

MEJが進める医療インバウンド

渋谷 健司

2024年11月22日

Disclaimer: all views expressed here are solely my own and do not represent the opinions of any entity which I have been, am now or will be affiliated with.

TAKE BACK CONTROL 医療産業を取り戻す

保険診療

医療価値 △～○

患者価値 △～○

収益 X

直美(ちよくび)

医療価値 X

患者価値 ◎

収益 ◎

シン・自由診療

医療価値 ◎

患者価値 ◎

収益 ◎

選択肢を増やす

MEJの基本的考え方

- 従来のグローバルヘルス戦略に欠けているもの：経済安全保障戦略と医療産業振興
- MEJのスローガン：「医療産業を取り戻す」
- MEJの戦略：医療アウトバウンドとインバウンドの一体的活用

MExx構想：民間主導による事業化推進で医療の国際展開を加速

ASEAN諸国

MEJ: 医療の国際展開を推進する官民連携プラットフォーム

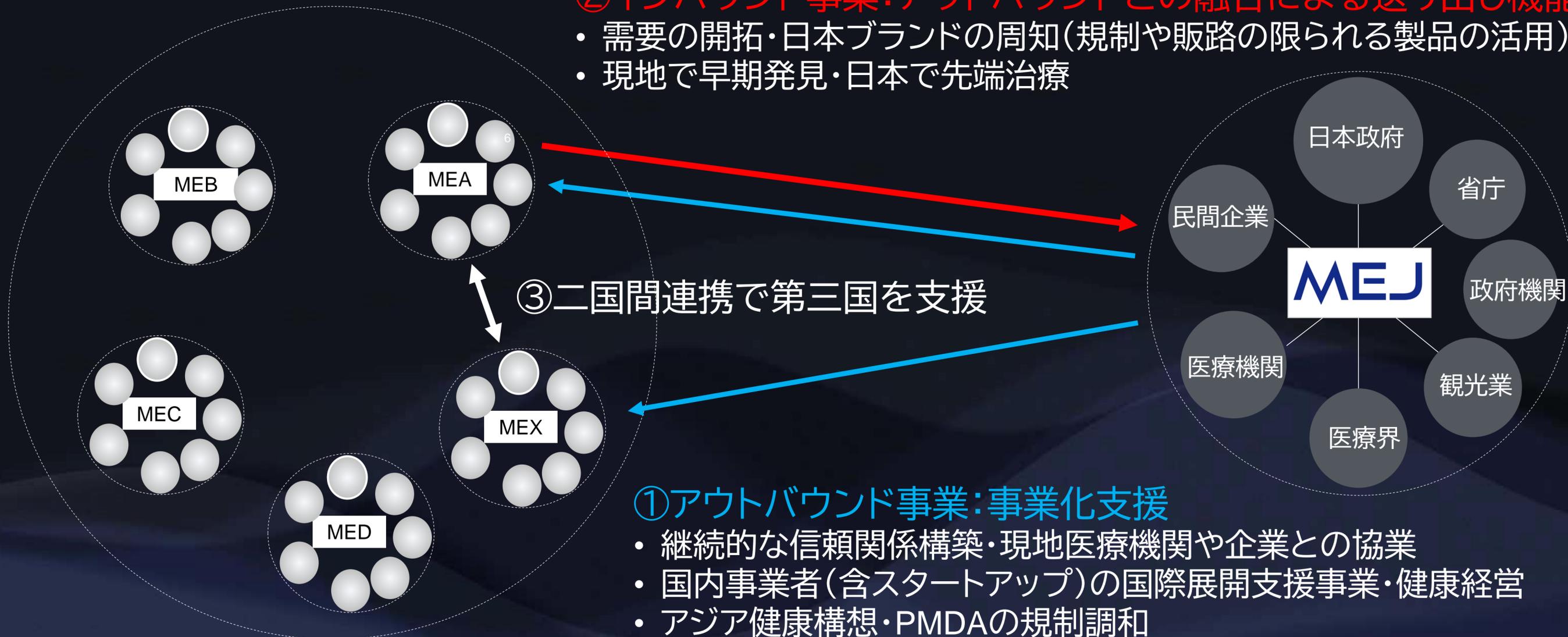
②インバウンド事業: アウトバウンドとの融合による送り出し機能の強化

- ・ 需要の開拓・日本ブランドの周知(規制や販路の限られる製品の活用)
- ・ 現地で早期発見・日本で先端治療

③二国間連携で第三国を支援

①アウトバウンド事業: 事業化支援

- ・ 継続的な信頼関係構築・現地医療機関や企業との協業
- ・ 国内事業者(含スタートアップ)の国際展開支援事業・健康経営
- ・ アジア健康構想・PMDAの規制調和
- ・ 外交ルートを活用(各国大使館)・JICA案件との連携等



医療アウトバウンドの事例：ハノイ医科大学病院がん検診センター

1. ベトナム政府によるがん検診事業推進の方針。
2. 今までのODAスキームからの脱却：
 - ベトナム医科大学病院が土地・建物・設立コスト(機器購入・医療スタッフ等)や管理を負担。日本から先進的な医療機器をハノイ医科大学が購入し、日本製品のショーケースとなるセンターの設立を目指す。
 - 日本側は人材トレーニングと機器メンテナンスを提供。
 - 日越相互で患者紹介機能の強化や医療交流を推進(インバウンドに貢献)。
3. MEJが主導してハノイ医科大学病院と協力覚書締結、日本企業がアライアンスを組み、医療機器システムをパッケージ化して提案。将来的にはハノイ以外の地域への横展開を視野に入れている。

プロジェクト番号	プロジェクト参画可能性のある会員企業(案)	会員/非会員	主要製品・サービス
1	オリンパス	会員	内視鏡、AI診断
2	フジフィルム	会員	X線、超音波、内視鏡、AI診断
3	コニカミノルタ	会員	X線、超音波、AI診断
4	キャノン	会員	CT/MRI
5	シスメックス	会員	臨床検査
6	PHC	会員	検査関連機器
7	システムビット	会員	健診システム
8	エクセルクリエイツ	会員	画像管理・院内連携システム
9	Viewsend	会員	画像管理、遠隔画像診断
10	NEC	会員	医療Dx関連
11	北原病院	会員	トータルライフサポート
12	メディヴァ	会員	病院経営
13	エルピクセル	非会員	AI画像診断
14	メドメイン	非会員	遠隔病理診断
15	栄研化学	非会員	便潜血



*上記企業リストはプロジェクトの参画の可能性を示すものであり参画が確定したものではない。

盛り上がりを見せる医療インバウンド

経済財政運営と改革の基本方針 2024 ～賃上げと投資がけん引する成長型経済の実現～

令和6年6月21日

アジア諸国を始めとするインド太平洋地域における健康格差の是正や海外活力の取り込みを通じた我が国の医療・介護産業の成長の観点から、国際保健に戦略的に取り組む。WHOや世界銀行等の協力を得て人材育成・知見収集を行う世界的な拠点「UHCナレッジハブ」の日本への設置、ERIAと連携した外国医療人材の育成、医療インバウンドを含む医療・介護の国際展開、ワクチンアライアンス及びストップ結核パートナーシップ⁷⁴への貢献、気候変動に強靱かつ低炭素で持続可能な保健医療システムの構築を目指した気候変動と健康に関する変革的行動のためのアライアンス（ATACH⁷⁵）の取組の促進、インパクト投資を始めとする民間資金の呼び込み等を進める。

出典：骨太の方針 22ページ； <https://www.nikkei.com/article/DGXZQOUA2737H0X20C24A6000000/>

医療インバウンド促進 厚労省が国際戦略推進本部

インバウンド [+ フォローする](#)

2024年6月27日 14:14

[保存](#)



武見厚労相が本部長を務める（27日）

厚生労働省は27日、医療や介護分野での国際戦略を検討する「国際戦略推進本部」を設置し、初会議を開いた。医療機関への受診を目的とするインバウンド（訪日外国人）の誘致や外国人介護人材の受け入れ、国際的な医薬品の供給網確保などについて戦略をとりまとめる。

武見敬三厚労相が本部長を務める。政府は21日に閣議決定した24年の経済財政運営と改革の基本方針（骨太の方針）で、医療や介護産業の成長に向けて、医療インバウンドや民間投資の呼び込みなどを盛り込んだ。

医療インバウンドの対象

健診・予防
ウェルネスサービス

公的保険でカバーされている
医療サービス

公的保険でカバーされない
先端医療サービス

日本の医療インバウンドの惨憺たる現状

国名	外国人観光客数 (2019年)	推計 受け入れ人数 (2019年)
日本*	3,190万	推計2~3万
シンガポール**	1,910万	50万
韓国**	1,750万	50万
マレーシア**	2,610万	120万
台湾***	1,200万	30万

日本の医療インバウンドの現状(2019年)

- MEJが認証するJapan International Hospitals (JIH)実績や厚労省「外国人患者受け入れ実態調査」が存在するが、クリニック等では実際にどのくらいの観光客が医療目的で来日しているかのはデータが存在しない
- JIHからの報告では年間4069人(バンコクの1日分)。
- 医療滞在ビザ取得は1653人
- 中国3841人、ベトナム322人、ロシア81人、インドネシア、モンゴル等(欧米、中東からはほとんど来ていない)



出典: MEJ作成、*厚生労働省「令和元年度 医療機関における外国人患者の受入にかかる実態調査」、statistics.jnto.go.jp/graph/#graph--inbound--travelers--transition、**韓国保健省が作成した「Strategy to Facilitate Attraction of International Patients」、***Medical Excellence TAIWANの資料を参考に作成。www.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/oecd-tourism-trends-and-policies-2022_a8dd3019-en、www.stb.gov.sg/content/dam/stb/documents/statistics-marketing-insights/Quarterly-Tourism-Performance-Report/STB%20Q4%202019%20FA%20v7.pdf、admin.taiwan.net.tw/upload/contentFile/auser/b/annual_2019_hm/en/01_2_Taiwan-Tourism-Market.html

海外先進事例との比較：ハード・医療サービスはほとんど遜色がない

著名な医療インバウンドA・B病院(バンコク)



C病院陽子線治療センター(日本)



医療渡航受診者の患者体験と関連業務

ステップ	集患	患者問合せ	受入れ調整	渡航調整	来日中支援	受診支援	受診・治療	帰国後フォロー
渡航支援業務	<ul style="list-style-type: none"> 日本への医療渡航の周知 個人・法人へのプロモーション 日本の医療機関の情報提供 	<ul style="list-style-type: none"> 受診希望者の依頼把握 受診希望者の医療情報の入手 	<ul style="list-style-type: none"> 問合せ内容に基づいた医療機関選択 医療機関への正確な医療情報の提供 医療機関からの受入可否、提供診療内容、概算見積額の受信希望者への正確な提示 	<ul style="list-style-type: none"> 受診医療機関の予約 医療費の事前入金 ビザの手配(観光・医療滞在・他) 医療機関・渡航受診者と契約締結調整 航空機・ホテルの手配 持参薬持込の手配 	<ul style="list-style-type: none"> 入国後の送迎 医療通訳・翻訳の手配 生活面の支援(同行者滞在) 受診時以外の安全管理 	<ul style="list-style-type: none"> 日本での受診におけるルール説明 医療機関からの説明内容(治療計画・検査・受診内容)の正確な伝達・通訳 医療安全・感染対策へのフォロー 医療費の精算 	<ul style="list-style-type: none"> 院内文書の多言語化 必要情報の収集 概算費用の事前提示 支払方法・時期の事前説明と合意 宗教・習慣上の対応 治療計画・検査・治療内容の説明の同席 医療紛争の事前防止 	<ul style="list-style-type: none"> 診断書等の翻訳 帰国後の注意事項説明 受診者からの質疑・相談取次 処方薬持ち帰り手配 現地医療機関調整 日本での定期受診フォロー
関連法規	<ul style="list-style-type: none"> 医療法、医師法 医療広告規制・医療機関ホームページガイドライン 景品表示法 著作権法 民法(肖像権) 	<ul style="list-style-type: none"> 個人情報保護法 	<ul style="list-style-type: none"> 消費者保護法 景品表示法 	<ul style="list-style-type: none"> 外国為替及び外国貿易法 旅行業法 観光立国推進基本法、国際観光振興法 出入国管理及び難民認定法(ビザ) 	<ul style="list-style-type: none"> 旅行業法 道路運送法(白タク) 住宅宿泊事業法(民泊新法) 	<ul style="list-style-type: none"> 消費者保護法 感染症予防法 個人情報保護法 	<ul style="list-style-type: none"> 医療法 医師法、各職種法 薬機法、医薬品に関する法律、障害者、母子に関する法律 健康保険法、療養担当規則 	<ul style="list-style-type: none"> 医療広告規制 医療法・医師法 医薬品に関する法律 医療広告規制ガイドライン 健康増進法
関連資格		Pマーク		旅行業務取扱管理者 外務員資格 身元保証機関	旅行業務取扱管理者 旅程管理主任者	医療通訳士 全国通訳案内士	医師等、各資格者 医療コーディネーター 医療事務・クラーク	
プレイヤー	現地企業	渡航支援企業					渡航支援企業	
		医療機関		医療機関 *ビザの申請等一部			医療機関	
育成 研修 マニュアル ガイドライン	MEJ MTFコンプライアンスガイドライン					厚労省医療通訳育成カリキュラム	厚労省コーディネーター研修	MTFコンプライアンスガイドライン
			経産省 病院のための外国人受入参考書		国際臨床医学会認定 医療通訳士	経産省 病院のための外国人受入参考書		

医療渡航受診者の患者体験・関連業務に関する医療機関のペインポイントの把握

外国人診療が保険診療の下支えの位置づけにすぎない

- 日本の医療機関は公的保険制度を優先しており、医療インバウンドに積極的な病院は限られる。
- 外国人患者の受け入れが日本人患者の診療を圧迫してはならないという考えが一般的であり、各医療機関の受け入れキャパシティには限界があるため、急な増加には慎重な対応が求められる。
- 医療インバウンドを促進するためには、明確なビジョンと現場での意識改革が不可欠である。

そもそも患者が集まっていない。病院の強みを打ち出せていない

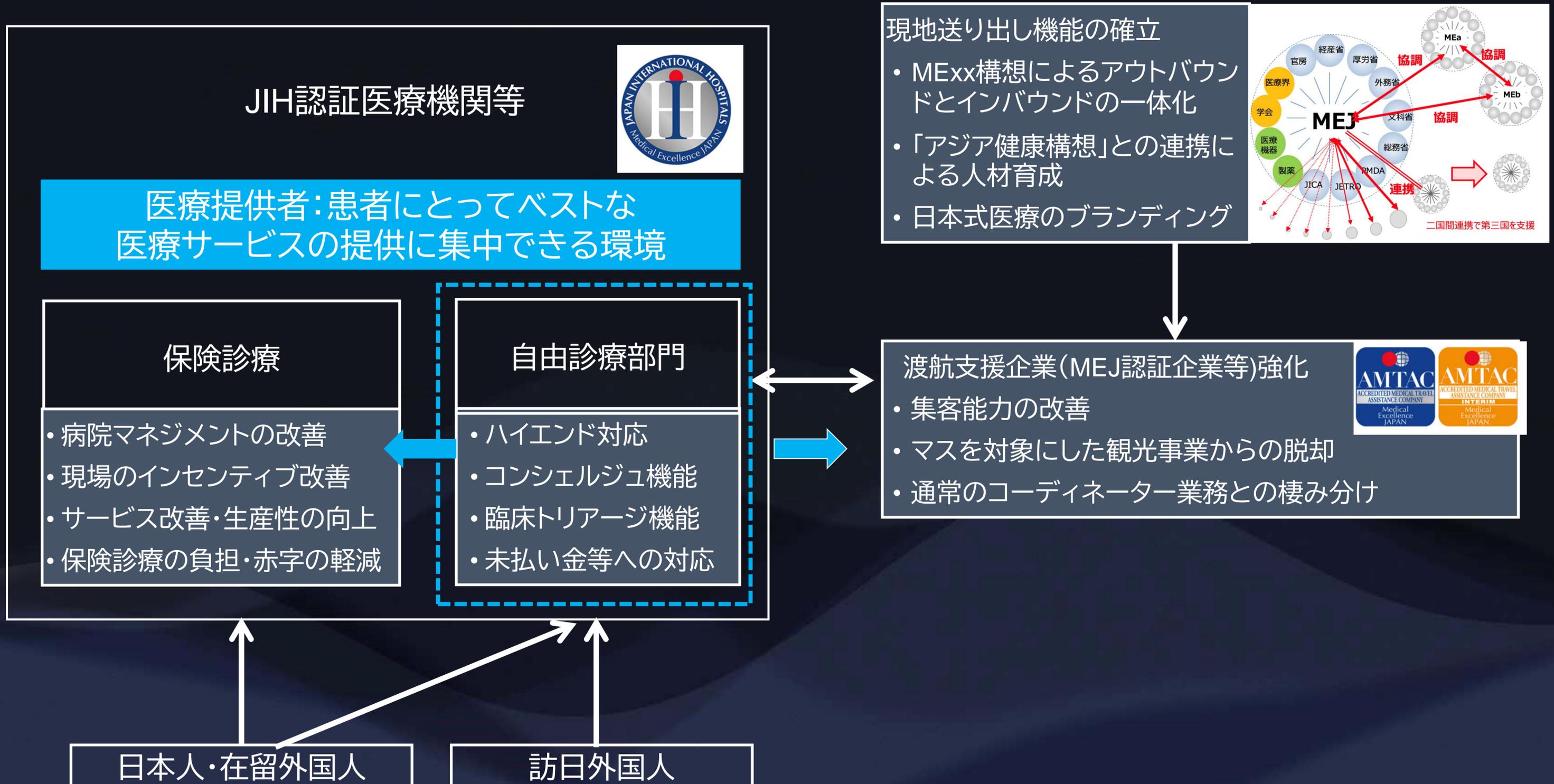
- 各医療機関の受け入れ能力は限られているが、実際の医療渡航患者数は期待に達していない。
- 多くの医療機関は患者紹介を渡航支援企業に依存している。長年保険診療に支えられている医療機関にとって患者は待っていれば来るものであり、競争して患者を集める発想がない。
- 医療機関は独自の強みを明確にし、海外に向けた戦略を立てる必要がある。

受入れ調整の負担が大きい。オペレーションが追いついていない

- 渡航支援企業や患者からの問い合わせ対応、医療情報の整理に大きな労力を割いている。
- 渡航支援企業の品質改善も必要だが、患者のトリアージは高度な専門業務であるため、院内体制の強化やアウトソーシングが求められる。
- 医療渡航患者の受け入れにおけるマネジメントやオペレーションの改善が不可欠である。

公的保険制度という呪縛にとらわれていないか

病院負担を軽減する仕組み＝医療機関が本来やるべきことに集中できる体制の構築



再生医療分野の国際展開の再検討

- アウトバウンドの課題:相手国側の薬事規制・保険制度や技術移転等のハードルが高い
- 代わりにインバウンドをもっと活用することはできないか。
- インバウンドをテコに、日本の再生医療の国際的なブランディング・相手国の医療関係者との信頼関係やパートナーシップの確立を行い、アウトバウンドの推進へ

1. 医療インバウンド受け入れ成功モデルの構築

- 受け入れ医療機関の成功事例を積み上げることが不可欠
- 徹底した市場調査 (日本の医療の強み調査、競合国調査、ターゲット顧客調査、患者体験調査、マーケティングチャネル調査、市場プレイヤー調査、原価コスト評価等)
- 意欲的な地域や医療施設を公募で選定の上、各医療機関が個別の課題に対して適切な戦略立案と体制整備がなされるように伴走支援を行う。

2. 日本の医療ブランド発信強化のためのマーケティング戦略の確立

- 日本の医療全体をブランディング
- 海外向け発信コンテンツの作成、海外イベント・学会でのブランドキャンペーン展開
- 個別の病院のマーケティング相談やマネジメント改善などの支援

3. 医療インバウンドの障壁となっている制度面の改善(医療滞在ビザ・広告規制)

1. 会員の国際展開の直接的事業機会とノウハウを提供
2. 政府系機関との意見・情報交換の場を提供
3. 国内企業・医療機関との連携強化を支援



<https://medicalexcellencejapan.org/jp/membership/>

TAKE BACK CONTROL 医療産業を取り戻す