

令和4年度事業 調査報告書

地域の医療・観光資源を活用した
外国人受入れ推進のための調査・展開事業

令和5年3月

本年度事業の目的と概要

- 事業の目的**
- 日本の優れた医療と地域の観光要素を組み合わせた滞在プラン等を提供し、外国人受入れを推進することは、地方誘客や旅行消費額の拡大を進めるとともに、諸外国の国民の健康寿命の延伸に貢献しつつ、日本の医療技術・サービスの更なる充実に資する新たな観光コンテンツとなるものと期待される。
 - 更に、新型コロナウイルス感染症の影響により旅行形態や旅行者の意識が変化してきたことも踏まえて、安全に配慮した地域の医療機関等の受入れ体制の整備や滞在プラン等の造成も重要となっている。
 - このような背景・認識のもと、これまで、医療の充実を通じた外国人受入れ推進のための取組を行う地域を募集・選定し、地域医療の提供体制への影響を考慮しつつ、地域の医療と観光資源を組み合わせた日本での滞在プランの造成・実証を行ってきた。
 - 今年度の事業では、これまでの支援による成果の拡充に向けた取組に加え、医療現場における通訳技能者の充実に対応するための調査を通じて他地域にも展開できるような好事例を構築すること、そして診療所や医療関連企業を活用したインバウンド地方誘客モデルの拡大可能性調査を通じて事業をさらに発展・拡大させるための検討を行うことを目的としている。

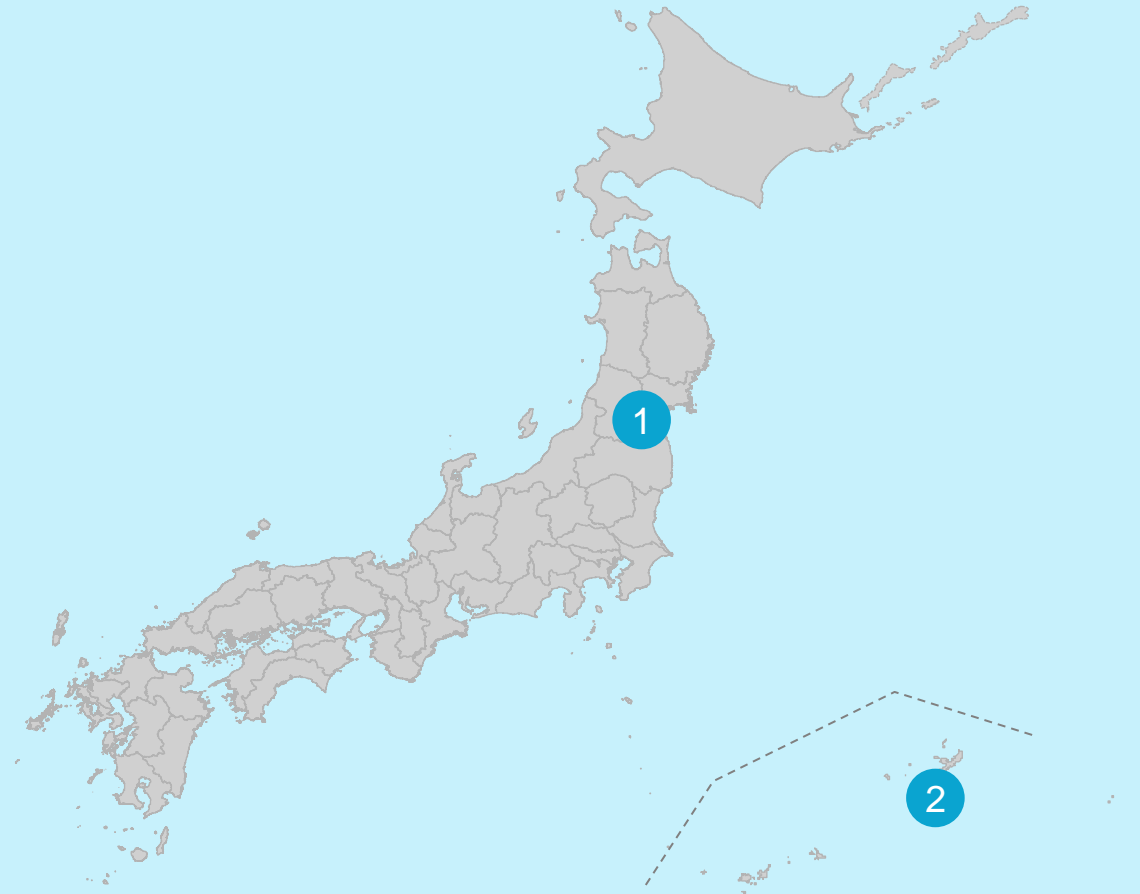
- 事業の概要**
- 本年度事業では、宮城県白石市・仙台市、沖縄県沖縄市・南城市の2地域がインバウンド地方誘客モデルが実際に商品として販売され、外国人の誘客を実現するものとなるために必要な2つの要素を中心とする取組計画を提案した上で、各地域が提案した取組計画に沿って地域が主体となり事業を推進した。
 - ① 既存のインバウンド地方誘客モデルのブラッシュアップ(滞在プランブラッシュアップ)
 - ② プランの販売に向けた海外連携・販路の確保(海外連携構築)
 - 地域の観光から医療まで一貫して通訳できる人材を地域で育成するためのモデルに関する実施可能性調査を行った。岐阜県美濃加茂市と宮城県白石市・仙台市の検診を中心とする滞在プランを調査対象とし医療機関との協議や現地視察を通じて、通訳案内士等が通訳業務を担当できる範囲を明らかにし、それら人材が将来的に医療部分を含めた通訳を担う場合に考えうる通訳手法のオプションや解くべき課題を検討した。
 - これまで構築してきたインバウンド地方誘客モデルの更なる国内展開に向けて、国内外の先行事例及び取組への関与が期待できる国内関係者(診療所や医療関連企業)の参画可能性を調査した。
 - － 診療所モデル:滞在プランの仮説構築
 - － 医療関連企業モデル:体制や取組の実現性検討

- 選定地域による事業性強化モデル構築

- 診療所や医療関連企業を活用したインバウンド地方誘客モデルの拡大可能性調査
- 通訳人材育成モデルの実施可能性調査
- 「地域の医療・観光資源を活用した外国人受入れ推進のための調査・展開事業」医療観光事業セミナー

本年度事業採択地域

採択地域	① 宮城県白石市・仙台市	② 沖縄県沖縄市・南城市
提案団体 (事務局)	(一社)宮城創生DMO	医療法人タピック
参画機関	<ul style="list-style-type: none">• 仙台画像検診クリニック• BHE日中コミュニケーションズ• LADDA Design• 南三陸ホテル観洋• えぼしスキー場	<ul style="list-style-type: none">• 沖縄市観光物産振興協会• 南城市観光協会






宮城県白石市・仙台市)事業概観

本年度事業の推進体制

	実行主体	役割
医療 	仙台画像検診クリニック	<ul style="list-style-type: none"> 検診コンテンツの企画・調整
観光 	宮城創生DMO (事務局)	<ul style="list-style-type: none"> 全体統括 観光コンテンツの統括
	BHE日中コミュニケーションズ	<ul style="list-style-type: none"> 海外連携先の構築 医療通訳・翻訳業務
	LADDA Design	<ul style="list-style-type: none"> 行政関係者との連携構築

事業内容

目標	<ul style="list-style-type: none"> 過年度に造成したプランのブラッシュアップとともに海外PRを実施し、認知を高める
想定ターゲット	<ul style="list-style-type: none"> 基本情報: 40代中国人男性(ファミリーを想定) 職業: 同族会社CEO(年収4,000万円) 居住地: 中国・上海在住 家族構成: 妻(会社経営)、娘1名、息子1名(いずれも小学生)
医療資源	<ul style="list-style-type: none"> 仙台画像検診クリニックでのPET-CT検査 
観光資源	<ul style="list-style-type: none"> 宮城県北での震災教育、観光(通年の場合) 南三陸ホテル観洋(海に見えるホテル) えぼしスキー場 松島離宮  

宮城県白石市・仙台市)本年度の活動成果: 大人の検診中に子供も防災教育を通じて学べる1泊2日の滞在プランを造成し、SNS等で広報

本年度の活動成果

滞在プランのブラッシュアップ

- 1泊2日滞在プランの作成・モニター検証の実施
 - 昨年度の冬季コンテンツ以外に通年利用できるよう改良
 - 防災教育プランを新設
 - より観光地が多い仙北を中心とした構成に
- 中国語パンフレットの作成



中国語パンフレット

海外連携・販路確保

- SNSでの広報
 - WeChat: 0.9万PV(3月22日時点)
 - TikTok: 4.8万PV(3月22日時点)



WeChat投稿



TikTok投稿



事業KPI (本年度)

指標	目標値	達成値
SNS PV数(累計)	5万PV	5.7万PV(3月22日時点)
本旅行の問い合わせ	200件	345件(3月24日時点) ¹



今後の事業の展望

- 実施予定事項
 - 医療
 - 受け入れ人数の増加
 - 患者問い合わせ対応のためのプラットフォームの作成
 - 治療紹介先の医療機関の広域での選定・連携
 - 観光
 - 春季滞在プランの受け入れ
 - リピーターの発掘
- 主要KPI(2025年度目標値)
 - 集患人数(春季滞在プラン、冬季滞在プラン合計): 50人
 - 販売合意代理店数: 4社
 - HP問い合わせ人数: 5,000人
 - 広報リーチ人数: 10万PV
 - 売上: 5,000万円

1. WeChatとTikTok合わせて、785件のアクション(コメント、及びいいね)があり、うち、内容の真剣度が高いと思われるコメント件数を集計

沖縄県沖縄市・南城市)事業概観

本年度事業の推進体制

	実行主体	役割
医療 	医療法人 タピック (事務局)	<ul style="list-style-type: none"> 全体企画・統括、事業進捗の管理 医療コンテンツの企画・調整 中国側との連携構築
行政 	沖縄市観光 物産振興協会	<ul style="list-style-type: none"> 観光コンテンツの造成 行政(沖縄市)との調整 沖縄市商品の医療連携によるブラッシュアップ
	南城市観光 協会	<ul style="list-style-type: none"> 観光コンテンツの造成 行政(南城市)との調整 モデル検証等の連携

事業内容

目標	<ul style="list-style-type: none"> 昨年度までの事業で造成した滞在プランの販売に向けた旅行会社やコーディネート会社との関係構築 具体的な販売を想定したモニター検証・商品造成 実際の集患に向けた中国医療機関との連携構築。具体的な集患
想定ターゲット	<ul style="list-style-type: none"> 中国の都市部に在住する50~65歳 年収: ミドル~アッパー層 脳卒中患者で、急性期リハビリを終えてから自宅療養中(自力歩行可能)。リハビリテーションを必要とする方 身の回りのサポートのため家族も一緒に来日
医療資源	<ul style="list-style-type: none"> 沖縄リハビリテーションセンター病院での診察を踏まえて、リハビリテーションメニューをカスタマイズ 本人の希望も含め、医療機関でのリハビリに加え、宿泊場所にスタッフが出向いての訪問リハビリを実施
観光資源	<ul style="list-style-type: none"> 沖縄市・南城市での宿泊 自然や動植物を活用した観光体験や観光地散策の中でのリハビリテーション(東南植物楽園、エイサー体験等) 温泉

沖縄県沖縄市・南城市)本年度の活動成果と今後の展望: 実際の販売を想定したモニター検証、及び中国医療機関連携による患者の集患

本年度の活動成果

滞在プランの ブラッシュアップ

- 沖縄市観光物産振興協会
 - 地域のエイサー組織がエイサーを体操用にカスタマイズ。医療として商品化サポート
- コンテンツ・宿泊について中国語パンフレット作成
- **モニター検証実施:2件**

モニター検証の様子¹



海外連携・ 販路確保

- **中国医療機関との連携締結に係わる覚書書類作成、及びWEB会議実施:3回**
- コーディネート事業者コンタクト対応:5件
- 深圳市保険会社へのコンタクト
- 深圳市医療機関との集患

患者受入に係る
書類翻訳版作成²



深圳市医療機関－
医療法人タピック
WEB面談



今後の事業の展望

- 実施予定事項
 - 医療
 - 深圳市医療機関との相互訪問等交流
 - 体験的運用体系の構築・ブラッシュアップ
 - 観光
 - 観光メニューの更なる発掘と内容のブラッシュアップ
 - 観光資源でリハビリ活用
の新たなメニュー発掘

事業KPI (本年度)

指標	目標値	達成値
HP問い合わせ件数	5件/年	8件/年
旅行会社等来訪・意見交換	2件/年	2件/年
モニター検証	2件/年	2件/年

- 主要KPI(2025年度目標値)
 - 集患人数:3~5人
 - 販売合意代理店数:10社
 - HP問い合わせ人数:20人
 - 売上:1,500~2,500万円

1. 旅費のみ負担(宿泊費及び体験の割引)1件、完全自費負担1件の計2件を実施
2. 問診表、宿泊等希望記載書類等

本事業・取組がもたらす効果と、今後推進・継続するために必要な要素

99 地域からのコメント

本事業・取組の効果

地域への影響

地域の宿泊施設や飲食店の活性化につながっている



- 厳密なデータはないものの、本事業で訪れたりハビリのお客様が、バリアフリーの飲食店などに流れている
- 今回の取組を通じて、宿泊施設にも結構問い合わせが来ている

地域内の連携が広がった



- 外のつながり、特に医療関連の事業者との連携がなかったことで、そことつながることができたのが良かった

取組主体(事業者)への影響

取組を対外的に発信することができ、問い合わせや反応があった



- 地域の取組を外部の方に知ってもらうことができた
- 成果報告書の発表の後に反応があり、コンタクトを持つことができた

積極的な設備投資の契機となった



- この取組をきっかけに、新しいMRIの機械やPETの機械を設置し、スペック、キャパシティの拡充を図ることができた



推進・継続に向けて必要な要素・課題

地域内の強固な連携



- 行政だけでなく、宿泊施設、地域の旅行会社、商工会のキーマン等色々な立場の方が一緒に進める文化が確立しており、それが取組の成功につながっている
- 地域の飲食店などを把握しており、情報共有ができていて、取組が進めやすくなっている

受け入れに十分な設備・マンパワー



- 宿泊施設も観光施設も人手不足で、対応が追いつかない。旅行会社からリクエストがあっても、現場で案内できる人員がいなかったため断ることがある
- 十分な資質のある医療通訳が不足しており、今後件数が増えると受け入れが難しい

信頼できる外部エージェントとの関係



- 過去に携わった業者は料金のやり取り等でトラブルが多かった。長期的な事業展開には、信頼できる業者との関係性構築が必須
- 目先の利益のために信頼のできない業者と組むと、一時的に渡航客が増えたとしても、口コミで悪い話が広がってしまい継続しない

過年度事業参加地域も踏まえた、選定地域の取組から明らかになった学びと今後の事業推進への示唆

■ 成果・評価点

■ 障壁・課題点

選定地域での取組からの学び

滞在プラン

- 地域ならではの教育コンテンツを追加することで、大人だけでなく子どもの学びに繋がる滞在プランを構築した
- ウェルネス要素として、地域の伝統舞踊を体操用にカスタマイズし、リハビリ中の高齢者や障がい者の方でも楽しめるプランを造成した

情報発信・集患

- 中国の医療機関や保険会社との積極的な連携が集患に繋がった
- 一般の医療機関が自分たちだけでSNS等を通じて海外に効果的な情報発信をするのは困難

地域内連携

- 行政、宿泊施設、地域の旅行会社、商工会等色々な立場の方が一緒に取り組む文化が成功につながった
- 行政機関は、モデルコースの開発や事業者の紹介などのきっかけ作りはできるが、そこから先を主導するのは困難な場合がある

実施体制

設備・人材

- リハビリ目的で来た渡航者に対しても、その障がいのレベルに応じたバリアフリーの飲食店や施設を案内することで、満足いただけた



事業推進において押さえるべきポイント

医療だけでなく、**地域の観光資源やウェルネスに関する取組などを最大限参考**にし、多様な体験価値を訴求

- 地域の観光資源を滞在プランに組み込むことで、検診を受ける本人だけでなく家族等の多様なニーズを充足
- 健康増進を目的としたウェルネス要素を取り入れるなど、患者が長期滞在できるモデル造成も考慮

効果的な情報発信・集患に向けて、

- 医療機関や保険会社等、**現地の関係機関と連携**
- **国主体の情報発信の取組や、海外プロモーションに知見のある外部エージェントを活用**

継続的に事業を発展させるために、

- 適切な会議体の設定などを通じて、**地域の様々な関係者が協業できる体制を構築**
- **民間事業者が旗振り役**となって推進を主導することが重要

患者の柔軟な受入れに向けて、地域内の**飲食店、施設の設備状況を地域内で共有**し、患者にあわせて滞在プランをカスタマイズ

-
- 選定地域による事業性強化モデル構築
 - 診療所や医療関連企業を活用したインバウンド地方誘客モデルの拡大可能性調査

－ 診療所モデル

－ 医療関連企業モデル

- 通訳人材育成モデルの実施可能性調査
- 「地域の医療・観光資源を活用した外国人受入れ推進のための調査・展開事業」医療観光事業セミナー

診療所モデル調査の概要

診療所を活用したインバウンド地方誘客モデルの拡大可能性調査の目的・手法

1. 国外の取組事例の収集と共通要素の分析

2. 国内事例の調査

3. 診療所モデルの案導出

目的 国外の地域診療所による外国人受入の取組事例について、**コンテンツ、事業体制の観点から共通する要素を抽出する**

既に海外からの渡航客を受け入れている国内診療所の事例から、診療所モデルを国内で造成する際の**実現可能性や、他国に対する強み**について知見を得る

分析結果を踏まえてコンテンツ、事業体制について検討し、**今後地域が診療所を活用したプランを造成する際に活用できるモデル案を導出する**

手法 以下7件の医療機関を対象に、文献調査を実施

- アラヴィンド眼科病院(インド)
- ムーアフィールズ眼科病院ドバイ(UAE)
- ボーンホールクリニック(UAE)
- クリニカタンブレ(スペイン)
- リーウィメンズ病院(台湾)
- リバティデンタルクリニック(UAE)
- ユーロデンティカ専門歯科ケア(ギリシャ)

以下2件の医療機関を対象に、文献調査を実施

- 南青山アイクリニック東京
- オーク銀座レディースクリニック

以下3つ治療・施術について、診療所モデルの案(当該地域における診療所を活用した新しい顧客促進・滞在プランおよび地域内連携体制の案など)を導出

- レーシック手術
- 体外受精
- 審美歯科ラミネートベニア

1. 国外の取組事例の収集と共通要素の分析： 国外事例から見えてくる共通要素

論 点	共通する要素
コンテンツ	<ul style="list-style-type: none">• 診療所の看板となる治療・施術が存在：診療科目の中でも特定の治療・施術に強みがあること、あるいはその治療分野において著名な医師が勤務していることにより、病院に比べて規模の小さい診療所でも強みを打ち出しやすい• 治療・施術の性質として、より規模の大きな病院に対して不利にならないものである：具体的には、短い施術時間や日帰りの施術である等、リソース（資金・人手・病床・設備など）が限られる診療所でも扱いやすいものである方が親和性が高い• 治療・施術の効果の再現性が高く、かつ客観的に説明しやすいものである（例：眼科、不妊治療、歯科）：<ul style="list-style-type: none">－ 治療・施術が標準化されており、効果の再現性が高い：治療・施術が標準化されていることにより、安定して高品質の治療を提供しやすい－ 効果が客観的に評価可能：効果の有無が客観的にわかるため、実績が打ち出しやすく、診療所がその治療・施術を強みとしてアピールしやすい
事業体制	<ul style="list-style-type: none">• 医療以外のサービスを提供する企業と連携：現地の空港運営当局・観光業者などと連携体制を構築することで、患者の現地滞在や渡航をサポートできる（例：周辺の宿泊施設を紹介）• 他機関の広報チャネルやKOL¹を活用：広報にリソースを割きづらい診療所でも、政府機関を含む他機関のウェブサイトやKOLなどを通じて診療所の存在や魅力の宣伝しやすい• 国外医療機関と提携：特に術後のフォローアップの必要性が高い治療内容の場合、国外の医療機関と提携することで患者帰国後のフォローアップの質を担保できる

1. 国外の取組事例の収集と共通要素の分析: 事例: アラヴィンド眼科病院



診療所の概要

- 1976年にインドで設立
- 世界最大の眼科診療所チェーンで、これまでに累積で780万件以上の眼科手術を実施

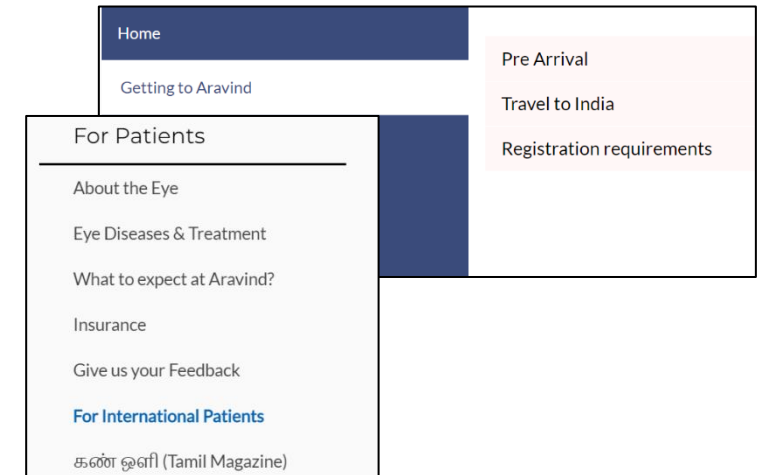


コンテンツの特徴

- **白内障の治療実績:**眼科、特に白内障手術を専門としており、診療所規模¹の施設における2021年度の手術数が1施設当たり約3,000~6,000件
- **標準化されたオペレーション:**診断~手術プロセスの合理化により、執刀医1人当たり1時間に6~8件の手術、つまり年間平均2,000件の手術を実施
- **先進国を上回る治療アウトカム:**
 - 手術部位感染率はアラヴィンドが約4%、一方イギリスの全国平均は約6%
 - 手術中の有害事象発生率はイギリスの国平均の約半分

事業体制の特徴

- **通訳体制の整備:**医師や医療スタッフとのコミュニケーションにおける英語/アラビア語の通訳体制を整備
- **現地滞在のサポート:**国外患者向けのページにおいて、渡航準備（VISA取得、必要書類、保険加入など）や現地滞在のサポート（現地宿泊・観光施設の紹介や通訳）を案内



1. 公式HPで在籍する医師の数が3人未満であるとわかった病院を診療所の規模感であると推察。なお、在籍医師が3人の病院は3つあり、そのすべてが白内障手術を実施
資料: Aravind Eye Care System

1. 国外の取組事例の収集と共通要素の分析: 事例:ムーアフィールドズ眼科病院ドバイ



診療所の概要

- 白内障手術に関する先駆的研究で著名なジョン・サウンダース眼科医が1804年にロンドンに創設した眼科病院が母体となり、2007年にイギリス国外初の診療所をドバイに設立、その後アブダビにも展開
- JCI認証を取得済
- ドバイ診療所として国際的な医療ツーリズム情報発信媒体IMTJ¹による医療ツーリズム眼科部門賞を2016年に受賞

コンテンツの特徴

- **眼科手術の治療実績**:2007年設立以来185以上の国から累計15万人以上の患者が白内障手術を始めとする眼科治療を受けに訪問
- **母体であるロンドンの眼科病院と同水準の診察・治療の担保**:ドバイ診療所に在籍する医師の多くがロンドンで研修・勤務の経験ありと公式HPに記載

事業体制の特徴

- **渡航・現地滞在のサポート**:
 - 国外患者向けのページにおいてエミレーツ航空など航空会社や付近の3~5つ星ホテルの予約サイト、ドバイ政府観光局運営の観光案内サイトのリンクを掲載
 - 宿泊施設や治療の予約をサポート
- **保険会社や保険契約管理事務代行者(TPA²)との提携**:アクサ生命保険など国際的な保険会社やTPAと提携することで渡航患者の治療費用負担を軽減、かつ診療所の保険業務の負担が軽減
- **母体となる国外病院において患者帰国後の現地フォローアップの実施**:ロンドンからの渡航患者に対し帰国後に母体眼科病院でフォローアップを提供可能



International Patients

[Home](#) / [Services](#) / [International Patients](#)



1. IMTJ: International Medical Travel Journal

2. TPA: Third Party Administrator

1. 国外の取組事例の収集と共通要素の分析: 事例: ボーンホールクリニック



診療所の概要

- 体外受精技術の確立によりノーベル医学生理学賞を受賞したロバートエドワーズ博士が1980年にイギリスに創設したクリニックが母体となる、ドバイの診療所
- JCI認証を取得済（中東における不妊治療のクリニックとしては初の事例）



コンテンツの特徴

- **不妊治療の実績:**
 - 体外受精を中心に、ボーンホールとしては40年以上の不妊治療の実績を有する
 - ドバイにおいて25,000名以上の患者を治療
- **治療実績の発信:** 場合によっては体外受精成功率が40%越えである旨を自社ウェブサイトにて掲載

Bourn Hall Fertility Clinic is proud to have leading IVF success rates.

Treatment	Aged 37 and under	Aged 38 and above
IVF with ICSI day 5 Blastocyst transfer	49.8% (129/259)	31.3% (26/83)
IVF with day 5 Blastocyst transfer	55.5% (70/126)	25% (16/64)
All treatments	47.9% (238/496)	21.9% (56/255)

事業体制の特徴

- **政府運営HPを活用した周知活動:** ドバイ政府が運営する医療渡航に関するHPにクリニックの提供する医療内容、コンタクト先を掲載
- **空港の運営当局・観光業者などとの連携による渡航・現地滞在のサポート:**
 - ドバイ民間航空当局¹（航空機関）やナキール²（リゾート開発を手掛けるデベロッパー）などと連携
 - 公式HPで”Our Partner”として上記2社含め複数の企業やNPOを紹介

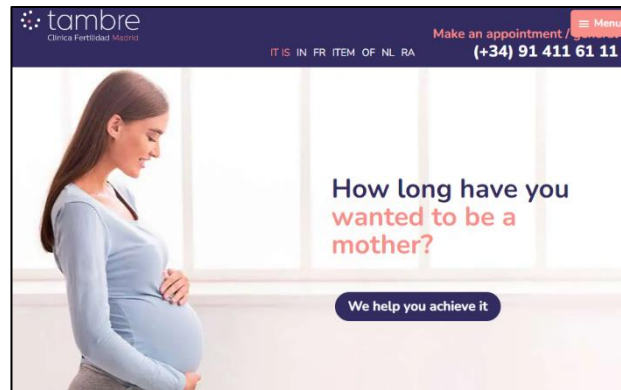


1. Dubai Aviation Authority
2. Nakheel

1. 国外の取組事例の収集と共通要素の分析: 事例: クリニカタンブレ(不妊治療クリニック)

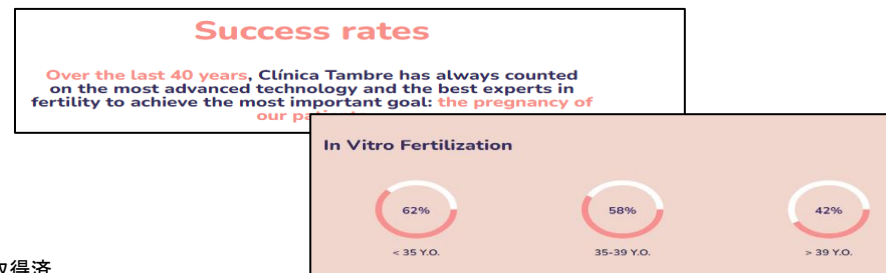
診療所の概要

- 1978年にスペインの首都マドリードで設立
- ISO 9001認証(品質マネジメントシステムに関する国際規格)とGCR¹認定(治療の質に関する認証)を取得済
- 患者の約40%が外国人患者



コンテンツの特徴

- 不妊治療の治療実績:
 - 体外受精を中心に40年以上の不妊治療の実績を有する
 - 医療設備や技術が評価され、欧州の不妊治療診療所を紹介するサイト²で受賞(The IVF CLINIC AWARD 2019 Egg Donation Program, Innovations)
- 治療実績の発信: 場合によっては体外受精成功率が40%越え³である旨を自社ウェブサイトにて掲載



事業体制の特徴

- 医療ツーリズム事業者運営のHPや不妊治療専門誌を活用し周知活動: 医療ツーリズム事業者が運営する渡航患者向けHPや、世界中の不妊治療を考える患者のための情報誌にクリニックの提供する医療内容、コンタクト先を掲載
- 現地滞在のサポート: 現地滞在のサポート(無料空港送迎サービスや連携する現地宿泊施設の紹介)を案内
- 保険会社との提携: アクサ生命保険などの国際的な保険会社と連携することで保険業務の事務的負担及び渡航患者の実費負担を軽減
- 国外医療機関などとの連携による渡航前の診察や帰国後の現地フォローアップの実施: 国外の調剤サービス提供会社や不妊治療診療所と連携し、渡航前のカウンセリングや診察また帰国後の投薬などを提供可能

1. GCR: Global Clinic Rating、GCR International Accreditationを取得済

2. Fertility Clinics Abroad

3. 日本産科婦人科学会による日本全国の新鮮胚(卵)を用いた体外受精治療成績(2019年): 移植あたりの妊娠率23.1%、採卵あたりの妊娠率4.8%

1. 国外の取組事例の収集と共通要素の分析: 事例:リーウィメンズ病院



台湾

診療所の概要

- 1986年に台湾の台中市で設立
- 診療所は台湾の衛生福利部より「優れた体外受精施設」と認定されているなどの名誉や賞を数多く受けており、台湾で著名な診療所
- 台湾で初となる体外受精治療を1987年に行うなど、台湾における体外受精治療の先駆的存在
- 毎年中国大陸から500人以上が渡航



コンテンツの特徴

- **不妊治療の治療実績**: 設立以来、30以上の国から累計何百万人ものカップルが体外受精を中心とする不妊治療を受けに訪ずれ、累計2万人以上の体外受精児が誕生してきた
- **治療実績の発信**: 場合によっては体外受精成功率が50%越えである旨を市運営のウェブサイトにて記載
- **中国大陸在住の患者向けに体外受精治療プランを提供**:
 - 1段階目 (2,3日カップル滞在必須): 診察、手続き、各種検査
 - 2段階目 (1か月滞在不要): 薬服用
 - 3段階目 (約2,3週間滞在必須):
 - 月経3日目 (妻のみでも可): 検査、処方受取
 - 月経8日目: 超音波検査、精液採取
 - 月経12~16日目: 採卵、精子採取
 - 月経18~21日目 (妻のみでも可): 胚移植

事業体制の特徴

- **政府運営HPを活用した周知活動**: 台湾の衛生福利部や台中市が運営する医療渡航に関するHPに診療所の提供する治療内容、連絡先を掲載
- **渡航・現地滞在のサポート**:
 - ビザ手続き、治療の流れと予約、宿泊施設や現地移動について相談できる部署が院内に存在
 - 中国大陸在住の患者とWeChatでコミュニケーションをすることで渡航前に患者へのサポートを提供
- **中国大陸在住の患者に向けたSNS広報活動**: 中国大陸で主流のSNSであるWeibo、RED、WeChat公式アカウントを活用したマーケティングを実施



1. 国外の取組事例の収集と共通要素の分析: 事例:リバティデンタルクリニック



診療所の概要

- 1998年にアラブ首長国連邦(UAE)に設立
- ドバイとアブダビに診療所を展開
- ASHC認証(豪州の口腔治療に関する認証)を取得済(中東・北アフリカにおける初の事例)

コンテンツの特徴

- 歯科の治療実績:
 - 歯科、特に審美歯科 (cosmetic dentistry) に注力
 - 約30名の歯科医が在籍、中には雑誌などメディアへの露出が多い審美歯科の著名な医師も

事業体制の特徴

- 政府運営HPを活用し周知活動:ドバイ政府が運営する医療渡航に関するHPにクリニックの提供する医療内容、コンタクト先を掲載
- 国外著名人の起用や院長の海外メディア発信による周知活動
 - 患者における国外著名人(例: イタリアのサッカー代表チームのキャプテン)を自社ウェブサイトにて起用
 - 院長がSNSや欧米系のメディア(例: BBC)に広告塔として登場



1. 何年時点かHP上に記載なし
2. KOL: Key Opinion Leader

資料: Liberty Dental Clinic, Dubai Health Authority

1. 国外の取組事例の収集と共通要素の分析: 事例:ユーロデンティカ専門歯科ケア

診療所の概要

- 1978年にギリシャのアテネで小児歯科を中心に扱う診療所として設立され、1998年に10以上の歯科領域を扱う形に発展
- 国際的な医療ツーリズム情報発信媒体IMTJ¹による医療ツーリズム賞のファイナリストに選出（International Medical Travel Awards Finalist 2017）
- 2010年以降デンタルツーリズムの発展に注力している院長はギリシャ、アテネにおいてデンタルツーリズムを推進する複数の事業者の役員や社長に選出



コンテンツの特徴

- **歯科の治療実績:**
 - 小児歯科、審美歯科などの歯科で累計70,000名以上の患者を治療
 - 院長は30年以上の間アテネ大学やモスクワ大学で教鞭の実績を有する
 - 国際的なシンクタンク会社などにより世界で最も優れた150か所のDental Centerとして選出（Best Hospitals Worldwide 2014）
- **整った施設環境のもとで高品質なケアを提供:**高級感と清潔感のある内装のもとで高水準の技術・機械を導入しており、整った環境でのプロフェッショナルなサービス提供という価値を訴求していると公式HPに記載

事業体制の特徴

- **医療ツーリズム事業者との連携による周知活動:**世界中またはギリシャの医療ツーリズムを推進する事業者が運営するHPにクリニックの提供する医療内容、コンタクト先を掲載
- **SNSを用いた情報発信による周知活動:**自社のYouTubeアカウントで「クリニック名-医療ツーリズム」のタイトルの動画を投稿
- **渡航・現地滞在のサポート:**渡航準備のサポート体制（例:航空券手配）、また周辺観光地や現地の宿泊施設、飲食店、スーパーマーケットの情報を自社の医療渡航者向けウェブサイトに掲載することで渡航患者の現地滞在を支援

Dental Tourism Greece
By EURODENTICA S.A.

1. IMTJ: International Medical Travel Journal

2. 国内事例の調査: 事例:南青山アイクリニック東京



日本

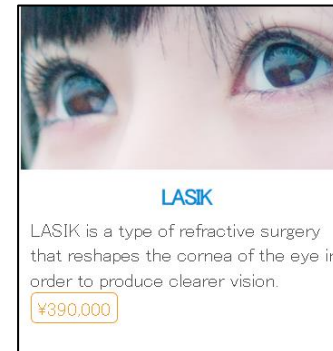
診療所の概要

- 1997年に本格的な屈折矯正手術専門施設として設立され、ハーバード大学で学んだ医師が院長を務める東京の眼科診療所
- 2022年3月時点で診療所として累計約57,000件の手術実績を誇る
- 中国大陸からの患者受入れ実績を有する



コンテンツの特徴

- レーシック手術の実績:
 - 設立以来20年以上、レーシック手術を中心に提供
 - 院長は累計約1万3000件¹のレーシック手術件数実績を有しており、米国ベストドクターズ社から医師同士の評価によって選ばれるThe Best Doctors in Japan²に3回連続で選出されるなど分野において権威とされている



医療渡航事業への取組み状況

- 中国を代表するメディアで国外からの渡航患者の受入れが可能かつ受入れ実績があることを宣伝、また医療渡航事業への関心を示唆:
 - 日中両国の経済社会に関するニュースや起業家へのインタビューを掲載する『人民日報』(海外版)の日本語月刊誌で遠方からの渡航者は治療に3日(治療前日・当日・翌日)を要するため中国からの場合は4,5日の滞在で施術が可能と発言
 - 術後にある程度の観光や買い物をして問題ないと言及
 - インタビュー記事が掲載されている媒体は中国語に対訳されウェブやSNS等で中国人にも発信

1. 2015年時点の累計手術件数

2. 米国で1991年より開始し、現在各国で実施されている。前回の調査でBest Doctorsに選ばれている先生に、その先生のご専門または関連分野でご活躍されている他の先生方について「先生ご自身またはご家族の治療を自分以外の誰にゆだねるか」という観点から推薦・評価を依頼し、調査の集計の結果、各専門分野で「ベスト」として選り抜かれ多くの先生方から支持を受けた方のみ(トップ数%)がその年度のBest Doctorsになる。

2. 国内事例の調査: 事例:オーク銀座レディースクリニック



日本

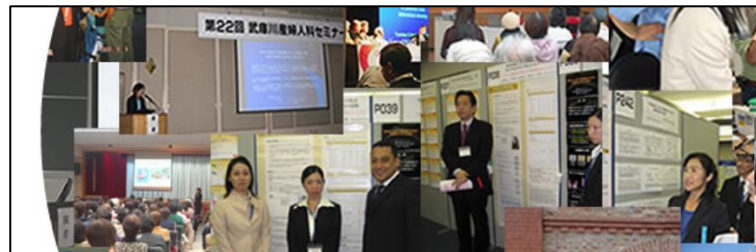
診療所の概要

- 2016年に東京銀座に開院された、大阪の診療所が母体となる不妊治療診療所
- 中国大陸からの患者受入れ実績を有する
 - 2018年時点で新規の中国人患者が月平均で10-15名来院
 - 中国人患者のうち、日本在住の方よりも中国から受診のために訪れる方のほうが圧倒的に多い



コンテンツの特徴

- 不妊治療の実績:
 - 設立以来20年以上、体外受精を中心に提供
 - 海外向けの英語論文を執筆してきた医師や国内でも多くの学会・セミナーに登壇している医師など、不妊治療分野において権威とされる医師が存在



医療渡航事業への取組み状況

- 海外、特に中国から訪れる相談者・患者に対応するために東京にクリニックを開設（以下を東京進出の理由として院長がインタビュー記事にて言及）
 - 都市としての東京の知名度
 - 羽田空港からのアクセス
- 中国語のウェブサイトを用意しており、メール、WeChat、電話にて中国語での問い合わせに対応
- 通訳サービス(有料)を提供

<p>International Service</p> <p>Chinese</p> <p>请通过以下方式和我们联系，邮件和微信我们会尽快回复。</p> <p>1) 邮箱： · chinese_help@oakclinic-group.com · oak_chinese_help@hotmail.com</p> <p>2) 微信号：oak_chinese</p> <p>如有紧急或重要事务需联系我们，请直接拨打手机。</p> <p>日本国内直拨：090 1892 6692 海外直拨：+81 90 1892 6692</p>	<p>Infertility</p> <p>不孕治疗</p> <p>本院根据不孕原因从受孕时机指导、人工授精到体外受精、显微授精等方法中选出最适合患者的方案推进治疗。另外我们针对着床不良、习惯性流产、男性不孕等状况开设专门的外来诊疗科，细致对应每位患者的需求。本院一年365天对应不孕外来、体外受精业务。</p> <p>本院的体外受精培养室配有自动发电装置和无菌室等最高水准的设备和最新型的器械。为了保障高精度的品质管理，所有受精过程均</p>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

3. 診療所モデルの案導出: 対象となる治療・施術内容の絞り込み

診療所モデルが成立し得る治療・
施術内容か

国外事例から、海外渡航との親和性
が見込まれるか

国内での実現が見込めるか
(先行事例の有無、他国に対する強み等)

絞り込みの
結果

眼科、不妊治療、歯科領域

各領域で対象となり得る主な治療・施術

- 眼科
 - レーシック手術
 - ICL手術
 - 角膜移植
- 不妊治療
 - 不妊検査
 - 人工授精
 - 体外受精・顕微授精
- 歯科
 - 義歯 (部分入れ歯)
 - 小児歯科
 - 審美歯科: オールセラミック
 - 審美歯科: ラミネートベニア
 - 歯科検診

今回モデルを造成する治療・施術

- 1 レーシック手術
- 2 体外受精
- 3 審美歯科ラミネートベニア

絞り込みの
根拠

- 治療・施術の性質としてより規模の大きな病院に対して不利にならないものである
- 治療・施術の効果の再現性が高く、かつ客観的に説明しやすいものである

- 施術時間だけでなく治療完了までに要する期間が短い
- 治療後の副反応・痛みが少ない
- 合併症のリスクが限定的である

- レーシック手術: 術後の回復が早い
- 体外受精: 受精成功率が高く実績を打ち出しやすい
- 審美歯科ラミネートベニア: 麻酔が不要で治療期間が短い、日本は審美セラミックが得意とされる¹

1. 東京銀座歯科HPの記載に基づく

3. 診療所モデルの案導出

① 眼科領域における仮説的滞在プラン（レーシック手術の例）

仮説的

施術概要: 角膜にエキシマレーザーを照射することで角膜の屈折力を変化させ、近視・遠視・乱視を矯正する手術

想定ペルソナ



- プロフィール
 - 年代: 20代後半
 - 在住地: 深圳
 - 家族構成: 未婚男性
 - 年収: 1,000~2,000万円
 - 職業: スタートアップを起業し事業が軌道に乗ってきたビジネスマン
- 概要: 幼少期からの近視がデスクワークにより悪化しているので視力矯正手術を受けようと思いつ
- 医療ニーズ: 高品質で最先端の視力回復手術を安全に受けたい
- 観光ニーズ: ソーシャルメディアで友人たちに発信できるような瞬間が多くあるとよい。景色の良い場所や観光名所などの都市観光をしたい

事業体制

- 眼科診療所(都心部を想定)
- 旅行会社など

渡航患者の流れ

渡航前

- 日本の診療所で施術を受けた同僚から紹介され、元々日本の文化、技術に興味を抱いていたので日本への旅行を兼ねた受診を検討
- インターネットで治療費用(約35万円)を把握
- 現地の診療所で事前検査を受け、レーシックへの適性判断を送付

滞在中

- 医療: 5日間の滞在中に診療所に3回通院してレーシック手術
- 観光: 手術の当日は安静にするが、手術前や翌日以降は都市を観光

母国帰国後

- 特になし
必要に応じて、手術を受けた日本の診療所のオンラインカウンセリング、もしくは現地の医療機関でフォローアップを受けることも可能

滞在プラン概要

- 1日目 来日、名所旧跡の訪問
- 2日目 1回目の通院(手術前日の適性検査、医師による説明)、「SNS映え」スポット巡り
- 3日目 2回目の通院(手術当日の最終検査、両眼15分の手術)、帰宅しホテルで安静
- 4日目 3回目の通院(手術翌日の医師による診察)、博物館・美術館見学、市街地散策(買い物など)
- 5日目 「SNS映え」するレストランで食事、帰国

3. 診療所モデルの案導出

2 不妊治療領域における仮説的滞在プラン（体外受精治療の例）

仮説的

施術概要: 排卵近くまで発育した卵子を体外に取り出し、精子と接触させ、受精し分割した卵を子宮内に戻す不妊治療¹

想定ペルソナ



プロフィール

- 年代: 30代後半
- 在住地: 北京
- 家族構成: 既婚女性、子供なし
- 年収(世帯年収): 3,000~4000万円
- 職業: 専業主婦、夫は上場企業の役員
- 概要: 結婚から5年経っても子供ができず義両親からのプレッシャーを感じている
- 医療ニーズ: 不妊治療診療所が少ない中国ではなく、治療環境が静かで清潔な日本で治療を受けたい
- 観光ニーズ: 治療の不安を軽減するようなリラックスできる体験や、治療効果に繋がりにような体験をしたい

事業体制

- 不妊治療診療所
- 地域DMOなど(エグゼクティブ対応のできる企業)
- 医療渡航コーディネータ

渡航患者の流れ

渡航前	滞在中	母国帰国後
<ul style="list-style-type: none">不妊に悩み国内外での治療を検討していた際にインターネットで日本の診療所を見し旦那の休暇中に夫婦で日本へ渡航し不妊治療を受けることを検討過去の病歴や不妊治療歴を日本の診療所にメールで送り医師によるオンライン面談を受診	<ul style="list-style-type: none">医療:<ul style="list-style-type: none">滞在1回目: 2、3日間夫婦で日本に滞在し診察と各種検査を受診1カ月: 母国帰国(薬服用)滞在2回目: 約2、3週間で約4回通院観光: 夫婦で高級ホテルに宿泊し不安軽減や治療に効果がありそうな体験に参加	<ul style="list-style-type: none">胚移植後約2週間目に尿による妊娠判定を検査

滞在プラン概要

1日目	来日、1回目の通院(妻のみも可。所要時間約1時間、検査と排卵誘発剤受取)、帰国	10日目	3回目の通院(採卵、精子採取)
2~5日目	母国滞在(日本での滞在も可能)	11~15日目	看護師による不妊治療セミナー、寺院での瞑想や座禅体験
6日目	来日、2回目の通院(経膈超音波検査、精液採取)	16日目	4回目の通院(妻のみも可。胚移植)、母国帰国
7~9日目	不妊治療カウンセリング、アロマテラピー、通院の可能性あり		

1. 施術方法は主に2種類存在。①コンベンショナル体外受精: 適度に濃度を調整した精子を卵子にふりかけて受精させる(最も基本的な方法とされる)、②顕微授精: 顕微鏡下で細い針を使って1個の精子を直接卵子の細胞の中に入れる

3. 診療所モデルの案導出

3 歯科領域における仮説的滞在プラン（ラミネートベニア施術の例）

仮説的

施術概要: 前歯の色・大きさ・バランスを美しく見せるための施術。歯の表面（0.5~0.7mm、エナメル質の範囲内）を薄く削って、セラミック製の薄いプレートを貼り付けることでホワイトニング等では効果が期待できない変色歯も白くすることができる

想定ペルソナ



プロフィール

- 年代: 40代前半
- 在住地: 上海
- 家族構成: 既婚男性、娘1人
- 年収: 2,000~3,000万円
- 職業: 上場企業の部長
- 概要: 顧客と接する機会が多く外見の清潔感に気を遣っている。家族旅行を兼ねたい
- 医療ニーズ: 歯の着色やバランスが気になっている。高い品質の治療を綺麗な施設環境で受けたい
- 観光ニーズ: 家族の思い出になるような時間を過ごしたい。妻や娘が楽しめる体験があるとよい

事業体制

- 歯科診療所（大都市を想定）
- 旅行会社など

渡航患者の流れ



- 渡航前**
 - 日本の診療所で施術を受けた友人から紹介され、夏休みの家族旅行のついでに日本で施術を受けることを検討
 - インターネットで治療費用（約10万円/本）を把握
 - 現地の診療所で虫歯治療やクリーニングを事前に完了
- 滞在中**
 - 医療: 約2週間の滞在中に大都市の診療所へ2回通院（歯科医師とのカウンセリング、歯の形成¹、歯型取り、約1~2週間かけて作製されたラミネートベニアの接着²まで治療）
 - 観光: 通院の間の1週間で遠方含めた複数の観光地へ2、3泊ずつ滞在
- 母国帰国後**
 - 特に無し

滞在プラン概要

1日目	来日、旅館で和食
2日目	1回目の通院（歯科医師とのカウンセリング、歯の形成、歯型取り）、妻と娘は買い物
3~11日目	数日ずつ複数の観光地に滞在（3~4日目: 温泉地へ訪問・宿泊、5日目: アミューズメントパークへ訪問、6~9日目: 寺院巡り・着物での武家屋敷散策、10~11日目: スキーなど自然体験）
12日目	2回目の通院（ラミネートベニアの接着）
13、14日目	旅館で和食、茶道華道体験、帰国

1. 一切歯を削らずに済む場合もあり
2. ラミネートベニアは材質により2種類に大別でき、セラミックの場合は作製に1~2週間かかるが、ジルコニアの場合は当日に作製が完了する場合もある

診療所モデル調査 結果のまとめ

- 国内での診療所を活用した滞在プラン造成を検討すべく国外の取組事例を調査した結果、以下の特徴がみられた
 - 地方の診療所よりも都心の診療所が中心となっている
 - 診療所の看板となる治療・施術が存在しており、その治療・施術は短い所要時間、再現性の高さ、客観的効果が明確という性質を有する（例：眼科、不妊治療、歯科）
 - 患者の渡航前から帰国後までの体験を包括的にサポートするために旅行代理店、宿泊事業者、公的機関、国外医療機関との連携が見られる。（例：ドバイのボーンホールクリニックにおける空港運営当局や観光業者などとの連携、台湾のリーウィメンズ病院における政府機関や市との連携）
- また、国内でも中国大陸からの渡航患者の受け入れ実績を既に持つ診療所が都心部で見られた
- 日本で同モデルを拡大・展開するうえでは、以下のような点に関してさらなる検討が必要
 - 国内（特に都心部）に他国と比較して強み（例：高品質な医療）を持ち、かつ取組意欲を持っている診療所が存在するか。そのような診療所が、医療と観光を組み合わせた滞在プランの造成のために旅行会社や地域DMO等と事業体制を組むことができるか
 - 診療所の周知や保険業務負担の軽減のために、診療所が所在する地域の地方自治体や保険会社との連携を実現することができるか
 - 眼科、不妊治療、歯科などの領域において、日本への医療目的の渡航需要を惹起するために医療機関や地域が実施すべき取組は何か

- 選定地域による事業性強化モデル構築
- 診療所や医療関連企業を活用したインバウンド地方誘客モデルの拡大可能性調査

- 診療所モデル

- 医療関連企業モデル

- 通訳人材育成モデルの実施可能性調査
- 「地域の医療・観光資源を活用した外国人受入れ推進のための調査・展開事業」医療観光事業セミナー

過年度の実績を活用し、国外の取組事例と国内の先進事例の深掘りにより 医療関連企業モデルの実現性を検討

1. 国外の取組事例の収集と 共通要素の分析

目的 国外の医療関連企業による外国人受入の取組事例について、コンテンツ、ビジネスモデルの観点から共通する要素を抽出する

手法 以下5件の医療機関を対象に、文献調査を実施

- チバソム(タイ)
- ケアリゾートチェンマイ(タイ)
- バード・ライヘンハル(ドイツ)
- プリティキンメディカルリゾート(アメリカ)
- グランドリゾートバードラガッツ(スイス)

2. 国内事例の調査

先進的な国内事例から、医療関連企業モデルを国内で造成する際に参考となるコンテンツやビジネスモデルの特徴を把握する

以下3件の医療機関を対象に、文献調査を実施

- リーガロイヤルホテル大阪¹
- 湯本榊原館
- 那須陽光ホテル

3. 医療関連企業モデルの 実現性検討

分析結果を踏まえ、明らかとなったリゾート企業型、地場企業型の2つの類型について、事業者、地方銀行、観光協会から見た事業モデルの魅力や取り組むにあたっての障壁、成功要件等を把握する

以下のホテル、リゾート企業、事業者等
を対象に、オンラインインタビュー、メールでのアンケート、ヒアリング等を実施

- 星野リゾートグループ
- 軽井沢マリオットホテル
- 長野県のリゾートホテル(匿名)
- 沖縄県のリゾートホテル(匿名)
- ANAインターコンチネンタルホテル東京
- リーガロイヤルホテル大阪
- 三十三総研
- 竹田市観光ツーリズム協会

1. リーガロイヤルホテルについてはオンラインでのインタビューも実施

1. 国外の取組事例の収集と共通要素の分析： 国外の取組事例から見えてくる考えられる共通要素

論 点	共通する要素
コンテンツ	<ul style="list-style-type: none">• 以下のような特徴を持つウェルネスと親和性が高い療養・健康増進要素を提供<ul style="list-style-type: none">– 医師診察の必要性が比較的少ない¹<ul style="list-style-type: none">• 自然療法士や運動生理学者、食事療法士など、医師以外の職種がプログラムを提供• 医療に近いコンテンツを提供する場合も、看護師や介護士等で十分対応可能な取組に限定– 比較的健康状態の良い人が対象：滞在客の多くは、病気の治療ではなく、医療・健康増進を目的としている
ビジネスモデル	<ul style="list-style-type: none">• 富裕層をターゲットとした長期滞在プログラムを提供することにより、高い顧客単価のビジネスを展開。具体的には以下2つの類型が存在<ul style="list-style-type: none">– リゾート企業型：大規模なアセット（土地、建物など）を持つ企業が、リゾート開発の一環として富裕層をターゲットにプレミアムな長期宿泊を提供– 地場企業型：地域振興の一環として、地元企業（医療関連施設・観光業者など）が地元の自然資源を活用した関連ビジネスを展開し長期滞在を促進• 旅行誌だけでなく、ブルームバーグビジネスウィークやビジネスフォーカスといった、ビジネス誌や経済誌を通じた広報を行うことで、ターゲットとなる高所得者に訴求

1. 但し、施設に医師を在籍させる、またはクリニックを運営することで差別化を図る企業もあり。

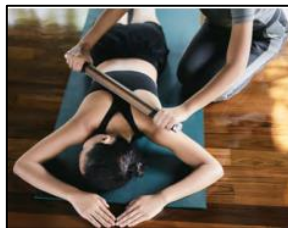
1. 国外の取組事例の収集と共通要素の分析: 事例:チバソム



タイ

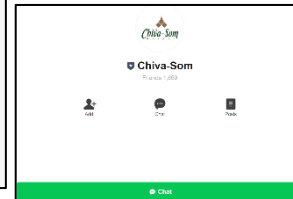
企業の概要

- タイ王室の避暑地としても名高いホアヒンビーチに7エーカーの高級リゾート施設を保有し理学療法に基づく長期滞在プランを提供。日常の喧騒から離れた休暇を求めるセレブリティなど富裕層が世界中から訪問（2018年時点で利用客のうち90%が国外からの渡航者）
- 活用資源
 - 医療・健康増進要素: 理学療法（フィジオセラピー）、食事療法¹（ミシュラン星受賞のシェフが調理）
 - 観光要素: 高級リゾート、ビーチ



コンテンツの特徴

- 比較的健康な者を対象とした理学療法・自然療法を活用:
 - 自然療法士の資格を持つアドバイザーが滞在客へのカウンセリングを実施し、個々のニーズに合わせたプログラムを提案
 - フィットネスと理学療法を効果的に組み合わせ、身体機能の維持回復や強化、最適化を図るプランなどを提供



ビジネスモデルの特徴

- 富裕層をターゲットにした高い価格設定: マッサージ・太極拳等200個以上のプログラムを組み込んだ理学療法に基づくプランを1泊約9~50万円²で提供
- 長期滞在の推奨により1滞在あたりの顧客単価を拡大: 最短でも3泊からのプラン提供。「1週間から10泊の滞在が主流で1か月以上の長期滞在をする客も少なくない」とパンフレットに記載あり
- 海外富裕層を対象とした媒体での広報を実施: タトラやコンデナストラベラーなどの海外富裕層向け雑誌に掲載・受賞（Tatler Spa Award 2022、Best Destination Spas in the World 2021）
- 海外の現地SNS活用による継続的な顧客接点を創出: 海外のローカルSNS（例: LINE）アカウントを利用し周知の拡大やリピーター創出を企図

1. 食事療法（Probiotics）は身体の状態に応じて適正なカロリーを守ったバランスのよい食事をとる療法。間接的な疾病の改善や病気悪化の防止に効果的。
2. シーズンや部屋のグレードにより価格が変動。

1. 国外の取組事例の収集と共通要素の分析: 事例: ケアリゾートチェンマイ



タイ

企業の概要

- バンコクに次ぐ第2の都市チェンマイの国際空港から約20kmの避暑地としても人気の山岳地帯に位置する、高齢者向けの長期滞在施設
- 活用資源
 - 医療・健康増進要素: リハビリ要素含む介護
 - 観光要素: 高級リゾート、市街地観光(市の中心部へ30分ほどでアクセスでき、買い物や観光ツアーへの参加が可能)



コンテンツの特徴

- 健康状態が比較的良好な高齢者を対象とし看護師や介護士で十分対応可能なリハビリ要素を含む介護を提供:
 - 看護師や介護士がアルツハイマーなど認知症患者に向けたリハビリ行為や介護を提供
 - 緊急時などの医師診察を要する際には医療機関との連携体制を活用し、職員が患者の病院診察に同行



ビジネスモデルの特徴

- リハビリ・介護を中心とした長期滞在ビジネスを展開:
 - リハビリ・介護と、スポーツなどのアクティビティを併せて提供することで長期滞在を促進
 - 別荘のような個別空間(50部屋保有¹⁾)で24時間サポートを提供することで滞在の質を高め長期滞在を促進
 - 初期設定価格は月額約23万円(宿泊、3食、アクティビティ、月1の買い物、ネット環境込み)
- 海外を対象とした広報を実施:
 - 約半数の滞在客が米国籍(2018年時点)
 - GLOBALSのThe Most Outstanding Care Resort in the World賞を受賞(2016, 2017年)



1. うち5部屋はアルツハイマー患者向けの部屋

1. 国外の取組事例の収集と共通要素の分析: 事例:バード・ライヘンハル



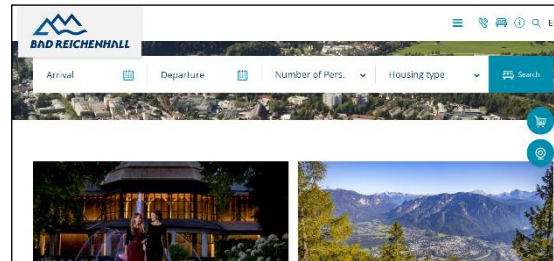
地域の概要

- 人口約1万8,000人、面積42km²のアルプスを見張らせる山岳都市
- 呼吸器系疾患やアレルギー疾患などの治療に効果的とされる食塩泉と清浄な空気に定評のある高級温泉保養地
- 活用資源
 - 医療・健康増進要素:温泉療法
 - 観光要素:ウェルネススパ、スキー場、アルプスの眺望、オーストリアザルツブルク州のオーケストラ(約10kmの距離と好アクセス)



コンテンツの特徴

- ウェルネス要素の強い温泉療法を活用:
 - 温泉療法は、呼吸器疾患などの病気に治療効果があるとされている
 - 従来は医師の処方により提供されていたが、最近は療養・リラックスなどのウェルネス要素と結び付けられ総合的な健康づくりを目指す位置づけ
 - 地域内のウェルネス企業(非医療機関)も温泉療法に基づいたスパの運営などを展開



ビジネスモデルの特徴

- 長期滞在を見込める温泉療法を核とした事業展開:中長期滞在によってより高い効果¹が見込める温泉療法を目的に渡航する客を対象に宿泊・飲食・娯楽・アクティビティ事業を展開
- 地域の関連企業との連携を通じた事業機会の創出:宿泊施設の予約状況、観光施設の紹介、地域のイベントの案内を街のウェブサイトに掲載し渡航者に地域内の多様な娯楽・アクティビティ・イベントへの参加を促すなど、地域全体に利益を拡大することを企図



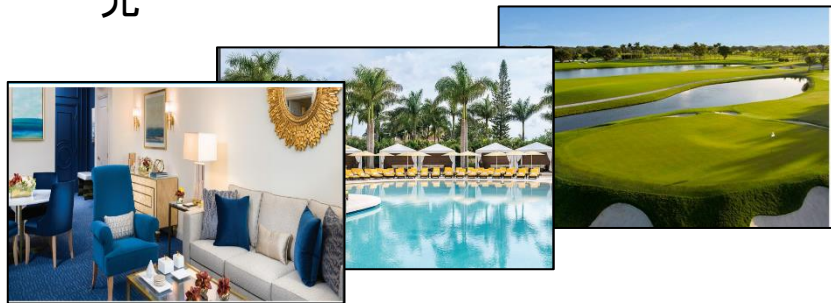
1. 現地広報担当者によるとバードライヘンハルでは呼吸器疾患患者に3~4週間の滞在を推奨。
資料: European Spas Association, 谷本都栄(2019), BAD REICHENHALL

1. 国外の取組事例の収集と共通要素の分析: 事例: プリティキンメディカルリゾート



企業の概要

- フロリダ州マイアミ国際空港から約6kmに650エーカーの高級リゾート宿泊施設を保有。医師が在籍しており、健康増進・体重減量を目的とした生活習慣行動変容プログラムから構成される長期滞在プランを提供
- 活用資源
 - 医療・健康増進要素: 医師による診察、高血圧・メタボ・高コレステロール改善プログラム、食事療法¹
 - 観光要素: 高級リゾート、マイアミ観光



コンテンツの特徴

- 在籍医師による診察や生活習慣病の改善を図る生活習慣行動変容プログラムを提供:
 - 循環器専門医や内分泌科医など医師が4名在籍し、個別診察、講義、ワークショップを実施
 - 高血圧・メタボリックシンドロームなどの生活習慣病の改善を目的とした行動変容プログラムから成る約7つのプランを医師監修のもと提供
 - 運動生理学者によるフィットネストレーニングや食事療法士による料理教室などのプログラムも提供



ビジネスモデルの特徴

- 富裕層をターゲットにした高い価格設定: 1泊²の平均価格は8万円以上
- 長期滞在の推奨により1滞在あたりの顧客単価を拡大: 1週間ではなく2週間滞在することで得られる効果をパンフレットに記載し2週間の滞在を推奨
- 国内の健康増進ニーズを狙いビジネスを展開: 肥満率が高い米国人の健康増進需要と長期休暇を狙い価値を訴求
- 海外富裕層を意識した媒体での広報による周知活動を実施: ブルームバーグビジネスウィークやCNNビジネスなどの国際的ビジネス雑誌・サイトにエグゼクティブ向け健康回復施設として掲載され、世界中から10万人以上が訪問
- 回復効果を数値ベースで発信: 医療関連雑誌が調査した滞在による回復効果を自社ウェブサイトの実績として発信

1. 食事療法 (Probiotics) は身体の状態に応じて適正なカロリーを守ったバランスのよい食事をとる療法。間接的な疾病の改善や病気悪化の防止に効果的
2. 基本プログラムとエグゼクティブ健康プログラムを組み合わせた滞在プランにおける平均価格

1. 国外の取組事例の収集と共通要素の分析: 事例: グランドリゾートバードラガッツ



スイス

企業の概要

- チューリッヒ国際空港から約110kmのアルプス山麓に位置するミシュラン5つ星ホテル。数百年にわたり温泉を活用したリハビリやスパを中心に医療・健康増進事業を拡大し、健康的なライフスタイルの実現や病気の予防を理念として事業を経営。企業が施設内でバードラガッツクリニックとメディカルセンターを運営
- 活用資源
 - 医療・健康増進要素: リハビリ、健康診断、複数診療科目の診察・治療
 - 観光要素: 高級リゾート、カジノ、ゴルフ、近隣都市への観光(チューリッヒ、ザンクトガレン、モナコ、ミラノ、リヒテンシュタイン、オーストリア¹)



コンテンツの特徴

- ホテルは温泉を活用したリハビリやスパなどを中心に発展: もとは近くの温泉から湧き出る天然温泉水を用いたリハビリ、スパを中心に発展
- 施設内のクリニックは、比較的健康な人を対象にスパとの親和性の高い診療科目の診察やリハビリ(病気予防や健康診断の滞在プランなど)を提供:
 - 施設内にあるクリニックとメディカルセンターで温泉療法と親和性の高い呼吸器内科や血管内科、美容系の皮膚科・歯科、ウェルネス要素と親和性の高いリウマチ科などを扱っており、その診察や治療、あるいは健康診断を含む滞在プランを提供
 - 滞在客の40%が医療・健康増進目的

ビジネスモデルの特徴

- 富裕層をターゲットにした高い価格設定: 1泊の平均価格は9万円以上
- 健康増進要素を扱うプランを複数日の滞在パッケージとして販売し、1滞在あたりの顧客単価を拡大: 健康診断、皮膚科など複数診療科目の治療、医師の診察などで構成される2泊~6泊のパッケージプランを約30~130万円で提供
- カジノ運営などによる事業ポートフォリオの多角化: 併設のカジノ・公衆浴場を運営し事業を多角化することで収支の安定化や観光客の集客を企図
- 海外富裕層を意識した媒体での広報を実施:
 - コンデナストラベラーなど海外富裕層向け雑誌に掲載・受賞 (Top 40 Spa Resorts Rest of the World 2021、Best Wellness Hotel in Switzerland 2020)
 - ビジネスフォーカスなど国際的経済雑誌に掲載

1. チューリッヒ・ザンクトガレンは車で1時間、モナコ・ミラノは3時間以内でアクセス可能

2. 国内事例の調査： 事例：リーガロイヤルホテル大阪（大阪府大阪市）



日本

企業の概要

- 1965年に大阪の中之島に開業された、リーガロイヤルホテルチェーンに属するシティ型ホテル。大阪市内のホテルとして最大の総客室数（2018年時点で1,042室）を保有。JR大阪駅から好アクセス、かつ大阪府立国際会議場が隣に位置しており、欧米系のビジネス客やアジアの団体旅行客が多く全滞在客の3割程度が外国人滞在客¹
- 活用資源
 - 医療・健康増進要素：ADL²の機能改善に特化したリハビリ
 - 観光要素：高級ホテル、大阪市街地観光（中之島）

コンテンツの特徴

- 提携企業2社が所有する歩行改善プログラムと脳卒中の後遺症改善に特化したリハビリをホテル滞在と融合させた滞在プランを提供：
 - 歩行改善プログラムを提供する「ポラリス」、脳卒中の後遺症改善に特化したパーソナルリハビリを提供する「ワイズ」の2社と提携
 - 完全オーダーメイドの集中的なりハビリプランをホテル滞在中に提供。施設内で実施されるプログラムに加え、近隣観光をトレーニングに活用したプログラムも存在



ビジネスモデルの特徴

- 滞在プランを富裕層向けに1か月の宿泊でパッケージ化し1滞在当たりの顧客単価を拡大：
 - 30泊のベーシックプランを国内在住富裕層向けに約200万円で販売³
 - コロナ蔓延によりインバウンド（観光客、ビジネス客）が激減した時期に考案され、2021年10月より販売開始
- 専門業者と提携し彼らの有する資源を活用することで、滞在プランの造成・提供にかかる自社負担のコストを軽減：
 - 提携先企業（ポラリス、ワイズ）が施設内の設備整備（手すりの設置や2室のリハビリ滞在プラン専用部屋への改装など）を実施
 - 提携先企業の理学療法士らが施術を提供するため自社で専門人材を保有する必要無し
 - 提携先企業は施設内にテナント所有
- 他地域への横展開：2021年にリーガロイヤルホテル東京にも同プランを拡大

1. インタビュー対象者による感覚値
2. 日常生活動作
3. 外国人向けに提供しておらず

2. 国内事例の調査： 事例：湯本榊原館（三重県津市）



日本

企業の概要

- 大正8年に創業された、伊勢神宮から車で1時間の位置に立地する三重県津市の温泉旅館
- 榊原温泉は都から伊勢への通過点であったため、奈良時代より伊勢神宮参拝の際のお清めの儀式である「湯ごり」の温泉地として広く知られ、清少納言の『枕草子』でも名湯として讃えられるほど歴史的に有名
- 三重県は古くから漢方の聖地として著名
- 活用資源
 - － 医療・健康増進要素：鍼灸、薬膳（漢方）
 - － 観光要素：温泉旅館、伊勢神宮参拝などの伊勢観光、伊勢の歴史文化

コンテンツの特徴

- 地域内に既存の資源（地元の温泉、地元根差した大学・企業が所有する専門人材など）を活用でき、ウェルネス要素のある鍼灸や薬膳・漢方を提供：
 - － 地元の鈴鹿医療科学大学と連携した薬膳料理と鍼灸、古くから名が高い温泉をテーマとした滞在プランを提供
 - － 漢方の聖地として知られる土地柄に着目し、地元農家の栽培する薬用植物や地元の九鬼産業のカノコ草を利用した薬膳料理を提供



ビジネスモデルの特徴

- 地方銀行や地域の企業・組織が一体となって実施する地方創成の取組：三重銀行グループが地域活性化を目指す地域金融機関として、湯本榊原館の経営陣と企業再生を図る滞在プランの構想を考案。地域関係者への声掛けをし実施体制を確立（湯本榊原館・鈴鹿医療科学大学・日本薬膳学会・三重銀行・三重銀総研）
- ターゲット層を想定した媒体での宣伝：食に敏感な読者向けのdancyuなどの媒体でプランをPR
- 更なるインバウンドの取り込みや長期滞在プラン化に向けた連携体制強化：
 - － 三重銀行GとJTB中部で国内外へのPR実施に向けて包括協定を締結¹
 - － 医療をコンセプトに長期間滞在できるオプションコンテンツ組成に向けゴルフ、農業・伝統文化体験などの開発を地元自治体や出版社・航空会社・イベント会社と取組予定

1. 2017年に包括協定を締結

2. 国内事例の調査： 事例：那須陽光ホテル（栃木県那須郡）



日本

企業の概要

- JR東北新幹線那須塩原駅から車で40分ほどに立地する那須岳に囲まれた栃木県の高原リゾートホテル。那須高原の自然に恵まれており、地元の野菜やハーブを用いた料理や関東初のファスティング・プログラムを提供するなど健康と美をテーマに運営
- 自社運営のゴルフコースが併設
- 活用資源
 - 医療・健康増進要素：栄養指導（ファスティング）
 - 観光要素：高原リゾート、ゴルフ、温泉、食文化



コンテンツの特徴

- 施設に常駐する管理栄養士による栄養指導を含む、ウェルネス要素の強いファスティングプログラムを提供¹：
 - 予防医学の研究者による提携指導のもと、過食やストレスで疲れた臓器を休息させることで細胞を活性化し代謝機能を正常な状態に戻す効果のあるファスティングをコンテンツとする滞在プランを提供
 - ホテル常駐の管理栄養士がマンツーマンの栄養指導をするなど健康面や栄養面で全面サポート







ビジネスモデルの特徴





- プランを複数日でパッケージ化また長期滞在へのカスタマイズが可能なプランとすることで1泊あたりの単価が低めでも一定程度の顧客単価を確保：
 - ファスティングプランを2~10泊のパッケージで販売。更に長期のカスタマイズをすることも可能
 - 1泊の平均単価は約2万円
- 自社所有のアセットを活用して施設自体の魅力を高めることで長期滞在の促進及び施設内で完結する滞在体験の造成を実現：
 - レストラン、温泉浴場、スパ、併設の自社運営のゴルフコースがあり長期滞在中のコンテンツが充実
 - ファスティングプランを「おこもりステイ」と称して販売している通り滞在施設内だけで完結するプランを実現
- 地域の資源を活用：地元の契約農場による高原野菜を使用した回復食や地元の天然温泉水を用意

1. 外国人向けにも提供しているかは要調査

3. 医療関連企業モデルの実現性検討: リゾート企業型:事業者へのヒアリング結果のまとめ (1/2)

観 点	ヒアリング結果のまとめ	事業者からのコメント
事業としての魅力	<p>8社中8社がリゾート企業型事業モデルは事業として魅力があると思うと回答、うち7社は具体的に以下の点を魅力として回答</p> <ul style="list-style-type: none">• 長期滞在の実現と富裕層へのターゲット設定による1滞在当たりの顧客単価増大が見込める• グループ企業全体への関心度、ブランドイメージ向上や別事業への集客効果も期待できる <p>魅力があると思うと回答した6社中2社は類似の取組においてその魅力を既に実感</p>	<p> “リハビリ滞在プランは富裕層がターゲットであり高い価格設定を実現している”</p> <p> “温泉療法医監修の滞在プランに関心を抱いた海外メディアによる情報発信により、インバウンド客が別ブランドのプランも知って実際の利用に繋がっていると思う”</p>
主体となりうる事業者	<p>リゾート企業型事業モデルで主体となりうる事業者は、ビジネス客が主な客層である都市部シティ型ホテルではなく、国内外の富裕層が主な客層であるビーチや温泉やスキー場などが有名な観光地に位置するホテル・リゾート企業ではないか、と都市部シティ型ホテル2社が回答</p> <ul style="list-style-type: none">• 国際空港から交通の便が良く、外国語案内が一定程度浸透した外国人からも有名な観光地（例:ルスツ、ニセコ、軽井沢）に位置する企業の方が事業モデルに早く着手できるのではないかと1社が回答• 外資系ブランドに属する企業の方が事業モデルにより関心を持つと思うと外資系リゾート企業1社が回答	<p> “都心のシティ型ホテル滞在客の半分以上を占めるビジネス客は健康増進目的の滞在をしないのではないか”</p> <p> “今後インバウンドを取り込む必要があると感じるが、当社が位置する島は国際空港から交通の便が悪く、外国語対応が不整備である点が懸念である”</p>

3. 医療関連企業モデルの実現性検討: リゾート企業型:事業者へのヒアリング結果のまとめ (2/2)

観 点	ヒアリング結果のまとめ	事業者からのコメント
活用できる医療・健康増進要素	<p>リハビリ、鍼灸、栄養指導は各々1社ずつが既に活用済、これらに魅力と活用可能性を感じると回答した未活用の企業も存在。専門医監修の温浴方法を扱う滞在プランを2社が既に提供していると回答、温泉療法に魅力と活用可能性を感じると回答した企業も存在</p> <p>行動変容プログラム・あんまを活用している企業は0社だが魅力と活用可能性を感じると回答した企業が存在</p> <p>専門医監修の滞在プランに魅力と活用可能性を感じるとの回答があり、実際既に提供している企業も存在</p>	<p> “当社では鍼灸と指圧のマッサージを提供している”</p> <p> “医師監修のプログラムや海外のリゾート地で行われているスティックな長期宿泊プランに魅力を感じる”</p>
事業モデルの確立に向けた成功要件	<p>事業モデルに取り組む場合の懸念として多く挙げられた専門人材確保や追加設備投資の必要性という課題を医療側の企業・組織との提携を通じて解消している企業が存在しており、企業や医療機関との提携はホテル・リゾート企業においてとられる手法であり実現可能性が高いとの回答あり</p> <ul style="list-style-type: none">提携先としては周辺地域に存在している企業や医療機関が実現性が高いとの声提携先の紹介・マッチングがあると事業に取り組みやすいとの声 <p>海外の富裕層に認知してもらうための広告宣伝や仕組みが重要であるとの回答あり</p> <ul style="list-style-type: none">富裕層をターゲットにした海外メディアによる情報発信海外リゾート企業が販売する世界中の提携先施設で宿泊ができる特別パスグループ会社で発行されている系列ホテルでポイントが貯められるポイントカード	<p> “事業モデルに取り組むには専門人材を常に当社が抱える必要が出てくるのではないかと”</p> <p> “リハビリ施術を提供する提携企業が設備整備、人材確保をしているので当社が通常のホテル業務以外に特別な業務をすることはない”</p>

3. 医療関連企業モデルの実現性検討: リゾート企業型:実現性検討結果

リゾート企業型医療関連企業モデル の概要(案)

実行主体:

大規模なアセット(土地、建物等)を持つ
ホテル・リゾート企業

対象顧客像:健康意識の高い富裕層

- 常に健康維持を心掛けた生活を送っているが、将来の健康に軽度の不安
- ゆったりとリラックスでき、健康増進に繋がるコンテンツに興味がある

提供コンテンツ:

医療・健康増進要素を含むプレミアムな
長期宿泊体験

実現性検討結果

リゾート企業型事業モデルは大手ホテル・リゾート企業にとって、事業として魅力的

- 長期滞在の実現と富裕層へのターゲット設定による1滞在当たりの顧客単価増大が見込める
- グループ企業全体への関心度、ブランドイメージ向上や、別事業への集客効果も期待できる




特に、ビーチや温泉、スキー場などを擁する有名観光地に位置するホテル・リゾート企業との親和性が高い

- ビジネス客が主な客層である都市部シティ型ホテルと比較して、上記企業の顧客は国内外の富裕層が中心であり、本事業モデルによって狙うターゲット層に近い
- 有名観光地は外国人からの知名度が既に高い




こうした企業が提供する医療・健康増進要素としては、比較的健康状態の良い人を対象とした、医師診察の必要性が低い、栄養指導、行動変容プログラムなどの実現可能性が高い

- 医療要素が小さいコンテンツは、企業が取り組む際の法的な障壁が小さい
- 医療側の企業・組織と提携することで、専門人材の獲得や追加設備投資を最小限にとどめることが可能

3. 医療関連企業モデルの実現性検討： 地場企業型：事業者へのヒアリング結果のまとめ（1/2）

観 点	ヒアリング結果のまとめ	事業者からのコメント
事業としての魅力	<p>2社中2社が地場企業型事業モデルは事業として魅力があると思うと回答し、以下の点を具体例として列挙。特に地域活性化・再生を目指してインバウンド取り込みも狙う医療・健康増進要素を扱う滞在プランを構想した地方銀行も存在</p> <ul style="list-style-type: none">• 諸外国の渡航客を誘致することによる、地域全体の事業機会・雇用機会増大が期待できる• 旅館・ホテルをはじめとする関連事業者の収益増大が地域全体の成長に繋がる• 中長期滞在の実現及び富裕層へのターゲット設定による1滞在当たりの顧客単価増大が見込める	<p> “地域内の温泉宿泊施設への入りこみ客数が減ることは地域全体の疲弊に繋がりをる事態であるため地方銀行として地域活性化を目指して温泉・薬膳・鍼灸を扱う滞在プランを構想した”</p>
主体となりうる事業者	<p>地方銀行は、既に地域内の事業者を取りまとめる旗振り主体として地方銀行がふさわしいと回答。理由として以下の点を回答</p> <ul style="list-style-type: none">• 地方創生を理念としており本事業モデルのコンセプトと合致（ゆえに、ビジネスが企業の儲け目的と捉えられず、地域内の事業者が協力をしやすくなるとの回答あり）• 地域の事業者を取引先とするため事業者を巻き込みながら取組を推進することが可能 <p>既に旗振り主体を務めている観光協会は、加盟事業者へのお声がけは容易であったと回答したが、細かい行政区ごとに存在するため同一コンセプトのもと近隣行政区を巻き込んだ広域プランを作ることは困難な可能性があるとの回答</p>	<p> “本滞在プランを造成する際、同グループ所属銀行の重要顧客であった企業に声がけをした”</p> <p> “観光協会が近隣地域の協会と連携することの実現性は高い。しかし、行政区ごとに実現したいコンセプトが異なるため広域のプランを作るのは長い時間を要すると思う”</p>

3. 医療関連企業モデルの実現性検討： 地場企業型：事業者へのヒアリング結果のまとめ（2/2）

観 点	ヒアリング結果のまとめ	事業者からのコメント
活用できる 医療・健康 増進要素	<p>地域に根差した観光資源（例：温泉や地域食材）を活用した温泉療法や薬膳を既に活用済みと回答</p> <ul style="list-style-type: none">• 地域に既に存在している資源で魅力ある滞在プランのコンテンツにできるものがあるかを検討したとの回答あり• その土地ならではの歴史・文化と結びつくような自然資源を生かして、集客力を高めることを企図したとの回答あり（例：「清少納言が愛した湯」との宣伝文句）	<p> “地域に既存の温泉と古くから名産とされる薬用植物を活用した。薬用植物の栽培は水田の再生につなげることを企図している”</p> <p> “清少納言が地域の温泉について著書で記述していたという歴史を絡めた広報をしている”</p>
事業モデル の確立に向 けた成功 要件	<p>地域全体で事業に取り組むには行政の協力があるとよいとの回答あり、実際に事業の立ち上げ期は行政の事業に参画し予算を得たとのこと</p> <p>地域にまつわる情報の発信を業務の軸とする観光協会が事業のプロモーションを担うとよいのではないかと観光協会が回答</p> <p>JTBなどの旅行代理店と地域内の事業者をマッチングする会を複数回実施していると地方銀行が回答</p>	<p> “観光協会の業務の柱は情報発信であるため、事業の情報をインバウンド向けにも発信していくことは十分できると感じる”</p>

3. 医療関連企業モデルの実現性検討: 地場企業型: 実現性検討結果

地場企業型医療関連企業 モデルの概要(案)

実行主体:

医療関連施設・観光業者等の地元企業

対象顧客像: 日本への関心の強い中～高所得者層

- 健康に関心はあるが、現状大きな健康課題はない
- 日本文化や、日本特有のおもてなしを体験することに興味がある

提供コンテンツ:

地元の自然資源を活用した中長期滞在プログラム

実現性検討結果

地場企業型事業モデルは地域の活性化・再生を目指す自治体にとって魅力的

- 諸外国の渡航客を誘致することによって、地域全体の**事業機会・雇用機会増大**が期待できる
- 旅館・ホテルをはじめとする関連事業者の**収益増大**が**地域全体の成長**に繋がる

地方銀行や観光協会は本事業モデルにおける旗振り主体となり得る

- 企業理念として地方創生を掲げており、**本事業モデルのコンセプト**と合致している
- 地場企業との関係性があり、こうした**事業者を巻き込みながら取組を推進**することが可能

本事業モデルにおける**医療・健康増進要素**としては、**地域に根差した観光資源**を活用した、**温泉療法や薬膳などのプログラムの実現可能性が高い**

- 地域に既に存在している観光資源(温泉、地域食材等)を活用したコンテンツであれば、**着手しやすい**
- その土地ならではの**歴史・文化と結びつくような自然資源**を活かして、**集客力のある事業**が展開可能

事業の成功に向けて、**行政の積極的な支援**が肝要

- とりわけ事業の立ち上げ期においては、行政からの**財政的支援(予算付与など)**が必要

事業推進の上で、**明確な旗振り主体と取組意欲を持つ事業者の存在**が不可決

医療関連企業モデル調査 結果のまとめ

- 企業を活用する事業モデルの国内での実現性を検討すべく国外の取組事例を調査した結果、以下の特徴がみられた
 - ウェルネスと親和性が高い療養・健康増進要素を提供している
 - 一定の顧客単価が期待できる最低1週間からの長期滞在ビジネスを展開しており、リゾート企業がリゾート開発の一環として取り組む場合と地元企業が一体となり地域振興の一環として取り組む場合の主に2つの型がある
- 国内の企業においても、ホテルによるリハビリを活用した1か月の長期滞在プランや、地方銀行による旗振りのもと地元企業による薬膳や鍼灸を活用した取組など、国外事例との共通要素が一部見られた
- 国内で同モデルに取り組むうえでは、以下のような点に関してさらなる検討が必要
 - 取組に意欲を持っている企業（例：ビーチや温泉などを擁する有名観光地に位置するホテル・リゾート企業、地方銀行や観光協会）が医療・健康増進要素（例：栄養指導、温泉療法）と地域の観光要素（例：リゾート宿泊）を組み合わせた魅力的なコンテンツを造成し事業化するために、必要となる医療の専門人材や複数年にわたる投資を確保できるか
 - 企業が主体となり、観光業界や地方自治体を巻き込んだ事業体を構築・推進することが可能か
 - コンテンツ造成ができたのち、企業ならではの強みを生かした効果的な広報・宣伝ができるか（例：富裕層向け雑誌への掲載）

-
- 選定地域による事業性強化モデル構築
 - 診療所や医療関連企業を活用したインバウンド地方誘客モデルの拡大可能性調査
 - **通訳人材育成モデルの実施可能性調査**
 - 「地域の医療・観光資源を活用した外国人受入れ推進のための調査・展開事業」医療観光事業セミナー

地域の医療機関との協議等を通じて医療渡航事業に係る通訳の課題を調査し、通訳手段に関わる課題や次年度以降の実証に向けての論点を整理

1. 調査対象の選定

2. 通訳ニーズ及び通訳手段に関する課題の確認

3. 今後実証すべき点の整理

実施内容

- 本年度の事業参加地域から、先進事例となる地域を選定、厚生労働省・観光庁と協議の上で対象とする地域を決定
- 昨年度事業における各地域でのモニター実証結果や地域へのヒアリングをもとに、医療渡航事業に関わる通訳ニーズ及び通訳手段に関する課題を整理
- 通訳業務に関わる課題をもとに、次年度以降実証すべき点(例:取り得る手法の実施可能性の調査)を整理

実施方法

厚生労働省、観光庁との協議

- 時期:10月
- 形式:オンライン

地域担当者へのヒアリング

- 時期:11~1月
- 形式:オンラインインタビュー30分×1、2回

地域担当者へのヒアリング

- 時期:1~3月
- 形式:オンラインインタビュー30分×1、2回

調査対象(中部国際センター)への現地視察:

- 時期:1~3月
- 形式:現地訪問(中部国際医療センター)

成果

調査対象として以下の医療機関を選定

1. 岐阜県美濃加茂市:中部国際医療センター
2. 宮城県白石市・仙台市:仙台画像検診クリニック

- 検診前・当日・受診後のフローを詳細化・精緻化
- フローに沿った通訳ニーズを把握
- 通訳ニーズに対する現状課題を整理

- 通訳手段に関わる現状課題を受けて、次年度以降実証すべき点を特定

1. 調査対象の選定: 調査対象医療機関の概要

医療機関名	年間通訳対応患者数 (コロナ前)	通訳人員 ¹	オンライン・ツールの使用
中部国際医療センター	<ul style="list-style-type: none">合計4,909名(2018年)<ul style="list-style-type: none">中国語: 433名英語: 468名ポルトガル語: 3649名タガログ語: 359名	<ul style="list-style-type: none">中国語通訳スタッフ1名が病院に所属し、中国人患者²の外来を担当(なお、検診は長時間の同行が求められるため対応無し)中国人渡航者の検診時は代理店(JTB)が通訳士(ほとんどの場合医療通訳)を手配し当日同行	<ul style="list-style-type: none">院内ネット環境は整備されているが、オンライン会議システム等を用いたオンライン診察・面談は未実施胃部X線検査には外国語(中国語含む)で指示を出す機械を導入済み
仙台画像検診クリニック	<ul style="list-style-type: none">約100名(ほとんどが中国語通訳を要する患者)	<ul style="list-style-type: none">中国語話者スタッフや通訳士は病院に所属しておらず中国人渡航者の検診時は宮城創生DMOが医療通訳を手配し、当日同行	<ul style="list-style-type: none">診察室はセキュリティの関係上ネットを使用できず通訳ツール(例:アプリ、外国語で指示を出す検査機械)は未導入

1. 中国語対応の取組のみ調査

2. 中国現地からの渡航患者、国内在住の中国人患者問わず

資料: 中部国際医療センターへのヒアリング(現地視察、オンラインインタビュー)、仙台画像検診クリニックへのアンケート調査

2. 通訳ニーズ及び通訳手段に関する課題の確認： 検診フローに沿った医療通訳の必要性

日程	検診当日まで		検診当日			検診受診後		
	問診票記入・ 注意事項確認	到着・受付	問診	検診準備	各種検診	診察	結果受領 (問い合わせ) ²	(医師面談・ 精密検査希望) ²
検診プロセス ¹								
通訳内容	<ul style="list-style-type: none"> 当日までの注意事項 病歴・生活習慣に関する質問 	<ul style="list-style-type: none"> 患者の氏名・生年月日・検査結果の発送先 便・尿の日付 	<ul style="list-style-type: none"> 事前に記入された問診票の内容 患者の当日の健康状態 検査に関わる指示や注意事項（豊胸の有無等） 	<ul style="list-style-type: none"> ロッカーの使い方と着替えの注意事項 尿検査の手順や注意事項 	<ul style="list-style-type: none"> 検査に関わる指示や注意事項（豊胸の有無等） 	<ul style="list-style-type: none"> 医師からの指示や質問（自覚症状の聞き取り） （場合によっては一部の検診結果） 	<ul style="list-style-type: none"> 各種検査の数値とその意味合い 生活習慣に関する助言 	<ul style="list-style-type: none"> 詳細な検診結果の説明（がん告知などの場合もあり） 希望検査の種類や前回の検診結果
医療通訳の必要性	大 専門用語が多く、通訳案内士には困難	小	大 専門用語が多く、通訳案内士には困難	小	中 複雑な動作指示が必要な検査（例：バリウム検査）も一部存在。ただし、マニュアルやツールがあれば通訳案内士が担当できる可能性	大 専門用語が多く、通訳案内士には困難。また、患者にとってセンシティブな内容の場合、特に配慮が必要	大 専門用語が多く、通訳案内士には困難	大 専門用語が多く、通訳案内士には困難





1. 中部国際医療センターの検診のプロセスを記載

2. 調査対象ではこれまでに検診受診後の患者からの問い合わせや精密検査の要望があったことはないため仮定の場合を記載（2022年12月時点）

資料：中部国際医療センターへのヒアリング（現地視察、オンラインインタビュー）、仙台画像検診クリニックへのアンケート調査

2. 通訳ニーズ及び通訳手段に関する課題の確認： 検診プロセスにおける通訳案内士を活用するオプション

通訳案内士活用の取り得る オプション

	概要	通訳ニーズ充足の可能性	医療機関からのコメント
通訳案内士 + 医療通訳案内士	現地医療通訳+ 現地通訳案内士	可能性あり 検診対応可能な医療機関在籍の医療通訳がいる場合、通訳できる可能性あり	 「問診・診察以外は通訳案内士が担当できないわけではない」
	オンライン医療通訳+ 現地通訳案内士	可能性あり 診察室のネット環境が整備され、医療通訳が医療機関に在籍もしくはオンラインで確保できる場合、通訳できる可能性あり	 「診察室のネット環境が整っていれば医療通訳と問診・診察でつなぐことはできる」
通訳案内士	現地通訳案内士+ マニュアル・医療用語 通訳アプリ	可能性低い 医療機関がマニュアルを、代理店がアプリを用意すれば通訳が不可能ではないが、語彙だけではない繊細なコミュニケーションは困難	 「特に診察では患者にとって深刻な内容を語彙だけでなくきちんと伝えられるか不安である」
	現地通訳案内士のみ	可能性なし 通訳案内士が全プロセスを担当	 「専門用語があるため（マニュアル・アプリがなければ）通訳案内士が全プロセスを担当することは厳しい」

3. 今後検討すべき点の課題の整理

生じ得るリスク	詳細	医療機関からのコメント
誤訳のリスク	<ul style="list-style-type: none">誤訳により医療事故に発展する可能性があり、医療機関は通訳案内士の活用に難色を示す可能性	 「医療機関として万が一のことがあってはならない」
プロセス上のリスク	<ul style="list-style-type: none">医療通訳と通訳案内士を併用する場合、円滑な引継ぎができないと停滞が発生する可能性通訳案内士がアプリを使用する場合、通訳士のITリテラシーによっては停滞が発生する可能性	 「通訳士の交代で手間取り問診が長引くとその後の全プロセスが遅延する」  「マニュアル・アプリで迅速に訳せるならば問題ないが、アプリの立ち上げなどで効率性が落ちるのではないか」
関係者との信頼性担保上のリスク	<ul style="list-style-type: none">代理店は信頼できる通訳士に担当してほしいと考え、通訳案内士の活用に難色を示す可能性	 「代理店にとって大切なお客様であるため通訳案内士にお任せすることに抵抗感があるのではないか」

-
- 選定地域による事業性強化モデル構築
 - 診療所や医療関連企業を活用したインバウンド地方誘客モデルの拡大可能性調査
 - 通訳人材育成モデルの実施可能性調査
 - 「地域の医療・観光資源を活用した外国人受入れ推進のための調査・展開事業」医療観光事業セミナー

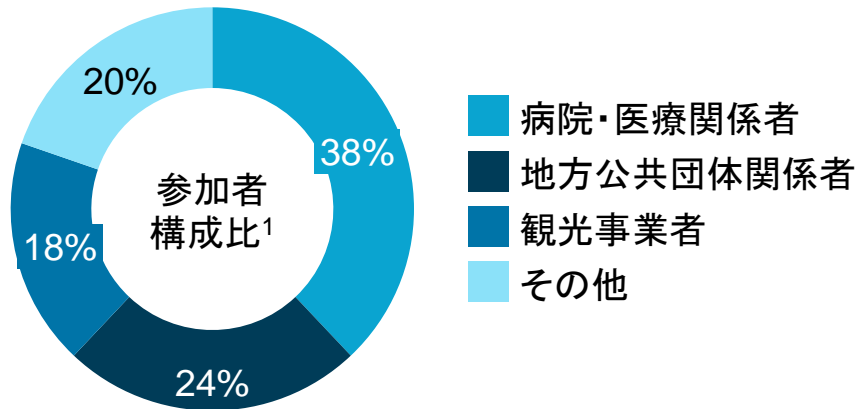
セミナーの振り返り:概要

セミナー概要

目的

医療機関、観光事業者、地方公共団体に対して本事業の成果と海外の取組事例を共有することで、日本の地域の医療・観光資源を活用した外国人受入れ事業の促進と横展開を図る

参加者(約130名程度)



日時

令和5年3月1日 13:30-15:30(120分)

開催形式

オンライン

1. 参加者の事前登録アンケート(n=137)をもとに算出

アジェンダ

概要

スピーカー

開会(2分)	• 本セミナーの趣旨、アジェンダの説明	事務局
開会挨拶(3分)	• 本事業の重要性や目指す姿などの説明	厚生労働省
事業概要と本年度の活動成果(25分)	• 事業概要の説明 • 活動内容の報告(通訳人材育成モデルの実施可能性調査は報告せず)	事務局
海外有識者による講演とパネルディスカッション(80分)	• 海外有識者によるプレゼンテーション(各15分) • パネルディスカッション(35分)	海外有識者3名
国としての今後の取組(5分)	• 今後の取組方針の説明	厚生労働省
閉会挨拶(3分)	• 参加者への謝辞	観光庁
アンケート(2分)	• オンラインアンケートの記入	事務局

セミナーの振り返り: 開催案内・参加募集チラシ

令和4年度

地域の医療・観光資源を 活用した外国人受入れ推進 のための調査・展開事業 医療観光事業セミナー

厚生労働省・観光庁では、日本の優れた医療と地域の観光資源を組み合わせた潜在プランの提供などにより、海外からの外国人受入れを推進することを目指しており、地域の取組の支援や今後の更なる発展に向けた調査を実施しております。本年度の事業成果および海外の最新の取組事例などを広く共有することを通じて、日本での医療機関、観光事業者、地方公共団体による更なる連携や、訪日外国人の受入れにかかわる医療環境の整備などの促進に向け、令和4年度の医療観光事業セミナーを開催いたします。

日時 令和5年3月1日(水)
13:30-15:30

会場 オンライン開催(Zoom)

定員 200名程度 希望者多数の場合は抽選

使用言語 日本語 海外有識者による講演・パネルディスカッションは日本語の通訳あり

対象 主に医療関係者・観光関係者・地方公共団体

プログラム (当日変更の可能性あり)

- 開会挨拶
- 事業概要および本年度の活動成果の紹介 (宮城県白石市・仙台市、沖縄県沖縄市・南城市)
- 海外有識者による講演・パネルディスカッション
- 国としての今後の取組
- 閉会挨拶

講演者 各15分

キ・ナム・ジン氏 「韓国を中心とする世界の医療渡航事業の取組」

楊陽氏 「中国患者の最新事情」

アーメド・オスマン氏 「中東における医療渡航戦略」

パネルディスカッション 35分
「世界の動向から見える日本への示唆」

登壇者の詳細なプロフィールはホームページを参照

お申し込み 令和5年2月24日(金)16:00 までに下記リンクより申し込みください。
https://www.surveys.online/life/form/SV_ezFto0rdP57bLrU (例年サービス)

お問い合わせ

マッキンゼー・アンド・カンパニー・ジャパン(本事業担当部署)
TEL: 03-5562-2100 (代表) 担当: 池畑、足立
E-mail: Healthcare_Inbound@mckinsey.com

厚生労働省医政局総務課医療国際展開推進室
TEL:(代表) 03-5253-1111
(内線4457、4108)

登壇者プロフィール (予定)

海外有識者による 講演・パネルディスカッション

キ・ナム・ジン氏 | Ki Nam Jin
延世大学教授

- 1994年より現職である韓国・延世大学の教授を務める。2000年から2013年の間は、米ダートマス大学の客員教員として勤務していた経験も有する。
- 2018年より韓国保健産業振興院(KHID)と韓国の行政機関である保健福祉部とともに医療観光産業の発展のための取組に従事し、2019年よりソウル医療ツーリズムカウンシルの議長を務める。知見共有に向けたプラットフォームとなるフォーラム(Global Healthcare Policy & Management Forum)を設立。医療渡航事業に関する幅広いテーマで書籍や論文を多数執筆。その功績が認められ、ソウル市長、韓大副総長、保健福祉部次長から褒状の賞状を授けられている。
- 延世大学・社会学部を卒業後、米イリノイ大学アーバナ・シャンペーン校で医療社会学の修士号および博士号を取得



楊陽氏
Doctor Care株式会社 代表取締役
よろよろインターナショナルクリニック 院長
聖路加国際病院 国際医療顧問
東北大学医学部 医学科病理解新学 非常勤講師
中国上海復旦医療科技有限公司 法人代表

- 聖路加国際病院付属メディアローカスの海外在住者健診をはじめ、訪日医療のサポート、保険会社との海外医療に関する商品開発、日本の医療機関の中国市場に関するコンサルティング業務などに従事
- 患者にとって文化と言葉が医療の壁にならないようなシステム作り、身体だけでなく心に寄り添う医療をモットーに文化と言葉の壁、支払いの保証、医療の質など複数の課題に取り組んでいる
- 東北大学を卒業後、日本医師免許、中国執業医師許可、東北大学病理診断学博士号、スイスビクトリア大学EMBA、JMPF認定調査員などの資格を取得



アーメド・オスマン氏 | Ahmed Osman
マッキンゼー・アンド・カンパニー
アソシエイトパートナー (ドバイオフィス)

- マッキンゼーの中東における医療制度改革研究グループ、およびアラブ酋長国連邦(UAE)のマッキンゼー・ヘルス・インスティテュート(MHI)のリーダーを務める
- 中東の官公庁と連携し、観光と医療を組み合わせたプロジェクトに従事。G20参加国においてコロナ後の経済を安全に再開させるための国家戦略の取組を主導するなど、公共および民間セクター(保険者、医療提供者、規制当局など)におけるヘルスケア関連の様々な戦略を立案した実績を誇る
- 英ブリストル大学にて、生体学および薬学(MD)の修士号を取得後、ロンドンのガイズ・アンド・セントトーマス病院にて研修医として勤務



本年度事業参加地域

宮城県 白石市・仙台市

仙台でのPET-CTを活用した画像健診

子供と一緒に空の自然と防災を学ぶ

沖縄県 沖縄市・南城市

医療法人タビックによる沖縄の自然・文化と触れ合いながらのリハビリ

南国リゾート満喫

セミナーの振り返り: 海外有識者による講演



Ki Nam Jin 氏

キ・ナム・ジン

延世大学教授

- 1994年より現職である韓国・延世大学の教授を務める。2000年から2013年の間は、米ダートマス大学の客員教員として勤務していた経験も有する
- 2018年より韓国保健産業振興院(KHIDI)と韓国の行政機関である保健福祉部とともに医療観光産業の発展のための取組に従事し、2019年よりソウル医療ツーリズムカウンスルの議長を務める。知見共有に向けたプラットフォームとなるフォーラム(Global Healthcare Policy & Management Forum)を設立。医療渡航事業に関する幅広いテーマで著書や論文を多数執筆。その功績が認められ、ソウル市長、韓国大統領、保健福祉部などから複数の賞を受賞している
- 延世大学・社会学部を卒業後、米イリノイ大学アーバナ・シャンペーン校で医療社会学の修士号および博士号を取得



楊 陽 氏

ヨウ・ヨウ

Doctor Care株式会社 代表取締役、
ようようインターナショナルクリニック 院長、
聖路加国際病院 国際医療顧問、
東北大学医学部医学科病理診断学
非常勤講師、
中国上海惠立医疗科技有限公司
法人代表

- 聖路加国際病院附属メディローカスの海外在住者健診をはじめ、訪日医療のサポート、保険会社との海外医療に関する商品開発、日本の医療機構の中国市場に関するコンサルティング業務などに従事
- 患者にとって文化と言葉が医療の壁にならないようなシステム作り、身体だけではなく心に寄り添う医療をモットーに文化と言葉の壁、支払いの保証、医療の質など複数の課題に取り組んでいる
- 東北大学を卒業後、日本医師免許、中国執業医師許可、東北大学病理診断学博士号、スイスビクトリア大学EMBA、JMIP認定調査員などの資格を取得



Ahmed Osman 氏

アーメド・オスマン

マッキンゼー・アンド・カンパニー
アソシエイトパートナー(ドバイオフィス)

- マッキンゼーの中東における医療制度改革研究グループ、およびアラブ首長国連邦(UAE)のマッキンゼー・ヘルス・インスティテュート(MHI)のリーダーを務める
- 中東の官公庁と連携し観光と医療を組み合わせたプロジェクトに従事。G20参加国においてコロナ後の経済を安全に再開させるための国家戦略の取組を主導するなど、公共および民間セクター(保険者、医療提供者、規制当局など)におけるヘルスケア関連の様々な戦略を立案した実績を誇る
- 英ブリストル大学にて、生理学および医学(MD)の学士号を取得後、ロンドンのガイズ・アンド・セントトーマス病院にて研修医として勤務

セミナーの振り返り: 海外有識者による講演



	キ・ナム・ジン氏	楊 陽氏	アーメド・オスマン氏
概 要	<p>韓国における医療渡航の取組</p> <ul style="list-style-type: none">2009~2019年の発展期新型コロナウイルス感染症拡大による課題政策変更市場予測	<p>国際医療から見る今後の発展</p> <ul style="list-style-type: none">中国の市場概観と患者ニーズ、新型コロナウイルス感染症拡大前後の訪日市場の動向中国をターゲットにしたプロモーションの事例	<p>中東（特にアブダビ）の医療渡航戦略</p> <ul style="list-style-type: none">アブダビの医療渡航の取組における戦略立案の考え方
要 旨	<ul style="list-style-type: none">直近、医療渡航市場の回復は限定的と予想されるが、うち国内を対象とする市場と渡航距離が短い国外を対象とする市場は回復が期待される。また、ウェルネスサービスへの移行が予想される遠隔医療サービスなどデジタル活用が重要となる韓国政府は海外有識者による委員会の組成、地方自治体への啓蒙を実施した	<ul style="list-style-type: none">訪日中国人患者の6~7割が悪性腫瘍患者である¹中国人患者は医療内容や言語を考慮し渡航先国を、ランキングや予約スピード、費用感、治療方針を考慮し病院を選択している中国市場へのプロモーション事例が存在する（例：中国語版病院HP、エージェント経由でのSNS発信）	<ul style="list-style-type: none">アブダビは医療渡航の取組においてターゲットセグメントと事業目的（例：経済成長への寄与、新しい健康・ウェルネスサービスの造成）を明確化している米国の大病院のアブダビ支院を擁するアブダビは、医療渡航の取組で提供しうる3つの価値（高水準、便利さ、低価格）のうち高水準に着目して戦略を立案している

1. 2018年時点

セミナーの振り返り: 海外有識者によるパネルディスカッション

討議内容

- 新型コロナウイルス感染症拡大後の各国の取組
- 日本の医療・観光資源が持つ魅力
- 日本の医療渡航の取組における課題
- 今後取るべき取組・戦略



世界の動向から見える日本への示唆

日本は、医療渡航市場における付加価値の高いサービスの提供を可能にする資源を有する



医療渡航事業における日本の強み

- がん治療等をはじめとする先進的な医療技術
- 温泉など、ウェルネス寄りの医療サービスにも適した観光資源
- 看護師をはじめとする医療従事者の優れたホスピタリティ

事業拡大に向けては、効果的なブランディングや、国内外のネットワーク構築、医療機関のケイパビリティ構築が必要

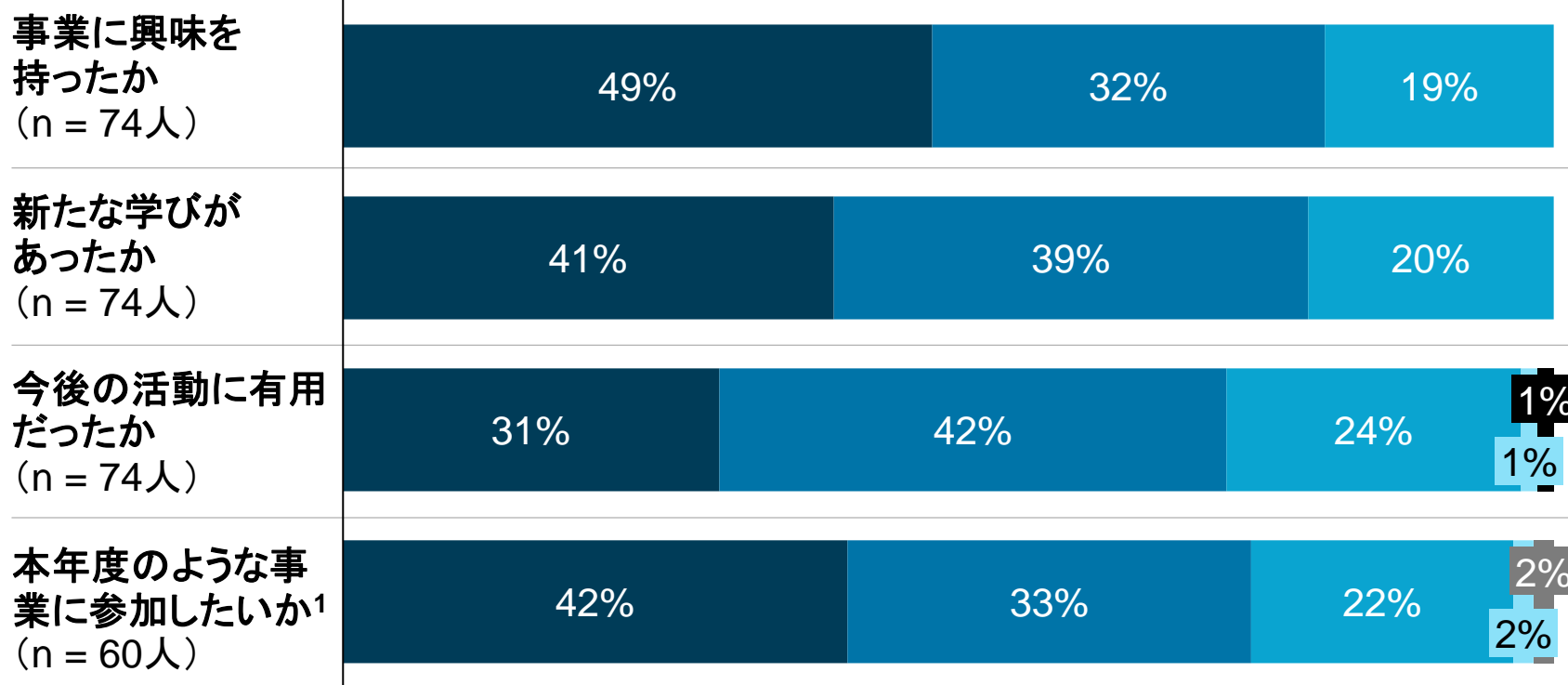
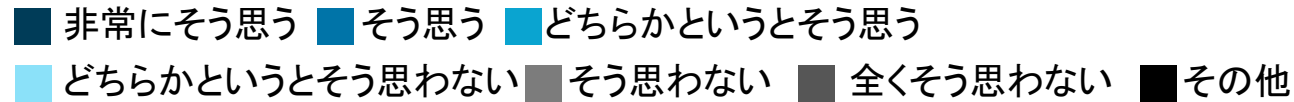


更なる事業拡大に向けて必要な取組

- 他の病院と何が異なっているのかを明確化し、海外の患者に対してブランディング
- 国内外の専門家や、国内の医療機関と海外の患者の交流を促すネットワーク構築
- 医療機関が安心して海外の患者を受け入れるためのトレーニングプログラム実施


セミナーの振り返り: アンケート回答者の全員がセミナーを通じて新たな学びがあったと認識しており、類似事業への参加に対する興味度合も高い

アンケート結果 (%)




主なコメント


「国内外で実際に医療ツーリズムに関わられている先生方の声が聞いて非常に参考になった」

 病院・医療機関関係者

「外国の先生方の説明によって、国による医療ツーリズムの取組方の違いが分かった」

 地方公共団体関係者

「各地方の事例を共有いただき、その経験が今後の取組に大変参考になると思う」

 病院・医療機関関係者

¹ 地域の医療・観光資源を活用し外国人を受け入れる取組を実施している、予定している、検討している、興味がある回答者のみが回答