

科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 27 年 6 月 24 日現在

機関番号：34601

研究種目：挑戦的萌芽研究

研究期間：2012～2014

課題番号：24653103

研究課題名(和文)医療観光における中国の潜在ニーズの発掘とそのインプリケーション

研究課題名(英文)Discovering Potential Needs of Medical Tourism in China and its Implication

研究代表者

菅 万希子(Suga, Makiko)

帝塚山大学・経営学部・准教授

研究者番号：10612989

交付決定額(研究期間全体):(直接経費) 1,900,000円

研究成果の概要(和文):日本の医療観光は主に医療機関に焦点があたっている。本研究では、医療機関以外の医療観光資源について、中国の潜在的ニーズを発掘する。また、そのニーズに対応する国内のシーズを発掘し、医療観光の学際的体系化と、医療経営論への波及を目的としている。調査分析の結果、湯治や東洋医療等、日本古来からの伝統的な医療にニーズとシーズがあることが明らかになった。また、医療経営上の課題の解決策へと波及する可能性をみいだした。ここから、日本の医療観光学と医療経営学に重複してそれぞれの一部を構成する新しい領域確立のパイロット研究として意義ある成果をもたらした。

研究成果の概要(英文):Medical Tourism in Japan is mainly focused on hospitals. In this research, other sight-seeing resources are focused on above them to discover the potential needs in China. Also the domestic seeds corresponding to those needs are expected to be discovered in this research, aiming at interdisciplinary Medical Tourism method building and creating ripple effects for Medical Management. As the result, it becomes clear that both needs and seeds exist in Japanese traditional medicine like hot-spring cure, and Oriental Medicine. They will give the ripple effects solving the problems in Medical Management. This research achieves new category consisting the part both in Medical Tourism and Medical Management.

研究分野：経営学

キーワード：医療観光 医療経営 潜在ニーズ 東洋医療 観光学

1. 研究開始当初の背景

観光学の新しい領域として、医療観光が注目されている。日本での医療観光は、主に医療機関のみに焦点が当てられているが、海外では、美容外科・インプラント・レーザー・湯治・森林浴・植毛・アーユルヴェーダ・マッサージ・エステ・ヨガと広範囲に捉えられている。日本では医療周辺産業を含め、これらの医療観光としての可能性はほとんど議論されていない。

報告者は医療経済・経営論を専門としているが、この観光学における「医療」とは、医療経済学、また医療経営学における「医療」と全く異なる特徴をもっている。その大きな理由の一つは、医療観光は、日本の医療制度の枠組みの下にないことにある。日本の医療制度としての国民皆保険制度は、医療を、私的財から公共財と位置付けるための仕組みであり、公共財はグローバル化がおきにくいとされるが(真野 2009) 現在日本の医療観光のターゲットは主に海外の観光客である。よって、後述するが、主に自費の医療がシーズとなっている。

需要者の視点からは、通常喜んで受け入れるものではなく、仕方なく受け入れていれることが医療の特徴で、経済学、経営学の視野にはなかったものである。医療を疾病の治療と考えると、そもそも疾病がない方がいいのは議論の余地がなく、しかも治療では痛みや束縛を伴うことが多いので、必要性に対応するものである。つまり疾病を治療することが目的の医療は、サービス産業でありながら、第一の目的は治癒であり、必要であるが、需要者が必ずしも医療そのものを楽しんで受け入れるものではない。

一方、観光の需要は非常に能動的に喜んで受け入れるものである。Connel は、観光はリラックスして喜ぶことができるものとし、医療観光について、痛みや療養を伴うものが観光なのかと問いかけている。(Connel 2011)

海外で先行して行われている医療観光は、Medical Tourism と呼ばれ、自国の Cost, Quality, Access のどれかに不満足である場合、主に医療手術を目的として先進国から新興国に渡航するものを指している。つまりほとんどが必要性に対応したものである。アメリカは Cost で、イギリスは Access で、輸入型である。輸出型は、タイを初めとする東南アジアの新興国が中心で、国策として医療観光に取り組んでいる。しかし、タイ等と比べると、日本は Cost 優位ではなく、医師不足の下、自国の Access 低下に対する懸念もある。従って、日本は国民皆保険制度・高品質・フリーアクセスの状況下、輸入型でなく、自費で行われる最先端の治療も一部含まれてはいるが、主に医療治療というよりは、健康診断等を中心とした輸出型を目指している。つまり医療制度の枠外

である。健康診断は、日本国民についても自費であり、国民も医療制度枠外で受けているが、海外から観光に訪れて健診も受けるというニーズと必然性があるかという点、健診受診帰国後に自国でシームレスな情報共有と医療的な対応が可能な体制が構築されているかという2点が課題としてあげられる。

医療観光を、疾病を急性と慢性にわけた視点から考えてみることも可能である。急性期では必要性への対応であるが、慢性疾病では、疾病の長期的継続的管理が主となってくる。とすれば、快適に継続できる環境がより求められてくる。さらに健康管理や予防という視点からとらえることもできる。そのような視点では、現在の予防に焦点が当てられている日本の医療観光だけでなく、他の医療観光資源として、古来より温泉・湯治をまずあげることができる。下図は、東南アジアからの訪日旅行者に対する調査である。

	(1)再度、必ず日本旅行をしたい人の体験したこと(n=621)	(2)再度、必ず日本旅行をしたい人以外の体験したこと(n=419)	差分 (1)-(2)
自然・景勝地観光	50.6	34.8	15.8
日本の歴史・伝統文化・生活文化の体験	34.3	24.8	9.5
日本食を食べる	72.8	63.5	9.3
自然体験ツアー・農漁村体験	18.5	9.3	9.2
新幹線に乗車	22.7	13.6	9.1
四季の体感(花見・紅葉・雪)	21.3	12.6	8.7
寺社仏閣の見学・座禅体験	29.6	21	8.6
浴衣・着物などの和服の体験	28.5	20	8.5
美術館・博物館への訪問	22.7	14.8	7.9
旅館への宿泊	35.1	27.9	7.2

韓国・台湾・中国・タイ・アメリカ20～30代の訪日旅行者(n=1040)観光マクロミル2014年12月22日調査より

この結果から、再度、必ず日本旅行をした人への体験した上位の3項目は、「日本食を食べる」「自然・景勝地観光」「旅館への宿泊」と温泉・湯治と関係が深く、他の項目も組み合わせることが可能である。また、温泉旅館で用いられる国家資格のある按摩や、それに関連した東洋医学、漢方製薬なども、医療観光における可能性がある。

ハンガリーでも、ウェルネスツーリズムとして、例えば医療・療養目的で利用されてきたスパは、バスローブ姿でホテル内を歩く日本の温泉での浴衣がけのようであり、健康志向を反映して、ウェルネスホテルは増加傾向にあるとされる。(光武 2010) そういった意味では、「自然・景勝地」と温泉・湯治は、医療観光資源として有望なものであるという仮説が考えられる。漢方などの製薬、東洋医学も同様に、医療観光資源として焦点をあて、国内シーズとしての可能性、及び海外のニーズを両面から捉えなおしてみるべきである。

日本の医療観光は、まだ始まったばかりである。今後様々な形態が包括された、日本の医療観光の定義および概念の体系化は重要であり、そこからさらに、医療経済・経営学への波及が期待される。

Connel, J.,(2011)“Medical Tourism” CABI
真野俊樹(2009)「グローバル化する医療」
光武幸(2010)「ウェルネスツーリズム」

2. 研究の目的

この研究の期待される目的の一つは、日本の医療観光の学際的な体系化を試みることである。本研究の目的は次の3つである。

- 1)観光学の新領域である、日本の医療観光の学際的体系化と医療経営論への波及
- 2)現在の日本の医療観光の主なターゲットである、中国の潜在ニーズの発掘
- 3)潜在ニーズにあたる国内の医療観光資源調査と医療観光へのインプリケーション

これらの目的をさらに具体的に述べると、日本の現在の医療観光は主には中国の富裕層をターゲットとして考えられているが、日本観光に付随して、日本の高品質な健康診断を行うことにニーズがあるという仮説の下にある。しかし、中国の日本の医療観光に対するニーズは顕在化しているとは考えにくく、まずは潜在ニーズを発掘する必要がある。またそのニーズに対応できる国内の観光資源がシーズとなり得るか、その業界の動向や取り組み意向を医療経営学上の課題も併せて、調査分析を行う必要がある。その上で、医療観光へのインプリケーションの方向性を示すことにより、日本の医療観光の体系化を試みていくことを目的としている。

3. 研究の方法

本研究では、2の研究の目的の達成のため、温泉・東洋医療等従来あまり取り上げられていない幅広い領域に対して調査を行うと共に、ニーズと対応するシーズという視点から分析を行った。

Step1(2012)

ブランドデータバンクチャイナ分析

2011年4月～5月に行われた中国の3都市(北京・上海・広州)約10000人を対象とし、約50項目の消費実態の調査ブランドデータバンクの中から、広義で医療観光と関連する化粧品について、分析を行った。

上海でのグループインタビュー

その結果を参照しながら、上海で訪日意向をもつ、世帯月収20000から60999元の富裕層6人に対し、2012年8月29日に、観光・健康・医療観光などの項目について、グループインタビューを行った。

中国旅行代理店に対する聞き取り調査

中国国内での、国営と民営の旅行代理店に対して、日本観光・医療観光に対する傾向や中国のトレンドについて、聞き取り調査を行った。

Step2 (2013)

国内の医療観光資源として、製薬・鍼灸マ

ッサージ、などの東洋医療、温泉等、医療観光に取り組む事例等について調査を行った。

奈良県製薬協同組合

製薬発祥の地(配置薬)と言われる奈良県は、漢方薬の普及に力をいれている。製薬協同組合理事らに、医療観光について聞き取り調査を行った。

大阪府鍼灸マッサージ師会聞き取り調査

2013年7月 大阪府鍼灸マッサージ師会理事に対して医療観光資源としての意向を調査した。

日本鍼灸マッサージ師会質問紙調査

2013年11月5日から12月3日、日本鍼灸マッサージ師会222人(約1200人 回答率約18.5%)に対して、現状調査と医療観光への取り組み意向について質問紙調査を行った。

国内旅行代理店 JHC 代表取締役松川氏

国内の旅行代理店の医療観光への取り組み意向について聞き取り調査を行った。

九州ヘルスケア産業推進協議会の視察

九州経済産業省のヘルスケア産業への取り組みの中で、メディポリスガン粒子線治療研究センター、指宿砂むし風呂、等を医療観光事例として視察した。

中国の訪日意向者に対する質問紙調査

2014年3月、北京・広州・上海の個人年収6万元以上の訪日意向をもつ324人に対し、観光・健康・医療観光等の項目につき、ニーズ調査を行った。ここでは年収の上限を比較的低めに設定した。理由として、中国では観光に対しては、年収の割に多く支出する傾向があるという聞き取り調査結果と、富裕層より年収がやや低い層が日本に対するブランド意識が高かったというブランドデータバンクの分析結果をふまえたからである。

Step3 (2014)

医療機関従事医師・看護師に対する質問紙調査

日本の医療観光のシーズ、ニーズの全体を俯瞰することにより、新しい医療観光を体系化するため、現状の日本の医療観光の資源である医療機関の医師・看護師という医療者に対する調査を必要と考え、2015年03月18日から2015年03月19日、一般病院に勤務する医師83人、看護師97人に対し、医療観光に対する意識調査を行った。

4. 研究成果

Step1(2012)

ブランドデータバンクチャイナ分析

化粧品では、富裕層のヨーロッパ製品嗜好が強かった。富裕層より若く、所得がより低いニューリッチと呼ばれる層では、日本製品や日本志向をみることができた。医療観光は富裕層をターゲットとしているが、化粧品のブランド嗜好からは、妥当なターゲットであるか疑問がのこる。一方ニューリッチ層は若いので、健診などの医療観光に関心があるとはいえない可能性がある。

上海でのグループインタビュー

対象者からは、表現方法がそれぞれ異なるが、日本はホスピタリティを重視し、すべてに高い品質をもつ資質の高い国であると指摘があった。医療観光については、強いニーズもみられなかったが、否定的でもなかった。温泉に対するニーズは強く、高価格を支払ってでも観光は充分楽しみたいという意向がみられた。

中国旅行代理店に対する聞き取り調査

上海の国営・民営の旅行代理店（8月28日上海国旅国際旅行社、8月30日上海科友国際旅行社）は、医療観光に関心をもっていなかった。そもそも、旅行パッケージの情報ルートが限られており、ニーズが顕在化していない中で、国内旅行代理店が主導しないと中国の旅行代理店での医療観光の認知は困難であると考えられる。また、中国は、食事や宿泊などでは、高額のパッケージ志向であることがここでも確認された。

Step2 (2013)

奈良県製薬協同組合

生産量や種類が減少しており、中国からの輸入への依存傾向が強くなっている。漢方薬の原材料が輸入に依存している中で、現状日本製としてブランド化することが困難である。

大阪府鍼灸マッサージ師会聞き取り調査

日本の鍼灸は治療を目的とする国家資格であり、3年間のカリキュラムを学んだ施術である。しかし認知度が低く、経営上の課題となっている。鍼灸は歴史・伝統とのつながりも深く、太閤秀吉が愛好した背景などと結びつけることにより経営課題解決とともに（菅 2014）十分観光資源として成立が期待できる。医療観光は新しい視点をもちこむ可能性があるとの意見であった。

日本鍼灸マッサージ師会質問紙調査

日本鍼灸マッサージ師会における調査では、海外からの医療観光に対する受け入れ意向は75%と非常に高かった。ここには、医療経営学としての経営課題が要因としてあり、学際的な波及効果が期待できる。

国内旅行代理店 JHC 代表取締役松川氏

国内では、一部で取り組みはあるが、成功事例はまだ耳にしない。知るところでは、最先端医療技術を用いた健診が主である。

九州ヘルスケア産業推進協議会視察

メディポリスガン粒子線治療研究センターでは、海外をターゲットとしているわけではないが、治療方法が手術等と異なり、患者にとって目に見える侵襲はほとんどがない状態を維持できるため、治療中でも観光が十分可能となり、医療観光として国内の受け入れはスムーズに行われている。医療と観光を同時に行うことは、癌治療における精神面の負荷を和らげる効果もあり、医療観光の必然性の一部を構成できる。

また指宿砂むし風呂は、指宿市役所と医療機関の共著で、指宿砂むし温泉の効果と作用

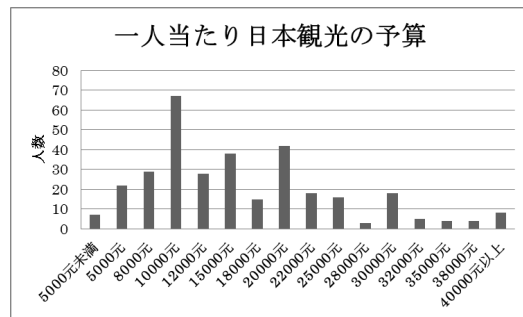
機序として、論文があり、治療ではない領域のエビデンスをもった医療観光をめざしている。

中国の訪日意向者に対する質問紙調査

中国における質問紙調査では、日本観光の目的として、調査時期が世界遺産登録以前ではあったが、富士山が91.4%で最も高く、次は温泉91.4%、東京観光90.4%、京都観光87.3%であった、その他、和食86.1%、和菓子86.1%、大阪観光84.5%、歴史的名所84.3%、奈良観光80.9%と続く。

日本の観光旅行になくはない項目の最も高い数値は、90.1%の静かで美しい地方の風景の観光で、次が88.0%の日本の伝統的な風習が体験できる観光であり、87.3%の温泉めぐり、85.8%の日本でしか手に入らない製品のショッピング、85.5%の日本の文化にふれる観光であった。

また、観光消費予算については、10000円、20000円、15000円の順である。



とはいえ、観光に行く前より帰ってきた時健康が増進している観光を求めるものは68.8%あるので、健診を中心とした医療観光はまだ渡航の目的化されてはいないが、健康に対する潜在ニーズがあることが明らかになった。特に、有資格者の日本式マッサージに対する関心72.2%は、最先端の健康診断の67.7%、エステの59.3%を上回っている。

九州指宿で取り組まれている医療観光資源の砂むし風呂体験については、76.6%と高い数値が示された。つまり医療機関以外を対象とする医療観光のニーズは日本の観光にむけてもあり、健診と比べ取り入れやすい東洋医療などの資格者によるマッサージ等の領域にニーズがあることを明らかにすることができた。土産としてサプリメントの購入があるが、健康食品は75.3%であるにもかかわらず、日本製漢方薬は51.6%であった。

Step3 (2014)

医療機関従事医師・看護師に対する質問紙調査

海外からの観光客が仕事上で患者となることがあるのは12.9%、仕事上で患者となることが好ましいと考える者は23.3%、仕事上の問題として、言語は81.9%、文化の違いは67.2%であった。65.7%がまずは日本の医療の安定維持であるとするが、日本の経済全体に良い影響を与えると考える者は49.5%、約

半数以上の 51.5%が日本の医療をグローバルに捉えることに貢献すると回答していた。海外からの観光客の急な疾病には対応する体制をとるべきであるとするものは 71.4%であった。

特に医療者が観光旅行に加えると健康によい影響を与えると考えるものは、ここでも温泉が 73.8%、スパ 65.2%と高い割合の回答であり、マッサージについてもほぼ半数の 49.5%肯定的であった。

医師は、日本の医療の品質の低下や保健制度の崩壊を懸念し、積極的ではないと考えていたが、保険制度の枠組み外では必ずしも否定的ともいえない状況にあると考えられる。

今回の大きな研究成果として、温泉や東洋医療等の日本で伝統的に用いられた医療に海外の高いニーズがあり、加えてシーズとしての取り組み意向も高いことから、シーズとニーズの双方向から日本独自の医療観光に取り組む環境が整備可能であることが明らかになったことである。日本の医療観光の推進のためには、必然性の構築は不可欠であろう。そういった意味で、医療経営や医療経済における課題があり、その解決策と方向性が医療観光のインプリケーションと同じ方向性を示すことは、新しい医療観光領域として確立することを促進することとなる。しかしながら、医療経営学の視点だけでなく、業界全体、行政も関わる支援策が必要であることを付け加えておきたい。また、タイ等は、情報伝達ルートも、国をあげて確立している。観光庁は、旅行代理店各社、観光関連企業協賛の上、アジア各国の参加するシンポジウム(2013年3月10日於：アクロス福岡)他を開催し、交流を通じ、役割分担や、国内の事業推進を図っているが、このような取り組みの継続も求められている。この領域も医療観光の体系化に組み込むことが必要であり、科学コミュニケーションやヘルスコミュニケーション領域の知見を学際的に融合させることが、具体化することが難しい健康や医療の情報を、海外への有効な伝達へと導くことになると考えられる。

菅万希子(2014)「鍼灸マッサージ師業界のニーズ 現状分析から医療観光へ」

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕(計 2件)

菅万希子(2014)「鍼灸マッサージ師業界のニーズ 現状分析から医療観光へ」(ディスカッションペーパー) 帝塚山大学経済・経営研究所 RIEB11

菅万希子(2014)「日本製品に対する中国のブランドイメージと潜在ニーズ 化粧品を事例としたパイロット調査」(ディスカッションペーパー) 帝塚山大学経

済・経営研究所 RIEB9

〔学会等発表〕(計 1件)

菅万希子「鍼灸マッサージ師 現状と明るい将来に向けた経営」2014年6月 大阪府鍼灸マッサージ師会役員会

〔その他〕

菅万希子(2014)「鍼灸マッサージ師の現状分析～医療観光にむけて」 大阪府鍼灸マッサージ師会報告書

6. 研究組織

(1)研究代表者

菅万希子(SUGA Makiko)
帝塚山大学経営学部・准教授
研究者番号：10612989

(2)研究分担者

加納圭(KANO Kei)
滋賀大学教育学部・准教授
研究者番号：30555636