

経済トピックス② 中国からの訪日医療観光の可能性

TOPICS

SMBC China Monthly

日本総合研究所 総合研究部門

主任研究員 吉田 賢哉

E-mail: yoshida.kenya@jri.co.jp

2015年2月27日号では、中国からの訪日旅行者の近況をお伝えする中で、今後は物販以外のビジネスが拡大する可能性をご紹介しました。「モノ消費」(物販)に加え、「コト消費」(サービス、体験の提供等)を狙う切り口として、近年、「医療観光」(医療ツーリズム)に注目が集まっています。

医療観光とは、治療や健診などを目的に海外に渡航することです。中国国内で受けられる医療サービスでは満足できない富裕層などのニーズを取り込むことができれば、大きなビジネスチャンスになるのではないかと期待されています。

■日本の医療観光の概況

現在、日本政府は、医療観光の訪問先として日本を選ぶ外国人を増やすための検討を進めています。例えば、観光庁は、「インバウンド医療観光に関する研究会」を継続的に開催しています。

過去の経緯を振り返ると、日本の医療観光の関心は、2009年前後から高まり始めます。同年度には、経済産業省が「国際メディカルツーリズム調査事業」を実施し、注目を集めました。2011年1月には、治療等を受けることを目的として訪日する外国人患者とその同伴者に対して、医療滞在ビザが発給されるようになり、日本における医療観光ビジネスの拡大が一層期待されるようになりました。同ビザは、治療行為のほか、日本の医療機関の指示による全ての行為(人間ドック、健康診断、検診、歯科治療、90日以内の温泉湯治等を含む療養等)に対して発給されます。

日本で活発化が期待されている医療観光の分野としては、前述の経済産業省の調査結果などによると、MRIやCTなどの画像診断や、内視鏡などを用いた健診、がん検診(PET検査)、がん治療(放射線治療)、カテーテル治療などを挙げることができます。

中国や他の新興国の人々は、日本に対して技術が進んだ国という印象を持つことが少なくありません。また、自国では、最先端の高価な医療機器を導入している医療機関は多くありません。それゆえ、日本の医療機器で治療や健康診断を受けたいという希望を持つ人達が存在します。加えて、日本人は、真面目で、丁寧・親切な人が多いという印象を、中国や他の国々から持たれています。そのようなイメージから、日本であれば、しっかりとした医療サービスが受けられるのではないかと期待を持たれている面もあります。

さらに、患者側には、地理的に近い国で、素早く気軽に医療観光をしたいというニーズもありますので、中国人にとって、日本は医療観光の重要な候補先になります。

このような事情から、日本における医療観光の取り組みでは、ターゲットとして中国人を意識するケースが多くなっています。日本の医療機関としても、導入済みの高額な医療機器を利用する外国人が増えることは、設備投資の回収という観点から望ましい等のメリットがあります。また、宿泊等に関連した支出も生じることから、日本国内に様々な波及があるものと期待されます。

■日本の医療観光の市場性

現時点では、医療観光を目的とする訪日外国人数は、数千人～数万人程度の規模ではないかと推計されます。

日本の観光庁が行っている「訪日外国人消費動向調査」では、訪日外国人の0.2%ほどが、治療・健診を一番の訪日目的(最も期待)としています。この割合に基づくと、訪日外国人1,000万人超のうちの2万人程度が医療観光を行っているかと推計されます。

【図表1】訪日外国人の「治療・健診」に関する状況（2014年）

項目	外国人全体	中国人
「治療・健診」について 訪日前に期待していた割合	1.3%	1.4%
「治療・健診」について 訪日前に最も期待していた割合	0.2%	0.3%
「治療・健診」について 今回の訪日中に行った割合	1.2%	1.1%

(出所) 観光庁「訪日外国人消費動向調査 2014年」

(注1) 1～3月期、4～6月期、7～9月期、10～12月期の各データを単純合算して算出。

(注2) 治療・健診を今回の訪日中に行ったとの回答が1%程度存在。本回答には、日本滞在中に病気になり医療機関を訪れた人や、温泉に短期滞在した人が治療目的と認識して回答している等の事情が想定される。

次に、医療観光の支出を考察すると、まず、健診・検診では、数十万円程度の費用が見込まれます。治療を伴う場合には、より高額な支出（100万円超等）が想定されます。加えて、宿泊費や飲食費等も生じます。現状、医療観光を行うのは富裕層が中心となると想定されますので、1日数万円以上の宿泊滞在費が期待されます。1週間程度の医療観光の滞在中で、数十万円以上の宿泊滞在費が生じることも少なくないと考えられます。

仮に、医療観光の訪日者が平均で100万円程度を支出するならば、現在の日本の医療観光の市場規模は、数十億～数百億円程度と推測されます。

今後、訪日外国人全体は一層増加すると見込まれていますので、医療観光を目的とする訪日者の割合が高まっていけば、市場が飛躍的に拡大する可能性が存在します。

日本政策投資銀行は2010年に、日本の医療観光の潜在的な市場規模を推計しており、2020時点で42.5万人が訪日し、純医療で1,681億円、宿泊滞在費等も含めて5,507億円の市場規模と見積もっています。市場拡大のスピードは同推計よりも遅くなるかもしれませんが、日本の医療観光は、数千億円以上の市場規模となるポテンシャルを秘めています。

■医療観光市場拡大に向けた論点

有望視される医療観光ビジネスですが、一方で、解決しなければならない課題も存在します。

第一に、受け入れ体制の整備です。特に、言葉の問題が挙げられます。現状、外国語対応可能な医療機関は多くありません。さらに、医療に係わる言葉の誤訳は、トラブルの原因にもなりますので、十分な注意が求められます。加えて、外国人向けの健診メニューの充実や、滞在中の外国人の宿泊・食事等のニーズにも、より応えていく必要があります。

また、日本の医療観光の認知度向上も求められています。アジアの中では、シンガポールやタイが医療観光の受け入れ国として知名度を有し、日本の認知度は低い状態です。医療機関と旅行代理店等の連携を通じ外国人にアピールすることや、現地の医療機関との提携を推進すること、日本のおもてなし精神を伴った質の高い医療サービスの提供により、訪日外国人の満足度を高め、良い評判を作り上げていくことなどが求められています。

他に、医療観光で訪日した外国人の帰国後のアフターフォローの問題や、外国人向け医療サービスが盛んになることで、日本人向けの医療サービスの質が低下することに対する懸念なども指摘されており、これらの課題を解決しながら、医療観光という新たな可能性に取り組んでいくことが求められています。

当レポートに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。当レポートは単に情報提供を目的に作成されており、その正確性を当行及び情報提供元が保証するものではなく、また掲載された内容は経済情勢等の変化により変更される事があります。掲載情報は利用者の責任と判断でご利用頂き、また個別の案件につきましては法律・会計・税務等の各方面の専門家にご相談下さるようお願い致します。万一、利用者が当情報の利用に関して損害を被った場合、当行及び情報提供元はその原因の如何を問わず賠償の責を負いません。