

鍼灸マッサージ師業界のニーズ
ー現状分析から医療観光へー

菅 万希子

帝塚山大学 経営学部

2014 年 3 月

Tezukayama University
Research Institute for Economics and Business
7-1-1 Tezukayama, Nara 631-8501, Japan

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—*

菅 万希子[†]

Abstract:

“Iryou Kanko” is one of the growth strategies in Japan. But the definition of it does not still come to agreement. At the present, it is mainly focused on medical institutions and facilities. In that sense, “Medical Tourism” is relevant, but first of all, diverse circumstances and differences of healthcare system among countries have to be discussed, and it takes time. So here, from the point of view that it can be interpreted broadly to wellness, the possibility of the national certified alternative medicine about this theme is analyzed. 202 members of the Acupuncture Moxibustion Masseur Association Japan co-operate to the questionnaires on the internet. The result is that about 75% of the respondents intend to work with this theme, and realization of it will satisfy not only the needs of the members, but also contribute to Japanese Iryo Kanko Strategy.

キーワード ; 医療観光、潜在ニーズ、ブランド、代替医療、医療経営、

* この研究は文部科学省科学研究費補助金研究（挑戦的萌芽研究 研究代表者）の助成を受けている。

[†]帝塚山大学経営学部 准教授、E-mail: suga@tezukayama-u.ac.jp

I. はじめに

「医療観光」という言葉を耳にする機会はまだそれほど多くないが、2011年6月18日の21世紀の日本の復活に向けた21の国家戦略プロジェクト（閣議決定）で、国際医療交流（外国人患者の受け入れ）という表現で位置づけられており、省庁を横断した多様な取り組みが模索されつつある。

医療観光は日本では、メディカルツーリズム、医療ツーリズム等、呼称も様々であり、定義もまだ明確ではない。2010年5月26日日本政策投資銀行による「今月のトピックス」NO.147-1では、「医療観光」とは医療を受ける目的で海外へ渡航することとある。真野は、「メディカル」は「医学の、あるいは医療の」を、「ツーリズム」を「旅行、特に観光旅行」を意味するとする。（真野、2009）

2013年11月14日の東洋経済オンラインでは、原語「メディカル・ツーリズム（medical tourism）」は、「医療を目的とした旅行一般」を意味しており、「医療観光」はその直訳であるが、日本では「ツーリズム（tourism）」を一般に「観光」と訳すため、観光＝行楽、レジャーという連想が働き、「医療観光」がしばしば誤解され混乱が生じていると指摘している。¹ いずれも、医療を目的として海外へ渡航するという定義である。

羽生はレジャーやリクレーションも含めた、ケアとしての概念であるウェルネスツーリズムも、ヘルスツーリズムに包括されるとする。

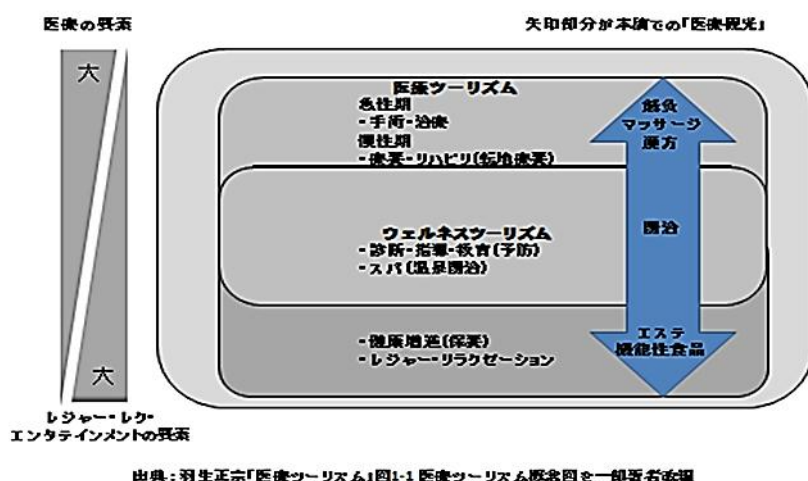


図 1 医療観光概念図 出典：羽生正宗「医療ツーリズム」を著者一部改編

¹ 妹尾康志、2013年11月14日、日本は「おもてなし観光医療」で世界一に、東洋経済オンライン

医療ツーリズムの概念は、古代の人々が地中海からギリシャ神話の名医アスクレピオスの治療の地であるエピダウルスを礼拝するために向かったことに起因しており、アスクレピオスとは、優れた医術の技で死者すら蘇らせ、神の座につき、医神として現在も医学の象徴的な存在となっている。その後、ヨーロッパの富裕層が地中海の温泉を訪れたが、それが現在の低コストの治療法を観光とともに提供する「医療ツーリズム」になったと述べている。(羽生、2011)

従って、この概念では日本での湯治も同様に「医療ツーリズム」であり、レジャーも含まれる。しかしながら、ここで羽生によって取り上げられている医療観光は、主に健診と治療であり、やはり医療機関に焦点があてられている。

著者の医療観光の概念は、医療機関以外に焦点をあて、羽生の医療観光に含まれるウェルネスツーリズムの概念をさらに拡大したものである。具体的には、医療機関以外が治療として行っているもの、古くから人々が健康に良いと考えていたものやリラクゼーション効果が感じられるものに至るまであり、例えば、湯治・代替医療・漢方薬や薬膳・マッサージ・エステ・機能性食品等である。

それらの中で、本稿では、鍼灸マッサージ師業界について、医療観光への取り組み意向や課題について調査分析した。この研究を、今後中国観光客のニーズ調査と合わせて、新しい医療観光資源としての可能性を分析する研究へと展開することを目的としている。

厚生労働省平成 2011 年の衛生行政報告では、鍼灸マッサージ師数は過去 10 年で、はり師・きゅう師が約 1.3 倍、柔道整復師は約 1.6 倍、あん摩マッサージ指圧師が約 1.1 倍と増加傾向にある。

施術所については、あん摩マッサージ及び指圧を行う施術所数は 2010 年で少し減少したものの、柔道整復の施術所は約 1.6 倍と急速に増加している。鍼及び灸を行う施術所も約 1.5 倍、あん摩マッサージ鍼灸を行う施術所は約 1.1 倍で増加傾向にある。(図 2 参照)

海外でも各国それぞれ特徴のある施術技法があり、タイではワットポーを総本山とするタイ式マッサージをはじめ、インドのアーユルヴェーダなどは海外からの観光客も体験できる。日本のマッサージでは、国家資格保持者による按摩マッサージ指圧と、民間認定のリラクゼーションがあり、どちらも独自の施術方法が各地で展開されているが、国家資格で認定される鍼灸マッサージは、治療を目的とする側面が強く、観光の短期間内で施術効果を得ることが必ずしも可能であるとは限らない。比較的豊富な資源をベースとして活用し、その目的の幅を拡大することができれば、医療観光の概念の幅が拡大される可能性がある。

近代医学は必要不可欠であるが、鍼灸マッサージも古くから国民の間で定着

している代替医療である。今回、医療観光資源として捉えなおすことにより、その魅力を改めて見直す機会ともなり、国内での予防医療や健康寿命の延伸に対する貢献も期待できる。本稿の目的は、鍼灸マッサージ師会の現状を分析し、医療観光資源のシーズとしての可能性を検討することであるが、国内での健康増進への展開も期待するものである。

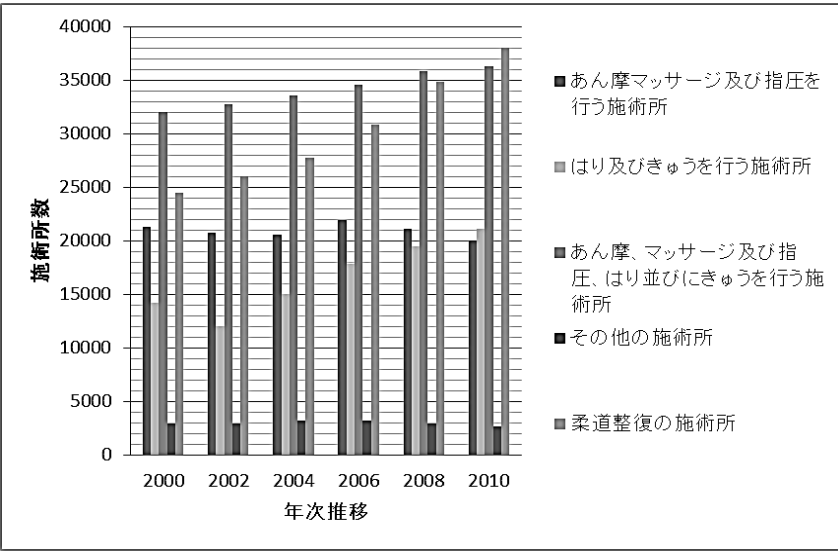
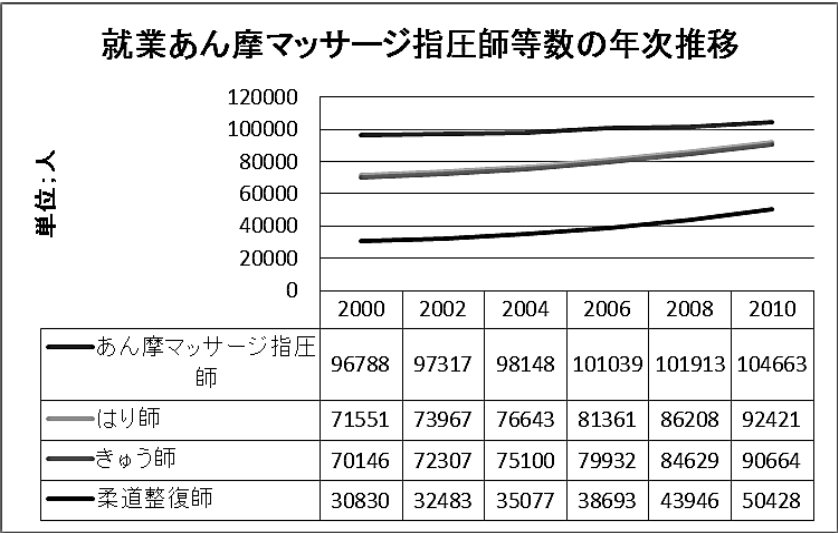


図 2 厚生労働省平成 22 年衛生行政報告より（就業医療関係者）結果の概況

Ⅱ. 研究の方法

この調査は、鍼灸マッサージ師業界の新しい領域として、医療観光に対する業界の取り組み意向を分析するためのものである。そのためにあわせて、業界

の現状を知るための調査分析も行っている。質問紙の質問項目は、全 10 問である。Q1-3 では、開業形態や施術の現状について、Q4-5 は、業界の仕事や生活全般への現状の満足度から将来展望について、Q6-8 は医療観光の受け入れ条件や課題などについて、Q9 は鍼灸マッサージ師が必要とする知識領域等について、Q10 は国内外からの医療観光への取り組みの意向を調査している。

調査概要は次のとおりである。

調査期間：2013 年 11 月 05 日（火）～ 2013 年 12 月 03 日（火）

調査方法：インターネット上での質問紙調査

調査対象：全日本鍼灸マッサージ師会会員 約 1200 人²

回答者：222 人（回収率 約 18.5%）

回収方法：インターネット上に作成した質問紙の URL を大阪府鍼灸マッサージ師会役員に送付、役員から会員へメールで調査依頼を行う。

システムは㈱マクロミルのオープンミルを使用し、データはシステム上に回収される。

個人情報保護：㈱マクロミルのプライバシーポリシーに依拠

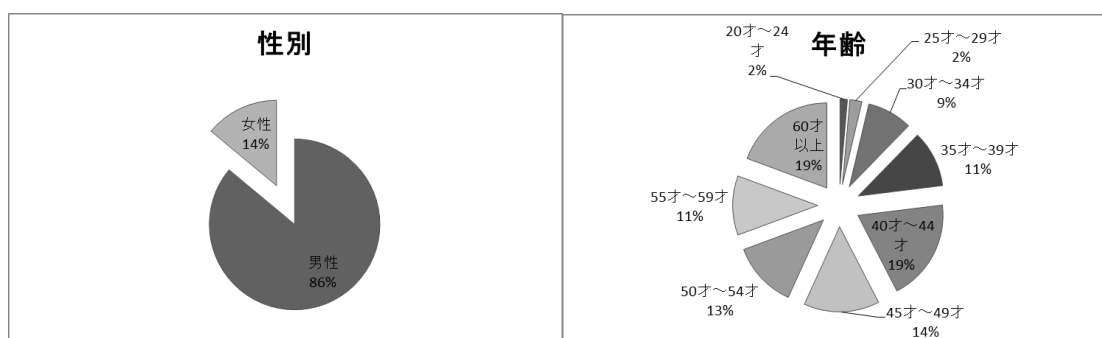


図 3 調査対象者の性別（左）及び年齢（右）構成 n=222 作成：著者

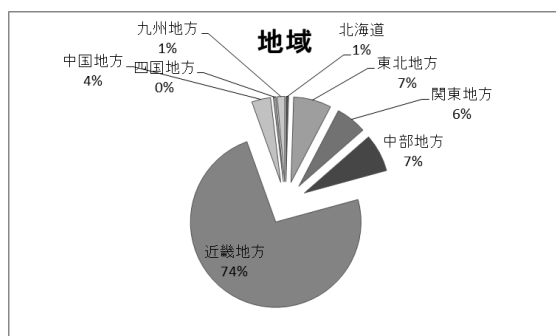


図 4 調査対象者の地域 n=222 作成：著者

² 大阪府鍼灸マッサージ師会の協力により約 1200 人にメールで依頼文と共に質問紙の URL が配布された。但し人数は概算とのことである。また、会員からの要望により個人情報保護のため、回答者のメールアドレスによって重複して回答を防止するシステムが機能しない状態になったので、重複して回答することは可能である。

回答者は、男性 86%、女性 14%で男性比率がかなり高い。年齢は 40 才台が 33%と最も多く、次に 50 才台の 24%、30 才台の 20%、60 才以上の 19%で、20 才台は 4%である。地域は、大阪府鍼灸マッサージ師会発ということもあり、近畿が 74%と最も多く、次に中部と東北の 7%、関東の 6%、中国の 4%、北海道及び九州の 1%である。(図 3、4 参照)

分析方法は、まず GT 集計を俯瞰分析した。次に、仕事に対する満足度を中心として次の 5 つの分析を行った。仕事の対する満足度を中心として分析した一つ目の理由は、新しい事業に対する取り組み意向が、満足度と関係していると考えられること、二つ目は、そのため、知識の習得意向にも関係すると考えられることからである。

- 1) 仕事に対する満足度及び生活全般に対する満足度と、仕事や生活について設定した各項目に対する満足度について、**Customer Satisfaction Portfolio Analysis** を行い、相関関係と相関の高い項目の満足度について視覚化した。
- 2) 鍼灸マッサージの施術院の経営における、技術と経営という 2 つの重要な知識への必要性和、仕事に対する満足度についてコレスポネンズ分析を行った。
- 3) 仕事の対する満足度と医療観光に対する受け入れ意向についてコレスポネンズ分析を行った。
- 4) 鍼灸マッサージ師の業界が医療観光を行うにあたり、課題となる項目について因子分析を行った。
- 5) 医療観光についての自由回答に対し、テキストマイニングを行った。³

分析ソフトは、**Quick Cross Ver.3.22** を用いた。但し、自由回答のテキストマイニングについては、**SPSS Text Analytics Survey 4** を用いた。

Ⅲ. 結果

Q1 の開業形態は、自宅が約 42%とかなり多く、次にテナントなどが約 35%で、自宅以外の自己保有地 9%を合わせると約 86%と大半を占める。勤務は 10%弱で、ほとんどが開業している。(図 5 参照)

自宅が多いという結果から、小規模組織経営が多いと考えられる。

³ テキストマイニングの分析結果は、全体の俯瞰に必要であったため、Ⅲ結果、に含めている。

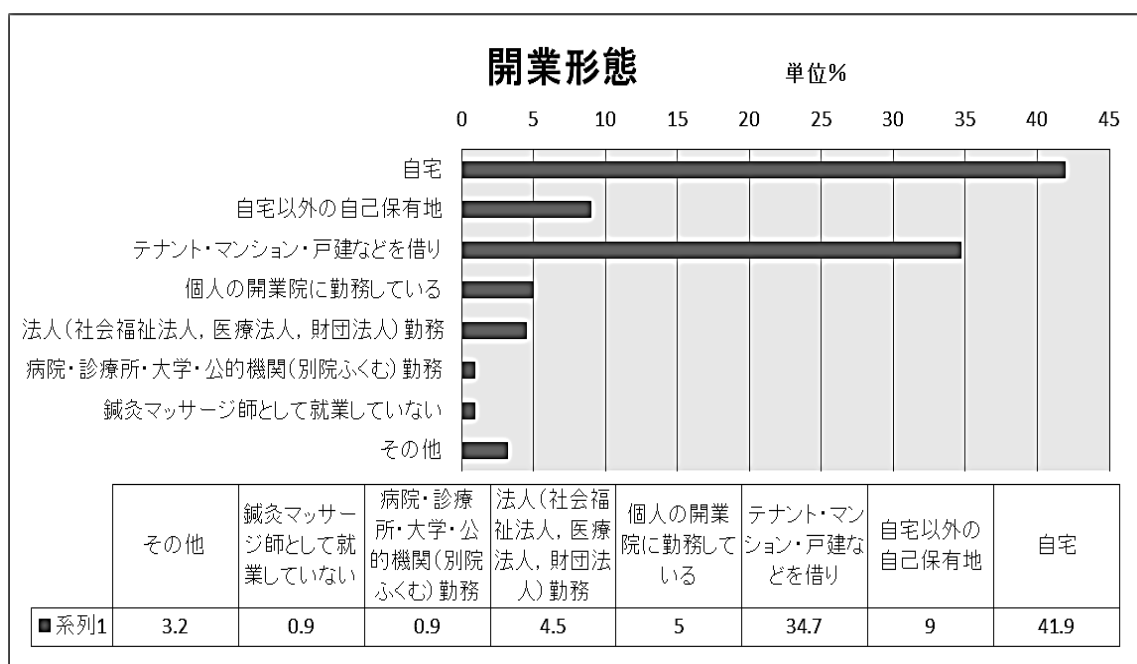


図 5 開業形態 n=222 作成：著者

Q2 では、全体に対する人数比率の概算で、施術内容について、「よくする」「時々する」「あまりしない」「全くしない」の 4 段階で回答を求めた。

施術内容の項目は、鍼・按摩・マッサージ・指圧・柔道整復・介護事業・美容エステ事業・スポーツトレーナー事業・産業医療系健康管理事業であり、各項目に対して「よくする」「時々する」「あまりしない」「全くしない」の 4 段階で回答を求めた。(図 6 参照)

「よくする」と回答した中で最も多い施術項目は、鍼で約 74%、按摩・マッサージ・指圧で約 54%、柔道整復で約 20%、介護が約 8%、美容・エステが約 2%、スポーツトレーナーが約 3%、産業医療系健康管理が約 0.5%である。

ほとんどが鍼治療を行っており、目にする機会が多い、介護・美容エステ・スポーツトレーナーなどを全く施術していない者の割合は相当高い。

柔道整復については、よく行っている者も約 21%いるが、全く行っていないものも約 73%もいる。

つまり、鍼や按摩・マッサージ・指圧についてはほとんどの者が行っているが、それ以外の項目について行っているものは多くないと言える。

鍼を行っているものが多いが、今回鍼の専門性については調査を行わなかった。按摩・マッサージ・指圧も同様であるが、ここでの医療観光は、治療を目

的とするとは考えていないので、大きな枠でとらえた。

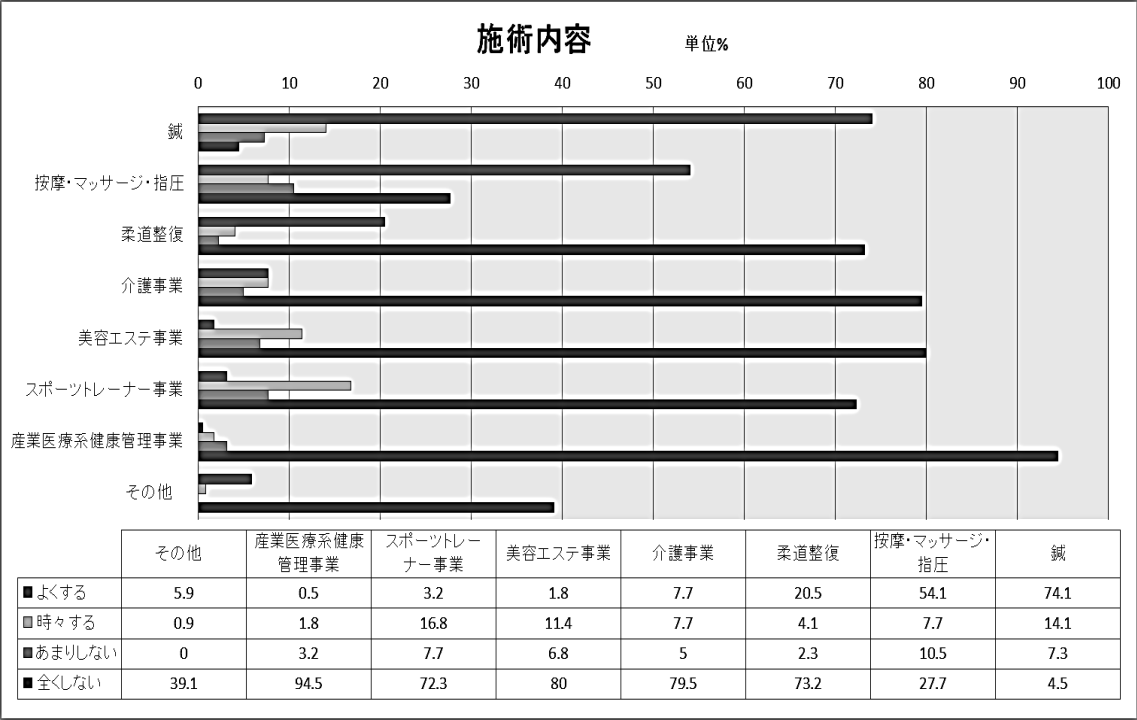


図 6 施術内容 n=222 作成著者

Q3 の医療治療の施術状況では、疼痛が約 99%とほとんどの回答者が行っていることがわかる。

筋肉弛緩も約 91%と多く、予防医療/健康増進が約 73%、内科系約 61%、婦人科系約 51%、耳鼻咽喉科系約 42%、皮膚科系 30%、泌尿器科系 36%、予防医療・健康増進 73%、美容 25%、スポーツトレーナー業務 31%と続く。

尚、医療治療の施術を行っていないものはいなかった。(図 7 参照)

今回、本稿での「医療観光」の対象となるのは、予防医療・健康増進、または、美容、スポーツトレーナー業務に近い。

この調査結果から、鍼灸マッサージ師の業界が、医療観光に取り組む可能性があると考えることができる。

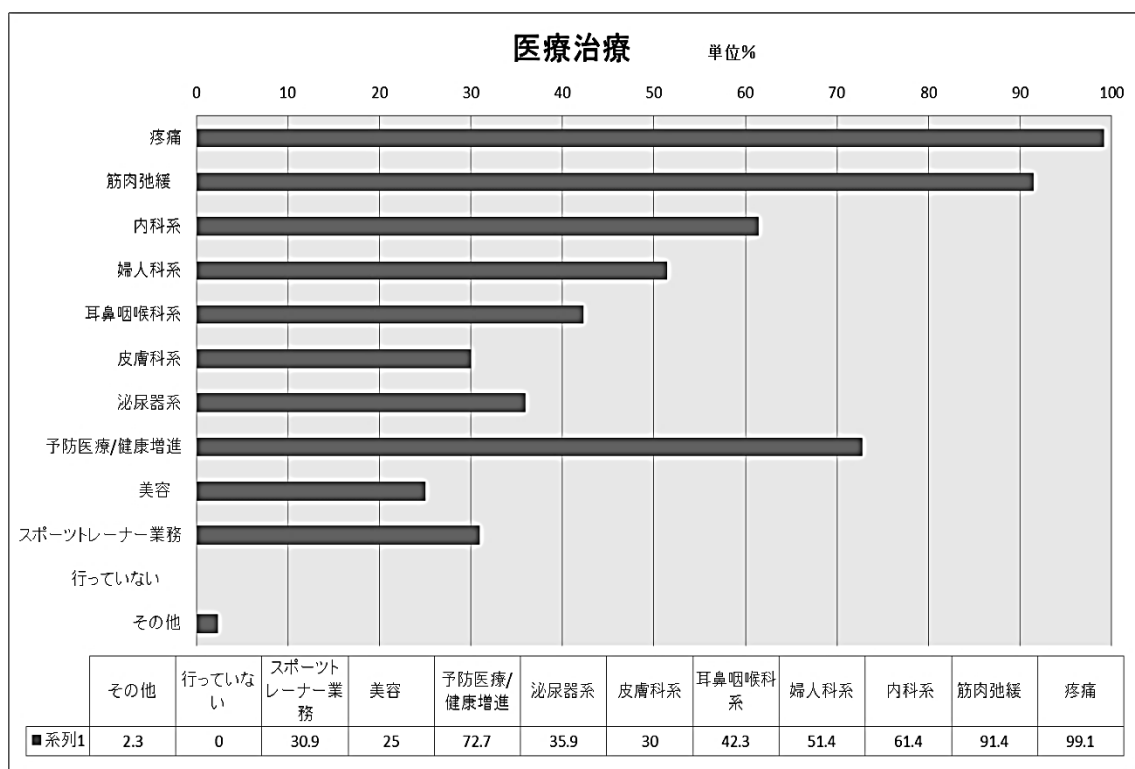


図 7 施術の医療治療内容 n=222 作成：著者

Q4 の鍼灸マッサージ師の業界の将来に対する認識について調査である。(図 8 参照) 保険適用の鍼の将来の明るさについては、「どちらともいえない」が 33%と最も高く、次いで「比較的暗い」の 33%の順である。自費鍼についても、「どちらともいえない」が 33%と最も高いが、次いで「比較的明るい」の 23%の順である。しかしながら、「比較的暗い」の 22%と差は大きくない。保険適用の灸では、「どちらともいえない」が 33%と最も高く、次いで「比較的暗い」の 33%の順であるが、自費灸では、「どちらともいえない」が 40%と最も高く、次いで「比較的暗い」の 24%の順である。保険適用の按摩・マッサージ・指圧では、「どちらともいえない」が 38%と最も高く、次いで「比較的暗い」の 26%の順であるが、自費マッサージでは、「どちらともいえない」が 47%と最も高く、次いで「比較的暗い」の 20%の順である。保険適用の柔道整復は、「非常に暗い」が 38%と最も高く、次いで「どちらともいえない」の 31%の順であり、自費は「どちらともいえない」が 38%と最も高く、次いで「非常に暗い」が 32%である。これらの項目は国家資格保持者により施術されるもので、保険適応の柔道整復が非常に暗いと考えられている他、他の項目でも概ね暗いと考えられている傾向がある。介護業界は、「どちらともいえない」が 45%と最も高く、次いで「比較的明るい」の 26%の順である。

リラクゼーション業界は、「どちらともいえない」が 52%と最も高く、次いで

「比較的明るい」22%の順である。カイロプラクティック業界は、「どちらともいえない」が59%と最も高く、次いで「比較的暗い」の19%の順である。

美容・エステ業界は、「どちらともいえない」が50%と最も高く、次いで「比較的明るい」の36%の順である。スポーツトレーナー業界は、「どちらともいえない」が52%と最も高く、次いで「比較的明るい」の33%の順である。

これら国家資格とは関係しない領域では、鍼灸マッサージと類似のカイロプラクティックの領域以外は、やはり「どちらともいえない」が最も高いが、次いで「比較的明るい」考えているものが多いことがわかる。

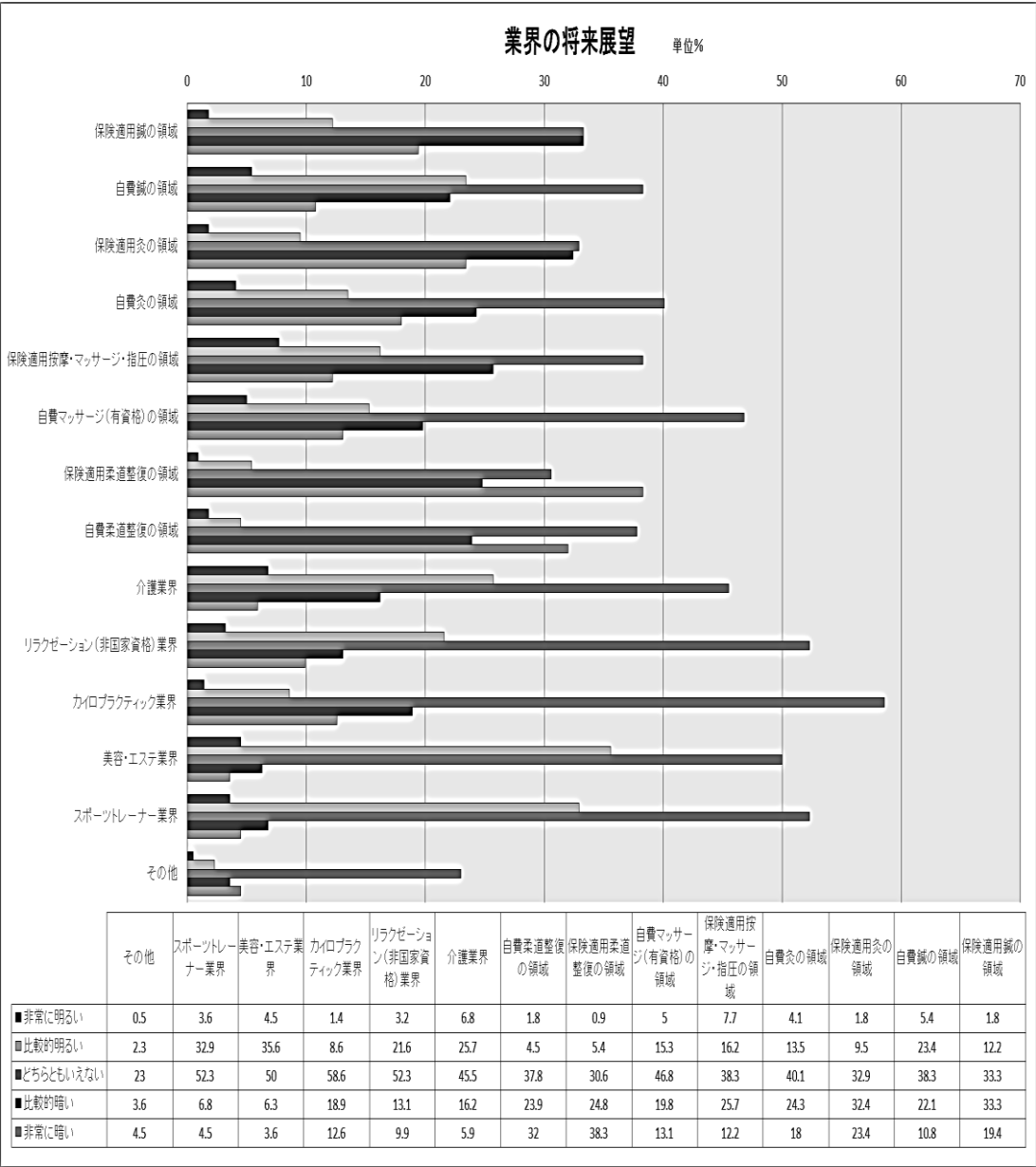


図 8 業界の将来展望 n=222 作成：著者

Q5 は、鍼灸マッサージ師の仕事・生活に対する満足度の調査である。(図 9 参照) 仕事についての満足度は、大変満足が 7.3%、ほぼ満足が 45.9%、どちらとも言えないが 14.4%、少し不満が 22.5%、大変不満が 9.5% であった。

生活については、大変満足が 7.2%、ほぼ満足が 43.2%、どちらとも言えないが 23%、少し不満が 18%、大変不満が 8.5%であった。

どちらについても、大変満足は多くないが、ほぼ満足を合わせると、それぞれ 56.2%、50.4%であり、全般的には満足度は中程度と考えられる。

しかし、患者数についての満足度では、大変満足が 3.2%、ほぼ満足が 19.4%、どちらとも言えない 18.9%、少し不満 37.4%、大変不満 21.2%、であり、不満を感じている割合は、58.6%である。

収入では大変満足が 0.5%、ほぼ満足が 16.7%、どちらとも言えない 18%、やや不満 37.4%、大変不満 27.5%で、不満を感じている割合は 64.9%である。

どちらの項目についても満足度は低く、収入については不満足 of 割合がより高い。

患者との信頼関係については大変満足 17.1%、ほぼ満足 62.2%、どちらとも言えない 17.6%、やや不満 2.7%、大変不満 0.5%、で満足度はかなり高い。

患者のあなたへの評価は、大変満足 7.2%、ほぼ満足 41.5%、どちらとも言えない 44.6%、やや不満 6.8%、大変不満 0.9%、で満足度は低くはない。

仕事において、患者との関係は主観的には良好であり、今後の高齢化社会では有用な領域であると考えられる。

ところが、医師会の業界への評価は、大変満足 0%、ほぼ満足 1.4%、どちらとも言えない 17.6%、やや不満 30.2%、大変不満 50.9%、であり、国民の業界に対する評価は、大変満足 0%、ほぼ満足 4.1%、どちらとも言えない 35.1%、やや不満 33.8%、大変不満 27%、で業界に対する評価が低いと感じていることがわかる。

国の施策・研究開発・研修制度・業界団体の支援など、業界を取り巻く環境に対しての不満も強い。

この質問の結果からは、患者との関係や、対象疾患、年齢層などにはほぼ満足しているが、業界を取り巻く環境の項目、具体的には、患者数や収入、医師会や国民の評価、国の施策等には満足していないことが明らかになった。

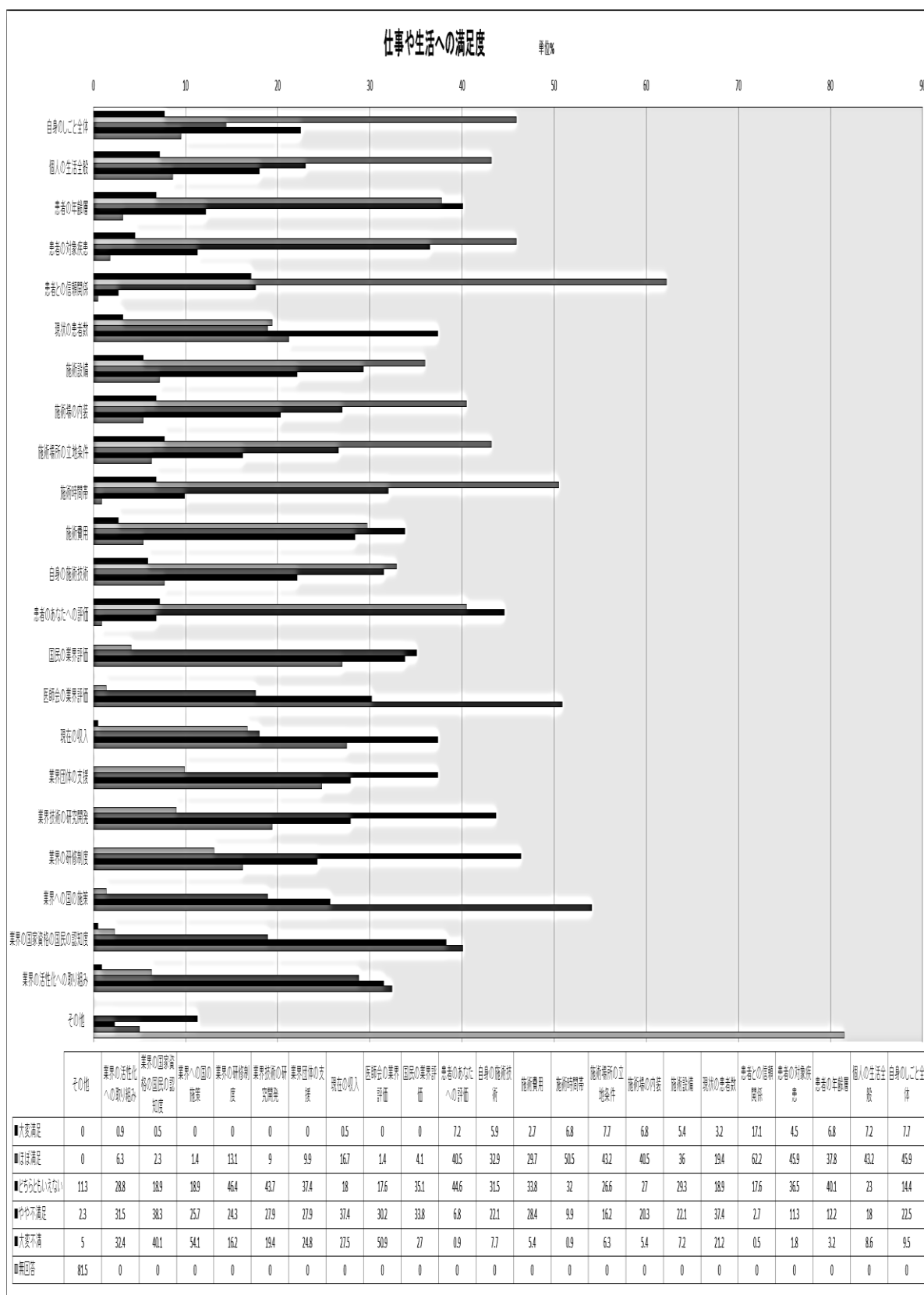


図 9 仕事や生活への満足度 n=222 作成：著者

Q6 医療観光に全般に対する意見(FA)

医療観光全般に対する自由回答のテキストマイニングの結果、及び海外からの医療観光への意向との関係を調べた結果の一部を示す。(図10、11参照)

まず、自由回答の内容を概観すると、質問紙の冒頭に説明を行っていたが、今回示した医療観光の定義をまだ **Medical Tourism** と捉えて回答している者が多くみられた。医療観光という名称に先入観がもたれたか、さらに理解し易い説明が必要だったか、医療治療を行っている対象者であることに対する認識不足があった、等の原因が考えられ、今後の調査設計ではこれらについて十分な対応を行いたい。

テキストマイニングの結果、医療という言葉の出現頻度は高いが、「医療+制度」というカテゴリの出現では、医療観光に対する取り組み意向にばらつきがある。一方「医療+観光」というカテゴリの出現では、医療観光への取り組み意向が強い。「健康増進」「鍼灸+医療」においても、取り組み意向はやや強い。

観光資源として期待する「マッサージ」というカテゴリでは医療観光への取り組み意向はやや強いが、マッサージに他のキーワードが加わると医療観光意向は低減している。

尚、出現頻度は3と低い「文化」のカテゴリにある、「外国人観光客の日本文化への関心は高いので、治療としてではなく文化として」「治療文化として体験」という捉え方は、満足度が低い業界の認知や評価の促進のためという合意が形成され、業界全体の方向性をまとめ得る可能性が高い。

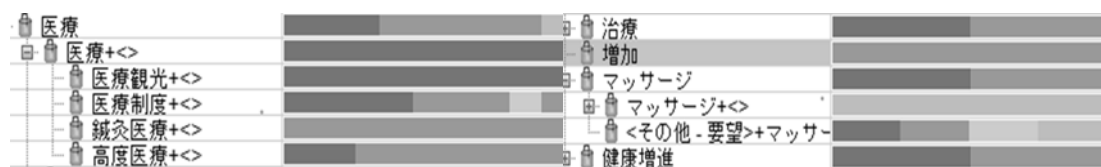


図 10 医療観光に対する自由回答テキストマイニング カテゴリ医療における医療観光への意向程度 n=222 作成：著者

(左から、是非受け入れたい、受け入れたい、どちらとも言えない、あまり受け入れたくない、絶対受け入れない)

医療観光について

Q6FA

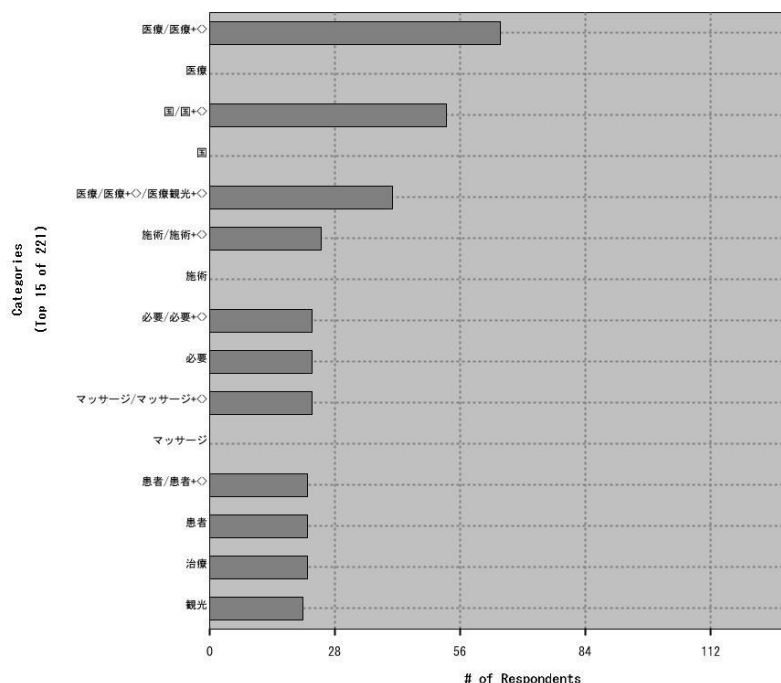


図 11 医療観光に対する自由回答 テキストマイニングによるカテゴリ（上位 15）
n=222 作成：著者

Q7 では、医療観光への業界の課題についての質問を行い、必要性について 5 段階での回答を求めた。（図 1 2 参照）

外国語への対応について、大変必要が 59%、やや必要が 30.2%、どちらとも言えない 7.7、あまり必要でない 1.8%、全く必要でない 1.4%、であり、必要と考える割合は 89.2%である。最も大きな課題であると言える。

次が国際弁護士で、大変必要が 57.7%、やや必要が 30.2%、どちらとも言えない 9.5%、あまり必要でない 1.8%、全く必要でない 0.9%、であり、必要とする割合は 87.2%と、コミュニケーションの不安に加えて、文化や法の違いも不安材料となっている。

業界全体の取り組みについては、大変必要が 57.2%、やや必要が 26.1%、どちらとも言えない 14%、あまり必要でない 0.9%、全く必要でない 1.8%、であり、業界団体の相談窓口が大変必要 50%、やや必要が 34.7%、どちらとも言えない 11.7%、あまり必要でない 1.8%、全く必要でない 1.8%、である。業界団体への期待が高く、進めるためには、業界全体の合意形成も必要であると考えられる。

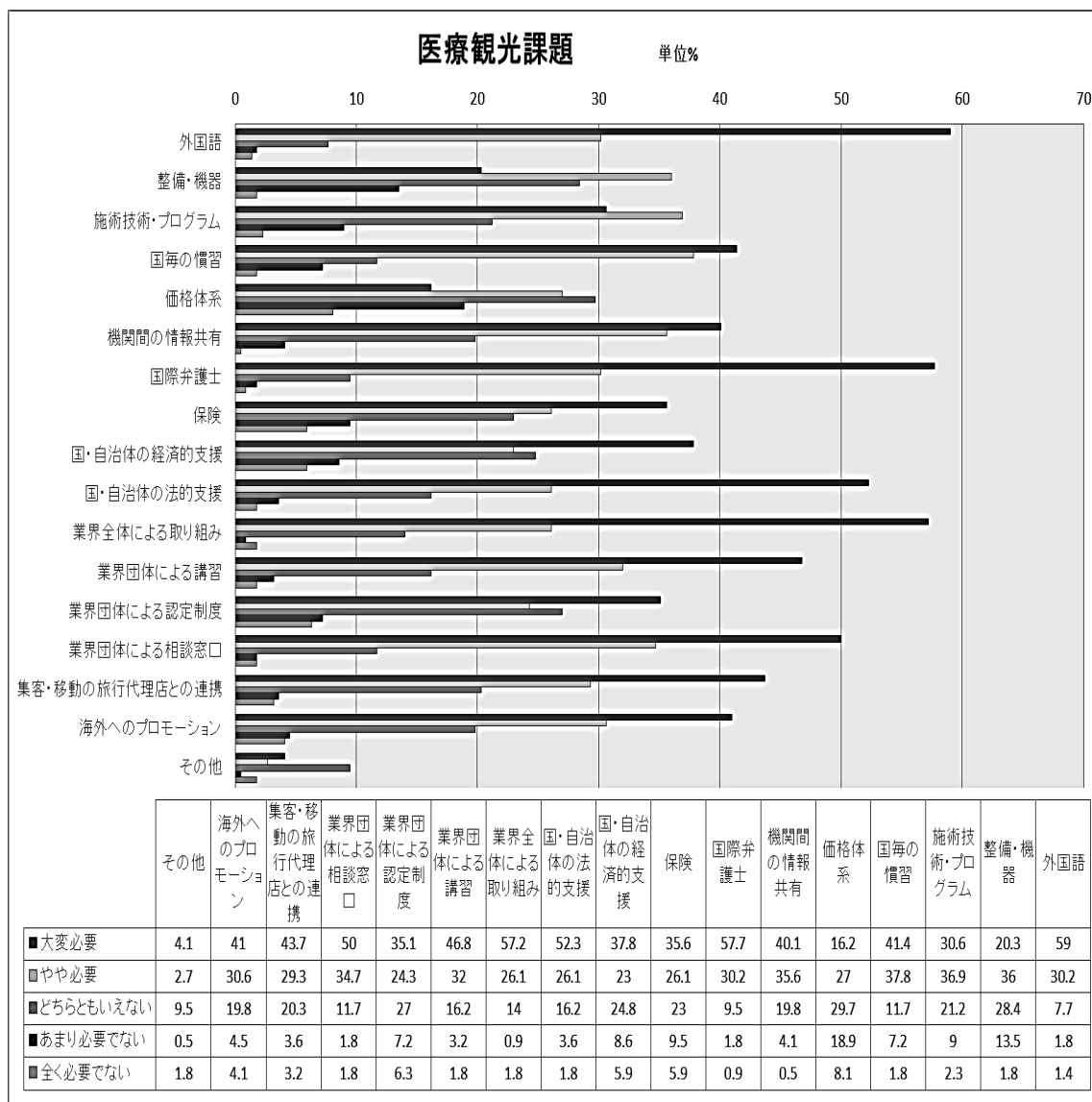


図 12 医療観光への課題 n=222 作成：著者

Q8 の医療観光を受け入れたい国や技術内容についての調査結果は、国や施術内容にこだわらず受け入れる者が、66.7%と多い。一方 11.7%は一切受け入れないと回答している。(図 1 3 参照)

その他国別や施術内容について条件が前提の受け入れ意向については、多くても 10%前後であり、業界全体として概ね受け入れ意向は強いと考えられる。

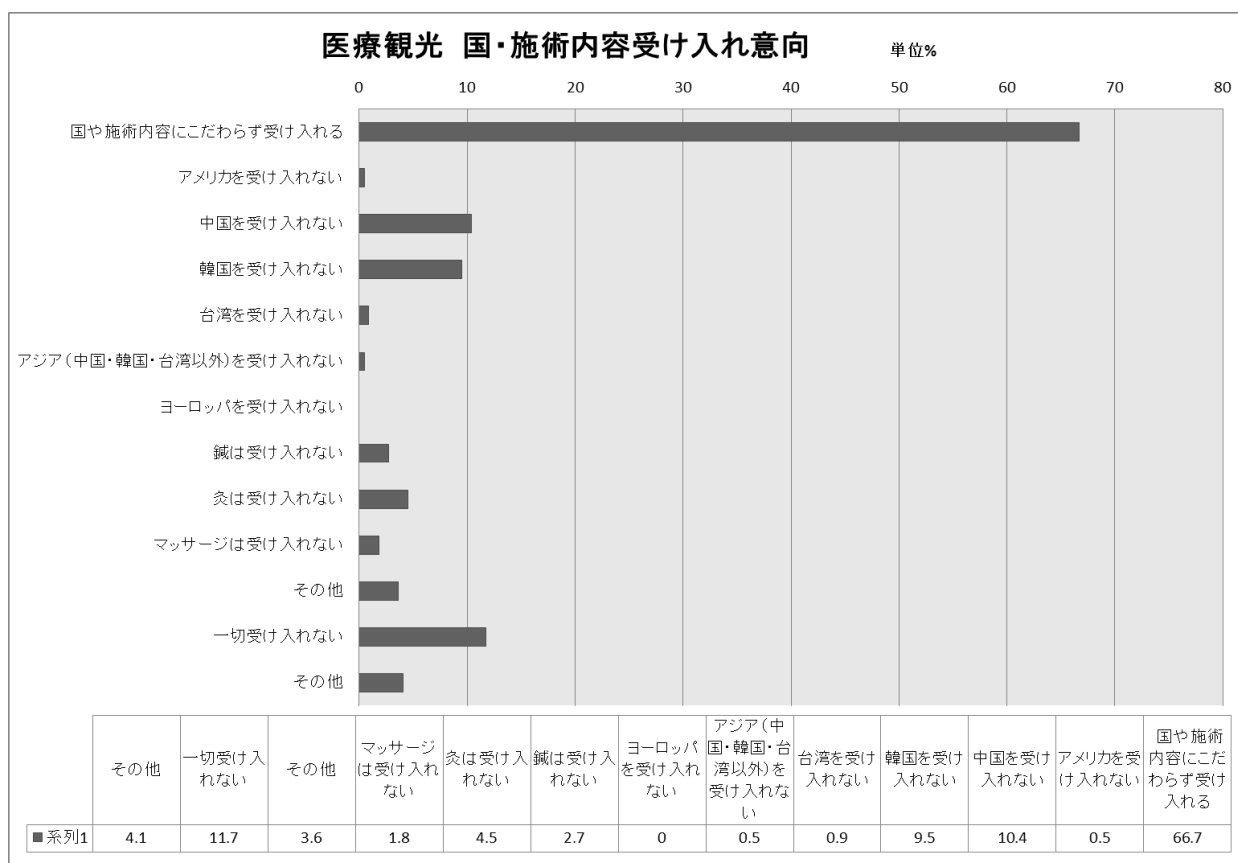
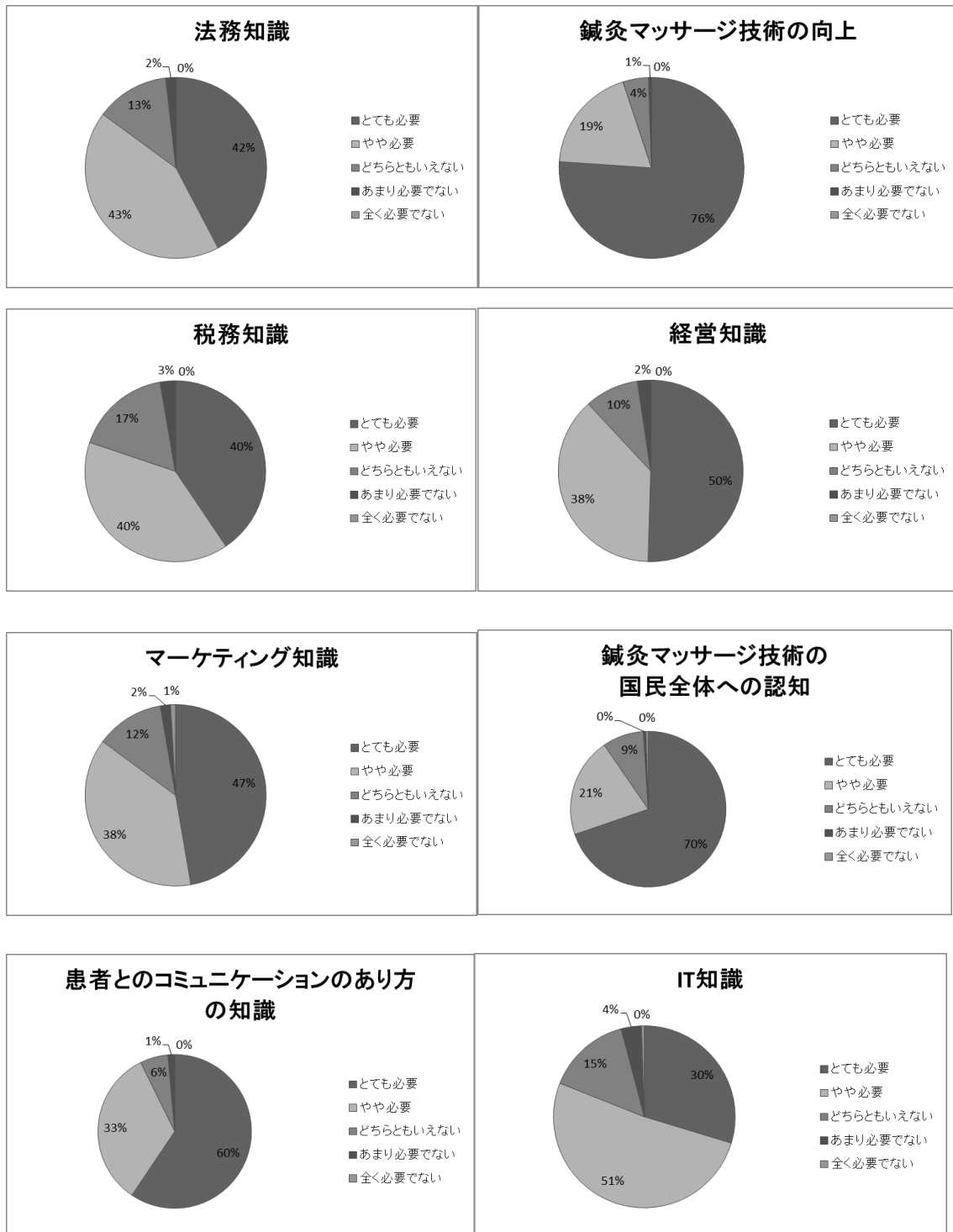


図 13 医療観光 国・施術内容毎の受け入れ意向 n=222 作成：著者

Q9 では、鍼灸マッサージ師として必要な知識の領域について、5 段階での回答を求めた。(図 1 4 参照)

最も必要と考えられている知識は「鍼灸マッサージ技術の向上」で、とても必要の 76%、やや必要の 19%、どちらとも言えない 4%、あまり必要でない 1%、全く必要でない 0%、であり、必要とする割合は 95%と、技術の研鑽には非常に積極的であることがわかる。二番目は患者とのコミュニケーションの知識で、とても必要が 60%、やや必要が 33%で、どちらとも言えない 6%、あまり必要でない 1%、全く必要でない 0%、であり、必要とする割合は 93%であった。Q5 の結果では、患者との関係に対する満足度は高かったが、コミュニケーションの知識を必要としている点は、興味深い。三番目は経営知識で、とても必要が 50%、やや必要が 38%、どちらとも言えない 10%、あまり必要でない 2%、全く必要でない 0%、であり、必要とする割合は 88%であった。四番目はマーケティング知識、法務知識で 85%、六番目の税務知識は 80%が必要であると考えている。業界外部に対する知識として、国民に対する技術や国家資格の認知については、90%以上が必要だと考えており、相当に高い。業界に対する評価や認知が強く求められていることがここでも明らかになった。



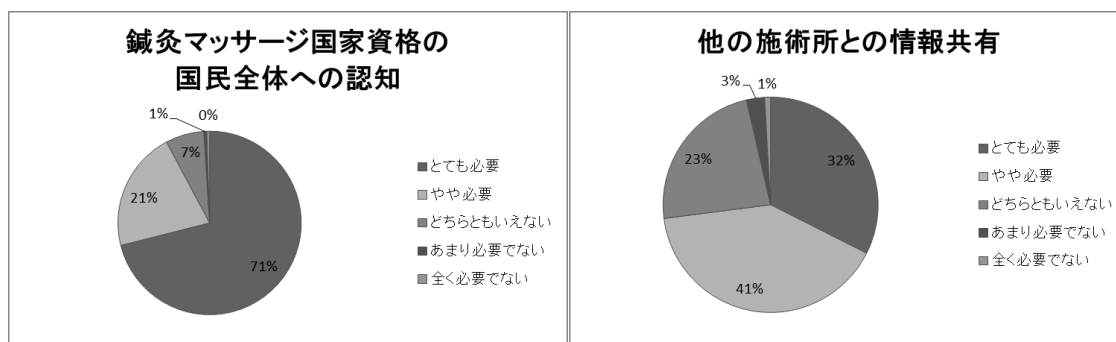


図 14 鍼灸マッサージ業界で必要とする知識や認知 n=222 作成：著者

Q10 では、国内外の医療観光に対する受け入れ意向に対し、5 段階で回答を求めた。(図 15 参照) その結果、海外からの外国人を医療観光客として是非受け入れたいと回答したものは 27%、受け入れてもよいと回答した者は 48%、どちらとも言えない 14%、あまり受け入れたくない 7%、全く受け入れたくない 4%、であり、75%が受け入れ意向を示している。

国内での医療観光客受け入れ意向は全体で是非受け入れたいが 32%、受け入れてもよいが 46%、であり、78%と国外より 3%多いが、是非受け入れたい割合が 14%多いので、受け入れにはより強めの意向である。理由は外国語などの課題が少ないことにあるのだろう。

全く受け入れないとの回答が、海外観光客では 4%、国内観光客は 3%と少なく、受け入れに対し業界側のシーズはあると結論づけてよいと考える。

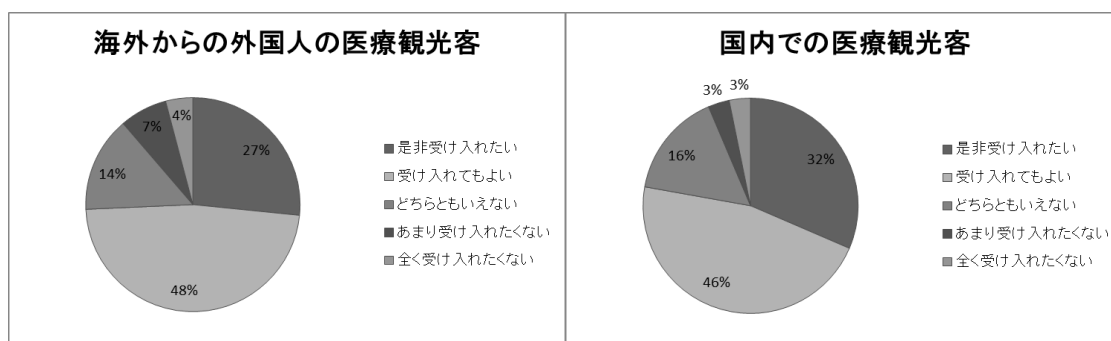


図 15 海外および国内の医療観光に対する受け入れ意向 n=222 作成：著者

IV. 考察

様々な課題の解決が前提としてあるが、Q10 の結果から業界全体での医療観光への取り組み意向が強いことが明らかになった。

そこで、現状の仕事満足度の回答結果との相関を中心に、4 項目の分析と考察を以下に示す。

1) Q5 の仕事や生活に対する満足度に対して Customer Satisfaction Portfolio Analysis による分析と考察⁴ (図 16、17 参照)

仕事満足度に対しては、現在の患者数が 0.51 と最も相関関係が強く、次が収入の 0.49 であるが、これらの影響力の高い項目の満足度はそれぞれ、22.5%、17.12%、かなり低い。

生活満足度に対しては、収入に対して 0.56 と最も相関関係が強く、次が患者数の 0.48 とやはり満足度の低い項目と相関関係が強い。

しごと満足度との相関関係で、施術設備が 0.24、内装が 0.19 であるが、それぞれの生活満足度との相関関係は 0.31、0.28 と比較すると強い。設備や内装は自身のためというより、マーケティングの知見からは、サービス品質を表現する重要な項目の 1 つであるとの理解が求められる。

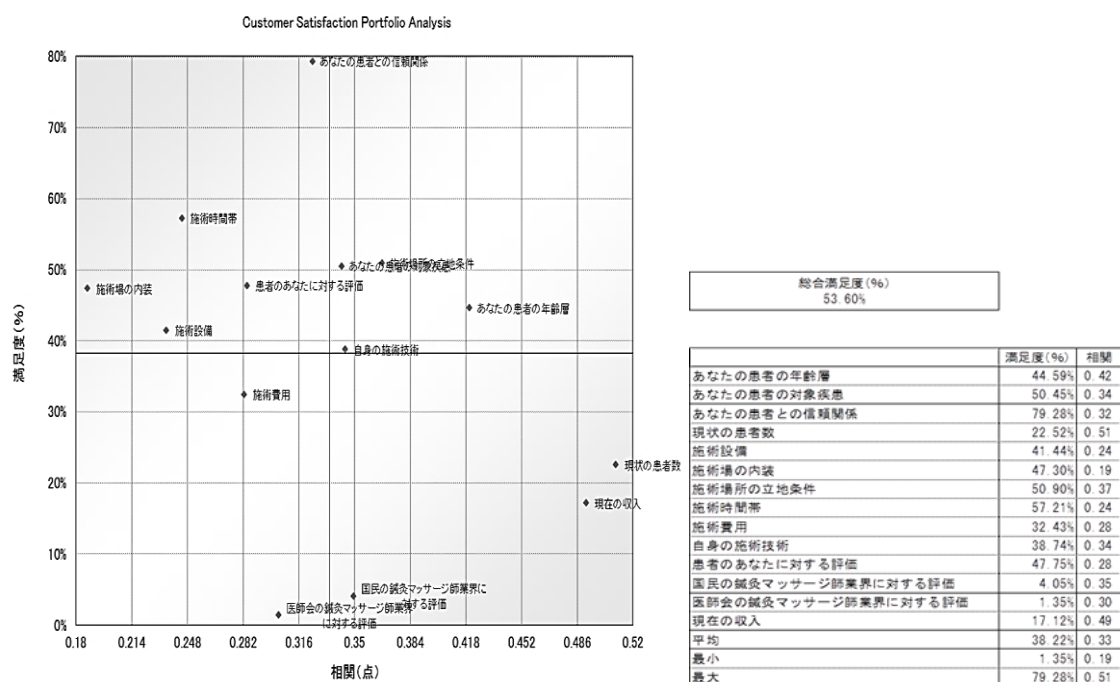


図 16 仕事の満足度と各項目の満足度 Customer Satisfaction Portfolio Analysis n=202
作成：著者

⁴ この分析方法は、しごと満足度に対し、それぞれの項目の影響と満足度を視覚化し、理解を容易にする。

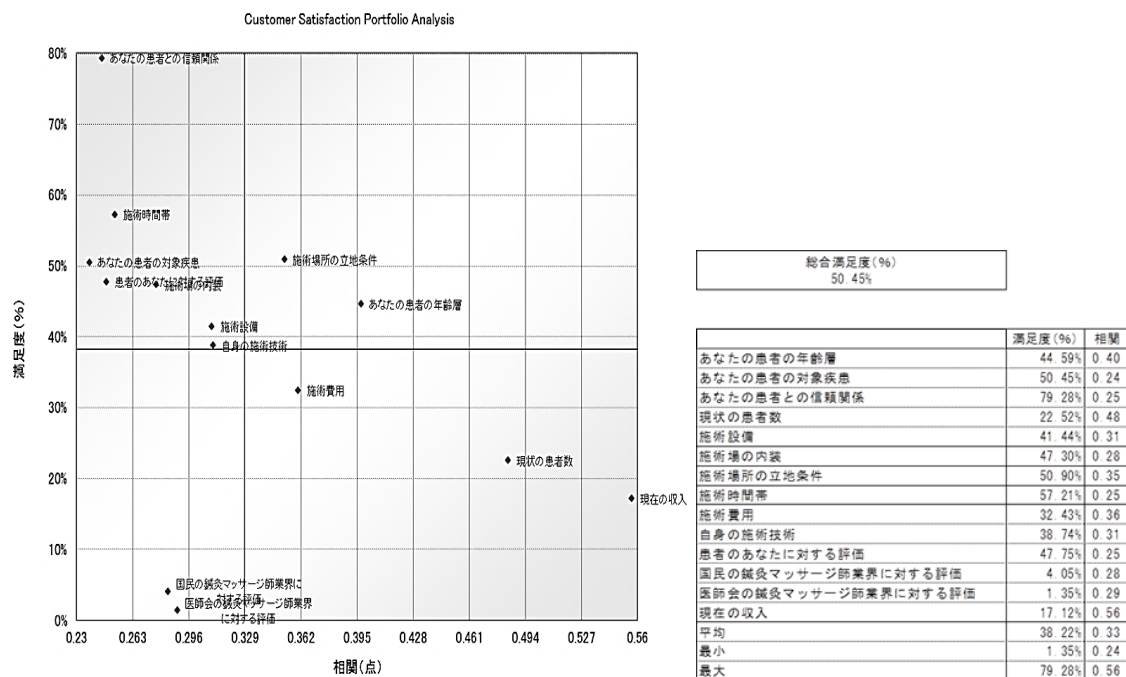


図 17 個人の生活全般に対する満足度と各項目の Customer satisfaction Portfolio Analysis n=202 作成：著者

2) 仕事の満足度と鍼灸技術・経営知識の関係性のコレスポネンシス分析 (図 18 参照)

1) の分析から、仕事・生活への満足度に対し、患者数や収入が大きな影響を与えていることが明らかになった。また、設備や内装がサービス産業に分類されている医療やヘルスケアでは、重要であるということが充分認識されていない可能性があることを指摘した。経営学やマーケティング知識の重要性は認識されつつあるものの、どのように知識を実務と関連付けるかについてはまだ明確になっていないのではないかと推測される。図 18 は仕事に対する満足度と鍼灸マッサージの技術知識の必要性、仕事に対する満足度と経営知識の必要性、についてコレスポネンシス分析を行った結果である。二つに共通していることは、仕事に大変不満と感じている回答者は、大変満足・ほぼ満足・やや不満の回答者と比べ、知識に対して、必要性をあまり感じていない。知識欲がない理由が、仕事に大きな不満をもっているからなのか、知識欲がないので仕事に不満をもつ状態になったのかは不明であるが、知識欲と仕事の満足度には関係性があると思われる。また、ほぼ満足・やや不満の回答者は、どちらも知識に対する必要性を強く感じている。ここでの満足度の評価は、回答者があくまで現状を主観的に評価した結果であり、客観的に収入や患者数などを定量的に評価した結果ではない。現状に満足しないという状態は、知識や新しい事業に対

して積極的であると捉えることができるのではないか。

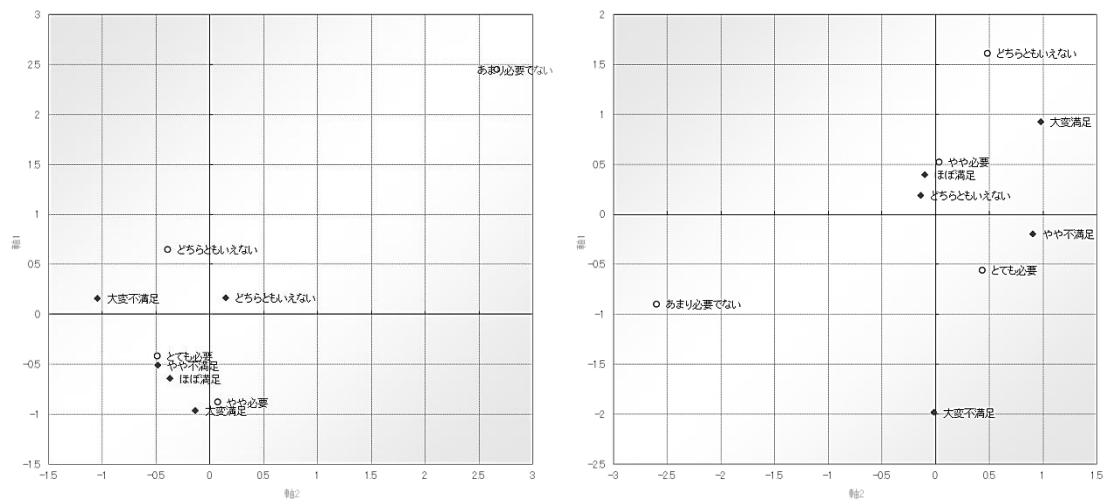


図 18 仕事の満足度と鍼灸マッサージ技術知識への必要性（左）
仕事の満足度と経営知識の必要性（右） コレスポネンデンス分析
n=202 作成：著者

3) 医療観光への意向とのコレスポネンデンス分析（図19参照）

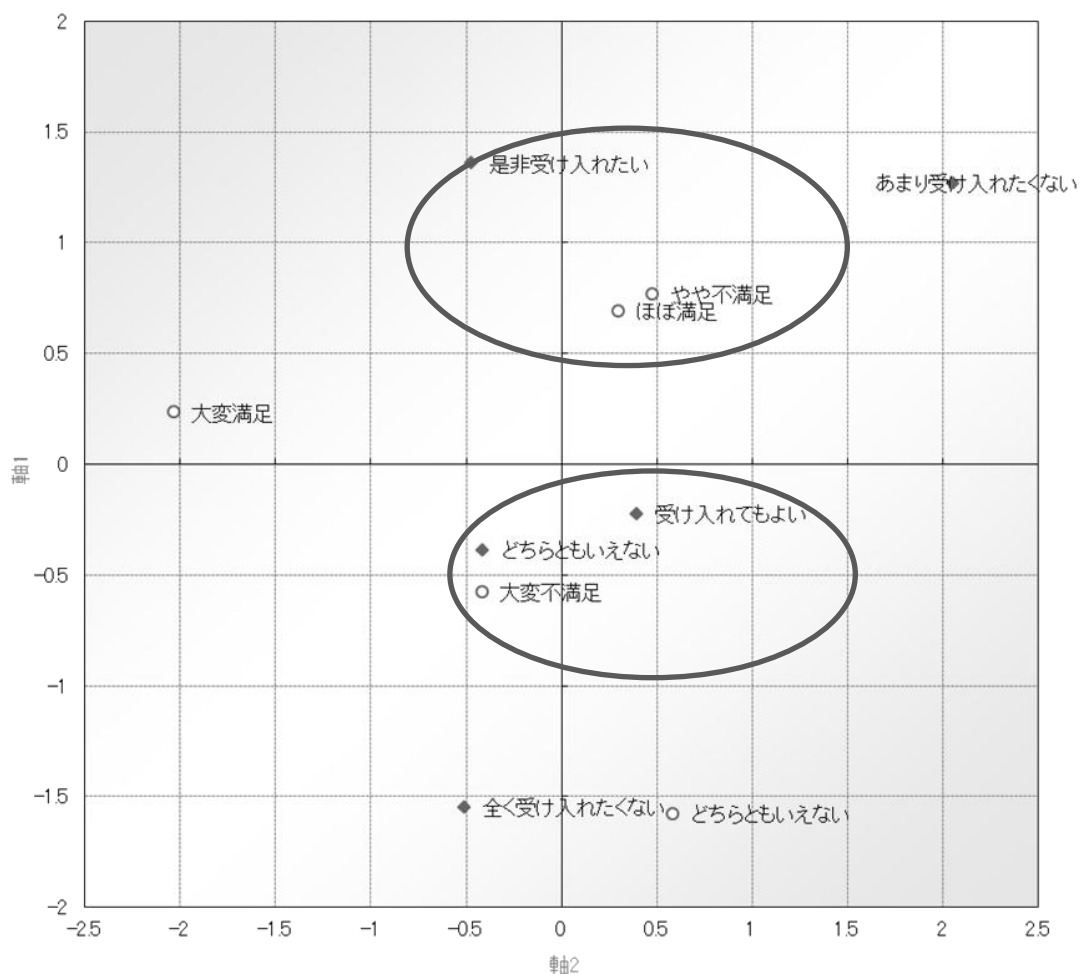
そこで、仕事に対する満足度と医療観光への取り組み意向とのコレスポネンデンス分析を行った。

ここでも、仕事に対して、ほぼ満足・やや不満足 of 回答者は医療観光に対しても、是非受け入れたいと積極的な姿勢を示すことが明らかになった。

ところが、大変不満足と回答した者は、ここでは受け入れてもよい、あるいはどちらとも言えないという回答と相関関係が強い。大変不満足と回答しているグループは、抽象的な知識より具体的な方法論を好むという可能性が考えられる。

大変満足は離れた位置にある。しかしながら、全く受け入れない、あまり受け入れたくない、と比べ、受け入れたい、是非受け入れたいと近い。これらは、医療観光に向けての課題がリスクだと捉えられているからではないかと考えられる。

よって、医療観光は、業界の課題が解決された状態を示すことにより、大変不満足と回答したグループ、大変満足と回答したグループも受け入れ意向を示し、業界がまとまることにより、一挙に進むのではないかと考えられる。



軸の情報

		固有値	特異値	寄与率
縦の軸	軸1	0.014635638	0.120977841	0.498564751
横の軸	軸2	0.012067757	0.109853342	0.411089572

図 19 仕事の満足度と医療観光への意向ンコレスポンス分析 n=202 作成：著者

4) 「医療観光の課題」の結果に対する因子分析

3) から、知識などに対してそれほど積極的ではない、仕事に対して大変不満と回答したグループも、医療観光への取り組み意向がある程度あることが明らかになったが、課題解決は前提となるであろう。

そこで、課題について因子分析を行ったところ、業界対応因子、施術因子、国際化因子、行政因子の四つが抽出された。

業界対応因子では、業界全体での取り組み、業界団体による相談窓口や認定制度、研修制度などに強く期待されていることが明らかになった。

施術因子・国際化因子・行政因子も抽出されているが、これらについても個々

の対応が容易ではないことから、業界団体主導により解決されていくことが期待される。

Q7 医療観光へ向けた課題

回転後因子負荷量					
アイテム名	質問文	業界団体因子	施設因子	同文化因子	行政因子
Q7S11	業界全体による取り組み	0.7407434	0.186089934	0.180070693	0.297098391
Q7S16	海外へのプロモーション	0.716294926	0.061694958	0.331019245	0.155303238
Q7S15	集客・移動などに関する旅行代理店との連携	0.694836524	0.075223468	0.342821514	0.209061045
Q7S14	業界団体による相談窓口	0.692812782	0.274825629	0.239863214	0.180719839
Q7S12	業界団体による講習	0.681062044	0.340314913	0.167359194	0.170425092
Q7S13	業界団体による認定制度	0.643693961	0.407351494	0.04867614	0.180054441
Q7S3	施術技術・プログラムの整備	0.185118886	0.732046415	0.186438794	0.082624064
Q7S2	設備・機器の整備	0.157341282	0.663223195	0.267465519	0.086310694
Q7S5	価格体系の統一化	0.182820977	0.579460954	0.103285178	0.187701212
Q7S4	国毎にちがう慣習の知識	0.1628443	0.302064609	0.624689595	0.187513586
Q7S7	トラブルに対応可能な国際弁護士	0.20753164	0.096027573	0.560242807	0.261009967
Q7S1	外国語への対応	0.180955996	0.17803197	0.549417084	-0.005740109
Q7S6	取組機関間の情報共有	0.277795467	0.285356614	0.41677454	0.30375545
Q7S9	国・自治体の経済的支援	0.398144452	0.272390252	0.092672891	0.704570202
Q7S10	国・自治体の法的支援	0.243935788	0.014941773	0.438178743	0.626794565
Q7S8	保険の整備	0.226474585	0.353052735	0.159084126	0.422566899

図 20 医療観光へ向けた課題 因子分析 固定値 ≥ 1 回転後：バリマックス
n=202 作成：著者

V. 結論

今回の調査対象者は大阪府鍼灸マッサージ師会を中心とした、日本鍼灸マッサージ師会会員の 222 人である。

鍼灸マッサージ師会は施術院経営者が多く所属しており、開業形態は自宅が 41.9%で小規模経営が主であると考えられる。テナント等の賃貸は 34.7%である。

施術は鍼が 81.2%と最も高く、灸は 61.8%である。99.1%が疼痛治療を、91.4%が筋肉弛緩を、予防医療/健康増進は 72.7%と、ほとんどが医療治療を行っている。

鍼灸業界の将来展望では、ほとんどの項目で「どちらともいえない」と先行きの見通しを不透明と捉えている。鍼では若干自費志向であるが、柔道整復では保険・自費どちらも暗いと考えられている。

一方国家資格が必要でないエステやリラクゼーション業界は、やや明るいと思われている。国家資格に対し、業界内ではブランド意識が高いが、国民にはブランド化されていないとの認識があり、非国家資格者の将来がやや明るいとの認識とあわせて、業界全体にとって大きな不満として表れている。

技術志向（product out）が強く、経営学の知識やマーケティングの知識の必要性も認知されつつあるが、何がどう必要なのかという点、例えば技術や品質をどう表現して国民とコミュニケーションするかという枠組みに、マーケティングの技法への応用に理解が進められることを期待する。仕事・生活との Customer Satisfaction Portfolio Analysis で、施術所の設備や内装は、仕事より生活に対する満足度と相関が高い。本来は、内装や設備は、生活の快適さではなく、ヘルスケアサービスを患者に目に見える形として表すものの一つであると考え、経営学の知見は、今後ニーズの把握や品質表現など様々な課題の解決や、全体の変革に貢献し得るのではないかと。

仕事・生活に対する満足度は「大変満足」「ほぼ満足」を合わせて 50%弱であるが、Customer Satisfaction Portfolio Analysis の結果からは、仕事と生活と相関関係が高いのは、「患者の数」と「収入」であり、どちらの満足度もかなり低い。この点から、新しい市場の展開や変革に対する潜在ニーズはあると考えられ、海外からの医療観光のようなテーマを今回可視化することにより、「是非受け入れたい」と回答したもの 27%、「受け入れてもよい」と回答した者 48%、計 75%においてニーズが顕在化したと言える。

仕事に対して「ほぼ満足」「やや不満」と感じているグループを中心に、「大変不満」「大変満足」と感じているグループも、課題やリスクを低減することにより、医療観光へ肯定になることが充分期待できる。

但し、課題は多くある。ここでは、因子分析の結果、取り組みにむけての課題として、①業界全体の取り組み（認可、相談窓口、研修等）—業界対応因子、②施術について（施術プログラム、設備等）—施術因子、③文化的違い（言語、慣習、トラブル対応等）—国際化因子、④行政の支援（補助金、制度等）—行政因子、の四つをあげた。

調査結果からは、言語の課題が 89.2%と高いものの、課題が複数あり、個々では対応が難しい項目が多いため、①の業界団体に対する期待が大きいと考えられる。また、業界全体として一つの方向性にまとまって取り組むことも望ましい。

技術志向であり、ほとんどの回答者が医療治療を行っている。自由回答でも、治療という視点から医療観光を捉え、短期間で結果を出すのは困難であるとの反対がみられた。

今回の研究では、medical tourism だけでなく、wellness tourism への拡大を主なテーマとしているが、鍼灸マッサージ師は、現状医療治療を行っている。医療観光への展開には、十分な理解と合意形成が必要であり、そう容易ではないだろう。

一方、全体の 91%が鍼灸マッサージ師の国家資格や技術の国民への理解を必

要だと考えており、ここでは概ね合意が形成されている。

そこで、自由回答で指摘があった、「日本の鍼灸マッサージ文化を体験として広める」ことを目的とした医療観光は合意が得られやすいのではないか。鍼灸マッサージの歴史は相当に古く、各地での発展の経緯の違いもあるので差別化も可能である。つまり、日本という視点だけではなく、地域という視点がある。Connel は、"Health and wellness tourism, and many alternative ideologies, attach particular significance to space and places. Although medical tourism exists in certain particular places, it lacks some of the direct therapeutic links to place (evident in the role of water in therapies) that its antecedents had and continue to have." (Connel, 2011) と指摘している。

医療と限定すると、日本中どこでも同じ品質が同じ価格で供給されることが望まれる。しかし、鍼灸マッサージの文化を体験として広めることが目的となれば、Connel の指摘にあるように、場所や空間とどう結びついているかもコンセプトの一部となり、明確な差別化が可能となる。海外からの観光客には日本という場所・空間が、国内観光客に対しては、その地域の場所・空間との結びつきが重要であり、「なぜそれがそこにあり消費する意味をどのようにもつか」という点が訴求される。これこそが本来国により取り組まれている医療観光の趣旨とも合致するものである。そのためには、そもそも日本独自の鍼灸マッサージとは何かという文化的側面についての研究、国内外の観光客に受け入れられる施術プログラムの研究、コミュニケーション技法の研究等について、経営学のマーケティング論も含め、領域を縦断的に超えた研究がまずは求められる。

自由回答では、「専門性を記載した鍼灸マップの作成」と具体的な指摘もあった。業界全体のニーズを、研究者との連携により医療観光シーズとして実現し、国内外の健康ニーズや、地域及び日本の活性化にも貢献し得る大きなテーマとされることが期待される。

謝辞

大阪府鍼灸マッサージ師会会長 伊藤久夫先生、副会長 西村久代先生、同 森下輝弘先生、同 廣野敏明先生、大阪医療技術学園専門学校 奈良上眞先生の今回の研究に対する多大なご支援ご協力に対し、ここに心より深い謝意を捧げます。

参考文献

- Connel, J.,(2011) "Medical Tourism" CABI, pp.40-41
羽生正宗 (2011)「医療ツーリズム」慶応技術大学出版会、pp1-3
真野俊樹 (2009)「グローバル化する医療」岩波書店、p1