

하나
하나
의료과학
총람

신성장 동력산업
의료관광의 태동과 미래

2013

2013 한국의료관광총람 전략편

문화체육관광부 한국관광공사

2013 한국의료관광총람_ 전략편

CONTENTS



I 의료관광 발전 배경

06 글로벌 시장의 성장

08 글로벌 시장의 발전배경

- 1) 비용 및 대기시간 차이
- 2) 국가간 이동성 증대
- 3) 정보통신매체 발달
- 4) 의료서비스 인증제도 확산
- 5) 의료관광 네트워크 구축
- 6) 의료관광 전문회사 등장
- 7) 휴양 및 여가 선호

11 의료관광의 필요성

- 의료관광 우수사례1 - 척추관절

II 의료관광 현황

16 아시아 주요 의료관광국 현황

- 1) 태국 의료관광 현황
- 2) 싱가포르 의료관광 현황
- 3) 말레이시아 의료관광 현황
- 4) 인도 의료관광 현황
- 5) 일본 의료관광 현황

24 한국 의료관광 특성 및 현황

- 1) 한국 의료관광의 현황
- 2) 한국 의료관광의 특징점
- 3) 정부의 의료관광 활성화 대책
- 4) 지자체별 의료관광 추진 현황

- 의료관광 우수사례 2 - 한방미용치료

III 한국관광공사의 의료관광 활성화 사업

44 한국관광공사의 의료관광 활성화 전략

53 해외시장별 의료관광 마케팅 지원사업

68 의료서비스 테마별 마케팅 지원 사업

75 해외 네트워크 구축 및 홍보지원 사업

86 국내 의료관광 기반 강화 사업

92 의료관광 시장분석 사업

- 의료관광 우수사례 3 - 위암치료

IV 통계

100 보건복지부 외국인환자 유치실태 조사

107 한국은행 국제수지 통계 중 건강관련여행

- 의료관광 우수사례 4 - 갑상선암 치료



2013 한국의료관광총람



의료관광 발전 배경

글로벌 시장의 성장

글로벌 시장의 발전배경

- 1) 비용 및 대기시간 차이
- 2) 국가 간 이동성 증대
- 3) 정보통신매체 발달
- 4) 의료서비스 인증제도 확산
- 5) 의료관광 네트워크 구축
- 6) 의료관광 전문회사 등장
- 7) 휴양 및 여가 선호

의료관광의 필요성

- 의료관광 우수사례1 - 척추관절



01

글로벌 시장의 성장

의료관광은 관광객의 체류기간이 길고, 체류비용이 커 21세기 고부가가치 관광산업으로 성장하고 있다. 특히 선진국과 비교하여 비용이 저렴하면서도 선진국 수준의 의료서비스와 휴양 시설을 갖춘 태국, 싱가포르, 인도 등 아시아 국가들에서 활발히 추진 중이다. 딜로이트의 보고서에 의하면 미국 의료관광객은 2008년 기준, 한 해 동안 해외에서 21억에서 24억 달러를 소비하고 있다고 한다. 이 금액은 글로벌 의료관광시장의 3%에 달하는 규모로, 이 보고서에 따르면 글로벌 의료관광시장은 2017년 최대 795억불까지 증가할 것으로 예측하고 있다.¹⁾

의료관광 목적	응답률 (%)
Most advanced technology	40
Better quality care for medical necessary procedures	32
Quicker access for medical necessary procedures	15
lower cost for medically necessary procedures	9
lower cost for medically discretionary procedures	4

출처 : Mapping the market for medical travel, 2008, Mckinsey

태국, 싱가포르 등 아시아 국가 외에도 독일, 스웨덴, 헝가리, 멕시코 등이 잘 알려진 의료관광 강국이며 두바이, 상하이, 부에노스아이레스 등의 도시도 의료관광지로 성장하고 있다. 두바이(아랍에미리트)는 세계 첫 헬스케어 자유구역을 선포하고 미국이나 유럽에서 의료법인을 유치하고 있으며, 업무 및 쇼핑 중심지로 시너지 효과를 창출하고 있다. 상하이(중국)는 대규

이 같은 글로벌 의료관광 시장의 성장은 의료서비스를 필요로 하는 사람들이 다양한 이유로 자국보다는 타국의 의료서비스를 택함으로써 나타나는 현상인데, 맥킨지의 2008년 보고서에 따르면 사람들은 보다 나은 치료, 빠른 진료, 낮은 가격 등을 찾아서 의료관광을 나서는 것으로 분석되고 있다. 미국이나 일본 등은 자국의 높은 의료비가 주된 이유이며 영국, 캐나다 등은 긴 진료대기시간을 단축하기 위해서, 중국이나 러시아 등은 의료서비스의 질적 향상을 위해 보다 저렴하고 우수한 의료서비스를 제공해줄 나라들을 찾고 있다.

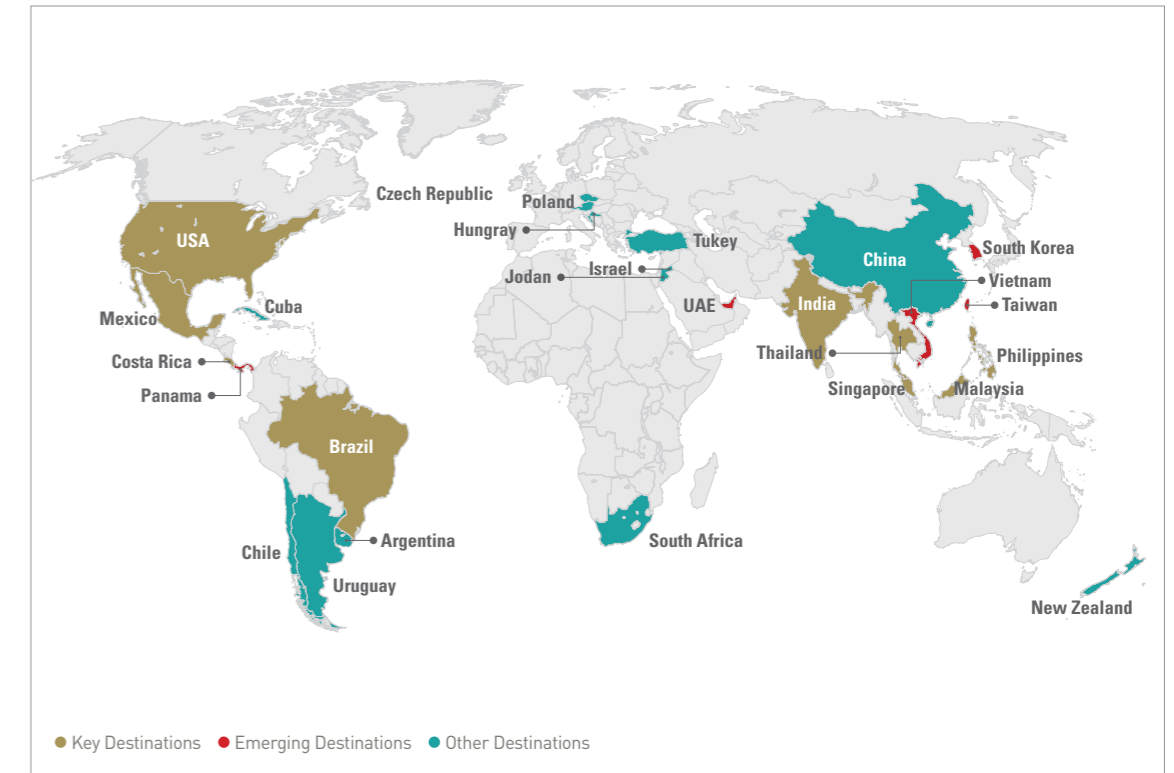
모 펀드를 의료분야에 투자하고 있고, 외국계 병원 진출로 의료서비스 수준이 향상되고 있으며 의료기관 선택폭이 넓다. 부에노스아이레스(아르헨티나)는 지방흡입 등 성형수술이 뛰어나고, 수술비가 영국의 3분의 1 정도로 저렴하다. 의료관광시장이 확대되면서 각국 정부는 의료비자 발급, 세제 지원을 비롯한 각종 우대정책들을 선보이고 있으며, 민간 중

01 Making Indian Healthcare Market a Global Medical Tourism Destination, Dr. Rajendra Mishra, IOSR Journal of Business and Management, 2012.7에서 재인용

심으로 의료 기반이 확충되면서 의료서비스의 질 또한 높아지고 있다. 병원은 호텔 급의 서비스를 제공하며 스파 등 휴양시설에서는 클리닉 기능을 추가로 갖추는 경우가 늘고 있다. 또한

클리닉들은 소매점처럼 다양한 고객맞춤형 상품을 출시하는 등 세계 각지에서 의료관광객 유치를 위한 변화가 일어나고 있다.

주요 의료관광 목적지



출처 : The Rise of Medical Tourism, 2009, Grail Research

글로벌 시장의 발전배경

1) 비용 및 대기시간 차이

저렴한 비용 혹은 빠른 의료서비스를 위하여 해외를 선택하는 경우가 증가하고 있다. 심장수술의 경우 미국에서는 3만 달러 수준이나 인도 뉴델리 소재 아폴로 병원에서는 4천 달러 수준으로 아시아 병원의 진료비는 진료과목에 따라 미국 등 선진국 병원의 20~80% 수준에 불과하기도 하다. 한 연구결과에 따

르면 교통, 숙박 등 모든 비용을 포함해도 최대 약 6만 2,000 달러를 절약할 수도 있다고 한다.²⁾ 영국 캐나다 등은 전 국민을 대상으로 하는 건강보험체제가 잘 갖추어져 있고 의료서비스의 질도 높으나 수술을 받기 위해서는 장기간 대기해야하기 때문에 빠른 치료를 위해 해외를 찾기도 한다.

주요 국가별 종합 건강검진 가격 비교

병원명	국내 K병원		싱가포르 R병원 ¹⁾		태국 B병원		일본 T병원	
상품명	Premium (M)	Premium (F)	Platinum (M)	Platinum (F)	R3 (M)	R3 (F)	T2	T3 ³⁾ (호텔 1박)
검사항목개수	129	140	102	107	39	40	97	96
검진 가격 (단위:만원)	460	490	696.8	790.9	78.2 [할인 ²⁾ 49.4]	85 [할인 58.1]	99.99	202.7

- 1) 싱가포르는 각 연령에 맞추어 가장 적합한 건강검진 상품을 판매하고 있음
- 2) 태국의 경우 병원별로 검진가격에 대한 네고가 가능하여 가격 변동 폭이 큰 편임
- 3) 숙박검진 프로그램은 호텔 객실을 이용하기 때문에 고객이 어떤 방을 선택하느냐에 따라 검진비가 달라짐
일본의 VIP 고객과 의료관광객을 위해 기획한 검진 프로그램임

출처 : 2010 의료관광 실무매뉴얼, 2010, 한국관광공사

2) 국가 간 이동성 증대

세계화, 소득수준 향상, 여가활동 증가 등으로 해외여행이 보편화 되었으며, 무역자유화로 인하여 국가 간 이동이 자유로워졌다. 교통여건 개선 및 교통비용 절감으로 도시 간 이동속도나 편리성도 증가하고 있다. 의료관광 활성화를 위하여 의료관

광 주요 국가들이 의료비자 제도 도입 등 의료관광객의 이동편의성을 높인 것도 주요 이유이다.

3) 정보통신매체 발달

인터넷 등 정보통신매체의 발달로 각국 간 의료비용과 서비스

⁰² Lowes-Cleveland Clinic & Pepsi-John Hopkins, How Does Retirement Tourism Fit Into Global Healthcare 발표자료 중 인용, Center for Medical Tourism Research (CMTR)



보건복지부 의료기관 인증마크

품질 비교가 손쉽게 가능해짐에 따라 소비자의 능동적인 선택이 가능해졌다. 인터넷과 미디어의 해외 의료 정보제공으로 소비자는 자신들이 원하는 치료방법과 결과물에 대한 보다 자세한 정보를 얻을 수 있게 되었으며, 지역별·국가별로 비교하여 가격 및 서비스 품질 우위를 판단할 수 있게 되었다.

4) 의료서비스 인증제도 확산

1991년까지 전 세계적으로 8개에 불과했던 인증프로그램은 2010년에는 44개로 증가하였다. 미국에서 최초로 의료서비스에 대한 표준화가 도입된 이래 캐나다, 호주, 영국, 뉴질랜드, 네덜란드 등 전 세계로 확산되고 있는 것이다. 인증제도는 환자 중심의 서비스와 적정 수준 이상의 표준화된 서비스 제공에 대한 신뢰를 심어줄 수 있어 환영받고 있다. 해외 환자 유치에 적극적인 아시아 의료기관들 역시 의료서비스에 대한 품질 인증 제도를 취득하고 시설 및 장비를 현대화하여 표준화된 선진국 수준의 의료서비스를 제공하고자 노력하고 있다. 인증제도가 확산되면서 인증제도 자체를 인증하는 국제의료질관리학회(International Society for Quality in Healthcare, ISQua)의 국제인증 프로그램(International Accreditation Program, IAP)도 확산되고 있다.

대표적인 인증프로그램으로 꼽히는 미국의 병원인증제도 JCI(Joint Commission International)는 환자가 병원을 들어서는 순간부터 퇴원까지 치료 전 과정을 11개 분야로 나눠 환자의 안전성과 양질의 의료서비스 제공에 관한 평가를 3년 단위로 수행하고 있다. 2013년 현재 전 세계 90여개 국가에서

500여개가 넘는 의료기관이 JCI인증을 받았다. 우리나라도 대학병원과 전문병원을 중심으로 의료서비스 인증 필요성에 대한 인식이 확산되면서 2013년 6월 현재 39개의 JCI 인증이 이루어졌다.

국내에서도 의료법에 의거한 자체적인 의료기관 인증평가 제도가 2011년 1월 24일부터 실시되어 2013년 6월까지 183개소의 의료기관이 인증을 획득하였다. 인증결과는 의료기관평가인증원 홈페이지(www.koia.or.kr)에서 확인할 수 있다. 국내 의료기관 인증평가 제도 역시 2012년 4월 ISQua의 인증 승인을 획득했다.

5) 의료관광 네트워크 구축

의료선진국에서 수학한 의료 인력이 늘어나면서 의료 인력과 의료기관들의 국제적 네트워크도 활발히 구축되고 있다. 의료선진국에서 교육이나 연수를 받은 의료개도국 의사들은 선진국 병원에 자신의 환자를 소개하고, 역으로 선진국에서 면허를 받고 활동했던 의료진이 본국으로 돌아가 네트워크를 활용하여 선진국 환자를 유치하기도 한다. 이런 경우 언어문제도 동시에 해결되기에 의료관광객 유치에 유리하다.

심장병 수술로 유명한 국내 세종병원의 경우, 러시아, 카자흐스탄 의료진이 찾아와 연수를 받고 자국으로 돌아가는 경우가 많은데, 이들 의료진을 통해 심장수술 실력이 검증되면서 해외 환자의 방문도 자연스럽게 늘고 있다고 한다. 이러한 의료기술에 대한 신뢰와 브랜드가치로 일체의 투자비용 없이 카자흐스탄

‘알란넷 시스템즈사’와 합작해 카자흐스탄에 ‘세종-유라시아 클리닉’을 세우는 성과를 올리기도 했다. 세종-유라시아 클리닉은 지상 5층, 건축면적 2,400여 평, 100병상 규모의 심장 전문병원으로 총 16개 진료 과가 들어서게 되며, 2015년 8월부터 본격적인 진료를 시작할 예정이다.

또한 호텔과 의료기관이 협력하여 해외환자를 유치하기 위한 공동 마케팅에 나서는 등 네트워크를 통한 사업영역 확장의 시너지 효과를 발휘하기도 한다.

6) 의료관광 전문회사 등장

최근 의료관광 시장이 성장함에 따라 의사, 간호사, 전문컨설팅 그룹들이 의료관광 컨설팅 회사나 유치업체를 설립하여 개별 환자 및 기업들에게 의료관광 정보를 제공하거나 해외치료를 주선하고 있다. 선진국에서는 목적지별 국가에 특성화된 의료관광 회사들이 활발하게 활동하고 있다. 그 예로 미국의 Medical Tourism International, Global Choice Healthcare가 코스타리카 의료관광을 알선하고 있으며, 미국의 IndoUS Health와 영국의 Taj Medical Group이 인도 의료관광을 전문적으로 주선하고 있다. 국내에서는 2013년 5월 기준 의료관광 유치업체 726곳이 활동하고 있다.

국내 외국인환자 유치 선도업체 (2012)

지역	회사명
러시아어권	닥스메디컬코리아
	코비즈
중국어권	코앤씨
아랍어권	휴케어
베트남어권	고려의료관광개발
몽골어권	에스제이유비크

출처 : 보건복지부, 2012

7) 휴양 및 여가 선호

스파, 마사지, 요가 등 휴식을 통한 재충전에 대한 인식이 높아지면서 휴양과 스파 등 건강증진을 위한 활동이 주축을 이루는 웰니스관광(Wellness Tourism)도 의료관광의 한 종류로 고려되고 있다. 대표적인 휴양관광 목적지인 스파의 경우 방문자의 60%가 도시생활에 대한 스트레스 해소와 휴식을 주요 목적으로 삼고 있으며, 아로마테라피 마사지, 바디스크럽 등을 곁들여서 휴양과 미용 목적을 동시에 달성하기도 한다. 2009년 intelligentspas.com이 조사한 바에 따르면 스파시장은 나날이 규모가 커지고 있으며, 연간 8~32%정도 성장세가 예상되고 있다. 2009년 홍콩의 ‘아시아스파’ 잡지는 아시아 최고의 휴양관광국가로 태국을, 최고의 의료 스파로 태국 방콕의 S Medical Spa를 선정하였다.

의료관광의 필요성

의료서비스 수요 증가 및 의료산업의 경쟁과 개방으로 의료관광객의 이동량과 그에 따른 경제적 파급효과가 날로 커지고 있으며, 의료관광 산업은 각국의 주요 전략 산업으로 주목받고 있다. 우리나라도 의료관광을 선진 의료서비스와 관광이 융합(Convergence)된 고부가가치 산업이자 우리나라 관광성장을 주도할 잠재력이 높은 사업영역으로 판단하고 있다. 융복합이란 일반적으로 둘 또는 그 이상의 개체나 어떤 현상이 함께 이루어지는 것을 말하는데, 단순히 다른 기술이나 제품을 합치

는 것이 아니라 다른 기술이나 제품을 융합하여 기존 제품들의 합보다 더 큰 시너지를 창출해내는 것을 의미한다.

의료관광과 연관된 의료산업은 의료 및 보건 서비스와 미용관련 산업을 들 수 있으며 관련 관광산업으로는 쇼핑, 식음료, 숙박, 오락 및 유흥 등의 산업을 들 수 있다. 의료관광은 의료산업과 관광산업의 융합으로 부가가치와 취업 및 고용 등에 미치는 유발계수가 다른 산업에 비해 높은 것으로 나타나고 있다.

의료관광 유발계수 비교

	유발계수	생산	부가가치	소득	취업	고용
의료산업	의료서비스	1.7466	0.8331	0.4884	0.0151	0.0124
	미용관광	1.7257	0.8797	0.3598	0.0301	0.0132
	의료산업평균(1)	1.7362	0.8564	0.4241	0.0226	0.0128
관광산업 평균(2)		1.6813	0.8554	0.3967	0.0198	0.0125
의료+관광 평균(1)+(2)		1.7087	0.8559	0.4104	0.0212	0.0127
서비스업 평균		1.7714	0.8160	0.4275	0.0177	0.0127
전산업 평균		1.8598	0.7305	0.3616	0.0153	0.0107
제조업 평균		2.0465	0.5702	0.2580	0.0098	0.0072
주요 수출입 평균		1.9055	0.5050	0.2047	0.0066	0.0055

출처 : 관광분야 재정 확대를 위한 보고서, 2011, 한국관광공사

이 밖에도 의료관광은 의료수준과 관광자원에 대한 대외 인지도 확산을 통한 국가 이미지 제고에 기여하고 있으며, 우리나라 전통의술인 한방과 한류 스타일의 세계 확산에도 기여하는

바가 크다. 우리나라는 정부차원에서 의료관광을 국가 신성장 동력으로 육성하고 있으며, 지역 차원에서도 의료서비스와 지역의 관광자원을 연계한 의료관광 활성화에 적극 나서고 있다.

의료관광 우수사례 1 - 척추관절

척추관절 질환의 증가

우리 몸의 중심을 잡아주는 척추는 51개의 뼈로 이루어져 있고, 그 뼈들은 다시 관절로 연결되어 있다. 그 중 어느 한 곳이라도 문제가 생길 때 우리는 소위 말하는 ‘등줄기를 타고 흐르는’ 통증을 느끼게 된다. 직립 보행을 시작한 이후 인간은 손을 자유롭게 쓰는 대신 척추 질환을 얻었다고 할 정도로 척추 질환은 직립 보행하는 인류의 숙명이다. 가장 일반적인 척추 질환인 디스크(=추간판 탈출증)는 척추 뼈 사이의 완충지대인 추간판이 빠져나와 신경을 압박하는 상태를 말한다. 그 다음으로 많은 척추 측만증은 나쁜 자세로 인해 등뼈가 굽는 현상을 말한다. 이 외에 단순 근육통, 퇴행성관절염, 척추 협착증과 분리증 등 다양한 이유로 척추 통증이 발생한다.

수술 없이 치료하는 한국의 척추질환 치료법

척추 수술은 피부와 근육을 절개하고 뼈를 깎아내는 대수술이라 회복기간이 길고 후유증이 있을 확률이 높다. 수술에 성공했다고 해도 100% 문제가 해결되는 것이 아니라 전문의와의 꾸준한 상담과 관리가 요구된다. 척추 질환을 밝혀낼 때도 정형외과, 내과, 신경과, 통증의학과, 재활의학과, 영상의학과 등 많은 부분의 진단이 필요한 복합질환이다. 이러한 척추질환을 앓고 있는 환자들이 최근 한국을 주목하기 시작했다. 한국 의료관광은 친절한 서비스와 가격경쟁력, IT와 결합한 원스톱 서비스 등으로 널리 알려져 있지만 새로운 이론과 첨단 설비로 무장한 최첨단 의료수준, 세심한 손끝에서 나오는 정밀한 기술력으로도 각광받고 있기 때문이다.

예로부터 좌식 생활 문화권으로 척추 질환자가 많았던 한국은 세계적으로 앞선 척추질환 치료방법을 개발하여 수술대신 회복이 빠르고 후유증이 없는 시술법을 적극 권장하고 있다. 수술 없이 진행되는 ‘미세침습척추치료술(MISS: Minimally Invasive Spine Surgery)’은 정상조직을 최대한 보존하고 최소 절개로 환부만 치료해 회복이 빠르고 후유증이 없는 방법이다. 또 다른 시술법인 ‘신경 성형술’은 척추 부위에 직접 약물을 투여해 통증을 제거하는 방법으로 입원하지 않고도 시술이 가능하다.

의료선진국 영국 의사도 몇 번이나 찾는 한국 의료 서비스

영국의 응급외과 및 가정의학과 전문의 로버트 웰스 박사(Dr. Robert A Wells)는 2004년 목과 팔에 통증을 느껴 신경외과 진찰을 받았다. 상황이 심각하여 수술을 해야 하며, 혹 수술을 하더라도 목 아래쪽이 마비될 수 있다는 충격적인 결과를 듣고 처음엔 수술을 거부했다.

하지만 통증이 점점 심해졌고, 여러 방법을 강구하다 한국의 ‘미세침습척추치료술(MISS)’을 추천받게 되었다. 하지만 그는 한국에 대해 아는 바가 없었고 의료선진국 영국에서도 못한 치료를 한국에서 성공시킬 수 있을지 의심스러웠다. 그러던 그가 한국행을 결심한 이유는 우리들병원 이상호 박사팀이 직접 개발한 ‘현미경 레이저 수술’로 치료한 결과 단 한 건의 하반신 마비도 없었다는 논문 결과 때문이었다. 2004년 8월, 한국으로 건너와 진찰을 받은 결과, 웰스 박사는 디스크와 척추의 상태가 MISS를 적용

하기에는 심각했고, 결국 다른 수술을 시행했다. 다행히 수술은 성공했고, 팔의 통증도 가라앉았다. 영국으로 돌아온 후 증상은 빠르게 호전되었다. 하지만 2007년 흉추 부위에 또다시 통증이 느껴졌다. 이번에는 고민할 것도 없이 한국을 찾았고, 진단 결과 디스크 돌출이었다. 이번에는 MISS가 가능해 내시경과 레이저를 이용해 디스크 성형수술을 받았다. 수술 예후가 좋아 흉부 통증이 가라앉고 팔도 정상에 가까운 운동능력을 회복했다.

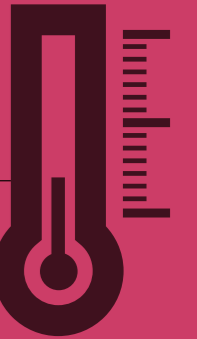
웰스 박사는 “한국에서의 경험은 확실히 충격이었다. 의료 선진국이라는 영국의 전문가가 한국에서 치료받으리라고는 생각지 못했다. 내가 아는 게 전부가 아니라는 사실을 배웠다.”고 토로했다. 수술 및 입원 기간 동안 한국의 문화와 친절에 감동한 그는 이제 치료가 아니라 여행을 위해 한국을 찾고 싶다며 활짝 웃었다.

관광으로 치유하기

척추에 가장 좋은 자세는 걷는 자세이다. 걸을 때는 시멘트 위보다는 흙길이나 잔디밭을 걷는 게 좋고, 운동화나 쿠션이 있는 신발을 신는 것이 좋다.

한국의 제주 올레길은 유네스코가 선정한 세계 자연유산인 제주 섬의 아름다움을 느끼며 걸을 수 있는 대표적인 걷기 코스이다. 제주 올레길은 산티아고 순례길에 비견되지만 그보다 아기자기하면서도 변화무쌍하다. 20개 코스로 제주를 빙 두르고 있는 제주 올레길 곳곳에는 400여 곳의 게스트하우스와 재래시장이 있

어 숙박과 먹거리도 걱정할 필요가 없다. 올레길을 따라 제주의 푸른 바다와 현무암 해변을 만끽하고, 걸으면서 만나는 예쁜 카페에도 한번쯤 들러보며 바닷바람 가득 안고 길게 기지개 한번 켜보는 것도 좋을 것이다.



의료관광 현황

아시아 주요 의료관광국 현황

- 1) 태국 의료관광 현황
- 2) 싱가포르 의료관광 현황
- 3) 말레이시아 의료관광 현황
- 4) 인도 의료관광 현황
- 5) 일본 의료관광 현황

한국 의료관광 특성 및 현황

- 1) 한국 의료관광의 현황
 - 2) 한국 의료관광의 특징점
 - 3) 정부의 의료관광 활성화 대책
 - 4) 지자체별 의료관광 추진 현황
- 의료관광 우수사례 2 - 한방미용치료



아시아 주요 의료관광국 현황

1) 태국 의료관광 현황

태국은 세계적인 관광대국으로 최근 수년간 의료관광 관련 수입 증가율이 연평균 15~20%에 이른다. 2006년 이후로 의료관광객 유치 실적(환자 수 및 수입 등) 공식 통계를 집계하지 않고 있으나 200만 명 이상의 외국인들이 의료관광을 목적으로 태국을 방문하고 있고, 태국 내 의약 및 의료시장은 미화기준 10억 달러 규모로 성장한 것으로 추정되고 있다. 2008년 의료관광객 수는 140만 명, 수입액은 7백억 바트(약 20억 달러, 전체 관광수입의 약 10%)에 달했으며⁰³, 2011년에는 220만명에 이르는 의료관광객이 태국을 찾은 것으로 추정된다⁰⁴. 의료관광객에 대한 별도의 의료전문 비자는 없으며, 비자면제 협정 대상국 이외 국적 환자의 경우 공항도착 비자(Visa on arrival) 발급을 통해 입국 편의를 높이고 있다. 의료관광객의 편안한 체류를 위하여 출입국관리소가 일주일에 한 번씩 주요 병원으로 출장을 나가 현장에서 비자 연장 업무 처리를 하고 있다.

태국의 의료기관은 공공의료시설과 민간의료시설로 구분되며 2009년 기준 총 병원수 1,323개 중 국공립병원이 1,007개로 76%, 사립병원이 316개로 24%를 차지한다. 병상수를 기준으로 하면 사립병원의 병상수는 13,512개로 전체 병상수의 10%를 차지하고 있다. 공공병원은 의료관광객 유치에 참여하지 않고 있으며 사립영리병원 일부가 의료관광객 및 자국의 부유층 환자를 대상으로 진료서비스를 제공하고 있다. 외국인을 대상으로 의료서비스를 제공하는 병원은 약 30개 정도로 범룽랏(Bumrungrad International Hospital), 사미티벳(Samitivej), 방콕(Bangkok Hospital), 피아웁(Piyavate Hospital)

등이 대표적이며 방콕, 푸켓, 후아힌, 파타야 등 주요 관광지에도 소재하고 있다. 국공립병원 근무의사도 사립병원에서 파트타임으로 근무하거나 개인병원 소유가 가능하고 사립병원에 대해서는 의료 수가 책정 자율화에 따라 진료비 자율책정제가 시행되며 민간의료보험이 허용된다.

태국 보건부는 2004년 태국을 '아시아의 건강수도(The Health Capital)'로 발전시키기 위한 5개년 계획을 수립하였다. 이 계획은 의료서비스, 헬스케어서비스, 약초상품 등 3가지 영역에 중점을 두고 있으며, 헬스케어서비스의 3대 주요 프로그램은 건강스파, 전통 타이 마사지, 장기체류 헬스케어 상품 및 서비스이다. 태국 정부는 의료관광을 의료서비스와 휴양, 레저, 문화 활동 등 관광활동이 결합된 새로운 형태의 퓨전 관광으로 정의하고 외래 관광객의 40%를 의료관광객으로 보고 있다. 태국 의료관광의 강점으로는 선진국 수준의 의료서비스 질, 저렴한 병원비, 예약 후 오래 기다리지 않는 신속한 의료서비스를 꼽는다. 태국은 병원품질인증원(The Institution of Hospital Quality Improvement & Accreditation)을 조직하여 자체 병원인증제도인 Hospital Accreditation-Thailand를 도입하였다. 인증원에서는 사립병원협회에 속한 208개 병원의 서비스 품질과 환자 안전기준을 관리하고 적극적인 대외 홍보에 나서고 있다. 태국 관광청(The Tourism Authority of Thailand)은 홈페이지에서 의료관광을 소개하고 있으며, 의료관광 전문홈페이지(<http://www.thailandmedtourism.com>)로 연결될 수 있도록 해준다. 전문홈페이지에서는 태국 의료관광의 장점, 주요 병원, 치료비와 병원비에 관한 정보 등을 제공

하고 있다. 또한 잠재고객에게 개별적으로 의료 및 여행비용에 대한 견적을 제공하고 있으며 관련 정보지를 발송하고 있다.

태국은 성형과 라식수술에 소요되는 비용이 다른 국가에 비해 현저히 낮은 것으로 알려져 있다. 그럼에도 의료관광객들은 태국 내 환자들보다 지출수준이 높기 때문에 태국 사립병원들의 중요한 소득자원이 되고 있다. 태국에는 사립병원에 대한 영리활동 및 가격규제가 없기 때문에 사립대형병원은 외국인 전문 경영인이 경영과 의료를 분리시켜 경영 효율화를 도모하는 한편 우수 의료진과 시설을 확보하고 고급서비스를 제공하면서 높은 비용을 받고 있다. 범룽랏 병원의 경우 최고의 의료설비를 갖추는 것은 물론, International Medical Coordination Office를 운영하여 영어, 한국어, 일본어 등 14개국 언어로 상담과 홍보를 추진하고 있다. 또한 수완나폼 공항에 범룽랏병원 카운터를 설치하여 입국시 차량 편의 제공, 비자연장 서비스 등을 지원하고 있다. 2010년 범룽랏 병원의 외국인 환자는 43만 7천여 명이다. 태국의 많은 민영병원들이 유럽과 미국에 위치해 있는 의과대학 및 보건연구소와 협력관계를 체결하고 있으며 태국 병원인증 표준 및 JCI 인증(2013년 5월까지 45개)을 획득하고 있다.

태국의 의료관광 상품을 살펴보면 치료와 휴양을 접목시킨 뷰티+헬스+웰빙의 형태가 주를 이룬다. 1인당 약 580만 원이 소요되는 'Chiva-Som Experience Retreat Tour'상품은 3박 4일 동안 치바솨리조트에 체류하는 상품으로 웰니스 컨설팅 및 체중관리, 항노화, 휴식, 스트레스 관리 등을 고객 맞춤형으로

제공하고 있다. 약 120만 원이 소요되는 'Natural Wing Detox Program tour'상품은 4박 5일 동안 요가, 기공, 마사지 체험을 할 수 있으며 혈액검사를 통해 콜레스테롤 수치 점검, 간 기능 검사 등을 받을 수 있다.

2) 싱가포르 의료관광 현황

싱가포르는 다민족 국가의 특성과 지리적·역사적 배경 때문에 의료서비스 시장과 의료서비스 제도가 일찍부터 국제화되어 있다. 또한 높은 의료수준, 영어공용화, 서구적인 문화 및 사회적 규범, 다수의 JCI인증 병원(2013년 5월 현재 22개) 등으로 우수한 의료관광 목적지로 평가받고 있다. 주변 국가인 말레이시아, 인도네시아에서 많이 찾아오고 있으며, 미국과 유럽 등지에서도 많은 환자들이 찾고 있다. 최근에는 인도차이나 반도, 남아시아, 중국 등에서 오는 환자가 두 자리 수의 증가세를 보이고 있다. 싱가포르 최대 사립병원인 파크웨이(Parkway)는 2011년 인도 의료관광객이 전년도에 비해 30% 증가하였으며, 주로 혈액질환, 심장 및 간이식 분야라고 밝힌바 있다.⁰⁵

싱가포르의 2006년 의료관광객은 55만 5천 명, 2007년 의료관광객은 57만 1천 명이었으며⁰⁶, 2010년 72만 5천명으로 증가한 것으로 조사되었다⁰⁷. 싱가포르 정부와 병원들은 의료관광객들이 건강검진부터 눈, 심장, 뇌 분야의 수술, 암 치료 등 다양한 의료서비스를 이용할 수 있도록 적극적인 유치활동을 펴고 있다. 싱가포르를 찾은 의료관광객에 대한 별도의 의료전문 비자는 없으며, 입국시 사증허가서를 전달하면 도착비자를 발급받을 수 있다. 비자는 병원에서 직접 외무부에 신청 대행 서

03 태국 상무부 수출진흥국 자료, 2008

04 RNCOS : Asian Medical Tourism Market Forecast to 2015

05 The Straits Times, 2012.04.09

06 Dr Jason Yap of STB Healthcare Services, TODAY, Dec 2008

07 International Medical Travel Journal, Frost & Sullivan, 2010년 11월호

비스를 제공하는 경우가 많기 때문에 손쉽게 1~2년 복수비자 신청이 가능하다. 복수비자 신청시 여권사본과 수수료만으로 간편하게 신청이 가능하고 발급기간도 3~5일로 신속하게 처리된다. 단기비자의 경우에는 입국일로부터 89일을 초과하지 않았다면 온라인으로 체류연장 신청이 가능하다.

싱가포르는 2001년 의료관광 국가 브랜드인 'Singapore Medicine'을 개발하여 운영하고 있으며, 2003년부터 본격적인 지원정책을 펴고 있다. 'Singapore Medicine'은 3개 정부 기관으로 이루어진 협의체로 부처 간 불필요한 경쟁을 방지하기 위해 '협력과 경쟁의 조화'를 우선하고 있다. Singapore Medicine은 온라인을 활용한 마케팅의 일환으로 페이스북을 오픈하였는데 이 공간은 환자와 의사의 네트워크는 물론 다양한 의견을 피드백 하는 공간으로도 사용 되고 있다⁸⁾.

싱가포르 정부는 '아시아의 의료 허브'와 병원산업 육성을 위해 민간부문과 공공부문을 확실히 구분하여 기초의료를 보장함과 동시에 차등 서비스를 제공하는 것을 기본 원칙으로 하고 있다. 싱가포르의 의료제도는 기본적으로 의료비 지불을 개인 책임으로 하고 정부가 보조 해주는 방식으로 이루어지며, 공공과 민간의 다양한 보험이 복합적으로 운영되면서 자국민이 의료서비스를 받는데 소외되지 않도록 하고 있다.

병원 체계는 사립병원과 공공병원으로 나뉘며, 사립병원은 금융기관이나 일반투자자가 투자 가능한 영리병원이다. 현재 싱가포르 주식시장에는 6개 의료지주회사가 상장되어 있으며,

우리에게 익숙한 파크웨이나 래플즈(Raffles) 병원도 이에 속한다. 사립병원에서는 환자 가족을 위한 아파트 임대, 환자 및 가족전용 비즈니스 센터 운영 등 호텔 수준의 서비스를 제공하기도 하며 유럽 및 중동의 대부호와 왕족을 대상으로 하는 귀족 마케팅을 시행하고 있다.

정부차원에서는 경제개발원에서 전반적인 정책 수립과 제도 개선을 담당하고 있으며, 싱가포르 관광청(The Singapore Tourism Board)에서 의료관광과 관련된 실무정책을 운영하고 있다. 싱가포르 관광청에서는 의료서비스 본부를 중심으로 마케팅과 홍보 프로그램을 추진하고 있으며, 4개 국어(영어, 아랍어, 인도네시아어, 베트남어)로 주요 병원 및 의료관광 상품을 안내하는 포털 사이트(<http://www.singaporemedicine.com>)를 운영하고 있다.

또한 의료관광 상품을 개발하고 의료기관들의 의견을 조율하며, 비자 발급 절차와 의료광고 규제에 관한 실무, 환자와 동반 가족의 만족도를 높이는 역할도 담당하고 있다. 싱가포르 관광청은 의료관광 신규 타깃으로 독일, 일본, 호주, 미국 등을 지정하고 싱가포르 의료관광을 홍보하는데 주력하고 있다. 싱가포르 의료산업 자문단에서 추진하는 의료관광 활성화와 경쟁력 강화를 위한 5가지 정책은 다음과 같다.

- 1) 가격투명성 확보 | 2003년 10월부터 병원별 진료비를 보건부 홈페이지에 공개
- 2) 가격경쟁력 강화 | 의료서비스 비용절감을 위해 의료인력 유치 제도 개선
- 3) 의사인력 확보 | 외국 71개 의대학위를 인정, 일정한 조건 아래 싱가포르에서 의료행위를 할 수 있으며, 일정 기간이 지나면 정규의사로 전환
- 4) 해외환자 입국절차 간소화 | 사전 비자 발급제도와 응급환자를 위한 급행 비자 발급
- 5) 적극적 해외 마케팅 | 'Singapore Medicine' 홍보, 의료전문인력 싱가포르 방문 프로그램 및 국제 학술대회 개최, 선진국 의료기관 유치 등

싱가포르 관광청은 미국, 말레이시아, 베트남, 인도네시아 등 주요 시장에서 의료관광 로드쇼를 매년 수차례 진행하고 있으며, 의료관광 브랜드사업과 연계해 미국 시장을 공략하기 위해 의료관광 안내책자를 제작한 바 있다.

파크웨이 암센터는 2011년 12월 Royal Caribbean cruise와 함께 레저와 건강 교육을 결합시킨 상품을 개발했다. 이 상품은 종양학자들과의 대화, 자궁경부암 조기검진, 대장암 검사와 함께 페낭, 말라카 시티투어가 포함된 4일짜리 상품으로 일인당 700달러 정도의 비용이지만 500명 이상이 신청한 것으로 알려졌다.⁹⁾

3) 말레이시아 의료관광 현황

말레이시아는 'Tourism Review and the Hotel & Resort Insider'에서 조사한 2010년 세계 의료관광지 5위에 랭크될 정

도로 의료관광객이 선호하는 목적지 중 하나이다. 의료관광 산업에서는 동남아시아 국가 중 후발주자이나 인프라 준비가 앞서있으며 정부정책에 힘입어 사립병원 중심으로 의료관광 시장이 형성되어 있다. 의료관광에 동참하고 있는 병원은 대부분 영어를 사용한 의사소통이 가능하며, 해외여행상해보험에 가입한 관광객이라면 무료로 진찰받을 수 있는 곳이 많다. 말레이시아 의료서비스의 강점은 상대적으로 저렴한 비용, 국제 인증 기준에 부합하는 의료 서비스, 광범위한 진단 및 치료 자원, 현대식 보건 시설, 훈련된 의료진으로 알려져 있다. 의료관광 상품은 크게 치료(medical)와 웰니스(wellness) 프로그램으로 구분할 수 있는데 치료 목적의 관광객은 국제적으로 인증 받은 병원에서 치료, 요양 등의 서비스를 받는 것을 선호하고, 웰니스 프로그램 이용 관광객은 건강검진 등과 더불어 휴양지에서 휴가를 즐기는 것을 선호한다. 말레이시아의 중점 의료서비스 분야는 건강검진과 미용성형 부분이며 Health Spas, 척추치압요법, 얼굴 피부 관리, 반사요법, 아로마 테라피 등이 강세를 이루고 있다.

말레이시아는 방문 의료관광객이 2003년 10만 3천 명에서 2008년 37만 4천 명, 2012년 67만 1천 명으로 늘어날 정도로 최근 들어 폭발적인 성장세를 보이고 있다. 2003년 이후 연평균 성장률이 23.1%에 달한다. 의료관광 수입도 2003년 1,550만 달러에서 2008년 8,970만 달러로 6배 가까이 증가하였으며 의료관광객 1인당 지출도 같은 기간 150달러에서 240달러로 늘어 빠른 속도로 고부가가치화 되고 있음을 알 수 있다.

⁰⁸ <http://www.facebook.com/pages/Singapore-Medicine-The-Worlds-Choice-Healthcare-Destination/30318346566>

⁰⁹ The Straits Times 2012. 2. 6

의료관광객은 주로 인도네시아에서 오고 있는데 이는 같은 이슬람 국가라는 종교적 이점과 지리적으로도 가깝고 언어소통이 원활하기 때문으로 판단된다. 싱가포르에서 찾아오는 의료관광객도 많은데 이는 싱가포르 정부가 국가의료보험인 메디세이브를 말레이시아에서도 사용가능하도록 허용하기 때문이다. 싱가포르 의료관광객은 저렴한 의료서비스를 찾아 이동하는 저소득층 인구가 많은데, 특히 문화적, 언어적 근접성을 갖춘 말레이계 싱가포르인들의 선호도가 높은 것으로 분석되고 있다.

말레이시아 방문 주요 의료관광객 분포

단위 : 명

NO	국가	의료관광객	
		2010	2011
1	인도네시아	261,177	335,150
2	인도	16,940	18,604
3	일본	14,937	16,111
4	영국	8,254	12,704
5	중국	7,941	11,886
6	미국	7,557	10,584
7	호주	7,157	9,678
8	이란	3,374	8,836
9	중동	6,008	7,225
10	네팔	3,179	6,727

출처 : 말레이시아 보건부, 2012

말레이시아 정부 역시 의료관광을 핵심시장으로 인식하고 적극 지원에 나서고 있다. 의료관광은 제10차 말레이시아 계획(2011-2015)의 12대 국가핵심 경제 분야에 포함되어 있으며, 의료관광 육성책의 일환으로 MHTC(Malaysia Healthcare Travel council)를 발족했다. MHTC는 보건부 소속으로 의료관광산업 육성을 전담하며, 의료관광객은 물론 의료관광 투자 유치에도 역점을 두고 있다. 말레이시아 정부는 '말레이시아 헬스(MyHEALTH)'라는 로고를 만들었으며, 홈페이지(www.myhealthcare.gov.my)에서 의료관광을 홍보하고 있다.

2010년 9월부터 전국 클리닉과 병원의 의료서비스 광고가 법적으로 가능하게 되었으며 일정 자격조건만 충족시키면 해외 광고도 가능하다. 의료관광객에게 의료서비스를 제공하는 자에게는 조세감면 혜택도 주어진다. 2010 예산안을 보면 정부는 기존에 '늘어난 서비스 수출액'의 50% 만큼 소득세를 감면해주던 것을 100%로 개정하였으며, 인가받은 사립병원의 지출에 이중면세 혜택을 제공하고 의료관광 촉진을 위해 새로운 시설을 건축 중인 사립병원도 면세혜택을 제공하고 있다. 말레이시아에는 자체인증인 MSQH(Malaysian Society For Quality in Health)의 인가를 받은 29곳과 JCI(The Joint Commission International)의 인가를 받은 8곳의 의료기관이 존재한다.

말레이시아의 가장 큰 사립병원 네트워크이자 말레이시아 주식시장에 상장된 KPJ 헬스케어(KPJ Healthcare BHD)는 조호르(Johor Corporation) 계열로 20개의 병원과 인도네시아에

2개의 병원을 운영 중으로 2,600개 이상의 침상을 보유하고 있으며 2010년 약 242만 명의 외래환자와 22만 명의 입원환자 치료하였다.

4) 인도 의료관광 현황

인도는 그 역사가 깊고 오리엔탈 문화의 중심지로 세계 관광객들로부터 관심을 받고 있다. 인도의 의료산업은 2020년까지 2,800억 달러 규모로 성장할 것으로 전망되며 이로 인해 인도 의약품 시장도 탄력을 받아 급격한 성장세를 보이고 있다. 2004년에는 15만 명의 의료관광객이 인도를 방문하였고 2005년 20만 명, 2007년 27만 2천 명, 2010년에는 73만 1천 명이 의료를 목적으로 인도를 방문한 것으로 조사되고 있다. 리서치 회사인 RNCOS의 보고서에 의하면, 인도는 2013년 말 세계 의료관광산업의 3%를 차지할 것이며, 2013년까지 의료관광객 수는 130만 명에 이를 것으로 예상된다.

인도를 방문하는 의료관광객 국적은 유럽, 미국, 중동, 아프리카 순으로 나타나며, 주변국인 아프가니스탄, 방글라데시, 스리랑카의 의료관광객 또한 꾸준히 증가하고 있다. 특히 지리적 접근성이 좋은 중동지역 중심의 마케팅이 활발한데, 사우디아라비아의 경우 2011년에 전년대비 43% 증가한 2만 3천여 명의 의료관광객이 인도를 찾았다.

인도는 IT강국의 장점과 저렴한 진료비, 짧은 대기시간, 선진 의료기술 등을 내세워 의료관광 활성화를 꾀하고 있다. 인도의 수술비용은 주요 선진국 대비 1/8정도이며, 태국에 비해서

도 30% 이상 저렴하지만 상대적으로 높은 선진 의료기술을 확보하고 있다. 고난이도인 심장 수술이 6~7천 달러로 미국의 5~7만 달러에 비하면 1/10 수준이고, 의사나 간호사는 물론 사무직원까지도 유창하게 영어를 구사하기 때문에 의사소통이 자유로운 것도 큰 장점이다. 인도 일류병원 의사의 15% 가량은 영국, 미국 등에서 교육을 받거나 개업을 했던 의사들로, 언어·문화적 공감대 형성으로 의료관광객의 요구를 충족시키고 있다.

의료관광객이 인도에서 가장 선호하는 의료서비스는 심장 절개수술과 관절치환수술로 자국에서 적절한 의료보험 혜택을 받지 못할 경우 비용 부담이 매우 큰 분야이다. 인도 병원들은 이와 관련된 의학기술이 세계 수준으로 인정받고 있으며, 관련 전문 병원 역시 다수 존재하고 있다. 성형역시 주력 분야로 의료관광객을 대상으로 시술되는 성형은 가슴 성형, 주름살 제거와 복부지방, 치과 성형 등 선진국에서는 세금 부과 대상인 경우이다. 인도는 2010년 기준 세계 4위 성형시장으로 향후 내수 및 의료관광 목적지로 지속적인 성장이 예상되고 있다. 전통적인 치료 요법인 आयुर्वेद(Ayurveda)와 요가도 인도 관광이 내세우는 주요 서비스분야이다. 인도 관광청은 전통의학을 현대기술과 전통적인 경험이 결합하여 자연과 더불어 지내면서 스스로 면역력을 높일 수 있는 웰빙 인도 이미지로 마케팅하고 있다.

인도정부는 'High-Tech Healing'이라는 모토를 내세워 국가적 차원의 의료관광홍보 및 지원을 활성화하고 있다. 특히 의

료관광객 치료를 수출로 간주하는 보건법(National Health Policy)에 따라, 의료관광은 다른 수출산업과 같이 각종 재정지원 혜택을 받고 있다. 의료서비스에 5%의 서비스 세를 면제해주는 등 의료관광 우대정책을 펼치고 있으며 병원인증, 의료비자 발급, 적절한 가격산정 및 의료분쟁과 의료보험에 대한 가이드라인을 제시하고 있다. 인도 보험규제당국(IRDA)은 해외 자본의 건강보험 투자 가능 비율을 26%에서 51%로 확대하여 외국투자를 유도하고 있다. 또한 인도 정부는 2006년 외무, 교통, 관광, 철도, 항공사 등을 포함한 민간 의료관광 특별팀을 구성하였으며, 의료관광전문회사를 통해 병원, 여행사, 전문 컨설턴트 등의 네트워크를 마련하는 등 입국에서 출국까지 원스톱 서비스시스템을 구축하였다. 이 외에도 해외에서 수입되는 의료장비들에 대한 관세를 대폭 낮추고 의료기관의 JCI 승인 취득을 위한 병원 개조 및 설비 자금 등을 지원하고 있다.

의학치료를 목적으로 인도에 입국하는 외국인에게는 의료비자(M비자)가 발급되는데, 체류허용기간에 따라 3~6개월 비자, 6개월~1년 비자로 구분된다. 하지만 대부분의 인도 의료관광객은 의료비자가 아닌 일반 관광비자로 입국하는 것으로 알려져 있다. 인도에 입국한 의료관광객이라면 의료비자(M비자) 1회 연장이 가능하며, 가족 및 동반자의 경우에는 대사관의 승인 후 2명까지 동반인을 위한 MX비자 발급이 가능하다.

인도에서 의료관광객 유치에 적극적인 의료기관은 Wockhardt, AllMS, Gangaram, Moolchand, Manipal 등이 대표적으로, 높은 수준의 의료시설과 진단과목별 다수의 전문의를 갖

추고 있다. 인도의 대표 의료기관 중 하나인 아폴로 병원은 인도 전역에 총 38개의 병원 체인을 운영하고 있으며, 60여개의 새로운 클리닉을 개원하고 2014~2015년까지 14개의 병원을 추가 설립할 계획을 밝히는 등 최근 사립대형병원의 체인들이 공격적으로 병상수를 늘리고 있다. 또한 의료관광객을 위해 병원이 호텔과 서로 제휴하는 사례가 늘고 있다. 인도 메이저 종합병원 체인인 포티스(Fortis) 병원은 병원 주변의 게스트하우스와 제휴해 환자화 그 가족들에게 특별한 가격으로 서비스를 제공하고 있다.

5) 일본 의료관광 현황

일본 정부는 의료관광을 신성장전략사업으로 지정하고 2020년 외국인 의료관광객 43만 명, 관광수입 약 5,500억 엔, 경제수익 2,800억 엔으로 의료관광 목표를 설정한 바 있다.

일본은 그동안 높은 기술력을 바탕으로 의료서비스의 질이나 구성항목에서 아시아 국가들 중에서 가장 높은 만족도를 보여 왔으나 주로 자치단체의 지역진흥 사업의 일환으로 추진되어 왔다. 그러나 지난 2010년 6월 정부의 신성장전략에 '국제의료교류(외국인환자수용)'에 관한 내용이 포함되고 2012년 6월, 정부가 '의료이노베이션 5년 전략'을 발표하는 등 정부 주도하에 국내수용태세 정비에 힘을 기울이고 있다. 일본 정부는 관광청 내 의료관광 추진실을 설치하여 해외 의료관광박람회 참가, 국내외 시장조사 등의 해외프로모션 활동과 의료관광 코디네이터의 자가 체크 매뉴얼 작성, 의료관광 프로모션추진 연합회 결성 등의 국내 네트워크 지원활동을 하고 있다. 현재 연

락회에는 260여 사업체와 지자체가 등록되어 있다. 2011년에는 경제산업성 지원으로 MEJ(Medical Excellence Japan) 법인이 설립되었다. MEJ는 외국인환자수용 창구로서 웹사이트(<http://www.medical-excellence-japan.org>)와 전화로 영어, 중국어, 러시아어 상담 서비스를 제공하고 있으며 앞으로 일본의료의 해외 진출도 지원할 예정이다. 또한 의료기관의 품질보증을 위하여 2012년 7월부터 후생노동성 주관으로 외국인환자수용의료기관 인증제도(JMIP)를 도입하였다.

2011년 1월부터는 의료 단기비자 제도를 실시하여 조건에 부합하는 의료관광객에게 최장 6개월 간 체류를 허용하고, 3년 복수비자 발급요건을 완화하는 등 비자편의를 통한 의료관광객 모객을 위해 노력중이다. 그러나 실제 의료관광 비자 발급 건수는 2011년 1월부터 2012년 5월 사이 112건에 불과한 것으로 나타났다¹⁰⁾. 의료비자 발급 범위는 의료기관에서 이루어지는 치료행위, 종합검진, 건강진단, 일반검진 및 치과치료, 요양 등을 포함하며, 환자의 친인척뿐만 아니라 필요에 따라 동반입국자도 동반인으로 인정된다. 비자발급 준비서류는 여권, 비자신청서, 사진 등 기본적인 것을 비롯하여 의료기관이 발급한 검진예정증명서 및 신원보증기관이 발급한 신원보증서, 일본에서의 체제비용 등을 감당할 수 있는 재정능력 증명 서류(은행잔고 증명서 등)이다. 90일을 초과하는 입원치료를 위해서는 체류자격 인증증명서를, 복수비자를 받기 위해서는 치료 예정표를 제출해야 한다.

일본은 자치단체별로 특색 있는 의료관광정책을 추진하기로 유명한데 Medical Tourism 또는 Health Tourism의 이름으로 시민병원을 재건축하고 명의를 초빙하기도 하는 등 다양한 활동을 전개하고 있다. 그 중 활발하게 활동하는 오키나와의 경우에는 현 정부, 기업, 대학 등이 연합하여 의료관광촉진방안을 수립하여 운영하고 있다. 2020년까지 오키나와 방문 외국인 의료관광객 9만 명, 의료관광수익 1,420억 엔 달성을 목표로 하고 있다.

10) IMTJ, 2012.6.1. <http://www.imtj.com/news/?entryid82=376624>

한국 의료관광 특성 및 현황

1) 한국 의료관광 현황

한국 의료관광 시장의 성장 | 국내 의료관광 시장은 의료관광 산업이 법제화된 2009년 이래 급속도로 성장하여 차세대 성장 동력산업으로 인정받으며 산업 평균 성장률을 크게 압도하고 있다. 보건복지부 보고서에 따르면 한국 의료관광 시장은 지속적으로 성장하고 있으며, 2009년 이후 연평균 37.3%의 괄목할만한 성장세를 보이고 있다. 한국 의료관광은 미용·성형분

야는 물론 암이나 심혈관계 수술 등의 전문 진료분야에서도 인정받고 있으며 최첨단 진료기술을 보유하고 있다고 평가받고 있다. 가격경쟁력도 한국 의료관광의 강점으로 꼽히고 있다. 그러나 태국, 싱가포르 등 기존의 의료관광 선도국에 비해서는 아직 인지도가 부족하고, 시장규모가 작다. 의료관광의 지속적 성장을 위해서는 평균 진료비용의 공개, 명확한 통계자료의 제공 등을 포함한 조직적인 접근시스템 구축이 필요하다고 분석되고 있다.

아시아지역 주요 의료관광국의 2010년 의료관광 시장 규모

단위: 백만 달러

국가	태국	싱가포르	인도	대한민국	말레이시아
시장규모	635	306	253	193	157

태국은 스파치료 포함

출처: Beyond Korean style full report, 2013, McKinsey

국내에서 의료서비스를 받은 의료관광객은 2009년 6만여 명에서 2012년 15만 명 수준으로 2배 이상 증가하였으며, 의료비 지출액은 566억 원에서 2,391억 원으로 4배 이상 증가하였다. 의료관광이 활성화되고 한국 의료관광에 대한 인지도가 높아지면서 1인당 의료비도 2009년 94만원에서 2012년 162만원으로 72.3% 증가하였다. 평균 재원일수도 2011년 2.8일에서 2012년 3.1일로 증가함에 따라 입원환자의 평균 진료비도 910만원으로 증가하였다.

보건복지부 통계에 따르면 2012년 외국인 환자 수는 15만

5,672명으로 2011년(12만 2,297명)보다 3만 명 이상 증가하였다. 국적별로는 중국(24.0%), 미국(23.0%), 일본(14.1%), 러시아(12.4%), 몽골(6.4%) 순이며 2011년에 비해 몽골(155.6%), 카자흐스탄(122.1%), 아랍에미리트(115.8%)의 의료관광객의 증가가 두드러졌다. 중국은 지속적으로 높은 증가율(연평균 88.2%, 2011년 대비 63.7%)을 나타내며, 외국인 환자 유치사업이 본격화 된 2009년 이후 처음으로 미국을 제치고 환자 유치 1위 국가로 부상하였다. 러시아 역시 지속적으로 의료관광객이 증가(연평균 110.2%, 전년대비 69.2%)하면서 2013년을 기점으로 일본을 제치고 환자유치 3위 국가가 될

것으로 추정되고 있다. 반면 일본은 2012년 의료관광객이 전년보다 17.9% 줄어들면서, 의료관광객 전체 중 차지하는 비율도 22.1%에서 14.1%로 하락하였다. 의료관광이 활성화됨에 따

라 미·중·일 편중 현상이 완화되어 보다 다양한 국가에서 방문하는 것으로 나타났으며, 연간 환자 100명 이상을 유치하는 국가수도 2012년 49개 국으로 증가하였다.

외국인환자 유치 주요 국적별 환자 추이

단위: 명, %

국적	2009년		2010년		2011년		2012년		전년대비 증가율	2009년 이후 연평균 증가율
	환자수	비중	환자수	비중	환자수	비중	환자수	비중		
중국	4,725	11.0	12,789	19.4	19,222	18.9	31,472	24.0	63.7	88.2
미국	13,976	32.6	21,338	32.4	27,529	27.1	30,196	23.0	9.7	29.3
일본	12,997	30.3	11,035	16.8	22,491	22.1	18,462	14.1	△17.9	12.4
러시아	1,758	4.1	5,098	7.7	9,651	9.5	16,325	12.4	69.2	110.2
몽골	850	2.0	1,860	2.8	3,266	3.2	8,347	6.4	155.6	114.1
베트남	327	0.8	921	1.4	1,336	1.3	2,197	1.7	64.4	88.7
필리핀	356	0.8	957	1.5	1,178	1.2	1,767	1.3	50.0	70.6
카자흐스탄	128	0.3	346	0.5	732	0.7	1,626	1.2	122.1	133.3
사우디아라비아	218	0.5	380	0.6	920	0.9	1,081	0.8	17.5	70.5
우즈베키스탄	113	0.3	298	0.5	491	0.5	821	0.6	67.2	93.7
인도네시아	183	0.4	283	0.4	424	0.4	667	0.5	57.3	53.9
아랍에미리트	17	0.0	54	0.1	158	0.2	341	0.3	115.8	171.7

출처: 2012년 외국인환자 유치실적 주요결과, 2013, 한국보건산업진흥원

외국인환자 진료수입 추이

구분	2009년			2010년			2011년			2012년					
	입원	외래	계	입원	외래	건강검진	계	입원	외래	건강검진	계	입원	외래	건강검진	계
총 진료수입(억원)	256	291	547	520	432	81	1,032	756	950	103	1,810	1,306	965	119	2,391
1인당 평균진료비(만원)	656	54	94	666	70	87	131	662	100	71	149	910	81	82	162

출처 : 2012년 외국인환자 유치실적 주요결과, 2013, 한국보건산업진흥원

한국은행의 '건강관련 여행수입' 통계를 봐도 의료관광객이 국내에서 사용한 금액은 2006년 5,900만 달러에서 2012년 1억 4,650만 달러를 기록하여 6년 동안 연평균 19.9%의 성장을 이룬 것으로 나타났다. 반면 내국인이 외국에서 의료서비스

를 받고 사용한 건강관련 지급액의 연평균 성장률은 -1.2%로 2011년 처음으로 건강관련 수지가 5,220만 달러의 흑자를 기록했다. 이는 우수한 국내 의료기술, 한류확산, 지방자치단체의 의료관광객 유치노력이 상호작용한 결과이다.

건강관련 여행 연간 수입 및 지급액

단위 : 백만달러

구분	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
건강관련여행수입	59.0	67.5	69.8	82.7	89.5	130.7	146.5
건강관련여행지급	119.1	137.3	129.0	95.8	108.5	78.5	111.9
건강관련여행수지	-60.1	-69.8	-59.2	-13.1	-19.0	52.2	34.6

출처 : 한국은행, 경제통계시스템(ecos.bok.or.kr)

국내 의료관광 시장의 성장세는 앞으로도 이어져 2013년 의료기관에서 의료서비스를 받는 핵심 의료관광객만 20만 명으로 늘어날 것으로 예상되고 있으며 이에 따른 의료관광 수입액은 5,968억에 이를 것으로 추정된다. 보건복지부에 신고되는 의료관광객을 제외한 환자나 동반자 등의 추정인원까지 더

하면 2013년 의료관광시장은 39만 9,310명, 2020년에는 99만 8,275명에 이를 것으로 예상되며, 이에 따른 수입 총액은 2013년 1조 107억 원, 2020년 3조 5,555억 원에 이를 것으로 예상되고 있다.

의료관광객 통계 및 의료관광 수입

		단위	2009	2010	2011	2012	2013	2015	2020		
의료관광객	의료기관 유치실적(a)	명	60,201	81,789	122,297	155,672	200,000	300,000	500,000		
	(a)를 제외한 추정인원(b)	명	-	-	-	155,135	199,310	298,965	498,275		
	의료관광객 총수(a+b)	명	60,201	81,789	122,297	310,807	399,310	598,965	998,275		
의료관광수입	a)	의료비	1인당	만원	94	131	149	162	170	188	239
			전체	억원	547	1,032	1,810	2,391	3,402	5,626	11,967
		기타경비	1인당	만원	-	-	-	116	128	141	181
			전체	억원	-	-	-	1,804	2,566	4,244	9,028
		소계	1인당	만원	94	131	149	269	298	329	420
			전체	억원	547	1,032	1,810	4,195	5,968	9,870	20,995
	b)	의료비	1인당	만원	-	-	-	113	118	131	167
			전체	억원	-	-	-	1,749	2,359	3,901	8,299
		기타경비	1인당	만원	-	-	-	85	89	98	126
			전체	억원	-	-	-	1,319	1,780	2,943	6,261
		소계	1인당	만원	-	-	-	198	208	229	292
			전체	억원	-	-	-	3,068	4,139	6,845	14,560
	1인당 지출액		만원	94	131	149	234	253	279	356	
수입 총액		억원	547	1,032	1,810	7,263	10,107	16,715	35,555		

의료관광객 인원관련

1. 의료비 보고실적자 인원 기준 (a): 의료관광객 유치인원(2009-2012) 및 2020년까지 목표는 복지부 기준
2. 의료비 보고실적자를 제외한 추정인원 기준 (b):
 - 1) 2012년 : '의료관광 통계산출' (문화체육관광부, 2012) 바탕으로 산출. 2) 2013-2020년 : 보건복지부 목표에 따른 성장률과 동일하게 적용하여 산출

의료관광 수입관련

1. 의료비 보고실적자 기준 (a)
 - 1) 의료비 : 2009-2012년은 보건복지부 통계 기준, 2013-2020년까지 1인당 의료비가 전년 동기 대비 5% 상승한 것으로 적용하여 산출
 - 2) 의료비 외 기타경비 : 한국관광공사와 보건산업진흥원이 발표한 '의료서비스 만족도 조사' 결과 적용 (의료비:기타경비 비율= 57:43)
2. 의료비 보고실적자 제외한 추정실적 기준 (b)
 - 1) 의료비 : '의료관광 통계산출' (문화체육관광부, 2012) 에서 산출된 수치 중 통계적 안정성이 있는 지출비용 수치(US\$1,057) 적용
상기 원화 환율은 2012년 12월 기준 환율(US\$1=₩1,060) 적용
 - 2) 의료비 외 기타경비 : 한국관광공사와 보건산업진흥원이 발표한 '의료서비스 만족도 조사' 결과 적용 (의료비:기타경비 비율= 57:43)

출처 : 한국관광공사 의료관광사업단 자료 (2013년 6월 기준)

의료관광이 국내 시장에 미치는 경제적 파급효과도 지속적으로 증가하고 있다. 2012년을 기준으로 의료관광 생산유발효과는 1조 2,610억 원, 부가가치 유발효과는 6,220억 원, 소득유발효과는 3,080억 원이며, 의료산업과 관광산업을 고려한 취업유발효과는 1만 2,466명에 이른다. 2013년부터 2020년까지 의료관광산업이 전년대비 5% 수준에서만 성장한다 가정해

도 2015년이면 스마트 TV 37만 대, 중형승용차 2만 8천 대를 수출하는 것과 맞먹을 것이라는 분석이 나오기도 한다. 이 추세대로라면 2020년 의료관광은 6조 1,731억 원의 생산유발효과와 6만 1,027명의 취업유발효과를 창출할 것으로 기대되고 있다.

의료관광객의 경제적 파급효과

		유발계수	단위	2010	2011	2012	2013	2015	2020
생산유발효과		1.7362	억원	1,859	3,163	12,610	17,548	29,021	61,731
부가가치 유발효과		0.8564	억원	917	1,560	6,220	8,656	14,315	30,449
소득 유발효과		0.4241	억원	454	773	3,080	4,287	7,089	15,079
취업 유발 효과	의료서비스	15.1(10억원당)	명	1,617	2,751	6,251	8,699	14,387	30,602
	관광산업	19.9(10억원당)	명	-	-	6,215	8,649	14,303	30,424
	계		명	1,617	2,751	12,466	17,348	28,690	61,027

- 경제파급효과는 의료관광 수입 달성 전망을 기준으로 분석
- 경제파급효과 = 의료 관광 관련 유발계수 × 연도별 의료 관광 수입
단, 유발계수는 한국관광공사 '관광분야 재정확대를 위한 보고서, 2011' 기준으로 사용
- 취업계수는 한국은행(2010), 2008 산업연관표 참조
※ 취업유발계수는 취업자를 대상으로 상용임시직, 임금근로자, 자영업자, 무급가족 종사자를 포함

의료관광객의 다양화 | 한국 의료관광은 기존 피부 및 성형외과 중심에서 점차 특화된 분야로의 진료가 늘어나고 있는

며, 입원치료 환자도 2010년 6.6%(5,359명)에서 2011년 9.8%(1만 1,945명)로 꾸준히 증가하고 있다.

주요 진료과별 외국인환자 현황

단위 : 명, %

진료과	2009년 환자수	2010년 환자수	2011년 환자수	2012년		전년대비 증가율	연평균 증가율
				환자수	비중		
내과	18,398	23,632	34,330	45,368	22.3	32.2	35.1
검진센터	8,980	13,272	19,894	23,508	11.6	18.2	37.8
피부과	6,015	9,579	12,978	16,132	7.9	24.3	38.9
성형외과	2,851	4,708	10,387	15,428	7.6	48.5	75.6
산부인과	3,965	5,656	7,568	10,831	5.3	43.1	39.8
정형외과	3,196	4,975	6,876	9,501	4.7	38.2	43.8
한외과	1,897	4,191	9,793	9,366	4.6	4.4	70.3
안과	1,921	4,507	5,821	7,741	3.8	33.0	59.1
이비인후과	2,484	3,549	5,080	7,244	3.6	42.6	42.9
치과	2,032	3,828	5,220	6,762	3.3	29.5	49.3
일반외과	1,903	2,793	4,304	6,187	3.0	43.8	48.1
비뇨기과	1,760	2,629	4,027	5,532	2.7	37.4	46.5
소아청소년과	1,354	2,566	3,030	5,362	2.6	77.0	58.2
신경외과	1,674	2,177	3,053	5,071	2.5	66.1	44.7
신경과	879	1,486	2,443	3,858	1.9	57.9	63.7
영상의학과	0	1,516	2,478	2,152	1.1	13.2	19.1
그 외 진료과	5,155	10,528	17,534	23,020	11.5	31.3	64.7
계	64,464	101,592	154,816	203,063	100	31.2	46.6

출처 : 2012년 외국인환자 유치실적 주요결과, 2013, 한국보건산업진흥원

진료유형별 외국인 환자 현황

단위: 명, %

구분	2009년 환자수	2010년 환자수	2011년 환자수	2012년(잠정치)		연평균 증가율
				환자 수	비중	
입원	3,915	7,987	11,945	14,629	9.4	55.2
외래	56,286	63,891	95,810	125,450	80.6	40.1
건강검진	외래·건강검진 구분없음	9,911	14,542	15,593	10.0	25.4
계	60,201	81,789	122,297	155,672	100	37.3

연평균 증가율에서 입원·계는 '09~'12년(4년간), 외래·건강검진은 '10~'12년(3년간) 연평균 증가율

출처: 2012년 외국인환자 유치실적 주요결과, 2013, 한국보건산업진흥원

다양한 의료서비스를 제공받을 수 있는 기회도 늘고 있다. 정부는 경제자유구역 내 외국인 투자병원 도입을 허용하여 2016년 송도에 최초의 국제병원이 개원할 예정이며, 민간 보험회사에 외국인 환자 유치를 허용하는 방안을 추진 중이다. 아울러 의료관광객을 위한 숙박시설도 규제완화를 통해 늘려가기로 했으며 중저가 숙박시설 프랜차이즈를 활성화 하는 방안이 추진될 예정이다.

국내 의료기관의 해외진출 | 최근 삼성의료원이 두바이에 지사를 설립하는 등 외국 현지에 진출하는 국내 의료기관이 늘고 있다. 이 같은 해외지사의 설립은 한국의 우수한 의료서비스를 알리고 한국에서 의료서비스를 받은 후 귀국한 환자에게 사후 서비스를 제공할 수 있다는 장점이 있다. 또한 현지 의료서비스에 대한 전략적 투자방법으로도 선호되고 있다. 의료기관의 해외진출은 해외에서는 이미 그 사례를 쉽게 찾을 수 있다. 미

국의 존스홉킨스 병원은 UAE에 트완(TWAN)병원을 건립하여 브랜드 사용료만으로 5년간 4억 7천만 달러를 받고 병원 운영에 따른 수수료 수입은 별도로 챙기고 있을 정도이다.

국내 의료기관은 2012년 12월 기준으로 중국(31개), 미국(23개), 베트남(9개), 카자흐스탄(4개), UAE(3개) 등 16개 국에 총 91개 의료기관이 진출하고 있다. 투자형태별로는 단독투자 30%, 프랜차이즈 30%, 공동운영 20% 순이다. 단독투자는 투자기관(의료기관 포함) 및 개인이 의료기관에 100% 투자하여 운영하는 방식으로 자생한방병원의 Jaseng Center for Alternative Medicine, 송도병원의 UBSD Hospital, 차병원의 LA CHA불임치료센터 등이 있다. 합자 및 합작을 통한 공동운영은 진출국 파트너와의 합자·합작 투자계약을 체결하고 의료법인을 설립하는 경우로 상하이 우리들 병원, Ye 메디컬센터 호치민 등을 들 수 있다. 위탁경영방식은 국내 의료기관이 진

출국 의료기관의 시설 일부 사용계약을 체결하여 의료기관을 운영하는 방식이나 해외 의료기관과 고용계약을 맺고 출장 진료를 하는 식 또는 경영기술 및 의료 인력을 파견하는 방식이다. 경희대 동서신의학병원 인도네시아 진료지소, 우리들 병원의 Alzanah Medical Center, BK동양성형외과의 완종병원 등

을 예로 들 수 있다. 이 밖에도 상해 함소아 한의원처럼 현지 네트워크를 활용한 프랜차이즈 및 계열화를 통한 진출방법이 있다. 진료과목별로는 성형, 피부, 치과 등은 의원급을 중심으로 하는 단독투자 형태가 많으며 척추, 재활 등 특수질환은 종합병원이나 중형병원급을 중심으로 진출하고 있다.

국내 의료기관의 해외 진출형태

투자형태	단독투자	프랜차이즈	공동운영	의료인력, 기술 투자 및 브랜드 수출
비율	30%	30%	20%	20%

출처: 국내 의료기관의 해외진출형태, 한국보건산업진흥원 - 2013.4.15. 연합뉴스 중 발췌

2) 한국 의료관광의 특징점

한국 의료서비스의 경쟁력은 앞선 의료기술과 그에 비해 저렴한 가격과 빠른 서비스에 있다. 한국의 앞선 의료기술은 이미 해외에서 인정받고 있으며 주요 암의 발병 후 5년 생존율과 간 이식 성공률은 미국보다 우위에 있다고 판단되고 있다. 대표적으로 위암의 5년 후 생존율은 한국이 67%, 미국이 26.9%이며 최근 젊은 여성에게 많이 발병되고 있는 갑상선암의 경우 5년 후 생존율이 99.8%에 달하고 있다.

또한 한국은 최첨단 의료기술인 양성자 치료기술을 보유하고 아시아에서 유일한 양성자 치료센터를 운영하고 있으며, 양성자 치료비용도 미국(2~3억 원 소요)의 1/4수준인 5천만 원선에서 이루어지고 있다. 양성자 치료센터는 세계에 29개뿐인데, 양성자치료 장비는 보통의 방사선 장비와 달리 1억 달러를

주요암 5년 후 생존율

암종	한국 ('06-'10)	미국 ('99-'06)	캐나다 ('04-'06)	일본 ('97-'99)
모든 암	64.1	65.4	62	54.3
위	67.0	26.9	24	62.1
간	26.7	16.0	18	23.1
자궁경부	80.2	67.9	75	71.5
대장	72.6	64.3	63	65.2
갑상선	99.8	97.5	98	92.4
유방	91.0	88.9	88	85.5
폐	19.7	15.9	16	25.6
췌장	8.0	5.8	6	6.7
전립선	90.2	99.2	96	75.5

출처: 국가암정보센터 홈페이지

호가하는 고가이다. 양성자 치료는 양성자 빔을 쏘아 주변의 피해를 극소화하는 정밀한 방법으로 수술을 최소화하는 치료 방법으로 각광받고 있다. 그 밖에도 최첨단 의료기기인 다빈치 로봇수술 장비 26대를 비롯하여, 사이버 감마 나이프, 트릴로 지 등 최첨단 의료 장비 및 시설을 보유하고 있다. 또한 양한방 척추치료 등 고유치료 기술을 선보이고 있으며, 자궁암과 뇌졸 중 치료기술에서는 세계 1,2위 수준이다.

한국 특유의 효율적인 시스템과 빠른 서비스를 내세워 검진센터 등에서도 경쟁력을 인정받고 있고, PACS 등 의료정보시스템 역시 세계 최고수준으로 선진국으로 해외수출도 꾸준히 늘고 있다.

한미 간이식 성공률 비교 (2010년 기준)

구분	한국	미국
연간 간이식 건수	1,066	>6,000
생체간이식 비율	75%	<5%
이식 성공률	92%	85%

출처 : 미래성장동력 의료관광, 2012, 보건복지부 외

3) 정부의 의료관광 활성화 대책

유치업체 규제 완화 | 보험 상품과 연계한 해외환자 유치를 위하여 보험사의 해외환자 유치활동을 허용할 수 있도록 의료법 개정을 추진 중이다. 이번 개정안이 반영되면 보험사도 의료관

국의 의료서비스는 특유의 효율적 시스템과 발전된 IT기술의 융합으로 One-stop 서비스가 일반화 되어있고 최첨단 장비 보유현황에 있어서도 세계 최고수준을 유지하고 있다. 고도의 기술이 요구되는 간이식수술의 경우 한국의 연간 간이식수술건수는 2010년 기준 1,066건이며, 성공률(96%)도 세계 1위 수준으로 선진국 평균인 85%를 훌쩍 뛰어넘고 있다. 또한 고도의 기술이 요구되는 고비용 치료인 심장질환과 관절교체의 경우 치료비가 미국의 1/3수준, 일본의 2/3수준으로 높은 의료기술 수준에도 강력한 가격 경쟁력을 확보하고 있다.

이 같은 기술경쟁력과 서비스 경쟁력은 OECD 회원국 중에서도 상위권으로 의료 시설 및 장비는 34개국 중 2위, 의료서비스 경쟁력은 4위, 기술 수준은 9위를 기록할 정도로 인정받고 있다.¹¹⁾

관광과 동반자에 대한 숙박 알선과 항공권 구매 대행 등의 유치를 할 수 있게 되며, 의료관광객을 겨냥한 보험 상품이 출시되는 등 의료관광이 활성화될 것으로 보인다. 해외에는 싱가포르의 래플스병원처럼 자체 보험회사를 두고 외국인 환자를 직접

11 의료관광산업의 국제경쟁력 분석과 정책과제, 2013, 산업연구원

유치하여 수익을 올리는 사례도 있다. 보험회사의 의료관광객 유치허가 등의 내용을 포함한 의료법 일부 개정안은 2013년 5월 국무회의를 통과하여 입법 절차를 진행 중에 있다.

숙박업 규제완화 | 정부는 의료관광객을 주요 투숙대상으로 하는 의료호텔(메디텔) 운영에 관한 관광 진흥법 시행령 개정을 추진하고 있다.¹²⁾ 시행령이 개정되면 호텔 내 세무업종으로 의료호텔업이 신설되며, 이후 수반되는 규제에 대한 특례 마련 등 의료호텔(메디텔)활성화 기반이 조성될 예정이다. 의료호텔은 의료기관 근처에 위치하게 되며, 의료관광객을 위한 취사시설, 샤워시설 등과 외국인에게 서비스를 제공할 수 있는 체계를 갖추고 있어야 한다. 의료호텔이 활성화되면 관광단지 숙박지구 등 당초 의료기관의 입주가 어려웠던 지역에도 의료기관 입주가 가능해질 것으로 예상된다. 서울시 소재 의료법인(병원)이 상업지역·준주거지역 내 관광숙박시설을 신·증축할 경우에는 용적률을 20% 확대 적용하며, 관광숙박시설 설치 시 관광진흥기금 용자 혜택을 받을 수 있다.

의료호텔 기본시설 요구사항

1. 의료관광객이 이용할 수 있는 취사시설이 객실별로 설치되어 있거나 층별로 공동취사장이 설치되어 있을 것
2. 욕실이나 샤워시설을 갖춘 객실이 20실 이상일 것
3. 객실별 면적이 19제곱미터 이상일 것
4. 의료관광객의 출입이 편리한 체계를 갖추고 있을 것
5. 외국인에게 서비스를 제공할 수 있는 체계를 갖추고 있을 것
6. 의료기관 부지로부터 1km 이내일 것

출처 : 관광진흥법 시행령 일부개정령안, 2013. 5. 31

의료관광객 편의 제공 | 2013년 5월 현재 입법화가 추진 중인 의료법 개정안에서는 의료관광객이 자신의 진료기록 열람을 요구할 수 있는 권리와 함께, 의사나 병원이 이를 거부하면 최대 300만원의 벌금에 처하도록 규정했다. 또한 지리적으로 낮설고 의사소통에 불편함이 있는 외국인의 특성을 고려해 의료관광객의 원내조제를 허용하여 의료관광객의 편의를 높이는 한편 복약지도 부실사례와 의약품 오용을 방지하고 있다. 더불어 의료법 시행규칙 개정으로 2012년부터는 의료법 시행규칙 제40조 7항에 의거 의료기관 명칭의 외국어 병기가 가능해져 의료관광객의 인지 편의를 높였다.

의료관광 전문인력 양성 확대 | 보건복지부는 ‘글로벌 헬스케어 전문가 1만 명 양성 프로젝트’를 통해 의료관광 전문인력을 대대적으로 육성할 계획이다. 프로젝트 계획에 따르면 2020년까지 간호직 5천 명, 의료통역사 4천 명 등 약 1만여 명의 수요가 있을 것으로 보고 있다. 이를 해소하기 위하여 고용보험기금을 통해 ‘글로벌 헬스케어 인재양성 센터’를 만들고 의료기관 재직자나 병원 국제마케터 등 실무인력을 중심으로 연 9,000명을 교육할 방침이다. 우리나라에서 살고 있는 외국 의료인을 대상으로 진료 코디네이터와 한방 전문 코디네이터를 양성하고 의료코디네이터 채용을 활성화하기 위한 외국인 장기체류비자(E-7) 완화도 검토대상이다. 또한 2013년부터 ‘국제의료관광 코디네이터’ 국가기술자격제도를 시행하고 차후 의료통역사 자격증 제도로 확대할 예정이며 전문자격증을 지닌 이들에 대한 고용 의무화도 검토할 방침이다.

불법 브로커 대책 | 최근 한류 바람을 타고 중국, 러시아 지역에서 방한 의료관광객이 늘고 있어 고무적이거나, 늘어나는 시장만큼 불법 브로커로 인한 피해사례도 늘고 있다. 불법 브로커들은 내국인 치료비의 서너 배에 달하는 고액의 수수료를 요구하거나 의료기관에 선수수료를 요구하기도 하며 사후서비스에서도 문제가 야기되어 분쟁이 끊이지 않고 있다. 이에 주한중국대사관에서는 한국으로의 의료관광에 대해 주의할 것을 알리기도 했다.

정부는 한국의료에 대한 신뢰가 떨어지고 향후 의료관광 활성화에 치명적 영향을 미치는 이 같은 불법 브로커 행위를 근절하기 위하여 다양한 대책을 내세웠다. 불법 브로커와 거래할 경우 3년 이하 징역이나 1천만 원 이하의 벌금이 부과될 수 있다. 불법 브로커와 거래한 의료기관은 등록취소와 2년간 재등록을 금지하는 의료법 개정이 추진 중이다. 의료법이 개정되면 과도한 수수료를 요구하는 등 시장을 어지럽힌 유치업체 역시 등록을 취소해 2년간 유치업을 할 수 없게 된다. 정부는 수가공개 등 시장의 투명성 확보를 위해 노력하는 한편 한국 의료관광 체크리스트 등 운영기준을 마련하고 있다.

의료관광객 유치활동 지원 | 정부는 30병상 이상을 갖춘 병원급을 대상으로 하는 의료기관 인증제를 성형외과 등 해외환자 유치가 많은 의원급으로 확대할 예정이다. 또한 유치업체의 혁신적인 의료관광 상품 개발을 위하여 '의료관광 상품 공모전'을 개최하는 한편 현지 언론매체를 활용한 홍보 지원, 해외 설명회 및 전시박람회 참가 지원 등 유체업체 활동을 지원하고 있다.

4) 지자체별 의료관광 추진 현황

의료관광은 의료서비스 뿐만 아니라 관광서비스를 동시에 제공함으로써 지역기반시설을 이용하고 지역의 특징점을 널리 알릴 수 있어 지역경제 활성화에도 기여하는 바가 크다. 보건복지부에 따르면 2010년 기준 1년에 약 450만 명의 외국인 관광객이 방문하는 서울 명동에 4만 명의 외국인 환자가 방문한다면 약 640억 원의 직·간접적 경제적 수익이 발생하고 750명의 순수 의료관광 인력 고용창출효과가 나타난다고 한다. 정부는 2010년부터 지자체의 우수한 의료기술과 의료관광 사업을 지원하고 있으며 한국관광공사 역시 각 지역의 지자체, 의료관광협의회 등과 협력하여 지역 의료관광 활성화에 앞장서고 있다.

서울특별시 | 서울지역의 주요 진료부문은 건강검진, 메디컬 스킨케어, 성형 및 한방이다. 메디컬 스킨케어 및 성형시술을 받고자 하는 일본인 및 중국인의 비율이 높으며, 중증진료의 경우 동남아 쪽의 방문 비율이 높게 나타나고 있다. 20~30대 여성의 비중이 높으며, 비즈니스나 관광목적으로 입국했다가 의료서비스를 받기위해 방문하는 사례가 많은 것도 서울 지역 의료관광의 특징이다.

서울특별시는 지역별 특화된 의료상품과 인근명소를 연계한 의료관광코스를 개발하여 선보일 예정이다.¹²⁾ 강남구는 성형을 테마로 상담부터 병원 예약까지 원스톱 서비스를 받고 가로수길을 돌아보는 코스이고, 서초구는 피부를 중심으로 피부 관리와 경락 등 전신관리를 받고 서래마을에서 저녁을 즐기는 코스이다. 중구는 한방을 내세워 침술치료 후 한방차를 마신 뒤

12 2013년 5월 31일 관광진흥법 시행령 일부 개정령(안)이 입법예고 되었다.
13 서울 '의료관광코스' 개발 4월 첫선, 2013.3.13., 국민일보



서면 메디컬스트리트 로고



서면메디컬스트리트 축제

남산골 한옥마을에서 전통문화를 체험할 수 있으며, 서대문구는 세브란스 병원과 연계한 암 치료를, 강서구는 관절치료를 특화하는 방안을 구상하고 있다.

서울시 지역별 특화 의료관광상품



● 강서구 관절 ● 서대문구 암 ● 중구 한방 ● 강남구 성형 ● 서초구 피부

부산광역시 | 부산광역시는 풍부한 의료 인프라를 갖추고 있으며, 산과 바다가 어우러진 자연경관과 특급호텔, 쇼핑물 등이 인접해 있어 융복합 의료관광지로 각광받고 있다. 부산광역시는 아시아 의료관광 허브도시로 성장하기 위해 서면 메디컬스트리트를 중심으로 의료관광 활성화 사업을 펼치고 있다. 메디컬스트리트에 위치한 의료관광홍보안내센터에서 다양한 의료관광 정보를 접하고, 밀집한 의료기관에서 원스톱 진료를 받을 수 있는 점이 큰 장점이다. 또한 매년 5월 축제를 통해 다양한 부대행사를 경험할 수 있다.

부산광역시는 한국관광공사와 함께 매년 부산국제의료관광컨벤션(BIMTC)을 개최하고 있으며, 의료관광설명회, 팸투어 등을 통해 부산 의료서비스를 홍보하고 있다. 2013년에는 베트남에서 부산 의료관광서비스 설명회를 개최하였고, 2014년 하노이에서 열리는 베트남 관광전에 부산의료관광 특별전을 개최하기로 하였다.

대구광역시 | 대구광역시는 2009년 '메디시티 대구'를 선포하고 첨단의료복합산업단지를 유치한 이후 대구의료관광발전협의회를 중심으로 다양한 의료관광 육성 정책을 추진하고 있다. 특히 '모발이식'을 핵심 키워드로 잡고 이를 세계적인 브랜드로 키우기 위하여 모발이식센터를 개설하고, 선진의료기술 연구와 함께 자동식모기 등의 기술 개발, 모발보호용 샴푸 등 연계상품 개발도 적극적으로 지원하고 있다. 대구를 찾는 의료관광객도 2010년 4,493명에서 2011년 5,494명, 2012년 7,109명으로 꾸준히 증가하고 있다. 시내에는 대구의료관광종합안내센터가 마련되어 의료관광객 안내 및 유치 마케팅을 담당하고 있으며, 2012년 천여 명의 외국인관광객이 종합안내센터를 찾았다.

대구광역시는 의료관광 활성화 이끌 23개 선도 의료기관을 지정하고 있으며 선도의료기관들이 컨소시엄을 구성한 '글로벌 의료관광 허브 메디시티 대구 조성사업'은 3년 연속 지역 선도 의료기술 육성 공모사업에 선정되어 의료관광객 유치를 위한 사업비를 지원받고 있다. 2012년 10월에는 대구 엑스코에서 대한민국건강의료산업전과 대구의료관광전시회, 대한민국

한방엑스포가 동시에 열렸다. 이 자리에는 의료산업체와 종합 병원, 한방산업체 등 200여 업체가 참여하여 최신 의료기술을 선보이고 시연회와 무료진료 등 다양한 체험행사를 선보인바 있다. 대구광역시는 라이온스 부산 세계대회 등 국제대회에서 대구 의료관광상품 홍보활동을 펼쳤으며 동화사 템플스테이 등 지역관광 자원을 활용한 연계상품도 개발하였다. 또한 해외 설명회를 비롯, 해외 여행사와의 협약 체결, 중국 청도에 대구 의료관광홍보관 운영 등 해외 에이전시와의 협업에도 적극 나서고 있다.

대구시내 한복판에 메디텔 생긴다

대구 도심에 호텔과 병원이 한 건물에 있는 메디텔이 들어선다. 대구시와 엘디스리조트호텔은 지하 1층 지상 18층 연면적 1만 1,660㎡의 신관을 신축, 병원과 호텔로 운영키로 하고 18일 메디텔건립 양해각서를 체결한다고 밝혔다. 신축건물은 1층부터 13층까지는 건강검진센터와 성형외과, 피부과, 치과, 안과 등 의료관광 관련 병의원과 뷰티샵, 약국, 편의점을 14~18층은 객실, 19층은 하늘공원으로 배치할 계획이다. 엘디스리조트호텔 메디텔이 완공되면 전체 연면적의 70%가 의료관광 관련 업소가 들어서게 된다. 호텔 측은 의료관광객들에게 호텔객실을 저렴하게 입원실로 활용할 수 있도록 지원하고 입주 병의원에 대한 호텔식 서비스 교육을 수시로 실시해 대구 의료관광의 메카로 운영한다는 방침이다. 김도현 엘디스 리조트호텔 대표는 "전국 최대 메디텔이 들어서면 지역 의료관광산업 활성화에 큰 기여를 할 것"이라며 "주변 지역 근대골목길 투어와 약령시, 현대백화점 등과 연계한 관광코스 개발도 활발해질 것"이라고 말했다.

-한국일보 기사 중 발췌, 2012.9.18.-

인천광역시 | 인천광역시는 인천국제공항 인근 지역이라는 지리적 환경과 송도, 영종, 청라 지구 등 국제화 도시의 이점, 지역종합병원 의료기반과 2014년 인천 아시안게임을 활용하여 인천을 동북아 의료관광 중심도시로 만들어간다는 계획이다. 이를 위하여 인천만의 특화된 의료상품과 다문화 가정 구성원을 대상으로 한 의료관광 코디네이터 육성, 해외 의료관광 시장 개척을 주요 추진과제로 꼽고 있다. 인천광역시는 일차적으로 오는 2014년까지 3만 명의 의료관광객을 유치해 총 700억 원의 경제효과와 800명 이상의 새로운 일자리 창출 효과를 기대하고 있다.

인천광역시의 의료관광은 인천광역시, 인천도시공사, 지역병원 및 관광업계간 협력을 통해 추진되고 있으며 2011년 6월 '인천시 의료관광재단'이 송도에서 출범하였다. 재단에는 23개 의료기관과 인천도시공사, 인천국제교류센터 등 총 33개 기관이 참여하고 있다. 인천광역시는 심뇌혈관 클러스터를 기반으로 한 심혈관 및 뇌혈관 치료 분야를 비롯해 치과, 척추·관절, 한방 등의 전문분야를 중심으로 특화 분야를 만들어 가고 있다. 한편 인천의료관광재단은 우즈베키스탄 수도인 타슈켄트에 인천의료홍보관을 설치하고 민간 전문 업체와 함께 '민-관-의'라는 새로운 의료관광 모델을 구축하기 위해 노력하고 있다. 인천시의 이 같은 모델은 인천시-천진시 교류 20주년 기념 의료세미나 등 21개국 32개의 자매 우호도시를 활용한 G2G 협력의료관광 활성화 전략으로 구체화 되고 있다.



광주 의료관광박람회



카자흐스탄 보건부 대표단 경기도 방문

광주광역시 | 광주를 비롯한 전남 지역은 한국 전통문화와 풍부한 먹거리, 아름다운 섬들로 건강생활 전체를 선보일 수 있는 조건을 갖추고 있어 의료관광 활성화가 기대되고 있다. 광주광역시는 화순전남대병원 내에 의료관광종합정보센터를 운영하고 있으며, 첨단관절치료기술을 바탕으로 관절치료를 특화하고 있다. 2012년 11월에는 성장하는 뷰티산업을 지원하기 위하여 최초로 국제뷰티&의료관광박람회를 열어 의료관광객들의 주목을 받았다.

대전광역시 | 대전광역시는 의료관광지원센터를 대전마케팅 공사에 위탁·운영하고 있다. 센터에서는 해외 홍보마케팅, 코디네이터 양성 및 통역 지원, 지역의료관광 인프라 구축과 대전을 방문한 의료관광객에 대한 의료서비스 품질 제고 등 의료관광 활성화를 위한 지원업무를 총괄하고 있다.

대전광역시는 많은 의료기관이 밀집되어 있으며, 첨단과학기술의 메카로 교통 접근성이 높다. 또한 메디컬스트리트 조성 및 유성온천치료 건강거리조성, 오감만족 힐링사업 등으로 의료 경쟁력을 갖추고 있다. 대전은 지역의료관광 활성화를 위한 3대 중점 추진방향으로 '지역 MICE 산업과의 연계 및 해외 기업체 포상건강검진을 통한 해외외국인환자 유치', '화상환자와 척추질환 등 중증환자 유치', '피부·성형·안과·한방 등의 지역특화기술을 중심으로 외국인 의료관광객 유치'로 설정하고 이를 위해 다각적인 노력을 기울이고 있다.

2012년 8월부터는 '외국인을 위한 휴양형 첨단 의료관광 연계

협력사업'이 국토교통부 내륙권 광역연계 시범사업으로 선정되어 대전과 강원도, 충북 제천시, 충남 금산군 등 4개 광역 지자체와의 협력 사업을 추진하고 있다. 2013년에는 농림축산식품부 주관으로 'K-Farm 누리사업(농촌체험 의료관광사업)'에 최종 선정되는 등 지속적인 의료관광 활성화 사업추진으로 지역의료관광의 고도화를 장려하고 있다. 또한 매년 대전 의료관광 국제컨퍼런스를 개최하여 지속적인 해외네트워크 확장 및 지역의료관광의 세계화에 기여하고 있다.

경기도 | 경기도는 서울에 이어 두 번째로 많은 의료관광객이 방문하고 있으며 의료한류의 기본인 미용, 성형은 물론이며 체계적이고 특색화된 건강검진과 중증질환 치료에 두각을 나타내고 있다. 경기도는 의료관광 사업 추진을 위해 2011년 4월 국제의료팀을 신설하였으며 2009년 8월 발족한 '경기국제의료협회(전 경기국제의료관광협의회)'를 중심으로 '의료관광 허브, 경기도'를 위한 국제 의료사업을 추진하고 있다. 협회는 경기도 의료서비스의 국제적 인지도 제고를 위한 홍보활동을 전개하고 회원 의료기관의 해외 환자 유치와 해외진출 활성화를 지원하고 있다. 경기도는 의료산업의 적극적인 해외진출을 위해 2011년 미국 LA, 카자흐스탄 알마티, 러시아 하바롭스크에 경기국제의료지원센터(GMBC, Gyeonggi Medical Business Center)를 개설하였다. 이를 통해 직접적인 환자유치를 비롯한 보건당국 및 지역 의료기관과의 지속적인 교류를 추진하고 있다. 2012년에는 하바롭스크주 보건부 장관과 카자흐스탄 보건부 장관이 경기도를 방문하여 보건의료 분야 교류협력 증대를 위한 MOU를 체결하였고 2013년 5월에는 국제의료지원센터



경기국제의료지원센터 개설



경기도 해외 나눔 의료관광

터를 러시아 하바롭스크에서 블라디보스톡으로 이전 개소하는 등 경기도 의료산업의 해외진출 및 수익의 극대화에 박차를 가하고 있다.

지난 2010년부터 실시된 경기도 내 우수 의료기관의 해외 의료인 연수 프로그램에서는 보건복지부 우수 의료기술 육성사업으로 선정되었던 '최소침습수술(Minimally Invasive Surgery, 내시경 수술)'을 통해 연수 의사들과 의료네트워크를 구축하였으며, 병원경영에 관한 연수프로그램도 활발하게 이루어지고 있다. 또한 매년 신시장 개척사업의 일환으로 해외 의료사업 설명회와 국제학술대회, 국내외 박람회를 진행하고 있으며, 미국, 카자흐스탄 등 환자유치 주요 국가 관계자를 대상으로 팸투어를 실시하고 있다. 더불어 도내 의료기관과 함께 필리핀, 네팔, 캄보디아, 미얀마 등 해외 긴급 재난 지역 및 의료 인프라가 부족한 저개발 국가에 나눔 의료 사업을 진행하고 있다.

경기도는 의료관광코디네이터 파견 인력풀을 구축하여 영어, 중국어, 일본어뿐만 아니라 러시아어와 몽골어, 베트남어 등 다양한 나라의 외국인 환자를 유치할 수 있는 인프라를 지원하고 있으며 의료관광 관련 국제 서류 및 의무기록 번역 서비스, 국제의료 간병인 서비스를 실시하고 있다. 더불어 다문화가정 구성원을 대상으로 '다문화가정 의료관광 코디네이터 교육'을 실시하여 인력풀을 더욱 확대해 나가고 있다. 또한 IT기반 진료 협력센터를 설치하여 해외 의료기관 및 에이전시 등과의 정보 교류와 화상 상담을 통한 내방환자의 사후관리를 돕고 있다. 온라인 홈페이지(www.e-gima.org)와 SNS, 연간 발행되는

소식지를 통해서도 경기도 의료기관과 관광지 홍보 및 일차적인 온라인 상담을 실시하고 있다.

강원도 | 강원도는 관광, 휴양 및 웰빙산업의 프론티어가 될 강원광역경제권 선도 산업 수행을 목적으로 2009년 강원도의료관광지원센터를 설립하였다. 선도 산업 1단계는 2009년 12월부터 2012년 4월까지로 '강원 의료관광 거점기관 육성' 사업을 실시하였다. 이를 통해 8개 거점의료기관과 외국인환자 유치사업을 공동으로 추진하였으며 그 결과 2,373명의 외국인 환자를 유치하였다.

2단계 사업기간은 2012년 6월부터 2015년 4월까지로 '글로벌 치유-휴양-레저 헬스케어 최적지 실현'을 비전으로 헬스케어 사업화 지원에 중점을 두고 있다. 강원도는 천혜의 자연환경과 우수한 인프라를 바탕으로 단순한 질병 치료만이 아닌 정신적 육체적 치유를 제공하는 강원도 브랜드 이미지를 구축하였으며, 국내외 관광객 14만 3천 명 유치를 목표로 'Healing Hub Gangwon'이라는 통합브랜드를 개발하였다.

2단계 사업 1차 년도였던 2012년에는 러시아를 대상으로 강원헬스케어 설명회 및 팸투어 등을 실시하여 2차 년도 방문객이 증가할 것으로 기대하고 있다. 향후 중국, 일본, 몽골, 카자흐스탄 등 새로운 시장에 강원헬스케어를 홍보하여 강원지역 경제 활성화에 기여할 예정이다.

제주도 | 제주도는 '관광'과 자연환경을 살린 '재활' 치료개념인 의료의 접목이 가능하다는 점에서 의료관광 적합지로 꼽힌다. 제주도의 주력 진료 분야는 성형, 메디컬 스킨케어, 한방으로 중국을 목표시장으로 삼고, 향후에는 러시아와 중앙아시아, 동남아시아 지역으로 확대할 예정이다.

제주도 의료관광 활성화 사업은 크게 두 가지 측면에서 진행 중이다. 제주특별자치도에서 진행하는 '외국인환자 유치 활성화' 사업과 국토해양부의 권한을 위임받은 제주국제자유도시개발센터(JDC)가 추진 중인 '제주헬스케어타운'이다.

제주특별자치도에서 추진 중인 외국인환자 유치 활성화 사업은 2008년부터 진행되어 왔으며, 제주 내 외국인환자 유치 의료기관·유치업자와 공동으로 홍보마케팅을 추진하고 전문인력 교육, 외국인환자 유치, 상품소개 홍보물 제작 등을 지원하고 있다. 특히, 장기체류가 가능한 메디텔이나 제주의 환경을 활용한 치유형 의료관광 상품을 개발하고 홍보할 수 있도록 하는데 초점을 맞추어 사업을 진행하고 있다.

🔗 의료관광 우수사례 2 - 한방미용치료

기적 같은 의술, 미용침

한국의 인기 드라마 <허준>을 보면 명의 '허준'이 입이 돌아간 구 안와사 환자(왕비의 동생)을 극적으로 치료하는 장면이 나온다. 실제로 안면 신경마비로 인한 구안와사 증상이 나타나면 얼굴이 한쪽으로 돌아가게 되는데, 한의사들은 보형물 없이 침, 뜸과 한약으로 순식간에 본래 형태로 돌려놓는 기적 같은 의술을 보여준다. 침으로 얼굴에 분포하는 경혈과 경락을 자극함으로써 얼굴 근육을 풀어주고 얼굴의 균형을 교정하는 것인데, 미용침의 원리도 이와 같다.

미용침은 비뚤어진 턱이나 사각턱 등의 얼굴 윤곽 교정과 주름, 피부탄력 개선에 특히 효과적이다. 또한 두통과 악관절장애로 인한 통증완화에 효과가 있으며, 뒷목이 빠근하거나 눈이 침침한 현상도 좋아지는 등 얼굴 부위 질환이 함께 개선되는 효과도 볼 수 있으니 일석이조라 하겠다. 부작용이 거의 없다는 점도 큰 장점이다.

세계가 주목하는 한국의 한방미용

지난 10년간 한의학과 관련된 드라마가 세계 각국에서 인기리에 방영되면서 한방에 대한 관심은 세계적으로 증폭되고 있다. 외국인들이 가장 선호한 한방치료는 미용침인데, 2007년 미국 뉴욕타임즈에 침을 통한 성형이 소개되었고 폭스 TV의 아침 프로그램에서는 미용침을 직접 시술하는 장면을 방영하기도 했다.

인체에는 수많은 '기(氣)'와 기가 지나가는 길인 '경락(經絡)', 기가 모여 있는 '경혈(經穴)'이 있는데, 총 14개의 경락 중 절반 이상인 8개가 얼굴에 있다고 한다. 이 때문에 얼굴의 균형이 깨지면 피부 트러블은 물론이고 인체의 균형에도 영향을 주게 되는 것이다. 한방 미용침은 오장육부를 다스리는 얼굴 경혈을 자극시켜 미용효과 뿐만 아니라 흐트러진 인체 균형을 잡아준다. 예를 들어 눈 주위의 경혈을 자극하면 간장의 기능이 향상되고, 코 주변의 경혈을 자극하면 호흡기의 기능이 좋아져 코막힘과 축농증 치료에 도움이 된다.

30~40대 환자를 기준으로 3~5회 정도를 시술하면 얼굴 윤곽이 개선되기 시작하며, 10회 정도를 더 시술하면 잔주름과 기미 등이 해소되는 효과도 볼 수 있다. 과로나 스트레스로 인해 혈관이 확장되어 있는 상태일 때 침을 맞으면 간혹 멍이 들 수 있으므로 침을 맞기 전에는 충분히 휴식을 취하는 것이 좋다.

“스고이~! 얼굴 라인이 탄탄하게 살아났어요!”

일본 오사카에 거주하는 O(여, 38세)씨는 한국의 광동한방병원에서 미용침 치료를 받고 환호성을 연발했다. 침치료를 하기 전 촬영한 사진과 비교해 봤을 때 턱선이 눈에 띄게 가름해졌기 때문이다. 인터넷 검색과 수소문을 통해 충분히 알아본 후 가장 마음에 드는 한방병원을 골라 내원하긴 했지만, 처음부터 침에 대한 두려움이 없었던 건 아니었다. 그러나 단 한 번의 시술만으로도 주름 개선과 얼굴의 윤곽이 바로잡아지는 효과를 확인할 수 있어 안심할 수 있었다.

사실 O씨가 처음 한방병원을 내원했던 건 여드름 치료를 위해서였다. O씨는 평소 심한 변비에 시달리고 있었으며, 얼굴 라인 전체에 여드름이 퍼져있는 상태로 볼에 약간의 홍조 증세도 있어 스트레스가 이만저만이 아니었다. 그러나 2개월 간 한약 복용으로 몸 내부의 독소를 제거하고, 미용침을 통해 피부를 재생시키는 치료를 하면서 여드름을 완치할 수 있었다. 처음 한방병원을 내원한 지 약 1년이 지난 최근 O씨는 4번째 성형 침을 맞으러 한국을 찾았다. O씨는 “일본에도 다양한 미용제 품과 시술법이 있지만, 침으로 주름을 없앨 수 있다는 건 한국에서 처음 알았다”며 “성형침은 4회째인데 횡수가 거듭될수록 얼굴 라인이 더 확실히 살아나 만족스럽다”고 웃어 보였다.

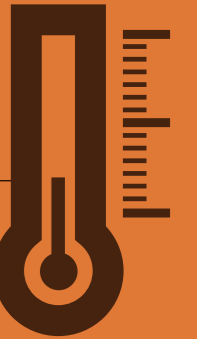
피부미인이 즐겨 마시는 한방차

피부는 우리 몸의 내장 기능, 호르몬 균형, 피로, 스트레스 정도를 보여주는 바로미터로 피부미용에 좋은 차는 자연히 전신 건강 증진에도 도움이 된다. 한방차는 전통시장이나 대형마트에서도 쉽게 찾을 수 있고, 가공되지 않은 약재 상태는 전통한방시장이나 인터넷을 통해 구할 수 있다.

• 익이인차(율무차) : 이노작용이 뛰어나 몸의 불필요한 수분과 부종을 제거하기 때문에 소위 '물살'이나 잘 붓는 체질에 좋다. 비타민B, 칼슘, 단백질, 탄수화물 등이 골고루 들어있어 영양가도 높기 때문에 피부미용이나 기미, 주근깨 등도 개선된다.

- 대추차 : 노화를 방지하는 비타민 P의 함량이 많아 예로부터 보건차로 애용되었다. 피부를 곱게 해줄 뿐만 아니라 색소 침착억제, 피부각질제거 등에도 효능이 있다. 당질과 갈륨, 칼슘, 인, 비타민C 등이 풍부하기 때문에 냉증 예방에도 효과적이다.
- 매실차 : 매실은 변비를 풀어주고 간의 기운을 돌아 기미와 피부 노화를 방지하는데 효과가 있다. 스트레스나 수면부족으로 피부 트러블이 생겼거나 지나치게 건조한 피부라면 매실차를 끓여 냉장고에 두고 물처럼 자주 마시면 좋다.

2013 한국의료관광총람



한국관광공사의 의료관광 활성화 사업

한국관광공사의 의료관광 활성화 전략

해외시장별 의료관광 마케팅 지원 사업

의료서비스 테마별 마케팅 지원 사업

해외 네트워크 구축 및 홍보 지원 사업

국내 의료관광 기반 강화 사업

의료관광 시장분석 사업

- 의료관광 우수사례 3 - 위암치료



03



한국관광공사의 의료관광 활성화 전략

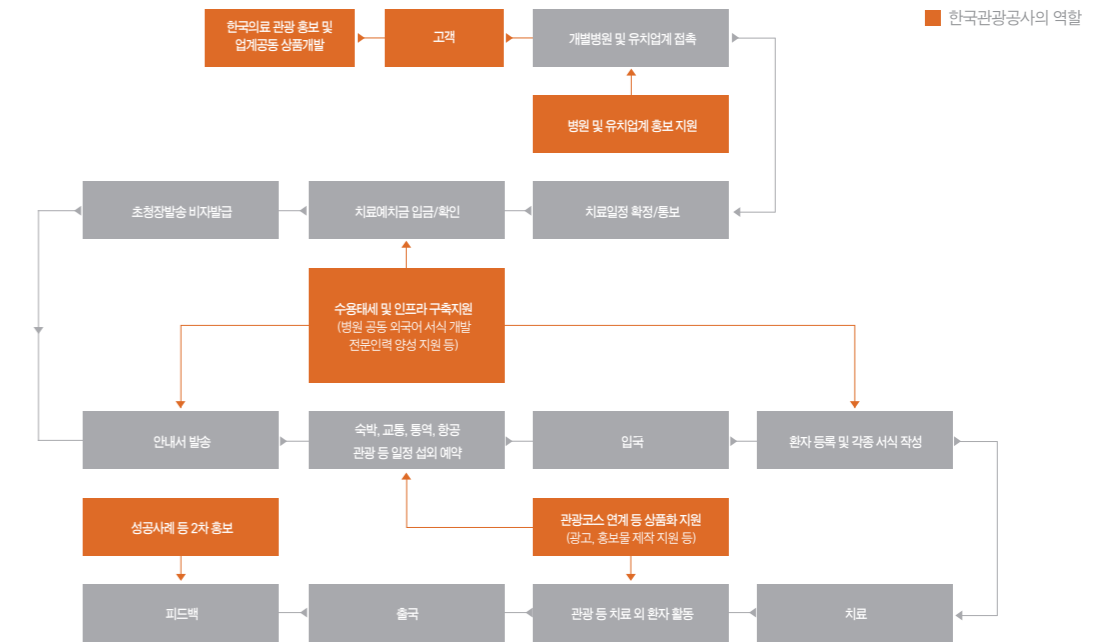
1) 한국관광공사의 역할

한국 의료관광은 2009년 외국인환자 유치허용 법령개정 이래 5년 만에 크게 성장하여 아시아의 새로운 의료관광지로 각광 받고 있다. 그러나 세계 의료관광 시장 확대에 따라 주변국들의 의료관광객 유치 경쟁이 심화되고, 불법 브로커가 양산되는 등 의료관광 활성을 위협하는 저해요인도 커지고 있다. 또한 한국 의료관광은 직접 경험한 의료관광객들에게는 좋은 점수를 받고 있지만 아직 의료관광 목적지로의 인지도가 낮다는 점도 저해요인으로 꼽히고 있다. 이는 의료관광객 유치 마케팅이 주로 해외에서 이루어지며 대상자도 언어, 문화적으로 이질적인 요소를 포함하는 외국인을 대상으로 하는데서 오는 정보제공 및 관리의 한계, 비용 효율적 측면에서의 한계 등에서 기인한다. 또한 외국인을 국내로 유치하기 위해서는 제도적 지원이 반드시 필요하기에 개별 의료기관이나 유치업체만으로는 마케팅 활동에 한계성을 갖게 된다. 때문에 정부와 민간의 역할분담과 협력을 통한 협동 마케팅이 의료관광의 성공 열쇠로 떠오르고 있다.

한국관광공사는 의료관광 활성화를 위해 한국 의료관광이 가지고 있는 강점은 키우면서 약점은 정책적으로 보완할 수 있는 사업추진을 위해 노력하고 있다. 한국관광공사는 그동안 관광전담기구(NTO)로 정부와 관광사업자들을 연계하는 역할을 담당해 왔다. 관광현상이 더욱 복잡해지고 경쟁적이 되어감에 따라 민간과 공공부문은 빠른 시장 변화에 발맞추어야 하는데 NTO는 이러한 시장 변화를 따를 수 있는 수단을 제공하는 역할을 한다. 한국관광공사는 NTO로써 지난 50여 년간 국가

브랜드 가치 홍보 및 해외 시장조사 등을 기반으로 해외마케팅을 실시하고 있으며, 기반시설 조성, 전문 인력 육성, 전략적 상품 개발, 다양한 시장연구 등을 통해 국내 수용여건 개선을 담당해 왔다. 관광산업 이해관계자들 간의 네트워크와 자원 풀을 만들고 그 규모와 상호관계에서 시너지효과를 창출하도록 지원하는 것도 한국관광공사의 주요 역할이다. 이 같은 맥락에서 한국관광공사는 해외마케팅 전문기관으로서 50년간의 노하우와 경험을 살려 의료관광 홍보, 지자체와의 협력, 수요자 측면의 데이터 수집과 조인, 직접적 협조 제공, 업계 이슈 제공, 환경과 사회적 이슈 제공 등 의료관광 홍보 마케팅 및 홍보기반 마련 사업을 전담하여 추진하고 있다.

의료관광객 유치 프로세스 상 한국관광공사의 역할



2) 방한 의료관광객 동향

방한 의료관광객은 초기에는 건강검진이나 외래환자 중심이 었지만 한국 의료서비스에 대한 신뢰도가 높아짐에 따라 진료 과목도 다양해지고 입원환자나 중증환자 비율도 크게 늘어나고 있다. 입원환자는 2009년 3,915명으로 전체 의료관광객 중 6.5%였으나 2012년에는 1만 4,629명(9.4%)으로 증가하였다. 같은 기간 전체 의료관광객 수도 6만 201명에서 15만 5,672명으로 2배 이상 증가하였다. 외국인 진료수입도 2009년 547억에서 2012년 2,391억으로 4배 이상 늘었다.

2012년도에 방한 의료관광객 1,319명을 대상으로 시행된 한국 의료 및 관광서비스 만족도 조사¹⁴⁾에 따르면 의료관광객 중 최초 방문목적이 의료서비스 이용인 경우는 10명 중 4명 꼴(39.9%)에 불과하였다. 의료서비스를 염두에 두지 않고 방한 하였던 의료서비스를 이용한 경우도 29.6%에 달하여 관광이나 사업 등 다른 목적으로 입국한 외국인을 대상으로도 한국 의료서비스를 적극 홍보할 수 있는 방안이 필요함을 알 수 있다. 국적별로는 미국과 동남아는 '기타 목적으로 방한하였으나 의료서비스를 이용하게 된' 경우(각각 69.6%, 38.6%)가 많았

14 2012년 한국 의료 및 관광서비스 만족도 조사, 2013, 한국관광공사

으며 일본, 중국의 경우에는 '의료서비스 이용과 함께 관광'을 고려한 경우(각각 58.5%, 43.7%)가 많았다. 반면 러시아, 몽골, 중동의 경우에는 각각 62.5%, 70.3%, 69.4%로 '의료서비스 이용'을 목적으로 한국을 방문한 경우가 높게 나타났다. 주 진료별로는 입원진료의 경우 의료서비스를 목적으로 한 경

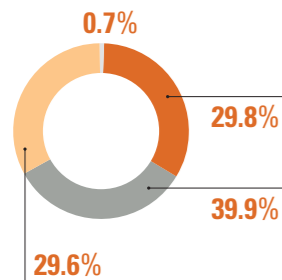
우가 64.6%로 가장 높았으나 미용 목적의 외래진료나 건강검진 등은 의료서비스 이용과 함께 관광목적으로 방문하는 경우가 각각 58.0%, 48.7%로 높아 의료서비스의 경중에 따른 다양한 관광 상품 개발이 필요함을 보여준다.

의료관광객의 한국 방문 목적

구분	사례수	의료 서비스 이용	의료서비스 이용과 함께 관광	기타 목적으로 방문 하였으나 의료서비스를 이용하게 됨	모름/무응답
단위	명	%	%	%	%
전체	1,319	39.9	29.8	29.6	0.7
국적별					
미국	217	16.6	12.4	69.6	1.4
일본	195	12.3	58.5	28.2	1.0
중국	231	20.3	43.7	35.9	0.0
러시아	419	62.5	25.1	11.5	1.0
몽골	138	70.3	18.1	11.6	0.0
동남아	70	37.1	24.3	38.6	0.0
중동	49	69.4	8.2	22.4	0.0
기관유형별					
상급종합병원	585	47.0	19.0	33.2	0.9
종합병원	351	49.3	17.4	33.0	0.3
병원	48	18.8	66.7	12.5	2.1
의원	335	20.6	56.4	22.4	0.6
주 진료별					
입원진료	242	64.5	11.2	24.4	0.0
외래진료-치료목적	666	38.9	22.1	38.0	1.1
외래진료-미용목적	276	19.2	58.0	22.5	0.4
건강검진	135	43.0	43.7	12.6	0.7

한국 방문의 주 목적

- 의료 서비스의 이용 (39.9)
- 의료 서비스의 이용과 함께 관광 (29.8)
- 기타 목적으로 방문 하였으나 의료 서비스를 이용하게 됨 (29.6)
- 모름/무응답 (0.7)



의료관광객들이 한국을 선택한 이유로는 '우수한 의료기술 수준'이 47.1%로 가장 높았으며, '한국 의료기관/의료진의 인지도(37.8%)', '최첨단 의료장비 및 시설(21.5%)'이 뒤를 이어 한국 의료서비스에 대한 높은 신뢰도가 형성되어 있음을 알 수 있다. 국적별로는 중국, 러시아, 중동지역에서 각 42.6%, 63.9%, 44.7%로 의료서비스 수준에 대한 신뢰도가 높았으며, 일본은 관광, 쇼핑, 의료 등 복합서비스가 가능한 점을 가장 높게(49.8%) 꼽았다. 미국, 몽골, 동남아 지역의 의료관광

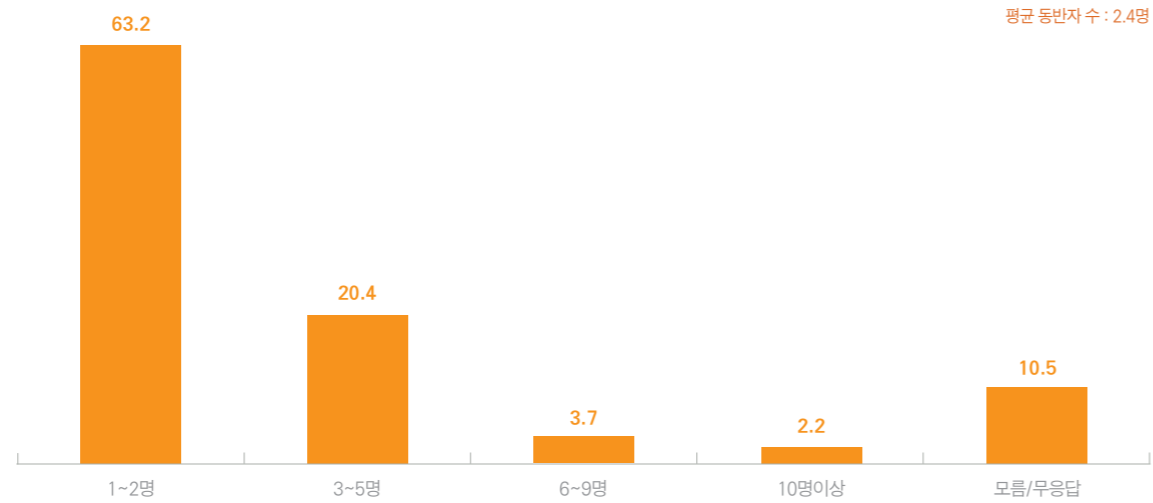
객들은 45.8%, 56.6%, 39.5%로 한국의 의료기관/의료진에 대한 인지도가 높아서 한국을 선택했다는 응답이 가장 높았다. 주 진료형태별로는 미용 목적의 의료관광객들은 38.0%로 '관광, 쇼핑, 의료 등 복합서비스'를 의료기술 수준과 인지도보다 근소한 차이로 우선 꼽았으나 입원진료, 치료목적의 의료관광객은 절반이 넘는 경우가 '우수한 의료기술 수준'에 대한 신뢰를 바탕으로 한국행을 선택한 것으로 조사되었다.

의료서비스 이용을 위해 한국을 선택한 이유 (중복응답)

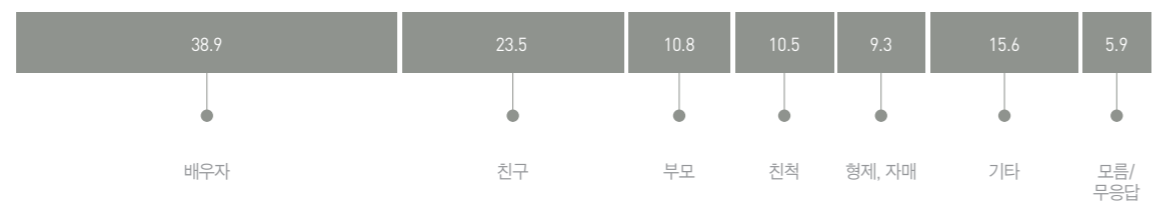
구분	사례수	우수한 의료기술 수준	한국 의료기관/의료진의 인지도	최첨단 의료장비 및 시설	체계화 된 의료서비스	관광, 쇼핑, 의료 등 복합 서비스	지리적 접근성	기타	모름/무응답
단위	명	%	%	%	%	%	%	%	%
전체	921	47.1	37.8	21.5	16.6	16.2	14.2	5.1	2.2
국적별									
미국	64	23.4	45.3	12.5	28.1	17.2	12.5	6.3	1.6
일본	138	26.8	16.7	6.5	10.1	49.3	6.5	43	3.6
중국	148	42.6	41.9	11.5	12.2	28.4	6.8	0.0	3.4
러시아	368	63.9	38.0	30.4	19.0	3.8	25.3	4.6	1.9
몽골	122	45.9	56.6	33.6	23.0	4.1	8.2	8.2	0.0
동남아	43	25.6	39.5	18.6	4.7	18.6	2.3	2.3	2.3
중동	38	44.7	21.1	7.9	7.9	2.6	0.0	23.7	2.6
주 진료별									
입원진료	183	51.9	37.2	22.4	19.1	3.8	14.2	10.4	1.6
외래진료-치료목적	408	52.0	40.0	27.2	19.4	12.0	18.6	3.9	2.7
외래진료-미용목적	213	35.7	33.8	9.4	8.9	38.0	6.1	2.3	1.4
건강검진	117	43.6	38.5	22.2	17.1	10.3	13.7	6.0	2.6

의료관광객의 동반자 추이를 살펴보면 동반자를 대동한 비율은 69.9%로 나타났다. 평균 동반자는 2명 정도였으며 동반자 유형은 배우자, 친구 등의 순으로 높게 나타났다.

동반자 수 : 동반자와 동행한 응답자 중(n=922)

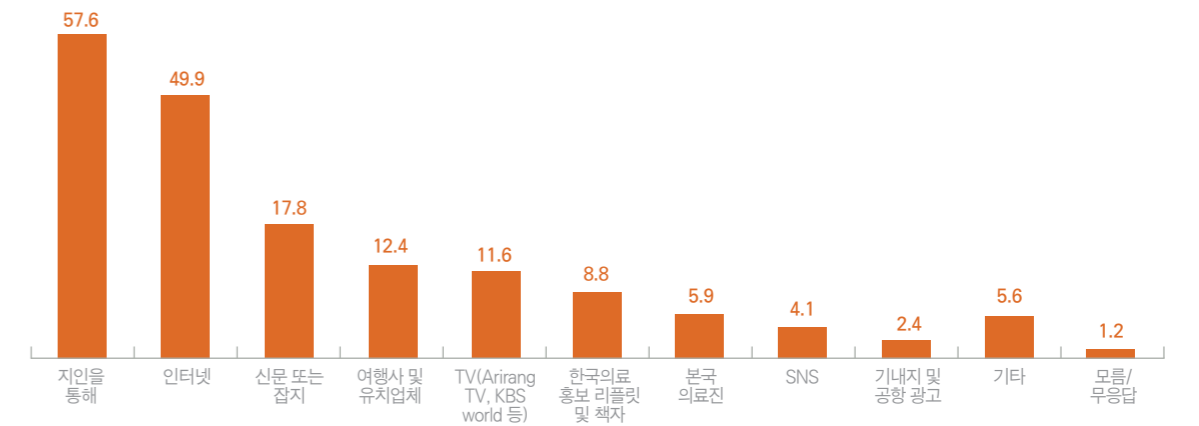


동반자 유형 (중복응답) : 동반자와 동행한 응답자 중(n=922)



한국 의료관광에 대한 정보수집 경로는 지인을 통한 경우가 57.6%로 가장 높았으며 인터넷이 49.9%로 뒤를 이었다.

한국의료관광 정보 수집 경로(중복응답) : 정보 수집 경험이 있는 응답자 중(n=747)



지출액은 의료비, 숙박비, 쇼핑비 등을 합친 총 지출금액이 1,000달러에서 5,000달러 사이가 가장 높게 나타났다.

지출 금액 현황

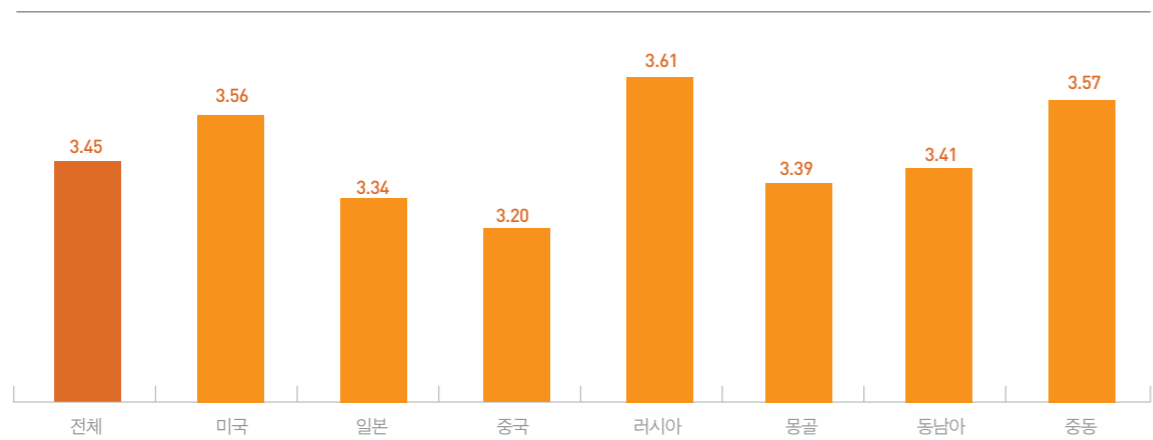
	총 지출금액	의료비	숙박비	쇼핑비
500\$ 미만	3.3	11.4	10.3	7.4
500\$~1,000\$ 미만	3.6	5.1	10.2	8.9
1,000\$~5,000\$ 미만	21.2	21.5	21.5	22.4
5,000\$~10,000\$ 미만	12.8	8.4	3.2	4.5
10,000\$~50,000\$ 미만	16.7	10.8	2.4	3.0
50,000\$~100,000\$ 미만	2.1	0.8	0.5	0.2
100,000\$ 이상	8.5	7.1	6.1	5.8
모름/무응답	31.8	0.0	45.7	47.7
평균금액(US\$)	8,032.2	4,712.8	1,521.2	1,878.6

단위 : %

※ 금액평균 : 이상치(하위 5%, 상위 5%)금액을 제외한 수치임

한국 의료관광에 대한 종합적인 만족도는 4점 만점 중 3.45점 (3.56점)의 만족도가 높았으며 중국(3.20)이 비교적 낮게 나오므로 비교적 높게 나타났다. 국가별로는 중동(3.57점), 미국 (3.56점)이 비교적 높게 나타났다. 국가별로는 중동(3.57점), 미국 (3.56점)이 비교적 높게 나타났다.

한국의료관광 서비스에 대한 전반적 만족도



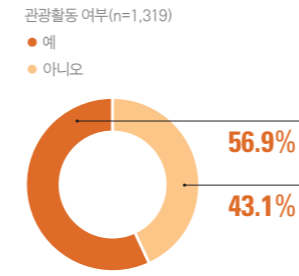
한국의 의료서비스 재이용 의향에 대해서는 의료관광객 10명 중 9명이 다시 이용할 의향이 있다는 긍정적인 평가를 했다 (92.2%). 몽골, 중동의 재이용 의향이 높았고 중국은 비교적 낮은 82.8%를 나타내었다.

동을 하였으며 쇼핑, 역사/문화 유적방문, 식도락 관광 순으로 활동 빈도가 높게 나타났다. 관광활동을 하지 않은 의료관광객의 향후 희망 관광활동으로는 '자연관광 및 탐사'가 41.0%로 가장 높게 나타났으며 '역사/문화 유적방문(37.3%)'과 '쇼핑(30.3%)'이 뒤를 이었다.

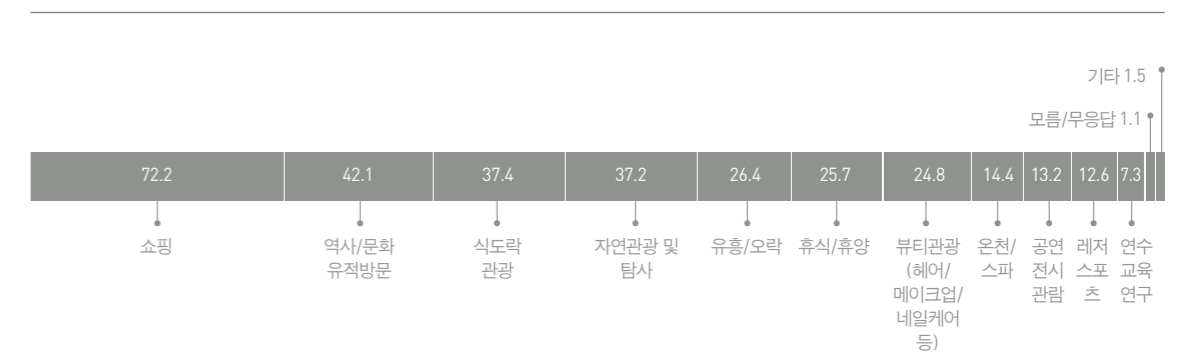
한국 의료서비스 재이용 의향

구분	미국	일본	중국	러시아	몽골	동남아	중동	전체
재이용 의향 있음	92.2	92.8	82.3	95.7	97.1	90.0	95.9	92.2
재이용 의향 없음	7.8	7.2	17.7	4.3	2.9	10.0	4.1	7.8

한국 관광활동 현황



관광활동 유형(중복응답) : 관광활동을 한 응답자 중(n=751)



향후 희망 관광활동 유형(중복응답) : 관광활동을 하지 않은 응답자 중(n=568)



3) 한국 의료관광 활성화 통합 비전

한국관광공사는 단순한 의료서비스 제공을 넘어서 의료관광객의 감성과 가치를 중시하는 한국 의료관광 비전을 제시하고 한국만의 차별화된 서비스를 제공하고자 한다. 한국관광공사는 고객지원, 해외마케팅, 인프라 강화를 3대 핵심 업무로 선정하

고 다양한 지원 정책을 추진하고 있다. 이를 위해 한국 의료관광 해외 마케팅 지원, DB 구축, 통합 웹서비스 시스템 구축 등 공공기관으로의 지원업무를 비롯하여, 의료관광 업계 지원시스템 구축, 지자체 지원을 통한 특화사업 발굴, 전문 인력 육성 등 전문기관으로의 건인 역할에 주력하고 있다.



의료한류 4.0 로고

의료관광 마케팅은 '의료관광 상품이나 서비스를 공급자로부터 수요자에게 원활히 유통될 수 있도록 조정하는 활동'이라고 광의로 해석할 수 있다. 해외 마케팅 지원 사업을 진행함에 있어 가장 먼저 해야 할 것은 유치대상국을 결정하는 일이다. 앞선 조사에서 보듯이 의료관광객의 국적 및 방한 목적에 따라 한국에서 기대하는 의료서비스의 종류와 형태가 다르기에 의료관광객을 유치하는 방법도 달라져야 하기 때문이다. 한국관광공사는 2008년부터 전 세계 31개 지사를 통해 반기마다 의료관광 현황에 대한 자료를 지속적으로 수집·분석하고 있으며, 글로벌 의료관광 시장의 변화를 파악하여 마케팅 목표 국가를 선정하고 맞춤형 홍보 전략을 추진하고 있다. 유치대상국이 정해지면, 그 나라의 의료관광객들이 무엇을 원하는지를 파악하고, 이를 충족시켜줄 의료관광 상품을 개발해야 한다. 소비자 요구에 맞는 상품이 개발되었다면, 이를 소비자에게 효과적으로 전달해줄 마케팅을 추진해야 한다. 공사는 전문적인 시장 분석과 소비자층 조사를 바탕으로 국가별 감성마케팅을 통해 고객 감동을 추구하는 한국 의료관광의 선진 이미지 구축에 힘쓰는 한편, 캄보디아, 미얀마, 베트남 등 동남아 신흥 부호들을 대상으로 하는 신규 시장 개척에도 적극적으로 나서고 있다.

한국관광공사가 제시하는 2012년 한국 의료관광 활성화 통합 비전은 '의료한류 4.0'이다. 의료한류 4.0은 의료 1.0시대인 전염병 예방시대, 2.0시대인 질병치료시대, 예방과 건강관리가 중점이 되던 3.0시대를 넘어 감성과 가치를 중심으로 환자를 대하겠다는 새로운 의료서비스 개념이다.

의료한류 4.0의 핵심은 의료관광객의 정서를 이해하고 그에 맞는 서비스를 제공하여 신뢰를 구축하는 '감성 마케팅'으로, 의료관광 전반을 사용자 중심으로 개선하고 한방 등 우리나라만의 경쟁력을 가질 수 있는 분야를 집중 육성하는 내용이 포함되어 있다. 심신치료와 함께 개인 맞춤형 건강관리를 강조하여 한국이 힐링 메카로 성장할 수 있도록 지원하고자하는 것이다. 이를 위해 의사소통에 어려움이 없도록 의료진 및 행정직에 영어로 서비스 제공이 가능한 코디네이터를 배치한다거나 개인 프라이버시를 중시하는 서양 고객의 생활 패턴을 고려하여 의료서비스 과정을 개선하기도 한다. 한국 의료관광 신뢰도 제고를 위한 보험 상품 개발을 위해 보험사와 협력하고 있으며, 동선에 불편함이 있던 숙박문제는 해외환자 전용 호텔이나 병원과 호텔이 한 건물에 위치하는 방식 등 다양한 해결책을 제시하고 있다. 또한 병원 내 카페 등 낯선 곳에서의 불안함을 잠재우고 편안한 의료서비스를 제공하기 위한 다양한 방법이 시도되고 있다.

해외시장별 의료관광 마케팅 지원사업

1) 일본

의료관광 시장현황

일본은 지리적으로 우리나라와 가까우며, 전통적으로 연간 300만 명 이상의 관광객이 찾아오는 최대 관광 송출국이다. 일본은 1961년부터 전 국민 건강보험제도를 도입하고 있으며 2000년 개호보험¹⁵⁾을 도입하였다. 원칙적으로는 치료목적으로 해외를 방문하여 의료서비스를 받은 경우 자국의 보험혜택을 받지 못하고 있으나, 해외체류 중에 상해를 입고 치료를 받았을 경우 등은 귀국 후에 해외요양비로 환급받을 수 있다. 그러나 의료비 청구기한이 정해져 있고 일본 내에서 보험적용이 되지 않는 항목은 해외요양비 적용대상에서도 제외된다. 또한 해외전출 신청을 한 경우 적용대상에서 제외된다.

일본인은 자국 의료에 대한 신뢰가 비교적 높고, 수술이나 새로운 환경에 대해 불안해하는 문화적 특성으로 인하여 해외 의료관광 수요는 높지 않다. 하지만 아태지역 국가들 중 GDP대비 헬스케어 예산비중이 가장 높은 나라로 조사된 바 있으며 경영환경 악화로 인한 병원수의 감소, 특정 진료과목에 대한 전문의 부족 및 의료소송의 증가 등으로 자국 내 의료서비스 기능이 저하되고 있어 해외로의 의료관광 수요가 늘고 있다. 이에 따라 방한 의료관광객이 증가세에 있으며 최근 한류열풍에 힘입어 여성층을 중심으로 한방과 한방비용에 대한 인지도가 높아지고 있다. 잡지 등 언론매체에서도 의료관광에 대한 기사화를 꺼리는 경향이 있으나, 한방 관련 기사화는 점차 용이해지고 있는 실정이다. 인터넷 홈페이지 운영업체 등에서 한

¹⁵ 개호(介護, Care)는 노령 또는 심신장애인 등 개인 혹은 사회적 원인에 의해 일상생활에 지장을 초래하는 사람을 대상으로 식사, 배설, 목욕 등 전문적인 도움을 주어 신체적·정신적·사회적으로 건강한 생활을 영위하도록 돕는 것을 뜻한다. 개호보험은 노인요양보험 또는 간병보험, 양로보험 등의 뜻으로 사용된다.

국 병원과 연계하여 일본 내에서 홍보용 홈페이지를 구축하려는 움직임도 나타나고 있다. 선호하는 진료과목은 수술에 대한 부담 없이 치료를 받을 수 있는 피부·미용이나 한방진료 등이다.

의료관광 규제현황

일본 후생노동성은 2007년 4월 의료법 개정과 관련하여 광고 활동시 일정 성질을 가진 항목을 포괄적으로 규제하는 방식으로 전환함으로써 의료광고 규제를 대폭 완화하였다.

이와 함께 의료법 개정을 통해 '의업, 치과의업 혹은 조산사의 업무 또는 병원, 진료소, 조산소에 있어 광고 가능한 사항'(일명 의료광고 가이드라인)을 별도로 제정하였다. 이 가이드라인은 광고 가능한 사항과 광고 불가능한 사항을 동시에 규정하고 있으며, 광고규제의 대상으로 '내국인을 대상으로 하는 외국인 사업자'도 포함되어 있어, 의료관광 유치 및 해외진출을 도모하는 국내 의료기관의 면밀한 사전 검토가 필요하다. 광고시 사용가능한 문구가 한정되어 있어 병원이름, 전화번호, 홈페이지, 주소, 약도 외의 문구를 넣기 힘들기 때문에 확실한 반응이 예상 되는 경우에만 지면 홍보를 시행하는 것이 효율적이다. 또한 안마, 침, 마사지, 지압 등은 일본에서는 자격을 가진 자만이 시술할 수 있는 분야이므로 체험이벤트 광고 등은 자제해야 하며, 홍보를 위한 체험 프로그램은 건강 상담, 스킨케어, 진맥, 음성테스트 등과 같은 직접적인 시술이 발생하지 않는 가벼운 프로그램 위주로 구성하는 것이 바람직하다 하겠다.



힐링테마 한국의료관광 특집기사



한국 의료관광 설명회(일본)

마케팅 전략 방향 및 진행 상황

일본은 문화적으로 의료관광 상품에 대한 인지도가 낮은 특성이 있어 상품개발은 피부과, 한방상품 등에 한정되고 있다. 의료관광객도 잡지, 방송 등을 통해 접한 개별관광객이 대부분인 상황으로 시장 확대 및 인지도 제고를 위한 다양한 접근이 필요한 시점이다.

일본 국적의 의료관광객은 입/퇴원 절차의 편의성과 병원 홈페이지 접근성, 의사로부터 원하는 정보제공 등 편리하고 구체적인 정보제공을 원하고 있으므로 적극적인 마케팅을 위해서는 상품의 가격과 진료내용을 구체적으로 명시하는 것이 필요하며 현지 유치업체와의 지속적인 협력관계 구축이 요구된다. 또한 의료기관과 주변 관광자원의 연계성을 강화하여 스파, 온천 등으로 다양화한 상품도 필요하다. 한국관광공사는 일본 내 한국 의료관광 인지도 확대를 위하여 매년 현지 박람회에 참가하여 한국 의료관광 안내부스를 운영하고 있으며 전문 에이전시 및 유관기관 관련자를 대상으로 의료관광 설명회를 개최하고 있다. 또한 유력 언론매체 취재지원을 통해 한국 의료관광에 대한 홍보 특집 기사를 게재하고 있다.

현재 패키지 투어 또는 옵션관광 형식으로 미용, 한방 등을 목적으로 서울 및 주요 대도시의 의료시설을 방문하는 여행상품이 출시되고 있다. 그러나 의료관광이라는 용어를 직접적으로 사용하기보다는 '한류미인', '미용체험' 등의 완곡한 표현을 사용하는 경우가 많다.

2) 중국

의료관광 시장현황

중국은 세계 인구의 20%인 13억 2천만 명이 살고 있으며, 고도 성장에 따른 생활수준 향상, 고령화, 건강 및 웰빙에 대한 관심 증대 등으로 의료서비스에 대한 수요가 급증하고 있다. 메릴린처사가 발표한 '아시아 태평양 지역 재무 보고서'에 따르면 100만 달러 이상의 금융자산을 보유한 중국인 수는 2012년 41만 5천여 명으로 2006년에 비해 20.3%가 증가하였다. 중국의 의료비 지출은 2006년 1,560억 달러에서 2011년 3,570억 달러로 2배 이상 증가하였으며, 연평균 증가율도 2000년 이후 12.9%로 1인당 GDP증가율 12.3%를 상회하고 있다. 그러나 중국 내 의료 인프라는 대도시 중심으로 발전하고 있어 낙후지역을 고려한다면 평균적인 의료 인프라는 낮은 수준이다. 특히 첨단 의료기술과 설비가 부족하고 사립병원의 평가가 좋지 않아 비용을 크게 고려하지 않는 부유층들은 해외의 수준 높은 의료서비스를 선호하고 있다. 중국 여행 잡지인 Traveller의 2013년 4월 아시아 의료관광 특집편에 따르면 연간 약 6만 명의 중국인이 의료관광을 나서고 있으며, 일본은 조기 암 예방 및 검사, 한국은 안티에이징 및 미용을 가장 선호하는 진료과목으로 꼽았다. 싱가포르는 가격 이외 모든 분야가 경쟁 우위에 있으며 대만의 경우는 성형기술 수준이 이미 한국과 차이가 없는 것으로 중국인들이 인식하고 있다고 보도되었다.

중국인들이 선호하는 의료관광 목적지로는 스위스, 대만, 싱가포르, 일본, 홍콩, 한국 등이 꼽히고 있으며, 최근 언어 소통이

자유로우면서도 선진 의료기술을 갖춘 대만의 선호도가 높아지고 있다. 이 밖에 발리 등 동남아 지역 휴양지를 중심으로 스파, 스트레스 해소 프로그램 등 세미 의료관광형태를 갖춘 휴

양 관광이 선호되고 있다. 중국은 우리나라와 지리적으로 가까우며, 문화적 유사성이 높아 중국 의료관광객은 우리나라 의료관광 시장에도 긍정적인 영향을 미칠 것으로 분석되고 있다.

중국 의료관광 목적지별 특징

목적지	의료관광 상품
스위스	항노화, 부유층 대상 초고가 휴양형 상품
대만	건강검진
싱가포르	건강검진, 몰디브지역 휴양
일본	암, 치과
홍콩	건강검진, 일반 치료
한국	성형
발리 등	외부로부터 격리, 스트레스 해소형 프로그램

출처 : 2012 상반기 의료관광 시장동향, 2012, 한국관광공사

의료관광 규제현황

현지의 의료관광 규제와 관련하여 중국 의료법에는 해외 의료기관 홍보 제한 문구가 없으나 중국 위생부가 '의료광고관리법'을 제정(2006.11.10 제정, 2007.1.1 부로 시행)하여 의료 관련 광고를 엄격히 제한함으로써 의료관광 홍보에 제약이 되고 있는 실정이다. 과대허위광고일 경우가 아니면 의료광고를 시행하는 경우도 있지만, 성형 등의 진료 정보를 직접적으로 광고하기에는 리스크가 있다. 이로 인해 오프라인에서는 미디어를 통한 기사성 접근이 효율적이며, 병원의 브랜드화를 통해 인지도를 확보하는 것이 중요하다. 의료관광 홍보 및 광고와

관련해서는 기사 등 신문보도는 가능하나 의료기관 외의 기관이나 기업이 '의료'라는 단어를 쓰면 안 된다.

중국인 의료관광객의 경우 구비서류가 복잡해 대부분 의료관광비자보다는 개별관광비자로 방문하는 실정이었다. 그러나 2012년 8월 1일 중국인 관광객 비자간소화 조치로 인하여 의료관광비자 발급이 수월해졌다. 또한 유치의료기관이 보증하거나 의료비자로 방문한 적이 있는 경우에는 3년(복수비자 발급 경력자는 5년)간 유효한 복수비자 발급이 가능하다.

중국 의료광고 관리법 주요 내용

- 제4조 : 공상행정관리기관은 의료광고에 대한 감독관리 책임이 있으며 위생행정부문과 중국약물관리부문은 의료광고의 심사 및 의료기관에 대한 감독 관리의 책임이 있다.
- 제5조 : 비의료기관은 의료광고를 해서는 안 되며 의료기관일지라도 기관 내 과·실 명의로 의료광고를 해서는 안 된다.
- 제6조 : 의료광고의 내용은 아래의 항목에 한한다.
 - ① 의료기관의 명칭(앞부분), ② 의료기관의 주소, ③ 소유제도의 형식 (주식회사 등), ④ 의료기관의 구분, ⑤ 진료과목, ⑥ 병상수, ⑦ 검진시간, ⑧ 전화번호
 - ①부터 ⑥까지의 항목은 위생행정부문, 중국약물관리부문이 비준, 공고한 <의료기관영업허가증> 또는 그 부분에 기재된 내용과 일치해야 한다.
- 제7조 : 의료광고 내용에는 아래의 사항이 포함되어서는 안 된다.
 - ① 의료기술, 의료방법, 질병의 명칭, 약물 등 ② 완치 보증 및 이를 연상케 하는 문구, ③ 완치율 등 시술의 결과, ④ 음란, 미신, 거짓 내용, ⑤ 타인 폄하 ⑥ 환자, 위생기술인력, 의학교육연구기구 및 인력, 기타 사회단체, 조직명, 이미지 등으로 증명하는 경우, ⑦ 해방군과 무장경찰부대 명의사용 ⑧ 법률 및 행정법규가 금지하는 기타 내용

마케팅 전략 방향 및 진행 상황

2012년 중국인 의료관광객은 3만 1,472명으로 미국, 일본을 제치고 가장 많은 의료관광객이 방문한 국가로 올라섰다. 한국을 방문하는 중국 관광객 수가 지속적으로 크게 증가하고 있기에 방한 의료관광객 역시 당분간 계속 증가할 것이라고 전망된다.

그러나 중국 현지에서의 조사결과를 보면 아직까지 대중들 사이에서는 한국의료에 대한 인지도가 낮고 불법 브로커나 일부 중국인과 한국 병원과의 잇따른 분쟁으로 이미지 손상이 우려

되고 있다. 2010년 3월 3일, 주한중국대사관은 미용성형분야에서 중국 관광객과의 분쟁이 빈번하게 발생하는 상황에 대해 대사관 홈페이지를 통해 한국 의료관광에 대한 주의를 게재한 바 있어 잠재적 의료관광객들을 대상으로 한국의료서비스에 대한 긍정적인 이미지를 심어줄 필요가 있다.

또한 가격이 정확히 제시되는 것을 선호하는 중국인들 사이에서 진료 전/후로 진료가격에 대한 불만표출이 많으며 방한 의료관광객 조사에서도 의료진의 충분한 정보제공에 대한 개선



한국의료관광 설명회(중국)

요구가 높게 나타났다. 상품 구성면에서도 대부분이 미용/성형 분야에 치중해 있는 점이나, 의료지식을 갖춘 통역자 미비 등으로 인한 불명확한 의사소통이 문제시되고 있다. 최근에는 중국 병원과의 업무협약 체결 등으로 중국에서도 외국의 의료서비스를 받을 수 있는 기회가 늘어나고 있으나 상당수는 중국 위생당국의 허가 없이 병원 자체적으로 진행하거나, 브로커와 의사간에 음성적으로 시행되고 있어 조만간 중국정부의 실태 조사 및 제동이 있을 것으로 예상된다.

한국관광공사는 중국인 의료관광객 유치와 한국 의료서비스의 이미지 개선을 위하여 중국 현지에서 한국 의료관광 설명회를 개최하고 있다. 특히 현지에서 인지도가 높은 미용성형 외에 건강검진, 치과, 안과 등 다양한 진료과목을 소개하여 현지 기반을 강화하기 위해 노력하고 있다. 한국 의료기관 및 에이전시와 중국 현지 업계관계자들 간의 비즈니스 미팅을 주선하여 비공식적 마케팅이 주를 이루는 중국시장에 공식적인 네트워크 구축을 지원하고 있다.

3) 러시아

의료관광 시장현황

러시아는 의료보험 적용범위가 넓어 대부분의 국민이 무료 또는 소액의 치료비로 의료서비스 이용이 가능하며, 러시아 국민의 사립병원 이용률은 50%이상이다. 그러나 의료수요에 비해 의료서비스 공급능력이 부족한 실정이고 전체 병원의 약 25%

를 차지하는 사립병원은 모스크바에 집중되어 있는 등 의료서비스 여건은 좋지 않다. Business-stat사의 보고서에 따르면 러시아 국민의 약 26%가 의사에게 치료비용을 별도로 지급하거나 선물을 제공하는 등의 비정상적인 의료시장(암거래) 서비스를 경험한 적도 있다고 한다. 또한 대부분의 사립병원은 응급치료(통원치료) 위주의 서비스를 제공하고 있어 자국의 낮은 의료수준과 긴 대기시간, 수술 전후 휴식 및 요양프로그램의 부재 등을 대체하기 위한 의료관광의 수요가 꾸준하다.

러시아는 2000년대 이후 Oil Money와 경제성장으로 부유층이 증가하여 러시아 국민의 69%는 수준 높은 의료 서비스를 받을 수 있을 정도의 재정능력이 있다고 전문가들은 분석하고 있다. '2012 의료국제 회의' 중 발표내용에 따르면 현재 연간 약 7만 명 이상이 치료 및 요양을 위하여 해외로 향하고 있는 것으로 알려져 있으며 이 과정에서 약 10억 달러 수준이 소비되는 것으로 추정된다. 러시아의 경우 여행 에이전시를 찾는 고객의 50% 이상이 의료관광 고객이라는 분석도 있다.¹⁶⁾

러시아의 전통적 의료관광 목적국가인 독일, 스위스, 이스라엘, 터키 등은 지리적 강점 외에 러시아 의료관광객 유치를 위한 편리한 제반여건을 내세우며 러시아 의료관광객 유치에 적극 나서고 있다. 이스라엘의 경우 의료기술 및 가격 경쟁력을 기본으로 러시아어 서비스가 가능하고 터키의 경우에도 가격과 지리적 이점을 기반으로 터키 항공사와 병원협회의 협력을 통하여 항공료를 보조하는 제도를 도입하고 있다. 또한 의료인 교환 및 교류활성화 프로그램이나 의료관광 전문 유치업체 및

16 의료관광 마케팅 조사, 2008, 한국관광공사



U-헬스센터를 통한 화상상담



한국 의료관광 설명회 (러시아)



한국 의료관광 광고



러시아 나눔의료관광 인터뷰 및 취재

환자를 대상으로 하는 다각적인 교류 프로그램을 운영하고 있다. 이들 국가들은 러시아와 CIS 국가 간 경제협력이 더욱 가시화 되고 있는 상황에서 정치 경제 수도인 모스크바를 중심으로 CIS 지역을 통합하는 전략적 관리 마케팅을 시행하고 있다.

의료관광 규제현황

의료관광과 관련한 별도의 법적 규제사항은 없으나 사할린의 경우 현지 무료상담행사가 거부되는 등 최근 러시아 현지 보건 관계 부처의 보수적인 자국의료보호 입장이 확인되고 있어 향후 조심스러운 마케팅 접근이 필요하다. 극동러시아 의료관광 마케팅은 유치업체 및 의료기관 공동 홍보설명회나 테마별 판촉이 유효할 수 있다.

마케팅 전략 방향 및 진행 상황

방한 의료시장은 현재 일부 병원 및 여행사, 개인채널 등을 통하여 이루어지고 있으나 2009년 이후 러시아를 비롯해 우크라이나 등 인근 CIS국가에서의 관심도가 급증하고 있다.

러시아 지역 통계에 의하면 의료관광객 모집 및 승객은 의료관광을 전문으로 취급하는 에이전시가 주를 이루고 있다. 향후 러시아 및 CIS 방한 의료관광 시장 활성화를 위해서는 에이전시들의 방한 의료시장에 대한 이해도를 높이고 러시아 의료관광객을 위한 편의성을 갖추는 것이 필요하다. 러시아 국적의 방한 의료관광객은 의료서비스 분야에서는 '병원직원'과 '기타 서비스'에 대한 만족도가 높았으며 진료 지연시 이유 설명, 의료진의 적절한 정보제공 및 요청사항에 대한 적극적 응대 등에

대한 만족도가 낮게 조사되었다. 문화적 차이를 고려한 케어와 관광과의 연계도 개선이 필요한 과제로 나타났다. 한 조사에서 의료관광 프로그램 선택의 가장 중요한 항목은 '가격'이라고 밝힌 응답자가 77%에 이른다는 점도 고려할만한 사항이다.

2010년 한국관광공사가 블라디보스톡 의료관광 설명회에서 실시한 설문조사에서 장래에 가고 싶은 나라로 한국(47%)이 싱가포르(37%), 중국(9%)보다 높게 나타날 정도로 최근 극동 지역 방한 의료관광이 활성화되고 있다. 블라디보스톡 지역은 U-헬스센터를 모델로 삼아 업체 자체적으로 한국 병원과 화상상담이 진행되기도 한다. 사할린 지역에서는 주로 고려인을 중심으로 의료관광이 취급되고 있으므로 교포시장 확대를 위해 에이전시와 꾸준히 협력할 필요가 있다. 연해주 통계국 자료의 발표에 따르면, 최근 1년간 연해주 주민 사망자의 55.5%가 심장마비 혹은 급성 뇌졸중과 같은 혈관계 질병이며, 그 다음으로 종양분야가 14.6%, 외과부상과 식중독이 11.1%로 방한의료관광 활성화를 위한 시사점을 찾을 수 있는 통계로 평가된다.

한국관광공사는 2013년 블라디보스톡의 U-헬스센터 2주년을 맞아 화상상담자를 대상으로 나눔의료관광을 추진하였으며, 크라스노야르스크 지역을 방문하여 나눔의료관광 수혜자를 사전 진단하는 '찾아가는 나눔의료관광' 활동을 펼쳤다. 이번 찾아가는 나눔의료관광 행사는 2012년 체결한 MOU 활동의 일환으로, 현지 언론에서도 함께 한국을 찾아 진료 과정뿐만 아니라 한국의 매력적인 관광지도 소개하는 기회를 마련하였다.

4) 미국

의료관광 시장현황

미국은 세계 의료관광 시장에서 가장 규모가 큰 국가로 송출 및 목적지에서 모두 주요국가로 여겨지며, 전 세계 중증환자들이 전문적 치료를 받기 위해 방문할 만큼 높은 의료기술 수준을 보유하고 있다. 그러나 민간 의료보험제도 하에 국민의료비 부담이 높아 의료보험 미가입자 비율이 약 15%에 달하며 GDP대비 국민의료비 비율도 15.3%로 세계 최고 수준이다. 이 같은 비싼 의료비용과 긴 대기시간으로 인하여 해외로 나가는 의료관광객 수가 지속적으로 증가하고 있다. 딜로이트의 연구결과에 따르면 미국에서 해외로 나가는 의료관광객 수는 매년 35%의 성장률을 기록하며 2012년에는 160만 명에 이를 것으로 예측¹⁷⁾ 되고 있는 반면 미국 내 치료목적 여행자는 점차 감소하여 2017년에는 56만 명 수준이 될 것이라고 전망되고 있다.¹⁸⁾

의료관광을 한다면 치료받고 싶은 진료과목 (단일 응답)

진료과목	응답자(명)	비율(%)	진료과목	응답자(명)	비율(%)
치과	240	18.1	정형외과	52	3.9
대체의학	238	18.0	종양	49	3.7
미용	218	16.5	척추	47	3.5
스파	164	12.4	중독 치료	45	3.4
안과	78	5.9	기타	135	10.2
이비인후과	59	4.5			

출처 : How Does Retirement Tourism fit into Global Healthcare, 2010, Center for Medical Tourism Research

17 Medical tourism: Update and implications, 2009, Deloitte

18 Travel Market Report, 2012. 1.12

19 미국 보건의료개혁과 보건산업의 영향, 2012, 보건산업진흥원 미국지소

마케팅 전략 방향 및 진행 상황

한국관광공사의 방한 의료관광객 만족도 조사를 기반으로 살 펴볼 때 의료서비스 중 '정보 및 교육', '병원 직원 및 시설'과 관련된 서비스는 미국인들에게 상대적 강점으로 작용한 반면, 원하는 정보제공 및 개인의 사생활을 보호할 수 있는 시설의 개선이 요구되고 있다. 관광서비스 분야에서는 숙박시설과 현지 가이드 및 에이전시의 전문성에 대한 개선이 필요한 것으로 분석되었다.

한국관광공사 뉴욕지사는 2012년 1월 미국 내에서의 보다 원활한 마케팅 지원을 위하여 미국에 진출한 한국 의료기관, 보건산업진흥원 미국지소와 함께 '미국 진출 한국의료기관 협의회'를 발족하였다. 협의회에서는 미국 의료관광 시장 개척을 위한 공동마케팅을 추진하는 한편 Medical Korea Expo 등 각종 사업에 상호 협력하는 길을 모색하고 있다.

5) 중동(사우디아라비아)

의료관광 시장현황²⁰⁾

사우디아라비아는 석유에 기반을 두고 있으며, 정부가 주요 경

제활동을 통제하고 있는 국가이다. 세계 23위의 경제권을 가지고 있으며 MENA(중동북아프리카) 최대 경제국이자 최대 자유시장으로 세계에서 성장이 가장 빠른 국가 가운데 하나이다. 사우디아라비아는 2010년 말 기준, 415개 종합병원과 2,094개 1차 의료기관(PHC: Primary Healthcare Center)이 운영되고 있으며 모든 국민과 공공 부문에서 근무하는 외국인 거주자들에게 무료 공공 의료서비스를 제공하고 있다. 정부는 2011~2016년 동안 121개 병원을 신축하고 66개 병원을 개축할 계획을 갖고 있다.

사우디 보건부(MoH)가 의료산업에 지속적인 투자를 하고 있지만, 공공 투자만으로는 인구 급증, 고령화, 장기 질환 발병률 상승 등으로 인한 의료 수요를 충족하지 못할 것으로 전망된다. 사우디는 매년 3.15%씩 인구가 급증하고 있으며, 2015년 3,169만 명에 달할 전망이다. 평균 수명도 늘어나서 은퇴 연령(60세 이상)을 넘은 인구도 증가할 전망이다. 사회경제 발전과 환경의 변화로 비만, 고혈압, 2종 당뇨병 등 비감염성 만성질환의 발병도 높아지고 있는데, 사우디 국민 가운데 70% 이상이 비만으로 분류되는 것으로 파악²¹⁾된다. 지난 2010년 보건부 산하 의료 센터를 방문한 사람 중 6.55%는 당뇨와 관련된 질병을 앓고 있다고 보고된 바 있다. 생활 양식이 변화되지 않는다면, 당뇨로 인한 경제적 부담과 사망률이 급증할 것으로 예상된다.

국영의료기관 주요 질환 진료건수

단위: 명

질환	전염감염질환	당뇨병	고혈압	기관지질환	피부질환	근골질환	전체 진료수
진료건수	138,468	2,012,673	1,333,836	10,751,525	1,396,817	2,222,356	30,700,440

출처: 사우디 보건부

²⁰ 2012 주요 서비스 분야별 해외진출 가이드, 2012, Kotra

²¹ 사우디 당뇨 및 내분비 질병 협회(SDEA) 2010년 발표 통계



한국 의료관광 설명회(UAE)

사우디는 정부가 의료서비스를 무료로 제공하고 있지만 부유층들이나 일부 환자들은 병상부족과 고품질의 의료서비스를 위해 해외로 향하는 경우가 많다. 사우디뿐만 아니라 중동 대부분의 국가들은 증가하는 의료수요를 수용하고자 정부에서 지속적으로 투자하고 있으나 우수한 의료인력 및 인프라 부족으로 아직 외국으로 향하는 수요가 많다. 최근 카심 의과대학의 의료품질 만족도 조사 결과²²⁾를 보면 환자들은 병원 시설 유지 상태와 위생 상태에 높은 만족도를 보였다. 그러나 38%와 40%의 환자들은 대기 시간과 병명에 대한 정보에 만족하지 못한다고 응답했다. 또 48%는 진료 시간이 충분하지 못하다고, 38%는 증상을 자세히 설명할 수 없었다고 불만을 털어냈다.

사우디의 경우 일 년에 약 20만 명, 아랍에미리트(UAE)는 약 13만 명이 해외로 의료관광을 나서는 것으로 조사되었다. UAE의 경우 의료관광 목적지로 약 8만 6천 명이 태국을 찾고 있으며 미국과 독일, 영국 등이 강세이다. 예멘, 수단, 이집트와 같이 가난한 국가의 환자는 주로 요르단으로 향하고 있으며 부유국인 걸프국가에서는 가까운 레바논을 의료관광 목적지로 선호한다.

의료관광 규제현황

아부다비 보건청, 두바이 보건청, 카타르 보건청 등에서는 자국 내에서 치료가 어려운 환자를 보건청에서 전액 부담하여 외국으로 송출시키고 있고, 엘라프 그룹 등 우수 병원들과 계약을 체결한 전문 유치업체도 활동하고 있다. 보건청에서 주도하여 해외로 송출하는 의료서비스 분야는 2011년 1/4분기 기준

²² 카심 의과대학 피부과의 압둘리프 알줄리바니(Abdullateef A. Alzolibani)조사, 2010년 1월 1일~3월 30일 카심 의과대학 산하 피부과 외래 클리닉 방문 741명의 환자 대상

으로 악성종양이 1위를 차지했고 소아심장수술, 척추수술, 정형외과수술, 재활수술 등이 뒤를 이었다. 아부다비의 경우 해외 환자를 송출할 때에는 9명의 의학전문가로 구성된 의료위원회에서 송출에 적합한 환경, 기간, 비용 등에 관한 심의를 거쳐 결정한다.

사우디 보건부는 의료 부문을 민영화의 핵심 대상으로 간주하고 사우디 투자청(SAGIA)과 공동으로 대응하고 있다. 사우디는 WTO 협약에 따라 병원 서비스와 기타 보건 관련 서비스에 제약을 두지 않고 있어 외국인 투자가 자유화된 상태이다. 그러나 보건부가 외국인 투자를 제한하고 있어 실제로는 제약을 받을 수 있다.

마케팅 전략 방향 및 진행 상황

의료관광 목적지로 한국에 대한 인지도는 높지 않은데 이는 한국 의료서비스에 대한 정보 부족에 기인하는 것으로 분석되어 한국 의료관광에 대한 홍보와 지속적인 교류가 필요한 시점이다. 2011년 11월에는 아부다비 보건청과 한국 4개 의료기관의 환자송출 계약이 체결되는 등 한국으로의 의료관광이 확대되고 있다.

한국관광공사는 2012년 12월 중동지역의 전략적 요충지인 아부다비에서 최초로 의료관광 설명회를 개최하여 현지 여행업계 및 잠재고객들에게 한국 의료관광을 알리고 현지 네트워크를 구축하는 기회를 마련하였다. 설명회는 비만, 당뇨, 척추 등 중동지역에서 관심이 높은 진료과목을 중심으로 시행되었으며



한국 의료관광설명회(베트남)

참가자들은 비수술 척추치료와 인공관절에 대해 높은 관심을 보였다. 또한 한국을 찾는 중동 의료관광객 및 가족들을 위해 무슬림 식단을 개발하고 관련 홍보책자를 발간하고 있다.

6) 베트남

의료관광 시장현황 ²³⁾

베트남 의료시장은 9,200만의 인구와 가파른 소득성장으로 잠재력이 높은 시장으로 평가받고 있다. 의료분야는 베트남 정부의 국가 개발정책 우선 분야에 포함되어 있어서 보조금 등 정부로부터 지속적인 지원을 받고 있다.

베트남의 의료서비스는 크게 의료행정과 진료행정으로 나뉘며 의료기관은 중앙, 주립, 지구, 공동체의 4단계로 구분된다. 지구와 공동체 의료기관은 의료서비스 수준이 낮아 환자들이 중앙과 주립기관으로 몰리는 경향이 있다. 베트남 정부는 선진 국가와 동등한 수준의 지역 보건서비스 품질향상 및 국민의 검진 및 치료 필요성을 충족하는 것을 목적으로 2020년까지 10,000 명의 환자 당 최소 25.5개 비율의 병상을 구비할 예정이다, 2014년까지 전 국민을 대상으로 의료보험 의무가입을 추진하고 있다.

대다수의 대도시 병원들은 낙후된 시설과 병상부족 등의 문제가 있지만, 자원 부족으로 의료기구나 서비스 개선이 지체되고 있는 실정이다. 하노이나 호치민시에는 근대적인 의료기기

를 갖춘 사립병원과 클리닉이 몇 군데 있으나 태국이나 싱가포르 정도의 의료수준에는 미치지 못하는 상황이다. 특히 병상수의 부족으로 대부분의 베트남 병원은 포화 상태이다. 시설대비 환자 수용비율이 111~120% 선에 달하며 대형병원으로 갈수록 초과 수용상태가 더욱 심각하다. 수술의 경우에는 300%의 업무과부하가 발생하고 있으며, 각 병원의 전문치료분야(방사선, 심혈관, 종양 등) 역시 200% 이상 포화 상태에 있다. 현재 베트남에선 부유층의 의료서비스 수요에 맞춰 Franco-Vietnam Hospital 등 외국계 투자법인 병원의 숫자가 증가하는 추세이다.

베트남은 전문 인력 부족, 복잡한 절차, 느린 서비스, 의료진의 불친절한 태도 등 열악한 국내 사정으로 의료관광 수요가 꾸준하다. 해외로 향하는 베트남 국적의 의료관광객은 대략 4만 명 선으로 20억 달러의 소비규모를 가진 것으로 파악되고 있다. 베트남인들이 선호하는 의료관광 목적지는 미국, 싱가포르, 유럽, 태국, 말레이시아, 중국, 한국 등이다. 그 중 싱가포르, 태국, 말레이시아는 저렴하고 경쟁력 있는 가격과 함께 전문 의료서비스로 베트남 내에서도 주목받고 있다. 싱가포르에서 베트남 고객 대상 컨설팅 서비스를 제공하는 VietSing 건강관리 센터에 따르면 베트남 환자의 대부분은 암 등의 위독한 질병 치료와 간, 눈, 심장 등의 복잡한 수술을 목적으로 싱가포르를 찾는다고 하며 현재 대부분의 싱가포르 병원은 베트남 환자를 위한 통역 서비스를 제공하고 있다.

²³ 베트남 의료현황 조사, 2013, 한국관광공사

의료관광 규제현황

베트남에서 외국인이 의료행위를 하려면 베트남에서 발급하거나 인정하는 의료전문 자격증이나 인증서, 검역증명서 등이 필요하다. 치료 및 처방은 베트남어로 작성되어야 하며 통역사를 고용할 경우 보건부에서 인정한 자격을 갖춘 사람이어야 한다. 2016년 1월 1일 이후 베트남의 건강검진 및 치료 기관 종사자들은 정부에서 발행한 의료실습인증서를 보유해야 한다.

마케팅 전략 방향 및 진행 상황

베트남에서 한국은 주요 여행목적지 중 하나로, 한국을 방문한 베트남 관광객은 2010년 9만 213명, 2011년 10만 5,531명, 2012년 10만 6,507명으로 증가추세에 있다. 의료관광객도 꾸준히 증가하고 있어 2010년 921명에서 2011년 1,336명, 2012년에는 2,197명으로 증가하였다. 2011년 베트남 의료관광객이 한국 체류기간 중 지출한 비용²⁴⁾은 37만 8,300달러로 전년대비 115.6%가 증가하는 등 한국 의료관광 시장에서 베트남이 차지하는 비중이 커지고 있는 만큼 베트남 의료관광객 유치 및 양질의 의료서비스 제공을 위한 지속적인 관심이 필요하다.

한국관광공사는 베트남, 캄보디아 등의 동남아 신규시장 마케팅을 위해 2011년 하노이 지사를 개설하였으며 나눔의료관광 등의 확대를 통해 한국 의료관광 이미지를 제고하고 있다. 또한 현지 의료관광 설명회를 개최하여 한국 의료기술의 우수성을 알리면서 우호적 이미지를 심어주려 노력하고 있다.

²⁴ 2013년 5월 현재 2012년도 각 국적별 지출비용에 관한 보건복지부 통계자료는 발표되지 않았음

²⁵ 2012 주요 서비스 분야별 해외진출 가이드, 2012, Kotra

7) 인도네시아

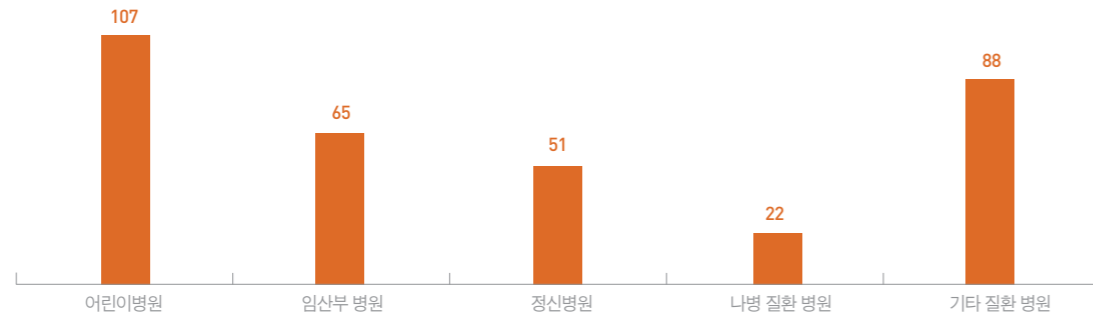
의료관광 시장현황 ²⁵⁾

인도네시아 인구는 2011년 기준 2억 4천만 명으로 세계에서 네 번째로 인구가 많은 나라이다. 인도네시아는 지난 수년간 6%가 넘는 높은 경제성장률을 기록하였고, 전체인구 2억 천만 명 중 5%인 1,150만 명이 월 1만 달러 이상의 고정소득이 있는 상류층이다. 인도네시아 의료관광객이 소비하는 비용은 연간 115억 달러로 조사된바 있다.

인도네시아 병원은 종합병원과 암 등의 특정분야 치료 전문병원(RSK)으로 나뉘는데, 2011년 기준 인도네시아 병원 수는 1,962개로 종합병원이 76.4%, 전문병원이 23.7%정도이다. 최근 소득 수준의 증가에 따라 암, 뇌혈관 질환, 성인병 등이 늘고 있어 대도시를 중심으로 전문병원이 빠르게 늘어나는 추세이나 의료 인력은 전체적으로 부족한 실정이다. 대부분의 병원은 자바와 수마트라에 편중되어 있고 밀림지역 등에는 극히 적다. 인도네시아의 보험체계는 사회적 의료보험과 민간 의료보험이 공존하는데 민간 의료보험 가입자는 3백만 명 선으로 미약한 수준이며 사회적 의료보험은 저소득층을 위한 보험이 절반 이상을 차지한다. 인도네시아 정부는 2014년부터 모든 인도네시아 국민과 6개월 이상 거주하는 외국인인 대상으로 의료보험 제도를 확대하여 2019년까지 모든 국민이 혜택을 받도록 할 계획이다.

2010 인도네시아 분야별 전문병원 수

단위: 개



출처: 인도네시아 보건부

한편, 의료 서비스 수준을 개선하기 위해서 외국과의 의료 협력 활동과 양질의 의료 인력을 확충하려고 노력 중이다. 2010년 기준 국제기구 또는 외국 기관과 약 25건의 의료 협력 MOU가 추진되었으며 ODA(공적개발원조) 방식의 협력도 활발히 추진 중으로 우리나라와는 병원 개선분야를 중심으로 협력하고 있다.

외국과의 협력 활동 예산

단위: 백만 달러

구분	2010	2011	2012	2013	2014
예산	1.5	1.6	1.6	1.9	2.1

출처: 인도네시아 보건부

한국-인도네시아 의료 서비스 분야 ODA 프로젝트

사업명	내용	규모
인니 종합병원 개선사업	자카르타, 보고로, 반둥, 발리 4개 지역 소재 종합병원에 의료장비 공급	2천 4백만 달러
아담말릭 병원 개선사업	북부 수마트라 소재 아담말릭 병원에 응급센터, 심장세터용 의료 기자재 공급	3천만 달러

출처: 한국 수출입은행

의료관광 규제현황

2010년 개정된 의료 서비스 광고에 관한 보건부 장관령(Ministry of Health No. 36 of 2010 on Healthcare advertisement)은 의약품 광고의 허용 범위와 광고에 포함시켜서는 안 되는 내용을 규정하고 있다. 의료서비스 광고는 할인혜택 또는 기타 금전적 이득의 제공과 같은 내용을 포함해서는 안 되며, 환자의 치료 경험을 포함하는 것도 금지된다.

인도네시아는 외국인 투자병원의 지분한도를 67%로 상향조정하였으며 메단과 수라바야 2개 도시에만 허용되었던 외국병원을 전국적으로 허용하였다. 2010년 개정된 병원 인허가에 관한 보건부 장관령(Ministry of Health No. 36 of 2010 on Hospital License)에 따르면 현지 병원 운영을 위해서는 병원 설립허가(2년간 유효)를 보건부 장관으로부터 받은 후 병원 운영허가를 얻어야 한다. 클리닉은 외래환자 및 입원환자를 치료할 수 있으나, 입원 환자 치료 기간은 5일을 넘을 수 없다. 그러나 외국인 의사가 직접 진료활동을 하는 것은 금지되고 있으며 현지 의사를 대상으로 의료 기술 이전과 지식을 전수하는 컨설팅 역할만 허용된다.

마케팅 전략 방향 및 진행 상황

인도네시아는 자국의 열악한 의료 인프라로 인해 해외에서 의료서비스를 받는 것에 익숙하여 의료관광에 관한 수요와 잠재력이 큰 지역이다.

인도네시아는 한류콘텐츠 인기와 한국에 대한 우호적인 정서로 한국방문에 대해 긍정적이며 특히 미용성형 의료관광이 크게 인기를 끌고 있다. 한국관광공사는 인도네시아 자카르타 지사 개소 이후 의료기관 및 유치업체들과 공동으로 매년 의료관광 홍보 설명회를 개최하고 있으며, 스타마케팅을 통해 한국 의료기술을 지속적으로 홍보하고 있다. 2011년 한국관광 명예 홍보대사로 임명된 인도네시아 톱스타인 산드라 드위(Sandra Dewi)는 2012년에도 한국을 방문하여 메디컬 에스테 및 척추 건강검진을 체험하였으며, 드위의 한국 방문 및 의료서비스 경험 내용은 인도네시아 현지 주요 언론에서 방영되었다.

공사는 인도네시아 시장에서도 한국 의료관광의 우수성을 효율적으로 알리기 위해 나눔의료관광을 추진하고 있다. 나눔의료관광은 기술적, 경제적 이유로 치료가 불가능한 환자를 한국으로 초청하여 치료하는 방식이다. 2012년 3월에는 난청어린이 2명이 한국에서 인공와우 이식수술을 받았으며, 성공담은 현지 SCTV에서 뉴스 및 휴먼다큐 프로그램으로 제작되어 방영되었다. 또한 공사는 지속적인 나눔의료관광 추진과 한국 의료관광 인지도 향상을 위하여 인도네시아 영부인이 설립한 정부료배우자연대(SIKIB)와 업무협약을 체결하였다. SIKIB는 쓰나미 직후 세워진 인도네시아 정부각료 배우자모임으로 복지, 교육, 환경, 문화 등 인도네시아 내 다양한 분야의 사회공헌 활동에 관여하고 있다.



산드라드위 한국 의료관광 체험 취재 지원



SCTV 한국 의료관광 방송



인도네시아 나눔의료관광



공사-SIKIB 업무협약 체결



한국 의료관광 설명회(필리핀)



그레이스리 방한 사진

8) 필리핀

의료관광 시장현황 ²⁶⁾

필리핀 인구는 약 1억 명으로 세계에서 12번째로 인구가 많은 국가이며 30대 이하가 전 인구의 절반을 차지하고 있다. 필리핀은 약 7천여 개의 섬으로 이루어진 국토 특성상 각 섬과 지역마다 유행하는 질병이 다르다. 필리핀 지역의 주된 질병은 급성하기도감염과 폐렴, 설사, 고혈압 등이며 소득 계층간 건강 수준 및 의료서비스 접근성의 불평등이 심하여 감염성 질환에 의한 이환 및 사망이 높게 나타나고 있다.

필리핀의 의료서비스는 공공분야와 민간분야로 나누어져 있으며 상위병원으로 갈수록 민간소유 비율이 높아진다. 의료수준은 도시부와 지방의 격차가 커서 마닐라 수도권에서는 근대적인 설비를 갖춘 사립종합병원에서 최첨단 의료서비스를 받는 것이 가능하나, 지방병원은 노후화가 진행되고 있으며 위생상태가 좋지 않아 안심하고 의료서비스를 받을 수준에는 미치지 못한다.

의료관광 규제현황

필리핀은 서구문화의 영향으로 크고 작은 문제 발생 시 즉각 법적 소송을 제기하는 문화가 만연하여 시술 후 불만족 또는 후유증 발생 시 해당 의료기관 뿐만 아니라 유치업체 등을 대상으로도 소송할 가능성이 있으므로 사전에 정확한 정보공유가 필요하다.

마케팅 전략 방향 및 진행 상황

필리핀 의료관광객은 싱가포르나 일본을 선호하였으나 최근 한류의 영향으로 미용의료관광을 위해 한국을 찾는 필리핀인이 늘고 있다. 방한 의료관광객은 2010년 957명에서 2012년 1,767명으로 크게 늘었다.

한국관광공사는 한국의료서비스의 높은 수준과 최첨단 인프라, 연계 관광코스 등 다양한 정보를 제공하고, 최고위층을 대상으로 하는 고품격 상품 개발 및 판매 확산을 이끌기 위한 마케팅 활동을 추진하고 있다. 2013년 4월 마닐라에서 현지 초고소득층인 마닐라 플로클럽회원을 대상으로 하는 한국 의료관광 설명회인 'Beauty & Wellness in Korea'를 개최하였다. 또한 한국계 인기 연예인인 그레이스 리(Ms. Grace Lee)를 초청하여 우수 의료서비스를 체험하고 연계 관광프로그램을 소개하는 프로그램을 제작하였다. 특집 프로그램은 현지 3대 공중파인 TV5에서 그레이스 리가 진행하는 프로그램을 통해 2주간 매일 에피소드 형식으로 방송되어 건강과 뷰티에 관심이 높은 필리핀 여성층에게 한국 의료관광을 알리는데 일조하였다.



찾아가는 나눔의료관광(미얀마)



한국 의료관광 설명회(미얀마)

9) 미얀마

의료관광 시장현황

미얀마는 상위 3%의 최상류층이 전체 GDP의 97%를 차지하고 있을 만큼 빈부격차가 심한 지역이다. 국립병원이 있지만 위생상태 등이 열악하고 병원 내 수용인원 관리를 위해 내국인까지 출입통제를 하고 있으며 사립병원은 우리나라 중형 종합병원 수준으로 위생상태 등이 좋지만 진료비가 국립병원의 20배 가까이 비싸 중산층 이상만 이용할 수 있는 실정이다.

마케팅 전략 방향 및 진행 상황

미얀마 지역은 최상위층이 주요 잠재 소비층으로, 한국 유치 노력을 기울이는 동시에 현지 의료 인프라를 개선할 수 있도록 의료진간 교류 등 정부 및 민간차원에서 지원하는 전략이 필요하다.

한국관광공사는 미얀마에 한국의료를 알리고 공사의 인본주의 감성마케팅 전략에 따라 낙후지역 사람들에게 의료서비스를 제공하고자 2012년 12월 최초로 찾아가는 나눔의료관광을 추진하였다. 공사는 의사와 약사 등 의료진과 함께 양곤의 열레마을을 방문하여 이틀 동안 어린이를 비롯한 주민들의 질병 치료와 복약처방을 진행하였다. 양곤은 미얀마의 대표적 경제수도이지만, 양곤 시내에 병원이 단 3개뿐이고 그 시설도 열악하다. 이번 나눔의료관광을 통해 총 378명의 주민들이 혜택을 받았으며, 한국 의료기술의 우수성을 알리는 좋은 기회가 되었다. 2013년에는 손이 점점 커지는 질환인 거지증으로 인하여

적절한 치료를 받지 못해 정상적인 생활이 불가능했던 15세 소녀를 초청하여 치료를 받게 하는 등 지속적인 나눔 활동을 펼치고 있다. 활동내용은 미얀마의 각종 언론매체에 보도되는 등 미얀마와의 우호적 관계를 다지는데 크게 기여하고 있다.

의료서비스 테마별 마케팅 지원 사업



대장금 한방의료관광 체험 행사

1) 한방

한방은 우리나라만의 독창적인 전통의학으로 치료요법, 우수한 인적자원, 높은 안전성 등으로 인정받고 있다. 최근 한류 열풍으로 한방의료에 대한 관심이 부쩍 늘고 있으며 일본, 러시아 의료관광객들이 특히 높은 관심을 보이고 있다. 한방과 관련된 서비스 범위로 전통적인 한방 진료서비스 외에 한방 의료기술, 한방차, 한약재, 침구, 약초 재배원, 한방테마파크, 한방 보양식, 한방화장품 등으로 확대되어 다양한 서비스를 제공하고 있다.

한국관광공사는 한방을 한국 의료관광의 핵심 테마로 선정하고 '한방+치유+건강관리'가 연계된 고부가가치 한방웰니스 산업으로 육성시키기 위하여 노력하고 있다. 공사는 우선 일본 시장을 주 타깃으로 삼아 한방의료관광 시장 기반을 마련하고 이를 발판으로 한방/웰니스 시장의 세계화를 이끌어 나갈 계획이다. 단기적으로는 동의보감 세계기록유산 등재를 활용한 한방의 우수성과 미용한방 등 한의학의 독자성, 체계성, 철학 등을 집중적으로 알려 나갈 계획이며, 중장기적으로는 한방리조트, 한방메디텔, 한방약초테라피가든, 한방스파센터 등 '한방+치유+건강관리'를 연계해 지속적인 성장을 도모한다는 전략이다.

한국관광공사는 이를 위하여 2011년 KIMTC를 한방 특별전으로 개최하고 일본인 한의사를 명예홍보대사로 임명하는 한편 일본 방송을 통해 한방의료관광을 집중 홍보하고 있다. 또한

막걸리 팩 등 일본인이 선호하는 한방 특화상품을 개발하고, 카지노, 골프 리조트 등과 파트너십을 맺고 VIP 대상 상품 체험 기회를 늘리는 등 한방의료관광을 고부가가치 의료상품코스로 확산시키고 있다. 공사는 한방의료관광 R&D강화를 위하여 한방의료관광 시장조사 보고서를 발간하고, 업계와 우수사례를 공유하기 위한 일본관광객 사례집인 '한방순례'를 발간하였다. 또한 각 지역의 한방 및 테마자원을 활용한 마케팅 전략을 수립하고 있다.

공사는 한방의 세계화와 한방상품 시장의 활성화를 위하여 해외 네트워크 채널을 구축하는 한편 컨벤션 및 전시회 개최를 지원하고 있다. 2012년 10월에는 대구 엑스코(대구전시컨벤션센터)에서 열린 '대한민국한방엑스포'에서 대구시와 함께 의료관광 해외바이어 상담회를 열어 중국, 러시아, 싱가포르 등 20여 개국 바이어와의 상담기회를 마련하기도 하였다.

일반 관광객에게 한방의 우수성을 알리기 위한 '대장금 한방의료관광 체험 행사'도 매년 개최하고 있다. 남산골 한옥마을에서 개최되는 대장금 행사는 드라마에서처럼 전통복식을 갖춘 의료진 및 진행요원들이 진맥, 침 등 한방체험을 제공한다. 2012년 9월부터 8주간 진행된 행사에는 80개국에서 온 5,461명의 외국관광객이 참가하여 한방 검진 및 치료를 받았다.

더불어 해외현지에서 한방을 테마로 한 전문 의료관광 설명회도 개최하고 있다. 2012년에는 사할린지역의 한국문화주간에 맞추어 10월 23일 유즈노사할린스크와 25일 블라디보스톡에



한방 의료관광 설명회 -블라디보스톡

서 각각 한방 테마의료관광 설명회를 개최하였다. 현지인들도 양·한방 협진 프로그램에 우호적인 반응을 보였으며 관련 내 용이 기사화되는 등 한국 의료관광 상품의 다변화를 모색하는 계기가 되었다.

재발의 고통에서 벗어난 한방탈모치료

일본에서는 인구 10명 가운데 1명이 탈모 때문에 고민하는 것으로 알려져 있다. 그러나 아직까지 안정성을 확보한 확실한 발모제는 없는 실정으로 2010년 일본 피부과학회에서 자가모발 이식은 B등급, 인공모발 이식은 거부반응이 많단 이유로 최하위등급을 받았다. 스트레스와 과로가 주된 원인인 원형탈모의 경우 한의학에서는 신장의 정수(精髓)를 충분히 보충하고, 기혈순환을 원활하게 해주는 것을 해결방법으로 본다. 몸 내부의 불균형을 바로 잡고 건강한 몸을 만들어 탈모의 근본적인 원인을 해결하려는 것이다. 따라서 탈모증으로 병원을 내원했다 하더라도 전신건강부터 체크한다. 그 후 두피케어시스템을 통해 두피를 관리해 주고 필요에 따라 침 치료를 병행하기도 한다. 침 치료는 두피 혈액순환을 개선시키고 탈모증상을 개선해주는데, 3개월 정도 지속해야 효과를 볼 수 있으며 증상치료를 두피관리와 꾸준히 병행하는 것이 좋다.

남성 탈모 환자의 경우 한의학적으로 오장육부의 깨어진 균형을 조절하여 일차적으로 탈모의 진행을 멈추게 하고, 전체 모발 중 '휴지기' 모발을 '생장기'로 유도하여 건강한 모발 수를 늘리는 치료를 하게 된다. 여성 탈모는 유전이나 호르몬의 영향보다는 다이어트나 스트레스, 임신과 출산 등으로 인한 몸 내부의 불균형이 원인인 경우가 많기 때문에 미용교정을 통해 자율신경계의 평형성을 유지시켜주는 치료를 통해 높은 효과를 내고 있다.

도쿄에 사는 미즈시마 노리히코(남, 51세)씨는 2008년부터 원형탈모로 고민하고 있었다. 피부과에서 '다발성 원형탈모'라는 진단을 받고 치료를 받았으나 곧 재발했고, 치료가 거듭될수록 회복 속도는 늦어졌다. 약 2년간 수차례의 호전과 재발을 반복하는 동안 오히려 다른 부위로 탈모가 퍼져나갔다. 그러던 중 인터넷 검색을 통해 한국에 탈모 전문 한의원이 있다는 걸 알게 됐다. 탈모 질환만 전문으로 보는 의료기관이라 믿음이 가기도 했지만, 한방 치료가 몸의 전반적인 건강에도 좋을 것 같아 한국행을 결심했다.

2010년 6월, 노리히코씨는 한국의 탈모전문 한방병원인 이문원한의원을 찾았다. 먼저 건강 상태와 두피 상태를 확인할 수 있는 문진표를 작성하고 스트레스도를 검사했으며, 원형탈모 부위를 꼼꼼히 촬영했다. 검사 결과, 탈모뿐만 아니라 스트레스로 인해 면역력도 약해져 건강이 썩 좋지 않은 상태였다. 노리히코씨는 加味二四湯(가미 이사탕)이라는 탕약을 처방받았으며, 한국에 있는 동안 매주 2차례 내원하여 약침과 재생치료(고농도의 약재추출액을 두피에 도포)도 받았다. 일본에 돌아가서도 꾸준히 탕약을 복용하고 바르는 치료제를 사용 하자, 치료 시작 3주 후부터 탈모량이 급격히 줄어들고 새로운 모발이 자라나기 시작했다. 그 후 한국에 있는 담당 의사와 이메일, 인터넷 화상통화를 이용하여 치료제 사용과 두피 상태를 체크하면서 지속적인 꾸준한 치료를 진행했다. 치료를 시작한 지 5개월 후, 원형탈모 부위에 모발은 모두 자리났다. 현재 노리히코씨는 한의원에서 유전적 남성탈모 치료를 꾸준히 받고 있다.

2) 웰니스 관광

장기적 관점에서 심신의 안정을 추구하는 웰니스(Wellness) 관광이 의료관광의 새로운 테마로 떠오르고 있다. 세계보건기구(WHO)의 규정에 따르면 웰니스(Wellness)란 건강한 생활의 모든 영역을 포괄하는 광의적 개념으로서 웰니스의 3요소인 운동, 영양, 휴양을 통합하여 추구해 나가는 것을 의미한다.

웰니스 관광은 보양·의료·미용 등 건강증진 관광과 자연휴양자원을 이용한 관광, 전통음식의 시식·조리를 포함한 관광, 전통문화·농어촌 및 사찰체험을 통한 관광 등 다양한 유형의 관광활동을 포함하는 활동으로도 정의되고 있다.²⁷⁾

웰니스 관광은 항노화, 비만관리 등의 육체적 건강관리와 스파, 명상을 통한 정신적 치유를 동시에 추구하기 때문에 장기

체류 가능한 고부가가치 아이টে็ม으로 각광받고 있다. 온천 등 힐링 테마산업이 발달한 일본의 경우 웰니스 산업이 2020년까지 12~16조 엔 규모로 성장할 것으로 예측하고 있으며, 태국, 인도 등에서도 자국의 전통의학과 지역관광자원, 식이요법, 각종 테라피 등을 접목한 복합 의료관광 사업이 의료관광의 새로운 전략아이টে็ม으로 부상하고 있다.

우리나라에서도 자연경관과 스파, 온천 등을 결합한 웰니스 상품들이 다양하게 개발되고 있다. 리조트, 호텔 등에서는 일상 속에서 지친 육신과 심신을 개운하게 해주는 웰니스 스파를 내세우고 있으며, 테라피, 피트니스 프로그램 등과의 결합도 시도되고 있다. 산림에서 자연면역력을 높여주는 산림테라피나 걸으면서 자연을 느끼는 올레길 산책코스 등도 건강증진과 관광, 휴양과 명상을 결합한 좋은 웰니스 상품들이다.

홍삼의 힘을 전하는 정관장 스파 G

'정관장 스파 G'(www.spag.co.kr)는 KGC인삼공사에서 선보이는 홍삼 에너지 스파다. 스파 G는 6년근 홍삼과 전문 스파 프로그램을 접목시킨 도심 속 힐링스파로 다양한 홍삼 제품으로 몸의 기운을 북돋우고 홍삼 전문 코스메틱으로 피부를 가꾸며, 최첨단 스파장비로 몸의 순환을 도와 홍삼의 이로운 성분들이 체내에 잘 흡수되고 최적화 될 수 있도록 한다. 홍삼은 식약청으로부터 면역력 개선과 원기회복, 기억력 개선, 혈행개선 효능을 인정받았으며 예로부터 피부를 촉촉하고 곱게 가꾸는데 쓰여 왔다. 스파G는 특화된 홍삼 테라피를 받을 수 있는 독립룸과 혈액순환을 원활하게 해주는 홍삼스파룸을 갖추고 있다. 더불어 홍삼농축액을 바른 후 보온과 증기로 홍삼의 영양을 공급해주는 전문 캡슐존과 발의 피로감을 풀어주는 풋 스파존, 홍삼원료를 이용해 두피 건강을 되살려 주는 헤드 스파존 등도 구성되어 있다. 또한 홍삼 코스메틱을 갖춘 스킨바와 홍삼제품을 맛볼 수 있는 홍삼바가 마련되어 있어 홍삼을 통한 외적인 건강과 내면의 평온함을 추구하고 있다. 스파 G의 프로그램은 원하는 부위를 집중 공략하는 싱글 프로그램과 패키지 프로그램 등으로 구성되어 있다. 유럽에서 발전된 스웨디시와 딥티슈의 특징을 한국인에 맞춰 개발한 '홀리스틱' 프로그램은 홍삼 오일을 이용해 심신을 부드럽게 이완시키고 혈액순환을 원활하게 하며, '아시아 코어' 프로그램은 아시아 각국 스파테라피의 장점을 모아 근육 뭉침과 피로를 풀어주고 컨디션을 회복시켜주도록 개발한 건식 테라피이다. 예약제로 운영되는 스파 G고객의 대부분은 일본 관광객을 비롯한 외국인 관광객이다.

²⁷⁾ 의료관광마케팅, 유명희, 2011, 한울출판사



자연을 헤아려 공간을 담다, 힐리언스 선마을

힐리언스는 행복한 삶을 즐기며, 건강하게 살 수 있도록 하는 프레스티지 라이프를 추구하는 웰니스 센터이다. 힐리언스의 3대 철학은 과학적이고 실용적으로 즐겁게 실천할 수 있는 프로그램을 담고자하는 정신이 담겨있다.

힐리언스 3대 철학

Scientific. 과학적으로 검증된 프로그램만을 운영하여, 보편타당하고 논리적 구성을 중시합니다.

Practical. 학습하여 실천하는데 있어 즐겁고, 재미있게 할 수 있도록 합니다.

Pleasant. 일상생활에 실천이 용이한 내용만으로 구성합니다.

강원도 홍천군의 전망 좋은 숲속에 자리 잡은 힐리언스는 각계 전문가들의 심도 있는 연구를 통해 현실에 맞는 신개념 생활습관 개선 프로그램을 개발하여 자연 속에서 건강해지는 삶을 추구하고 있다. 텔레비전도 에어컨, 냉장고도 없고 휴대폰 수신조차 안 되는 이곳에서는 금연과 절주가 필수이다. 이용자들은 친환경 에너지 시스템과 친환경 건축자재들을 사용해 만들어진 생활공간에서 친환경 식단으로 식사를 하고 총 8개의 트레킹 코스와 건강 프로그램, 스파 등을 이용하면서 지친 몸과 마음이 모두 치유되는 것을 발견할 수 있다. 힐리언스의 프로그램은 식생활과 스트레스의 강도, 운동습관, 신체상태 등의 포괄적인 점검을 바탕으로 진행되며 점검 결과에 따라 잘못된 습관을 변화시키기 위한 학습이 진행되고 학습이 생활 속으로 이어져 삶의 일부가 되도록 한다.

3) 불임 치료

세계보건기구(WHO)에 따르면 지구상에서 불임으로 고통 받는 부부는 800만 쌍에 달한다. 불임이란 피임을 하지 않는 부부가 정상적인 부부관계에도 불구하고 1년 이상 아기를 갖지 못하는 상태를 말한다.

1978년 영국이 세계 최초로 시험관아기 임신에 성공했고, 그 7년 뒤인 1985년에 한국도 시험관아기 임신이 성공해 현재 한국은 시험관아기를 비롯한 불임 치료의 최상위권 국가이다. 원인을 밝히기 어려운 불임 치료는 성공률이 40%만 넘어도 대단

한 것으로 분류되는데, 한국의 불임 치료 기술이 이에 속한다. 한국 정부가 관련분야 전문가 1,830명을 대상으로 한국 보건 의료기술을 최고기술 보유국과 비교한 결과 1.8년 후면 세계 최고 기술 보유국인 미국과 동등한 기술력을 갖게 된다는 분석이 나왔다. 암, 장기 손상, 치매, 알레르기 질환 등 전체 34개 중점기술 중 불임 분야가 가장 높은 점수를 기록했다.

한국의 불임 치료는 비용도 저렴하여 많게는 6배까지 차이가 난다. 시험관아기의 경우 비용이 미국의 1/3 수준이며, 싱가포르, 태국과 비교해도 한국의 불임치료 비용이 더 저렴한 것으로 나타났다. 또한 불임 치료는 환자와 의료진 간 친밀도 및 신

뢰도, 내실 있는 상담이 치료 효과와 직결되므로 환자의 상태를 수시로 모니터링하고 환자의 초조감과 불안감을 배려하는 것이 중요하기 마련인데, 이런 점에서 한국 의료관광이 내세우는 감성마케팅은 큰 도움이 된다. 더불어 임신에 긍정적 영향을 줄 수 있도록 기초체온을 높여주는 스파나 커플마사지 등과 연계하면 좀 더 좋은 결과를 기대해 볼 수도 있다.

실제로 의료관광객 중 산부인과 진료를 위해 한국을 찾는 의료관광객은 2011년 7,568명에서 2012년 1만 831명으로 증가하였으며, 진료 분야 중 산부인과 비율도 4.0%에서 5.3%로 증가하였다. 보건복지부의 분석에 따르면 2012년 기준 산부인

과를 찾은 의료관광객 전체 사례(Case) 3만여 건 중 30%(약 9천 건)가 불임관련 진료이며, 산부인과 환자의 주요 국적은 미국(21.6%), 러시아(18.7%), 중국(12.5%), 몽골(12.4%) 등의 순으로 조사되었다.

결혼 8년 만에 아이를 낳은 루드밀라 씨 부부

루드밀라(여, 37)씨와 세르게이(남, 46)씨는 결혼 후 8년 동안 아이가 생기지 않아 러시아의 많은 병원을 옮겨 다니며 진료를 받았다. 그때마다 “기다리세요. 정상이나 자연 임신이 될 거예요.”라는 말을 들었지만 임신은 쉽지 않았다. 특별한 이상도 없는데 8년이나 임신이 되지 않아 스트레스를 받았고, 친자들이 물으면 “아기는 아직 계획이 없어요.”라며 거짓말로 둘러대야 했다. 그러다 한국의 시험관아기 기술이 우수하다는 소식을 듣고 2011년 7월 휴가를 겸해서 한국의 미즈메디병원을 찾았다. 검사를 통해 세르게이 씨의 정액 검사 결과가 좋지 않으며, 루드밀라 씨는 면역체계에 문제가 있어 면역 억제치료를 받아야 한다는 진단을 받았다. 이제껏 문제가 없다는 이야기만 듣다가 원인이 밝혀진 것만도 속이 시원한데, 아이를 낳을 수 있다는 말에 곧장 시험관아기 기술을 결심했다. 루드밀라 씨는 첫 진료 때 진료실에서 울음을 터뜨렸다. 그 동안 가족 모임 때마다 매번 거짓말을 했던 지난 모습이 생각나서였다.

휴가를 연장하여 각종 검사를 받고, 호르몬제를 투여 받고, 수정란을 이식하여 한 달 만에 임신에 성공했다. 불임 치료는 병원에 입원하지 않고 통원 치료를 받기 때문에 병원에 가지 않는 날은 서울 시내 투어를 하며 남편과 다시 신혼으로 돌아간 기분을 만끽할 수 있었다. 임신 반응 검사 결과를 들은 날, 세르게이 씨 부부는 너무나 기뻐지만 혹시 유산이 될까봐 매사 조심스럽게 행동했다. 이들 부부는 귀국해서 2012년 3월 무사히 아들을 낳았다. 아들이 생기자 여동생도 있으면 좋겠다는 생각이 들어, 둘째를 낳기 위해 다시 병원에 방문하겠다는 소식을 전해왔다.

담당 병원은 최근 시험관 수정한 배아가 분열되는 과정에서 생겨나는 파편을 제거하는 기술인 '배아 파편 제거술'을 통해 임신성공률을 50%대로 높이는 성과를 올리고 있다.



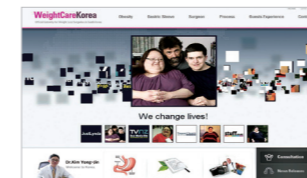
한국 방문당시 재스민 사사 (왼쪽 첫 번째)



치료 후 재스민 사사(가운데)



비만치료환자 퇴원식



비만치료 홍보사이트

Weightcare Korea 홈페이지
(<http://www.weightcarekorea.com>)

4)고도비만 치료

비만은 이제 각종 성인병을 유발하는 '질병'으로 세계보건기구(WHO)가 규정하고 있다. 세계비만연맹은 현재의 비만 인구 증가 추세가 지속되면 2015년에 전 세계적으로 7억 명, 2025년에는 전 세계 인구의 3분의 1이 비만 환자가 될 것이라고 예측하고 있다. 미국은 15세 이상을 기준으로 전체 인구에서 비만 인구 비중이 32.3%에 달해 당국이 비만과의 전쟁을 선포하였고, 미국 생명보험회사들은 보험료를 책정할 때 비만을 암, 고혈압, 간질환 같은 위험 질병으로 간주하고 있다. 세계에서 비교적 날씬한 나라에 속하는 일본도 40~74세 건강보험 가입자의 건강검진 항목에 허리둘레 측정을 추가하는 등 비만관리에 나섰다. 각국 정부가 비만관리에 집중하는 것은 비만이 단순한 과체중만을 의미하는 것이 아니기 때문이다. 비만은 모든 성인병의 원인으로 비만인은 정상인보다 당뇨병과 고지혈증, 고혈압, 관상동맥질환에 잘 걸리며 각종 암과 관절 질환의 발병률이 높아진다. 비만인구가 증가하면서 관련 질병으로 인한 건강 위협이나 생활 불편을 해소하기 위한 비만 치료 수요는 급격하게 증가하고 있다.

비만에서 벗어나기 위한 방법으로는 식이요법, 운동요법, 행동수정요법 그리고 수술요법이 있다. 수술요법은 고도비만이나 비만으로 인한 합병증이 심할 경우에 실시하며 위를 축소시켜 음식물의 섭취를 억제하는 방법인 '위절제술', 소장을 잘라 내어 영양분을 흡수할 수 있는 면적을 감소시키는 방법인 '소장절제술', 비정상적인 비율로 축적된 피부 밑 지방층을 부분적으

로 제거하는 '지방흡입술' 등이 있다. 한국은 관련 수술 분야에서 세계적 수준을 인정받고 있다. 한국의 고도비만 치료비용은 1천만 원선으로 뉴질랜드에서 3천만 원 이상의 비용이 예상되는 것을 고려할 때 가격적인 면에서도 충분한 경쟁력을 갖추고 있어 더욱 주목받고 있다. 고도비만 치료는 치료 후 드라마틱한 외관 변화를 가져와서 고도비만 분야 뿐 아니라 한국 의료관광의 인지도를 높이는데도 크게 기여하고 있다.

지난 2011년 나눔의료관광의 일환으로 한국에서 고도비만 치료를 받은 뉴질랜드의 재스민 사사(여, 26)의 사례는 뉴질랜드를 비롯한 외신에서도 성공사례로 다뤄지면서 한국의 높은 의료기술과 감성의료를 널리 알리는 계기가 되었다. 사사는 비만으로 당뇨와 고혈압·고지혈증을 앓았고 잠잘 때는 인공호흡기를 착용해야했을 정도로, 뉴질랜드 의료진으로부터 실명과 사시마비가 올 수 있고 5년을 더 살기 힘들다는 진단을 받은 바 있다. 그러나 2011년 한국에서 위절제수술 등 고도비만 치료를 통해 4개월 만에 220kg이었던 몸무게를 65kg 감량하였고 위험수준이던 고혈압과 고지혈증 치료를 받았다. 사사는 꾸준한 관리를 통해 105kg까지 감량에 성공하였으며 이 성공담은 뉴질랜드를 비롯한 세계 각지에서 80여건 가까이 소개되었다. 이후 지난 1년간 한국을 찾은 의료관광객의 고도비만 시술건수는 43건이 증가하였고, 약 40만 달러의 신규수익을 창출한 것으로 분석된다.

한국관광공사는 외과적 고도비만 수술과 템플스테이 등의 정신치유코스를 결합한 한국만의 고도비만 치료 상품을 개발하고 있다. 공사는 사샤의 성공담을 한국 의료관광을 널리 알릴 수 있는 기회로 삼고자 사샤를 한국 의료관광 홍보대사로 임

명하였으며 해외 로드쇼를 추진하고 있다. 2012년 미안마에서 설명회를 개최하였고, 2013년에는 중동과 러시아를 비롯한 CIS 국가와 유럽, 2014년에는 미국으로 마케팅 시장을 확대할 계획이다.

한방으로 다스린 비만치료

일본 류슈 미야자키현에 사는 Y(35세)씨는 평소 술과 고기를 좋아해 자주 즐기는 편이었다. 과체중으로 인해 체중 조절의 필요성을 절실히 느끼긴 했지만, 수십 번의 다이어트 시도와 실패를 맞보는 동안 몸무게는 100kg에 육박해 있었다. 그러던 중 Y씨는 한국에 다이어트로 유명한 한의원이 있다는 소식을 접하게 됐고, 2010년 9월 한국을 찾았다. 서울의 규림한의원에서 잦 Y씨의 몸무게는 99.2kg, 체성분 분석기로 측정된 지방량은 48.8%로 심각한 상태였으며 변비와 부종도 심한 상태였다. 진맥과 오라검사, 체질검사 등을 토대로 Y씨는 '황제감비탕'을 처방 받고 지방분해침과 중주파, 고주파 치료를 받았다. '황제감비탕'은 신진대사를 활성화시켜 몸을 에너지 소비가 많은 상태로 만들어 주며, 체지방 분해와 노폐물 배출, 혈액 정화 등에 도움을 주는 탕약이다. 한약은 비만도, 체지방량, 체지방률, 부종지수, 변의 상태, 소화 상태 등 환자의 증상이나 상태에 따라 맞춤 처방되는 것이 특징이자 큰 장점이다.

한약을 먹고 하루 만에 Y씨는 변비와 부종이 해소되면서 몸이 가벼워지는 것을 느낄 수 있었다고 한다. 일본에 돌아가서도 매일 체중을 재고 식사일지를 기록해 이메일을 통해 한의사에게 지도를 받았고 생활 습관에도 변화가 생겼다. 치료받은 첫 한 달 동안만 12kg을 감량했다. Y씨는 총 6개월 간 한약을 복용했으며, 최종적으로 30kg 감량에 성공하였다. Y씨는 다이어트가 단순히 먹지 않는 것이 아니라, 신진대사를 높이면서 체질개선을 하는 근본적인 '치료'임을 알게 됐다고 전했다. 한방에서는 체질을 개선하고 몸의 신진대사를 높여 몸의 상태를 전체적으로 건강하게 하는데 집중하기에 치료가 끝난 후에도 건강한 생활을 유지할 수 있다. 이제는 체질 자체가 바뀌어 새로운 인생을 살고 있다는 Y씨는 주위에서 다이어트 때문에 고민하는 사람만 보면 '한방 다이어트'를 적극 추천하고 있다.

해외 네트워크 구축 및 홍보지원 사업

1) 국제의료관광컨벤션(IMTC) 개최

한국관광공사는 2008년부터 매년 국제의료관광컨벤션(International Medical Tourism Convention; 이하 IMTC)을 열고 있다. 서울에서 열리는 한국국제의료관광컨벤션(KIMTC)과 부산에서 열리는 부산국제의료관광컨벤션(BIMTC)은 국내외 바이어가 모여 300건 이상의 다양한 협상이 이루어지는 의료관광 비즈니스의 산실이다. 2011년 3월, 한국관광공사는 IMTC를 서비스상표권으로 등록하였다.

IMTC에는 국내 의료관광 관계자를 비롯해 해외 의료관광 유치업체 및 코디네이터, 의료관광 관련 인사 등 한국 의료관광에 관심이 있는 다양한 바이어가 참석한다. IMTC는 의료관광 비즈니스 협약의 중요한 자리이자 의료관광의 학문적 토론의 장이기도 하고, 국내 의료관광 업계의 주요 취업설명회장이 되기도 한다. 2008년 1회 IMTC는 14개국 103명의 해외 바이어로 시작하였으나, 2012년 KIMTC에는 23개국에서 219명의 해외 의료관광 전문가 및 유치업체가 참가할 정도로 규모가 증가하고 있다. 한국관광공사는 IMTC를 통한 네트워크 구축을 위하

여 주요 바이어를 초청하여 국내업계와의 1:1 비즈니스 미팅을 추진하고 의료기관 답사를 지원하고 있다.

2012년 10월 18일부터 20일까지 경기도 일산 킨텍스에서 열린 '2012 한국국제의료관광컨벤션(KIMTC)'은 '의료관광 4.0 시대를 열며'를 주제로 의료관광의 글로벌 역량과 산업경쟁력을 높이는 방안에 대한 다양한 접근방법을 제시하였다. 의료한류 4.0시대 선포식을 필두로 시작된 컨벤션은 전시회, 컨퍼런스, 1:1 비즈니스 상담회를 비롯해 힐링콘서트, 의료관광 취업설명회 등 다채로운 행사가 진행되었다. 전시회에는 명품병원관, 웰니스관, 뷰티케어관을 비롯하여 최신 홈 헬스케어와 모바일 의료서비스 등을 소개하는 유-헬스케어바이오(U-Healthcare Bio)관도 선보였다. 2012년 9월 7일부터 9일까지 부산 해운대 벅스코에서 열린 '부산국제의료관광컨벤션(BIMTC)'은 '의료허브도시, 부산'을 주제로 '2012 IT EXPO BUSAN', '부산국제관광전'과 동시에 개최되었다. 이번 BIMTC는 전시규모도 지난해 37개 업체, 72개 부스에서 60개 업체, 120개 부스로 대폭 증가하였다.



IMTC 서비스 상표권 등록



2012 KIMTC 포스터



2012 KIMTC 개막식

한국국제의료관광컨벤션 연도별 개최 현황

일시	행사명	장소	국내의 참가자
2008. 11.19 ~ 22	국제의료관광컨퍼런스(IMTC)	코엑스 인터콘티넨탈 호텔	총 347명, 해외 103명/국내 244명
2009.9.23 ~ 26	서울국제의료관광공그래스(SIMTC)	밀레니엄 서울 힐튼호텔	총 562명, 해외 95명/ 국내 267명
2010.11.23 ~ 26	한국국제의료관광컨벤션(KIMTC)	서울 코엑스	총 984명, 해외 131명/국내 853명
2011.11.9 ~ 10	한국국제의료관광컨벤션(KIMTC) - 한방특별전	코엑스 인터콘티넨탈 호텔	총 592명, 해외 31명/국내 561명
2012.10.18 ~ 20	한국국제의료관광컨벤션(KIMTC)	일산 킨텍스	총 719명, 해외 219명/국내 500명



베트남 의료관광 설명회 기자회견



카자흐스탄 KITF 박람회



일본 JATA 박람회



인도네시아 관광박람회

2) 현지 의료관광 설명회 개최

한국관광공사는 국가별 시장조사에 따른 차별화된 한국 의료 관광 마케팅 전략을 세우고 이를 기반으로 각 국별 마케팅을 실시하고 있다. 이 중 현지에서 열리는 한국 의료관광 설명회는 현지 의료전문 에이전시, 의료관계자 등 의료관광객을 한국으로 송객하는 잠재적인 비즈니스 파트너나 현지 소비자를 직접 만날 수 있는 기회로 한국 의료관광은 물론 한국에 대한 브랜드 이미지를 높이는 데도 주요한 방법이다. 한국관광공사는 성공적인 설명회를 위해 의료기관 및 유치업체와 공동으로 시

장개척단을 구성하여 참가하고 있으며, 참가기관별 프레젠테이션, B2B 상담회, VIP 고객 상담회, 한국 의료관광 홍보 기자회견 등 다양한 방법을 통해 잠재적 시장창출은 물론 현장에서 비즈니스 기회를 만들어내기도 한다. 2010년부터 2012년까지 3년 동안 43회의 한국 의료관광 설명회가 개최되었으며, 2013년도에는 신규시장을 중심으로 11개국에서 15회의 설명회가 예정되어 있다. 극동러시아지역에서는 지난해 최초로 한방테마 의료관광설명회를 개최하여 좋은 반응을 얻었다.

연도별 의료관광 설명회 개최도시

연도	방문국	설명회 개최	참가 의료기관	참가 유치업체
2010	9개국	12회	23개	14개
2011	8개국	16회	44개	24개
2012	10개국	15회	60개	36개

3) 해외 전시회 및 컨퍼런스 참가

전시회 및 컨퍼런스는 의료관광의 수요자와 공급자가 만나는 자리로 글로벌 네트워크를 구축하는 주요 기회이자 의료관광 상품 홍보, 정보 교환, 기법 소개 등 최신 트렌드가 논의되는 자리이다. 한국관광공사는 의료관광 전문 전시회를 비롯한 해외 관광박람회에 참가하여 한국 의료관광을 알리고 있다. 2012년 카자흐스탄에서 개최된 KITF에서는 한국홍보관 내 의료기관 부스를 열고 무료진료 행사를 개최하는 등의 활동을 통해

방문기간 동안 총 45명의 환자를 유치하였으며, 일본 나고야의 Welfare 2012에서는 총 628명이 체험코너에 참여하여 한국 의료서비스를 경험하였다. 일본 최대의 여행박람회인 JATA박람회에서는 '몸과 마음이 아름다워지는 한국여행'을 테마로 한 방 및 피부미용과 관련된 의료관광 상품을 소개하였다.



일본 Welfare 박람회



우크라이나 관광 박람회



한방의료관광 팸투어



한방의료관광 팸투어

2012년 해외 전시회/박람회 참가

참가전시회/박람회	개최일시	개최국가(도시명)
KITF	4월 25-27일	카자흐스탄(알마티)
Welfare	5월 25-27일	일본(나고야)
CIBTM	9월 12-14일	중국(베이징)
JATA	9월 20-23일	일본(도쿄)
관광박람회	10월 11-13일	우크라이나(키예프)
Karnival Wisata Fair	10월 26-28일	인도네시아(자카르타)

4) 팸투어

한국 의료관광을 알리기 위해 추진하는 팸투어는 유치업체, 의료기관 종사자 등 의료관광 관련 전문인들을 대상으로 하는 유관업체 팸투어와 언론종사자를 대상으로 하는 언론매체 팸투어로 구분된다.

유관업체 팸투어는 보험사, 유치업체 등 해외 의료관광 사업 대상자들을 초청한 후, 직접 한국 의료서비스를 체험해보도록 지원하고 있으며 언론매체 팸투어는 기자, 방송국 등 언론매체를 초대하여 한국 의료서비스를 취재하고 관련된 프로그램을 제작, 보도하도록 지원하고 있다.

팸투어는 의료기관을 직접 방문하여 해당 의료기관의 인프라와 서비스 수준을 파악할 수 있도록 함으로써 정확한 정보를 제공할 수 있어 효과적이지만, 제대로 대응하지 못하면 역효과

가 날 수 있다. 따라서 팸투어 전에 방문자들의 언어별 질의응답, 특화상품 정보, 의료기관 홍보 브로슈어 등 기본적인 자료를 준비해 두어야 한다. 팸투어가 잘 될 경우 바로 실질적인 비즈니스 관계가 구축되거나 의료기관의 미디어 홍보 등이 성사될 수 있고, 의료기관을 신뢰할 수 있는 기반이 될 수 있다. 언론매체가 방문하였을 때 실제 그 나라 환자들이 병원에서 치료받고 있다면 인터뷰가 가능해 노출에 더욱 유리할 수도 있다. 해외 언론을 통한 한국 의료관광 소개는 한국 의료관광에 대한 신뢰를 심어주는 한편 한국 브랜드에 대한 호기심과 친밀함을 높이는 데도 크게 기여하고 있다.

한국관광공사는 2012년 의료관광과 관련된 해외 업계 및 언론인 총 92명을 초청하여 한방의료관광 취재를 비롯한 팸투어를 진행하고 언론보도를 추진하였다.



찾아가는 나눔의료관광



나눔의료관광 초청(우즈베키스탄)

5) 나눔의료관광

나눔의료관광은 의료관광과 사회공헌활동의 결합으로, 의료기관 등과 협력하여 현지치료가 불가능한 환자를 한국으로 초청하여 한국의 우수한 의료혜택을 받을 수 있도록 지원하는 프로그램이다. 나눔의료관광은 각국 의료관광관련법의 제재 없이 한국 의료서비스의 우수성을 알릴 수 있는 좋은 기회이다. 또한 각국의 주요 매체에서 감동사례로 소개되며 한국의 인본주의를 알려 국가 브랜드 강화에도 크게 도움이 되고 있으며, 해당 국가와의 장기적 파트너십을 강화하는 일등공신이기도 하다.

한국관광공사는 해외 환자들을 대상으로 무료시술 및 의료봉사를 적극 지원하고 있으며, 현지인들과의 소통을 통해 '나눔과 배려'의 한국 의료 이미지를 전파하기 위해 노력하고 있다. 나눔의료관광은 나눔의료의 의의를 이해하는 의료기관과 에

이전시의 동참으로 진행된다. 한국관광공사는 나눔의료관광의 전체적인 기획과 현지 매체의 특집프로그램 취재지원을 담당하고, 의료기관에서는 의료서비스, 에이전시에서는 통역을 담당한다. 2010년부터 2013년 3월까지 총 17건의 나눔의료관광이 진행되어 9개국 환자들이 한국의 선진 의료서비스 혜택을 받았으며 2012년에는 총 8건의 나눔의료관광이 시행되었다. 2012년 12월 미얀마에서는 최초로 '찾아가는 나눔의료관광'이 펼쳐져서 총 378명의 주민들이 혜택을 받았으며, 미얀마와의 우호적 관계를 다지는 데 크게 기여하였다. 한국관광공사는 2013년 베트남, 미얀마 등 지역에서 나눔의료관광을 추진하고, 의료낙후지역의 '찾아가는 나눔의료관광' 확대를 통해 한국 의료서비스의 인본주의 정신과 높은 기술력을 알려나갈 계획이다.

2012 나눔의료관광 시행 현황

지역	추진시기	초청대상자	질환병(체류기간)	의료기관	공동추진 매체
우즈베키스탄	2012.2	46세 여	유방암 수술(1주)	화순전남대학교병원(광주)	UZNTT
인도네시아	2012.3	4세 여 5세 남	인공와우 이식(10일)	강남세브란스병원	SCTV
베트남	2012.5	7세 여	척추측만증 수술	강남세브란스병원	하노이 TV
미얀마	2012.12	찾아가는 나눔의료관광	피부과, 내과	월드베스트 피부과, 클라리클리닉, 이레안 좋은얼굴치과, 동아대학교병원, 행복약국	-
몽골	2013.3	50세 여	안구함몰 수술	순천향대 부천병원	ETV
미얀마	2013.3	15세 남	거지증 수술	베스티안 병원	MRTV
2010년부터 9개국 총 17명 + 찾아가는 나눔의료관광 2회 시행					



필리핀 언론인 그레이스 리 방한체험 취재



그레이스 리 프로필 사진

6) 스타마케팅

스타마케팅은 특정 인물을 통한 시장의 관심과 흥미를 유발하는 마케팅 활동을 일컫으며 정보통신산업의 발달로 대중 스타들의 인지도가 높아지면서 나타난 마케팅 전략이다.

스타마케팅은 대부분의 소비자가 자신이 좋아하는 스타가 사용하는 제품이나 환경에 대해 우호적이며, 높은 품질로 인식하는 경향이 있다는 것에서 시작한다. 한국관광공사는 이를 활용하여 K-style에 대한 관심이 높은 일본, 동남아 지역의 현지 인기 연예인을 한국 홍보대사로 임명하는 한편 이들을 한국으로 초청해 메디컬에스테, 안티에이징 등 한국 의료서비스 체험 기회를 제공하고 해당 내용을 기사화하거나 특집 프로그램으로

편성하여 방영함으로써 한국 의료관광에 대한 긍정적 이미지를 홍보하고 있다. 2011년부터 시행된 스타마케팅은 베트남, 중동, 일본, 인도네시아, 중국 등에서 시행되고 있으며, 2013년 4월에는 필리핀 유력인사인 그레이스 리(Grace Lee)를 초청하여 스타마케팅을 추진하였다.

현지 스타마케팅 추진 현황

시기	지역	대상	내용
2011.5	베트남	MC 탄박	건강검진 및 피부과 체험
2011.5	중동	인기프로그램 스타아카데미 우승자 2명	피부미용 체험
2011.6	중국	영화배우 장칭추	안티에이징 VIP 체험
2011.9	일본	탤런트 후쿠시마 와카나, 마이 자매	의료관광책자 공동발간(Luxury Korea)
2012.2	인도네시아	영화배우 산드라 드위	현지 언론(SCTV) 대상 한국 의료관광 소개
2012.7	일본	연예인 잇꼬	현지 언론(TBS) 대상 한국 의료관광 소개
2013.4	필리핀	언론인 그레이스 리	현지 언론(TV5) 대상 한국 의료관광 소개

7) 의료관광 홍보물제작

한국관광공사는 한국의료관광을 효율적으로 홍보하고 브랜드

가치를 높이기 위해 2009년부터 다양한 인쇄홍보물과 홍보영상물 제작 사업을 추진하고 있다.

한국관광공사가 제작한 한국의료관광 홍보물

주제	홍보물 명	사진
의료관광 홍보브로셔 (2009~2011)	Smart care choice (영, 일, 중, 러)	
	의료관광 안내홍보센터 리플렛 (영, 일, 중, 러)	
미용관광 홍보브로셔 (2011)	「Beauty & Aesthetic in Korea」 Spa Beauty & Aesthetic 팜플렛(영, 일)	

주제	홍보물 명	사진
중국 FIT를 위한 가이드북 연계 의료관광 특집 섹션 (2011)	싱얼과 함께하는 한국자유여행 서울편, 부산편 (중)	
	한국여행 전문잡지 M 씽얼 (중)	
일본 FIT를 위한 한류홍보 가이드북 연계 의료관광 특집섹션 (2011)	K-POP 책자 (일)	

주제	홍보물 명	사진
현지 출판사 연계 의료관광 홍보물 제작 (2011)	야기사키상의 한국관광 가이드북 (일)	
	미용전문잡지 Lala Pado의 「한국에서 파워 업」 특집책자 (일)	
	지구를 걷는 방법 (서울, 부산) (일)	

주제	홍보물 명	사진
현지 출판사 연계 의료관광 홍보물 제작 (2011)	의료관광 전문홍보지 「Luxury Korea」	
의료관광객을 위한 가이드 북 (2012)	한국 리프레쉬 여행 (일, 중)	
일본인 관광객 한방체험 사례집 (2012)	한방우수사례집 「健康と美を求めて韓方巡り」	

주제	홍보물 명	사진
암 치료, 신장이식 등 중증질환 치료 의료관광 사례집 (2012)	의료관광 우수사례집 (영, 러)	
우수 의료관광상품집 (2012)	한국의료관광상품 8선 (영, 일, 중, 러)	
한국 의료관광 홍보 영상물 (2010)	Beauty & Skincare	

주제	홍보물 명	사진
한국 의료관광 홍보 영상물 (2010)	Traditional Korean Medicine & Wellness	
	Advanced Medical Care	

국내 의료관광 기반 강화 사업

1) 의료관광 전문인력 육성

의료관광 산업이 발전함에 따라 의료관광객을 대상으로 하는 전문인력의 수요도 급격히 증가하고 있다. 의료관광은 고객인 의료관광객이 문화, 언어적으로 낯선 환경에서 전문가에 의존한 서비스를 받는 상황으로 불안감을 느끼기 쉽기 때문에 의료관광객과의 심적 공감대를 형성하는 것이 중요하다. 의료관광 시장의 성장을 위해서는 전문적인 의료지식 뿐만 아니라 문화적 이해를 바탕으로 원활한 의사소통이 가능한 의료관광 전문가의 필요성이 높아지고 있다.

이에 따라 한국관광공사에서는 2007년 의료관광 코디네이터 과정을 시작으로 공사 본사에 위치한 T2 아카데미에서 의료관광 전문인력 양성교육을 실시하고 있다. 공사는 의료관광 코디네이터 양성과정, 다문화 의료관광 코디네이터 양성과정, 다문화 의료관광 국제간병사 양성과정, 의료관광 푸드코디네이터

양성과정 등 다양한 전문가 양성과정을 운영한 바 있으며, 각 지자체에서 실시하는 의료관광 전문인 양성과정을 지원하고 있다. 특히 국내 다문화가정 구성원을 대상으로 실시한 의료관광 코디네이터 및 국제간병사 양성 교육은 의료관광객의 심적 안정을 돕는 것은 물론 다문화가정 구성원이 전문성을 가진 사회구성원으로 자리 잡는데도 기여했다고 평가받고 있다.

공사는 현재 업계종사자를 대상으로 코디네이터와 마케터 양성 교육에 주력하고 있으며, 2012년 국내 최초로 한방의료관광 코디네이터 시범과정을 신설하여 23명의 전문인력을 배출하였다. 이번 한방의료관광 코디네이터 과정에는 실제 한방병원장들의 다양한 임상사례를 경험할 수 있도록 하여 한방의료관광에 대한 이해도를 높였다. 더불어 2013년 최초로 시작되는 '국제의료관광코디네이터' 국가공인 자격시험 대비반도 운영하였다.

한국관광공사 의료관광 전문인력 양성 프로그램 진행현황

교육과정명	대상자	운영기간
의료관광 코디네이터	의료기관, 에이전시(여행사) 재직자	2007 - (지속)
의료관광 온라인 영어	의료기관, 에이전시(여행사) 재직자	2009 - 2011
다문화 의료관광 코디네이터	다문화가정 구성원	2010 - 2012
다문화 의료관광 국제간병사	다문화가정 구성원	2010 - 2012
의료관광 푸드코디네이터	의료기관, 에이전시(여행사) 재직자	2010 - 2011
의료관광 코디네이터 워크숍	의료기관, 에이전시(여행사) 재직자	2011 - (지속)
의료관광 마케터	의료기관, 에이전시(여행사) 재직자	2011 - (지속)
한방의료관광 코디네이터	한방병의원 재직자	2012 - (지속)
의료관광 코디네이터 국가공인 대비반	관련학과 학생	2012

2013 한국관광공사 의료관광 전문인력 양성 계획

교육명	교육대상	횟수	기간	교육인원	교육시간	교육내용
의료관광 코디네이터	병원 재직자 등	1차	3.16-5.25	30명	58시간	이론교육, 병원실습
		2차	8.25-11.3	30명	58시간	
	여행사, 에이전시 호텔, 재직자 등	1차	3.24-6.2	30명	58시간	
		2차	9.1-11.10	30명	58시간	
의료관광 마케터	의료관광 기관 재직자	1회	11.10-12.29	30명	66시간	이론교육, 워크숍
한방 의료관광 코디네이터	의료기관, 여행사 재직자 등	1회	6.2-7.21	30명	45시간	이론교육, 병원실습

2) 지자체 특화사업 발굴

한국관광공사는 지자체와 협업하여 의료관광 지자체 특화사업을 발굴하고 있다. 지자체 특화사업은 의료관광객 78.5%가 수도권에 집중되는 현상을 완화하고 휴양이나 특수목적 치료 등 지역 특색을 살린 의료관광 서비스를 제공할 수 있다는 점에서 주목받고 있다. 수도권 집중화는 한국만의 특색 있는 관광 상품을 경험하게 할 기회가 적고, 지역 곳곳에 있는 전문화된 의료서비스에 대한 정보를 제공하기 어렵다는 단점이 있다. 반면 지방의료관광 시장은 지자체의 적극적인 유치 의지와 지역별 특색이 있음에도 홍보채널 부족 등으로 인지도가 낮다. 대구의 모발이식, 광주의 고관절처럼 지역별로 특화된 의료서비스를 지역별 관광아이템이나 국제행사와 결합하면 장기체류 및 관광소비를 이끌어 낼 수 있는 융복합 상품의 구성도 가능하다. 이러한 융복합 의료관광상품은 기존 관광소재(MICE, 산업관광, 한식, 계절관광 등)나 건강분야 소재(웰니스, 힐링, 휴양, 온천 등)를 예방(건강검진)이나 뷰티(미용, 성형, 치과 등) 차

원의 의료분야와 결합시켜 치료 중심의 기존 의료관광을 관광 중심의 고부가가치 시장으로 확대할 수 있다.

한국관광공사는 지역별 의료관광협의체와 공동으로 지역별 특화모델을 개발하는 한편 해외 상품 마케팅을 지원하여 고부가가치 장기체류형 의료관광시장을 발굴하는데 역점을 두고 있다. 겨울 레포츠 중심지이자 휴양지로 소문난 강원도는 건강검진을 받고 스키도 즐길 수 있는 스키 의료관광 상품을 개발하였으며, 중국인 무비자 입국이 허용된 제주도는 중국 VIP고객을 대상으로 하는 카지노 연계 상품을 개발하였다. 모발이식으로 특화된 대구지역에서는 모발이식 및 검진과 라이온스 대회를 연계하는 상품을 개발하였고 부산에서는 부산영화제 및 해운대 축제 참가자를 대상으로 의료관광을 홍보하는 등 지역별 특성 또는 지역별 행사와 의료서비스를 전략적으로 결합한 상품을 선보여서 좋은 반응을 얻었다.



국제라이온스클럽 세계대회 연계 의료관광홍보

지역별 의료관광 특화상품 개발실적

지자체	특화 소재	특화 상품
강원도	스키	스키 의료관광 상품 개발
대구·경북	MICE	라이온스대회 연계 검진상품
부산·경남	해운대	장기휴양형 의료관광상품
	부산영화제	FIT 대상 의료관광 홍보집중
제주도	카지노/리조트	중국 VIP 관광객 유치

지역별 의료관광 상품 개발 추진 계획

지역	특화 상품
강원	<ul style="list-style-type: none"> 강원도, 강원선도사업 지원센터 공동 개발 및 사업 전개 웰니스 힐링 휴양의료관광 상품 지속 개발 판촉 스키 등 계절관광소재 연계 특화 상품 공동 판촉
대전, 충청	<ul style="list-style-type: none"> 온천(유성, 아산) 연계 힐링상품 특화 모델 개발
대구, 경북	<ul style="list-style-type: none"> 한방 특화(경주, 산청) 발원지 상품 공동 판촉 모발이식 등 특화모델 상품화 미군부대, 지역유학생 등 특정 타깃 대상 상품 개발
부산	<ul style="list-style-type: none"> MICE 등 대형행사 연계 의료코스 지속 발굴 SMS(서면의료특화거리) 연계 안내센터 기능 강화 크루즈, 인센티브 단체 등 특화코스 신규 개발
광주, 제주	<ul style="list-style-type: none"> 수치료, 고관절 등 지역특화모델 지속 지원 고급리조트 내 의료시설 연계 사업 발굴 프로모션 올레길 등 건강관련 소재 의료관광코스 개발



에이전시 상품 소개 책자



유치업체 팸투어 지원

3) 우수 유치업체 지원 프로그램

최근 개별 의료기관의 해외 진출이나 해외 현지 홍보가 증가하고 있지만 의료관광의 장기적인 활성화를 위해서는 전문적인 유치업체의 육성이 필수적이다. 유치업체는 개별 의료기관이 비용이나 접근성 등의 문제로 마케팅을 실시하기 어려운 지역에서 의료관광 마케팅을 수행할 수 있으며, 개별 마케팅이 어려운 지방의 전문적이고 특성화된 의료기관을 찾아 연계시킬 수 있다는 점에서 의료관광객의 수요에 맞춘 다양하고 전문화된 의료관광 상품화가 가능하다.

이에 공사는 업계 경쟁력 강화를 위해 유치업체를 적극 지원하고 있으며 네트워킹 능력, 유치실적 및 재정상태 등을 반영한 업체 다면평가를 통해 업체와의 파트너십을 구축하고 공동 마케팅을 전개하고 있다. 공사는 미안마, 우즈베키스탄, 방글라데시 등 한국 의료관광이 활성화되지 않은 신규 시장 개척을 위해 유치업체와 공동사업을 추진한 바 있으며, 현지 병원과의 MOU 체결 지원 등 신규시장 개척 활동을 독려했다. 연말에는 실적에 따라 우수 유치업체에 감사패를 수여하고 있다. 또한 유치업체의 팸투어 추진 지원, 흡소핑 제작 지원, 설명회 지원, 나눔의료관광 기회 제공, 상품 브로슈어 제작 지원 등을 적극적으로 추진하고 있다.

2012 신규시장 유치업체 지원내용

시장	지원내용
베트남	베트남 VIP 초청 시 감사패 수여
미안마	현지 병원들과 MOU 체결 지원
중동	아부다비 MICE 관계자 국내 유치 지원

28 Pew Research Center's Internet & American Life Project, 2011

4) 허브 플랫폼 구축

최근 온라인 접근성이 높아지면서 대부분의 정보가 온라인으로 공유되고 있다. 의료 및 건강에 관한 정보도 마찬가지로서 한 조사²⁸⁾에 따르면 의료 및 건강에 관한 정보의 79%는 온라인에서 얻고 있다. 그러나 현재 우리나라의 의료관광 정보는 정부기관(한국관광공사, 보건산업진흥원 등), 지자체, 의료기관 등에서 각기 제공되고 있으며 현황 소개, 대표 의료기관 소개 등 아직 단순 콘텐츠 중심이다. 이에 한국관광공사는 유비쿼터스 의료관광 실현을 위하여 한국 의료관광을 대표할 통합 포털이자 온라인 비즈니스를 이끌 허브 플랫폼을 구축하고자 한다. 허브 플랫폼은 온라인 고객 관리기능을 확대하여 사전 상담, 안내뿐만 아니라 사후치료 및 만족도 관리를 가능하게 할 예정이며, 민간사이트와 연계하여 의료기관이나 유치업체의 상품 예약 및 결제까지도 가능하게 할 계획이다. 허브 플랫폼이 완성되면 의료관광 대표사이트로 의료기관과 유치업체 모두가 쉽게 정보를 공유하고 온라인 마케팅을 펼칠 수 있는 장이 될 것으로 보인다. 허브 플랫폼은 최종적으로는 국내외 보험사와 연계한 보험시스템까지 구축하는 것을 목표로 하고 있다. 공사는 허브 플랫폼의 다양성과 실효성을 높이기 위하여 2013년 3월부터 아이디어 공모전을 개최한 바 있으며 공모전 수상작은 허브 플랫폼 구축에 주요 참고자료로 활용될 예정이다.

허브플랫폼 구축 로드맵





2012 한방협의회



2013 고객설명회

현재 한국관광공사 홈페이지 의료관광 코너(www.visitkorea.or.kr/meditour)에서는 영어, 일어, 중국어, 러시아어로 한국 의료기관 정보와 의료관광객 사례 등 다양한 정보를 제공하고 있다. 최근에는 파워블로거 초청 등을 통해 소셜네트워크서비스(SNS)를 활용한 온라인 마케팅도 적극 추진하고 있다. 온라인 마케팅은 환자 중심의 정보를 제공하면서 환자와의 신뢰를 높여준다는 측면에서 높게 평가받고 있다. 2012년에는 방한 의료관광에 대한 정보를 온라인으로 가장 많이 접한다는 일본인을 대상으로 의료관광 체험 이벤트를 추진하여 좋은 반응을 얻었다.

5) 의료관광 전문가 협의회 운영 지원

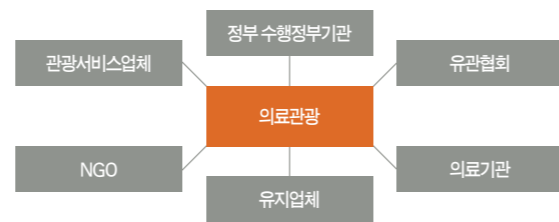
관광산업은 다른 산업에 비해 네트워크 구축이 중요하다. Gibson과 Lynch의 2007년도 연구에서도 관광산업의 공동체 네트워크 중요성을 강조했는데 첫째로 관광이 지리적 장소 또는 커뮤니티와 사회문화적으로 연관되어 있으며, 둘째로 다른 분야들과 분리시켜 구분하기 어려운 관광산업의 복잡성과 다양성 때문이라고 논하였다.

의료관광 역시 다양한 행위자들이 얽혀있는 융복합 산업으로 구성원간의 상호이익 보호와 산업 활성화를 위해 네트워크 구축이 필수적인 산업이다. 의료관광 네트워크 구성원은 의료관광 수행 정부기관, 의료관광협회, 의료기관, 유치업체, 여행사, 숙박업을 포함한 관광서비스 업체, NGO 등으로 볼 수 있다.

한국관광공사는 의료기관 네트워크 구성원 간 정보 교환과 원활한 의견 조율을 위하여 의료관광 전문가 협의회의 운영을 지

원하고 있다. 2009년 의료관광 홍보마케팅TF 운영을 시작으로 2010년부터는 한방의료관광협의회를 운영하고 있다. 공사는 매년 초 고객 설명회 개최를 통해 한해 사업계획을 공유하고 업계 의견을 수렴하고 있으며, 연말에는 사업실적을 공유하는 업계대상 사업보고회를 개최하고 있다.

의료관광 네트워크



6) 국제 의료관광 비즈니스 라운지 운영

의료관광 네트워크 구성원간의 상시 네트워크 활동을 위하여 한국관광공사 본사 14층에 의료관광 비즈니스 라운지를 설치하였다. 라운지에는 한국글로벌헬스케어협회, 한방의료관광협회, 한국의료관광협회, 대한의료관광협의회 등 문화체육관광부와 보건복지부에 등록된 사단법인이 입주해 있다.

한국관광공사는 2012년까지 라운지에서 의료관광 사업에 관심이 있거나 의료관광을 추진하고 있는 지자체, 의료기관, 여행사, 유치업체 등을 대상으로 컨설팅 프로그램을 운영하였다. 컨설팅은 분기별로 사전 예약을 받아 주 2회 실시되었으며, 한



의료관광 비즈니스라운지

국관광공사와 한국보건산업진흥원, 업계 전문가들이 해외마케팅, 의료법, 마케팅 기법, 의료서비스 등에 대한 진단 및 자문 서비스를 제공하였다. 컨설팅은 의료관광업계의 현황을 파악하는 한편 실무자들의 어려움이나 이슈 등 현장정보를 공유하는 기회로도 활용되었으며, 2011년에는 75개 업체를 대상으로 119회, 2012년에는 86개 업체를 대상으로 133회 실시되었다. 또한 현지 네트워크를 찾는 병원과 현지 전문 에이전시를 적절히 매칭해 시장초기 진입자들의 불필요한 비용 지출을 줄여주기도 하였다.



의료관광 안내 센터 (인천공항)



의료관광 안내 홍보센터 (서울)

의료관광 비즈니스 컨설팅 분야 및 주요 내용

구분	주요 내용
해외 마케팅	• 일본, 중국, 극동러시아, 중앙아시아, 동남아시아, 구미주 등 각 지역별 해외마케팅 • 의료관광 교육사업 추진
의료법	• 유치기관/업체 등록 관련, 의료분쟁 등
마케팅 기법	• 웹페이지, 모바일, PT 제작 등 마케팅컨설팅 • U 헬스 관련
의료 기관	• U 헬스
	• 양방 - 건강검진, 미용, 전문시술 등
	• 한방 - 치료, 미용 등
	• 양한방 협진

7) 의료관광 안내 홍보센터 운영

한국관광공사는 한국을 방문하는 의료관광객에게 보다 빠르고 종합적인 정보 제공을 위하여 '의료관광 안내 홍보센터'를 운영하고 있다. 2009년 7월 인천국제공항과 한국관광공사 본사를 시작으로 2011년에는 부산 서면 메디컬스트리트에, 2012년에는 대구에서 의료관광 안내 홍보센터가 문을 열었다. 의료관광 안내 홍보센터는 2009년 처음 문을 연 이래 한국의료관광의 대표적인 홍보장소로 매년 방문객이 늘어 2012년 15만 3,293건의 방문이 있었으며 5,158건의 상담이 이루어졌다.

공사는 본사 내 의료관광 안내 홍보센터 기능을 강화하여 의료관광객에게 1:1 맞춤형 의료정보를 제공하고 있으며, 스파, 산후조리원, 숲치료 등 새로운 의료관광 테마 육성을 위해 관련 정보를 제공하고 있다. 또한 티 테라피 존을 신설하고 자가진단으로 사상체질을 알아볼 수 있도록 하여 의료관광객들이 한 의학을 좀 더 편안하게 접할 수 있는 기회를 마련하고 있다.

의료관광 시장분석 사업

1) 수요자 관점 의료관광통계²⁹⁾

의료관광 시장의 성장으로 관련 산업에 미치는 영향이 늘어나 다양한 관점에서의 의료관광 정보에 대한 수요가 증가하고 있다. 그러나 현재 활용되고 있는 의료관광객 통계는 의료관광객의 관광활동 정보나 동반자 정보, 비의료기관에서의 활동이나 기타 건강과 관련된 소비에 대한 정보는 포함되지 않아 수요자 관점에서의 폭넓은 정보 수집이나 정보 가공이 어려운 한계를 가지고 있다.

동반자에 관한 정보의 중요성에 대해서는 UN의 관광통계에 대한 국제권고안 2008(International Recommendations for Tourism Statistics 2008 ; 이하 IRT2008)에서도 언급하고 있다. IRT2008에 따르면 관광객이 늘 혼자서 여행을 하는 것은 아니며, 여행과 관련된 활동, 방문, 소비를 모두 혹은 부분적으로 공유하는 일행이 있을 수도 있으므로 개인 방문객이 여행단(travel party)에 속해있는지 여부를 확인할 것과 만약 속해있다면 그 여행단의 규모도 확인할 것을 권장하고 있다. 또한 방문객이 자비로 한 지출을 파악하는 것 뿐 아니라 다른 사람들이 방문객을 위해 지출한 것에 대한 올바른 추정치를 획득하는 것도 중요하다고 밝히고 있다.³⁰⁾ 의료관광에서도 치료를 받는 본인뿐만 아니라 동반자 역시 의료관광객의 범위로 보는 것이 필요하다.

의료관광이 고부가가치 산업으로 성장하기 위해서는 광의의 의료관광객이 필요로 하는 정보를 파악하여 적절한 상품을 구상하고 서비스를 제공하는 것이 우선돼야 한다. 이를 위해서는

의료관광객의 규모나 의료서비스 외에 이용한 서비스 등 다양한 측면의 조사가 요구되며 이러한 조사결과는 국가차원의 데이터베이스로 구축하여 관리하는 것이 필요하다. 그 이유로는 가장 먼저 수집자료에 대한 공정성과 수집 정보에 대한 수요자의 접근성, 활용성을 들 수 있다. 또한 국제적인 기준을 만족하는 자료를 구축하여 다양한 정보가공이나 글로벌 시장과의 비교가 가능하다는 점도 들 수 있다. 의료관광이 가지는 복잡하고 주관적인 특성으로 인하여 의료관광 통계와 관련된 모든 이해관계자들을 만족시키는 정보의 수집이나 가공방법은 없을 것이며 더욱이 의료기관이 아닌 비치료적 행위들이 관광과 결합하는 경우에는 조사자의 의식에 따라 그 구분이 달라질 수 있어 외부관찰자가 의료관광의 범위를 규정하기 어려울 수도 있다. 또한 국가차원의 조사와 데이터베이스 관리는 유사 의료관광 조사의 증가에 따른 비효율적인 자원 사용 문제의 해결도 기대할 수 있다.

2012년에 최초로 시도된 수요자 관점의 통계조사 연구는 의료관광객에 대한 조사 외에도 잠재수요자의 인지도 및 경험자의 만족도 조사 항목이 포함되도록 설계되었다. 이번 조사 연구는 2012년 1월부터 10월까지 10개월간 한국을 방문한 외국관광객 1만 27명을 대상으로 하는 '외국관광객 실태조사'에 의료관광에 관한 문항을 추가하는 방식으로 표본조사가 실시되었다. 응답자 중 건강 및 치료 목적의 관광 활동 경험이 있다고 답한 응답비율을 고려하여 방한 의료관광객수를 파악하며, 이후 '의료 서비스'에 응답한 경우를 핵심 의료관광으로, '비의료 기관'에 응답한 내용을 핵심의료관광을 제외한 연계 의료관광으로

판단하였다. 법무부 출입국 총계와 2012년 외래관광객 실태 조사에 따라 전체 의료관광객 수를 추정해 보면 의료서비스를 받은 관광객은 2.79%로 28만 2,402명, 의료서비스, 뷰티 혹은 의료관광을 경험한 관광객 수는 9.87%로 99만 9,036명으로 추산할 수 있다. 도출된 관광객 수치는 추정 값으로 이 중 연구의 기본이 된 '의료서비스를 받은 관광객'은 30,408명의 오차한계를 가지므로 관광객의 범위는 25만 1,995명에서 31만 2,810명 사이에 있을 것으로 예상된다.

2) 방한 의료관광객 만족도 조사³¹⁾

한국관광공사는 한국 의료관광의 강약점을 파악하고 관광콘텐츠 확보를 위하여 실제로 한국을 방문하여 의료서비스를 받은 경험자를 대상으로 만족도 조사를 실시하였다. 2012년 조사에서는 의료기관 인프라와 의료진의 서비스 외에도 의료관광객의 체류기간과 체류 중 선호한 관광활동에 대한 만족도를 함께 조사하여 관광컨텐츠에 대한 수요를 파악하고자 하였다. 또한 동반자 및 활동별 소비지출 현황을 함께 조사하여 향후 의료서비스와 연계된 관광프로그램을 개발할 때도 도움이 되고자 하였다.

이번 조사는 약 6개월에 걸쳐 진행되었으며, 43개 의료기관에서 1,319명의 의료서비스 경험자가 각 서비스 항목별 질문에 4점 척도로 응답하였다. 이번 조사의 가장 큰 성과는 의료서비스 외에 참여한 관광활동 내역 및 지출규모가 구체적으로 파악되었다는 점이다. 특히, 의료관광 수입은 그간 국내 병·의원 이 보고한 의료비 실적이 전부였으나 이번 조사를 통해 숙박,

쇼핑비 등을 구체적으로 산출함으로써 의료비 외의 의료관광 산업 규모를 총괄적으로 기능할 수 있게 되었다. 조사에 따르면, 의료비:관광비(숙박비, 쇼핑비, 기타 관광비용 등)의 지출 비율은 57:43인 것으로 나타나 의료비 외에 부가적으로 지출한 금액까지 포함할 경우 2012년에 의료관광객이 입국하여 실질적으로 지출한 금액은 약 3,509억으로 추산된다.

3) 해외 의료관광 수요자 조사³²⁾

한국관광공사는 한국 의료관광 잠재 소비자들의 의료관광에 대한 인식을 파악하고 이를 의료관광 마케팅 전략에 활용하기 위하여 한국 의료관광에 대한 경험 또는 관심이 있는 외국인 1,244명을 대상으로 국내 의료관광 홍보 안내센터 4개소와 해외 현지에서 설문조사를 실시하였다.

조사 결과 의미 있는 수치가 나온 국적은 중국, 일본, 미국이었으며 한국 의료관광 상품을 이용할 의사가 있거나 한국 의료관광에 대해 알고 있는 핵심 수요자는 중국이 39.8%로 가장 높았고 미국이 30.6%, 일본 24.7% 순이었다. 그러나 한국 의료관광에 대한 인지도가 모두 50%를 넘지 못하여 보다 적극적인 홍보 전략이 필요한 것으로 조사되었다.

특히 한국 의료관광 홍보설명회나 전시관람회의 홍보부스, 한국 의료관광안내센터 방문 이후 한국 의료관광에 대한 이미지가 개선되었다는 비율이 모든 국가에서 높게 나타났고 한국 의료관광 상품을 이용할 의향이 없는 이유에 대해서도 불충분한 정보를 꼽은 비율이 높았기 때문에 의료관광 잠재 수요자와의

²⁹⁾ 의료관광 통계 산출, 2012, 한국문화관광연구원

³⁰⁾ IRT2008 3.2, 3.3, 4.36(f)

³¹⁾ 2012년 한국 의료 및 관광서비스 만족도 조사, 2013, 한국관광공사
조사결과본 책의 '한국관광공사의 의료관광 활성화 사업' - '한국관광공사의 의료관광 활성화 정책' 부분에 일부 반영되어 있음.

³²⁾ 해외 의료관광 수요자 조사, 2012, 한국관광공사

접점을 확대하는 것이 필요한 것으로 나타났다. 또한 핵심 수요자의 의료관광 정보 수집처에 TV 및 라디오와 주변인의 추천에 대한 응답이 높아 스타 마케팅, 한국 의료관광 서포터 등 구전홍보 효과가 강화될 수 있는 마케팅 방안이 효율적인 것으로 판단된다.

해외 의료관광 수요자 조사 결과

	중국(N=115)	일본(N=483)	미국(N=47)
해외 의료관광 관심도	<ul style="list-style-type: none"> 관심있음(25.2%) > 관심없음(14.8%) 평균 3.21점 	<ul style="list-style-type: none"> 관심없음(38.9%) > 관심있음(26.3%) 평균 2.83점 	<ul style="list-style-type: none"> 관심있음(36.2%) = 관심없음(36.2%) 평균 3.02점
해외 의료관광 주된 정보수집경로 (상위 3위)	<ul style="list-style-type: none"> TV 및 라디오(28.7%) > 주변의 추천(26.1%) > 관련업체(13.9%) 	<ul style="list-style-type: none"> TV 및 라디오(36.6%) > 주변의 추천(35.2%) > 관련업체(18.6%) 	<ul style="list-style-type: none"> 주변의 추천(36.2%) > TV 및 라디오(27.7%) > 관련업체(25.5%)
해외 의료관광시 고려요인 (상위 3위)	<ul style="list-style-type: none"> 전문 의료진 수준 및 유사 임상경험(26.1%) > 대상 국가 이미지(17.4%) > 의료기관 브랜드 인지도 및 국제 표준인증 획득 여부(4.3%) 전문 의료진 수준 및 유사 임상경험(42.6%) > 의료기관 브랜드 인지도 및 국제 표준인증 획득 여부(21.7%) > 대상 국가 이미지(20.0%) 	<ul style="list-style-type: none"> 전문 의료진 수준 및 유사 임상경험(31.9%) > 대상 국가 이미지(30.8%) > 의료기관 브랜드 인지도 및 국제 표준인증 획득 여부(8.1%) 전문 의료진 수준 및 유사 임상경험(54.5%) > 대상 국가 이미지(46.4%) > 원활한 의사소통(33.5%) 	<ul style="list-style-type: none"> 전문 의료진 수준 및 유사 임상경험(46.8%) > 대상 국가 이미지(10.6%) > 의료기관의 인적 서비스(6.4%) 전문 의료진 수준 및 유사 임상경험(63.8%) > 가격 경쟁력(38.3%) > 의료기관의 인적 서비스(31.9%)

의료관광시 동반자는 배우자/연인, 혹은 친구의 비율이 높았으며 동반자 수는 평균적으로 중국이 2.7명, 일본이 1.5명, 미국이 1.7명으로 조사되었다.

		중국(N=115)	일본(N=483)	미국(N=47)
해외 의료관광시	체류 일수	<ul style="list-style-type: none"> 의료목적(중위값 7.0일) : 10~15일(15.7%) > 3일 이하(14.8%) > 6~7일(10.4%) 관광목적(중위값 7.0일) : 4~5일(13.9%) > 6~7일, 10~15일(각 13.0%) 	<ul style="list-style-type: none"> 의료목적(중위값 3.0일) : 3일 이하(50.3%) > 6~7일(17.2%) > 4~5일(13.7%) 관광목적(중위값 4.0일) : 3일 이하(42.7%) > 4~5일(21.1%) > 6~7일(13.7%) 	<ul style="list-style-type: none"> 의료목적(중위값 4.0일) : 3일 이하(38.3%) > 4~5일(23.4%) > 6~7일(14.9%) 관광목적(중위값 5.0일) : 3일 이하(25.5%) > 10~15일(21.3%) > 4~5일(17.0%)
	동반자 유형	<ul style="list-style-type: none"> 배우자/연인(21.7%) > 부모(20.0%) > 친구(15.7%) 	<ul style="list-style-type: none"> 친구(35.6%) > 배우자/연인(28.8%) > 혼자서(21.7%) 	<ul style="list-style-type: none"> 배우자/연인(48.9%) > 친구(27.7%) > 혼자서(19.1%)
	동반자 수	<ul style="list-style-type: none"> 2명(28.7%) > 3명(20.0%) > 1명(13.9%) 평균 2.7명 	<ul style="list-style-type: none"> 2명(32.7%) > 1명(27.1%) > 혼자(21.7%) 평균 1.5명 	<ul style="list-style-type: none"> 1명(31.9%) > 2명(23.4%) > 혼자(19.1%) 평균 1.7명
	최대 지불 의향 비용	<ul style="list-style-type: none"> 의료목적(중위값 1,719,100원) : 100~199만원(27.7%) > 500만원 이상(22.3%) > 0원(19.1%) 관광목적(중위값 1,719,100원) : 100~199만원(31.9%) > 0원(21.3%) > 500만원 이상(16.1%) 	<ul style="list-style-type: none"> 의료목적(중위값 191,500원) : 10만원 미만(34.5%) > 10~49만원, 100~199만원(각 17.1%) 관광목적(중위값 383,100원) : 10만원 미만(34.5%) > 50~90만원(19.6%) > 100~199만원(18.5%) 	<ul style="list-style-type: none"> 의료목적(중위값 1,073,000원) : 500만원 이상(25.5%) > 100~199만원(18.2%) > 50~99만원, 200~499만원(각 14.5%) 관광목적(중위값 1,073,000원) : 100~199만원(26.9%) > 200~499만원(21.2%) > 500만원 이상(15.4%)

4) 시장동향 분석 보고서

고객만족을 통한 의료관광 시장의 질적 성장을 위하여 한국관광공사는 지역별, 진료 분야별 시장분석을 실시하고 이를 토대로 교육프로그램과 매뉴얼 및 가이드를 개발하고 있다. 매년

일본, 중국, 미주, 러시아, 태국, 싱가포르 등 한국관광공사 각 지사별 의료관광 현황에 대한 시장동향 분석을 실시하고 있으며, 일본, 베트남, 러시아 등 주요 국가별 시장조사 보고서를 지속적으로 발간하고 있다.

의료관광 우수사례 3 - 위암치료

암의 대표주자 위암, 암 치료 대표주자 한국 의료

위암은 세계 암 발병률 2위를 기록하고 있는 대표적인 암이다. 한국에선 암 발병률 1위라는 악역도 맡고 있다. 30여 년 전만 해도 위암 판정을 받으면 사망 선고를 받은 것이나 다름없을 정도로 완치가 어려웠으나 치료 기술이 비약적으로 발달하여 현재는 사망률이 현저히 낮아졌다.

한국은 세계적으로 위암 환자가 많은 만큼 치료 성적도 우수한 나라로, 세계가 한국의 위암치료 기술에 주목하고 있다. 한국의 위암 생존율은 의료선진국인 일본, 미국을 앞서고 있으며 세계적으로 권위를 인정받는 의학저널인 'Annals of Surgery' 2010년 4월호에 실린 국제공동연구 결과에서도 우수성이 입증되고 있다. 미국 '메모리얼 슬로언 케어팅 암센터(MSKCC)'와 한국 카톨릭의대 서울성모병원 위암센터의 위암 환자 치료를 비교한 연구 결과 서울성모병원에서의 생존율이 30% 정도 높게 분석되었기 때문이다. 한국은 의료기관 간의 끊임없는 경쟁과 연구를 통해 높은 수준의 위암 치료기술을 계속 유지하고 있으며 많은 사례를 통해 그 효과를 입증하고 있어 위암치료기술을 배우기 위해 전 세계에서 한국을 방문하고 있다. 2012년 6월에는 한국 의사들의 항암치료법이 글로벌 가이드라인으로 등재되기도 했다.

위암을 치료하는 가장 좋은 방법은 위절제술이다. 최근에는 수술 후 환자의 삶의 질을 고려하여 절제하는 부위를 줄이고, 남은 위의 기능을 최대한 살리는 방향으로 수술이 진행되고 있다. 초기의 경우 내시경을 통해 제거하기도 하는 등 출혈이 적고 회복이 빠른 수술법이 개발되어 있다.

수술에서부터 사후관리까지 만족한 한국 의료관광

두바이의 예사 모하메드 알리(남, 70세) 씨는 위식도 접합부에 양성종양이 생겨 서울에서 내시경 치료를 받았다. 그런데 내시경 치료 후 조직검사서 위까지 암이 번져 위와 림프절을 제거하는 수술을 받아야 한다는 진단이 내려졌다. 하지만 알리 씨는 고령인데다 평소 희귀 자가면역질환인 에반스 증후군, 당뇨, 만성 간 질환, 고혈압까지 앓고 있어서 수술 결심이 쉽지 않았다.

최상의 결과를 가져다 줄 수 있는 세계적인 병원을 알아보기 위해 그는 일단 두바이로 귀국했다. 그곳에서 두바이 정부, 두바이 최고 병원인 라씨드 병원의 주치의와 상담, 논의한 결과 알리 씨는 다시 서울행을 선택했다. 알리 씨가 앓고 있는 에반스 증후군은 자가면역질환으로 수술 중 출혈이 심해지거나 쉽게 감염을 일으킬 수 있기 때문에 신체에 무리가 가는 개복수술 보다는 출혈과 통증이 적은 복강경수술을 받는 것이 현명한데 서울아산병원이 위암 복강경수술의 세계 최다 수술 건수를 가지고 있는 등 다양한 고난도 수술 경험이 풍부하고 중환자 관리가 뛰어났기 때문이다. 수술은 성공적으로 진행됐고, 다행히 알리 씨의 암세포는 다른 기관으로 전이되지 않아 회복도 빠른 상태이다.

알리 씨는 "종양 치료를 위해 다시 한국을 방문했을 때 이미 의사의 체계적인 진료를 경험했기 때문에 선택에 크게 고민하지 않았다."며 "수술 후 흉터도 거의 없고 통증도 심하지 않아 매우 놀라웠다."고 전했다.

건강한 식생활로 위암 예방하기

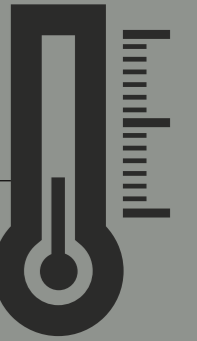
일상생활 속에서 위암을 예방하기 위한 방법은 몇 가지로 요약될 수 있다.

첫째는 짠 음식과 탄 음식을 피해 위암을 일으키는 발암물질과 멀리하는 것이다. 짜지 않게 먹고 부패한 음식이나 불에 타서 숯같이 된 고기는 먹지 않는 것이 좋다.

둘째로 녹황색 채소와 비타민 C가 풍부한 과일을 충분히 먹는 것이 좋다. 식이요법을 통한 위암 예방을 위하여, 신선한 과일과 채소를 많이 섭취하는 것이 중요하다. 항산화 물질이 많이 들어있는 배추, 상추, 오이, 당근, 피망 등 녹황색 채소를 매일 섭취하는 사람은 그렇지 않은 사람보다 위암발생률이 1/2~1/3 감소한다고 한다.

마지막으로 정기적인 위 검사를 통하여 조기에 진단하는 것이 중요하다. 최근 광고에서도 보듯이 암의 1/3은 생활습관 교정으로 예방할 수 있고, 발생한 암의 1/3은 조기진단으로 완치될 수 있다고 하니 건강한 내일을 위하여 바른 식생활과 정기적인 건강검진이 필요한 때이다.

2013 한국의료관광총람



통계

보건복지부 외국인환자 유치실적 조사

한국은행 국제수지 통계 중 건강관련여행

- 의료관광 우수사례 4 - 갑상선암 치료

04



보건복지부 외국인환자 유치실태 조사

1) 특성

외국인환자 유치실태 조사는 외국인 환자를 유치하는 의료기관의 외국인 환자 유치실적을 집계하는 방식으로 2009년부터 보건복지부 주관으로 한국보건산업진흥원에서 실시하고 있다. 외국인환자 유치통계는 의료법에 의거하여 보건복지부에 등록된 의료기관 및 외국인환자 유치업자가 유치한 외국인환자에 대한 정보를 집계하는 보고통계 성격의 조사이다. 조사 범위는 국적, 연령, 성별 등 환자의 기본정보와 진료과목, 진료일자, 주진단 및 주처치내용, 진료비 등 환자의 진료정보이다. 조사대상은 국적이 외국인이며, 국민건강보험에 미가입된 자로 주한 미군을 포함하여 외국인등록 또는 국내거소신고를 하지 않은 외국인만을 대상으로 한다. 이 조사는 의료기관에 초점을 두고 있기 때문에 환자나 그 동반자의 관광활동 정보는 거의 산출하지 못하고 있다. 그러나 의료관광에 있어 의료기관이 차지하는

비중을 고려할 때 한국 내 의료기관에서 외국인에 대한 의료 및 관광관련 제반 활동을 측정하는 이 같은 조사는 필수적이다.

2) 2012년 조사 결과 ³³⁾

2012년 외국인환자 유치실적은 총 155,672명으로 외래 환자는 125,450명(80.6%), 건강검진 환자는 15,593명(10.0%), 입원 환자는 14,629명(9.4%)이며, 입원환자와 중증상병 외래 환자는 19,044명으로 전체의 12.2%를 보였다. 지난 4년간 연평균 증가율은 37.3%에 달한다. 외국인환자의 2012년 상급종합병원 병상 점유율은 0.65%로 법정기준인 5%에 미달하여 국민의료 접근성에는 큰 영향을 미치지 않는 것으로 판단된다.

진료유형별 외국인 실환자

단위: 명, %

구분	2009년		2010년		2011년		2012년(잠정치)		연평균 증가율
	실환자수	비중	실환자수	비중	실환자수	비중	실환자수	비중	
입원	3,915	6.5	7,987	9.8	11,945	9.8	14,629	9.4	55.2
외래	56,286	93.5	63,891	78.1	95,810	78.3	125,450	80.6	40.1
건강검진	09년은 외래·건강검진 구분 없음		9,911	12.1	14,542	11.9	15,593	10.0	25.4
계	60,201	100	81,789	100	122,297	100	155,672	100	37.3

국적별로는 중국(24.0%), 미국(23.0%), 일본(14.1%), 러시아(14.1%), 몽골(6.4%) 순이며 중동(사우디아라비아, 아랍에미리트), 중앙아시아(카자흐스탄, 우즈베키스탄), 동남아(베트남, 인도네시아) 등 한국 의료 글로벌화 추진을 위한 전략국의 환자 수가 급증하였다. 러시아 환자는 지속적으로 증가

(연평균 110.2%, 전년대비 69.2%)하면서 2013년을 기점으로 일본을 제치고 환자유치 3위 국가가 될 전망이다, 일본 환자는 일반관광객 감소에 동반하여 전년대비 17.9% 줄어들면서 전체 실환자 중 비율이 22.1%에서 14.1%로 크게 하락하였다.

외국인환자 유치 주요 국적 실환자 추이

단위: 명, %

국적	2009년		2010년		2011년		2012년		전년대비 증가율	연평균 증가율
	실환자	비중	실환자	비중	실환자	비중	실환자	비중		
중국	4,725	11.0	12,789	19.4	19,222	18.9	31,472	24.0	63.7	88.2
미국	13,976	32.6	21,338	32.4	27,529	27.1	30,196	23.0	9.7	29.3
일본	12,997	30.3	11,035	16.8	22,491	22.1	18,462	14.1	△17.9	12.4
러시아	1,758	4.1	5,098	7.7	9,651	9.5	16,325	12.4	69.2	110.2
몽골	850	2.0	1,860	2.8	3,266	3.2	8,347	6.4	155.6	114.1
베트남	327	0.8	921	1.4	1,336	1.3	2,197	1.7	64.4	88.7
필리핀	356	0.8	957	1.5	1,178	1.2	1,767	1.3	50.0	70.6
카자흐스탄	128	0.3	346	0.5	732	0.7	1,626	1.2	122.1	133.3
사우디아라비아	218	0.5	380	0.6	920	0.9	1,081	0.8	17.5	70.5
우즈베키스탄	113	0.3	298	0.5	491	0.5	821	0.6	67.2	93.7
인도네시아	183	0.4	283	0.4	424	0.4	667	0.5	57.3	53.9
아랍에미리트	17	0.0	54	0.1	158	0.2	341	0.3	115.8	171.7

의료기관 종별 비중을 보면 전반적으로는 전년도와 큰 차이가 없었는데 이는 일본인 환자의 감소에 의한 것으로 파악된다. 없는 가운데 한의원의 비중이 4.1%에서 2.5%로 급격히 감소

의료기관 종별 외국인 환자 현황

단위: 명, %

국적	2009년		2010년		2011년		2012년		전년대비 증가율	연평균 증가율
	실환자	비중	실환자	비중	실환자	비중	실환자	비중		
상급종합병원	27,657	45.9	35,382	43.3	47,000	38.4	62,395	40.1	32.8	31.2
종합병원	11,537	19.2	16,787	20.5	26,495	21.7	31,355	20.1	18.3	39.6
병원	8,407	14.0	6,937	8.5	11,016	9.0	15,436	9.9	40.1	22.5
치과병원	467	0.8	1,285	1.6	2,219	1.8	3,270	2.1	47.4	91.3
치과의원	716	1.2	1,432	1.8	1,299	1.1	1,638	1.1	26.1	31.8
한방병원	1,217	2.0	2,216	2.7	4,822	3.9	5,597	3.6	16.1	66.3
한의원	926	1.5	1,952	2.4	5,067	4.1	3,865	2.5	△ 23.7	61.0
의원	9,274	15.4	15,798	19.3	24,370	19.9	32,034	20.6	31.4	51.2
기타(요양병원)	0	0	0	0	9	0.0	82	0.1	-	-
계	60,201	100	81,789	100	122,297	100	155,672	100	27.3	37.3

의료 진료과별로는 내과(22.3%), 검진센터(11.6%), 피부과(7.9%), 성형외과(7.6%), 산부인과(5.3%), 정형외과(4.7%), 한의과(4.6%), 안과(3.8%) 순으로 2011년도와 비슷한 순서이다. 그러나 내과, 검진센터, 피부과, 성형외과, 산부인과 등 5대 주요 진료과 비중이 완화된 반면 진료과목이 다양해지고 있다.

주요 진료과별 외국인환자 현황

단위: 명, %

국적	2009년		2010년		2011년		2012년		전년대비 증가율	연평균 증가율
	실환자	비중	실환자	비중	실환자	비중	실환자	비중		
내과	18,398	28.5	23,632	23.3	34,330	22.2	45,368	22.3	32.2	35.1
검진센터	8,980	13.9	13,272	13.1	19,894	12.9	23,508	11.6	18.2	37.8
피부과	6,015	9.3	9,579	9.4	12,978	8.4	16,132	7.9	24.3	38.9
성형외과	2,851	4.4	4,708	4.6	10,387	6.7	15,428	7.6	48.5	75.6
산부인과	3,965	6.2	5,656	5.6	7,568	4.9	10,831	5.3	43.1	39.8
정형외과	3,196	5.0	4,975	4.9	6,876	4.4	9,501	4.7	38.2	43.8
한의과	1,897	2.9	4,191	4.1	9,793	6.3	9,366	4.6	△ 4.4	70.3
안과	1,921	3.0	4,507	4.4	5,821	3.8	7,741	3.8	33.0	59.1
이비인후과	2,484	3.9	3,549	3.5	5,080	3.3	7,244	3.6	42.6	42.9
치과	2,032	3.2	3,828	3.8	5,220	3.4	6,762	3.3	29.5	49.3
일반외과	1,903	3.0	2,793	2.7	4,304	2.8	6,187	3.0	43.8	48.1
비뇨기과	1,760	2.7	2,629	2.6	4,027	2.6	5,532	2.7	37.4	46.5
소아청소년과	1,354	2.1	2,566	2.5	3,030	2.0	5,362	2.6	77.0	58.2
신경외과	1,674	2.6	2,177	2.1	3,053	2.0	5,071	2.5	66.1	44.7
신경과	879	1.4	1,486	1.5	2,443	1.6	3,858	1.9	57.9	63.7
영상의학과	0	0	1,516	1.5	2,478	1.6	2,152	1.1	△ 13.2	19.1
그 외 진료과	5,155	8.0	10,528	10.4	17,534	11.3	23,020	11.5	31.3	64.7
계	64,464	100	101,592	100	154,816	100	203,063	100	31.2	46.6

지역별로는 수도권 집중비율이 78.5%로 전년(81.0%) 대비 다소 완화되었으며 전라남도(174.9%), 대전광역시(169.7%), 제주특별자치도(129.7%)의 유치비율이 증가하였다. 이는 지역선도의료기술지원 등 지방소재 의료기관의 외국인환자 유치역량 제고를 위한 정부지원사업 성과가 시현되고 있는 것으로 분석된다.

시도별 외국인환자 현황

단위 : 명, %

국적	2009년		2010년		2011년		2012년		전년대비 증가율	연평균 증가율
	실환자	비중	실환자	비중	실환자	비중	실환자	비중		
서울특별시	36,896	61.3	50,490	61.7	77,858	63.7	96,646	62.1	24.1	37.8
경기도	11,563	19.2	10,913	13.3	17,092	14.0	19,176	12.3	12.2	18.4
부산광역시	2,419	4.0	4,106	5.0	6,704	5.5	8,750	5.6	30.5	53.5
대구광역시	2,816	4.7	4,493	5.5	5,494	4.5	7,109	4.6	29.4	36.2
인천광역시	4,400	7.3	2,898	3.5	4,004	3.3	6,371	4.1	59.1	13.1
대전광역시	169	0.3	1,693	2.1	1,963	1.6	5,294	3.4	169.7	215.2
전라북도	695	1.2	1,909	2.3	2,104	1.7	2,194	1.4	4.3	46.7
제주특별자치도	223	0.4	720	0.9	740	0.6	1,700	1.1	129.7	96.8
광주광역시	274	0.5	989	1.2	1,118	0.9	1,637	1.1	46.4	81.5
충청남도	5	0.0	997	1.2	1,367	1.1	1,612	1.0	17.9	585.7
강원도	279	0.5	567	0.7	1,349	1.1	1,422	0.9	5.4	72.1
경상북도	126	0.2	407	0.5	517	0.4	1,027	0.7	98.6	101.2
울산광역시	43	0.1	614	0.8	782	0.6	880	0.6	12.5	173.5
전라남도	76	0.1	336	0.4	263	0.2	723	0.5	174.9	111.9
경상남도	122	0.2	354	0.4	556	0.5	640	0.4	15.1	73.8
충청북도	95	0.2	303	0.4	386	0.3	491	0.3	27.2	72.9
계	60,201	100	81,789	100	122,297	100	155,672	100	27.3	37.3

외국인 환자의 진료비 수익은 총 2,391억 원으로 2011년 대비 32.1%, 연평균 63.5%가 증가하였으며, 외국인환자 1인당 평균 진료비는 162만 원으로 내국인의 1인당 연간 진료비(비급여 제외) 104만 원의 155.8%인 것으로 나타났다. 1억 원 이상 고액 환자는 83명(0.06%)으로, 2011년 대비 207.4%(연평균 102.5%) 증가하였고, 5천만 원 이상 진료비를 지불한 외국인환자도 꾸준히 증가(연평균 95.3%)하고 있다.

외국인환자 진료수입 추이

구분	2009년			2010년				2011년				2012년			
	입원	외래	계	입원	외래	건강 검진	계	입원	외래	건강 검진	계	입원	외래	건강 검진	계
총 진료수입 (억 원)	256	291	547	520	432	81	1,032	756	950	103	1,810	1,306	965	119	2,391
1인당 평균진료비 (만원)	656	54	94	666	70	87	131	662	100	71	149	910	81	82	162

출처 : 2012년 외국인환자 유치실적 주요결과, 2013, 한국보건산업진흥원

진료비 구간별 외국인 실환자 수

단위: 명, %

진료비 구간	2009년		2010년		2011년		2012년		전년대비 증가율	연평균 증가율
	실환자	비중	실환자	비중	실환자	비중	실환자	비중		
1억원 이상	10	0.02	21	0.03	27	0.02	83	0.06	207.4	102.5
5천만원 ~ 1억원 미만	29	0.05	77	0.10	122	0.10	216	0.15	77.0	95.3
1천만원 ~ 5천만원 미만	777	1.34	1,634	2.08	4,862	4.02	4,336	2.93	△10.8	77.4
500만원 ~ 1천만원 미만	1,225	2.11	2,413	3.07	3,735	3.09	5,458	3.69	46.1	64.6
100만원 ~ 500만원 미만	8,657	14.88	16,453	21.0	23,863	19.7	30,475	20.61	27.7	52.1
50만원 ~ 100만원 미만	6,656	11.44	10,755	13.7	20,049	16.6	18,912	12.79	△5.7	41.6
50만원 미만	40,818	70.17	47,167	60.1	68,337	56.5	88,391	59.78	29.3	29.4
계	58,172	100	78,520	100	52,658	100	147,871	100	180.8	36.5

의료기관 환자 실적 규모를 보면, 1천 명 이상 환자유치 의료기관은 40개소로 2009년 16개소, 2010년 19개소, 2011년 31개소로 꾸준히 증가하고 있다. (연평균 증가율 35.7%) 5백 명

이상 환자 유치 의료기관은 72개소, 1백 명 이상 유치 의료기관은 193개소를 기록했다.

환자 유치규모별 의료기관 분포

단위: 개소, 명, %

구분	의료기관수	비중	환자수	비중
1천명 이상	40	4.3	91,510	58.8
5백 ~ 1천명	32	3.4	22,551	14.5
1백 ~ 5백명	121	13.0	27,643	17.8
10 ~ 1백명	368	39.5	12,506	8.0
10명 미만	371	39.8	1,462	0.9
계	932	100.0	155,672	100.0

한국은행 국제수지 통계 중 건강관련여행

1) 특징

본 조사는 외국인이 환전시 밝힌 여행 목적이나 신용카드 결제 사용처를 기준으로 지불액을 집계한 통계이며, 2006년부터 한국은행에서 집계하여 발표하고 있다. (ecos.bok.or.kr) 의료관광과 관련된 항목은 서비스무역 세분류통계 중 '건강관련여행' 항목으로 분류되어 있으며 유치사업 비등록 의료기관에서의 외국인 진료비 정보까지 포함되어 산출할 수 있는 점이 장점이거나 의료 이외 목적으로 방문한 외국인의 의료비 지출이나 동반자의 지출, 의료관광객이 의료기관이 아닌 곳에서 사용하는 지출을 포함하지 못하는 단점이 있다.

2) 2012년 조사결과

조사를 시작한 2006년부터 2012년까지 건강관련여행 수입액의 연평균성장률은 24.7%였으며 내국인이 해외에서 사용한 지급액의 연평균 성장률은 -1.0%로 2011년 최초로 수입액

이 지출액을 넘어섰다. 건강관련 여행 수입액 자체도 2006년 5,900만 달러에서 시작하여 2011년에는 1억 3,070만 달러로 1억 달러를 돌파하였으며 2012년도는 전년대비 12%의 성장률을 보이며 꾸준한 성장세를 이어가고 있다. 다만 지급액의 경우 2010년 이후 국내 경제상황에 따라 소비패턴이 증가 감소를 반복하고 있으며 국가 간 외국인 환자 유치에 대한 경쟁이 치열해지고 있어 지급액의 감소추세에 따른 의료관광 흑자 추이가 안정세를 보인다고 보기는 어렵다.

이 같은 지급액의 변화양상은 전체 여행과 비슷하게 움직여서 전체 관광수입액이 증가할 때 건강관련여행 수입도 증가할 수 있음을 보여준다.

관광수지 및 건강관련여행 수지 변화추이

단위: 백만 달러

구분	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
관광수입	5,760	6,094	9,719	9,782	10,321	12,397	14,176
관광지출	14,336	16,950	14,581	11,040	14,292	15,544	15,737
건강관련여행수입	59.0	67.5	69.8	82.7	89.5	130.7	146.5
건강관련여행지급	119.1	137.3	129.0	95.8	108.5	78.5	111.9
건강관련 여행수지	-60.1	-69.8	-59.2	-13.1	-19.0	52.2	34.6

출처: 한국은행 경제통계시스템 (ecos.bok.or.kr)

📌 의료관광 우수사례 4 - 갑상선치료

착한 암, 그러나 여성암 1위

갑상선암은 대부분 10년 생존율이 95%~85%에 이를 정도여서 '착한 암'이라는 별명이 붙어있는 완치율 높은 암이지만, 최근 들어 가장 많이 발견되는 암이기도 하다. 5개 대륙 19개 인종을 대상으로 한 조사에서 최근 30년간 약 58%의 증가율을 보이고 있으며, 여성암 1위를 차지할 정도로 여성에게 5~6배 정도 더 많이 발생한다. 목젖 부근에 딱딱한 혹이 만져진다거나 목소리가 갑자기 변하면 진찰을 받아봐야 한다. 발병원인은 명확하지 않지만 방사선 노출, 유전적 요인, 식이요인, 과거 갑상선 질환 병력 등이 그 원인으로 추정되고 있다. 갑상선암 가족력이 있거나, 과거에 목 위로 방사선을 조사한 적이 있는 사람 역시 발병률이 높아질 수 있다.

최근의 통계를 살펴보면 한국의 갑상선암 치료 수준은 미국, 일본, 유럽 국가들보다 높다. 한국의 갑상선암 5년 생존율은 99.7%로 유럽에 비해서는 14% 이상, 미국에 비해서도 2% 이상 높다. 이는 정확한 진단으로 암의 조기 발견 가능성이 높고, 첨단 장비와 전문가들의 의료 기술로 수술 성공률과 완치율도 높기 때문이다. 한국의 주요 암센터에서는 각 분야의 암 전문가들이 모여 진료에서 연구까지 암 치료에 집중할 수 있는 시스템을 만들어 막강한 시너지 효과를 내고 있어 미국, 유럽의 암 전문의들도 배워갈 정도이다.

한국에서 다시 찾은 생명

러시아 하바로스크에 사는 지노베바 스베틀라나(여, 47세) 씨는 2011년 9월 중순 러시아의 병원에서 갑상선암 판정을 받았다. 암은 갑상선뿐만 아니라 주변 림프절 및 심장 부근 혈관으로 전이된 상태였고, 러시아에서는 수술이 불가능하다는 판정을 받았다. 상태 악화로 하바로스크 건강증진센터에 입원 중이던 지노베바 씨는 이 병원과 MOU를 체결한 한국의 강남세브란스병원과 원격 화상진료를 통해 수술이 가능하다는 진단을 받은 뒤 마지막 희망을 품고 서울에 방문했다.

한국을 찾아 검사를 실시한 결과 혈액 속의 칼슘량을 조절하는 갑상선 호르몬 칼시토닌의 농도가 2,500까지 올라간 상태였다. 칼시토닌의 수치가 높다는 것은 암의 전이가 심하다는 것으로 보통 칼시토닌 수치가 2,000 이상이면 1/3 정도는 수술이 어렵다. 하지만 한국의 병원 의료진은 장장 5시간 동안의 수술을 성공적으로 끝내고 전이된 부위의 암세포까지 모두 제거했다.

병원 측은 여성 홀로 타국에서 암수술을 받는 환자의 부담을 덜어주기 위해 연수차 병원에 와 있던 러시아 의사를 통해 상세한 설명과 질의응답 시간을 가졌다. 또한 인천 지역에서 사목 활동 중인 예브게니 목사를 초빙해 수술을 앞둔 지노베바 씨의 쾌유를 기도하여 환자의 불안을 해소시키는 등 큰 감동을 주었다.

수술이 성공적으로 끝나고, 지노베바 씨는 웃음을 되찾았다. 지속적인 건강유지를 위해서 암 수술 후 정기적인 관찰추적이 반드시 필요하다. 지노베바 씨의 경우 이를 위해 굳이 한국과 러시아

를 오갈 필요 없이 한국관광공사가 운영하고 있는 블라디보스톡 'U-헬스센터'의 원격진료를 이용하면 된다. 원격진료를 통해 현지 병원에서 검사 결과를 서울의 주치의에게 보낼 수 있기 때문이다.

몸과 마음을 가뿐하게 만드는 힐링 관광지

갑상선 절제수술을 받고 나면 갑상선 호르몬이 체내에서 만들어지지 않으므로 평생 갑상선 호르몬제를 복용해야 한다. 그러므로 지속적인 관리와 스트레스 없는 환경이 중요하다. 치열한 생활로 돌아가기 전 도시를 떠나 자연에 몸을 맡기고 몸 속 깊은 곳에서부터 건강한 기운을 채워가는 것은 어떨까?

자연의 건강한 기운을 받기에 한국에서 가장 깊은 산으로 알려진 지리산 주변만큼 좋은 곳도 없다. 지리산 자락에 자리 잡은 경남 하동은 유유히 흐르는 섬진강 물길과 아름다운 꽃길로 유명한 곳이다. 지리산의 숲을 거닐며 맑은 공기를 호흡하고, 주변 절에서 템플스테이를 경험해보는 것도 좋다. 산사의 음식은 자극적인 간을 하지 않는 채식 위주의 식단이므로 갑상선암 환자들에게 좋다. 또한 녹차재배지로 유명한 하동 약양솔로시티에서 풀냄새, 꽃향기를 즐겨보는 것도 좋다. 하동의 특산물인 수제 녹차는 직접 손으로 뒤어 맛과 향과 색이 살아 있는데 녹차에 들어있는 카테킨 성분은 항암작용을 하는 것으로 알려져 있다. 유명한 화개장터도 근처에 있으니 한번 둘러보면 소소한 즐거움을 건질 수 있다.

지리산 품안에서 깨끗한 공기를 마시며 느리게 사는 여유를 체험하는 동안 몸에 쌓인 피로와 스트레스가 날아가는 힐링의 경험을 할 수 있을 것이다.

참고자료

- 2010 의료관광실무매뉴얼, 2010, 한국관광공사
- 2012 상반기 의료관광 시장동향, 2012, 한국관광공사
- 2012 주요서비스분야별해외진출가이드, 2012, Kotra
- 2012년 외국인환자 유치실적 주요결과, 2013, 한국보건산업진흥원
- 2012년한국의료및관광서비스만족도조사, 2013, 한국관광공사
- 경제정책조정회의보고자료, 2011.6.8
- 관광분야 재정 확대를 위한 보고서, 2011, 한국관광공사
- 관광진흥법 시행령 일부개정령안, 2013. 5. 31
- 미국보건의료개혁과 보건산업의 영향, 2012, 보건산업진흥원
- 미래성장동력 의료관광, 2012, 보건복지부
- 베트남의료현황조사, 2013, 한국관광공사
- 의료관광마케팅조사, 2008, 한국관광공사
- 의료관광통계산출, 2012, 한국문화관광연구원
- 의료관광마케팅, 유명희, 2011, 한울출판사
- 의료관광산업의 국제경쟁력 분석과 정책과제, 2013, 산업연구원
- 해외의료관광수요자조사, 2012, 한국관광공사
- Beyond Korean style full report, 2013, McKinsey
- Dr Jason Yap of STB Healthcare Services, TODAY, Dec 2008
- How Does Retirement Tourism fit into Global Healthcare, 2010, Center for Medical Tourism Research
- International Medical Travel Journal, Frost & Sullivan, 2010.11
- Lowes-Cleveland Clinic & Pepsi-JohnHopkins, How Does Retirement Tourism FitInto Global Health-care, CMTR
- Making Indian Healthcare Market a Global Medical Tourism Destination, Mapping the market for medical travel, 2008, Mckinsey
- Medical tourism : Update and implications, 2009, Deloitte
- Pew Research Center's Internet & American Life Project, 2011
- The Rise of Medical Tourism, 2009, Grail Research
- Travel Market Report/ 2012. 1.12



한국 의료관광... 총람

신성장 동력산업 의료관광의 태동과 미래

발행일 2013년 9월

발행인 이 참

발행처 한국관광공사

서울시 중구 청계천로 40(우 : 100-180)

담당부서 의료관광사업단(02-729-9443)

기획 및 디자인 d.forever(02-734-9000)