

# 日本医疗保健旅游的发展及对我国的启示

董志文 王向宇 王莹

(中国海洋大学 管理学院, 山东 青岛 266100)

**摘要:** 随着人们生活水平的提高及人口老龄化的加剧, 医疗保健旅游越来越受重视, 成为全球旅游经济新的增长点。日本是亚洲医疗保健旅游大国, 在国际医疗保健旅游市场上具有一定的竞争优势。以日本的医疗保健旅游业为研究对象, 从日本医疗保健旅游制度、医疗技术和设施、医疗保健旅游服务理念、医疗保健旅游业务内容、医疗签证政策等五个方面进行梳理、分析日本医疗保健旅游的发展经验, 以期对我国医疗保健旅游的发展有所启示, 增强我国医疗保健旅游国际竞争力。

**关键词:** 日本; 医疗保健旅游; 启示

中图分类号: F593.13 文献标识码: A 文章编号: 1671-9565(2018)02-001-06

## The Development of the Healthcare Tourism in Japan and Its Enlightenment to China

DONG Zhi-wen WANG Xiang-yu WANG Ying

(School of Management, Ocean University of China, Qingdao 266100, China)

**Abstract:** With the improvement of people's living standard and the aggravation of population aging, healthcare tourism has been paid more attention to and become a new growth point of global tourism economy. Japan is a major healthcare tourism destination country in Asia, and has a competitive advantage in international healthcare tourism market. Taking Japan as the research object, this article reviews the experience of Japanese healthcare tourism development from five aspects, which include healthcare tourism system, medical technology and facilities, service concept of healthcare tourism, business content of healthcare tourism and medical visa policy. Finally, this article explores the enlightenments to Chinese development of healthcare tourism to enhance the international competitiveness of healthcare tourism of China.

**Key words:** Japan; healthcare tourism; enlightenment

### 1 引言

医疗保健旅游是医疗保健业与旅游业相互融合产生的一种新型旅游形式。在全球瞩目的国际医疗保健旅游强国中, 亚洲代表性国家有日本、韩国、印度、泰国、新加坡和马来西亚。日本作为全球公认的“健康大国”、“长寿大国”和“温泉王国”, 近年来在政府的支持和积极推进下, 以日臻完善的医疗保

健旅游制度、高端的医疗技术和完备的设施、先进的服务理念、丰富的业务内容以及独特的医疗签证政策, 正在吸引着越来越多的海外游客。

### 2 日本医疗保健旅游发展概况

#### 2.1 日本医疗保健旅游项目

医疗保健旅游包括严肃医疗和非严肃医疗。严肃医疗是指对技术要求较高的外科手术, 该类医疗

收稿日期: 2018-05-11

作者简介: 董志文(1969-), 男, 辽宁沈阳人, 中国海洋大学旅游系教授, 主要从事旅游企业管理与海洋旅游开发等方面研究;  
王向宇(1968-), 女, 山东青岛人, 中国海洋大学硕士研究生, 主要从事旅游企业管理方面研究;  
王莹(1993-), 女, 山东济南人, 中国海洋大学硕士研究生, 主要从事旅游企业管理方面研究。

保健旅游需要有高端科技、高技术名医,需要提供医疗签证和医疗保险,通常利用价格优势,以相对廉价的医疗费来吸引游客。而非严肃医疗主要指旅游的同时接受体检美容等项目,该类医疗保健旅游需要提供精密的体检套餐和观光地购物等娱乐设施,观光为非严肃医疗旅游的主要目的。

日本医疗保健旅游是以观光为主体展开的医疗旅游,主要以综合体检诊断为目的,在游客享受观光购物和美食的同时,加入体检诊断项目。体检诊断项目包括健康体检、防癌筛查、抗衰老、美容整形、神经系统疾病和心脏病治疗等项目。目前,机票和酒店自理的自由行类医疗保健旅游数目也在逐渐增加,旅游者可以通过医疗服务中介机构预约日本医疗机构体检项目。严格意义上说,日本的医疗保健旅游比起医疗旅游更接近于保健旅游<sup>[1]</sup>,从日本医疗签证与其他签证发放数目相比,数量很少就可看出这一点。

## 2.2 日本医疗保健旅游市场规模

近年来,日本入境旅游规模逐年增大。根据日本国土交通省观光局统计,2014 年日本入境旅游人数约为 1341 万人,2015 年为 1974 万人,2016 年突破 2400 万人。中国是日本最大的客源国,2016 年访日中国游客约为 637 万人,占外国游客总人数的 26.54%。随着日本入境旅游人数的增加,以医疗保健为目的外国游客数量也在逐年增长。2016 年日本外务省法务省共发放医疗签证 1307 人次,其中中国 1149 人次<sup>[2]</sup>,中国成为日本医疗保健旅游的最大客源国。此外还有部分人群通过旅游签证入境,在旅行间隙接受健康检查和美容医疗等项目。

日本国土交通省观光厅在 2014 年开展的“访日外国消费动向调查”结果显示,约 0.2% 的访日外国游客最期待项目是治疗和体检。根据这一比例可以推测 2014 年访日外国游客中超过 2 万人参加了医疗保健旅游项目。厚生劳动省“医疗机构的外国游客及滞留外国人接收体制等的实态调查”显示,2015 年,接受以治疗和体检为目的外国游客的医疗机构共有 51 所,占全国 295 所医院的 17.3%。

日本政策投资银行(DBJ)预测,2020 年日本医疗保健旅游人数将达到 42.5 万人,潜在医疗保健旅游市场规模将达 302.8 亿元人民币<sup>[3]</sup>。

## 3 日本医疗保健旅游国际市场竞争优势

日本国土交通省观光厅观光战略课观光经济调查室 2017 年 8 月 10 日发表的“访日外国客人的消费情况调查报告及结果分析”显示,游客在日本逗留期间对“治疗体检”的满意程度为 94.3%<sup>[4]</sup>。日臻完善的医疗保健旅游制度、高端的医疗技术和完备的设施、先进的服务理念、丰富的医疗保健旅游业务内容以及独特的医疗签证政策奠定了日本在国际医疗保健旅游市场上的竞争优势。近年来,日本医疗保健旅游蓬勃发展,在 2015 年世界卫生组织全球医疗水平评比中排名第一。

### 3.1 日臻完善的医疗保健旅游制度

2010 年,日本政府颁布“新成长战略:活力日本复苏计划”。此项计划将国际医疗旅游定为日本国家支柱产业之一,并希望日本通过发挥在癌症与心血管疾病防治等方面的优势,到 2020 年获得亚洲地区高端医疗及体检服务的顶级评价。自 2010 年以来,日本政府各个机构间实行详细的分工与合作,在多方面为医疗保健旅游提供制度支持,逐渐完善医疗保健旅游制度,共同引导和促进日本医疗保健旅游业的发展。

#### 3.1.1 日本卓越医疗(MEJ)

MEJ 作为官方认证组织,是日本经济产业省于 2012 年成立的一般社团法人以实现日本医疗国际化发展为目标,为接收外国患者的医疗机构、相关医疗旅游服务公司和政府搭建展开国际医疗旅游的支援平台。MEJ 的主要职能有两点:一是为海外患者提供在日本就诊的机会。为此,MEJ 设立海外咨询窗口;开设多语言网站和呼叫中心;协调医疗机构进行医疗信息的翻译、签证发放、住宿、口译等服务。二是向海外输送日本医疗信息。MEJ 通过官网和宣传手册等媒介宣传日本的医疗及医疗设备、教育、研修和医疗制度,如 MEJ 建立并运营“日本医院搜索”门户网站,为海内外游客提供医院和医疗服务信息,包括医疗保健、健康体检等信息。MEJ 的设立标志着政府正作为主导建立医疗旅游新体制,推进医疗旅游观光的发展<sup>[5]</sup>。

#### 3.1.2 “日本国际医院”(JIH)海外推荐制度

JIH 是一项旨在向外国患者提供医疗服务、旅行信息及日本医院信息的计划。MEJ 于 2016 年开始对全国医院进行 JIH 的公开征集和审查,通过

JIH 系统从医疗服务质量和安全性方面对愿意接受外国患者的医院进行评估,对符合标准的医院,实行海外公开推荐制度。外国患者可以通过 MEJ 建立运营的“日本医院搜索”网站获取日本医疗服务的信息,方便赴日参与医疗旅游。2017 年 7 月,JIH 推荐的医院已达 35 家,注册数逐渐扩大。

### 3.1.3 医疗出境支援企业(AMTAC)认证

AMTAC 是指接收有意在日本进行治疗、体检、健康诊断等医疗服务的访日外国游客,且经认证可以提供高质量支援服务的企业。2015 年 4 月,日本政府通过 MEJ 建立了评估 AMTAC 的标准,对符合标准的企业进行认证。针对接受医疗服务的外国游客,MEJ 建议选择 AMTAC 进行访日前后医疗信息的交换、翻译、住宿等服务,解决医疗现场各种医疗纠纷,提供高质量和全面的辅助服务。JIH 与 AMTAC 合作,保证外国游客在日本顺利接受医疗保健旅游。外国游客可以从网站上获取关于日本医院的信息,选择合适的医院和医疗服务;也可以通过咨询 AMTAC 来选择适当的医院,委托其办理医疗签证、预订机票和酒店、安排交通和翻译等。如果推荐医院接到外国患者的直接询问,也会转交给 AMTAC 进行处理。日本目前有两家企业获得 AMTAC 认证。

### 3.1.4 接受外国患者医疗机构认证制度(JMIP)

JMIP 以建立在国际上享有盛誉的日本医疗服务体制为目的,由厚生劳动省实施。认证机关是一般财团法人——日本医疗教育财团。得到该认证的医疗机构应具备应对多语种的诊疗和多种宗教信仰等,以接纳不同的文化背景的外国患者<sup>[6]</sup>。

JMIP 认证审查委员会按照医院或医疗体检设施功能规定评价项目,开办研修课程,培养调查人员。按照评价项目实施包括实地调查在内的各种调查,再根据调查结果,由第三方认证审查机构审议认证情况。被选定的“接受外国患者医疗机构”,须满足如下的条件:都道府县级 365 天 24 小时紧急救护制度;可接受急救科、内科、外科、儿科等多个诊疗科的综合医院;至少具备英语的诊疗能力;治疗时间内医生可以直接用英语诊察,或者借助日英翻译人员诊察。截至 2017 年 7 月,日本有 29 家医疗机构获得认证。

### 3.1.5 医疗旅游宣传推进联络会

日本观光厅成立的医疗旅游宣传推进联络会,是为那些志在推进日本国内医疗观光发展的人士提供的意见交换场所,其目的在于推进医疗观光、共享认识和信息。医疗旅游宣传推进联络会每年举办一次年会,讨论翻译、中介、医疗机构、海外宣传等不同主题,会员之间共享信息、交换意见、促进合作。以 2013 年为例,参加会员包括医疗机构、旅行社、法律咨询机构、医疗中介服务机构、住宿设施提供机构、翻译、各地观光协会等 290 个组织<sup>[7]</sup>。

## 3.2 高端的医疗技术和完备的设施

### 3.2.1 预防医疗和疾病早期发现是日本两大优势医疗项目

日本拥有世界上最高效的卫生系统,医疗技术精密高端,是亚洲医疗技术最发达的国家之一。日本早期癌症诊断和治疗,尤其是在质子或重离子放射治疗、免疫细胞治疗、糖尿病治疗、体检技术等领域全球领先。日本拥有世界第二大医药市场,新药研发数量位居世界前列;医疗科研水平也居于世界领先地位,医疗研究经费占 GDP 的比例高达 3.29%。

### 3.2.2 日本高端医疗器械的数量居世界第一

日本拥有的急症床位数量多于德国、韩国或美国两倍以上。根据经济合作与发展组织的统计,日本每百万人口拥有计算机断层扫描设备 92.6 台,远多于美国的 32.2 台;拥有核磁共振成像设备约 40 台,而美国为 28 台。充足的高端医疗设施,也是日本医疗保健旅游得以较快发展的因素之一。

### 3.3 先进的服务理念

日本的医院等医疗机构集高质量医疗和人性化服务于一身,以患者为中心,实行精细化管理。全日本医院协会和日本医疗保健质量委员会确保医院的标准和服务;日本医师执业资格认证程序严格,医生具备较高的医学素养和执业能力,在癌症和再生医学治疗领域人才辈出。

日本医疗旅游服务机构是连接医疗机构和顾客的纽带,在医疗以外领域提供高质量服务,在医疗保健旅游实施中发挥着重要作用。日本医疗旅游服务的内容包括帮助外国患者获得签证;医疗旅游企划、宣传;协调医疗事故中涉及的保险公司和法律顾问间的关系;体检和治疗问诊票的制作以及治

疗后的相关服务;提供医疗过程中的翻译服务、海外接待服务、现地接待服务等。医疗旅游服务可以让游客在舒适、健康的环境中接受诊疗,减少游客对于翻译和医疗问题的应对负担<sup>[8]</sup>。

### 3.4 丰富的医疗保健旅游业务内容

日本医疗保健旅游具有非常丰富的业务内容

表 1 医疗保健旅游的业务内容

| 业务内容<br>部门 | 医疗旅游业务内容                                       |
|------------|--|
| 医疗机构       | 海外促销,各种媒体互联网宣传                                 |
|            | 医疗服务   |
|            | 问诊票,事先知情同意书指导方针                                |
|            | 危机管理   |
|            | 赔偿损失、未付费用及处理其他纠纷                               |
|            | 根据各国宗教习俗作出相应对策                                 |
|            | 与接待窗口医疗旅游服务公司和旅游公司的业务合作                        |
| 接待窗口       | 事务代理业务(协调业务)                                   |
|            | 传达医疗机构提供的健康检查内容及套餐                             |
|            | 根据客户需求介绍健康诊察服务                                 |
|            | 对应客户的咨询(医疗顾问)                                  |
|            | 了解客户的期望和喜好并传达给医疗机构                             |
|            | 制作签订合同,收取费用                                    |
| 翻译口译       | 保证实际医疗服务顺利进行                                   |
|            | 健康检查的内容和流程,追加服务内容                              |
|            | 食宿等的附带服务内容                                     |
|            | 事前翻译客户的问诊票等                                    |
|            | 体检时派遣翻译  |
|            | 口译诊断结果   |
|            | 最终检查结果的翻译和发送                                   |
| 公关宣传       | 介绍整体事业   |
|            | “口碑”宣传   |
|            | 为海外的医疗机构、企业、旅行代理店、国内外有外国人的企业、国内旅游代理店、旅游指南等提供信息 |
|            | 利用海内外的杂志、新闻、主页等                                |
|            | 参加海外旅行博览会                                      |
|            | 参加顾客层关心的活动                                     |
| 旅行相关       | 提供观光、体育、娱乐、传统文化等信息                             |
|            | 安排签证   |
|            | 安排住宿、饮食、观光、购物、娱乐、交通                            |

和完善的价值链,医疗机构、接待窗口、翻译口译、公关宣传、旅游等部门各司其职,相互配合,各自承担医疗保健旅游的部分业务内容(见表 1)。

在日本,一次完善的医疗保健旅游活动大体可分为两个过程:商品转化过程和商品实施过程。商品转化过程是在医疗旅游开始之前,包括:组合旅行商品—预备接受环境—海外宣传—获得客户—筛选信息—与客户达成协议—决定医疗机构等一系列操作。商品实施过程即正式的医疗旅游实施过程,包括:确定安排健康检查—通过中介服务机构(转化)—事前说明安排翻译收费—实施健康体检—酒店观光用餐娱乐—检查结果说明—(营业活动:正式治疗健康饮食、减肥运动、温泉 SPA 美容等)—客户后期维护—会员登陆—成为回头客。各个机构间分工合作,构成一条完整的医疗保健旅游价值链。

### 3.5 独特的医疗签证政策

2011 年 1 月 1 日,日本对外国游客发放“医疗签证”,将目光聚焦到以中国为主的亚洲高端消费群体,希望以此拉动本国医疗保健旅游等相关产业的发展。

和普通观光签证不同,外国患者和同伴申请医疗签证时,必须得到日本国际医疗机构或旅行社的身份保证。有资格办理医疗签证的旅行社和医疗咨询服务机构,需得到日本外务省经济产业省认可,具有国际医疗身份担保资质。签证身份担保机构有一定的注册标准,外务省在网站上提供有关医疗签证身份担保机构包括旅行社和医疗咨询服务机构的信息。截止 2017 年 10 月,正式登记的医疗签证担保资格的旅行社有 16 家<sup>[9]</sup>,医疗咨询服务机构有 46 家<sup>[10]</sup>。2011 年日本政府发放医疗签证 70 件,2016 年达到 1307 件,5 年增加了 19 倍。

## 4 对我国医疗保健旅游的启示

4.1 政府明确医疗保健旅游的战略定位与发展重点,充分发挥组织、规划、引导与扶持作用

开发医疗保健旅游需要政府和国家层面的政策引导,日本政府于 2010 年正式颁布“新成长战略——活力日本复苏计划”,将医疗旅游定为国家支柱产业之一,并推行一整套发展医疗旅游的法规、政策、战略和计划。日本政府以医疗旅游国际化

为目标成立 MEJ, 为政府和接收外国患者的医疗机构、医疗旅游服务公司搭建展开国际医疗旅游的支援平台。我国政府对于医疗保健旅游产业, 也应该明确医疗保健旅游的战略定位与发展重点, 充分发挥其组织、规划、引导、扶持作用, 为医疗保健旅游提供制度保障。

#### 4.1.1 政府需要完善法律法规

目前国际上鲜有关于医疗保健旅游的法律或法规出台, 我国在医疗保健旅游立法方面尚处空白。为了提供优质的医疗保健旅游服务, 我国应在国际旅游法、国际医疗法以及国际贸易法的基础上出台专门的国际医疗旅游法, 为国际医疗事故、国际医疗纠纷的处理提供法律支撑, 使国际医疗纠纷和医疗事故有法可依<sup>[11]</sup>。

#### 4.1.2 政府需要建立卫生系统和旅游系统的协调机构

政府需要整合医疗保健旅游资源, 使医疗资源和旅游资源能够统合在一起, 将医疗旅游提高到更高的战略层面。协调机构参与制定医疗旅游行业发展规划, 维护行业内公平竞争和市场秩序; 开展技术、管理、法律等方面的咨询服务; 开展我国医疗保健旅游行业信息的统计、分析和发布; 组织开展人才、技术、职业、管理、法规等有关培训工作和职业技能鉴定工作, 帮助医疗保健旅游行业形成良好的自律与他律机制, 加强对我国医疗保健旅游事业的管理。

#### 4.1.3 政府需要建立医疗保健旅游准入机制

医疗保健旅游主要面向国际游客, 并非每个医院、景点都有能力从事医疗保健旅游。因此国家相关部门或行业组织应根据实际情况建立医疗旅游准入制度, 对医院规模、医疗技术水平、医疗器械设备、医疗设施使用率、医院医护人员的外语水平、医护人员结构、医疗配套设施规格等方面进行严格的限制。对于加入医疗旅游的旅游机构, 在景区资源等级、饭店档次、民族特色等方面也要有严格标准。

#### 4.2 注重市场调查, 依托自身优势与特色形成医疗旅游竞争优势

日本医疗保健旅游的发展非常注重市场调查。从 2010 年开始, 经济产业省委托日本野村综合研究所针对日本的医疗旅游实施了多次调查, 为日本

医疗旅游的发展提供借鉴。如 2015 年度医疗技术服务据点化促进事业(促进国内医疗机构接受外国患者调查)报告书以日本国内 9420 个医疗机构为调查对象, 对包括“接收外国患者的实施情况、为外国患者提供的服务、外国患者的接收方法、”在内的 4 个大项目、13 个小项目进行问卷调查<sup>[12]</sup>。此外, 日本还有专门针对医疗机构实施的访谈及针对主要客源国及地区游客的调查。我国应该积极收集海外机构信息, 考察和分析主要客源国及地区的需求, 和当地的医疗机构形成双赢关系, 实施有效宣传活动。

日本医疗保健旅游的竞争策略以差异化竞争为主, 依托在癌症和心血管疾病防治方面的优势为外国患者提供高端医疗诊断和治疗服务。我国拥有悠久的历史健康保健文化和较强的医疗保健产品开发能力, 一些地区具备良好的自然环境。中医文化博大精深, 有丰富的医疗旅游资源, 深受外国游客的喜爱, 拥有发展医疗保健旅游的潜力<sup>[13]</sup>。未来, 我国应该依托自身优势与特色形成医疗旅游竞争优势, 尤其要关注以中医药为代表的中国传统医疗科技, 大力开发一系列“中医+西医”的特色医疗保健旅游产品, 以吸引外国消费者。

#### 4.3 强化服务, 提升医疗旅游企业的国际化水平

在日本, 医疗旅游服务的主体是私立医院。这些医院拥有较好的财力, 先进的医疗技术与医疗设备, 并配有星级酒店标准的病房及餐厅, 同时还积极与国际著名医疗机构和医学院校建立合作关系, 执行同等标准, 医疗服务水平达到国际水准。

提高医疗服务质量, 吸引更多的入境医疗旅游者, 是医疗保健旅游发展的基础。一方面, 我国应鼓励医院参与国际认证, 改善医疗服务环境、提升医疗服务水平<sup>[14]</sup>。另一方面, 也要加强国际医疗保健旅游从业人员的专业培训, 培养专业的医疗旅游翻译和医疗旅游复合型人才, 提升医疗旅游企业的国际化水平。

#### 4.4 加大医疗保健旅游宣传多样化

日本通过完善的医疗体系, 加强信息发送和宣传, 提高了医疗观光的国际认知度, 使其高端医疗技术可视化。我国医疗资源丰富, 医疗保健旅游者来自世界各地, 需要采取有针对性的宣传策略, 针对性地进行营销。对发达国家、欠发达国家的医疗

保健旅游者要分别采取不同的营销政策。如对美国这类医疗技术发达但费用高昂的国家,要重点突出我国医疗旅游的价格优势,可通过派出专门机构或人员到本土进行营销宣传、与当地大企业或保险公司合作等方式争取客源;对加拿大、欧洲等因医疗保险局限而参加医疗保健旅游的国家除了突出价格优势以外,还要突出我国医疗保健旅游项目的多样化与活动安排的及时性。

针对性营销还要注意营销方式的多样化。目前国际上流行的营销方式有网络营销、中介机构宣传、举办或参加国际医疗、旅游博览会、派出海外医疗旅游宣传团、派驻海外医疗旅游机构办事处直接派出专家营销等。我国医疗保健旅游在宣传的时候应坚持以人为本的原则,从开始宣传到服务完成的整个过程中,处处体现出为客人着想,感动客人,将宣传医疗旅游感动客人,变成客人为我们宣传医疗旅游,促进医疗保健旅游客源的增长。

除此之外,还要重视旅行社行业的参与。旅行社通过协调医疗机构和医疗保健旅游客户之间的关系,形成医疗保健旅游产品 and 市场。我国医疗机构可以参考日本的模式,通过旅游企业的参与,吸引游客形成规模市场。

综上所述,我国拥有丰富的医疗保健旅游资源,但由于多种原因,医疗保健旅游发展尚处于初级阶段。我国政府部门和医疗机构以及相关旅游企业应该携手合作,在医疗机构选定、医疗观光产品开发以及海外市场营销等方面,学习和借鉴日本医疗保健旅游经验。整备疗养环境,以交通便利,环境优美和人才众多的大城市或国际旅游城市为主,加强医疗机关的宣传,推荐国际性医院,培养医疗保健旅游企业。在产品经营和服务与国际医疗保健旅游标准全面接轨的同时,发展有特色和重点的医疗保健旅游,建立适合我国国情的医疗保健旅游模式。

#### 参考文献:

[1]日本における医療ツーリズムの発展可能性 The Possibility for the Development of Medical Tourism in Japan[DB/OL]. <http://toyomumasaki.w3.kanazawa-u.ac.jp/spapers/WorldEconomyH26.pdf>,2015:84.

[2]外务省官方网站[DB/OL]. <http://www.mofa.go.jp/mofaj/toko/visa/index.html>.

[3]日本政策投資銀行.進む医療の国際化—医療ツーリズムの動向[J]. 今月のトピックス, 2010,(147).

[4]访日外国人外国人消費動向調査報告及結果分析[DB/OL]. <http://www.mlit.go.jp/common/001194022.pdf>.

[5]伊藤暁子. 医療の国際化—外国人患者の受け入れをめぐる—[M]. 国立国会図書館調査及び立法考査局編,2012:105.

[6]接受外国患者医疗机构认证制度官网[DB/OL]. <http://jmip.jme.or.jp/>.

[7]日本国土交通省観光庁第4届医疗护理会议参考资料[DB/OL]. [http://www.kantei.go.jp/jp/singi/keizaisai/sei/bunka/iryuu/dai4/siryuu6\\_2.pdf](http://www.kantei.go.jp/jp/singi/keizaisai/sei/bunka/iryuu/dai4/siryuu6_2.pdf).

[8]羽生正宗. 医療ツーリズム:アジア諸国の状況と日本への導入可能性[M]. 慶應義塾大学出版会,2011:9.

[9]List of Registered Guarantors (Travel Agencies) (English)身元保証機関(登録旅行会社)身份保証机构(登記旅行公司)[DB/OL]. [http://www.mofa.go.jp/j\\_info/visit/visa/medical\\_stay3.html](http://www.mofa.go.jp/j_info/visit/visa/medical_stay3.html).

[10][http://www.mofa.go.jp/j\\_info/visit/visa/medical\\_stay2.html](http://www.mofa.go.jp/j_info/visit/visa/medical_stay2.html) List of Registered Guarantors (Medical Coordinators etc.) (English)身元保証機関(登録医療コーディネーター等)20170925.

[11]刘庭芳,苏延芳. 亚洲医疗旅游产业探悉及其对中国的启示[J]. 中国医院,2009,(1):74-77.

[12]平成27年度医療技術・サービス拠点化促進事業(国内医療機関による外国人患者受入の促進に関する調査)報告書[DB/OL]. 掲載日:2016-07-21 発表元: 経済産業省. [http://www.meti.go.jp/medi\\_lib/report/2016fy/000519.pdf](http://www.meti.go.jp/medi_lib/report/2016fy/000519.pdf).

[13]高静,刘春济. 国际医疗旅游产业发展及其对我国的启示[J]. 旅游学刊,2010,(7):88-94.

[14]吴之杰,郭清. 国外医疗旅游研究现状及启示[J]. 中国卫生政策研究,2014,(11):59-63.

【责任编辑:黄素华】