

# 平成31年度国際ヘルスケア拠点構築促進事業 (国際展開体制整備支援事業)

報告書:「健康・医療関連産業の国際展開に関する検討会」実施概要

2020年3月

株式会社野村総合研究所  
コンサルティング事業本部  
グローバル製造業コンサルティング部  
社会システムコンサルティング部

# 目次

---

**1. 検討会の趣旨**

**2. 実施概要**

**3. 主な検討内容**

**4. アウトバウンドに関する検討結果(第2回検討会資料)**

**参考資料 アンケート結果**

---

## 1. 検討会の趣旨

## 2. 実施概要

## 3. 主な検討内容

## 4. アウトバウンドに関する検討結果(第2回検討会資料)

## 参考資料 アンケート結果

# 1. 検討会の趣旨

## 趣旨

- 健康・医療戦略の改訂を控え、ヘルスケア産業（健康・医療・介護：富士山型ヘルスケア産業）の国際化について、過去の取り組みを総括するとともに、幅広いステークホルダーの意見を聴取し、新たな方向性をとりまとめる。

## 検討内容

### アウトバウンド:

- ヘルスケア産業の国際展開について、過去の事業（補助事業や官民ミッション等）の成果を分析した上で、公開アンケートにより、幅広い主体による取組の現状及び政府の役割に対する要請を整理し、次期健康・医療戦略期間（2020年度～2024年度）における政策の方向性・重点施策をとりまとめる。

### インバウンド:

- 我が国への医療渡航について、アカデミアや医療専門職の協力を得て、我が国医療の相対的優位性に関する分析を行い、適正な対外説明のあり方をとりまとめるとともに、外国人患者と病院等の間で調整・補完業務を行う仲介者の適切かつ十分なサービス提供のあり方を検討し、国による制度運営や、民間による自主基準のあり方をとりまとめる。

## 1. 検討会の趣旨

## 2. 実施概要

## 3. 主な検討内容

## 4. アウトバウンドに関する検討結果(第2回検討会資料)

## 参考資料 アンケート結果

## 2. 実施概要 スケジュール

- アウトバウンドについては、検討会前に「ヘルスケア分野の国際展開に関するアンケート」を実施した。
- インバウンドについては、医療渡航コーディネーター事業者や医療通訳事業者へのヒアリング調査を事前に実施した。

### 検討会の準備・開催に係るスケジュール

項目	2019年				2020年					
	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月		
アウトバウンド			アンケート設計・ 実施準備	アンケートに 関する 説明会 (11/14)	アンケート実施・分析	取りまとめ、 方針(案)検討	第1回検討会 (1月22日)	関係団体への 意見徴収	第2回検討会 (3月5日)	報告書 作成
インバウンド	関連事業者等へのヒアリング調査 (実施結果は別紙報告書を参照)					結果分析、 取りまとめ		関連調査・取りまとめ (METIで実施)		報告書 作成

## 2. 実施概要

### 検討会の委員構成

- アウトバウンド/インバウンド双方についての委員に加え、インバウンド専門委員を委嘱した。
- 第2回には、アウトバウンドの議事について、関係団体からも出席いただいた。

#### 委員

田倉 智之	東京大学大学院 医学系研究科 特任教授 (座長)
今村 聡	公益社団法人日本医師会 副会長
近藤 達也	一般社団法人Medical Excellence JAPAN 理事長
堺 常雄	株式会社日本病院共済会 代表取締役
中谷 比呂樹	慶應義塾大学 特任教授

#### インバウンド専門委員

秋元 哲夫	国立がん研究センター東病院 副院長
清水 康二	日本エマージェンシーアシスタンス株式会社 国際医療事業部長
原茂 順一	聖路加国際病院 病院事務部 患者サービス課国際係 マネージャー
松嶋 孝典	株式会社JTB ジャパン・メディカル&ヘルスツーリズムセンター所長
山田 紀子	ピー・ジェイ・エル株式会社 代表取締役

#### 関係団体 (※第2回のみ参加)

(一社)健康食品産業協議会
(一社)日本医療機器産業連合会
(一社)日本医療ベンチャー協会
日本ジェネリック製薬協会
日本製薬工業協会
(一財)バイオインダストリー協会

#### オブザーバー

内閣官房
外務省
厚生労働省
観光庁
国際協力機構(JICA)
日本貿易振興機構(JETRO)
(株)国際協力銀行(JBIC)
(一社)Medical Excellence JAPAN

注)座長を除き、委員名簿は五十音順、敬称略。  
出所)NRI作成

## 2. 実施概要

# 検討会の議事次第

■ アウトバウンド・インバウンドでそれぞれ約1時間ずつの討議を行った。

### 第1回

日時：令和2年1月22日(水) 17:00～19:00

場所：経済産業省 本館17階 西6 第二特別会議室

議事次第：

1. 開会
2. 経済産業省挨拶
3. 議題
  - ① インバウンド
    - ・ 趣旨説明(経済産業省)
    - ・ これまでの取組・進捗報告と、今後の議論の方向性について(MEJ)
    - ・ コーディネート事業者からのプレゼン
    - ・ 議論
  - ② アウトバウンド
    - ・ ヘルスケア分野の国際展開に関するアンケート結果等を踏まえた方向性案について(経済産業省)
    - ・ 国際展開のKPI検討状況について(内閣官房)
    - ・ 議論
4. 閉会

### 第2回

日時：令和2年3月5日(木) 18:00～20:00

場所：経済産業省 本館17階 東8 第一共用会議室

議事次第：

1. 開会
2. 経済産業省挨拶
3. 議題
  - ① アウトバウンド
    - ・ 国際展開推進に向けた今後の方向性(経済産業省)
    - ・ MEJの今後の事業展開(MEJ)
    - ・ 議論
  - ② インバウンド
    - ・ 前回の議論の振り返り(経済産業省)
    - ・ MEJプレゼン
    - ・ 全体討議
    - ・ 聖路加国際病院プレゼン
    - ・ 全体討議
    - ・ 経済産業省今年度委託調査の進捗報告(MEJ)
4. まとめ・閉会



## 2. 実施概要

# アンケートに関する説明会の概要

- 検討会に先立って実施した「ヘルスケア分野の国際展開に関するアンケート」について、趣旨説明と、アンケート票(案)への意見徴収を目的として、説明会を実施した。

### 説明会の概要

「ヘルスケア分野の国際展開の推進に向けたアンケート(仮)に関する説明会」

日時: 令和元年11月14日(水)14:00~15:30

場所: 経済産業省 本館2階 西3共用会議室

議事次第:

1. 挨拶
2. アンケート調査の趣旨、概要について
3. 意見交換

### 説明会の出席者

(一社)健康食品産業協議会  
(一社)日本医療機器産業連合会  
(一社)日本医療ベンチャー協会  
日本ジェネリック製薬協会  
日本製薬工業協会  
(一社)日本フィットネス産業協会  
(一社)日本貿易会  
(一社) Medical Excellence JAPAN  
内閣官房 健康・医療戦略室  
厚生労働省 医政局 総務課 医療国際展開推進室  
国際協力機構(JICA)  
日本貿易振興機構(JETRO)  
国立国際医療研究センター

## 2. 実施概要

### アンケートの概要（※結果は参考資料に掲載）

タイトル	ヘルスケア分野の国際展開に関するアンケート
調査の趣旨	健康・医療戦略の改訂を控え、過去の取組みを総括するとともに、アジア健康構想等で打ち出した裾野の広いヘルスケア産業（健康・医療・介護：富士山型ヘルスケア産業）の国際化について、幅広い主体による取組の現状及び政府の役割に対する要請を整理し、次期健康・医療戦略期間（2020～2024年度）における政策の方向性・重点施策を検討することを目的として実施
調査期間	2019年11月25日（月）～2019年12月13日（金）
調査方法	ウェブアンケート
調査対象	以下の各機関を通じて、ヘルスケア分野に関連する大学・医療機関、民間企業、介護事業者等に回答を依頼 <ul style="list-style-type: none"><li>• Medical Excellence JAPAN (MEJ)</li><li>• 日本医療機器産業連合会（医機連）</li><li>• 日本製薬工業協会</li><li>• 日本ジェネリック製薬協会</li><li>• 日本医療ベンチャー協会</li><li>• 日本バイオインダストリー協会</li><li>• 健康食品産業協議会</li><li>• 日本フィットネス産業協会</li><li>• 日本貿易会</li><li>• Healthcare Innovation Hub (Innohub)</li><li>• 日本貿易振興機構（JETRO）</li><li>• 国際協力機構（JICA）</li><li>• 国立国際医療研究センター（NCGM）</li><li>• 中小企業基盤整備機構（中小機構）</li><li>• 内閣官房 健康・医療戦略室</li><li>• 経済産業省（各地域の経済産業局を含む）</li></ul>
回答数	314件（うち、重複回答等を除く298件を分析対象とした）

---

## 1. 検討会の趣旨

## 2. 実施概要

## 3. 主な検討内容

## 4. アウトバウンドに関する検討結果(第2回検討会資料)

## 参考資料 アンケート結果

### 3. 主な検討内容

## アウトバウンド、インバウンドにおける主な討議内容(1/2)

- 第1回検討会は完全非公開で開催した。第2回検討会の議事概要は下記のとおりである。

#### アウトバウンドについて

- 外国の地域の参謀を置いてコンソーシアムを作ることは画期的である。アウトバウンドの主たるプレーヤーになり得るのは、実は中小企業であり、中小企業が単独で海外に出ていこうとしてもなかなか難しい。コンソーシアムで行くというのは中小企業にとって大きなチャンスとなる。
- 対象国については絞っていく必要があると考えられる。まずは特定のエリアに集中的に取り組み、点から面への展開が上手くいった成功例を示すことが重要である。
- 展開するエリアについて様々な切り口から検討することは良いだろう。これまでの事例をエリアごとに分けて、どういった傾向があるか確認してはどうか。
- 経済成長ステージごとにどういった機器が必要になるかなどを見据えて取り組んでいく必要がある。
- インドへの展開希望がないが、インドこそ成長のあるマーケットなので、そこに進出すべきだろう。
- 今年度に経済産業省が実施したアンケートの結果が、企業等のネットワーク組成に向けて活用できるだろう。また、アンケートで得られた事業者の多様なニーズも貴重な情報である。
- 投資の観点からは、民間の投資を活性化できるかどうか重要。そのためにも、より具体的な取り組みが必要だろう。
- コンセプトとしては非常に良いが、今後は、本当に各プレーヤーが動くための具体性や説得力を持たせてほしい。今までに海外に出たことがないプレーヤーが、いきなり現地にネットワークを作っていくというのは難しい。その前に、商社などのプラットフォーマーと一緒にいく、現地の情報に詳しい参謀と連携するなど、ドライバーとなるプレーヤーを置く必要がある。これらは、まずは来年度の官民ミッションや調査事業などを行う中で、具体的に動ける中身を作っていく。
- 医療はその国の社会的背景を踏まえなければならず、「日本式医療」といった呼び方は誤解を招くのでやめておいた方がよいのではないかと。Made in JapanではなくMade with Japanという表現が適切だろう。

### 3. 主な検討内容

## アウトバウンド、インバウンドにおける主な討議内容(2/2)

- 第1回検討会は完全非公開で開催した。第2回検討会の議事概要は下記のとおりである。

#### インバウンドについて

##### 「医療渡航支援協議会(仮)」について

- 適正な事業を行っている医療コーディネーター事業者が分かるようにするために業界団体は必要。
- インバウンドの実態(受け入れ数、関わっている医療コーディネーター事業者、受診医療機関など)を把握するためにも有益。
- 医療コーディネーター事業者は、病院ごとに異なる要求に従って、患者を送っている。それを、ある程度、一定にすることが望まれる。こういった要望を病院側に伝えるためにも、協議会の設立を希望。
- 業界団体の重要な機能の一つは情報交換であろう。そのためにも、業界団体の設立は望まれる。

##### 「医療渡航支援協議会(仮)」の事務局機能について

- MEJが担えばよい。MEJは「公」が支援をしている団体。他の団体と共同でということも考えられる。
- MEJだけでは不適切であれば、ガバナンスのために、しっかりとした運営協議会を設けて、学会や、医師会などが加わればよい。
- MEJが事務局の役割を果たしてよいのかどうかは、法律の専門家に相談する必要もあるかもしれない。

##### 「医療渡航支援協議会(仮)」の理念について

- 「患者保護」は、せっかくインバウンドで来日したのに、残念な結果となってしまふことがあるのを前提としている。例えば、法外な手数料費用を請求される、医療機関に医療情報が適切に共有されていないなどといったことが起きている。
- 医療コーディネーター事業者の負担軽減も考えてもらいたい。
- 地域医療システムの負担にならないようにするという視点も必要。医療機関は公共性が高いもの。これなくして、インバウンドの受け入れはできない。
- 理念は、よく議論をすべきである。MEJだけでなく、加入メンバーと一緒に作ることが重要。

##### インバウンドのために医療機関に求められること

- 医療インバウンドをより促進させるためには、受入を積極的に行う医療機関側もある程度意識の変革が必要。
- 地域の医療機関との連携により、合併症があるなどの事情で、単独で受け入れ困難なケースにも対応できるようになってきた。
- 地域の医療機関との連携は、医療コーディネーター事業者としても助かる。もとの疾患とは別の疾患が発生したときに、自分たちが知っている遠い医療機関に連れて行かないといけないこともある。もし、地域の連携で解決できるのなら、医療コーディネーター事業者にとっても、患者にとっても望ましい。

---

## 1. 検討会の趣旨

## 2. 実施概要

## 3. 主な検討内容

## 4. アウトバウンドに関する検討結果(第2回検討会資料)

## 参考資料 アンケート結果

# 健康・医療関連産業の国際展開に関する検討会 事務局資料（アウトバウンド部分）

令和2年3月

商務・サービスグループ° ヘルスケア産業課

# なぜ、健康・医療関連産業の国際展開（アウトバウンド）を推進するのか

- 我が国の優れた医療技術・サービスの国際展開を通じ、①世界各国の医療・保健水準の向上に貢献し、②拡大するヘルスケア分野の需要・市場を取り込んでいくことが必要。
- また、医療従事者にとっては、国内で減少した症例を海外で経験すること等を通して、③日本の医療の質を維持・向上できるといった利点もある。

## ①世界各国の医療・保健水準の向上への貢献

- 特に新興国では、疾病構造は日本と同じような構造になりつつある中、医師/看護師数や病床数が少なく、医療提供体制が不十分な国が多い。
- 日本における治療効果の高い優れた医療技術や、健康維持に向けた仕組みやサービスへのニーズは高いと考えられ、これらが新興国等の医療・保健水準の向上に貢献する。

## ②各国で拡大するヘルスケア分野の需要・市場の取り込み

- 例えば、2017年～2022年における医療機器市場の年平均成長率（推定値）は、世界全体で6.2%、日本を除くアジアで8.5%となっており、いずれも日本（5.2%）よりも高い。
- これらの需要・市場を取り込んでいくことが重要となる。

## ③日本の医療の質の維持・向上

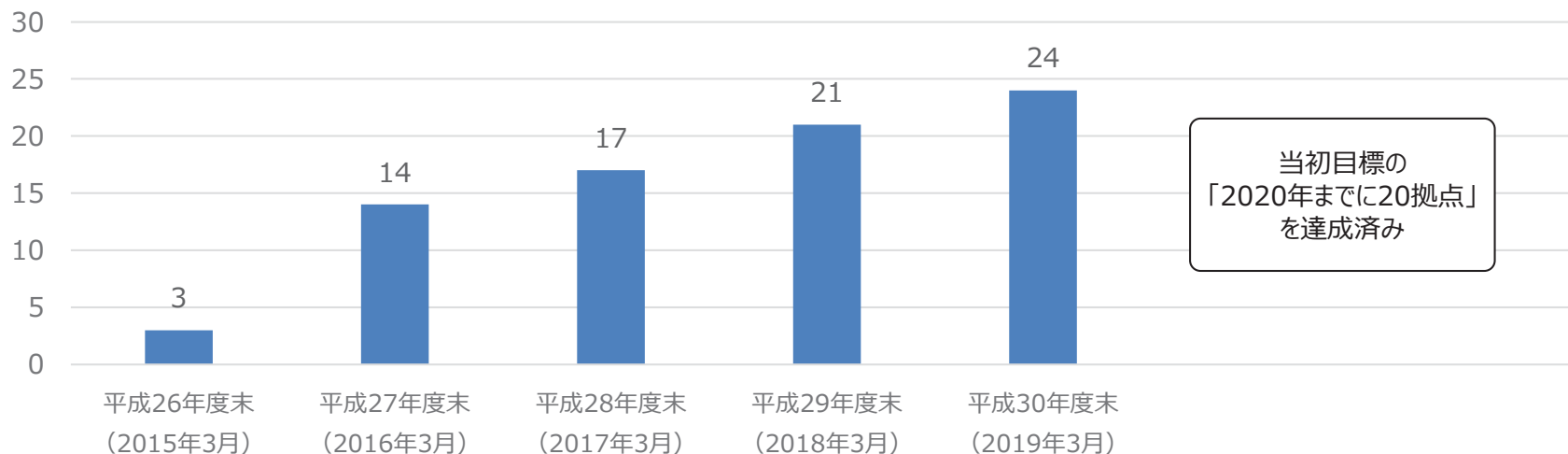
- 日本で経験する機会の少ない症例を含む手術を海外で経験することにより、診療経験の積み重ねや技量維持につながられる可能性がある。  
（例）：日印間での救急・外傷領域における人材交流により、交通外傷等の鈍的外傷、刺創、銃創、爆傷等の症例について、約100例の手術を中心とした多くの外傷診療に関与。



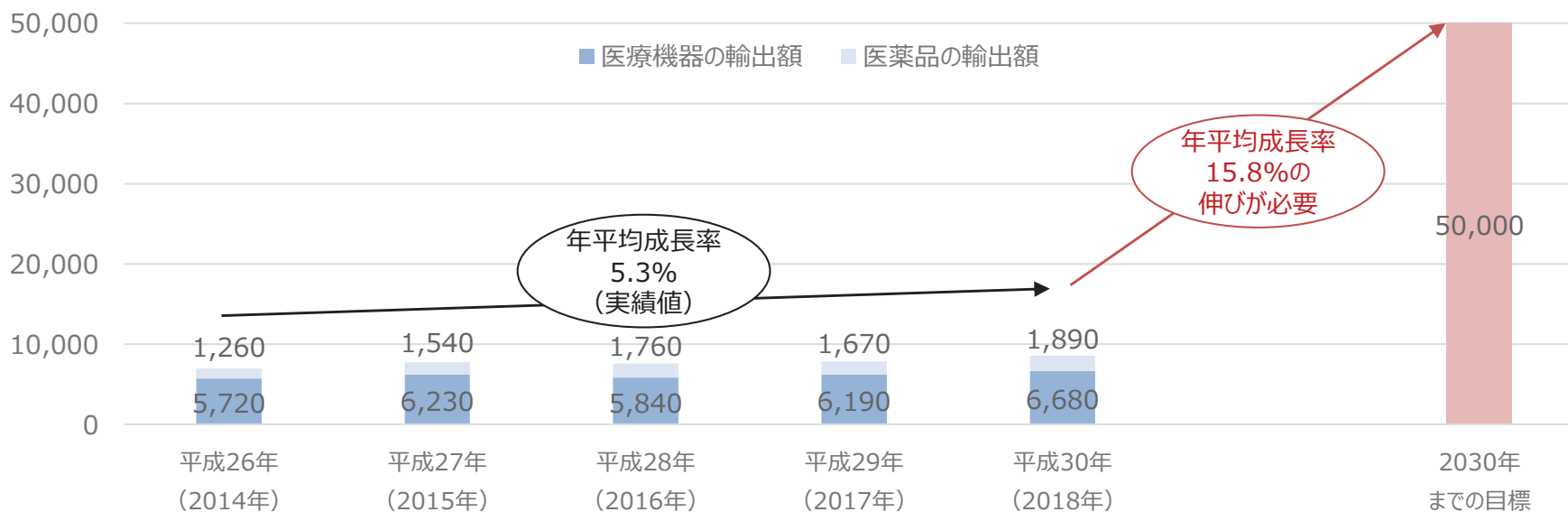
# 拠点化の「先の一歩」の必要性

- 経産省では、拠点化推進事業を通じての拠点の創設を進め、2020年度時点の目標も達成済み。
- 他方で、海外市場の獲得は道半ば。さらなる市場獲得に向けて、METIは何をすべきか？

## 医療拠点の創設

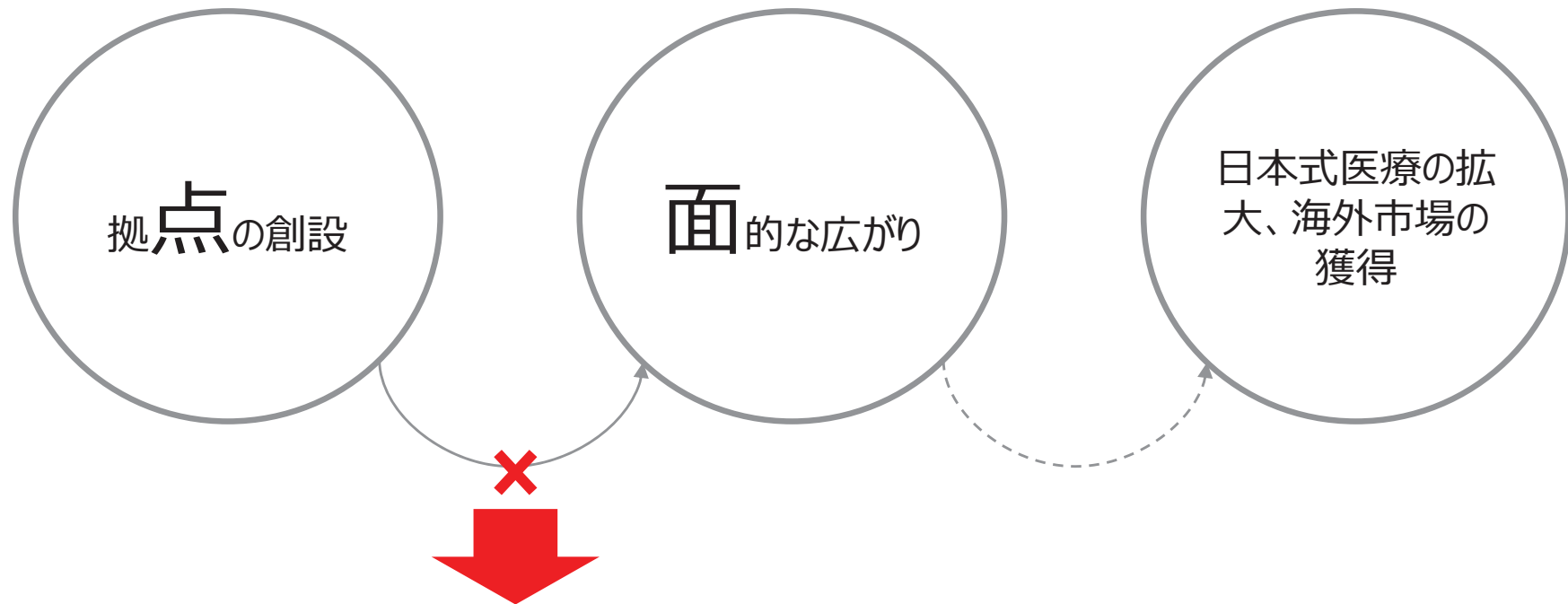


## 日本の医療技術・サービスによる海外市場の獲得



# 点から面へ広がる拠点化を推進してみてもいいか

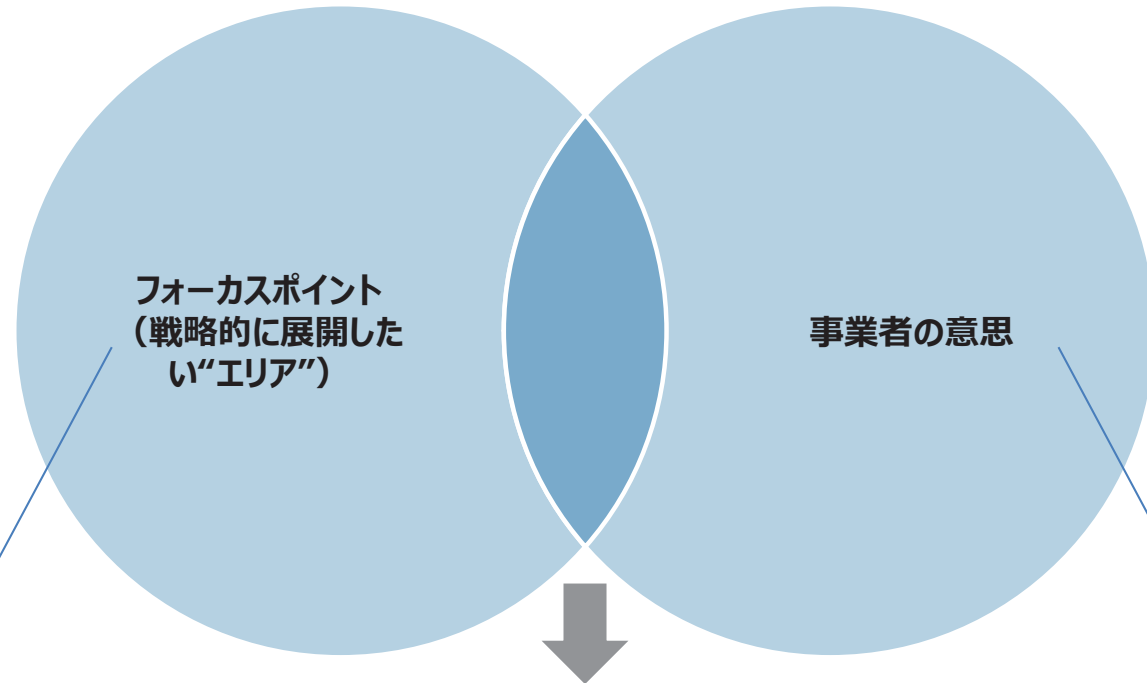
- 拠点は創設されたものの、“点から面”への広がりが弱く、収益性も低い。



1. フォーカスポイントを設定した戦略的な拠点展開
2. 事業者の掘り起こし

# 具体的なアプローチ（フォーカスポイントの設定と事業者の掘り起こし）

- **フォーカスポイントを設定**（“エリア”の絞り込み）し、波及効果を持つとともに、高い収益性をもつ拠点を創出。
- 他方で、絞り込みをするほど、手を挙げてくれる事業者も少なくなる。現状では、プレーヤーも特定の医療機器メーカー、病院法人などに硬直化していることもあり、**事業者の掘り起こし**が不可欠。



## 1. フォーカスポイントを設定した戦略的な拠点展開

どの“エリア”に拠点を創出するかを事業者の意向や現地のニーズを踏まえて検討すべきではないか

※“エリア”とは

- 国・地域・都市
- 疾患領域
- パイシエントジャーニー（健康維持、予防、診断、治療、予後、…）
- 拠点の種類（病院、クリニック、トレーニング施設、サービス拠点、…）

等

## 2. 事業者の掘り起こし

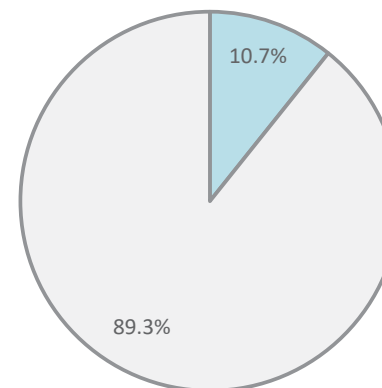
フォーカスポイントを絞りつつも、双方の接合点を大きくしていく

これまでは医療機器メーカー及び医療機関が主たるプレーヤーであり、特定のプレーヤーに硬直化しつつある。多様な事業者の動向を把握することで、面的な展開に向けた新たなマッチングを進めるとともに、介護や、保険外のヘルスケアサービスなど、医療以外の事業者の掘り起こしも進めるべきではないか。

# 大規模アンケート調査を実施

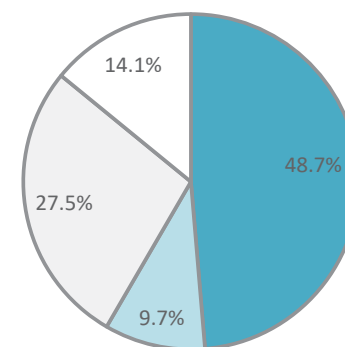
タイトル	ヘルスケア分野の国際展開に関するアンケート
調査の趣旨	健康・医療戦略の改訂を控え、過去の取組みを総括するとともに、アジア健康構想等で打ち出した裾野の広いヘルスケア産業（健康・医療・介護：富士山型ヘルスケア産業）の国際化について、幅広い主体による取組の現状及び政府の役割に対する要請を整理し、次期健康・医療戦略期間（2020～2024年度）における政策の方向性・重点施策を検討することを目的として実施
調査期間	2019年11月25日（月）～2019年12月13日（金）
調査方法	ウェブアンケート
調査対象	以下の各機関を通じて、ヘルスケア分野に関連する大学・医療機関、民間企業、介護事業者等に回答を依頼 <ul style="list-style-type: none"> <li>Medical Excellence JAPAN (MEJ)</li> <li>日本医療機器産業連合会（医機連）</li> <li>日本製薬工業協会</li> <li>日本ジェネリック製薬協会</li> <li>日本医療ベンチャー協会</li> <li>日本バイオインダストリー協会</li> <li>健康食品産業協議会</li> <li>日本フィットネス産業協会</li> <li>日本貿易会</li> <li>Healthcare Innovation Hub (Innohub)</li> <li>日本貿易振興機構（JETRO）</li> <li>国際協力機構（JICA）</li> <li>国立国際医療研究センター（NCGM）</li> <li>中小企業基盤整備機構（中小機構）</li> <li>内閣官房 健康・医療戦略室</li> <li>経済産業省（各地域の経済産業局を含む）</li> </ul>
回答数	314件（うち、重複回答等を除く298件を分析対象とした）

## 回答者が該当する属性



■ 大学・医療機関 □ その他の事業者

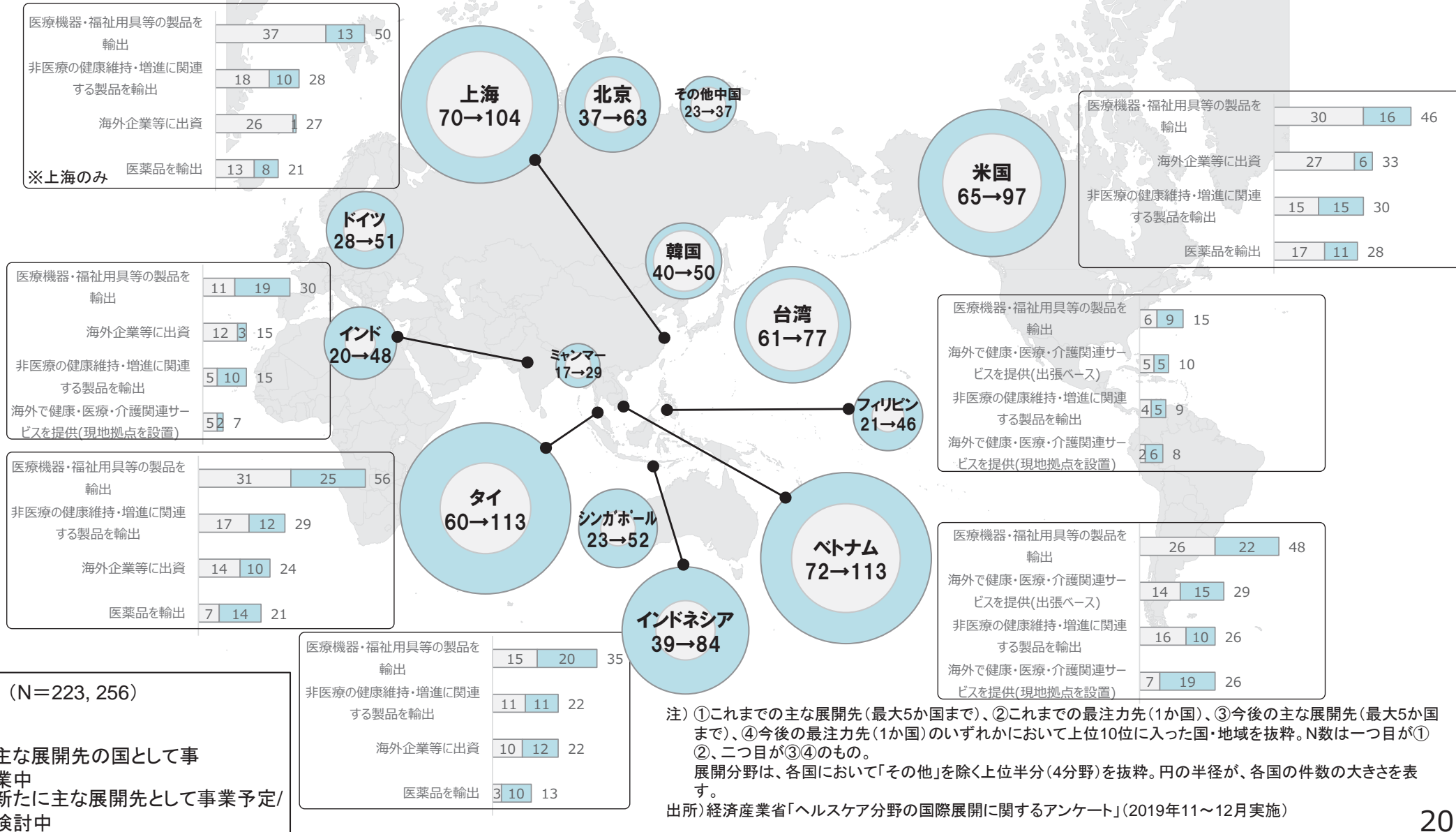
## ヘルスケア分野における今後の海外展開の意向



■ 事業計画等に基づき、すでに海外展開している  
 ■ 海外展開の事業計画を策定したが、実行はこれからである  
 ■ 海外展開の事業計画を検討中である  
 □ まだ海外展開しておらず、今後も予定はない

# 海外展開の“エリア”の現況と今後の見通しが明らかになった

- 例えば、ベトナムやタイへの参入（予定）企業の多さに加え、これまでMETIが捕捉しきれていなかった、非医療の健康維持・増進に関する製品・サービス提供、海外企業等への出資の動きが活発であることが分かった。
- アプローチは異なっても、近い“エリア”をターゲットとした事業者も多い。



# 事業者からの多様なニーズへの対応が必要

- 事業者から多様なニーズが寄せられたとともに、現地とのパートナーリングや情報収集に困難を抱えているケースも多いことが分かった。

## タイ展開における困難・課題

### 日本と法規制・規格が異なる

- 医薬品や健康食品の法的な区分や規制が国毎に異なっており、国によっては販売できないことがある
- 現地のレギュレーションと日本のレギュレーションのギャップ
- 各国それぞれの薬事規制の壁（日本のOTC医薬品をそのまま販売できない）
- 日本での医薬部外品制度に該当する分類が海外には無く、日本では部外品の訴求として認められているものが、海外では都度、臨床試験を求められる為、現地への輸出や現地生産での展開にコストがかかる
- 各国と日本の医薬品承認の薬事ルールや薬局方の齟齬

### 許認可などの手続きに時間・コストを要する

- 各国での規格把握・準拠・申請・許認可取得の一連に時間とコストがかかっている

### 情報収集が困難

- 現地における体外診断薬の政府登録における基準・要件がなかなか明確にわからず、パートナー企業と手探りで進むしかなかった
- 環境・習慣が異なり、正確なニーズを把握するのに苦労します

### その他

- 政治体制によるリスク
- ASEANは気候区分の違いで別途安定性試験が必要になり、開発期間が長期化する
- 現地政府側のカウンターパートの変更、現地の状況の変化、環境リスク等
- 相手国の政情不安等により、輸出や、資金回収が難しくなることがある
- 外資のため、規制や優遇などについて、適切に進めるのがベンチャーだと難しい
- 洪水や騒乱による輸出停止状態
- 低予算、安価でできるサービスでありながら、新しい仕組みを取り入れてもらうハードル超えがとても厳しい
- 現地文化への順応

### 介護という概念が存在しない

- 介護者環境の違い、紙おむつ使用方法、紙おむつの普及率が低く商品の認知も低い

### 日本製品の規格（サイズ・価格）をローカライズする必要がある

- 日本製品と海外製品（中国メーカー）との価格差や製品のサイズ感の違いがあり、海外専用商品を揃えないと販売数量が伸びない

### 製品がコピーされる

- なりすましやコピー品による混乱

### 現地パートナーとのコミュニケーションが円滑に進まない

- 現地ディーラーとの協力関係構築
- 販売店からの回収。先払いとしたため事なきを得たが、発注後1年間支払われることはなかった
- 現地販売店との英語によるコミュニケーション

### 現地で任せられるパートナー・人材が見つからない

- 現地のニーズの調査の際に、適切な人へのアプローチをどうするのか、が難しい
- 現地医療機関、政府機関へのファーストコンタクト
- 対象国での適切な販売代理店を見つけることが難しい。現地の適切なパートナー探しが難しい
- 人材育成・定着
- 雇用問題

### 価格競争が激しい

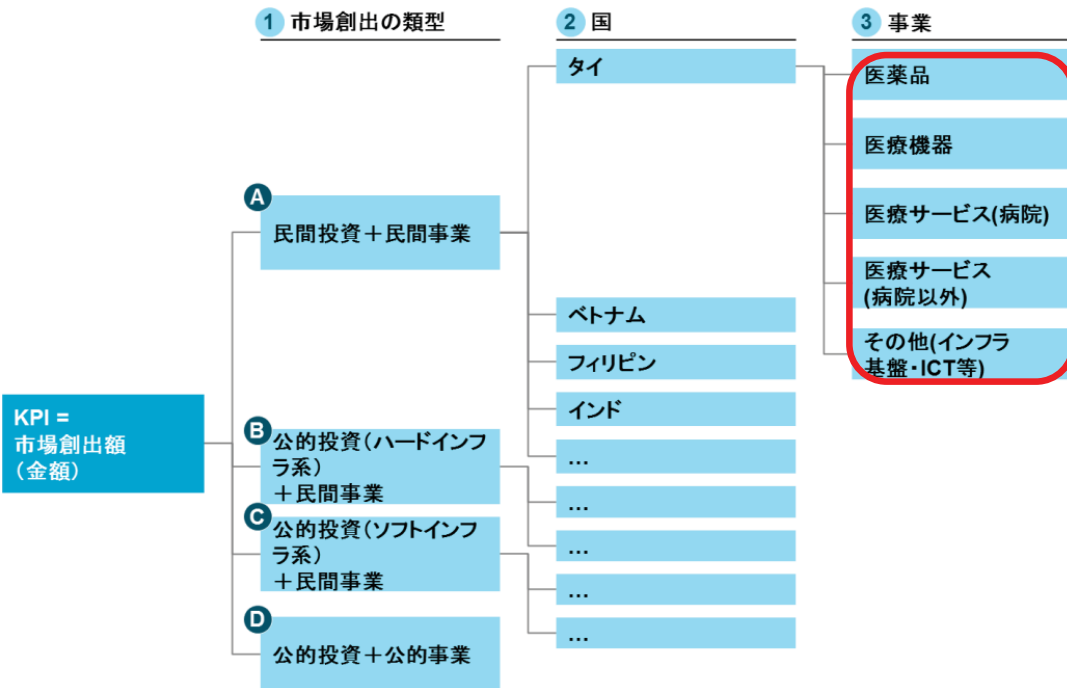
- 日本品の輸出では先進国では通用するものの、新興国での価格の壁に直面している
- 海外企業との価格競争
- 日本で製造している為、販売価格の面でどうしても、中国勢にかなわない
- 製造原価の高さ
- 値決め



# 市場創出効果の測定により、「面的な展開」を評価

- 内閣官房における調査研究において、ヘルスケア産業の国際展開（民間ヘルスケア企業の進出や国家主導のプロジェクト）がもたらす市場創出効果を定量的に把握するためのフレームワーク作りを進めている。
- 来年度は、仮説的に構築したフレームワークを、進行中の政府間協力プロジェクトに適用（推計した上で、実際の市場創出額と比較）することを通して、さらに深化・詳細化する。
- 中期的には、公的/民間事業の事業性評価への活用とともに、我が国が注力すべき「エリア」の詳細化（例：タイにおける医薬品事業の〇〇のフェーズに注力すべき、等）にも期待ができる。

## KPI=市場創出額（金額）の分解イメージ



## さらに要素分解して、各事業ごとの市場創出額を推計

事業名	対象国	サービスの受け手			
事業タイプ		所得			
<input type="checkbox"/> 民間投資+民間事業		健常者	<input type="checkbox"/> 低所得	<input type="checkbox"/> 中所得	<input type="checkbox"/> 高所得
<input type="checkbox"/> 公的投資(建設等のハードインフラ系)+民間事業		患者	<input type="checkbox"/> 低所得	<input type="checkbox"/> 中所得	<input type="checkbox"/> 高所得
<input type="checkbox"/> 公的投資(制度・人材等のソフトインフラ系)+民間事業					
<input type="checkbox"/> 公的投資+公的事業					
現地での活動		バリューチェーン			
<input type="checkbox"/> 社会インフラ活動		フェーズ I	フェーズ II	フェーズ III	民間事業規模(市場創出額)
<input type="checkbox"/> 水		億	億	億	
<input type="checkbox"/> 通信		億	億	億	
<input type="checkbox"/> 電気		億	億	億	
<input type="checkbox"/> 教育		億	億	億	
<input type="checkbox"/> UHC		億	億	億	
<input type="checkbox"/> その他( )		億	億	億	
<input type="checkbox"/> モノ(医薬品・医療機器等の提供活動)		億	億	億	
<input type="checkbox"/> サービス(ICT・医療サービス等の提供活動)		億	億	億	
<input type="checkbox"/> その他( )		億	億	億	
医薬品		億	億	億	= 医薬品の売上
医療機器(ソフトウェア含む)		億	億	億	= 医療機器の売上
医療サービス(病院)		億	億	億	= サービスの売上: サービス料(手技料等) × 回数(人数)
医療サービス(病院以外)		億	億	億	= サービスの売上: サービス料(手技料等) × 回数(人数)
その他(インフラ基盤・ICT等)		億	億	億	= サービス・製品の売上

# 今後の方向性：“点から面へ”を志向したネットワーク型の国際展開の推進

- 近い志向を有した、多様な事業者の緩やかなつながり（事業者サイドのネットワーク）を支援し、面的な展開につなげていく
- 事業者の多様なニーズに即した情報がタイムリーに提供される体制（展開先とのネットワーク）を整備する

## 日本国内において

### 各事業者等からの主なニーズ

- **海外展開を意識する事業者等の掘り起し**  
（まずは支援対象を拡大し、周知を強化。さらに海外展開に目を向けるきっかけとなるような啓発へ）
- **同じ方向性を持つ事業者等の連携支援**  
（まずは事業者等の可視化。さらに、同じ志向を持つ事業者等のネットワーキングに向けた取り組みへ）
- **各事業者等に即した支援**  
（個別コンサルティング、支援スキームの柔軟化等）

## 海外において

- **多様な人脈の構築**  
（拠点やミッションでの単発的な人脈から、海外政府・医療機関等の多様な人脈・ネットワークの構築へ）
- **より実態に即した情報の収集・提供**  
（例えば規制に関する情報は、明文化されたものだけでなく、実際の運用や解釈に関する“生の声”まで重視して収集）
- **サービスや「ソフトインフラ」輸出の支援**  
（医療機器中心の支援から、サービスへ。更には、海外にない市場を創出する事業や、それを支える日本の文化（※）・ルールも展開） ※例：介護や健康経営

### 今後の政策的な方向性（案）

- “点から面へ”を志向した国内ネットワークの構築**
- 海外展開を意識する事業者等が緩やかにつながり、
  - かつ、同じ志向を持つ事業者等が連携しやすく、
  - 個別具体的な支援が受けやすい
- ・・・という機能を持つ場を国内に整備

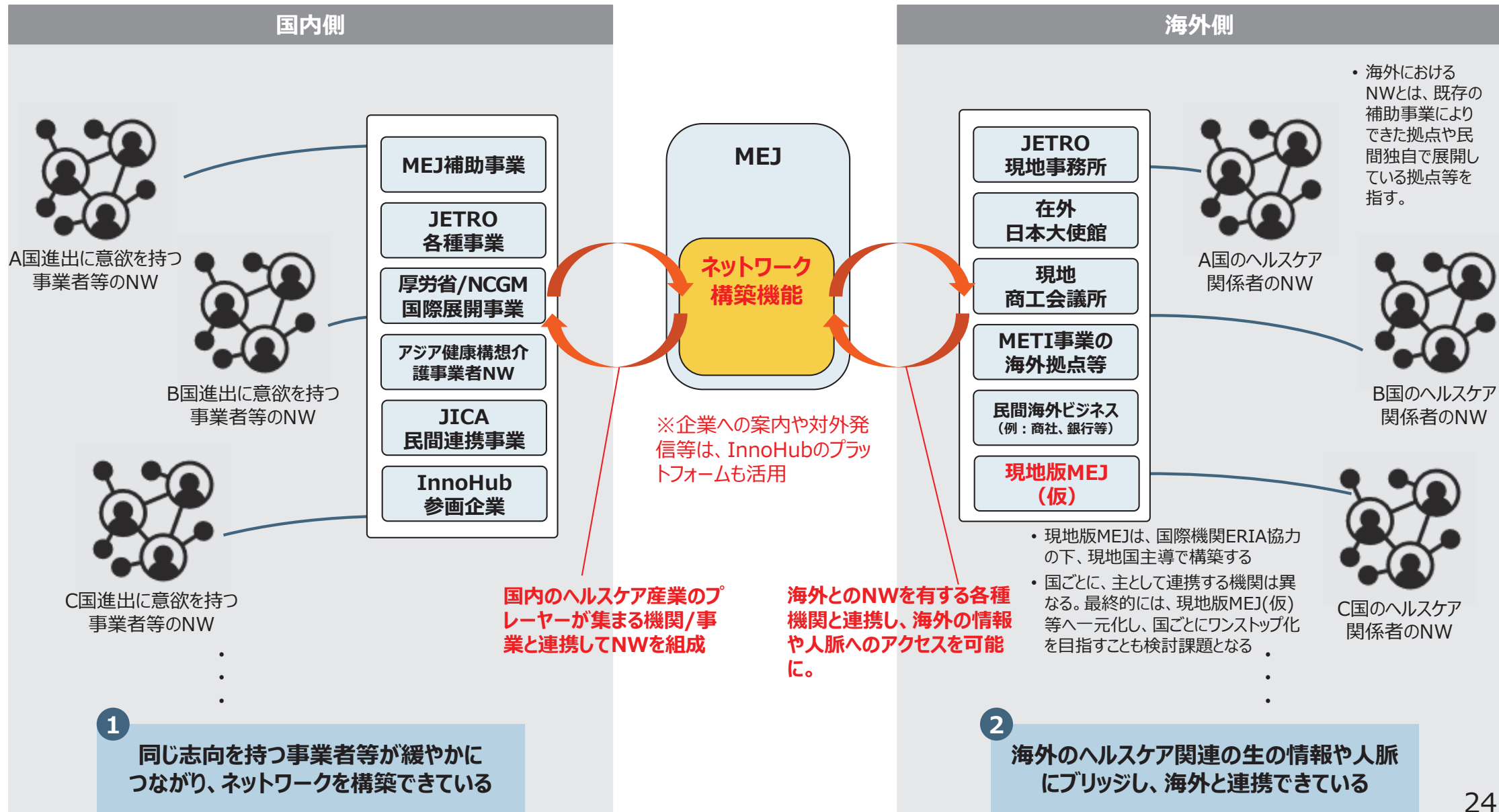
### “点から面へ”を志向した、海外との連携（ブリッジ）機能・機関の強化

- 多様かつ複層的な人脈を保持し、
  - 現地の実態に関する生情報の収集拠点となり、
  - 日本のソフトインフラ輸出の足掛かりとなる
- ・・・という、海外との連携（ブリッジ）機能・機関の強化



# ネットワーク構築に向けた検討体制

- 同じ志向を持つ事業者が国ごと、分野ごとに緩やかにつながり、彼らが海外の情報や人脈に連携（ブリッジ）できる姿を目指すべきではないか。



# 今後のアクション（案）

- 前述のイメージ（目指す姿）に向けて、具体的には、経済産業省及び関連団体において、2020年度事業で以下の方向性を目指してみてはどうか。

## 「ネットワーク構築機能」の立ち上げ

- 前頁の趣旨の「ネットワーク構築機能」を立ち上げることを目指し、2020年度委託事業において、β版のデータベース構築<sup>(1)</sup>と共に、事業者ネットワークの組成・事業化<sup>(2)</sup>を試行的に実施。これらの機能は、段階的にMEJに引き継いでいく。
  1. 国内のプレーヤーに関する情報（今年度実施したアンケートへの回答企業の情報や各種事業/InnoHubの参加事業者等）及び海外のネットワーク（各種法人の現地事務所、過去の官民ミッション等）を入力したβ版のデータベースを構築し、MEJのHPで公開。
  2. データベースの情報を活用しつつ、事業者ネットワークを組成し、事業化に向けた伴走支援を実施。

### 現地版MEJの創設

- 新興国等、日本の事業者の進出先となり得る国・地域におけるヘルスケアビジネスの情報及びプレーヤーが集まるワンストップのハブを現地版MEJとして創設。
- 当面は、令和元年度補正予算「アジア健康構想等の実現に向けた各国の医療・ヘルスケアサービス連携基盤整備事業」を活用。まずは、アジア健康構想に基づく二国間覚書の締結国等から順次、ERIAによる調査を開始し、現地版MEJの創設に向けた検討を進める。

### 官民ミッション

- 現地国とのネットワークの裾野を広げる<sup>(1)</sup>、事業者ネットワークのリクエストに応じたものを機動的に実施する<sup>(2)</sup>という大きく二種類のミッションを実施。
  1. 現地の主要な政府関係者、医療・医学関係者とのネットワークの裾野を広げる（例：アジア諸国の主要な学会関係者）
  2. 前頁の「ネットワーク構築機能」により組成された事業者ネットワークのリクエストに応じたキーパーソンとのマッチング

### 経済産業省における国際ヘルスケア拠点構築促進事業

- 公募要件や審査基準の見直しを行い、以下のような要件等を満たす案件を優先的に採択。
  - 前頁の「ネットワーク構築機能」により組成された事業者ネットワークによる提案
  - 既存のMETI事業の拠点や、すでに民間独自で展開している拠点等と連携し、面的な展開を図っているもの（現地の医療・医学界との連携、民間プラットフォームの活用等）
  - これまでの医療技術等国際展開事業等で構築できている医療・医学界のネットワークを活用したもの
  - 現地版MEJとの連携を行っており、現地の市場創出効果が期待されるもの。

### その他

- 日本の医療の強みに関する調査を実施し、現地のニーズとのマッチングを行う際に活用を図る。
- 現地国・地域にこれまで無かった市場の創出に寄与することを目的に、日本のヘルスケア関連の文化（介護や健康経営等）やルールを海外に広める活動を実施。

---

## 1. 検討会の趣旨

## 2. 実施概要

## 3. 主な検討内容

## 4. アウトバウンドに関する検討結果(第2回検討会資料)

## 参考資料 アンケート結果

# 平成31年度国際ヘルスケア拠点構築促進事業 (国際展開体制整備支援事業) アンケート分析結果

2020年3月

株式会社野村総合研究所  
コンサルティング事業本部  
グローバル製造業コンサルティング部  
社会システムコンサルティング部

# 目次

---

1. アンケート概要、回答者の属性
  2. 主な展開先の国・地域に関する分析
  3. 海外展開分野、事業構想、課題等に関する分析
  4. 政府・経済産業省への期待等
  5. その他の単純集計結果
- (参考)アンケート質問項目

# 1. アンケート概要、回答者の属性

---

## 1. アンケート概要、回答者の属性

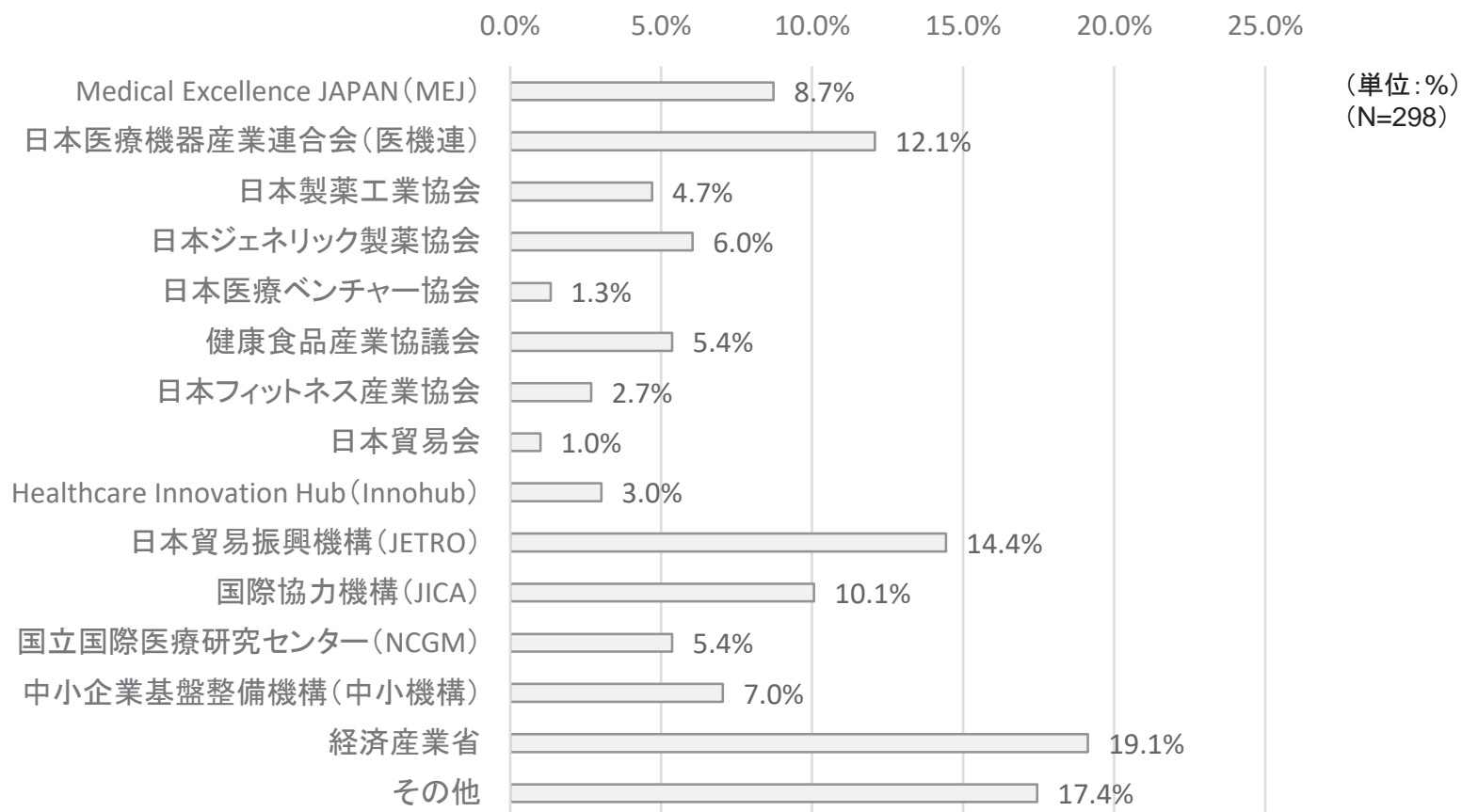
### アンケート概要

タイトル	ヘルスケア分野の国際展開に関するアンケート
調査の趣旨	健康・医療戦略の改訂を控え、過去の取組みを総括するとともに、アジア健康構想等で打ち出した裾野の広いヘルスケア産業(健康・医療・介護:富士山型ヘルスケア産業)の国際化について、幅広い主体による取組の現状及び政府の役割に対する要請を整理し、次期健康・医療戦略期間(2020~2024年度)における政策の方向性・重点施策を検討することを目的として実施
調査期間	2019年11月25日(月)~2019年12月13日(金)
調査方法	ウェブアンケート
調査対象	以下の各機関を通じて、ヘルスケア分野に関連する大学・医療機関、民間企業、介護事業者等に回答を依頼 <ul style="list-style-type: none"><li>• Medical Excellence JAPAN (MEJ)</li><li>• 日本医療機器産業連合会(医機連)</li><li>• 日本製薬工業協会</li><li>• 日本ジェネリック製薬協会</li><li>• 日本医療ベンチャー協会</li><li>• 日本バイオインダストリー協会</li><li>• 健康食品産業協議会</li><li>• 日本フィットネス産業協会</li><li>• 日本貿易会</li><li>• Healthcare Innovation Hub (Innohub)</li><li>• 日本貿易振興機構(JETRO)</li><li>• 国際協力機構(JICA)</li><li>• 国立国際医療研究センター(NCGM)</li><li>• 中小企業基盤整備機構(中小機構)</li><li>• 内閣官房 健康・医療戦略室</li><li>• 経済産業省(各地域の経済産業局を含む)</li></ul>
回答数	314件 (うち、重複回答等を除く298件を分析対象とした)

## 1. アンケート概要、回答者の属性

### Q2: 回答者の属性

どの機関等から紹介・依頼されて本アンケートに回答したか



注)その他は、主に内閣官房(5.7%)、日本バイオインダストリー協会(2.0%)。他に医機連に加盟する業界団体など。「経済産業省」は各地域の経済産業局を含む。  
出所)経済産業省「ヘルスケア分野の国際展開に関するアンケート」(2019年11~12月実施)



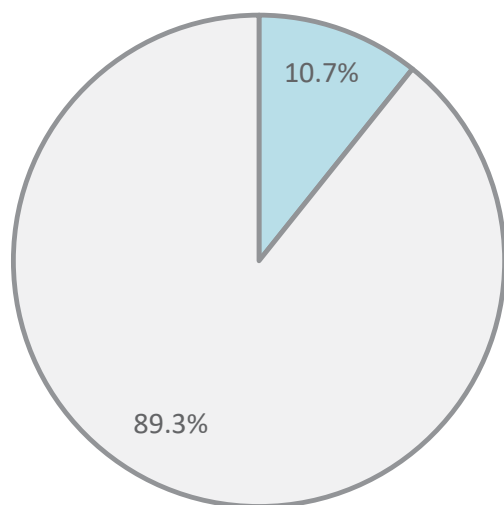
## 1. アンケート概要、回答者の属性

### Q3: 回答者の属性

- 全体の1割が大学・医療機関で、残り9割がその他の事業者(民間企業、介護事業者等)だった。

回答者が該当する属性

(単位: %)  
(N=298)



■ 大学・医療機関    ■ その他の事業者

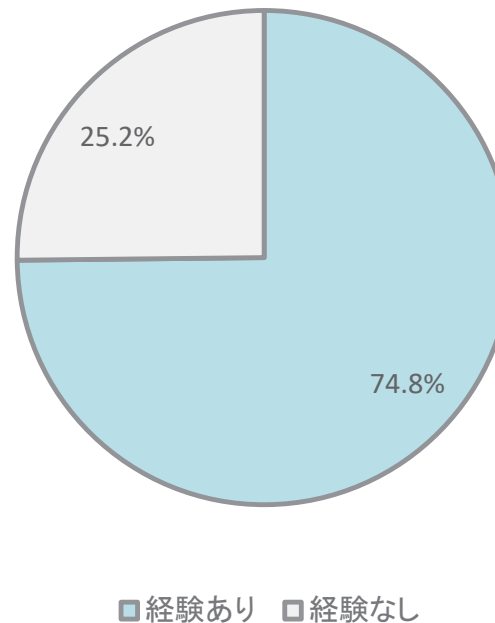
## 1. アンケート概要、回答者の属性

### Q5:ヘルスケア分野における海外の経験の有無

- 回答者の75%が何らかの経験ありと回答。

ヘルスケア分野(健康・医療・介護等)における海外展開の経験の有無

(単位:%)  
(N=298)

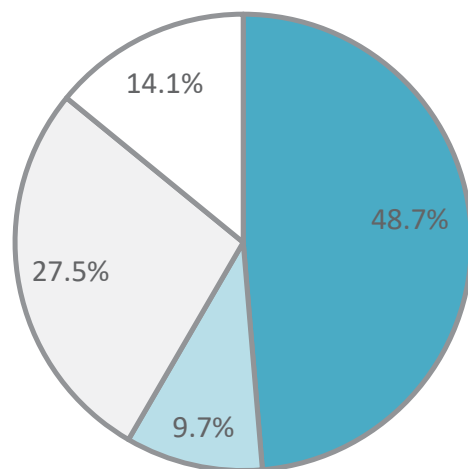


## 1. アンケート概要、回答者の属性

# Q18: ヘルスケア分野における今後の海外展開の意向

- 回答者の86%が、今後の海外展開の意向を持っている。

ヘルスケア分野における今後の海外展開の意向



(単位:%)  
(N=298)

- 事業計画等に基づき、すでに海外展開している
- 海外展開の事業計画を策定したが、実行はこれからである
- 海外展開の事業計画を検討中である
- まだ海外展開しておらず、今後も予定はない

## 2. 主な展開先の国・地域に関する分析

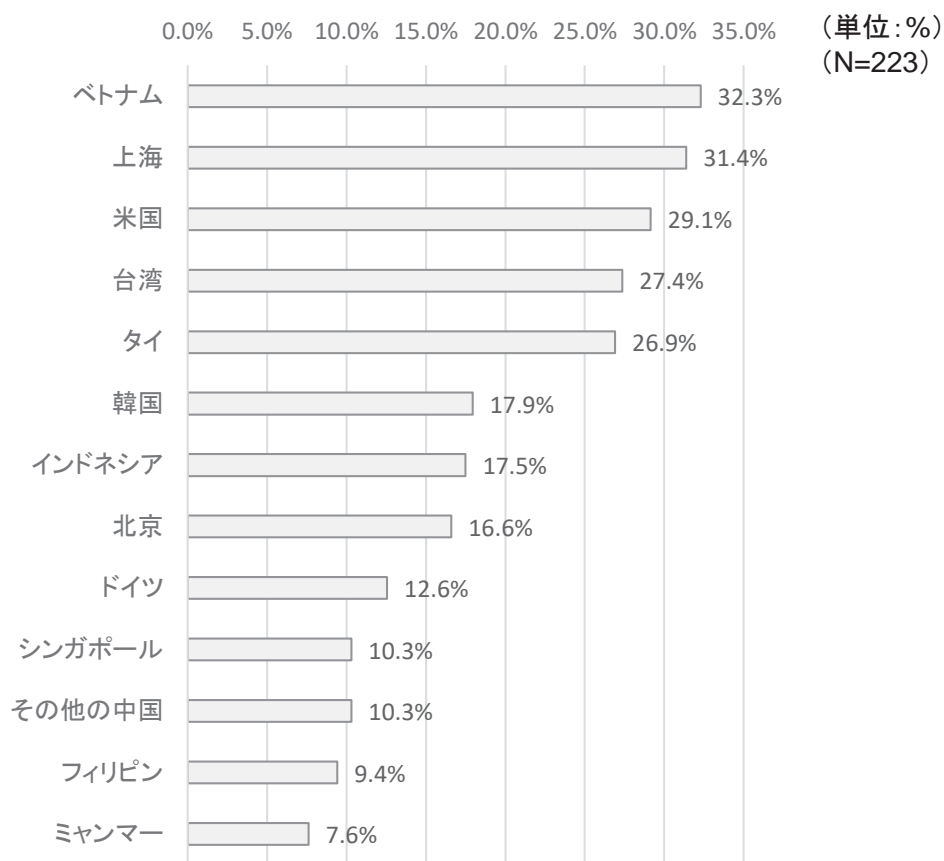
---

## 2. 主な展開先の国・地域に関する分析

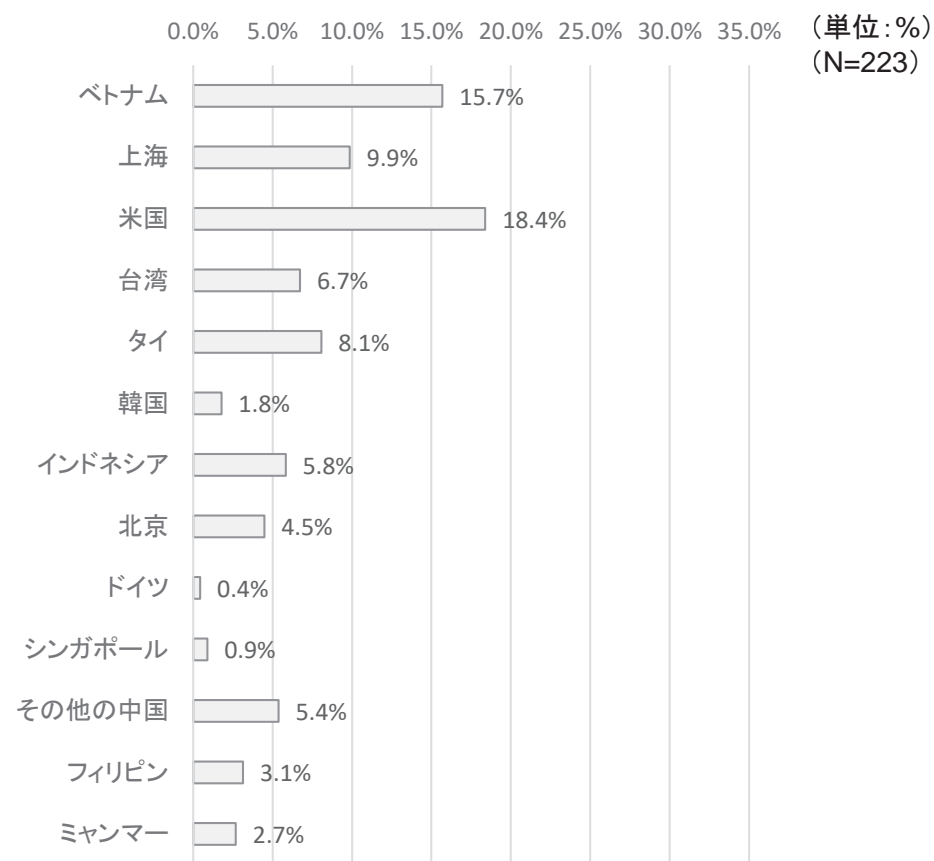
### Q6: 主に展開している国・地域(これまでの経験)

- 主な展開先はベトナム、中国・上海、米国、台湾、タイ。ただし最注力先は米国、ベトナム、中国・上海、タイ、台湾の順となる。

主に展開している国・地域（最大5か国・地域まで選択）



特に注力している国・地域（1か国・地域を選択）



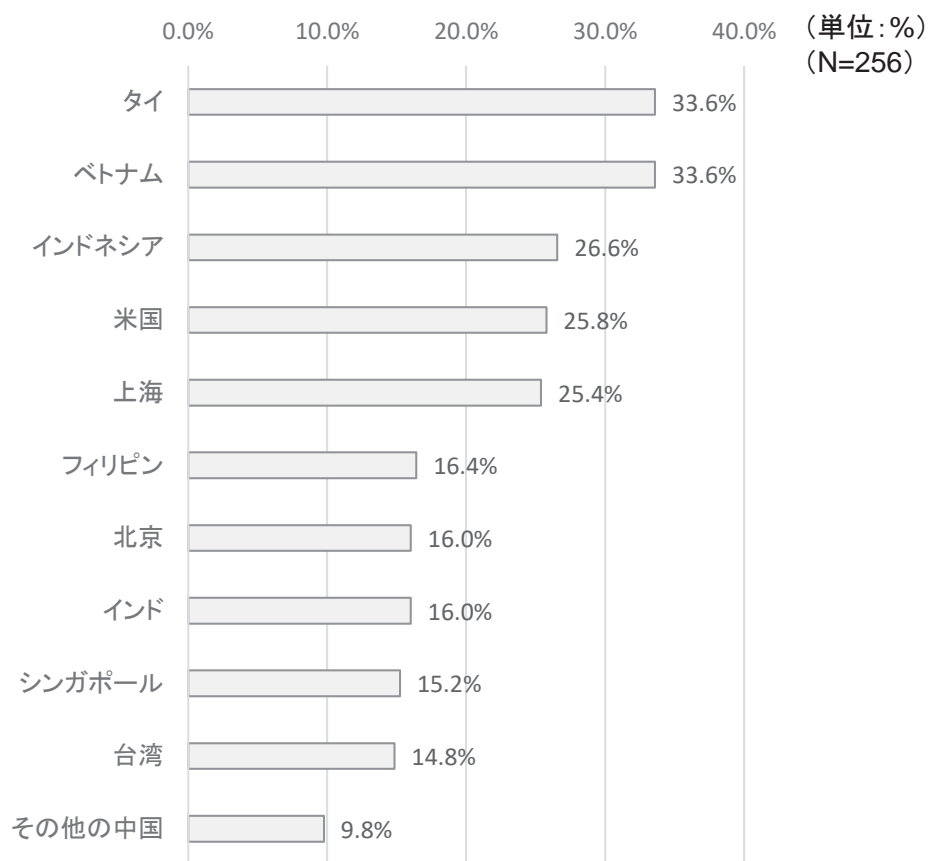
注)主に展開している国・地域(最大5か国まで)、特に注力している国・地域(1か国)のいずれかにおいて上位10位に入った国のみを抜粋。  
出所)経済産業省「ヘルスケア分野の国際展開に関するアンケート」(2019年11~12月実施)

## 2. 主な展開先の国・地域に関する分析

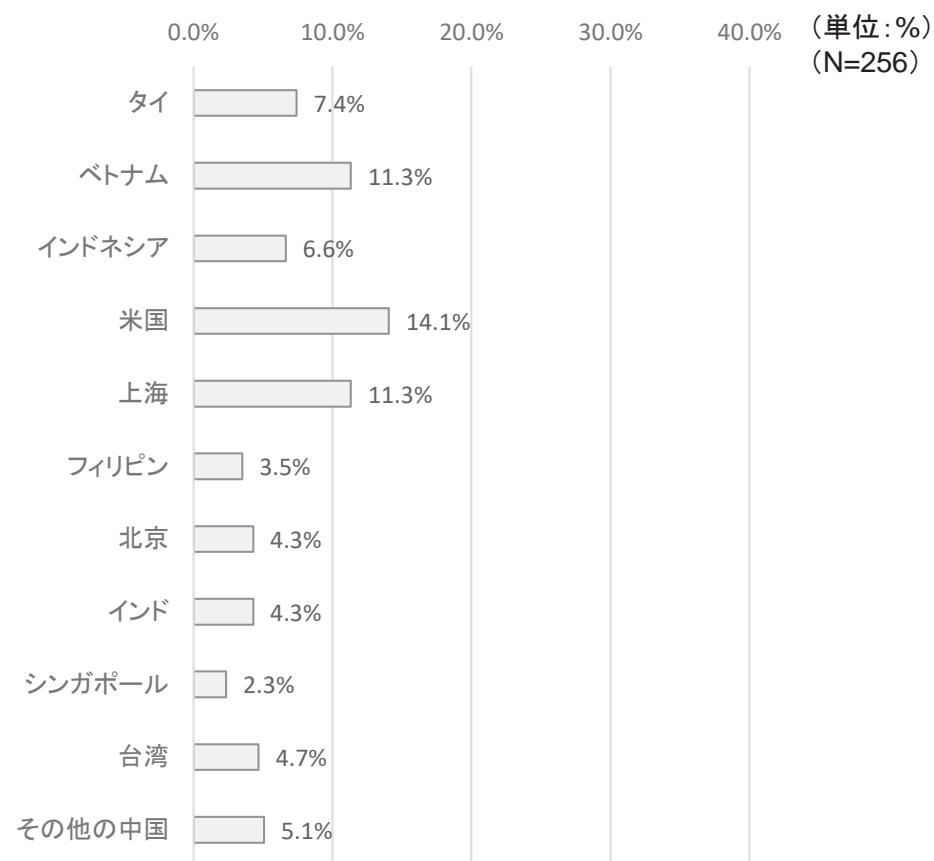
### Q19: 今後、主に展開しようとしている国・地域(今後の意向・予定)

- 主な展開先はタイ、ベトナム、インドネシア、米国、中国・上海。ただし最注力先は米国、ベトナム、中国・上海、タイ、インドネシアの順となる。

展開しようとしている主な国・地域 (最大5か国・地域まで選択)



特に注力しようとしている国・地域 (1か国・地域を選択)



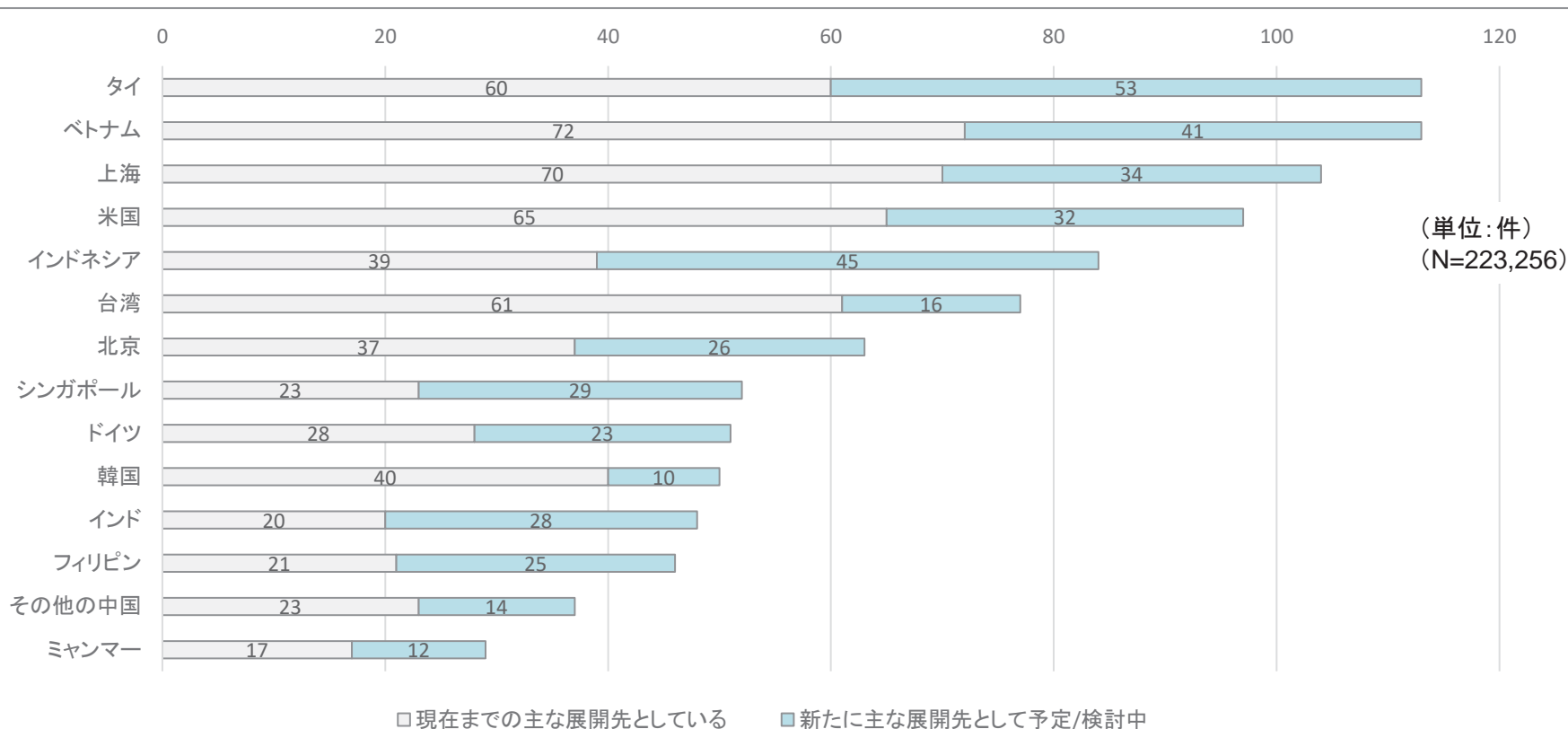
注)主に展開しようとしている国・地域(最大5か国まで)、特に注力しようとしている国・地域(1か国)のいずれかにおいて上位10位に入った国のみを抜粋。  
出所)経済産業省「ヘルスケア分野の国際展開に関するアンケート」(2019年11~12月実施)

## 2. 主な展開先の国・地域に関する分析

### Q6/Q19: 主な展開先の国・地域(これまで/今後)

- これまで、ならびに今後も主な展開先として重視されている国・地域は、**タイ、ベトナム、中国・上海、米国、インドネシア**となっている。

主な展開先の国・地域：現在の展開先＋今後の展開先（最大5か国・地域まで選択）



注) ①これまでの主な展開先(最大5か国まで)、②これまでの最注力先(1か国)、③今後の主な展開先(最大5か国まで)、④今後の最注力先(1か国)のいずれかにおいて上位10位に入った国・地域を抜粋。N数は一つ目が①②、二つ目が③④のもの。

出所) 経済産業省「ヘルスケア分野の国際展開に関するアンケート」(2019年11~12月実施)

## 2. 主な展開先の国・地域に関する分析

### Q6/Q19: 主な展開先の国・地域(これまで/今後)

■ 加えて、以下の3指標からは、**インドネシア**、**フィリピン**、**インド**が有力な国となる。

- 主な展開先の国として重視するプレーヤーがどれだけ増えるか(→単純増加率)
- これまで～今後にわたって持続的に重視するプレーヤーが多いか(→維持率)
- 現在重視しているプレーヤーに比して、今後新たに展開先として重視するプレーヤーが多いか(→新規参入率)

3指標からの比較(各項目の上位5位までを水色網掛け)

(①～④の単位:件)、(N=223,256)

No.	国・地域	現在までの主な展開先としている【①】	今後の主な展開先としている【②】	うち、継続的に主な展開先として予定【③】		単純増加率【②/①-1】	維持率【③/①】	新規参入率【④/①】
				うち、継続的に主な展開先として予定【③】	うち、新たに主な展開先として予定/検討【④】			
1	<b>インドネシア</b>	39	68	23	45	<b>74%</b>	<b>59%</b>	<b>115%</b>
3	シンガポール	23	39	10	29	<b>70%</b>	43%	<b>126%</b>
4	<b>タイ</b>	60	86	33	53	<b>43%</b>	55%	<b>88%</b>
5	<b>フィリピン</b>	21	42	17	25	<b>100%</b>	<b>81%</b>	<b>119%</b>
7	<b>ベトナム</b>	72	86	45	41	19%	<b>63%</b>	57%
9	ミャンマー	17	22	10	12	29%	<b>59%</b>	71%
11	北京	37	41	15	26	11%	41%	70%
12	<b>上海</b>	70	65	31	34	-7%	44%	49%
16	その他の中国	23	25	11	14	9%	48%	61%
17	<b>インド</b>	20	41	13	28	<b>105%</b>	<b>65%</b>	<b>140%</b>
18	韓国	40	21	11	10	-48%	28%	25%
20	台湾	61	38	22	16	-38%	36%	26%
29	ドイツ	28	36	13	23	29%	46%	82%
36	<b>米国</b>	65	66	34	32	2%	52%	49%

注)①これまでの主な展開先(最大5か国まで)、②これまでの最注力先(1か国)、③今後の主な展開先(最大5か国まで)、④今後の最注力先(1か国)のいずれかにおいて上位10位に入った国・地域を抜粋。N数は一つ目が①②、二つ目が③④のもの。前述の「現在の展開先+今後の展開先」のグラフは、上記の①+④の数値を示す(以下同様)。

出所)経済産業省「ヘルスケア分野の国際展開に関するアンケート」(2019年11～12月実施)



### **3. 海外展開分野、事業構想、課題等に関する分析**

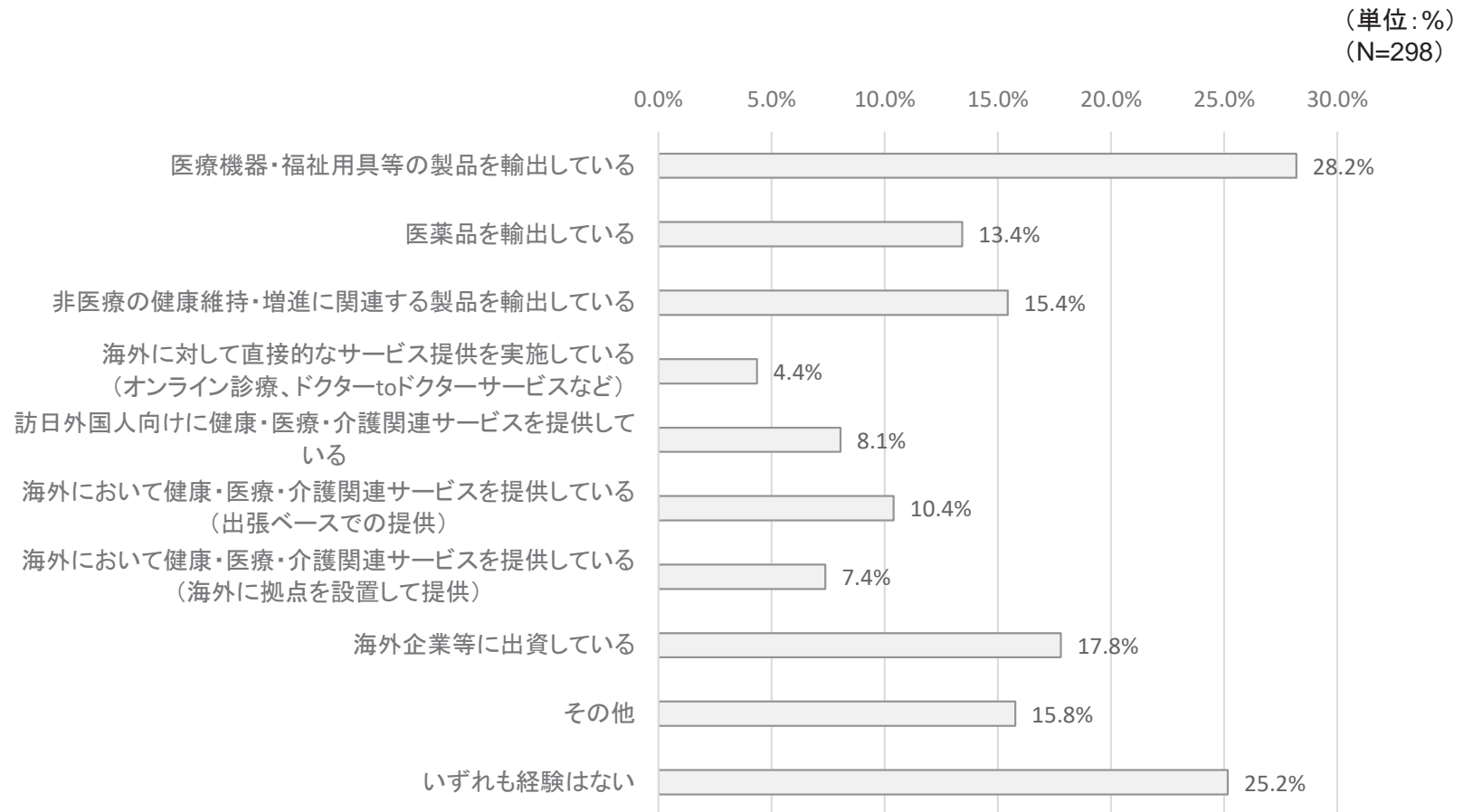
---

### 3. 海外展開分野、事業構想、課題等に関する分析

## Q5: 海外展開の分野(これまでの経験)

■ 回答者の75%が何らかの経験ありと回答。医療機器・福祉用具等の輸出が最も多かった。

#### ヘルスケア分野(健康・医療・介護等)における海外展開の経験の有無



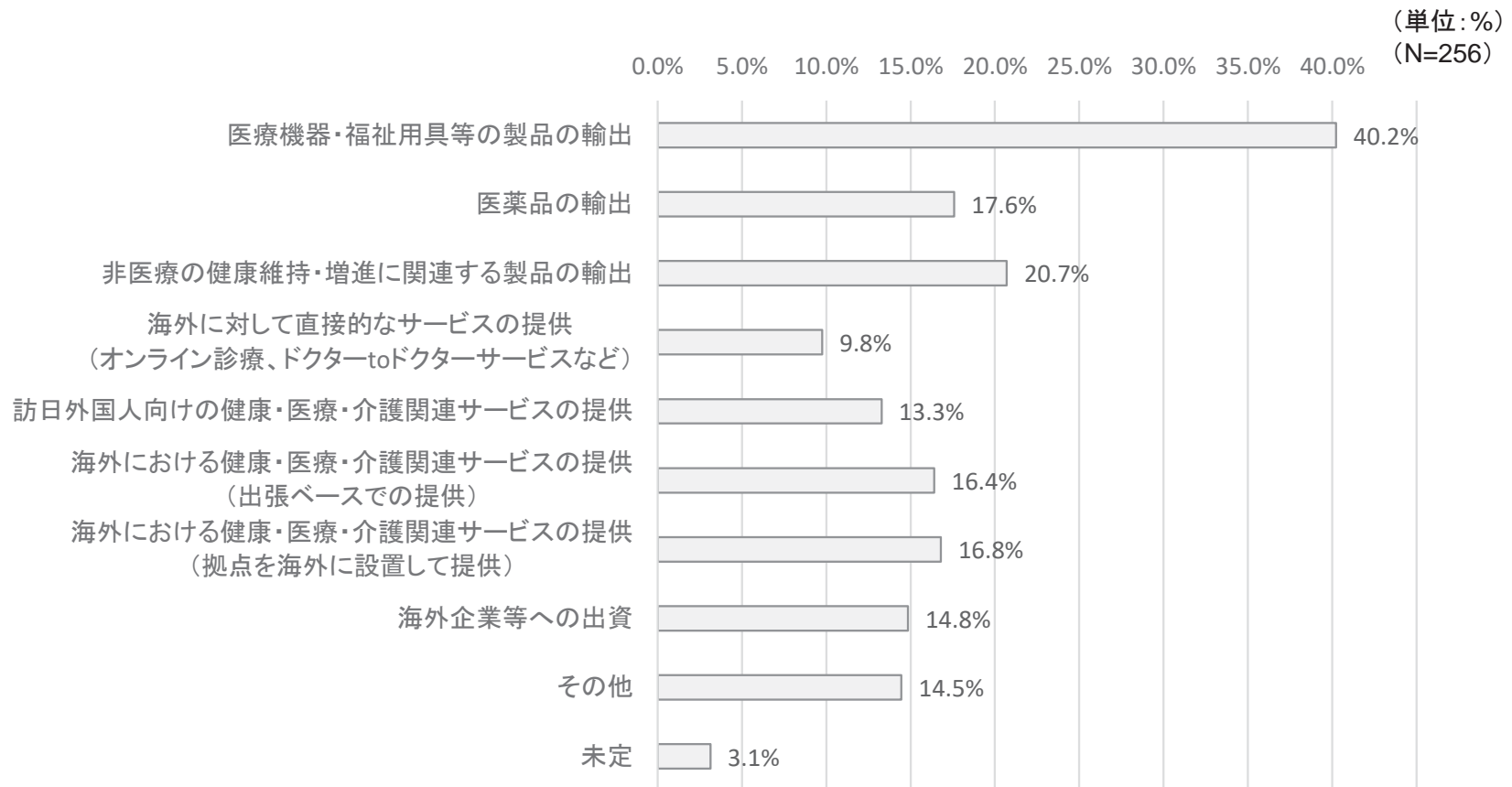
出所) 経済産業省「ヘルスケア分野の国際展開に関するアンケート」(2019年11~12月実施)

### 3. 海外展開分野、事業構想、課題等に関する分析

## Q22: 海外展開の分野(今後の意向・予定)

- 医療機器・福祉用具等の輸出を今後展開していくとの回答が最も多い。

ヘルスケア分野(健康・医療・介護等)における今後の海外展開の検討領域



出所) 経済産業省「ヘルスケア分野の国際展開に関するアンケート」(2019年11~12月実施)

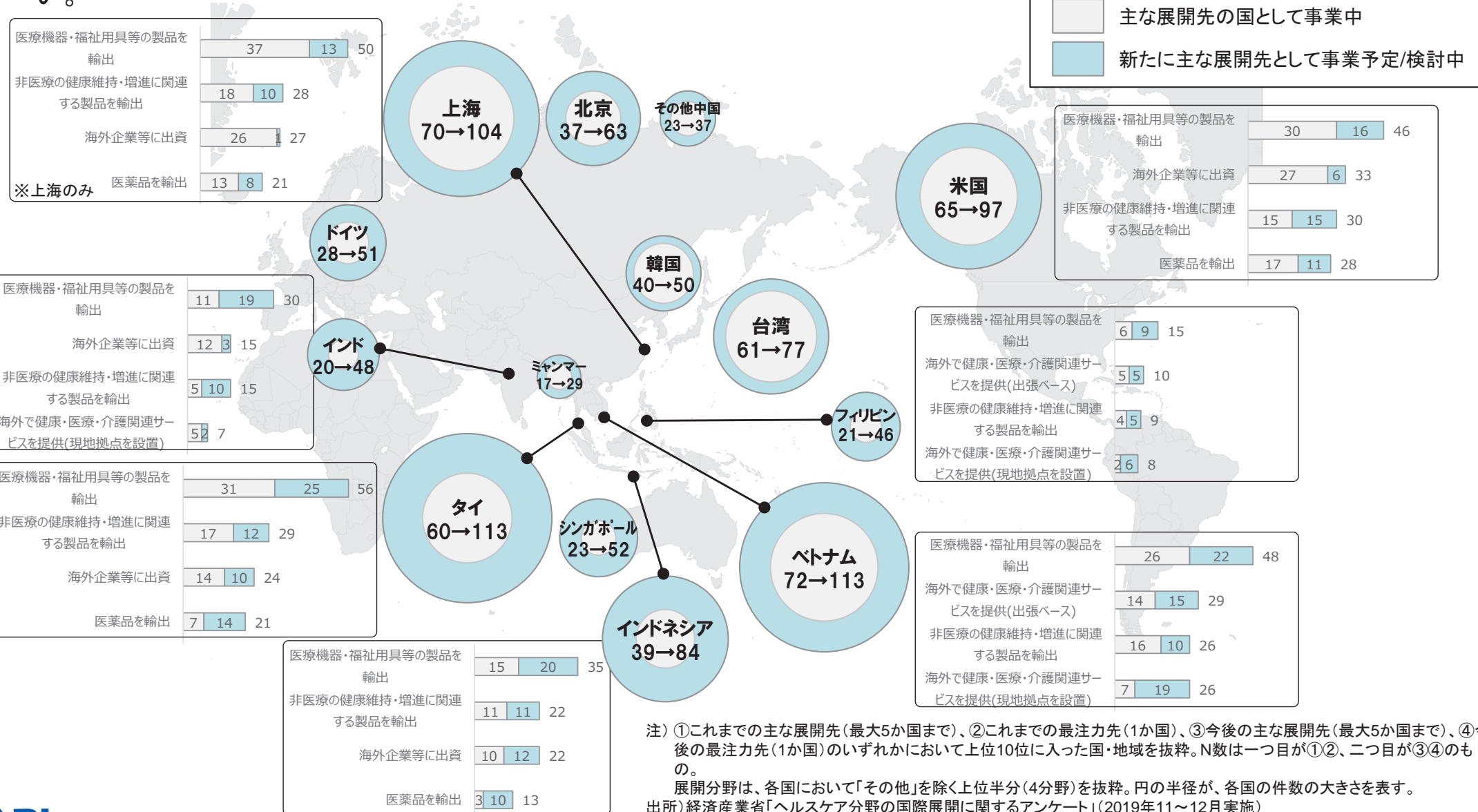
### 3. 海外展開分野、事業構想、課題等に関する分析

## Q6/Q19+Q5/Q22: 主な展開先におけるプレーヤーと注力分野の推移(これまで/今後)

■ ASEANではベトナム、タイ、インドネシアに集中。ベトナムではサービス分野も多い。

単位: 件 (N=223, 256)  
凡例:

- 主な展開先の国として事業中
- 新たに主な展開先として事業予定/検討中



### 3. 海外展開分野、事業構想、課題等に関する分析

## Q16: 海外展開における困難・課題(国別比較、主な展開先の国・地域のみ)

#### インドネシア(N=34)

- 特に中規模企業者の中で、「現地パートナーとのコミュニケーションが円滑に進まない」、「現地で任せられるパートナー・人材が見つからない」という課題が多い
- 事業規模に関わらず、法規制・規格・許認可手続きについては、課題を感じている企業が多い

#### タイ(N=60)

- 事業規模に関わらず、法規制・規格・許認可手続きについては、課題を感じている企業が多い
- 特に中規模企業者の中で、「現地パートナーとのコミュニケーションが円滑に進まない」、「現地で任せられるパートナー・人材が見つからない」という課題が多い
- 比較的、価格競争が激しいという意見が多い
- 政治の不安定性を課題に感じている企業が、他国と比較して少数だが存在

#### フィリピン(N=17)

- 介護の概念が存在しない・知識がない
- 事業規模に関わらず、法規制・規格・許認可手続きについては、課題を感じている企業が多い
- 特に中規模企業者の中で、「現地パートナーとのコミュニケーションが円滑に進まない」、「現地で任せられるパートナー・人材が見つからない」という課題が多い

#### ベトナム(N=64)

- 介護の概念が存在しない・知識がない
- 事業規模に関わらず、法規制・規格・許認可手続きについては、課題を感じている企業が多い
- 政治の不安定性を課題に感じている企業が、他国と比較して少数だが存在
- 外資出資制限を課題に感じている企業が、他国と比較して少数だが存在

#### 中国・上海(N=66)

- 価格競争が激しいと感じている企業が多い。特に中規模企業に多い
- 製品のローカライズについて課題に感じている企業が、他国と比較して少数だが存在
- 政治の不安定性を課題に感じている企業が、他国と比較して少数だが存在
- 事業規模に関わらず、法規制・規格・許認可手続きについては、課題を感じている企業が多い

#### インド(N=16)

- 特に中規模企業者の中で「現地で任せられるパートナー・人材が見つからない」という課題が多い
- 事業規模に関わらず、法規制・規格・許認可手続きについては、課題を感じている企業が多い
- 上記2つで記載の「現地パートナー」と「法規制・規格」以外の課題に関する回答はない(N数が少数であることに留意)

注) Q6(展開している主な国)で当該国を回答した企業を対象。(基本的には複数国が選択されており、Q16における課題がどの国を指しているかまでは特定できない。ただし、回答内容から、当該国以外を意図していると判断できるものについては、排除している。)

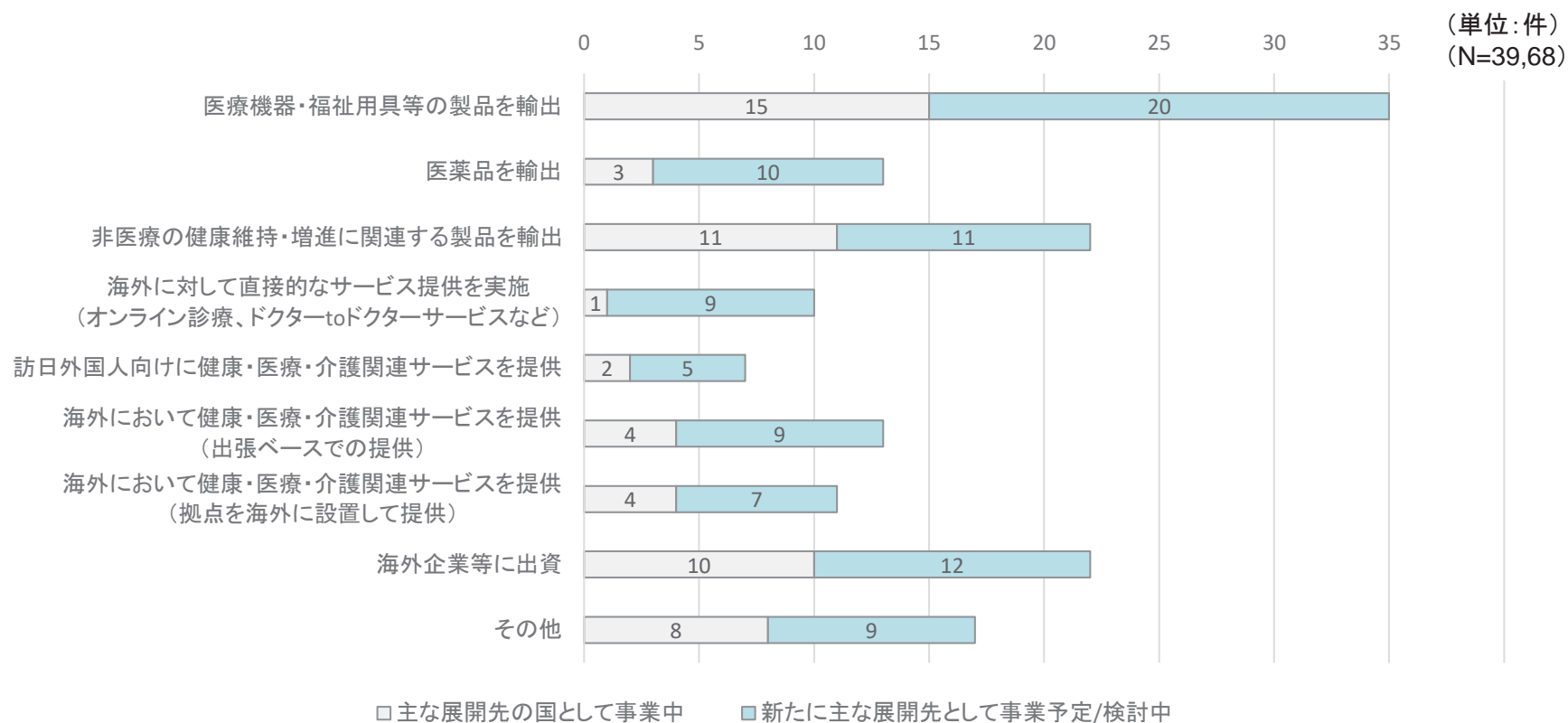
出所) 経済産業省「ヘルスケア分野の国際展開に関するアンケート」(2019年11~12月実施)

### 3. 海外展開分野、事業構想、課題等に関する分析

## Q5/Q22: インドネシアへの展開分野(これまで/今後)

- インドネシアは、現在ならびに将来にわたって、医療機器・福祉用具の展開先として重視されている。
- 健康・医療・介護関連サービスの提供は、出張ベース/拠点設置とも、今後の新規参入が増える可能性がある。
- 医薬品の輸出、直接的なサービス提供、現地企業への出資も今後増える可能性がある。

インドネシアにおける展開分野：現在重視するプレーヤー＋今後重視するプレーヤー



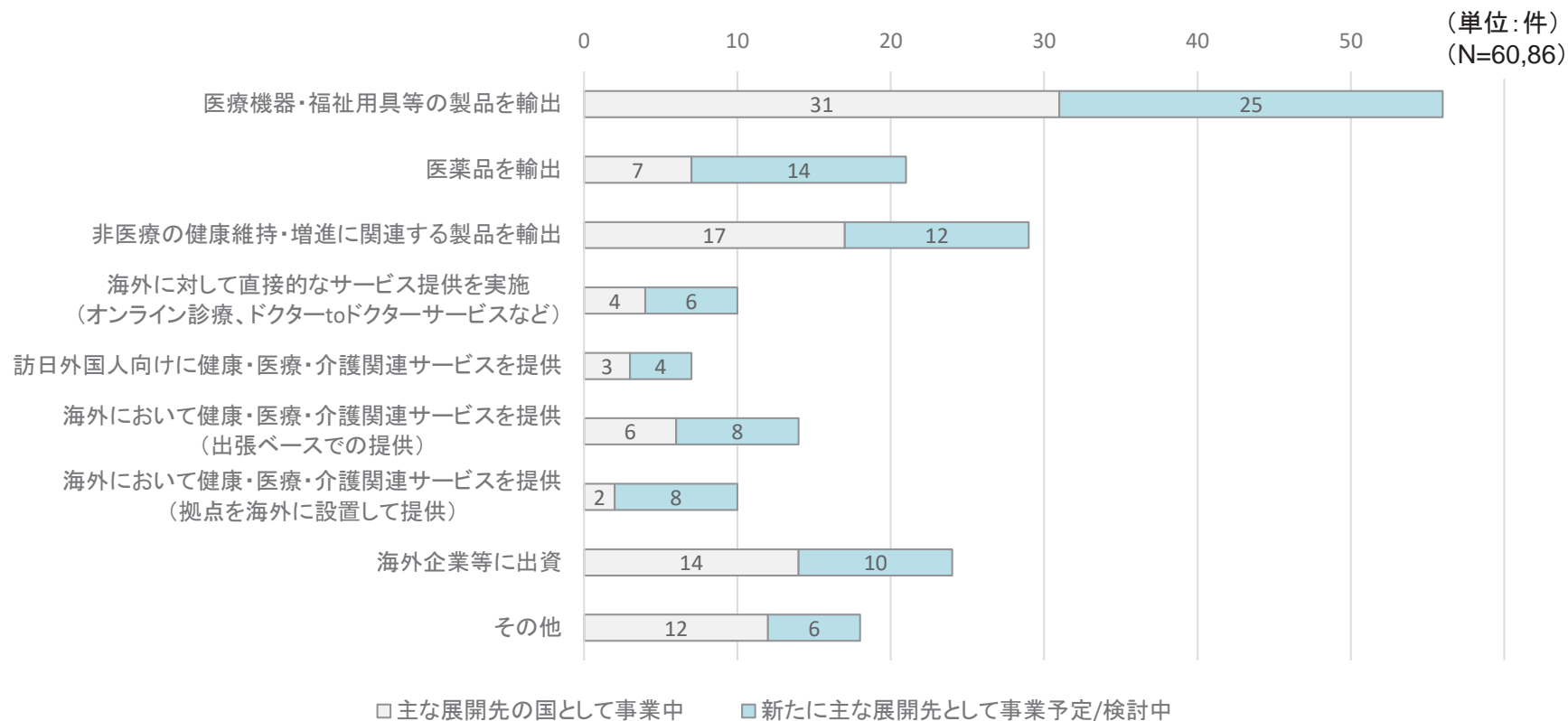
注) N数は、1つ目がこれまでの主要展開国として当該国を選んだ回答数、2つ目が今後の主要展開国として当該国を選んだ回答を示す。  
出所) 経済産業省「ヘルスケア分野の国際展開に関するアンケート」(2019年11～12月実施)

### 3. 海外展開分野、事業構想、課題等に関する分析

## Q5/Q22: タイへの展開分野(現在まで/今後)

- タイへの医療機器・福祉用具の展開は、現時点でも重視するプレイヤーが多く、また今後も大幅に増える可能性がある。
- 医薬品、非医療健康増進製品の輸出も今後増える可能性がある。
- 健康・医療・介護関連サービスの提供は、出張ベース/拠点設置とも、今後増えていく可能性がある。

タイにおける展開分野：現在重視するプレイヤー＋今後重視するプレイヤー



注) N数は、1つ目がこれまでの主要展開国として当該国を選んだ回答数、2つ目が今後の主要展開国として当該国を選んだ回答を示す。  
出所) 経済産業省「ヘルスケア分野の国際展開に関するアンケート」(2019年11～12月実施)

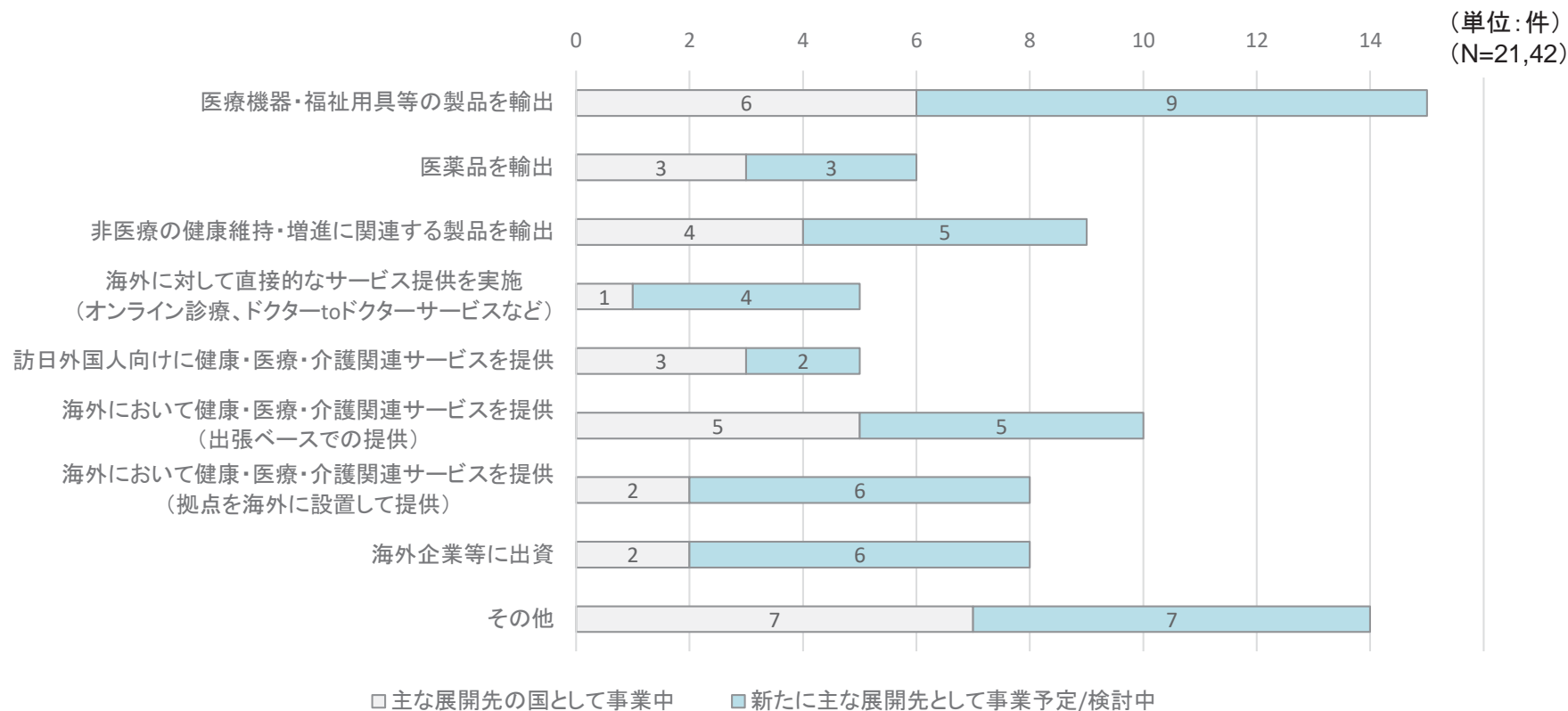


### 3. 海外展開分野、事業構想、課題等に関する分析

## Q5/Q22: フィリピンへの展開分野(現在まで/今後)

- フィリピンは全体的にN数が少なく、現在ならびに将来にわたって重視しているプレーヤーが相対的に少ない。
- 健康・医療・介護関連サービスの提供は、出張ベース/拠点設置とも、維持・微増となる可能性がある。
- 医療機器・福祉用具の輸出、非医療健康増進製品の輸出、現地企業の出資も今後増える可能性がある。

フィリピンにおける展開分野：現在重視するプレーヤー＋今後重視するプレーヤー



注) N数は、1つ目がこれまでの主要展開国として当該国を選んだ回答数、2つ目が今後の主要展開国として当該国を選んだ回答を示す。  
出所) 経済産業省「ヘルスケア分野の国際展開に関するアンケート」(2019年11～12月実施)

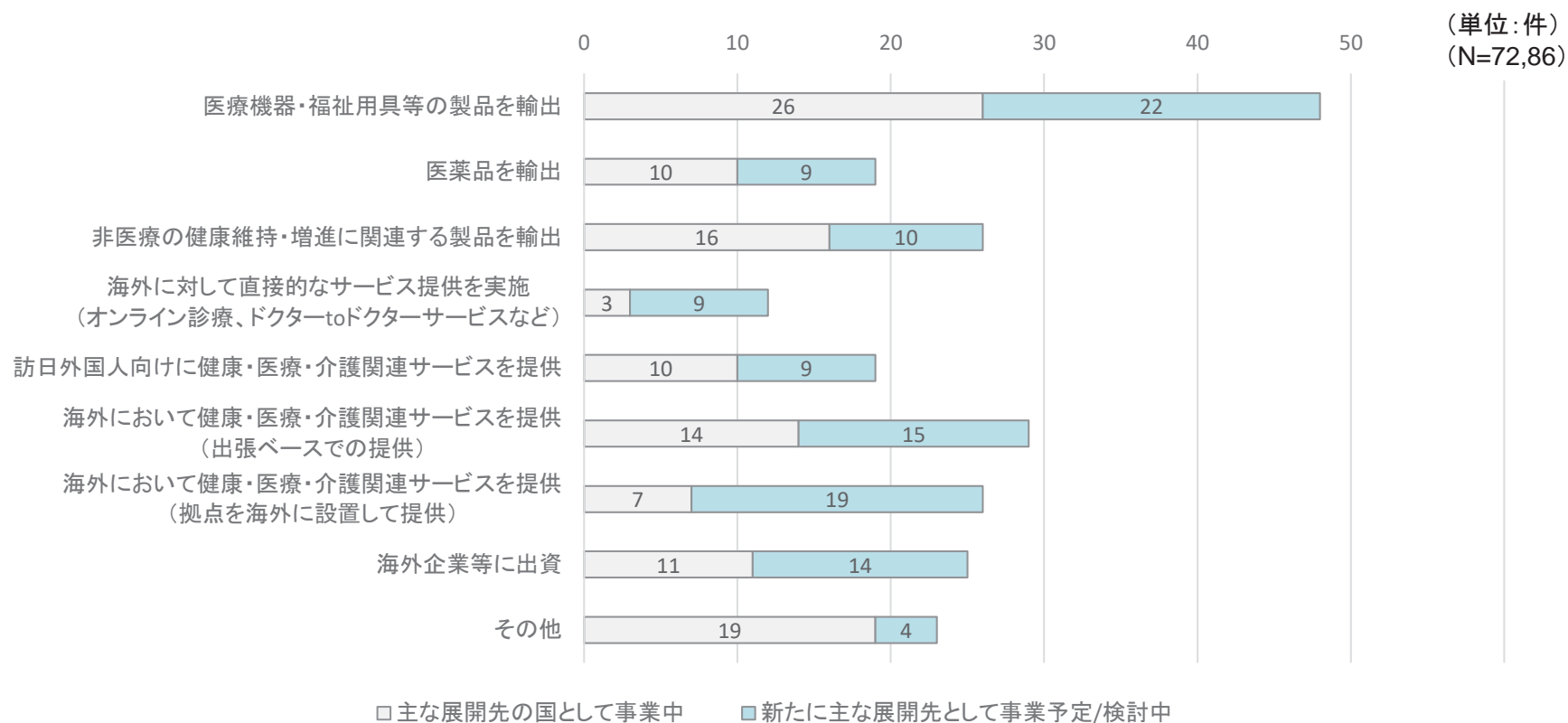


### 3. 海外展開分野、事業構想、課題等に関する分析

## Q5/Q22: ベトナムへの展開分野(現在まで/今後)

- ベトナムへの医療機器・福祉用具の展開は、現時点でも重視するプレイヤーが多く、また今後も大幅に増える可能性がある。
- 健康・医療・介護関連サービスの提供は、出張ベース/拠点設置とも、今後大きく増えていく可能性がある。

ベトナムにおける展開分野：現在重視するプレイヤー＋今後重視するプレイヤー



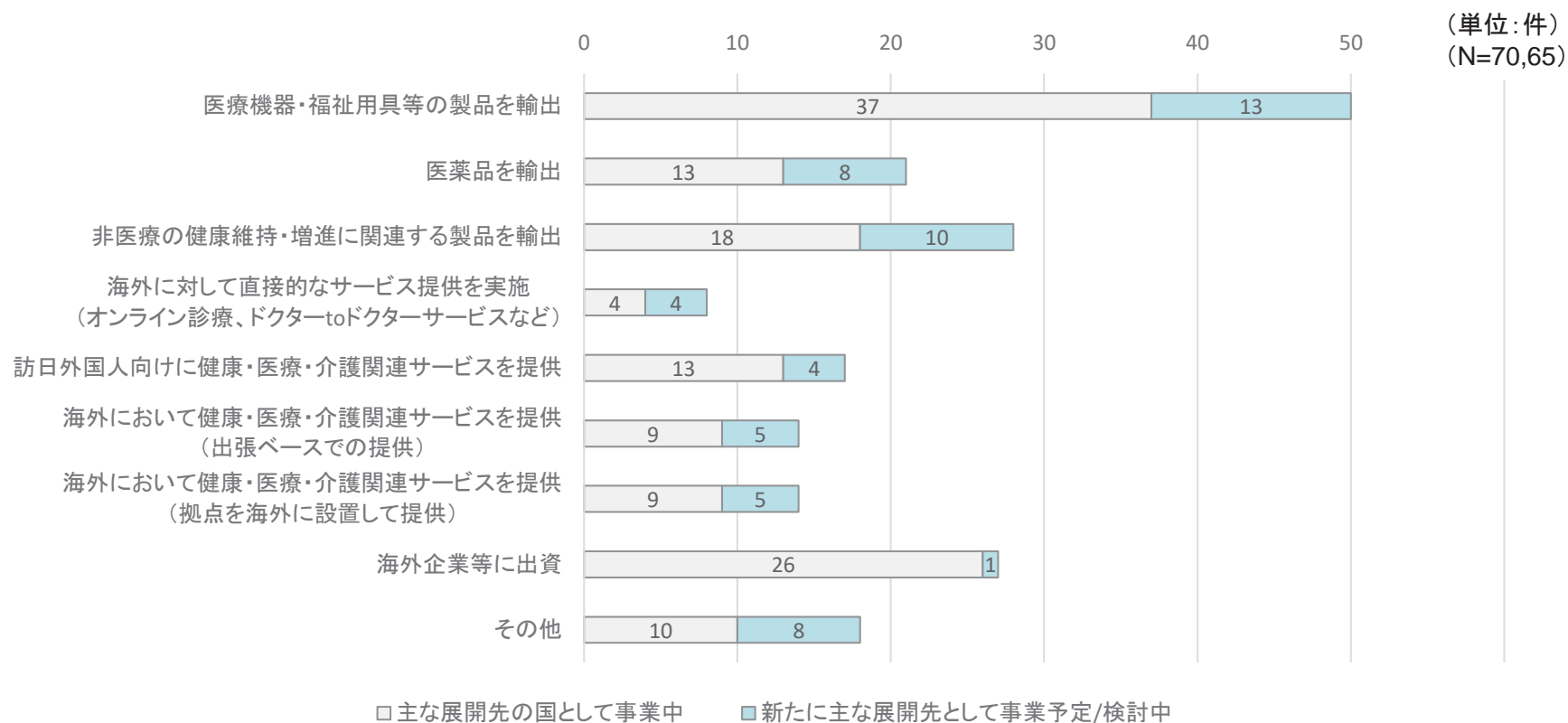
注) N数は、1つ目がこれまでの主要展開国として当該国を選んだ回答数、2つ目が今後の主要展開国として当該国を選んだ回答を示す。  
出所) 経済産業省「ヘルスケア分野の国際展開に関するアンケート」(2019年11～12月実施)

### 3. 海外展開分野、事業構想、課題等に関する分析

## Q5/Q22: 中国・上海への展開分野(現在まで/今後)

- 中国・上海を現在重視しているプレイヤーは現在多いが、今後、新たに重視し参入しようとするプレイヤーは比較的少ない。
- 非医療健康増進製品の輸出や、健康・医療・介護関連サービスの提供(出張ベース/拠点設置とも)は、伸び率が比較的高い可能性がある。

中国・上海における展開分野: 現在重視するプレイヤー+今後重視するプレイヤー



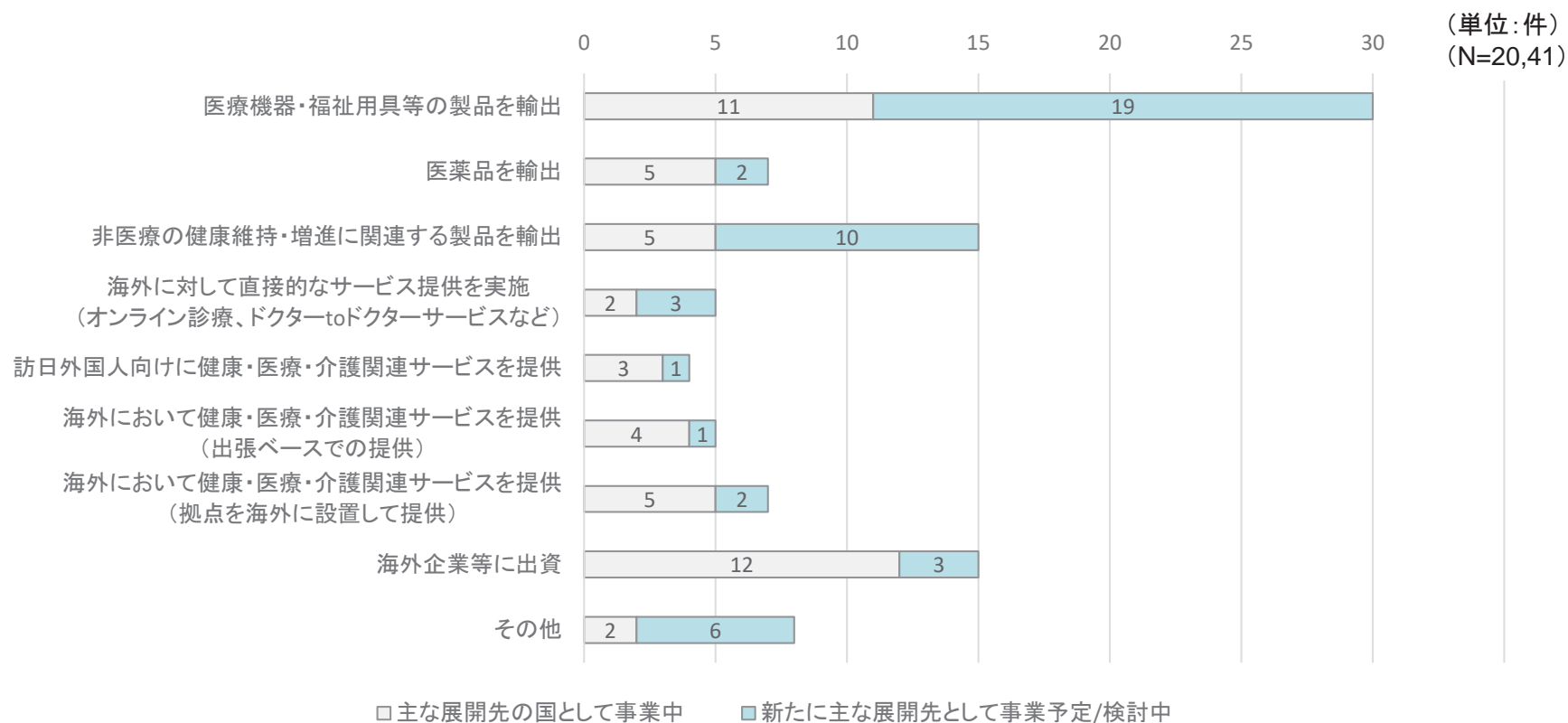
注) N数は、1つ目がこれまでの主要展開国として当該国を選んだ回答数、2つ目が今後の主要展開国として当該国を選んだ回答を示す。  
出所) 経済産業省「ヘルスケア分野の国際展開に関するアンケート」(2019年11~12月実施)

### 3. 海外展開分野、事業構想、課題等に関する分析

## Q5/Q22: インドへの展開分野(現在まで/今後)

- 現在までインドを重視するプレイヤーは少ないが、今後は増えていく見通し。
- 特に、医療機器・福祉用具、非医療健康増進製品の輸出先として今後重視するプレイヤーが多い。
- サービス提供先として重視するプレイヤーは、当面はあまり増えない可能性がある。

インドにおける展開分野：現在重視するプレイヤー＋今後重視するプレイヤー



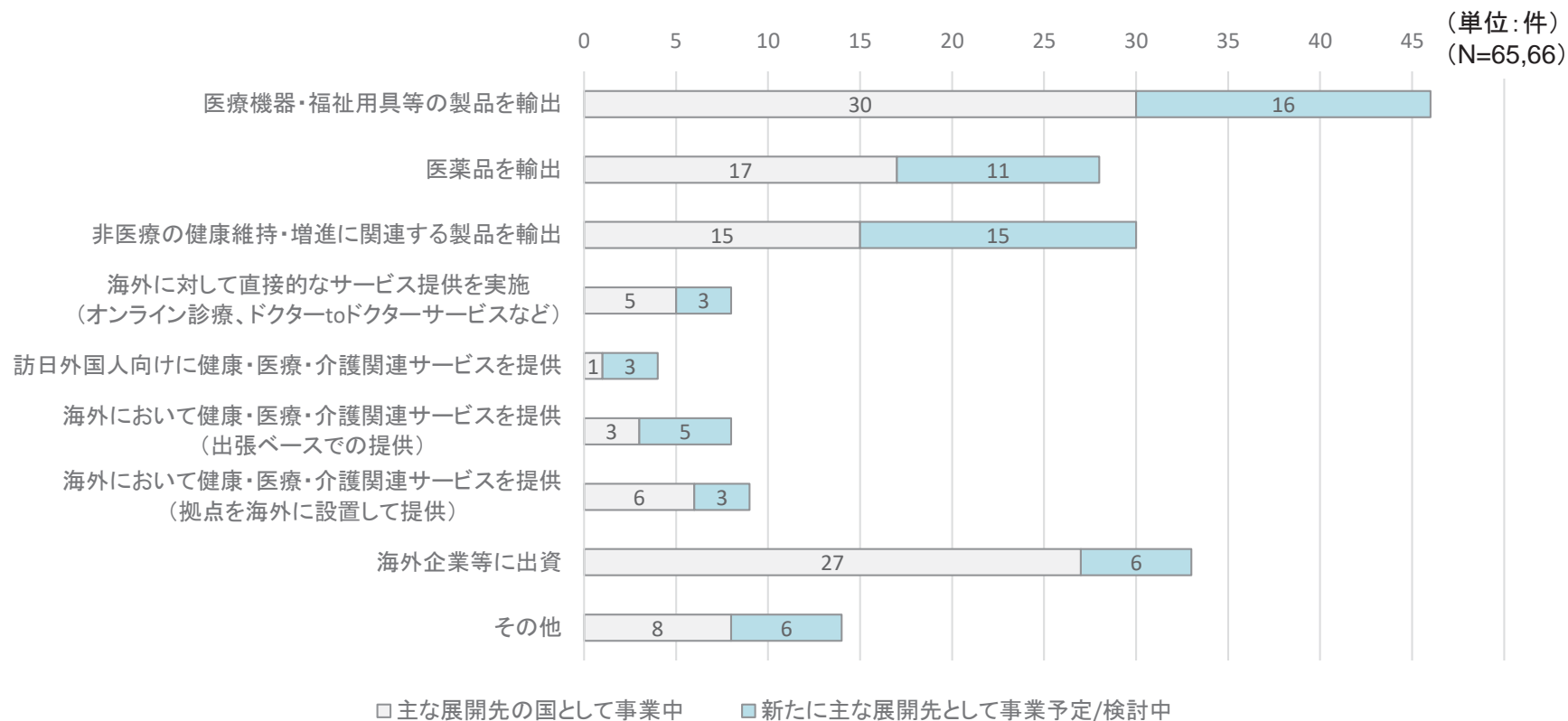
注) N数は、1つ目がこれまでの主要展開国として当該国を選んだ回答数、2つ目が今後の主要展開国として当該国を選んだ回答を示す。  
出所) 経済産業省「ヘルスケア分野の国際展開に関するアンケート」(2019年11～12月実施)

### 3. 海外展開分野、事業構想、課題等に関する分析

## Q5/Q22: 米国への展開分野(現在まで/今後)

- 米国では、医療機器・福祉用具、医薬品の輸出先として重視するプレイヤーが多い。
- 今後は、非医療健康増進製品の輸出先としても重視されていく見込み。
- 現地企業の出資先としては、現在までの重要度は高いが、今後はあまり伸びない見込み。

米国における展開分野：現在重視するプレイヤー＋今後重視するプレイヤー



注) N数は、1つ目がこれまでの主要展開国として当該国を選んだ回答数、2つ目が今後の主要展開国として当該国を選んだ回答を示す。  
出所) 経済産業省「ヘルスケア分野の国際展開に関するアンケート」(2019年11～12月実施)

## 4. 政府・経済産業省への期待等

---

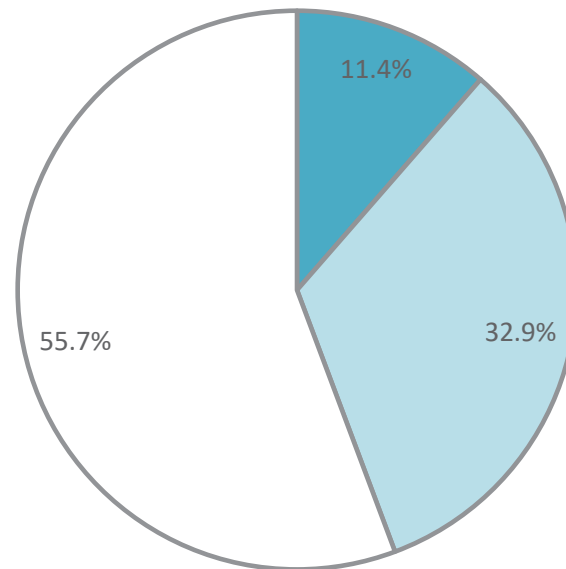
#### 4. 政府・経済産業省への期待等

### Q31: 経済産業省のアウトバウンドに関するこれまでの委託事業・補助事業について知っていたか

- 半数超の回答者が「知らなかった」と回答している。

経済産業省のアウトバウンドに関するこれまでの委託事業・補助事業の認知度

(単位:%)  
(N=298)



■ 活用したことがある    ■ 活用したことはないが知っていた    □ 知らなかった

## 4. 政府・経済産業省への期待等

# Q33: 経済産業省のアウトバウンド事業の周知方法

- JETROを通じた周知
  - JETROを使っでの周知
  - JETROのメールマガジンに掲載する
- 業界団体を通じた周知
  - 各業界団体を通しての周知
  - 積極的に、業界団体を通じて等、情報の共有化を進めて頂きたい
  - 業界団体を通じた情報提供も大切だと思います
  - 業界団体から会員企業にもれなくアナウンスされるような周知方法
- 地方自治体を通じた周知
  - 直接、経産省さんとの接点はないので地方自治体を通しての紹介
  - 各都道府県庁から企業への案内若しくは関連する協議会での講演
- メールマガジンでの周知
  - メルマガ等の会員設定し発信してもらえるとタイムリーな情報が得られてありがたい
  - ジェトロ及び中小企業基盤整備機構などは常にメルマガ配信が来るため、これらから経済産業省のアウトバウンドに対する広報が配信されれば目に触れるため知る事が出来ると思う
  - 定期的なメール配信等
  - メール等での告知
- セミナーの開催
  - わかりやすいセミナーを開いてください
  - セミナーを各都市で開催し啓発する
  - 地方での説明会など
  - まずはセミナーなどで(関西圏は少ない)
- 事業内容の周知
  - どのようなメリットがあるか。色々と事務的な手続きに時間が取られるならば、顧客(大手事業会社)としては利用を望まない。
  - 事業内容について周知していただきたい
  - 制度の紹介
  - どのような支援策があるのかを周知願いたい
  - 何をサポートしてくれるのか知りたい
  - 中小企業にとってどのような利点があるか、簡単に知りたい
- 成功事例を活用した周知
  - 成功事例の紹介
  - 成功例の事例紹介する機会を増やす
- 企業への直接の周知
  - 我々から情報を取りに行かなくても情報が入ってくるような周知
  - ダイレクトの情報提供
  - 直接お知らせが欲しい
- 個別対応
  - 具体的にどのようなことができるのか面談できる機会があればいいと思う。
  - 説明会等でご説明いただき、品目に応じて個別対応いただきたい。
- 相談窓口の設置
  - 気軽に相談できる相談窓口
  - 個別相談窓口の周知徹底など

出所) 経済産業省「ヘルスケア分野の国際展開に関するアンケート」(2019年11~12月実施)

## 4. 政府・経済産業省への期待等

# Q32: 経済産業省のアウトバウンドに関する委託事業・補助事業を活用した感想

- 金銭的支援が役に立った
  - 新興国における拠点構築(研修施設)に活用したが、当時は機材、設備費も補助対象となっており有難かった
  - 資金面での支援により、従来困難であったマーケティング活動を実現でき、非常に有益であった
  - 資金が厳しい中小企業にとってはすごく役に立つ
  
- 国の名前を活用することで、現地政府や医療機関を巻き込みやすくなった
  - 民間企業単独ではなく、官民連携活動とすることにより、相手国保健省や医療機関を巻き込み、関係構築を図りやすくなった
  - 民間企業個社ではアプローチしにくい現地医療機関に対し、日本政府の看板はドアオープナーとして非常に有効、また国内医療機関の医師派遣にも国のプロジェクトという建付けは役立った
  - 補助事業に採択されたことで、相手国関係者や日本側の医療従事者や企業等からの期待が高まり、関係者をより巻き込みやすくなった
  
- 情報提供が参考になった
  - 国際展開体制整備支援事業として作成されている「医療国際展開カントリーレポート」の情報は大変参考になります
  - 説明会や、アドバイスを受けることができ、安心だった
  - 事前・及び現地勉強会において有益な情報を得ることができました
  
- 短期的な支援で活用しづらい
  - 1年間の補助事業(実際は6ヶ月程度)で明確な期待できる結果を見出すことが困難であった
  - 実施期間が単年度末となっており、期間を延長して、時間的な余裕が欲しいと感じています
  - 1年ごとの短期間(実質な活動期間は7~8ヶ月程度)であるため、1年での事業効果は十分あげられない。医療は継続的な信頼関係の構築が最も重要であるため、複数年にわたる事業が望ましいと考えます
  
- 事務的業務が多く、活用しづらい
  - 事務処理業務、報告書作成は大きな負担であり、またこの制度を活用したいとは思えない
  - 小さい法人では、会計処理や段取りが面倒でコンサルタントを頼まざるを得ず、費用が膨大になった
  - 申請書等の資料作成に莫大な時間を要しており、より簡素化したご対応を期待したい。委託契約書等も日本国内での契約が前提の為、海外企業との連携がしづらい

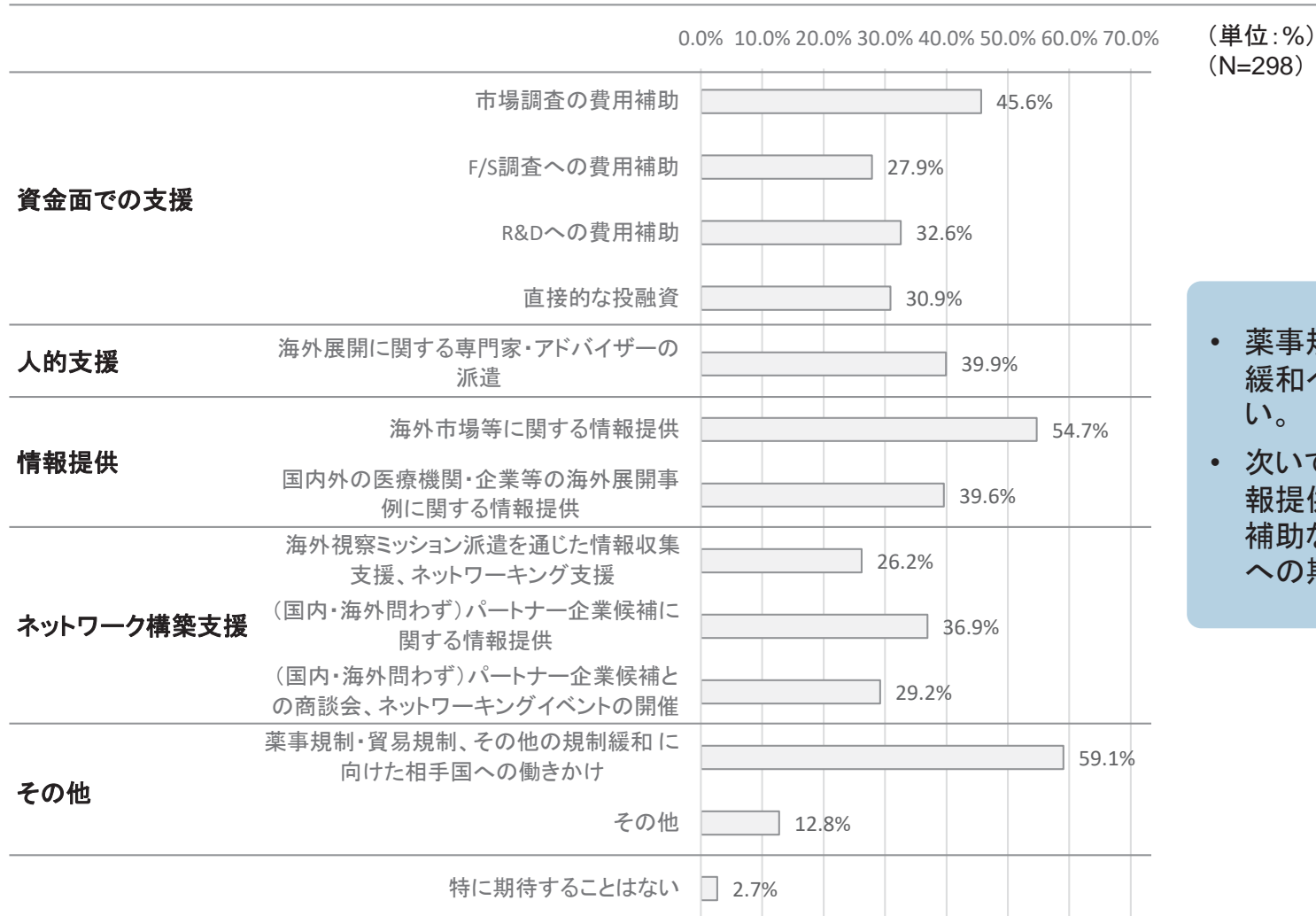
出所) 経済産業省「ヘルスケア分野の国際展開に関するアンケート」(2019年11~12月実施)



#### 4. 政府・経済産業省への期待等

### Q34: 今後、ヘルスケア分野(健康・医療・介護等)において、民間主導で持続的に海外展開を推進するにあたり、政府はどのような領域に注力すべきか

#### 政府が注力すべき領域



- 薬事規制・貿易規制等の緩和への期待が最も多い。
- 次いで、海外市場等の情報提供、市場調査の費用補助など、情報収集支援への期待が多い。

出所) 経済産業省「ヘルスケア分野の国際展開に関するアンケート」(2019年11~12月実施)

## 4. 政府・経済産業省への期待等

### Q35: 経済産業省の補助事業の改善点

#### ■ 単年の支援である

- 海外とのビジネスは、相手の信頼を得るまでに時間がかかるため、展示会も継続的な出展ができるような長期視点の補助金、委託金を頂けると助かります。
- 我が国の強みである自立支援介護サービスを他国に広げることは、我が国の介護人材不足などの社会課題解決にも寄与するものと考えます。JICAスキームの様に、調査→実証と複数年にわたり、じっくり取り組めるスキームがあれば良いと思います。

#### ■ 補助期間が短い

- 新規事業を海外展開するのは容易な事ではなく、ある程度の期間が必要となるが、補助事業に関しては、採択されてから終了する迄の時間が短く、短期的な事業しか成果が図れないように考える。
- 7月に交付決定するものが多く、その場合、11月以降の展示会でないと適用が難しいため、春や夏に開催される展示会への出展が難しくなるため、前年度には交付決定されるような仕組みができると助かります。

#### ■ 採択団体に偏りがある

- 経産省と一緒に官民で行っている企業、団体がほぼ同じ。よりオープンに色々な企業が官民連合出来る土台を作って欲しい。
- コンソーシアムの形成が前提となっているがゆえに、提案内容・法人も偏ってきているのではないか。

#### ■ スタートアップ・中小企業への支援が不足している

- スタートアップ・中小事業者の展開支援を強化していただければと思います。特に IT・AI・IoT技術を活用したスタートアップで海外展開を志向している企業がありますが、初期の調査費用、調査人材・事業開発人材の採用、相手国政府との交渉、相手国の大手企業・医療機関との提携において課題が発生する場合があります。
- 海外に自社拠点を持たない中小企業に対して、現地規制(医療機器登録、商標、特許等)への具体的な対応・対策方法が示されていないように感じています。

#### ■ 補助対象となる事業内容に拡大の余地がある

- デジタル領域におけるスピード感をだしていくことが必要ではないか。
- フィットネス事業者の海外展開に対する情報提供援助(顧客ニーズ、サービス事業者の雇用特性、各国政府・自治体の医療政策に関するビジョン)、資金補助。
- 歯科医療機関を販売先とする歯科医療機器メーカーに限らず消費者向け歯科関連製品メーカーへも支援対象とすることを望む。

#### ■ 国としての狙いが明確でない

- 今までは個社の提案公募をスタートに拠点展開をすすめているものの、フォーカスする国、分野を決めていただき、そこにあう公募をもとめる方が、国が進めようされる方向性に集約しやすいのではないかと感じます。
- JICAのODAやNCGMの国際展開推進事業などとの連携、省庁間で行っている各種プロジェクトの連携をおこない、国としてターゲットを定めて長期に渡る継続的な支援を行うことを期待します。

#### ■ 海外政府への交渉が不足している

- 対象国の貿易規制、薬事規制など緩和について政府間でもっと交渉して欲しい。いくらハード面を整備しても日本のヘルスケア企業の対象国への進出は進まない。
- 国内外の規制が絡む事項が多いため、医薬品規制当局との折衝／情報交換をもっと進めていただきたい。

## 4. 政府・経済産業省への期待等

### Q39: その他の政府への期待・要望

#### ■ 関係省庁の横連携

- それぞれの省庁に問い合わせをしてもなかなか横のつながりがなく、制度がちぐはぐして困ることがあるので省庁間を突き抜けた役割を期待します
- 各省庁の連携で活用しやすいサポート体制を構築してほしい

#### ■ GtGによる規制ハーモナイゼーションの推進

- 日本と、アジア・アセアン諸国間における薬事、許認可制度に関するハーモナイゼーションを推進して頂きたい
- 海外医療機器の登録(FDAやCE)はコストがかなり掛かります。もっと簡単取れるように政府から海外の機関に声を掛けてほしい。コスト面でも助成してほしい。中国や韓国は政府が9割登録コストを負担している

#### ■ 現地医療関係者への日本技術の普及・啓発

- 私が関わってきた日本の透析技術は優れていると思います。しかし、中東や東南アジアではガイドラインなど欧米のものが採用され、日本のものはありません。日本の技術を理解いただくためには、日本の現場で体験して頂くことが重要だと思います。そのためには海外の医療関係者が日本で容易に学べる環境や支援を、また受け入れ側への支援を含めて検討いただければと思います
- アジア諸国での中国の医療機関への箱もの支援が際立ってきており、日本は人材養成を行うという方法でしか対抗できないと思います。それがひいては、日本の商品が採用される礎になると考えています。しかしながら、先にも書きましたように、日本の一般病院はそのような余力がどんどんと無くなってきており、その分野を継続されるならば、迅速な支援体制を作らなると消滅の危機にあると思います

#### ■ 新たな領域(業種・国など)への支援

- 日本と異なり予防歯科のツールとして歯磨剤はまだ海外では捉えられておらず、徐々に意識が高まっている状態。健康増進として口腔ケアの重要性の啓蒙活動に期待したい
- 中央アジア諸国への支援は東南アジア等と比較してまだまだ小さいものですが、これから非常に高いポテンシャルを持っていると考えられます。中央アジア諸国への支援の拡大を期待いたします

#### ■ ベンチャー企業への支援強化

- J-StartupがVCやアクセラレータ出身の会社しか入れないため(推薦者がVCやアクセラレータに偏り、出資先あるいは参加企業のみ推薦するため)、入っていないベンチャー企業にもきちんと支援をして欲しいです(あるいは、J-Startupに入れる仕組みが欲しいです)
- ベンチャー企業の日本国内における実績にもっとフォーカスをして頂いた上で、日本が世界のトップランナー産業に成り得る分野において活動をしているベンチャー企業に、資金面における援助を積極的に行ってほしいと考えています

#### ■ 企業(特に中小企業)が現地政府・医療機関へアクセスできる仕組みづくり

- 開発途上国の保健医療分野はカウンターパートが保健省や国立病院など政府が相手の場合が多く、民間企業単独では参入が難しいため、さらなる官民連携の機会の創出を望みます
- 医療機器の海外展開では、相手国政府や国立病院など政府機関がカウンターパートナーとなるケースが考えられるが、中小企業ではアクセスが難しいケースがある。支援スキームに相手国機関に対して中小企業を信用補完する仕組み(国からの協力依頼状を相手機関等に発信するなど)を組み込んで欲しい

出所) 経済産業省「ヘルスケア分野の国際展開に関するアンケート」(2019年11~12月実施)

## 5. その他の単純集計結果

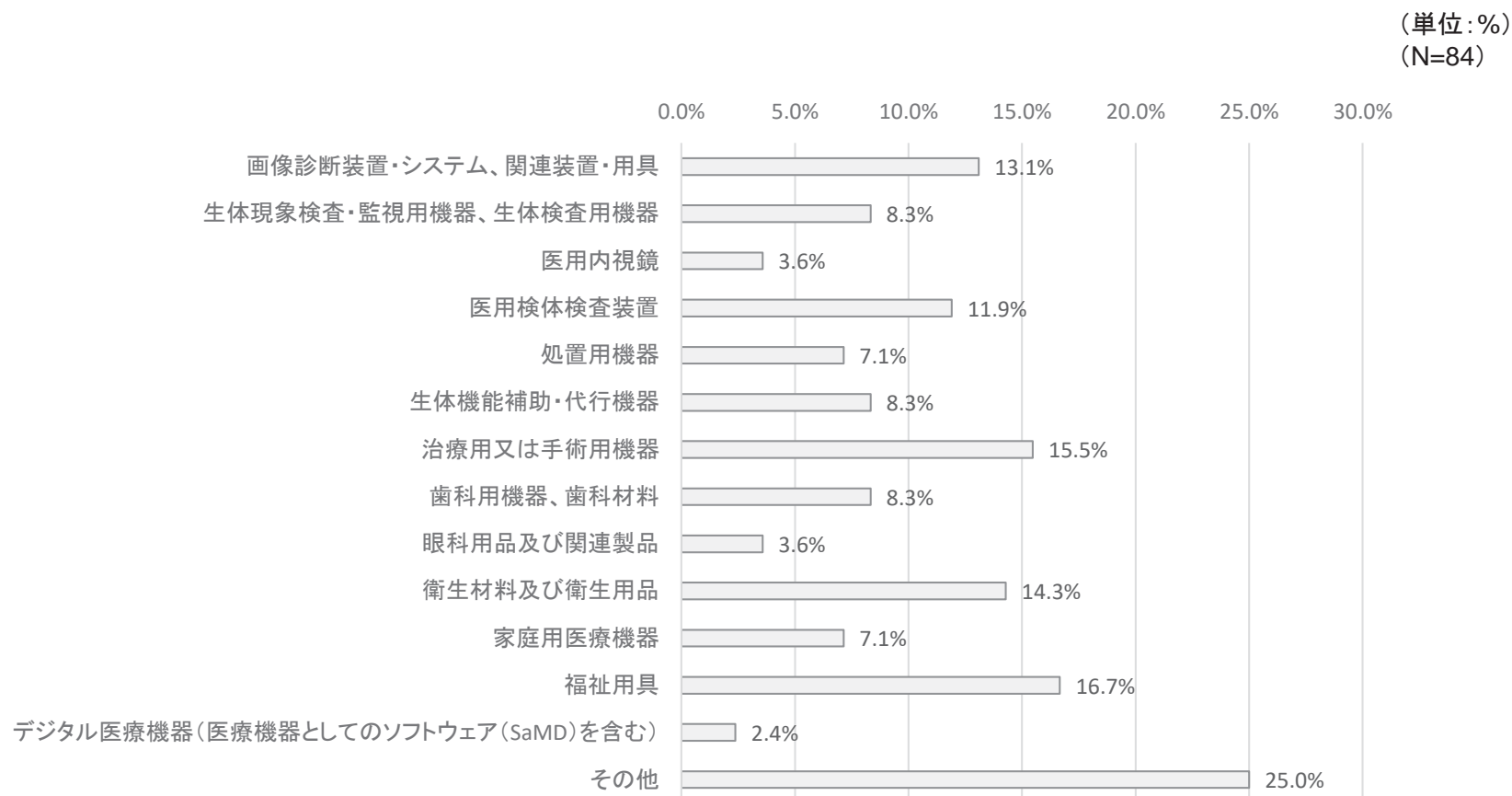
---

## 5. その他の単純集計結果

### Q8: どのような医療機器・福祉用具等を海外展開しているか(これまでの経験)

- 医療機器としては、治療用又は手術用機器、衛生材料及び衛生用品、画像診断装置・システム、関連装置・用具が多い。

これまで海外展開してきている医療機器・福祉用具

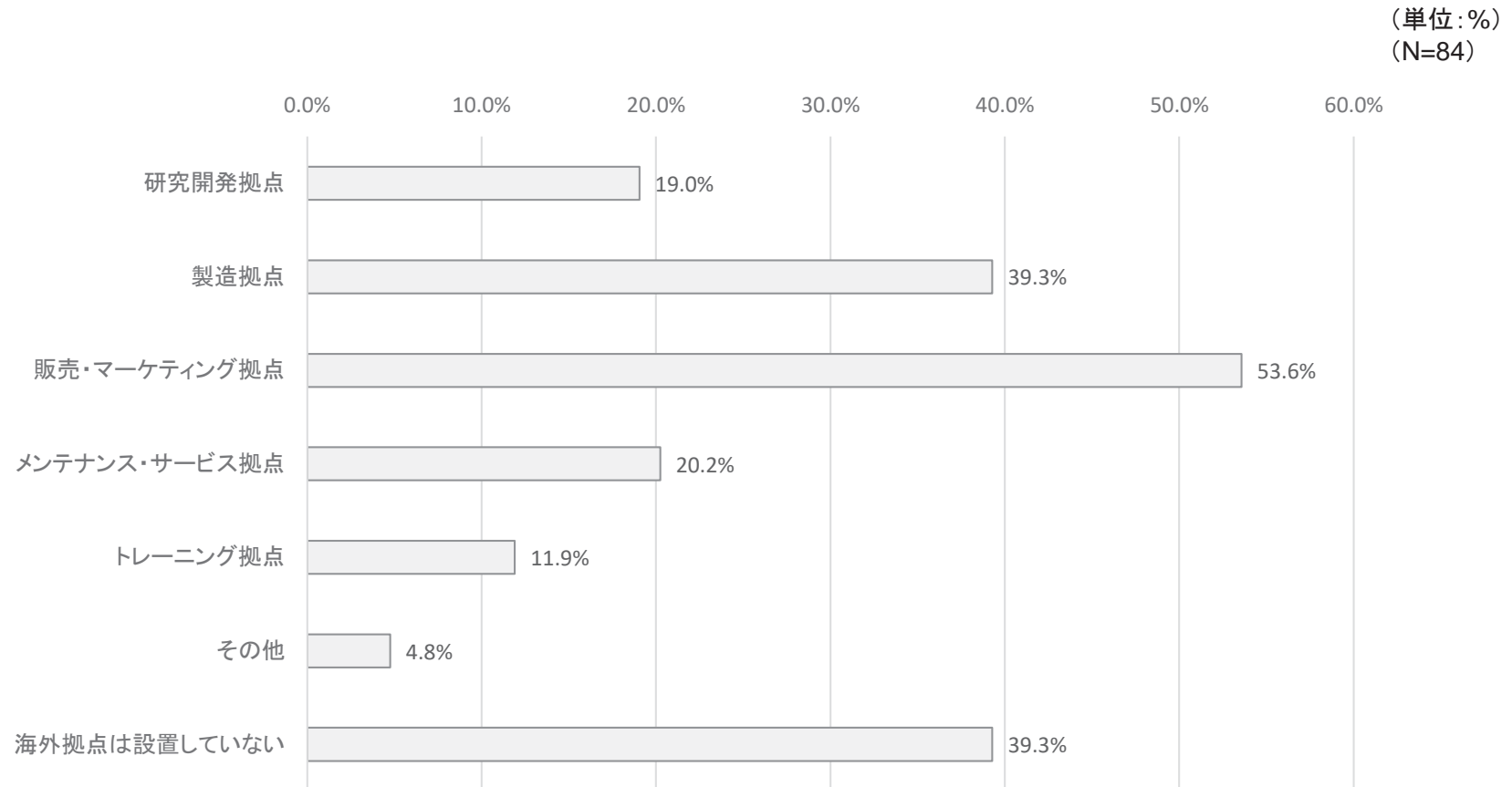


## 5. その他の単純集計結果

### Q9: どのような医療機器・福祉用具等に関連する海外拠点を設置・運営しているか(これまで)

- 販売・マーケティング拠点が最も多い。海外拠点を一切設置していないプレイヤーも約4割いる。

これまでに設置・運営してきた、医療機器・福祉用具に関連する海外拠点

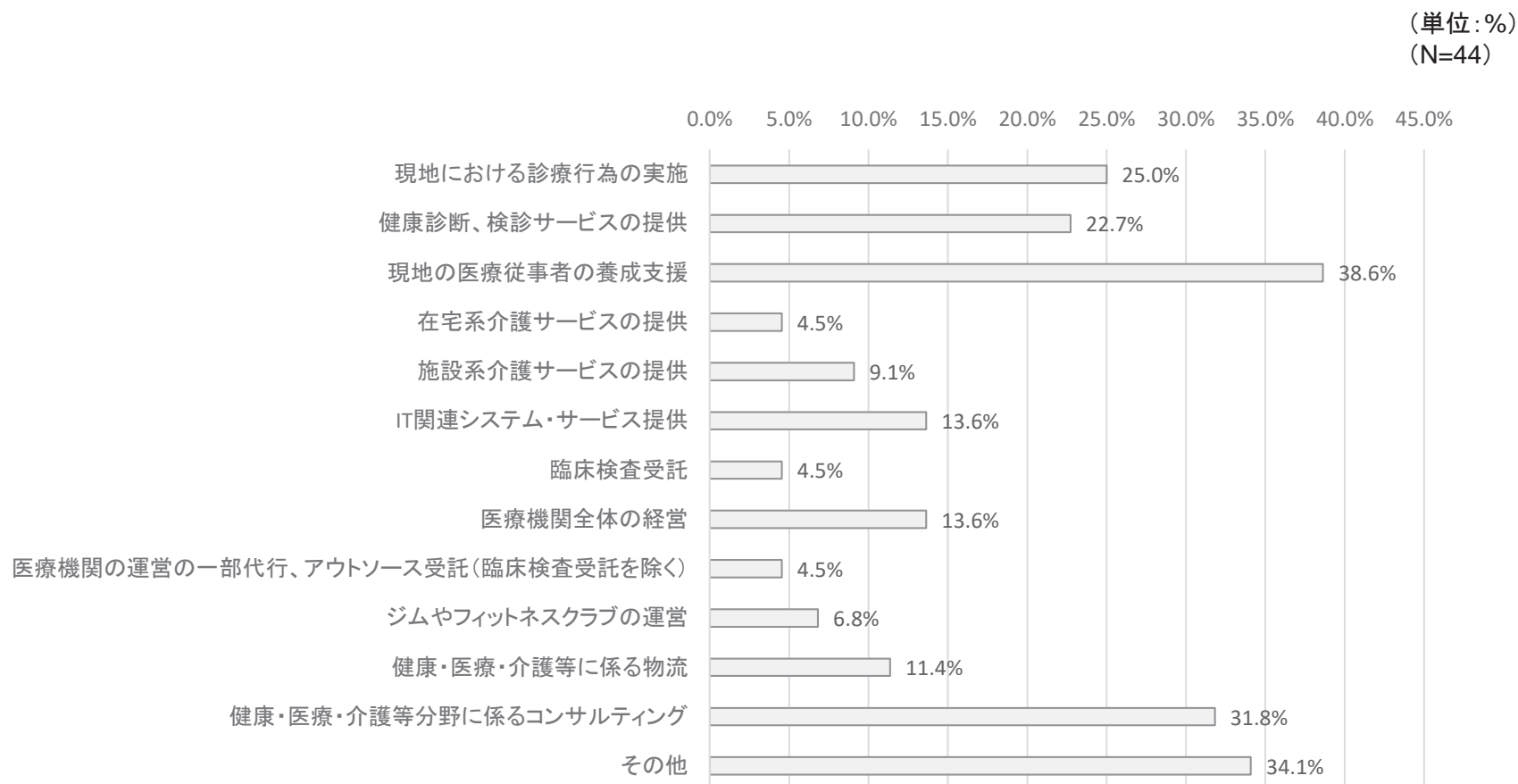


## 5. その他の単純集計結果

### Q10: 海外においてどのような健康・医療・介護関連サービスを提供しているか(これまで)

- 現地の医療従事者の養成支援が最も多く、次いで関連コンサルティング、現地における診療行為となっている。

これまでに海外に提供してきた健康・医療・介護関連サービス

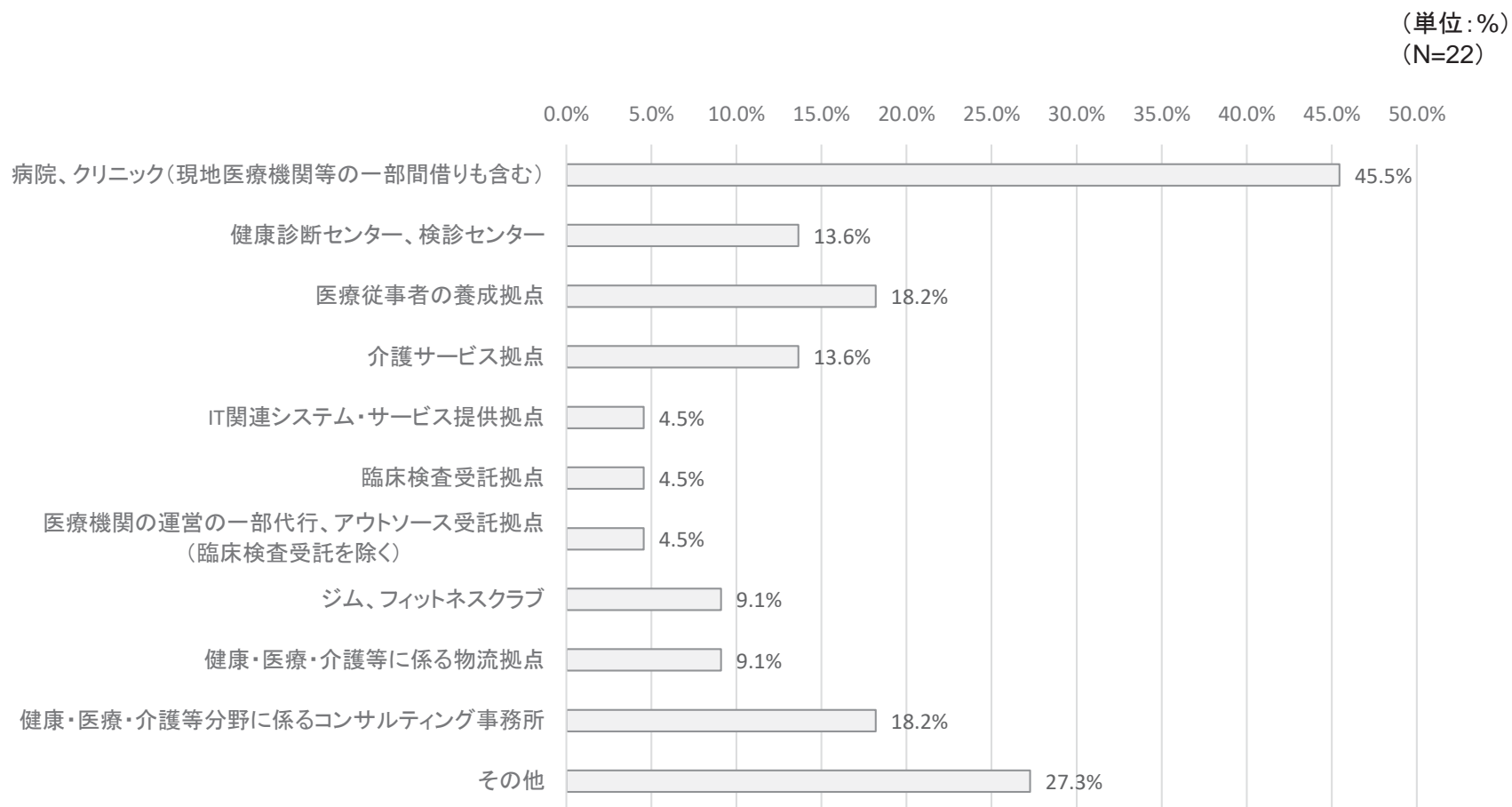


## 5. その他の単純集計結果

### Q11:どのような健康・医療・介護関連サービスの拠点を運営しているか(これまで)

- 病院、クリニックの設置が最も多い。(ただし、N数が少ないことに要注意。)

これまでに運営してきた健康・医療・介護関連サービスに関する海外拠点



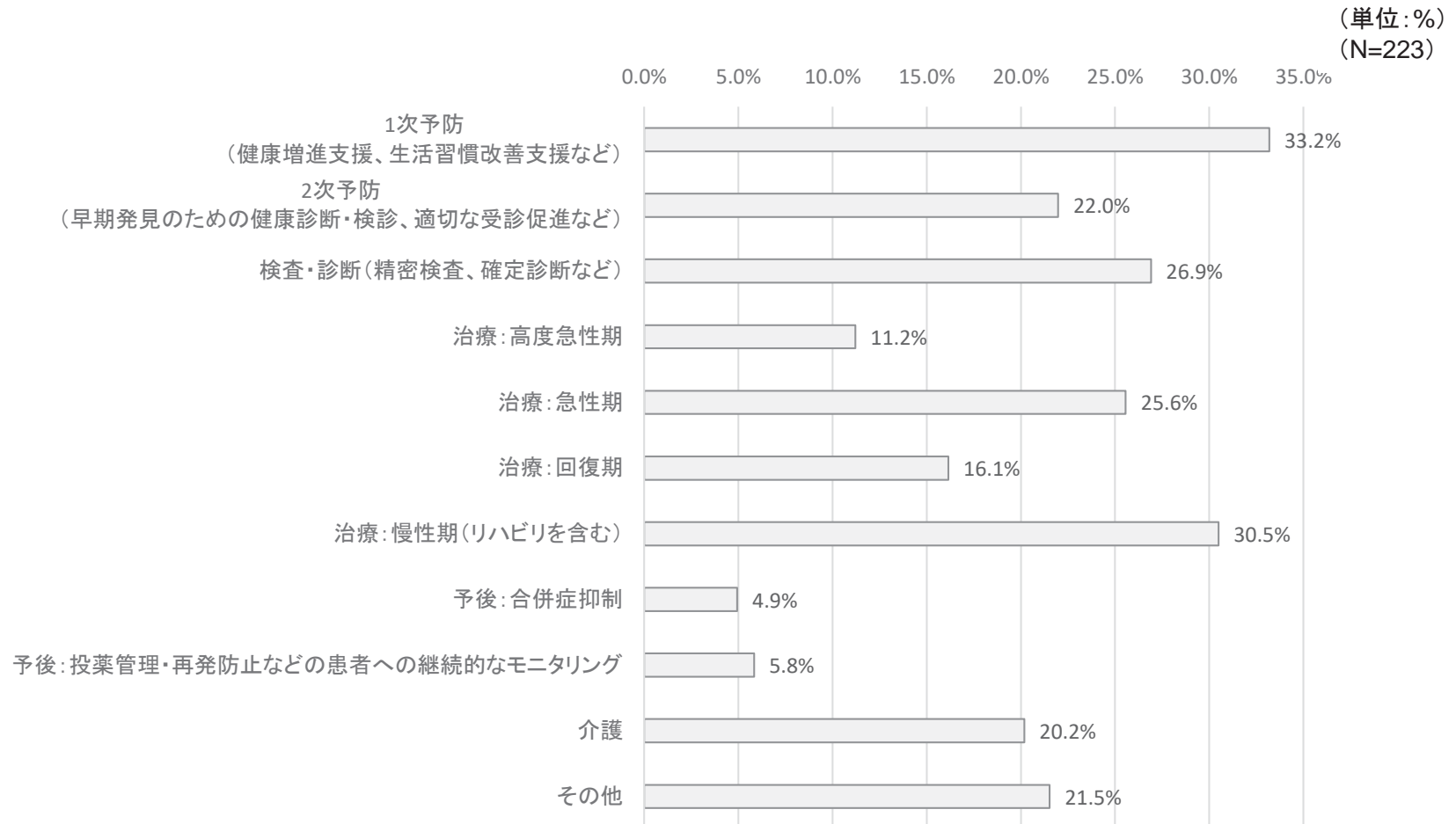


## 5. その他の単純集計結果

# Q12: ヘルスケアに係るどのようなフェーズについて、主に海外展開しているか(これまで)

- 1次予防、治療・慢性期、検査・診断の順に多くなっている。

これまでに主に海外展開しているヘルスケアに係るフェーズ

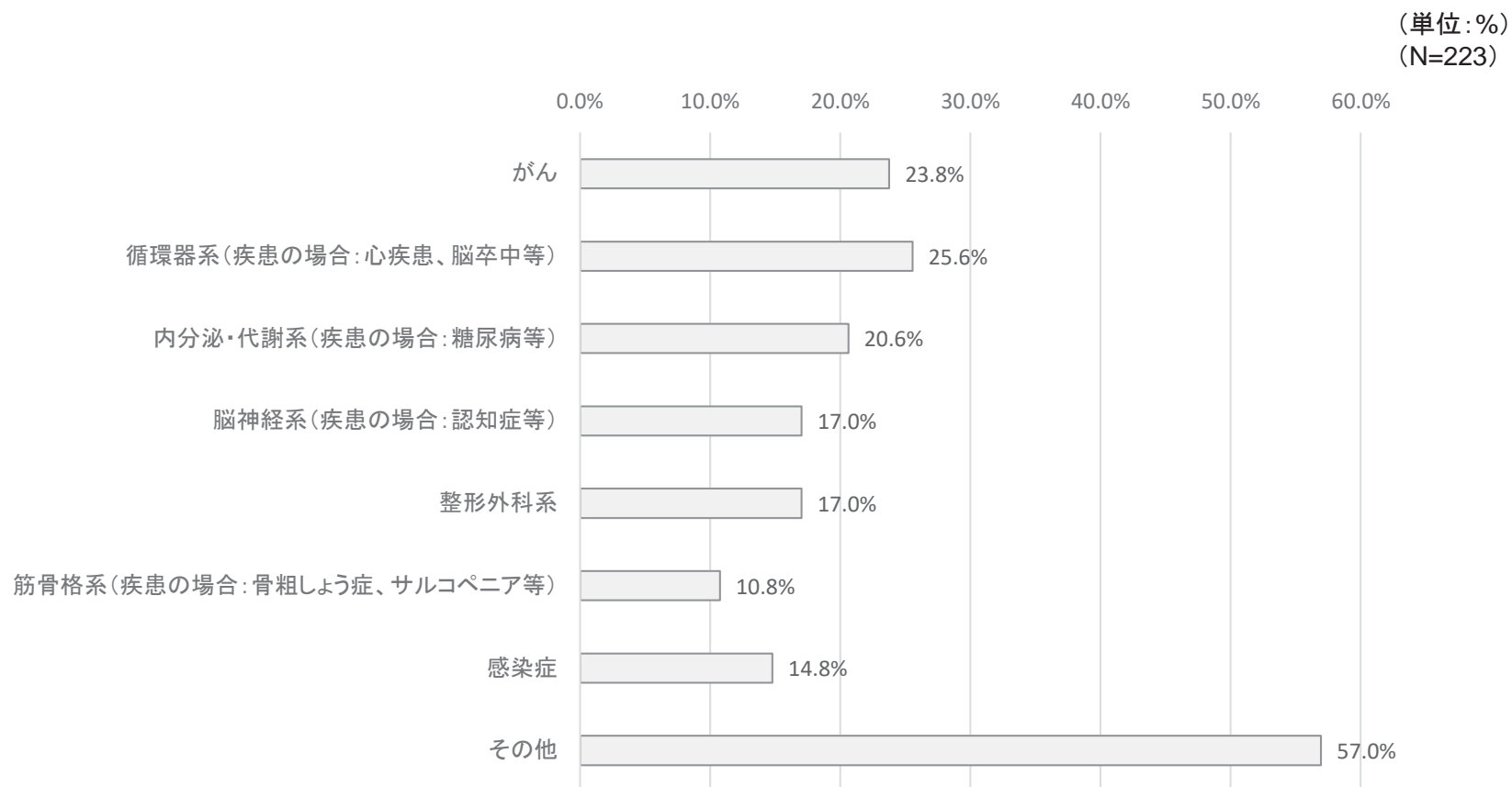


## 5. その他の単純集計結果

### Q13: 主にどのような領域について海外展開しているか(これまで)

■「その他」が最も多くなっているが、選択肢の中では循環器系が最多となっている。

主に海外展開している疾患等の領域

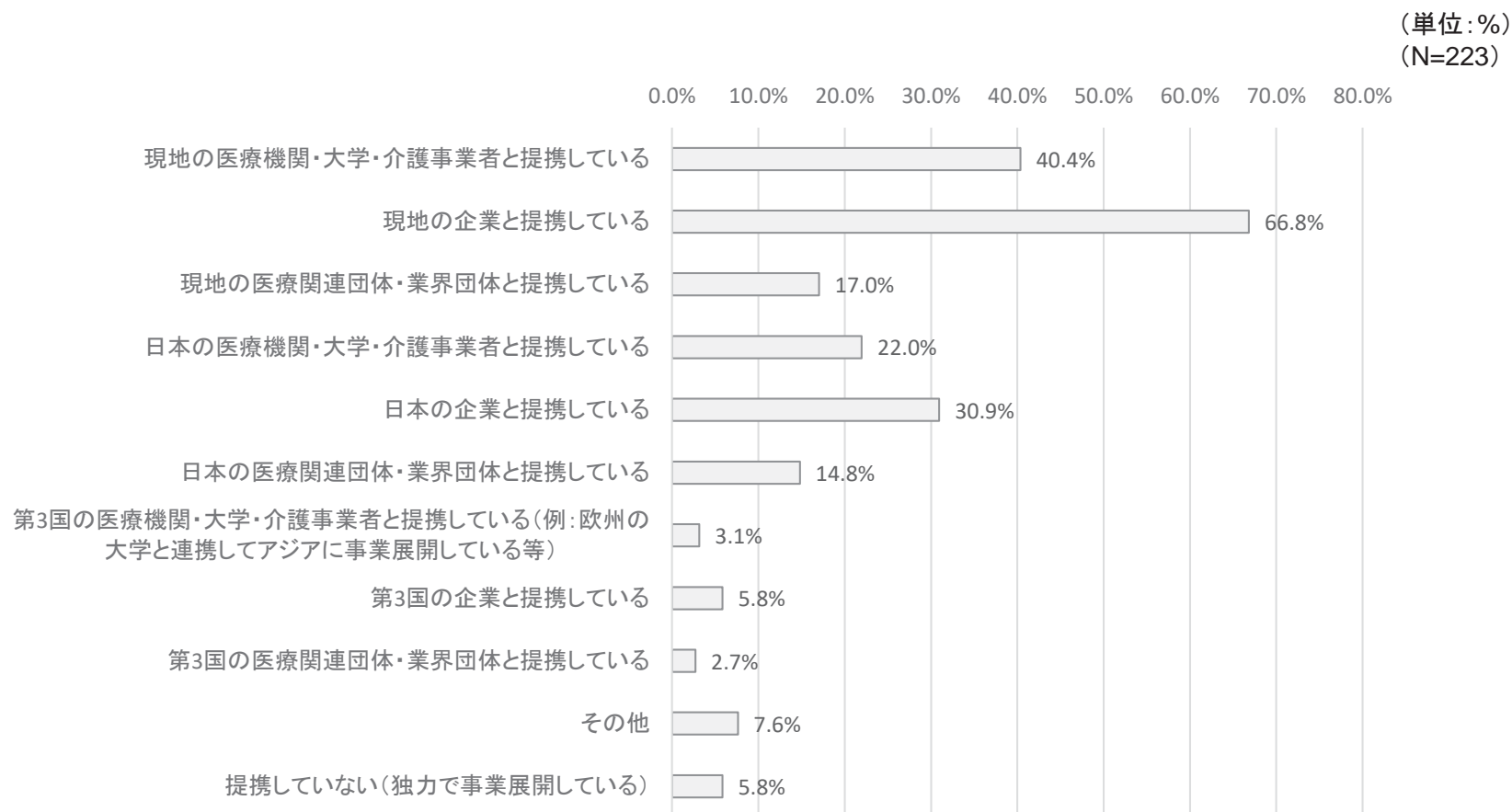


## 5. その他の単純集計結果

### Q14: 海外展開にあたって、信頼できる提携先(企業・医療機関等)はあるか(これまで)

- 現地企業や現地医療機関・大学・介護事業者と提携しているとの回答が多い。独力で展開しているケースは稀である。

これまでの海外展開における、信頼できる提携先の有無



注) 資本提携、業務提携、MOU、MOC、紳士協定等の提携形態にかかわらず、信頼できるパートナーがいるかどうか、という観点からの回答。  
出所) 経済産業省「ヘルスケア分野の国際展開に関するアンケート」(2019年11~12月実施)

## 5. その他の単純集計結果

### Q16: 海外展開における困難・課題(現在まで)

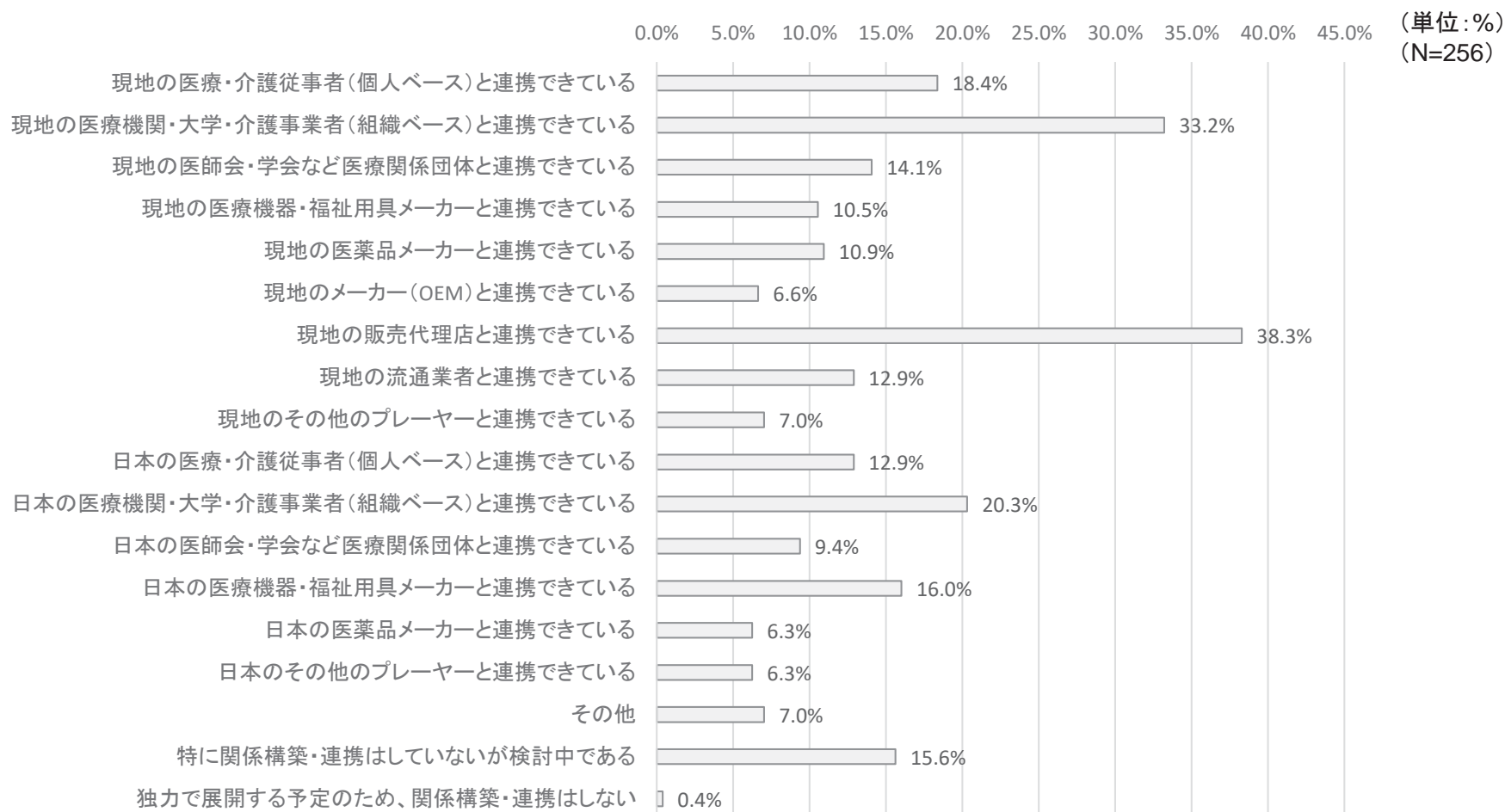
- 日本と法規制・規格が異なる
  - 医薬品や健康食品の法的な区分や規制が国毎に異なっており、国によっては販売できないことがある。また販売するために必要な認証を得る必要もある。そのため、それへの対応に多大なコストと時間がかかる。
  - 新規分野の製品(超音波顕微鏡)の製品展開をする際に必要な現地の法規制等への適合が難しい。
- 許認可などの手続きに時間を有する
  - 各国での規格把握・準拠・申請・許認可取得の一連に時間とコストがかかっている。
  - 医薬品・医療機器に関する販売のための許認可の取得に時間がかかった。
- 情報収集が困難
  - 各国(特にアフリカ諸国)の医薬品、医療機器の貿易規制や薬事規制の情報が少ない。
  - 現地における体外診断薬の政府登録における基準・要件がなかなか明確にわからず、パートナー企業と手探りで進むしかなかった事。
- 介護という概念が異なる／存在しない
  - 多くの国で介護という概念がない。
  - 現地において、日本の介護に対する知識がない。
- 日本製品の規格(サイズ・価格)をローカライズする必要がある
  - 日本製品と海外製品(中国メーカー)との価格差や製品のサイズ感の違いがあり、海外専用商品を揃えないと販売数量が伸びない。
  - 中東や北米、欧州など、身体が大きい地域へのサイズ展開。型費などのコストがかかる。
- 製品がコピーされる
  - 特許の無い製品は簡単にコピーされてしまう。
  - アジアでは知的財産を守れるかも課題。
- 現地パートナーとのコミュニケーションが円滑に進まない
  - 通訳を介した場合、どうしても細かい意図が伝わらず、言葉の断片や口調・トーン等から感じられる相手の受け取り状態が上手く把握できない。
  - 英語力が乏しい為、コミュニケーションが円滑に取れないこと。
- 現地で任せられるパートナー・人材が見つからない
  - 製品サービスについては、中国、インドネシア含めて提供させて頂いているが、現地法人を管理するマネジメント人材が不足している。
  - 業務を運営する現地国民のITリテラシーの高低により、運用後のサポート負荷が大きく左右されることが存在していた。
- 価格競争が激しい
  - 日本で製造している為、販売価格の面でどうしても、中国勢にかなわない。
  - 日本品の輸出では先進国では通用するものの、新興国での価格の壁に直面している。

## 5. その他の単純集計結果

### Q21:海外展開にあたって、信頼できる提携先(企業・医療機関等)はあるか(今後の意向・予定)

- 現地の医療機関・大学・介護事業者(組織ベース)や現地代理店が多い。次いで、日本の医療機関等も多くなっている。

今後の海外展開における、信頼できる提携先の有無



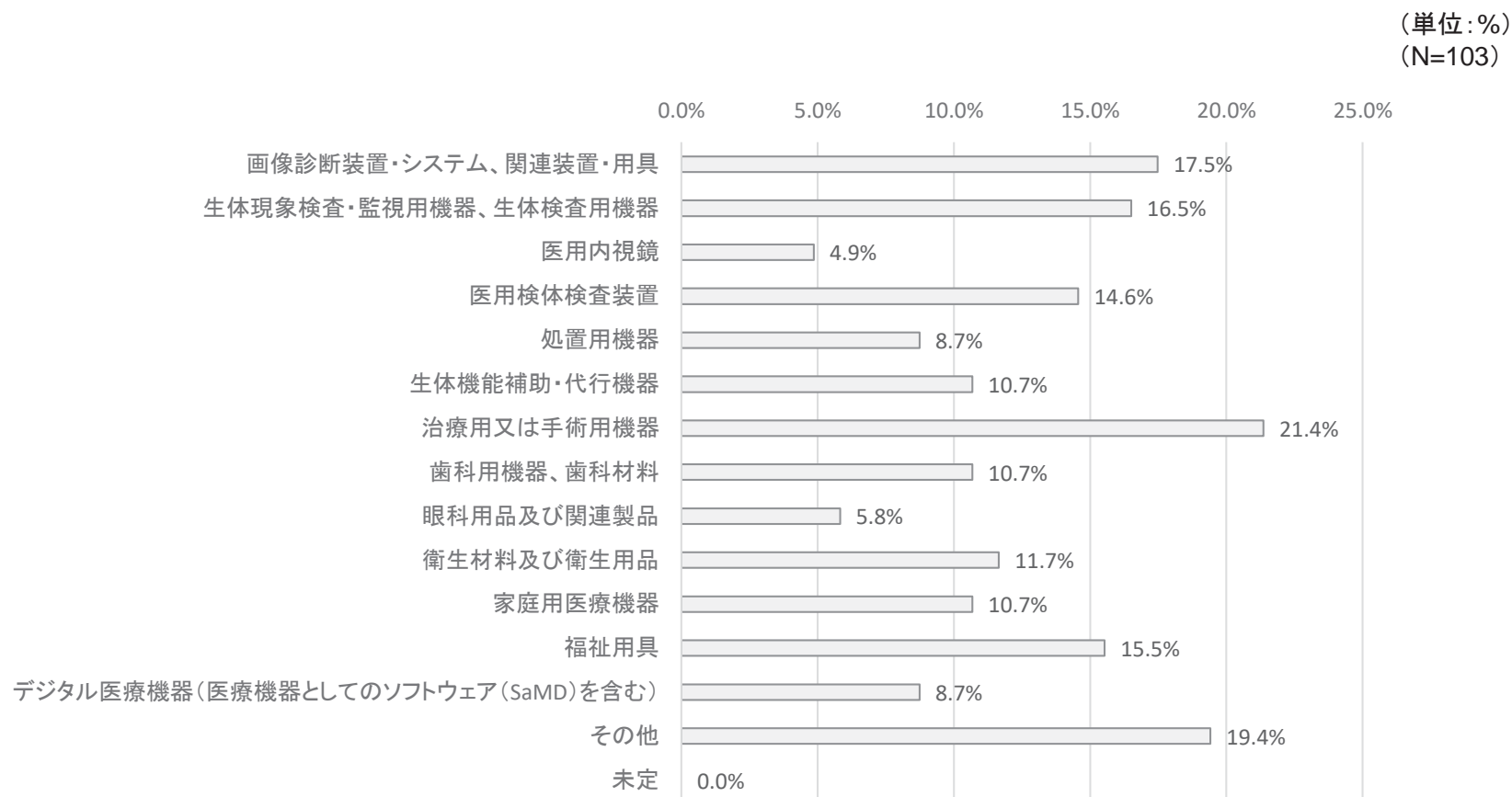
注)資本提携、業務提携、MOU、MOC、紳士協定等の提携形態にかかわらず、信頼できるパートナーがいるかどうか、という観点からの回答。  
出所)経済産業省「ヘルスケア分野の国際展開に関するアンケート」(2019年11~12月実施)

## 5. その他の単純集計結果

### Q23: どのような医療機器・福祉用具等の海外展開を検討しているか(今後の意向・予定)

- 医療機器としては、治療用又は手術用機器、画像診断装置・システム、関連装置・用具が多くなっている。

今後の海外展開を予定・検討している医療機器・福祉用具

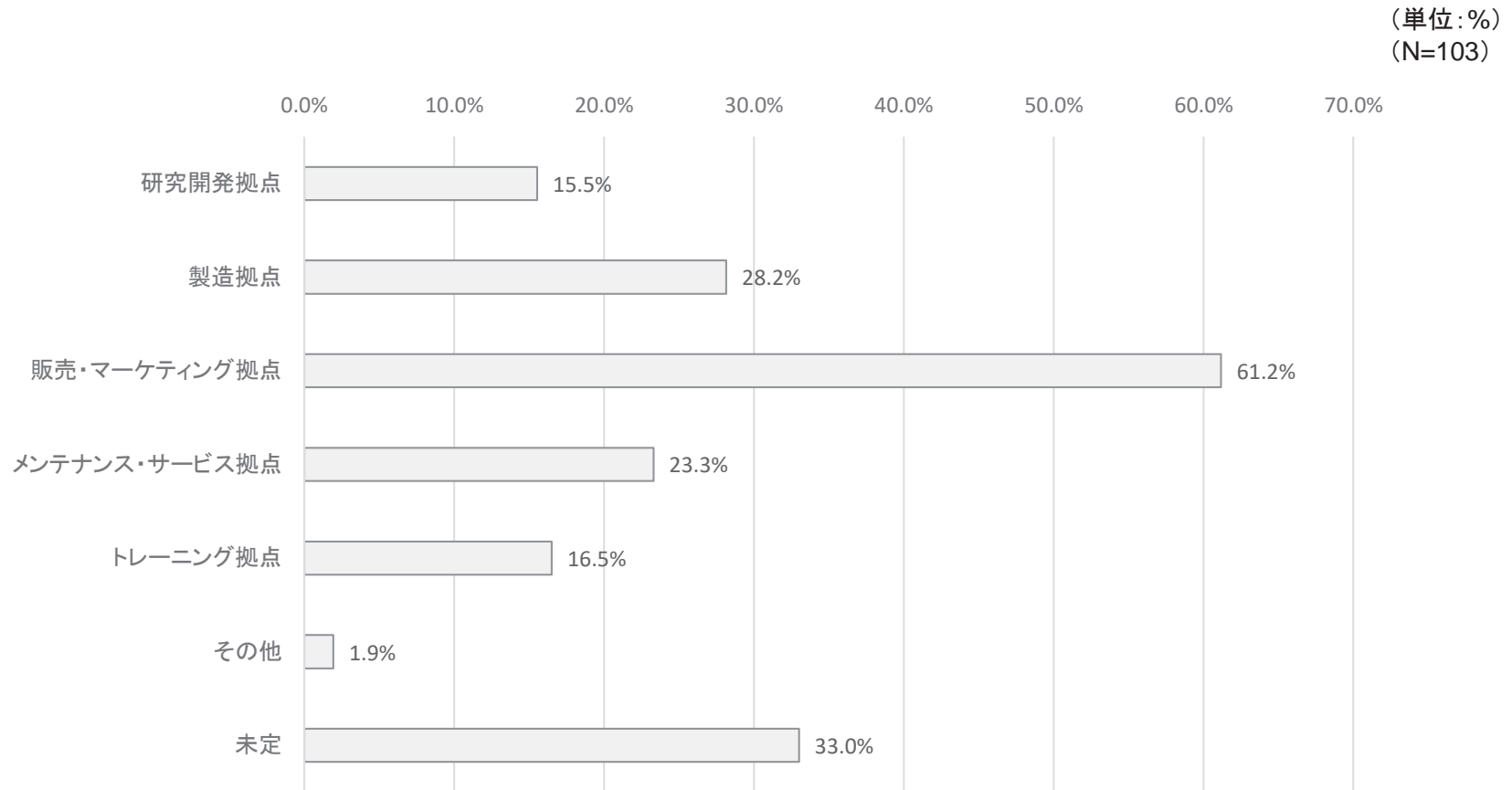


## 5. その他の単純集計結果

### Q24: どのような医療機器・福祉用具等に関連する海外拠点の設置を検討しているか(今後)

- 販売・マーケティング拠点が最も多い。約1/3は未定としている。

今後の設置・運営を検討・予定している、医療機器・福祉用具に関連する海外拠点

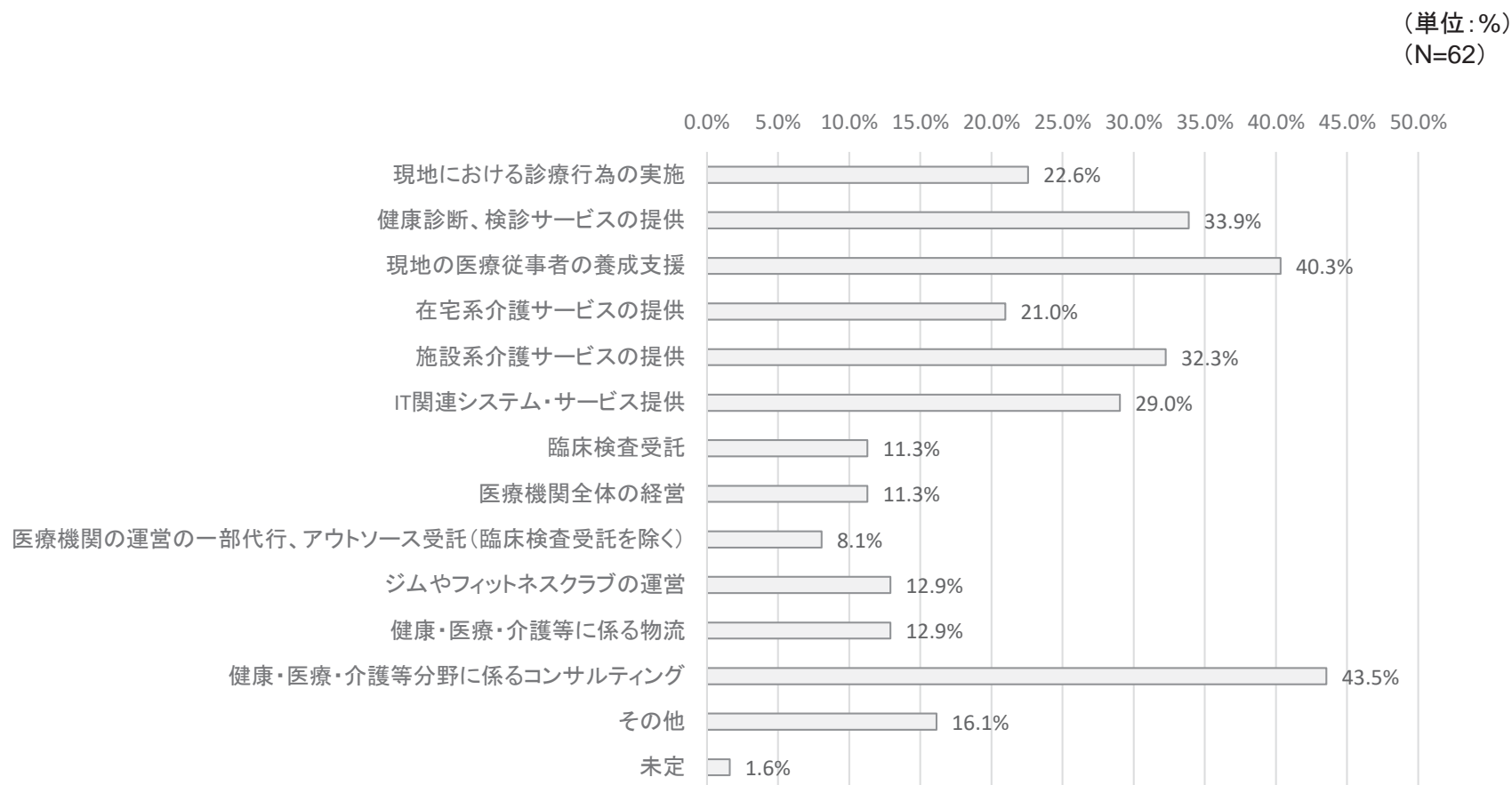


## 5. その他の単純集計結果

### Q25: 海外においてどのような医療・介護・ヘルスケア関連サービスの提供を検討しているか(今後)

- 関連コンサルティングが最も多く、次いで現地の医療従事者の養成支援、健康診断・検診サービスとなっている。

#### 今後の海外展開を検討・予定している健康・医療・介護関連サービス



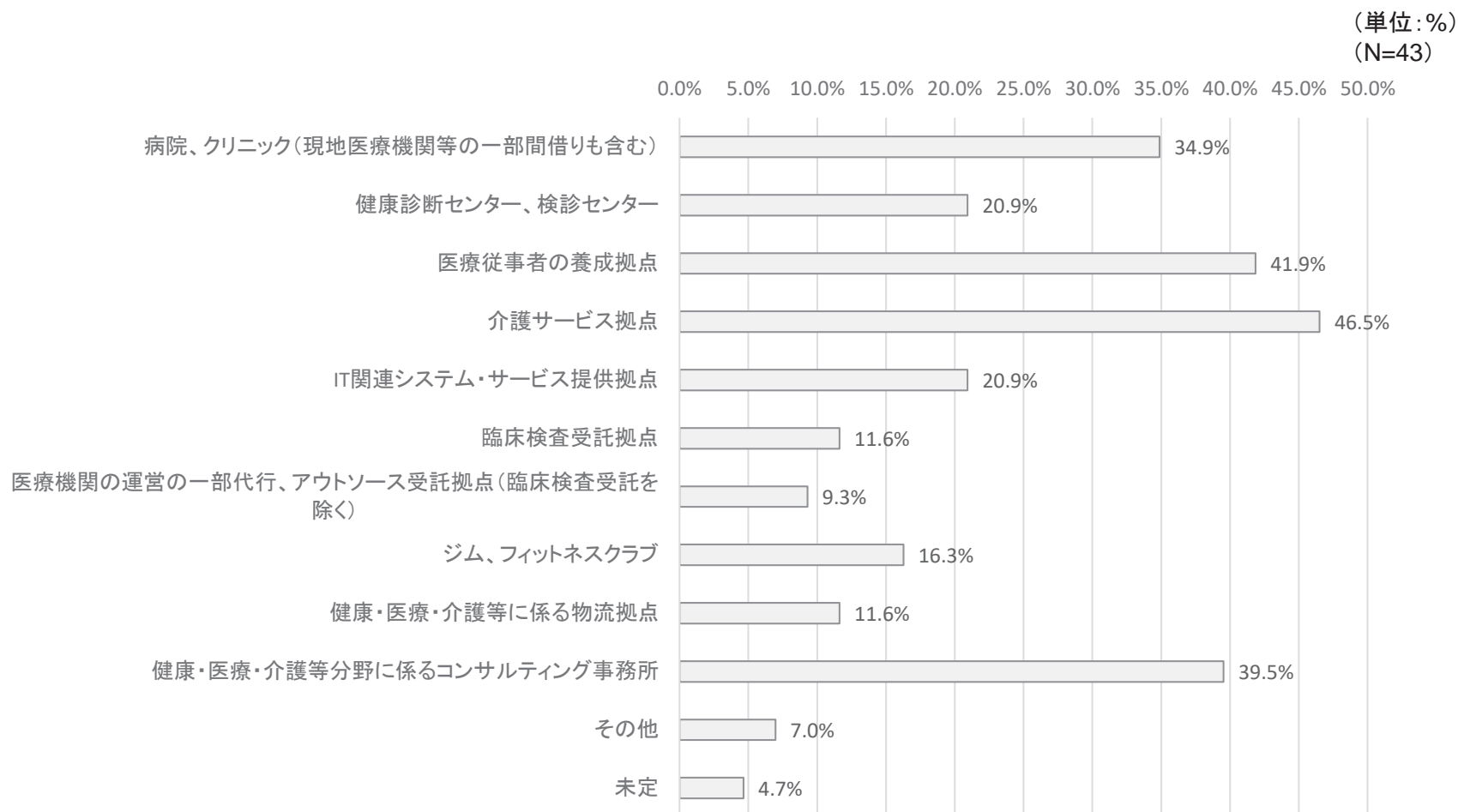


## 5. その他の単純集計結果

### Q26: どのような健康・医療・介護関連サービスの拠点の設置を検討しているか(今後)

- 介護サービス拠点、医療従事者の養成拠点、関連コンサルティング事務所が多い。

今後の設置・運営を検討している、健康・医療・介護関連サービスに関する海外拠点



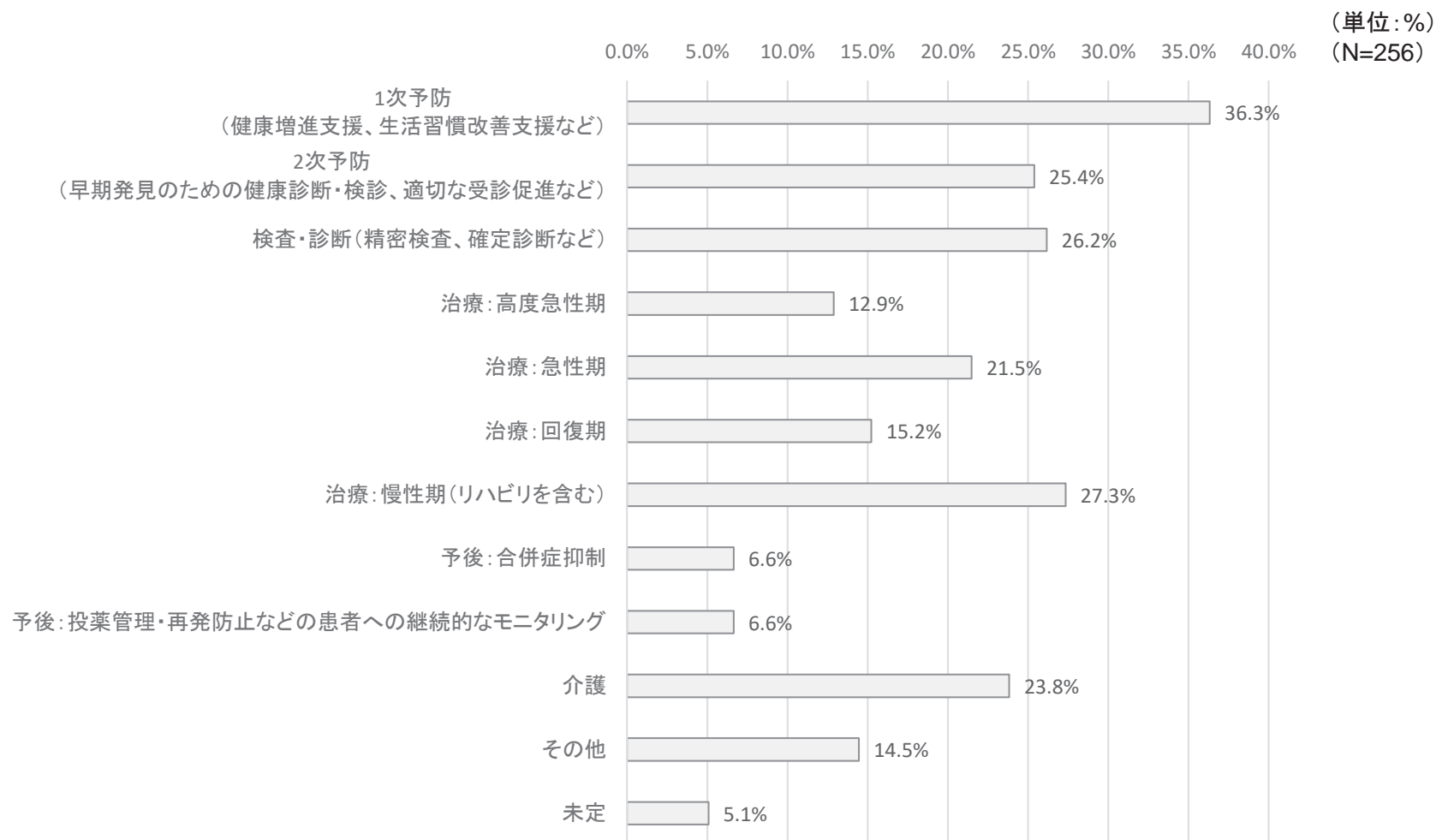
出所) 経済産業省「ヘルスケア分野の国際展開に関するアンケート」(2019年11~12月実施)

## 5. その他の単純集計結果

### Q27:ヘルスケアに係るどのようなフェーズについて、海外展開を検討しているか(今後)

- 1次予防が最も多い。次いで、2次予防、検査・診断、治療・慢性期(リハビリ含む)、介護も多くなっている。

今後の海外展開を検討しているヘルスケアに係るフェーズ



出所)経済産業省「ヘルスケア分野の国際展開に関するアンケート」(2019年11~12月実施)

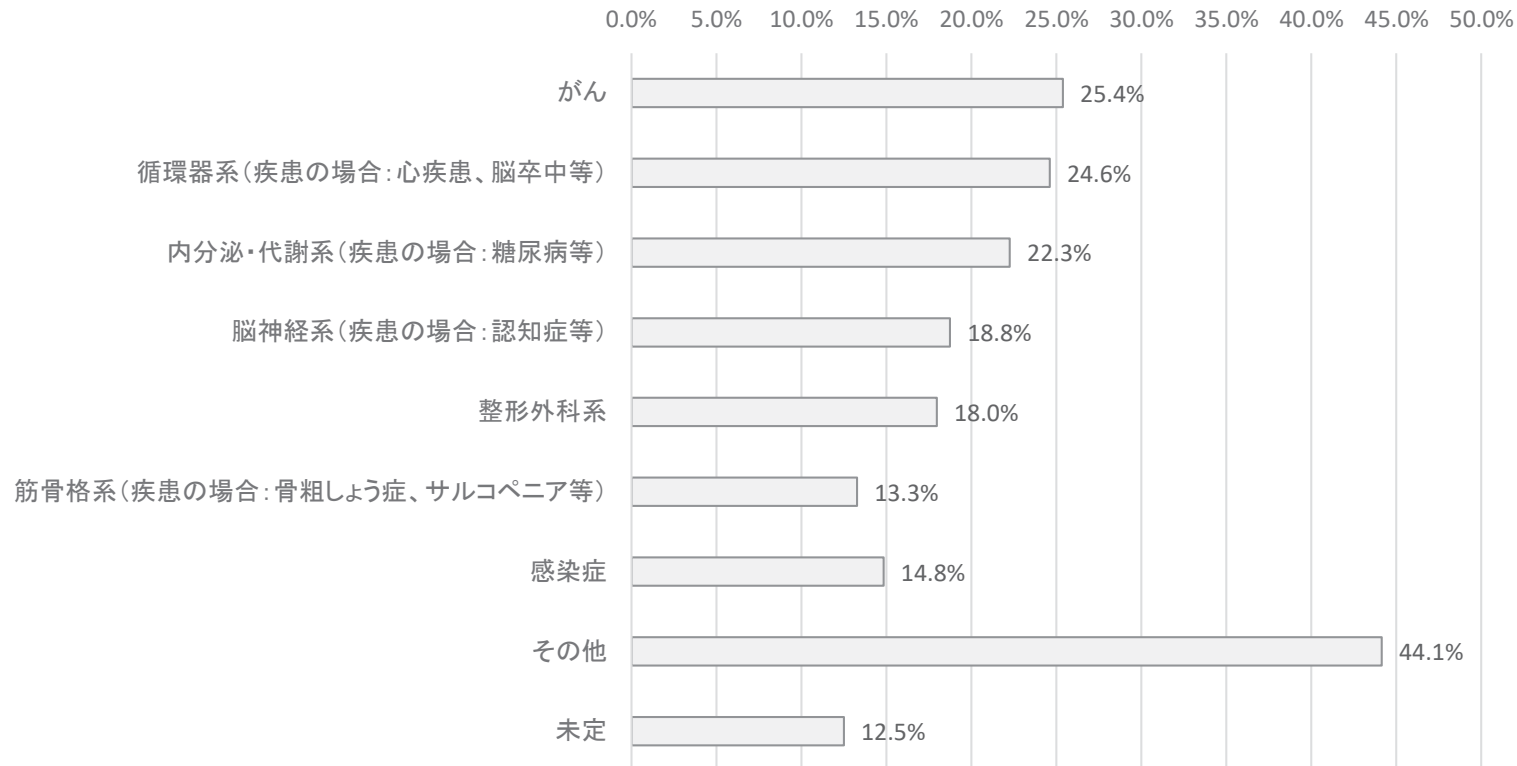
## 5. その他の単純集計結果

### Q28:主にどのような領域についての海外展開を検討しているか(今後)

- 「その他」が最も多くなっているが、選択肢の中では「がん」が最多となっている。

今後の海外展開を検討している疾患等の領域

(単位:%)  
(N=256)



# アンケート質問項目

---

# アンケート質問項目

## 項目(1/3)

---

### 【1. 基本項目について】

- 問1: 本アンケートのご回答者についてご記入ください。【FA】
- 問2: どの機関等から紹介・依頼されて本アンケートに回答されていますか。【MA】
- 問3: 貴法人に該当するものをお知らせください。【SA】
- 問4: 貴法人の規模をご回答ください。

### 【2. これまで展開してきた分野・エリア等について】

- 問5: ヘルスケア分野(健康・医療・介護等)における海外展開の経験はありますか。【MA】
- 問6: 主にどのような国・地域へ展開していますか。また、その中で最も注力している国・地域はどこですか。【MA: 主な展開先を最大5ヶ国・地域まで。最注力先は1ヶ国・地域のみ】
- 問7: 特に注力している展開国・地域について、注力する狙い・背景をご回答ください。【FA】
- 問8: (SQ4-1) どのような医療機器・福祉用具等を展開していますか。【MA】
- 問9: (SQ4-2) どのような医療機器・福祉用具等に関連する拠点を設置・運営していますか。【MA】
- 問10: (SQ4-3) どのような健康・医療・介護関連サービスを提供していますか。【MA】
- 問11: (SQ4-4) どのような健康・医療・介護関連サービスの拠点を運営していますか。【MA】
- 問12: ヘルスケアに係るどのようなフェーズについて、主に展開していますか。【MA】
- 問13: 主にどのような領域について展開していますか。【MA】
- 問14: 海外展開にあたって、信頼できる提携先(企業・医療機関等)はありますか。【MA】
- 問15: 具体的な事業や診療等の内容について簡単にご回答ください。(具体的な機器・製品・サービス、対象とする患者・消費者の属性・疾患、診療科など)【FA】
- 問16: これまでの海外展開において、課題や障害となったことについて、主なものを簡単にご回答ください。【FA】
- 問17: 前問でご回答いただいた課題や障害を、どのように乗り越えましたか。主なものを簡単にご回答ください。【FA】

注) SAは単一選択のみ、MAは複数選択可の選択方式の質問を示す。FAは自由記述式の質問を示す。  
出所) 経済産業省「ヘルスケア分野の国際展開に関するアンケート」(2019年11~12月実施)

## アンケート質問項目

### 項目(2/3)

#### 【3. 今後の展開を検討している分野・エリア等について】

- 問18: 今後、ヘルスケア分野(健康・医療・介護等)における海外展開を検討していますか。【SA】
- 問19: 今後、主にどのような国・地域への展開を検討していますか。また、その中で最も重視している国・地域はどこですか。【MA: 主な展開先を最大5ヶ国・地域まで。最重視先は1ヶ国・地域のみ】
- 問20: 今後、最も重視する予定の展開国・地域について、重視する狙い・背景をご回答ください。【FA】
- 問21: 海外展開に向けて、どのようなプレーヤーとの関係構築・連携ができていますか。【MA】
- 問22: どのような海外展開を検討していますか。【MA】
- 問23: (SQ21-1) どのような医療機器・福祉用具等を検討していますか。【MA】
- 問24: (SQ21-2) どのような医療機器・福祉用具等に関連する拠点の設置を検討していますか。【MA】
- 問25: (SQ21-3) どのような医療・介護・ヘルスケア関連サービスの提供を検討していますか。【MA】
- 問26: (SQ21-4) どのような健康・医療・介護関連サービスの拠点の設置を検討していますか。【MA】
- 問27: ヘルスケアに係るどのようなフェーズについて、展開を検討していますか。【MA】
- 問28: 主にどのような領域についての展開を検討していますか。【MA】
- 問29: 今後、海外展開をさらに推進するためにどのような体制整備をする予定ですか。(事業計画の詳細化、現地医師会・学会との連携、現地市場等の詳細調査、自組織の人材育成、国内/海外とのパートナーリング、現地拠点への投資等)【FA】
- 問30: 具体的な海外展開の構想についてご回答ください。(具体的な機器・製品・サービス、対象とする患者・消費者の属性・疾患、診療科など)【FA】

#### 【4. これまでの経済産業省の施策へのフィードバック】

- 問31: 経済産業省のアウトバウンドに関するこれまでの委託事業・補助事業についてご存知でしたか。【SA】
- 問32: (SQ30-1) 経済産業省のアウトバウンドに関する委託事業・補助事業を活用したご感想をご回答ください。【FA】
- 問33: (SQ30-3) 経済産業省のアウトバウンドに関する事業について、どのような周知がされると良いと思いますか。【FA】

注) SAは単一選択のみ、MAは複数選択可の選択方式の質問を示す。FAは自由記述式の質問を示す。  
出所) 経済産業省「ヘルスケア分野の国際展開に関するアンケート」(2019年11~12月実施)

## アンケート質問項目 項目(3/3)

---

### 【5. 今後、政府・経済産業省がとるべき施策の方向性について】

- 問34: 今後、ヘルスケア分野(健康・医療・介護等)において、民間主導で持続的に海外展開を推進するにあたり、政府はどのような領域に注力すべきかご回答ください。【MA】
- 問35: (SQ30-2) 経済産業省のアウトバウンドに関する補助事業をどのように改善すべきか、理由とともにご回答ください。【FA】
- 問36: その他の政府の国際展開に係る予算事業について、活用及び検討したものがあある場合、どのように改善すべきか、理由とともにご回答ください。【FA】
- 問37: ヘルスケア分野(健康・医療・介護等)における日本貿易振興機構(JETRO)のアウトバウンド支援について、どのように改善すべきか、理由とともにご回答ください。【FA】
- 問38: ヘルスケア分野(健康・医療・介護等)におけるMedical Excellence JAPAN(MEJ)のアウトバウンド支援について、どのように改善すべきか、理由とともにご回答ください。【FA】
- 問39: その他、政府への期待・要望をご回答ください。【FA】
- 問40: 今後、本アンケートの回答をもとに、施策の方向性を検討し、来年1月以降、検討会を開催する予定です。本検討会への参加をご希望されますか。【SA】

注) SAは単一選択のみ、MAは複数選択可の選択方式の質問を示す。FAは自由記述式の質問を示す。  
出所) 経済産業省「ヘルスケア分野の国際展開に関するアンケート」(2019年11～12月実施)

**NRI**

未来創発

**Dream up the future.**