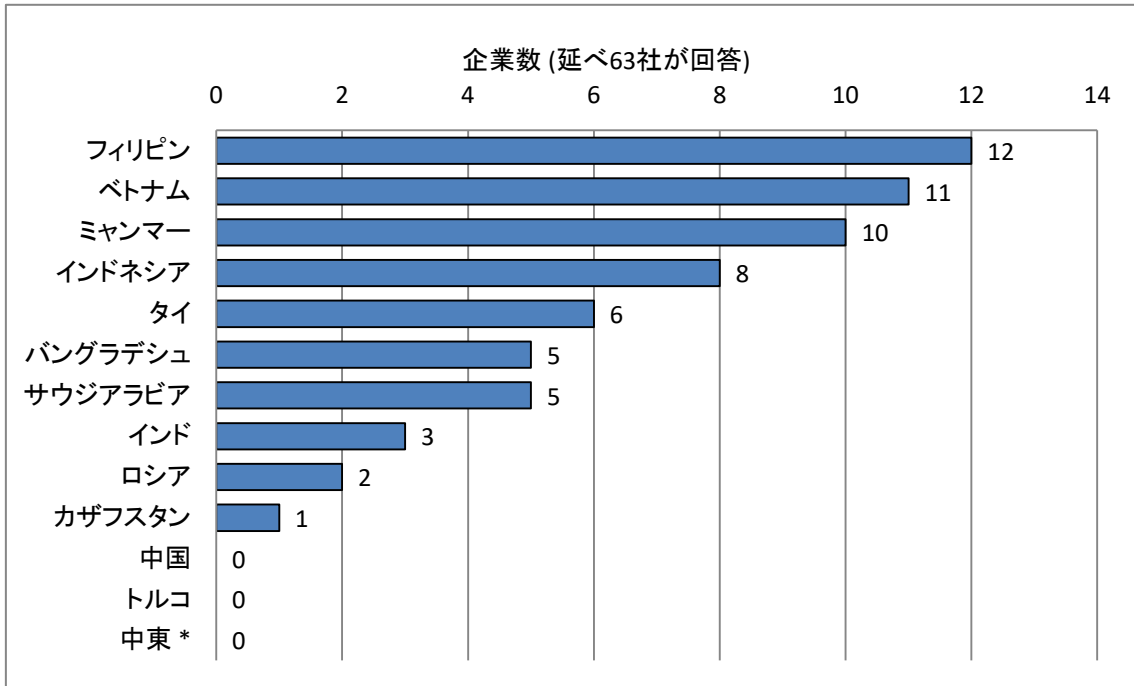
出所) MEJ 作成

(2)設問2:官民ミッション参加による具体的成果

①官民ミッション参加により、成果につながった国

官民ミッション参加により、何らかの成果が挙げたとして回答のあった企業数は、ミッションに参加したことのある30社のうち28社で、その国は図表55のとおりである。なお、1つの企業が複数国を回答することを可能としたため、延べ63社が成果ありと回答した。

図表 55 官民ミッション参加により成果があったと回答した企業数



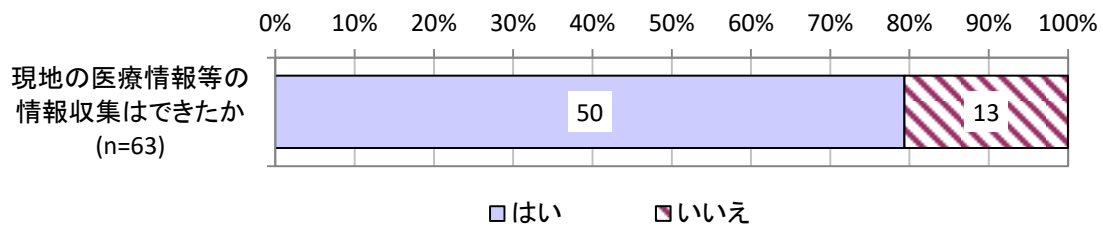
* バーレーン、クウェート、カタールの3か国

出所) MEJ 作成

②成果その1:現地の医療情報等の収集

成果の1つとして、現地の医療情報等の収集が挙げられる。図表 56 のとおり、成果があったと回答した企業のうち約8割が、情報収集ができたと回答した。

図表 56 成果検証 (成果1:情報収集)



出所) MEJ 作成

情報収集に関する主な補足説明は図表 57 のとおりである。「いいえ」の回答への補足は斜字としてある。

図表 57 情報収集に関する補足説明

対象国	内容
フィリピン	<ul style="list-style-type: none"> ・ 現地の医療関係者に対する当社技術に関するヒアリング結果が得られ、その後のグローバル展開計画に活用した。 ・ 現地の販社を数社訪問し、現地医療情報を収集できた。 ・ 市場概況、他社取組み状況、治安について確認できた。 ・ 交流会（講演会）での現地日系企業とのディスカッション等において現地医療事情等の情報を得られ、その後、調査レポート等の資料作成時に活用した。 ・ 現地の医療の実態などの情報収集をすることができた。 ・ 訪問した施設関係者との会話、また他社スタッフとの情報交換、また実際に施設を見ることで、多くの情報が得られた。 ・ 今まで訪問したことのない病院を訪問し、その病院の運営についての説明を受け理解できた。 ・ Philippine General Hospital (PGH) の院長とのコンタクトと日本企業への期待 ・ PGH 院長のプレゼンは病院の方向性を聞くことができたため、今後の病院の方向性を知ることが出来た。 ・ 部分的な参加だったが人脈は増やすことができた。 ・ 当社現地事務所担当者のみが参加したが、医療業界への経験がなく、その後のフォローも出来ていなかった。
ベトナム	<ul style="list-style-type: none"> ・ 現地の医療関係者に対する当社技術に関するヒアリング結果が得られ、その後のグローバル展開計画に活用した。 ・ バックマイ病院とチョーライ病院を見学でき、ベトナムの医療状況を理解できた。現地販社への提案の際に得られた情報を活用している。 ・ ベトナム政府内で医療情報に関する枠組みがしっかりと決まっておらず、様々な国からヒアリングを行っている状態ということがわかった。 ・ 現地での内視鏡による診断の状況、ニーズの把握ができた。 ・ 特にインフラの状況やシステム等に対する現地の導入意識、経済状況など把握でき、今後の取組方の社内検討の材料とした。 ・ がんの医療事情、放射線治療の現状について情報を得て、海外戦略を立案するための市場分析に活用した。 ・ 保健省高官、チョーライ病院、バックマイ病院を訪問し病院トップと面談する事で現地医療の現状、問題点、課題等をヒアリング

対象国	内容
	<p>する事が出来た。また当社のベトナムにおけるビジネスについて現地法人トップから直接アピールする機会を得た。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ ベトナム大手 IT ベンダーへの訪問による人脈づくりにより、ベトナムの医療システム市場の開拓を進めている。 ・ セミナーに併設された展示場で医療機器の実機を展示し説明を行ったが、数名のベトナム医療施設のドクターに装置を見て頂いただけで、すぐにセミナーは終了してしまった。時間が短かった。 ・ 既に保健省に対して一定のアクセスがあり、かつ参加者が要人とは言えないレベルに留まった。 ・ チョーライ病院、バックマイ病院見学は、ベトナム初進出・進出検討企業には良い社会見学となるが、最低でも月に1度は病院に通う駐在員としては物足りなかった。
ミャンマー	<ul style="list-style-type: none"> ・ ミッションを通して会った医療従事者、他社駐在員、自社代理店スタッフとの情報交換や、実際に施設を見ることで、多くの情報が得られた。 ・ 現地の医療の実態や、ミャンマーに進出している日系メーカー担当者とのコネクションなど、現地での事業開発に活用できた。 ・ 私立病院協会訪問時、ネットワーキングより商談機会のチャンスが広がった。当社ブランドの PR と認知度向上ができた。 ・ 私立病院協会トップの日本企業への期待を聞くことができた。 ・ 現地病院訪問により、現場の状況（当社製品の稼働状況）の確認と現場スタッフの生の声を聞くことができた。 ・ 専門分野のドクターと面会できた。 ・ 病院訪問。現地医療状況について社内他部署との情報共有 ・ 得ることのできた情報は、現地販売代理店から既に入手済のものであった。
インドネシア	<ul style="list-style-type: none"> ・ 現地の医療関係者に対する当社技術に関するヒアリング結果が得られ、その後のグローバル展開計画に活用した。 ・ 行政や病院訪問等で、必要な市場情報を得ることができた。 ・ 保健省の IT 担当部門長に会え、アプローチをしたところネットワークの標準化を行うための JICA 事業に繋がった。 ・ 糖尿病セッションに参加、現地医療機関医師や担当者と交流ができた。 ・ 当社事業分野について具体的な情報収集をすることが出来なかった。

対象国	内容
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 医療情報を目的とした官民ミッションではなかった。 ・ 特に関心を持つ適切な関係者との交流がなかった。
バングラデシュ	<ul style="list-style-type: none"> ・ 保健省の NCDs 課題の位置づけを確認。その後保健省を訪問し健診プロジェクトをアウトバウンド調査で実施できた。 ・ 当社が最も活動的にビジネスを行っている新興国の一つであり、その中で当社の存在を示すことは出来たが、このミッションのみが何か特定の物に影響を及ぼしたという事ではない。 ・ 適切な人と会えなかった。
サウジアラビア	<ul style="list-style-type: none"> ・ 保健省の PSP³に関する情報収集。また、保健省との面談に繋げることが出来た。 ・ 遠隔医療に関心が高い（政府関係者及び病院関係者）ことがわかった。 ・ 中東の大国ながら、様々なアクセスが難しい国なので、接触の回数を増やす良い機会だった。 ・ 適切な人と会えなかった。
タイ	<ul style="list-style-type: none"> ・ 現地事務所が活動しているが、さらなる情報収集の機会にもなり、アポが取りにくい病院関係者とも関係を築ききっかけになった。 ・ 当社が対象とする領域の医療機器のシェアおよび期待される商品ニーズの理解ができた。各病院での透析センターの見学と情報収集ができた。当社のブランド PR、認知度向上ができた。 ・ 展示会に機器出展し、顧客と情報交換できた。 ・ 私立病院協会との面談によりトップ層が持つ日本企業への要望を聞くことができた。 ・ 訪問した各病院の整形外科領域の医師と面会でき、より具体的な会話が出来た。ミッション後更なるビジネスモデルの構築を目指して、病院訪問等の活動をした。 ・ 希望する施設や現場の見学は残念ながら実現できなかった。
インド	<ul style="list-style-type: none"> ・ 医療市場動向・他社の事業状況について情報を得て、海外戦略を立案するための市場分析に活用した。 ・ 適切な関係者との接触が乏しかった。
ロシア	<ul style="list-style-type: none"> ・ 時間が限られていた。
カザフスタン	<ul style="list-style-type: none"> ・ 医療機関との交流ができた。

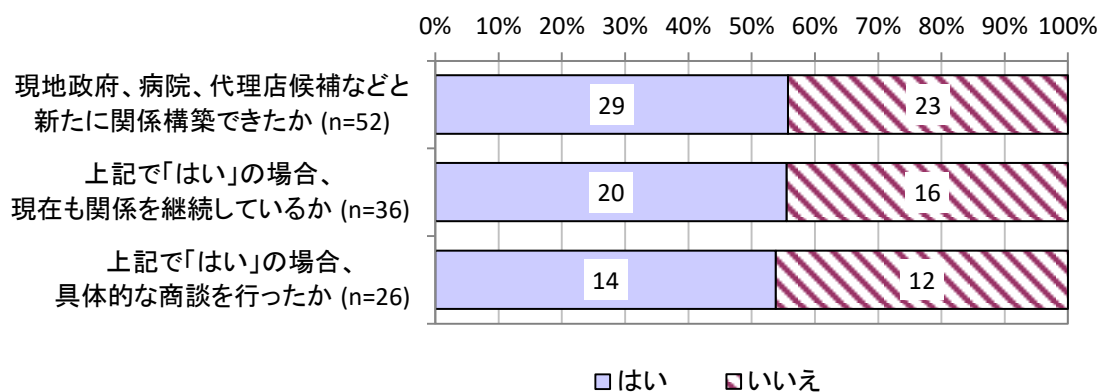
出所) MEJ 作成

³ Private Sector Participation の略。民間による病院運営を促進するための制度

③成果その2:現地政府や病院、代理店候補などとの関係構築、

関係構築の有無、関係の継続性、具体的商談有無は図表 58 のとおりである。延べ 29 社が現地政府や病院、代理店候補など何らかの組織と関係構築できたと回答している。また、関係構築できた企業のうち半数以上の 20 社が当該組織との関係を継続しており、さらにその半数以上の 14 社が具体的な商談を実施している。

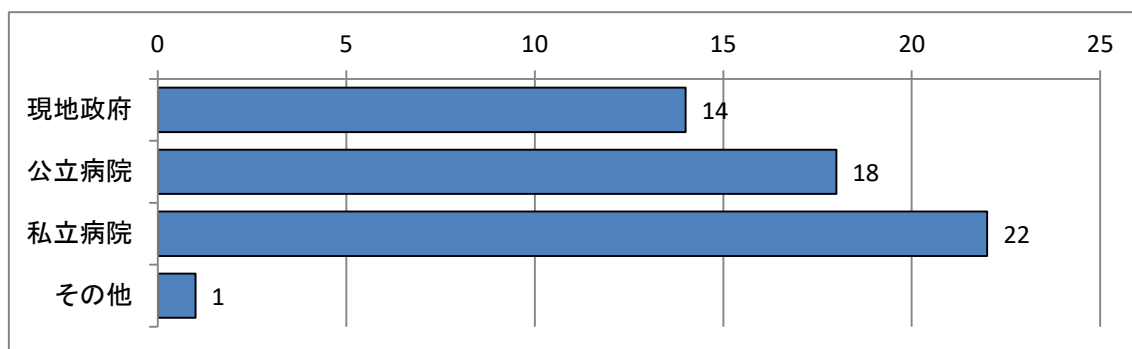
図表 58 成果検証（成果 2：関係構築）



出所) MEJ 作成

また、具体的な関係構築相手は図表 59 のとおりである。

図表 59 具体的な関係構築等の相手



出所) MEJ 作成

関係構築相手の詳細は図表 60 のとおりである（主な回答）。カッコ内の数字は同様の回答数を表している。

図表 60 関係構築相手の詳細

対象国	内容
フィリピン	<ul style="list-style-type: none"> ・ 保健省 (2) ・ 病院のトップの方々 (2) ・ 民間病院の購買部門 ・ 内視鏡を施行する医師、各病院関係者 ・ 検査センターの病理医 ・ 潜在的な販社、自社代理店スタッフ ・ 他社駐在員
ベトナム	<ul style="list-style-type: none"> ・ 保健省 (3) ・ 保健省 IT 局の局長、スタッフ ・ 病院のトップの方々、医師、スタッフ ・ バックマイ病院 (2)、チョーライ病院、フオアビン省総合病院の関係者 ・ 学会のキーマン ・ 潜在的な販社など
ミャンマー	<ul style="list-style-type: none"> ・ 保健省 (調達担当者など) ・ 現地公立病院等 (3) ・ 大手私立病院のトップ層 (2) ・ 内視鏡を施行する医師、各病院関係者 ・ 進出済みの日系メーカー担当者や代理店 (2) ・ 自社代理店スタッフ
インドネシア	<ul style="list-style-type: none"> ・ 保健省 IT 担当部門長、スタッフ ・ 訪問した病院の内分泌分野の医師 ・ 医師や国際担当など
バングラデシュ	<ul style="list-style-type: none"> ・ 政府要人 ・ 機器展示会で保健省 DGHS⁴ の非感染症担当の長官と知り合えた ・ 日本の医大を卒業した医師
サウジアラビア	<ul style="list-style-type: none"> ・ 政府要人 ・ 保健省の PSP 担当グループ

⁴ Directorate General of Health Services の略。保健サービス総局。

対象国	内容
タイ	<ul style="list-style-type: none"> ・ 各訪問先での医師 (2) ・ 私立病院協会会長および約 10 の病院の理事 (2) ・ 主に私立病院の部材調達担当者・日本人コーディネーター・看護師マネジャー ・ 病院経営の関係者
インド	<ul style="list-style-type: none"> ・ 現地医療機関や現地医療機器メーカー

出所) MEJ 作成

商談に関する具体的な内容は図表 61 のとおりである (主な回答)。斜字はうまく商談につながらなかった理由である。

図表 61 商談に関する具体的な内容

対象国	内容
フィリピン	<ul style="list-style-type: none"> ・ このミッションを機会として新規商談は発生していないが、既に進行している商談のフォローは行なえた。 ・ 残念ながら、医療業界への経験が無く、参加するだけで終わった。 ・ 当初より、調査・情報収集目的で参加しており、商談を目的とした参加ではないため ・ イベントに部分的しか参加できなかったから
ベトナム	<ul style="list-style-type: none"> ・ 当社現地法人が直接商談を実施している。 ・ 2015 年当時は、海外展開を検討していなかった。 ・ 当社が事業展開する治療装置については、具体的な導入計画は無いようだった。また、当社としても一般的な市場調査の目的で参加していた。 ・ この一度で商談に繋がるものでもないと思われる。
ミャンマー	<ul style="list-style-type: none"> ・ 現地代理店が継続的に連絡している。 ・ 官民ミッションだけで商談が発生したわけではないが、商談先も含めミッション団として関係者が訪問した効果は多少あると考える。 ・ ミッション後の個社活動で、まずミッションで面談した私立病院協会の全 15 病院を訪問し商談会を実施。その後、4 つの病院を再訪問。しかし、コストの関係で現在商談成立には至っていない。 ・ このミッションを機会として新規で商談は発生していないが、既に進行済み、進行中の商談はあり、そのフォローは行なえた。 ・ 商談は行ったが、成立には至っていない。

対象国	内容
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 私立病院のトップ層とのコンタクトを作り、ローリングを行ったが、直近での機器等に関しては具体的な要望は無く、商談に発展せず。 ・ 特段の引き合いがあるようには見えなかったため。
インドネシア	<ul style="list-style-type: none"> ・ チプト病院は既存顧客であるが、関係継続のきっかけともなっている。 ・ その場だけの名刺交換では商談まで進まない。 ・ インバウンド医療に関して、インドネシアからは病院経由の問合せがないため。
バングラデシュ	<ul style="list-style-type: none"> ・ 保健省の高官のみを日本に招聘するミッションであったため。 ・ 当該国が医療インバウンドで来日するためにはいくつか障壁があるため。
サウジアラビア	<ul style="list-style-type: none"> ・ 保健省の PSP 担当グループと面談実施 ・ 会った人物が当事者でなかったから。 ・ 来日された方が少なく (3 名)、コンタクト出来る範囲が限られた。 ・ 継続的なフォローがなかったため。
タイ	<ul style="list-style-type: none"> ・ 当社製医療機器 2 台を納入。 ・ 薬事登録・販売店との契約などまだまだクリアするハードルは高く、時間はかかると思われる。具体的な注文はまだ頂けていないものの、現在も連絡は取り合っており、少しずつ進んでいる。
インド	<ul style="list-style-type: none"> ・ 参加主目的が、一般的な市場動向調査であったため。
カザフスタン	<ul style="list-style-type: none"> ・ インバウンド医療などで問合せが病院や医師経由でたまにくる。

出所) MEJ 作成

④その他の成果

その他の成果として回答のあった主な内容は図表 62 のとおりである。カッコ内の数字は同様の回答数を表している。

図表 62 その他の成果

<ul style="list-style-type: none"> ・ タイでの展示会で引き合い 36 件あり、各国 (8 か国) 代理店よりフォローアップ対応中。 ・ 補助事業により日本の大学と組んでトレーニングセンターを設立。広報、取組みに関して広報活動が出来た為、継続的な機器の販売に繋がっている。 ・ 政府当局や現地病院トップと関係構築できた。(2) ・ 特に私立病院に関する理解が深まった。 ・ 保健省に対して、当社メンバーより直接商品の PR を実施することができた。
--

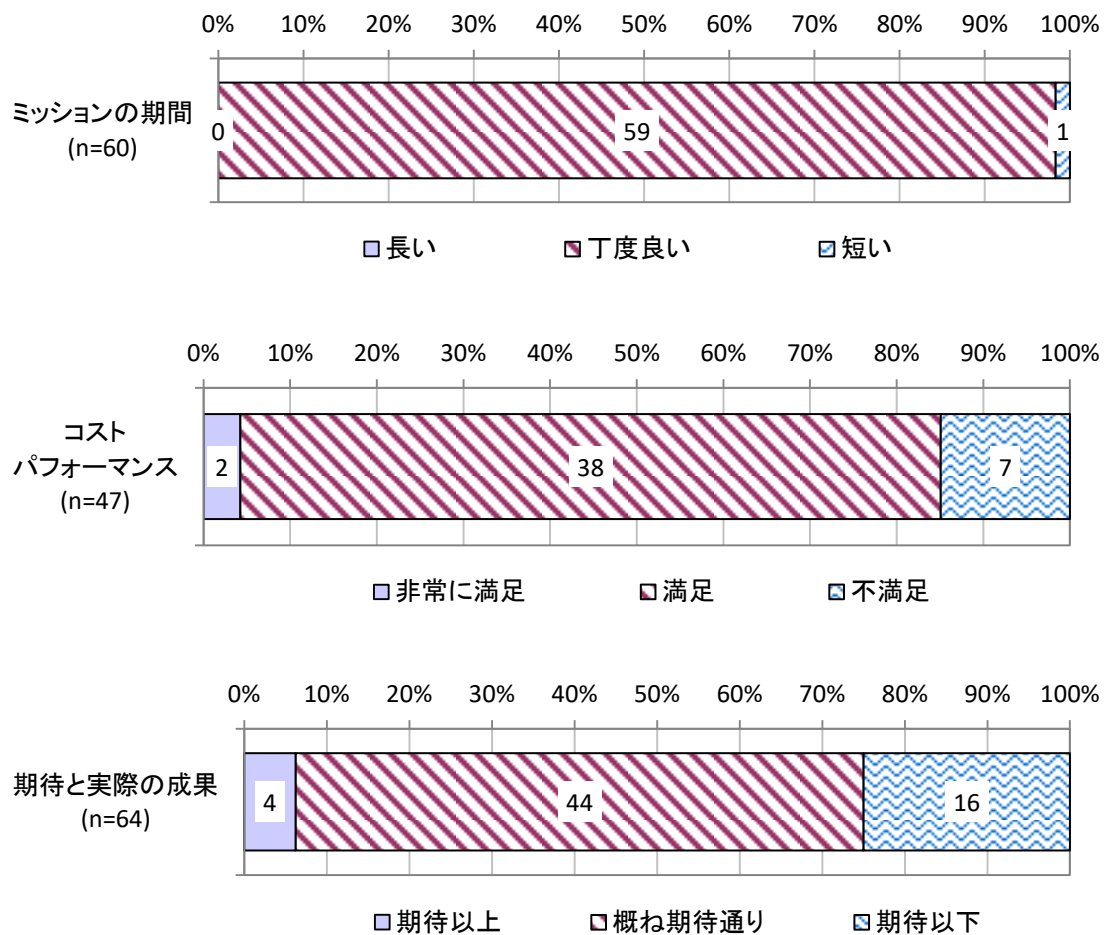
- ・ 日本式医療に対する理解を深める一助となる。
- ・ 日本／現地メディアによる取材を通じて、当社が扱う治療方法の認知度アップを図ることができた。
- ・ 参加企業への自社活動の周知
- ・ 参加した日本企業や現地駐在員、セミナー講師の医師と意見交換ができた。(8)

出所) MEJ 作成

⑤ミッションの活動期間、コストパフォーマンス、期待と実際の成果

ミッションにおける現地での活動期間、コストパフォーマンス、当初期待していた内容と実施の成果の関係などは図表 63 のとおりである。

図表 63 活動期間、コストパフォーマンス、期待と実際の成果



出所) MEJ 作成

期間、コストパフォーマンス、期待と実際の成果に関する主なコメントは図表 64~図表 66 のとおりである。カッコ内の数字は同様の回答数を表している。また、「不満足」や「期待以下」のコメントは斜字としてある。

図表 64 期間に関するコメント

<ul style="list-style-type: none"> ・ 長さの問題ではない（内容重視） ・ 現地の状況に応じて参加できる ・ 現地参加の為調整は可能
--

出所) MEJ 作成

図表 65 コストパフォーマンスに関するコメント

<ul style="list-style-type: none"> ・ 現地駐在員、現地社員の為負担は少ない (2) ・ 短期間での効果は期待していない。 ・ 参加者に関わる出張費、人件費、展示品の輸送費等コストを考えると負担が大きいわりには、効果は限定的。

出所) MEJ 作成

図表 66 期待と実際の成果に関するコメント

分類	内容
情報収集に関する成果	<ul style="list-style-type: none"> ・ 相手国政府の意向が聞けた。 ・ インド医療市場の一般的な情報から、当社製品の対象領域のビジネス最新情報まで、見識を深めることができた。 ・ 必要とする情報収集が出来た。 ・ 現地の医療の現状の確認という意味では目的は達成できた。 ・ 一部の日程しか参加できなかったが、現地の医療事情について一定の情報収集をすることができた。 ・ 病院の方向性を確認できた。 ・ 質の高い医療に対してはそれに応じた対価を支払うことができる富裕層が存在すること、トップ私立病院では、医師、経営ともにレベルが非常に高いことなど、出発前に持っていた印象が大きく覆され、将来性のある市場であると理解した。 ・ 当社製品の認知度向上に向けたプレゼンを行うことができ、またベトナムの医療市場に関する見識を深められた。
関係構築に関する	<ul style="list-style-type: none"> ・ バングラデシュ保健省から予想した以上の反応を引き出すことが

分類	内容
成果	<p>できた。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 日本政府の看板で現地保健省や現地を代表する公立病院トップと当社現地法人トップが面談する機会を得た。 ・ 私立病院とのコンタクトは元々弱かったが、ミッション参加によりコンタクトを形成するに至った。 ・ セッション参加による知見と参加された現地医療機関関係者との交流ができた点は期待通りであった。 ・ インド医療関係者の関心を高めることに役立ったのではないかと思われる。 ・ 具体的に専門分野の医師と面会出来た。 ・ 当初より狙っていた、企業単独では出来ない私立病院のトップ層とのコンタクト強化ができた。 ・ 現地の医療の実態や、ミャンマーに進出している日系メーカー担当者とのコネクションなど、現地での事業開発に活用できた。 ・ 商談にはつながっていないが、将来顧客との関係は構築できた。
その他の成果	<ul style="list-style-type: none"> ・ ロシア関係者に日本で行われている高度医療について理解されることができるようになったと思われる。 ・ 当社製品の認知度向上に向けたプレゼンを行うことができ、またベトナムの医療市場に関する見識を深められた。 ・ 他社の取組み状況を把握することができた。 ・ 当社ブランドPRと認知度向上が期待通りに実行できた。
概ね期待通り、期待以下に関するコメント	<ul style="list-style-type: none"> ・ 官民ミッションで受注獲得まで獲得できるとは考えておらず、市場調査ができればよいと考えている。 ・ 市場の勉強に終わってしまい、その後の活動には結びつかなかった。 ・ 先方のニーズが高いのかと考えていたが、まだ意識的にも高くなかった。 ・ 希望する診療科が訪問先に選択されていなかったため、当社にとっての新たな出会いは元々期待していなかった。 ・ ミッションとしての成果はあったと考えるが、企業が求める成果には至っていない。 ・ 来日された方が、主に人材に関する部門の方であり、具体的なビジネス展開は難しい。 ・ 具体的な商談に結び付いていない。 ・ 現地側で、しっかり事前準備をする必要がある。

分類	内容
	<ul style="list-style-type: none"> ・ セミナー内容がターゲットとする医師の分野ではなく期待していた層の医師には会えなかった。施設訪問もすでに訪問済もしくは代理店を通して訪問可能な施設であった。 ・ 病院内で機材の購入を検討する（提案する立場にある）、いわゆる機材の購買層にあたるような医師の参加が少なかった。 ・ 現地ヘルスケア事業者との幅広い関係構築までは至らなかった。 ・ 相手国側参加者が期待レベルではなかった。 ・ 現地との調整、情報発信（メディア対応）に問題があり、医療制度・方向性といった話も特になかった。

出所) MEJ 作成

(3)設問3:今後のミッションへの期待

今後の参加希望国等や、参加する場合の活動内容ごとの関心事項に関して尋ねた。

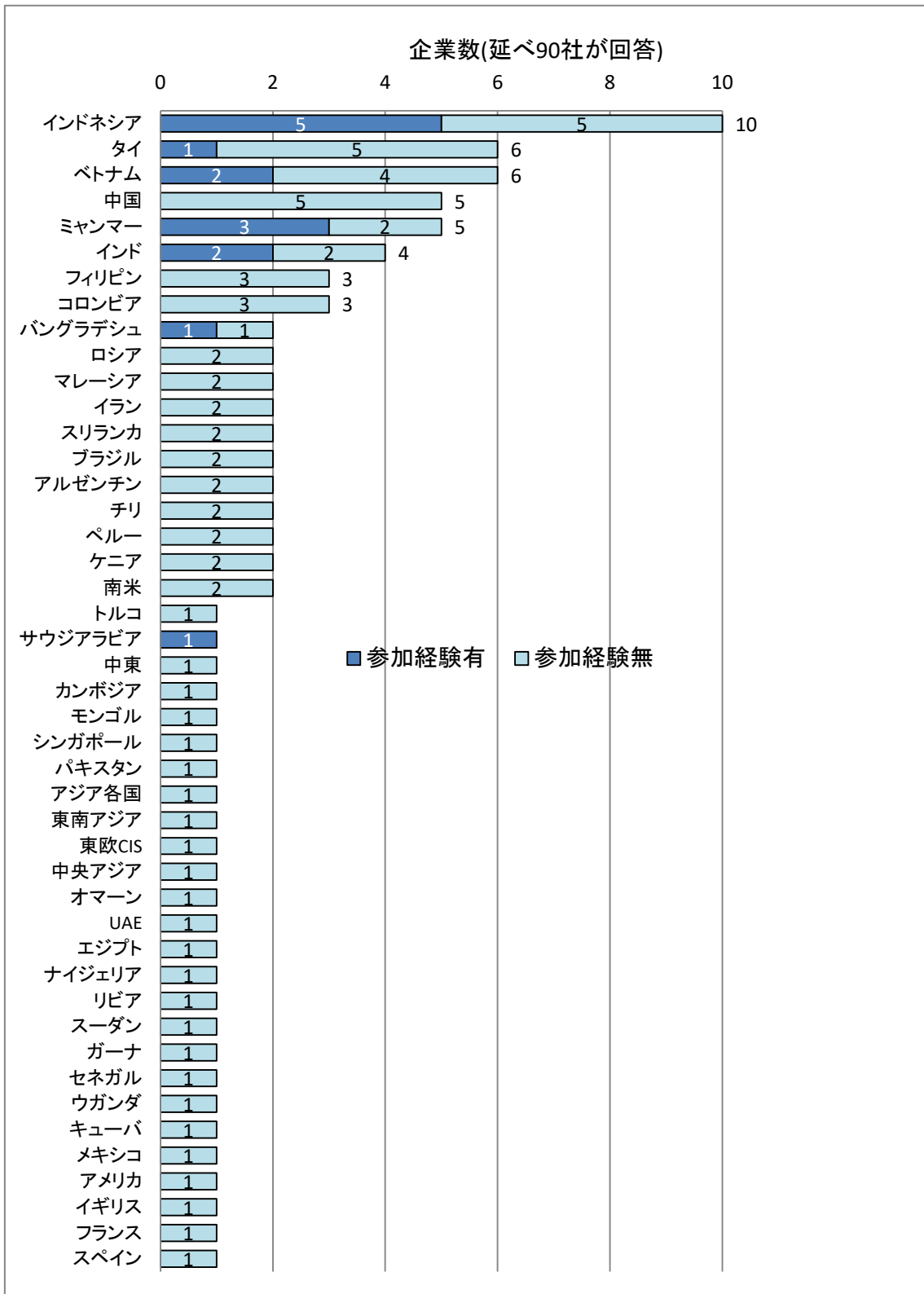
①今後のミッションを期待している国、形態、相手

参加希望国に関しては複数回答可とした。詳細は図表 67 のとおりである。

インドネシアへの参加を希望している 10 社のうち 5 社は過去のインドネシア官民ミッションに参加した企業である。

なお、個別の国名でなく、南米、東欧 CIS、中央アジアなど、地域全体を対象とするような回答もいくつかあり、単純に比較をするのは難しい。しかし、今まで官民ミッションを実施していない地域への期待が高まっていることもうかがえる。

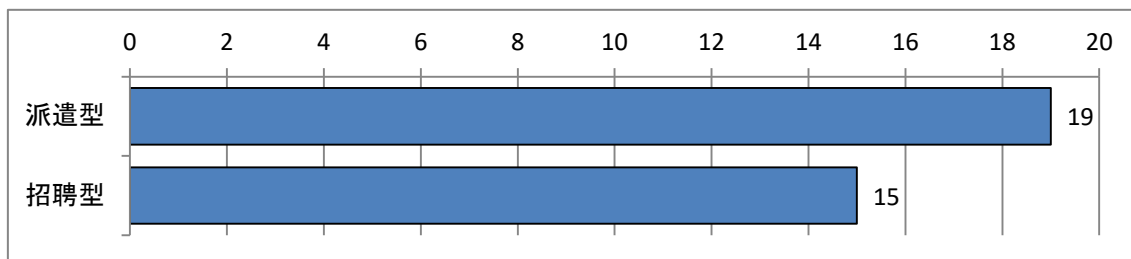
図表 67 今後参加したいミッションの対象国



出所) MEJ 作成

なお、派遣／招聘別でみると、図表 68 のとおりである。

図表 68 参加したいミッションの派遣型／招聘型の区別



出所) MEJ 作成

今後関係構築したい主な相手は図表 69 のとおりである。カッコ内の数字は同様の回答数を表している。

図表 69 今後関係構築したい相手

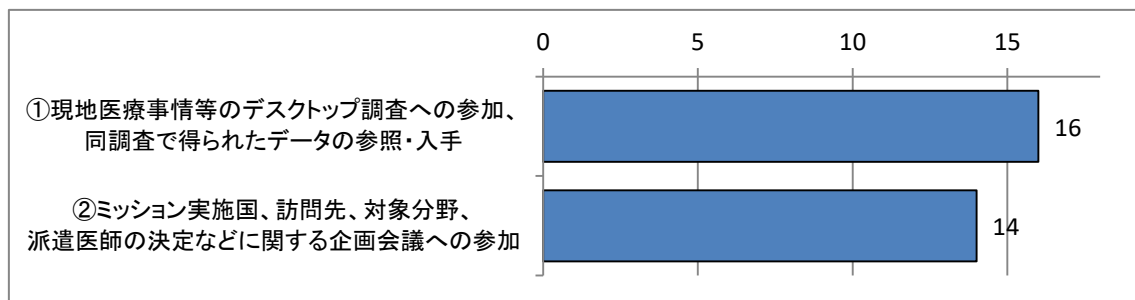
分類	内容
政府	<ul style="list-style-type: none"> 保健省・衛生部 (12) 保健省の大臣クラス 保健省の医療機材購入部門長 (責任者) とスタッフ 保健省の保険政策責任者・予算策定責任者 中国衛生部の輸入管理責任者
医療機関	<ul style="list-style-type: none"> 国立病院の院長、調達担当者 国立がんセンター 各国トップ・リフェラル病院の院長クラスや部門長 (教授) (2) 各国のティーチングホスピタル 現地の有力病院の調達担当者 (2) 病院長、経営者クラス (3) 民間病院経営者等 病院の経営母体 病院の IT 部門、情報担当者 (2) 医療従事者 (医師・看護師・コメディカル)
学会・特定分野	<ul style="list-style-type: none"> 学会長やキーパーソン、KOL (3)
JICA・JETRO 等	<ul style="list-style-type: none"> 円借款案件の複数病院の責任者とスタッフ JICA、JETRO 等現地事務所員など
その他	<ul style="list-style-type: none"> 大手販社、中堅販社

出所) MEJ 作成

②事前の調査・活動に関する活動の関心事項

ミッション実施に際して、事前の調査・活動として関心のある事項を尋ねた。結果は図表 70～図表 71 のとおりである。カッコ内の数字は同様の回答数を表している。

図表 70 関心事項（事前の活動）



出所) MEJ 作成

図表 71 事前の活動に関する主なコメント

設問番号	内容
①デスクトップ調査への参加、得られたデータの参照・入手	<ul style="list-style-type: none"> ・ 情報収集のため (3) ・ 個社で情報を更新することには限界があるため ・ 経済産業省の調査レポートは大変参考になったから ・ ジェトロ等が独自に調査した内容は一企業では得られないものがあるから
②企画会議への参加	<ul style="list-style-type: none"> ・ KOL との関係作りが非常に重要な為 ・ 参加可否を検討するため ・ 推進している事業と適合するため ・ 様々な分野のコンペ企業が集まる関係上企画会議はまとまりにくいと考える。
③そのほか事前に行うべきと考えられること	<ul style="list-style-type: none"> ・ 対象国決定に向けた企業向けへの個別ヒアリング ・ 年間スケジュールの見える化（社内検討時間の確保） ・ キーパーソンの確保 ・ 対象者への動機づけ、目的の共有 ・ 現地の病院向けのコンサルタントとの情報交換 ・ 各国保健省の大臣クラス、各国トップ・リフェラル病院の院長クラスの方々 ・ 事前・事後に得られた現地情報・現地事情等の情報は幅広くシェアして欲しい。 ・ インバウンドの観点からは、日本へ医療を目的に渡航することを推

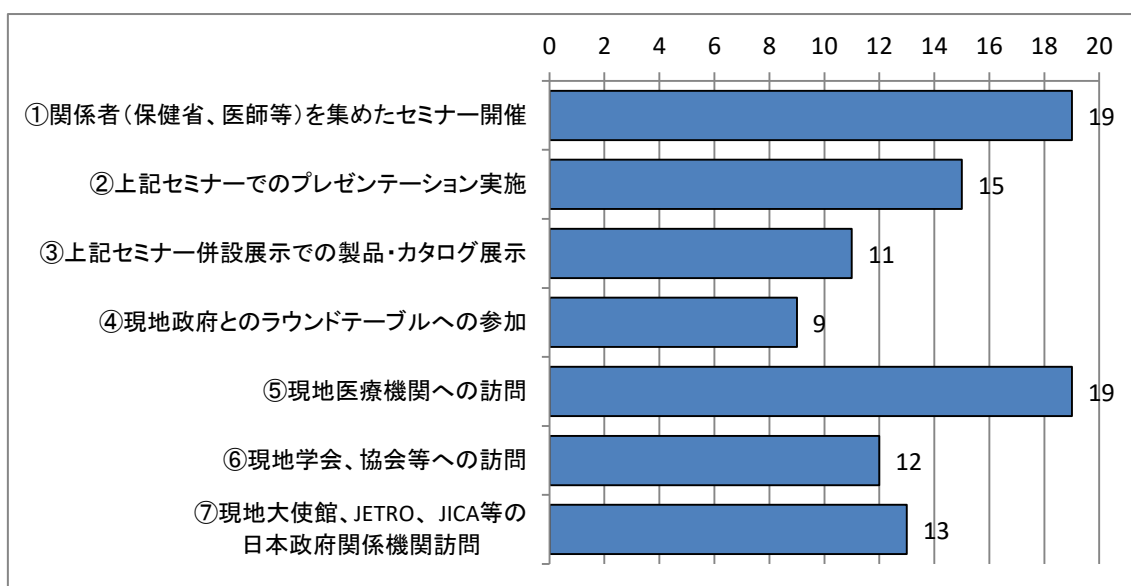
設問番号	内容
	奨励することが望ましい。 <ul style="list-style-type: none"> ・ 現地医療関係者の参加予定の把握 ・ ミッション派遣前の現地参加者の関心表明入手 ・ 競合他社の現地での普及率と、主力製品の価格帯調査 ・ ミッション対象先国と日本との関係（政府、通商）、薬事行政の理解と難易度、障壁の有無の確認

出所) MEJ 作成

③派遣型ミッションでの具体的活動の関心事項

実際に「派遣型」のミッションに参加する場合の関心事項を尋ねた。結果は図表 72～図表 73 のとおりである。カッコ内の数字は同様の回答数を表している。

図表 72 関心事項（派遣型ミッションの活動）



出所) MEJ 作成

図表 73 派遣型ミッションの活動に関する主なコメント

設問番号	内容
①セミナーの開催	<ul style="list-style-type: none"> ・ 薬事登録の案内 ・ 病院の IT 部門の方々を集めてのセミナー ・ 自社事業領域以外に特化したものでなければ参加 ・ 特定の国にターゲットを絞り、予算をかけて盛大に行う ・ 各地の放射線/内視鏡の KOL の参加 ・ 主要学会の学会長ならびに保健省へのコンタクト

設問番号	内 容
②セミナーでのプレゼン	<ul style="list-style-type: none"> ・ 最低 5 分以上を希望 ・ 10 分程度のプレゼン ・ 10～15 分程度のプレゼン ・ あまりテーマを絞らずに、いろいろな分野の自社 PR を 5 分程度ずつ ・ 1 社毎にプレゼン時間を設けて、その後に個別ディスカッション ・ KOL に対する個別企業プレゼン ・ 自社活動、製品を紹介 ・ 医師、学会員、経営者などへの自社事業紹介 ・ がんセンター院長、医師向けのプレゼン ・ 医療技術、受入に係る説明 ・ 販社を対象者に入れていただきたい
③製品・カタログ展示	<ul style="list-style-type: none"> ・ 機器の展示、紹介 (4) ・ カタログ展示 (3) ・ 医療技術、受入に係る説明 ・ 研修用ツール
④現地政府とのラウンドテーブル	<ul style="list-style-type: none"> ・ 保健省高官または調達部門の責任者に日本の企業を紹介 ・ 主要学会の学会長ならびに保健省へのコンタクト ・ 自社活動、製品を紹介 ・ プレゼン実施 (2) ・ 意見交換 (2) ・ 個別企業による個別ミーティングの実施
⑤医療機関訪問	<ul style="list-style-type: none"> ・ 国立病院と私立病院両方 ・ トップ・リフェラル病院のそれぞれの企業が関心のある領域の見学 ・ トップクラス病院の院長、部門長（教授）へのコンタクト (2) ・ がん病院や検査センター ・ 自社事業領域の診療科訪問、購買部門との交流促進 ・ 各病院の関心に合わせた企業プレゼンテーション ・ 見学及び意見交換 ・ プレゼン実施、見学、意見交換 ・ 意見交換 ・ デモ機展示
⑥学会、協会等への訪問	<ul style="list-style-type: none"> ・ 現地学会 (5)、病院協会等の主要人物との交流促進 ・ 見学、参加企業紹介、意見交換 ・ 意見交換
⑦現地の日本	<ul style="list-style-type: none"> ・ 大使館 (3)

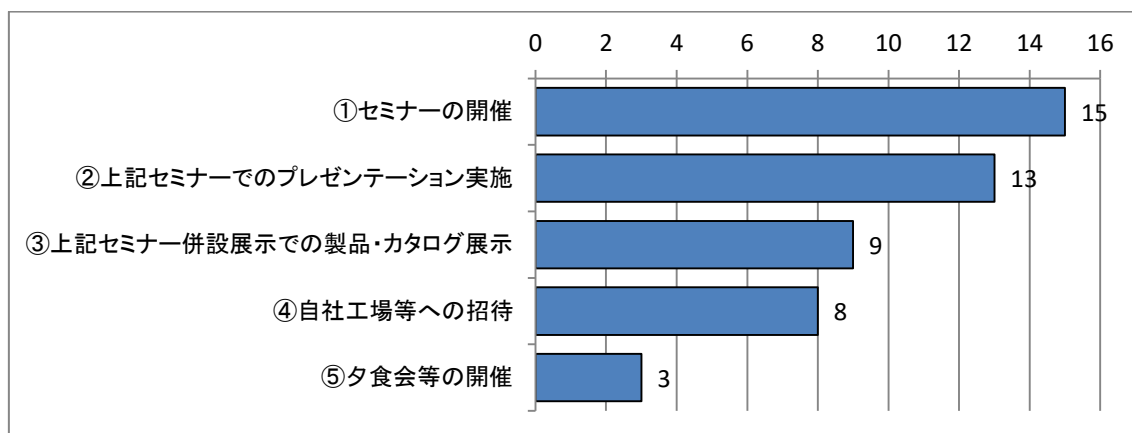
設問番号	内容
政府関係機関への訪問	<ul style="list-style-type: none"> ・ JICA (3) ・ JETRO (2) ・ 現地医療の情報を収集したい ・ 現地規制の最新情報を収集したい ・ 意見交換 ・ 人脈作りに役立てたい
⑧その他の希望	<ul style="list-style-type: none"> ・ 病院を経営する上で IT は避けて通れないため、経営母体へのアプローチや IT 部門の方を集めての会合を開催して欲しい。 ・ 日本の医師を派遣し、セミナーまた施設訪問時に講演して頂くのであれば、同じ診療科の専門医がセミナーや講義に多数聴講参加し、しっかり Q&A が行なわれるよう、現地と事前調整して欲しい。 ・ 現地企業の工場見学 ・ 予算制約があり機材導入が進まない公立病院に対する、大使館・JICA 事業等との連携によるリファレンスサイトの構築促進 ・ 現地の医療機器コンベンション、展示会に合わせて官民ミッションを開催して欲しい。

出所) MEJ 作成

④招聘型ミッションでの具体的活動の関心事項

実際に「招聘型」のミッションに参加する場合の関心事項を尋ねた。結果は図表 74～図表 75 のとおりである。派遣型同様、セミナー開催に最も関心があることがわかった。

図表 74 関心事項（招聘型ミッションの活動）



出所) MEJ 作成

図表 75 招聘型ミッションの活動に関する主なコメント

設問番号	内容
①セミナーの開催	<ul style="list-style-type: none"> ・ 保健省要人 ・ 自社事業領域以外に特化したセミナーでなければ参加 ・ 日本からは遠いが、医療機器市場がそれなりに大きい国を招聘して欲しい。 ・ 医療技術、受入に係る説明
②セミナーでのプレゼン	<ul style="list-style-type: none"> ・ 1社毎にプレゼン時間を設けて、その後に個別ディスカッション ・ 販社を対象者に入れていただきたい。 ・ 自社活動、製品につき紹介 ・ あまりテーマを絞らずに、いろいろな分野の自社PRを5分程度ずつ ・ 10分程度のプレゼン ・ 各国の関心に合わせた企業プレゼンテーション ・ 医療技術、受入に係る説明
③製品・カタログ展示	<ul style="list-style-type: none"> ・ 機器の展示、紹介 ・ カタログ展示 ・ カタログ及びデモ機の展示 ・ 医療技術、受入に係る説明
④自社工場等への招待	<ul style="list-style-type: none"> ・ 生産現場の見学、日本品質のPR ・ 来日メンバーにより判断 ・ 自社ショールームの見学・紹介 ・ ものづくりの現場等を見ていただきたい。 ・ 医師、保健省のKOLの招待 ・ グループ会社の紹介 ・ 工場見学と研修施設見学の実施
⑤夕食会等	<ul style="list-style-type: none"> ・ 企業からプレゼンをしながらのビジネスランチ
⑥その他の希望	<ul style="list-style-type: none"> ・ 官民ミッション開催までの時間が非常に少なく十分な検討ができていない。MEJと個社での個別検討、意見交換など0次ベースでの事前検討に向けての工夫が必要。 ・ ①～④については当社事業領域外の医師のみが参加する場合には参加しない。⑤についてはMEJ、関連団体主催で開催されるのであれば参加を検討する。 ・ 招聘型ミッションであれば、前向きに参加を検討したい。 ・ インバウンド領域においては、日本の医療の素晴らしさがアピールできるようにして欲しい。

設問番号	内 容
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 招聘の場合、相手国からの訪日数も限られるので、セミナーというよりはラウンドテーブルになるだろうが、そこで企業としてプレゼンしてもセレモニーにしかならない。短くても良いので個別面談の形式が良い。例えば、15分×参加企業数（8～10社程度）。 ・ JICA 円借款が具体的に動いている案件の該当国を招聘して欲しい。 ・ 日本の学会、コンベンションに合わせて招聘する

出所) MEJ 作成

⑤その他の官民ミッションへの希望

その他、官民ミッション全体への今後の希望としての主な回答は図表 76 のとおりである。

図表 76 官民ミッション全体への希望

<ul style="list-style-type: none"> ・ 医療機器プログラムの認可について、海外との制度共通化を推進できる事業として欲しい。 ・ 単発で終わるような視察などではなく、お互いに目標を持って行う長期的な事業として欲しい。 ・ 対象国を絞り込み、その国のイベントを10年間等の長期間実施することで、医療分野における日本企業と現地企業のハブとして、対象国から認知される活動に成長させていくなどして欲しい。 ・ 具体的な案件に紐付きのあるミッション、もしくは円借款、ODA 等の案件に絡むキーマンとの現地コンタクトパーソンとの関係作りに期待する。 ・ 海外進出意向のある日系医療機関（MEJ フォーラム会員等）とのマッチングについての検討 ・ 官民ミッションを実施するほぼすべての国に販売/サービス網があり、保健省へのアクセスもあるため、具体的な（JICA 円借款）案件などがありテーマが明確な場合には効果があるが、それ以外は当社にとっては総花的になってしまうと感じる。 ・ インバウンドとアウトバウンドを効果的に組み合わせた開催 ・ 省庁を超えてスケールアップした官民ミッションの取組の検討

出所) MEJ 作成

(4)設問4:その他

官民ミッション以外の希望、経済産業省に期待する支援内容を尋ねた。

①ミッション以外の希望

官民ミッション以外の希望としての主な回答は図表 77 のとおりである。

図表 77 ミッション以外の希望

- ・ 定期的な市場調査レポートの作成。以前の METI 調査レポートは大変参考になった。
- ・ 各国の保健制度等の保健医療分野に関する基礎情報調査
- ・ ミッションとは別に、例えば、個別に 5 病院のアポを取って頂き、当社 1 社で訪問する、という様なアレンジが可能であれば有難い。
- ・ 現地医療機器規制、流通に関するセミナー開催
- ・ 医療現場からの口コミ的に日本への理解を浸透させていくために、日本にて対象国の医療人材を育成して、日本の制度や仕組みを理解したうえで、帰国後に日本製品の良き理解者としていただく活動（中期的）の必要性を感じている。
- ・ 国連機関（World Health Organization (WHO)、United Nations Development Programme (UNDP)、United Nations Office for Project Services (UNOPS)、World Bank (WB) グループ等)、赤十字 (International Committee of the Red Cross (ICRC)、International Federation of Red Cross and Red Crescent Societies (IFRC))、Asian Development Bank (ADB)、African Development Bank Group (AfDB)、国境なき医師団 (Medecins Sans Frontieres: MSF) 等の国際機関のキーマンを招待した個別企業とのマッチング創出。国連の調達カタログや WHO 推奨カタログへの登録支援や、国際機関の医療機器調達案件形成に対する政府の支援
- ・ JICA の ODA 事業に対して、フォローアップおよび課題抽出のため調査団を送ってはどうか。無償供与したが壊れて使われていない装置がそんなにあるのか、供与後各企業はビジネスとして広がりを見せているのか、等の実態調査を違った目線から検証することも重要。
- ・ 参加企業の有志で各社の課題や悩み相談会の開催。競合関係で話せない事もあるかとは思いますが、横のつながりを密にし、個社で解決できない課題に日本チームで臨む体制を構築して欲しい。
- ・ 中小企業では対応しきれない大型案件をチームで運営するための支援
- ・ 各国の医療機器市場における製品グレード別の普及率（高性能高価格帯/廉価盤等）
- ・ 医療機器薬事申請の手順、必要書類の用意の仕方
- ・ 既に進出を果たしている企業との意見交換会

出所) MEJ 作成

②経済産業省に期待する支援内容

経済産業省に期待する主な支援内容は図表 78 のとおりである。

図表 78 経済産業省に期待する支援内容

- ・ 医療機器制度（医療機器輸出を加速させる施策）や市場調査に関する支援を期待する。
- ・ WiFi や医療テレメータなど使用するための通信インフラの許認可、料金、登録を安価で容易にするように対象国に進言して頂きたい。
- ・ 新興国政府への働きかけによる商談案件の形成
- ・ WHO 等の国際機関に関する支援。本省、大使館等、企業の連携による各国 KOL 医師、保健省幹部と企業とのマッチング機会の創出。政府による国プロジェクト等の横展開に関する政府 KOL への PR 機会の創出
- ・ 国立大医学部および附属病院、私立大医学部および附属病院、ならびに研究機関などに外国人留学生・研究生の交流の場の提供。在日外国人医療者（特に医師）との交流の場を作る仕組みづくりをお願いしたい。
- ・ 医療国際展開カントリーレポート（新興国等のヘルスケア市場環境に関する基本情報）、新興国等におけるヘルスケア市場環境の詳細調査報告書の情報のアップデートをお願いしたい。
- ・ 一部国における日本からの輸入関税につき、本邦品の日本からの輸出を検討する上で課題の 1 つとなっているため、今後の FTA/EPA 交渉範囲の拡大や進捗を期待する。
- ・ 産学連携での現地ハンズオンセミナー等の援助

出所) MEJ 作成

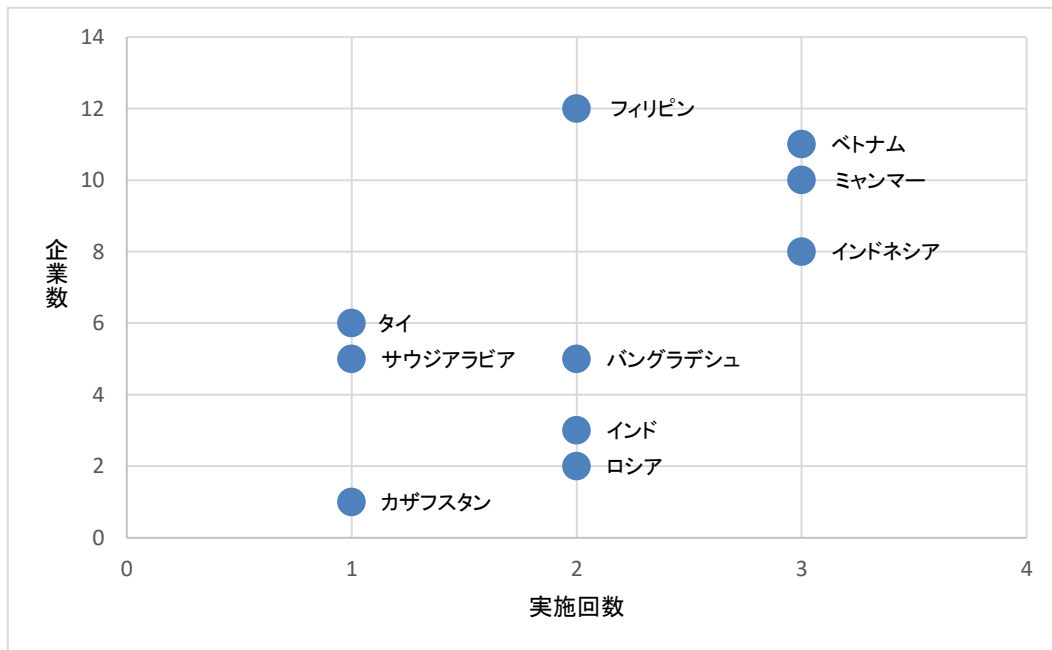
4)まとめ

アンケート集計結果をまとめると以下のとおりである。

過去に官民ミッションに参加したことのある企業は調査対象の 54 社のうち 30 社で、うち 28 社が何らかの成果があったと回答している。成果のあった国は複数回答可としたため、延べ 63 社が成果ありと回答している。

実施回数と成果の関係は図表 79 のとおりである。必ずしも実施回数と成果に相関関係があるわけではなく、サウジアラビアやタイでは実施 1 回だが複数の企業が成果ありと回答しており、実施 2 回のフィリピンは実施 3 回の国を上回る企業が成果ありと回答している。

図表 79 実施回数と成果ありと回答した企業数の相関関係



出所) MEJ 作成

具体的成果として、50社が「情報収集」を挙げ、29社が「関係構築」を挙げている。また、関係構築できた企業のうち20社が当該組織との関係を継続しており、さらに14社が具体的な商談を実施している（全て、延べ回答数）。具体的な関係構築相手は、私立病院、公立病院、現地政府の順となっている。

その他の成果として挙げられた主なものとしては、参加した日本企業や現地駐在員、セミナー講師の医師との意見交換できた、ミッションをきっかけに補助事業等に採択され、現在も活動を継続している、などが挙げられた。また、今年度のタイミッションの展示会で、引き合いが36件あり、現在、8か国の代理店がフォローアップ対応中、という回答もあった。

ミッションのコストパフォーマンスに関する回答では、現地駐在員や現地社員が対応しているため企業側負担は少ない、との回答がある一方で、日本からの参加の場合、出張費、人件費、展示品の輸送費等コストを考えると負担が大きいわりには効果が限定的、との回答もあった。

また、当初期待していた内容と実施の成果の関係では、市場調査で終わってしまった、期待していたキーパーソンに会えなかった、など期待外れと回答する企業もいる一方で、多くの企業が、情報収集できた、人脈構築できたと回答しており、一定の成果があったと考える。

今後のミッションの実施希望国は、前述のとおりインドネシア、ベトナム、ミャンマーのように既に3回ミッションを実施した国を挙げる企業も多い一方で、中南米、アフリカ

など、一度もミッションを実施していない国・地域に対する期待が高まっていることも伺えた。特に、これらの遠方の国・地域に関しては、招聘型が効果的であるとの回答もいくつか見られた。ミッションにより関係構築したい相手は、保健省・衛生部、現地有力病院のトップや調達担当者等が多くあげられた。また、実際のミッションでの活動としては、派遣型の場合、セミナー、医療機関訪問、プレゼン実施の順で多く、招聘型の場合、セミナー、プレゼン実施の順で多くの回答が寄せられた。

その他として、ODA 案件とのリンク、アウトバウンドとインバウンドの組み合わせ、長期的スパンでのミッションの実施、参加企業の海外進出におけるフェーズ・状況別の開催、官民ミッションの成功事例、失敗事例の共有など、今後のミッションの有り方を考えるうえで参考となる多くの意見が寄せられた。

2-6. 来年度以降の方向性・戦略

今年度のタイ、サウジアラビア官民ミッションおよび、過去の官民ミッションの成果検証を受けて、来年度以降のミッションに必要と思われる事項を以下に整理した。

1) 長期的スパンでのミッション実施

前述のとおり、ミッションを既に 3 回実施した国や、当該国での最後のミッション実施から一定の時間が経過している国・地域に対するニーズも大きい。相手国の政府関係者や企業側担当者も当時と変わっており、再度関係構築を図りたいという声も実際にあがっている。また、ミッションの成果は短期間では現れにくく、2 年、3 年連続で実施するのではなく、例えば 2 年に 1 回など一定期間を置いて開催したほうが効果的ではないかという意見もある。

従来、当該国へのドアノッキングを主目的とした第一段階 (Hop)、既に知見のある国での関係継続を主目的とした第二段階 (Step)、具体的案件形成につなげる第三段階 (Jump) を意識したアプローチを行ってきた一方で、ポスト Jump 国への対応が課題となっていた。今後は、実施回数にとらわれず、適切な開催頻度や間隔を設定した長期的スパンでのミッションを検討する必要があると考える。

2) 即効性のあるビジネス展開への取組拡充

公立病院を対象とした場合は、上記の長期スパンでの対応が必要となる一方で、特に私立病院を対象とした場合、短期的な事業・ビジネス展開が重要となる。今年度タイで実現した私立病院の経営層等を対象とした商談会などのように、ビジネス創出機会を増やしていく取組を拡充する必要がある。また、公立病院であっても、今年度のタイ官民ミッションで訪問したタマサート大学の新病院建設プロジェクトのように、短期間での対応を求められるケースもある。

したがって、特定の分野に特化した小ミッション団の派遣や、キーパーソンなど少人数を招聘し協議を進めるなど、短期間で成果を出せる取組も拡充させることが重要である。

3)派遣型と招聘型を組み合わせたミッション

派遣型ミッションは、より多くの現地医療関係者に日本の優れた医療をアピールするのに適しているが、どうしても総花的になりがちである。また、特に大型の医療機器は現地への持ち込みの制約等もあり、カタログ展示で終わってしまう場合が多い。政策や意思決定者に対するアプローチの効果が大きいとの認識から、当該者を日本に招聘し、日本医療の先進性・有効性・優位性などを体感してもらう取組も合わせて実施することが重要と考える。上記のとおり、派遣型と招聘型を交互に実施するような長期スパンのミッションも考えられる。

合わせて、人材育成の観点からも、当該領域のキーパーソンを日本に招聘し、ミッションの一部としてトレーニングを実施することも効果的であると考え。MEJ 会員企業へのアンケートでは、省庁を超えてスケールアップした官民ミッションの取組に対する要望もあり、厚生労働省等、他省庁との連携も視野に入れた活動も重要と考える。

4)ミッション団の形成メンバーのさらなる多様化・拡充

今年度はミッションの実施にあたり、ジェトロ等の医療の国際展開に関連する各種団体や、医療機関へも参加を呼び掛け、オールジャパンでのミッション団を形成した。また、過去官民ミッションのアンケートでは、実際のミッション派遣・招聘だけでなく、事前の活動に関するニーズがあることも確認できた。

今後は、対象国検討、テーマ決定などの企画段階から、MEJ 会員企業のみならず、医療の国際展開に興味のある各種企業・団体、医療関係者なども交えて、ミッション内容の充実を図っていく必要がある。

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。

3) イベント実施内容

(1) ベトナム「International Travel Expo Ho Chi Minh City 2017」への出展

① イベント概要

本イベントは、ベトナム南部最大の都市ホーチミンで開催され、医療観光を含む幅広い観光をテーマとした展示会である。出展者にはベトナムを含む東南アジア諸国の企業や団体が多い。展示会に来るバイヤーはベトナムや東南アジア諸国ばかりでなく、東アジア、ヨーロッパ、北米等の様々な国から来ており、国際色豊かな展示会である。

名称：International Travel Expo Ho Chi Minh City 2017

開催日程：2017年9月7日（木）～9日（土）

会場：Saigon Exhibition & Convention Center (SECC)

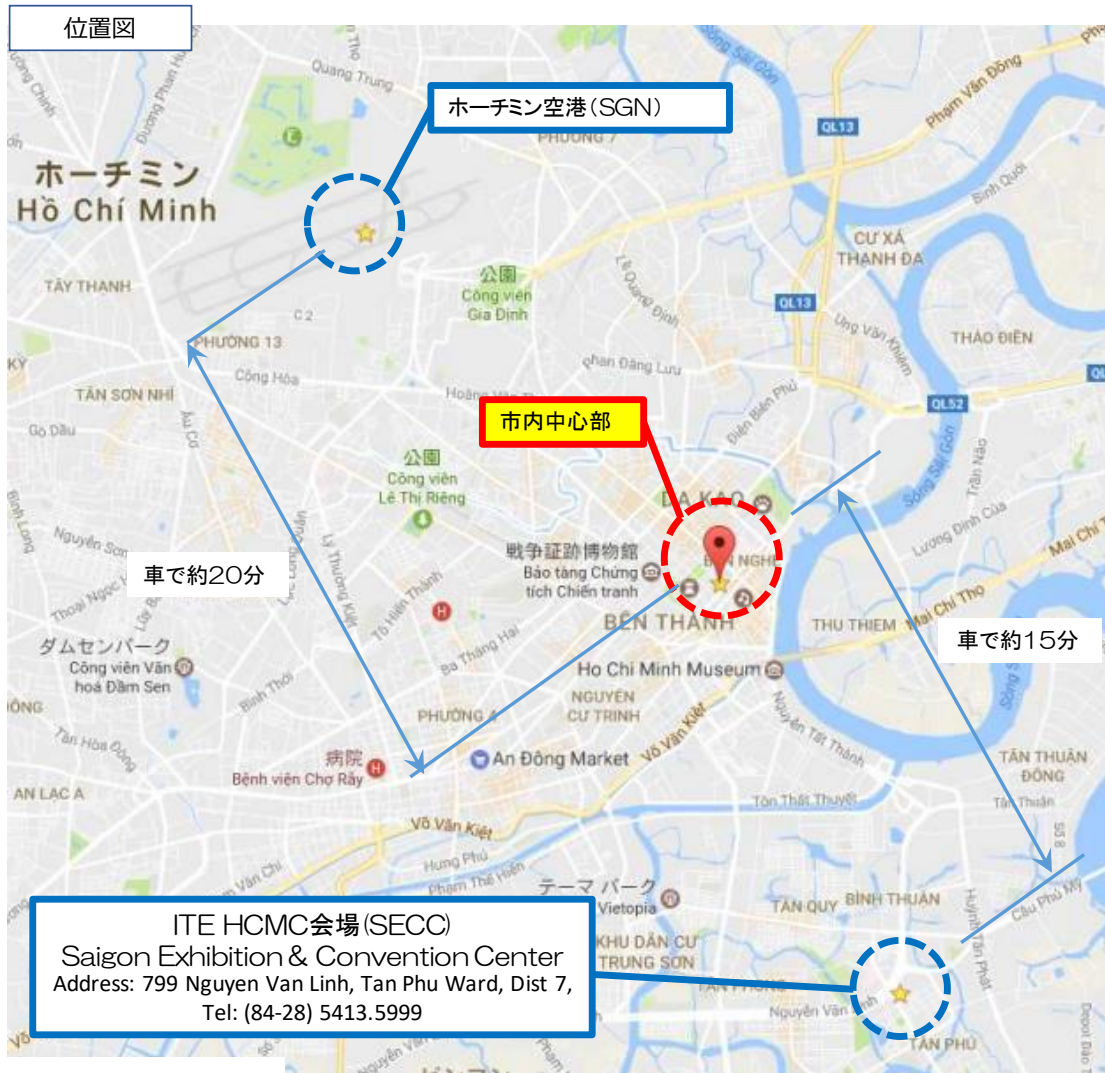
主催者発表によれば、今回の来場者は約 27,000 人（うち、ビジネス目的の来場者は 9,500 人）。来場者の分類としては、旅行関係者が最も多かったが、医療従事者や国際医療コーディネーター等、多岐に渡る職種の来場者があった。

本展示会には、ベトナムからの出展のほか、タイ、シンガポール、マレーシア、トルコ、フィリピン、カンボジア、インドネシア、韓国、台湾、中国等、大小併せて 102 のブースが立ち並んだ。

日本からは当ブースのほかに日本政府観光局（以下、JNTO）、公益社団法人東京観光財団（TCVB）、プリンスホテル、一般社団法人九州観光推進機構（KTPO）、関西国際空港、IMS International Medical Support Vietnam Co., Ltd.（IMS グループベトナム法人）の 6 団体の出展があった。また、MEJ のほかに医療渡航をプロモーションしている出展者は、韓国大邱広域市、マレーシアペナン州、Vietnam Japan Medical Corporation(VJIIC)、IMS International Medical Support Vietnam Co., Ltd. の 4 団体であった。

開催地、展示会場外観を次図に示す。

図表 81 開催地及び展示会場外観



Exhibition Hall



出所) MEJ 作成

②出展内容

日本の医療技術・医療サービスの認知度の向上を図ることを目的に、日本の渡航受診者の受入体制について、JIH である医療機関、AMTAC 業者といった医療渡航支援企業、そして MEJ から展示会来場者に対して説明をする場を設け、官民一体の“オールジャパン”としての一体的な取組であることをアピールした。

ブースの概要、活動内容は以下のとおりである。

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

ベトナムでの事業展開に関心があり、ベトナムからの患者受入体制が整っている医療機関及び医療渡航支援企業に出展協力を呼び掛け、下記の4団体が参加するに至った。また、医療機器の展示や医療渡航に関する情報共有等、出展に協力した企業が3社あった。

【医療機関】

- 公益財団法人 がん研究会有明病院
- 聖路加国際病院

【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
- メディカルツーリズム・ジャパン株式会社（以下、MTJ）

【その他の出展協力企業】

- 株式会社タニタ（体組成計を出展）
- Vietnam Japan Medical Corporation(VJMC)（医療渡航情報の共有等）
- IMS International Medical Support Vietnam Co., Ltd.（医療渡航情報の共有等）

c.ブースの位置

JNTO といった、日本からの出展団体や企業の近傍のブースを確保したかったが、既に近傍のブースは埋まっている状態であった。そこで、極力日本の一体感を出すために JNTO と同じ通路に面したブースを確保した。IMS International Medical Support Vietnam Co., Ltd.は MEJ の隣にブースを構え、協力して日本の医療渡航のプロモーションを行った。

図表 82 ブースの位置 (左)



出所) MEJ 作成

d.ブースレイアウト

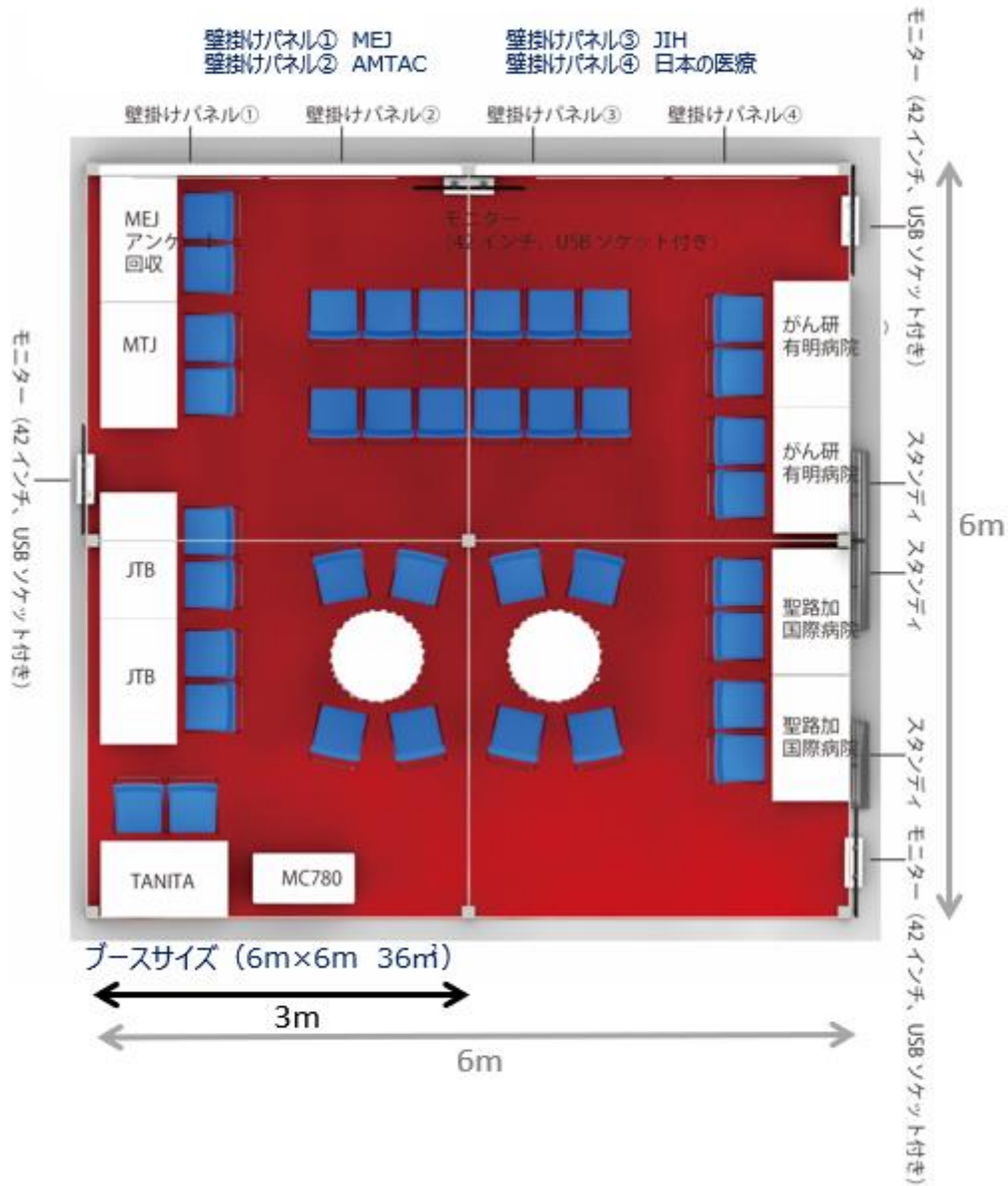
3方向が通路に面した6×6の36㎡の小間をブースとして出展を行った。3方向からのアクセスが可能である小間の特性を活かし、各面に医療機関や医療渡航支援企業の相談・商談カウンターとTVモニターを外向きに設置し、来場者からの相談や商談をそれぞれが直接受けられるような配置とした。ブース内部にはプレゼンテーション用のTVモニターとテーブルセット等を用意し、ブース内プレゼンテーションの実施のほか、テーブルセットを用いて訪問した来場者との詳細な相談・商談を受けられるようにした。日本への医療渡航を紹介するブースであることを分かりやすくするため、「日本への医療渡航」という文言をベトナム語でブース外面に表示した。

図表 83 ブース全体像



出所) MEJ 撮影

図表 84 ブースレイアウト



出所) MEJ 作成

なお、展示パネルについては、日本の受入体制を広く周知するために、JIH 推奨病院のリストとともに、その病院の所在地が分かる日本地図を作成した。そのほかに日本の医療、AMTAC、MEJ の紹介パネルを作成し、広く日本の外国人患者受入体制をプロモーションした。パネルで使用した言語はベトナム語である。

ブース内正面に掲示したため、多くの来場者がセミナー中や商談時に眺め、写真を撮る姿も見られた。

図表 85 展示パネル (ベトナム語)

①日本の医療

Y tế tại Nhật Bản

Nhật Bản là quốc gia có tuổi thọ cao, kiến tạo một hệ thống y tế bậc nhất nhằm mang đến cuộc sống khỏe mạnh hơn.

Chăm Sóc Sức Khỏe tại Nhật

- Dịch Vụ Chất Lượng**: Thiết bị y học tối tân, công nghệ cao cùng đội ngũ y bác sĩ giàu kinh nghiệm.
- Công Nghệ Tiên Tiến**: Ứng dụng phương pháp phẫu thuật tiên tiến và quản lý điều trị tiên tiến bậc nhất trên thế giới.
- Phòng Cách Nhật Bản**: Dịch vụ y tế thân thiện, tận tâm. Đáp ứng nhu cầu của từng bệnh nhân.

②MEJ

Medical Excellence JAPAN (MEJ)

MEJ cùng Chính Phủ Nhật Bản Mở rộng dịch vụ y tế trên toàn thế giới

Dịch vụ y tế tốt nhất cho công dân toàn cầu

Từ Nhật Bản ra nước ngoài | Từ nước ngoài đến Nhật Bản

Cung cấp dịch vụ và thiết bị y tế | Tiếp nhận Bác Sĩ và Bệnh Nhân

Logo: **Medical Excellence JAPAN**

Đơn vị quốc gia đầu tiên: Ủy ban Quốc gia về Chất lượng Dịch vụ Y tế

Đơn vị quốc gia đầu tiên: Ủy ban Quốc gia về Chất lượng Dịch vụ Y tế

③AMTAC

AMTAC

(Chứng Nhận Doanh Nghiệp Hỗ Trợ Du Lịch Chữa Bệnh)

Tại cơ quan MEJ, để bệnh nhân quốc tế có thể yên tâm tham khám, chữa bệnh tại Nhật, trong số doanh nghiệp đang cung cấp dịch vụ điều phối bệnh viện và giải quyết các thủ tục, giấy tờ cần thiết với mô hình "mọt cửa", nhưng chỉ có những doanh nghiệp thông qua những tiêu chuẩn nhất định mới có thể được chứng nhận là một doanh nghiệp AMTAC. Hiện tại, mới chỉ 2 nơi nhận được chứng nhận là một doanh nghiệp AMTAC.

Sự phù hợp chuẩn xác nhất giữa Bệnh Nhân & Bệnh Viện

Chẩn đoán - Viện Nghiên cứu | Bệnh nhân quốc tế | Bệnh nhân quốc tế | Chẩn đoán - Viện Nghiên cứu | Bệnh nhân quốc tế | Bệnh nhân quốc tế | Chẩn đoán - Viện Nghiên cứu

AMTAC Accredited Medical Travel Assistance Company

JTB Japan Medical & Health Tourism Center

Emergency Assistance Japan Emergency Assistance Japan Co., Ltd.

④JIH

Japan International Hospitals (JIH)

(Bệnh Viện Quốc Tế Nhật Bản)

Dựa theo định hướng của Chính Phủ, các bệnh viện trong nước có nhà y và đủ khả năng tiếp nhận bệnh nhân nước ngoài đã được thông qua tiêu chuẩn danh giá của cơ quan chứng nhận MEJ sẽ được để cử thành Japan International Hospital (JIH). Hiện nay, có 35 bệnh viện được đề cử như sau.

- Hokuto Hospital
- Sandai Kousei Hospital
- Southern TOHOKU General Hospital
- Japanese Red Cross Ashikaga Hospital
- University of Tsukuba Hospital
- Chiba University Hospital
- Kameda Medical Center
- National Cancer Center Hospital East
- Nippon Medical School Chiba Hokusai Hospital
- Center Hospital of the National Center for Global Health and Medicine
- International University of Health and Welfare, Mita Hospital
- Juntendo University Hospital
- Kiyo University Hospital
- National Cancer Center Hospital
- NTT Medical Center Tokyo
- Sakakibara Heart Institute
- Sanno Hospital
- St. Luke's International Hospital
- The Cancer Institute Hospital of Japanese Foundation for Cancer Research
- The Hospital of National Center for Children Health and Development
- The University of Tokyo Hospital
- Tokyo Saiseikai Central Hospital
- Tokyo Takanawa Hospital
- Toranomon Hospital
- Aizawa Hospital
- Seirei Hamamatsu General Hospital
- Fujita Health University Hospital
- Osaka University Hospital
- Hyogo Ion Beam Medical Center
- Fukuoka Kinren Hospital
- Fukuoka Sanno Hospital
- Saiseikai Fukuoka General Hospital
- Nagasaki University Hospital
- YONEMORI Hospital
- Nanbu Tokushukai Hospital

JAPAN INTERNATIONAL HOSPITALS

JAPAN Hospital Search <http://www.japanhospitalsearch.org>

出所) MEJ 作成

B.活動内容

プロモーション活動内容としては、事前プロモーション、ブース内でのプレゼンテーションのほかに、医療機関や医療渡航支援企業によるブース内での相談・商談、来場者アンケートの実施が挙げられる。来場者アンケートについては、業界日である9月7日（木）・8日（金）と一般日である9月9日（土）とでアンケートの内容を分けて実施した。

a. 事前プロモーション

BtoB オンラインマッチングシステム

展示会主催者が提供したオンラインマッチングシステムに登録し、マッチングした業者15社から事前に面談の申し入れを受けた。面談方法は、まずMEJスタッフが本出展の趣旨を説明した上で、来場者の要望・ニーズを聞き取り、日本の医療に関する詳しい情報を知りたい場合は医療機関を、また日本への医療渡航ビジネスの提携先を探している場合は医療渡航支援企業を紹介し、相談や商談につなげた。

図表 86 オンラインマッチングシステムで登録のあった来場者への対応の様子



出所) MEJ 撮影

ベトナムの旅行者へのダイレクトメールの送信

JNTO から提供を受けたベトナム旅行代理店リストをもとに、そのリストにある48社に対して、出展の案内（開催日、開催場所、出展団体等）をメールにて案内した。

展示会開催前日の BtoB ミーティングへの参加（9月6日（水）開催）

展示会前日の9月6日（水）、展示会場内のホールにおいて、世界各国のバイヤー150社（ベトナム地域を除く）が一堂に会し、展示会出展団体とバイヤーとの BtoB ミーティングが開催された。日本への医療渡航と、翌日から始まる展示会での出展場所や内容を PR すべく、MEJ スタッフが参加した。アジア・ロシアを中心に52企業に対し、PR 活動を行った。

図表 87 BtoB ミーティングの様子



出所) MEJ 撮影

b. ブース内プレゼンテーションの実施

日本の医療渡航受入れへの取組を紹介するブース内プレゼンテーションを、業界日である1日目(2回)、2日目(1回)に全3回実施した。言語は日本語または英語(ベトナム語に逐次通訳)またはベトナム語で行い、熱心に聞き入る来場者の様子が見られた。

開催概要と聴講者数は以下のとおりである。

日時：	1回目	9月7日(木)	11:00～		
	2回目	9月7日(木)	14:00～		
	3回目	9月8日(金)	11:00～		
内容：	MEJ 活動の紹介 Medical Excellence JAPAN 事業部 山中杏子 がん研究会有明病院 田中耕太郎氏、鹿野晶子氏 聖路加国際病院 原茂順一氏 ほか				
会場：	MEJ ブース内				
聴講者数：					
		7日(木)	7日(木)	8日(金)	合計
		11:00～	14:00～	11:00～	
ブース内プレゼンテーション 聴講者数		13名	15名	14名	42名

図表 88 ブース内プレゼンテーションの様子

<がん研有明病院（左）、聖路加国際病院（右）>



出所) MEJ 撮影

c. ブース内での商談・相談

参加する団体が情報を提供する場として、各団体専用のカウンターを設けるとともに、より詳しい相談・商談対応ができるようにブース内にフリーテーブルを設けた。

日本の医療機関や企業との提携や連携を求めるベトナム企業等の商談や、日本への医療渡航を考える患者またはその家族からの相談をブース内のテーブルにて受け付けた。

商談・相談の件数は以下のとおりである。

図表 89 商談・相談の件数

対応団体	商談数（件）				個人相談数（件）			
	7日 (木)	8日 (金)	9日 (土)	合計	7日 (木)	8日 (金)	9日 (土)	合計
がん研有明病院	30	25	0	55	0	0	25	25
聖路加国際病院	48	20	11	79	8	11	20	39
JTB	19	16	5	40	0	1	40	41
MTJ	25	20	17	62	1	2	0	3
合計	122	81	33	236	9	14	85	108

出所) MEJ 作成

図表 90 ブース内での商談・面談の様子



出所) MEJ 撮影

d.医療機関等の紹介動画の放映・パンフレットの配布

ブース内に設けたモニターから医療機関やMEJの動画を放映するとともに、ベトナム語に翻訳した医療機関や医療渡航支援企業のパンフレットを期間中配布した。

図表 91 ベトナム語に翻訳された資料を見ながら説明を受ける来場者



出所) MEJ 撮影

e. 来場者アンケートの実施

MEJ ブース来場者に対し、業界日、一般日と分けてアンケート（ベトナム語・英語）を実施し、以下の枚数を回収した。

図表 92 来場者アンケートの回収状況

	業界日			一般日	
	7日(木)	8日(金)	計	9日(土)	計
アンケート回収数	65	55	120	269	269

出所) MEJ 作成

図表 93 来場者アンケート (ベトナム語でのアンケートを実施)

ITE HCMC 2017 (TP.HỒ CHÍ MINH – VIỆT NAM)
BẢNG CÂU HỎI DÀNH CHO KHÁCH HÀNG
(DÀNH CHO THƯƠNG NHÂN)

Câu 1: Nghề nghiệp của bạn là gì?
1. Nhân viên ngành du lịch 2. Điều phối viên y tế quốc tế
3. Chuyên gia y tế (Bác sĩ, y tá, v.v...) 4. Ngành nghề khác ()

Câu 2: Công việc của bạn có liên quan đến ngành du lịch y tế không?
1. Có liên quan
2. Không liên quan → Vui lòng chuyển sang câu 9 để tiếp tục trả lời.

Câu 3: Trong ngành du lịch y tế, bệnh nhân và người khám bệnh của bạn thuộc quốc gia nào?
1. Trong nước Việt Nam
2. Các quốc gia Đông Nam Á khác ngoài Việt Nam (như:)
3. Các quốc gia, vùng lãnh thổ khác (như:)

Câu 4: Bệnh nhân/người khám bệnh được khám và điều trị tại đất nước nào?
1. Singapore 2. Thái Lan 3. Malaysia
4. Philippin 5. Trung Quốc 6. Hàn Quốc
7. Hong Kong 8. Đài Loan 9. Nhật Bản
10. Ấn Độ 11. Mỹ 12. Israel
13. Thụy Sĩ 14. Đức
15. Các quốc gia, vùng lãnh thổ khác (như:)

Câu 5: So với các nước có ngành du lịch y tế tiên tiến như Thái Lan và Singapore, theo bạn, ưu điểm của ngành du lịch y tế của Nhật Bản là gì? (Có thể chọn nhiều câu trả lời)
1. Kỹ năng của nhân viên y tế và bác sĩ 2. Độ tin cậy của thiết bị y tế
3. Phương pháp điều trị tiên tiến 4. Sự thân thiện đối với bệnh nhân
5. Cơ sở vật chất của nơi khám chữa bệnh 6. Chi phí điều trị
7. Thời gian chờ điều trị 8. Không có ưu điểm
9. Khác ()
10. Không thể đánh giá vì không biết nhiều về du lịch y tế đến Nhật Bản.

Câu 6: So với các nước có ngành du lịch y tế tiên tiến như Thái Lan và Singapore, theo bạn, lĩnh vực nào dưới đây là thế mạnh của ngành du lịch y tế của Nhật Bản? (Có thể chọn nhiều câu trả lời)
1. Điều trị khối u ác tính 2. Điều trị bệnh tim 3. Điều trị bệnh mạch máu não
4. Điều trị bệnh về đường hô hấp 5. Điều trị bệnh về đường tiêu hóa 6. Điều trị bệnh tim mạch
7. Điều trị bệnh về đường tiết niệu 8. Khám bệnh
9. Khác ()
10. Không có ý kiến cụ thể

Xin vui lòng tiếp tục trả lời ở mặt sau.

Câu 7: Thông tin bạn muốn biết về điều trị y tế tại Nhật Bản và du lịch y tế đến Nhật Bản là gì? (Có thể chọn nhiều câu trả lời)
1. Kỹ thuật y tế (phương pháp điều trị) và chất lượng 2. Giá cả
3. Cơ sở vật chất, trang thiết bị y tế 4. Cơ sở vật chất của nơi lưu trú (khách sạn...)
5. Thông tin về thị thực (Visa) 6. Thông tin du lịch xung quanh nơi lưu trú
7. Khuyến khích, giới thiệu của Chính phủ Nhật Bản 8. Các khuyến nghị của các tổ chức công cộng như chính phủ nước ngoài
9. Các công ty và tổ chức hỗ trợ du lịch y tế đến Nhật Bản
10. Cách giải quyết vấn đề rào cản ngôn ngữ như phiên dịch và bản dịch
11. Khác ()

Câu 8: Khi thu thập thông tin về du lịch y tế sang Nhật Bản, bạn thu thập thông tin từ đâu? (Vui lòng chọn 3 câu trả lời)
1. Internet 2. Mạng xã hội 3. Tạp chí
4. Báo chí 5. Ti-vi 6. Radio
7. Triên lãm liên quan đến y tế 8. Hội thảo/diễn giảng về y khoa 9. Tổ chức y tế gần đó
10. Nhân viên ngành y tế (bác sĩ v.v) 11. Gia đình và người quen 12. Đại sứ quán
13. Khác ()

**Câu 9: (Dành cho những ai trả lời không liên quan đến ngành du lịch y tế ở câu 2)
Bạn có quan tâm đến kinh doanh du lịch y tế đến Nhật Bản hay không?**
1. Tôi quan tâm và tôi dự định sẽ kinh doanh là hình y tế trong tương lai.
2. Không quan tâm

**Câu 10: (Dành cho tất cả mọi người)
Những thông tin nào trong gian hàng này hữu ích cho công ty của bạn?**
1. Thông tin về các tổ chức/ cơ quan y tế tại Nhật Bản
2. Thông tin về các công ty hỗ trợ du lịch y tế đến Nhật Bản
3. Thông tin về nỗ lực của Chính phủ Nhật Bản
4. Khác ()

**Câu 11: (Dành cho tất cả mọi người)
Sau khi tham quan gian hàng chúng tôi, cảm nghĩ của bạn về điều trị y tế ở Nhật Bản có gì thay đổi hay không?**
1. Trở nên cực kỳ sốt 2. Trở nên rất hơn
3. Không thay đổi 4. Trở nên xấu hơn
5. Trở nên cực kỳ xấu

Cảm ơn các bạn rất nhiều!
Vui lòng nộp lại cho nhân viên của MEJ tại gian hàng.

出所) MEJ 作成

③業界日における来場者アンケート集計結果

業界日にブースに訪問した来場者（旅行代理店等）に対してアンケートを行った。アンケート回収数は、9月7日（木）65人、9月8日（金）55人の計120人。回答者の基本属性（職業、医療渡航事業への関与）、取り扱っている医療渡航事業の内容（患者層、渡航先）、日本の医療についての関心・情報ニーズ（関心、セールスポイント、知りたい情報、情報

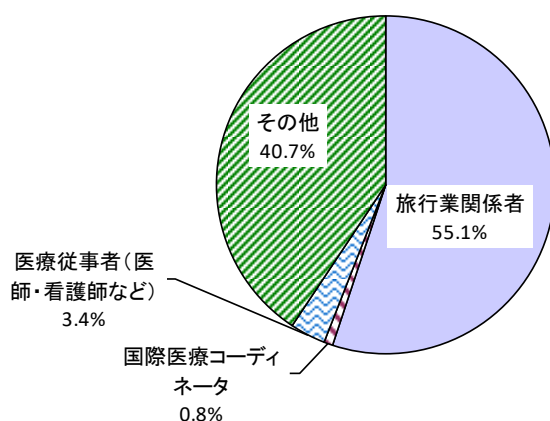
収集手段)、ブースへの感想(有益な情報、日本医療についてのイメージ)等を調査した。

以下、業界日におけるアンケート結果である。

A. 職業

業界日には旅行代理店等の「旅行業関係者」(55%)が多く来場していた。一方で「医療従事者(医師・看護師など)」(3%)、「国際医療コーディネーター」(1%)と医療関係者は少なかった。また、「その他」(41%)との回答には、医療機器メーカー、医療コンサルタント、経営者、記者等が含まれている。

図表 94 職業 (n=118)

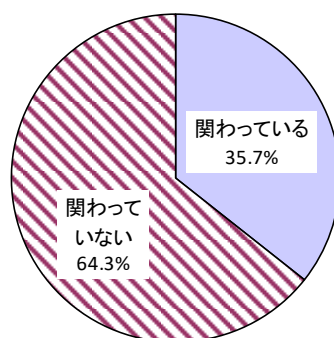


出所) MEJ 作成

B. ビジネスとしての医療渡航事業との関わり

ビジネスとして医療渡航に関わっている来場者は全体の 36%と、想定よりも多い数であった。

図表 95 ビジネスとしての医療渡航事業との関わりの有無 (n=115)

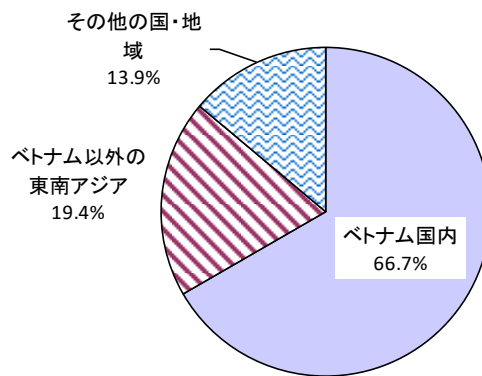


出所) MEJ 作成

C. 医療渡航事業で扱っている患者・健診受診者の出身国

ビジネスで医療渡航に関わっている回答者に対し、医療渡航事業の患者や健診受診者の出身国をたずねたところ、「ベトナム国内」(67%)が最も多く、「ベトナム以外の東南アジア」(19%)、「その他の国・地域」(14%)がこれに続いた。「ベトナム以外の東南アジア」の内訳は、タイ、シンガポール、カンボジア。「その他の国・地域」の内訳は、韓国、欧州、日本、インド等が挙げられた。

図表 96 医療渡航事業で扱っている患者・健診受診者の出身国 (n=72)

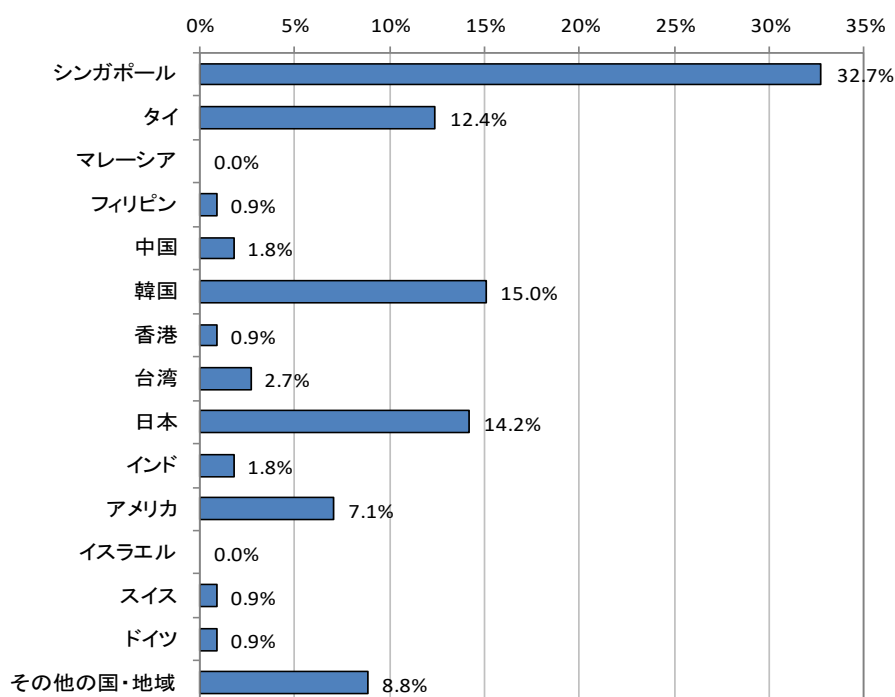


出所) MEJ 作成

D. 患者・健診受診者が治療・健診を受けている国

患者や健診受診者が治療・健診を受けている国としては、「シンガポール」(33%)が最も多く、次いで「韓国」(15%)、「日本」(14%)、「タイ」(12%)となっている。渡航先の半数弱が東南アジアであり、約 1/3 が東アジアとなっている。

図表 97 患者・健診受診者が治療・健診を受けている国（n=113）

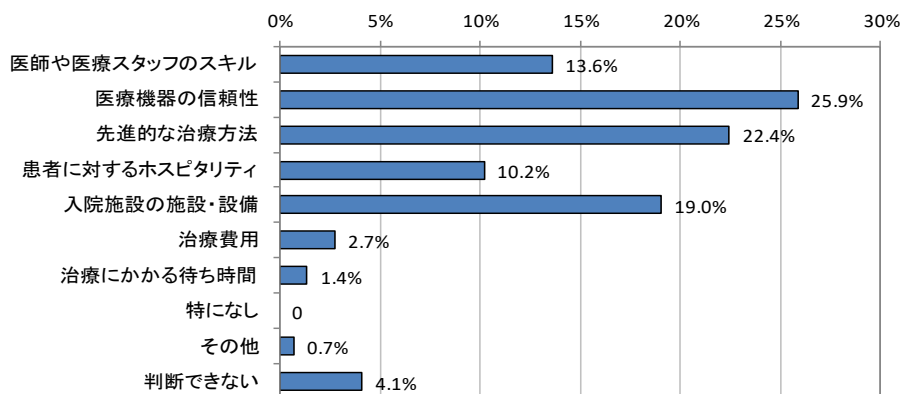


出所) MEJ 作成

E. 日本の医療渡航のセールスポイント

タイやシンガポール等と比較した際の日本の医療渡航のセールスポイントとしては、「医療機器の信頼性」（26%）、「先進的な治療方法」（22%）、「入院施設の施設・設備」（19%）等が挙げられた。総合的な日本へのイメージとして機器、治療方法、施設等への信頼性の高さがうかがえる。

図表 98 日本の医療渡航のセールスポイント（n=62）

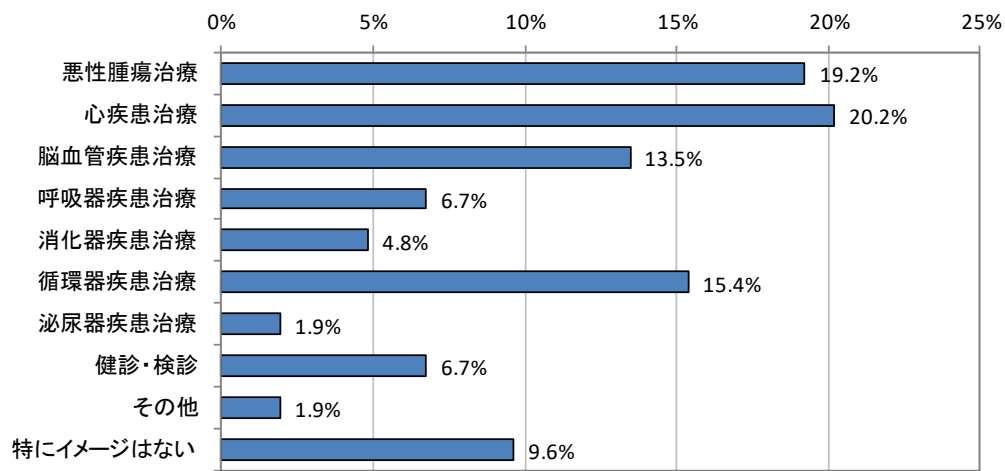


出所) MEJ 作成

F. 日本のセールスポイントとなる医療分野

タイやシンガポール等と比較した際に日本が競争力を有する医療分野としては、「心疾患治療」(20%)、「悪性腫瘍治療」(19%)、「循環器疾患治療」(15%)、「脳血管疾患治療」(14%)という回答が多い。「消化器疾患治療」(5%)という回答は比較的少なく、1割程度は「特にイメージはない」という回答であった。

図表 99 日本のセールスポイントとなる医療分野 (n=65)

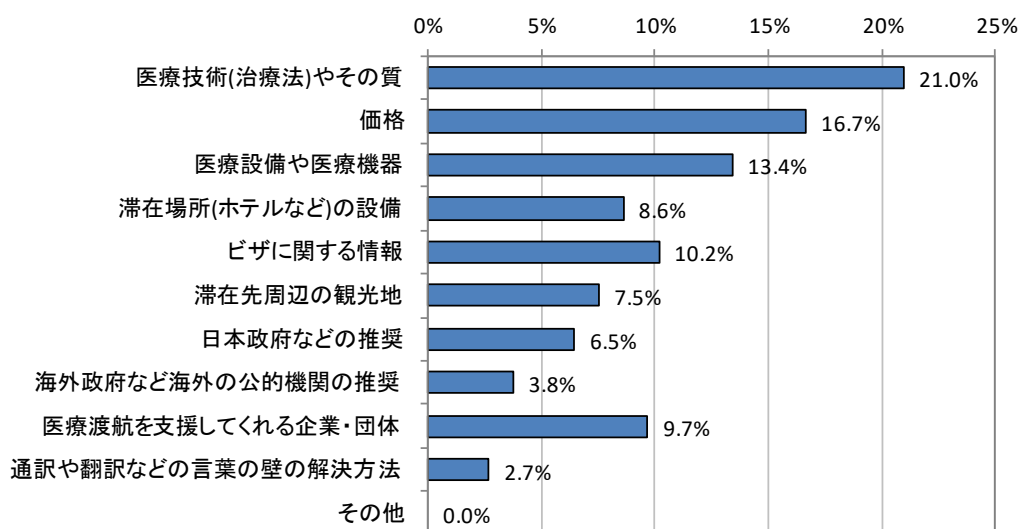


出所) MEJ 作成

G. 日本への医療渡航や日本の医療について知りたい情報

日本の医療渡航や日本の医療について知りたい情報としては、「医療技術(治療法)やその質」(21%)、「価格」(17%)、「医療設備や医療機器」(13%)等の回答が多くなっている。前述の日本の医療渡航のセールスポイントとして挙げられた「医療機器の信頼性」や「先進的な治療方法」、「入院施設の施設・設備」等についての情報ニーズと読み取ることができる。併せて、価格への関心も高くなっている。

図表 100 日本への医療渡航や日本の医療について知りたい情報（n=60）

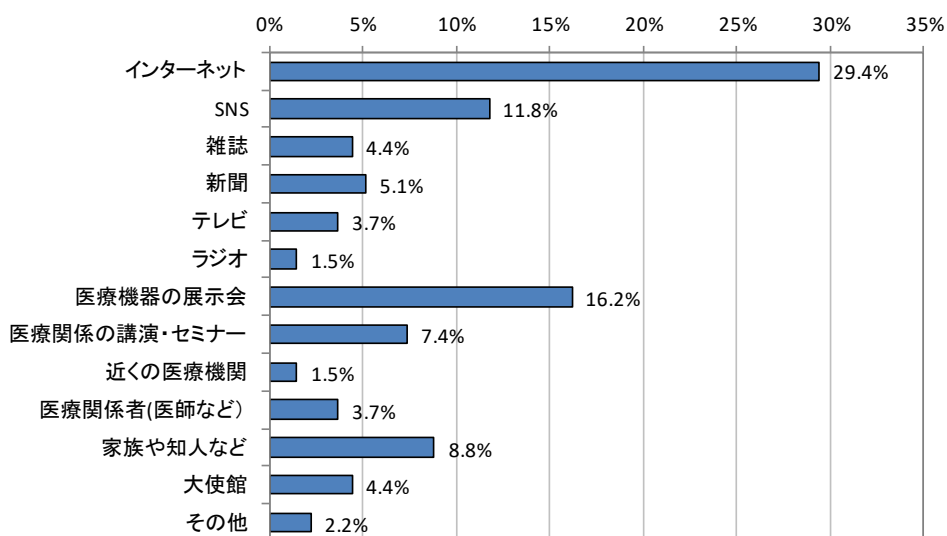


出所) MEJ 作成

H. 日本への医療渡航に関する情報収集手段

日本への医療渡航に関する情報を収集する手段としては、一番に「インターネット」(29%)、次に「医療機器の展示会」(16%)、「SNS」(12%)が挙げられた。今後のオンラインでの積極的な情報発信や、ベトナム語コンテンツの更なる拡充が重要と思われる。また、「家族や知人」(9%)、「医療関係者(医師など)」(4%)等の“口コミ”を挙げる回答もみられる。

図表 101 日本への医療渡航に関する情報収集手段（n=60）

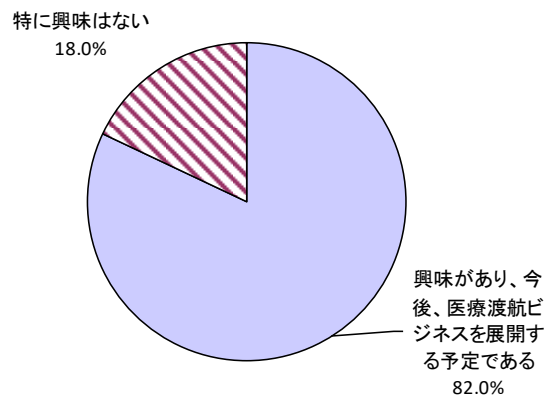


出所) MEJ 作成

I. 日本への医療渡航ビジネスへの関心

現在、医療渡航ビジネスに関わっていないとする回答者においても、日本への医療渡航ビジネスに「興味があり、今後、医療渡航ビジネスを展開する予定である」との回答は82%に達した。

図表 102 日本への医療渡航ビジネスへの興味 (n=89)

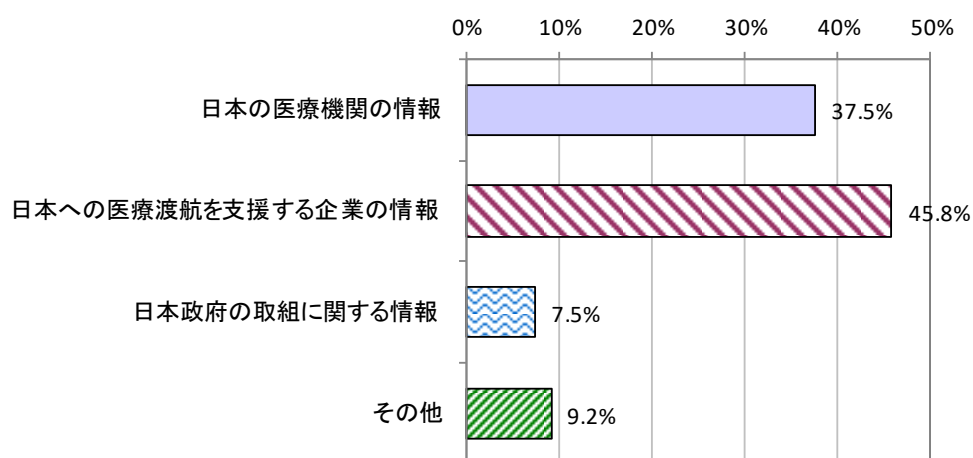


出所) MEJ 作成

J. 有益だった情報

ブース内で有益だった情報としては、「日本への医療渡航を支援する企業の情報」が46%、「日本の医療機関の情報」が38%となっている。一番に日本への医療渡航を支援する企業情報が挙げられたことから、AMTAC企業等による効果的なプロモーションが求められている。

図表 103 有益だった情報 (n=120)

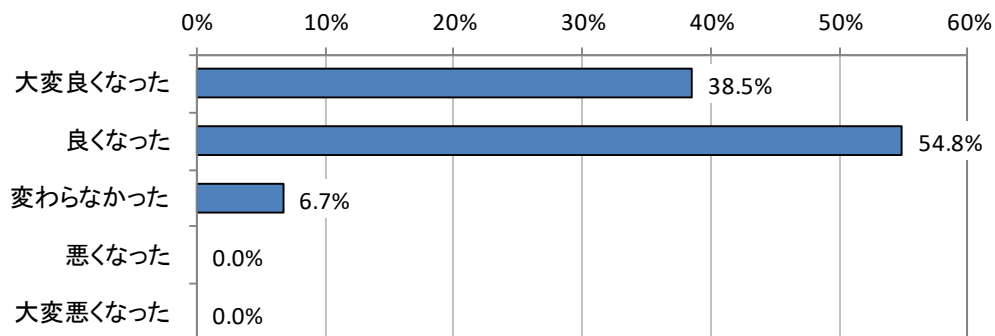


出所) MEJ 作成

K. 日本の医療に対するイメージの変化

ブースに来て、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」(39%)、「良くなった」(55%)との回答が合わせて9割超に達したことから、一定の効果を及ぼせたことがうかがえる。

図表 104 日本の医療に対するイメージの変化 (n=104)



出所) MEJ 作成

その他、自由記入のコメントの中には、「日本の医療は素晴らしい。日本の観光に行きたい」、「旅行会社とコンタクトをとって料金等を相談したい」、「費用が高い」、「日本の医療は患者を丁寧に診てくれる。いろいろな治療方法や技術を持っている」等の声もあり、日本への医療渡航について、概ね好意的に捉えられている一方で、価格が課題となる可能性があることがうかがえた。

④一般日における来場者アンケート集計結果

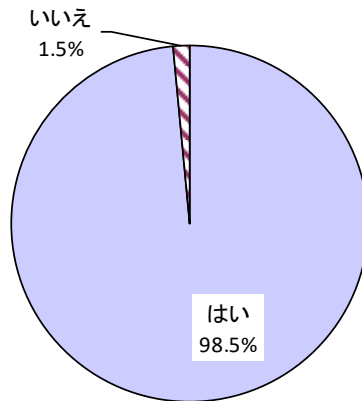
一般日である9月9日(土)にブースに来場した一般来場者にアンケートを行い、269名の回答を得た。アンケートでは、回答者の基本属性(居住地)、国外での治療・健診受診の経験・内容、日本への渡航医療(不安事項、情報収集手段)、ブースへの感想(日本医療についてのイメージ)等を調査した。

以下、一般日におけるアンケート結果である。

A. 在住地

一般日の来場者のほぼ100%がベトナム在住の方であった。

図表 105 ベトナム在住か否か (n=268)

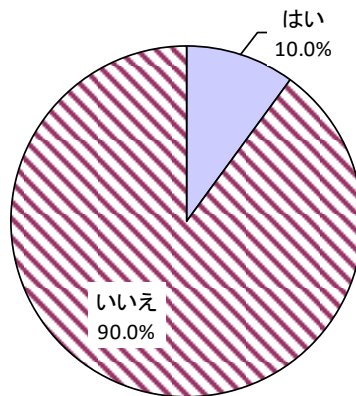


出所) MEJ 作成

B. 国外での治療・健診を受けた経験

国外にて治療・健診を受診したことがあるかとの質問には、1割が受診したことがあると回答している。

図表 106 国外での治療・健診を受けた経験 (n=269)



出所) MEJ 作成

C. 治療・健診を受けた国・費用

受診する渡航先の国については東南アジア近隣諸国が多く、フランス、ロシア、アメリカもみられる。渡航の目的を治療・健診別にたずねたところ、治療若しくは治療と健診の両方を目的とした渡航が多く、健診のみでの渡航はなかった。国外での治療・健診に要した費用は、500ドルから50,000ドルと幅がある。

図表 107 治療・健診を受けた国・費用 回答一覧

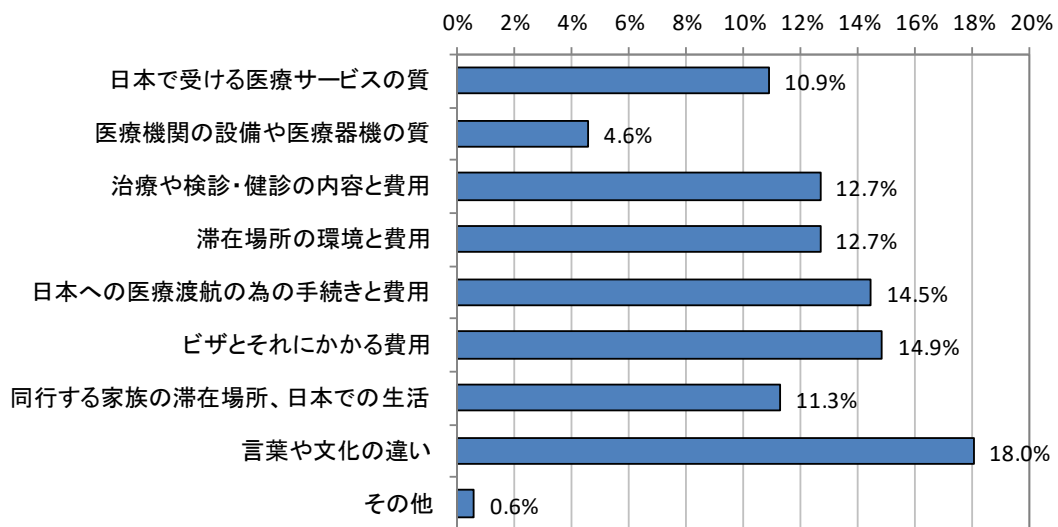
回答者 No.	地域	国	治療／健診	費用
1	東南アジア	シンガポール	治療	
2		シンガポール	治療・健診	5,000 ドル
3		シンガポール		2,000 ドル
4		シンガポール	治療	45,000 ドル
5		シンガポール		500 ドル
6		シンガポール		
7		シンガポール		5,000 ドル
8		シンガポール		
9		シンガポール		
10		シンガポール		50,000 ドル
11		タイ		
12		タイ		550 ドル
13		マレーシア	治療	
14		ラオス		1,000 ドル
15		カンボジア		
16	その他のアジア	台湾	治療・健診	3,000 ドル
17	欧州	フランス	治療	
18		フランス		
19		フランス		
20		ロシア		
21		ロシア		
22		スウェーデン		7,000 ドル
23	北米	アメリカ	治療	
24		アメリカ	治療・健診	
25		アメリカ		
26	オセアニア	オーストラリア		

出所) MEJ 作成

D. 治療・健診を受けた国・費用

日本で診察を受ける場合に不安を感じる点としては「言葉や文化の違い」(18%)との回答が多く、次いで、「ビザとそれにかかる費用」(15%)、「日本への医療渡航の為の手続きと費用」(15%)、「滞在場所の環境と費用」(13%)、「治療や検診・健診の内容と費用」(13%)等、医療渡航の手続き面、治療・滞在環境と費用水準への不安が多くなっている。言語対応や文化面での理解及び医療渡航サポート体制が求められ、JIH や AMTAC 等の日本の受入れ体制の認知度向上を図るべきと考えられる。

図表 108 日本で治療・健診を受ける場合の不安事項（n=234）

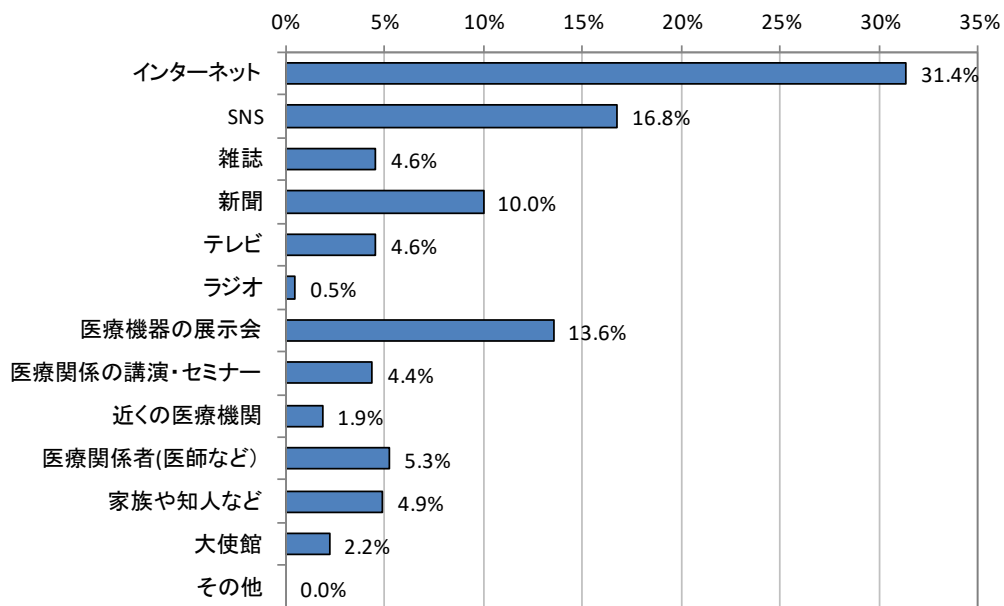


出所) MEJ 作成

E. 日本への医療渡航に関する情報収集手段

日本への医療渡航に関する情報を取得する方法としては、業界来場者アンケート結果と同様に、「インターネット」(31%)の利用を挙げる回答が最も多かった。次に「SNS」(17%)の利用、「医療機器の展示会」(14%)での情報取得が挙げられた。世界的に見ても東南アジア諸国はインターネットやSNS利用に費やす時間が長く、ベトナムはこの10年間においてインターネット普及率が急激に伸びている点から、今後のオンラインでの積極的な情報発信、またベトナム語コンテンツ、SNSの拡充を図ることが求められていると言える。

図表 109 日本への医療渡航に関する情報収集手段 (n=263)

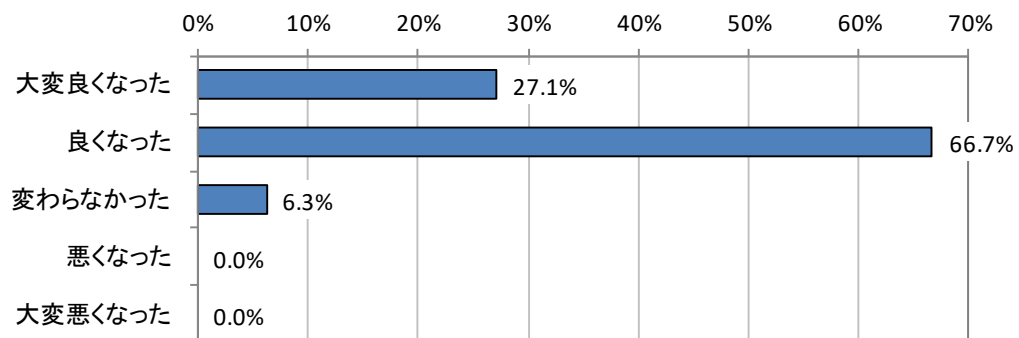


出所) MEJ 作成

F. 日本の医療に対するイメージの変化

MEJ ブースに来場することで、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」(27%)、「良くなった」(67%)という回答が9割、印象が悪くなったという回答はなかった。今回の出展を通じて日本の医療に対するイメージが良くなり、多少なりとも関心を持ってもらうことができた。

図表 110 日本の医療に対するイメージの変化 (n=240)



出所) MEJ 作成

⑤参加団体からのヒアリング結果(アンケートより)

イベント終了後、参加団体である医療機関及び医療渡航支援企業から、今回の出展の感想や効果等についてヒアリングを行った。また、イベント終了3か月が経過した後の「治療に関する問合せ件数」、「健診・検診に関する問合せ件数」、「治療の受入件数」、「健診・検診受入件数」の変化についても確認した。

A. 医療機関からのヒアリング結果

a. 目的

医療機関の出展参加の目的は、医療機関の患者受入れへの取組の周知に加え、現地の医療ニーズの把握、患者側の医療への期待度の把握、旅行業者・マーケットの開拓等を行い、訪日患者増加の可能性を見極めることであったとの回答がみられた。

b. 現地の医療ニーズの把握

参加病院の回答によれば、ベトナムには日本への医療渡航のニーズがあると感じたという回答が多かった。マーケットサイズは未だ小さいが、中国の次にターゲットとなる市場であるとの意見もみられた。会場では、日本への医療渡航に興味があるがどのようにすればよいかわからない等の意見や、日本の病院の外国人患者受入状況、診察料金等についての質問が多数寄せられ、ベトナムが裕福になりつつあり、医療が動き始めていることを実感したとの回答もみられている。

c. 出展の成果(展示会直後のアンケートより)

本展示会に出展しての成果としては、「今後の患者紹介が見込まれる旅行業者と約60件面談ができた」、「当院で治療を希望するがん患者との面談ができた」、「数か所の提携先を開拓した」等が挙げられ、現地とのネットワーク構築等の点で有用だったと評価されている。また、来場者との対話を経て、現地の医療事情及び日本への医療渡航に関する需要を認識でき、情報収集の機会としても有効との評価がみられる。医療機関単独では、このような出展は資金的にもノウハウ的にも不可能であり、MEJ 主導のオールジャパンでの出展は貴重な機会との意見が寄せられている。

d. 今後の課題(展示会直後のアンケートより)

ベトナムから日本への医療渡航を推進する上での課題としては、日本へのアクセス（飛行機・ビザ等）、旅行や通訳の手配（どこに連絡すればよいかわからない）に加え、現地での情報不足（日本の医療事情及び訪日患者の受入体制等）、日本からの情報発信が少ないこと、シンガポール等の競合国と日本の医療の差異のアピール不足等が挙げられた。

他国からの出展団体に対し、日本が医療渡航市場でプレゼンスを高めるためには、継続

的な情報発信に加え、現地調査、現地企業・団体へのアプローチ等が必要との意見が寄せられた。

e. イベント終了3か月後のフォローアップアンケート

3か月が経過し、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。実際に健診を5件受け入れたという医療機関があった。また、出展をきっかけとして代理店2社と契約した医療機関もあり、展示会出展の一定の効果が見られた。

また、医療機関からは一度来院した患者の口コミにより、波及的な効果が見られるとの回答があった。

図表 111 3か月経過のヒアリング結果（医療機関）

	がん研有明病院	聖路加国際病院
健診・検診の問合せ件数	増えた	増えた
健診・検診の受入件数	増えた	増えた
治療の問合せ件数	増えた	変化なし
治療の受入件数	増えた	変化なし
展示会出展後、展示会で対応した 相談・商談のうち受入、問合せ・ 提携につながった実績	治療受入 0件 治療問合せ 7件 検診問合せ 5件	検診受入 5件 代理店提携 2件

出所) MEJ 作成

B. 医療渡航支援企業からのヒアリング結果

a. 目的

医療渡航支援企業の出展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. 現地の医療ニーズの把握

ベトナムの経済発展に伴い、ベトナム国外で医療を受けることへの関心が高まるなか、日本への医療渡航ニーズも感じられた一方で、日本への医療渡航の認知度の低さも鮮明になったとの意見がみられた。

c. 出展の成果(展示会直後のアンケートより)

本展示会に出展しての成果として、医療渡航といえばシンガポールやタイと認識しているベトナム人が多い中、日本でも医療渡航受入れを実施していることを広く知らしめることができた点が挙げられた。ブースでは、個人的な医療渡航の問合せ、旅行会社からの相

談等があり、ベトナム以外の国（マレーシア、インドネシア、タイ等）の企業からも相談が寄せられた。これを機に代理店の関係を密にして、ベトナムの市場に働きかけをしていくとの意見もみられている。

d. 今後の課題(展示会直後のアンケートより)

ベトナムから日本への医療渡航を推進する上での課題としては、プロモーション不足、渡航ビザ取得のプロセス、医療費水準、受入体制とサービス、通訳等が挙げられる。今後は更なる積極的な情報発信が必要とされるとともに、渡航ビザが不要であるシンガポール、タイとの競争に伍していくだけの受入体制の整備等が不可欠となる。

本展示会における国外出展団体と比較し、日本が医療渡航市場でプレゼンスを上げるためには、JNTO 等と連携・協力し、「医療渡航＝日本」というイメージ戦略を打ち出し、地道にそれを実行していくこと等が提案された。

e. イベント終了3か月後のフォローアップアンケート

3か月が経過し、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、医療機関の回答と同様に展示会出展後、健診・検診、治療に関する問合せが増えたという回答があった。医療機関との違いは提携している現地代理店経由での問合せが増えたことである。

また、展示会に出展し、直にベトナムの市場感を感じたことから次年度以降の戦略が固まったと答える医療渡航支援業者もあった。さらに展示会出展前から既に提携していた代理店との関係が深まったとの回答もあり、医療渡航支援企業においても一定の効果が見られた。

図表 112 3か月経過のヒアリング結果（医療渡航支援企業）

	JTB	MTJ
健診・検診の問合せ件数	増えた	増えた
健診・検診の受入件数	増えた	変化なし
治療の問合せ件数	増えた	増えた
治療の受入件数	変化なし	増えた
展示会出展後、展示会で対応した 相談・商談のうち受入、問合せ・ 提携につながった実績	業務提携 2社 健診問合せ 1件 治療問合せ 3件 受入（医療ビザ） 1件	現時点では特になし

出所) MEJ 作成

⑥成果と課題

ベトナムの展示会の成果としては以下の2点があげられる。

- ・ 3か月が経過した後、参加団体にアンケートを実施したところ、問合せや受入れの増加につながったという声が多くみられ、出展の効果があつたことがうかがえる。
- ・ 参加団体からの声にもあるように、現地の医療現状、日本への医療渡航へのニーズ、市場の大きさを現地で確認することができた。おおむね、ベトナムにおいては日本医療に対して高い信頼感を持っており、かつ日本への医療渡航へのニーズがあるものの、適切な情報が届いておらず、医療渡航につながっていない現状が把握できたことは成果として大きい。

次に課題としては以下のことが挙げられる。

- ・ ベトナム人の持つ、日本の医療に対する信頼性の高さやイメージの良さを現地で感じながらも、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を実感した。今後は韓国やシンガポール等のプロモーション方法を参考にしながら、継続的な出展及び情報発信を行う必要がある。また、情報発信の方法（媒体や言語）も検討する必要がある。

(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。

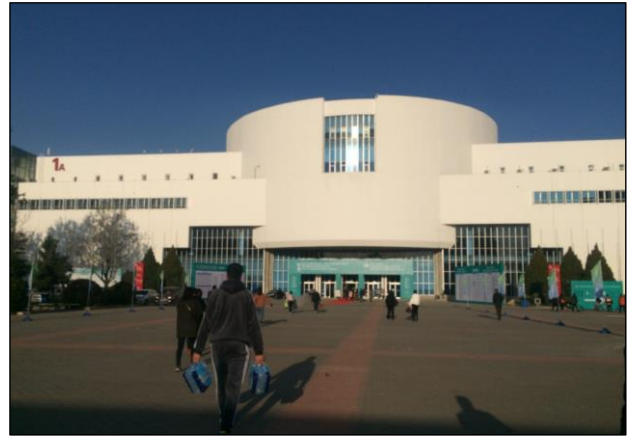
出展団体は、日本、タイ、韓国、ロシア、アメリカ、スペイン、トルコ、オーストラリア、ドイツ等、17の国・地域から計115団体が出展していた。

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

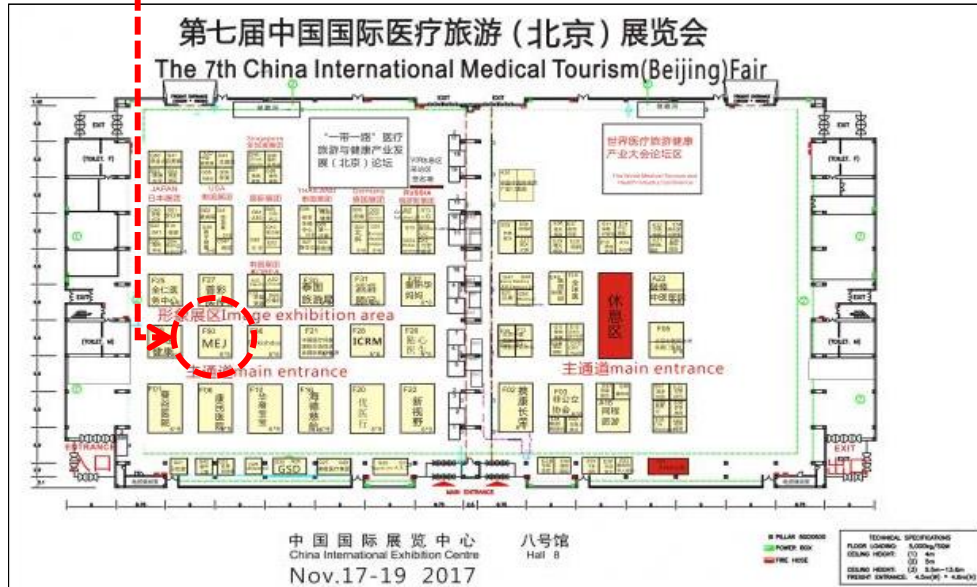
なお、日本医科大学健診医療センター、公益財団法人がん研究会からは、病院のパンフレット等を提供頂いた。

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㎡)

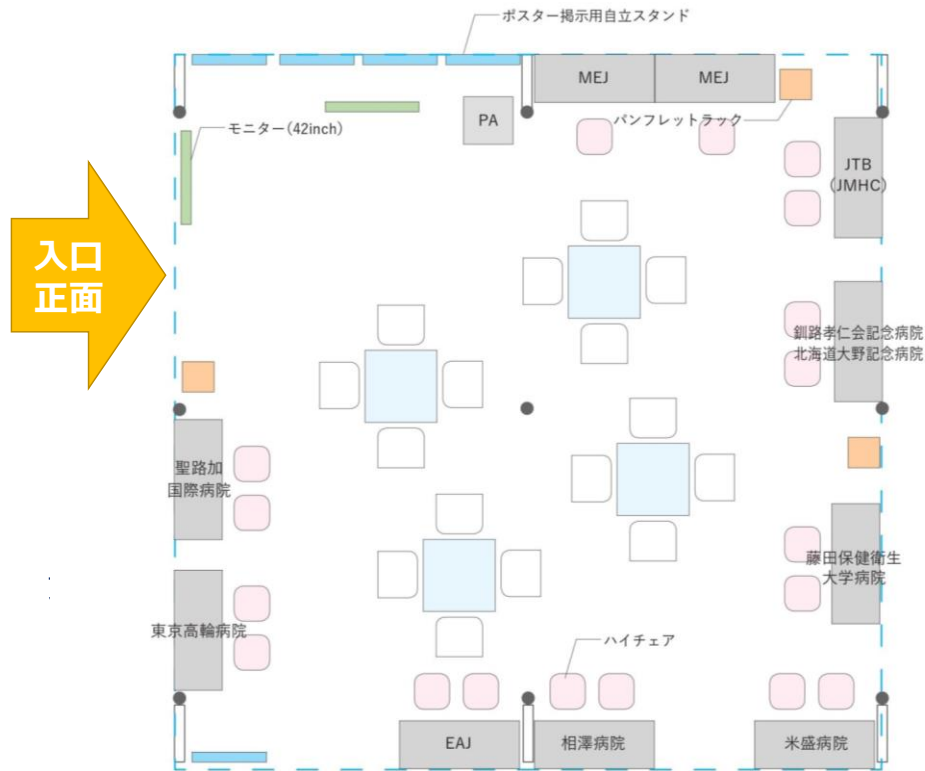


出所) MEJ 作成

d.ブースレイアウト

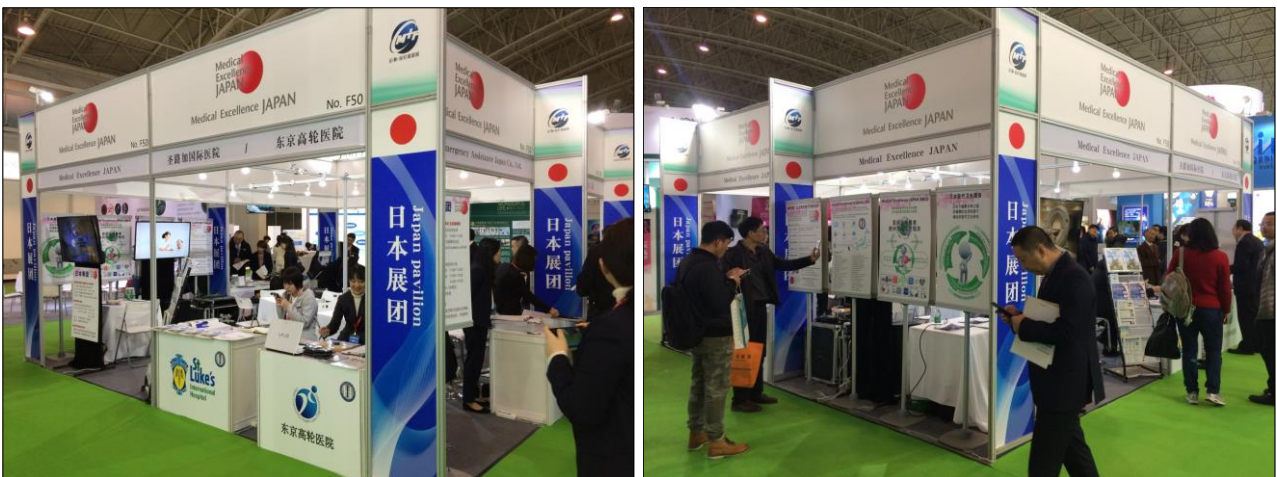
出展ブースはアイランド型、ブースの大きさは6×6の36㎡と昨年の出展時と同じ大きさである。ブース内には、各参加団体向けに商談・相談用カウンターを10点、商談・相談用テーブルを4点、カタログラック3点を設けた。また、ブースの入り口には、各参加団体のPR動画を放映するモニターを設置、ブースの外には4点の展示パネルを設置し、来場者の興味・関心を高めるとともにブース内への誘導を促した。併せてブース内で開催するセミナーのスケジュール表をブース外に掲示し、セミナーへの集客を促した。

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
以高质量为后盾的医疗保障

Advanced Technologies
采用高精尖技术装备的先进医疗

Japanese Hospitality
宾至如归的日式医疗接待

High Quality Care
细致入微的个性化医疗服务

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

日本政府 海外各国

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

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症状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
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
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 (截至2017年10月)

- HOKUJO Hospital
- Bandai Kousei Hospital
- Southern TOHOKU General Hospital
- Japanese Red Cross Aomori Hospital
- University of Tsukuba Hospital
- Chiba University Hospital
- Kameda Medical Center
- National Cancer Center Hospital East
- Nippon Medical School Chiba Hokusoh Hospital
- Center Hospital of the National Center for Global Health and Medicine
- International University of Health and Welfare, Miya Hospital
- Iwate University Hospital
- Kiyo University Hospital
- National Cancer Center Hospital
- NIIT Medical Center Tokyo
- Sakakibara Heart Institute
- Sanno Hospital
- St. Luke's International Hospital
- The Cancer Institute Hospital of Japanese Foundation for Cancer Research
- The Hospital of National Center for Child Health and Development
- The University of Tokyo Hospital
- Tokyo Saiseikai Central Hospital
- Tokyo Takasaki Hospital
- Tanoshon Hospital
- Alzawa Hospital
- Saito Hamaizumi General Hospital
- Fujita Health University Hospital
- Osaka University Hospital
- Hyogo Ion Beam Medical Center
- Fukuoka Kinon Hospital
- Fukuoka Sanno Hospital
- Saiseikai Fukuoka General Hospital
- Nagasaki University Hospital
- YONEMORI Hospital
- Nambu 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, 期待您的意见, 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(口译、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. 为提升在中国的知名度, 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。 _____

下面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. 治疗费用合理价廉。 _____
 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. 呼吸器系统疾病。 _____
 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

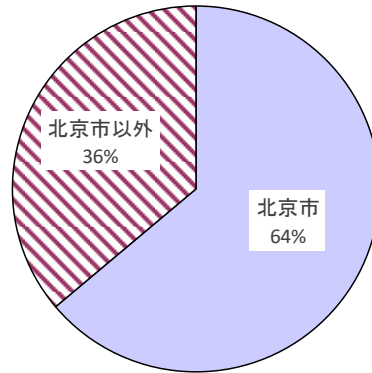
アンケートは、来場者の属性別に質問項目や調査内容を工夫した。アンケート調査対象者の種類別 (B)、(C)、(H) に調査結果を記す。

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)

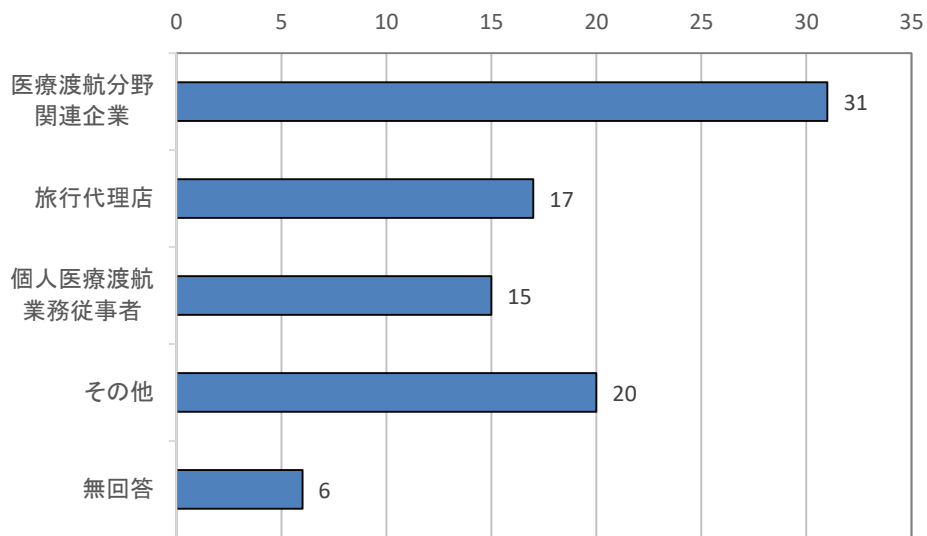


出所) MEJ 作成

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)

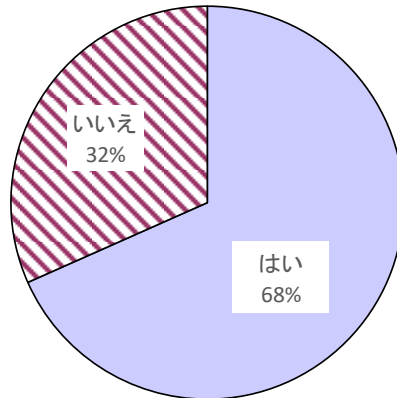


出所) MEJ 作成

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)

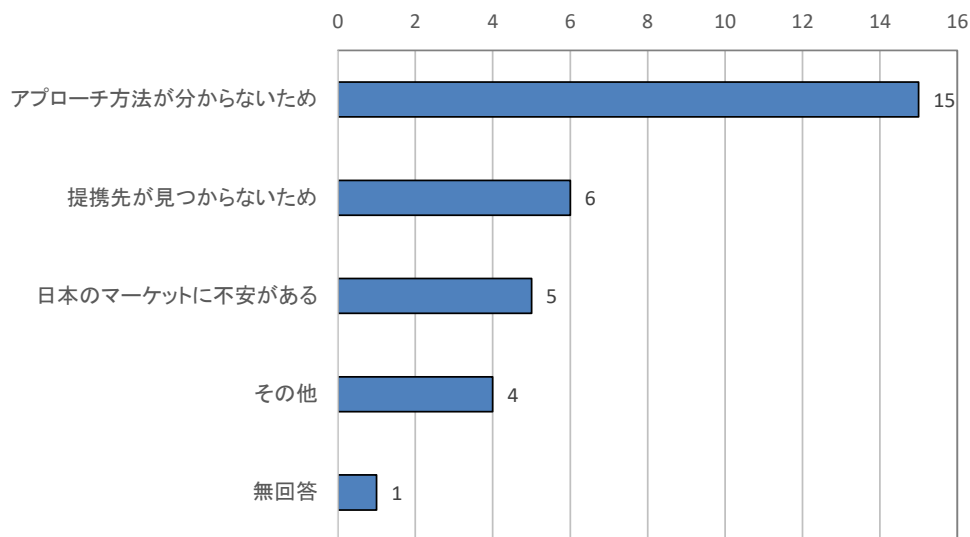


出所) MEJ 作成

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

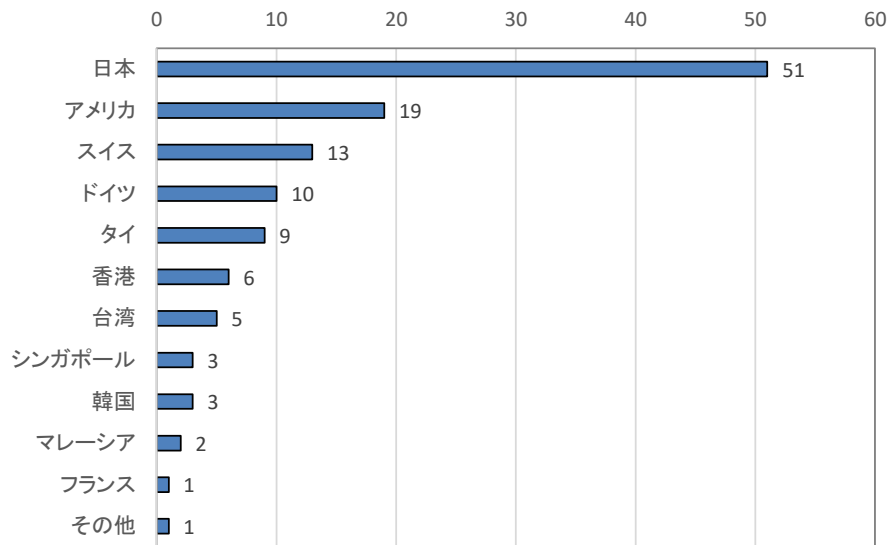


出所) MEJ 作成

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

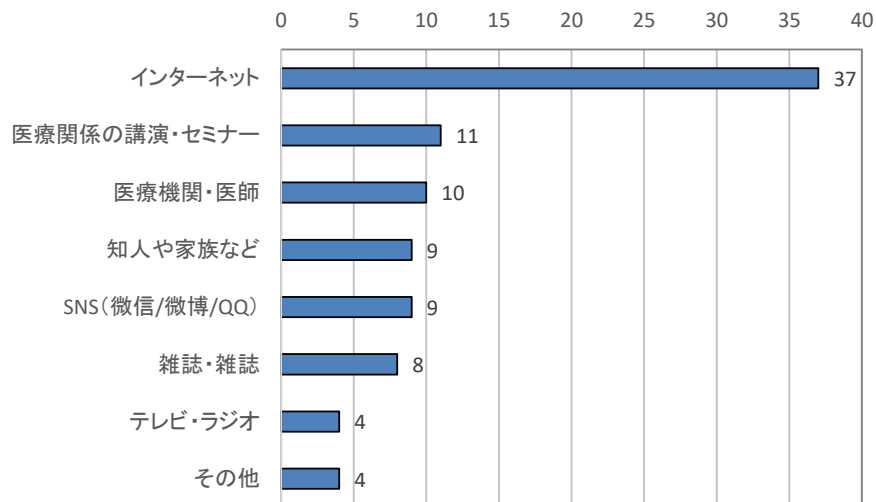


出所) MEJ 作成

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



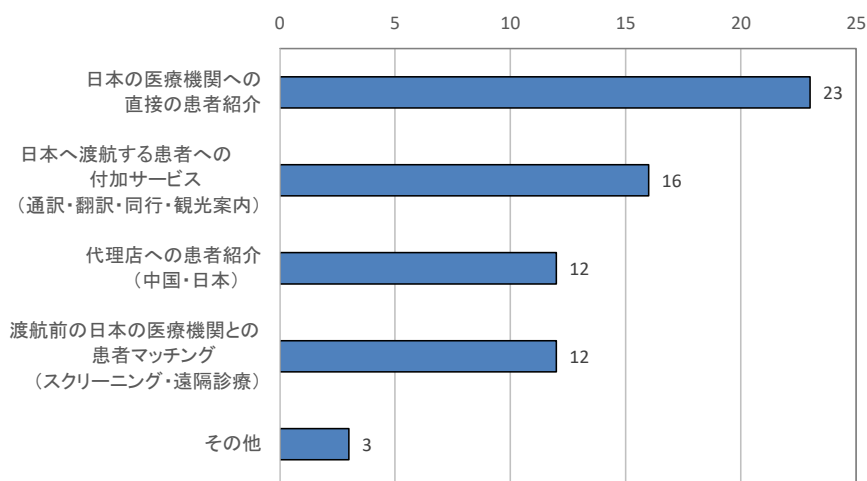
出所) MEJ 作成

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

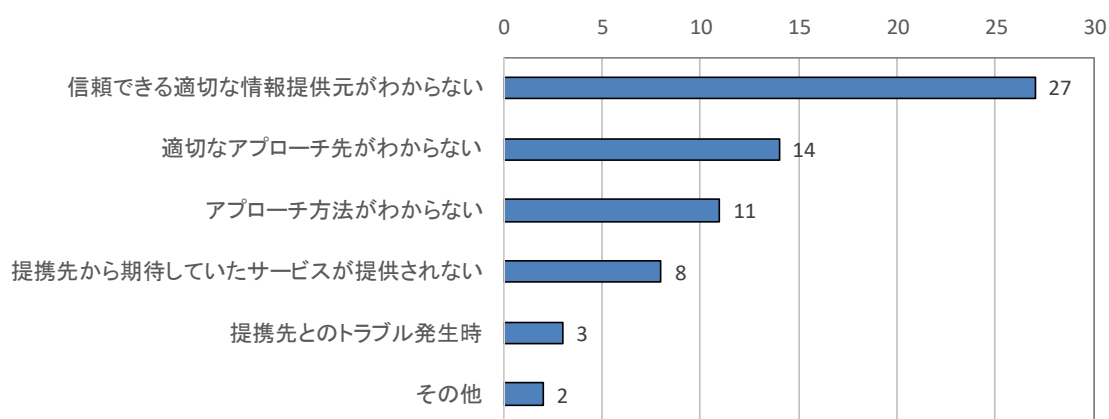


出所) MEJ 作成

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



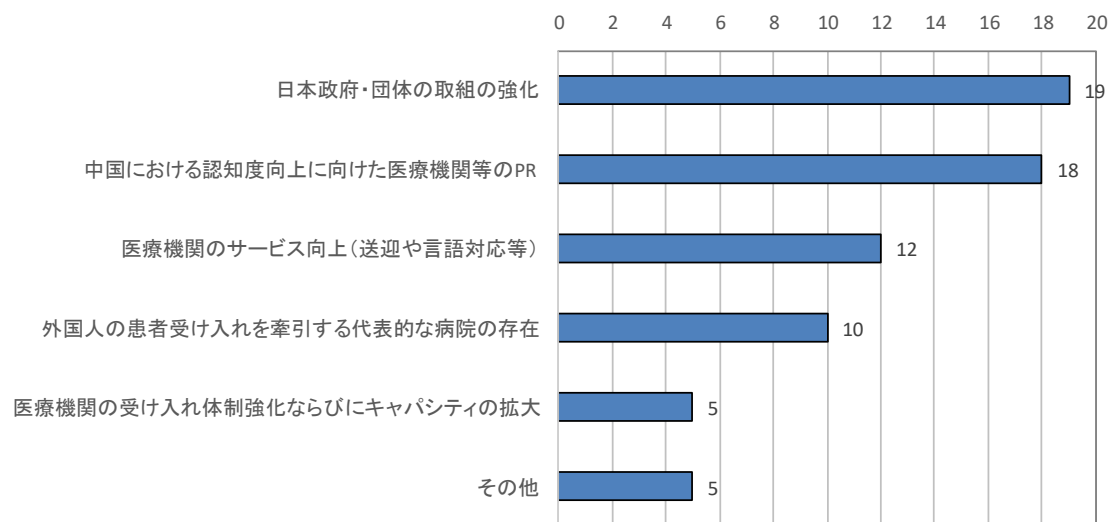
出所) MEJ 作成

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

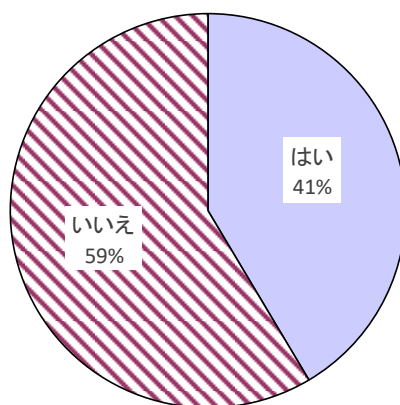


出所) MEJ 作成

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)

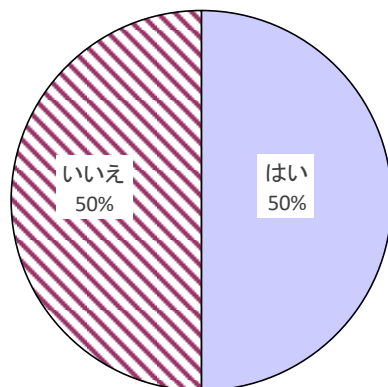


出所) MEJ 作成

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)

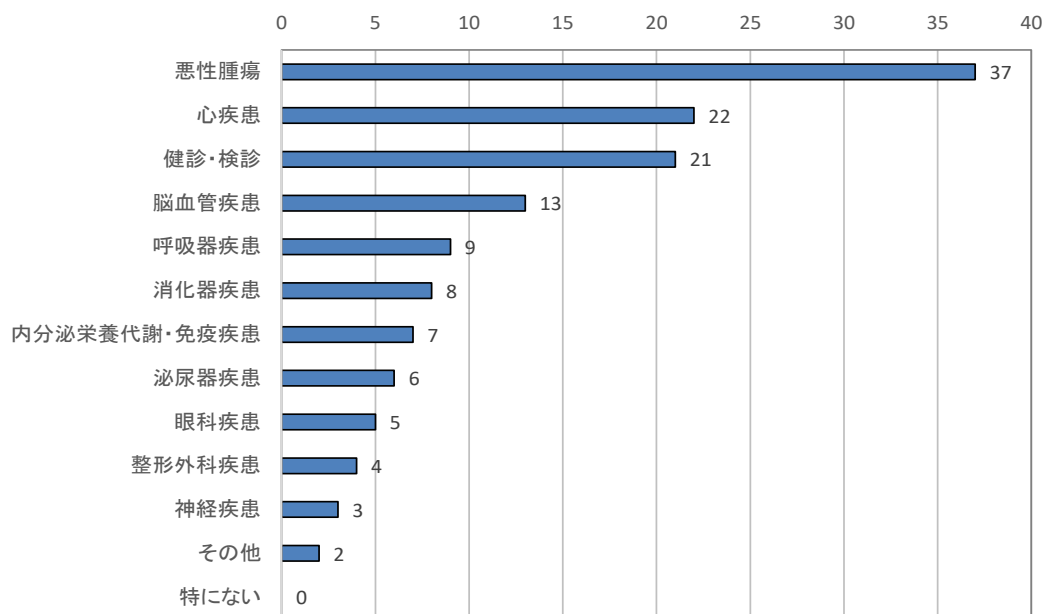


出所) MEJ 作成

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)

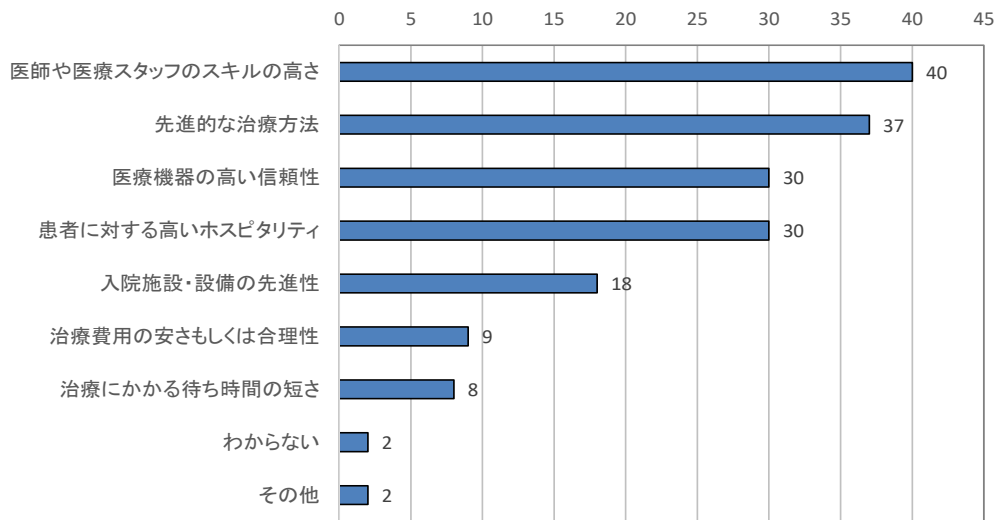


出所) MEJ 作成

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）

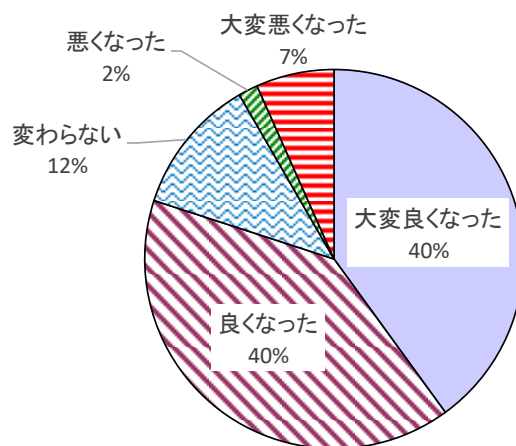


出所) MEJ 作成

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）



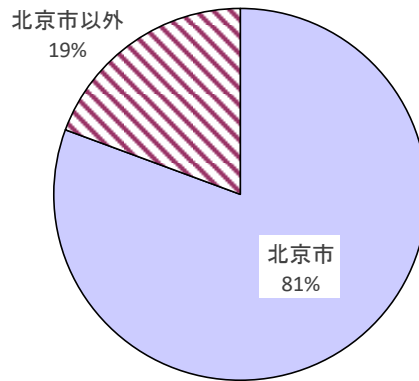
出所) MEJ 作成

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)

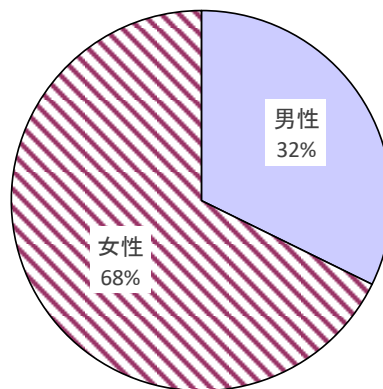


出所) MEJ 作成

b.性別

女性の方が約 7 割と多い。

図表 142 性別 (n=31)

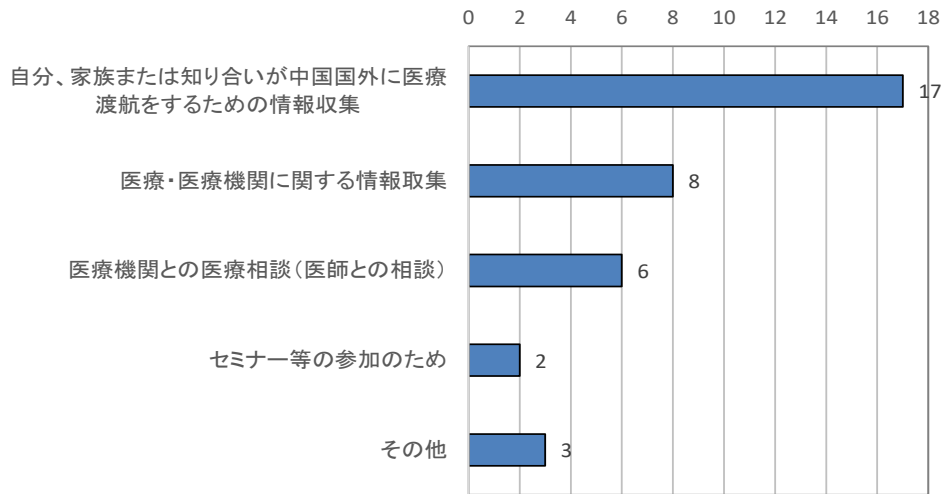


出所) MEJ 作成

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

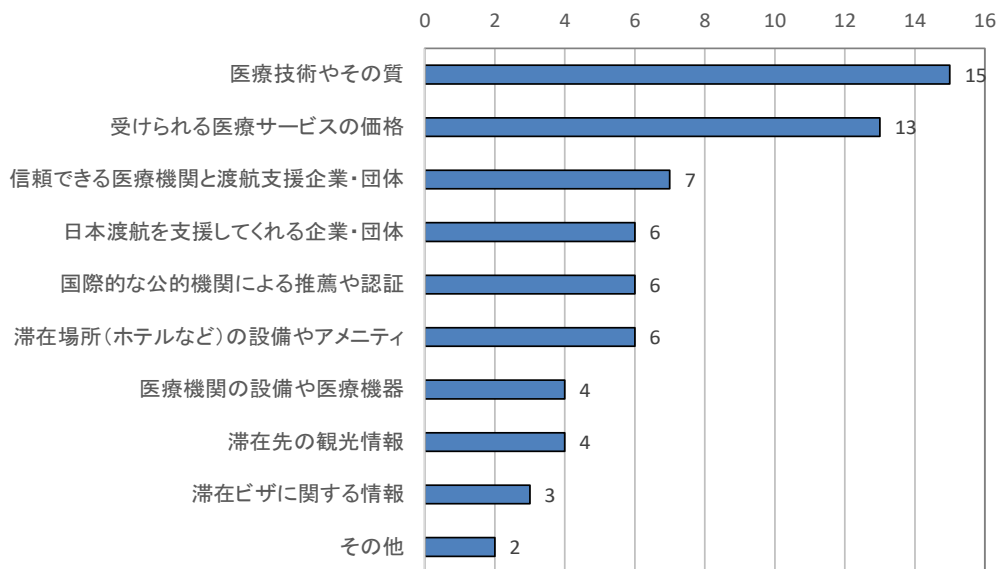


出所) MEJ 作成

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

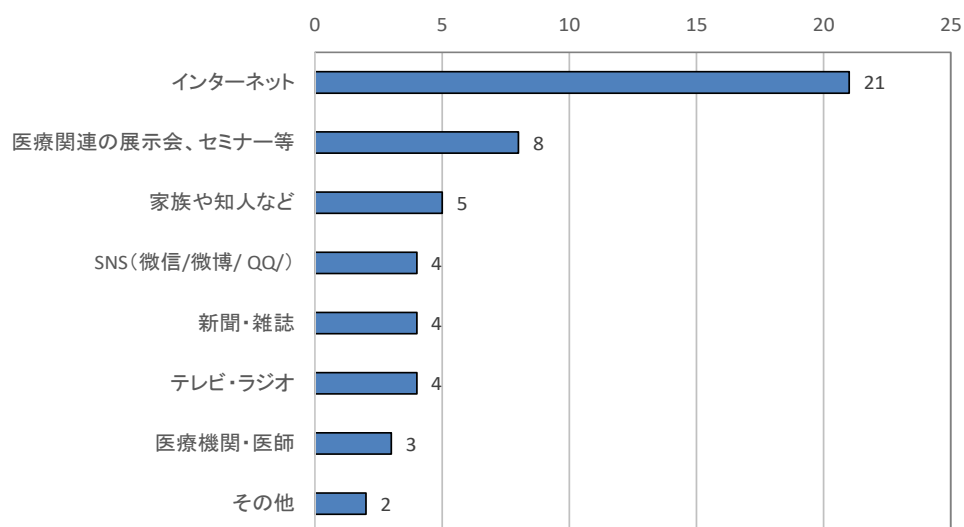


出所) MEJ 作成

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

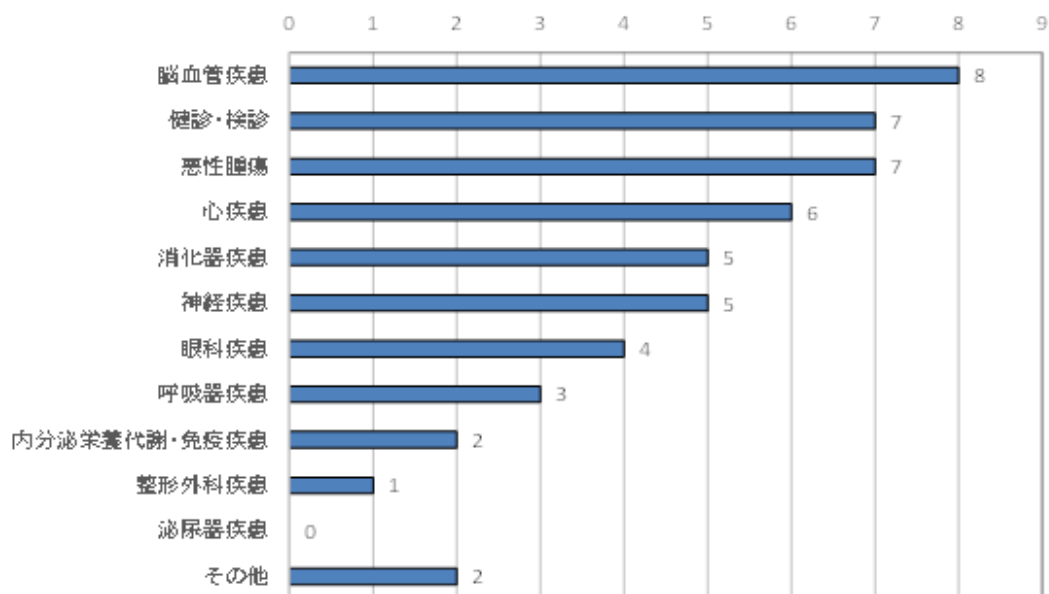


出所) MEJ 作成

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)

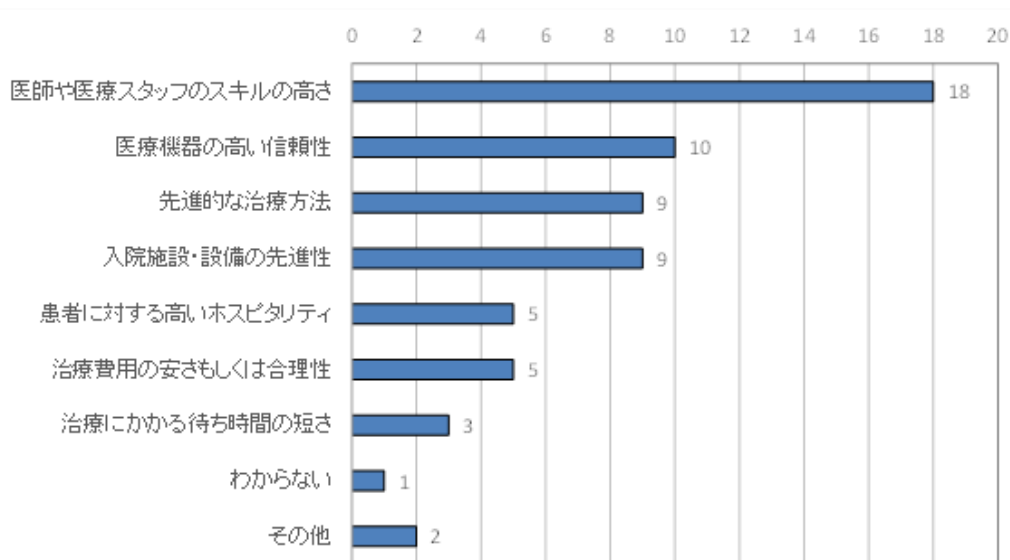


出所) MEJ 作成

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)

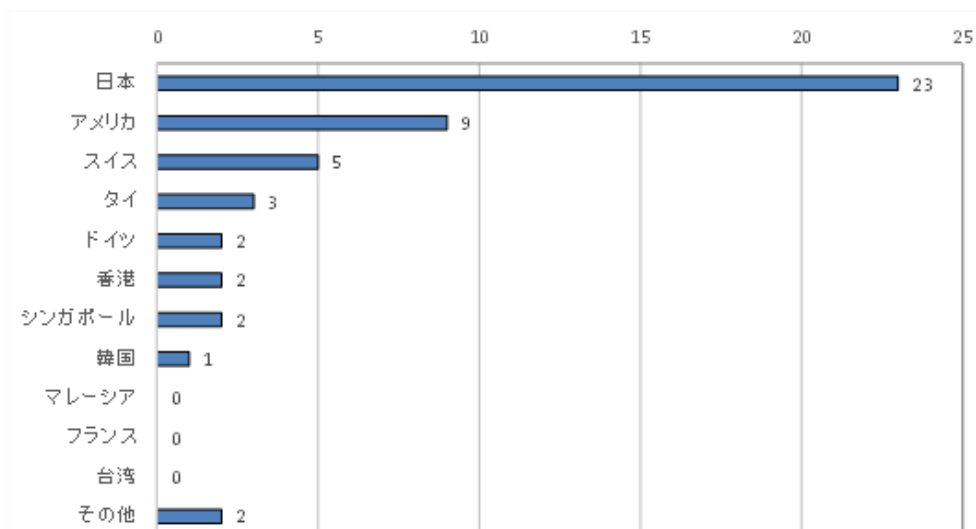


出所) MEJ 作成

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

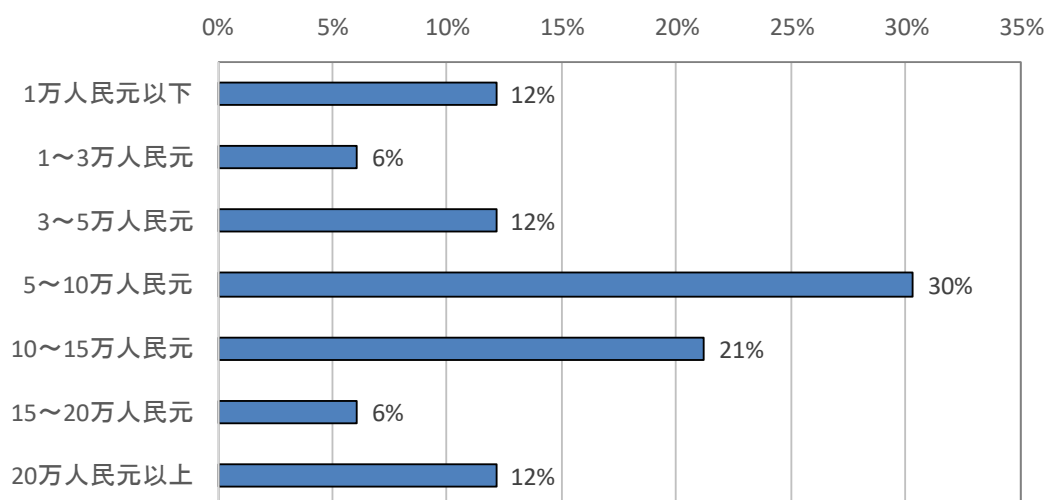


出所) MEJ 作成

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）

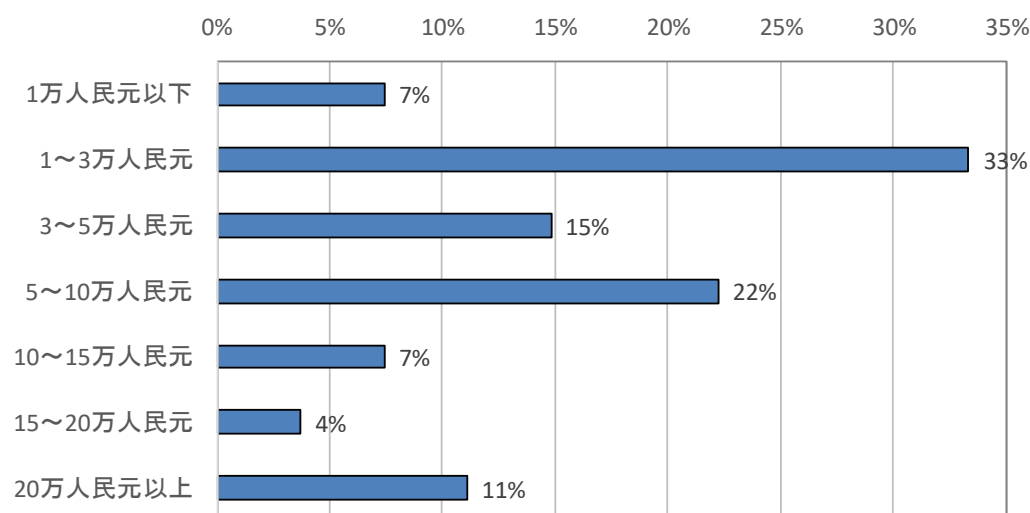


出所) MEJ 作成

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）

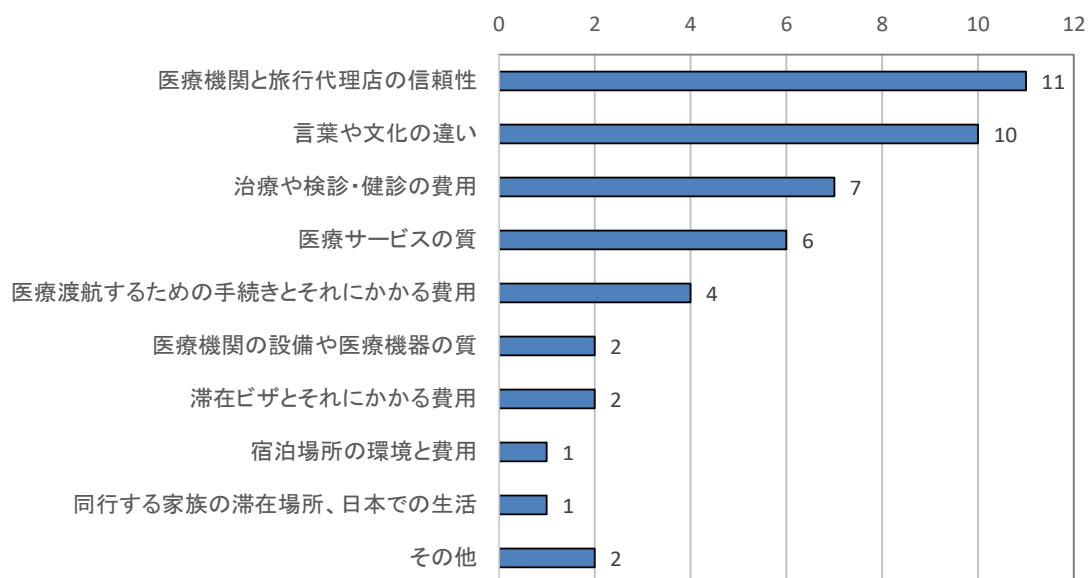


出所) MEJ 作成

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

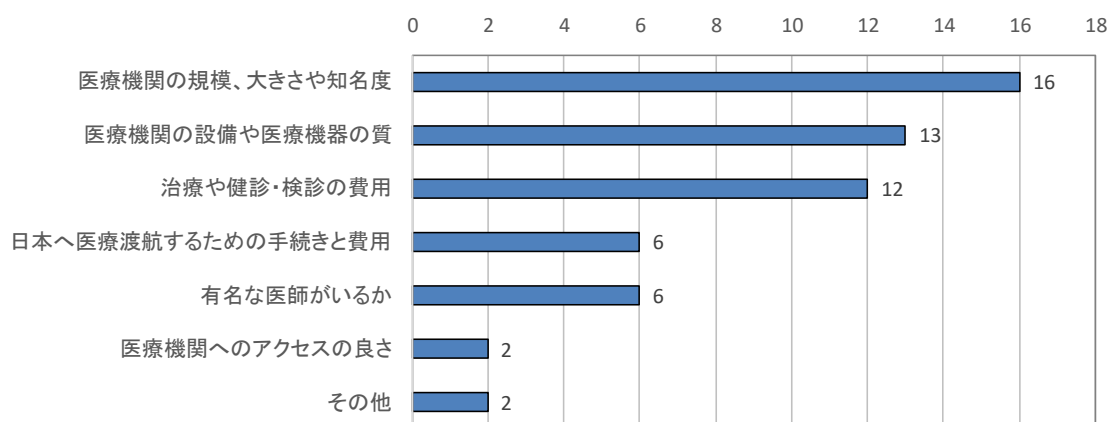


出所) MEJ 作成

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

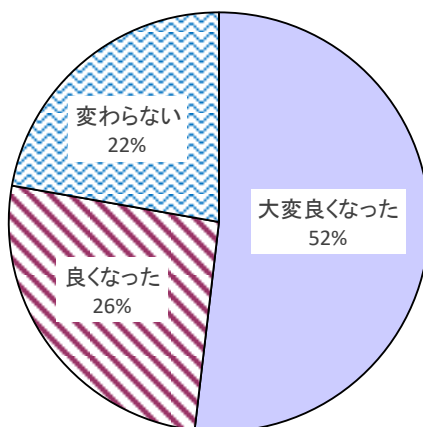


出所) MEJ 作成

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。

- ・ 昨年につき、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、出展の効果があっ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。

3-2. 国内における外国人患者受入れに関するノウハウの普及等に向けた事業

1) 背景および目的

外国人患者受入れの取組が始まった当初、外国人患者の受入れに関心を持ちつつも、受入体制の未整備など課題を抱え、受入れに踏み出せない医療機関も多くあった。本事業はそうした医療機関の関係者に向けて先駆的取組を共有する機会として始まった。

これまでの事業では、外国人患者の受入環境整備に向けたセミナーを継続的に開催してきた。セミナーでは、外国人患者の中でも、日本での医療サービスを受けることを目的に訪日する外国人（以下、渡航受診者）を対象とし、国外からの医療渡航を拡大することを目的としている。

直近2年の開催実績を挙げると、2015年度は東京で1回、2016年度は東京で2回、大阪で1回開催し、参加人数は、2015年度174名、2016年度合計445名と毎回定員を超える申し込みがあった。また、各セミナーのアンケート回答者の9割近くが、講演内容に満足したと回答し、特に渡航受診者の受入れに関するヒントを得られたとの回答が多く、一定の成果を上げていると考えられる。

東京・大阪での開催では、それぞれ近隣の関東地方・近畿地方からも参加があり、遠くは九州地方や東北地方などからの参加も少ないながらもあり、渡航受診への関心が全国に広がりを見せていることがわかる。そこで、大都市圏以外の地方都市の医療機関や医療コーディネート事業者にも、渡航受診者の受入れに関するノウハウや適切な情報を共有する機会を提供したいと考え、地方都市での開催を検討した。

既に渡航受診者の受入れを行っている大都市圏の医療機関でも、渡航受診者の受入れのサポートを行う医療コーディネート事業者との協業は不可欠であり、地方でも医療機関が活用できる医療コーディネート事業者を増やし、双方の質を高めるための取組が必要であると考えた。

このような背景を踏まえ、今年度事業では、過去に本事業のセミナー開催をしていない広島において、渡航受診者受入れに関する政府の施策、既に渡航受診者の受入実績のある医療機関の講演、医療コーディネート事業者の実務者向けの講演を含めたセミナーを開催した。

2)開催概要

(1)日程

図表 154 日程

日時	2017年8月25日(金)13:00～16:45
場所	TKP ガーデンシティ PREMIUM 広島駅前 2A 会議室
タイトル	平成 29 年度医療技術・サービス拠点化促進事業(医療国際展開推進事業) 渡航受診者受入のためのセミナー

出所) MEJ 作成

(2)対象

本セミナーは、渡航受診者の受入れを検討しているか、受入れ人数の拡大を目指している医療機関関係者および医療コーディネーター事業者等を対象とした。具体的には以下を対象として案内を行った。

- 医療機関関係者
- 医療滞在ビザの身元保証機関を含む医療コーディネーター事業者
- その他渡航受診者受入関連事業者

(3)プログラム

渡航受診者の受入れに積極的な地方都市の医療機関の先行事例として、具体的な課題、その対応策などを紹介し、合わせて、医療通訳に関する課題と医療機関が取り組むべき対策や、渡航受診に関する費用・保険について紹介した。

セミナーのプログラムを次に示す。(なお、講演概要は「3)実施結果」を参照)

図表 155 セミナープログラム・講演者(敬称略)

時間	スケジュール
13:00～13:30	開場
13:30～13:35	開会あいさつ 一般社団法人 Medical Excellence JAPAN 理事 相川直樹
13:35～13:55	講演「渡航受診者受入拡大の環境整備」 一般社団法人 Medical Excellence JAPAN 業務執行理事 北野選也
13:55～14:25	講演「医療通訳について」 ピー・ジェイ・エル株式会社 代表取締役 山田紀子 (平成 22 年度経済産業省事業 医療通訳養成講座委員)

時間	スケジュール
14:25～14:55	講演「医療渡航受診者受入の取り組み」 社会医療法人社団慈泉会 相澤病院 経営戦略部国際課課長 熊崎博司
14:55～15:25	講演「地方医療機関の国際医療への取り組み」 社会医療法人緑泉会 理事長 兼 米盛病院 院長 米盛公治
15:25～15:35	休憩兼設営
15:35～15:55	合同質疑応答 座長 一般社団法人 Medical Excellence JAPAN 理事 相川直樹
15:55～16:20	講演「渡航受診に関する費用と支払い」 日本エマージェンシーアシスタンス株式会社 国際医療第一部部長 麻田万奈
16:20～16:40	講演「医療渡航受診者拡大に向けた取り組み」 経済産業省 商務・サービスグループ ヘルスケア産業課 国際展開推進室
16:40～16:45	閉会のあいさつ
16:45	終了

出所) MEJ 作成

(4)周知方法

MEJ の Web サイトで告知を行うとともに、過去に同セミナーを受講した方、医療機関、身元保証機関などを対象に電子メール送信にて案内を行った。参加は Web サイトから申し込み形とした。また、中国経済産業局から自治体関係者への周知を行った。

3)実施結果

(1)参加状況

定員 70 名と想定していたところ、来場者総数は 58 名であった。内訳は、以下のとおりである。

- 医療機関関係者 33 名
- 医療コーディネーター事業者 12 名
- その他事業者 13 名

(2)講演内容

各講演者と講演の概要を次表に示す。

図表 156 各講演者と講演の概要

講演者	概要
<p>相川直樹氏 (一社)Medical Excellence JAPAN 理事</p>	<p>開会あいさつ 国の政策動向や MEJ の取組などを紹介しつつ、本セミナーの開催趣旨などを説明した。</p>
<p>北野選也氏 (一社)Medical Excellence JAPAN 業務執行理事</p>	<p>「渡航受診者受入拡大の環境整備」 医療渡航受診の概況として、渡航受診者受入時の流れを説明し、各工程の中で起こりやすい問題を示した。また、政府のガイドラインに基づく MEJ の活動として、JIH の認証事業と JIH 推奨病院が渡航受診者を受入れるスキームを紹介した。</p>
<p>山田紀子氏 ピー・ジェイ・エル(株) 代表取締役</p>	<p>「医療通訳について」 医療コーディネーター、医療通訳の立場から、渡航受診者受入れの中で医療通訳の役割を説明した。平成 22 年度の経済産業省事業医療通訳講座の内容を説明し、これまでの医療通訳育成の取組を示した。 医療渡航受診で重要なことは、患者が安全に訪日し、安全な医療サービスを受けて帰国することであり、それらをサポートする医療コーディネーター、医療通訳の役割が大きい。そのためにも信頼のできる医療通訳が不可欠であり、その通訳の力量・質を客観的に評価する共通ツールが必要であると問題提起された。</p>
<p>熊崎博司氏 社会医療法人慈泉会 相澤病院 経営戦略部国際課課長</p>	<p>「医療渡航受診者受入の取り組み」 渡航受診者の問合せや受入件数の推移などの実績を説明し、問合せから受入れに至るケースが他院よりも高いことを説明した。 地方都市の病院が、渡航受診者の受入れを拡大するために必要な活動として、受入体制と環境の整備だけでなく、認知度向上のための PR 活動が重要であることを説明した。日本国内で実施できる方法と現地で実施可能な PR 活動を紹介した。 その他トラブル回避対策として、医療費や徴収方法に関することや、事前説明の重要性を説明した。また、自院だけでは受入れが困難な事例については、地域の医療機関と連携すること</p>

講演者	概要
	で可能となることを事例紹介した。
<p>米盛公治氏 社会医療法人緑泉会 理事長 兼 米盛病院 院長</p>	<p>「地方医療機関の国際医療への取り組み」</p> <p>国際医療の取組として、中国の病院と連携を行い、現地での外来診察から始め、日本での外科的治療の実施、帰国後のリハビリテーションなど、段階的に人材交流を密にした事例を紹介した。</p> <p>地方都市の医療機関が医療の国際化を進めるには、地域や医療機関の特性を活かし、外国人患者のニーズに応え、リスク管理を意識した受入体制の整備が必要であると説明した。</p> <p>また、地方都市で渡航受診者を呼び込むには、戦略が必要であり、医療機関だけでなく、自治体や関連団体と連携を取っていくことが重要であると説明し、鹿児島県との取組事例を紹介した。</p>
<p>合同質疑応答</p>	<p>相川氏を座長にし、前半の講演者(北野氏、山田氏、熊崎氏、米盛氏)が登壇し、講演内容に関する質問を受けた。来場者からは、以下のような質問や意見が出された。</p> <p>質問: JIH の受審要件は、ホームページなどで確認ができるのか。 回答: できる。(相川氏)</p> <p>質問: 渡航受診者の診療費を診療報酬 1 点×10 円と設定しているが、それは地方であることが理由で費用を低く設定しているのか。 回答: 地方であることを理由に設定はしていない。病院の方針で決めている。(熊崎氏)</p> <p>質問: 相澤病院が取り組んでいるアウトバウンド事業の採算性はあるのか。(熊崎氏) 回答: 現時点では、当初の予算とおりの持ち出しとなっている。(熊崎氏)</p> <p>質問: 米盛病院の外国人患者受入れの推移が、平成22年から平成28年にかけて大幅に増加した理由は、院内で外国人患者を積極的に受け入れると決めてから、増えるようになったのか。 回答: 病院の体制を整備したことと、断らないということを実施して、自然に数が増えるようになった。(米盛氏)</p>
<p>麻田万奈氏 日本エマージェンシーアシスタンス(株) 国際医療第一部 部長</p>	<p>「渡航受診に関する費用と支払い」</p> <p>渡航受診の際に発生する費用について、内容とタイミングの説明をし、医療費が渡航受診者から支払われる流れを説明した。</p>

講演者	概要
	<p>問合せから受診に至らないケースも多いため、問合せの段階でセカンドオピニオンや画像診断料として費用を取ることが重要であることを紹介した。医療通訳の費用についても、患者・家族側の希望ではなく、医療機関が必要としていることを説明し計上することの重要性を説明した。</p> <p>中国で発売された訪日がん保険について、紹介した。</p>
<p>経済産業省商務・サービスグループ ヘルスケア産業課 国際展開推進室</p>	<p>「医療渡航受診者拡大に向けた取り組み」</p> <p>ヘルスケア分野の国際展開に関する政府の基本的な考え方や、医療インバウンド推進に向けた経済産業省の取組を紹介した。</p> <p>国内医療機関における外国人患者の受入実態調査結果として、外国人患者の受入意向のある医療機関が増加傾向にある一方、受入経験なし、意向なしの医療機関が半数占めていること、受入れにあたっての課題としては、人手不足や外国語対応を課題としている医療機関が多いことを紹介した。</p> <p>医療滞在ビザの発給状況や身元保証機関の登録基準について説明した。</p>

出所) MEJ 作成

経済産業省からの講演で説明のあった「病院のための外国人患者の受入参考書」(平成 26 年度医療機器・サービス国際化推進事業での作成版を増刷)を来場者に配布した。

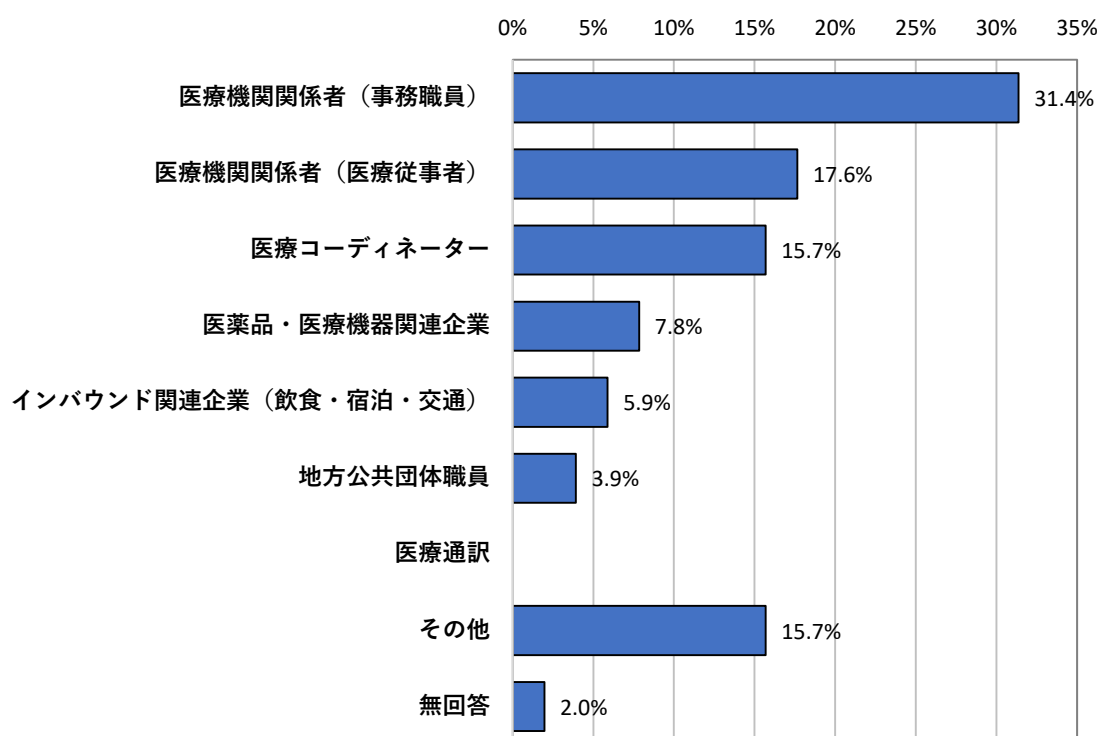
4)来場者アンケート結果

セミナーの来場者にアンケートを実施し、48 サンプルを回収した。

(1)職業

アンケート回答者の職業については、約 6 割が医療機関に勤務する人であった。中でも、「医療機関関係者 (事務職員)」が約 3 割で最も多い。

図表 157 職業

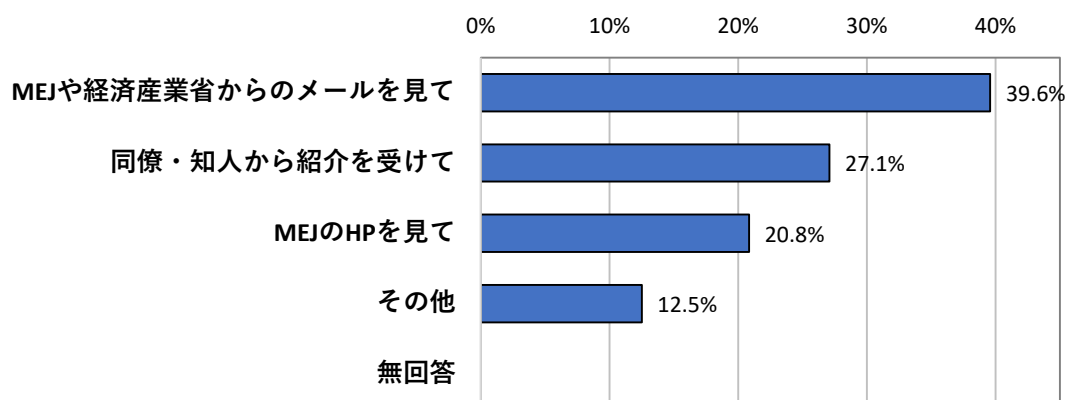


出所) MEJ 作成

(2) セミナーを知ったきっかけ

今回のセミナーを知ったきっかけとしては、「MEJ や経済産業省からのメールを見て」（39.6%）との回答が最も多く、次いで「同僚・知人から紹介を受けて」（27.1%）、「MEJ のHP を見て」（20.8%）が続いている。

図表 158 セミナーを知ったきっかけ

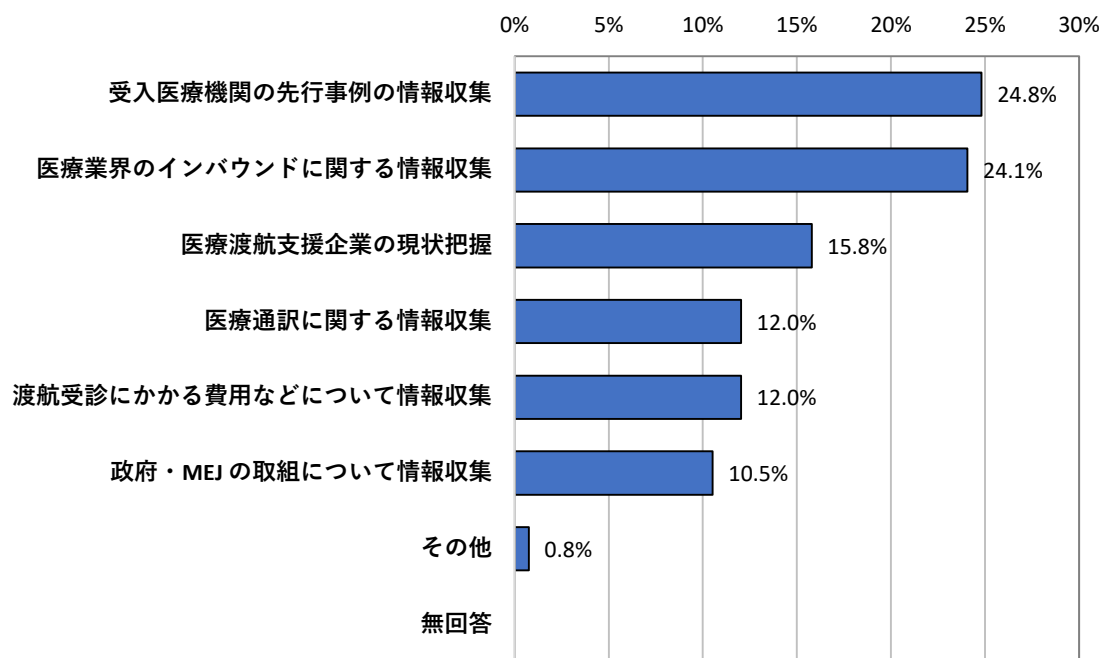


出所) MEJ 作成

(3)セミナーへの来場目的

今回のセミナーに来場した目的としては、「受入医療機関の先行事例の情報収集」(24.8%)、「医療業界のインバウンドに関する情報収集」(24.1%)などとの回答が多くなっている。また、「医療渡航支援企業の現状把握」(15.8%)、「医療通訳に関する情報収集」(12.0%)、「渡航受診にかかる費用などについて情報収集」(12.0%)、「政府・MEJの取組について情報収集」(10.5%)などとの回答も各1割程度みられており、参加者が幅広い目的を有していることがうかがえる。

図表 159 今回のセミナーに来場した目的

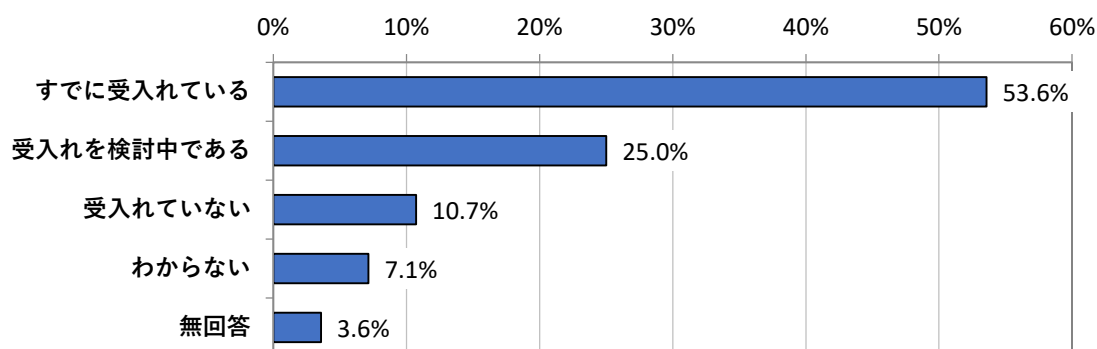


出所) MEJ作成

(4)外国人患者の受入状況(医療機関関係者の回答)

外国人患者の受入状況(医療機関関係者の回答)については、「すでに受入れている」(53.6%)との回答が最も多く、「受入れを検討中である」(25.0%)がこれに続いている。

図表 160 外国人患者の受入状況（医療機関関係者の回答）

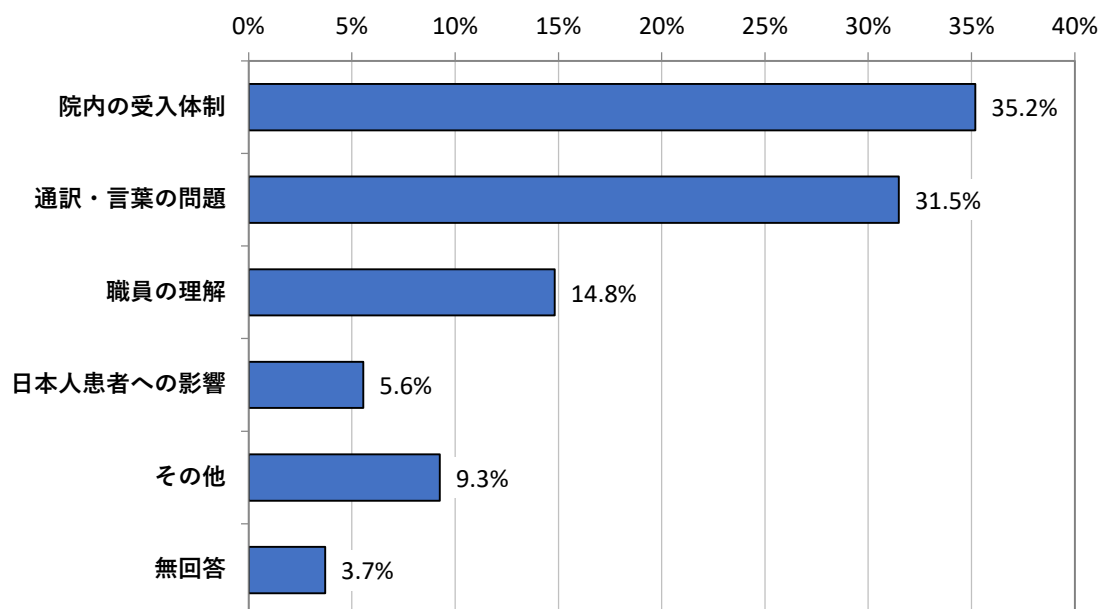


出所) MEJ 作成

(5) 渡航受診者の受入れにおける課題

渡航受診者の受入れにおける課題としては、「院内の受入体制」(35.2%)と「通訳・言葉の問題」(31.5%)との回答が多くなっており、「職員の理解」(14.8%)がこれに続いている。

図表 161 渡航受診者の受入れにおける課題



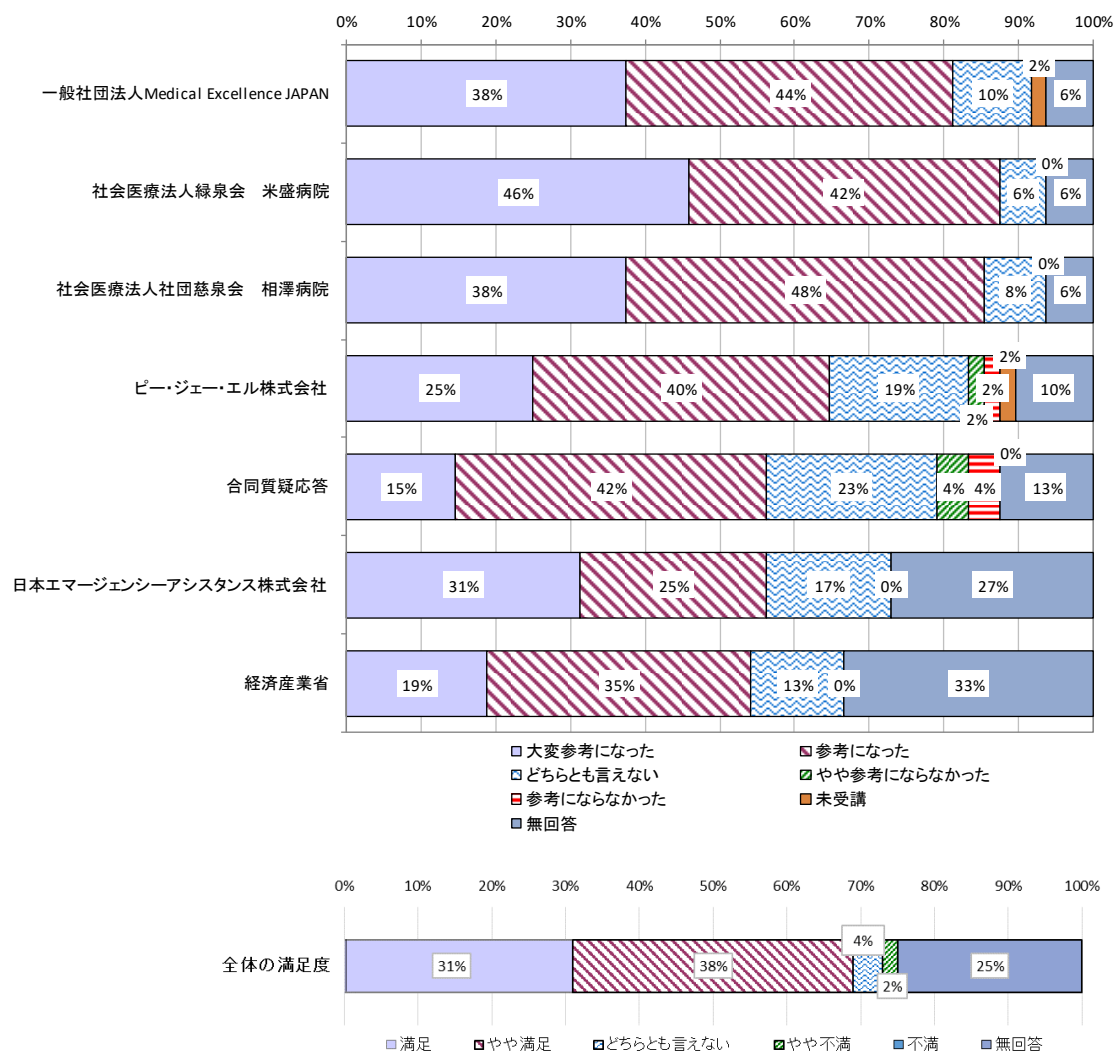
出所) MEJ 作成

(6) 各講演・セミナーの満足度

今回の各講演・セミナーの満足度を次図に示す。全般的に「大変参考になった」、「参考

になった」との回答が多く、総体的に高い満足度が得られたと言える。中でも、医療機関からの講演に対する満足度が高くなっている。

図表 162 各講演・セミナーの満足度



出所) MEJ 作成

(7) 今回のセミナーへの感想・意見

今回のセミナーについて、来場者からは以下のような感想・意見が寄せられた。

- 外国人患者診療に関する現状についてなかなか知る機会がなかったが、最先端の実績を積み重ねている各機関からまとめて有意義で興味深い話を聞くことができ、大変参考になった。(その他事業者)
- 特に相澤病院の事例が同じ陽子線治療施設を運営する施設として、参考になった。(医

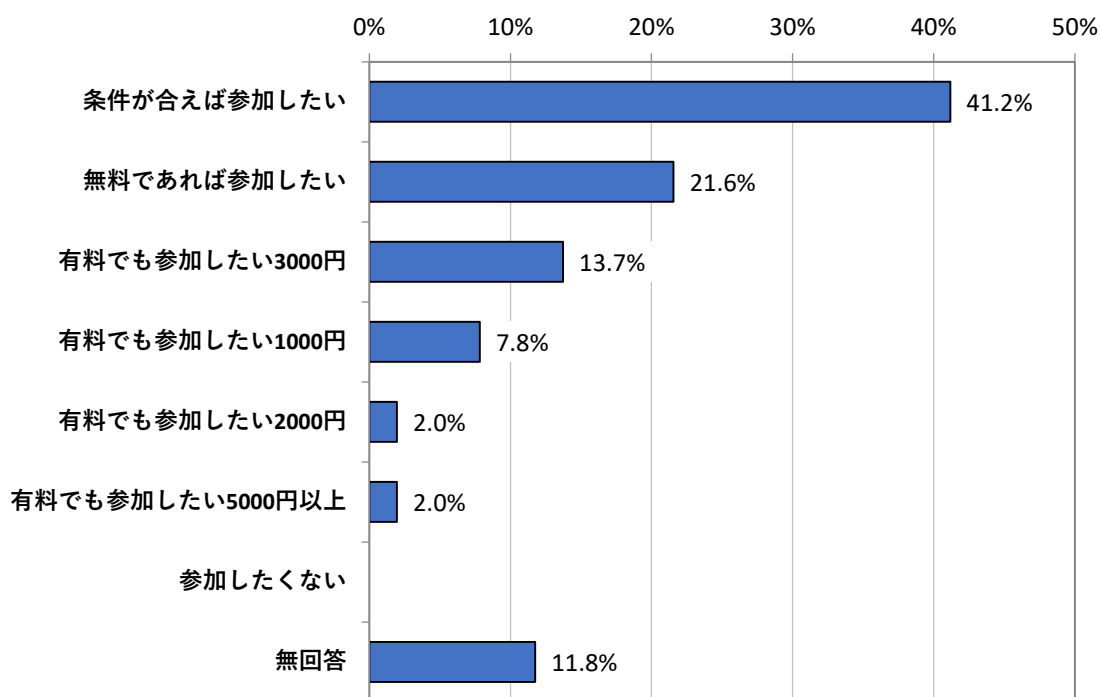
療機関関係者)

- 外国人観光客の多い広島市は特に受入れ病院が必要と感じるが、そのためにはリーダーが気概を持って進めていくことができなければ難しいと感じる。(医療機関関係者)
- 質問時間が長いとより良い。(その他事業者)

(8)今後のセミナーへの参加意向

今後のセミナーへの参加意向としては、「条件が合えば参加したい」(41.2%)との回答が最も多く、「無料であれば参加したい」(21.6%)がこれに続いている。有料でも参加したいとの回答は、「3000円」(13.7%)、「1000円」(7.8%)が比較的多く、「5000円以上」(2.0%)との回答は少なくっている。

図表 163 今後のセミナーへの参加意向

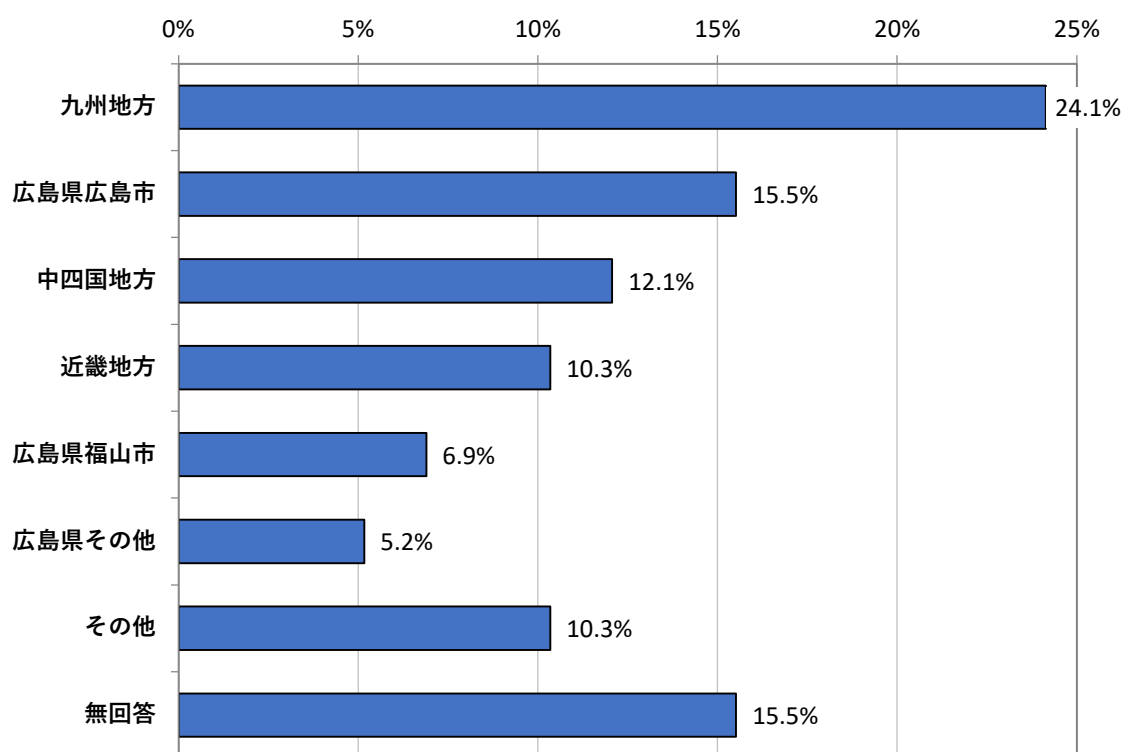


出所) MEJ 作成

(9)今後のセミナー開催希望地

今後のセミナー開催希望地としては、「九州地方」(24.1%)が最も多く、次いで「広島県広島市」(15.5%)、「中四国地方」(12.1%)などとなっている。

図表 164 今後のセミナー開催希望地



出所) MEJ 作成

(10)今後のセミナーに取り上げてほしいテーマ

今後のセミナーに取り上げてほしいテーマとしては、以下のような意見が寄せられた。

- 外国人患者受入れ時に留意すべきリスク管理について。(医療機関関係者)
- 悪徳な医療コーディネーター事業者への対策、料金の設定、課題問題点に対する対策など。(医療機関関係者)
- 各国の医療体制制度や公的医療保険制度について。(医療機関関係者)
- 中国の医療コーディネーター事業者の状況(信憑性、仕組み、コスト、リスク)。(医療機関関係者)
- これまでに講演していない医療機関の事例紹介。(医療機関関係者)

5)まとめ

(1)活動の評価

今回は、初の広島での開催ということもあり、これまでのセミナー参加者へのメール配信という集客方法だけでは、思うように集客が進まなかった。そのため、MEJ フォーラム会員や JIH 推奨病院など、MEJ が持つネットワークの施設に周知を行った。他、中四国地方の主要大学病院、自治体向けにもメール配信を行い、日本病院会にも会員病院への周知の協力を要請することで、集客を伸ばすことができた。経済産業省からも中国経済産業局に関係団体への周知が要請された。最終的には、地元の医療機関をはじめとする医療コーディネーター事業者などの参加で定員に迫る数の申込みがあり、地方都市においても渡航受診者の受入れに対して関心度の高さが伺えた。

実施した来場者アンケートの結果を見ると、渡航受診者の受入れにおける課題は、受入体制や、通訳・言葉の問題となっており、今回提供した講演内容と合致し、参加者の高い満足度につながったと考えられる。特に医療機関の講演の満足度が高く、回答数の 9 割近くが参考になったと回答している。地方都市での渡航受診者受入れの先行事例や地方都市ならではの必要な取組、更に今後、受入れを行うにあたってのヒントを示すことができたためと考えられる。

(2)今後の進め方

大都市圏と比較すると、地方都市には受入実績が豊富で、質の高いサービスが提供できる医療コーディネーター事業者が少なく、サービスの質を向上させるための経験を積む機会も乏しい。地方都市の医療機関が安心して渡航受診者の受入れを行う環境を整えるためにも、地方都市でサービスを提供する医療コーディネーター事業者に対し、サービスの質向上のための実務担当者向けのノウハウを提供するセミナーを実施していくことが必要である。

医療コーディネーター事業者のサービスの質が向上することで、医療機関は安心して、渡航受診者の受入れに係る調整などを医療コーディネーター事業者に任せることができ、受入促進にもつながると考えられる。そして、医療機関は、地域の患者に対する医療サービスを確保したうえで、医療インバウンドにも取り組むことができる。

次年度以降も、継続して渡航受診者の受入れを検討している医療機関や受入実績が未熟な医療コーディネーター事業者への、渡航受診者の受入促進を図るノウハウ提供型のセミナーを行いつつ、既に取り組んでいる医療機関や医療コーディネーター事業者に向けては、先行事例から見出されたベストプラクティスの共有など業界全体の発展を目指す。

第4章 その他関連する事業活動の実施(過去事業調査)

4-1. 背景および目的

「日本再興戦略」(平成25年6月閣議決定)、「日本再興戦略 改訂2014」(平成26年6月閣議決定)、「日本再興戦略 改訂2015」(平成27年6月閣議決定)、「日本再興戦略 改訂2016」(平成28年6月閣議決定)及び「未来投資戦略2017」(平成29年6月閣議決定)において、医療の国際展開を促進させる旨が明記されており、「未来投資戦略2017」においては、「新興国を中心に日本の医療拠点については2020年までに20か所程度創設し、2030年までに5兆円の市場獲得」との目標を掲げている。

また、平成28年7月には、健康・医療戦略推進本部にて「アジア健康構想に向けた基本方針」が決定され、介護分野においても日本の技術・サービスの国際展開を促進するとの方針が固められている。

経済産業省では平成23年度以降、有望なプロジェクトを公募により採択し、事業者の医療・介護の国際展開の実証事業を推進している。日本の医療機器・福祉用具導入に向けた補助事業や、医療関連企業と医療機関の連携による日本の医療拠点化に向けた実証調査、外国人患者受入れに関わる環境整備の実証事業等を行い、海外での医療・介護の拠点化に向けた支援を行ってきた。これまで実施した実証事業は100件を超えており、実施した国・地域、実施内容は多岐に渡る。

そこで、これまでの実証事業の進捗、成果・課題、経済効果等を把握・分析し、事業化された拠点の課題および課題解消に向けた支援ニーズ等を発掘し、今後の医療・介護の国際展開に向けた支援策につなげるため、過去の全実証事業を対象にフォローアップ調査を行った。

4-2. 実施概要

1)調査対象事業

・対象：過去の全実証事業

- ・医療サービス国際化推進事業(平成23年度(平成22年度補正予算事業))
- ・医療機器・サービス国際化促進事業(平成24年度～26年度予算事業)
- ・医療国際展開加速化促進事業(平成25年度～27年度(平成25年度補正予算事業))
- ・医療技術・サービス拠点化促進事業(平成27年度～29年度予算事業)

平成23年度から平成29年度までの7年間で26か国・地域、135件の実証事業を実施している。各年度の実施件数は以下のとおりである。

図表 165 過去の実証事業実施件数

年度	補助・委託	各年度の事業名	細分類	件数
医療技術・サービス拠点化促進事業				
平成29年度	補助事業	医療拠点化促進実証調査事業		12
平成28年度	補助事業	医療拠点化促進に関する実証調査事業		11
平成27年度	補助事業	医療拠点化促進実証調査事業		12
	委託事業	外国人患者受入の事業性評価に向けた実証調査事業		3
医療機器・サービス国際化推進事業				
平成26年度	委託事業	日本の医療機器・サービス等の海外展開に関する調査	現地実証調査事業	18
		日本の医療機器・サービス等の海外展開に関する調査	需要調査	3
		外国人患者受入の事業性評価に向けた実証調査事業		3
平成25年度	委託事業	日本の医療機器・サービス等の海外展開に関する調査	現地実証調査事業	22
			需要調査事業	7
平成24年度	委託事業	日本の医療機器・サービスの海外展開に関する調査	H23調査事業からの継続	5
			現地実証調査事業	8
			需要調査事業	9
医療国際展開加速化促進事業				
平成25年度補正	委託事業	-		8
	補助事業	-		4
医療サービス国際化推進事業				
平成22年度補正	委託事業	-	アウトバウンド	10
合計				135

出所) MEJ 作成

今回のフォローアップ調査においては、平成23年度（平成22年度補正）から平成28年度までに実施した事業（123事業）を対象とした。なお、同一事業者・同一目標で複数回採択された事業に関しては、1件としてまとめて調査を行ったため、今回は91件に調査を行った。

2)調査内容

フォローアップ調査では、各事業の進捗・経済効果等を調査するため、下記の調査票（以下、フォローアップフォーム）を作成し、2017年12月中旬に各事業者にもメールまたは電話にて調査依頼を行った。フォローアップ調査においては、事業の進捗状況のほか、経済効果を計る指標として、サービス収入、機器販売額、受診者数、人材育成人数等について調査した。

図表 166 フォローアップフォーム

実証調査事業フォローアップ

事業者記入欄
記入日： 2017年 月 日

【全体概要】

実証事業年度	
実証事業名	
国・地域名	
実証事業実施主体名	
実証事業協力事業者名	
プロジェクトテーマ	

連絡先（記入担当者）	名前	
	企業名	
	所属・役職	
	メール	
	電話番号	

事業継続の有無	<input type="checkbox"/> 継続中	<input type="checkbox"/> 終了した（終了時期： 年 月 ）	<input type="checkbox"/> その他（ ）
拠点設立の有無	<input type="checkbox"/> 設置済	<input type="checkbox"/> 設置準備中	<input type="checkbox"/> 設置予定なし
拠点の種類	※1 <input type="checkbox"/> 医療サービス拠点	<input type="checkbox"/> トレーニングセンター	<input type="checkbox"/> メンテナンス拠点
その他の種類	<input type="checkbox"/> その他（ ）		
事業の進捗状況	※2		
今後の展開予定			
現在の国内協力機関			
現在の現地協力機関			

※1 医療サービス拠点（次の①～③を満たすもの。①病院等医療サービスを提供する施設であること ②日本人等が医療サービスに携与している（現地にスタッフを育成しつつ日本の医療従事者が十分な関与している）こと ③日本企業等が出資していること）、トレーニングセンター、メンテナンス拠点等種別ごとに選択ください。複数回答可。

※2 事業の状況について、時期（拠点開設時期、機器導入時期、終了時期等）、規模、課題等も含めて具体的に記載ください。

【経済効果等実績・計画】

1. 前提

※ 想定為基レポートを入力

前提	為替レート 投資額 出資額 日本製出資比率等 日本製出資者内訳	(現地通貨：○) (通貨単位：○) (単位：%)	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
			10=	10=	10=	10=	10=	10=	10=	
出資		※3								
		※4								

2. 経済効果

※5

A: アウトバウンド目的	※6	2013年		2014年		2015年		2016年		2017年		2018年		2019年		2020年	
		全体	内、日本	全体	内、日本	全体	内、日本	全体	内、日本	全体	内、日本	全体	内、日本	全体	内、日本		
医療サービス・トレーニング・講習による収入	(単位：百万円)		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
その他の収入	(単位：百万円)		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
当該事業年度収益に関する特殊要因（ある場合のみ）																	
本事業で設立する拠点で直接購入した/する医療機器	※8	日本企業製の医療機器	購入額 (単位：百万円)														
		主な製品の名称・メーカー名															
		海外企業製の医療機器	購入額 (単位：百万円)														
		主な製品の名称・メーカー名															
本事業からの派生案件等で購入した/する医療機器	※8	日本企業製の医療機器	購入額 (単位：百万円)														
		主な製品の名称・メーカー名															
		海外企業製の医療機器	購入額 (単位：百万円)														
		主な製品の名称・メーカー名															
購入額合計	(単位：百万円)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
経済効果 単年度合計	(単位：百万円)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
累計	(単位：百万円)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
主な医療機器導入資金の別（ODA、日本制資金、先方資金、寄付等）	※9																

B: インバウンド目的	※7	2013年		2014年		2015年		2016年		2017年		2018年		2019年		2020年	
		全体	内、日本	全体	内、日本	全体	内、日本	全体	内、日本	全体	内、日本	全体	内、日本	全体	内、日本		
医療収入	(単位：百万円)		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
その他の収入	(単位：百万円)		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
当該事業年度収益に関する特殊要因（ある場合のみ）																	
本事業で設立する拠点で直接購入した/する医療機器	※8	日本企業製の医療機器	購入額 (単位：百万円)														
		主な製品の名称・メーカー名															
		海外企業製の医療機器	購入額 (単位：百万円)														
		主な製品の名称・メーカー名															
本事業からの派生案件等で購入した/する医療機器	※8	日本企業製の医療機器	購入額 (単位：百万円)														
		主な製品の名称・メーカー名															
		海外企業製の医療機器	購入額 (単位：百万円)														
		主な製品の名称・メーカー名															
購入額合計	(単位：百万円)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
経済効果 単年度合計	(単位：百万円)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
累計	(単位：百万円)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
主な医療機器導入資金の別（ODA、日本制資金、先方資金、寄付等）	※9																

3. 受診者数 (アウト、イン共有)

		2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
受診者数	受診者数 半年度合計 (単位:人)								
	内、患者数 (外来) (単位:人)								
	内、患者数 (入院) (単位:人)								
	内、随診受診者 (単位:人)								
	累計 (単位:人)	0	0	0	0	0	0	0	0

4. 人材育成 (アウト、イン共有)

		2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
人材育成 人数	研修生 (単位:人) ※10								
	研修等 (単位:人) ※11								
	人材育成 半年度合計 (単位:人)	0	0	0	0	0	0	0	0
	累計 (単位:人)	0	0	0	0	0	0	0	0

※3 出資比率、シベニョーシア、プロパティシェア等の契約における日本側の権利の比率を記載ください。
 ※4 日本側の出資者名および出資比率を記載ください。例) A社%、B社様%。
 ※5 アウトバウンド、インバウンド (医療渡航が対象。観光目的来日や在留外国人は含めず) の目的別に該当箇所に記載ください。
 アウトバウンド、インバウンドのどちらにも該当する場合は、A、Bいずれにも記載ください。
 ※6 アウトバウンドを目的とした活動による、海外拠点における医療サービスやトレーニングによる収入、機器納入について記載ください。
 ※7 インバウンドを目的とした活動 (日本国内における医療サービストレーニング、日本国内外における医療渡航支援業務等) による収入、遠隔システム導入等に係る機器納入について記載ください。
 ※8 自社製品の販売や寄付についても記入ください。特許に記入できない場合、納入機器リストの添付でも結構です。
 ※9 記載いただいた機器のうち、主な製品の導入資金の別を記載ください。例) 製品A: 相手側資金、製品B: 寄付
 ※10 個別または少数の医療者に対して特定の診療分野等の技術・ノウハウ等のトレーニング・研修等を実施した場合の受講医人数を記載ください。
 ※11 セミナー、ワークショップ、研修会等、多数の受講者・参加者に対して、主に産学での研修等を実施した場合の受講医人数を記載ください。

出所) MEJ 作成

4-3. 実施結果

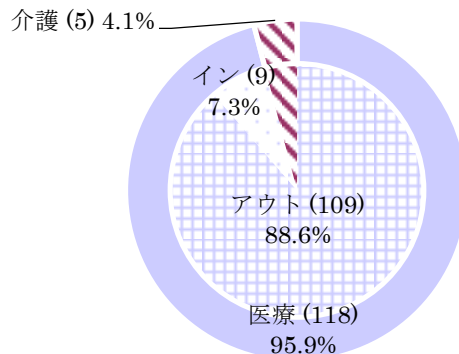
平成 23 年度から平成 28 年度に実施した 91 件 (のべ 123 件) について、事業代表団体等にフォローアップフォームをメール送信し、90 件の回答を得ることができた。1 件については、事業実施団体が経営破綻したため、回答を得られなかった。

集計の結果、以下のように整理できる。

1) 実証事業の分野別実施件数

実証事業 123 件のうち、医療分野は 118 件、介護分野では 5 件である。医療分野のうち、日本の医療技術・サービスの海外展開を行うアウトバウンドは 109 件、日本への医療渡航者受入れに向けた整備等のインバウンドは 9 件である。

図表 167 実証事業の分野別実施件数



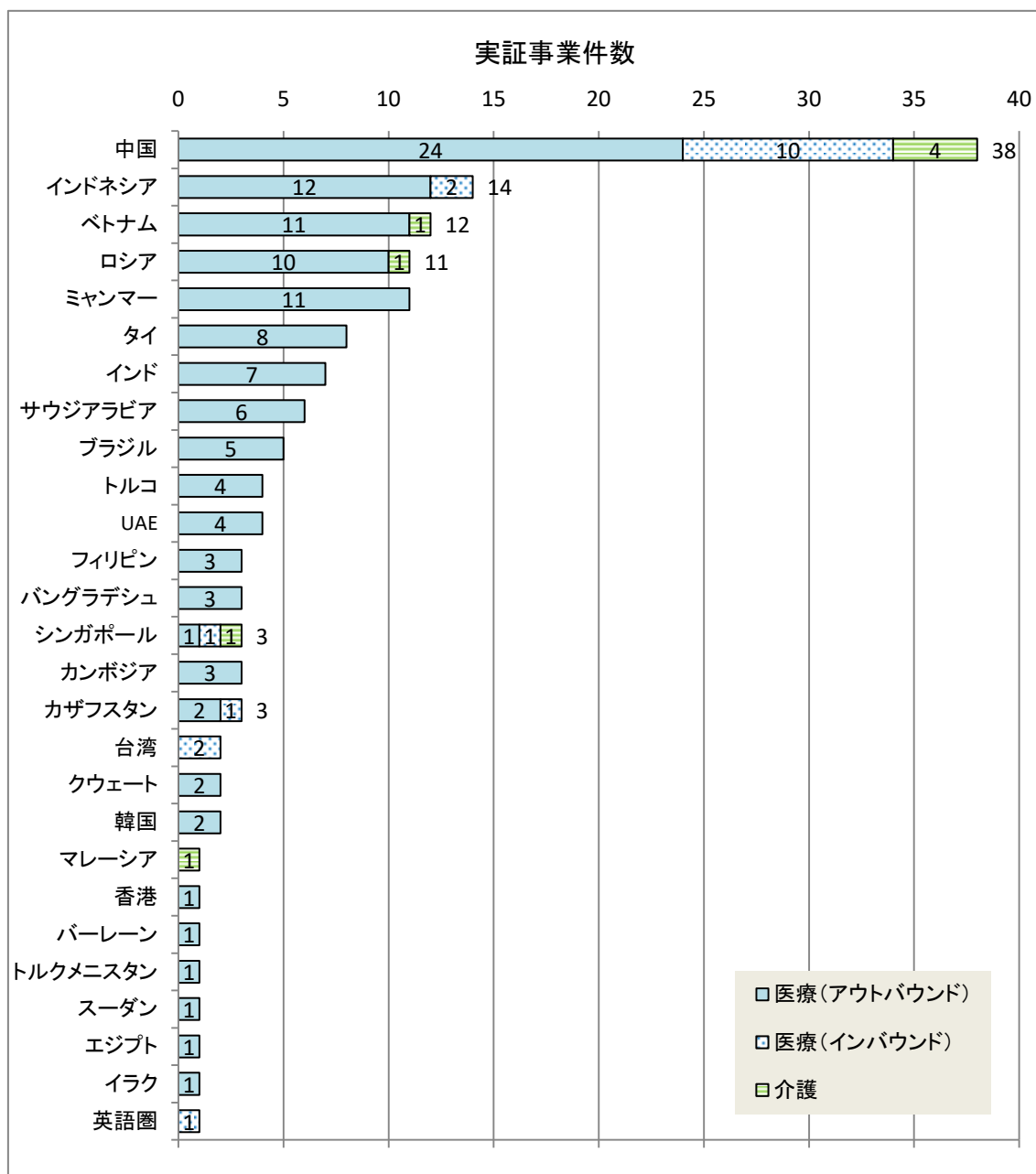
出所) MEJ 作成

現在では、医療分野のアウトバウンド・インバウンド、介護分野共に、医療機関、医療関連事業者、介護事業者等が実際に展開対象国において事業を試行する「実証調査」のフェーズを公募の対象としているが、過去には、将来日本の医療サービス・機器の展開先となり得る国・地域に関する基礎調査等を行う「需要調査」のフェーズも採択しており、19 件の需要調査が行われていた。なお、本フォローアップ調査では、「需要調査」も調査の対象としている。

2)実施国・地域

実証事業は、26 か国・地域にて行われた。

図表 168 過去の実証事業の実施国・地域別の事業件数



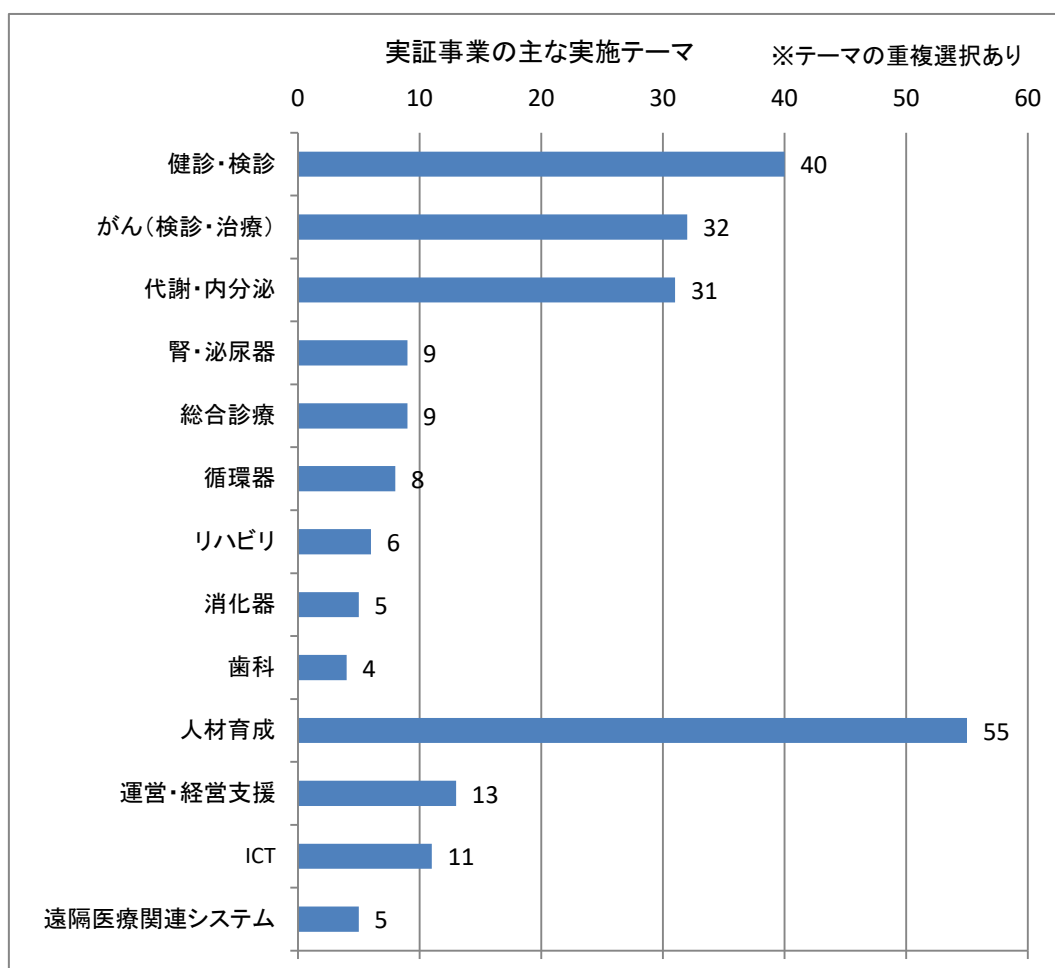
注) 1事業で複数国の調査を行っている場合があるため、実施国・地域別の件数の総数は事業数より多い。

出所) MEJ作成

3)実施テーマ

実証事業では、実効性・波及効果の観点から、相手国の置かれている状況・ニーズに合致し、且つ、日本が優位性を持つ技術・サービスに関する取組が採択されている。これまでの実証事業で取り上げられた主な内容は以下のとおりである。健診やがん、糖尿病および透析治療、心疾患や消化器疾患に関するものが多かった。いずれの事業でも、実証事業を通して、日本の医療機器・サービス、手技の優位性を実感し、習得してもらうため、現地の人材育成にも取り組んでいた。

図表 169 実施領域・テーマ

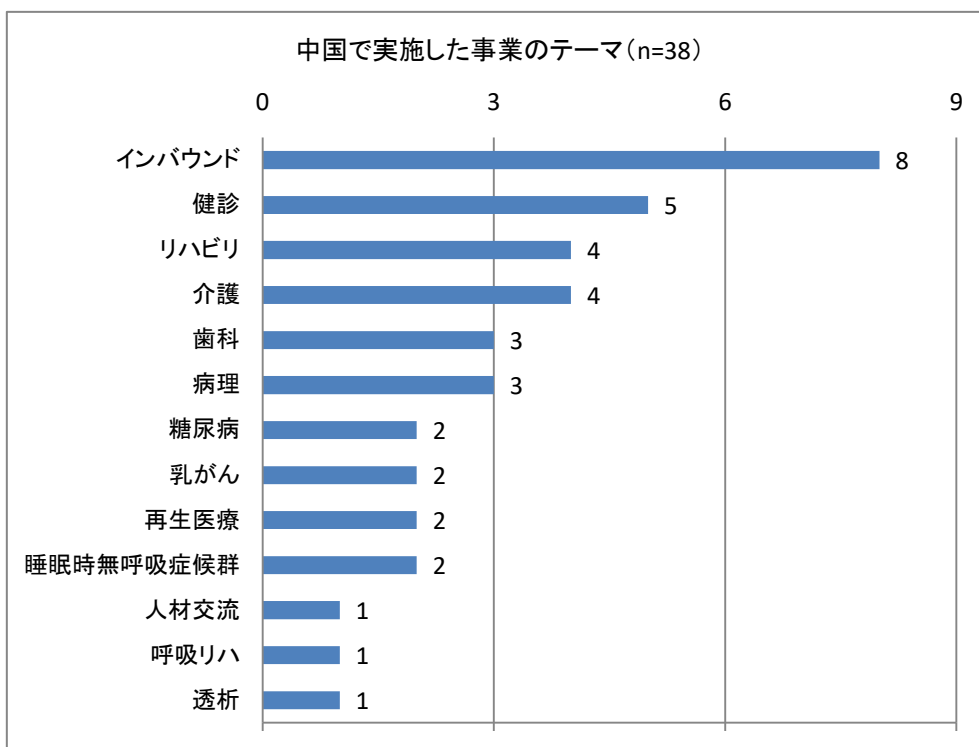


注) 同一事業者・同一目標で複数回採択された事業は、それぞれカウントしている。

出所) MEJ 作成

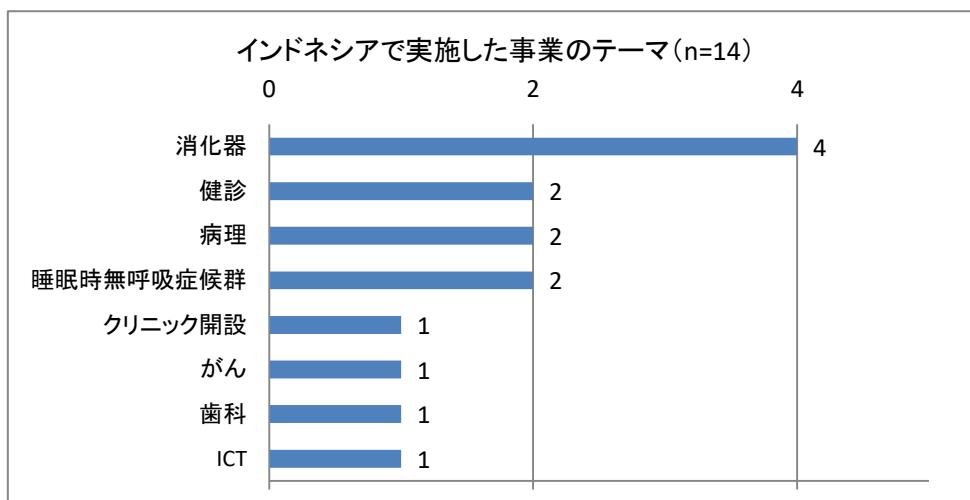
実証事業の実施件数が多い国・地域における各実証事業のメインテーマは以下のとおりである。

図表 170 中国での実証事業のテーマ



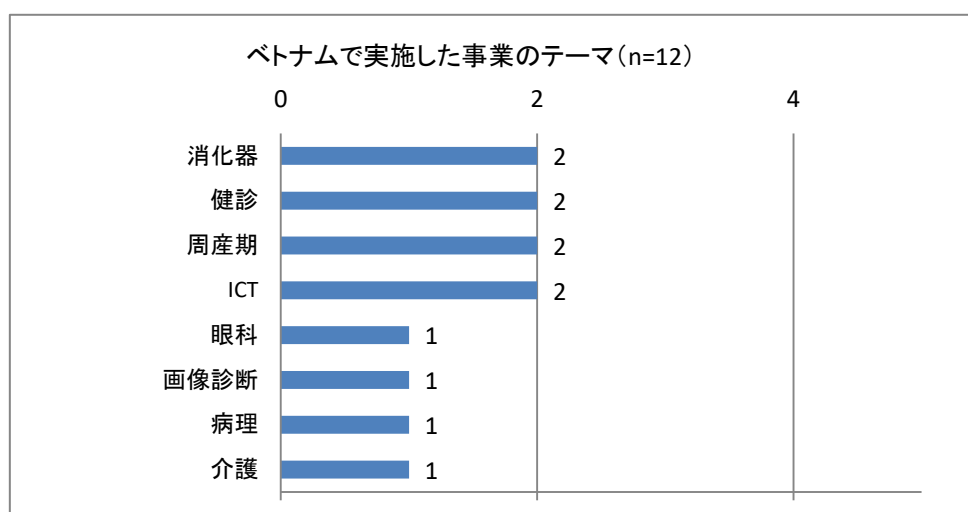
出所) MEJ 作成

図表 171 インドネシアでの実証事業のテーマ



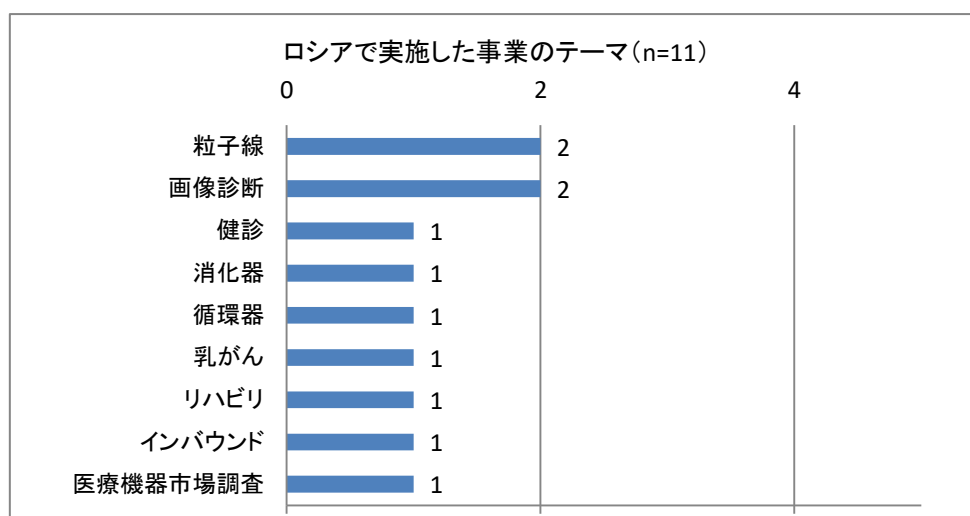
出所) MEJ 作成

図表 172 ベトナムでの実証事業のテーマ



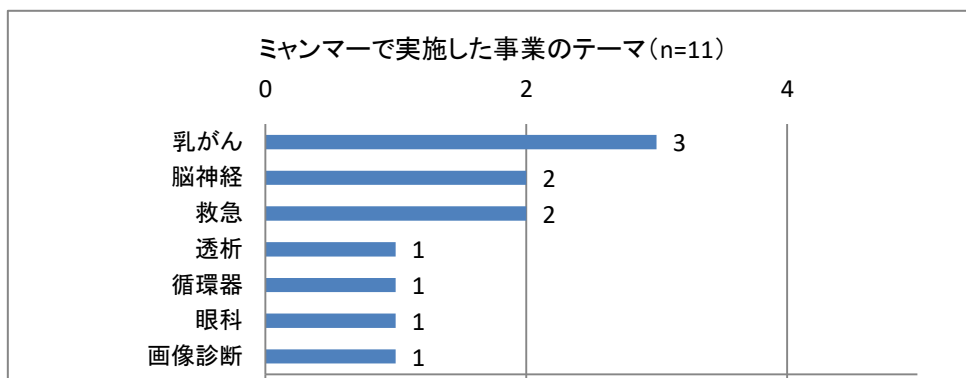
出所) MEJ 作成

図表 173 ロシアでの実証事業のテーマ



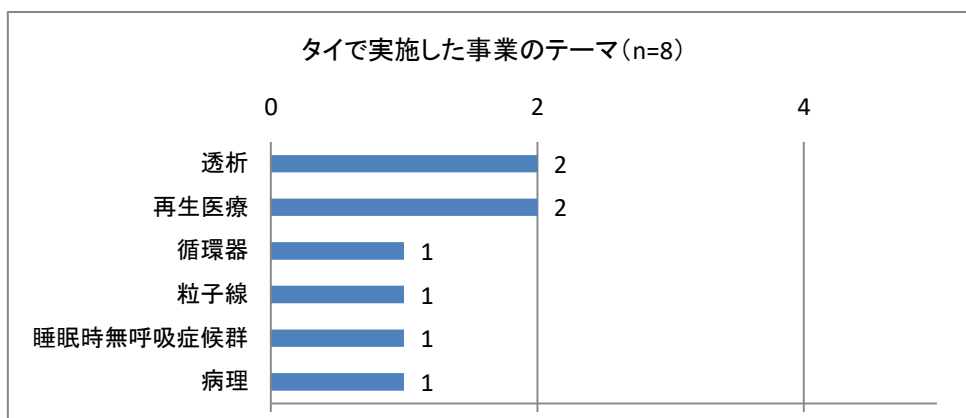
出所) MEJ 作成

図表 174 ミャンマーでの実証事業のテーマ



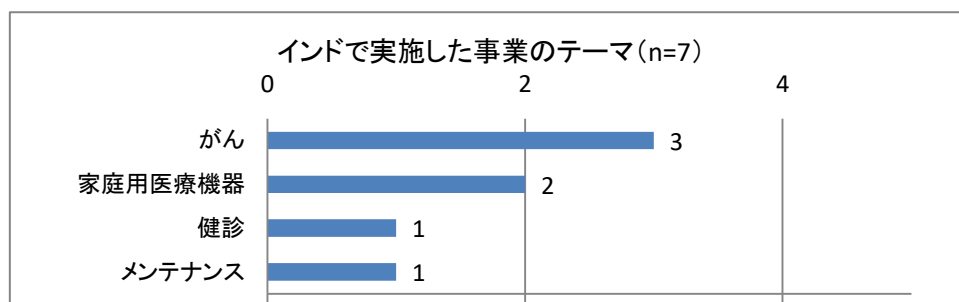
出所) MEJ 作成

図表 175 タイでの実証事業のテーマ



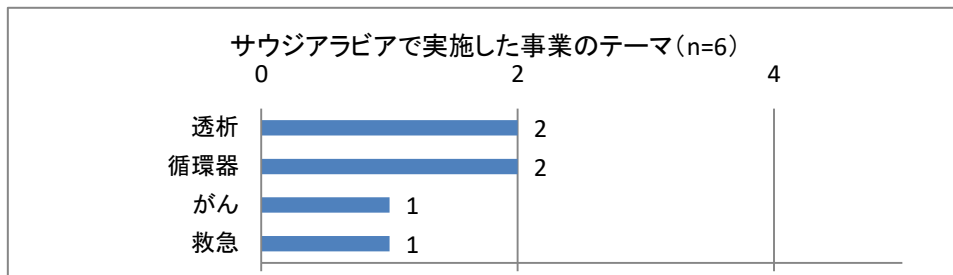
出所) MEJ 作成

図表 176 インドでの実証事業のテーマ



出所) MEJ 作成

図表 177 サウジアラビアでの実証事業のテーマ

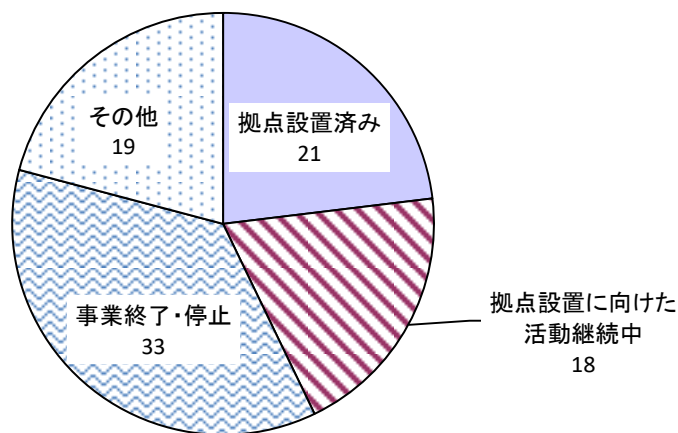


出所) MEJ 作成

4)各事業の進捗状況

今回調査した 91 事業の現在の状況は下図のとおりである。なお、「その他」の 19 件の中には、需要調査の枠組みで、拠点設立を予定していない事業や、渡航受診者受入れに向けて院内の環境整備等を行った事業等が含まれる。後者に関しては、本実証事業で院内の多言語化対応やワークフロー等の受入環境を整え、現在も渡航受診者の受入れを行っている。

図表 178 調査した実証事業のステータス



出所) MEJ 作成

以下に、各ステータスの概要を説明する。

(1)拠点設置済件数

実証事業を行った後に拠点設置に至った事業は 21 件であった。設置済の拠点は、大きく分けて以下の 5 つの種類に分類できる。

①医療サービス拠点

現地にて医療サービスを提供する医療サービス拠点として、7件の医療サービス拠点が整備された。手法・関与方法は様々であり、日本の医療機関が出資し現地に新たに医療機関等を開設した事例もあれば、現地の医療機関と提携し、既存施設の一部を借りて医療サービスを提供している事例もあった。

日本人の関与方法に関しても、日本の医療従事者が現地にて医療サービスを行う事例もあれば、現地の医療従事者にトレーニング・アドバイスをを行うことで、日本の医療技術・サービスを現地の医療従事者が提供している事例もあった。また、現地の医療施設に日本のシステムや機器を導入し、運営の効率化や診断の精度向上を図る事例や、医療施設運営を行っている事例もあった。

なお、「日本の医療拠点」の要素としては、平成 28 年度に行われた「海外における日本医療拠点の構築に向けた研究会」⁵において、次の3点が提示された。

①病院等医療サービスを提供する施設であること

②日本人等が医療サービスに関与していること

(現地スタッフを育成しつつ日本の医療従事者が十分な関与をしていること)

③日本企業等が出資していること

* 日本の医療拠点を構築する過程では、条件を満たさない場合もあり得る

「日本の医療拠点」としては少なくとも、上記の3つの条件を満たすものが該当とされている。

今回の調査では、設立した拠点へ出資はしていない事業者も多くあった。医療従事者が現地にて医療サービスを提供する拠点であったり、運営委託や施設運営に関する委託サービス契約締結等の方式をとっている事業者も多かった。

②システム導入

現地の医療機関等に日本のシステムを導入した拠点として、2件にシステム導入された。日本の ICT システム導入および操作のトレーニングを行い、院内の複数の部署間連携ができるようになり、現地の医療機関の業務効率化、医療の質の向上に貢献している事例があった。

③トレーニングセンター

現地の医療従事者へ日本が得意とする医療技術・サービスをトレーニングするためのトレーニング拠点として、10件のトレーニング拠点が整備された。トレーニングを通じ、日本の医療技術・サービス、医療機器への信頼感を醸成し、日本の医療機器の拡販に繋げることができる。トレーニングセンターを現地のティーチングホスピタル内に設置したり、

⁵ <http://www.meti.go.jp/report/whitepaper/data/20170321001.html>

現地法人の保有する施設をトレーニングセンターとしたりする等の事例があった。

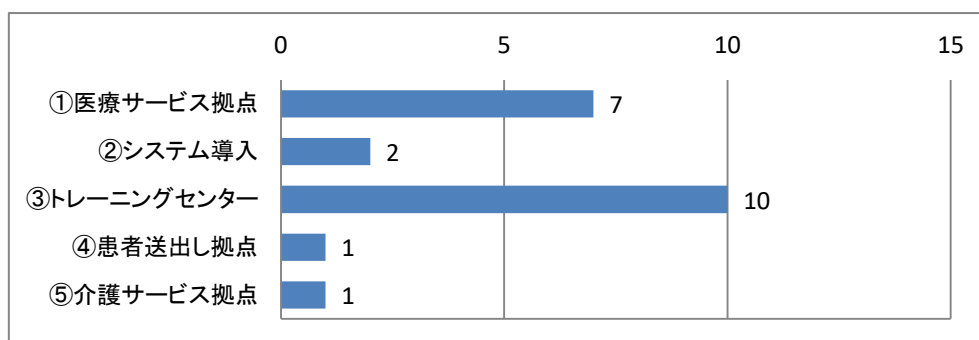
④患者送出し拠点

インバウンドの推進を目的に、日本での治療について患者に直接説明し、訪日治療適合者かどうかのスクリーニングを現地で行える患者送出し拠点として、1件の患者送出し拠点が整備された。現地で事前の相談から渡航のための各種手続き、日本で治療した後の帰国後のフォローアップまでを行える拠点となっている。

⑤介護サービス拠点

実証事業の対象に「医療」だけでなく、「介護」が明確に明記されたのは平成28年度からであるが、それ以前にも高齢者医療や認知症等に関する実証事業はすでに行われていた。入居型の介護サービス拠点として、1件の介護サービス拠点が整備された。また、介護施設の設置だけでなく、介護施設の運営コンサルティングや介護人材の育成も行っている。

図表 179 設置済拠点の種類



出所) MEJ 作成

(2)事業終了・停止件数

実証事業終了後、その事業を終了した事業は33件あった。実証事業後も調査・検討を続けた結果、採算性が見込めず事業の終了を決定した事例や、相手国側の経営状態悪化やカウンターパートの異動等による相手側の急な方針変更等によりパートナー契約を解消せざるを得ず、事業の終了を余儀なくされたり、ペンディングとなっている事例があった。

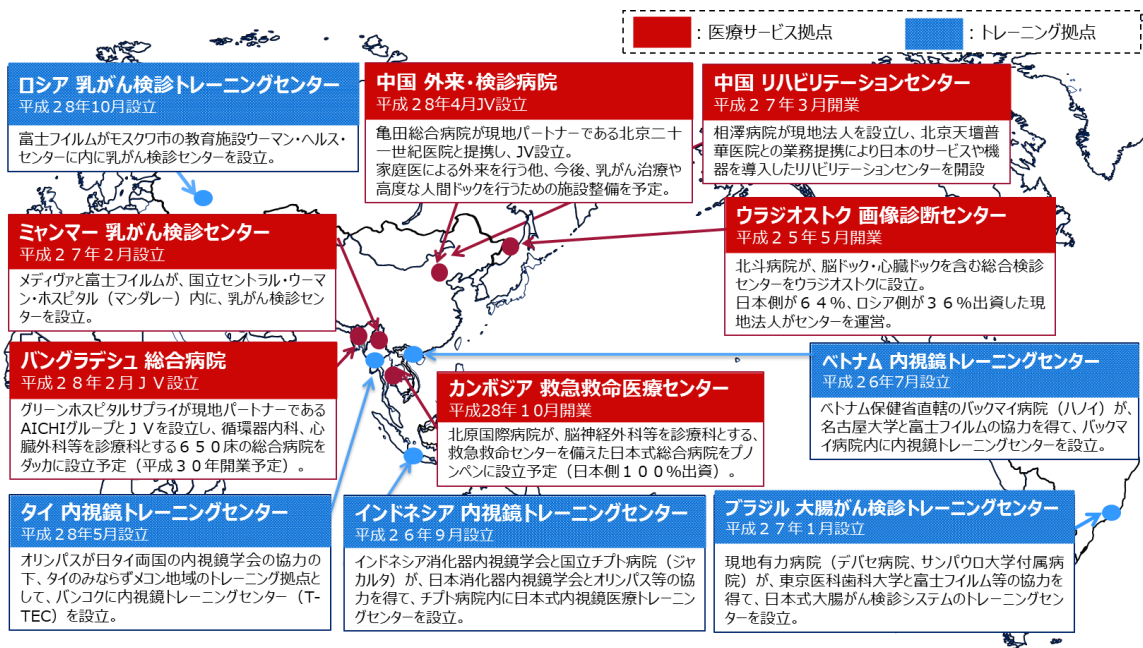
(3)拠点設置に向けた活動継続中の件数

拠点設立を目指し、現在も現地パートナーとの協議やサービス・機器のトライアル提供等を行っているという事例は18件あった。PPP案件受注を目指す事例や、現地にメンテナンス機能を持つ物流拠点構築を目指す事例等、多様なアプローチが試行されている。

5) 実証事業の成果

前述のとおり、過去6年間にわたり計123件（うち、19件は需要調査）の実証事業を行い、21件が拠点化された。加えて、18件の事業で拠点化に向けた協議や取組が行われている。また、実証事業での取組をきっかけに日本と現地の学会間交流や研修が継続的に開催されるなどの成果もみられる。

図表 180 事業化・拠点化された主な事業例



出所) 経済産業省資料を元に MEJ 作成

6) 実証事業の課題

実証事業後、事業の終了・停止に至った例もあるように、予め需要調査やパートナー候補に関する調査・選定を行っていても、残念ながら事業を断念した事業も多い。言うまでもなく、十分な事前調査、関係者間の合意形成、計画の具体性が重要である。専門家を交えた対象国の市場・制度等の調査や、日本と対象国の産官学医を巻き込んだスキームの検討、調査に基づいた堅実な収支計画が肝要である。

また、既に設置済の拠点に関しても、現地で受け入れられているのか、現地のニーズに合致しているのか等を引き続き追跡調査する必要がある。

4-4. まとめ

本調査を通し、過去事業の進捗を確認できた。今後も、取組継続中の事業や拠点設置済の事業の進捗確認、各事業の課題を把握し、実証事業終了後も可能な支援をしていくことが求められる。

第5章 医療の国際展開推進に向けて

最後に、第2章から第4章までの検討・取組に関する成果をまとめた上で、今後の医療国際展開の更なる推進に向け、とりわけ重要と考える事項を以下に示す。

5-1. 成果のまとめ

1) アウトバウンド活動の成果(重点国でのネットワーク構築の推進)

今年度実施した官民ミッションは、サウジアラビアが派遣型としては初めて、タイはミッション自体が初めてであり、日本の医療に関する現地での認知度向上につながる活動ができたと考える。ミッション後には、新病院建設に対する現地国側から日本への協力要請など具体的な提案があったり、現地医療機関とミッション参加企業の間で商談等が進展したりする等、新たな動きも出ている。

また、過去に実施した官民ミッションの成果検証では、過去の官民ミッションにおいては実施国における医療関連の情報収集、政府関係者や医療機関等との人脈構築など、一定の成果が挙げられている一方で、構築した人的ネットワークを維持し、将来的なビジネスの機会に如何に繋げていくかが課題であることを再認識できた。

2) インバウンド活動の成果(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)

国外における医療渡航関連イベントとして、3年連続の中国に加え、ベトナムに初出展し、日本への渡航に関心を持つ事業者へのアピールを実施した。イベントに参加した医療機関・AMTAC企業への問合せ件数が増加するなど直接的な成果が得られた。また、ブース来訪者へのアンケート調査により、日本の医療に関する情報ニーズが高いことが再確認され、今後も継続して情報発信の取組を展開することが重要であることが分かった。

外国人患者受入れに関するノウハウの普及等に向けた取組として、今年度は初めて広島でセミナーを開催した。大都市圏だけでなく地方都市における課題も把握することができ、今後もより効果的なセミナー内容、開催頻度、開催場所等を検討していくことが重要であることを認識した。

3) アウトバウンド、インバウンド双方に関する成果

アウトバウンド、インバウンド双方に関する活動として、これまで実施してきた100件を超える医療・介護の国際展開の実証事業を調査・分類した。実証事業を経て拠点設置済となった案件は、主にアウトバウンドを目的とした「医療サービス拠点」「システム導入」「トレーニングセンター」、主にインバウンドを目的とした「患者送出し拠点」、介護分野の「介護サービス拠点」に分類される。今後も、拠点設置済み案件のみならず、取組継続中の事業も含めた事業進捗確認や課題把握を継続していくことが重要である。

5-2. 今後の医療国際展開の更なる推進に向けて

これらの成果を受けて、今後の医療国際展開を更に推進するために重要と考えられる事項を以下に示す。

1) アウトバウンドとインバウンドの更なる連携

日本の医療機器・サービス、教育、業務ノウハウ等をパッケージとして輸出し、日本の医療に関する知識を現地医療機関や医療関連企業等と共有しつつ、日本と現地の協働関係を構築し日本の医療に対する現地の認知度を向上させることによって、日本の医療機関への外国人患者受入れにつなげることが可能である。また、現地医療従事者を招聘し日本の医療の優れた点を理解してもらい、現地に戻った後、日本の医療機器・サービスの普及につなげるという手法も考えられる。

過去の実証事業調査の中でも、計画段階のものも含めアウトバウンドとインバウンドを連携させた事業がいくつか出てきている。また、官民ミッションのアンケート調査でも、従来のアウトバウンドを中心としたものでなく、インバウンドの要素も入れたミッションの要望が出されている。対象分野のキーパーソンを日本に招聘し、官民ミッションの一部としてトレーニングを実施する提案も出されている。

このように、アウトバウンドとインバウンドの活動が相互に連動して、好循環を生み出す方向性も検討が必要である。

2) 産業界と医療界の更なる連携

アウトバウンドとインバウンドの両方の活動において、産業界（企業）と医療界（医師・医療従事者）の更なる連携が重要である。例えば、官民ミッションなどのアウトバウンド活動では、個別企業による技術や製品の紹介・導入だけでなく、日本の医師・医療従事者による訴求や現地人材の育成が不可欠である。

また、外国人患者の受入れなどのインバウンドについては、医療機関だけでなく医療渡航支援企業の役割が重要である。さらに、保険会社、ICTなどの多言語対応プラットフォームを提供する企業の関わり方も重要である。

このように、産業界と医療界が一体となり、国際展開活動を進めていく必要がある。

3) オールジャパンとして医療の国際展開を推進

上記のように、アウトバウンドとインバウンドの活動を相互に連携させつつ、産業界と医療界が協働して日本の医療の国際展開を進める必要がある。さらに、学会や官も含め、「産官学医」が一体となり、オールジャパンとして国際展開活動を継続して推進することが重要である。