

特集

躍進するアジアと病院戦略

経済、物流やIT、コミュニケーションばかりではなく、交流人口にも労働人口にもグローバル化の波が押し寄せている。その結果、国際競争力をつけたアジアの社会がその情報発信力を利用してサービスや価格の優位性をアピールし、虎視眈々と日本市場を狙ってくることとなった。アジアは戦後日本の復興の過程と同じように安い労働力を基盤とした低価格品の製造工場から、品質が高い商品やサービス業の勃興へと変容を遂げているのである。

特に、2008年に予定される北京オリンピックとその後に続く上海万国博覧会を控え急速に近代化する中国、中国に変わる世界の工場として台頭著しい東南アジア諸国、英語力を活かしたハイテク産業が集積しつつあるインド、各国は人口を背景に労働力のみならず旺盛な自国消費を引き出し、教育基盤を整備し、様々な特徴によって自国を差別化しようとしているのである。

医療においても、急速に成長するアジアの存在は様々な変化を及ぼしてくるに違いない。患者も医療者も海外の最新情報を容易に手に入れ、日本の情報と比較することが可能となりつつあるのである。ここで変化の兆しとして以下の視点から整理してみたい。まず、日本へアジア富裕層を中心とした患者を呼び込むインバウンドの視点である。日本の医療技術とホスピタリティーの優位性のアピールが大前提となろう。次に日本の患者がアジアで先進かつホスピタリティーあふれる治療を受けるアウトバウンドの視点である。日本国民が国民皆保険制度を捨てても余りある技術、治療成績、快適さなどのアメニティーがアジアの医療に要求されることであろう。さらにわが国の高齢化社会の到来の中でますます不足する看護・介護要員として労働力供給の視点、また、医療関連ビジネスの対象としてのモノやノウハウ、システムの輸出の視点などがあると思われる。

少子高齢化から人口が減り続けていく日本における病院の興亡は、今後様々な視点でアジアとかかわっていくと言っても過言ではないのではなかろうか。今回の特集は、アジアの台頭はどこまで日本の医療を変化させつつあるのか、時代の変化の兆候を日本の病院関係者に感じ取っていただきたい企画したものである。

神野 正博
恵寿総合病院理事長・院長