

医療・観光資源を活用した外国人受入れ 事業推進の手引き

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

2021年3月31日

この資料は、本調査・展開事業の受託事業者であるマッキンゼー・アンド・カンパニー・
インコーポレーテッド・ジャパンが支援を行った地域の活動の報告を目的に作成したものです。

はじめに:本資料の目的と活用方法

- 令和2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」（「本事業」）では、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や旅行消費額の拡大にも資する新たな観光コンテンツのモデルを生み出すことを目的として次の施策を実施した：
 - － 国内外の外国人の医療要素を含んだ渡航市場の動向に係る実態調査
 - － 採択された全国8地域での事業展開（国内連携体制の構築、滞在プランの造成及び実証、海外連携の推進、事業性評価等）^{注1}
- 本手引きは全国8地域の事業展開を基に、事業全体の進め方と、主な注意点・工夫点をまとめている。
 - － 本手引きは主に事業を立ち上げてから1年程度で達成しうる、事業化への土台作りについて解説している。
 - － 本資料では地域に共通する主な学びを抽出しているため、記載内容以外の注意点や学びも存在し、実際の事業展開では地域毎の特性・事情に照らして事業を進める必要がある。
- 本事業を通じて地域に還元できる仕組みを構築することが重要であり、今後同様の事業展開を検討している行政・医療機関・観光事業者の皆様が効果的に事業を構築・展開するために、本事業を通じた学びをご活用いただきたい。
- 本年度事業全体の成果については別資料「成果報告書」をご参照いただきたい。

注1: 本年度事業では、新型コロナウイルスの感染拡大をうけ、一部地域では訪問を伴う実証に代えてオンライン実証を実施。訪問を伴う実証を実施した地域においては、感染拡大防止マニュアル等を参考に最大限の感染防止策をとり実施した（例: 緊急事態宣言対象外の地域に限る、会食なし、4人以下の行動、県内集患に限定、医療機関の訪問はなし。）。

本資料の構成：事業の進め方

	主な課題	期待成果物
立ち上げ	A コンセプト決定 <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 日本及び地域としてどのような医療・観光資源があるか。 <input type="checkbox"/> 医療・観光資源を組み合わせ、他地域と差別化できるか。 <input type="checkbox"/> 特定したコンセプトで有意な効果・集患が見込めるか。 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 優先順位付けされた観光・医療資源一覧 <input type="checkbox"/> 初期的コンセプト・ターゲット層
	B 国内連携体制構築 <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 関係者が事業を理解し、それぞれの強みを基に役割分担が定義されているか。 <input type="checkbox"/> 事業推進方法、予算、人的資源を含む国内の連携体制を設計できているか。 <input type="checkbox"/> 本事業における国内外関係者の役割分担や業務の流れが体系化されているか。 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 明文化された連携体制 <input type="checkbox"/> 初期的な事業運用体系
具体化	C コンテンツ造成 <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> ターゲット層のペルソナ（行動様式や価値観を含む人物像）が明確か。 <input type="checkbox"/> ペルソナに訴求できる、医療・観光で一貫したテーマがあるか。 <input type="checkbox"/> 滞在プラン（医療、観光、宿泊、ツール、旅程、価格等）は具体化されているか。 <input type="checkbox"/> 滞在プランはターゲット層・事業者の意見を取り入れたものか。 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> ターゲット層のペルソナ <input type="checkbox"/> ペルソナに訴求するテーマ <input type="checkbox"/> 実証によって検証された具体的な滞在プラン
	D 受入体制整備 <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 外国人受入に必要となる体制（通訳・連絡・支払いツール、設備等）は特定されているか。 <input type="checkbox"/> 受入体制整備計画が策定されているか（予算を含む。）。 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 受入体制の整備計画 <input type="checkbox"/> 整備された受入体制（特に最低限必要なもの）
	E 海外連携体制構築 <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> ペルソナ及び滞在プランの特性に沿った集患手法が特定されているか。 <input type="checkbox"/> 集患のための連携先と具体的な連絡先が特定されているか。 <input type="checkbox"/> 連携先との交渉に向け必要な活動が計画されているか。 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 絞り込んだ販売先候補 <input type="checkbox"/> 海外連携の活動計画
	F 事業性評価 <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 地域の医療資源やターゲット層のニーズに鑑みた現実的な集患目標があるか。 <input type="checkbox"/> 地域としての受入体制・海外連携等の中長期計画と整合する事業目標があるか。 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 集患人数や滞在プランの価格に基づく中長期的な事業目標
事業化	（本資料は事業化への土台作りに焦点を当てて解説。）	

行政・医療機関・観光事業者の立場から事業を推進する際の要点



行政の方 (都道府県、市町村を含む。)

- 行政が事務局となる場合、**医療機関や観光事業者を巻き込んだ効果的な建付け**を事業開始段階でつくる**ことが重要**となる。
- 行政が有する**地域内の繋がり**や知見を生かすことで、**広範囲にわたる調整や、地域の強みを生かしたコンテンツの作り込み**を支援することを重視する。
- **地域内資源を拡充するために必要な活動を考慮し、各関係者を巻き込んだ事業の推進**を実現する。



医療機関の方

- **地域の医師会や関係者との繋がりを生かし、海外の受診者を受け入れることについて理解を得ることが肝要**となる。
- **医療現場の経験に基づき、受診者ニーズの明確化と、医療と観光の連携を生かしたコンテンツの具体化**を実現する。
- **広報物等が医療特有の規制に抵触しないよう、地方公共団体の方針に沿って精査・助言**することが重要となる(例: 医療広告規制)。



観光事業者の方 (DMO・旅行代理店を含む。)

- **観光事業に関する知見を生かすことで、ツアー運営計画の詳細化を含め事業運用体系の設計を推進**することが重要となる。
- **渡航者視点のプラン価格の競争力と、事業者視点の収益見込み**に対して助言し、**優位性のあるプランの造成**を重視する。
- **国内外の医療渡航支援企業等との地域間の共通窓口**となることで、**円滑かつ持続的な事業の構築**を実現する。

A コンセプト決定:概要

地域資源の特定

主な課題

日本及び地域としてどのような医療・観光資源があるか。

活動内容

- 地域に存在する医療・観光資源を網羅的に洗い出す。
- 以上の資源のうち日本・地域として強みがあるものを特定し、優先順位付けする。

コンテンツの差別化

医療・観光資源を組み合わせ、差別化できるか。

- 強みがある医療・観光資源のうち、一定のテーマ性をもって組み合わせられるコンテンツの草案を作成する。
- 以上のコンテンツの草案が他地域のプランと比べ、一定程度差別化しうるか精査する。

事業性の初期的確認

特定したコンセプトで有意な効果・集患が見込めるか。

- **A1** コンテンツ草案の対象となるターゲット層・ニーズが一定規模存在しうるか確認する。
- (市場規模が小さい場合は、ターゲット層や対象疾患を再定義する。)



期待成果物

- 優先順位付けされた観光・医療資源一覧
- 初期的コンセプト・ターゲット層

A 【期待成果物イメージ】事業コンセプト	
例示的	<ul style="list-style-type: none"> ・ 医療資源(X病院等)と観光資源(C温泉、景観、食等)は存在するものの、医療と観光をつなぎ合わせた試み(連携体制・パッケージ化)が不十分である。 ・ X病院、C観光協会、B市等の連携を強化し、健康に関心の高い海外富裕層に医療観光をアピールし、インバウンド旅行者の増加を狙う。
背景・概要	
事業エリア	・ A県B市
対象	<ul style="list-style-type: none"> ・ α国(特にβ地域)在住の富裕層X-Y代 ・ 日本旅行に何度も訪れており、健康にも関心が高い。
医療資源	<ul style="list-style-type: none"> ・ X病院におけるXYプログラム <ul style="list-style-type: none"> ー 世界有数のプログラム実績があり、D機関の国際認証も取得済み。 ー X入患者治療の実績が既に存在し、X入医療スタッフも配置。
観光資源	<ul style="list-style-type: none"> ・ 世界的に稀なC温泉をはじめとした温泉群 ・ XIにも指定されているある風光明媚なE、F、Gといった自然 ・ H、I等の豊かな食材・食文化 ・ 温暖な気候
滞在プラン	<ul style="list-style-type: none"> ・ X病院におけるXYプログラムを2泊3日で実施。 ・ XYプログラムの合間に、医療コンテンツや体調に合わせた温泉や食、体験メニュー等の観光を連携し、体も心もリフレッシュすることを目指す。

本事業からの学び

- 需要(市場におけるニーズ)がどの程度存在するか、それが事業として意味のある規模かを確認することで初期的なコンセプトが事業化の検討に値するものか選別できる。
- コンテンツや事業性はコンテンツ造成(C)や事業性評価(F)の際に深掘りするため、必ずしもこの段階で詳細に検討をする必要はない。
- 強みのある医療・観光資源を特定する際に、本事業の調査結果を活用できる(詳細は成果報告書を参照。)

事業性の初期的確認:ターゲット層の絞り込み・検証例(地域の観光資源を活用したリハビリ滞在プランを新規に策定しようと考えている地域の例)

例示的 地域の医療資源に基づくターゲット層の洗い出し 観光資源・コンテンツに照らした適合性の確認 滞在プラン草案の事業性の初期的確認

市場規模の確認

集患実現性の確認

想定ターゲット層^{注1};
例

- 高度リハビリ患者^{注1}
(要移動補助)
- 高度リハビリ患者
(自立歩行)
- 予防的リハビリ患者^{注2}

- 高度リハビリ患者
(自立歩行)
- 予防的リハビリ患者

- 高度リハビリ患者
(自立歩行)

- 高度リハビリ患者
(自立歩行)

絞り込みの
基となる
仮定;
例

当該地域の医療機関のリハビリにおける知見や実績を基に対応可能なターゲット層を検討する。

当該地域ではテーマとして地域の自然資源を活用した観光リハビリ(例:ハイキング)を打ち出しているため、病院外リハビリができない高度リハビリ患者(要移動補助)は対象外とする。

予防的リハビリに対する潜在ニーズは存在すると考えられるが、海外のニーズ開拓には地域からの積極的な働きかけが必要なため、予防的リハビリ患者は対象外とする。

高度リハビリ患者(自立歩行)はリハビリの必要性が高く、自力での渡航が可能のため、集患実現性は高いと考えられる。

検証の工夫ポイント:

- 地域として活用したい医療・観光資源の性質により、初期段階で検証すべき項目は異なる。例:
 - 脳卒中患者向けのリハビリなど、市場開拓型・新規性のある事業の場合、**事業性や市場規模**を検証。
 - 健診など、既に市場が確立している事業の場合、**他プランとのコンテンツの差別化**を検証。

A 【期待成果物イメージ】事業コンセプト

例示的

背景・概要

- 医療資源(X病院等)と観光資源(C温泉、景観、食等)は存在するものの、医療と観光をつなぎ合わせた試み(連携体制・パッケージ化)が不十分である。
- X病院、C観光協会、B市等の連携を強化し、健康に関心の高い海外富裕層に医療観光をアピールし、インバウンド渡航者の増加を狙う。

事業エリア

- A県B市

コンテンツ概要

対象

- α 国(特に β 地域)在住の富裕層X-Y代
- 日本旅行に何度も訪れており、健康にも関心が高い。

医療資源

- X病院におけるXYプログラム
 - 世界有数のプログラム実績があり、D機構の国際認証も取得済み。
 - x人患者治療の実績が既に存在し、x人医療スタッフも配置。

観光資源

- 世界的に稀なC温泉をはじめとした温泉群
- Xにも指定されているある風光明媚なE、F、Gといった自然
- H、I等の豊かな食材・食文化
- 温暖な気候

滞在プラン

- X病院におけるXYプログラムを2泊3日で実施。
- XYプログラムの合間に、医療コンテンツや体調に合わせた温泉や食、体験メニュー等の観光を満喫し、体も心もリフレッシュすることを旨とする。

B 国内(地域)連携体制構築:概要

主な課題

役割分担の 特定

関係者が事業を理解し、それぞれの強みを基に役割分担が定義されているか。

連携体制の 設計

事業推進方法、予算、人的資源を含む国内の連携体制を設計できているか。

事業運用 体系の策定

本事業における国内外関係者の役割分担や業務の流れが包括的に体系化されているか。

活動内容

- 行政・医療・観光の関係者を特定し、事業参画への承諾を得る(必要に応じ、観光施設や医師会など、その他の地域関係者にも事業への理解を得る。)

- B1** 事務局機能を担う機関を選ぶ。
- 関係者の強み・事業特性に鑑み、役割分担を定義する。

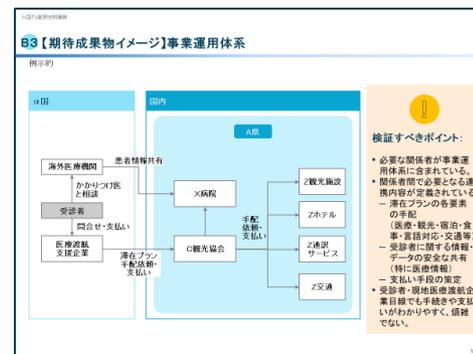
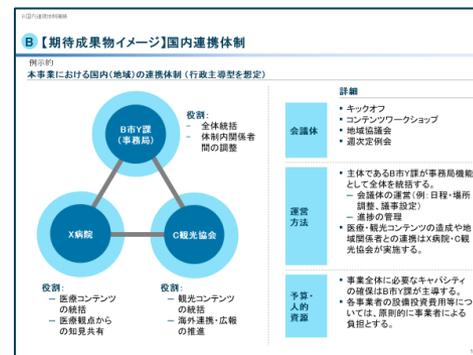
- B2** 関係者間での意思決定方法(会議体設計、運営方法等)を定義する。

- 事業運営に必要となる予算・人的資源を特定し、その確保に向けた計画を策定する。

- B3** 事業の運用及び渡航者の受入れにおける主要な業務内容について、国内外関係者のうち誰が何を担い、どのような情報・支払いの流れになるかを明文化する。

期待成果物

- 明文化された連携体制
- 初期的な事業運用体系



本事業からの学び

- 多くの関係者が関わる事業のため、連携体制内外とこまめに連絡を取りつつ、主体的に事業運営を推進するスキル・人的資源を有する関係者を事務局として特定することで事業推進を効率的に進める。
- 事業推進に必要なスキルを活動単位で定義し、それをどう構築していくかを最初に計画する。
- 中長期的な事業推進に向けて、それぞれが自分・自団体にとっての事業参画の意義を理解しやすい状況や建付けを早期に構築する。

B1 国内連携体制構築における成功要件

例示的

行政主導型

- 主な利点と課題**
- ⊕ 行政が事務局機能を担うことで、地域関係者との既存の広範なつながりを生かし、**医療機関や観光事業者を巻き込んだ効果的な建付けの構築がしやすい。**
 - ⊕ 既存の**地域観光戦略との連携**がより円滑に行うことができ、事業の規模を拡大しやすい。
 - ⊕ 受入環境・ツールの整備等**地域全体に関わる改善に取り組みやすい**(例:多言語コールセンターの設立)。
 - ⊖ 滞在プラン造成・事業化における**実務を担う人的リソースが不足している。**

医療機関主導型

- ⊕ 既存の国内外事業者・医療渡航支援企業とのつながりを生かした、**新規連携先候補の開拓や連携強化を推進しやすい。**
- ⊕ 患者や医療現場目線での**コンテンツ造成がしやすい。**
- ⊖ **観光コンテンツ造成や事業運用体系構築を担う関係者が不足している。**

観光事業者主導型

- ⊕ 観光事業者としての**観光及びビジネスの知見を活かして事業を構築しやすい。**
- ⊖ **医療現場や医療に係る制度・規制の知見を有する関係者が不足している。**



成功要件

- 地域として事業による効果(社会的・経済的)を最大化するために、**地方公共団体による観光戦略との調整・連携を主導する**(例:地域全体としてのブランディング戦略の策定)。
 - **実務を担う人的資源を確保・育成し、事業を加速させるためには、早期の工数の把握、キャパシティの確保、他地域関係者との役割分担等の体制を前もって構築することが重要である。**
-
- 事業構築に必要な活動・役割を明確化した上で、足りない専門的知見を補完するために**関係者を巻き込む。**
 - 持続的な事業の構築のため、**中長期的に行政による理解・支援を取り付けることで事業推進を更に加速できる**(例:地域の観光戦略への組み込み)。

B2 国内連携体制構築に活用可能な会議体

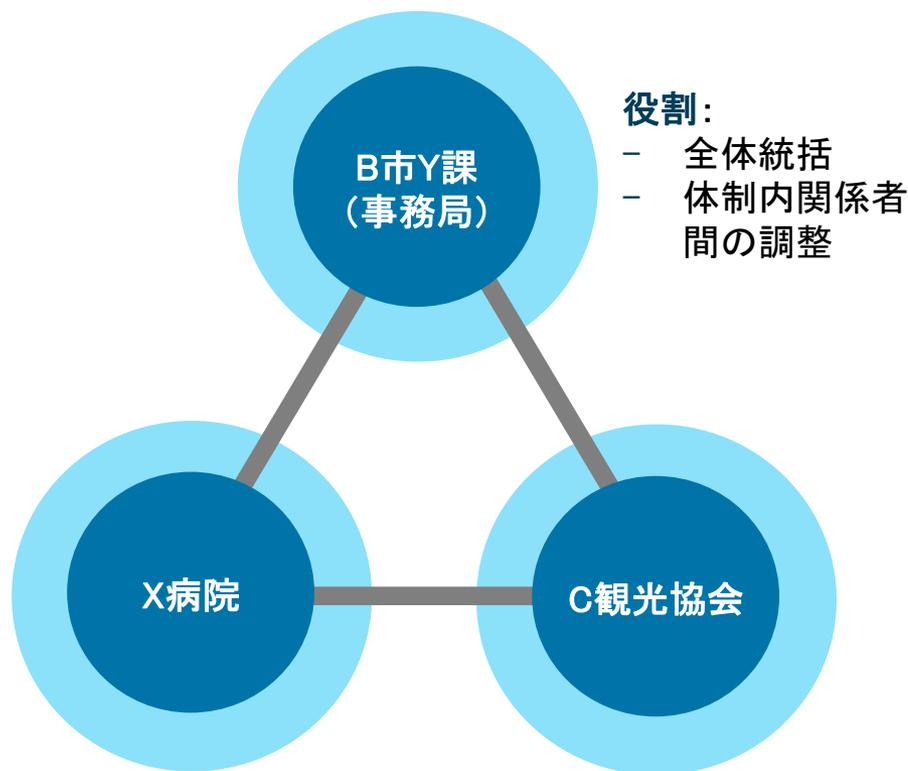
例示的

	目的	頻度	参加者		
			事務局 関係者	連携体制内 関係者	その他 事業者
キックオフ	<ul style="list-style-type: none"> 地域関係者間で初期的な事業目標と事業計画を説明し、すり合わせする。 	事業開始時に1回			
コンテンツワークショップ	<ul style="list-style-type: none"> 地域関係者間でターゲット層のペルソナを明確化した上で、新規性・実現可能性の高い滞在プランを造成する。 	計1-2回			 コンテンツに関する事業者のみ(例: 旅館)
地域協議会	<ul style="list-style-type: none"> 地域の連携体制を継続的に構築・強化する。 コンテンツや海外連携計画について認識をすり合わせする。 	四半期に1回程度			 議題に関する事業者のみ
週次定例会	<ul style="list-style-type: none"> 事業推進上のタスク・期限を明確にし、進捗を管理する。 早期の課題特定や定期的な議論を通じて問題解決を加速する。 	週1回			

B 【期待成果物イメージ】国内連携体制

例示的

本事業における国内(地域)の連携体制(行政主導型を想定)



役割:

- 全体統括
- 体制内関係者間の調整

役割:

- 医療コンテンツの統括
- 医療観点からの知見共有

役割:

- 観光コンテンツの統括
- 海外連携・広報の推進

詳細

会議体

- キックオフ
- コンテンツワークショップ
- 地域協議会
- 週次定例会

運営方法

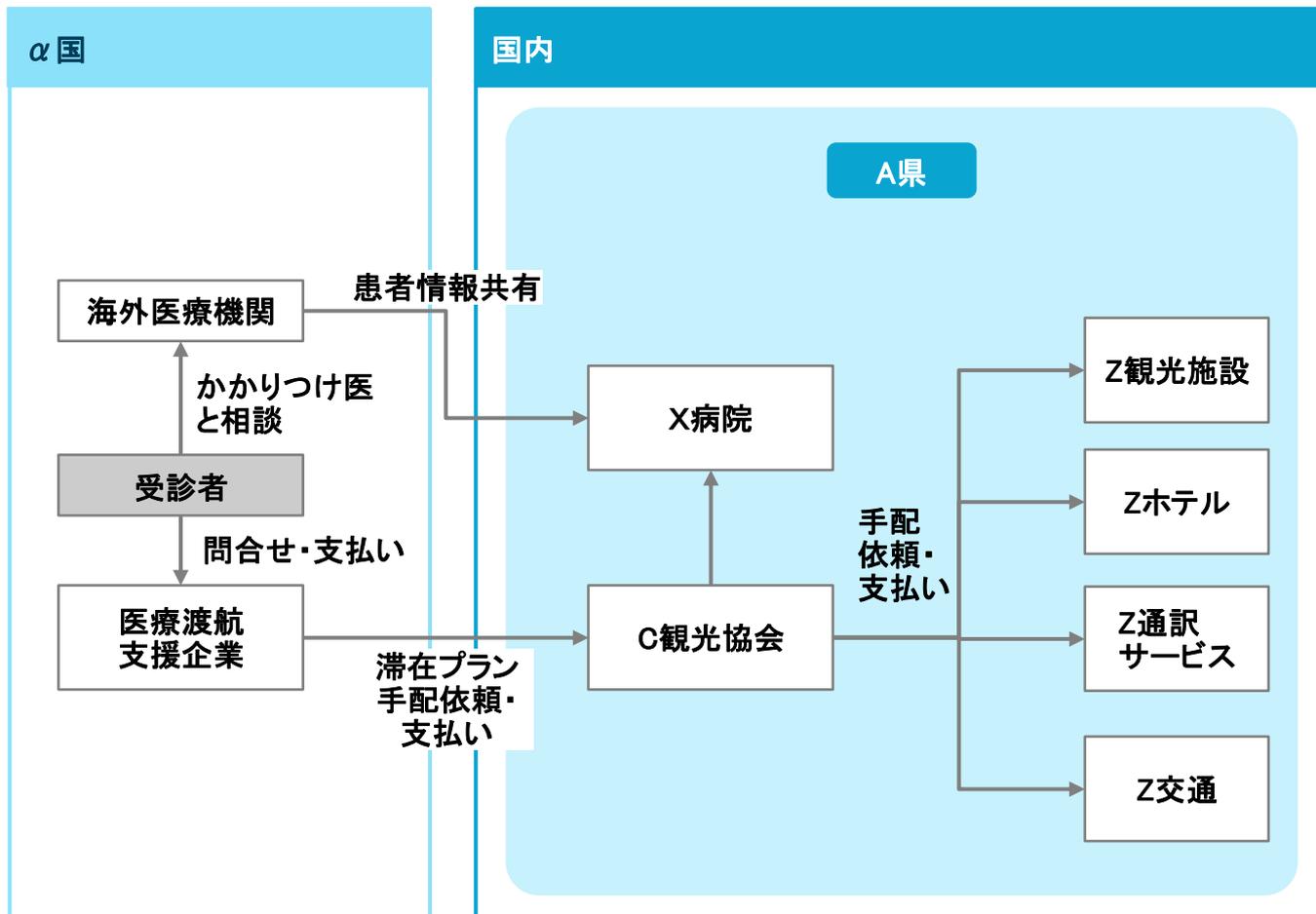
- 主体であるB市Y課が事務局機能として全体を統括する。
 - 会議体の運営(例:日程・場所調整、議事設定)
 - 進捗の管理
- 医療・観光コンテンツの造成や地域関係者との連携はX病院・C観光協会が実施する。

予算・人的資源

- 事業全体に必要なキャパシティの確保はB市Y課が主導する。
- 各事業者の設備投資費用等については、原則的に事業者による負担とする。

B3【期待成果物イメージ】事業運用体系

例示的



検証すべきポイント:

- 必要な関係者が事業運用体系に含まれている。
- 関係者間で必要となる連携内容が定義されている。
 - 滞在プランの各要素の手配
(医療・観光・宿泊・食事・言語対応・交通等)
 - 受診者に関する情報・データの安全な共有
(特に医療情報)
 - 支払い手段の策定
- 受診者・現地医療渡航企業目線でも手続きや支払いがわかりやすく、煩雑でない。

C コンテンツ造成:概要

主な課題

活動内容

ターゲット層の理解

ターゲット層のペルソナ(行動様式や価値観を含む人物像)が明確か。

- C1** インタビュー等を実施し、ターゲット層のペルソナを定義する。例:
- 属性(例:出身国、収入)
 - 趣味・嗜好
 - 考え方や意思決定上の優先順位(例:渡航時の判断軸)

テーマの策定

ペルソナに訴求できる、医療・観光で一貫したテーマがあるか。

- 以下の要素をふまえて滞在プラン全体に沿ったテーマを策定する:
 - ターゲット層のペルソナ
 - 地域の医療・観光資源

滞在プランの具体化

滞在プラン(医療、観光、宿泊、ツール、旅程、価格等)は具体化されているか。

- ペルソナ、プラン全体のテーマをふまえて、以下の要素を含む滞在プランを構築する:
 - 旅程として組み合わされた医療・観光コンテンツ
 - 宿泊先(食事を含む。)
 - ツール(交通手段、言語、支払い等)
 - 価格設定

プランの実証

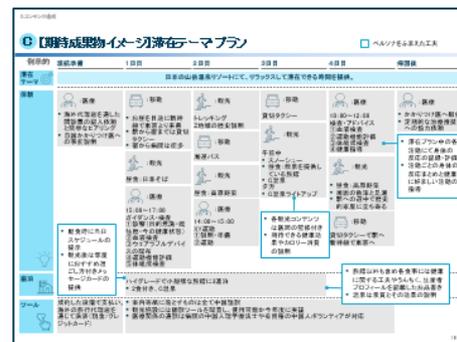
滞在プランはターゲット層・事業者の意見を取り入れたものか。

- C2** 滞在プランのうち、特に検証したい部分(新規コンテンツ等)について、モニター(ターゲット層)・事業者向けの実証を行う。
- 実証を通じて得たフィードバックに鑑み、滞在プランを精査する。



期待成果物

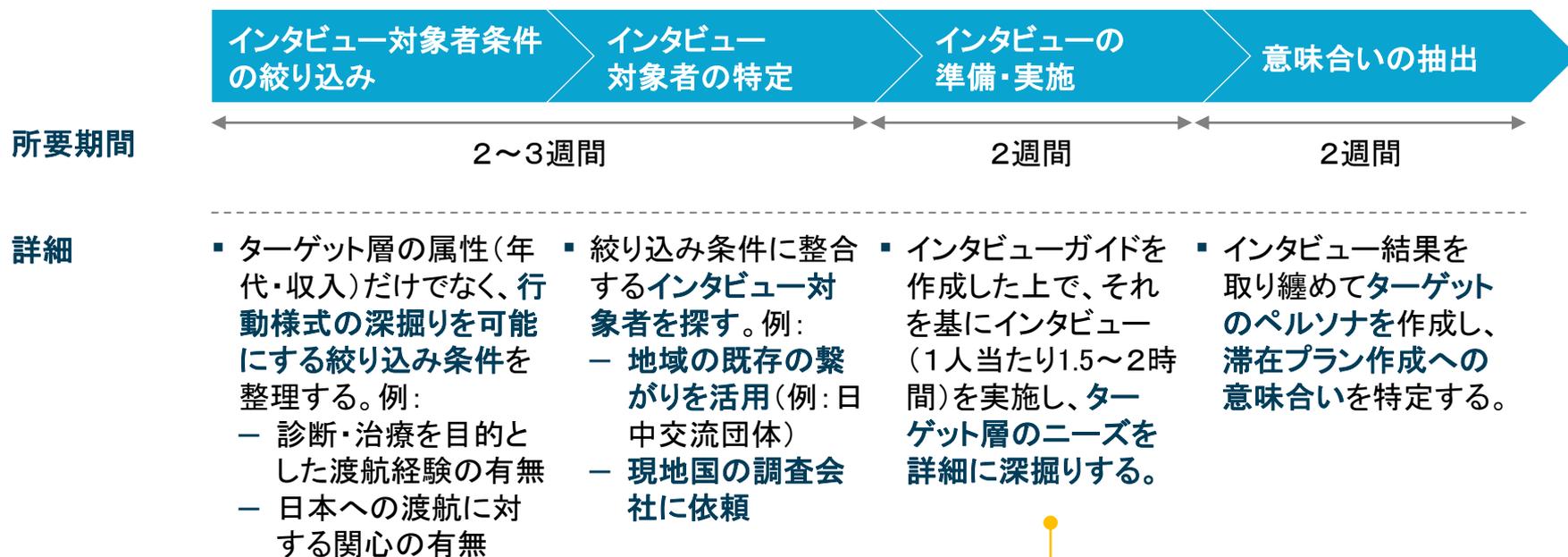
- ターゲット層のペルソナ
- ペルソナに訴求するテーマ
- 実証によって検証された具体的な滞在プラン



本事業からの学び

- 一貫したテーマに沿って医療・観光コンテンツを造成することで、医療と観光を組み合わせる意義の特定や、他地域とのコンテンツの差別化が可能となる。
- ターゲット層に訴求できるコンテンツ造成のためには、以下の工夫が有用である:
 - ターゲット層の属性(国籍・年齢)だけではなく、ペルソナや判断軸までイメージし、連携体制内で共通認識を持つ。
 - モニター・事業者との実証を通じて試行錯誤を繰り返し、滞在プランを改善する。

C1 ターゲット層に対するインタビューの進め方・工夫



インタビュー準備・実施の工夫ポイント：

- ニーズの深掘りができるよう、以下の観点を考慮してインタビューガイドを作成する：
 - 期待成果物であるペルソナに鑑み、ヒアリングすべき内容をあらかじめ具体化できているか。
 - 回答しやすい環境を醸成する工夫はあるか(例：開始時の雑談、インタビューの背景・目的の共有)。
 - 相手の真意(判断根拠等)をより正確に把握するため、回答を深掘りする追加質問はあるか(例：「なぜそう思いましたか。」、「具体的にはどういう事でしょうか。」)。
- 分析に活用しやすいように、細かいニュアンス等も記録する(例：重要コメントは「」つきでそのままメモ。)

C1【期待成果物イメージ】ターゲット層のペルソナ

例示的



- ワンさん・45-65歳
- 年収:ミドル~アッパーミドル層
- 居住地: α国(都市部)
- Xといった健康への不安もしくはY病を抱える。

概要

- 趣味:旅行、食事
- 日本にも数回旅行したことがあり、お気に入りの観光地だが、多くは都市部の訪問のみ
- 多忙な都市型生活者であり、旅行はリラックス・ストレス軽減のための手段
- Y病を抱えているが、服薬を必要としないレベル

健康への意識

- 自らのX病を改善、少なくとも悪化させないようにと思うが、そのために何が必要かの知識がない。
- 軽い運動、バランスの良い食事は必要とわかるが、楽しみを奪うまでの厳しい節制はしたくない。

医療ニーズ

- 急かされたりストレスを感じたりすることなく、医療サービスを受けたい。
- 医師から検査結果の説明を受けながら、今後の生活への具体的なアドバイスをもらいたい。

観光ニーズ

- ストレスを感じずゆったりと過ごせる時間が欲しい。
- 日本のおもてなし・文化を体感したい。
- パッケージ化されたツアーで必要な手配は最小限にしたい。

不満・満たされないニーズ

- 健康を改善するための具体的な方法がわからない。
- 日本の地方を観光したいが、移動・言語面で苦勞する。

C2 モニター(ターゲット層)・事業者との実証の目的・進め方

実証の目的

- 滞在プランに対する意見をもらい、事業化に向けて地域でどのような活動が必要となるか具体的に特定する。
- 細分化すると、以下10項目が実証目的として挙げられる：
 - ① 地域の連携体制・役割分担の検証
 - ② 地域住民・医師会等の理解の獲得
 - ③ 受入体制に対する満足度や改善点の検証
 - ④ コンテンツに対する満足度や改善点の検証
 - ⑤ 関係者の運営力の検証
 - ⑥ コンテンツの適正価格の検証
 - ⑦ 収益性の検証
 - ⑧ 海外連携先経由での集患の検証
 - ⑨ 地域関係者の投資判断の材料提供
 - ⑩ 広報への活用



実証の進め方

実証目的・手法の検討

- 事業における課題や検証したいポイントを洗い出し、**実証目的を特定・優先順位付け**する。
- 以下の観点から実証手法を検討する：
 - **実証目的との整合性**(その方法によって実証の目的は達成可能か。)
 - **実証可能性**(地域として実証に必要な受入体制が整っているか。)

実証計画の策定・準備

- 実証手法をふまえ、以下の項目を特定する：
 - **対象者の属性・数**
 - **行程詳細**(感想・意見のヒアリング時間を含む。)
 - **受入施設・関係者**
 - **通訳・コミュニケーション・支払いツール**
 - **費用**
- 集患手法を洗い出し、参加案内を作成・共有した上で、参加者を確保する。

実証実施・分析

- 策定した計画に基づき実証を実施する。
- 実証結果をふまえ、**改善点を洗い出し、滞在プランに反映**する。
- 改善点のうち反映に時間・費用がかかるものは、**実行計画を立案**する(例：ホテル設備の整備)。

実証の工夫ポイント：

- 実証参加者はペルソナに近似した属性の方が望ましいが、特定が困難な場合は、特に検証したい項目に適していれば、完全に合致しなくてもよい(例：特定の疾病の患者目線での医療ニーズを検証したい場合は、所得や年齢層よりも疾病の有無を優先。)
- 滞在プランのうち、特に実証が必要な部分に絞って実施する(例：新規造成したコンテンツや動き方)。



C2 新型コロナ感染状況拡大をふまえた実証手法

例示的

概要

- 県内在住のターゲット層に近い参加者(「モニター」)を地域に招き、滞在プラン行程の一部を実際に体験する(例:5泊を1泊に短縮)。
 - ー 実施しうる一部コンテンツの例:
 - 観光:新規造成した座禅・里山体験
 - 医療:滞在プランの特色の説明¹⁾
 - ー 実際のプランに沿った宿泊、食事、通訳、移動手段の手配
- 体験最中・直後のインタビュー等を通じて、体験に基づく滞在プランへの感想・意見をヒアリングする。

訪問実証



- モニター・事業者向けに体験動画や、パンフレット形式のプレゼンテーションをオンラインで共有し、滞在プランを説明する。
- インタビューやアンケートを通じて、滞在プランに対する意見・感想をヒアリングする。

オンライン実証

日本の山岳リゾート・那須塩原でリラックスしながら健康改善を目指す4日間

滞在プラン概要

- ・那須塩原にて温泉を活用した体験型プログラムを実施しつつ、自然を満喫
- ・滞在中は医療コンテンツ体験から健康改善プログラム
- ・滞在先は1泊2日、ツアー全体を通じて健康に配慮した工夫が盛り込まれたから健康改善を目指す
- ・滞在先施設は300万円以内

体験の見どころ

- ・塩原温泉療養の温泉を活用した健康改善プログラムを体験し、リラックスしながら健康改善
- ・健康状態のチェック
- ・温泉施設(体験中)
- ・健康改善
- ・医師の監修付きで健康プログラムを企画、滞在中に健康改善プログラムを実施
- ・健康改善プログラム
- ・滞在先施設(体験中)の健康改善プログラム
- ・滞在先施設(体験中)の健康改善プログラム

ストレスフリーな旅行

- ・ハイグレードホテルに宿泊
- ・医療コンテンツは、海外の中国人スタッフが言語対応を実施
- ・観光施設にツアーガイドを配置
- ・滞在先施設(体験中)の健康改善プログラム

目的	項目	時間(分)	内容(オンライン/オフライン/両方)	実施
イントロ	体験説明	5	事業全体の紹介、その事業が提供する価値、体験型コンテンツのメリット、デメリット	high
滞在プラン	プレゼン	4	滞在プランの概要、体験型コンテンツの紹介、滞在プランの魅力を伝える	high
体験	医師の監修付き健康改善プログラム	10	医師の監修付き健康改善プログラムを実施し、健康改善の効果を体験する	high
インタビュー	インタビュー	7	滞在プランの体験型コンテンツについて、モニターへのインタビューを実施し、感想や意見を収集する	high
体験	医師の監修付き健康改善プログラム	10	医師の監修付き健康改善プログラムを実施し、健康改善の効果を体験する	high

！ 実証における工夫ポイント

- 新型コロナ感染状況拡大をふまえ、感染予防対策を実行する。
 - ー モニターは都道府県内にて集患。
 - ー 医療要素等体験できないコンテンツは、オンラインへ切り替え(例:デモデータを活用した健診結果の説明)。
 - ー 複数名での食事は実施しない。
 - ー 常時4名以下で行動(ガイド、通訳等を含む)。

- 訪問実証の体験内容や地域関係者によるデモを撮影し、体験に近い形で情報を共有する。
- 事業者(例:国内外の医療渡航支援企業)に対してはプランの実際の販売を想像できるよう、旅行パンフレットに掲載可能な程度の情報量に抑えて紹介する。
- 詳細なインタビューガイドをあらかじめ作成し、回答しやすい雰囲気醸成や深層ニーズの聞き取りができるよう準備する。

注1: 新型コロナの感染拡大状況に鑑みて、医療機関への訪問を避け、デモ動画等を活用したプランの説明を行う場合

C 【期待成果物イメージ】滞在テーマ・プラン

□ ペルソナをふまえた工夫

例示的 渡航準備 1日目 2日目 3日目 4日目 帰国後

滞在
テーマ

日本の山岳温泉リゾートにて、リラックスして滞在できる時間を提供。

体験

 : 医療

- 海外代理店を通じた問診票の記入依頼と簡単なヒアリング
- 自国かかりつけ医への事前説明

 : 移動

- お昼を目途に新幹線で東京より来県
- 駅から宿までは貸切タクシー
- 宿から病院は徒歩

 : 観光

トレッキング
Z地域の歴史説明

 : 移動

周遊バス

 : 観光

昼食: 高原野菜

 : 観光

昼食: 日本そば

 : 医療

- 15:00~17:00
ガイドンス・検査
- ① 診察(目的意識・既往歴・今の健康状態)
 - ② 血液検査
 - ③ ウェアラブルデバイスの配布
 - ④ 運動機能評価
 - ⑤ 体組成検査

 : 医療

- 14:00~15:00
XY運動
- ① 説明・準備
 - ② 運動

 : 移動

貸切タクシー

 : 観光

午前中

- スノーシュー
 - 昼食: 飲泉を提供している旅館
 - C温泉
- 夕方
- C温泉ライトアップ

- 各観光コンテンツは医師の監修付き
- 期待できる健康効果やカロリー消費の説明

 : 医療

- 10:00~12:00
検査・アドバイス
- ① 血液検査
 - ② 運動機能評価
 - ③ 体組成検査
 - ④ 健康指導

 : 観光

- 昼食: 高原野菜
- 周囲の散策と足湯
- 駅への道中で歴史的家屋に立ち寄る

 : 移動

貸切タクシーで駅へ
新幹線で東京へ

 : 医療

- かかりつけ医へ報告
- 定期的な治療推奨への協力依頼

- 滞在プラン中の各活動にて身体の反応の記録・評価
- 活動ごとの身体の反応まとめと健康に好ましい活動の指導

宿泊



- 朝食時に当日スケジュールの提示
- 観光後は部屋におすすめ過ごし方付きメッセージカードの提供

- ハイグレードで小規模な旅館に3連泊
- 2食付き、C温泉

- 旅館以外も含め各食事には健康に関する工夫やうんちく、生産者プロフィールを記載したお品書き
- 温泉は泉質とその効果の説明

ツール



成約した段階で支払い。海外の旅行代理店を通じて決済(現金/クレジットカード)

- 案内等紙に落とすものは全て中国語訳
- 観光施設には翻訳ツールを配置し、使用可能か今年度の実証
- 医療関係の通訳は病院の中国人理学療法士や有資格の中国人ボランティアが対応

D 受入体制整備:概要

受入体制の特定

主な課題

外国人受入に必要となる体制(通訳・連絡・支払いのツール、設備等)は特定されているか。

活動内容

- 事業化にあたって必要となる受入体制を特定する。例:
 - 言語対応
 - 支払いツール
 - 設備(例:リハビリ向けプランでのバリアフリー設備)

体制整備の計画・実施

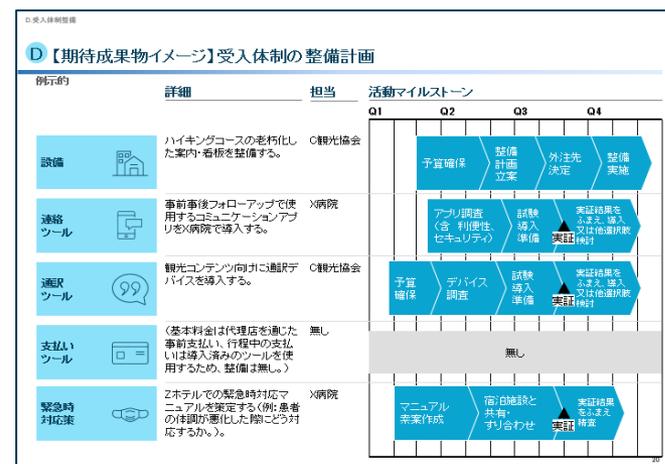
受入体制整備計画が策定されているか(予算を含む)。

- 以下の要素を含む、受入体制の整備に向けた実行計画を策定する:
 - 整備内容
 - 担当者
 - 整備の時間軸
 - 予算等必要な資源
- 上述の計画に対する関係者による理解を確保する。



期待成果物

- 受入体制の整備計画(予算の確保、関係者による理解の獲得を含む。)
- 整備された受入体制(特に最低限必要なもの)



本事業からの学び

- 必要な受入体制を活動単位で具体化し、それを今後どう構築・整備していくか(地方公共団体によるキャパシティの確保を含む。)を実行計画に落とし込むことで、事業推進を円滑化できる。
- コンテンツだけでなく、受入体制も実証にて検証し、必要に応じて整備計画を見直すことで、よりニーズと整合したプランの提供が可能になる。

D 【期待成果物イメージ】受入体制の整備計画

例示的

	詳細	担当	活動マイルストーン			
			Q1	Q2	Q3	Q4
設備 	ハイキングコースの老朽化した案内・看板を整備する。	C観光協会		予算確保 整備 計画 立案	外注先 決定	整備 実施
連絡 ツール 	事前事後フォローアップで使用するコミュニケーションアプリをX病院で導入する。	X病院		アプリ調査 (含 利便性、 セキュリティ)	試験 導入 準備 実証	実証結果を ふまえ、導入 又は他選択肢 検討
通訳 ツール 	観光コンテンツ向けに通訳デバイスを導入する。	C観光協会	予算 確保	デバイス 調査	試験 導入 準備 実証	実証結果を ふまえ、導入 又は他選択肢 検討
支払い ツール 	(基本料金は代理店を通じた事前支払い、行程中の支払いは導入済みのツールを使用するため、整備は無し。)	無し	無し			
緊急時 対応策 	Zホテルでの緊急時対応マニュアルを策定する(例:患者の体調が悪化した際にどう対応するか。)	X病院		マニュアル 素案作成	宿泊施設と 共有・ すり合わせ 実証	実証結果 をふまえ 精査

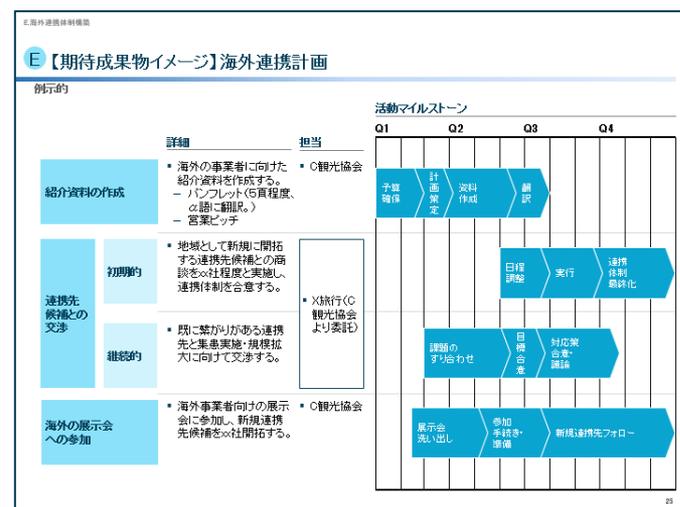
E 海外連携体制構築:概要

	主な課題	活動内容
集患手法の特定	ペルソナ及び滞在プランの特性に沿った集患手法が特定されているか。	<ul style="list-style-type: none"> 想定される集患手法を洗い出す。 E1 期待できる集患効果を基に集患手法を優先順位付けする。
連携先の特定	集患のための連携先と具体的な連絡先が特定されているか。	<ul style="list-style-type: none"> 優先度の高い集患手法について、連携先候補を網羅的に洗い出す。 初期的な討議での感触やそれぞれの特性に鑑み、連携先候補を絞り込む。
海外連携計画の策定	連携先との交渉等に向け必要な活動が計画されているか。	<ul style="list-style-type: none"> E2 実際の集患に向けた連携体制の確立に向け、連携先交渉に必要な活動を特定する(紹介資料の作成・交渉内容等)。 必要な活動内容及び役割分担を実行計画に落とし込む。



期待成果物

- 絞り込んだ販売先候補
- 海外連携の実行計画



本事業からの学び

- 事業者向け実証を実施する際に、同時に連携先候補との初期的討議を実施することで効率よく進められる。
- 言語面等で海外連携先候補との繋がりがづくりや交渉準備が難しい場合は、中国等海外からのインバウンド渡航者を取り扱う国内代理店等との連携も選択肢の一つである。

E1 集患手法・チャネルの優先順位付け

集患手法; 例示的

期待できる集患効果

医療渡航支援企業・
現地旅行代理店

高: 知人経由・オンラインの情報を基に、
現地医療渡航支援企業等に問い合わせ・
コンサルティングを依頼するケース
が多い。

医療機関(病院、
現地医師会を含む。)

低～中: 現地医療機関からの紹介もあり
得るが、医療機関側のインセンティブ
が少ないため限定的である。

仲介なし
(患者自身・
家族・友人経由)

低: 言語・信頼性の観点から、患者自
身が直接日本の医療機関に依頼する
事例は限定的である。



考慮すべきポイント:

- 滞在プランの特性に応じて、
各手法にて期待できる集
患効果に差がある(例: 治
療を目的とした患者向けプ
ランであれば、信頼性の観
点から、医療機関からの紹
介が多い可能性)。
- C.コンテンツ造成にて海外
への診断・治療目的の渡
航経験がある方にインタ
ビューをする場合、どのよ
うな手法を実際に使ったか
ヒアリングすると望ましい。

E2 海外連携計画策定時に想定されるアクションや必要な準備(例)

想定されるアクション; 例示的

必要な準備

紹介資料・動画の作成

- 事業者向けの紹介資料の作成に向けた予算を確保する。
- 資料作成の詳細な実行計画及び役割分担(外部委託を含む。)を決定する。
- 資料の作成及び動画を撮影・編集する。
- 資料・動画を翻訳する。

連携先候補との交渉

初期的

- 商談を依頼し、日程調整をする。
- 滞在プランの詳細を含めた商談でのプレゼンテーションを準備する。
- 商談を実行する・連携体制を最終化する。
- 各連携先での評価指標(例:問い合わせ回数、集患人数)を設定する。

継続的

- 各連携先において、連携開始時に定めた評価指標の達成度と達成に向けた課題を整理・評価する。
- 各連携先での集患人数増加に向けて議論・交渉する。
- (連携先での集患促進のための手段をすり合わせる。)

海外の医療渡航支援企業等事業者向けの展示会への参加

- 中国等で行われる、現地事業者向けの展示会を洗い出す。
- 展示会でのプランの紹介資料を作成する。
- 参加にあたっての詳細を調整する(参加者、滞在先、通訳の決定等)。
- 展示会経由の新規連携先候補へ連絡する。

E2 医療広告規制の概観

医療広告規制の概要

- **【定義】**下記要件をいずれも満たす場合は、医療広告規制対象となる。
 - ー 患者の受診等を誘因する意図があること(誘引性)
 - ー 医業若しくは歯科医業を提供する者の氏名若しくは名称又は病院若しくは診療所の名称が特定可能であること(特定性)
- **【対象となる媒体】**医療コンテンツが下記媒体にて含まれる場合は広報とみなされる。^{注1}
 - ー チラシ、パンフレットその他これらに類似する物によるもの
 - ー ポスター、看板、ネオンサイン、アドバルーンその他これらに類似する物によるもの
 - ー 新聞紙、雑誌その他の出版物、放送、映写又は電光によるもの
 - ー Eメール、インターネット上の広告
 - ー 不特定多数の者への説明会、相談会等で使用するスライド、ビデオ又は口頭で行われる演述によるもの

- 詳細は医療法、医療広告ガイドライン等関係法令及び規定等を参照。
- 医療広告についての相談は医療機関を所管する自治体の担当部署へ連絡。

医療広告規制において禁止される広告

令和3年3月時点
医療広告ガイドラインから一部抜粋。

具体例;非網羅的

広告が可能とされていない事項の広告

- 専門外来
- 死亡率、術後生存率等
- 未承認医薬品による治療の内容

虚偽広告

- 「必ず元気になれる。」「絶対安全な治療です!」「厚生労働省の認可した〇〇専門医」等の記載

比較優良広告

- 「県内一の医師数を誇ります。」「本グループは全国に展開し、最高の医療を提供しております。」等の記載

誇大広告

- 「知事の許可を取得した病院です!」などの記載や、手術や処置等の効果又は有効性を強調するもの

患者等の主観に基づく、治療内容・効果に関する体験談

- -

患者等を誤認させるおそれがある治療等の前後の写真等

- 術前又は術後(手術以外の処置等を含む。)の写真やイラストのみを示したもの

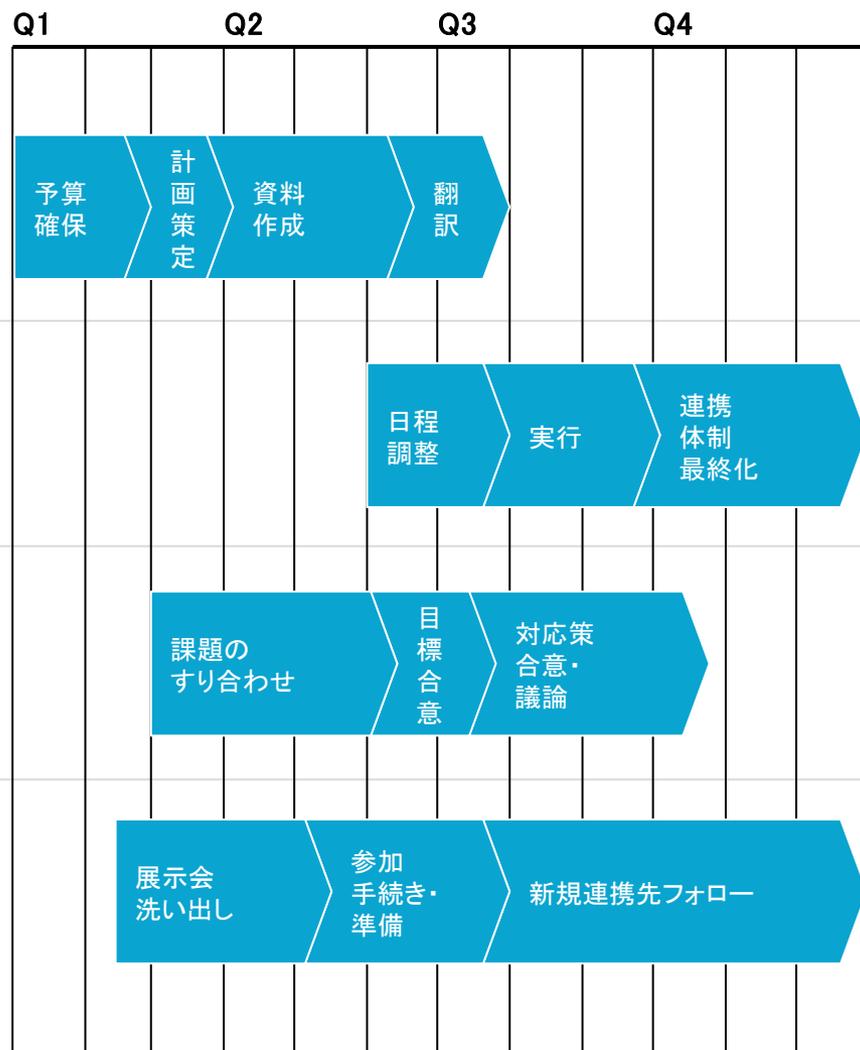
注1:網羅的ではない。なお、学術論文、学術発表等、新聞や雑誌での記事、患者等が自ら掲載する体験談、手記等、院内掲示、院内で配布するパンフレット等、医療機関の職員募集に関する広告は対象外。

E 【期待成果物イメージ】海外連携計画

例示的

	詳細	担当
紹介資料の作成	<ul style="list-style-type: none"> 海外の事業者に向けた紹介資料を作成する。 <ul style="list-style-type: none"> パンフレット(5頁程度、α語に翻訳。) 営業ピッチ 	<ul style="list-style-type: none"> C観光協会
連携先候補との交渉	<p>初期的</p> <ul style="list-style-type: none"> 地域として新規に開拓する連携先候補との商談をxx社程度と実施し、連携体制を合意する。 	<ul style="list-style-type: none"> X旅行(C観光協会より委託)
	<p>継続的</p> <ul style="list-style-type: none"> 既に繋がりがあある連携先と集患実施・規模拡大に向けて交渉する。 	
海外の展示会への参加	<ul style="list-style-type: none"> 海外事業者向けの展示会に参加し、新規連携先候補をxx社開拓する。 	<ul style="list-style-type: none"> C観光協会

活動マイルストーン



F 事業性評価：概要

集患目標の設定

主な課題

地域の医療資源やターゲット層のニーズに鑑みた現実的な集患目標があるか。

活動内容

- 医療資源を精査し、地域医療が逼迫されない集患規模を定義する。
- 上述の集患規模に鑑み、現実的な集患目標を設定する。

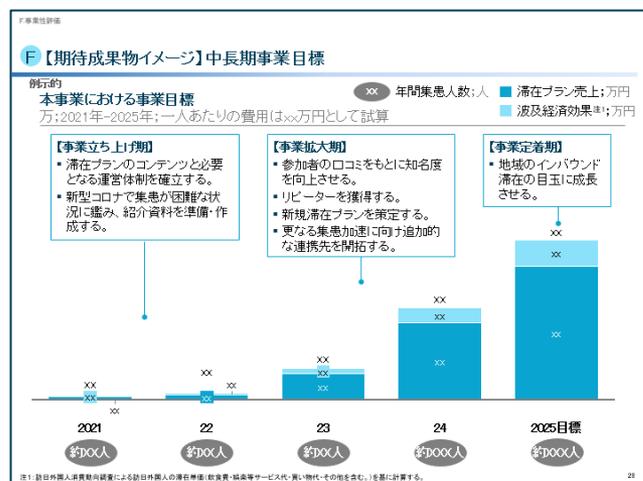
事業目標の設定

地域としての受入体制・海外連携等の中長期計画と整合する事業目標があるか。

- F1** 事業化に向けた初期的な事業目標（波及経済効果を含む。）を策定し、地域関係者間で合意する。
- その事業目標が受入体制の整備計画や、海外連携計画と整合するものであることを確認する。

期待成果物

- 目標集患人数や滞在プランの価格に基づく中長期的な事業目標



本事業からの学び

- 特に医療機関以外が主導で事業を進めている地域に関し、海外からインバウンド患者を受け入れることで地域医療の資源・キャパシティを逼迫しないか、地域の医療機関との整合を取る。
- 本事業を通じて地域に還元する仕組みを構築することが重要であるため、地域間で事業性に対する見込みをすり合わせ、目標を設定することで、地域関係者の事業に対する意欲や腹落ちの造成を促進しうる。

F1 事業性の試算方法と事業への意味合い

例示的

収益性(事業性)の試算方法

項目

仮定及び定義

本事業による
インバウンド集
患目標;人

滞在プランの
希望小売価格;
円

本事業による
波及経済
効果;円

売上見込み;
円

- 滞在プランを通じての追加インバウンド患者目標数を設定する。
 - － 滞在プランの対象診療科のうち地域内で同様の事業が可能な病院への展開も考慮する。
 - － 中長期目標(例:5年)に向けた各年推移は目標値を置く。

- 基本プラン価格に代理店マージンを掛けたものに追加プランの価格を合算して滞在プラン価格の範囲を算出する。
 - － 基本プラン価格: 宿泊費、医療・観光費用、交通費、観光ガイド費用、通訳費
 - － 代理店マージン: 基本料金に対する業界平均マージン
 - － 追加プラン価格: 追加医療・観光オプション、宿泊先のアップグレード等

- 渡航者の1泊毎の平均滞在単価(プランに含まれている内容以外)に滞在プラン泊数を掛けて算出する。
 - － 平均滞在単価: 飲食費・娯楽等サービス代・買い物代・その他費用(各地域のプラン内容によって調整。)注1

- 中長期的な年度ごとのプラン売上と波及経済効果を合算した売上見込みを算出する(代理店に対するマージンも含む)。

事業への意味合い

- 地域間で事業目標に対する実現可能性について認識をすり合わせる。例:
 - － 集患目標が地域・受入医療機関の医療資源・キャパシティを逼迫しない程度か。
 - － 集患目標が観光施設の受入余力内か。
- 事業性を明示し、対外的な事業説明や交渉に活用する。例:
 - － 予算を確保する際に、地域に対する経済効果を提示し、説得材料として活用する。
 - － 海外連携先と交渉する際に、将来的な事業規模を提示し、中長期的な連携を見据えた議論をする。

注1: 観光庁「令和2年1-3月期 訪日外国人消費動向調査」における訪日中国人の滞在単価(飲食費・娯楽等サービス代・買い物代・その他を含む。)を基に、各地域での滞在プランに含まれている要素を除き、一日当たり14,505~28,373円/人として概算。

F【期待成果物イメージ】中長期事業目標

例示的

本事業における事業目標

万;2021年-2025年;一人あたりの費用はxx万円として試算

xx

年間集患人数;人

滞在プラン売上;万円

波及経済効果^{注1};万円

【事業立ち上げ期】

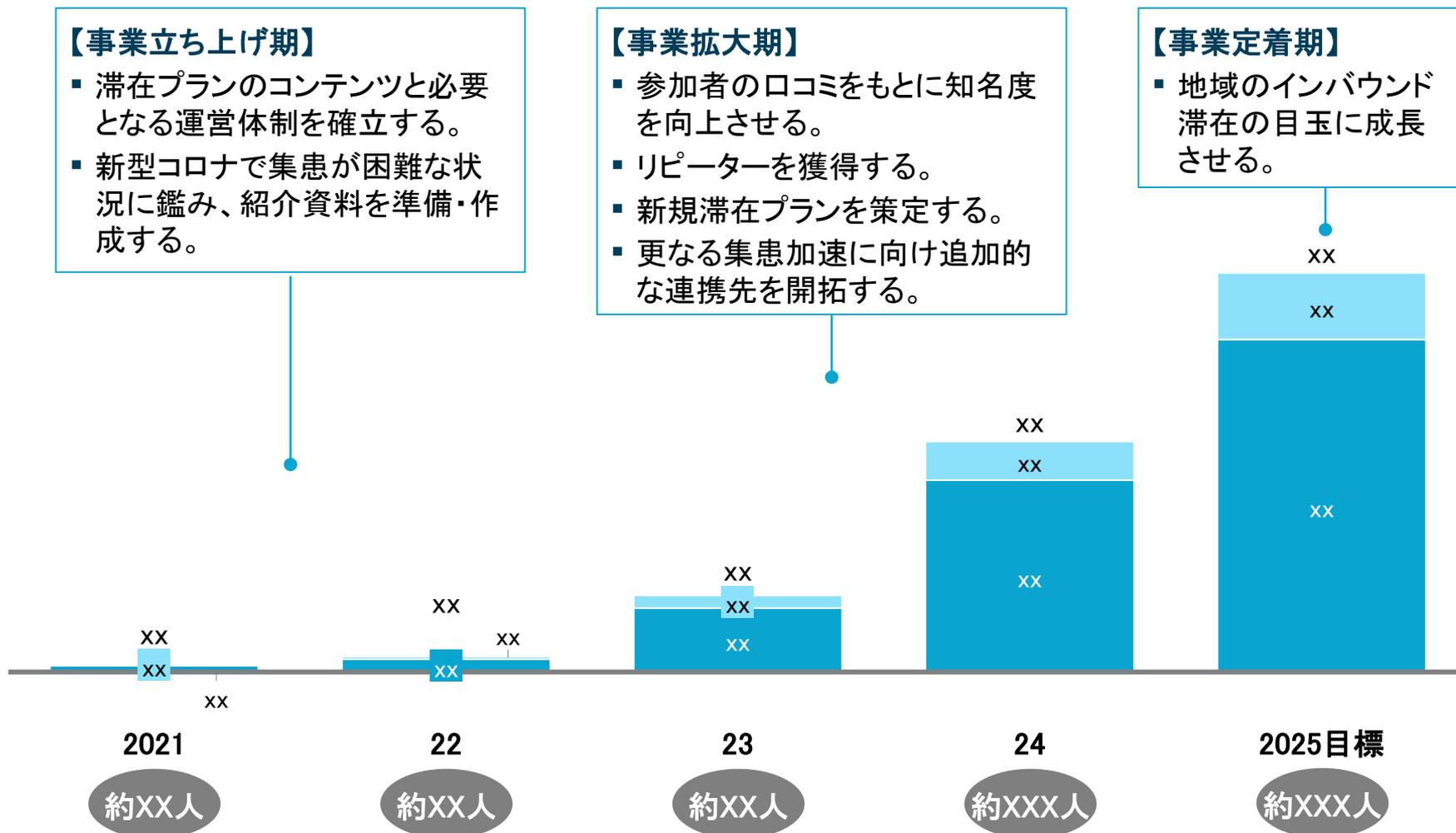
- 滞在プランのコンテンツと必要となる運営体制を確立する。
- 新型コロナで集患が困難な状況に鑑み、紹介資料を準備・作成する。

【事業拡大期】

- 参加者の口コミをもとに知名度を向上させる。
- リピーターを獲得する。
- 新規滞在プランを策定する。
- 更なる集患加速に向け追加的な連携先を開拓する。

【事業定着期】

- 地域のインバウンド滞在の目玉に成長させる。



注1: 訪日外国人消費動向調査による訪日外国人の滞在単価(飲食費・娯楽等サービス代・買い物代・その他を含む。)を基に計算する。

おわりに

はじめに

本資料の構成: 事業の進め方

	主な課題	期待成果物	
立ち上げ	A コンセプト決定	<input type="checkbox"/> 日本及び地域としてどのような医療・観光資源があるか。 <input type="checkbox"/> 医療・観光資源を組み合わせ、他地域と差別化できるか。 <input type="checkbox"/> 特定したコンセプトで有意な効果・集患が見込めるか。	<input type="checkbox"/> 優先順位付けされた観光・医療資源一覧 <input type="checkbox"/> 初期版コンセプト・ターゲット層
	B 国内連携体制構築	<input type="checkbox"/> 関係者が事業を理解し、それぞれの強みを基に役割分担が定義されているか。 <input type="checkbox"/> 事業推進方法、予算、人的資源を含む国内の連携体制を設計できているか。 <input type="checkbox"/> 本事業における国内外関係者の役割分担や業務の流れが体系化されているか。	<input type="checkbox"/> 明文化された連携体制 <input type="checkbox"/> 初期版の事業運用体系
具体化	C コンテンツ作成	<input type="checkbox"/> ターゲット層のペルソナ(行動様式や価値観を含む人物像)が明確か。 <input type="checkbox"/> ペルソナに訴求できる、医療・観光で一貫したテーマがあるか。 <input type="checkbox"/> 滞在プラン(医療、観光、宿泊、ツール、旅程、価格等)は具体化されているか。 <input type="checkbox"/> 滞在プランはターゲット層・事業者の意見を取り入れたものか。	<input type="checkbox"/> ターゲット層のペルソナ <input type="checkbox"/> ペルソナに訴求するテーマ <input type="checkbox"/> 実証によって検証された具体的な滞在プラン
	D 受入体制整備	<input type="checkbox"/> 外国人受入れに必要な体制(通訳・連絡・支払いツール、設備等)は特定されているか。 <input type="checkbox"/> 受入体制整備計画が策定されているか(予算を含む。)。	<input type="checkbox"/> 受入体制の整備計画 <input type="checkbox"/> 整備された受入体制(特に最低限必要なもの)
	E 海外連携体制構築	<input type="checkbox"/> ペルソナ及び滞在プランの特性に沿った集患手法が特定されているか。 <input type="checkbox"/> 集患のための連携先と具体的な連絡先が特定されているか。 <input type="checkbox"/> 連携先との交渉に向け必要な活動が計画されているか。	<input type="checkbox"/> 絞り込んだ販売先候補 <input type="checkbox"/> 海外連携の活動計画
	F 事業性評価	<input type="checkbox"/> 地域の医療資源やターゲット層のニーズに鑑みた現実的な集患目標があるか。 <input type="checkbox"/> 地域としての受入体制・海外連携等の中長期計画と整合する事業目標があるか。	<input type="checkbox"/> 集患人数や滞在プランの価格に基づく中長期的な事業目標
	事業化	(本資料は事業化への土台作りを当てて解説。)	

地域が一体となり、A～Fの通りに多くの関係者を巻き込み、ニーズに訴求する滞在プランを造成し、海外からの集患準備を行うことは難易度が高い。

事業の立ち上げから具体化までに約1年間、海外医療渡航支援企業等との交渉や集患等の実際の事業化には更に1年以上もの長い時間が必要となる。

本年度事業での学びを通じて、地域の観光・医療資源を活用した外国人受入れ事業を推進する上で、地域が陥りやすい罠とそれを乗り越えるために有用な枠組みを本手引きの結びに代えて共有する。

事業推進の上で地域が陥りやすい罠

例示的

陥りやすい罠

想定し得る課題の例



事務局機能として事業を推進する主体にキャパシティ、スキル、予算が足りず、事業が前に進まない。

「他業務で手が回らず、医療・観光コンテンツはあれど滞在プランのパッケージ化が進まない。」



地域として「いつまでに(短期・中長期)何を達成したいか」が明文化されておらず、認識に齟齬がある。

「2、3年でそこまで海外からの集患を目指すとは思っていなかった。」



地域のアイデアが具体的な活動に落とし込まれておらず、誰が何をすればいいかが分からない。

「滞在プランは作成したものの、誰が窓口として海外への売り込みを行うのかわからない。」



地域だけでは有していないスキルや知見(例:海外集患)が一部あり、本格的な事業化が進まない。

「言語や商慣習の壁だけではなく、そもそも現地医療エージェント等との繋がりが無いことから、海外から集患は地域だけではできない。」



明確なターゲット層のイメージがない、あるいは特定のアイデアにこだわることで、ニーズに沿わないプランを造成する、あるいはニーズ特定段階で議論が停滞する。

「地域の自然資源を洗い出し、全て楽しめる滞在プランを作ったが、想定している高齢の訪日外国人には難しいことがわかった。」

これらの罫を乗り越えるためのポイント

例示的 陥りやすい罫

次頁で深掘り

事務局機能として事業を推進する主体にキャパシティ、スキル、予算が足りず、事業が前に進まない。



罫を避けるために重要なポイント

- 関係者それぞれの強みに鑑み、連携体制での役割分担を定義し、事業を主導する事務局を設置する。
- 事務局があらかじめ工数・時間を確保し、連携体制内の全体統括・調整を実施する。
- (事務局の担い手に基づく連携体制類型の利点・課題・成功要件はB章P.9を参照。)

地域として「いつまでに(短期・中長期)何を達成したいか」が明文化されておらず、認識に齟齬がある。



- 共通の枠組み(例:地域成熟度)を用いて、「今事業がどの段階にあり、1年間で目指すべき段階が何か」を地域関係者間で明文化する。
- 可視化された進捗に応じて、「コンテンツ・連携体制のうちどこが、なぜ進まないか」(人的資源や予算、専門性等)を特定し、地域関係者間で対応策を具体化・策定する。
- (コンセプト段階の目標の整合は A章P.7、ビジネスとしての目標値はF章P.28を参照)

地域のアイデアが具体的な活動に落とし込まれておらず、誰が何をすればいいかわからない。



- 誰が、何を、いつまでに実施するのかを実行計画に落とし込み、地域内で合意する。
- (実行計画の具体例はD章P.20(受入体制整備)、E章 P.25(海外連携体制構築)を参照。)

地域だけでは有していないスキルや知見(例:海外集患)が一部あり、本格的な事業化が進まない。



- 事業化に必要なスキルを明確化した上で、委託が必要な内容や投資を明確化し、予算申請等を実行計画に落とし込む。
- (事業推進に必要なスキルについては次頁の地域成熟度、海外連携体制構築において想定される具体的な活動についてはE章P.23を参照。)

明確なターゲット層のイメージがない、あるいは特定のアイデアにこだわることで、ニーズに沿わないプランを造成する、あるいはニーズ特定段階で議論が停滞する。



- ターゲット層のペルソナ・行動様式までイメージし、連携体制内で共通認識を持つ。
- ペルソナに合わせて、実証を通じて試行錯誤を繰り返しながら滞在プランを改善する。
- (ペルソナの例はC章P.15、実証方法についてはC章P.16-17を参照。)

地域成熟度：地域関係者間で現状把握や目標設定、進捗のすり合わせを行うための共通の枠組み

事業1年目の目標水準目安

		創生期	成長期		成熟期	
		レベル1	レベル2	レベル3	レベル4	レベル5
<ul style="list-style-type: none"> 1年間で1レベル上げることが想定。 本資料は主にレベル2(コンテンツのみレベル3)までを包含。 		事業化への意欲とコンテンツ・体制のアイデアが存在している。	事業運営に必要な体制・コンテンツ仮説が明確になり、実証計画が立案されている。	事業運営に必要なスキル構築が始まり、実証をふまえ、持続的な事業構築に向けた方針がある。	試行錯誤を経て、事業化・自走化のためのスキル構築が完了し、事業が開始されている。	事業が地域で持続的かつ自律的に運営され、実績を積み上げている。
国内連携体制構築	連携体制	地域を主導する主体がおり、連携すべき医療・観光関係者の候補・アイデアが存在する。	事業運営に必要な関係者と関わり方が特定されており、連携体制の構築が始まっている。	地域の関係者によって継続的な事業運営のための連携が開始されている。	自律的な事業運営のための地域の関係者の連携が、複数年に渡り行われている。	地域の関係者が自律的に事業を運営するための体制が構築され、1-2年の継続的な連携が行われている。
	受入体制	事業化に向けて必要なインフラ・受入体制の仮説・アイデアが存在する。	ターゲット層のニーズや先進事例をふまえて、外国語対応など、必要なインフラ・ツールが特定されている。	外国語対応等のインフラ・ツールの整備が一部始まり、実証により有効性や必要な要素が検証されている。	地域の投資が行われ、事業構築に向けて必要なインフラ・ツールの整備が完了している。	整備したインフラ・ツールを活用され、必要に応じた検証や再投資等が行われている。
コンテンツ造成	医療要素	事業で活用する医療要素・医療機関のアイデアが存在する。	既存の医療資源を生かし、ターゲット層のニーズをふまえて練り上げられた医療コンテンツ案が存在する。	医療コンテンツの実証が行われ、事業としてコンテンツが成り立つための検討要素が特定されている。	ターゲット層のニーズに基づき、観光と組み合わせさせた医療コンテンツが理想的なジャーニー全体を通して完成している。	ターゲット層を持続的に集患できている。
	観光・滞在要素	事業で活用する観光要素・滞在プランのアイデアが存在する。	既存の観光資源を生かし、ターゲット層のニーズや医療との親和性を基に造成された観光・滞在プラン案が存在する。	観光・滞在プランの実証実験が行われ、事業としてプランが成り立つための検討要素が特定されている。	ターゲット層のニーズに基づき、医療と組み合わせさせた観光・滞在プランが理想的なジャーニー全体を通して完成している。	ターゲット層を持続的に集患できている。
海外連携体制構築	海外機関連携	海外の連携先医療機関・代理店等のアイデアが存在する。	海外の連携先医療機関・代理店等が妥当な根拠を持って特定されている。	海外の医療機関・代理店等との連携の試行等を行い、集患に向けた連携方針が明確になっている。	海外連携が開始され、ターゲット層の理想的なジャーニー全体を通して持続的な連携体制が構築されている。	海外の医療機関・代理店等との協力体制を活用し、必要に応じた検証や見直しを行う体制ができています。
	広報	対象国と広報方法のアイデアが存在する。	対象国に向けて行うべき広報手法が妥当な根拠を持って特定されている。	対象国向けの広報の試行等を行い、集患に向けた実施方針が明確になっている。	対象国向けの広報を開始している。	対象国向けの広報を自律的・継続的に、必要に応じた検証や見直しを行う体制ができています。

【参考】医療・観光資源を活用した外国人受入れ事業の参考となる資料

非包括的

資料名	発行元	参照先
地方自治体のための外国人患者受入環境整備に関するマニュアル	厚生労働省	https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/kenkou_iryuu/iryuu/newpage_00005.html
外国人患者の受入のための医療機関向けマニュアル	厚生労働省	https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/0000173230_00003.html
身元保証機関(登録医療コーディネーター等)のリスト	外務省	https://www.mofa.go.jp/j_info/visit/visa/medical_stay2.html
身元保証機関(登録旅行会社)のリスト	外務省	https://www.mofa.go.jp/j_info/visit/visa/medical_stay3.html

本年度事業の成果報告書も併せてご参照いただきたい。