

平成28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29年3月

一般社団法人 Medical Excellence JAPAN

平成 28 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.....	2
1-1. 背景および目的.....	2
1-2. 調査項目.....	3
第2章 重点国でのネットワーク構築の推進.....	6
2-1. 背景および目的.....	6
2-2. 実施概要.....	6
2-3. 官民ミッションの実施.....	10
2-4. 官民ミッション実施後の評価・検証・フォローアップ.....	49
第3章 産官学医連携体制の強化.....	56
3-1. 背景および目的.....	56
3-2. 学会や医療機関のネットワーク化促進.....	57
3-3. 医療国際展開プロジェクトの支援と連携強化.....	61
3-4. 資料編.....	74
第4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.....	85
4-1. 国内外における医療渡航関連の国際イベントへの出展.....	85
4-2. SNS等による情報発信.....	106
4-3. まとめ.....	115
第5章 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.....	117
5-1. 背景および目的.....	117
5-2. 実施概要.....	117
5-3. 実施結果.....	122
5-4. まとめ.....	137
第6章 その他関連する事業活動の実施.....	138
6-1. 背景および目的.....	138
6-2. 過年度事業の効果評価.....	139
6-3. 効果的なプロモーション方法の調査.....	146
6-4. 効果的なプロモーション方法の検討.....	160
第7章 医療の国際展開推進に向けて.....	166

※ 本報告書内の出所等に記載している URL は、報告書作成時点のものです。

第1章 本調査の概要

1-1. 背景および目的

1)背景

日本は世界で最も高齢化が進み、65歳以上の人口は現在全人口の約25%、2050年には40%近くとなる。経済成長に伴う社会の急速な高齢化への対応は、新興国においても同様であり、各国にとって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は、日本のみならず全世界が直面している大きな課題である。例えば、糖尿病患者数は、国際糖尿病連合（IDF）によると今後20年間で1.5倍以上増加し、約3億8,700万人（2014年）から約5億9,200万人（2035年）にのぼると想定され、また心臓疾患や脳卒中、がんといった非感染症（NCDs）による死亡者数は、全世界で6割に達している。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「課題先進国」として、より早く、より優しく、より効果的・効率的な医療サービスとそれを支える医療機器等を世界に先駆けて生み出し、その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）および「『日本再興戦略』改訂2015」（平成27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」）会員企業による官民連携ワーキンググループ（以下、「官民連携 WG」）および各ミッション参加企業からなる分科会にて、官民ミッションの対象国、実施時期、テーマ、実施方法等について検討を進めた。

今年度はフィリピン、ミャンマー、サウジアラビアの3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、または重点国政策担当者等の来日の機会を活用し、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。

2)産官学医連携体制の強化

今後、産業界としてどのような方法・仕組みにより、医療界・医学会と連携していくことが有効かという視点に基づき、以下の2つの調査・活動を実施した。

実施内容および結果については、第3章にて詳説する。

(1)学会や医療機関のネットワーク化促進

学会や医療機関とのネットワーク化促進のために、学会や医療機関が主体となる国際展開活動の実態を把握するため、国際展開に積極的または関心が強い学会、医療機関、そのキーパーソンをリストアップし、主要な日本の各医学会に対してヒアリング調査を実施するとともに、医療国際展開に関する認知度向上のためのPR活動を実施した。

(2)医療国際展開プロジェクトの支援と連携強化

医療国際展開に積極的な団体や組織に対して、支援と連携強化を図るための課題を整理した。また、海外で医療人材育成等を実施するプロジェクトに対して産業界および医療界等が効果的に連携できるスキームを検討した。必要に応じて、弁護士、会計士、コンサルタント等の法律・会計分野の専門家に意見を求め、参考とした。

3)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、海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4章にて詳説する。

(1)国内外における医療渡航関連の国際イベントへの出展

国内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の選定は、日本への渡航受診者が最も多い中国を選定した。また、日本国内についても、日本への渡航に興味関心のある主体が集うイベントを選定し、出展を行った。

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、インバウンド市場におけるプレゼンスを高めるべく、日本の患者受入れ体制をアピールした。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)SNS等による情報発信

海外の医療従事者や患者向けに日本の医療を紹介するため、SNS等を用いた情報発信を行った。情報発信に際しては、日本の医療の強み等を分かりやすく伝える工夫をするとともに、関連するイベントの周知としても活用する等、より適時性の高い情報発信を行うよう配慮した。また、情報発信ツールを活用して、患者の問合せ・相談対応や実際の受入れ等に効率的につながるような仕組みの構築を検討するとともに、SNS等へのアクセス状況やアクセスした外国人の具体的なニーズの集計・分析を通じて今後の効果的なプロモーション方法等を検討した。

4)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3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。

実施内容および結果については、第5章にて詳説する。

5)その他関連する事業活動の実施

今後、さらに日本の医療の国際展開を促進させるため、これまでに実施された事業の実態把握、海外政府および業界団体等による医療の国際展開に向けたプロモーション活動の調査を実施し、日本の効果的なプロモーションのあり方について検討を行った。

実施内容および結果については、第6章にて詳説する。

(1)過去事業における効果評価

過去に実施した海外医療拠点構築事業および人材育成支援事業を対象に、相手国における評価や貢献度等を調査し、国際展開の活動事例として活用した。また、課題や改善点が発見された場合には、当該事業者にはフィードバックするとともに産官学分野の有識者とも情報を共有し、今後のPR効果を向上する施策を検討する際の参考とした。

(2)効果的なプロモーション方法の検討

海外の政府や業界団体等が、自国の医療ビジネス(サービス・医療機器・医薬品等)を国際展開するために実施したプロモーション活動に関する情報を収集し、日本のアウトバウンド事業に資するノウハウや知見として活用した。

また、有効な事例については、ベンチマークの対象として、パターンの分類や有効なスキームの特定を試み、日本の医療展開活動を後押しするプロモーションモデルを検討した。

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

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、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、国際展開支援官民ミッション団（以下、「官民ミッション」）を派遣または重点国政策担当者等の来日の機会を活用し、セミナーの開催や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。

官民ミッションの実施目的は下記のとおりである。

- 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)官民連携WGにおける検討

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 会員企業による官民連携 WG を設置し、そこでの議論を通じて、官民ミッションの方向性を決定した。

図表・1 官民連携 WG の実施概要

No.	開催日	主な議事内容
第1回	2016年5月11日	官民ミッション概要、方針説明
第2回	2016年10月6日	官民ミッション途中報告

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。

- その国の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
- その国において、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

これに、MEJ 会員企業へのアンケート結果、官民ミッションで取り組む意義（民間だけのアプローチでは実現が難しく、官民ミッションでなければ実現が難しい取組）、政治・経済・治安情勢等も踏まえて、総合的に判断した。当初、今年度の官民ミッション対象国を、フィリピン、タイ、ミャンマーの3か国に決定し準備を進めていたが、後に、タイ国王の御崩御を受けタイへのミッション派遣は差し控えることとした。一方、外交的観点から協力関係を強化し、医療

関連ビジネス拡大の期待が望まれるサウジアラビアを新たに対象国とした。

(2)実施方針の設定

官民連携WGでの議論の結果、今年度の官民ミッションの実施方針として、下記の事項を決定し、これに従って、各国における実施内容・方法を検討していった。

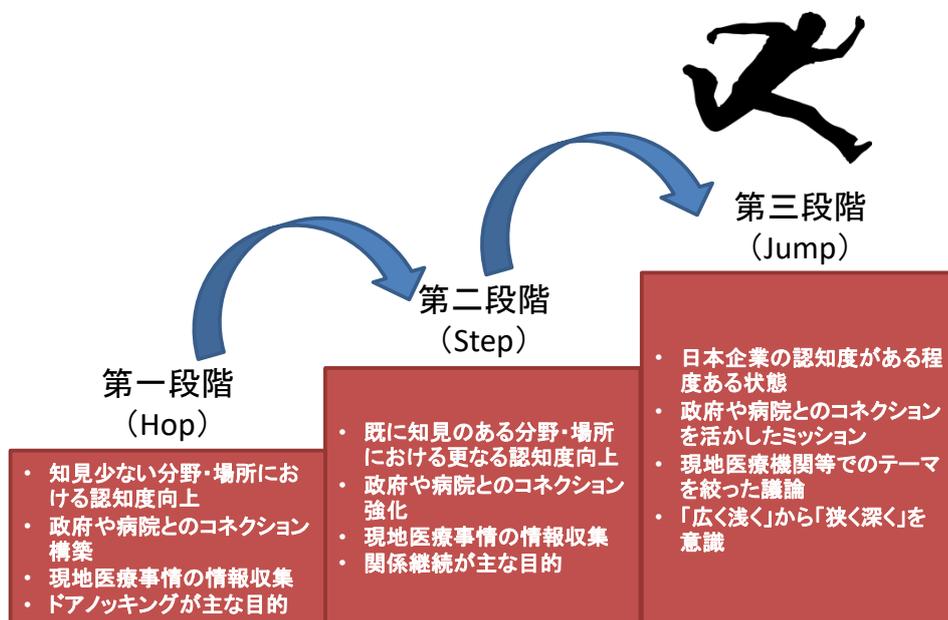
①Hop, Step, Jump アプローチの継続

官民ミッションの実施に際しては、国ごとに複数回でのアプローチをとることで関係を深耕することを意識しており、昨年度もその有効性が確認された。よって今年度もこの方針を踏襲する。

第一段階としては、知見の少ない国に対するドアノッキングを主目的に、政府・医療機関とのコネクション構築、現地医療事情の情報収集等を行い、日本の医療の認知度を高めることに重点を置く。第二段階では、既に知見のある国に対して、さらなるコネクション強化を図り、関係継続と日本の医療への理解促進につなげる。日本企業の認知度がある程度高まっている第三段階においては、過去ミッションにおいて構築した政府・医療機関とのコネクション等を基にアプローチを図り、将来の案件形成に向けた具体的議論につなげる。

各国ごとにこれまでの官民ミッション実績回数および対象国との関係構築度を総合的に鑑み、“Hop, Step, Jump アプローチ”を意識して官民ミッションを進める方針をとった。

図表・2 段階を意識した官民ミッション (Hop, Step, Jump アプローチ)



出所) MEJ 作成

②事前アプローチ／事後フォローアップの充実

事前アプローチ、事後フォローアップ等、現地関係者との密な連絡・協力体制を構築しながら活動を進める。官民ミッションの事前においては、対象国保健当局や主要病院等の関係者と協議し、現地ニーズに即したテーマ設定、ミッション内容設計をする。また、参加企業が事前に現地の情報を得る機会を設ける等の「プレ」対応を行う。また、ミッションで構築したネットワークや、ミッションを通してさらなる展開可能性を見出した案件等を事後フォローアップする「ポスト」対応を併せて行う。

③派遣、招聘の両手法の柔軟な適用

“Hop, Step, Jump アプローチ”の目的・方法論に鑑み、対象国の状況と相手側の意向も踏まえ、官民ミッションの派遣または対象国のキーパーソン招聘の両手法から柔軟に検討・実現していく。派遣型の官民ミッションでは、現地関係者とのネットワーク形成、日本の医療の訴求を行う。また、招聘型の官民ミッションでは、対象国の意思決定権限者（キーパーソン）等を日本に招聘し、医療を実践する施設・人材等の現場・環境を含めて理解を促す。

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・3 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)
フィリピン	アイテック、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、サクラファインテックジャパン、島津製作所、住友重機械工業、日本光電工業、日本電気、ハクゾウメディカル、パナソニックヘルスケア、PSP、日立製作所、フクダ電子、富士フイルム、みずほ銀行、三井住友銀行、三菱商事、メディヴァ、リベルタス・コンサルティング
タイ	旭化成メディカル、アライドテレシス、オリンパス、グリーンホスピタルサプライ、コニカミノルタ、サクラファインテックジャパン、ジェイマックシステム、島津製作所、住友重機械工業、帝人ナカシマメディカル、日本光電工業、日本電気、パナソニックヘルスケア、PSP、日立製作所、富士フイルム、三鷹光機、三井住友銀行、メディヴァ、メディキット、リベルタス・コンサルティング
ミャンマー	オリンパス、グリーンホスピタルサプライ、サクラ精機、サクラファインテックジャパン、シスメックス、島津製作所、住友重機械工業、損害保険ジャパン日本興亜、テルモ、日本光電工業、パナソニックヘルスケア、PSP、日立製作所、富士フイルム、三井住友銀行、三菱商事、メディヴァ、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、グリーンホスピタルサプライ、シスメックス、島津製作所、テルモ、東芝メディカルシステムズ、日本光電工業、パナソニックヘルスケア、日立製作所、富士フイルム、三井住友銀行、メディヴァ、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3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・4 官民ミッションの実施概要

国	開催次	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
フィリピン	2回目	2016 9/14～16	・がん・生活習慣病の 診断と治療	・保健大臣への表敬訪問 ・病院訪問 ・セミナー開催 ・貿易産業省面談 ・私立病院とのミニ商談会	152 名	12社
ミャンマー	3回目	2016 12/7～9	・救急医療体制・整備 ・生活習慣病・がんの 早期診断 ・メディカルエンジニア の育成	・保健省・病院訪問 ・私立病院協会面談 ・セミナー開催	167 名	12社
サウジ アラビア	1回目	2017/2/17 (ネットワ ーキング)	・日本の医療の紹介	・訪日された保健省局長 らとのラウンドテーブル ・企業プレゼン	3名*	13社

*サウジアラビアのセミナー参加者数は先方政府要人の人数。

出所) MEJ作成

2-3. 官民ミッションの実施

1) フィリピン

(1) 背景と目的

2016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 フィリピン編」によると、フィリピンの1人当たり名目GDPは約2,800億US\$ (2014年)、医療サービスの市場規模は2013年までの10年間で年平均成長率が16%、約120億US\$に達しており、フィリピンの医療市場は堅調に推移している。

政策面では、2015年の日比首脳会談時に、両国保健当局間で医療・保健分野の協力覚書に合意がされている。一方、2016年春にロドリゴ・ドゥテルテ新大統領が就任し、政権が交代しており、引き続き、政府間関係の構築が重要である。

疾病状況としては、死亡要因の上位10位中6つが生活習慣に起因していることから、予防医療、生活習慣病予防、がん治療等の観点から、日本の医療の貢献余地が少なくないことが予想される。

フィリピンにおいては、2015年度に生活習慣病をテーマに、官民ミッションを実施しており、幅広い医療関係者に人間ドックをはじめとする日本の予防医療システムの認知度を向上させるとともにコネクションを形成した。

そのため、今年度は、2回目の“Step”段階として、昨年度ミッションの効果と課題を引き継ぎ、がん・生活習慣病の検診・治療等を想定テーマに、アプローチ方法の検討、さらなる認知度の向上、政権交代後の政府や病院との関係強化等を実現することを目指した。

(2) テーマと実施方法

2016年7月下旬に事前調整出張を行い、フィリピン保健省 (Department of Health、以下「DOH」) との意見交換、主要医療機関等訪問 (Makati Medical Center、Jose R. Reyes Memorial Medical Center、St. Luke's Global City、Research Institute for Tropical Medicine、Philippine General Hospital)、関連機関との意見交換 (在フィリピン日本大使館、JICA フィリピン事務所、JETRO マニラ事務所、Healthcare Information Management Association of the Philippines (以下、「HIMAP」))、セミナー会場視察 (New World Makati Hotel、Makati Diamond Residences) を実施した。

事前出張結果および分科会等での議論を経て、最終的にテーマとゴールを設定した。

テーマとしては、「がん・生活習慣病の診断と治療」に設定した。MEJ 会員企業を対象としたアンケートでは、「透析治療」、「がん検診」、「人間ドック・がん検診」等の要望が出ていたこと、フィリピン大統領来日時に合意した協力覚書の履行等、政策的意義、現地疾病状況ともマッチするテーマであること等が決定要素となった。

また、ゴールとしては、a) 昨年度構築された現地とのコネクション強化、b) 昨年度抽出された可能性を深化させ、より具体的な議論への進展、c) 今年度は生活習慣病に加え、がんもテーマに追加することで日本のNCDs ソリューションを利用した案件形成を目指すことと決定した。

上記ゴールを遂行するための実施方法としては、DOH とのラウンドテーブル、現地医療機関とのラウンドテーブル、MEJ セミナー・展示、大使館/JICA/JETRO との意見交換等を行うこととした。

図表・5 今年度フィリピンミッションの目的・範囲・役割



出所) MEJ 作成

(3)実施概要

本ミッションの実施概要（スケジュールおよび訪問先）は下表のとおりである。

図表・6 フィリピンミッションの実施概要

日程	時間	スケジュール
2016 9/14 (水)	11:00~11:30	新保健大臣表敬訪問
	11:00~12:00	Jose R. Reyes Memorial Medical Center (JRMMC) 訪問
	14:00~16:00	フィリピン大学付属病院 (PGH) 訪問
	17:30~19:00	大使館/JICA/JETRO との意見交換会
	19:00~21:00	まにら保健医療会交流会
9/15 (木)	9:00~11:00	Makati Medical Center 訪問
	14:30~18:30	MEJ セミナー&企業展示
9/16 (金)	9:00~10:00	BOI/HIMAP ラウンドテーブル
	10:30~11:30	MPIC ラウンドテーブル

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 北野学長、国立循環器病研究センター 臨床研究部・心臓血管内科 北風部長、経済産業省、アライドテレシス、富士フイルム、ハクゾウメディカル、三菱商事、みずほ銀行、日本電気、日本光電工業、オリンパス、PSP、島津製作所、テルモ、リベルタス・コンサルティング、MEJ

①Ubial 新保健大臣表敬訪問

政権交代後の Ubial 新保健大臣と面談しフィリピンの新しい保健政策の理解を深めること、および日本の医療技術・サービスの売り込みを行うことを目的に、Ubial 保健大臣への表敬訪問を行った。人数制限により、経済産業省、大分大学 北野先生、在フィリピン日本大使館、JICA フィリピン事務所、MEJ が参加した。

Ubial 保健大臣は、前政権下の前職である次官補時代より日本の医療技術に関して理解が深く、以下のようなコメントをいただいた。

集合写真



出所) MEJ 撮影

【Ubial 保健大臣からの主なコメント】

- 日本の協力をとても有り難く思う。
- 日本の技術は世界的に受け入れられているスタンダードである。
- ICT は非常に重要。フィリピン大学付属病院 (PGH) の ICT プロジェクトも DOH が支援し、患者の待ち時間短縮に取り組んでいる。
- 統計によると、フィリピン人の 30% が医師の診療を受けることなく死亡している。また、8~9% が保険未加入である。
- 次期 6 年計画の概要としては下記が挙げられる。
 - 保健リファラルシステムの確立。貧困層を含めて毎年健康診断を受けられるようにする。
 - 国民皆保険の実現
 - サービス・デリバリー・ネットワークの充実。特に貧困層向けのプライマリケアの充実

人数制限があったため、残念ながら参加企業の同席は適わなかったが、経済産業省および MEJ の取組内容を理解頂くとともに、参加企業の製品についても具体的に言及することで、日本の医療技術・サービスの売り込みを行うことができた。大臣は近い将来の訪日も希望しており、日本招聘等の方法によるフォローアップの可能性を検討する。

②Jose R. Reyes Memorial Medical Center (JRMMC) 訪問

DOH 敷地内にある国立のがん専門病院、Jose R. Reyes Memorial Medical Center (以下、「JRMMC」) を訪問し、現地の国立病院の現状を把握するとともに、関係者とのネットワーク構築を行った。同院は 450 床であり、15 の医療部門と専門医の教育機能も有している。年間延べ 30 万人の患者、1.6 万人の救急患者、緊急手術に対応している。また、Philippine Oncology Center Corporation と連携した放射線科治療部門がある。

JRMMC から映像等による病院説明を受けた後、臨床検査部門、内視鏡部門、放射線部門の施設見学を行った。施設見学後には、JRMMC の医師等と昼食を共にする等交流を深めた。

DOH、JRMMC 側担当者が多忙であったにもかかわらず、多くの病院関係者に参加いただき、歓待を受けた。

図表・7 JRMMC 訪問の様子



出所) MEJ 撮影

③フィリピン大学附属病院 (PGH) 訪問

国立最高峰のフィリピン大学 (University of the Philippines) 附属病院、Philippine General Hospital (以下、「PGH」) を訪問し、現状やニーズ把握を行った。PGH は、臨床・研究・教育機能を有する国立病院で、国内で初めて専門医を配置し、手術等の専門医教育も国内で初めて取り組んだ。同院の特徴は国内に 2 つしかない大学病院であることであり、大学との連携により、特にリサーチ分野を中心に様々なベネフィットを得ている。職員数約 4,000 人、3,600 床であり、現在 400 床分が改装中である。国からの予算 (約 40 億円相当) で、同院予算全体の半分をカバーしている。

昨年度に引き続きの訪問であるため、建屋の改装状況、医療機器等の導入状況等、この一年での変化等について調査を行った。

Dr.Gerardo D. Legaspi 院長を交えたラウンドテーブルでは、本ミッションの目的説明とともに、各企業紹介・製品紹介を実施し、参加企業の医療機器の優位性を直接アピールした。

続いて PGH から病院紹介が行われ、現在のリノベーションと並行して、今後 2 年間のマスタープランを策定しており、数年のうちに新たな医療機器（マイクロスコープ、CT、X線ナビゲーション等）を整備する方針が述べられた。建屋については Public-Private-Partnership（以下、PPP）を活用した整備も検討されている。

医療機器の選定においては、a) 従前の価格重視（安価な機器）から、ニーズ重視（高機能な機器）に移行してきていること、b) 診療科単位での調達から、病院単位での調達に変わってきていること、c) 機器メーカーには、販売後のトレーニングやアフターケアを期待していること等が述べられた。CT 等の設備も整備されてきており、「世界の放射線医療機器のうち約 3 割を占めるとされる日本の医療機器メーカーには、実績や経験が蓄積されていると感じる」とのコメントが寄せられた。その後、臨床検査部門、内視鏡部門、放射線部門の 3 部門の施設見学が行われた。

PGH に限らず、フィリピンの公立病院では、シンタックス（酒・たばこ税）の増収により、医療機器の購入意欲が高まっている。今後、医療機器のみならず、医療 ICT 等も含めた、日本製機器・サービスの導入を加速化していくことが重要である。

図表・8 PGH 訪問の様子



出所) MEJ 撮影

④大使館/JICA/JETRO との意見交換会・まにら保健医療会交流会

在フィリピン日本大使館、JICA フィリピン事務所、JETRO マニラ事務所の参加を得て、フィリピンの現状、新政権下での保健政策、日本企業の現地進出に向けての現状・課題等についての意見交換を行った。

最初に参加企業からは、フィリピンにおける進出状況や今後の意気込み等の説明がなされた。それを受け、日本大使館、JICA、JETRO の各機関からフィリピンの医療産業を取り巻く現状の説明等が行われた。

大使館からは、フィリピンにおける大使館の支援内容（民間企業支援、ODA 向けノン・プロジェクト無償、草の根無償資金協力等）、フィリピンの病院の現状（国公立病院と市立病院との間の機器ニーズおよびアプローチ方法等の差異、保健予算動向、日本製品に対する信頼等）に関する説明があった。

JICA からは、フィリピン医療の概況（疾病構造、保健システム、保険制度、保健予算等）、JICA の協力概要、保健セクターへの支援概要、JICA の民間連携事業等の説明がなされた。

なお、JETRO からは、フィリピンの経済概況（市場規模、成長スピード、人件費等）と進出日系企業の動向等が説明された。JETRO からは別途ミッション前に、日本においてもフィリピンの経済・医療概況についてブリーフィングをしていただいております、その内容も併せて参考とした。

また、意見交換会に引き続き、フィリピンに駐在している医療関係従事者の集まりである、まにら保健医療会を交えての交流会も実施した。

図表・9 大使館/JICA/JETRO との意見交換会・まにら保健医療会交流会の様子



出所) MEJ 撮影

⑤Makati Medical Center (MMC) 訪問

私立病院の医療機器・サービスニーズや購入スキームを理解し、日本の医療技術・サービスの販売に生かすことを目的に、フィリピン大手財閥である Metro Pacific Investment Corporation(以下、「MPIC」)グループ病院の一つである Makati Medical Center(以下、「MMC」)を訪問した。

MMC から施設概要等が説明された。同センターは約 600 床だが、一部の病室が改装中であり、稼働可能なのは約 500 床である。816 名の医師、362 名のレジデント、1,243 名の看護師を擁する。

内視鏡や臨床検査機器の多くは日本製であるが、画像診断機器は多くがシーメンス製である(センター近くにオフィスを構えるシーメンスは、連絡から 2 時間以内のメンテナンス対応をする旨の契約条件を提示しており、他メーカーがこれに対応できない状況である)。CT、MRI が 2 台ずつあるが、病院側は十分な台数ではないと感じている。PET は未導入である。

現在カルテは紙ベースであるが、スペインの INDRA 社製の電子カルテを導入予定である。病院情報システム(Hospital Information System、以下「HIS」)の構築準備も進めている。既存の Novarad 社製 PACS (Picture Archiving and Communication System : 医療用画像管理システム)と電子カルテを HIS で接続する予定となっている。院内には約 20 名の SE が常駐している。

MMC は国内トップレベルの私立病院の一つであり、JRMMC、PGH と比べても非常に設備が充実している。最新の医療機器が導入されており、PACS、電子カルテ等の ICT 化も進んでいる。センター訪問・見学とは別に、後日 MPIC の購買部門とのミニ商談会も実施した。各参加企業の MMC へのビジネス展開が加速することが期待される。

図表・10 MMC 訪問の様子



出所) MEJ 撮影

⑥MEJ セミナー

「がん・生活習慣病の診断と治療」をテーマに、日本の医療技術・サービスの認知度向上、導入促進を目的としたセミナー、企業展示を行った。

会場は **Philippine International Convention Center** である。セミナーへの参加者は 152 名（フィリピン側 119 名、主催者側 33 名。フィリピン側の内訳：DOH 17 名、貿易産業省（Department of Trade and Industry、以下「DTI」）7 名、PGH 等医療機関 49 名、その他 46 名）。同じ会場にて、直前の 14:30 まで DOH 主催の“National Health Summit”が開催されていたこともあり、地方都市の医療関係者も多く出席した。

経済産業省ヘルスケア産業課国際展開推進室 笹子室長、在フィリピン日本大使館 佐藤書記官から冒頭の挨拶がなされ、その後、日比 6 名が登壇し、プレゼンテーション等を行った。

DOH の Agnette P. Peralta 次官補は、大臣のメッセージを代読する形で、フィリピンの医療における現状と課題、DOH の取組（特に NCDs への取組、医療スタッフへのトレーニング等）等を紹介された。

DTI Executive Director of BOI の Ms. Corieh Dichosi Halili からは、フィリピンの経済状況、医療情報システムに関する動向、保健医療に関する予算動向等に関する説明がなされた。

PGH の Dr.Gerardo D. Legaspi 院長からは、PGH の概要説明とフィリピン医療における同院の役割紹介があった後、Legaspi 院長の専門領域である脳卒中の脳神経外科的管理に関する講演が行われた。

神戸大学から St. Luke's Medical Center に常駐している石田先生からは、消化器内視鏡に関するフィリピンでの実体験に基づき、医学教育、疾病構造に関する日比間の違いと、先進的な内視鏡処置を広めるにあたっての課題についての講演が行われた。

大分大学学長であり、アジア太平洋消化器内視鏡学会理事長等も務め、消化器内視鏡の世界的権威である北野先生からは、日本におけるがんの傾向、がん予防対策、消化器系がん治療における低侵襲手術の役割、低侵襲手術に関する教育・人材育成、将来の日比間協業可能性について講演があった。

国立循環器病研究センターの北風先生からは、世界および日本における死因の比較、循環器系疾患の世界的傾向、循環器系疾患の主要なリスク要因、虚血性心疾患の治療方法等についての講演があった。

セミナー終了後には、日本企業 8 社による展示が行われ、多くの来場者の関心を集めた。特にフィリピン側出席者のうちキーパーソンには、個別に企業展示の案内を行った。

当初予定していた会場（New World Makati Hotel）での開催から、直前に **Philippine International Convention Center** へ変更になったため、集客数が懸念されたが、全体で約 150 名、うちフィリピン側から 120 名弱の参加が得られた。DOH をはじめ、昨年度のセミナーに参加した方が、昨年度の展示内容をよく記憶しており、このような場でのアピールが重要であることが認識できた。

図表・11 セミナー概要

タイトル	MEJ Medical Seminar - Diagnosis and Treatment of Cancer, Hypertension and Heart Disease -
日時	2016年9月15日(木) 14:30~18:30
場所	Philippines International Convention Center
主催	METI、MEJ
企画	MEJ
後援	DOH、DTI、日本大使館、JICA、JETRO、
参加者数	152名

出所) MEJ作成

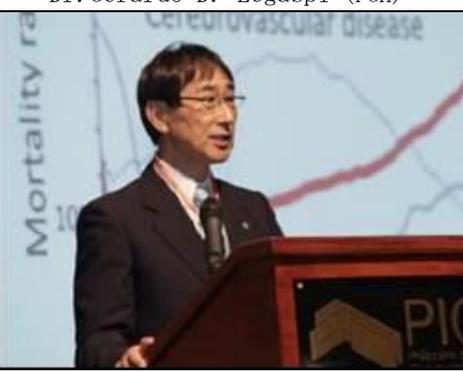
図表・12 セミナープログラム

時間	内容
14:35~14:55	【Opening Speech】 ・経済産業省 ヘルスケア産業課 国際展開推進室 笹子室長 ・在フィリピン日本大使館 佐藤書記官
14:55~15:15	【Keynote Message】 ・DOH 次官補 Ms. Agnette P. Peralta ・DTI, Executive Director of BOI Ms. Corieh Dichosi Halili
15:15~15:30	【MEJ 紹介】 ・MEJ 相川理事
15:30~16:00	Seminar1: Overview of the Neurosurgical Management of Stroke 他 ・Dr.Gerardo D. Legaspi, Director, PGH
16:00~16:30	Seminar2: State of the Art Endoscopic Procedures in the Philippines Experience ・神戸大学 消化器内科 石田准教授(St. Luke's Medical Center 常駐)
16:30~16:50	Coffee Break
16:50~17:40	Seminar3: The Role of MIS in the Treatment of GI Cancer ・大分大学 北野学長
17:40~18:30	Seminar4: How to Conquer Cardiovascular Diseases in Philippines and Japan ・国立循環器病研究センター 臨床研究部・心臓血管内科 北風部長
18:30~18:40	【Closing Remarks】
18:40~	Buffet Dinner & Exhibition

出展企業：アライドテレシス、オリンパス、島津製作所、日本光電工業、日本電気、
ハクゾウメディカル、PSP、富士フィルム

出所) MEJ作成

図表・13 MEJ セミナーの様子

			
<p>セミナー会場</p>			<p>Ms. Agnette P. Peralta (DOH)</p>
			
<p>Ms. Corieh Dichosi Halili (DTI)</p>			<p>Dr. Gerardo D. Legaspi (PGH)</p>
			
<p>石田先生 (神戸大学)</p>			<p>北野先生 (大分大学)</p>
			
<p>北風先生 (国立循環器病研究センター)</p>			<p>ネットワーキングビュッフェ・企業展示の様子</p>



出所) MEJ 撮影

⑦BOI/HIMAP ラウンドテーブル

日本側の取組について紹介するとともに、フィリピンの経済政策や投資環境等の理解を深める目的で、DTI の下部組織である投資委員会 (Board of Investment、以下「BOI」) および DTI からの紹介である Healthcare Information Management Association of the Philippines (HIMAP) とのラウンドテーブルを実施した。

BOI からは、フィリピンの経済政策や国内の投資環境等について説明がなされた。特に、産業開発・投資促進に向けた BOI の取組 (産業ロードマップの作成等)、フィリピンにおける電子機器産業の隆盛、投資促進に向けた財政的・非財政的支援の内容等について深く言及された。

HIMAP からは、ヘルスケア産業に関わる組織をとりまとめている団体概要が説明され、次いでヘルスケア産業の進展・発展に向けては現地医療事情に精通する地場企業・人材の存在が重要であること、それを HIMAP メンバーが担い得ること等のアピールがなされた。

昨年度の MEJ セミナーでは開会のご挨拶のみであった BOI とラウンドテーブルを実施し、フィリピンの経済政策や投資環境等を聞くことができた。また、HIMAP には、将来的なビジネスマッチングの対象となり得る企業が多く所属しており、引き続きフォローアップを行っていく必要性が感じられた。

図表・14 BOI/HIMAP ラウンドテーブルの様子



出所) MEJ 撮影

⑧MPIC ラウンドテーブル

MMC 等、フィリピンで 11 病院を運営する Metro Pacific Investment Corporation (MPIC) の子会社 Metro Pacific Hospital Holdings (MPHH) とのミニ商談会を実施した。

MPHH の購買本部担当者から、自社の概要説明が行われた。石油、電気、上下水道等のインフラ事業に出資している親会社の MPIC の資本力を背景に、MPHH は病院のほか、がんセンターネットワークを広げていることや、他病院と協働し、12~17 のがんセンターネットワークを国内に構築することを目標としていること等が紹介された。IT システムの構築等も含め、事業を拡大しているところであり、参加会員との質疑応答、ディスカッションが行われた。

図表・15 MPIC ラウンドテーブルの様子



出所) MEJ 撮影

(4) ミッション参加者の評価・意見(アンケート結果より)

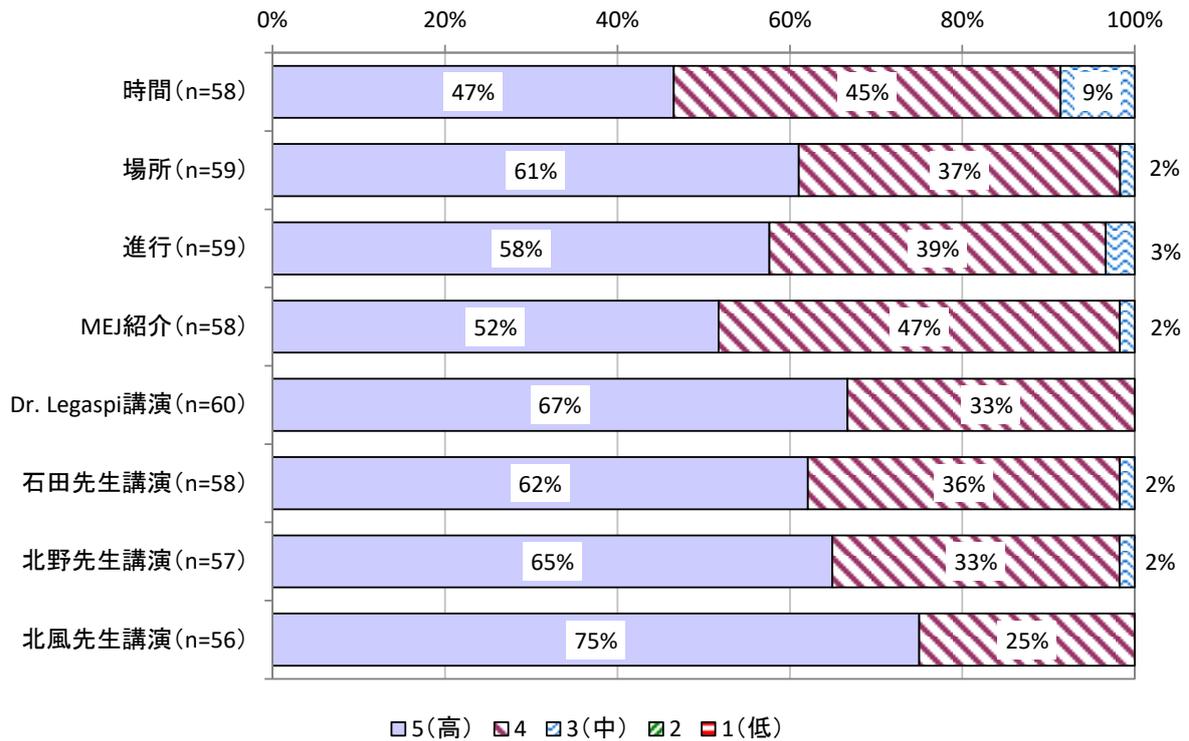
官民ミッションに参加した主体(セミナー参加者、ミッション参加企業)に対して、アンケート調査を実施し、本ミッションの満足度評価を実施したところ、下記の結果が得られた。

①セミナー参加者による評価・意見

セミナー参加者向けには、セミナー会場にてアンケート調査を実施した。回収数は 60 件。一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、進行については、満足(満足度 4、5)との回答が 9 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、とりわけ PGH の Legaspi 院長からの PGH の説明と脳卒中の脳神経外科的管理に関する講演や、国立循環器病研究センター 北風先生からの日比両国における心血管疾患の克服に向けた講演への評価が高くなっている。

図表・16 セミナーの満足度（参加者による回答）



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

出所) MEJ作成

フィリピンの医療における最重要分野についての自由回答内容は下表のとおり多岐にわたり、フィリピンの医療課題が広範に及んでいることがうかがえる。一方、将来における日比両国による医療連携を期待する分野については、医療機器・施設の充実、教育・技術支援に意見が集中する傾向もみられている。

図表・17 フィリピンの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
医療保健予算・保険制度	<ul style="list-style-type: none"> ● 医療保健予算・資金の確保 ● 医療保険制度の充実、医療保険サービス等の費用負担の軽減
プライマリヘルスケア、農村対策	<ul style="list-style-type: none"> ● プライマリヘルスケアの充実 ● 農村部住民、先住民等向け医療保健サービスの充実（アクセス向上等）
人材確保・配置	<ul style="list-style-type: none"> ● 医師等の人的資源の量的充実 ● 医師等の地理的分布の不均衡是正（農村部への医師配置の充実）
医療機器・施設の充実	<ul style="list-style-type: none"> ● 医療機器の全国的普及 ● 医療施設の量的・質的充実 ● バイオメディカル関連機器、技術等の充実
生活習慣病等	<ul style="list-style-type: none"> ● 生活習慣病の予防 ● 糖尿病対策の強化
その他	<ul style="list-style-type: none"> ● 予防医療、教育の充実 ● 産婦人科分野の充実 ● 救急医療分野の充実 ● 健診・検診の普及促進

出所) MEJ 作成

図表・18 日比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"> ● 全国規模での医療機器水準の改善、診断・治療機器の提供 ● 医療機関のキャパシティ拡大に向けた支援・投資（施設建設等） ● 外来患者向け民間診療所の設立 ● 公的病院向け医療機器・技術導入に向けた PPP の充実
教育・技術支援	<ul style="list-style-type: none"> ● 教育訓練・人材育成・技術移転 ● 専門医療人材向けの教育（BME、外科医等） ● 高度医療機器および高度専門技術の移転（神経外科領域等） ● 若手医師の教育と地方部への配置 ● ワークショップの開催（神経外科、低侵襲、内視鏡等分野の研修）
その他	<ul style="list-style-type: none"> ● 研究開発分野、治療分野における連携 ● 両国間の継続的な意見交換・議論の場の創出 ● 医療情報分野での取組促進 ● 医療保健分野におけるロードマップの策定

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得た。回収数は6件であった。

セミナーの時間・進行に対する満足度は概ね高いが、場所に関する満足度が低めである。

講演内容については、日本側・フィリピン側講師ともに半数以上が満足（満足度4、5）と回答している一方、セミナー内容を現地医療水準によりマッチさせることや展示機器の優位性訴求につながる講演トピックにすべきとの意見も挙げられた。

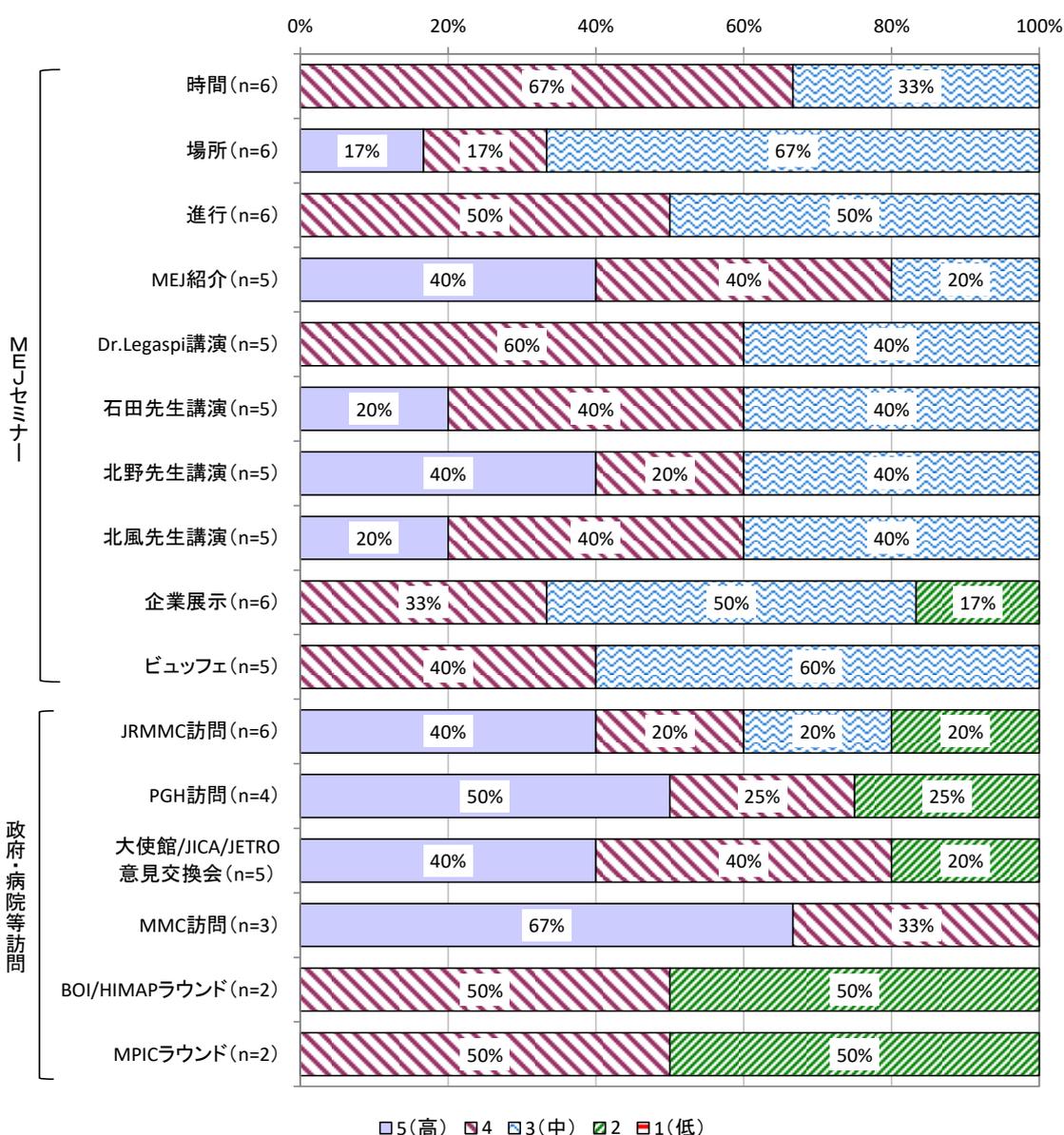
企業展示・ディナービュッフェに対する満足度は低めとなっている。現地医療関係者と交流できるよい機会であったが、集客が十分でなかったこと、民間医療関係者が少なかったこと等

が指摘されている。

病院や政府への訪問・ラウンドテーブルについては、参加者からは、医療機関のオペレーションを見せてもらえ、担当者から医療施設水準、アフターサービス要求水準等を具体的に聞ける稀有な機会であるとの評価がみられる一方で、興味のある施設・部門については見学時間・面談時間を増やしてほしいとの要望や、一般情報ではなく現地視察だからこそ入手できる具体的な情報を望む等の意見がみられ、ラウンドテーブルでも一般的な情報交換ではなく、議論のポイントの絞り込みを行う必要があること等が指摘された。

日比連携が進展するための仕組み等については、両国間の医師交流の促進を基軸とした日本製機器の輸出拡大に対する意見が複数みられた。また、フィリピン側医療機関の予算制約が大きい現状に対する資金的支援、日本政府による薬事申請業務の簡素化への働きかけ等の意見も挙げられた。

図表・19 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

昨年度の官民ミッションを通じて関係構築できた、PGH の Dr. Esther Saguil 外来診療部長が 2016 年 12 月に「日本外科感染症学会」に招聘され訪日した際に、ミッションのフォローアップを実施した (MEJ およびミッション参加企業数社が参加)。Saguil 外来診療部長と、今後の取組テーマとして、遠隔病理診断、院内 ICT 整備、PACS 等の可能性に関する議論を行った。このように、日本の学術研修・医療技術等に対して友好的な医師との交流関係を深め、学・民の人脈関係を構築できたことは、官民ミッションの成果の一つと言える。

また、ミッション参加企業による、その後のビジネス展開に向けた取組も進められている。例えば、2015 年度のミッションから参加している透析止血用絆創膏を扱う企業では、現地透析関連医療機関による製品評価を経て、現地の医療機器メーカーと当該製品に関するサンプル評価と商談を進めてきた。今年度ミッションにおいても、先方要請に基づき、当該製品の使用方法に関する現場指導を行う等の活動を進めた結果、基本取引契約の締結へと至り、現在、薬事登録手続きが進められている。

(6) 成果と課題

Ubial 保健大臣への表敬訪問により、日本の取組への理解を促進し、より一層の協力関係強化を進める方向で一致できた。2017 年に訪日したい旨の発言もあり、今後適宜フォローし、機会の活用を検討したい。MEJ セミナーには約 150 名の参加者が集まり、日本の医療の認知度向上、人脈構築等の成果に結びついた。また、大使館/JICA/JETRO との意見交換や、まにら保健医療会を交えての交流会により、主に現地日本人関係者との関係構築・強化を進められたことも成果と言える。さらに、BOI や HIMAP 等、医療機器ビジネスに関わる関係者とのラウンドテーブルを行うことにより、今後の企業活動につながる関係構築ができた。

一方、課題としては、直前のスケジュール変更 (大臣表敬訪問) や、MEJ セミナーの会場変更等により、参加企業や現地関係者への案内・集客が直前となってしまったことが挙げられる。また、ミッション全体には 12 社、MEJ セミナーでの展示は 8 社と、昨年度とほぼ同様の参加を得られたものの、個別のセッションでは部分参加が目立ち、参加者へのミッションの意義・趣旨説明の徹底、理解促進が課題として浮かび上がった。

2)タイ

タイ官民ミッションは、ミッション開催直前のタイ国王御崩御を受け、自粛取りやめとした。以下に、タイ官民ミッションの計画の概要を記載する。

(1)背景と目的

2016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15%に過ぎず（2014年現在）、タイにおいては日本の医療機器等の認知度が低いことが課題である。また、2014年の1人当たり名目GDPは約5,900US\$であり、高齢化、ライフスタイルの変化、メディカルツーリズムの増大等により医療市場規模は今後も増大する見込みである（2013年現在、177.1億US\$）。

政策面においては、2015年9月、日泰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。なお、現在タイ保健省が最も注目している疾患は、生活習慣病とHIV・エイズとなっている。

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おり、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予想される。

タイにおいては、過去の官民ミッション開催実績はなく（2014年度に、経済産業省が留学人材活用セミナーを実施した実績はある）、官民ミッションによる日本の医療の認知度向上やコネクションの強化等が必要と言える。

そこで、がん・生活習慣病の検診・治療等を想定テーマに、a) 政府や病院とのコネクションの構築、b) 現地医療事情の情報収集、c) 日本の医療の認知度向上を実現するミッションを実施することを目指すこととした。

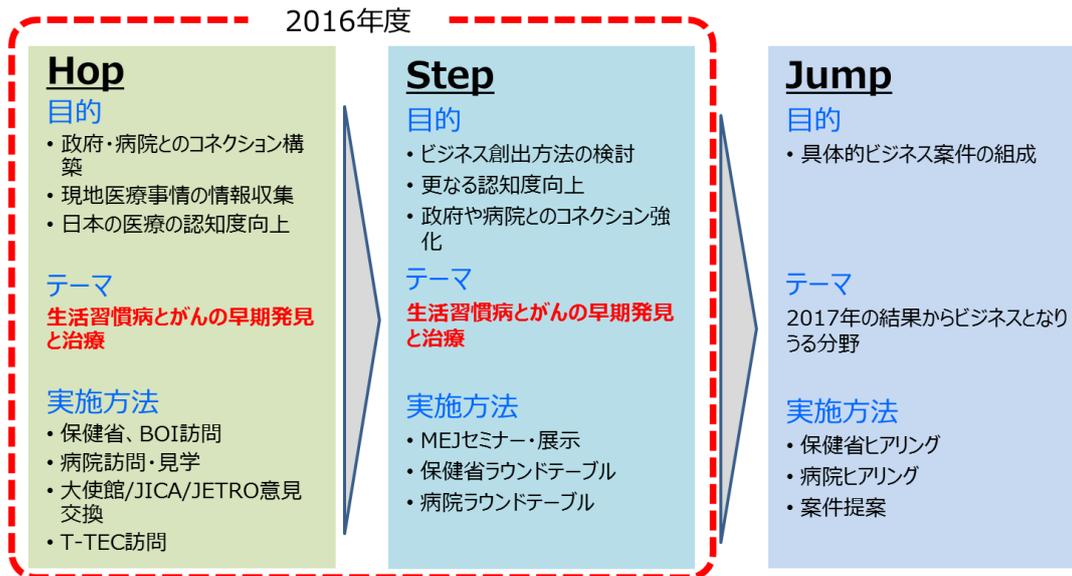
(2)テーマと実施方法

2016年7月下旬に事前調整出張を行い、行政機関との意見交換（保健省、工業省、National Health Security Office、BOI）、主要病院訪問（Samitivej Hospital、Bangkok Hospital、Siriraj Hospital、Chulalongkorn Hospital）、関連機関との意見交換（在タイ日本大使館、JETROバンコク事務所、盤谷日本人商工会議所 化学品部会医薬・医療分科会）、セミナー会場視察（Intercontinental Bangkok、Centara Grand、The Okura Prestige）を実施した。

その結果、保健省や複数の病院で「予防」、「早期発見、早期診断」を重要視しており、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Hopのみに集中はせずStepの範囲まで対象を広げることとした。その中で、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に向け、関連政府機関、主要病院とのラウンドテーブルと、MEJセミナー・展示会の開催というオーソドックスな内容の実施方法が予定されるとともに、必要に応じて追加ミッションや招聘も検討することとした。

図表・20 今年度タイムミッションの目的・範囲・役割



出所) MEJ作成

(3)実施概要

本ミッションは、2016年10月19日から21日に決定し、日本大使館、JICA、JETRO、盤谷日本人商工会議所との意見交換会、国立病院、私立病院の訪問、MEJセミナーの開催、Thai-Training and Education Center (T-TEC) 訪問等を予定していた。本ミッションへの参加予定企業数は11社であった。

ミッションに先駆けて、JETROからタイの経済・医療概況についてのブリーフィングをしていただき、ミッションに臨む態勢を整えていた。しかし、ミッション直前のプミポン国王陛下の御崩御を受け、経済産業省および在タイ日本大使館と協議の上、現地治安の想定ができない、医療関係のセミナー等が盛況となる状況ではない等の理由から、残念ながらミッション派遣を見送る決定をした。

なお、事前出張で訪問したBOIとは、投資恩典等の情報交換や各種イベント等への相互協力等に関して、MEJとBOI Thailand間でMOUを締結し、BOI東京事務所も含め良好な関係を構築できた。

3)ミャンマー

(1)背景と目的

2016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 ミャンマー編」によると、ミャンマーの1人当たり名目GDPは2014年に約1,200US\$、医療市場規模は2013年に7.7億US\$に達したと推定される。民主化により経済成長に期待が集まり、近年、外国資本の参入が増加している。

政策面では、2013年の日・ミャンマー首脳会談時に、両国保健当局間で保健・医療分野の協力覚書に合意がなされた。また、2015年11月の選挙により政権が交代、2016年3月に新政権が発足し、政府間関係の構築が重要である。

疾病状況としては、死亡要因の上位10位中5つが生活習慣に起因するものとなっている。また、心血管疾患や糖尿病も高水準であり、予防医療、生活習慣病予防、がん治療等の分野で日本の医療による貢献の余地があるとみられる。

過去には2014年度（テーマ：乳がん、救急、消化器内視鏡）、2015年度（テーマ：救急、がん）に官民ミッションを実施しており、現地医療状況に関する情報収集や現地医療関係者とのコネクション構築を進めてきた。今回は過去2回のミッションで築いた人的ネットワーク等を生かし、より具体的な議論へ進展させることを目的とした。

(2)テーマと実施方法

今回で3回目となるミッションのテーマについて、MEJ会員企業のアンケートから集まった意見としては、画像診断、放射線診断・治療用システム、救急医療、人工膝関節等、多岐に渡った。今回は案件形成を目的とすることからミャンマー側のニーズに、より焦点を合わせるため、ミャンマーの現地レポート等から疾病状況を調査し、事前にテーマ候補の絞り込みを行った。そこで浮かび上がった「救急医療、NCDs・がんの早期診断」をテーマ候補とし、現地保健当局等にニーズを聴取する方向性とした。

2016年9月中旬に事前調整出張を行い、行政機関との意見交換（ミャンマー保健・スポーツ省（Ministry of Health and Sports、以下「MOHS」）、主要病院訪問（Nay Pyi Taw General Hospital、Nay Pyi Taw Council Hospital、Yangon General Hospital）、関連機関との意見交換（ミャンマー医師会（MMA）、私立病院協会（Myanmar Private Hospital's Association、以下「MPHA」）、在ミャンマー日本大使館、JICA ミャンマー事務所、JETRO ヤンゴン事務所）、セミナー会場視察（PARK ROYAL Hotel）を実施したところ、救急医療、NCDs・がんの早期診断等の課題に加え、メディカルエンジニアの育成という課題が浮かび上がってきた。そこで、「救急医療体制・整備」、「生活習慣病・がん早期診断」、「メディカルエンジニアの育成」をミッションのメインテーマとすることとした。なお、3テーマに関する現地の取組状況、官民ミッションの派遣目的を下表のように明確化した。

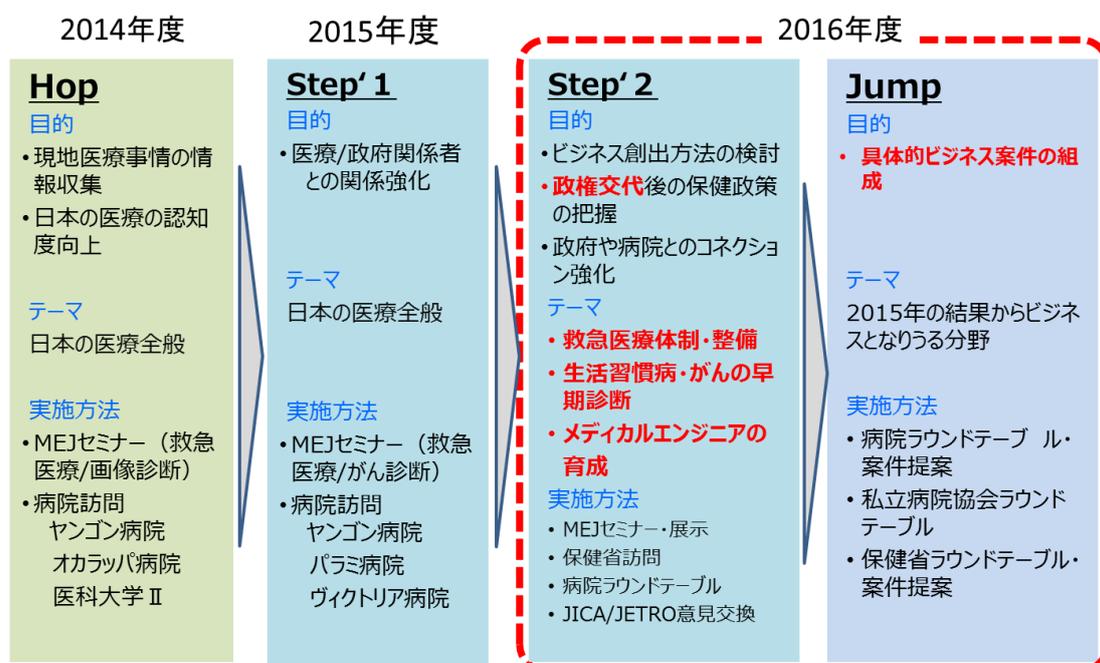
図表・21 テーマごとの背景・取組状況、ミッション派遣目的

テーマ	分野	内容
救急医療体制・整備	テーマ 選択背景	<ul style="list-style-type: none"> ● ミャンマーではモータリゼーションにより、外傷による救急患者の増加が続いている。 ● 前年度のセミナーで救急医療のマネジメントに対する詳細情報の要望が高かった。
	現地 取組状況	<ul style="list-style-type: none"> ● 2014年4月から救急医療が専門医分野の一つになり、2015年にはマスターコースが創設された。 ● 2014年にはYGHに新センターを設立する等、整備が進んでいる。 ● JICAが医療強化プロジェクトとして日本への留学生受入れ等を実施し教育強化を行っている。 ● YGHは2016年までに先進的な設備を揃えた救急施設の整備を政府に要望。 ● 規制緩和により交通事故の救急患者を私立病院でも受入れ可能となり、私立病院でも救急部門が増えている。
	ミッション 目的	<ul style="list-style-type: none"> ● 規制緩和後の救急医療のビジネス拡大を睨みミャンマーの救急医療の人材、組織とのネットワークを作る。 ● 日本・ミャンマー間の医師間交流を活性化させ、救急医療体制構築のサポートを行う。日本製機器（生体計測機器、治療機器、超音波診断装置、X線、CT、MRI、PACS等）の導入促進につなげる。
生活習慣病・がんの早期診断	テーマ 選択背景	<ul style="list-style-type: none"> ● ミャンマーの死亡要因の60%がNCDs関連となっている。
	現地 取組状況	<ul style="list-style-type: none"> ● 予防医療に対する国家的な取組は実施されておらず、一部民間医療機関が富裕層向けに健康診断パッケージを提供しているのみ。 ● ミャンマー新政権は貧困層に対する公衆衛生に力を入れる方針。民間病院での健診サービス拡大を期待している。 ● 富裕層の増加に伴い、ミャンマーにおいて、タイ・シンガポール・マレーシア等の海外の医療機関の宣伝活動は活発になりつつある。
	ミッション 目的	<ul style="list-style-type: none"> ● 日本の予防医療システムについて紹介し、現地の私立病院での健診ビジネス拡大を図る。 ● 日本の病院での定期健診（人間ドック）・巡回健診のシステムを紹介し健診ビジネス（血液検査機器、X線機器、内視鏡等）の普及を図る。
メディカルエンジニアの育成	テーマ 選択背景	<ul style="list-style-type: none"> ● ミャンマーではメディカルエンジニアが存在しておらず、定期的な医療機器のメンテナンスが実施されていない。また故障するとそのまま放置している状態となっている。 ● MOHSも入札の際にメーカー、代理店がメンテナンスをしっかりとできることを重視している。
	現地 取組状況	<ul style="list-style-type: none"> ● 2015年度経済産業省の医療技術・サービス拠点化事業で支援した日本の企業が、現地の法人であるGolden Zaneka Public (GZP)と組んでメディカルエンジニアの専門学校の設立を進めている。 ● メディカルエンジニアの役割を期待し、工学部の卒業生約100名をMOHSが各病院に派遣したが医療関連の知識がなく有効な働きができていない。
	ミッション 目的	<ul style="list-style-type: none"> ● 日本のメディカルエンジニア育成の取組を紹介し、日本のシステムの導入を進める。

出所) MEJ作成

ミッションの実施方法としては、3回目の今年度は、“Step”から“Jump”へと躍進できるように、ビジネス創出方法の検討、政権交代後の保健政策の理解と政府や病院とのコネクション強化、具体的ビジネス案件の組成等を目的に実施することとした。実施内容としては、MOHSや医療機関とのラウンドテーブル、JICA/JETROの現地事務所と意見交換を経て、具体的案件の提案等にまでつなげることを目指すこととした。

図表・22 今年度ミャンマーミッションの目的・範囲・役割



出所) MEJ 作成

(3)実施概要

本ミッションの実施概要（スケジュールおよび訪問先）は以下のとおりである。

図表・23 ミャンマーミッションの実施概要

日程	時間	スケジュール
2016 12/7 (水)	18:00~19:00	JICA/JETRO 意見交換会
12/8 (木)	9:00~10:35	ミャンマー私立病院協会 (MPHA) ラウンドテーブル
	11:00~12:00	アジアロイヤル病院 (ARH) 訪問
	14:00~15:30	ヤンゴン総合病院 (YGH) 訪問
12/9 (金)	8:00~14:30	MEJ セミナー&企業展示
	14:30~16:30	ミャンマー保健・スポーツ省 (MOHS) ラウンドテーブル

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】

東京医科大学 救急・災害医学分野 織田准教授、日本人間ドック学会 鏑木国際委員、
岡山大学 形成再建外科学 木股教授、経済産業省、オリンパス、グリーンホスピタルサプライ、
サクラ精機、サクラファインテックジャパン、シスメックス、テルモ、日本光電工業、パ
ナソニックヘルスケア、日立製作所、富士フイルム、三菱商事、リベルタス・コンサルティング、MEJ

なお、ミッションに先駆けて、JETRO からミャンマーの経済・医療概況についてブリーフィ
ングをしていただき、現地への理解を深めた上で、ミッションに臨む体制を整えた。

①JICA/JETRO 意見交換会

本ミッション最初のプログラムとして、JICA/JETRO 意見交換会を行った。

JICA ミャンマー事務所西形次長からは、ミャンマーの a)公衆衛生、b)保健政策、c)保健医療
システム、d)医療保険制度、e)公立病院の予算・調達に関する情報、f)医療関係の ODA 案件の
現状と今後についての説明がなされた。

続いて、JETRO ヤンゴン事務所山岡所長から、a)ミャンマーの経済概況と変化、b)日系企業
進出動向とビジネス機会についての説明がなされた。

翌日からの現地の病院施設の訪問、MOHS との面談に向けて、現地情報の理解を深めること
ができた。

図表・24 JICA/JETRO 意見交換会の様子



出所) MEJ 撮影

②ミャンマー私立病院協会（MPHA）ラウンドテーブル

MPHA は、民間の医療サービス水準の向上のため、2012年に設立された組織である。ミャンマーには207の私立病院があるが、そのうち106病院が加盟している。ミャンマー私立病院と日本側企業とのネットワーキング（私立病院CEOとのビジネスマッチング）を行った。MPHAからは、幹部会員メンバー12名を含む計17名が参加した。

MPHA 会長、Dr.Ye Moe Mint から、ミャンマー私立病院を取り巻く現状と課題についての説明がなされた。特に、a)全ミャンマーをカバーする病院インフラの整備、b)看護師等のコメディカルの人材育成、c)私立病院の充実、d)病院の情報管理のIT化等の必要性が指摘された。

それに対して、参加企業からは各企業紹介・製品紹介を行い、日本の医療・医療機器をアピールした。Dr.Ye Moe Myint より、日本製医療機器への高い信頼、評価が表され、MPHA 会員病院にも推薦したいとの発言があった。一方で、日本製医療機器は総じて高額であり、分割払い等の金融面でのサポートが必要であるとの先方認識を確認することができた。

MEJ から、日緬の継続的な情報交換の重要性を認識し、今後MPHA-MEJ間でさらなる連携促進に向けたMOUを締結することを提案し、MPHA から主旨に関する了解が表明された。

私立病院とのコネクションを持つ日本企業は少ないことから、参加企業からは非常に高い期待・評価を受けたプログラムであった。本ミーティング後にも参加数社が商談、面談の約束を取り付けており、今後の参加企業のビジネス拡大につながる事が期待される。MPHA と MEJ の MOU 締結の合意を得ることができたことも成果であり、MEJ を通してトレーニングプログラムの提案を行う等、今後も継続してフォローを行っていく。

図表・25 MPHA ラウンドテーブルの様子





集合写真

出所) MEJ 撮影

③アジアロイヤル病院（ARH）訪問

ミャンマーの代表的な私立病院であるアジアロイヤル病院（Asia Royal Hospital、以下「ARH」）を訪問・見学し、特に救急医療および臨床検査に関する現状と課題・ニーズを把握した。ARHからは Executive Director の Dr.Aung Pyae, Kya をはじめ 10 名が参加した。

ARH はミャンマー国内最高の私立病院の 1 つで 2000 年に第 1 棟（100 床）、2007 年に第 2 棟（214 床）を開設。2011 年には ISO9001 の認証を取得している。現在新たな病院を建設中である。外来患者数は約 1,000 人／日。専門医 150 人のほとんどが他病院との掛け持ちである。同院は、心臓病治療で有名な病院であり、耐容試験、非侵襲ラボ（冠血管造影、経皮的冠動脈形（PTCA）、ペースメーカー埋め込み等）、CCU（8 床、私立病院最高レベル）を完備している。現地トップクラスの私立病院であること、公立病院と比較し設備が非常に充実していることが確認できた。

日本の心臓病専門医との交流もあり、心臓病治療においては日本製品を頻繁に使用している。日本製品は欧米製品と比較して購入しやすい価格であり、品質も信頼できるが、トレーニングの充実や、分割払いや従量課金モデル等、新たなファイナンスの仕組みを推進するとよいのではないかとの意見があった。

ラウンドテーブルの後、病院見学も行った。見学時間がやや短い中、参加企業が個別面談を申し込む等、積極的な売り込みを行っていた。

図表・26 ARH 訪問の様子





救急部門見学

病院外観

出所) MEJ 撮影

④ヤンゴン総合病院（YGH）訪問

国内最高峰の国立病院であるヤンゴン総合病院（Yangon General Hospitals、以下「YGH」）において、救急治療および生活習慣病・がんの早期発見に関する日緬間の実現可能な連携に関する意見交換を目的としたラウンドテーブルを実施するとともに、救急医療および臨床検査を見学し、現状と課題・ニーズ把握を行った。官民ミッションとしては3年連続の訪問である。

YGHは2,000床を持つ国立最大の病院である。三次医療を担うティーチングホスピタルであり、24の専門科を有する。816名の医師、362名のレジデント、1,243名の看護師が働いている。入院患者数は年々増加しており、2008年には25,740名（97.92名/日）だったが、2015年には76,907名（210.7名/日）に達している。入院患者の84%が救急部門から、残りの16%は外来診療部門から入ってくる。

ラウンドテーブルでは、YGHからは、Senior Medical SuperintendentのDr.Aye Ko Koをはじめ、8名の医師およびスタッフが参加した。日本側からは、日本人間ドック学会の鏑木先生が日本の予防医療についてプレゼンテーションを行った後、参加企業が各企業紹介・製品紹介を行った。また、MEJよりYGHへ、日本の蘇生トレーニングコース（ICLS）導入に関する協力提案を行い、関心が示された。

ラウンドテーブル後、病院見学を実施したところ、多くの日本製医療機器が導入されていた一方、一部不具合等により使用されていないものが見受けられ、メディカルエンジニアの必要性が強く感じられた。

図表・27 YGH 訪問の様子



ラウンドテーブルの様子

YGH側プレゼンテーション



出所) MEJ 撮影

⑤MEJ セミナー

「がん・生活習慣病の検診と治療」をテーマに、日本の医療技術・サービスの認知度向上、導入促進を目的としたセミナー、企業展示を行った。会場は Parkroyal Hotel Yangon である。セミナーへの参加者は 167 名（ミャンマー側 133 名、主催者側 34 名。ミャンマー側の内訳：MOHS10 名、医療機関 73 名、その他 50 名）。

経済産業省ヘルスケア産業課国際展開推進室 笹子室長、在ミャンマー日本大使館 船井一等書記官、MOHS の Department of Medical Research の Dr.Kyaw Zin Thant から冒頭の挨拶がなされ、MEJ 山本理事長による MEJ 活動紹介の後、日緬 5 名が登壇し、講演を行った。

岡山大学木股先生から、「医学教育強化プロジェクトとメディカルエンジニア育成の必要性について」と題した講演が行われ、a) 千葉大学、新潟大学、金沢大学、岡山大学、長崎大学、熊本大学が参加する医学教育強化プロジェクトが進んでいること、b) ミャンマー側から医師を日本に受入れ、知識の移転を行い、現地で指導ができる医師の育成を図っていること、c) 医学教育強化プロジェクトを通して機器のメンテナンス不足の課題（最新医療機器、寄付された医療機器の半分が稼働していない、もしくは正しい使い方をされていない）を認識したこと、d) メディカルエンジニアの育成は喫緊の課題であること等の医学教育強化プロジェクトの概要とそれを通して得られた、ミャンマーの医療レベル向上のための課題が述べられた。

次に複数の医療関係者からの出資により、ユニバーサル・ヘルス・カバレッジ（UHC）を実現することを設立目的とした Golden Zaneka Public、Prof. Kyaw Myint Naing から「メディカルエンジニア育成学校設立について」の講演が行われた。同社が 2014 年に大阪滋慶学園のサポートにより 1 年コースのメディカルエンジニア育成プログラムを作成し専門学校の設立を進めていることと、ミャンマーの公立病院、私立病院の双方がパートナーシップを組みメディカル

エンジニア制度を構築していくことの重要性が説明された。

次に、University of Medicine の Dr. Khine Shwe Wah から、「ミャンマーの救急医療の将来プランについて」の講演が行われ、a) 2012年に救急医学 (Emergency Medicine、以下「EM」) の Diploma コースがつくられ、2013年にはヤンゴン総合病院 (YGH)、マンダレー総合病院 (MGH)、ネピドー総合病院 (NPT) で救急医療部門を設立したこと、b) EM サービスとして現在、24時間のCT診断、超音波診断、放射線診断、ラボ、救急専門医の対応を無料でやっていること、c) 政府として救急医療 (Emergency Medical Service、以下「EMS」) 体制を2013年から整備し、2016年には15%の患者が救急車を利用していること、d) 2017年から救急救命士の学校開設および地域での救急医療のトレーニング等を行い、2020年に全国にEMSシステムを拡大すること等、現状と将来プランが発表された。

さらに東京医科大学の織田先生から、「社会システムとしての救急医療の必要性について」の講演が行われ、a) 救急治療では (通常の医療行為とは異なり) 不確実性の中での意思決定が必要なこと、b) 初期段階で救急医が患者全体を見て治療方針を決めることが低コスト・高効果につながること、c) 日本では救急医が初期対応から治療までの全てのプロセスを担当するためチーム医療が鍵となること、d) 救急救命にはプレホスピタルケアが非常に重要であり、日本では日本救急医学会が作った ICLS (蘇生トレーニングコース) を広めていること等が発表された。

最後に日本人間ドック学会の鍋木先生から、「日本の予防医療システムについて」の講演が行われ、a) 予防医療システムは国民の健康長寿に資すること、b) 人間ドックは被験者に対し、快適・正確・迅速に検査結果を提供すること、c) 予防健診車により、どこでも人間ドックを行うことが可能となること、d) 予防医療システムは、国全体の医療費や健康関連支出の削減に寄与すること等が説明された。

特に、ミャンマー側2名の講演においては、会場から積極的かつ厳しい質問・意見が投げかけられた。いずれの意見も、ミャンマーにとってメディカルエンジニアの育成や、救急医療制度の確立は喫緊の課題であり、官民一体となつての推進が必要との議論につながるものであった。ミャンマーで関心の高いメディカルエンジニア育成の分野では、ミャンマー側の官民が一体となった制度づくり、人材育成について議論と方向性の合意が成される等、非常に有意義なセミナーであった。救急医療に関してのミャンマー側の課題と今後の方向性がセミナーを通して確認でき、企業活動につながる内容であった。

一方、多くのミャンマーの医療関係者にセミナーへ参加いただいたが、企業ブースを見学する人数は少なく、ブースへの誘導策を作る等、集客施策が課題とされた。

図表・28 セミナー概要

タイトル	MEJ Medical Seminar - Diagnosis and Treatment of Cancer, Hypertension and Heart Disease -
日時	2016年12月9日(金) 8:30~14:30
場所	Parkroyal Hotel Yangon
主催	METI、MEJ
企画	MEJ
後援	MOHS、日本大使館、JICA、JETRO
参加者数	167名

出所) MEJ作成

図表・29 セミナープログラム

時間	内容
8:40~9:10	【Opening Remarks】 ・経済産業省 ヘルスケア産業課 国際展開推進室 笹子室長 ・在ミャンマー日本大使館 船井書記官 ・Dr. Kyaw Zin Thant, Director General, Department of Medical Research, MOHS
9:10~9:20	【Introduction】 ・MEJ 山本理事長
9:20~9:30	【Photo Session】
9:30~10:00	Lecture1: The Project for Enhancement of Medical Education (PEME) and the Necessity of Human Resources Development in Medical Engineering ・岡山大学 形成再建外科学 木股教授
10:00~10:30	Lecture2: Collaboration between Osaka Jikei Collage (Japan) and GZP(Myanmar)for Establishment of Medical Engineer School ・Prof. Kyaw Myint Naing, Golden Zaneke Public, Co., Ltd.
10:30~10:45	Coffee Break
10:45~11:25	Lecture3: Future Plan of Improvement Emergency Medicine in Myanmar ・Dr. Khine Shwe Wah, University of Medicine
11:25~12:05	Lecture4: Why Do We Need to Have a Social System for an Emergency Medical Service? -Necessity for Strategic Reconsiderations of Medical Care Provision- ・東京医科大学 救急・災害医学分野 織田准教授
12:05~12:45	Lecture5: Preventive Health Care System in Japan -Early Management of Non-Communicable Diseases and Cancer- ・日本人間ドック学会 鏑木国際委員
12:45~13:00	【Closing Remarks】
13:00~	Buffet Lunch & Exhibition

出展企業：オリンパス、サクラファインテックジャパン、シスメックス、テルモ、日本光電工業
パナソニックヘルスケア、日立製作所、富士フイルム、

出所) MEJ作成

図表・30 MEJ セミナーの様子





Prof. Kyaw Myint Naing (GZP)



Dr. Khine Shwe Wah (University of Medicine)



織田先生 (東京医科大学)



鈴木先生 (日本人間ドック学会)



キーパーソンには個別に展示をご案内



地元 TV の取材を受ける MEJ 山本理事長



集合写真

出所) MEJ 撮影

⑥Ministry of Health and Sports (MOHS) ラウンドテーブル

ミャンマーの医療政策への理解を深め、協力関係ができる分野を探ることを目的に、ミャンマー保健・スポーツ省(MOHS)とラウンドテーブルを行った。MOHSからは、メディカルリサーチ部門(Department of Medical Research)のDirector Generalである、Dr.Kyaw Zin Thantが参加し、ミャンマーの保健政策、重点分野等について説明がなされた。

Dr.Thantからは、a)国民への医療教育の浸透、b)予防医療施策の推進、c)公的医療サービスの創出が重点分野として挙げられ、保健予算も2014年度から続けて増額されているとの説明があった。また、日本の医療機器、技術への高い信頼が示され、より一層協力関係を強化していくことで一致した。特に画像診断分野、遠隔診断、予防医療への強い関心が示されたこともあり、今後も引き続き、協議の場を設定していくことで合意した。

図表・31 MOHS ラウンドテーブルの様子



出所) MEJ 撮影

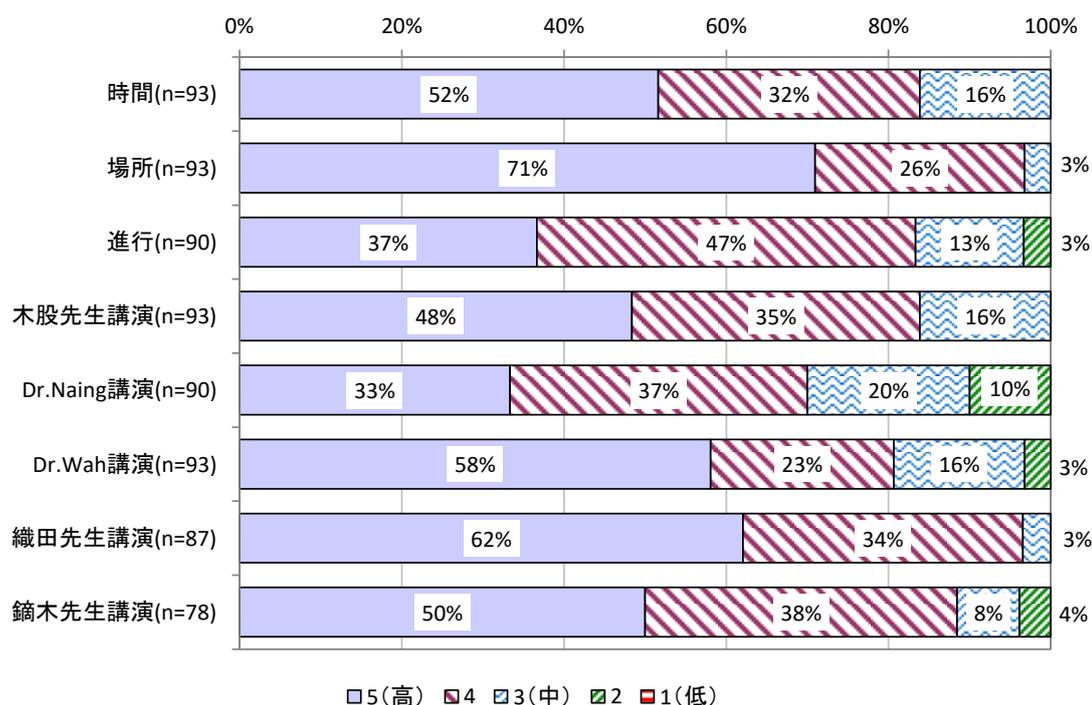
(4) ミッション参加者の評価・意見(アンケート結果より)

① セミナー参加者による評価・意見

セミナー参加者向けには、セミナー会場にてアンケート調査を実施した。回収数は93件。一般的に高い満足度が得られている。

セミナーの企画・運用面への評価をみると、時間、場所、進行については、満足(満足度4、5)との回答が8割以上となっている。また、各講師の講演の評価をみると、総じて評価は高いと言えるものの、特に救急医療に関する講演への評価が高く、関心事項であることが示唆される。また、日本の講師への評価も総じて高く、日本の医療への関心の高さがうかがえる。

図表・32 セミナーの満足度(参加者による回答)



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

出所) MEJ作成

ミャンマーの医療における最重要分野、および将来における日緬両国による医療連携を期待する分野を尋ねた自由回答結果からも、救急医療、人材・教育への意見の多さが顕著となっている。

図表・33 ミャンマー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
救急医療	● 救急医療システムの充実
人材・教育	● 人材育成に向けた教育研修の充実 ● 若手医師の確保・育成に向けた体制整備
その他	● プライマリケアの充実 ● 最新のチーム医療の導入に向けた意識改革 ● 財政面での充実 ● 適切な医療保健システム構築に向けた法制度の充実

出所) MEJ作成

図表・34 緬日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
救急医療	● 救急医療分野での連携（診療経験の共有、技術研修等）
人材・教育	● 公的な教育訓練制度の構築、奨学金制度の整備等 ● 高度研修、技術研修の充実
その他	● 病院管理能力の向上、医療 IT の導入 ● 公的病院のみならず民間病院との連携強化

出所) MEJ 作成

②ミッション参加企業による評価・意見

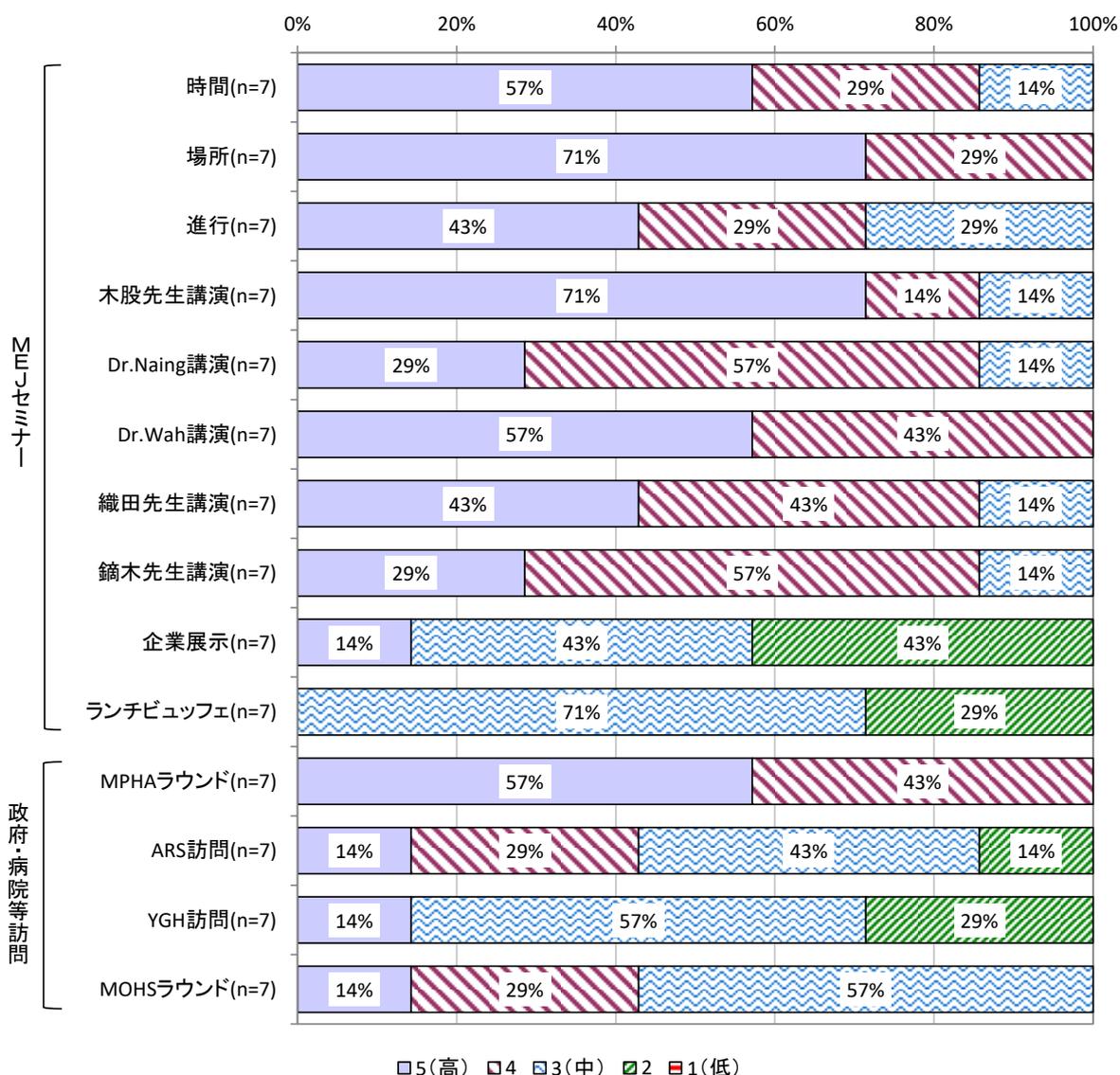
本ミッションに参加した日本企業からもアンケート調査方式による満足度評価を得た。回収数は7件であった。

セミナーの時間・場所、進行に対する満足度は総じて高めであった。講演内容についても、日本側からチーム医療や人材育成の重要性、救急医療の現場等が伝えられるとともに、ミャンマー側の現状と課題について理解できる場となり、比較的高い満足度を得ている。

ただし、企業展示・ランチビュッフェに対する満足度は低めとなっている。その要因として自由回答からは、ブースに人が流れず、場所や誘導に関する工夫が必要との意見が寄せられた。また、病院や政府への訪問・ラウンドテーブルについては、私立病院協会訪問の満足度が高くなっており、同協会からの日本製品・システム等への関心・意識の高さおよび具体的事業につながる可能性がその要因として挙げられている。一方、満足度が低かった訪問については、先方の関心の薄さ、先方からの説明が中心となる等一方通行的な進行が課題として挙げられている。

日緬連携が進展するための仕組み等については、両国医療機関間の人材交流促進（研修生受入、講師派遣）制度を短期間に集中して大規模に行うことでミャンマーとの医療連携促進に寄与するとの意見、安倍首相が今後5年間で8,000億円の対緬投資を行う方針を掲げたのを受け医療分野への相当規模の投資を行うことに対する期待等が示された。

図表・35 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

ミッション後のフォローアップとして、下記等を継続して実施している。

① ミャンマー私立病院協会(MPHA)とのMOU締結

MPHA と MEJ の間で相互に情報交換を行い、MEJ 会員企業への有益な情報の提供および今後の共同事業に関する検討を行うことを目的に、MEJ と MPHA の間で MOU を締結した。主な内容は下記の通りである。

1. ミャンマーと日本の医療・ヘルスケア事業に関する情報を共有する。
2. 医療およびヘルスケアに関連する共同イベントおよびセミナーの開催を検討する。
3. 両者の今後の協力に関してディスカッションを継続して行う。

②救急医療のトレーニングプログラム作成にむけた検討

ミャンマー官民ミッションのフォローとして MEJ 会員企業を巻き込み、日本救急医学会とともに救急救命の基盤づくりのためのトレーニングプログラムと、救急搬送のシステム化の具体的な提案の検討を進めている。

③日本の医療機器導入に対する関心度アップ

ミッションをきっかけに YGH から次回の入札機器の検討用に日本製機器のリスト（カタログ）の送付の依頼を受け、MEJ で各企業分のカタログをとりまとめ送付した。

(6)成果と課題

本ミッションからは多くの成果を得ることができた。私立病院協会の幹部メンバーとのラウンドテーブルの実施により、日本企業がコンタクトできていなかった私立病院へのコンタクトにつながった。参加企業の評価も非常に高くミッション後の個社の商談も進んでいる。MEJ としても MOU の締結について協議を進めることに合意し、私立病院協会との関係を強固にする機会を得た。また、MEJ セミナーには約 170 名が参加。日本の医療の認知度向上、人脈構築等、成果を得た。セミナーを通じて、メディカルエンジニアの育成に関するミャンマー側での相互理解が進み、PPP 等による人材育成の機運を高めることができた。さらに、MOHS トップ層の一員である Dr.Kyaw Zin Thant との関係を構築できた。MEJ から、ミャンマーでの協業提案を行う旨を打診し、早い段階で提案と継続的議論を行うことを相互に了解した。

一方、課題としては、YGH ラウンドテーブルにおけるプログラム変更（講師体調不良による欠席のため）、MOHS のネピドーからの招聘者の欠席等、直前での予定変更により、ミャンマー側にこちらの意図が十分伝わらないまま進むプログラムがあった。直前に変更等があった場合はミャンマー側の参加者に、ミーティング前に背景、変更点等を説明し理解を求めるべきであった。また、セミナーの参加者数に対して、個々の企業ブースを訪問する人数が少なく、ブース集客の施策も必要であった。具体的な成果を早期に作るためには、訪問先の選定と協議テーマの設定に当たり、よりターゲットを明確にするディスカッションが参加企業と必要であると感じられた。

4)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会合が開催され、世耕経済産業大臣参加のもと、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。その中でサウジアラビア保健省（Ministry of Health、以下「MOH」）から経済産業省に対し、日本の医療等を紹介するセミナーを開催してほしいとの要望があった。

上記の背景から、同国との協力関係を強化し、医療関連ビジネスを拡大する好機と判断し、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。今年度のミッションではビジネススペースで何ができるか、事業展開の可能性を検討し、これを契機にサウジアラビア医療市場への参入を図っていく。サウジアラビアは、民間企業が個社では入り込みにくい国であることから、官民連携の取組を行うには適した国であると言える。

【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、長期目線での民営化準備のため、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、専門家等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、がん等の慢性病については、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）

- ・ 医療部門の企業化を検討中。
- ・ 「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、国有企業同士およ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。

サウジアラビアでは、循環器疾患が死因のトップを占め、がんも上位にランキングする等、生活習慣病が全死因の8割弱を占める（2014年）。また、交通事故による死亡も増加している。

(2)テーマと実施方法

2017年2月、MOHのDr.Mansour Saleh Alyami 教務・研修局長らが日本の医療を視察するために3日間の日程で訪日することとなり、この機会を生かし、日本の医療関連企業の紹介および意見交換を行うこととした。本ミッションの目的を「今回のネットワーキングをきっかけに、MOHとの関係を構築し、将来的なビジネスチャンスを創出する」とし、今後のビジネス創出につなげるためMOHとの関係構築を図った。

なお、事前にJETROからサウジアラビアの経済・医療概況についてブリーフィングをしていただいた。

(3)実施概要

本ミッションの実施概要は下記のとおりである。

- 日時：2017年2月17日（金）
- 場所：帝国ホテル東京
- 目的：今回のネットワーキングをきっかけに、MOHとの関係を構築し、将来的なビジネスチャンスを創出する
- 訪日メンバー：サウジアラビアより下記3名
 - ・ Dr. Mansour Saleh Alyami：保健省 教務・研修局長（General Director, General Directorate of Academic Affairs and Training, MOH）
 - ・ Dr. Fahmi Mohammed Al-Senani：キングファハド医療都市 教務・研修事務局長（Executive Director of Academic and Training Affairs, King Fahad Medical City）
 - ・ Dr. Mohammed Al-Harbi：保健省 糖尿病センター管理長（Head of Diabetes Centers and Units Administration, MOH）

図表・36 サウジアラビアミッションの実施概要

日程	時間	スケジュール
2017 2/17（金）	9：30～9：40	開会挨拶（経済産業省）、開会挨拶（MOH）
	9：40～9：50	MEJの活動について
	9：50～10：54	参加企業プレゼンテーション①
	10：54～11：10	休憩
	11：00～11：42	参加企業プレゼンテーション②
	11：42～12：00	質疑応答
	12：00～12：05	写真撮影
	12：05～12：30	祈りの時間
	12：30～14：20	ネットワーキングランチおよび企業展示
	14：20	閉会挨拶（MEJ）

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】

経済産業省、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、テルモ、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、三井住友銀行、メディヴァ、リベルタス・コンサルティング、MEJ

①ラウンドテーブル（企業プレゼンテーションおよび質疑応答）

サウジアラビアから訪日した3名とのラウンドテーブルを実施し、日本側からは、経済産業省、MEJ 会員企業13社およびMEJが出席した。

経済産業省ヘルスケア産業課 国際展開推進室笹子室長、MOHのDr. Alyami 教務・研修局長からの開会のご挨拶の後に、各企業が8分間のプレゼンテーションを行った。プレゼンテーションでは、企業概要、取扱製品、サウジアラビアでの活動・将来の事業構想等を説明した。サウジアラビア側からは、企業のプレゼンテーションに対する質問や意見が多数述べられた。

質疑応答（25分間）では、企業からサウジアラビア側へ積極的な質問が出た。サウジアラビアの医療制度やMOHのニーズに関する質問が多く、活発な質疑応答がされ、相互の理解を深めることができた。

MOHからは、日本企業に対し、日本の医療制度、製品、専門性等についてサウジアラビア内でのプロモーションを強化してはどうかという提案があった。また、参加した日本企業からは、入国ビザ取得や通関について改善の要望が伝えられた。

図表・37 ラウンドテーブルの様子



出所) MEJ 撮影

②ネットワーキングランチ・企業展示

午前中の企業プレゼンテーション・質疑応答に続き、より深い関係構築のためにネットワーキングランチを開催した。日本側からは経済産業省 吉本商務情報政策統括調整官が加わり、日本とサウジアラビアの政府間、MOH と参加企業間で交流を深めた。

同会場にて、島津製作所、テルモ、パナソニックヘルスケア、東芝メディカルシステムズ、日立製作所の5社が企業展示を行った。MOHの3名は製品や製品導入時のトレーニングについて熱心に質問をしていた。

図表・38 ネットワーキングランチ・企業展示の様子



出所) MEJ 撮影

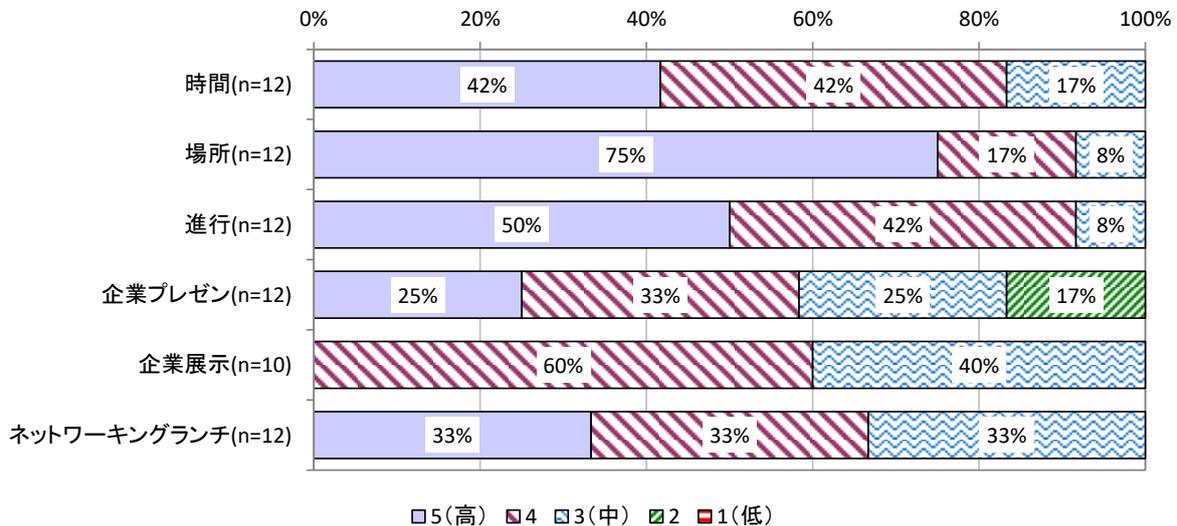
(4) ミッション参加者の評価・意見(アンケート結果より)

本ミッションに参加した日本企業に対しアンケート調査を実施した。回収数は12件であった。セミナーの時間、場所、進行に対する満足度は総じて高めであった。企業プレゼンテーション、企業展示については、約半数が満足(満足度4、5)と回答している。予めプレゼンフォーマット等を共通化することにより、プレゼンポイントが絞られていたこと、全社のプレゼンにまとまりがみられたこと等が評価された。一方で、テーマ、分野を区切ってメリハリをつけた方がよいとの意見もみられた。ネットワーキングランチへの満足度も比較的高かった。企業展示については、展示をした企業からは高い評価を得た。

自由にコミュニケーションがとれる雰囲気の中、参加企業とサウジアラビア側参加者の間でQ&Aや直接対話を行う機会が与えられたことにより、各社の取組状況、課題・障壁(ビザ、税関等)等をサウジアラビア側に伝えることができたとともに、サウジアラビア側が抱える課

題やニーズを把握でき、また各社に対するコメントも得られたこと等が評価された。一方で、事前に関心項目や質問項目を相互に交換した上で、回答を用意し合えるようになれば、さらに効果が高まるとの意見が複数あった。

図表・39 ミッションの満足度（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、それぞれの満足度を調査した。

出所) MEJ作成

(5)成果と課題

本ミッションの成果としては、ラウンドテーブルやネットワーキングランチにおける活発な質疑応答・交流により、相互理解・関係構築につながり、今後のビジネス展開の足掛かりが得られたことが挙げられる。また、研修分野において医師と看護師の研修を重点項目として挙げていることが分かり、MOHのニーズを理解することができた。さらに、各企業からのプレゼンテーションを通して日本の医療機器やサービスの認知度向上につながった。

一方、今後の課題としては、日本の医療（製品、サービス、企業等）に対する理解度や認知度をさらに向上していくことが挙げられる。今回構築したネットワークを強化していくこと、および日本とサウジアラビアとの人的ネットワークを拡張していくことが重要である。

2-4. 官民ミッション実施後の評価・検証・フォローアップ

以下に、今年度の官民ミッションについて総括的に振り返るとともに、次年度以降に向けての課題、踏襲すべき点等について整理する。

1) 全体評価

今年度実施した3か国における官民ミッションでは、対象各国のフェーズ (Hop, Step, Jump) を意識し、派遣・招聘の両ミッション手法を織り交ぜながら、事前準備・事後フォローにより各国のニーズを十分に確認・対応しながら、周到にミッションを進めた。また、各ミッションでは、参加企業に発表の時間を用意し、企業 PR の場を設けた。

情報収集については、対象国側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、JICA、JETRO 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。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、官民ミッションならではの具体的な情報・意見収集をさらに追求していくことが重要である。また、日本企業にとって、現地医療機関のオペレーションを見学する機会は大変有益であるため、見学対象・時間をさらに充実していくことも必要である。

日本の医療の認知度向上については、特にセミナーにおいて、関係者の期待に沿った集客動員を実現した。その結果、現地の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。また、今年度は学会として継続的に協力いただけるよう、官民ミッションへの協力依頼を学会に対して行い、学会に医師の選定を依頼した。セミナーは、日本の医療に関する認知・期待の増加に一定の貢献をなしたと言えるが、これを今後どのように継続し、具体的な取組へと展開していくかが課題である。

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と、ミッション参加者である日本の企業・医師等との効果的な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は、官民ミッションの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注力した、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ることが重要である。

事業化・プロジェクト化については、対象国側からいくつかの具体性のあるプロジェクト展開方法が提起されたこと、ミッション参加企業の中で具体的提案への検討が進められ、一部商談等が始まっていること等から、対象国における日本の医療の展開における新たな動きの胎動に、本ミッションが一定の貢献をしたと評価している。今後、事業化・プロジェクト化に向けたこの流れをどのように具体化できるかが、官民ミッションの最重要課題である。

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、人的ネットワーク、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内容を次表で概観する。

図表・40 各国の官民ミッションにおける成果一覧

対象国 (テーマ ／開催回数)	目的の達成状況・成果				主な準備・工夫事項
	主に得られた現地情報 (ニーズ・課題等)	認知度向上の状況	主に構築できた 人的ネットワーク	事業化・ プロジェクト化の芽	
フィリピン (がん・生活習慣病 の診断と治療 ／2回目)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 現地基本情報（疾病構造、保健システム、保険制度、保健予算、市場概況、日系企業等） ・ 新政府の医療政策概要 ・ 経済政策、投資環境等 ・ 税収増による医療機器の購入意欲の高まり ・ 病院の機器等整備状況、 ・ 日本製品への信頼感、アフターサービスの不足感 	<ul style="list-style-type: none"> ・ セミナーには DOH、DTI、医療従事者等 152 名が参加。がん・生活習慣病について高い関心がみられた。 ・ 講演内容につき、参加者からの高い評価を得た。 ・ 日本の内視鏡技術、がん対策、循環器系疾患対策等をアピールできた。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 新保健大臣との面談 ・ PGH との関係強化 ・ 国立・私立の有力病院の幹部との関係構築 ・ BOI、HIMAP 等経済産業分野の官民機関との関係構築 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 新規代理店契約につながった。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ BOI、HIMAP 等経済産業分野の官民機関との関係構築
ミャンマー (救急医療体制・整備、 生活習慣病・がん の早期診断、 メディカルエンジニアの育成 ／3回目)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 現地医療機関の課題（保健政策、医療システム、保険制度、公立病院予算・調達、ODA 案件等） ・ 私立病院ニーズ（インフラ整備、人材育成、ICT 等） ・ 病院の機器整備状況等 ・ 救急医療の現状・課題、将来プラン、日本への期待 ・ メディカルエンジニア育成の現状と課題 ・ MOHS の保健政策、重点分野、保健予算等 	<ul style="list-style-type: none"> ・ セミナーには MOHS、医療従事者等 167 名が参加。日本・ミャンマーのメディカルエンジニア育成、救急医療、生活習慣病に関する現状に高い関心が示された。 ・ セミナー参加者からは、特にメディカルエンジニア育成、救急医療に関する高い関心が示された。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 私立病院協会幹部との関係構築 ・ MOHS との関係強化 	<ul style="list-style-type: none"> ・ YGH が日本企業の製品に興味を示し、機器・機材カタログを要望。 ・ ミャンマーの救急インフラの構築に向けたトレーニングプログラム作成。（構想中） ・ 官民連携によるメディカルエンジニアの育成プロジェクト。（構想中） 	<ul style="list-style-type: none"> ・ ビジネスに直結する私立病院等との面談プログラムの企画。 ・ ラウンドテーブルを中心としたプログラム作り。 ・ セミナーにて、経済産業省が支援した現地プロジェクトのプロモーションの実施。（メディカルエンジニア育成学校）

対象国 (テーマ ／開催回数)	目的の達成状況・成果				主な準備・工夫事項
	主に得られた現地情報 (ニーズ・課題等)	認知度向上の状況	主に構築できた 人的ネットワーク	事業化・ プロジェクト化の芽	
サウジアラビア (ネットワーク 構築／初回)	<ul style="list-style-type: none"> 日本製品の認知度の低さ 現地保健省のニーズ（医師・看護師研修等の領域での連携、日本の医療・製品の紹介、連携に向けた会合の継続、投資促進等） 病院民営化、PPP 促進への流れ 	<ul style="list-style-type: none"> サウジアラビア側に日本の医療制度・技術・製品・専門性等の優位性を認識いただいた。 サウジアラビア側から、認知度向上のためにプロモーション活動の強化への提案がなされた。 	<ul style="list-style-type: none"> MOH の教務・研修局長、キングファハド医療都市教務・研修事務局長、MOH 糖尿病センター管理長との関係構築 	<ul style="list-style-type: none"> 日本とサウジアラビアとの間のネットワークの深化・強化 	<ul style="list-style-type: none"> 参加企業から事前に質問を集め、サウジアラビアに送った。 企業プレゼンを効率化するためにテンプレートを MEJ で用意し提供した。

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・検証として、成果に結びついた取組と、課題となった事項の双方について記載する。

まず、成果に結びついた取組としては、a) 事業に直結しやすい相手との面談機会の増加、b) 対象国の経済産業政策担当機関との意見交換の充実、c) ミッション前現地情報ブリーフィング機能の充実＝JICA/JETRO 等との連携強化、d) 学会と連携したセミナー講師の選定、講演内容の検討、e) ニュースレター、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、f) ディスカッション時間の十分な確保、g) 日本の医療の導入への意識が高い病院や関係者、意思決定権限者（キーパーソン）とのコンタクト、h) 事業創出に向けた政府機関との議論、等の点が指摘できる。

(1)事業に直結しやすい相手との面談機会の増加

フィリピンミッションでは、11 病院を経営する MPIC の子会社である MPHJ の購買部門とのミニ商談会を実施した。また、ミャンマーでも、私立病院協会の幹部に対する日本企業のプレゼンテーション機会を設けた。これらは、短期的に事業に直結しやすい相手とのコネクション形成、ビジネス機会の創出を狙って行った活動であり、参加企業からの評価も高い取組となった。このよう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。

(2)経済産業政策担当機関との意見交換の充実

フィリピンミッションでは、経済政策や投資環境等の理解を深める目的で、DTI の下部組織である BOI とのラウンドテーブルを実施した。また、ミッション自体は中止となったがタイミッションにおいては、BOI と、①医療・ヘルスケア分野のタイへの投資に関する情報交換、②日本・タイにおけるイベント等への相互協力、③医療・ヘルスケア分野での持続的・互恵的協力の支援・促進等に関する MOU を締結した。

医療ビジネスの国際展開を図る際には、医療保健分野とともに、経済産業・投資分野に関する理解が重要との認識の下、今年度ミッションにおいては、経済政策・投資政策等を担当する機関との意見交換の場を創出している。これにより、医療分野における産業ロードマップの内容、投資促進に向けた支援施策等の情報を収集し、ミッション参加企業による事業展開の検討等に資するよう努めた。

(3)ミッション前現地情報ブリーフィング機能の充実＝JICA/JETRO 等との連携強化

従来の JICA の協力に加え、今年度は JETRO のサービス産業部ヘルスケア産業課からの協力を得て、連携を強化し、ミッション渡航前に、国別分科会等の場において、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いただくことにより、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。今後は、第 1 回分科会やミッション対象国の選定期等、早期から JICA/JETRO 等の関係機関との情報交換を行い、ミッションの効果的運営に生かしていくことが重要と考える。

(4)学会と連携したセミナー講師の選定、講演内容の検討

産官学医の連携の重要性が指摘される中、官民ミッションにも学・医からの強力な支援をいただくことを目指し、セミナーの講師選定、講演内容の検討等において、学会の協力・検討・推薦を仰ぐ取組にも着手した。また、MEJ 側からはセミナーの主旨、集客者層、企業展示の方法等を説明の上、講演内容がアカデミックに偏り過ぎない旨の配慮を依頼する等、意思疎通を密にした。この取組もあり、日本側講師の講演内容に関するセミナー参加者の評価は、従来にも増して高まったと評価している。今後さらに、官民ミッションの事前における現地調査の段階から学識経験者等の協力を得て、現地医療の課題、必要な取組等について専門家の視点から示唆をいただくことが望まれる。

(5)ニュースレター、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、従来に引き続いて、ニュースレターの形式で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・機関も少なくない。

(6)ディスカッション時間の十分な確保が必要

ミッション参加者からは、セミナーにおいては講演のみならず質疑応答やパネルディスカッション等による意見交換を、病院訪問においては見学のみならず面談や情報交換を、ラウンドテーブルにおいては説明のみならずディスカッションを、というように双方向での議論・検討を望む声が多くみられた。他方、多くの参加者が列席する場合は、必ずしも自由闊達な質疑やディスカッションが行われやすいとは言えないとの意見もみられた。これらの意見に沿って、ミッションプログラム全体を見直していく必要がある。

(7)日本の医療の導入への意識が高い病院や関係者、意思決定権限者とのコンタクトが重要

よい成果を生み出すためには、面談する現地側病院関係者が日本の医療や製品に対する関心を持ち合わせていることが重要である。また、日本の医療・製品の導入に向けた意思決定権を担う方々と面談することが重要である。今年度も事前訪問の実施により、最適な訪問対象者の選定に注力したが、さらにこの取組を強化する必要がある。今後は、大病院、有名病院のみならず、日本の先端医療に関心の高いキーパーソンに対し、いかにコンタクトできるかが課題である。

政府機関の政策担当者についても同様であり、意思決定権限を有する方々にコンタクトし、日本の医療の先進性・有効性・優位性等を体感してもらうことが重要である。その意味から、派遣型ミッションで現地に運び入れできる機器等を紹介することに加え、招聘型ミッションにより、運用・アフターサービスも含めて機器・システム・サービス・人材が有機的に連携し、稼働している様子を視察してもらう機会を増やすことも重要である。

(8)事業創出に向けた政府機関との議論が重要

既述のように、ミッション渡航前にJETRO等によるブリーフィングを充実させたことにより、ミッション渡航直後の現地でのJICA/JETROとの意見交換会との役割分担があいまいになったことが反省点として挙げられる。対策として、ミッションの最終日に、日本大使館/JICA/JETRO等との会合を行い、ミッションでの視察・経験も含めて、今後のビジネス組成やODA等の事業をどのように連携できるかの意見交換を行うことも有効と考える。

3)来年度以降の方向性・戦略

以上の評価・検証内容を踏まえ、来年度以降の官民ミッションに必要と思われる事項を以下に整理する。全体的には、官民ミッションの最終目標である、対象国における事業化・プロジェクト化に結び付けていくための施策強化が重要と考えている。

(1)短期的ビジネス展開への取組拡充

短期的な事業・ビジネス展開を促進するに際して、豊富かつ柔軟な予算およ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が重要である。今年度ミャンマーミッションで実現したように、私立病院の経営層等を対象とした商談会ともいべき機会を設定し、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。

さらに、官民ミッションの実施前に、現地病院の医療機器、医療ICTへのニーズの把握に努め、これをミッション参加企業と共有し、戦略的アピールを促進する活動を充実させる必要がある。このようなビジネスマッチングにはシーズ・ニーズに関する情報が一定程度得られること、マッチングを担う人員と時間が必要となることから、その実現性についての検証も必要である。

(2)中長期的プロジェクト展開への取組強化＝国プロ等獲得に向けた小ミッションの検討・試行

国主導による大規模プロジェクト等への国際参加に向けては、一企業による取組には限界があり、日本の多様な製品・サービスを組み合わせた事業構想と取組が不可欠であり、そのためのチーム形成、案件形成の場が必要とされている。特定の国の特定の医療分野にニーズがあると判断できる場合には、官民ミッションの取組の中で、関心を有する企業間のチーム形成や、アカデミアとの連携促進等を行い、相手国の医師・病院・学会等へのアプローチをしやすくした上で、案件形成を支援する等の方法が考えられる。

このような小規模かつ特定分野にフォーカスした活動を“小ミッション”として展開し、中長期的視野で大規模プロジェクトを形成する活動の強化を検討していく時期にあると思われる。

(3)招聘型ミッションの積極採用

政策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、日本の医療の先進性・有効性・優位性等を体感してもらう取組が重要である。その意味からは、訪問型ミッションにより現地に運び入れできる機器等を紹介することに加え、招聘型ミッションにより、実運用・アフターサービスも含め機器・システム・サービス・人材が有機的に連携し、稼働している様子を目の当たりにしてもらうことも重要である。昨年度のバングラデシュミッション、今年度のサウジアラビアミッションでも、招聘型ミッションの有効性が示唆されており、その機会を増やしていくことを検討する余地がある。

官民ミッションでは、“Jump”段階を終了した国（ポスト“Jump”国）への対応指針が課題とされているが、インドネシア、ベトナム等、すでに官民ミッションを3回実施した国、将来に向けての有望国についても、改めて招聘型ミッションの対象とすることで、事業化・プロジェクト化への道筋をさらに明確にしていくことも考えられる。

(4)フォローアップの充実

官民ミッションで、今後の展開可能性ありと判断されたテーマ・案件について有効な提案が行えるよう、フォローアップ体制・プロモーション活動の強化を図ることが特に重要である。

また、一か国一年に一回という現状のミッション実施パターンを適宜見直し、一か国に一年数回訪問する等、集中的に実施することで、短期間により多くの政府関係者、国立・私立の医療機関関係者との関係を構築し、日本の医療技術を売り込んでいくことにも検討の余地がある。

(5)ミッション内容検討過程への企業関与の増大

事業・プロジェクトの形成に向けては、ミッション参加企業の主体的な取組が不可欠である。そのため、官民ミッション官民連携WGおよび各国分科会において、企業の意見をより取り入れやすい体制を構築することも検討の余地がある（官民連携WG委員長、分科会主催等のポジションを企業参加者に担っていただく等）。そのような体制で、ミッションの内容・方法等を検討することにより、ミッションの活性化につながることを望ましい。

第3章 産官学医連携体制の強化

3-1. 背景および目的

1)背景および目的

医療の国際展開の推進に向けては、医療界と産業界の連携が不可欠である。しかし、その重要性を認識しつつ、医療機器の取引の公正と自由な競争秩序を維持することも求められ、一般社団法人 日本医療機器産業連合会（以下、「医機連」）では、適正な事業活動を推進するため、倫理綱領、企業行動憲章と実行の手引き、医療機器業プロモーションコード等を制定し、医療と産業との関係に自主規制を設けている。こうした規制の下で、産業界では医療界との連携に慎重になりがちであり、一方で国民の健康な生活を確保することを目的としている医療界は、国際展開を図ろうとする産業界への直接的な支援に積極的でないことも多い。

しかし、日本の優れた医療を新興国等に提供し、各国の医療水準の向上を図る海外展開についての活動自体には協力的な医療機関も多くある。そこで、従来の産官学の連携に、医療界との連携を加えた「産官学医連携体制」をオールジャパンとして構築し、さらに強化することが求められている。

そこで、今後、産業界としてどのような方法・仕組みにより、医療界・医学会と連携していくことが有効かという視点に基づき、医療の国際展開に積極的な学会や医療機関のネットワーク化促進および医療国際展開プロジェクトの支援と連携強化を図るための課題整理、スキーム検討を行った。

2)実施概要

(1)学会や医療機関のネットワーク化促進

学会や医療機関とのネットワーク促進のために、学会や医療機関が主体となる国際展開活動の実態を把握し、国際展開に積極的または関心が強い学会、医療機関、そのキーパーソンをリストアップした。また、主要な日本の各医学会に対してヒアリング調査を実施した。

さらに、学会等に対しては、医療国際展開に関する活動の認知度向上のための PR 活動を実施した。

(2)医療国際展開プロジェクトの支援と連携強化

国際展開に積極的な団体や組織に対して、支援と連携強化を図るための課題を整理した。また、海外で医療人材育成等を実施するプロジェクトに対して産業界および医療界等が効果的に連携できるスキームを検討した。弁護士、会計士、コンサルタント等の法律・会計分野の専門家にも意見を求め、多角的な視点から考察を行った。

3-2. 学会や医療機関のネットワーク化促進

MEJ がこれまで進めてきた、医師や学会、大学等の関係づくりや医療関連企業との連携を踏まえて、学会や医療機関が主体となる国際展開活動の実態・課題を把握し、認知度向上のためのPR活動を実施した。

1)学会における医療国際展開活動と課題

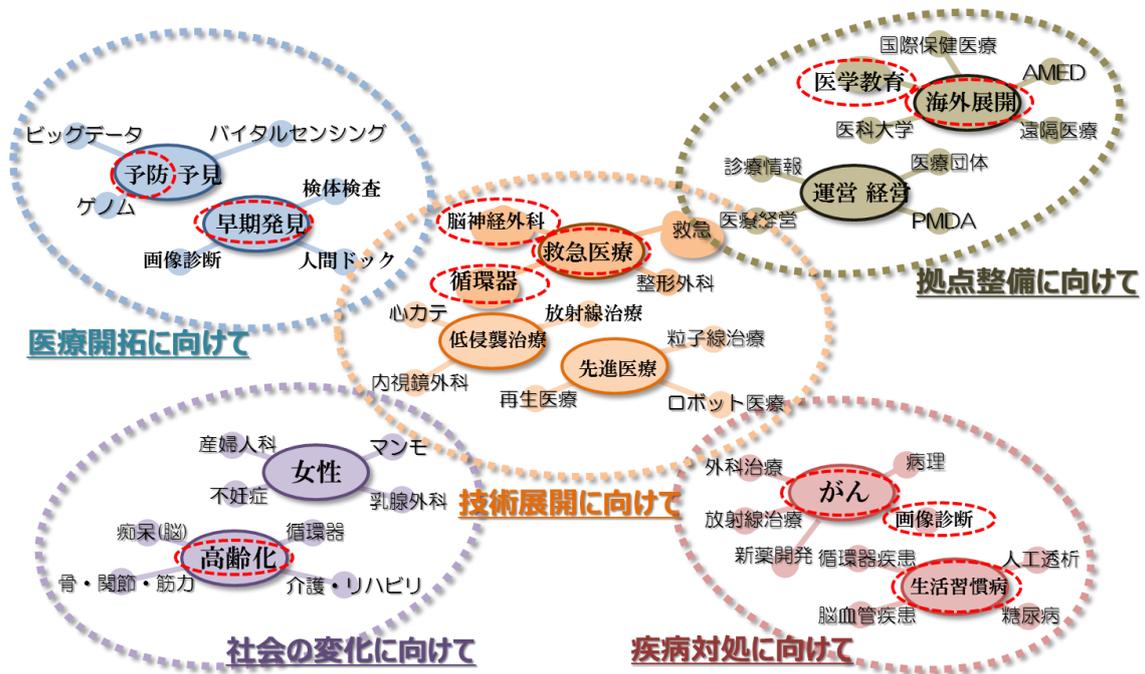
日本の医学会における医療国際展開に係る活動内容を調査し、その課題を整理した。

(1)主要学会における国際展開活動の実態調査

主要医学会の情報や Web サイト上の確認によるデスクトップ調査を実施し、学会や医療機関が実施している国際展開の実態を整理した。その上で、新興国の社会構造の変化や医療レベルの発展にあたり必要と思われる分野にフォーカスし、そのマッチングによるクラスター構造(類型化)を検討し、活動領域を次図に整理した。

この図からは「医療開拓」、「技術展開」、「拠点整備」、「社会の変化」、「疾病対処」等のクラスターに分類でき、その中から国際展開の強みとして期待されるキーワードとして、「早期発見・予防」、「救急医療」、「脳神経外科」、「循環器」、「海外展開」、「医学教育」、「高齢化」、「がん」、「生活習慣病」等が抽出でき、各々の分野における関連性や階層性が把握できる。

図表・41 医学会のマッチング検討・活動領域の整理



出所) MEJ 作成

前述の考察を通じて、主要学会による国際展開活動の実態把握に向けたヒアリング調査を実施した。ヒアリング調査対象として、前述のキーワードも参考に、国際展開の対象と期待されている医療分野をリードする主要医学会を抽出した。

具体的には、日本癌治療学会（キーワード「がん」に対応）、日本救急医学会（同「救急医療」）、日本人間ドック学会（同「早期発見・予防」）、日本医学教育学会（同「医学教育」）、日本循環器学会（同「循環器」）、日本脳神経外科学会（同「脳神経外科」）等を対象に、各医学会の理事長・国際委員会委員長等にヒアリングを実施し、海外活動状況等を把握した。

図表・42 主要医学会へのヒアリング調査結果

2016年12月末時点

学会名	理事長・代表理事 (敬称略)	国際委員会 (敬称略)	会員数・設立・活動	海外活動	コメント
日本癌治療学会	北川雄光 (慶應大学)	吉田和弘 (岐阜大学)	約18,000名・1963年 がん診療ガイドラインの公開、策定に関わる事業、地域のがん診療に関する情報伝達のための認定がん医療ネットワークナビゲーター養成事業	ASCO、ESMO等世界をリードする学術団体との連携や中国、韓国とともにFACOを設立し、アジアを中心とした臨床研究推進の基盤形成に着手	海外では肥満、喫煙、感染等のがんへの影響を教育できていない。
日本救急医学会	行岡哲男 (東京医科大学)	嶋津岳士 (大阪大学)	約11,000名・1973年 国民の保健・医療・福祉に寄与するため、救急医学の進歩発展を図り、救急医療の普及と発展に貢献	アジア救急医学会の開催等アジアの救急医療の課題解決を検討・交流・情報共有と連携推進	救急指令センターが各病院と調整して受入病院を決定する日本の救急システムは、ネット環境が進化しつつある新興国において、有益であり、21世紀型になりうる。
日本人間ドック学会	篠原幸人 (国家公務員共済組合連合会)	同左	約7,800名(施設会員含む)・1959年 人間ドックのシステムを利用して、日本の予防医学に関する学術の振興と、国民、特に高齢者の福祉増進および勤労者福祉の向上のための諸事業	英文学会誌は毎年定期的に発刊。国際学会は隔年開催。2020年の国際人間ドック学会は横浜にて開催予定。厚労省事案でロシア・シベリア鉄道病院に日本式人間ドック開設を計画中	フォローアップと生活指導が重要。機器販売に留まらず産官学連携も重要。健診ツーリズムも始まっている。
日本医学教育学会	鈴木康之 (岐阜大学)	村岡 亮 (国立国際医療研究センター NCGM)	約2,600名・1969年 教育に関する研究的取組を推進し、優れた未来の医師・医療人を養成し、国民・世界に貢献する	ベトナム・モンゴル・韓国を中心にJICA事業、NCGM研究費等で海外教育活動を実施している。	国内外の組織との交流や協定、学生・若手医師のグローバル人材育成に取り組んでいる。
日本循環器学会	小室一成 (東京大学)	赤阪隆史 (和歌山県立医科大学)	約26,000名・1935年 人材育成、医療体制の充実、予防・国民への啓発、登録事業の促進、基礎・臨床研究の強化	OCC、ESC、AHAへ出展 海外学会とのジョイントシンポジウムの開催等	学生・若手医師のグローバル人材育成が肝要であり、学会・ジャーナルの国際評価向上に取り組んでいる。

ASCO : American Society of Clinical Oncology	米国癌治療学会
ESMO : European Society for Medical Oncology	欧州臨床腫瘍学会
FACO : Federation of Asian Clinical Oncology	アジアがん治療学会
OCC : Oriental Congress of Cardiology	東方心臓病会議
ESC : European Society of Cardiology	欧州心臓病学会
AHA : American Heart Association	米国心臓協会

出所) MEJ作成

(2)医療の国際展開における連携に向けた課題

上記ヒアリング調査の結果、医療の国際展開における連携のあり方に関して、主要医学会から下記等の課題が挙げられた。

①産業界等との連携が必要

医学会内部では、米国や欧州諸国の世界をリードする学術団体と連携し、アジアでも医療の課題解決について、検討・交流・情報共有と連携を推進している。一方で、産業界との国際連携はこれからの課題でもある。分野によっては、海外展開は難しく、産官学医のチームワークが必要であるという意見もある。

②機器連携・サービス連携が必要

医学会では、せっかく開発した装置や技術が、単一の装置、サービスの提供にとどまるのではなく、医療パッケージとしての総合化やICTの活用等の先進技術の開発と導入が必要であるとの認識がある。その意味で、医療産業との連携は欠かせないとの意見がみられる。

③人材育成が課題

医学会では、海外教育活動を積極的に実施しているが、さらに組織間での交流や協定促進、学生・若手医師のグローバル人材育成等を重要視している。人材育成事業の課題は、派遣医師の安全管理、派遣期間の調整、帰任後のポジション確保等もあるが、収入の確保が重視されている。費用負担元は関係企業のファンド、寄付講座等であり、初期段階としては国等が実施する支援スキームの活用を検討するケースが多くなっている。

④経済的自立モデルの確立が必要

学会においても、将来的に、国際展開活動を国費に頼らず、経済的に自立した取組へと転換していくことが必要との意見がみられる。

2)医療国際展開に関する認知度向上のためのPR活動

医療の国際展開活動に対する認知度向上のために、以下に示す国内イベントへの参加を通じて積極的にPR活動を実施した。

(1)日本脳神経外科学会「医療機器委員会」

日本の医療の国際展開の取組や活動を日本脳神経外科学会の医療機器委員会に説明し協力を要請した。また、インドの脳神経外科の主要関係者が2016年6月に来日される機会があり、同様な説明を実施し、PR活動を行った。

(2)日本人間ドック学会

日本人間ドック学会幹部に面談し、日本の医療の国際展開の取組や活動について説明した。人間ドック学会・総会等でのPRは歓迎され、MEJ理事長による特別講演(2017年8月24~25日開催)の要請があった。また、手技よりも、検査プロトコルやデータ解析が重要な人間ドックでは、台湾等が中華系のネットワークを生かして積極的に海外展開を行っており、日本の強みをどこに置くかが課題であると指摘を受けた。日本、中国、台湾、韓国等は体型、生活習慣

等が似ているので、薬や手術等の効果測定を連携して行うことも有効であると考えられるが、経験的に学会主導の海外活動はうまくいかず、医療機器メーカーが学会に資金等を提供し機器メーカーがより自由に活動する方が効果的であるとの意見を得た。

(3)日本循環器学会「第 81 回日本循環器学会学術集会」

日本循環器学会「第 81 回日本循環器学会学術集会」の中で、医療の国際展開活動の取組の紹介を行った。

日本循環器学会学術集会は、極めて国際色・国際化が意識されている学会である。例えば、会場案内や講演の案内板はほぼ英語表記であり、海外の学会とも連携している。日本の医療の国際展開の取組や活動を紹介した後の質問や個別の会話から、日本の医療国際展開に興味を持っている医師も多かった。しかし、現状では具体的な国際展開を実現する仕組みがなく、海外に人的コネクションを持つ医師からの意見では、医療分野と企業との連携に至らないことが課題であるとのことであった。

今回の PR 活動の効果については、理事長、大会会長、国際委員会委員長が今回の講演内容を承知・理解され、今後協力いただける関係が構築されたことが講演後の個別会話の中で理解できた。また、会場内の学会員（循環器専門医）や報道関係者にも理解と共感を得たと認識している。

図表・ 43 学会での PR 活動



出所) MEJ 撮影

いずれのイベントにおいても、医療の国際展開に関して理解が深められ、政府や MEJ が実施する医療国際展開に関する認知度が効果的に向上したと考える。

一方で、海外展開・海外連携は医学の国際化の観点から非常に重要視されているものの、ジャーナルの国際化や学会総会の国際化に力点が置かれており、医療産業の国際展開という点では未だ十分ではない。さらに、MEJ の活動も十分に認知されていないことから、周知広報活動の重要性を再確認した。今後の継続した活動が必要である。

3-3. 医療国際展開プロジェクトの支援と連携強化

産業界として、国際展開に積極的な団体や組織に対して、支援と連携強化を図るための課題を整理した。また、海外で医療人材育成等を実施するプロジェクトに対して産業界および医療界等が効果的に連携できるスキームを検討した。なお、弁護士、会計士、コンサルタント等の法律・会計分野の専門家にも意見を求め、多角的な視点から考察を行った。

これまで、国際展開事業を要望する主体としては、国内企業、日本の医師・医療者、海外相手国等があり、要望内容は主に人材育成事業と医療事業に区分される。2つの事業形態の中で、本章では継続的な支援要請（ニーズ）と日本製医療機器の普及・浸透（シーズ）を両立させる視点から、産官学医連携の要ともいえる人材育成事業支援を念頭にしたスキームを検討した。

図表・44 国際展開パターン（要望事業体と2つの事業形態）

要望事業体	人材育成事業	医療事業 (病院設立・運営)
国内企業 民間企業 公的な法人	<ul style="list-style-type: none"> ● 製品拡販に向け、研修実施やトレーニングセンター開設 ● 研修における機材提供 等 	<ul style="list-style-type: none"> ● 海外の病院の買収・経営、海外における日本式病院の設立 等
日本の医療法人、医師・医療者 医療法人等民間法人 国公立・公的な法人 医師・医療者	<ul style="list-style-type: none"> ● 相手国の医療水準向上のため、トレーニングセンター等を通じた教育指導。 ● 相手国病院との学术交流、医療者交換研修等の業務提携による連携強化等 	<ul style="list-style-type: none"> ● 海外の病院の買収・経営、海外における日本式病院の設立 等
海外相手国 政府、大学、学会等 民間病院、民間企業	<ul style="list-style-type: none"> ● 自国の医療水準向上のため、トレーニングセンター等を通じた教育・交流の機会の設定。 ● 相手国病院との学术交流、医療者交換研修等の業務提携による連携強化等 	<ul style="list-style-type: none"> ● 日本の資本、経営手法を取り入れるため、日本と合弁等による病院設立・経営 等

出所) MEJ作成

1) 連携スキームの検討

医学会および医療機器メーカーへのヒアリング調査を通じ、医療の国際展開を進める産官学医連携強化に向け、現状、課題、要望等を整理した。

(1) 医学会の意見

前述の通り、主要医学会の理事長・国際委員会委員長等へのヒアリング調査を実施し、海外活動状況等を把握した。そこから医学会の国際展開に関する現状や課題、要望を以下のとおり整理した。

- アジアの医療の課題解決を検討するために、政府やMEJ、ならびに産業界と情報共有や連携推進を図りたい。
- 国内外の学会と一層の意思疎通を図り、国際展開の施策を共有するためには、国際学会において啓発活動を継続する必要がある。
- 日本の医療技術普及のために相手国との関係構築を学会や大学と一緒に推進する必要がある。
- 海外の学会への出展やジョイントシンポジウムの開催等、学会・ジャーナルの国際評価向上に努力している。

- 学生・若手医師のグローバル人材育成が課題である。

医学会や大学は、相手国からの要請や既存のネットワークキングがあり、国際展開にも意欲的である一方で、企業と積極的に連携しようとする動きは必ずしも多くはみられていない。国際展開に関する情報共有の場の整備から充実していくことが重要ともいえる。

(2) 医療機器メーカーの意見

医療機器メーカー4社に対するヒアリング調査を実施し、産業界からみた、医療の国際展開における産官学医連携に関して、現状や課題、要望等を調査した。その結果、医療機器メーカーからの意見は次のように整理できる。

- 産官学医が連携し、企業が海外の大学等に働きかけをすることは、売上拡大を目指す営利的な企業活動から分離でき、公益性が表に出るため有難い。また、相手国と連携する際、事務局機能を担ってくれる主体が法人格を有し、かつ決定権を持っているスキームだとさらに有難い。
- 今後、MEJが産官学医連携スキームの管理組織（インターフェース）を担い、公的立場で展開してもらえれば有難い。ただし、ターゲットおよびプレイヤーの選定を明確にする必要がある。コンプライアンスの観点から、競合他社と一緒に参画しにくい。

ヒアリング結果を下表に示す。

図表・45 医療機器メーカーヒアリング結果

社名	現状	要望
A社	<ul style="list-style-type: none"> ● プロモーションや教育指導での医師の派遣は社内規定ならびに業界(医機連)規定に準拠し、遵守している。 ● 派遣医師による医療行為は、病院レギュレーション(倫理規定・倫理委員会)に基づいて行っている。 	<p>専門領域における人脈(特に、代理店営業に依存している国において、現地専門医の情報等を得ることへの期待がある)。</p>
B社	<ul style="list-style-type: none"> ● コンプライアンス管理部門を営業部門から切り離し、一層の管理独立性、透明性を高めている。 ● グローバルコンプライアンス基準に則り、学会を介して行う活動・公募案件の対応を行っている。 	<p>産官学医連携スキームが売上拡大を目指す企業活動から分離でき、公益性が表に出るのは有難い。事務局機能を担ってくれる連携主体が法人格を有して、かつ決定権を持ってくれるとさらに有難い。</p>
C社	<ul style="list-style-type: none"> ● 派遣元病院から派遣するのであれば代務費用負担要求が有ったり、「医療行為」に対する支払いについては社内で難色が有ったりと、困難な状況もある。 ● 企業の宣伝の一環という印象を持たれるため、費用は全てメーカー持ちと言われてしまい、持続的・自立的ではない。 	<p>MEJが連携スキームの管理組織(インターフェース)となり、公的立場で展開頂けるならそれは有難い。ただし、ターゲットをはっきり決めてプレイヤーを明確にしないと、競合他社と一緒に参画しにくい。</p>
D社	<ul style="list-style-type: none"> ● 医機連の基準、社内基準に則り医師の派遣依頼を行っている。またそれに沿う形で謝礼等を行っている。 ● 病院の公務という形にはならず、個人で休暇扱いの中で協力を頂いている。 	<p>企業にとって政府の支援スキーム等、お墨付きをもらえると相手国大学等に対し活動しやすいので支援を仰ぎたい。しかし、そのために負荷がかかるのは避けたい。</p>

出所) MEJ作成

2)産官学医連携スキームの提案

ここでは、産官学医分野からの要望や課題、さらに法務/税務会計やコンプライアンスに関する考察を踏まえて、産官学医連携スキームを提案する。

なお、既に海外で活動している事業主体の連携スキームとしては、a) 大学主体のコンソーシアムと NPO 法人が連携したケース、b) 一般社団法人等と企業群がコンソーシアムを形成したケース、c) 一般社団法人等と個社が連携したケースがある。この事業内容のうち a)、b) については、「(4)既存プロジェクト事例」の考察で後述する。

こうした事例を踏まえて、産官学医連携の要ともいえる人材育成事業の展開やトレーニングセンターの開設を念頭にした連携スキームを検討した。

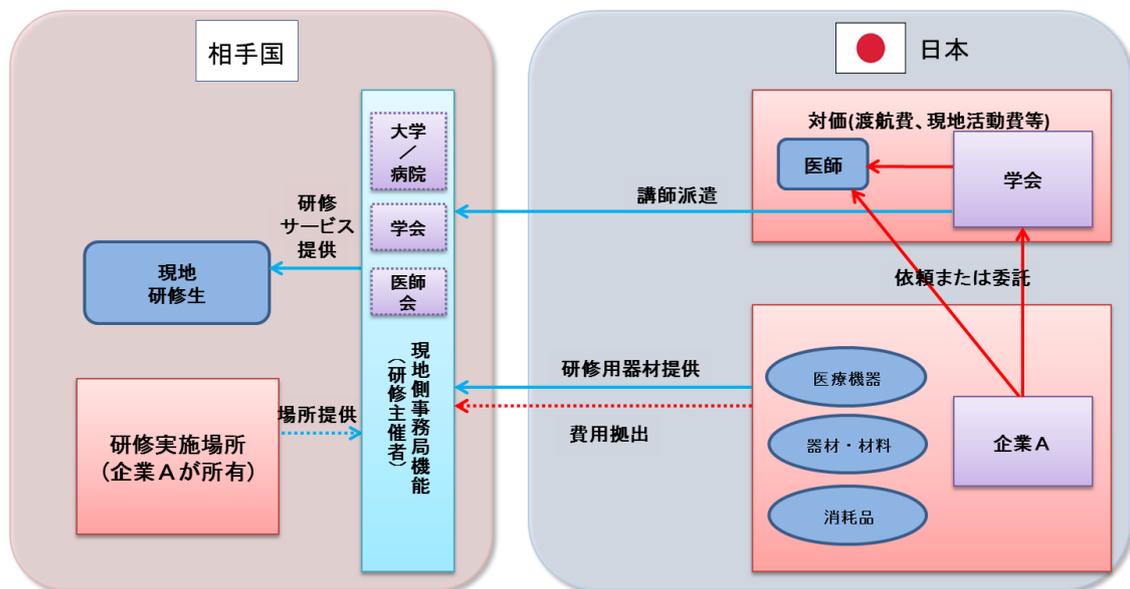
(1)個社が海外進出するスキーム

まずは、個社が海外進出するスキームとして以下の例が考えられる。

医療分野の海外進出や人材研修に係る企業（A 社 1 社のみ）が日本の学会に 100% 拠出する。ただし研修での使用器材の選定は学会判断に委ねる。なお、研修実施場所として企業 A が所有する施設を使用するといった閉鎖的なケースを想定する。このようなスキームは、公益には適さず、政府や学会は後押ししにくく、また、次のようなリスクや課題が考えられる。

- 企業 A が 100% 拠出、研修実施場所も企業 A 所有の場所のため、自ずと使用器材は企業 A のものになってしまう。
- コラボレーションによる相乗効果は小さく、他企業が連携しにくい。

図表・46 個社が海外進出するケース



出所) MEJ 作成

(2) コンソーシアムが連携して海外進出するスキーム

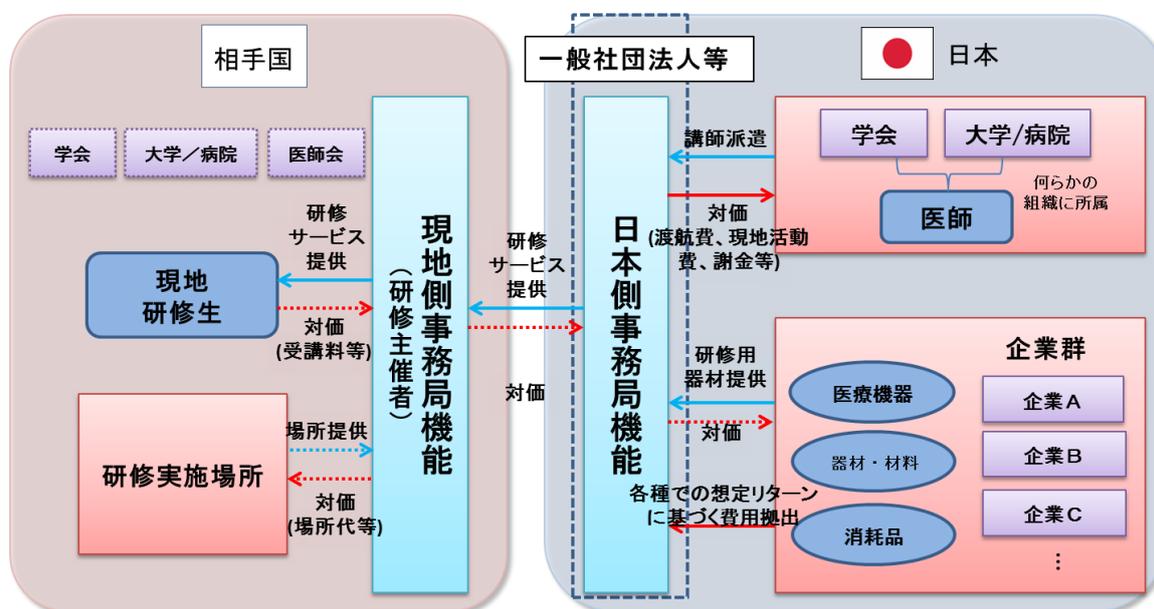
一方、産官学医連携体制の強化を想定したスキームを提案する。

これは、産官学医コンソーシアムが海外進出するケースを想定し、課題を解決するために、一般社団法人等を活用した人材育成スキームである。この産官学医連携スキームは、公益性にもかない、政府や学会の支援を受けやすいと考えられる。さらに、汎用性や波及効果の高さも期待できる。

なお、この場合に検討・注意が必要な事項を次に示す。

- 相手国研修主催者との関係を明確にする必要がある。
- 協力企業群の募集や選定方法の公平性・透明性の担保が必要である。
- 日本の事務局機能が学会等へ依頼する根拠を明示する。
- 双方事務局の資金捻出の方法と会計の透明性を確保する。

図表・47 コンソーシアムが連携して海外進出するケース



出所) MEJ 作成

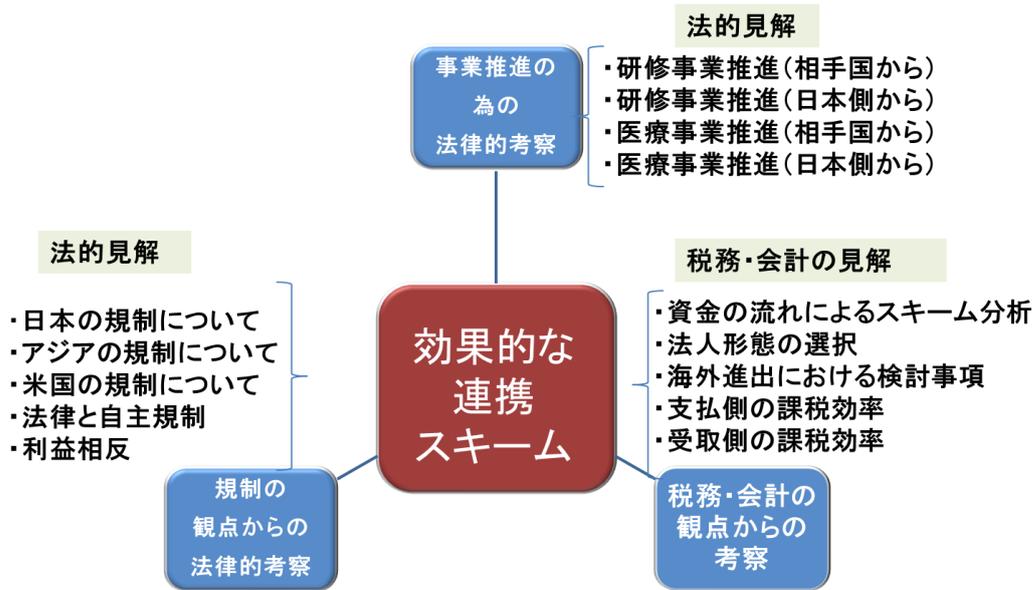
(3) 法的・税務会計の観点からの考察

医学会、産業界の要望や課題を踏まえ、上述の「コンソーシアムが連携して海外進出するスキーム」を法的あるいは社会規範（コンプライアンス、透明性等）、さらに税務・会計の観点から考察を加えた。

① 考察の視点

産官学医を連携したスキームは、関係国の法律や税務会計、さらに大学や企業の倫理規定等に関する様々な課題を有する。こうした課題を明確にするために、法律の専門家および会計の専門家とスキーム検討を行い、実現可能で効果的な連携スキームを検討した。なお、社会規範について参考となる医機連による自主規制ルールについては、「3-4. 資料編」の「1) 自主規制ルール」で後述する。

図表・48 法的・税務会計的考察の視点



出所) MEJ 作成

② 法的観点の考察

前述の2種類の海外と連携するスキームを前提とし、法律の専門家から規制の観点、事業推進の観点から得られた見解を整理する。なお、医療の国際展開に際しては、相手国の医療法や機材輸出に関する輸出管理、通関に関する法律、人材育成事業に関する法律は予め調査しておくことが望ましい。

規制については、相手国のコンプライアンスやプロモーションコードを収集すれば現状が把握でき、APEC クアラルンプール原則（「3-4. 資料編」参照）以外に同様な倫理コードがあれば収集すべきであり、日本の自主規制ルールは医療分野の特殊性に依存していることに留意すべきである。また学会でも、法人格のないような組織もあり、業務委託や寄付の受け手とするのが困難な場合がある。海外進出スキームは、M&Aの投資案件が参考になる等の意見を得た。

効果的な連携スキームの検討において法的見解の主なものは以下に整理できる。

A. 企業の医療機器貸出について

日本の国立大学病院の医師の要請により、当該医師/大学病院が海外で行う医療に関する研修のために、企業が自社の機器を無償で貸出すこと、および消耗品を無償で提供することに関して、それぞれのプロモーションコードを遵守する必要がある。

なお、医機連の会員企業は、直接間接を問わず、医療機器の採用または適正使用に影響を与えるおそれのある金銭類を医療関係者または医療機関等に提供してはならず（医療機器業プロモーションコード8. (6) ①）、医療機関等に対し、医療機器の取引を不当に誘引する手段として、景品類を提供することも禁じられている（医療機器業公正競争規約第3条）。

B. 会員企業への要請について

一般社団法人等が会員である特定の企業の利益を目的として、他の会員企業に対し何らかの要請を行う際に生じうる問題点として、次のような留意点がある。

- 一般社団法人等の定款、各種規程との関係で、特定の会員企業に対する便益供与の問題
- 相手国から研修事業を受注する場合には、相手国、同法人と各会員企業の関係において、同法人内で利益相反が生じるおそれがないか、少なくとも公募制をとる等の仕組みの検討

C. 一般社団法人等の協賛事業募集について

一般社団法人等が研修事業等、特定目的のために協賛企業を募集する、また、もう少し広い目的でファンドを募る場合、例えば東南アジア圏における大学コンソーシアムやある国における医療人材育成のような、広範囲に及ぶような内容とすることが望ましい。なお、医療人材育成の「支援」とは、人材育成に係る費用の負担を意味する。その際、同法人等が海外医療人材育成として特定目的のために基金を設立し、医療産業界の企業に基金募集をする際、基金の用途については定期的に情報公開し、監事監査を受ける等によって基金運営の透明性を担保する必要がある。なお、ファンドの組成について、組成段階で、会計・法律等の分野につき、専門家のアドバイスを聴取すべきである。

③税務・会計観点の考察

税務・会計および法人関係の見解を求めた会計の専門家の意見を以下に整理した。

A. 税務上の損金算入

企業から支出される会費等の支払ないし事業展開の際の現金又は物品の供与における税務上の損金算入について考察する。

医療事業「病院運営・設立」

コンサルティング報酬の取扱いについて、当該事業では、企業あるいは医療法人等は一般社団法人等と業務委託契約等を締結の上、一般社団法人等に対してコンサルティング報酬を支払うケースが想定される。

一般社団法人等からの適正な役務提供に対して支払われるコンサルティング報酬については、その支払目的により取扱いが異なり、例えば、事前市場調査のような場合では費用処理、投資目的のための専門家報酬の位置付けの場合では当該投資の取得原価に算入される可能性が想定される。一般的に、直接便益を受ける法人が第三者に対して支払う合理的な報酬については、税務上、損金性の制限について問題となるケースは少ないと考えられる。

教育・研修事業

プロジェクトごとに参加企業を募り、当該企業が一般社団法人等に対し協賛金等の名目で事業費を支払うケースが想定される。また、企業が海外市場に事業展開のサポート（金銭の支払いや物品の供与等。以下同じ。）を行うケースや参加学会・医師からの依頼を受けて、プロジェクトの参加企業ではない企業が事業展開のサポートを行うケースも想定される。

特にその現金支出・物品供与に事業目的性があるか否かが税務上の取扱いに関連して重要となる。事業目的性が高いと判断される場合には、市場調査費や広告宣伝費等の損金算入が可能な費目に該当するケースが相対的に高くなると思われる。なお、損金算入の議論については、各法人の事業目的等を踏まえて個別に判断を要する事項であり、最終的には事実認定の議論となることから、これらはあくまで一般的な見解に過ぎず、個別の判断については、各法人の顧

問税理士もしくは税務当局へ問合せることが必要となる。

B. 一般社団法人等に係る課税関係

教育・研修事業では、プロジェクトごとに参加企業を募り、一般社団法人等が企業から協賛金等の名目で事業費、また、教育研修先等から活動費を受け取るケースが想定される。

一般社団法人等の事業が技芸の教授に該当する前提であれば、収益事業には該当しない。そもそも収益獲得を目的としていない前提であれば、収益事業には該当しないとの解釈もあり、その解釈に基づくと法人税の課税対象にならない可能性がある。

なお、収益事業に該当するか否かは、a) 法人税法施行令第5条1項に定められている34の事業であること、b) 継続して行われるものであること、およびc) 事業場を設けて行われるものであること、を主な判定基準として具体的に判断していくものであり、最終的には事実認定の議論となることから、上記はあくまで一般的な見解であるので留意が必要である。

(4)既存プロジェクト事例の考察

産官学医連携スキームの検討方法として事業連携や人材育成スキームの事例を紹介し、現地での要望や課題を抽出して考察した。

ここでは、日本と相手国および周辺諸国の学会や大学主体のコンソーシアムとNPO法人が連携したケース（タイ・メコン：内視鏡外科人材育成）、および経済産業省の支援事業を受託した一般財団法人が相手国大学病院と覚書を締結し、複数の医療機器企業の協力を得て行ったケース（インド：脳神経外科手術人材育成）を例に検討した。それぞれ連携形態に特徴がある人材育成事業である。

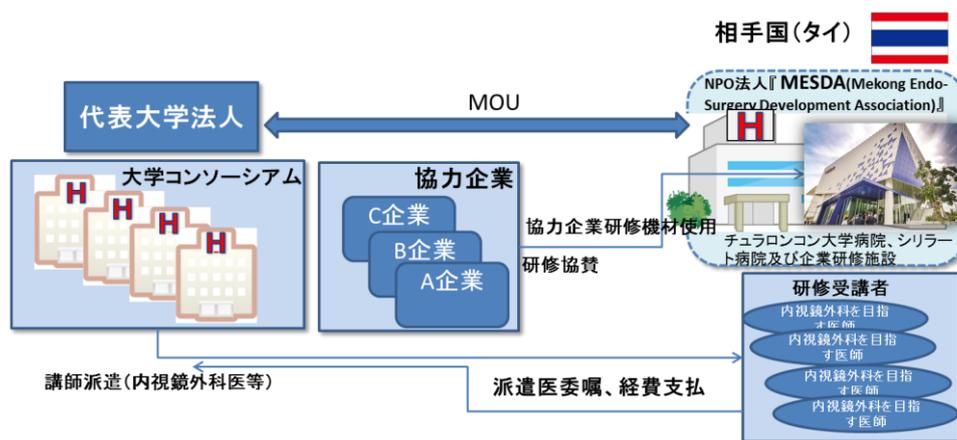
①タイ・メコン：内視鏡外科人材育成

（大学主体のコンソーシアムとNPO法人が連携したケース）

NPO法人「Mekong Endo-Surgery Development Association：MESDA」は、カンボジア、ラオス、ミャンマー、タイ、ベトナム等のメコン川流域諸国の消化器医学会・内視鏡医学会を主とした大学も含めた医療人材育成の動きであり、日本の内視鏡外科分野とも連携している。また、政府も支援しており、日本の国立大学法人が大学コンソーシアム（国内14大学からなる）を代表してMOUを締結し協力関係にある。

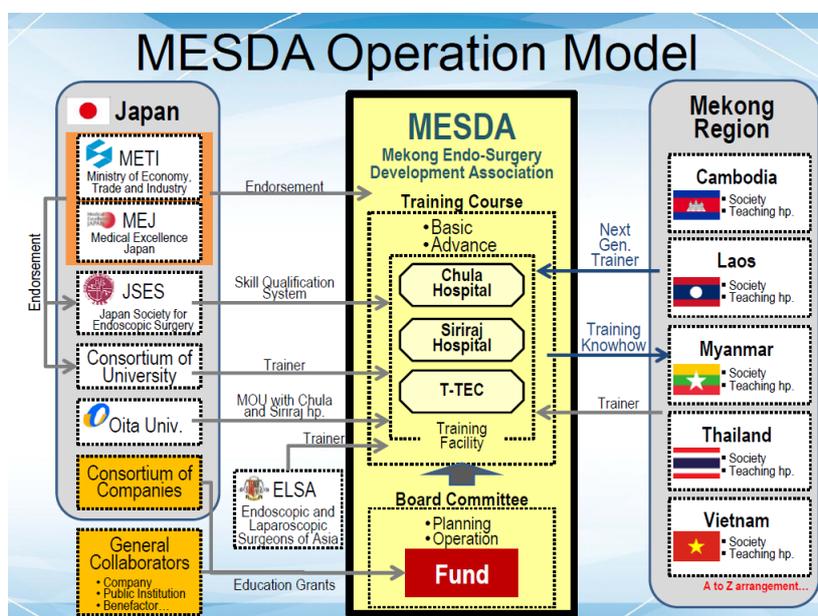
従って指導医の安定的な確保が可能であり、また日本の大学コンソーシアムは、学長レベルで認知された活動であるため日本側の体制強化につながっている。一方で日本側の企業群の関わりとしては、主体事業者のNPO法人MESDAの趣意に基づき協力意向のある企業が協力している。なお、講師派遣等の経費支払はMESDAの委嘱内容に基づき処理されている。

図表・49 内視鏡外科人材育成スキーム



出所) MEJ作成

図表・50 MESDA 運用モデル



出所) MESDA

②インド：脳神経外科手術人材育成

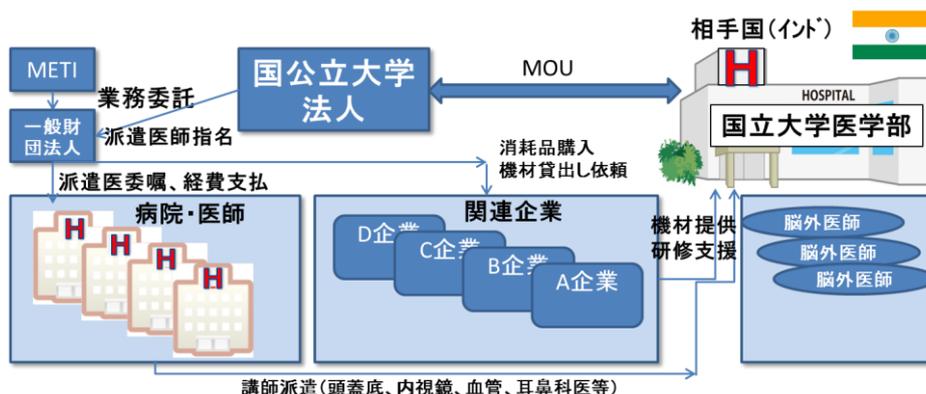
(一般財団法人と企業群がコンソーシアムを形成したケース)

この事業は経済産業省の支援事業であり、大学間において既に相互協力の MOU が結ばれており、研修に係る医師派遣、研修用機材提供等については海外人材育成を主たる事業としている一般財団法人が受託し手配を行ったケースである。また、この研修の主旨に賛同する企業が教材の有償提供、無償貸出等で協力し、機材操作については一部アシスタントを派遣してサポートした。

将来は受講者からの会費収入、相手国大学の予算確保、企業協賛等で派遣医師の経費、機材・消耗品費を賄い、人材育成の協力関係が継続されることが期待される。また企業が機材を無償提供する場合は、委託者と内容を反映させた契約を結ぶことが望ましく、相手国当事者が会費徴収や経費負担等を行う場合には、大学規定を遵守し適正な会計処理を行う必要がある。

今回のスキーム成立の要因としては、両国医師の長年の交流関係があつて厚い信頼が既に構築されていたことや、人材育成を目的とした大学間の MOU が有効であったこと等が挙げられる。さらに課題としては医療関連企業あるいは企業群が交渉の前面に立ちにくいので、国内の大学/学会と企業群が連携していくことで内容を決定し、日本の医療技術を浸透させる必要がある。

図表・51 脳神経外科人材育成スキーム



出所) MEJ 作成

③課題と考察

こうした検討から、産官学医連携を促進するスキームにおける課題を以下の通り抽出した。

A. 連携スキームのタイプ別の課題

タイ・メコン内視鏡外科人材育成事業（現地 NPO 法人が主導したケース）は、相手国および周辺国も含め現地大学コンソーシアムを巻き込んだ理想的な連携ケースと言える。相手国の内視鏡外科学会を中心に、国内 14 大学とメコン流域 5 か国のティーチングホスピタルの連携が生まれ、そこに企業が参画する連携形態である。チュラロンコン大学等の有力大学学長を巻き込み、メコン川流域各国に活動を拡大したハブ&スポーク機能を実現している。しかし、まだ協力企業数は少なく、周辺機器やアクセサリ製品を含めた医療機器メーカー、製薬企業等を巻き込んでいくことが課題である。更に、このような取組みを他の医療分野にも広げていくことが課題としてあげられる。

インド脳神経外科手術人材育成（企業群が人材育成事業に参加したケース）は、脳外科手術に必要なドリル、顕微鏡、手術台、モニター等の幅広い企業群の参加が必要であり、今後はコンソーシアムの組成が必要となるであろう。課題としては、医療関連企業（個社）あるいは企業群が前面に立ちにくく、大学/学会と相手国機関との提携関係が必要であること、国内の大学/学会と企業群が連携して関係を構築していくことが重要であり、費用捻出等も課題として挙げられる。こうした課題の一つの解決策が、一般社団法人等が介在して企業間の調整機能を受け持つことである。

B. 契約と体制

両国の事業主体間で、契約や業務体制について、取り決めをしておく必要がある。

相手国大学病院等と業務契約を行う場合、相手国の公正競争規約や大学規定を遵守する必要がある。企業が機材を無償提供するに際しては、委託事業者と相手国の法規に照らし合わせた契約を締結することが望ましい。また、企業の機材提供や輸出が、相手国での租税や医療法・薬事法等の規制上問題ないか確認する必要がある。

医療関連企業が事業の前面に立ちにくい場合は、大学/学会と相手国機関との提携関係を背景に国内の大学/学会と企業群が連携して関係を構築していくことが国際展開の足掛かりになる。

C. 予算の確保

予算の確保も大きな課題である。

人材育成事業では、研修費用として旅費、消耗品・機材費、講師派遣費等が必要である。こうした費用は研修内容や診療科によって異なるが、予算確保が必須である。

なお、相手国当事者が会費徴収等を行う場合は適正な会計処理、ならびに大学規定を遵守することが必須である。

事業の継続には経済的に自立するスキームが必要である。評価・価値の高い教育プログラムの提供、教育コンテンツ整備や講師手配も課題と考えられる。

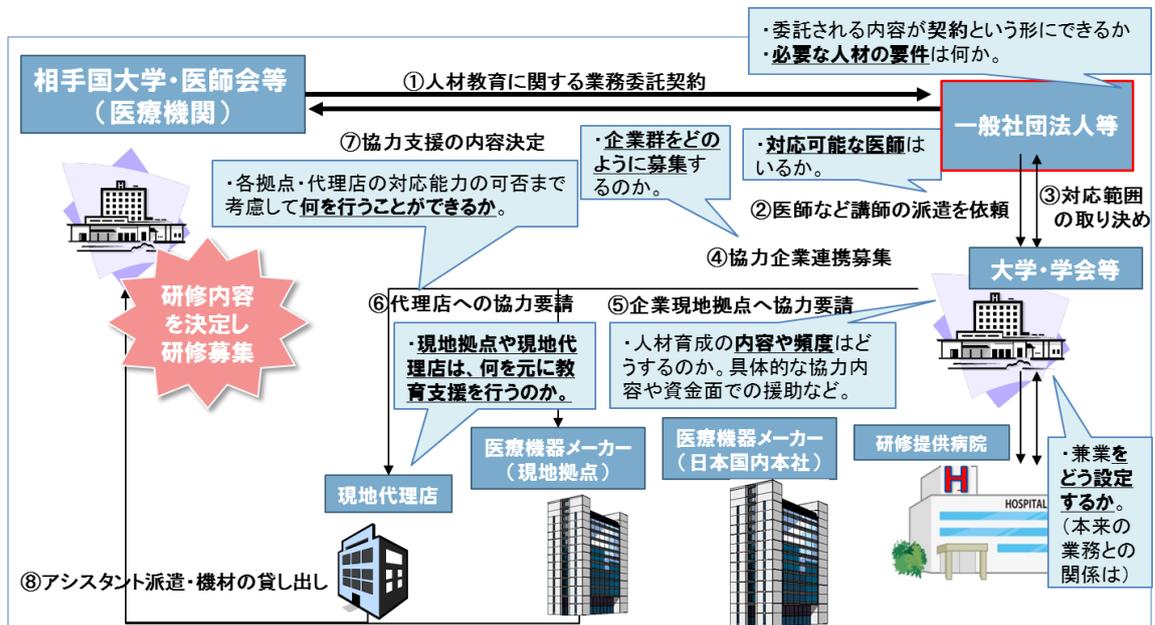
3)産官学医連携スキーム推進に向けた課題と解決策

前述の、産官学医連携強化スキームである「コンソーシアムが連携して海外進出するスキーム」を実行していくための課題として、下記が挙げられる。

(1)人材育成事業推進上の課題

一般社団法人等の公的な法人が相手国の人材育成主体と合意し、関連企業と連携し医療界(学会・大学病院等)に人材派遣を委託し、企業は派遣医等の要請に応じて協力し人材育成に必要な機材・人材等を提供する場合、課題としては、契約内容、人材要件と派遣、企業募集、相手国代理店との交渉、教育プログラム等の課題があり、その関係を次図に示す。

図表・52 人材育成推進上の課題



出所) MEJ作成

(2)連携上の課題

このスキームでは、課題として、a) 学会・大学・医師等との連携、b) 企業との協力連携、c) 一般社団法人等の活用等があげられる。その解決のために医学会や産業界、法務・会計、医機連等の専門家との議論を踏まえ、課題・論点を整理した。

図表・53 連携上の課題

青字：否定的意見、赤字：肯定的意見

論点	専門家との議論	方向性
① 学会・大学・医師等との連携	<ul style="list-style-type: none"> 一般社団法人等から学会・大学等へ医師派遣を依頼する場合、公共性に欠ける可能性は低いが業務に支障を来す可能性もあり派遣に協力的でないケースがある。また期間が長期に及ぶケースでは課題が多い。 一般社団法人等が相手国側との間にMOUや業務委託契約がある場合は、目的が明確であり問題なく協力を得られるケースもある。 海外では交渉がNDA, MOUと進む事が多く、MOUでも法的効果はある。 	<ul style="list-style-type: none"> 想定する地域や専門領域による。 一般的なケースでの確認が必要
② 企業との協力連携	<ul style="list-style-type: none"> 公共性・透明性をもたせるには、MOUや業務委託等により権利義務の関係や資金の流れが明示されていて、コンソーシアム等の体制が明確である必要がある。 人材育成は期待される所が多く、相手国側から企業に協力要請されるケースも多いと認識される。 体制がしっかりしていて業務内容が明示されていれば「企業倫理・プロモーションコード・透明性ガイドライン」を遵守し十分に連携は可能と考えられる。 	<ul style="list-style-type: none"> 対応できる内容から先行して推進していくべき。 遵法の意識を十分に持つことが重要。
③ 一般社団法人等が注意すべき点	<ul style="list-style-type: none"> 企業群の募集や医師派遣など業務提供の内容、負担など、公平性・公正性のある取り決めが必要になる。契約金額の支払いがある場合等、公正な会計処理が必要になる。 一般に相手国側の大学や医師会などが主体となる場合、法人格を有しており、その法人の規定を遵守し、相手国の法規などを確認すれば特に大きな問題とはならない。 日本国内において医師派遣の対価を求めたり、派遣する主体にならなければ労働者派遣法に抵触しない。 	<ul style="list-style-type: none"> 委託契約という方向性は、引き続き目指すべきである。

出所) MEJ 作成

(3)課題解消の方向性

専門家による議論と考察を基に、方向性を検討する。

①学会・大学・医師等との連携に関する総括

医療の国際展開を推進するには、産学医の一層の連携が期待される。一方、海外から学会・大学・企業等に人材育成の支援を依頼された場合に、対応に苦慮するケースがある。一般的なケースで十分であるかどうかは、協力する内容によるのでよく検証しておくべきである。

②企業との協力連携に関する総括

人材育成において日本製の医療機器・器材の活用を含めたアプローチが医療の国際展開を推進する上で大いに期待できる。

③一般社団法人等が注意すべき点に関する総括

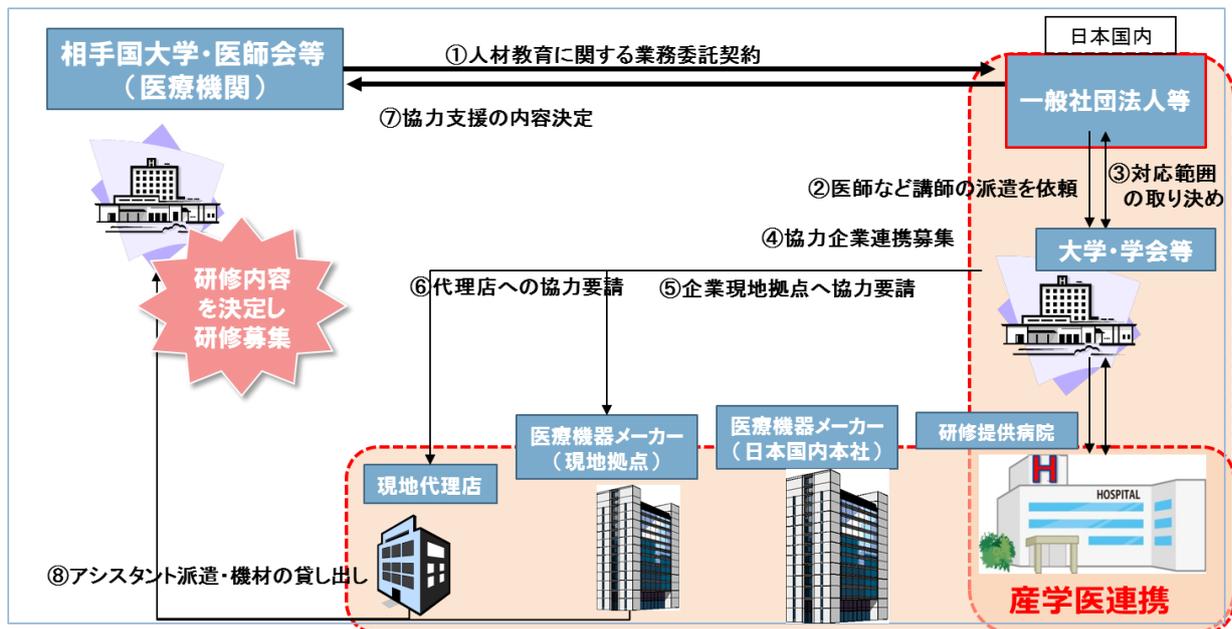
公正競争規約を遵守し、必要に応じて公平かつ公正に協力企業群の形成を目指す方向性は、日本の医療の強みを発揮する基本的な考え方となり得る。方向性としては、一般社団法人等が先方とMOUや業務委託契約で権利義務の関係を明確にしておくことが期待される。

以上の検討により、産官学医連携体制を維持・強化しつつ、一般社団法人等が事務局機能を担いながら効果的に日本の医療の国際展開を支援する連携スキーム（人材育成事業）は、次のように提案できる。

図表・54 産官学医連携を強化するスキーム（人材育成事業）の提案

一般社団法人等を活用した人材育成スキームの構築

- 公的な法人が相手国の人材育成主体と合意し、関連企業と連携し、関連する医療界（学会・大学病院等）へ人材派遣を依頼する。
- 関連企業はある事業領域で競合関係にあっても公的な法人の下で人材育成に必要な機材・人材等の提供などを協力する。



出所) MEJ 作成

3-4. 資料編

1) 自主規制ルール

医機連では、医療に貢献する産業として社会の信頼に応えるべく、会員企業の適正な事業活動を推進するため、倫理綱領、企業行動憲章と実行の手引き、医療機器業プロモーションコード等を制定している。

以下に医療機器産業界での自主規制についての出所、ならびに五つの自主ルール、概要について整理した。

図表・55 企業倫理・プロモーションコード・透明性ガイドライン

The screenshot shows the JFMDA website's 'Transparency Guidelines' page. The main navigation includes 'Home', 'Site Map', 'Login', and 'Access'. The page content is organized into several sections:

- Transparency Guidelines:** A list of links including 'Transparency Guidelines Summary', 'Transparency Guidelines Full Text', 'Transparency Guidelines in PDF format', 'Transparency Guidelines related information', 'Transparency Guidelines based on information disclosure', and 'Transparency Guidelines based on information disclosure (for members only)'.
- 4 Self-Rules:** A list of links for 'Ethical Guidelines', 'Corporate Action Charter', 'Corporate Action Charter Implementation Guidelines', 'Medical Device Promotion Code', 'Medical Device Promotion Code Usage Guidelines', 'Medical Device Promotion Code Interpretation', 'Medical Device Fair Competition Regulation', 'Medical Device Fair Competition Regulation Implementation Guidelines', and 'Medical Device Fair Competition Regulation Implementation Guidelines'.
- Medical Device Advertising Guidelines:** A list of links for 'Medical Device Advertising Guidelines', 'Medical Device Advertising Guidelines Implementation Guidelines', 'Medical Device Advertising Guidelines Implementation Guidelines (for members only)', 'Medical Device Advertising Guidelines Implementation Guidelines (for members only)', 'Medical Device Advertising Guidelines Implementation Guidelines (for members only)', and 'Medical Device Advertising Guidelines Implementation Guidelines (for members only)'.
- Advertising/Display Guidelines:** A list of links for 'Advertising/Display Guidelines Implementation Guidelines', 'Advertising/Display Guidelines Implementation Guidelines (for members only)', 'Advertising/Display Guidelines Implementation Guidelines (for members only)', and 'Advertising/Display Guidelines Implementation Guidelines (for members only)'.

出所) 医機連ホームページ <http://www.jfmda.gr.jp/promotioncode>

図表・56 医療機器業界の五つの自主ルール

【医療機器業界の五つの自主ルール】

医療機器業界には、五つの自主ルールがあります。

《運営管理組織：一般社団法人 日本医療機器産業連合会（略称：医機連）
企業倫理委員会》

- ① 倫理綱領・・・「医療の向上に貢献するとともに、社会の信頼を得るように努める。」旨を謳った、理念的なもの。
 - ② 企業行動憲章・・・「事業行動に対する企業経営者の責務等」を明確にしたものの。
 - ③ 医療機器業プロモーションコード
 - ・・・企業の行動基準、経営トップの責務、販売活動等に関して、「守るべきこと、してはいけないこと」を具体的に列記したもの。
 - ④ 医療機器業界における医療機関等との透明性ガイドライン
 - ・・・会員企業に、「本ガイドラインを参考に自社の『透明性に関する方針』を策定し、自社における行動基準とすること」を求めています。
- 《運営管理組織：任意団体 医療機器業公正取引協議会》
- ⑤ 医療機器業公正競争規約
 - ・・・医療機器の製造業及び販売業における不当な景品類の提供を制限することにより、不当な顧客の誘引を防止し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択及び事業者間の公正な競争を確保することを目的とするもの。

これらの違いは、①倫理綱領、②企業行動憲章及び③医療機器業プロモーションコード及び④医療機器業界における医療機関等との透明性ガイドラインには法的根拠がなく、⑤医療機器業公正競争規約には法的根拠（不当景品類及び不当表示防止法【以下「景品表示法」といいます。】）に基づいて設定）があることです。

この五つの自主ルールの規制の状況を整理すれば、次表のとおりです。

自主ルールの名称	運営管理組織の名称	法的根拠の有無	拘束力の有無	罰則の有無
倫理綱領	一般社団法人 日本医療機器産業 連合会（医機連） 企業倫理委員会	無	無	無
企業行動憲章		無	無	無
医療機器業プロモーションコード		無	無	無
医療機器業界における医療機関等との透明性ガイドライン	医療機器業界における医療機関等との透明性ガイドライン	無	無	無
医療機器業公正競争規約	医療機器業公正取引協議会	有	有	有

出所) 医療機器業公正取引協議会ホームページ <http://www.jftc-mdi.jp/about/index.html>

2)企業倫理・プロモーションコード・透明性ガイドライン等の概要

医機連が制定した企業倫理・プロモーションコード・透明性ガイドライン等の概要を整理した。

図表・57 企業倫理・プロモーションコード・透明性ガイドライン等の概要

倫理綱領	平成 17 年 3 月 25 日改定
<ul style="list-style-type: none"> ● 医機連に加盟する団体の会員企業は、医療の一端を担う関連企業として、高度の倫理性に根ざした事業活動を行わなければならない。 1) 会員企業は、医学を始めとする科学の進歩に応じて、優れた医療機器の研究開発・生産に努力し、適切な品質管理のもと製品の有効性・安全性の確保と安定供給を心掛け、環境問題にも配慮した事業活動に努めなければならない。 2) 会員企業は、一般法令はもちろんのこと医療機器業の事業活動に関する行動基準として策定した「企業行動憲章」、「医療機器業プロモーションコード」、景品類の提供に関する「医療機器業公正競争規約」および関連法規を遵守し、高い倫理的自覚のもとに健全で適正な事業活動に努めなければならない。 3) 会員企業は、国内はもとより国際的な取引においても、公正で自由な競争こそが企業存立の基盤であることを認識し、特にわが国の公的医療保険制度のもとで遵法精神の向上と正常な商慣習の形成に努め、社会の信頼に応えなければならない。 	
企業倫理委員会規則	平成 28 年 4 月 1 日改定
<ul style="list-style-type: none"> ● 医機連企業倫理委員会は、医療機器業プロモーションコードの管理運用に当たるほか、広く内外の関係法令・ルール等の理解促進・遵守徹底に向けた啓発活動を行うことにより、会員団体・会員企業が高い倫理観を持って、コンプライアンスに根差した事業活動を実現し、医療機器業界に対する社会からの信頼性向上に寄与することを目的とする。 ● 企業倫理委員会は、1) コードの管理運用に関する事項として、コードの理解促進・遵守徹底、コードの見直し、コードの管理運用に関し、関係諸団体および関係官庁との連絡調整、コードに関する問合せ・苦情申立ての処理、コードに違反すると考えられる事案に関して独自調査・審理、コードに違反すると認められた事案につき当該違反の会員企業に対する是正措置の実施、コードに違反する事案が生じた場合に再発防止のため広く会員企業の自覚を促すための啓発活動の実施、その他コードに関して企業倫理委員会が必要と認めた事項、2) 内外の重要法令・ルール等の理解促進・遵守徹底のための啓発に関する事項として、重要法令等に関する情報収集、会員団体・会員企業への情報発信、重要法令等に関する研修の実施、その他、重要法令等に関して企業倫理委員会が必要と認めた事項に関する業務を行う。重要法令等の例としては、1) カルテル、贈賄等の適正取引に係る法令、2) 透明性ガイドライン、米国等の開示関連法令、3) その他会員企業の事業に関わる法令・ルール等である。 ● 委員長は、1) コード分科会、2) コンプライアンス分科会、3) 透明性推進ワーキンググループ、4) 海外倫理推進ワーキンググループ等の分科会およびワーキンググループを設置する。 	
医療機器業界における医療機関等との透明性ガイドライン策定	倫理綱領、企業行動憲章、医療機器業プロモーションコード、医療機器業公正競争規約等の業界自主基準による透明性の確保
<ul style="list-style-type: none"> ● 医機連会員企業の活動における医療機関等との関係の透明性および信頼性を確保することにより、医療機器産業が、医学・医療工学をはじめとするライフサイエンスの発展に寄与していることおよび企業活動は高い倫理性を担保した上で行われていることについて広く理解を得ることを目的とする。 ● 会員企業は、本ガイドラインを参考に自社の「透明性に関する指針」を策定し、自社における行動基準とする。策定にあたって、1) 医療機関等から情報公開に関する了承を得る手順の策定（情報公開を前提とした委受託契約の締結手順等）、2) 支払い情報等の集計・公開のための早期のシステム構築等の準備を進めておく必要がある。 ● 透明性の公開方法として、自社 Web サイト等を通じ、前年度分の資金提供について各社の決 	

算終了後公開する。

- 公開対象は、A. 研究費開発費等（各種試験、報告、調査等（臨床試験、治験、製造販売後臨床試験、不具合・感染症症例報告、製造販売後調査等）、B. 学術研究助成費（医療技術の学術振興や研究助成を目的として行われる奨学寄附金、一般寄附金、および学会寄附金、学会共催費）、C. 原稿執筆料等（自社医療機器に関する情報提供のための講演や原稿執筆、コンサルティング等業務委託に関する費用）、D. 情報提供関連費（医療関係者に対する医療機器の適正使用、安全使用の為に必要な講演会、模擬実技指導、説明会等の費用）、E. その他の費用（社会的儀礼としての接遇等の費用）等の年間総額

医療従事者との交流に関する医療機器業界団体の倫理コード（サンプル）	APEC クアラルンプール原則に準拠
<ul style="list-style-type: none"> ● 加盟国の経済圏において医療技術の開発、製造、販売、市販、または流通を行う企業と、その医療技術の購入、リース、推奨、使用、購入もしくはリースの手配、または指示を行う個人および法人（医療従事者）との倫理的交流の促進を目的とする。 ● 企業と医療従事者との交流は、健全性（すべての当事者と正直に、誠実に、公平に取引する）、独立性（医療従事者の医療上の意思決定が、患者にとっての最大の利益からそれてはならない）、適切性（処理が妥当な商業基準に適合し、それが正確であり、贈賄を目的としない）、透明性（当事者間の重要な財務関係についてオープンである）、および進歩性（両者の関係が医療技術、技術革新、および患者のケアの進歩が意図されている）等の原則に従って実施されなければならない。 ● コンサルタントとして、企業は、医科学の進歩、新技術の開発、既存の製品およびサービスの改善、または患者ケアの質および有効性の強化のために、研究開発支援業務を行う医療従事者を雇用してもよい。企業は、不適切な報酬の手段として、医療従事者を雇用しない。企業は、企業が事前に必要性を確認していた業務遂行のため、合理的に必要とされる人数の医療従事者のみ雇用する。コンサルタントは、必要とされる業務遂行能力に基づいて選択し、業務は遂行業務および支給する給与を記した書面による合意に従って契約する。コンサルティング協定は、医療提供者の所属施設または雇用主に対し、予め書面により開示する。 ● 教育、科学、または政策立案に関する会議は、科学知識、医療の進歩を促進し、効果的なヘルスケアをもたらす一助となる。企業の支援は、会議主催者および認定機関により定められた関連ガイドラインと一致していることを条件とする。第三者の教育会議に企業が支援しても、医学教育の独立性は維持し、この支援は、不適切な報酬の手段として用いないこと。企業による助成金の支給は、会議の科学上および教育上の利点、ならびに会議の開催地およびスケジュールの適切性を企業が評価できる十分な情報等を含んだ、書面による依頼を会議主催者から受けた後のみとする。真の教育費 講師陣の妥当な費用等には助成金を支給してもよいが、医療従事者個人に対する不適切な利益、または出張目的以外の立ち寄り、娯楽、接待、贅沢な食事、もしくは贅沢な宿泊の提供のおそれがある助成金は回避するよう留意する。助成金の手配については、すべて適切に文書化する。会議主催者は、プログラムの内容、講師、教育方法、および教材の各項目について、独立した立場から管理し責任を負う。 ● 企業は、医療従事者による医療技術の安全かつ効果的な使用を促進するため、医療従事者に対し、個々の製品の配置、使用、および活用方法に関する訓練を実施してもよい。企業はまた、医療従事者に対し、自身の医療技術の使用に関与または関連するテーマに関する教育を行ってもよい。訓練および教育のプログラムには、「実践方式」の訓練セッション、死体解剖を用いたワークショップ、講義、およびプレゼンテーション等が挙げられる。訓練および教育は、技術的専門知識を持つ営業担当者を含む適格者が実施する。訓練および教育のプログラムは、学習内容の伝達に寄与し、提示されたプログラムとの適合性、および訓練出席者の利便性に基づいて選択された開催地において実施すること。適切な開催地には、プログラムの性質にもよるが、医療従事者の構内、企業の構内、またはそれ以外の臨床施設、研究施設、教育施設、もしくは会議施設（ホテルの会議室）等が望ましい。訓練および教育のプログラムは、リゾート地またはリゾート施設で実施しない。医療従事者の勤務地またはその付近での訓練実施が非現実的または非効率的である場合、企業は、プログラム出席のためにのみ医療従事者出席者が負担した妥当な旅費および宿泊費を支払ってもよい。企業は、訓練および 	

教育のプログラムに関し妥当な価格の食事を提供してもよい。企業は、娯楽、接待、贅沢な食事、または贅沢な宿泊の提供をしないこと。また、企業は、参加する医療従事者の配偶者またはそれ以外のゲストの食事、宿泊、または移動に対し、支払いも手配も行わない。

- 企業の代表者が時に医療従事者と会い、製品の特徴の検討、契約交渉、または販売条件の検討を行うことは適切であると考えられる。例えば、工場見学または運搬不能な機器のデモンストレーション等、出張が必要な場合、出席者の妥当な出張費および宿泊費を支払うことは適切である。企業は、情報交換に寄与する開催地の当該会議に関し妥当な食事を提供してもよい。企業は、ビジネスに伴う会議または食事に参加する医療従事者の配偶者またはゲストに対し、支払いも招待も行わない。
- 企業は、患者の利益になるか、医療従事者の純粋な教育機能に役立つアイテムを、医療従事者に提供してもよい。ただし、いずれの当該アイテムも適切な価格以下の市場価格であること（テキストおよび人体模型を除く）。企業は、医療従事者が教育または患者に無関係の用途に使用可能な物品を提供しない。
- 企業は、医療従事者に現金、食品、酒類、商品の詰め合わせ、ギフトカード／商品券、または花等贈答品を提供しない。企業は、いずれの種類であれ教育関連以外の商標入り販売促進物について、同商品がきわめて低価格で、医療従事者の業務に関連し、または患者の利益となる場合でも、これを医療従事者に提供しない。企業は医療従事者に対し、スポーツイベント、文化・芸術活動、またはレジャー等のリクレーションや娯楽についても、提供、準備、および支払いを行わない。いずれの種類ของการ交流においても、贈答品および娯楽の提供は不適切である。
- 企業は、災害復旧、貧困者介護、公教育、患者教育、およびそれ以外の慈善活動に対し支援してもよい。企業はまた、医療従事者および一般市民の教育支援、ならびに科学および医学の研究支援により医療技術を進歩させてもよい。助成金または寄付の支給に先立ち、企業は、助成金受給者または提携する医療従事者により行われる、または同者から予測される、購入量または購入価格を考慮しない客観的な助成金支給基準を導入し、この客観的基準との比較により、助成金の依頼を評価する。企業の営業担当者は、提示されたプログラムまたは受給者の適合性の評価に役立つ情報を提供してもよいが、助成金支給の決定に対しコントロールも過度の影響の行使も行わない。企業は、客観的な助成金支給プロセスを確保する手順の実施について検討する。
- 企業はデモンストレーションおよび評価を目的として、医療提供者に無償で医療技術を提供することにより、患者ケアを改善してもよい。企業は、評価およびデモンストレーションを目的として、医療技術を用いた製品および機器について、妥当な数量を無償で医療従事者に提供してもよい。ただし、当該製品について、不適切な報酬として供与しないこと、および不適切な報酬を意図しないことが条件となる。
- 本コードの諸原則の効果的な実施を確保するため、次の具体的ステップを踏むこと。
 - a. 本コードに関するコンプライアンス監視責任者である上級幹部の任命。
 - b. コンプライアンスの確保を意図した実践的で有用かつ有意義な方針、ガイダンス、ツールの導入。
 - c. 本コードおよび企業の方針に関する、効果的かつ継続的な訓練および教育の提供。
 - d. トップマネジメント、企業の取締役会または理事会が、本コードの支持に明確にコミット。
 - e. 適切な内部監視および内部監査機構の設置。
 - f. 懸念を表明した従業員を保護するシステムの創出および促進。
 - g. 企業の医療技術に関し、医療提供者と交流し得る第三者である仲介者に対し、本コードの遵守に同意するよう要求。
 - h. 倫理コードに署名したという証明書を各業界団体名に提出し、会員企業を公表。

企業行動憲章実行の手引き—社会的責任と
発展的事業活動を求めて—

平成 27 年 11 月 1 日

- 企業行動憲章は、「倫理綱領」および「プロモーションコード」の実効性をさらに高め、社会から高い信頼と評価を得るために制定された。会員企業は、常にコンプライアンスを念頭

におく企業文化の確立をめざし、企業の社会的責任（CSR）に取組むものとする。そのため、会員企業は、次の原則に基づき、医療機器業の事業活動に関する「医療機器業プロモーションコード」、景品類の提供に関する「医療機器業公正競争規約」および関連法規を遵守する。

- 1) 消費者・顧客の信頼と満足に応え、質の高い生活の実現に寄与するため、優れた医療機器の研究開発・生産・販売に努力し、製品の有効性・安全性の確保と安定供給を心掛けるとともに、市販後の情報収集・分析評価とその伝達を迅速に行う。
- 2) 医療関連産業は公的医療保険制度と強く結びついていること、また公正で自由な競争こそが企業存立の基盤であることを認識し、遵法精神の向上と正常な商慣習の形成のため、高度な倫理観に根ざした健全で適正な事業活動に努める。
- 3) 環境問題に対しては、社会共通の課題であり企業の活動と存続に必須の要件であると認識し、自主的、積極的に取り組む。
- 4) 高度情報化社会に対応して、個人情報法に則して適正に取扱わなければならない。
- 5) 経営トップは、本憲章を率先垂範し、社内のみならず、関連企業や取引先に周知徹底する。
- 6) 経営トップは、従業員の多様性・人格・個性を尊重するとともに、個々の従業員の自立した行動や告発を保護し、健全な社会の実現を自らの役割と認識する。
- 7) 経営トップは、本憲章に反するような事態が発生した場合は、迅速且つ的確な情報の公開と説明を行い、権限と責任を明確にした上で自らを含めて厳正な処分を行う。

医療機器公正競争規約	景品類の提供に関する医療機器業界の自主規制ルール
<ul style="list-style-type: none"> ● 公正競争規約は、医療機器の取引の際の景品類（顧客を誘引する手段として提供する物品、金銭、その他の経済上の利益等）提供の制限に関する業界の自主規制ルール。ただし、正常な商慣習に照らして値引又は「アフターサービス」、例えば、保証期間内の取扱操作説明、保守点検・修理等、医療機器に「附属」と認められる経済上の利益（例えば、機器の据付・設置・配線・稼動調整、保管容器等）は景品類に含まれない。 ● 医療機器業等告示による不当な景品類の提供に関する規制を医療機器の取引の実態にマッチさせ、より効果的かつ的確に規制するために、景品表示法に基づき、消費者庁長官と公正取引委員会から認定を受けて設定されている。公正競争規約のメリットとして、企業のリスクマネジメント（社会的な非難、取引停止、入札への参加停止、購入契約の破棄等の回避）、医療機関からの信頼獲得（好ましい企業間競争、医療関係者の安心できる取引、社会的信用の獲得）等である。 ● 景品類に該当しても、規約に違反しない少額の景品類とは、正常な商慣習に照らして適当と認められる範囲を超えない少額の景品類、自社の主催する親睦の会合に際して提供する社会通念上華美、過大にわたらない贈答や接待、慣例として行われる記念行事に際して提供する社会通念上華美、過大にわたらない贈答、接待等である。 	

競争法コンプライアンス規程制定	平成 26 年 10 月 31 日制定
<ul style="list-style-type: none"> ● 医機連の会合（総会、理事会、常任理事会議、委員会、分科会、ワーキンググループ、勉強会、懇親会等）の運営や情報交換等、医機連の連合会としての活動について、独占禁止法を含む各国、地域の競争法を十分尊重し、遵守する。会合中、会合の開始前および終了後において、1) 会員企業が供給し、又は供給を受ける商品又は役務の価格、価格変更、価格構成、価格戦略、値引き、入札条件、数量、在庫、コスト等、2) 会員企業の設備投資、設備廃止、生産・供給量、生産・供給能力、開発・生産・調達・販売計画、販売先、販売地域、供給機種、市場占有率、需要予測、需要動向等、3) その他、重要な競争手段に具体的に関係する内容次の事項を話題にしてはならない。 ● 統計情報の収集・管理・提供業務は、医機連役職員又は会員企業と無関係な第三者機関が行うものとする。医機連が会員企業から収集する情報は、実績値のみとし、将来予測に関する情報は収集しない。 ● 統計業務に携わる医機連役職員は、会員団体又は会員企業から収集した情報が、当該医機連役職員以外の者に開示されないよう、厳重な管理を行う。一般又は会員団体若しくは会員企業に対して統計情報を提供する場合は、競争法上の問題を引き起こすことのないよう、概括 	

的かつ具体的な個別企業情報の特定および抽出ができない程度に集合化した情報のみを提供する。

医療機器業プロモーションコード

平成 27 年 11 月 1 日改定

- 会員企業は、適正なプロモーションを行うため、医機連の「企業行動憲章」に基づいた社内管理体制を確立しなければならない。会員企業の行動基準とは、医療機器を取扱う企業としての社会的使命を認識し関連法規や法令を遵守するとともに「倫理綱領」および本コードに基づく明確な行動基準を作成し、社員がこれに則して行動するよう教育・訓練しなければならない。実行すべき行動基準は、1) 適正かつ継続的なプロモーションを遂行できるよう企業内管理体制を確立する。2) 国内外を問わず医療機器を取扱う関係・関連企業等に対しても、本コードを遵守するよう要請し、啓発する。3) 医療機関等への医療機器に関する情報提供については、明確な科学的根拠に基づく最新のデータを収集し適正な方法で迅速に提供する。4) 国際基準に適合する安全性と環境問題への配慮を心掛けて優良企業を目指す。等である。
- 企業経営トップの責務として、本コードの実現に向けて、関係者への周知徹底と社内体制の整備を行うこと、コード違反に対して原因究明と再発防止に最善を尽くすこと、等が要求されている。
- 製品開発においては、生命倫理および環境の保全並びに資源の保護に配慮し、科学の進歩に則した優れた製品の實現に努力すること、医師や他社等のノウハウを尊重するとともに、不公正な手段を用いた情報等の収集および秘密の漏洩してはならないこと、有効性・安全性等の有用性を実証するための臨床試験（治験）の実施に当たっては不公正な手段を用いてはならないこと、等が要求されている。
- 医療機器の製造・製造販売においては、関係法令を遵守し、これに違反しないよう万全を尽くさなければならないこと、製造・製造販売した医療機器に欠陥があったときは速やかに対策を講じなければならないこと、環境保護について配慮を行うとともに当該医療機器の廃棄等につき医療機関に対し十分な説明を行い、あるいは注意を喚起しなければならないこと、等が要求されている。
- 市場調査においては、関係法令等を遵守し、直接間接を問わず不公正な手段を用いた活動を行ってはならないこと、公表された情報、公知の情報、第三者から正当に入手した情報以外の非公開情報の取扱いには十分に注意し外部に漏洩してはならないこと、入手した個人情報の取扱いに関しては、個人情報保護法に基づいて取扱うこと、等が要求されている。
- 広告宣伝（プロモーション用印刷物および広告等の表示）においては、広告宣伝用印刷物、専門誌（紙）における広告、医療担当者向けホームページ、スライド等の広告宣伝用視聴覚資材およびその他の宣伝販売用資材は、製品情報の重要な提供手段であることを認識し、その作成と使用に当たっては医薬品、医療機器等の品質、有効性および安全性の確保に関する法律および関連する自主規範等に従い、記載内容を科学的根拠に基づく正確、公平かつ客観的なものにしなければならない。
- 製造販売後調査（市販後調査）等の実施においては、医療機器の品質、有効性および安全性等に関する情報の収集、検出、確認又は検証のために行う使用成績調査又は製造販売後臨床試験の目的を正確に認識し、調査は科学的正当性に則り、かつ、関係法規と自主規範を遵守して実施し、販売促進の目的で実施しない。
- 販売活動においては、1) 公正な競争および公正な取引の確保、2) 中傷・誹謗行為の禁止、3) 不公正な比較表作成の禁止、4) 役務の提供、5) 物品の提供、6) 金銭類の提供、7) 試用医療機器の提供、8) 医療機器の貸出、9) 顧客等の情報の秘密保持、10) 文書による契約の締結、等について遵守する。
- 会員企業が医療担当者を対象に行う製品に関する講演会等は、出席者に専門的な情報を提供する学術的なものとする。なお、講演会等に付随しての懇親行事や贈呈品を提供する場合には、「公正競争規約」を遵守する。
- 学術研究の向上、発展を図ることを目的とし、当該学会の大会長が出展を要請許可したものに限り、未承認医療機器の展示が認められる。展示に当たり、業界自主基準「未承認医療用

- 具等の展示に関するガイドライン細則」を遵守する。
- 国外におけるプロモーション、医療機器情報の提供については、会員企業の直接、または間接提供を問わず、当該国の法規制や業界自主基準に従う。

学会寄付の取扱いに関するガイドライン	行動指針と行動基準
<ul style="list-style-type: none"> ● 学会開催に係わる従来からの寄付金の拠出に関して、医療機器業界としての学会寄付の取扱いに関するガイドラインを定め、学術性・透明性・公益性・妥当性等を従来以上に明確にし、医療機器業公正取引協議会の公正競争規約（寄付に関する基準）と合わせて対応する。 ● 会員企業は、学会寄付に対する行動指針として、以下のとおりである。 <ol style="list-style-type: none"> ① 学会に拠出する寄付は、健康福祉の向上を図ることを目的として行う社会貢献活動の一環である。従って、学会関係者が所属する医療機関における自社製品の選択や購入等を期待して寄付を行うものではない。 ② 寄付が上記の目的に合致して適正に使用されるように学会関係者に要請するものとする。 ③ 募金者である学会関係者に事業計画書および収支予算書を含む募金趣意書の提示を求めるとともに、事業終了後には事業報告書および収支決算書の開示を求める等必要な要請を行うものとする。 ● 会員企業は、学会寄付に対する行動基準としては、以下のとおり行動することとする。 <ol style="list-style-type: none"> ① 学会開催運営に要する費用は、主催者学会および参加者（会員）が主体となって負担戴くようお願いする。 ② 募金趣意書は、学会の開催態様が明らかになるよう事業計画書および積算した内訳を含む収支予算書を添付する。 ③ 学会期間中に配付されるプログラムや抄録等に学会開催費用の一部を拠出した企業名の記載を透明性の観点から依頼する。 ④ 学会事業終了後6ヶ月以内に、事業報告書および決算報告書を開示する。決算報告書は、予算書と対比して作成するものとし、予算額と決算額に大幅な乖離が生じた事項については、その理由を記載する。 ⑤ 募金活動の対象は、医療機器業界に限定することなく幅広く実施する。 ⑥ 募金に当たっては、事業実施に先立って十分な時間的余裕を持って募金趣意書を提示する。 ⑦ 学会開催に伴う懇親会費等の提供等は、主催者学会で負担戴き、寄付金は、医学・医療の進歩・発展のための研究・研修等学会本来の目的に合致した活動のために使用して戴く。 ⑧ 学会の会期中またはその前後の日程で実施される学会共催のセミナー等は、学会とは関連なく実施されることが明らかなものを除き、その収支を学会予算書へ計上されるものとする。 ⑨ 決算の結果、余剰金が生じた場合には、その用途を明記する。 	

医療機器業における景品類の提供の制限に関する公正競争規約施行規則	変更（平成21年8月25日 公正取引委員会承認）
<ul style="list-style-type: none"> ● 「正常な商慣習に照らしてアフターサービスと認められる経済上の利益」とは、医療機器の取引若しくは使用のために必要な物品又は便益その他のサービスをいう。例えば、保証期間内の取扱い・操作説明および保守点検・修理等である。 ● 「正常な商慣習に照らして医療機器に附属すると認められる経済上の利益」とは医療機器の構造上若しくは機能上不可分の関係にある物品又は便益その他のサービスをいう。例えば、機器等の据付・設置・配線・稼働調整、保管容器等である。 ● 「試用医療機器」とは、医療担当者が当該医療機器の使用に先立って、形状等の外観的特性について確認し、又は有効性および安全性の評価に資するために臨床試用することを目的とするもので医療機関等は無償で提供する医療機器をいう。 	

- 医師等が、医療機器製造業者の依頼に応じて、特定の種類の市販後医療機器を実際に使用した症例について、有効性、安全性および品質に関する「症例報告」の報酬を名目とした金銭提供であってはならない。

医薬品等適正広告基準について

平成 14 年 3 月 28 日改正

- 医薬品等適正広告基準は、医薬品、医薬部外品、化粧品および医療用具（医薬品等）の広告が虚偽、誇大にわたらないようにするとともにその適正を図ることを目的とする。
- 医薬品等の広告を行う者は、使用者が当該医薬品等を適正に使用することができるよう、正確な情報の伝達に努めなければならない。名称関係には、1) 承認を要する医薬品の名称についての表現の範囲、2) 承認を要しない医薬品の名称についての表現の範囲、3) 医薬部外品、化粧品および医療用具の名称についての表現の範囲について基準を設ける。製造方法関係医薬品等の製造方法について実際の製造方法と異なる表現又はその優秀性について事実と反する認識を得させるおそれのある表現をしない。
- 効能効果、性能および安全性関係については、1) 承認を要する医薬品等 2) 承認を要しない医薬品および医療用具、3) 承認を要しない化粧品、4) 医薬品等の成分およびその分量又は本質並びに医療用具の原材料、形状、構造および寸法、5) 用法用量等についての表現の範囲を定め、また、6) 効能効果等又は安全性を保証する表現の禁止、7) 効能効果等又は安全性についての最大級の表現又はこれに類する表現の禁止、8) 効能効果の発現程度についての表現の範囲医薬品等の速効性、持続性等についての表現は、医学薬学上認められている範囲をこえない、9) 本来の効能効果等と認められない表現の禁止等を遵守する。
- 医薬品等の効能効果等については、本来の効能効果等とは認められない表現により、誤認させるおそれのある広告を行わないものとする。医薬品等について過量消費又は乱用助長を促すおそれのある広告を行わない。医療用医薬品等の広告の制限として、医師もしくは歯科医師が自ら使用し、処方せんもしくは指示によって使用することを目的として供給される医薬品については、医薬関係者以外の一般人を対象とする広告は行わない。また、医師、歯科医師、はり師等医療関係者が自ら使用することを目的として供給される医療用具で、一般人が使用しておそれのないものを除き、一般人が使用した場合に保健衛生上の危害が発生するおそれのあるものについても同様にするものとする。
- 医師又は歯科医師の診断もしくは治療によらなければ一般的に治癒が期待できない疾患について、医師又は歯科医師の診断もしくは治療によることなく治癒ができるかの表現は、医薬関係者以外の一般人を対象とする広告に使用しないものとする。
- 習慣性医薬品について広告する場合には、習慣性がある旨を付記し、又は付言するものとする。
- 使用および取扱い上の注意を特に喚起する必要のある医薬品等について広告する場合は、それらの事項を、又は使用および取扱い上の注意に留意すべき旨を、付記し又は付言する。
- 医薬品等の品質、効能効果等、安全性その他について、他社の製品を誹謗するような広告は行わない。
- 医薬関係者、理容師、美容師、病院、診療所その他医薬品等の効能効果等に関し、世人の認識に相当の影響を与える公務所、学校又は団体が指定し、公認し、推せんし、指導し、又は選用している等の広告は行わない。
- 懸賞、賞品等による広告について、1) ゆきすぎた懸賞、賞品等射こう心をそそる方法、2) 懸賞、賞品として医薬品を授与する旨の広告、3) 医薬品等の容器、被包等と引換えに医薬品を授与する旨の広告等は行わない。
- 不快又は不安恐怖の感じを与えるおそれのある表現を用いた医薬品等の広告は行わない。
- 電子メールによる広告を行う際は、1) 医薬品販売業者等の電子メールアドレス等の連絡先を表示すること。2) 消費者の請求又は承諾を得ずに一方的に電子メールにより医薬品等の広告を送る場合、メールの件名欄に広告である旨を表示すること。3) 消費者が、今後電子メールによる医薬品等の広告の受け取りを希望しない場合、その旨の意思を表示するための方法を表示するとともに、意思表示を示した者に対しては、電子メールによる広告の提供を行ってはならないこと。
- テレビ、ラジオの提供番組等における広告については、1) テレビ、ラジオの提供番組又は映画演劇等において出演者が特定の医薬品等の品質、効能効果等、安全性その他について言及し、

又は暗示する行為をしないものとする。2) テレビ、ラジオの子供向け提供番組における広告については、医薬品等について誤った認識を与えないよう特に注意する。

- 医薬品について化粧品的もしくは食品の用法を又は医療用具について美容器具的もしくは健康器具的用法を強調することによって消費者の安易な使用を助長するような広告を行わない。前各号に定めるもののほか、医薬品等の本質にかんがみ、著しく品位を損ない、もしくは信用を傷つけるおそれのある広告は行わないものとする。

医療機器適正広告ガイド集

平成 28 年 12 月改訂

- 適正広告ガイドは、医療機器の広告が、医薬品、医療機器等の品質、有効性および安全性の確保等に関する法律（医薬品医療機器法）で定める虚偽、誇大にわたらないようにするとともに、「医薬品等適正広告基準」を遵守するためのガイドとする。
- 医療機器の広告を行う者は、使用者が当該医療機器を適正に使用することができるよう、正確な情報の伝達に努めなければならないものとする。
- 医療機器の名称は、承認、認証を受けもしくは届出をした販売名又は一般的名称以外の名称を使用しないものとする。
- 医療機器の製造方法について承認等もしくは届出に記載した製造方法と異なる表現、又はその優秀性について事実と反する認識を得させるおそれのある表現をしないものとする。
- 効能効果、性能および安全性関係については、1) 使用目的、効能効果又は性能について表現する場合は、承認等を受けもしくは届出をした効能効果等の範囲を逸脱しないものとする。2) 医療機器の原材料、形状、構造および寸法等について承認等・届出の記載範囲内で正確に表現する。3) 操作方法又は使用方法について承認等を受けもしくは届出をした範囲とする。4) 効能効果等又は安全性を保証する表現の禁止、5) 効能効果等又は安全性について最大級の表現又はこれに類する表現の禁止、6) 効能効果の発現程度および速効性についての表現は、医学・薬学上認められている範囲を超えないものとする。7) 本来の効能効果等と認められない表現の禁止等を遵守する。
- 医療機器について、承認等を受け又は届出をした使用方法を逸脱して過量消費又は乱用助長を促すおそれのある広告は行わない。
- 医家向け医療機器等の広告の制限として、1) 一般を対象として広告できるものは、体温計、血圧計、コンタクトレンズ、自動体外式除細動器（AED）、補聴器、設置管理医療機器等である。2) 医師、歯科医師、はり師等医療関係者が自ら使用し、又はこれらの者の指示によって使用することを目的として供給される医療機器については、医療関係者以外の一般人を対象とした広告は行わないものとする。
- 医師又は歯科医師の診断もしくは治療によらなければ一般的に治癒が期待できない疾患について、医師又は歯科医師の診断もしくは治療によることなく治癒できるかのような表現は、医療関係者以外の一般人を対象とする広告に使用しない。
- 使用および取り扱い上の注意を特に喚起する必要がある医療機器についての広告をする場合は、注意すべき事項、又は使用および取り扱い上の注意に留意すべき旨を、付記又は付言するものとする。
- 医療機器の品質、効能効果等、安全性その他について、他社の製品を誹謗するような広告は行わない。
- 医療関係者、病院、診療所その他医療機器の効能効果等に関し、世人の認識に相当の影響を与える公務所、学校又は団体が指定し、公認し、推薦し、指導し、又は選用している等の広告は行わないものとする。
- 懸賞、賞品として医療機器を授与する旨の広告は行わない。医療機器の容器、被包等と引換えに医療機器を授与する旨の広告は行わないものとする。
- 不快、又は不安恐怖等の感じを与えるおそれのある表現を用いた医療機器の広告は行わない。上記の他、医療機器の本質に鑑み、著しく品位を損ない、もしくは信用を傷つけるおそれのある広告は行わないものとする。
- 医家向けの医療機器の広告を行うに当たっては、医薬品医療機器法、広告関連通知等の法規を遵守するものとする。

景品規制と公正競争規約の制度	消費者庁への景品表示法の移管について
<ul style="list-style-type: none"> ● 景品表示法は、独占禁止法の特例法（競争法）から、消費者法に位置付けるための所定の改正が行われ、違反に対する措置請求先や警告以上の場合の報告先を公正取引委員会から消費者庁長官に変更する等、当業界の公正競争規約、規約施行規則等について変更が必要となった。 ● 公正競争規約制度は、事業者団体等が自主的に過大な景品類の提供行為や不当表示を自粛し、業界の公正な取引秩序を確立するために設定する自主規制ルールである。 ● 医療機器業等告示は、消費者庁が、医療機器事業者が医療機関等に対して、医療機器の取引を誘引するため、不当な景品類の提供を行った場合には是正措置を採るときの根拠となるものであり、当業界の規約への参加事業者、非参加事業者を問わず一律に適用されるものである。 ● 医療機器業界の規約は、「医療機器業等告示」による不当な景品類の提供に係る規制を当業界の取引の実態にマッチさせ、迅速かつ的確に規制するために設けられたものである。不当な景品類の提供が行われた場合には、消費者庁が、当業界の規約の内容を参酌して法律の運用を行う。なお、消費者庁長官および公正取引委員会が規約を認定するに当たっての条件は、1) 不当な顧客の誘引を防止し、公正な競争を確保するために適切なものであること。2) 一般消費者および関連事業者の利益を不当に害するおそれがないこと。3) 不当に差別的でないこと。4) 公正競争規約に参加し、又は公正競争規約から脱退することを不当に制限しないこと。等である。 	

既承認医療機器を用いた臨床研究に関する行動指針	平成 27 年 4 月 1 日制定
<ul style="list-style-type: none"> ● 「人を対象とする医学系研究に関する倫理指針」を踏まえ、日本国内で施される、「医薬品、医療機器等の品質、有効性および安全性の確保等に関する法律」に基づく承認、認証、製品届出を得た医療機器を用いて医療機関にて行う臨床研究に会員企業が関与するにあたり、そのプロセスの透明性を図るとともに、研究成果の信頼性を確保することを目的とする。 ● 会員企業は、1) 研究への関与について、科学的・倫理的に妥当であると判断される研究のみに関与すること。関与の内容は当該研究の実質的内容に見合ったものであること。研究実施の際には医療機関と書面により契約を締結すること。2) 資金・物品の提供について、契約により定められた研究以外の目的のために転用できるような資金および物品の提供または貸出しを避けること。自社製品の購入を関与の条件としないこと。研究への資金の提供は、研究の進捗状況に合わせて行うよう努めること。提供した資金および物品の残りは医療機関等から会員企業に返還されるよう求めること。資金提供の方法として、寄附金を用いないこと。3) 労務提供について、研究結果の信頼性や研究の中立性を損なう労務提供は行わないこと。4) 情報の公開について、透明性ガイドラインに基づき、会員企業が資金提供についての情報公開承諾を医療機関等に書面にて得ること。研究計画書および発表に際しては、会員企業の関与が記載・開示されるよう、医療機関等に要請すること。研究の終了後、研究報告書等を提出するよう、医療機関等に要請すること。 	

未承認医療用具の展示会等への出展についてのガイドライン	平成元年 2 月 13 日 各都道府県知事宛の厚生省薬務局長通知
<ul style="list-style-type: none"> ● 展示会の種類としては、「関係分野の専門家を対象とし、学術研究の向上、発展を目的とするもの」、「一般人を対象とし、科学技術又は産業の振興を目的とするもの」、または「一般人を対象とし、医療用具のデザイン等（名称、製造方法、効能効果および性能を除く。）に関する情報提供を目的とするもの」とする。 ● 主催者・後援者等は、「関係分野の科学者により構成され、学術研究の向上、発展を図ることを目的とする公的学会等が主催するものであること。ただし、特定企業が深く関係するとみられる私的な研究会等はこれに含まれない。例 日本学術会議における登録学術研究団体」、「公的機関の主催又は後援するものであること。例 国、地方公共団体、外国政府、州政府、大使館、特殊法人」、または「次のいずれかであること。①公的機関の主催又は後援するもの 例 国、地方公共団体、外国政府、州政府、大使館、②公益団体が主催するもの 例 財団法人、社団法人」等である。 ● 展示方法としては、「①未承認品であり、販売、授与できない旨を明示すること。②製造方法、効能効果、性能に関する標ぼうは、精密かつ客観的に行われた実験のデータ等事実に基づいた 	

もの以外は行わないこと。③関連資料等の配布は原則として行わないこと。ただし、医師等の求めに応じて研究発表論文別刷等、既に評価を受けた学術論文を提供することは、この限りでない。」「①同左、②予定される販売名は標ぼうしないこと。ただし、輸入品について製造時に医療用具本体に輸入先国の言語で記載されている場合は、この限りではない。③左記②に同じ。④関連資料等の配布は原則として行わないこと。ただし、主催者が、特定企業、特定商品に限定せずに作成した科学技術の一般的な解説書等については、この限りでない。」または「①予定される販売名、製造方法、効能効果および性能に関する標ぼうを行わないこと。ただし販売名の標ぼうに関し輸入品について製造時に医療用具本体に輸入先国の言語で記載されている場合は、この限りではない。②関連資料等の配布は原則として行わないこと。ただし、主催者が、特定企業、定商品に限定せずに作成した一般的な解説書等については、この限りでない。」等である。

出所) 医機連ホームページ <http://www.jfmda.gr.jp/promotioncode/> より MEJ 構成

第4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

4-1. 国内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、これまで、外国人患者の受入促進を目的とした海外向け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）の制作および流通や、医療従事者を主たる対象としたセミナー、そして海外での医療従事者や一般市民向けのイベントへの出展を行ってきた。

2015 年度はそれまでの方向性を踏襲し、官民が連携した“オールジャパン”としての外国人患者受入れ態勢をアピールするため、医療コーディネーターと外国人患者の受入れに意欲的な医療機関が、国と一体的に出展する形態でロシアおよび中国での一般市民向けの展示会へ出展した。来場者アンケートによれば、「日本の医療のイメージが良くなった」と回答する人がロシアと中国の両方で多かったことから、日本の医療の認知度向上および日本の医療のイメージアップに効果的であったと言える。

2016 年度は、昨年度に引き続き“オールジャパン”としての一体的な取組をアピールする形で、一般市民や現地医療コーディネーターを対象とする国内外のイベントに出展することとした。特に今年度は『日本再興戦略』改訂 2015¹で示された「日本国際病院（仮称）」¹の公募が7月から開始されたこと、国内外で日本のインバウンドへの取組に対する関心が高まってきていることも追い風となっていることから、出展により、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ことを目的とした。

2) 実施概要

国内で出展するイベントについては、これまで日本国内では日本への医療渡航についての認知度向上を目的としてイベント出展を行ったことはなかったことから、訪日インバウンド旅行がテーマとして取り上げられている展示会で、日本の医療の国際展開の取組について海外からの出展者や来場者、さらには日本人の来場者に対してもアピールができるものを選定することとした。

そこで、国内最大の旅行イベントであり、観光を軸にさまざまな産業が集結する総合観光イベントである「ツーリズム EXPO ジャパン 2016」へ出展することとした。

国外で出展するイベントについては、渡航受診者の受入れ実績が多く、日本側で言語面等の受入れ体制が整備されている地域を対象とすることが望ましいこと等を踏まえて、対象国を中国とし、昨年度事業でも出展し成果のあったイベントとして、「第5届中国国際医療旅遊（北京）展示会」へ出展することとした。

出展した2つのイベントの概要を次に示す。

¹ 政府のガイドラインに基づき、MEJ が策定した推奨基準に沿って、外国人患者の受入れに意欲と能力のある医療機関を推奨し海外に分かりやすく発信するもの。「日本国際病院（仮称）」として2016年7月4日から公募が開始され、「ジャパン インターナショナル ホスピタルズ」を正式名称（略称：JIH）として、2017年1月31日に28病院が推奨された。

図表・58 プロモーションイベントの開催概要

国/ イベント名	会場	展示会開催日	対象者・来場者層	イベント 参加人数
日本/ ツーリズム EXPO ジャパン 2016	東京ビッグサイト 東展示棟・会議棟	2016年9月23日(金) ～25日(日)	・一般市民 ・国内外の旅行関連事業者等	185,800人
中国/ 第5届中国国際 医療旅遊(北京) 展覧会	中国国際展覧中心 (静安庄館)	2016年11月18日(金) ～20日(日)	・一般市民 ・医療渡航関連事業者等	12,000人

出所) MEJ作成

出展内容は、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、日本政府の取組の紹介、外国人患者受入れの仕組みの紹介、日本の医療および医療機関の紹介、医療コーディネーター（医療渡航支援企業）の活用方法の紹介等を盛り込むこととした。

また、出展にあたっては、平成28年度医療技術・サービス拠点化促進事業のうち、医療拠点化促進に関する実証調査事業で活動している3医療機関と、MEJが認証している認証医療渡航支援企業（以下、「AMTAC」）²である2企業が参加した。

【医療機関】

- 社会医療法人財団慈泉会 相澤病院
- 学校法人藤田学園 藤田保健衛生大学病院
- 社会医療法人緑泉会 米盛病院

【医療コーディネーター（認証医療渡航支援企業：AMTAC）】

- 株式会社ジェイティービー
- 日本エマージェンシーアシスタンス株式会社

3)実施内容

(1)国内イベントへの出展「ツーリズムEXPOジャパン2016」

①イベント概要

本イベントは、公益社団法人日本観光振興協会と一般社団法人日本旅行業協会の主催により、海外旅行・国内観光需要喚起と海外からの訪日旅行の誘致を目的として2014年から開催されている旅行業界の見本市である。ターゲットは、国内外の旅行・観光関連事業者と旅行・観光に関心のある一般消費者であり、イベントの一部として開催される展示会は業界日と一般消費者向け開放日とに分けて開催されている。2016年のイベントは東京ビッグサイトにて開催され、世界140か国・地域に加えて日本47都道府県、1,181の企業・団体が出展した。イベント開催期間中の来場者数は185,844人（4日間合計）であり、これは過去最高の来場者数であった。このうち、展示会出展各日の来場者数は、それぞれ、9月23日（金）が42,000人、9月24日（土）が70,000人、9月25日（日）が66,800人であった。

² 渡航受診者に対し、訪日前から帰国後に渡る受入れに関わる一連の支援サービスを業として行う事業者。なお、MEJは政府のガイドラインに基づき医療渡航支援企業の認証を行っている。

名称： ツーリズム EXPO ジャパン 2016
 開催日程： 2016年9月22日（木）～25日（日）
 展示会日程： 2016年9月23日（金）…業界・プレス日
 9月24日（土）、25日（日）…一般日
 会場： 東京ビッグサイト 東展示棟・会議棟

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り、それとともに日本の渡航受診者の受け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ことを出展の目的とした。ブース名称は、官民一体の“オールジャパン”としての一体的な取組を来場者に分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。

なお、各日の来場者に対してアンケート調査も実施した。

A.ブースの概要

ブースは、日本の地方自治体や関連団体のブースが集まる日本エリアの中に位置する小間に設置した。国内旅行に関心のある日本人来場者のほか、訪日旅行に関心のある海外からの来場者や国内外の関連事業者のブース来場が期待できるエリアとなった。

ブースデザインについては、赤と白を基調にしたデザインを採用し、アイキャッチで来場者を呼び込めるよう工夫した。

また、一般日（24日・25日）については、ブースを自由に休憩できるエリアとして開放し、来場者が立ち寄りやすい雰囲気を作った。

図表・59 ブース全景とレイアウト図

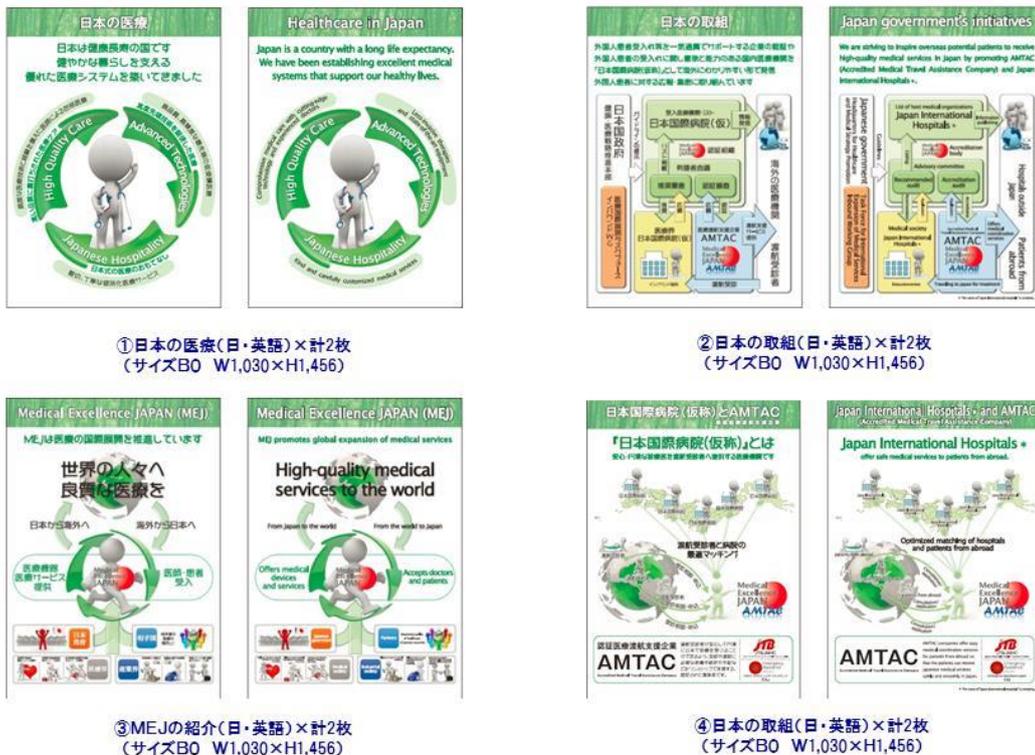


出所) MEJ作成

ブース内には、プレゼンテーションコーナー、相談デスクを配置したほか、外面に日本の医療の国際展開を紹介する展示パネルを配置した。展示パネルについては、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に、「日本の医療」、「日本の取組」、「日本国際病院（仮称）とAMTAC」、「MEJの紹介」のパネルを日本語・英語で作成し、通行する人々に目のつきやすい場所に配置した。

図表・60 展示パネル

展示パネル



出所) MEJ 作成

B.業界・プレス日

9月23日(金)の業界・プレス日では、国内外の旅行関連事業者、特に海外から日本へのインバウンドを扱う事業者を主な対象として、日本の政府による医療の国際展開の取組やジャパン インターナショナル ホスピタルズの紹介、AMTACの活動紹介等に関するプレゼンテーションを行ったほか、相澤病院・藤田保健衛生大学病院・米盛病院の3医療機関より、それぞれが実施している外国人患者受入りの取組に関するプレゼンテーションを午前・午後の2回行った。

図表・61 業界日・プレゼンテーションの様子



出所) MEJ 撮影

C.一般日

9月24日（土）・25日（日）の一般日では、旅行に関心を持つ国内外からの一般来場者が大半を占めることが予想されたことから、具体的な渡航受診の相談対応の場というよりは、日本の政府による医療の国際展開の取組に対する全般的な認知の向上を目指すこととした。

そこで、ブースを自由に休憩できるエリアとして開放し、パネル展示、チラシ配布、TVモニターでの前日のプレゼンテーション資料公開や医療機関の紹介動画の放映を通して、日本の医療の国際展開の取組を紹介した。

図表・62 一般日・ブース来場者の様子



出所) MEJ 撮影

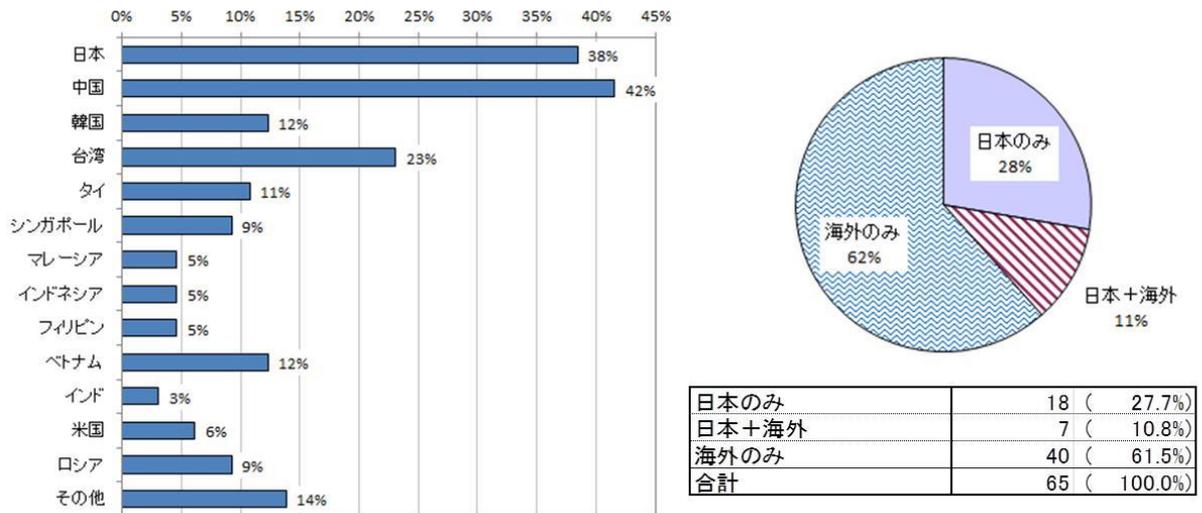
③来場者アンケート(業界来場者)

今回ブースに来場した業界来場者（旅行関連事業者等）にアンケートを行い、76サンプルの回答を得た。概要は以下の通りである。

なお、アンケート票は、業界・プレス日（23日）に来場した企業・コーディネーター等にアンケート票を配布して、その場で記入してもらった形とした。アンケートでは、回答者の基本属性や日本の医療に対するイメージ、AMTACの認知度等を把握するとともに、今後の日本のインバウンド事業における示唆を得ることを目的とした。

アンケート回答者が扱う主な顧客を次図に示す。日本と中国が多く、次いで、台湾、韓国、ベトナム等となっている。「中国」と回答したうちの具体的な都市名として挙げたのは、上海、北京、大連、香港であった。なお、「その他」の回答に含まれるのは、ドイツ、ネパール、オーストラリア、フランス、イタリア等である。また、事業エリアとしては、「海外のみ」とする回答が6割を占めて最も多く、「日本+海外」とする11%を合わせると、4分の3の回答者が海外を事業エリアとしていた。

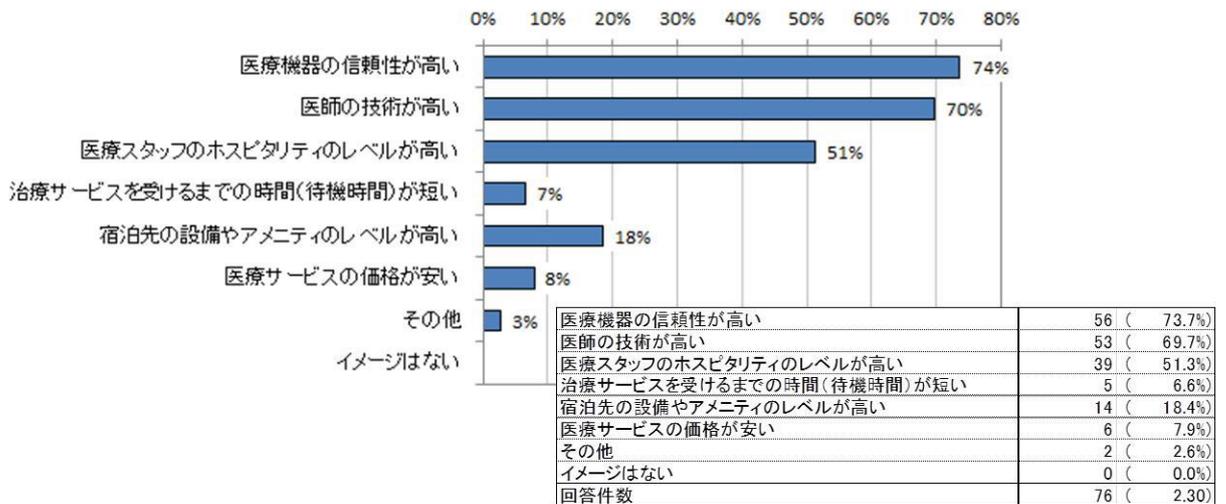
図表・63 主な顧客



出所) MEJ 作成

日本の医療に対するイメージに関する回答を次図に示す。医療機器の信頼性、医師の技術の高さがイメージとして強いことが分かる。次いで医療スタッフのホスピタリティが評価されている。

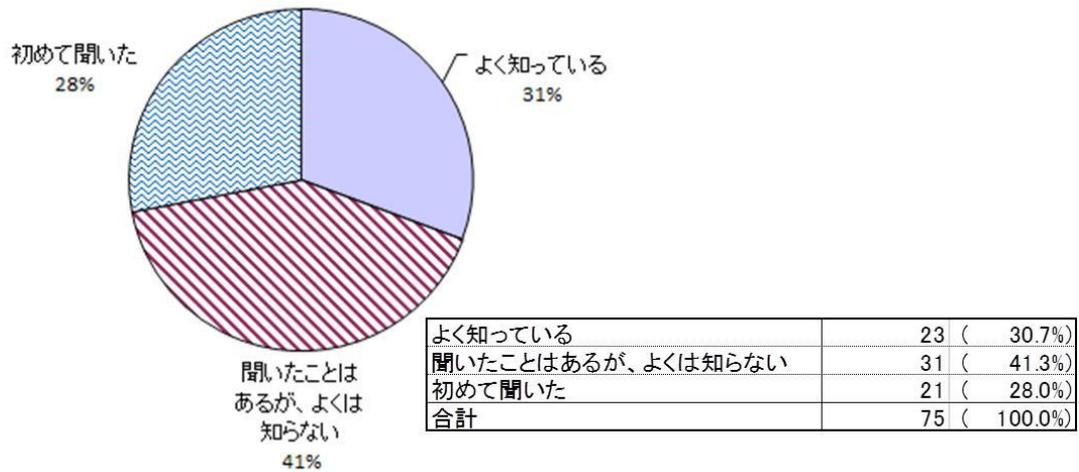
図表・64 日本の医療に対するイメージ



出所) MEJ 作成

日本の医療の国際展開の認知度に関する回答を次図に示す。「よく知っている」との回答は約3割となっている。

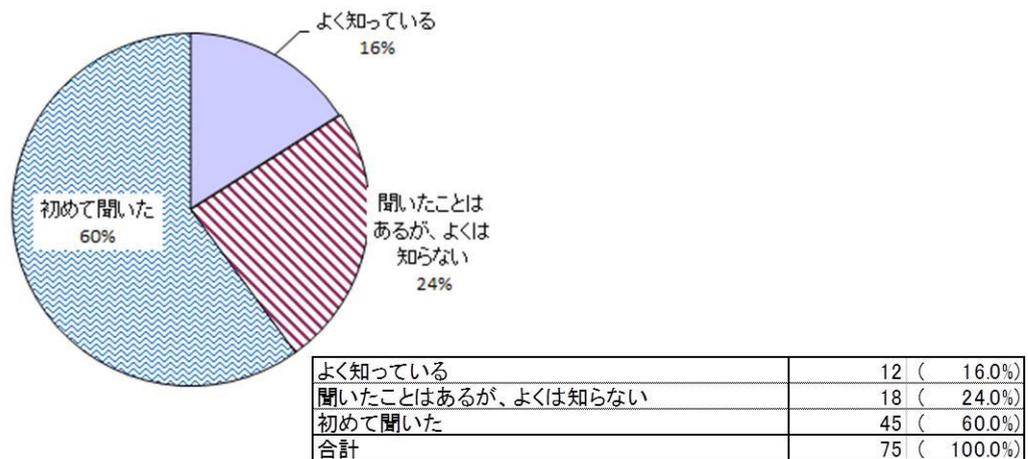
図表・65 日本の医療の国際展開の認知度



出所) MEJ 作成

「AMTAC」の認知度を次図に示す。「よく知っている」との回答は2割弱であり、「初めて聞いた」が6割と最多となっている。

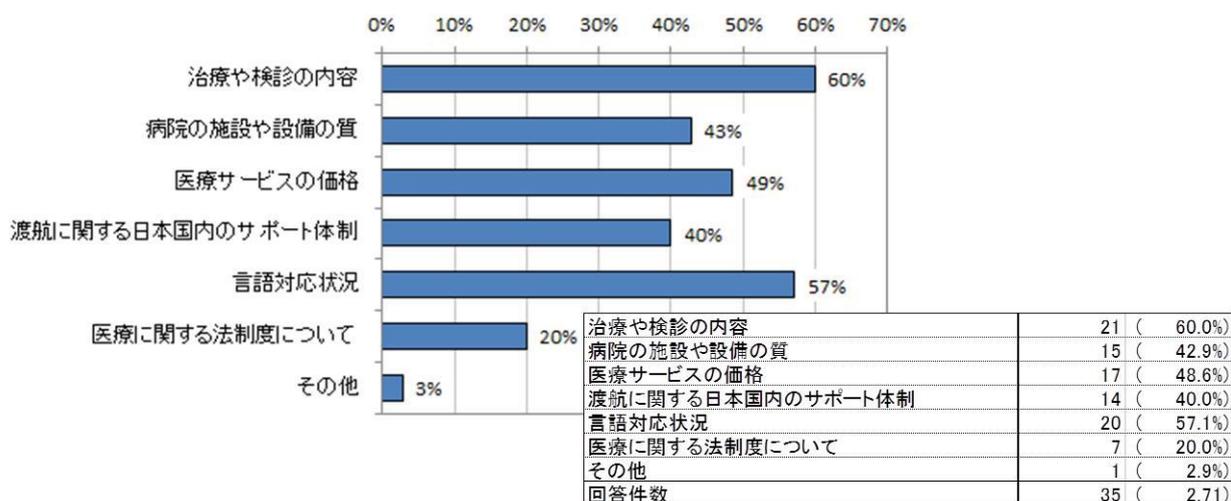
図表・66 「AMTAC」の認知度



出所) MEJ 作成

訪日治療・健診のPRに向け欲しい情報（旅行業者の方のみ回答）を次図に示す。「治療や検診の内容」、「言語対応状況」への情報ニーズが高くなっている。「その他」との回答の内容は「PR用の写真」等である。

図表・67 訪日治療・健診のPRに向け欲しい情報（旅行業者の方のみ回答）



出所) MEJ作成

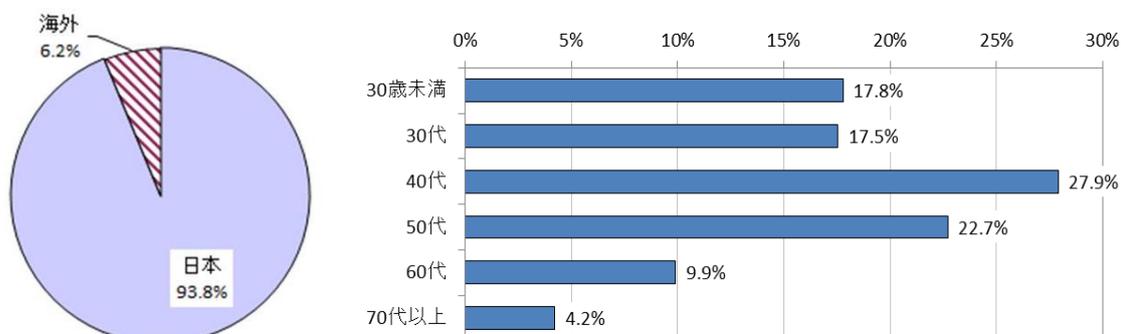
④来場者アンケート(一般来場者)

ブースに来場した一般来場者にアンケートを行い、406サンプルの回答を得た。概要は以下の通りである。

なお、アンケート票は、一般日（24・25日）に来場した一般来場者にアンケート票を配布して、その場で記入してもらう形とした。アンケートでは、回答者の基本属性や日本の医療の国際展開等に関する認知度等を把握するとともに、今後の日本のインバウンド事業における示唆を得ることを目的とした。

アンケート回答者の出身国・地域を次図に示す。回答者はほぼ日本人来場者。「海外」との回答は中国、韓国が多い。年齢については、40代、50代の回答が多い。

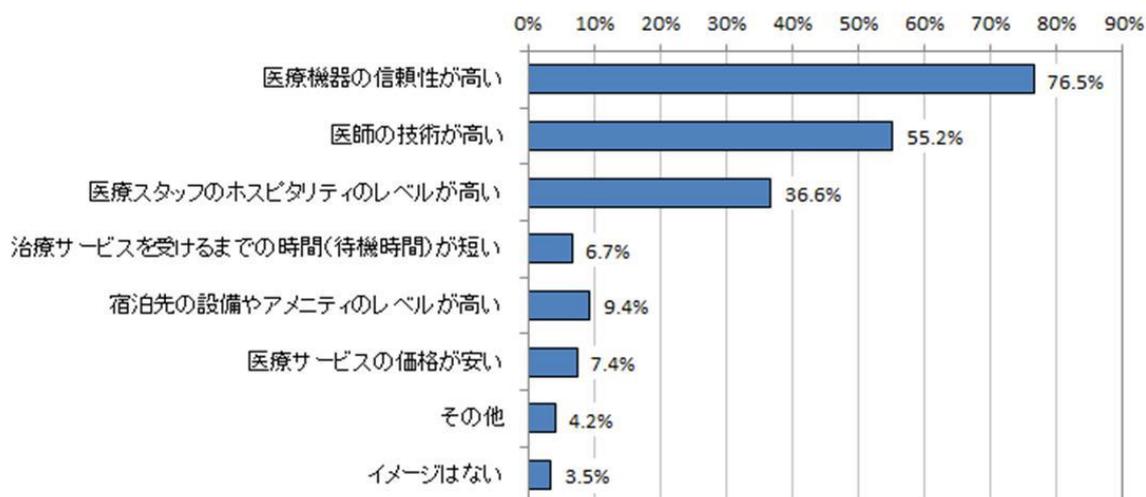
図表・68 出身国・地域と年齢



出所) MEJ作成

日本の医療に対するイメージを次図に示す。医療機器の信頼性、医師の技術、医療スタッフのホスピタリティの順に評価が高い。

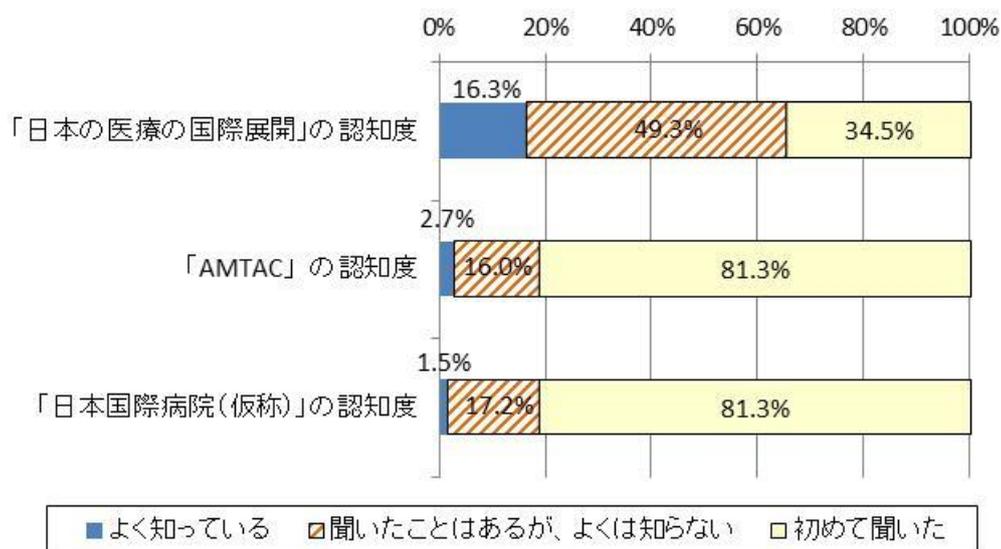
図表・69 日本の医療に対するイメージ



出所) MEJ 作成

「日本の医療の国際展開」、「AMTAC」、「日本国際病院（仮称）」それぞれの認知度を次図に示す。「日本の医療の国際展開」については、「よく知っている」との回答は2割弱。「聞いたことはあるが、よくは知らない」が約5割と最多である。「AMTAC」、「日本国際病院（仮称）」の認知度はともに、「初めて聞いた」が約8割と最多である。

図表・70 「日本の医療の国際展開」、「AMTAC」、「日本国際病院（仮称）」の認知度



出所) MEJ 作成

その他、自由記入として回答されたコメントの中には、「自分の知り合いの外国人に日本の医療機関を勧めたい」、「日本国際病院（仮称）の取組を進めてほしい」、「質の高い医療を海外に

展開するのはとても良いと思う」、「日本のレベルアップにもつながり、良いと思う」等の声もあり、日本の医療の国際展開の取組について、ブースに来場した日本人からは概ね好意的に捉えられていた。

⑤参加事業者からのヒアリング結果

イベント終了後、参加事業者から、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。医療機関からは、以下のようなコメントがあった。

- ブース展示だけでなく、プレゼンテーションの機会が得られたことは良かった
- 日本政府の取組や日本の医療を広くPRする場として効果があった

その他、効果的なプレゼンテーションをするための提案として、例えば、発表者が事前に打合せを行ってプレゼンテーションの方向性を合わせる、各医療機関の取組を放映するディスプレイを設置する等映像機器を拡充する、等の意見も提示された。

AMTACからは、以下のようなコメントがあった。

- 医療の国際展開に関する政府の取組について国内にも認知を広める点で意義があった
- AMTACの周知・PRにつなげることができたことは良かった
- 一般来場者への訴求については、さらなる工夫が必要

(2)海外イベントへの出展「第5届中国国際医療旅遊(北京)展覧会」

①イベント概要

海外イベントとして、中国・北京で開催された「第5届中国国際医療旅遊(北京)展覧会」に出展した。本イベントは、中国から海外への医療渡航をテーマとした展示会で、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都市で巡回して開催され、今年で5回目を迎える。

名 称： 第5届中国国際医療旅遊(北京)展覧会 China International Medical Tourism (Beijing) Fair 2016
開催日程：2016年11月18日(金)～20日(日)
会 場： 中国国際展覧中心(静安庄館)

主催者発表によれば、今回の来場者は約12,000名。来場者の分類としては医療渡航の仲介・代理店業者が最も多かったが、医療関係者のほか、商業関連協会の会員、富裕者クラブの会員、観光局の関係者等、多岐に渡る職種の来場者があった。

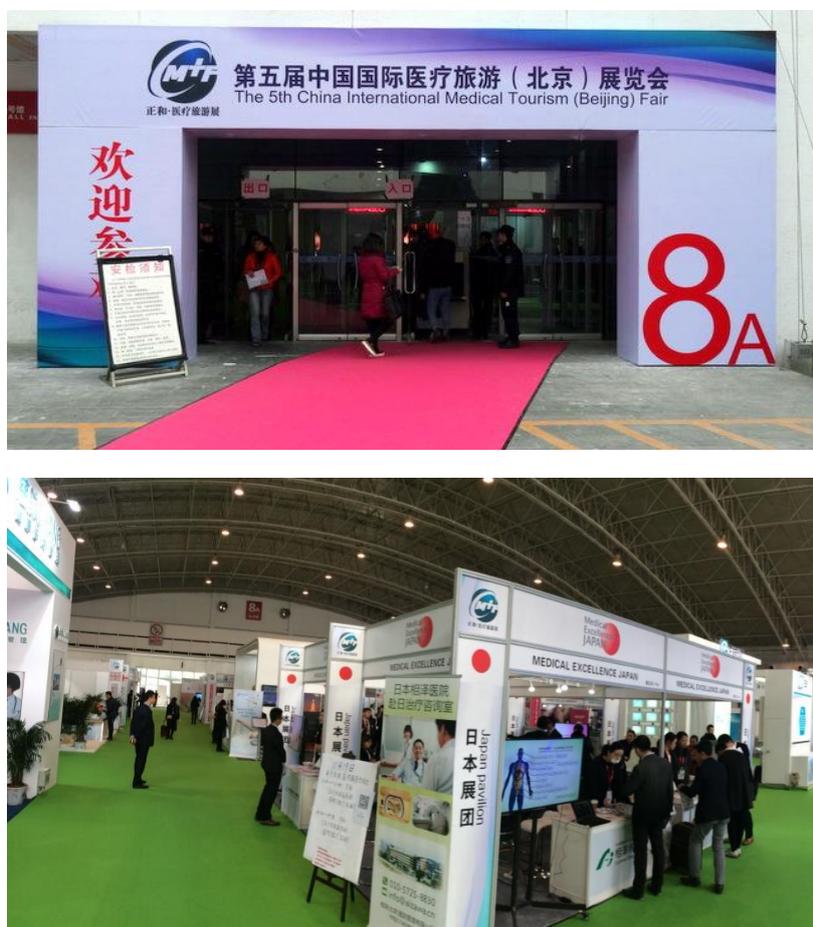
昨年度の来場者が27,500名であったことを考えると来場者数は半減しているが、来場者減少の理由としては、昨年度は同展示会場とは別のホールで中国人富裕層をターゲットにしたジュエリーや海外不動産等の展示会が同時開催されていたのに対して、今年度の展示会は、医療や健康関連(健康機器や健康食品等の紹介)に特化したものとなり、その分来場者数が減ったものとのことであった。しかし、むしろ医療や健康に関心のある層が来場したとも言える。

展示会には、中国企業による出展をはじめ、アメリカ、ドイツ、韓国、タイ、シンガポール、

インド、日本等から、大小併せて 56 のブースが出展した。

会場外観、ホール内のイメージを次図に示す。

図表・71 会場の外観とホール内部



出所) MEJ 撮影

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り、それとともに日本の渡航受診者の受入れ体制を紹介することを出展の目的とした。ブース名称は、官民一体の“オールジャパン”としての一体的な取組を来場者に分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。

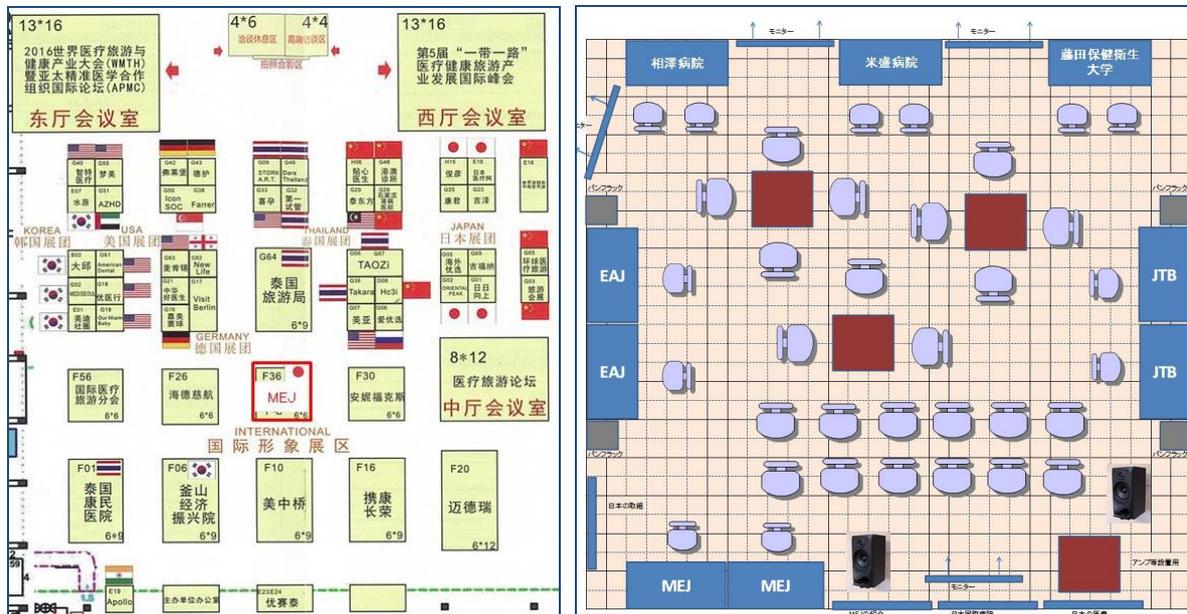
なお、ブース来場者に対しては、後述する WeChat アカウントへのフォロー誘導と、各日の来場者に対してアンケート調査も実施した。

A. ブースの概要

ブースは会場内中央の独立した小間に設置した。四方向からのアクセスが可能である小間の立地を生かし、各面に医療機関のデスクと TV モニターおよび医療コーディネーターのデスクを外向きに設置し、来場者からの相談をそれぞれが直接受けられるようにした。また、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を設置し、ブース内プレゼンテーションの実施のほか、各デスクを訪問した来場者からの詳細な相談を受けられるようにした。

また、ツーリズム EXPO ジャパン 2016 において展示した日本の医療を紹介するパネルを中国語に翻訳し、MEJ のデスク脇に設置した。

図表・72 ブースの位置とブースレイアウト



出所) MEJ 作成

B. 活動内容

開催日初日である 11 月 18 日（金）には、展示会場内の中庁会議室で行われた全体セミナーで日本の医療について紹介するプレゼンテーションを実施した。開催概要と聴講者数は以下の通りである。

日時：11 月 18 日（金） 14:30～15:10

内容：14:30～ MEJ
 14:40～ 相澤病院
 14:50～ 藤田保健衛生大学病院
 15:00～ 米盛病院

会場：中庁会議室（同展示ホール内）

聴講者数：

	18日 14:30～
全体セミナー聴講者数	62名

図表・73 全体セミナーの様子



出所) MEJ 撮影

また、3日間の開催期間のうち、来場者が多いと見込まれた初日（金）と2日目（土）にブース内プレゼンテーションを全3回実施した。開催概要と聴講者数は以下の通りである。

日時：1回目：11月18日（金）11:00～
 2回目：11月19日（土）11:00～
 3回目：11月19日（土）14:00～

内容：・MEJ
 ・相澤病院
 ・藤田保健衛生大学病院
 ・米盛病院
 ・日本エマージェンシーアシスタンス
 ・JTB

聴講者数：

	18日(金) 11:00～	19日(土) 11:00～	19日(土) 14:00～	合計
ブース内プレゼンテーション聴講者数	32名	22名	16名	70名

図表・74 ブース内プレゼンテーションの様子



プレゼンテーションをする米盛病院



聴講者の様子

出所) MEJ 撮影

参加する事業者が情報を提供する場として、各団体専用のデスクを設けるとともに、より詳しい相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。日本に患者を紹介したい医療コーディネーターからの問合せ・相談が多かったが、患者本人や、日本への医療渡航に興味のある一般 来場者もいた。問合せ・相談の件数は次図の通りである。

図表・ 75 ブース内での相談件数集計

	問合せ・相談件数 ※（ ）内はうち個人からの相談件数			
	18日（金）	19日（土）	20日（日）	合計
相澤病院	78(3)	18(1)	5(0)	101(4)
藤田保健衛生大学病院	29(13)	69(9)	0(0)	98(22)
米盛病院	44(14)	21(7)	15(9)	80(39)
EAJ	120(23)	99(23)	12(4)	231(50)
JTB	68(22)	42(15)	15(10)	125(47)
合計	339(75)	249(55)	47(23)	635(153)

出所) MEJ 作成

図表・ 76 ブース内での相談対応の様子



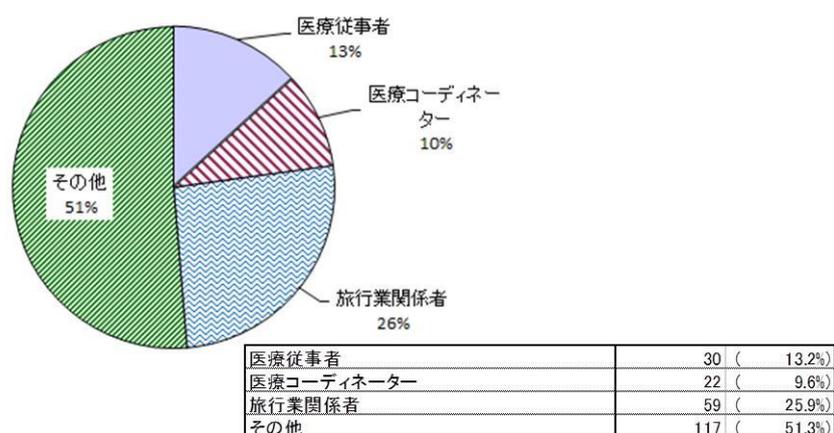
出所) MEJ 撮影

③来場者アンケート

ブース来場者にアンケートを行い、228 サンプルの回答を得た。概要は以下の通りである。

アンケート回答者の職業を次図に示す。旅行業関係者（26%=59人）、医療従事者（13%=30人）、医療コーディネーター（10%=22人）の3つで計5割であり、3つ以外の「その他」が5割（117人）である。

図表・77 回答者の職業



出所) MEJ 作成

職業について、昨年度の来場者と比較した結果³を次図に示す。一般の来場者が増えて、医療従事者が減少した。

図表・78 回答者の職業（経年変化）

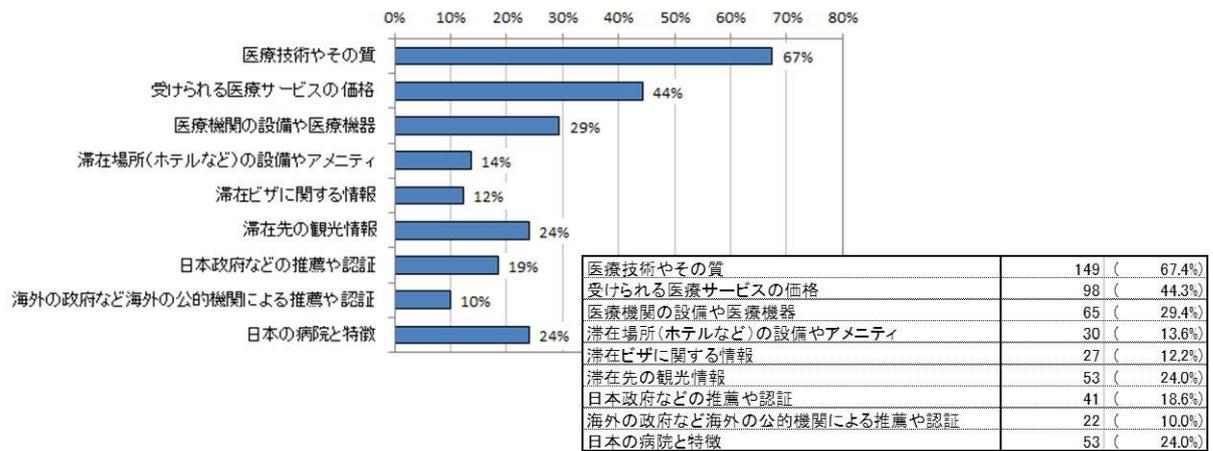


出所) MEJ 作成

³ 株式会社野村総合研究所「平成 27 年度医療技術・サービス拠点化促進事業（国内医療機関による外国人患者受入の促進に関する調査）報告書」参照

日本への医療渡航について知りたいことを次図に示す。「医療技術やその質」との回答が7割(149人)で最も多い。次いで「受けられる医療サービスの価格」(44%=98人)、「医療機関の設備や医療機器」(3割=65人)となっている。

図表・79 日本への医療渡航について知りたいこと



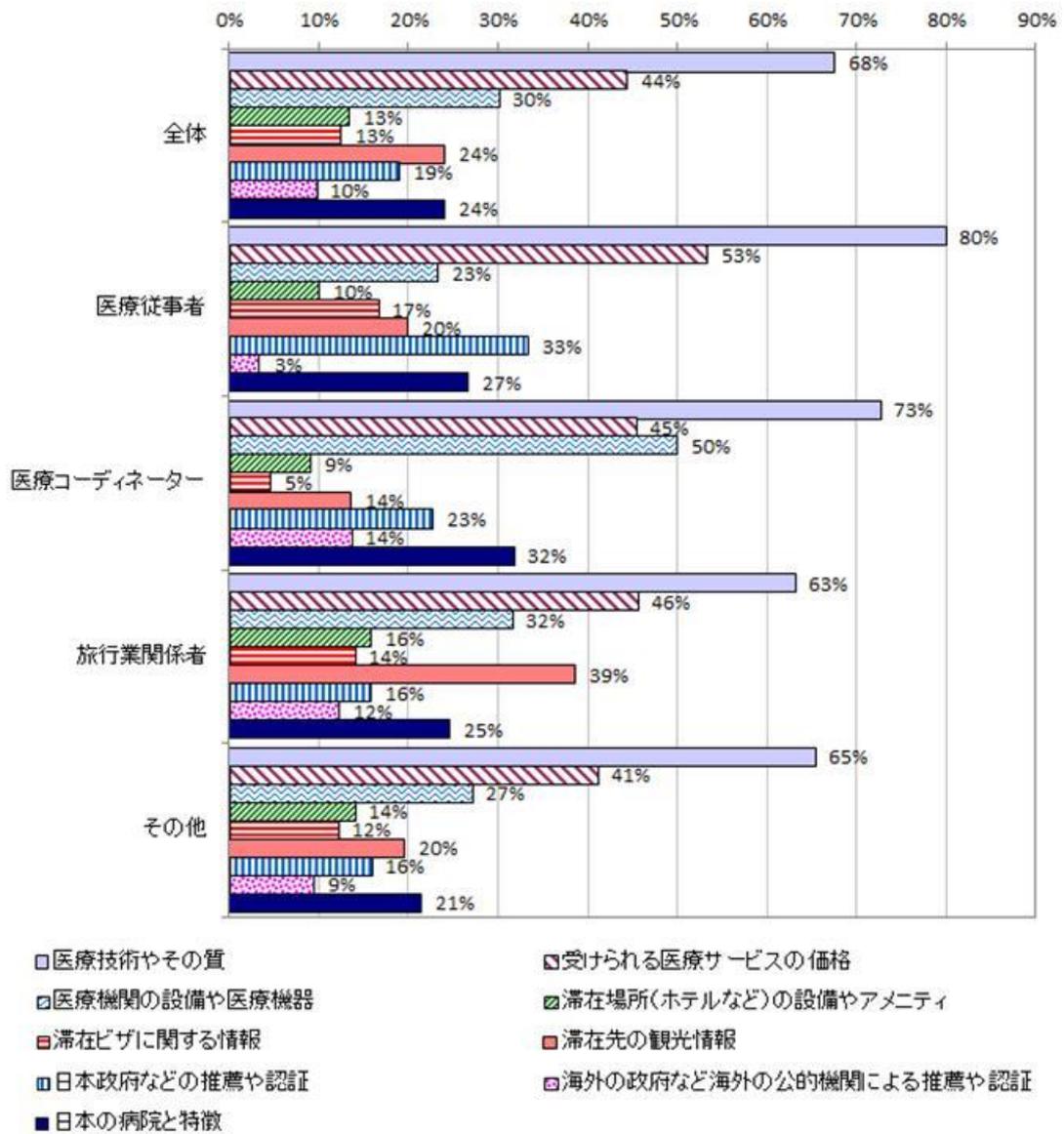
出所) MEJ 作成

職業別の情報ニーズを次図に示す。医療従事者では、「医療技術やその質」(8割)、「受けられる医療サービスの価格」(5割)とする回答が多い。

医療コーディネーターでは、「医療技術やその質」(7割)、「医療機関の設備や医療機器」(5割)、「受けられる医療サービスの価格」(45%)とする回答が多い。

旅行業関係者では、「医療技術やその質」(6割)、「受けられる医療サービスの価格」(5割)、「滞在先の観光情報」(4割)とする回答が多い。

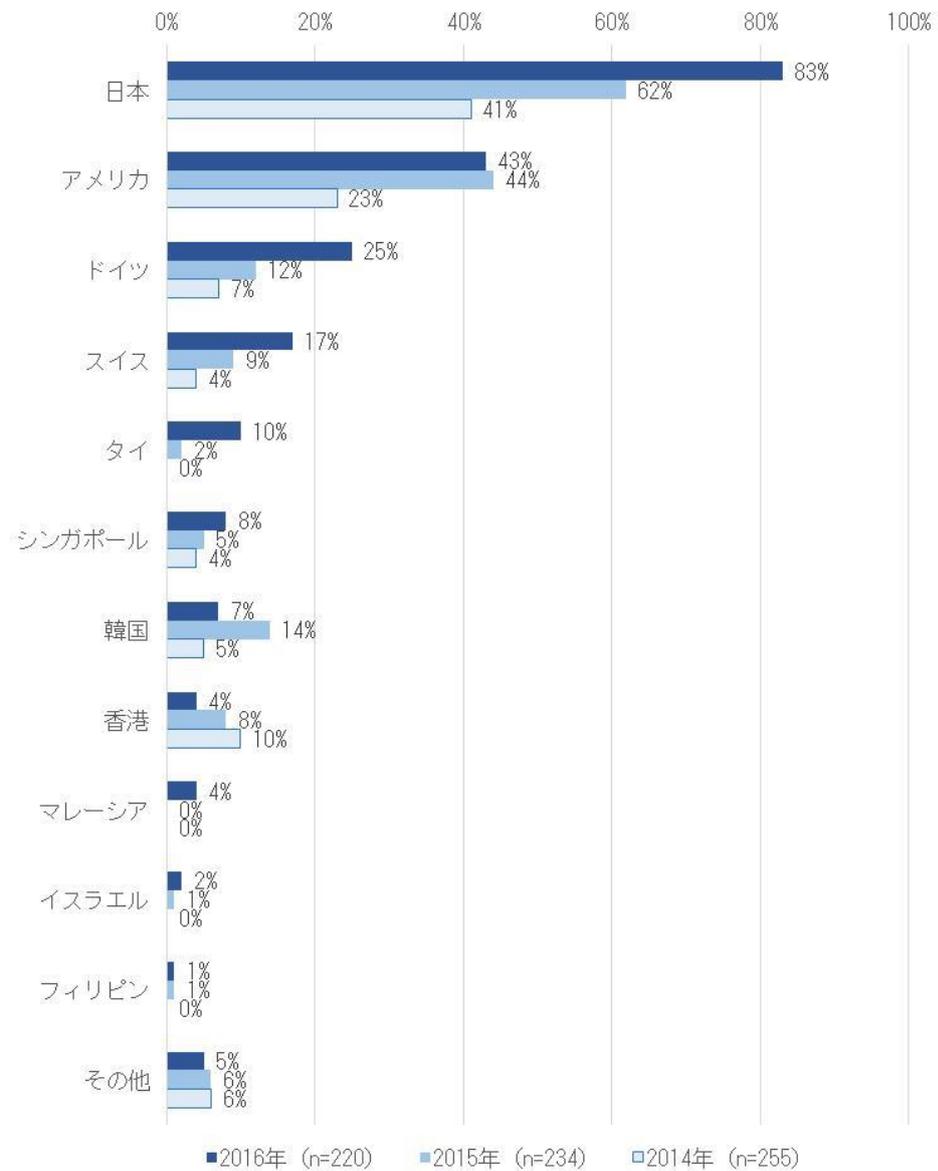
図表・80 職業別の情報ニーズ



出所) MEJ 作成

国外で治療を受ける場合の候補となる国について、昨年・一昨年の来場者との比較を次図に示す。日本と回答する割合が年々増加している。

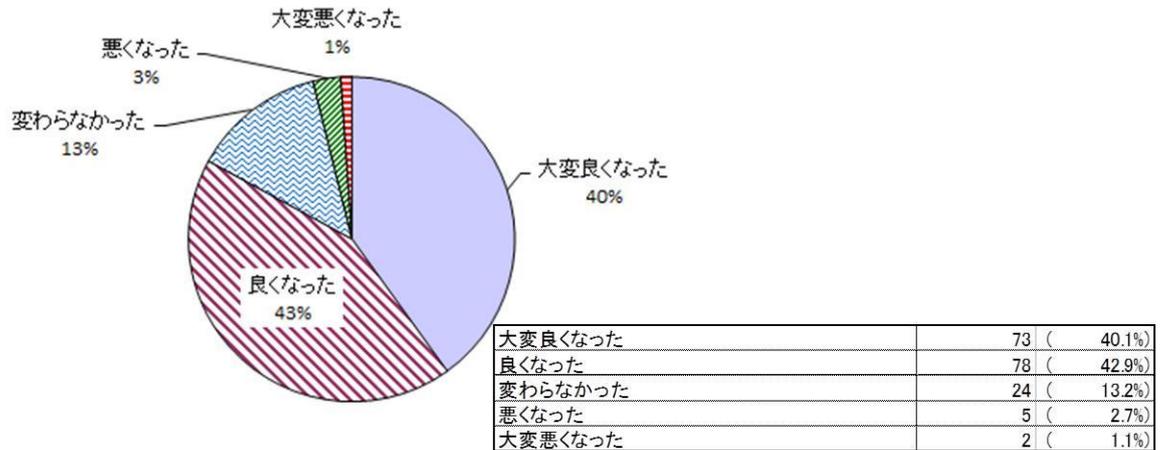
図表・81 国外での治療を受ける場合の候補となる国（経年変化）



出所) MEJ 作成

日本の医療に対するイメージの変化を次図に示す。「良くなった」(4割=78人)、「大変良くなった」(4割=73人)となっており、ブースへの来場が日本の医療に対するイメージの向上に貢献している。

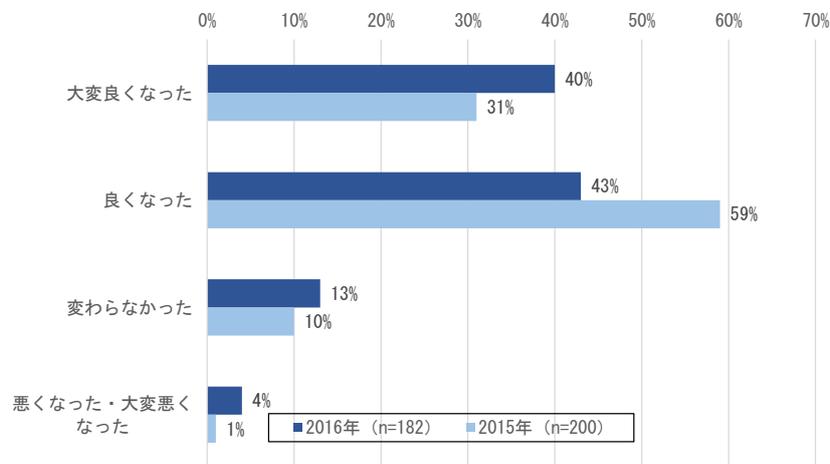
図表・82 日本の医療に対するイメージの変化



出所) MEJ作成

日本の医療に対するイメージの変化について、昨年の来場者との比較を次図に示す。「大変良くなった」とする回答者が増加している。

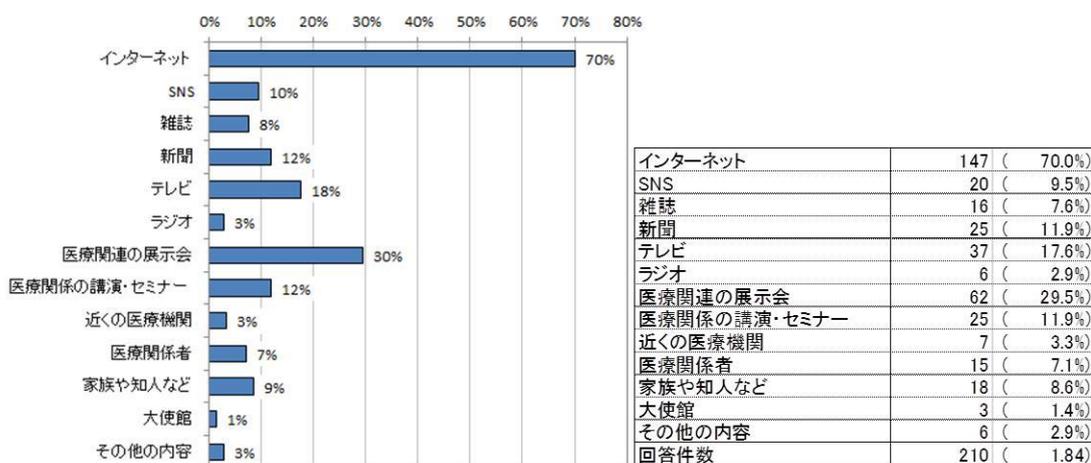
図表・83 日本の医療に対するイメージの変化(経年変化)



出所) MEJ作成

中国国外に医療渡航を考えている方について、医療渡航に関する情報の収集手段を次図に示す。「インターネット」とする回答が7割（147人）と最も多く、次いで「医療関連の展示会」（3割=62人）となっている。

図表・84 中国国外に医療渡航を考えている方について、医療渡航に関する情報の収集手段



出所) MEJ 作成

④参加事業者からのヒアリング結果

イベント終了後、参加事業者から、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」、「受入れ患者数の変化」、「健診受入れ数（予約含む）の変化」についても確認した。

医療機関からは、出展の効果を評価する声が強かった。また、ブース内に複数の医療機関が相談デスクを置いたことで、直接来場者との話げができたことや、事前の打ち合わせで「オールジャパン」のチームワークが高まったことを評価する声もあった。展示の内容としては、さらに日本の医療の強みを打ち出す必要があることや、一般来場者への訴求についてはさらに工夫が必要であるとの提起があった。

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」、「受入れ患者数の変化」、「健診受入れ数（予約含む）の変化」を見ると概ね増加している。医療機関の中には、イベントの翌月に現地事業者向けに独自に現地説明会を開催して約30名の参加者があった例も報告されている。全ての医療機関から、来年度以降も中国およびその他アジア地域での国際イベントに参加したいとの意向が示されており、継続的な出展でさらなる効果を期待する声も強かった。

AMTACからも、単独出展ではなくオールジャパンで出展することによる相乗効果を評価する意見があった。また、セミナーや問合せ対応ができるよう、ブース内にテーブルが多数配置されていたため、具体的な治療案件の相談を受けることができたケースも報告されている。また、さらに日本の医療のプレゼンスを高めるためには、言語対応、医療滞在ビザ、受入れスキームについての説明を継続的に行っていくことが重要であるとの意見も出された。なお、展示会だけでなく、もっと個人に直接アピールできるような機会がほしい、との声も挙がった。

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」、「受入れ患者数の変化」、「健診受入れ数（予約含む）の変化」を見ると、概ね増加しており、

特に治療・検診に関する個人からの相談・問合せが増加している模様である。全ての医療機関と AMTAC から、来年度以降も同様の国際イベントがあれば参加したいとの意向が示された。参加にあたって希望する具体的な地域や条件については、中国およびその他東南アジア地域という声が多く、地域は問わないが、一般的な旅行博でなく医療渡航に特化した展示会やもう少し国際色が強い大きな展示会、という声も挙がった。

図表・85 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」
「受入れ患者数の変化」、「健診受入れ数（予約含む）の変化」

	① 治療に関する 問合せ数	② 健診に関する 問合せ数	③ 受入れ患者数	④ 健診受入れ数 (予約含む)
相澤病院	増えた 1件	増えた 1件	影響はなかった	影響はなかった
藤田保健衛生大学病院	増えた 約15件	増えた 約35件	増えた 2件	増えた 30件
米盛病院	増えた 件数は不明	増えた 件数は不明	増えた 2件	増えた 4件
認証医療渡航支援企業： JTB	増えた 30件	増えた 30件	増えた 10件	増えた 15件
認証医療渡航支援企業： EAJ	増えた 10件	増えた 10件	影響はなかった	影響はなかった

出所) MEJ作成

4-2. SNS等による情報発信

1)背景および目的

経済産業省では、これまで、外国人患者の受入れ促進を目的とした海外向け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での情報発信として、紙媒体のパンフレットの作成・配布、Webサイトの構築、マス広告（CNNにおけるテレビCMの放映）、ソーシャルメディア広告「LinkedIn」を活用した広報展開等に取り組んできており、一定の成果を上げている。

また2015年度事業においても、外国人患者向けの効果的な情報発信方法の検討が行われ、プロモーションの一環としてSNS等を活用することが提起された。

そこで2016年度は、海外の医療従事者や患者向けに日本の医療を紹介するため、SNS等を用いた情報発信を行い、そのツールを活用して患者の問合せ・相談対応や実際の受入れ等に効率的につなげるような仕組みの構築を検討するとともに、SNS等へのアクセス状況やアクセスした外国人の具体的なニーズの集計・分析を通じて今後の効果的なプロモーション方法を検討することとした。

2)実施概要

高い情報の拡散性を持つSNSの利点を生かし、日本の医療や日本への医療渡航の情報の配信を通じて、問合せ・相談対応や実際の受入れ等に効率的につなげる仕組みの構築を目指した。

合わせて、展示会出展等の適時性のある情報や日本の医療を紹介する記事等を掲載・配信するとともに、詳細情報や問合せページへ誘導する仕組みも構築し、日本への医療渡航に関する認知度向上や、実際の受入れに関する問合せにつなげることを目指した。

(1)対象言語・使用ツールの選定

日本への医療渡航の受入れ実績等を踏まえ、また、今年度事業で展開した中国のイベント出展と関連を持たせた形でのフォロワー獲得や、他のプロモーション活動との連動による効果を勘案して、対象地域を中国、対象言語を中国語とした。

具体的な使用ツールとしては、FacebookやTwitter等、世界的に有力なSNSへのアクセスが中国国内でブロックされているため、中国人（および中国在住者）にとって最も利用頻度の高い連絡・情報共有手段であるWeChat⁴（中国名：微信）を選定した。WeChatは、メッセージ送受信、写真共有、音声の共有等の通信や共有機能に加え、「モーメンツ（自分で投稿した記事やシェアしたい記事を友人同士で共有するページ）」、「Look Around(位置情報による友人さがし)」、「シェイク」といった機能が設けられている。

⁴ 微信（中国語読み：ウェイシン、英語：WeChat、ウィーチャット）は、中国大手IT企業テンセント（中国名：騰訊）が作った無料インスタントメッセージングアプリ。メッセージング機能とSNS機能の融合が特徴。

(2)アカウントの開設・立ち上げ

WeChat 内で開設できるアカウントは、a)「サービスアカウント（服務号）」（企業のみ開設可能）、b)「購読アカウント（订阅号）」（企業、個人どちらでも開設可能）、c)「企業アカウント（企業号）」（社内の SNS やコミュニケーションツールとして使われるクローズドなアカウント）の 3 種類があり、そのうち、プロモーション目的として使われるのは、a)「サービスアカウント（服務号）」と b)「購読アカウント（订阅号）」である。本事業では、記事を読覧されやすく、外部 Web サイトへの誘導も可能である「サービスアカウント（服務号）」で開設することとした。

図表・86 WeChat アカウントの機能の違い

特徴	サービスアカウント（服務号）	購読アカウント（订阅号）
記事投稿可能数	月 4 回まで	1 日 1 回まで
表示箇所	個人ユーザーの発言と同じタイムライン上に表示 →開封されやすい	「購読アカウント」のグループにまとめられて表示 →見られずに埋もれやすい
メニューボタンから外部サイトへのリンク	外部サイトへのリンクへの申請不要	外部サイトへのリンクは申請が必要
その他の機能拡張	ほぼ制限なく微信の機能を活用可能	企業認証(別途有料)を行うことで一部可能

出所) テンセント社資料から MEJ 作成

WeChat アカウントの開設は中国国内法人（香港・マカオ・台湾を除く）のみが可能であり、現地法人を持たない外国企業は、中国法人による代理申請の必要があるため、現地広告会社を経由した代理申請を行った。

「4-1. 国内外における医療渡航関連の国際イベントへの出展」で記述した国内外でのイベント出展と連動した活動であることが分かるように、当初は出展ブース名と同じく“Medical Excellence JAPAN”というアカウント名での開設を申請した。しかし、企業アカウントとして申請するにあたり、“Japan（日本）”や“Medical（医療、または医療関連用語）”を含むアカウント名をつける場合、そのアカウント名に一致する中国国内企業が存在していなければならない、という理由で申請を却下された。そのため、そうした用語を含まない「MEJ 服務号（日本語訳:MEJ サービスアカウント）」の名称で再度申請しアカウントを開設した。

(3)コンテンツ作成(紹介メニューページ)

日本の医療や日本での渡航受診の流れについて分かりやすく発信するため、WeChat ユーザーが MEJ 服務号をフォローした後、常時閲覧できるメニューページ内に日本の医療の紹介、日本での渡航受診についての情報を掲載した。コンテンツ作成にあたっては、これまでの事業で作成した MEJ サイト中国語版ページの内容を WeChat 内の閲覧用に最適化した。また、問合せについては、MEJ サイトの問合せページへリンクするようにした。

図表・87 画面イメージ(画面下部枠内が紹介メニューページ)



出所) MEJ 作成

図表・88 メニューページコンテンツ

ページ番号	メニュー	記事名	記事名和訳
1-1	日本医療	综合治疗	総合医療
1-2	日本医療	微创治疗	低侵襲医療
1-3	日本医療	高端医疗	高度医療
1-4	日本医療	个性化医疗	個別化医療
1-5	訪日治療	健康检查	健康診断
2-1	訪日治療	医疗逗留签证	医療滞在ビザ
2-2	訪日治療	在日本治疗的流程	日本での治療の流れ
2-3	訪日治療	赴日治疗 FAQ	訪日治療 Q&A
2-4	訪日治療	咨询	問合せ (※外部へのリンク)
3-1	MEJ 紹介	MEJ 简介	MEJ 紹介

出所) MEJ 作成

(4)コンテンツ作成(配信記事)

常時閲覧できる紹介メニューのほかに、配信記事 11 件の掲載を行った。記事の内容としては、「日本の医療」、「訪日治療の流れ」、「展示会情報」、「医療機関情報」、「AMTAC 情報」等である。

図表・89 配信記事一覧

番号	配信日	記事タイトル (和訳)
1	2016/8/29	ようこそ Medical Excellence JAPAN へ
2	2016/11/15	MEJ は「第 5 回中国国際医療旅遊 (北京) 展覧会」に出展します
3	2016/11/16	MEJ は「第 5 回中国国際医療旅遊 (北京) 展覧会」でイベントを開催します
4	2016/11/22	出展終了案内および御礼
5	2016/12/13	日本の優れた医療機関の紹介 相澤病院
6	2016/12/20	日本の優れた医療機関の紹介 米盛病院
7	2017/2/28	日本への医療渡航の相談をするなら AMTAC へ JTB 編
8	2017/3/1	日本への医療渡航の相談をするなら AMTAC へ EAJ 編
9	2017/3/17	日本の優れた医療機関の紹介 藤田保健衛生大学病院
10	2017/3/27	Japan International Hospitals(JIH)として 28 病院を推奨
11	2017/3/28	医療渡航をされる際は「AMTAC (認証医療渡航支援企業)」をご活用ください

出所) MEJ 作成

(5) イベント出展と連動した取組

① アカウントフォローの誘導

前述した、「ツーリズム EXPO ジャパン 2016」および「第 5 届中国国際医療旅遊 (北京) 展覧会」への出展に合わせて、配布資料に WeChat アカウントの QR コードを表示し、ブースでの相談時に直接 WeChat アカウントの紹介を行う等アカウントフォローの誘導を行った。

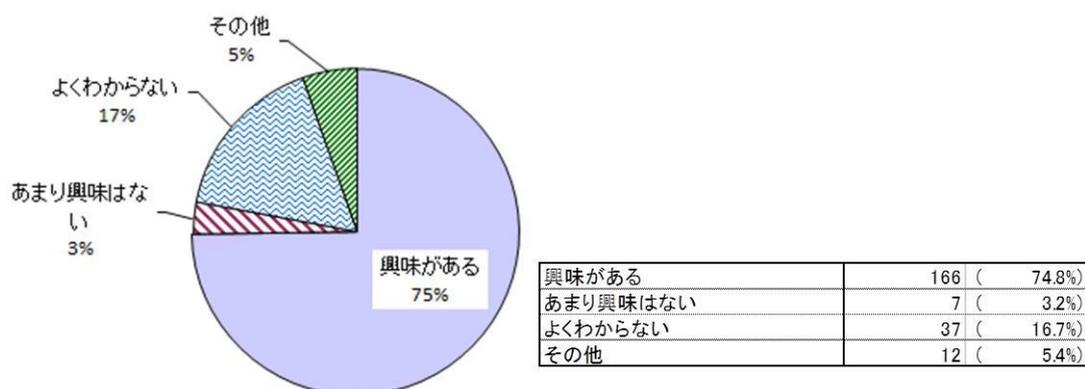
特に、北京での展示会に際しては、出展する旨を微信 (以下、「WeChat」) を通じて配信した。また、展示会会場では、配布物に加えて、WeChat アカウントの QR コードを掲示してブース来場者へのアカウントフォローの誘導を行った。その結果、ツーリズム EXPO ジャパンでは、中国人来場者の割合が低いこともあり、フォロワー数の増加は 20 ユーザー程度であったが、北京での展示会前は 60 ユーザー程度であったフォロワー数から、展示会後は 200 超まで増加した。

② アンケート調査の実施

前述の「第 5 届中国国際医療旅遊 (北京) 展覧会」出展時の来場者アンケート実施に合わせて、SNS による情報発信のニーズ等のアンケートを実施した。その結果を以下に紹介する。(サンプル数 226)

まず、WeChat による日本の医療に関する情報発信への関心を次図に示す。4 人のうち 3 人は「興味がある」と回答しており、関心は高い。「あまり興味はない」とする回答はほとんどない。(3%=7 人のみ)

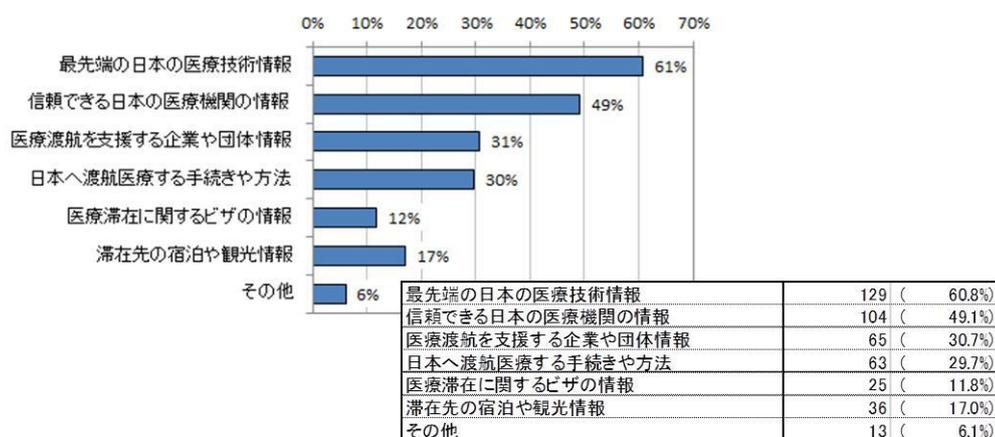
図表・90 WeChat による日本の医療に関する情報発信への関心



出所) MEJ 作成

WeChat を通じて提供してほしい日本の医療に関する情報のニーズを次図に示す。「最先端の日本の医療技術情報」が6割(129人)で最も多く、次いで「信頼できる日本の医療機関の情報」(5割=104人)となっている。

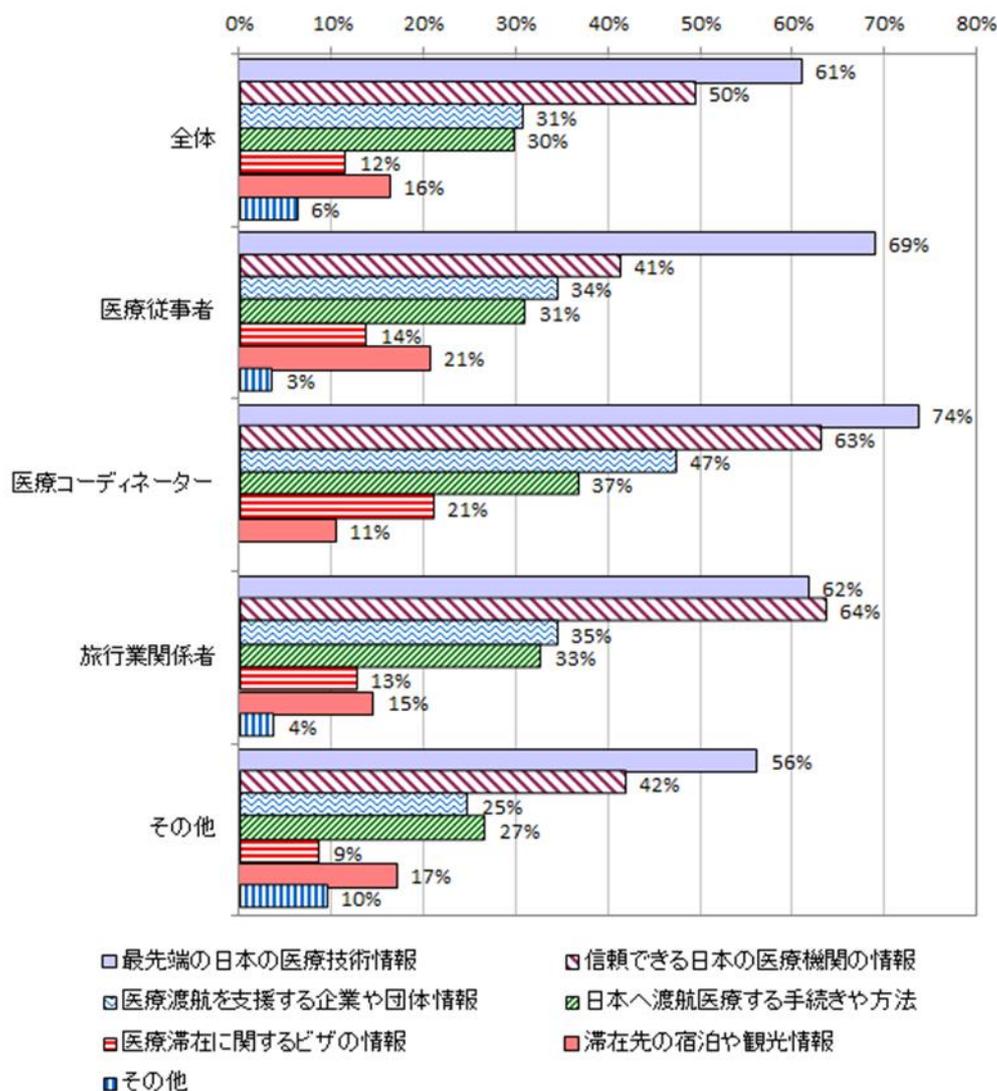
図表・91 WeChat から提供してほしい情報



出所) MEJ 作成

職業別に見た WeChat による日本医療情報発信への関心を次図に示す。職業別に見ても全体の傾向と同じであるが、旅行業関係者では「信頼できる日本の医療機関の情報」(64%)が最も多い。

図表・92 WeChat から提供してほしい情報（職業別）

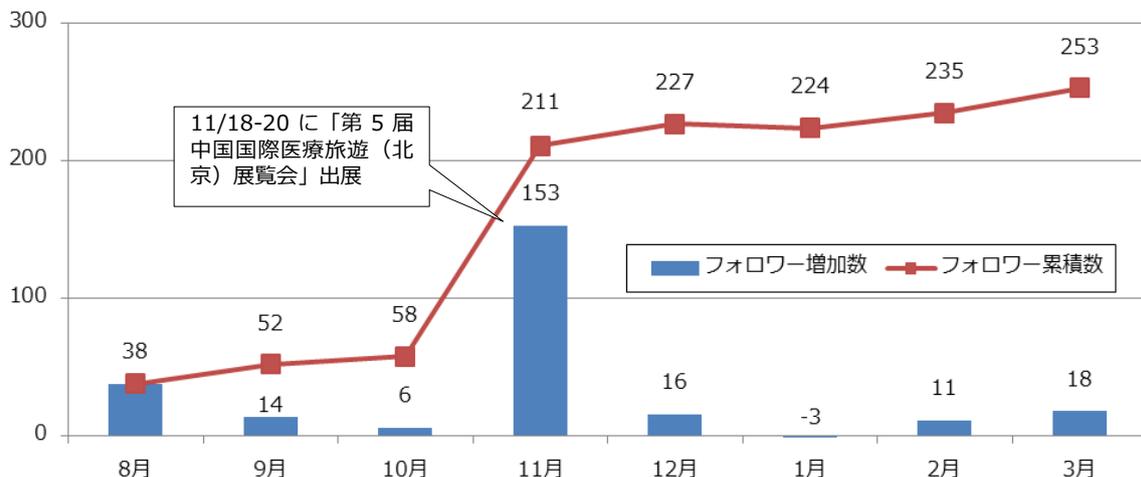


出所) MEJ 作成

3)実施結果

2017年3月22日時点で253人のフォロワーを獲得した。特に、前述の「第5届中国国際医療旅遊（北京）展覧会」でフォロワー数が大きく増えた（58→211人）。

図表・93 フォロワー数の推移



出所) MEJ作成

開設後6ヶ月間の記事閲覧総数は2017年3月22日現在、閲覧回数で2,539回、閲覧人数で1,559人となった。

常設メニューの記事については、「MEJの紹介」、「総合治療」、「日本での治療の流れ」が記事閲覧数の上位3件である。「MEJの紹介」の記事が最も多く読まれている理由としては、情報の発信者であるMEJがどのような団体かを知りたいというニーズが多かったことと、「MEJの紹介」ページを表示させるのに1クリックで読むことができる（他の記事を読むには2クリック必要）という閲覧までのアクションの短さによるものと考えられる。

「総合治療」、「日本での治療の流れ」については、上記のようなページ構成上の理由が当てはまらないことから、閲覧者が内容に興味を持って閲覧していることが推測される。

なお、「問合せ」ページの閲覧回数で39件あったが、実際問合せはなかった。これは、まだフォロワー数が少ないために受入れに関する問合せを希望するユーザーが少ないことが理由の1つであるが、問合せフォームは氏名や住所等の個人情報も必須入力項目であることから、入力に煩雑さを感じて問合せを敬遠している可能性も考えられる。

図表・94 常設メニュー記事の閲覧状況（2017年3月22日現在）

メニュー	メニュー記事名	閲覧回数	閲覧人数
日本の医療	総合医療	70	62
	低侵襲医療	27	26
	高度医療	39	36
	個別化医療	22	21
	健康診断	35	33
訪日治療	医療滞在ビザ	34	32
	日本での治療の流れ	52	50
	訪日治療 Q&A	33	31
	問合せ	39	32
MEJ 紹介	MEJ 紹介	248	185
合計		599	508

出所) MEJ 作成

配信記事については、閲覧回数が多い記事ほどシェア数も多く、WeChat においては、友人への記事転送やモーメンツ（シェアしたい配信記事を友人同士で共有するページ）への記事転載が非常に効果的であることがうかがえる。特に、相澤病院の記事では、閲覧回数 474 件のうち約 79% がモーメンツを経由した記事閲覧であり、EAJ に関する記事では、232 件のうち約 75% がモーメンツを経由した記事閲覧となっている。

以上のことから、アカウントをフォローしたユーザー以外にも、配信記事が拡散されていることが分かる。

図表・95 これまでに配信した記事の概要と閲覧数（2017年3月29日現在）

番号	配信日	記事タイトル	閲覧回数	シェア数
1	2016/8/29	ようこそ Medical Excellence JAPAN へ	52	0
2	2016/11/15	MEJ は「中国国際医療旅遊（北京）展覧会」に出展します	48	5
3	2016/11/16	MEJ は「中国国際医療旅遊（北京）展覧会」でイベントを開催します。	48	2
4	2016/11/22	出展終了案内および御礼	104	4
5	2016/12/13	日本の優れた医療機関の紹介 相澤病院	474	38
6	2016/12/20	日本の優れた医療機関の紹介 米盛病院	78	5
7	2017/2/28	日本への医療渡航の相談をするなら AMTAC へ JTB 編	55	3
8	2017/3/1	日本への医療渡航の相談をするなら AMTAC へ EAJ 編	232	22
9	2017/3/17	日本の優れた医療機関の紹介 藤田保健衛生大学病院	55	4

番号	配信日	記事タイトル	閲覧回数	シェア数
10	2017/3/27	Japan International Hospitals(JIH)として 28 病院を推奨	95	8
11	2017/3/28	医療渡航をされる際は「AMTAC (認証医療渡航支援企業)」をご活用ください	61	4

出所) MEJ 作成

4-3. まとめ

1)活動の評価

(1)国内外における医療渡航関連の国際イベントへの出展

国内でのイベント出展では、日本の医療の国際展開に関する日本政府の取組を広くアピールすることには一定の成果があったと言える。

また、来場した業界関係者に対するアンケート結果からは、日本の医療に対するイメージとして、「医療機器の信頼性が高い」、「医師の技術が高い」、「医療スタッフのホスピタリティのレベルが高い」が高評価であることが分かり、日本の医療の訴求ポイントを検討する上で示唆を得ることができた。また、来場者アンケート結果から同様に、日本への医療渡航をPRするにあたって欲しい情報として、「治療や検診の内容」、「言語対応状況」へのニーズが高いことが分かり、今後の情報発信のあり方について示唆を得ることができた。

参加した事業者からのヒアリングでも、日本政府の取組や日本の医療、AMTACの事業紹介、といった点で有効な機会であったとの声が強かった。

海外でのイベント出展においても、国内での出展と同様にオールジャパンを前面に打ち出した出展を行ったことで、日本の医療を現地の来場者に強く印象付けることができた。

来場者に対するアンケートの結果を見ると、日本の医療に対するイメージが「良くなった」、「大変良くなった」を合わせて8割を超えており、昨年度事業の来場者アンケート結果からの経年変化を見ても「大変良くなった」とする割合が10ポイント上昇していることから、日本の医療のイメージ向上に大きな貢献をしていることが分かる。また、国外での治療を受ける場合の候補となる国については、今回のアンケート調査では「日本」を挙げる割合が8割を超えているほか、一昨年・昨年からの経年変化を見ても、「日本」を挙げる割合が大きく向上しており、日本の医療に対するイメージが向上してきていることが分かる。このことから、中国においては、今後さらに日本への医療渡航への関心が高まることも予想される。

また、今年度はAMTACと合わせて、医療機関もブース内にデスクを設置して、直接来場者からの相談を受け付けたことから、渡航受診の問合せや実際の受入れの増加につながった。

参加した事業者からのヒアリングでも、イベント出展の効果に対する評価は高く、実際に、イベント終了3か月経過した時点で、医療機関・AMTACにおいては、総じて「治療に関する問合せ数」「健診に関する問合せ数」「受入れ患者数」「健診受入れ数」の数が増加している。また、出展に向けて参加事業者で行った打合せ等の準備を通じてオールジャパンのチームワークが高まったことを評価する声もあった。参加した医療機関・AMTACともに、来年度以降も中国を含めたアジア地域におけるイベントへの参加を希望する声が多かった。

(2)SNS等の情報発信

SNS等を活用した情報発信については、WeChatを利用することで中国を対象として日本の医療について広く情報発信し、問合せにも対応できる仕組みが構築できた。

作成したコンテンツの中では、総合医療や日本での渡航受診の流れについてのページに関心が高いことがうかがえた。また、配信記事についても、シェア機能によりフォロワー以外に情報が拡散されていることが確認できたことから、SNSの特徴である情報の拡散性を活用できたと言える。

イベント出展時にはWeChatアカウントフォローを誘導したが、ほぼ全員がフォローに応じ

ていたため、WeChat による日本の医療の情報発信に対する関心が実際に高いことが分かった。来場者アンケートの結果からも、回答者の4分の3が WeChat による日本の医療に関する情報発信に興味がある、と回答しており、WeChat が中国において有効なプロモーションツールであることが分かった。

なお、提供してほしい情報として「最先端の日本の医療技術情報」や「信頼できる日本の医療機関の情報」に対するニーズが高かったことから、今後のプロモーション活動にあたりこれらの情報の発信が有効であることが分かった。

2)今後の進め方

(1)国内外における医療渡航関連の国際イベントへの出展

海外イベントへの出展においては、来場者アンケートの結果から、日本の医療に対する好感度・関心が高いことが分かり、実際に日本への渡航受診に関する問合せも増加したことから、出展に参加した事業者からも同じ場所での継続的な出展を望む声が挙がった。同時に北京以外の都市、または東南アジア等他地域への広範囲なプロモーション活動への期待が高かったため、今後も継続的かつ広範囲に類似のイベントに出展を行っていくことが効果的と考えられる。

出展にあたっては、効果をより高めるため、フォローアップイベントの実施や SNS 経由での継続的な情報発信等、イベント来場者に対する個別のアプローチの重要性を踏まえた活動を検討する必要がある。併せて、出展に参加した事業者からも意見が出されたが、現地医療コーディネーター等の渡航関連事業者だけでなく、潜在的な渡航受診者となる個人への訴求を高めるための工夫を行っていく必要がある。

(2)SNS等の情報発信

前述のとおり、中国では WeChat による日本の医療に関する情報発信に対しての関心は高く、引き続き WeChat を活用して情報発信を行うことで、効果的なプロモーションが期待できる。ただし、現時点ではまだ記事配信数も少なく、フォロワー数も少数にとどまっていることから、プロモーションの効果を高めるためには、今後コンテンツの充実およびフォロワーのさらなる拡大を図る必要がある。

コンテンツの充実にあたっては、アンケート回答者の多くが日本の医療技術や医療機関への関心の高さを示すと同時により多くの情報を望む声が多いことが分かったため、こうした声をコンテンツ作成に反映させる必要がある。フォロワーの拡大についても、前述の通り、イベント来場者に対するフォローアップツールとしての SNS の活用が有効であると考えられるため、イベント出展との連動によりさらなるフォロワーの拡大につなげる工夫が必要である。また、フォロワーの拡大に伴って今後さらに問合せや相談の増加が見込まれるが、本事業で構築した問合せの仕組みでは入力項目に煩雑さを感じて具体的な問合せにつながっていない可能性も見えてきた。確実な問合せ・相談対応のために必要な情報も取得しつつ、SNS の利点である簡便にコミュニケーションが取れる点を生かせるよう仕組みの最適化を図っていくことも必要と考える。

なお、SNS 以外のツールによる情報発信についても、アンケート結果から、医療に関する情報収集はインターネットを通じて行っていることが分かったため、Web サイトからも日本の医療についての情報発信を引き続き行っていくことが重要である。

第5章 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

5-1. 背景および目的

経済産業省では、医療インバウンドを促進するための取組として、外国人患者の受入れ環境整備に向けたセミナーを継続的に開催してきており、成果を上げている。この間、訪日外国人数が着実に増加しているほか、「日本再興戦略 2016」では、「医療インバウンドの推進として、訪日外国人向けの医療提供（例えば高度な治療を目的とした渡航者への医療提供、観光客への医療の提供）のために必要な環境整備を行う」ことが謳われていること、2020年の東京オリンピック開催を契機とする日本への関心の高まり等、日本への医療インバウンドに対するニーズは今後ますます高まるものと想定される。

そうした中、外国人患者の受入れに関心を持ちつつも、受入れ態勢の整備や医療渡航支援企業の活用状況が不十分であるために、本格的な外国人患者受入れを開始できない医療機関も少なからずいる。これらの医療機関は、十分な質とサービス内容を備えた医療渡航支援企業を有効活用することで、医療機関の負担を減らしつつ、より良い医療サービスを外国人患者に提供できるようになる可能性がある。

このような背景を踏まえ、2015年度は、「外国人患者の受入れ態勢と医療渡航支援企業の活用」と題するセミナーを東京で1回実施したが、申込者が定員を大きく上回る状況となり、再度類似のセミナーを複数回開催してほしいとの声が多数寄せられていた。

そこで今年度事業では、複数地域で複数回セミナーを開催し、外国人患者の受入れに前向きな医療機関や医療渡航支援企業に外国人患者受入れに関するノウハウを普及することを目指した。

5-2. 実施概要

1)日時・場所・タイトル

セミナーを実施した日時・場所・タイトルを次表に示す。

なお、本セミナーで扱うテーマは、広義の外国人患者の受入れのうち、医療サービス（健診や治療・検診（治療後のフォローを含む））を受けることを目的として海外から日本へ渡航する外国人の受入れについて取り上げることから、「渡航受診者」という呼称をセミナータイトル等で用いることとした。

図表・96 日時・場所・タイトル

第1回 (東京)	日時	2016年8月24日(水) 13:30~17:45
	場所	ベルサール八重洲(東京都中央区)
	タイトル	平成28年度・第1回 Medical Excellence JAPAN セミナー ～日本国際病院(仮称) ⁵ のリスト化に向けて、渡航受診者受入に実績のある医療機関の先行的な取組事例を学ぶ～
第2回 (大阪)	日時	2016年10月21日(金) 13:30~17:45
	場所	グランフロント大阪北館タワーC8階(大阪府大阪市)
	タイトル	平成28年度・第2回 Medical Excellence JAPAN セミナー ～日本国際病院(仮称)のリスト化に向けて、渡航受診者受入に実績のある医療機関の先行的な取組事例を学ぶ～
第3回 (東京)	日時	2017年1月27日(金) 10:00~17:30
	場所	ベルサール東京日本橋[RoomC+D+E](東京都中央区)
	タイトル	平成28年度・第3回 Medical Excellence JAPAN セミナー 渡航受診者受入拡大に向けた環境整備とその取組～地域全体での取組を先行事例から学ぶ～

出所) MEJ作成

2)第1回セミナー(東京)

(1)対象

本セミナーは、外国人患者の受入れを拡大もしくは検討している医療機関および関係者を対象とした。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
- 医療コーディネーター
- 医療滞在ビザ身元保証機関
- その他外国人患者受入れ関連業務従事者

(2)集客方法

MEJのWebサイトで告知を行うとともに、医療機関、身元保証機関等を対象に電子メール送信にて案内を行った。また、参加はWebサイトから申し込む形とした。

(3)プログラム

セミナーのプログラムを次に示す(なお、講演概要は「5-3. 実施結果」を参照)。

⁵ 日本国際病院(仮称)は2016年7月4日から公募が開始され、「ジャパン インターナショナル ホスピタルズ」を正式名称として、2017年1月31日にリストが公表された。

図表・97 第1回セミナープログラム・講演者（敬称略）

- 開会あいさつ
一般社団法人 Medical Excellence JAPAN 理事長 山本修三
 - 経済産業省の取組
経済産業省 商務情報政策局 ヘルスケア産業課 国際展開推進室 室長 笹子宗一郎
 - 厚生労働省の取組
厚生労働省 医政局 総務課 医療国際展開推進室 室長補佐 谷村忠幸
 - MEJ の取組
一般社団法人 Medical Excellence JAPAN 業務執行理事 北野選也
- 【第1部】医療機関の講演
- 国立大学法人東京大学医学部附属病院 国際診療部 副部長 山田秀臣
 - 公益財団法人がん研究会有明病院 副院長 佐野武
 - 社会医療法人財団慈泉会 相澤病院 陽子線治療センター センター長 荒屋正幸
経営戦略部 国際課長 熊崎博司
- 【質疑応答】
- 【第2部】認証医療渡航支援企業(AMTAC)の講演
- 株式会社ジェイティービー
グループ本社 事業創造部 ジャパン・メディカル&ヘルスツーリズム事業推進室長 松嶋孝典
 - 日本エマージェンシーアシスタンス株式会社 国際医療事業部 次長 麻田万奈
- 【相談会】

出所) MEJ 作成

3)第2回セミナー(大阪)

(1)対象

本セミナーは、外国人患者の受入れを拡大もしくは検討している医療機関および関係者を対象とした。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
- 医療コーディネーター
- 医療滞在ビザ身元保証機関
- 医療通訳関係者
- その他外国人患者受入れの関連業務従事者

(2)集客方法

MEJ の Web サイトで告知を行うとともに、医療機関、身元保証機関等を対象に電子メール送信にて案内を行った。また、参加は Web サイトから申し込む形とした。

(3)プログラム

セミナーのプログラムを次に示す（なお、講演概要は「5-3. 実施結果」を参照）。

図表・98 第2回セミナープログラム・講演者（敬称略）

- | |
|---|
| <p>■ 開会あいさつ
一般社団法人 Medical Excellence JAPAN 理事 相川直樹</p> <p>■ MEJ の取組
一般社団法人 Medical Excellence JAPAN 業務執行理事 北野選也</p> <p>【第1部】医療機関の講演</p> <p>■ 国立大学法人大阪大学医学部附属病院 国際医療センター センター長 中田研</p> <p>■ 地方独立行政法人りんくう総合医療センター
健康管理センター長 兼 国際診療科 部長 南谷かおり</p> <p>■ 国立大学法人東京大学医学部附属病院 国際診療部 副部長 山田秀臣</p> <p>【質疑応答】</p> <p>【第2部】認証医療渡航支援企業(AMTAC)の講演</p> <p>■ 株式会社ジェイティービー
グループ本社 事業創造部 ジャパン・メディカル&ヘルスツーリズム事業推進室長 松嶋孝典</p> <p>■ 日本エマージェンシーアシスタンス株式会社 国際医療事業部 次長 麻田万奈</p> <p>■ 閉会のあいさつおよび経済産業省の取組
経済産業省 商務情報政策局 ヘルスケア産業課 国際展開推進室 室長 笹子宗一郎</p> <p>【相談会】</p> |
|---|

出所) MEJ作成

4)第3回セミナー(東京)

(1)対象

本セミナーは、外国人患者の受入れを拡大もしくは検討している医療機関および関係者を対象とした。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
 - 医療コーディネーター
 - 医療滞在ビザ身元保証機関
 - 医療通訳関係者
 - 地方自治体
- 等

(2)集客方法

MEJのWebサイトで告知を行うとともに、医療機関、身元保証機関等を対象に電子メール送信にて案内を行った。また、参加はWebサイトから申し込む形とした。

(3)プログラム

セミナーのプログラムを次に示す（なお、講演概要は「5-3. 実施結果」を参照）。

図表・99 第3回セミナープログラム・講演者（敬称略）

- 開会あいさつ
一般社団法人 Medical Excellence JAPAN 理事 相川直樹
- 地域全体での取組事例 I
医療法人鉄蕉会 亀田メディカルセンター 理事長 亀田隆明
- 医療通訳育成カリキュラム基準と今後の展開
国際臨床医学会 理事
大阪大学大学院人間科学研究科 グローバル共生学講座国際協力学 教授 中村安秀
- 企業・研究紹介
企業相談会参加企業の紹介（医療通訳・翻訳等）
国立研究開発法人情報通信研究機構・富士通株式会社（共同研究「VoiceTra」）
株式会社サン・フレア 株式会社日立超 LSI システムズ 株式会社メディカル・プラネット
- 【昼休憩 兼 企業相談会】
- 経済産業省の取組
経済産業省 商務情報政策局 ヘルスケア産業課 国際展開推進室 課長補佐 長田かおり
- 厚生労働省の取組
厚生労働省 医政局 総務課 医療国際展開推進室 室長補佐 永松聡一郎
- 観光庁の取組
国土交通省 観光庁 観光地域振興部 観光資源課 課長補佐 太田雄也
- 地域全体での取り組み事例 II
社会医療法人緑泉会 理事長 兼 米盛病院 院長 米盛公治
- 医療渡航支援企業の現状と課題
株式会社野村総合研究所 社会システムコンサルティング部 副主任コンサルタント 山口伸
- 企業紹介
企業相談会参加企業の紹介（渡航支援・検査システム等）
アークレイマーケティング株式会社 株式会社ジェイティービー
日本エマーゼンシーアシスタンス株式会社 ViewSend ICT 株式会社
メディカルツーリズム・ジャパン株式会社
- MEJ の取組
一般社団法人 Medical Excellence JAPAN 業務執行理事 北野選也
- 【企業相談会】

出所) MEJ 作成

5-3. 実施結果

1) 第1回セミナー(東京)

第1回セミナー(東京)では、外国人患者受入れの実績のある医療機関の先行事例として、外国人患者受入れの増加により生じている具体的な課題やそれに対応する方策のあり方や実践している取組を紹介し、併せて、医療渡航支援を行う認証医療渡航支援企業⁶(以下、「AMTAC」)の立場から、国内外の医療コーディネーターの質に関する現状や課題、AMTACとしての役割や取組について紹介した。

(1) 参加状況

来場者総数は167名であった。内訳は、以下の通りである。

- 医療関係者 140名
- その他 27名

(2) 講演内容

来場者には、「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)を配布した。

各講演者と講演の概要を次表に示す。

図表・100 各講演者と講演の概要

講演者	概要
山本修三氏 一社)Medical Excellence JAPAN 理事長	国の政策動向や MEJ の取組等を紹介しつつ、本セミナーの開催趣旨等を説明した。
笹子宗一郎氏 経済産業省 商務情報政策局 ヘルスケア産業課 国際展開推進室長	ヘルスケア産業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。
谷村忠幸氏 厚生労働省 医政局総務課 医療国際展開推進室 室長補佐	医療の国際展開に関する政府の基本的な考え方や、外国人患者受入れに向けた厚生労働省の取組を紹介した。
北野選也氏 一社)Medical Excellence JAPAN 業務執行理事	医療の国際展開において MEJ がこれまでに取り組んできた事業や、今後の方向性について説明した。
山田秀臣氏 東京大学 医学部付属病院 国際診療部 副部長	東京大学医学部附属病院における外国人患者受入れへの取組事例を紹介するとともに、受入れに当たっての課題等について説明した。

⁶ 渡航受診者に対し、訪日前から帰国後に渡る受入れに関わる一連の支援サービスを業として行う事業者。なお、MEJは政府のガイドラインに基づき医療渡航支援企業の認証を行っている。

講演者	概要
佐野武氏 がん研究会 有明病院 副院長	がん研究会 有明病院における外国人患者受入れへの取組事例を紹介するとともに、受入れに当たった課題等について説明した。
荒屋正幸氏 相澤病院 陽子線治療センター長 熊崎博司氏 相澤病院 経営戦略部国際課長	相澤病院における外国人患者受入れへの取組事例や実際に陽子線治療で受入れた外国人患者の事例を紹介するとともに、受入れに当たった課題等について説明した。
松嶋孝典氏 (株)ジェイティービー メディカル&ヘルスツーリズム 事業推進室長	海外の医療コーディネーターの質の現状、AMTAC 不在時に起こるトラブル事例について紹介しつつ、AMTAC としての同社の取組を紹介した。
麻田万奈氏 日本エマーゼンシーアシスタンス(株) 国際医療事業部 次長	AMTAC の役割やこれまでの受入れ事例について紹介しつつ、AMTAC としての同社の取組を紹介した。

出所) MEJ 作成

来場者からは、以下のような質問や意見が出された。

- 外国人患者をどのように受入れるかが課題である。専ら日本人を患者としている病院が外国人対応をしようとするから問題が生じるのではないか。外国人が経営し、外国人スタッフが多い病院を作り、受け皿とするような取組も行ってはどうか。制度的には可能なのか検討すべきではないか。
- 日本国際病院（仮称）の推奨に必要となる、年間 10 人以上の渡航受診者受入れ実績は、治療を目的に来日した人のみで 10 人か、観光目的で来日し治療も行った人を含めてもよいのか（回答：治療目的での渡航者で 10 名）。
- 日本国際病院（仮称）については、日本医師会が慎重な姿勢をみせていると聞いているが、医師会はこのまま慎重な態度を続けるのか、あるいは積極的な姿勢へと変化してきているか。

また、来場者アンケートの自由回答では、以下のような声が聞かれた。

- 我々の病院でも外国人患者受入れには課題を抱えているが、我々固有の問題ではなく、日本全体で発生している普遍的な問題であることが分かった。また、問題を解決する方向性も見えてきたような気がする。
- 外国人患者をすでに先行的に受入れている病院が苦慮している課題について取り上げてほしい。
- 医療機関の講演は内容が深いため、もっと時間をかけて聞きたいと思った。

(3) 相談コーナーの様子

セミナー終了後の相談コーナーでは、登壇した医療機関と AMTAC のテーブルを設置し、来場者が直接相談を受けられるようにした。来場者が積極的に講演者に相談する様子が見られた。

2)第2回セミナー(大阪)

第2回セミナーは、大阪での開催ということから、大阪地区の医療機関を中心に、外国人患者受入れの実績のある医療機関の先行事例として、外国人患者受入れの増加により生じている具体的な課題や、それに対応する方策のあり方や実践している取組を紹介し、併せて、医療渡航支援を行う AMTAC の立場から、国内外の医療コーディネーターの質に関する現状や課題、AMTAC としての役割や取組について紹介した。

(1)参加状況

来場者総数は 88 名であった。内訳は、以下の通りである。

- 医療関係者 36 名
- その他 52 名

(2)講演内容

来場者には、「病院のための外国人患者の受入参考書」を配布した。
各講演者と講演の概要を次表に示す。

図表・101 各講演者と講演の概要

講演者	概要
相川直樹氏 一社)Medical Excellence JAPAN 理事	国の政策動向や MEJ の取組等を紹介しつつ、本セミナーの開催趣旨等を説明した。
笹子宗一郎氏 経済産業省 商務情報政策局 ヘルスケア産業課 国際展開推進室長	ヘルスケア産業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。
北野選也氏 一社)Medical Excellence JAPAN 業務執行理事	医療の国際展開において MEJ がこれまでに取り組んできた事業や、今後の方向性について説明した。
中田研氏 大阪大学医学部附属病院 国際医療センター センター長	日本の医療は世界の患者が求める要素に合致していることを説明した。また、大阪大学医学部附属病院における外国人患者受入れへの取組事例を紹介するとともに、受入れに当たっての課題等について説明した。
南谷かおり氏 りんくう総合医療センター 健康管理センター長 兼 国際診療科部長	医療通訳の存在の重要性を提起した。また、りんくう総合医療センターにおける外国人患者受入れへの取組事例(特に医療通訳の育成)を紹介するとともに、受入れに当たっての課題等について説明した。
山田秀臣氏 東京大学 医学部附属病院 国際診療部 副部長	東京大学医学部附属病院における外国人患者受入れへの取組事例を紹介するとともに、受入れに当たっての課題等について説明した。
松嶋孝典氏 (株)ジェイティービー メディカル&ヘルスツーリズム 事業推進室長	海外の医療コーディネーターの質の現状、AMTAC 不在時に起こるトラブル事例について紹介しつつ、AMTAC としての同社の取組を紹介した。

講演者	概要
麻田万奈氏 日本エマージェンシーアシスタンス(株) 国際医療事業部 次長	AMTAC の役割やこれまでの受入れ事例を紹介しつつ、AMTAC としての同社のこれまでの実績・取組を紹介した。

出所) MEJ 作成

来場者からは、以下のような質問や意見が出された。

- 医療コーディネーターの育成（特にコーディネーター一人ひとりの育成）をどのようにしていけばよいか。
- 医療通訳の外国語能力（特に医療現場での対応力）を高めるにはどのようにすればよいか。
- 医療通訳の報酬のあり方（現状は低すぎる）は検討の余地があるのではないかと。

また、来場者アンケートの自由回答では、以下のような声が聞かれた。

- 医療機関、AMTAC、経済産業省の 3 つの観点から講演を聴くことができ、また、それぞれの役割や問題点についてよく分かり、非常に勉強になった。
- もっと突っ込んだ課題提起と、それに対する具体的な解決策やアイデア等を協議できる場所であればさらに有意義だったと思う。
- セミナー後に来場者が懇親できる場があれば、さらによいと感じた。
- 医療通訳について、現場での取組や苦労がとてもよく分かった。今後の参考になった。

(3) 相談コーナーの様子

相談コーナーでは、登壇した医療機関と AMTAC のテーブルを設置し、来場者からの質問や相談を受け付けられるようにした。来場者が積極的に講演者に相談する様子が見られた。

図表・102 情報交換会時の会場の様子



出所) MEJ 撮影

3)第3回セミナー(東京)

第3回セミナー(東京)では、第1回、第2回のセミナー内容を踏まえつつ、特に地方の民間医療機関が渡航受診者受入れ環境整備のために行っている取組事例について紹介するとともに、医療機関と渡航受診者をつなぐ過程の中で、重要であると同時に、最も多くの課題を抱えている産業の一つである医療通訳についても取り上げた。また、平成28年度「医療技術・サービス拠点化促進事業(国際展開体制整備支援事業)」で実施された、医療渡航支援企業と受入れ医療機関へのヒアリング調査を基にした現状と課題の分析について報告を行った。

上記の講演と併せて、外国人患者受入れの環境整備にあたって周辺産業の拡充を促す目的から、参加した医療機関関係者や医療コーディネーターが外国人患者受入れに関連する事業者と交流できる場として企業相談会を実施した。

(1)参加状況

来場者総数は226名であった。内訳は以下の通りである。

- 医療関係者 87名
- 医療コーディネーター 67名
- その他 72名

(2)講演内容

来場者には、講演資料と「病院のための外国人患者の受入参考書」を配布した。各講演者と講演の概要を次表に示す。

図表・103 各講演者と講演の概要

講演者	概要
相川直樹氏 一社)Medical Excellence JAPAN 理事	国の政策動向や MEJ の取組等を紹介しつつ、本セミナーの開催趣旨等を説明した。
長田かおり氏 経済産業省 商務情報政策局ヘルスケア産業課 国際展開推進室課長補佐	ヘルスケア産業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。
永松聡一郎氏 厚生労働省 医政局総務課医療国際展開推進室 室長補佐	医療の国際展開に関する政府の基本的な考え方や、外国人患者受入れに向けた厚生労働省の取組(特に外国人患者受入れ医療機関認証制度(JMIP))を紹介した。
太田雄也氏 国土交通省 観光庁観光地域振興部観光資源課 課長補佐	訪日外国人の増加に向けた政府の基本的な考え方や、医療観光の促進に向けた国土交通省・観光庁の取組を紹介した。
北野選也氏 一社)Medical Excellence JAPAN 業務執行理事	医療の国際展開において MEJ がこれまでに取り組んできた事業や、今後の方向性について説明した。

講演者	概要
亀田隆明氏 医療法人鉄蕉会 亀田メディカルセンター 理事長	医療産業を核とした地域再生の海外の先行事例を紹介するとともに、安房地域における亀田メディカルセンターの取組を紹介した。
米盛公治氏 社会医療法人緑泉会理事長 米盛病院院長	中国との医療機関等との医療学術交流について紹介するとともに、鹿児島地域における米盛病院の外国人患者受入れの取組を紹介した。
中村安秀氏 国際臨床医学会理事 大阪大学大学院人間科学研究科グローバル共生学講座国際協力学教授	外国人患者とのコミュニケーションのあり方や課題を説明した。また、医療通訳育成の現状や方向性等を説明した。
山口伸氏 野村総合研究所 社会システムコンサルティング部 副主任コンサルタント	これまでに実施されたアンケート結果やヒアリング結果等に基づいて、医療渡航支援企業等が抱えている課題を紹介した。
企業相談会参加企業の紹介	企業相談会に参加する企業が自社の取組等について紹介した。 参加企業は、以下の通り。 (医療通訳・翻訳等) <ul style="list-style-type: none"> • 国立研究開発法人情報通信研究機構・富士通株式会社の共同研究「VoiceTra」(東京大学医学部附属病院において合同臨床試験中) • 株式会社サン・フレア • 株式会社日立超 LSI システムズ • 株式会社メディカル・プラネット (渡航支援・検査システム等) <ul style="list-style-type: none"> • アークレイマーケティング株式会社 • 株式会社ジェイティービー • 日本エマージェンシーアシスタンス株式会社 • ViewSend ICT 株式会社 • メディカルツーリズム・ジャパン株式会社

出所) MEJ 作成

来場者からは、以下のような質問や意見が出された。

- 世界に PR していくべき、日本の医療の良い点とはどのような点か。
- ICT を活用した医療通訳と医療通訳士の役割分担をどのように考えればよいか。
- ICT を活用した医療通訳が発展すると、医療通訳士は不要になってしまうのか。
- 医療渡航支援における課題と対応方策については、今後も検討を深めてほしい。
- 平成 22 年度に作成された「国際医療コーディネートサービス業務マニュアル」は現在では海外で標準的に行われている医療渡航のサービス運用と乖離が生じている。トラブルやリスクにつながりかねないので、時代の流れに合わせて改訂してほしい。
- 外国人患者の受入れは非常に重要な取組であり、今後も推進してほしい。

また、来場者アンケートの自由回答では、以下のような声が聞かれた。

- 医療滞在ビザの身元保証機関として、留意すべき事柄が多く含まれていたのが有意義であった。医療通訳の質が医療機関と患者にとって重要であると思った。

- 今回紹介された米盛病院のように、地方都市での外国人患者受入れのユニークな事例の紹介をさらにお願ひしたい。
- 病院の講演部分は時間を長くしてほしい。
- 医療渡航支援企業が病院に対して望む事柄についても、今後調査してほしい。

図表・104 セミナー会場の様子



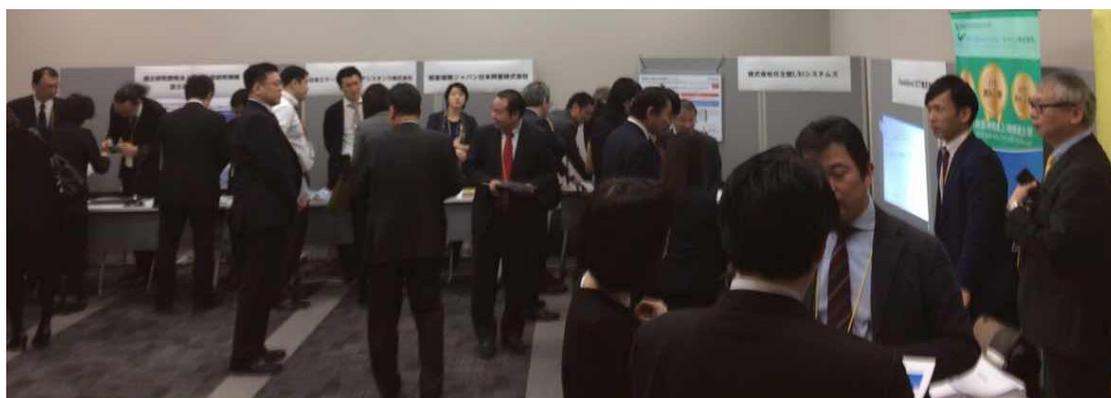
出所) MEJ 撮影

(3) 企業相談会の様子

昼休憩の時間およびセミナー終了後の時間を利用して、企業相談会を別室で開催した。企業相談会参加企業はそれぞれブースを設営し、自社が開発した通訳システムのデモンストレーションや、外国人患者受入れ・医療渡航支援の取組の紹介が行われた。

また、各企業に対して、来場者から活発な相談・問合せ等が行われた。

図表・105 企業相談会の会場の様子



出所) MEJ 撮影

企業相談会に参加した各企業において受け付けた相談件数は次表の通りである。

図表・106 各企業において受け付けた相談件数

	企業名	相談件数		
		昼休憩時 (A)	全体プログラム 終了後 (B)	合計 (A+B)
医療通訳 ・翻訳等	国立研究開発法人情報通信研究機構・富士通株式会社	30	5	35
	株式会社サン・フレア	17	5	22
	株式会社日立超 LSI システムズ	13	4	17
	株式会社メディカル・プラネット	23	1	24
渡航支援 ・検査システム等	アークレイマーケティング株式会社	15	10	25
	株式会社ジェイティービー	15	6	21
	日本エマージェンシーアシスタンス株式会社	14	2	16
	ViewSend ICT 株式会社	9	4	13
	メディカルツールイズム・ジャパン株式会社	20	8	28
合計		156	45	201

出所) MEJ 作成

4)来場者アンケート結果

(1)第1回(東京)・第2回(大阪)セミナーの来場者アンケート結果

第1回(東京)セミナーおよび第2回(大阪)セミナーの来場者にアンケートを実施し、167サンプルを回収した(東京111サンプル、大阪56サンプル)。

第1回(東京)セミナーおよび第2回(大阪)セミナーの内容は類似していること、第2回(大阪)セミナーのサンプル数が少ないことから、両者のサンプルを統合した形で集計した結果を以下に示す。

①来場者全体

来場者全体の集計結果を以下で示す。

アンケート回答者の職業を次図に示す。約7割が医療機関に勤務する人であった。

図表・107 職業



出所) MEJ 作成

今回のセミナーを知ったきっかけを次図に示す。半数が「MEJや経済産業省からのメールを見て」と回答しており、最も多かった。「同僚・知人から紹介を受けて」と回答した割合も3割あった。

図表・108 今回のセミナーを知ったきっかけ



出所) MEJ 作成

今回のセミナーに来場した目的を次図に示す。8割が「医療機関の外国人患者の受入れ状況について知るため」と回答しており、最も多かった。次いで、「政府の取組について知るため」、「医療渡航支援企業の活用事例について知るため」、「医療渡航支援企業の業務内容について知るため」等となっている。「医療渡航支援企業とネットワークを構築するため」と回答する割合は少なかった。

図表・109 今回のセミナーに来場した目的



出所) MEJ 作成

今回のセミナーに参加するまでに知っていた認証等の制度を次図に示す。選択肢の各制度はどれも5~6割の認知度であるが、「外国人患者受入れ医療機関認証制度 (JMIP)」の認知度が6割弱で最も高かった。

図表・110 今回のセミナーに参加するまでに知っていた認証等の制度



出所) MEJ 作成

医療機関における外国人患者の受入れ状況を次図に示す。6割が「すでに受入れている」と回答しており、最も多かった。

図表・111 医療機関の外国人患者の受入れ状況



出所) MEJ 作成

今回のセミナーの満足度を次図に示す。「満足」と「まあ満足」と回答した人が6割であった。

図表・112 今回のセミナーの満足度



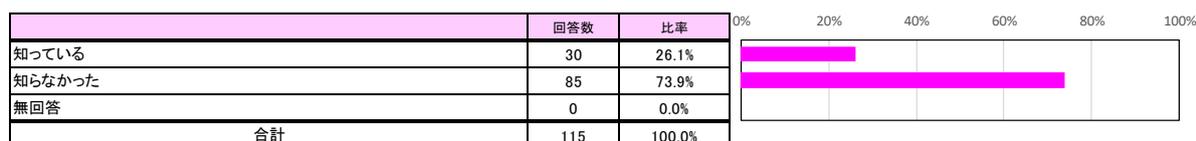
出所) MEJ 作成

②医療関係者

第1回（東京）セミナーおよび第2回（大阪）セミナーの来場者のうち、医療関係者（115サンプル）を対象にした集計結果を以下に示す。

今回のセミナーに参加する以前から“AMTAC”ロゴマークを知っていたかについて次図に示す。「知っていた」とする回答は約4分の1となっており、認知度はあまり高くなかった。

図表・113 今回のセミナーに参加する以前から“AMTAC”ロゴマークを知っていたか



出所) MEJ作成

AMTAC 以外の医療渡航支援企業の利用状況について次図に示す。「特に利用していない」、「自院で外国人患者受入れを対応している」とする回答がそれぞれ2割強で最も多く、医療渡航支援企業の活用がまだ普及・浸透していない状況であることが分かった。

図表・114 AMTAC 以外の医療渡航支援企業の利用状況



出所) MEJ作成

医療の現場での外国人患者の受入れに当たり障害となっていることについて次図に示す。「通訳」と回答する割合が6割で最も多く、次いで「医療コーディネーター」（3割）等となっている。医療面や金銭面の問題よりも、実際に患者に接する通訳が受入れにあたっての大きな障害と認識されていることが分かった。

図表・115 医療の現場での外国人患者の受入れに当たり、障害となっていること



出所) MEJ作成

(2)第3回(東京)セミナーの来場者アンケート結果

第3回(東京)セミナーの来場者にアンケートを実施し、153サンプルを回収した。集計結果は以下の通りである。

①来場者全体

アンケート回答者の職業を次図に示す。約半数が医療機関に勤務する人であった。「医療コーディネーター」、「医療通訳」も合わせて4分の1であった。

図表・116 職業



出所) MEJ 作成

医療機関における外国人患者の受入れ状況を次図に示す。「すでに受入れている」(7割強)と「受入れを検討中である」(4分の1)となっており、来場したほぼ全ての医療機関が外国人患者の受入れに積極的であることが分かった。

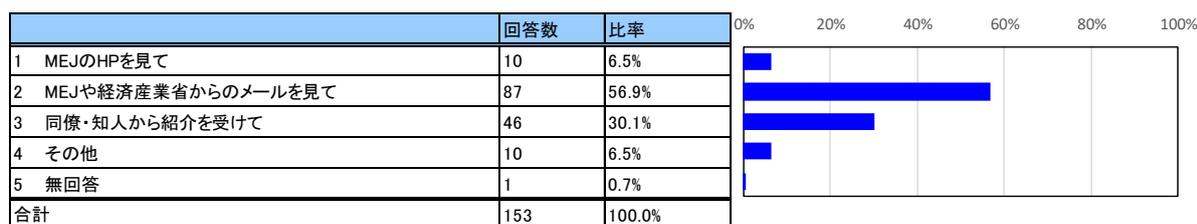
図表・117 医療機関における外国人患者の受入れ状況



出所) MEJ 作成

今回のセミナーを知ったきっかけを次図に示す。6割弱が「MEJや経済産業省からのメールを見て」と回答しており、最も多かった。「同僚・知人から紹介を受けて」と回答した割合も3割あった。

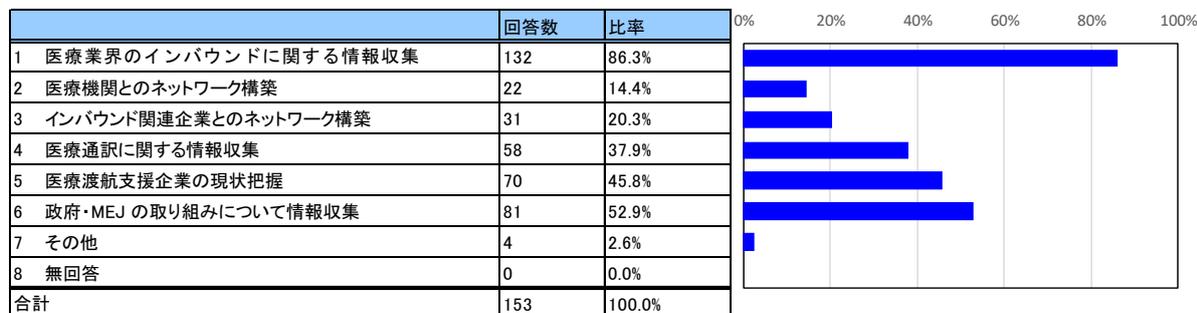
図表・118 今回のセミナーを知ったきっかけ



出所) MEJ 作成

今回のセミナーに来場した目的を次図に示す。9割弱が「医療業界のインバウンドに関する情報収集」と回答しており、最も多かった。次いで、「政府・MEJ」の取組について情報収集、「医療渡航支援企業の現状把握」、「医療通訳に関する情報収集」等となっている。「医療機関とのネットワーク構築」、「インバウンド関連企業とのネットワーク構築」と回答する割合は少なかった。

図表・119 今回のセミナーに来場した目的



出所) MEJ作成

企業相談会への参加状況を次図に示す。4割弱が「参加した」と回答しており、5割強が「参加していない」と回答した。

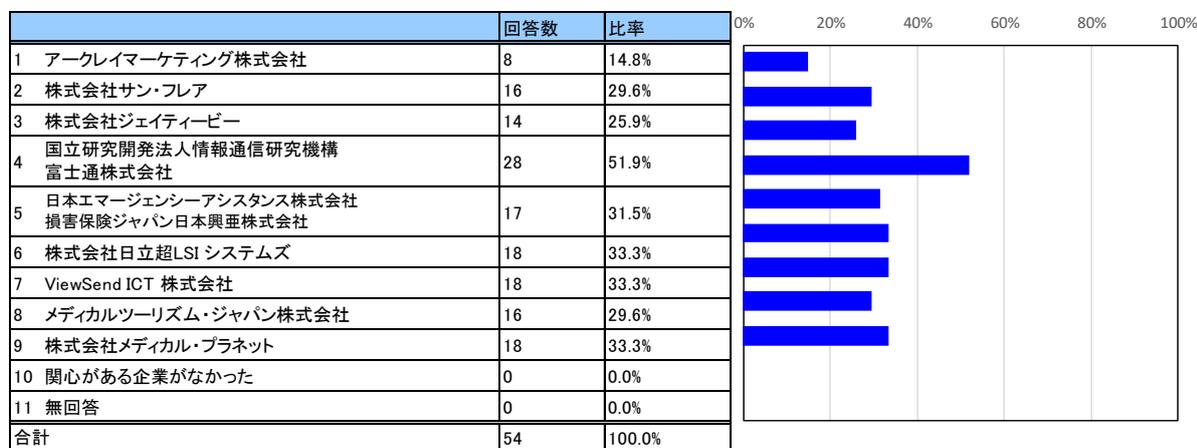
図表・120 企業相談会への参加状況



出所) MEJ作成

企業相談会で訪問した企業ブースを次図に示す。「国立研究開発法人情報通信研究機構・富士通株式会社」に訪問した割合が5割で最も多かった。医療通訳（自動）に関する関心が高かったものと推測される。

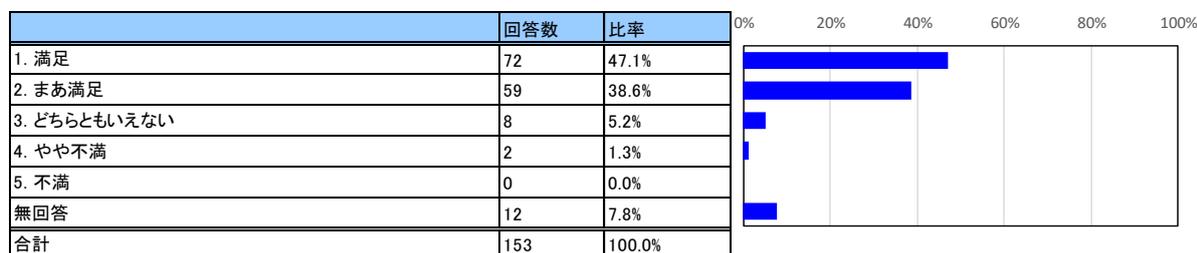
図表・121 企業相談会で訪問した企業ブース



出所) MEJ作成

今回のセミナーの満足度を次図に示す。「満足」と「まあ満足」と回答した人が8割強であった。

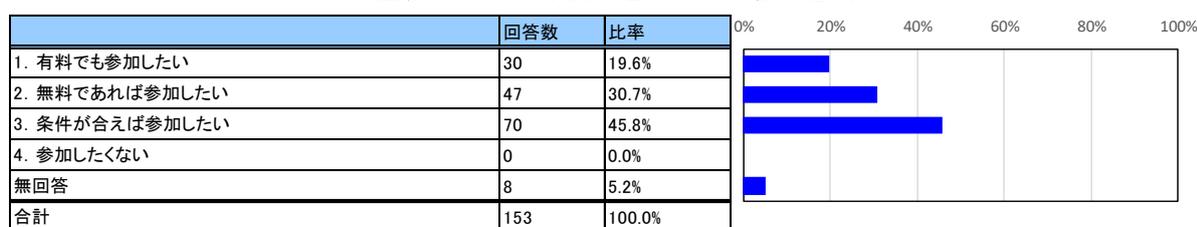
図表・122 今回のセミナーの満足度



出所) MEJ作成

今後のセミナーの参加意向を次図に示す。「条件が合えば参加したい」とする割合が5割弱で最も多く、次いで「無料であれば参加したい」(3割)等となっている。「有料でも参加したい」とする回答も2割弱あった。

図表・123 今後のセミナーの参加意向



出所) MEJ作成

②医療関係者

第3回(東京)セミナーの来場者のうち、医療関係者(80サンプル)を対象にした集計結果を以下に示す。

今回のセミナーに参加する以前から“AMTAC”ロゴマークを知っていたかについて次図に示す。「知っていた」とする回答は5割弱であり、第1回・2回セミナーの来場者より認知度が高かった。

図表・124 今回のセミナーに参加する以前から“AMTAC”ロゴマークを知っていたか



出所) MEJ作成

AMTAC以外の医療渡航支援企業の利用状況について次図に示す。「特に利用していない」(3割強)、「自院で外国人患者受入れを対応している」(2割)とする回答が多く、医療渡航支援企業の活用がまだ少ない状況であることが分かった。

図表・125 AMTAC 以外の医療渡航支援企業の利用状況



出所) MEJ 作成

医療の現場での外国人患者の受入れに当たり障害となっていることについて次図に示す。「通訳」と回答する割合が6割で最も多く、次いで「医療データ」(3割)、「医療コーディネーター」等となっている。医療面や金銭面の問題よりも、実際に患者に接する通訳が受入れにあたっての大きな障害と認識されていることが分かった。

図表・126 医療の現場での外国人患者の受入れに当たり、障害となっていること



出所) MEJ 作成

5-4. まとめ

1)活動の評価

セミナー参加者は昨年度から増加しており、毎回申込みのキャンセル待ちが出るほどであり、外国人患者受入れに関する関心度の高さがうかがえた。

各回に実施された来場者アンケートの結果を見ると、より多くの具体的事例（成功事例、困難事例含めた）の紹介を求める声が多く寄せられた。特に、医療機関関係者から、今後の外国人患者受入れを効果的に進める上でのヒントを得たいというニーズが高かったものと考えられる。

今年度のセミナーでは、医療機関による受入れの先行事例を紹介したほか、外国人患者受入れのために必要となる周辺産業と、医療機関や医療渡航支援企業との巻き込みを図り、関係者の協力・連携を進めながら、「オールジャパン」の体制を構築することを念頭に置いた。その結果、全3回のセミナー参加者481名のうち、ほぼ半数が医療従事者や医療機関の事務スタッフ等の医療機関関係者、残りの半数が医療コーディネーターを含む外国人患者受入れ関連事業者であったことから、関係者の協力・連携を強めるためのネットワーク構築の場としても機能したと考えられる。

特に、第3回セミナーでは、地方における先進的な取組をテーマに取り上げたことにより、地方自治体や地方の医療機関の関心を集めることができた。

2)今後の進め方

来場者アンケートの結果によると、セミナー参加者の多くが医療機関や医療渡航支援企業の先行事例紹介を目的に来場していることから、今後も先進的な取組を広く紹介するとともに、外国人患者受入れに関わる関係者間の情報交換の機会を創出していくこと等も必要である。

また、日本全体で効果的な外国人患者受入れのノウハウを普及・蓄積していくためには、ホテル等の宿泊業界やタクシー会社、航空会社等の運輸・交通業界等、医療渡航に関係する一連の産業を周辺産業として巻き込んでいくための取組も重要であると考えられる。

併せて、今回のセミナーでは全国各地からの参加があったが、特に東北、中国、四国地方からの参加は少なかったことから、東京・大阪等の都心部だけでなく、地方都市でのセミナー開催についても検討を行っていく必要がある。

第6章 その他関連する事業活動の実施

6-1. 背景および目的

1)背景および目的

前述のように、2013年度に閣議決定された「日本再興戦略」の重点分野の一つとして日本の医療技術、サービスの国際展開が掲げられている。その指針では、2020年までに日本の医療拠点を海外に10か所程度創設すること、2030年までに5兆円の市場獲得を目指すことが目標とされ、日本政府、特に経済産業省において、海外における日本の医療拠点および医療人材育成の支援事業（医療技術・サービス拠点化促進事業）が進められている。

こうした背景の下、今後さらに日本の医療の国際展開を促進させるため、これまでに構築した海外の医療拠点および実施した人材育成支援等の事業について、当該国現地における評価や貢献度等の調査により実態を把握し、また、海外政府および業界団体等による医療の国際展開に向けたプロモーション活動に関する調査を実施し、日本の効果的なプロモーションのあり方について検討を行うことを目的とした。

2)実施概要

今年度は、以下の2つの事業を実施した。

(1)過年度事業の効果評価

過去に実施した海外医療拠点構築事業および人材育成支援事業を対象に、相手国における評価や貢献度等を調査し、国際展開の活動事例として活用する。また、課題や改善点が発見された場合には、産官学分野の有識者とも情報を共有し、今後のPR効果を向上する施策を検討する際の参考とすることとした。

(2)効果的なプロモーション方法の検討

海外の政府や業界団体等が、自国の医療ビジネス（サービス・医療機器・医薬品等）を国際展開するために実施したプロモーション活動に関する情報を収集し、日本のアウトバウンド事業に資するノウハウや知見として活用する。

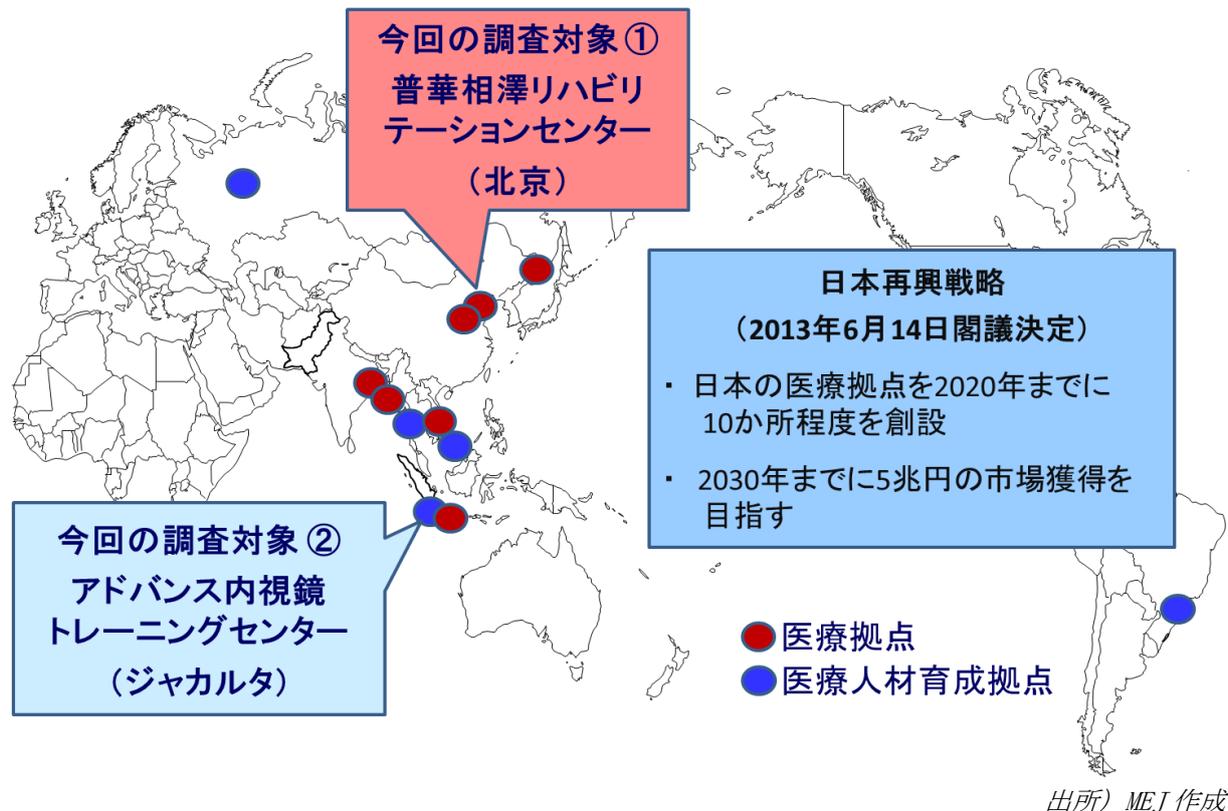
また、有効な事例については、ベンチマークの対象として、パターンの分類や有効なスキームの特定を試み、日本の医療の国際展開活動を後押しするプロモーションモデルを検討する。

6-2. 過年度事業の効果評価

これまでに経済産業省の実証調査事業を通じて構築した海外の医療拠点、実施した人材育成支援事業の実態を整理した。主な拠点として次図の12拠点があり、その中から医療拠点と医療人材育成拠点を1か所ずつ抽出して調査を行うこととした。

医療拠点の調査方法として、現地で勤務する医師、マネージャー、検診・治療を受けた患者の声をインタビュー調査により収集した。今回は現地での調査の実行可能性等も考慮し、医療拠点として、北京の普華相澤リハビリテーションセンター、医療人材育成拠点としてジャカルタのアドバンス内視鏡トレーニングセンターを選定した。なお、現地調査は、intertext.incに依頼した。

図表・127 事業化・拠点化に結び付いた主なプロジェクト



1) 中国・普華相澤リハビリセンターでのインタビュー

北京天壇普華病院は、アジア太平洋国際医療集団 (APMG) に属する国際的な神経科専門病院で、神経外科、神経内科、リハビリ治療を併せ持った中外合弁病院 (外国資本との合弁) である。2013年度の経済産業省「日本の医療機器サービスの海外展開に関する調査事業」の事業性評価を踏まえて、この北京天壇普華病院のリハビリ科を母体に、2015年3月に日本相澤病院と協力して普華相澤リハビリセンターが設立された。今回は、7名の関係者 (医師とマネージャー計4名、患者3名) にインタビューを行った。

図表・128 普華相澤リハビリセンター



出所) intertext. inc 撮影

(1) 医師・マネージャーの評価

医師・マネージャーの評価は次の通りである。

① 認知度・評判

同センターが院内に設立されている北京天壇普華病院は、北京市にある民間病院として評判は高いが、当リハビリセンター自体は、国内では知れ渡っておらず、医療学会でも知られていない。主に患者の口コミと医師の間での交流で知られている。

一方、当センターで勤務している医師のほとんどが、当センターが日本のサポートによって設立されたことを知っており、そのリハビリの理念に対しても深く理解している。医師やリハビリテーション専門職員（理学療法士や作業療法士に該当。以下、「リハビリ職員」）は、設備や技術について非常によく理解している。日本のリハビリの特徴である「早期にリハビリを開始することで効果が高まる」、「毎日継続してリハビリトレーニングが必要」という点は浸透している（病後の休養を重視する中国の方法とは異なる）。また、リハビリ器具やサポーターの使用は、リハビリ効果を大いに高めることや、治療方法がすべて患者を中心に据えて行われていることも理解されている。

その他、医師、マネージャーから寄せられた意見を紹介する。

- 「日本のリハビリは早期に開始し、その効果が出る。リハビリ器具の効果が高い」
- 「患者に対する治療方法は、すべて患者の視線に立って行われている」
- 「施設の満足度は高い、予想よりも早く回復する患者が多い」

② 広報手段等

当センターの設立当時には、北京天壇普華病院は「健康報」という雑誌に中日提携のリハビリセンターを紹介する記事を載せていた。さらに、日本のMEJや北京市朝陽区衛生局の幹部たちも来院したが、その後は、宣伝活動は特に行われていない。

なお、現在でもマネージャー（日本人）が、北京天壇普華病院や当センターの医師に向けてセミナーを開いており、また、外部の会議に参加し、他病院でも講義を実施し、当センターの集患のための広報効果拡大につなげている。

③ 広報拡大の要望点

医師・マネージャーからは、患者に対して、「WeChat」、「Weibo」等のSNSにリハビリセン

ターの公式アカウントを作り、関連疾患の予防とリハビリの常識に関する情報を伝達したり、宣伝用のチラシを作り患者に配ったりすれば、さらに当センターについて知ってもらえるはずとの意見がみられた。ICTの活用には、そうしたスキルを有するスタッフが必要であり、その人材を確保するには至らないと思われる。

他の医療機関の医師に対しては、著名な医学雑誌（中華期刊、医学論壇報等）でプロモーションしたり、リハビリ関連の学術フォーラムに積極的に参加したりして、認知度を上げてはどうかとの提案がみられた。

日本の相澤病院に対しては、リハビリ関連の先進的な機器や設備の導入を働きかけ（リングエージロボット、重量サポートトレッドミルトレーニング器械、整形外科のリハビリ用のハイパーサーミア寒冷療法の設備等）、最新設備の導入状況を当センターの見学患者にアピールしたいとの要望がみられた。さらなる設備投資で、リハビリ機能の向上を希望する意見である。また、当センターの無料体験やリース（期間賃貸借）形式での提供等の宣伝も考えられていた。相澤病院内の他のリハビリ専門家にも講座を提供してもらい、医師やリハビリ職員の勉強を促進し、患者の家族に対してもリハビリ理念を理解してもらう必要があるとの問題提起がなされた。

(2)患者の評価

患者の評価は次の通りである。

① 認知度・評判

世間一般での知名度は必ずしも高くないが、患者は当センターが日本からの技術サポートを得ていることを認知している。リハビリ治療には、日本人理学療法士が現地リハビリ職員に同行し自ら患者に会って指導しており、その熱心で真面目な仕事態度を見て、患者からの信頼度は増している。当初、リハビリの理念に対して、あまり理解できない患者が多かったが、リハビリ職員から詳細な説明を受けて、積極的に治療に参加するようになった。リハビリ職員は患者の心理面での恐怖を取り除いて、自信を持つように指導しているとのことである。患者は、センターのマッサージ技術に満足しており、日本人理学療法士の指導とサポートの下でサポーターやリハビリマシンを使っている。すべての技術や機器の名称までは認知されていないが、効果が実感されているという。

その他、患者から寄せられた意見を紹介する。

- 「当センターの回復効果は予想を上回る」
- 「リハビリトレーニングが計画的で、毎日の効果が感じられる」
- 「リハビリ職員が患者の心理面での恐怖を取り除き、自信を持つように指導してくれる」
- 「リハビリトレーニングを受けず行動能力を失った人が多くいる。こうしたことがないように、当センターを他の患者にも勧めたい」

② 広報手段等

マネージャーが患者向けに実施しているリハビリの知識や効用に関するセミナー等は患者からは好評である。また、施設にとっては一種の宣伝効果が得られているが、サポートできる人手の問題もあり開催回数は多くない。

③ 広報拡大の要望点

医師たちからの診断結果やリハビリ成果に対する評価について、より詳細な説明があってもよい、治療方法の翻訳や伝え方もさらに改善できる余地がある、等の要望がみられた。こういった要望は、現場での改善課題で他病院への訴求ポイントとすることで、患者拡大につながる材料と考えられる。

図表・129 インタビューの様子



出所) *intertext. inc* 撮影

2)インドネシア・アドバンス内視鏡トレーニングセンターでのインタビュー

本トレーニングセンターは、経済産業省の2013年度補正事業「医療国際展開加速化促進事業」によって、トレーニング推進拠点として、2014年8月にインドネシア大学附属チプト病院内に設立された。今回は、7名の関係者（医師とマネージャー計4名、患者3名）にインタビューを行った。

図表・130 アドバンス内視鏡トレーニングセンター



出所) *intertext. inc* 撮影

(1)医師・マネージャーの評価

医師・マネージャーの評価は次の通りである。

①認知度・評判

当病院と同トレーニングセンター施設の両方が、高い評判を得ている。当センターは高度な技術を持つ内視鏡医師の専門家によってサポートされている等の意見がみられるほか、当セン

ターの設備や機能は、テレビ、ラジオ、あるいはオンラインメディアの記事にも登場しており、東南アジアで最高レベルの設備であることが、多くの医療機関および開業医から認識されている。日本の技術協力と記されたロゴマーク、日本の専門家によるトレーニングの実施、日本企業からのアフターサービス等のサポートがあることから、日本からの支援を多く受けていることは現地でもよく知られている。

その他、医師、マネージャーから寄せられた意見を紹介する。

- 「東南アジア No.1 の設備であることを、医療機関や開業医も良く知っている」
- 「当センターでのトレーニングで得た能力を、マスメディアを通じてアピールし、自身の世間での知名度を上げようとする医師もいる」
- 「トレーニングを受けた医師の満足度は高く、設備は国内で最も完成されているもの、と見なされている」
- 「メーカーからの定期的なメンテナンス、問題が発生した時の対応、医師やスタッフへのトレーニング機会の提供等には非常に感謝している」

②広報手段等

医師間での口コミが、最も効果的な方法であるとの意見がみられている。医師は、地域レベルまたは国レベルのトレーニング、セミナー、会議、シンポジウムに参加することにより得られた知見を互いに共有し合っていることから、多くの医師に当センターが提供するトレーニングに参加してもらうことが、効果的な広報活動につながるとのことである。

また、できるだけ早く公立病院に対して広報し、より多くの患者を啓発して理解してもらう必要があることから、患者向けのテレビ放送番組や医師向けのセミナーを継続する等の多くのPR活動を計画している。

③広報拡大の要望点

技術と機能を理解し習得するためには、より多くのトレーニングが必要と考えられている。内部トレーニングとしては、基礎知識への理解を深めるための研修を実施し、さらに新しい技術と機能を利用できるようにするためのトレーニングが要望されている。こうしたトレーニングにより技術を高めることは、当センターの高い評価と評判につながると期待できる。

また、重度患者の受入れを増やす計画を立て、経験豊富な医師に頼りながらも、若い医師やスタッフが機器に慣れる機会を増やすことが必要であるとの意見もあった。こうした要望に応えることで、診療技術のスキルアップが実現する。

上記の問題意識等から、日本には継続的な協力が期待されており、トレーニングだけでなく、技術、機能、および手術に関する活発な議論や意見交換も体験したいとの要望がみられた。

(2)患者の評価

患者の評価は次の通りである。

①認知度・評判

病院は評判が良く全国的に有名であるが、トレーニングセンターについては患者にはあまり認知されていない。当センターは病院の一部とみなされ、患者は内視鏡治療を受けるために入所するまでは、センターのことを知らないことが多い。患者と家族は、熟練した医師や訓練さ

れたスタッフとともに、高度で洗練された機器で治療されることに満足しており、他の患者に勧めたいとの意見もみられている。

一方、一般国民は日本の技術支援であることを知らないことが多い。日本の協力を示すロゴは英語のみで書かれており、一般国民は英語が分からず、センターの趣旨を理解することが難しいという。

②広報手段等

現地の全国テレビ（TVRI）により、病院内の全施設が広く紹介されていたが、同放映についてはインドネシアでは視聴者が少なかったという。病院やセンターに関する情報は、主に医師からの紹介や口コミで伝えられている。特に富裕層の患者は医師の評判や技術について、インターネット・ニュース等を参考にしているとのことである。

③広報拡大の要望点

日本の技術協力を示すロゴマークについては詳しい説明を記載するのではなく、簡単な説明でよいので、現地語での記載がほしいとの意見がみられた。

図表・ 131 インタビューの様子



出所) *intertext. inc* 撮影

3) 評価結果

中国、インドネシアの両拠点とも現地からの評価は高い。

北京・普華相澤リハビリセンターでは、リハビリテーションのトレーニングによる成果は医師、患者とも実感している。ジャカルタ・アドバンス内視鏡トレーニングセンターでは、トレーニングを受けた医師の満足度は高く、自身のスキルアップにつなげているとの例も報告されている。

今後の課題としては、日本の医療のさらなる認知度向上に向け、「現地での拠点に対する高い評価」の情報を効果的に活用する必要がある。一方で、現地からの要望についても関係者の間で共有し、必要に応じた対応を検討すべきである。

日本からの支援は、マネージャー、医師、患者から高く評価されている。複数年の支援が継続可能ならば、さらに医療環境は向上すると望まれている。特に、現地側の医師は、日本側が提供する新しい知識や機能の充実により、新しい症例に関する治験や多くの患者を支援するスキルを向上させたいと期待している。

患者にとっては最善の治療を受けて早急に回復することが最優先であり、日本の技術サポートに期待が寄せられている。現地での好意的な声は、ある意味で「追い風環境」であり、これを医療の国際展開の「強み」に変えるプロモーションが必要と考えられる。

今回の2か国を含む拠点を構築する国等の政府・医療機関との面談時には、既往の支援プロジェクトについての紹介や意義付けを積極的に行い、当事者へのアピールを欠かさない地道な努力が効果的である（トップセールス戦術）。さらに、既存の医療拠点をハブとして、相手国や周辺諸国へのスポーク展開は、成功事例が前提となって受け入れられやすいと期待できる（ハブ&スポーク戦略）。

これらの情報を踏まえ、今後、取り組むことが効果的と考えられる活動は、最終節「6-4.効果的なプロモーション方法の検討」に記載する。

6-3. 効果的なプロモーション方法の調査

1) 海外政府・団体等の医療の国際展開活動の情報収集(デスクトップ調査)

日本の医療の国際展開をさらに加速させるため、海外政府、団体等のプロモーション活動の情報を収集した。また、上記情報に基づいて、日本製医療機器や日本の医療サービスを海外でさらに普及させるための効果的なプロモーション活動について検討を進めた。

医療ビジネスの国際展開を推進する主要国においては、次のような政府機関が存在する。

- 米国：商業サービス局のヘルスケアチーム/The Healthcare Team of the U.S. Commercial Service（商務省国際貿易管理局貿易促進部門に所属する保健チーム）
- 英国：貿易投資総省/UK Trade and Investment : UKTI（国際協力を高めるために対英国投資と英国企業の海外展開のために研究開発や技術革新を総合的に支援）
- オランダ：貿易・開発協力省（外務省と連携を取りつつ国際貿易と対外開発協力を支援）
- 韓国：保健福祉部（保健、衛生および医療・薬事行政を担務）
- ドイツ：連邦経済技術省/Export Initiative for German Health Care Industry（同省の貿易、産業、技術および経済政策を担務する内の保健・医療行政を担務）
- フランス：貿易投資庁（Business France）・ヘルスケア関連部門
- 中国：商務部対外援助医療チーム（無償援助を中心とした、医療のアウトバウンド展開を支援）

各国の公的医療関連機関および連携する非政府団体の Web サイトでは、共通して下記のような業務や取組についての情報が記載されている。

- 医療機器や医薬品等の輸出ガイドライン文書の作成
- 専門家によるアドバイス、カウンセリングの実施
- 貿易フェア、国際会議等への参加・出展
- 両国企業間でのビジネスマッチングの支援
- 政府高官によるミッション団の相手国への派遣
- Web サイト上での自国医療関連企業、医療技術の紹介

出所) 厚生労働省ホームページ「国外市場進出状況等調査報告書」

<http://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/0000087779.html>

経済産業省ホームページ「平成 27 年度医療技術・サービス拠点化促進事業報告書」

http://www.meti.go.jp/meti_lib/report/2016fy/000518.pdf 等を基に MEJ 作成

こうした Web 上で公開された情報を基に、行政と民間企業が連携している事例を中心に特徴的なプロモーション事例を精査し、特に参考になる点が多いと考えた米国、英国およびオランダの取組を以下に取りまとめた。

(1)米国での取組

米国での政府機関、米国商業サービス局や医療機関等の Web サイトを調査の対象とし、取組内容を整理した。

①情報提供

U.S. Commercial Service (米国商業サービス局) が「ヘルスケア技術リソースガイド～米国輸出企業のための手引き～ (Healthcare Technologies Resource Guide A Reference for U.S. Exporters)」を作成し、世界各国の貿易障壁の内容、市場参入の必須条件、見本市等の有無、市場動向、競合企業、必要な手続き、需要動向等を取りまとめ、情報提供を行っている。2016年版では、約 60 か国を対象としている。

出所) 「Healthcare Technologies Resource Guide」

http://export.gov/build/groups/public/@eg_main/@byind/@healthtech/documents/webcontent/eg_main_068140.pdf

②専門家派遣、コンサルティング

医療機器に関しては、他国における規制要件の遵守に関する教育プログラムを産業界に提供している。加えて、米国商業サービス局ヘルスケアチームが各地域に専門家を派遣し、市場参入戦略等の貿易コンサルティングを行っている。このサイトには、米国内各地域の専門家リスト (含む直接のコンタクト先) を掲載している。

出所) 輸出業者支援リスト http://export.gov/industry/health/eg_main_018721.asp

③ビジネスマッチング支援

米国商業サービス局が提供する「Gold Key Matching Service (ゴールド・キー・マッチング・サービス)」では、海外市場への進出を目指す中小企業を対象として、現地でのビジネスパートナー探しを支援している。また、各国で開催される見本市等のイベント情報を紹介し、ビジネスマッチングを支援したり、国内外の見本市等のイベントにおいて自国製品の魅力を発信したりしている。米国のヘルスケア産業の海外展開に関する各種情報も紹介している。2016年9月にはシアトルで、「Discover Global Markets: Healthcare Connections」の会合を実施した。世界から 20 か国以上が参加している。

出所) 国際市場関連情報 <http://2016.export.gov/industry/health/>

<http://2016.export.gov/discoverglobalmarkets/healthcareconnections/>

④輸出支援策

「米国医療機器産業の活性化に向けて政府支援策と企業の事例」(JETRO、2012年3月) に記載された米国政府の輸出支援策の概要を紹介する。

- 米国政府は、研究開発助成、税制優遇措置、輸出支援、医療機器販売の承認の迅速化等の政策を通して医療機器産業に関わっている。特に連邦政府は 様々な政策を通じて、医療機器に関する基礎研究から海外販路開拓にまで、大きな影響を与えている。
- 連邦政府が提供する海外諸国の法規制に関する教育プログラムは、海外展開を目指すメーカー (特に中小企業) にとって貴重な情報源となっている。そのほかにも、海外市場開拓ミッション、国内輸出業者と海外バイヤーとのネットワーキング、貿易障害の撤廃等、多様な輸出支援策を提供している。

- その他下記等の政府間交渉を実施している。
 - 貿易障害の削減・撤廃に向けた交渉
 - 医療機器関連規制の国際調和の動きに沿わない国との交渉
 - 開発途上国に対する先端医療技術活用の利点についての周知

出所) 「米国医療機器産業の活性化に向けた政府支援策と企業の事例」 JETRO 海外調査部

(2)英国での取組

英国では政府機関の貿易投資総省 (UK Trade and Investment : UKTI)、同省と保健省が所管する Healthcare UK、また専門家による協会である国際医療管理協会 (The UK International Healthcare Management Association : UKIHMA) が中心的な活動を実施しており、それぞれの Web サイト等から取組を整理した。

①情報提供

UKTI では、Web サイト上で輸出関連手続きや問合せ先等の情報を掲載している。ヘルスケア分野や医療分野における海外諸国の輸入規制についての情報も掲載されている。

“Guidance Healthcare and medical: international trade regulations” (2015 年 4 月改訂) では、輸出支援についての情報を記載している。

出所) 医療保険輸出ガイダンス、貿易投資総省ホームページ

<https://www.gov.uk/healthcare-and-medical-international-trade-regulations>

<https://www.gov.uk/government/organisations/uk-trade-investment/about/about-our-services>

②海外パートナーシップの形成

UKTI は同省と保健省とが所管する Healthcare UK とも連携した活動を進めている。

Healthcare UK は、英国の病院等の海外展開のために、医療事業を海外市場に売り込み、英国と海外保健サービス提供者との間の医療関係パートナーシップ締結を支援している。各国での医療サービスを開発・改善する取組において、英国の専門知識に対する需要が高いことを活用し、自国経済の成長に寄与する取引機会を創出している。

Healthcare UK は政府関係、民間ビジネス大使や国内外の様々な機関の支援を得て、民間企業、国民保険サービス機関、学術機関が海外でパートナーシップを構築し、英国内企業が 13 億ポンドの利益を出すことに貢献している。このような活動を進めることで、世界的な保健医療サービスを開発する国際的な医療機関とも協力している。

出所) 貿易投資総省のホームページ

<https://www.gov.uk/government/organisations/healthcare-uk>

③支援活動

UKTI は Healthcare UK とともに、世界 100 以上の市場で以下の活動を実施している。

- 英国の医療部門の輸出可能性に関する情報収集
 - 国外の輸出機会についての情報を収集・提供し、国内の医療関係者が主要な海外プロジェクトへの入札に参加することを奨励。
- 英国の医療セクターの国際的な事業展開を支援
 - 英国の医療セクターの能力について国際的なパートナーにアピールし、国外の医療

セクターにアクセスするための窓口として活動。

- 2014/2015年に80以上のイベント、ミッション、ハイレベルミーティングに参加。国際的な活動経験が不足している公的医療機関が海外で事業を展開する可能性を開発するためのサポートを実施（例：ターゲット市場におけるコンサルティング等の情報提供、組織化および効率的事業化の促進を支援するサービス等）。
- 最新の医療市場に関する情報の提供
 - 各国の市場に関する知識とネットワークを、英国の医療セクターと共有し、世界中の医療サービスのニーズを評価。
 - 市場規模の観点から抽出された10の重要市場に絞り込み、重点的に活動。
- 海外事業への入札の支援
 - 国内企業の海外事業者との交渉、海外での入札プロセスの準備時における情報やアドバイス提供等の支援を実施。必要に応じて国内企業間のコンソーシアム創設を促進。
 - 中国はこれまでに最も成功した市場で、11案件が成立。ブラジル（5件）、インド（3件）、アラブ首長国連邦（2件）、リビア（2件）も順調。
- 中国へのプロモーション
 - 2014年に中国で開催された英・中のヘルスケア関連のビジネス協議会、CareShieldを開催。高齢者ケアに積極的な有力慈善団体と合弁事業、民間航空省とのオンライントレーニング開発、高齢ケア訓練のためのジョイントベンチャー設立等を実施。
 - CMDA（中国医師会）との間で合弁事業に関する覚書を締結。一般開業医、看護師および専門家向けに、特に高齢者介護の訓練を提供。
 - 2014年4月、Jeremy Hunt 国務長官が北京を訪問し、中国の首相 Li Keqiang、保健大臣 Li Bin と会談。英国の医療機関は、中国のパートナーと数百万ポンドの病院設立および高齢者ケアホーム開発契約に関して合意。また、電子カルテシステム開発のために南京保健局と協力するほか、健康と高齢者ケア関連の中国有数の投資家との連携を加速。
 - 2015年3月、上海での「創造性と革新の偉大な祭典」において、Healthcare UK は上海の医療関係のオピニオンリーダーたちと新たな関係の構築を支援。ケンブリッジ公も参加。
- その他の有望市場開拓の戦略
 - 2015年2月、インドの病院、医療提供者、政府機関、医科大学との会談の実施。デリーではカッカール卿がインドの保健医療機関協会との覚書に署名。
 - ミャンマー、インドのマハラシュトラ州、西ベンガル州の州政府とインドの関連産業界との会合をコルカタで開催。

④専門家ネットワークの形成

The UK International Healthcare Management Association（UKIHMA：英国国際医療管理協会）は、Healthcare UK の支援を受けて、会員が海外の医療管理ビジネスを獲得することを支援する専門家ネットワークである。このネットワークは医療関連の教育・訓練の提供者、建築家と医療プランナー、エンジニアリング会社、医療技術サプライヤー、設備管理スペシャリスト等から構成されている。

UKIHMA は、Healthcare UK、UKTI と連携し、以下の取組を実施している。

- 医療関連の国際プロジェクトの主要データを収集し、メンバー企業に提供。
- 国際プロジェクトに関する意思決定者とメンバーとのビジネスマッチングを促進。メンバー間のパートナーシップを促進。
- 現地国側のバイヤーの要求に対応する国内関係者によるコンソーシアムの形成を促進。必要に応じて、メンバーとともに海外のプロジェクト決定者の訪問・招聘を行い、現地国でのプロジェクトへの理解を深めてビジネス活動を実施。
- 投資要件において、必要に応じて国内の対外金融機関および外国金融機関との面談に専門家を派遣し、メンバーの活動を支援。

出所) 英国政府の UKIHMA に関するホームページ

<https://www.gov.uk/government/news/new-support-to-export-uk-healthcare-management-expertise>

(3)オランダでの取組

オランダについては、政府医療機関や非政府医療機関等の Web サイトの調査を行った。

①情報提供

オランダにおける医療ビジネスの国際展開を支援する担当省庁は、貿易・開発協力省である。オランダ医療の国際プロモーションは、主に政府の支援を受けている非政府機関である Task Force Health Care (TFHC)、業界団体の Holland Health Tech (HHT)、政府機関である Rijksdienst voor Ondernemend Nederlands (RVO.nl : オランダ国立ベンチャー起業支援) が担っている。

1996年に設立された TFHC は、オランダの「ライフサイエンス&ヘルスケア」セクターとして、政府と医療業界、NGO、学術・教育機関が協力して、専門知識・技術を最大限に生かしながら、パートナー組織とともに国内外に向けて革新的で持続可能な解決策を提供している。具体的には調査機関や政府との協議により輸出市場の政策動向を追い、トレンドや輸出機会を調査し、その結果に基づき、ビジネスミッションの派遣や外国の関係者との連絡、大使館職員へのプレゼンテーション等を行っている。これにより関係省庁や政府・その他の関係者との関係を維持している。

出所) TFHC のホームページ <http://www.tfhc.nl/>

②海外での事業活動

TFHC は新興国のヘルスケアのインフラ改善を目指している。TFHC の Web サイトでは、ニュースレター、年次報告書の発行、海外へのミッション派遣等についての報告がなされている。TFHC と Health~Holland は、オランダの保健産業ガイド (Health~Holland Guide) を発行し、ライフサイエンス&ヘルスケアセクターで世界的に活動しているオランダの取組を幅広く紹介している。ガイドでは、120社以上の業務内容、専門分野をマトリックスでまとめ、各企業のプロフィールを掲載している。

出所) Health~Holland Guide2016-2017 のホームページ

<http://www.tfhc.nl/now-available-healthholland-guide-2016-2017/>

なお、TFHCは中国、インド、インドネシア、中東、ロシア等に海外拠点を設置し、オランダ政府（保健省を含む）、大学、産業、NGO および病院（協会）とともに活動を行っている。

③業界団体との連携

HHTは、オランダの医療技術のための業界団体であり、医療機器の製造・販売・開発企業、周辺機器およびソフトウェア関連企業から構成されている。HHTでは、オランダの医療技術産業を代表し、ヘルスケア関連商品の輸出促進のためのプロジェクトを推進している。HHTは上記のTFHCのマネジメントの一面を占めており、3分の1のメンバーはTFHCに直接関連している。

出所) HHTのホームページ、医療技術分類 <http://www.hollandhealthtech.nl/site/>

④国際事業の支援活動

RVO.nlはオランダ経済省（Ministerie van Economische Zaken）の一部で、2014年に複数の政府機関が合併して設立された。国際事業を促進する組織で、事業者に政府補助金を授与し、ビジネスパートナーや知識、コンプライアンスを構築・形成することを主業務としている。外務省（Ministeries van Buitenlandse Zaken）や内務・王国政務省（Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties）等の国内省庁や欧州連合からの委託を受け、国内外の政府、大学、国際機関、その他のパートナー組織と協力してサービスを提供している。RVO.nlには、現在約3,400人が勤務している。

出所) RVO.nlのホームページ <http://www.rvo.nl/over-ons/over-ons>

⑤国際進出支援政策とミッション派遣

オランダ政府の具体的な進出支援政策を以下に示す。

- 外交と連携した活動
 - 2012年12月、中国と医薬医療の分野における覚書を締結。2013年9月には、保健福祉スポーツ相が訪中し、28人の企業代表者を含む44人のミッション団と北京等3都市を訪問。健康および家族計画等の分野での協力拡大で合意。
 - 2014年1月、インドと健康および医薬品分野で覚書を締結。同年11月、健康関連企業や学術機関等の代表者30名超とともに、貿易・開発協力相がインドを訪問し、両国の協力内容を検討。
 - 外務省は、ライフサイエンス・健康分野のソリューションを開発・実行する企業とともに、新興国のPPP（Public-Private Partnership）施設を支援。2014年の利用可能な予算は、270万ユーロ（1ユーロ=121円）。
- 貿易障害・規制の緩和
 - 企業や研究機関が、ライフサイエンス&ヘルスケアのコンソーシアムを結成し、政府と専門家間の協力を深め、共同で国際会議への参画、課題となる法律や規制の問題点に関する意見交換を実施。
- 情報提供
 - 政府は、研究者や起業家による海外パートナー探索活動に対し、在外公館を通じて協力。在外大使館では、セクターごとに現地情報を収集し情報を開示。

出所) Topsector Life Sciences and Healthのホームページ <https://www.topsectoren.nl>

- オランダ政府による医療機器供与事業では、供与される医療機器の保証期間とは別に、場合によっては6年間の保守管理契約を両国政府間で契約。医療機器はハードウェアの初期投資だけで援助成果が出るものではなく、耐用期間中に持続的に利用されるような支援が必要との考えに基づいている。

出所) 途上国における持続的な医療機器運営に関する一考察 (ウガンダの例を参考として) 伊達卓二 国際協力研究 Vol. 23 No. 1 (通巻45号) 2007.

http://topsectoren.nl/documenten/topsectoren/Progress-Report-on-Enterprise-Policy-2013_2014-01-23_85.pdf

- ・ 海外政府とのイベント

- ・ ロシア代表団に向けたヘルスケアセミナーを実施

ー2013年7月、オランダ・ユトレヒトで、ロシア・トムスクからの代表団を迎えてヘルスケアセミナーを開催。オランダ・ロシア貿易センター、TFHC、中央オランダ商工会議所が主催。

出所) ヘルスケアセミナー実施

<http://www.tfhc.nl/russische-delegatie-tomsk-maakt-kennis-met-nederlandse-medische-bedrijven-437/>

- ・ 中国国際医療機器博覧会 (CMFEF) への出展

ー2015年5月に開催された China International Medical Equipment Fair (CMEF) に出展。26か国から3,800の組織が出展し、21か国・地域のパビリオンが設置。オランダも同博覧会で初めてオランダ・パビリオンを出展し、オランダ企業7社が参加。同博覧会には累計21万人の専門家が訪問。2016年もパビリオンを設置。

ーTFHCは医療機器の展示会や企業間の仲介のほか、ネットワークディナーを主催し、TFHCやTFHCの中国ワーキンググループの取組を紹介。

出所) CMEFへの出展ニュース

<http://www.tfhc.nl/holland-paviljoen-op-de-china-medical-equipment-fair-2015/>

<http://www.tfhc.nl/agenda/holland-pavilion-cmef-2017-shanghai/>

- ・ 日本への経済ミッション派遣

ー2016年10月、RVO.nlの主導で東京に経済ミッションを派遣。同ミッションには保健・福祉・スポーツ相が同行。ヘルス・イノベーション等の分野で、両国間のビジネス提携やネットワーク強化で合意。

ー両国ともに人口の老齢化に直面しており、介護のイノベーションを重視。両国で特に医療目的のICTアプリケーション数が急増しており、共同研究や協力の機会が多く生まれている。このミッションは「個人の健康記録」、「遠隔医療」、「電子診断」に焦点を当てている。

- ・ 中国への経済ミッション派遣

ー2016年10月、RVO.nl、オランダ外務省、保健・福祉・スポーツ省、TFHCは中国の関係者と協力し、老人介護やリハビリケアの分野で経済ミッションを上海、北京、広州に派遣。同ミッションにはオランダの国務長官も同行。

ー中国では人口の高齢化が急ピッチで進んでおり、大きな課題となっている。この問題の解決策として、中国は海外の「ヘルシーエイジング」や持続可能なケア、遠隔医療・e-ヘルス、在宅ケア、リハビリケア、医療・介護機器等に注目。

出所) 経済ミッション派遣、高齢化対策での協力

<http://www.tfhc.nl/agenda/economic-mission-china/>

<http://www.tfhc.nl/van-rijn-leidt-economische-missie-ouderenzorg-naar-china/>

- 香港・深センへのイノベーション・ミッション派遣
 - －2016年10月、TFHC、RVO.nl、在北京オランダ大使館、在広州オランダ領事館、Brightlands China Center は、香港・深センに「国際医療テクノロジーの協力」と題するイノベーション・ミッションを派遣。
 - －香港・深センの医療技術機関や企業・研究機関の訪問、共同技術研究のためのファイナンス講座や中国・EUにおける医療技術やヘルスケアに関するセミナー、中国や他の参加国（スイス、イスラエル、米国）の企業や研究機関とのプロジェクト仲介等を実施。また、中国、スイス、イスラエル、米国からのベンチャーキャピタルや投資会社、医療技術企業等約100社が参加する「Innovatech Roadshow Event」に参加し、製品技術の売り込みを実施。

出所) 医療技術のミッション派遣

<http://www.tfhc.nl/agenda/medtech-mission-to-china-26-31-october-2016-hongkong-shenzen/>

- オーストラリア・ニュージーランドへの経済ミッション派遣
 - －2016年10月末～11月初旬にかけて、RVO.nl、オランダ外務省傘下の外務貿易発展局、オランダ経済省は、TFHCの協力の下、オーストラリアとニュージーランドに経済ミッションを派遣。
 - －介護、リハビリ、在宅ケア、メンタルヘルス関連の商品やサービス、病院設計・建設、医療ケア・検査・治療のための機器、情報通信システムや病院向けソリューション等 e-ヘルス・ソリューション関連企業が参加。
 - －オーストラリアのヘルスケアでは、特に e-ヘルスが注目されており、過去5年間は、スマート都市やスマート・ロジスティクスの分野に多く投資されている。他の西欧諸国と同様、人口の高齢化に直面しており、ヘルスケアや介護インフラの持続可能性の分野で多くの事業機会が見込まれている。
 - －ニュージーランドでは2016年に入り、政府が今後数年間に最大161億NZドルをヘルスケアセクターに投資することを計画。さらに2016/2017年の医療費予算を拡大し、2020年までに医療分野に約20億NZドルを追加投資する。特に病院建設や設備、e-ヘルス、在宅介護等の分野で、ヘルスケアに関する事業機会が見込まれている（NZドル=81円）。

出所) オーストラリア・ニュージーランドへの経済ミッション派遣

<http://www.tfhc.nl/agenda/economische-missie-naar-australie-nieuw-zeeland/>

- ドイツ・デュッセルドルフの「MEDICA 2016」にパビリオン出展
 - －2016年11月に展示会「MEDICA2016」がメッセ・デュッセルドルフで開催。世界120か国からの訪問者13万人、4,900の出展を誇るライフサイエンス&ヘルスケアや医療テクノロジー産業の展示会で、オランダの政府が「戦略的展示会」に指定。
 - －TFHCは、RVO.nlからの依頼で6回目のオランダ・パビリオンを出展。

出所) MEDICA 2016に出展

<http://www.tfhc.nl/agenda/holland-paviljoen-op-medica-2016-14-17-november-2016-te-dusseldorf/>

<http://www.tfhc.nl/wp-content/uploads/2016/07/201611-Pakketten-Medica.pdf>

- インドネシアへの経済ミッション派遣
 - －2016年11月、RVO.nl、オランダ外務省、在ジャカルタ・オランダ大使館はTFHCと

協力し、インドネシアへ「ライフサイエンス&ヘルスケア」に関する経済ミッションを派遣。

- ー世界第3の人口（2億5000万人）を抱える同国では、都市と農村、公立と私立の医療機関間で大きな格差が発生。政府は2014年に立てた「Universal Health Coverage」プログラムで、2019年1月1日までにすべての国民が基礎的な医療サービスを受けられることを目標とし、医療の質や医療へのアクセスの向上を目指している。この医療改革により、医学の専門知識やテクノロジーに対する需要が高まっている。

出所) インドネシアへの経済ミッション派遣

<http://www.tfhc.nl/agenda/economic-mission-indonesia/>

- アラブ首長国連邦へのライフサイエンス・ヘルスケアミッション

- ー2016年11月、RVO.nlとオランダ保健・福祉・スポーツ省は、TFHCと在アブダビ・オランダ大使館の協力の下、アラブ首長国連邦へのヘルスケアミッションを派遣。保健・福祉・スポーツ相が同行。
- ーミッションは、オランダのライフサイエンスの分野に従事する企業や研究機関を対象としており、現地の病院・医療関連施設・政府機関等への訪問、ネットワークレセプション・ディナー、覚書締結等を通じて、アラブ首長国連邦のビジネスパートナーや医療関係者との関係を深めることが目的。
- ーアラブ首長国連邦のヘルスケア市場は、2015年から2020年までに平均で年率12.7%成長し、2020年には195億米ドルに達すると見込まれている。

出所) アラブ首長国連邦へのライフサイエンス・ヘルスミッション

<http://www.tfhc.nl/agenda/life-sciences-health-mission-united-arab-emirates/>

- トロント・ボストン「イノベーション・e-ヘルス」へのミッション派遣

- ー2016年12月、RVO.nl主催でトロント、ボストンにミッションを派遣。介護、ICTとイノベーション分野の企業、研究機関、専門家が対象。
- ー企業、研究機関、医療機関への訪問、e-ヘルス・セミナーやワークショップ、技術協力のためのファイナンスセッション等を通じ、現地関係者とのネットワークを推進。
- ートロントはヘルスケア、ICT、クリエイティブ産業・サービスの分野が最重要セクターであり、オランダ・カナダの研究開発プロジェクトに対するユーロスター補助金制度も存在。

出所) 「イノベーション・e-ヘルス」ミッション派遣のニュース

<https://www.tfhc.nl/agenda/innovatiemissie-ehealth-toronto-boston/>

- 「アラブ・ヘルス 2017」へのパビリオン出展

- ー2017年1月、ドバイで開催された「アラブ・ヘルス 2017」にTFHC主導でパビリオンを出展。
- ーオランダ・パビリオンは「トレード・フェア・アリーナ」に設置され、隣接して企業による展示会を実施。

出所) アラブ・ヘルス 2017 への出展

<http://www.tfhc.nl/agenda/join-holland-pavilion-arab-health-2017-subscribe-now/>

<http://www.tfhc.nl/wp-content/uploads/2016/10/201701-CBI-ArabHealth-WG-ME.pdf>

- ・ インド・オランダセミナー「ライフサイエンス&ヘルスケア」の開催
 - インド工業連盟の支援を受け、TFHCはインドへの医療協力を目的に、医療の改善に関するセミナーを2015年11月に開催。農業食物とライフサイエンス、健康に関連する企業や学術機関の代表者30名超が参加。オランダ貿易開発協力大臣によるオープニングスピーチの後、両国の医療分野の代表が、プレゼンテーションや議論を行った。
 - 同年1月にインドとオランダ間の覚書が、保健分野で調印。

出所) ライフサイエンスとヘルスケアに関するインド・オランダセミナー開催
<http://india.nlembassy.org/news/2014/11/indo-netherlands-seminar-%E2%80%9Cjoining-hands-in-life-sciences-and-health-care%E2%80%9D.html>

2)プロモーション活動事例の整理

上記の事例調査より、プロモーション事例の特徴を整理して、次のようにモデル化した。

まず、医療国際展開を図るプロモーション活動から、「ヒト、モノ、チャンス、カネ」をモデルの構成要素と想定し、商品・サービスである「モノ」を海外で売り込む際のプロモーション手段として、「ヒト、チャンス、カネ」の3要素の効果的な組合せに着目した。以下、各要素について説明する。

- 「ヒト」とは、人事交流や人的ネットワークに基づく有益な人間関係や現地情報源、アウトバウンド・ビジネスに結びつくコネクションとコミュニティである。また、アカデミック・ネットワーク（学会、共同研究、寄付行為や財団援助、留学環境整備等）の構築による自国の医療での「囲い込み効果」、萌芽時期からの「刷り込み効果」を想定している。
- 「モノ」とは、直接売り込みたい対象商品である。医療展開に関するインフラ、医療設備・機器、人材育成や教育研修等の対価が期待できるサービス等の商品である。
- 「チャンス」とは、現地法人化、企業提携、国内/国際コンソーシアム等の構築によって派生するビジネス機会である。相手国のニーズと追い風/向かい風環境を把握し、チャンスを拡大し利潤を最大化することが目的である。展示会、ワークショップ、コンベンション開催によって商品広報や周知を促進し、ブランド価値を保護・強化することも含む。
- 「カネ」とは、金融支援と投資回収手段、商品提供の対価等である。ODA、プロジェクトファイナンス、プロフィットシェアファンド等の基金や財団設立、リース・ローン制度等の金融支援を通じて、間接的に医療機器の売り込みを支援あるいは投資回収する手段である。

最終的に、「モノ」を効果的かつ継続的に売り込むためには、こうした「ヒト」、「チャンス」、「カネ」といった要素を効果的に組み合わせてマネジメントする戦略的なプロモーション手段が必要である。各国のプロモーション事例を、「ヒト、モノ、チャンス、カネ」の視点で整理した。

(1)米国のプロモーション事例の特徴

米国のプロモーション活動は、政府と医療産業が強固に手を組んだモデルといえる。官主導での支援サービスは、進出相手国の具体的な情報提供、専門家派遣やコンサルティング実施、ビジネスパートナー紹介等の広範にわたり、海外展開を検討する産業のニーズを反映していることが特徴である。また、米国への留学生や米国内で開催される研修は多く、医療技術を取得する段階で米国製品に馴染んでもらう「囲い込み戦略」もとられている。

米国の事例から、日本のプロモーションモデルの検討に参考にすべき点としては、情報提供のあり方、プロフェッショナル・サービス（法務・税務・現地法人支援等）の提供、アジア諸国との人材交流支援等が挙げられる。

図表・132 米国のプロモーション事例

プロモーション手段	具体的な事例	効果	
ヒト	<p><ヒューマンリソース活用> 海外展開を検討する企業向けの情報提供を通じた人材育成</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・商業サービス局「ヘルスケア技術リソースガイド～米国輸出企業のための手引き～」*① ・同局ヘルスケアチームが専門家派遣や市場参入戦略等の貿易コンサルティング*② ・同チームが海外諸国の法規制に関する教育プログラム提供 	<p>同局が各国の貿易障壁の内容、市場参入の必須条件、見本市等の有無、市場動向、競合企業、必要な手続き、需要動向等を提供</p>
	<p><アカデミック・ネットワーク構築> 学会、共同研究、留学環境整</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・医療系大学が留学・研修を通じ、海外有力者に医療機器の体験を提供 	<p>将来のユーザーを囲い込み</p>
チャレンス	<p><パートナー開拓> 現地法人化、企業提携、国内/国際コンソーシアム構築</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・同局が現地での情報収集、ビジネスパートナー探しを支援、イベント情報を紹介*③ ・行政トップが政府間交渉を実施 	<p>「Gold Key Matching Service」では、米国内の中小企業に海外イベントの現地パートナー探しを支援</p>
	<p><コンベンション広報> ビジネス展開の場、情報受発信</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・同局が国内外の見本市でヘルスケア産業情報を紹介 	<ul style="list-style-type: none"> ・見本市やイベントで、相手国とのビジネスマッチングの場を提供 ・ワンストップサービスで高い利便性

出所) *① *Healthcare Technologies Resource Guide ~A Reference for U.S. Exporters*
http://export.gov/build/groups/public/@eg_main/@byind/@healthtech/documents/webcontent/eg_main_068140.pdf

*② *U.S. Commercial Service Healthcare Specialist*
http://2016.export.gov/industry/health/eg_main_018721.asp

*③ *The Healthcare Team of the U.S. Commercial Service*
<http://2016.export.gov/industry/health/>

等に基づいてMEJ作成

(2)英国のプロモーション事例の特徴

英国は、保健・医療・福祉の老舗国家として「医療インフラストラクチャー」を輸出する体制が充実しており、英国「ブランド」と医療人材の教育制度をセットに輸出するグローバルスタンダード・モデルをとっているといえる。医療を「貿易投資」として位置づけ、「選択と集中」戦略で有望市場に特化しているのが英国流である。また、旧宗主国としての強みや英語圏の広がりという追い風環境を利用している。特に、中国、インドといった巨大な市場進出を重視し、外交ミッションと医療展開を連携させている。

英国の事例から、日本のプロモーションモデルの検討に参考すべき点としては、重要市場の「選択」と資源（ヒト・モノ・カネ）の「集中投資」戦略、外交ミッションと医療国際展開の連携等が挙げられる。

図表・133 英国のプロモーション事例

プロモーション手段		具体的な事例	効果
ヒト	＜ヒューマンリソース活用＞ 海外展開を検討する企業向けの情報提供を通じた人材育成	・Web サイトで輸出関連手続きや問合せ先等、ヘルスケア分野や医療分野における海外諸国の輸入規制について情報掲載 (UKTI：貿易投資総省)*①	市場規模の観点から抽出された重要10市場での活動を集中的に継続
	＜アカデミック・ネットワーク構築＞ 学会、共同研究、留学環境整備	・現地の学会、州政府等とのMOU締結 (UKTI・中国医師会：高齢者介護についての支援事業での協力を合意)	・中国とインドの巨大市場進出の足掛かり ・アカデミック・ネットワーク構築がパートナーシップを強化 (英国内の医師不足解消)
チャン	＜パートナー開拓＞ 商品売込み、現地法人化、企業提携、国内/国際コンソーシアム構築	・臨床サービス、教育と訓練、保健デジタル化、健康システム開発、インフラストラクチャー等に関する海外とのパートナーシップを確立 (Healthcare UK) ・現地課題を解決するコンソーシアム形成を促進、海外のプロジェクト決定者を訪問、招聘等を通じてプロジェクトへの理解を深めてもらう働きかけ (UKIHMA：英国国際医療管理協会)*②	英国発ヘルスケアプログラムを100か国以上で展開（制度の共有、プラットフォーム化）
	＜コンベンション広報＞ ビジネス展開の場、情報受発信	・Healthcare UKは2014/2015年に80以上のイベント、ミッション、ハイレベルミーティングに参加 ・コンベンションに国務長官、ケンブリッジ公、カッカール卿等も参加	外交ミッションと医療アウトバウンドの連携
カネ	＜フィナンシャル戦略＞ 金融支援と投資回収	・国内外の金融機関との面談に参加し交渉支援 (UKIHMA) ・2014年、130億ポンドの資金を活用 (Healthcare UK)	Healthcare UKの左記の活動により、国内企業は13億ポンド（1,870億円）の利益創出

プロモーション手段	具体的な事例	効果
他 ＜広報戦略＞ PR、ブランド向上	・Healthcare UK（保健省、UKTI 傘下の部門）は、Transform Europe Brand Awards を医療分野で受賞（2015）	海外諸国から、英国式医療制度を導入希望が増加

出所) *① Guidance : Healthcare and medical International Trade Regulations

<https://www.gov.uk/guidance/healthcare-and-medical-international-trade-regulations>

*② New Support to export UK Healthcare management expertise

<https://www.gov.uk/government/news/new-support-to-export-uk-healthcare-management-expertise>

等に基づいてMEJ作成

(3)オランダのプロモーション事例の特徴

オランダのプロモーション活動は、外務省と貿易・開発協力省および政府機関のRVO.nl、非政府機関のTFHCおよび業界団体のHHTがそれぞれの特色を活用した三位一体モデルである。調査機関や政府との協議により輸出市場の政策動向を追い、トレンドや輸出機会を調査し、ビジネスミッションの派遣や外国関係者との交流、大使館職員へのプレゼンテーション等の有機的な連携体制をとっている。旧宗主国である地域への支援をはじめ、国際展開戦略も全方的であり、官民パートナーシップ支援を視野に入れた医療外交施策を展開している。

オランダの事例から、日本のプロモーションモデルの検討に参考すべき点としては、政府と医療業界、NGO、学術・教育機関等による連携した環境整備等が挙げられる。

図表・134 オランダのプロモーション事例

プロモーション手段	具体的な事例	効果
ヒ ト ＜ヒューマン リソース活用＞ 海外展開を検討する 企業向けの情報提供 を通じた人材育成	・輸出先の政策動向、トレンド、輸出機会を調査し、外国関係者との連絡、大使館職員へのプレゼン等を実施、関係官庁等との関係を構築（TFHC、非政府機関）*①、②	・シームレスな支援環境の提供 ・法律や規制の問題点を議論する場を提供
チ ャ ン ス ＜パートナー開拓＞ 商品売込み、現地法人化、企業提携、国内/国際コンソーシアム構築	・中国（2012）、インド（2014）、インドネシア（2016）、ニュージーランド（2016）、湾岸諸国・ヨルダン・レバノン（2016）、トロント・ボストン（2016）にミッション派遣、ロシアミッションを招聘（2013） ・日本にミッションを派遣し、東京オリンピックを契機としたスポーツ分野調査やイノベーション、介護分野で日本と連携したビジネス展開を検討（2015）	・NZ政府のe-ヘルス、在宅介護、病院新設で2016～17年に161億NZドル（1.3兆円）の投資計画への参加・旧宗主国としてインドネシアとのコネクションを活用 ・トロント・ボストン地域の医療ICT分野での共同研究を検討
＜コンベンション 広報＞ ビジネス展開の場、 情報受発信	・中国国際医療機器博覧会に出展（2015年、2016年）、オランダ企業7社が参加（TFHC）	同博覧会に専門家21万人が訪問し、オランダ医療をPR

プロモーション手段		具体的な事例	効果
	<広報戦略> PR、ブランド向上	・ライフサイエンス&ヘルスケア部門で世界的に活動している企業（120社以上の業務、専門分野）のガイドブックを発行*③	オランダ医療のブランド発信と長期囲い込み
カ ネ	<フィナンシャル戦略> 金融支援と投資回収	・ライフサイエンス&ヘルスケア関連企業に、発展途上国でのPPP（Public-Private Partnership）施設を対象に支援（2014年予算3.3億円、外務省） ・医療機器供与事業で供与される医療機器の保証期間に加え、6年間の保守管理契約を両国政府の契約として実行	・オランダ製品に対する高い信頼性を裏付け ・オーストラリア・ニュージーランドへの経済ミッション派遣をハブに東南アジア進出

出所) *① Task Force Health Care <http://www.tfhc.nl/>

*② TFHC International Opportunities Report

<http://www.tfhc.nl/tfhc-international-opportunities-report-2016/>

*③ Health Holland <http://www.tfhc.nl/now-available-healthholland-guide-2016-2017/>

等に基づいてMEJ作成

これらの分析を踏まえた提言については、次節「6-4.効果的なプロモーション方法の検討」で説明する。

6-4. 効果的なプロモーション方法の検討

前述の「6-2」で検討した、過去に実施した海外医療拠点構築事業および人材育成支援事業の評価と、「6-3」で調査した、海外政府および団体等の国際展開活動の情報収集と分析の結果を踏まえ、医療の国際展開の取組を進めている有識者等の意見を参考に、効果的な PR 活動とプロモーションのあり方について検討を行った。

1) 成功事例の PR 推進

「過年度事業の効果評価」においては、北京の普華相澤リハビリセンター、ジャカルタのアドバンス内視鏡トレーニングセンターに関し、現地側から見た評価について調査を行ったが、いずれも高い評価を受けていることが分かった。

(1) Web サイトの活用による PR 推進

現地での拠点に対する好意的な声は、日本の医療拠点の国際展開を具体的に示す PR の例となる。日本の国内外の医療関係者および海外で同様の医療拠点設立を要望している行政機関や医療関係者には関心が高いと考えられる。日本の医療を直接理解できる有益な PR ツールでもある。海外政府・医療機関等に対し、これらの事例を継続的かつ効果的に情報発信していくことは、日本の医療の国際展開を推進する効果が期待される。例えば、今回得たような現地拠点への好意的な声に関する情報を、拠点のある現地国（あるいは周辺諸国）の政府および医療関係者に対し、両国の政府間、民間での会合やイベントで紹介できる分かりやすいコンテンツにしておくことや、現地の日本大使館、医療業界団体等の Web サイトに掲載することが考えられる。

(2) マスメディアの活用による PR 推進

今回は紹介しなかったが他の海外医療拠点に関しても、同様な調査で事業評価を収集し、情報共有あるいは PR することは、より広範に日本の医療の国際展開を支援することにつながる。

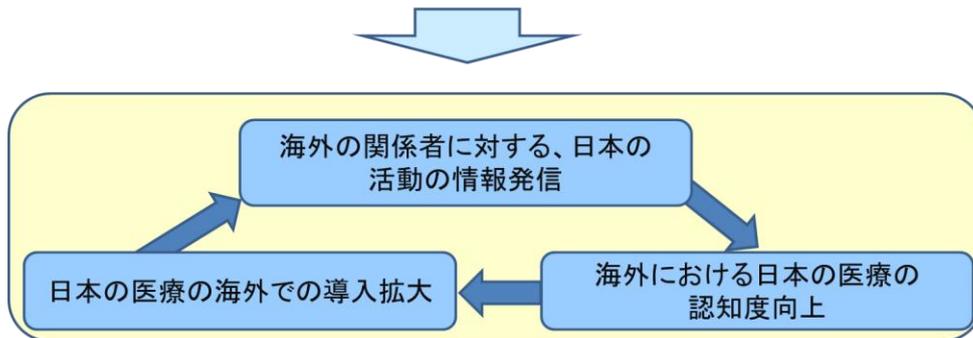
中立的で客観的な立場から、現地メディアを活用することも有効である。マスメディアで好意的に取り上げられる記事やニュースは説得力があり、これらの情報を効率的に収集し蓄積するためには、ニュースバリューを高めることが重要である。

(3) PR 推進の効果

こうした Web とマスメディアによる両面の PR 活動は、拠点がある現地国での日本の医療の認知度を高めるだけでなく、同様な拠点の設置を検討している第三国の政府、医療関係者に対するアピールになると考えられる。また、これらの拠点に関する情報発信を行うだけでなく、招聘を通じて実際に拠点への視察を実施することで日本の医療の有意性を体感してもらうことは、第三国における日本の医療に向けた現地側の賛同と協力を得るきっかけとなる。

現地での好意的な声に関する情報の活用

- ・ 日本の医療の国際展開の事例として、海外政府・医療機関等に情報発信
- ・ 拠点を活用し、日本の医療の国際展開を更に推進する活動の検討
 - * 同様な施設設置を検討する他の海外政府等の招聘 等



出所) MEJ作成

2)日本の国際展開プロモーションモデルの検討

今回の調査では米国、英国およびオランダの政府、業界団体の国際展開に関するプロモーション活動について情報を収集した。また、プロモーション事例の構成要素を「ヒト、モノ、チャンス、カネ」に分類し、それらの効果的な組合せのパターンを分析した。これらを基に、日本のプロモーションモデルについて検討する。

(1)プロモーション構成要素の検討

日本のプロモーションについて、その構成要素を再検討すれば、「ヒト」に関連した取組については、海外への輸出および事業を開始する事業者への情報提供を通じた医療ビジネスの立ち上げ支援、またアカデミックなネットワークの構築に向けたアプローチとなる。特に、産官学医の構成メンバー以外には、日本大使館、JICA、JETRO、商工会議所の海外支援パートナー等が候補と考えられる。

「チャンス」に関しては、現地国でのビジネスパートナーとの関係構築のためのマッチング、ある特定の国あるいは特定テーマに関する課題解決やビジネス獲得に向けてのコンサルティング、さらに国内コンソーシアム構築の場の提供等が候補である。また、そのコンソーシアムを通じて現地でのビジネス機会醸成に向けて、有力者訪問や招聘等を通じて関係構築を進める取組が考えられる。さらに、医療関係のイベントやコンベンションへの参加を通じて、ネットワーク構築や、商品・サービス等のアピールも積極的に行うべきである。

「カネ」に関しては、新興国において官民連携で設立する施設や人材育成事業 (Public-Private Partnership facility : PPP) への金融支援が検討テーマとなる。

(2)効果的なプロモーションモデルの提案

米国、英国およびオランダの先進事例をベンチマークの対象として、日本の効果的なプロモーションモデルを提案する。

図表・136 国際展開プロモーションモデルの提案

プロモーション方法		プロモーションの取組	効果
ヒ ト	<ヒューマン リソース活用>	<ul style="list-style-type: none"> ・事業者が輸出、海外事業を開始する時に必要な情報を提供（情報の電子化、Web による提供、情報収集・精査・蓄積・提供・更新の PDCA サイクル化等） ・海外参入検討時のカウンセリングを行う人材の育成（新規に海外への進出を行う企業へのサポート） 	<ul style="list-style-type: none"> ・アウトバウンド情報のワンストップサービスと利便性の向上 ・相手国の情報（貿易障壁、市場参入条件、コンベンション、市場動向、需要動向、法務や会計、インフラ等）を利用者に提供し、ビジネス計画作成を支援
	<アカデミック・ ネットワーク構築>	<ul style="list-style-type: none"> ・日本に留学経験のある医師とのネットワーク構築、留学生の招聘等 	<ul style="list-style-type: none"> ・「刷り込み、囲い込み戦略」による顧客獲得
	<その他>	<ul style="list-style-type: none"> ・親日国での活動（文化、経済関連のイベントやミッションとの連携） 	<ul style="list-style-type: none"> ・日本ファンの潜在的な顧客を顕在化、PR 促進
チ ヤ ン ス	<パートナー開拓>	<ul style="list-style-type: none"> ・現地ビジネスパートナーとのマッチング機会の提供 ・海外政府等での予算、政策動向等、ビジネスチャンスに繋がる情報収集力の強化 ・関連情報のアーカイブ化と、それを活用するための Web サイトの整備 ・海外でのプロジェクト決定者に対し、訪問や招聘等を通じたプロジェクトの実態把握 ・現地課題を解決する医療コンソーシアム形成の促進 ・過去に構築された日本の医療の海外拠点について、現地政府および医療関係等へのアピール活動の強化 ・現地法人立ち上げ、強化のための支援制度を拡充 	<ul style="list-style-type: none"> ・日本大使館、JICA、JETRO、商工会議所等の横断的情報ボックスの設置⇒「医療ドロップボックス」による医療政策、ニーズ、課題の情報共有 ・オープン・フェア・グローバルな競争の支持（健全な医療分野市場の育成開拓） ・医療・保健・介護制度の輸出プログラム
カ ネ	<フィナンシャルと 投資回収>	<ul style="list-style-type: none"> ・医療機器製造業、特に中小企業への金融支援 ・プロフィットシェアファンド等の新しいモデル投入と効果の実証 	<ul style="list-style-type: none"> ・有望市場の絞込みと対価獲得の検証 ・経済ミッションとの連携 ・新興国の医療・保健・介護支援への金融参加

出所) MEJ 作成

これらのプロモーションモデルに基づく取組を行うためには、単独の機関や団体、企業等での実施は難しく、相互に連携した活動が重要になってくる。特にアカデミック・ネットワークの構築においては日本の産官学医で連携して取り組むことが重要である。

また上記の提案の中で挙げたアカデミック・ネットワークの構築、親日国での活動については、候補の1つとしてアジア諸国を想定している。アジア人は日本人と体質や身体的な特徴が似ていることもあり、医療分野において取り組むべき共通のテーマが多いことが想定される。

(3)連携によるプロモーションの相乗効果

個社が自社の商品売り込むプロモーションは各社の取組であるが、公益性が高く、医師や大学が介在する医療分野がバックアップする医療機器・サービス複合体のプロモーションには、企業連合や産官学医コンソーシアムといった取組が前提となることが通常である。

こうしたコンソーシアムで国際展開する場合、期待値（成功率）の高い特定分野、特定国での案件に絞り込むために、相手国の市場規模や成長率、カントリーリスク、インフラ整備状況等の情報が重要である。また、それらを用いて日本の医療分野の強みや弱みの分析（SWOT分析）、競合国・団体・企業との比較分析シミュレーション等を行う必要がある。そのためには詳細な情報収集が前提であり、法務・財務・税務等の専門家支援や現地事情に通暁したカウンターパートナーとのネットワークづくりが必須である。また、特定の対象国、分野において共通の関心、課題意識を持つ事業者等がコンソーシアム形成を促進し、活動を行う英国のような取組もあり得る。

日系の医療機器メーカーは特定分野での医療機器には強みを持つが、米国、ドイツ、オランダ等では、国際的に強い競争力を持つ総合医療機器メーカーが存在し、単独もしくは数社の企業で現地国の医療機関等のニーズに対してフルラインアップで医療機器を提供できる総合力の強みが指摘されている。

こうした点を踏まえると、対象国や分野を明確にした特定のビジネス機会の獲得に向けて、コンソーシアムメンバーが、プロモーション活動でも連携してチームワークによる相乗効果をいかにして生み出すかが課題と考えられる。

3)国際展開プロモーションの活用等

本章では、過去に実施した海外医療拠点構築事業と人材育成支援事業の効果評価、主要国の政府・業界団体等による医療の国際展開プロモーションの実態調査、日本の医療の国際展開の効果的なプロモーションのあり方についての考察を行ってきた。

その内容を日本の医療の国際展開を進めている有識者にも共有し、その考察内容をさらに深める取組を検討した。

(1)有識者の意見

上記に記載した海外政府、業界団体の活動についてMEJ会員企業のほか、医療の国際展開に取り組んでいる有識者に本章での調査結果を共有し、効果的なプロモーションのあり方についての意見を収集・整理した。有識者を集めた会合を開催したほか、特に要望を持つ有識者には個別にインタビューを行った。以下、主な意見を示す。

- 「個社のプロモーションの取組は「点」に過ぎず、海外展開での効果は限定的である。企業間で協力し、様々な製品と組み合わせた「線と面」で攻めた方がプロモーション的には効果的である。企業間にまたがる案件を組成する場として連携スキームに期待する。」
- 「特定の医療分野、特定の国への攻め方やプロモーション活動について、関心のある企業間で意見交換を行う場がほしい。これは個社にはできない。」
- 「企業間で連携した取組を検討するにあたり、アカデミアの観点も入るとさらに効果が期待できる。相手国の医師や学会等も、より聞く耳をもつはずである（アカデミック・ネットワーク構築）。」

有識者の意見等を基に、医療の国際展開において効果的なプロモーション活動に対するニーズや課題を整理した。

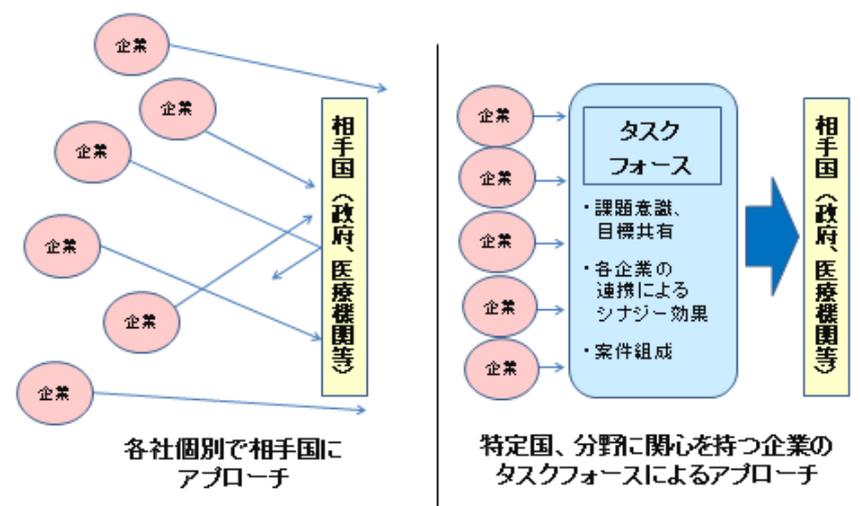
- 日本の医療の国際展開について、企業間にまたがるビジネス案件を合理的にかつ効率的に議論・共有・分析・解決する場へ期待する声が上がっている。
- それを実行するために、特定の分野や対象国に関心を持つ企業や医療関係者で意見交換を行う場の創設が必要である。
- より多くの日本企業の強みを生かすため、例え直接ビジネスに結びつかなくても、関心を持つ企業や海外に踏み出すのを躊躇している企業（特に、技術のある中小企業。米国ではベンチャー企業への支援制度が手厚い）の背中を押す役割が必要である。
- 医療関連企業の関係者だけではなく、アカデミアの視点も入れた活動には、波及効果や相乗効果も期待できる。
- さらに、相手国の医療、保健、福祉行政を支援し、国際貢献と経済成長を両立させる事業の効果を広くプロモーションする活動は、互いの国益や公益にもかなう。

(2)課題解決に向けて

有識者の意見に基づくニーズや課題を解決する手段として、効果的なプロモーション活動を検討した。その結果、産業界が国際展開を図る上でプロモーション活動を進める主体として、タスクフォースを設置（活動のプラットフォーム整備）することが効果的と考えられる。特定テーマ（例えば、プロモーション活動の促進）を解決することに目的に絞ったタスクフォースの設置を通じて、日本の各企業、医療関連機関の持つ強みを生かした相乗効果が期待される。この効果により、個社では解決の難しい相手国の政府や医療機関等に対して、課題解決に向けた効果的な活動が可能となる。

図表・137 タスクフォースの設置

特定分野に関心を持つ企業による タスクフォースの設置



出所) MEJ 作成

4)まとめ

本章では、過去に実施した海外医療拠点構築事業および人材育成支援事業の評価と先進的なプロモーション事例を踏まえ、効果的なPR活動とプロモーションのあり方について検討を行った。

今回の調査で得た海外の医療拠点、人材育成支援事業に対する好意的な声に関しては、活動の「追い風」として積極的に活用すべきであり、政府機関、企業、医療関係者等が相手国側との面談や交渉の際に、日本の医療の良さをPRするツールとなる。

また「ハブ&スポーク戦略」に則って、既存の医療拠点・医療人材育成拠点をハブとして、相手国や周辺諸国へのスポーク展開を図る活動を支援する。

一方で、個社では相手国側の政府、医療機関等に医療機器等をフルラインアップで提供することが難しいという課題があり、企業および医療機関等で構成するタスクフォースを設置することを提案する。タスクフォースの設置により、アプローチする相手国の市場、医療機関の状況に合わせ、各企業や医療機関の持つ強みをその都度、効果的に組み合わせていくことで、より効果的な取組が生み出せるのではないかと考える。プロモーション活動は、こうした取組を側面支援するものである。

第7章 医療の国際展開推進に向けて

最後に、第2～6章までの検討・取組を経て、今後の医療国際展開のさらなる推進に向け、とりわけ重要と考える事項を以下に示す。

1)アウトバウンド、インバウンドの双方で創出されている成果の拡大・波及

今年度およびこれまでの事業の実施により、アウトバウンド、インバウンドの双方で、一定の活動成果が見られている。

(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では、官民ミッションにより、日本の医療に関する現地での認知度向上効果がみられたほか、相手国側からいくつか具体性のあるプロジェクト案が提起されたり、ミッション参加企業と現地医療機関、日本の医療機器メーカー等との間で一部商談等が進展したりする等、新たな動きが生じている。今回に限らず、過去に実施した官民ミッションも含めて構築した人的なネットワークを有効に生かすためには、定期的なコンタクト等を通じて関係を維持し、将来的なビジネスの機会に繋げていくことが重要である。

(2)インバウンド活動の成果

国内外における医療渡航関連イベントへの出展により、日本への渡航に関心を持つ事業者へ訴求したところ、イベントに参加した医療機関・AMTACへの問合せ件数が増加する等、直接的な効果が得られた。またSNSによる情報発信の成果を分析したところ、日本の医療に関する情報のニーズが高いことが確認され、今後継続して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国内セミナーにおいては、特に医療機関関係者からのニーズが高く、年々参加者数も増加傾向にある。今後は、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。

これらの成果を、さらに波及させていくことが今後の重要な課題である。

2)アウトバウンド、インバウンドの双方の活動の有機的連動

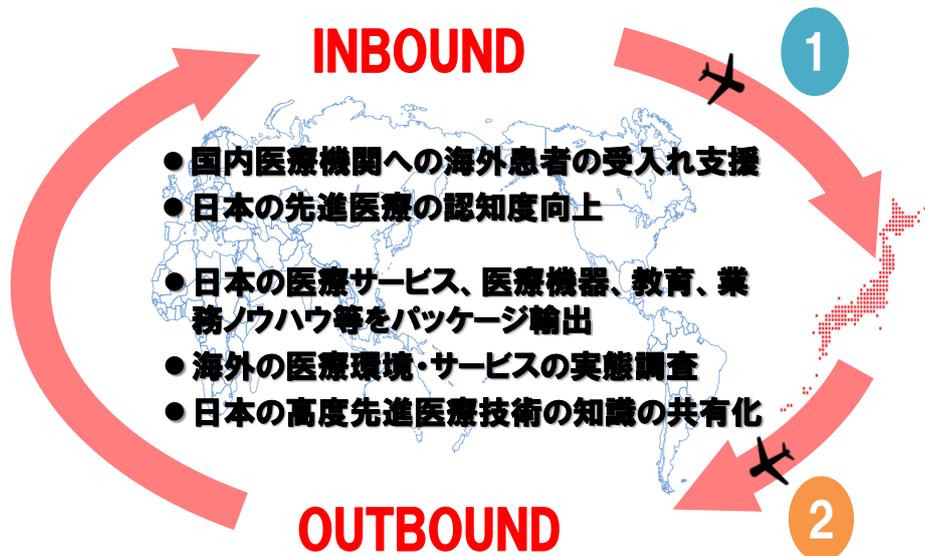
成果の拡大に向けた取組の方向性の一つとして、アウトバウンド、インバウンドの両活動の有機的連携・連動が有効と考える。

例えば、インバウンドを起点とした取組として、国内医療機関への外国人患者の受入れ支援を積極的に進め、日本の医療の優秀な点（先端技術、正確さ、ホスピタリティ等）を患者および現地医療機関の医師たちに認識してもらうことで、日本の医療機器・サービスが普及しやすい環境を醸成していくことが可能である。

また、アウトバウンドを起点とした取組としては、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、現地医療機関や医療関連企業等と、日本の高度先進医療技術の知識の共有化を進めることで、現地および国内の医療関係者との協働関係が促進され、患者の相互紹介等の機運が高まっていくことも期待される。

これまで、やや個別に展開してきたアウトバウンド、インバウンドの取組を連携させながら、このような好循環を生み出すことが、今後の医療の国際展開における成果拡大に向けて重要なポイントである。

図表・138 日本の医療の国際展開 インバウンドとアウトバウンドの好循環



出所) MEJ 作成

3)効果的な産官学医連携、プロモーションの導入による活動の活性化

上記のアウトバウンド、インバウンドの活動を強化していくため、本事業で検討した、効果的な産官学医連携スキームや、プロモーションノウハウ等を活用することが重要と考える。

産官学医連携促進については、相手国の医学界に入り込んだ、幅広い展開を実施するためには不可欠との意見が産業界にみられている。また、医学界からも日本の医療をパッケージとして総合的に展開するためには産業界との連携が重要との意見が示されている。一方で、一部の企業からコンプライアンスに関する懸念が示される等、その実現に向けては課題もみられる。本事業で示唆が得られた連携スキームと課題解消策等を生かし、今後の産官学医の活動を加速化させていくことが課題である。

プロモーション方策としては、既に現地に設立され、高評価を得ている日本の医療拠点等の情報を、現地の国民・医療関係者・政府等に対し継続的かつ効果的に発信し、日本の医療に対する認知度、評価を高め、価値観を共有していくことが重要である。また、海外政府・業界団体のプロモーション事例調査および国内関係者調査からは、海外と比較して日本では、連携体制（コンソーシアム等）を形成しての国際展開を支援する機能が必ずしも十分とは言えず、当該機能充実に関する関係者のニーズも高いことが確認された。コンソーシアムの場の形成に向けたタスクフォース等の機能整備が重要となっている。

上記のように、日本の医療の国際展開の両輪となるアウトバウンド、インバウンドの活動を相互に連携させつつ、効果的な体制、効果的なプロモーション施策によりこれを強化し、成果を創出・拡大・波及させていくことが重要である。