

한국 의료관광의 현재와 미래

한국 의료관광 마케팅 2016



한국 의료관광 마케팅 2016

문화체육관광부

한국관광공사

문화체육관광부

한국관광공사

문화체육관광부

한국관광공사

한국 의료관광의 현재와 미래

한국 의료관광 마케팅 2016



CONTENTS

제1부 : 의료관광의 이해

1. 의료관광의 개념	(1) 의료관광의 정의	06
	(2) 의료관광의 유형	08
2. 의료관광 시장의 성장	(1) 글로벌 시장 규모	12
	(2) 글로벌 시장의 발전 배경	14

제2부 : 의료관광 현황

1. 한국 의료관광 현황	(1) 한국 의료관광 시장 현황	22
	(2) 의료관광 산업의 파급효과	25
	(3) 방한 의료관광객 동향	27
	(4) 한국 의료관광 시장의 경쟁력	36
	(5) 정부의 의료관광 활성화 대책과 지원현황	39
	(6) 지자체별 의료관광 추진 현황	40
2. 해외 주요 의료관광국 현황	(1) 태국	53
	(2) 싱가포르	54
	(3) 말레이시아	56
	(4) 인도	57
	(5) 헝가리	58

제3부 : 의료관광 마케팅 전략

1. 의료관광 마케팅의 이해	(1) 의료관광 마케팅의 배경	62
	(2) 의료관광 마케팅 추진 과정	62
	(3) 한국 의료관광의 통합마케팅 필요성	64
	(4) 의료관광 활성화를 위한 한국관광공사의 역할	65
2. 한국관광공사의 의료관광 마케팅 전략	(1) 의료관광 해외 홍보 마케팅	66
	(2) 융복합 의료관광 상품 개발 및 판촉	77
	(3) 온오프라인 통합 마케팅 채널 운영	78
	(4) 지역 의료관광 활성화	84

3. 방한 의료관광국별 특성과 대응 전략	(1) 중국	85
	(2) 미국	90
	(3) 러시아	93
	(4) 일본	98
	(5) 카자흐스탄	101
	(6) 몽골	105
	(7) 베트남	109
	(8) 아랍 에미리트(UAE)	113
	(9) 필리핀	116

제4부 : 의료관광 패러다임의 변화 웰니스관광

1. 새로운 성장동력 웰니스관광	(1) 의료관광 트렌드와 발전방향	122
	(2) 웰니스관광의 등장	128
	(3) 글로벌 웰니스관광 동향	137
2. 국내 웰니스관광 시장	(1) 웰니스관광으로의 전환	140
	(2) 웰니스관광 발전을 위한 전략 방향	144
3. 웰니스관광 사례 분석	(1) 태국 치바솜 헬스 리조트	148
	(2) 싱가포르 리조트 월드 센토사	150
	(3) 필리핀 더 팜 옛 산 베니토	152
	(4) 인도 스와스와라	154
	(5) 제주 WE 호텔	156
	(6) 홍천 힐리언스 선마을	158

부록

1. 의료관광 절차	161
2. 의료관광 관련기관	165
3. 의료관광 관련 법령	169
4. 통계 자료	172

참고문헌

제1부

의료관광의 이해

1. 의료관광의 개념

- (1) 의료관광의 정의
- (2) 의료관광의 유형

2. 의료관광 시장의 성장

- (1) 글로벌 시장 규모
- (2) 글로벌 시장의 발전 배경



1. 의료관광의 개념

(1) 의료관광의 정의

의료관광이 미래 성장동력산업으로 주목받으면서 각국에서는 많은 관심을 가지고 의료관광을 육성하고 있다. 의료관광이 갖는 의미도 해외에서 치료를 받는 Medical Travel에서 의료와 관광이 결합된 Medical Tourism, 포괄적인 건강 서비스를 소비하는 Wellness Tourism으로 영역이 확대되는 추세이다. '의료관광'은 의료와 관광 서비스 간 융복합이라는 개념으로 도입되었으나 명확한 정의가 있는 것은 아니다. 의료관광을 지칭하는 용어는 보건관광/건강관광(Health Tourism), 의료관광(Medical Tourism), 의료여행(Medical Travel), 웰빙 투어(Well-being Tour), 웰니스관광(Wellness Tourism), 힐링 투어(Healing Tour) 등으로 혼재되어 사용되고 있으며, 의료관광의 범주도 의료서비스만을 중심으로 보는 관점부터 자연을 활용한 관광활동, 정신수양 활동, 스트레스 관리 및 힐링 목적의 휴양활동, 비의료적인 건강증진활동 등으로 다양하다.

의료관광을 관광객의 동거나 행동측면에서 건강을 증진시키고자하는 의도를 중심으로 정의하면, 심리적, 육체적 스트레스를 풀려는 넓은 의미로 집을 떠나 행하는 여행활동의 목적 중 하나가 자신의 건강상태를 증진시키는 것(Laws, 1996)으로 보거나 건강상태를 개선시킬 목적을 가진 사람이 집을 떠나 행하는 모든 휴양, 레저형태(Eric, 1996)가 의료관광에 포함된다고 정의하는 학자도 있다. 또는 건강증진 및 치료를 목적으로 하는 사람들에게 관광활동과 함께 우수한 의료서비스를 제공하는 것으로 정의(Goodrich&Goodrich, 1987)하거나 의학적 개입을 통해 건강을 강화하거나 회복하려고 자신의 일상적인 진료권 밖으로 이동하는 행위(Carrera&Bridges, 2006)로 정의하기도 한다. 환자가 진료, 휴양과 관광활동을 병행하며 여행하는 것으로 의료와 관광 서비스를 동시에 추구하는 것으로 설명(임범중 외, 2009)하거나, 의료서비스와 관광활동이 결합된 새로운 관광형태로 인간이 일시적으로 일상생활을 일탈해서 다시 복귀할 것을 전제로 이루어지는 관광의 일종(주경근, 2010)으로 보는 견해도 있다.¹⁾

좁은 관점에서 의료서비스의 필요성을 중심으로 분석한 경우에는 수술이나 치과치료 등을 포함하는 의료서비스를 받기 위해 국경을 넘어 외국으로 이동하는 행위(Kumar, 2009)나 환자가 자신의 나라에 없거나 비싼 의료서비스 때문에 외국으로 이동하는 과정(Voigh 등, 2010)으로 의료관광을 정의하기도 한다. 수술과 기타 다른 형태의 전문적인 치료를 필요로 하는 환자들에게 관광산업과 결합하여 저렴한 비용으로 효과적인 서비스를 제공하는 것

1) 한국 의료관광 산업 생태계 현황분석 및 의료관광 활성화 중장기 전략, 2016, 한국관광공사

(Gupta, 2004)이라고 정의한 경우도 있으며, 의료관광을 특수목적관광의 한 분야로 보고, 보건분야에서 관광 자원으로 활용 가능한 부분을 개발하고 관광을 상품화하여 서비스 및 제품을 제공하는 사업(이운태, 2006)으로 보는 견해도 있다.

그러나 유엔세계관광기구(United Nations World Tourism Organization, UNWTO)는 관광통계에 대한 국제 권고안 2008(International Recommendations for Tourism Statistics 2008, IRT2008)에서 관광의 주요 목적을 '만약 그 관광이 없었다면 이루어지지 않았을 목적(3.10항)'이라고 정의하면서 개인의 관광목적 중 건강 및 치료 목적의 관광에 병원, 클리닉, 회복환자 요양소 등의 방문을 비롯하여, 보건 및 사회시설 등에서 서비스 받는 것, 해수치료 및 스파, 의학시설 및 서비스를 사용한 성형수술, 의학적 권고에 기초한 치료를 받기 위해 특정 장소를 방문하는 것 등도 포함하고 있다. 1년 이상의 거주를 필요로 하는 장기 치료는 관광여행에 속하지 않기 때문에 1년 이내의 단기적인 치료만 포함한다(1.4항) 라고도 정의하고 있다. 국내의 법률적 해석으로는 관광진흥법 제12조의 2항에서 '의료관광이란 국내기관의 진료, 치료, 수술 등 의료서비스를 받는 환자와 그 동반자가 의료 서비스와 병행하여 관광하는 것'이라고 정의하고 있다. 그러나 관광진흥법에서는 '의료관광'이라는 용어를 사용하는 반면, 의료법에서는 '외국인환자 유치'라는 용어를 사용하는 등 의료관광산업에 대한 명확한 개념적 정의가 설립되어 있지는 않다.

이 책에서는 '의료관광'을 '본인 혹은 의료진의 판단에 의거하여 심신의 건강을 보호하고 증진함을 목적으로 거주 국가의 국경을 벗어나 1년 이내의 기간으로 타국을 방문하는 방문객의 모든 활동 또는 이를 돕기 위한 동반자의 모든 활동'으로 정의하였으며 '의료관광객'은 이러한 의료관광을 하는 자로 정의하였다. '의료관광사업'이란 의료관광객을 적절한 치유목적지에 알선하는 유치사업을 포함하여, 외국국적을 가진 의료관광객을 유치하고자하는 의료기관이나 의료관광객의 운송, 숙박, 음식, 운동, 오락, 휴양 등을 위한 시설 또는 관련 용역을 제공하거나 그 밖에 관광을 위한 시설을 갖추어 이를 이용하게 하는 모든 활동이 포함된다. 또한 IRT2008에서 관광을 주 목적지에서 1년 이내에 발생하는 방문객의 활동으로 정의하고 있으며, 이 기간 중에 고용이나 일정한 보상이 수반되는 행위가 포함되지 않아야 하기 때문에 의료관광객은 의료라는 특정 목적을 위해 거주 지역의 국경 외부에 있는 목적지로 1년 이내의 여행을 하는 여행객을 의미하며 방문한 국가의 거주지에 의한 고용이 여행의 주요 목적이 되어서는 안 된다. 그러나 고용 및 보수 지급이 여행에서 아주 우발적인 것이라면 해당 여행객은 방문객으로 인정되며 그의 여행 역시 관광여행으로서의 자격을 유지한다고 볼 수 있다.²⁾

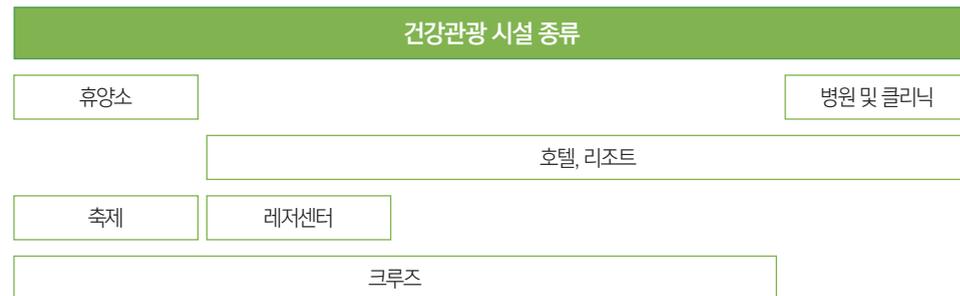
이 책에서는 의료관광을 본인 혹은 의료진의 판단에 의거하여 심신의 건강을 보호하고 증진함을 목적으로 거주 국가의 국경을 벗어나 1년 이내의 기간으로 타국을 방문하는 방문객의 모든 활동 또는 이를 돕기 위한 동반자의 모든 활동으로 정의한다.

2) 2013 한국 의료관광 총람, 2013, 한국관광공사

(2) 의료관광의 유형

의료관광의 포함 범위를 어떻게 인식하느냐에 따라 의료관광 유형이 다르게 분류될 수 있고 개념들 간의 관계도 다르게 정립될 수 있다. 의료관광과 웰니스관광 영역을 구분한 경우는 대표적으로 Smith&Puczko(2009)를 들 수 있으며, 유지윤(2013)의 연구와 Joan C. Henderson(2004)의 연구에서도 유사한 형태로 유형을 구분하고 있다. Smith&Puczko는 건강관광(Health Tourism)의 하위 개념으로 수술 등 의료서비스 정도와 웰니스 정도에 따라 의료와 웰니스 영역을 구분하고, 서비스 이용목적 및 활동 형태를 기준으로 기치료(Holistic), 레저와 오락(Leisure and Recreation), 의료 웰니스(Medical Wellness), 치료형 의료서비스(Medical Therapeutic), 수술형 의료서비스(Medical Surgical)로 건강관광의 유형을 나누었다. 웰니스 영역은 요가, 미용관리, 운동 등을 의미하고 의료 영역은 물리치료, 수술 등을 포함하며 웰니스와 의료가 결합된 중간영역인 의료 웰니스에는 재활치료, 생활습관 교정 등을 포함하였다.

Smith&Puczko의 유형 분류



*출처 : Health and Wellness, Elsevier Ltd 7, 2009, Smith&Puczko

유지윤(2013)은 크게 의료관광서비스를 중심으로 의료관광과 웰니스관광으로 구분하되, Smith&Puczko(2009)와 유사하게 치료 성격을 가지고 있는 비의료서비스 영역을 별도의 의료 웰니스로 설정하였다.

유지윤의 유형분류

구분	분류	내용
Medical	1. 수술형 의료관광	· 성형수술 · 치과수술 · 기타수술
	2. 테라피 의료관광	· 병과 관련된 재활치료, 치료 및 회복, 식이요법 및 해독요법
	3. 의료 웰니스관광	· 치료레크리에이션, 라이프스타일 관련 재활치료, 직업웰니스, 해수요법, 식이요법 및 해독요법
Wellness	4. 여가 웰니스관광	· 미용시술, 스포츠와 피트니스, 전신마사지
	5. 기치료 웰니스관광	· 영성치료 · 요가 · 명상 · 음악치료

보다 포괄적인 개념으로 의료관광을 인식하는 연구를 찾아보면 의료관광을 보는 시각 속에 웰니스 요소를 담은 형태를 찾을 수 있다. 고태규, 이황, 김길태(2010)의 연구에서는 한국 의료관광에 적합하도록 의료관광을 수술형, 성형, 웰빙형, 대체의학, 건강진단의 5개 유형으로 구분하였다.

고태규, 이황, 김길태의 유형분류

구분	내용
1. 수술형	· 정형외과 · 척추수술 · (제한적) 심장 수술 · 일반외과 수술 · 기타 의료시술 · 치과치료
2. 성형	· 성형수술
3. 웰빙형	· 리조트, 스파, 뷰티샵
4. 대체의학	· 동양의학
5. 건강진단	· 검진 프로그램

이처럼 의료관광의 유형은 의료관광의 범주를 어떻게 구분하느냐에 따라 달라지지만 여행객의 특성과 여행 목적에 따라 크게 '의료중심'의 메디컬투어리즘과 '건강관리중심'의 웰니스투어리즘 형태로 나누어 볼 수 있으며, 이와 관련한 선행 연구를 정리해보면 다음과 같다.

의료관광 유형분류 선행연구



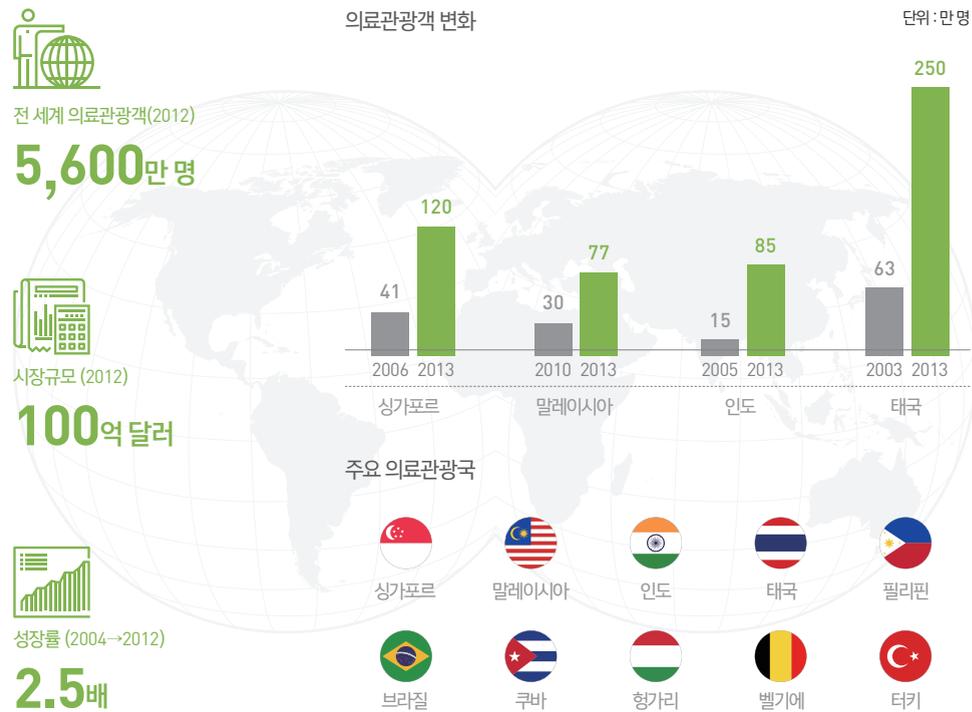
* 출처 : 한국 의료관광 산업 생태계 현황분석 및 의료관광 활성화 중장기 전략, 2016, 한국관광공사

2. 의료관광 시장의 성장

(1) 글로벌 시장 규모

의료관광은 관광객의 체류기간이 길고, 체류비용이 커서 21세기 고부가가치 관광산업으로 성장하고 있다. 싱가포르와 태국에서 시작된 의료관광 산업은 세계적으로 급속한 성장세를 보이고 있으며, 2012년 기준 의료관광을 위해 자국을 떠난 관광객은 5,600만 명에 이른다. 세계 의료관광 규모는 2012년 약 100억 달러로 2004년 대비 2.5배가량 성장하였으며, 2019년 약 330억 달러 규모로 성장할 것으로 전망된다.³⁾

글로벌 의료관광 시장

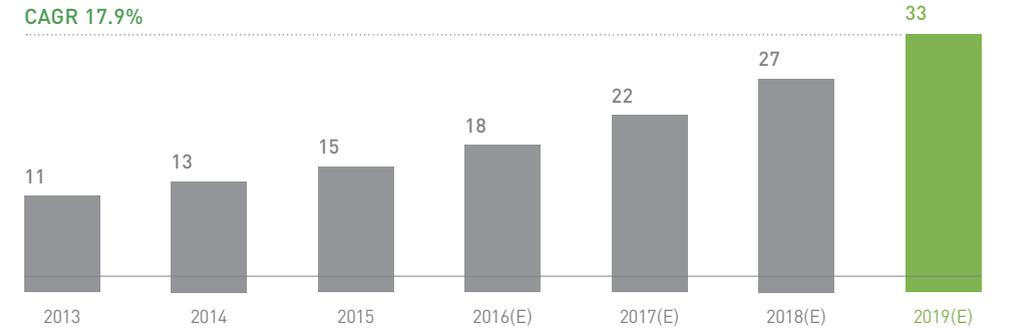


* 출처 : 태국에 밀리고 말레이시아까지 추월...한국 의료관광 성장세 꺾이나, 2015.4.22, 조선일보
국내 의료관광 연관 산업 동향 및 전망, 2015.6.15, 한국보건산업진흥원
'의료·관광' 일석이조, 연수익 1조 넘어, 2008.3.24, 파이낸셜뉴스
의료관광 글로벌 춘추전국시대, 2014.1.20, 연합뉴스

3) 한국 의료관광 산업 생태계 현황분석 및 의료관광 활성화 중장기 전략, 2016, 한국관광공사

글로벌 의료관광 시장규모 및 전망

단위: 십억 달러

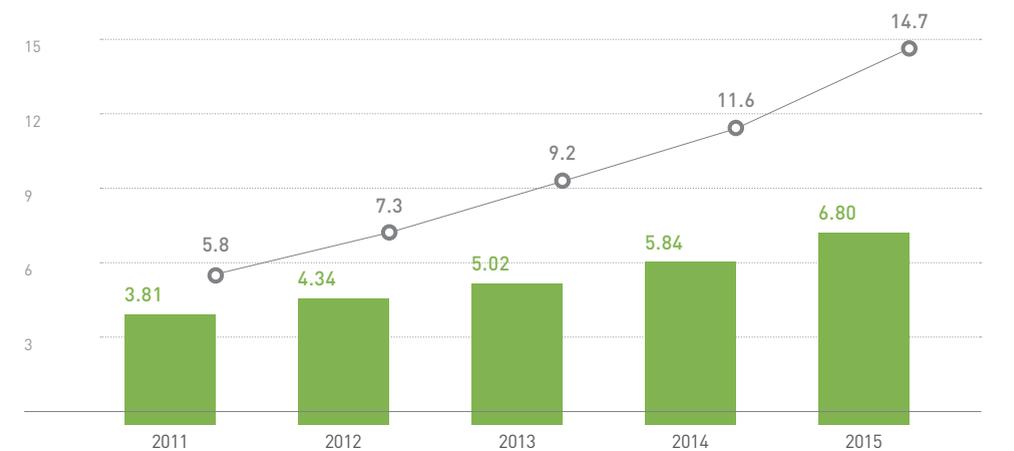


* 출처 : Transparency Market Research, 2013

특히 태국, 싱가포르, 인도, 말레이시아, 필리핀 등 아시아 국가들이 저렴한 진료비, 높은 수준의 의료서비스, 짧은 대기시간, 관광이 결합된 휴식 제공 등 의료관광 허브(Hub)로서 입지를 구축하며 주요 의료관광목적지로 손꼽히고 있다.⁴⁾ 대표적 의료관광국인 태국의 경우 2003년 63만 명이던 의료관광객이 2013년 250만 명까지 증가하면서 2013년 한 해 동안 43억 달러(한화 4조 7천억 원 상당)의 수익을 창출하였다. 아시아 의료관광 시장규모는 2012년 430만 명에서 2015년 680만 명으로 증가할 것으로 예측되며, 의료관광 총 수입은 2012년 73억 달러에서 2015년에는 147억 달러에 달할 것으로 전망된다.⁵⁾

아시아 의료관광 방문객과 시장 규모 성장 전망

■ 의료 관광객수: 백만 명
○ 시장 규모: 십억 달러



* 출처 : 체류형 의료관광 클러스터 모델개발 연구, 2014, 문화체육관광부

4) MTA Medical Tourism Survey, 2013, Medical Tourism Association

5) Asian Medical Tourism Market Forecast to 2015, 2013, RNCOS

의료관광 시장이 확대되면서 최근에는 아시아 국가 뿐 아니라 차별화된 고급 웰니스 관광상품을 내세운 유럽 국가를 중심으로 중국, 러시아, 중동 지역의 VIP, WIP 의료관광객 유치 경쟁이 점차 치열해지고 있다. 의료관광을 국가적 미래성장동력으로 육성하고 있는 각국 정부는 의료비자 발급, 세제지원을 비롯한 각종 우대 정책들을 선보이고 있으며, 민간 중심으로 의료 기반이 확충되면서 의료서비스의 질 또한 높아지고 있다. 병원은 호텔 급의 서비스를 제공하며 스파 등 휴양시설에서는 클리닉 기능을 추가로 갖추는 등 세계 각지에서 의료관광객 유치를 위한 변화가 일어나고 있다.

(2) 글로벌 시장의 발전 배경

자국 의료서비스 수준에 대한 불만족

동남아를 비롯하여 경제수준 격차가 심한 나라의 경우 일부 부유층에서 자국의 의료서비스에 만족하지 못하고 선진 의료서비스를 찾는 경우가 있으며, 의료 선진국 소비자중에서도 높은 비용 대비 서비스 질에 대한 불만족, 긴 대기시간 등의 이유로 해외 의료서비스를 이용하는 경우가 증가하고 있다.

UAE 고소득층은 자국의 의료서비스 수준에 만족하지 못하고, 미국 및 유럽 등지에서 의료서비스를 이용하고자 하는 욕구가 높으며, 러시아 국민은 자국의 의료기관 이용 후 21%가 만족하는 반면, 61%가 불만족 한다는 조사 결과가 나오기도 하였다. 베트남의 경우에는 자국의 취약한 의료시설과 의료진에 대한 불신 탓에 해외 병원에서 진료를 받는 환자가 연간 4만 명에 이르며 이들이 쓰는 의료비는 연간 수조 원 규모로 추정된다. 인도네시아 고소득층 사람들이 해외에서 의료서비스에 지출한 금액은 연간 약 80억 달러에 이른다.⁶⁾ 반면, 영국이나 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.

해외로 나갈 경우 같은 금액으로 다양한 의료서비스를 받을 수 있다는 점 역시 의료관광이 활성화되기 시작한 강력한 동인으로 작용하였다. 아시아 주요 의료관광국의 서비스 비용은 미국 등 선진국의 25~80% 수준에 불과 하지만 서비스 수준은 선진국과 유사한 수준을 보유하고 있다.

6) 의료관광 산업 생태계 현황분석 및 의료관광 활성화 중장기 전략, 2016, 한국관광공사

주요 의료서비스 비용 비교

단위: 달러

치료내용	미국	말레이시아	태국	싱가포르	인도
관상동맥 우회수술	136,000	14,000	13,000	23,000	7,000
혈관성형술	57,000	8,750	3,800	27,750	3,300
무릎관절 치환술	45,000	10,900	11,400	16,700	6,800
위장접합술	33,000	8,600	16,700	20,000	5,500

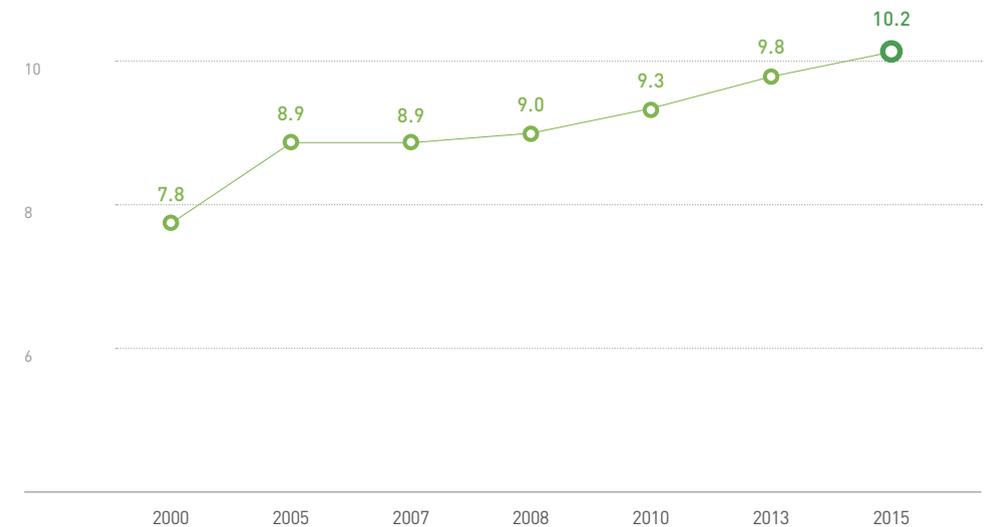
*출처: Medical Tourism Destination SWOT Analysis, 2014, K.M.Wong 외

의료비 부담 증가

인구고령화와 의료기술 발전 등으로 의료비 부담이 증가함에 따라 정부와 소비자들은 의료비 문제의 대안을 탐색하기 시작하였고, 의료관광이 대안시장으로 떠오르게 되었다. OECD 국가의 GDP 대비 의료비 비중은 꾸준히 증가하여 2013년 9.8%에서 2015년에는 10.2%에 이를 것으로 예측된다. 급속히 성장하고 있는 중국의 의료비 지출 증가율은 연 10% 이상의 성장률을 기록하고 있으며, 미국도 연 4.5%에 이르고 있다.

OECD 국가의 GDP 대비 의료비 비중 증가 추이

단위: %



*출처: 역년중국위생통계공보, 2015

주요국 의료비 지출 증가 추이

구분		2010	2011	2012	2013	2014
중국	의료비(억 위안)	19,980	23,446	27,847	31,869	-
	증가율 (%)	13.9	17.3	18.8	14.4	-
미국	1인당 의료비 (\$)	8,402	8,666	8,927	9,115	9,523
	증가율 (%)	3.1	3.1	3.0	2.1	4.5

* 출처 : OECD Health Data 2014, 2015, 역년중국위생통계공보

정보통신매체 발달과 의료관광 마케팅 확대

인터넷 등 정보통신매체의 발달로 각국 간 의료비용과 서비스 품질 비교가 손쉽게 가능해졌으며, 인터넷과 미디어의 해외 의료 정보제공으로 소비자는 자신들이 원하는 치료방법과 결과물에 대한 보다 자세한 정보를 손쉽게 얻을 수 있게 되었다.⁷⁾ 이 결과 지역별·국가별로 가격 및 서비스 품질 우위를 판단하여 고객이 직접 의료관광 목적지와 유형을 선택할 수 있는 가능성이 높아졌다.

세계 인터넷 보급률 추이

단위 : 백만 명, %



* 출처 : 전세계 인터넷 인구 올해 말 30억 명 전망, 2014.5.8, 아이뉴스

7) 의료관광 산업 생태계 현황분석 및 의료관광 활성화 중장기 전략, 2016, 한국관광공사

싱가포르의 한국 삼쌍둥이 분리 수술사례 (2003)

래플즈 병원에서 실시한 한국 삼쌍둥이 분리 수술을 대외적으로 적극 홍보하여 초기 의료관광 선진국 이미지 제고



태국의 의료비용 마케팅 이용 사례

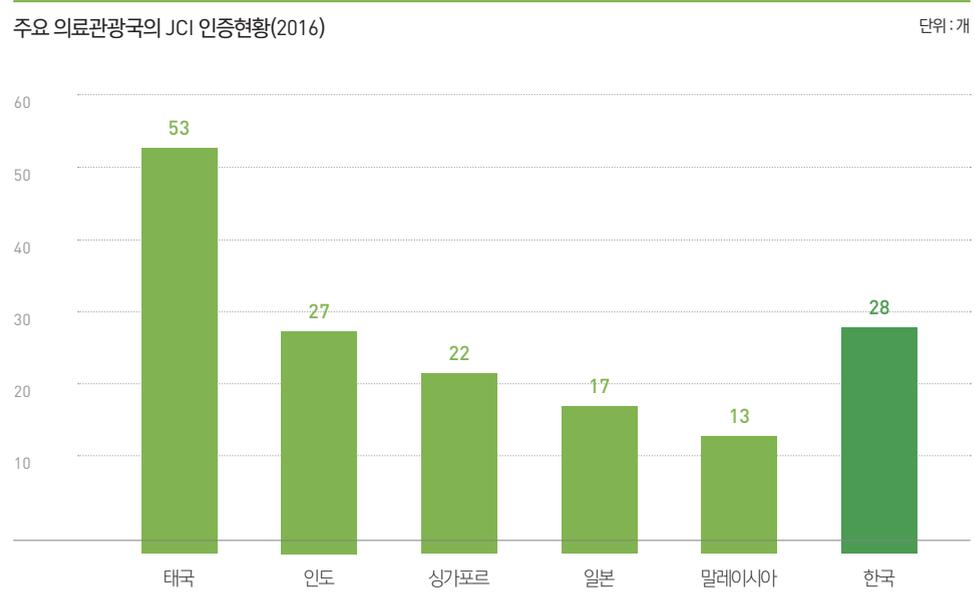
태국은 선진국 대비 월등히 낮은 의료비용으로 가격경쟁력을 적극적으로 홍보

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

의료서비스 인증제도 확산

의료서비스에 대한 인증은 환자 중심의 서비스와 적정 수준 이상의 표준화된 의료서비스 제공에 대한 객관적인 지표가 될 수 있어 전 세계로 확산되고 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 국제 인증 프로그램(International Accreditation Program, IAP)도 마련되었다.

대표적인 인증프로그램으로 꼽히는 미국의 병원인증제도 JCI(Joint Commission International)는 환자가 병원에 들어서는 순간부터 퇴원까지 치료 전 과정을 11개 분야로 나눠 환자의 안전성과 양질의 의료서비스 제공에 관한 평가를 3년 단위로 수행하고 있다. 2016년 4월 현재 전 세계 60여 개 국가에서 836개 의료기관이 JCI인증을 받았다. 우리나라도 대학병원과 전문병원을 중심으로 의료서비스 인증 필요성에 대한 인식이 확산되면서 28개의 의료기관에서 JCI인증을 받았다.



* 출처: 의료관광 산업 생태계 현황분석 및 의료관광 활성화 증장기 전략, 2016, 한국관광공사

정부의 의료관광 활성화 의지

의료서비스 수요 증가 및 의료산업의 경쟁과 개방으로 의료관광객의 이동량과 그에 따른 경제적 파급효과가 날로 커지고 있으며, 의료관광 산업은 각국의 주요 전략 산업으로 주목받고 있다. 이처럼 의료관광이 산업의 형태를 띠고 성장하게 된 것은 고부가가치를 창출하기 위한 정부의 정책적 노력이 뒷받침되었기 때문이다.

의료관광 대국으로 성장한 태국의 경우 1997년 금융위기 당시 태국 사립병원의 43%가 존폐 기로에 있을 만큼 대부분 병원들의 경영상태가 악화되었고, 이를 개선하기 위해 정부에서 외국인을 대상으로 하는 의료서비스를 추진한 것에서 의료관광 산업이 시작되었다. 태국 정부는 의료산업 육성을 위해 의료시장을 완전 개방하는 제도 개혁과 함께 태국의 풍부한 관광자원을 활용한 태국형 의료관광 서비스의 개발로 재기에 성공하였다. 또다른 주요 의료관광국인 싱가포르의 경우, 정부가 주도하여 기존의 물류·금융·관광이 중심인 싱가포르 산업구조 자체를 의료 및 바이오 구조로 전환하였다. 의료관광 활성화를 위해 민간의료기관에 자율성을 부여하는 규제완화를 추진하였고, 의료 및 바이오산업의 비중은 2000년 10%에서 2012년 26%로 성장하였다. 의료관광 주요 국가들 대부분은 의료관광 활성화를 위하여 의료비자 제도를 도입하는 등 의료관광객을 위한 제도개선을 추진하고 있다.

JCI 인증마크



보건복지부 인증마크



국내에서도 의료법에 의거한 자체적인 의료기관 인증평가 제도가 2011년 1월 24일부터 실시되어 2016년 6월 까지 1,533개 의료기관이 인증을 획득하였다. 인증결과는 의료기관평가인증원 홈페이지(www.koiha.or.kr)에서 확인할 수 있다.

제2부

의료관광 현황



1. 한국 의료관광 현황

- (1) 한국 의료관광 시장 현황
- (2) 의료관광 산업의 파급효과
- (3) 방한 의료관광객 동향
- (4) 한국 의료관광 시장의 경쟁력
- (5) 정부의 의료관광 활성화 대책과 지원현황
- (6) 지자체별 의료관광 추진 현황

2. 해외 주요 의료관광국 현황

- (1) 태국
- (2) 싱가포르
- (3) 말레이시아
- (4) 인도
- (5) 헝가리



1. 한국 의료관광 현황

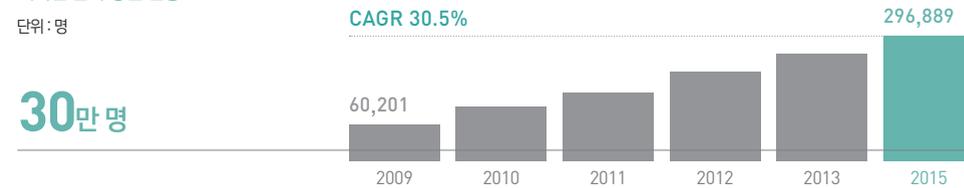
(1) 한국 의료관광 시장 현황⁸⁾

한국 의료관광 시장은 2009년 5월 의료법 개정으로 외국인환자 유치행위가 허용된 이래 정부의 의료관광 활성화 정책과 관련 종사자들의 적극적인 마케팅으로 급성장하고 있다. 한국은 의료관광 후발주자로서의 리스크와 추진 초기 많은 사회적 우려에도 불구하고 단기간 내 괄목할만한 성장을 이루었으며, 주요 의료관광국가 중 하나로 자리매김하는데 성공했다. 한국을 찾는 외국인환자는 지속적으로 증가하여 2009년 6만 201명에서 2012년 15만 9,464명, 2015년에는 29만 6,889명에 이르며, 외국인환자의 진료수익도 2015년 6,694억 원으로 2009년 대비 연 평균성장률이 51.8%에 이른다. 또한 2018년 방한 의료관광객 79만 명, 의료관광시장 8.7억 달러로의 성장이 전망되는 등 지속적인 성장시장으로 분석되고 있다.⁹⁾

한국 의료관광 현황

외국인 환자 방문 현황

단위: 명



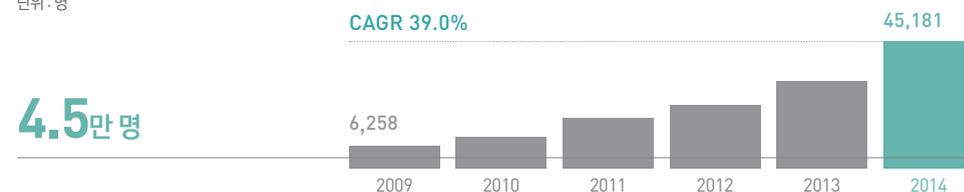
진료 수익 현황

단위: 억원



일자리 창출 효과 (의료+관광)

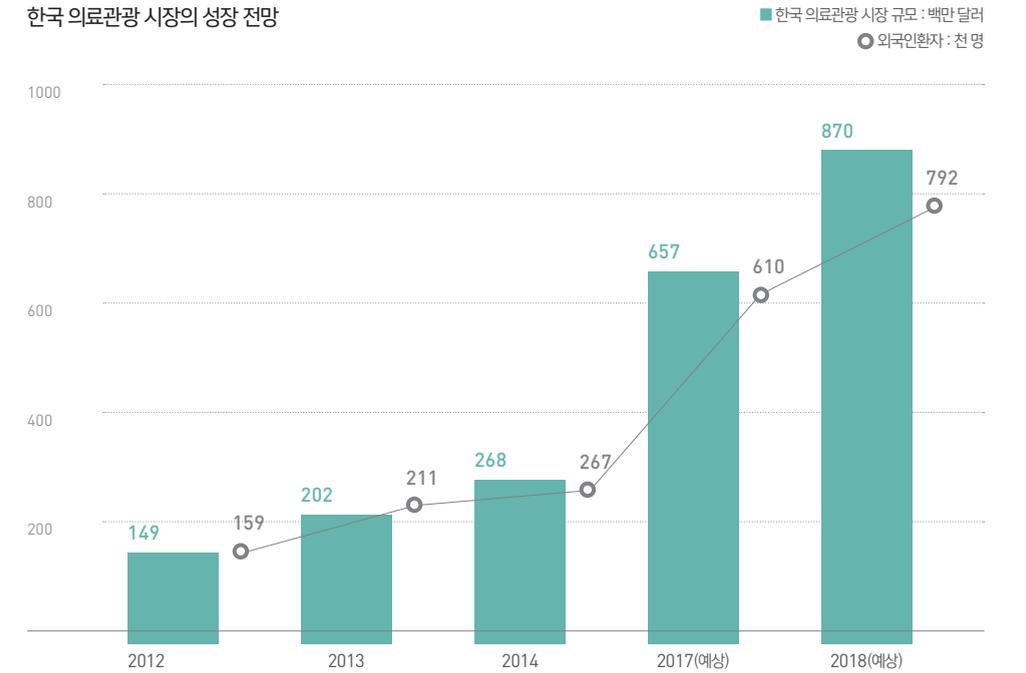
단위: 명



8) 2015년 외국인환자 유치실적 조사 결과, 2016, 한국보건산업진흥원

9) Asian Medical Tourism Market Outlook 2018, 2014, RNCOS

한국 의료관광 시장의 성장 전망



*출처: Asian Medical Tourism Market Outlook 2018, 2014, RNCOS

한국을 찾는 외국인환자가 늘어나면서 외국인환자의 국적도 2009년 141개국에서 2015년 188개국으로 다양해졌고, 연환자 100명 이상을 유치하는 국가수도 2009년 28개국에서 2015년 66개국으로 늘어서 의료관광목적지로의 한국 의료시장의 성장을 보여준다.

외국인환자 추이

단위: 명

구분	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
실 환자수	60,201	81,789	122,297	159,464	211,218	266,501	296,889
총 국적수	141	163	180	188	191	191	188
연환자 100명 이상 국가수	28	32	43	48	54	56	66

*출처: 2015년 외국인환자 유치실적 조사 결과, 2016, 한국보건산업진흥원

2015년 외국인환자의 국적은 중국인 환자가 9만 9,059명으로 33.4%를 차지하여 가장 많고 이후 미국, 러시아, 일본 순이다. 또한 카자흐스탄, 우즈베키스탄, UAE 등 G2G 협력을 지속하고 있는 전략국가 중심으로 꾸준한 증가세를 보이고 있다.

주요 국적별 외국인 환자 현황

단위: 명, %

순위	국적	2011		2012		2013		2014		2015	
		환자 수	비중								
	총 환자수	122,297	100	159,464	100	211,218	100	266,501	100	296,889	100
1	중국	19,222	15.7	32,503	20.4	56,075	26.5	79,481	29.8	99,059	33.4
2	미국	27,529	22.5	30,582	19.2	32,750	15.5	35,491	13.3	40,986	13.8
3	러시아	9,650	7.9	16,438	10.3	24,026	11.4	31,829	11.9	20,856	7.0
4	일본	22,491	18.4	19,744	12.4	16,849	8.0	14,336	5.4	18,884	6.4
5	카자흐스탄	732	0.6	1,633	1	2,890	1.4	8,029	3.0	12,567	4.2
6	몽골	3,266	2.7	8,407	5.3	12,034	5.7	12,803	4.8	12,522	4.2
7	베트남	1,336	1.1	2,231	1.4	2,988	1.4	3,728	1.4	5,316	1.8
8	캐나다	2,051	1.7	2,756	1.7	2,770	1.3	2,943	1.1	3,206	1.1
9	아랍에미리트	158	0.1	342	0.2	1,151	0.5	2,633	1.0	2,946	1.0
10	우즈베키스탄	491	0.4	824	0.5	1,358	0.6	1,904	0.7	2,634	0.9
11	필리핀	1,178	1	1,787	1.1	1,848	0.9	2,024	0.8	2,410	0.8

외국인환자의 총 진료수입은 6,694억 원으로 2014년 대비 20.2%가 증가했으며, 1인당 평균 진료비는 225만 원을 기록하며 전년대비 7.9%가 증가했다. 특히 1억 원 이상의 진료비를 지출한 환자는 총 271명으로 전년대비 29.0% 증가했다. 국적별로는 중국인 환자가 지출한 진료비가 총 2,171억 원으로 전체 진료수입의 32.4%를 차지하고 있으며, 1인당 평균 진료비는 아랍에미리트가 1,503만 원으로 가장 높게 나타났다. 이는 중국인 환자는 방문객 수가 많으나 성형, 피부과 시술과 같은 경증 수술·시술의 비율이 높은 반면, 중동, 러시아권의 경우 중증환자의 비율이 높은 것에 기인한 결과로 판단된다.

주요 진료과별 상위 국적 현황 (2015)

단위: 명, %

구분	총 실환자수 (비중)	1위		2위		3위	
		국적명	환자 수	국적명	환자 수	국적명	환자 수
내과통합	79,091(21.3)	중국	18,161	미국	11,905	러시아	8,993
성형외과	41,263(11.1)	중국	26,537	일본	2,809	카자흐스탄	1,029
검진센터	34,284(9.3)	중국	8,734	러시아	4,357	미국	4,133
피부과	31,900(8.6)	중국	13,692	일본	5,749	미국	3,488
정형외과	22,468(6.1)	중국	6,767	미국	4,362	러시아	1,538

지역별 외국인환자 현황은 서울이 16만 5,689명으로 가장 유치인원이 많았으며 서울, 경기 지역이 전체 환자 유치의 74.9%(서울 55.8%, 경기 19.1%)를 차지하여 지역불균형 현상이 심한 가운데, 광주광역시와 전라도의 외국인환자(7,281명)가 전년대비 51.1% 증가하며 높은 증가율을 보였다.

(2) 의료관광 산업의 파급효과

의료관광 시장이 성장하고, 의료관광객의 활동이 증가하면서 그에 따른 경제적 파급효과¹⁰⁾도 날로 커지고 있다. 의료관광 산업은 잠재력이 높은 사업영역으로, 의료관광과 연관된 의료산업은 의료 및 보건 서비스와 미용관련 산업을 들 수 있으며 연관된 관광산업으로는 쇼핑, 식음료, 숙박, 오락 및 유희 등의 산업을 들 수 있다.

의료관광은 의료산업과 관광산업의 융합으로 부가가치와 취업 및 고용 등에 미치는 영향력이 높다. 또한 의료 수준과 관광자원에 대한 대외 인지도 확산과 우리나라 전통의술인 한방과 한류 스타일의 세계 확산에도 기여하는 바가 크다.

의료관광 주요서비스 공급주체



10) 의료관광 경제적 파급효과 분석, 2015, 한국관광공사

의료관광산업의 경제적 파급효과는 직접효과와 간접효과로 구성되는데, 직접효과는 의료관광객의 직접 지출항목과 연관된 산업군으로 산업연관표 상의 도소매서비스, 육상운송서비스, 음식점 및 숙박서비스, 사업지원서비스 의료 및 보건서비스, 문화서비스 등 6개 산업부문이 해당된다. 간접효과는 의료관광객의 직접 지출항목 외 간접적으로 파생되는 산업군에 대한 경제적 파급효과로 직접효과 산업군을 제외한 75개 산업군이 포함된다.

2014년 자료를 기준으로 취업유발효과는 4만 5,181명으로 추정되며, 총생산유발효과는 3조 5,635억 원으로 추정된다. 이 중 직접효과는 2조 2,233억 원, 간접효과는 1조 3,402억 원으로 추정되며, 부가가치유발효과는 1조 6,888억 원으로 의료관광객 총 지출액(1조 9,932억 원)의 약 69.3%로 추정된다.

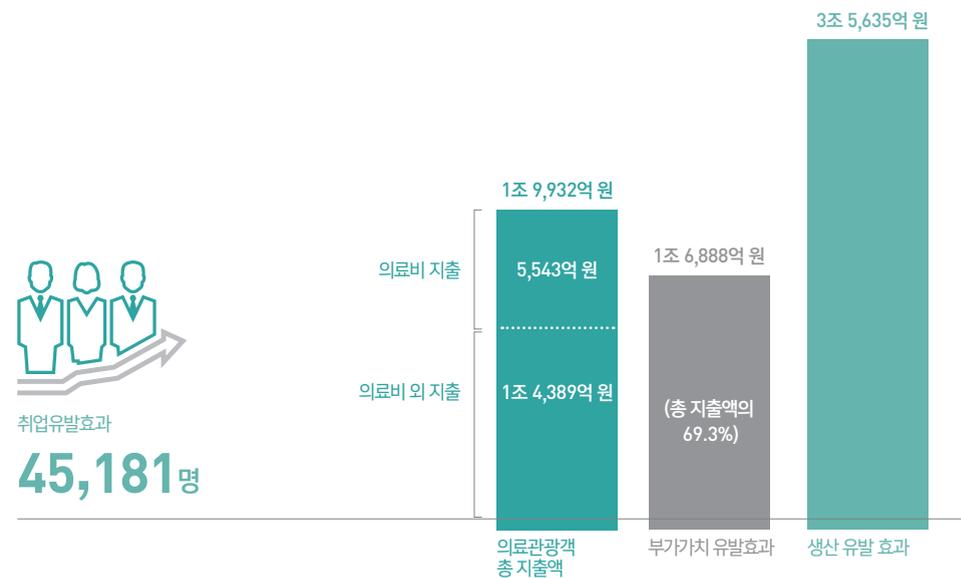
의료관광산업의 경제효과

단위: 백만 원, 명

구분	생산유발효과	취업유발효과(명)*	부가가치유발효과
총 효과 (1+2)	3,563,562.6	45,181.1	1,688,777.2
직접 효과 (1)	2,223,326.5	35,437.0	1,178,646.0
간접 효과 (2)	1,340,236.1	9,744.0	510,131.2

* 취업유발효과는 취업자를 대상으로 임금근로자, 상용임시직, 자영업자 및 무급가족종사자를 포함함

의료관광 파급효과 (2014)



(3) 방한 의료관광객 동향¹¹⁾

2015년 방한 의료관광객 1,547명을 대상으로 시행된 의료관광 만족도 조사에 따르면, 처음부터 의료서비스 혹은 의료서비스와 관광을 목적으로 입국한 관광객은 64.3%이며, 의료서비스를 염두에 두지 않고 방한하였으나 의료서비스를 이용한 경우도 29.5%에 달했다. 연령별로 살펴보면, 60세 이상은 처음부터 의료서비스 이용을 염두에 두는 비율이 77.8%로 높았고, 29세 이하는 '타 목적으로 방문 후 의료서비스 이용'의 응답률이 34.5%로 타 연령층 대비 높게 나타났다. 국적별로는 중국 국적 응답자는 '의료서비스 이용 겸 관광', 러시아 및 카자흐스탄 국적 응답자는 '의료서비스 이용', 일본 및 미국 국적 응답자는 '타 목적 방문 후 의료 서비스 이용' 응답률이 상대적으로 높은 편이다. 진료유형별로는 성형수술의 경우가 의료서비스 이용계획이 82.3%로 목적성이 가장 뚜렷했으며, 성형수술을 제외한 일반수술 환자가 관광목적은 제외한 순수 의료서비스 목적으로 입원하는 비율이 가장 높아 의료서비스의 경쟁에 따른 다양한 관광상품 개발이 필요함을 보여준다.

의료관광객의 한국 방문 목적

단위: 명, %

		총 실현자 수 (비중)	사례수(명)	의료서비스 이용	의료서비스 이용 겸 관광	타 목적으로 방문 후 의료서비스 이용	모름 / 무응답
전체			(1,547)	36.6	27.7	29.5	6.3(15.7)
국적	중국		(502)	29.7	39.4	29.3	3.4
	러시아		(307)	55.7	32.2	8.1	3.9
	일본		(196)	23.5	15.8	48.0	12.8
	카자흐스탄		(176)	67.6	21.0	7.4	4.0
	미국		(96)	11.5	19.8	59.4	9.4
	몽골		(51)	47.1	13.7	31.4	7.8
	우즈베키스탄		(44)	27.3	22.7	47.7	2.3
	캐나다		(32)	15.6	18.8	53.1	12.5
	필리핀		(28)	3.6	7.1	46.4	42.9
	베트남		(20)	25.0	10.0	55.0	10.0
진료 유형	치료		(444)	32.9	19.8	43.0	4.3
	수술(성형수술 제외)		(219)	69.4	7.8	21.5	1.4
	성형수술		(214)	39.3	43.0	14.5	3.3
	피부미용/노화방지 기술		(264)	22.0	47.0	26.1	4.9
	건강검진		(665)	39.2	29.6	22.0	9.2

의료관광객들이 한국을 선택한 이유로는 전 분야에서 고르게 '의료진의 우수한 의료기술'을 높게 꼽았다. 이어 '의료기관 신뢰도'(56.0%), '최첨단 의료장비 및 시설'(40.1%), '외국인환자 대상 인적 서비스 인프라'(31.7%) 등이 꼽혔다. 국적별로, 러시아 국적 응답자는 '최첨단 의료장비 및 시설', 일본 국적 응답자는 '적절한 가격' 및 '의사 소통 편이성', 미국 국적 응답자는 '적절한 가격 수준'을 고려한 비율이 상대적으로 높게 나타났다.

11) 2015 의료관광 만족도 조사, 2016, 한국관광공사

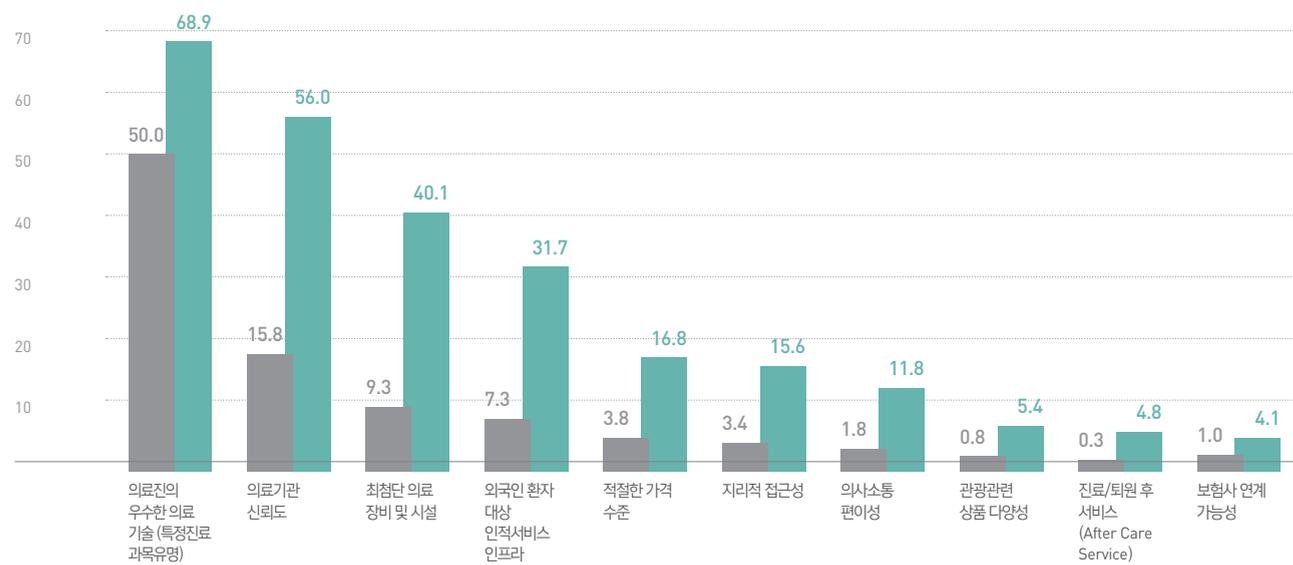
한국 의료서비스 선택 이유

단위: 명, %

구분	사례수	의료진의 우수한 의료기술 (특정진료 과목유형)	의료기관 신뢰도	최첨단 의료장비 및 시설	외국인 환자대상 인적서비스 인프라	적절한 가격수준	지리적 접근성	의사소통 편의성	관광관련 상품 다양성	진료/퇴원 후 서비스 (After Care Service)	보험사 연계 가능성	
최우선순위	(1,547)	50.0	15.8	9.3	7.3	3.8	3.4	1.8	0.8	0.3	1.0	
전체 (중복 응답 인정 시)	(1,547)	68.9	56.0	40.1	31.7	16.8	15.6	11.8	5.4	4.8	4.1	
국적	중국	(502)	71.1	60.8	46.2	39.4	13.3	17.1	13.3	8.4	6.0	3.4
	러시아	(307)	81.1	61.9	61.2	22.5	8.5	16.0	4.6	3.6	3.9	0.3
	일본	(196)	48.5	44.4	11.2	36.2	26.0	18.9	25.5	3.1	3.1	14.3
	카자흐스탄	(176)	83.0	59.7	47.2	26.7	11.9	3.4	5.7	3.4	8.0	0.6
	미국	(96)	55.2	38.5	25.0	32.3	37.5	17.7	8.3	3.1	5.2	7.3
	몽골	(51)	70.6	62.7	11.8	27.5	9.8	25.5	13.7	15.7	3.9	0.0
	우즈베키스탄	(44)	81.8	54.5	59.1	15.9	6.8	15.9	11.4	4.5	2.3	2.3
	캐나다	(32)	31.3	50.0	25.0	31.3	43.8	21.9	18.8	9.4	3.1	12.5
	필리핀	(28)	32.1	17.9	10.7	28.6	17.9	21.4	7.1	0.0	3.6	3.6
	베트남	(20)	65.0	55.0	20.0	15.0	10.0	15.0	15.0	5.0	0.0	5.0

한국 의료서비스 선택 이유

■ 최우선 순위
■ 전체 (중복 응답 인정 시) (n=1,547, %)



동반인 여부는 동반자를 대동한 비율이 52.5%로 평균 2명의 동반자를 대동했고, 한국 체류 중 관광 경험이 있는 응답자는 동반자와 함께 한국을 방문한 비율이 높게 나타났다. 응답자의 20.8%는 이미 의료서비스를 받기 위해 한국을 방문한 적이 있으며, 러시아·카자흐스탄 및 몽골 국적 응답자, 의료서비스 이용 목적으로 타 국가를 방문한 경험이 있는 응답자의 재방문 비율이 높은 편이었다. 진료 유형별로는 '치료' 및 '수술(성형수술 제외)'을 받은 응답자의 재방문 횟수가 높게 나타났다.

의료서비스 이용 목적 한국 재방문 경험

단위: 명, %

구분	사례수	있음	없음	모름/무응답	
전체	(1,547)	20.8	76.7	2.5	
국적	중국	(502)	17.7	79.5	2.8
	러시아	(307)	29.0	69.4	1.6
	일본	(196)	15.8	84.2	0.0
	카자흐스탄	(176)	33.5	59.7	6.8
	미국	(96)	9.4	88.5	2.1
	몽골	(51)	27.5	72.5	0.0
	우즈베키스탄	(44)	9.1	88.6	2.3
	캐나다	(32)	15.6	81.3	3.1
	필리핀	(28)	10.7	89.3	0.0
	베트남	(20)	5.1	95.0	0.0
진료 유형	치료	(444)	17.8	80.6	1.6
	수술(성형수술 제외)	(219)	36.1	62.6	1.4
	성형수술	(214)	31.3	65.9	2.8
	피부미용/노화방지 시술	(264)	23.9	72.7	3.4
	건강검진	(665)	18.9	79.1	2.0

한국 의료관광에 대한 정보수집 경로는 주로 친지 등 주변 사람 의견을 통해 습득하는 것(77.1%)으로 나타나 구전마케팅의 중요성을 확인시켰으며, 이외에 인터넷 검색(47.1%), 여행업체(39.7%), 방송매체의 광고/뉴스(24.5%) 등의 경로도 응답되었다. 국적별로 살펴보면, 중국 및 러시아 국적 응답자는 여행업체에서 정보를 습득한 비율이 타 국적 대비 상대적으로 높으며, 의료기관 형태별로는 종합병원 이용자는 여행업체, 의원 이용자는 인터넷 검색을 통한 정보 습득 비율이 보다 높게 나타났다.

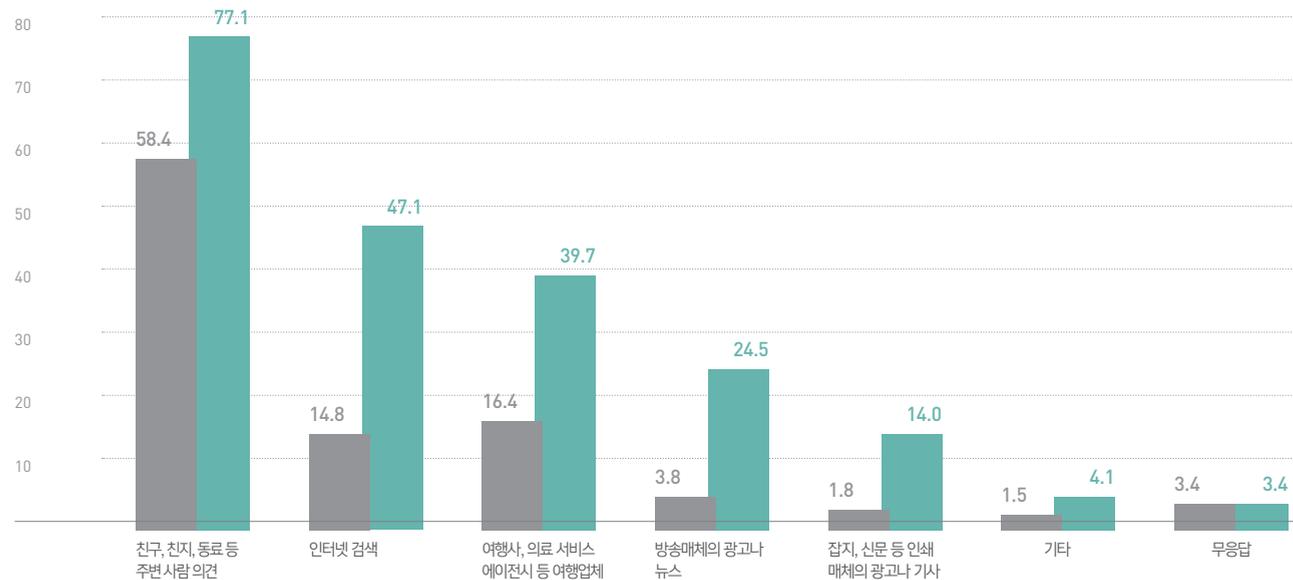
한국 의료서비스 관련 정보 습득 경로

단위:명, %

구분	사례수	친구, 친지, 동료 등 주변 사람 의견	인터넷 검색	여행사, 의료 서비스 에이전시 등 여행업체	방송 매체의 광고나 뉴스	잡지, 신문 등 인쇄 매체의 광고나 기사	기타	모름/무응답	
최우선순위	(1,547)	58.4	14.8	16.4	3.8	1.8	1.5	3.4	
전체 (중복 응답 인정 시)	(1,547)	77.1	47.1	39.7	24.5	14.0	4.1	3.4	
국적	중국	(502)	75.3	50.4	55.0	38.8	15.3	4.0	2.2
	러시아	(307)	79.2	40.1	52.4	12.7	4.6	2.6	2.9
	일본	(196)	72.4	59.2	14.8	17.3	23.5	4.1	2.0
	카자흐스탄	(176)	79.0	33.5	36.9	15.3	9.7	4.5	5.7
	미국	(96)	75.0	56.3	17.7	21.9	15.6	7.3	5.2
	몽골	(51)	80.4	35.3	33.3	39.2	33.3	11.8	3.9
	우즈베키스탄	(44)	84.1	52.3	45.5	20.5	90.1	0.0	2.3
	캐나다	(32)	78.1	53.1	15.6	31.3	9.4	6.3	9.4
	필리핀	(28)	85.7	39.3	14.3	10.7	17.9	0.0	7.1
베트남	(20)	70.0	45.0	20.0	15.0	25.0	0.0	10.0	

한국 의료서비스 관련 정보 습득 경로

■ 최우선순위
■ 전체 (중복 응답 인정 시)
(n=1,547, %)



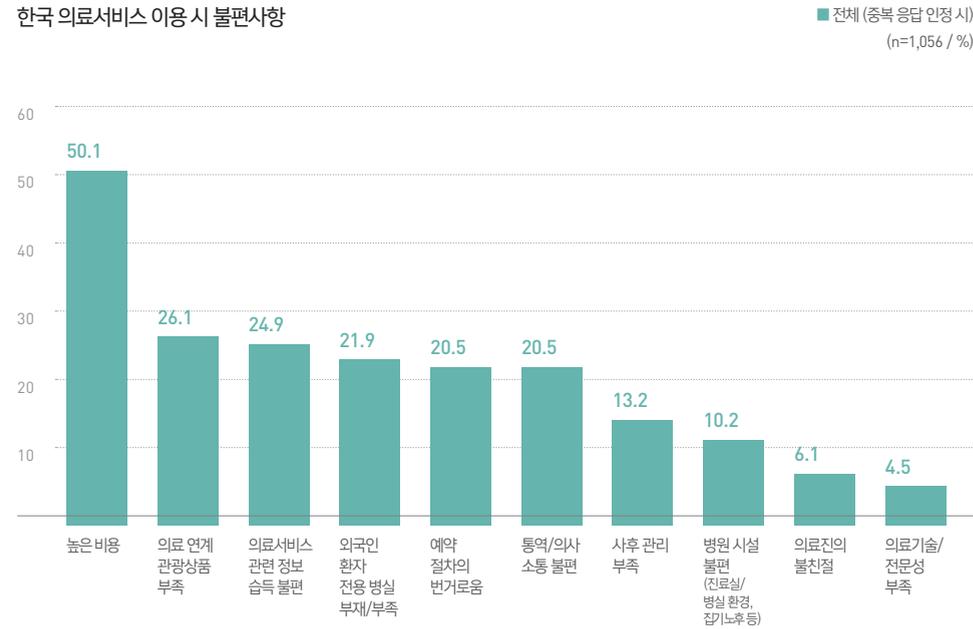
의료서비스 경험에 대한 만족도 조사에서 전반적인 의료서비스 만족도는 4.32점으로 나타났으며, 전체 응답자의 80.2%는 의료서비스를 위해 한국을 다시 방문할 의향이 있다고 응답했다. 속성별로는 의료진의 전문성에 대해 의료서비스 평가 속성 중 가장 높은 만족도를 보였다. 의료서비스 이용 목적으로 한국을 재방문한 응답자와 한국 방문 목적이 의료서비스 이용인 응답자인 경우에도 의료진 전문성에 대한 만족도가 상대적으로 높았다. 반면, 가장 낮은 만족도를 보인 항목은 음식, 문화, 생활방식 등에 대한 외국인환자 대상 서비스였으며, 여성보다 남성이, 진료 유형별로는 일반 치료를 받은 관광객의 만족도가 낮았고 지역별로는 몽골과 베트남 국적 응답자의 만족도가 가장 낮게 측정되었다.

속성별 의료서비스 만족도

의료서비스 평가 속성	만족도 점수 (5점 만점)
1) 의료진(의사, 간호사)의 전문성	4.44
2) 의료진의 친절성	4.44
3) 외국인환자 대상 코디네이터의 전문성	4.45
4) 외국인환자 대상 코디네이터의 친절성	4.47
5) 의료서비스 가격의 적절성	4.20
6) 의료기관 환경	4.36
7) 입퇴원 절차 등 병원 내 수속 절차 편리성	4.28
8) 의료기관 접근성	4.27
9) 외국인환자 대상 서비스	4.20
10) 한국 내 의료서비스 관련 정보 제공	4.23
전반적 만족도	4.32
의료서비스 이용 목적 한국 재방문 의향	4.21

의료서비스 이용 시 불편사항으로는 '높은 비용'이 50.1%로 가장 많이 응답되었으며, 이외에 '의료 연계 관광 상품 부족'(26.1%), '의료서비스 관련 정보 습득 불편'(24.9%), '외국인환자 전용 병실 부재/부족'(21.9%) 등이 언급되었다.

한국 의료서비스 이용 시 불편사항



관광서비스 분야에서는 의료서비스 이용자 중 국내 관광을 해 본 비율이 44.5%를 차지하였다. 국적별로는 중국·미국·캐나다 국적 응답자가, 진료 유형별로는 성형수술 및 피부미용/노화방지 시술과 같이 상대적으로 경증 진료를 받은 경우 국내 관광 비율이 보다 높게 나타났다. 여행 형태는 개별적으로 여행한 비율이 53.7%로 과반을 차지하며, 연령대가 높을수록 에이전시 진행 투어상품, 연령대가 낮을수록 개별 여행비율이 높은 경향을 보인다. 국적별로는 일본 및 캐나다 관광객의 개별여행 비율이 높았으며, 중국 및 몽골 국적 응답자의 경우 에이전시 투어 상품 이용 비율이 상대적으로 높게 나타났다.

한국 체류 중 국내 관광 여행형태

단위: 명, %

구분	사례수	에이전시 진행 투어상품 이용	개별적으로 여행	에이전시 진행 투어상품 이용 및 개별적으로 여행	모름/무응답	
전체	(689)	20.2	53.7	21.9	4.2	
연령	29세 이하	(180)	10.6	65.6	20.0	3.9
	30~39세	(204)	15.7	56.9	22.1	5.4
	40~49세	(146)	24.7	47.3	24.7	3.4
	50~59세	(104)	33.7	43.3	20.2	2.9
	60세 이상	(42)	35.7	33.3	26.2	4.8
국적	중국	(266)	30.5	42.5	22.9	4.1
	러시아	(113)	16.8	45.1	32.7	5.3
	일본	(93)	2.2	88.2	4.3	5.4
	카자흐스탄	(73)	17.8	47.9	34.2	0.0
	미국	(50)	14.0	64.0	16.0	6.0
	몽골	(13)	30.8	53.8	15.4	0.0
	우즈베키스탄	(16)	25.0	50.0	18.8	6.3
	캐나다	(16)	6.3	81.3	12.5	0.0
진료 유형	치료	(217)	27.2	49.3	16.6	6.9
	수술(성형수술 제외)	(72)	23.6	55.6	18.1	2.8
	성형수술	(115)	13.9	57.4	25.2	3.5
	피부미용/노화방지 시술	(147)	17.0	61.9	18.4	2.7
	건강검진	(290)	27.9	39.0	28.3	4.8

주요 관광 활동은 '쇼핑'이 75.9%로 가장 많이 응답되었으며, '맛집탐방/식도락'(55.0%), '자연 및 풍경 감상'(53.7%), '고궁 박물관 등 역사 유적지 방문'(51.8%)이 뒤를 이었다. 국적별로는 쇼핑을 제외하고 중국은 한류 공연/전시시설 관람을 응답한 비율이 타 국적에 비해 상대적으로 높으며, 러시아는 자연 및 풍경감상, 일본은 맛집 탐방이나 식도락, 우즈베키스탄은 고궁 등 역사 유적지 방문에 높은 관심을 보였다. 또한 지방에 위치한 의료기관을 이용한 경우, 자연/풍경 감상 및 역사 유적지 방문 응답비율이 보다 높게 나타난다.

한국 관광 시 주요 활동 (중복응답)

단위:명, %

구분	사례수	쇼핑	맛집탐방/식도락	자연 및 풍경 감상	고궁 박물관 등 역사 유적지 방문	전통 문화 체험	테마파크/놀이시설 등 방문	한류공연/전시시설 관람	
전체	(689)	75.9	55.0	53.7	51.8	35.7	31.5	16.5	
국적	중국	(266)	81.6	52.3	51.5	49.2	42.5	41.0	27.8
	러시아	(113)	71.7	59.3	61.9	48.7	26.5	35.4	4.4
	일본	(93)	76.3	59.1	30.1	50.5	16.1	15.1	16.1
	카자흐스탄	(73)	72.6	50.7	65.8	65.8	41.1	26.0	11.0
	미국	(50)	68.0	52.0	72.0	64.0	40.0	34.0	12.0
	몽골	(13)	46.2	38.5	30.8	23.1	46.2	30.8	7.7
	우즈베키스탄	(16)	50.0	37.5	37.5	68.8	43.8	25.0	0.0
병원 소재지	수도권	(445)	73.3	54.4	47.0	47.0	22.7	25.6	11.0
	지방	(244)	80.7	56.1	66.0	60.7	59.4	42.2	26.6

관광활동에 대한 전반적인 만족도는 4.16점, 만족비율은 84.3%이며, 관광을 위해 한국을 재방문할 의향에 대해서는 84.0%가 긍정적으로 응답했다. 관광환경의 속성 중에서는 관광지/불거리와 쇼핑에 대해 가장 높은 만족도를 보였다. 관광지/불거리의 경우에는 지방에 위치한 병원을 이용한 응답자의 만족도가 상대적으로 더 높으며, 의료 목적 타 국가 방문 경험이 있는 응답자의 만족도도 보다 높은 편이다. 쇼핑은 여성의 만족도가 높고 의료목적으로 한국을 재방문한 경우에 보다 높게 나타났다. 반면, 여행경비는 속성 중 가장 낮은 만족도를 보였다. 국가별로는 일본과 몽골이, 남성보다는 여성의 여행경비 만족도가 낮게 나타났다.

속성별 관광환경 만족도

관광환경 평가 속성	만족도 점수 (5점 만점)
1) 관광지/불거리	4.30
2) 여행경비	4.01
3) 음식	4.14
4) 쇼핑	4.35
5) 숙박시설	4.13
6) 교통	4.19
7) 관광안내/정보	4.04
전반적 만족도	4.16
관광 목적 한국 재방문 의향	4.15

에이전시 진행 관광 상품에 대해서는 전반적인 만족도는 4.12점으로 대체로 만족하는 것으로 나타났다. 수도권에 위치한 병원을 이용한 응답자와 의료서비스를 위해 한국을 다시 찾은 응답자의 만족도가 높은 편으로 조사되었다. 응답속성별로는 관광 예약·지원 서비스 절차의 간편함에 대한 만족도가 상대적으로 높았으며 안내 및 상품제공 관련 직원의 친절성과 전문성도 높은 만족도를 보였다. 반면, 관광 상품의 가격에 대해서 속성 중 가장 낮은 만족도를 보였다.

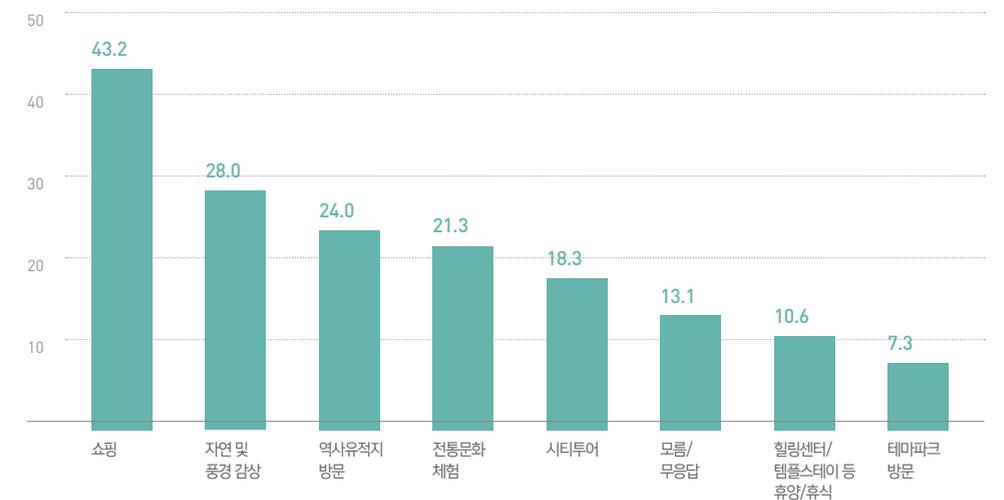
에이전시 진행 관광 상품의 속성별 만족도

에이전시 진행 평가 속성	만족도 점수 (5점 만점)
1) 관광관련 정보, 자료 구비가 충분함	4.11
2) 관광 예약·지원 서비스 절차의 간편함	4.23
3) 관광상품의 가격	4.03
4) 관광상품의 내용	4.11
5) 연계 관광시설 환경	4.20
6) 관광정보 안내 및 상품 제공 관련 직원의 친절성	4.25
7) 관광정보 안내 및 상품 제공 관련 직원의 전문성	4.24
전반적 만족도	4.12
에이전시 진행 관광상품의 재이용 의향	3.95

향후 희망 관광활동으로는 쇼핑이 가장 높게 나타났으며, 자연 및 풍경 감상, 역사유적지 방문, 전통문화체험, 시티투어 등이 뒤를 이었다.

한국 의료서비스 이용 시 관심 관광상품 테마 (중복응답)

단위: %
(n=1,547)



(4) 한국 의료관광 시장의 경쟁력

한국 의료관광 시장은 정부의 지원정책 속에서 앞선 의료기술과 그에 비해 저렴한 가격과 빠른 서비스를 내세우며 경쟁력을 강화하고 있다. 그러나 세계 의료관광 시장 확대에 따라 주변국들의 의료관광객 유치 경쟁이 심화되고, 불법 브로커가 양산되는 등 의료관광 활성을 위협하는 저해요인도 커지고 있다.

앞선 의료기술 수준

한국의 앞선 의료기술은 이미 해외에서 인정받고 있으며 주요 암의 발병 후 5년 생존율과 간이식 성공률은 미국 보다 우위에 있다고 판단되고 있다. 대표적으로 위암의 5년 후 생존율은 한국이 73.1%, 미국이 29.3%이며 최근 젊은 여성에게 많이 발병되고 있는 갑상선암의 경우 5년 후 생존율이 100%에 달하고 있다. OECD통계에서도 자궁경부암 5년 후 생존율은 한국이 세계 2위로 조사된 바 있다.

주요 암 5년 후 생존율 단위: %

구분	한국 (2008~2013)	미국 (2005~2011)	캐나다 (2006~2008)	일본 (2003~2005)
모든 암	69.4	66.5	63	58.6
위	73.1	29.3	25	63.3
간	31.4	17.2	20	27.9
자궁 경부	80.1	67.8	74	72.2
대장	75.6	64.9	64	69.2
갑상선	100.2	97.9	98	92.2
유방	91.5	89.4	88	89.1
폐	23.5	17.4	17	29.7
췌장	9.4	7.2	8	7.0
전립선	92.5	98.9	96	93.8

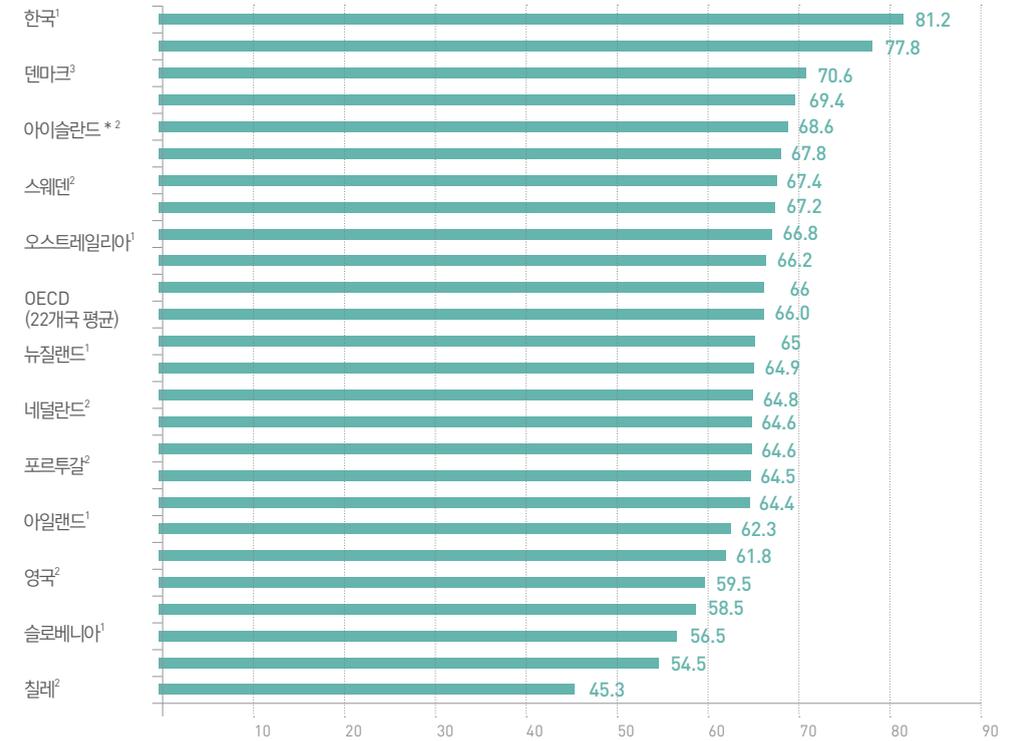
* 출처 : 국가암정보센터 홈페이지, 2015

한국의 의료서비스는 특유의 효율적 시스템과 발전된 IT기술의 융합으로 원스톱 서비스가 일반화 되어있고 최첨단 장비 보유현황에 있어서도 세계 최고수준을 유지하고 있다. 고도의 기술이 요구되는 간이식수술의 경우 한국의 연간 생체 간이식 수술 건수는 2014년 기준 858건으로 인구 백 명당 17.33명 수준이어서 여타 의료선진국을 크게 앞서고 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.¹²⁾

12) 의료관광산업의 국제경쟁력 분석과 정책과제, 2013, 산업연구원

OECD 국가 자궁경부암 5년 생존률 (2008 ~ 2013)

* 통계분석 기준 :
1. Period Analysis.
2. Cohort Analysis.
3. Different Analysis Methods Used for Different Years.
* Three-period Average.



* 출처 : Health at a Glance 2015, 2015, OECD

국가별 생체 간 이식 비교 (2012~2014)

구분	스페인	미국	이탈리아	영국	독일	한국	
2012	이식건	28	205	15	39	80	897
	PMP	0.59	0.6	0.3	0.6	1	18.31
2013	이식건	23	252	21	34	86	791
	PMP	0.49	0.79	0.35	0.53	1.1	16.06
2014	이식건	21	280	-	35	62	858
	PMP	0.4	0.88	-	0.5	0.8	17.33

* PMP : Per Million Population, 인구 백만명당 비율

* 출처 : 2014 장기이식 통계연보, 2015, 질병관리본부 장기이식관리센터

저렴한 의료비

의료기술과 의료시설의 높은 수준에 비하여 의료비가 저렴한 것도 한국 의료관광의 장점이다. RNCOS에 따르면¹³⁾ 심장우회술(Heart Bypass)의 경우 미국의 20% 수준이며, 무릎관절대치술(Knee Replacement)은 50% 가격이면 치료를 받을 수 있다. OECD 13개국의 의료비를 비교분석한 다른 연구결과¹⁴⁾에서도 최근 발병률이 높은 급성 심근경색 치료비의 경우, 가장 높은 이탈리아(8,827달러)에 비해 4배 이상 저렴한 것(1,174달러)으로 나타났고, CT나 MRI 등의 의료기기를 활용한 건강검진비용에서도 한국은 약 54달러로 OECD 국가 중 가장 저렴한 반면 미국은 약 510달러로 약 10배 이상 차이가 나는 경우도 있다.

주요 치료과목별 치료비 비교

단위 : 달러

구분	한국	미국
심장		
심장판막치환술 (Heart Valve Replacement)	43,500	160,000
심장우회술 (Heart Bypass)	28,900	130,000
혈관성형술 (Angioplasty)	15,200	57,000
외과		
고관절 교체 (Hip Replacement)	14,120	43,000
무릎관절 교체 (Knee Replacement)	19,800	40,000

*출처 : Asian Medical Tourism Market Overview 2018, 2014, RNCOS

한류의 영향

K-팝, K-뷰티, K-패션 등을 아우르는 K-컬처의 확산도 의료관광산업 발전에 긍정적인 영향을 주고 있다. 산업 연구원의 설문조사에서도,¹⁵⁾ 한국에서 경험하고 싶은 활동에 대해 '한식 체험'이 62%로 가장 높게 나타났으며, '미용·의료' 체험이 응답의 15%를 차지하는 것으로 나타났으며, 실제 미용 및 성형치료를 목적으로 우리나라를 방문하는 의료관광객 중에는 한류 열풍이 불고 있는 중국과 일본 관광객이 상당부분을 차지하고 있다.

13) Asian Medical Tourism Market Overview 2018, 2014, RNCOS

14) 의료관광 경제적 파급효과 분석, 2015, 한국관광공사

15) 의료관광산업의 국제경쟁력 분석과 정책과제, 2013, 산업연구원

(5) 정부의 의료관광 활성화 대책과 지원 현황

정부는 2009년 5월 의료법 개정으로 외국인환자 유치행위를 허용한 이래 의료관광을 일자리와 고부가가치 창출이 가능한 우리나라 경제 활성화의 중심으로 보고 의료관광 활성화를 위한 다양한 지원 정책을 시행하고 있다. 정책은 국무총리실에서 총괄하며, 문화체육관광부에서 해외홍보, 국제비즈니스 네트워크 구축, 해외마케팅 활동 지원, 외국인 방문객 안내를 비롯한 편의제공 등의 활동을 담당하고, 보건복지부에서 의료관광정책 관련 의료보건 법률 및 제도의 정비, 의료콘텐츠와 품질관리, 의료기관 및 유치업자 등록 관리, 의료사고 예방 및 분쟁대책 등을 담당하고 있다.

정부는 2009년 5월 11일부터 외국인환자를 위한 M(메디컬)비자발급을 허용하고 있다. 메디컬 비자는 의료법상 외국인환자 유치기관 또는 유치업자로 등록된 자의 초청에 의해 국내 의료기관에서 진료 또는 요양을 목적으로 입국하고자 하는 자에게 발급되는데, C3(M, 90일) 및 G1(M, 1년) 두 종류가 있다. 2013년 9월부터는 중국 및 동남아 국가의 복수비자 발급대상을 확대하였고, 외국인환자 유치 지원을 위해 전자비자 발급대상을 외국인환자 유치 우수기관으로 확대한 바 있다.

의료관광객의 체류 편의성을 위해서는 2013년 관광진흥법 시행령이 개정되면서 의료관광호텔업이 신설되었다. 의료관광호텔은 일정 기준을 갖춘 의료기관 개설자 또는 유치업자만이 등록할 수 있으며, 의료관광객의 장기체류 편의성을 위해 취사시설은 허용하되 유해시설은 들어설 수 없도록 하고 있다. 또한 2014년부터 의료법인의 외국 인환자 유치업과 여행업 사업추진이 가능해졌으며, 상급의료기관의 외국인환자 병상 점유율 5% 제한에서 외국 인환자의 점유율이 높은 1인실 병동은 제외되었다. 의료법인이 아닌 제3자에게 병원의 일부 공간을 임대해 환자·종사자를 위한 편의시설을 운영할 수 있게 관련법이 개정되면서 병원 내 의료관광호텔 입점이나 호텔 내 의원급 의료기관 임대도 가능해졌다.

2015년에는 의료관광객을 보호하기 위한 전용상품인 '의료관광안심케어보험'이 출시되어 의료사고 발생 시 의료 분쟁 해결을 위해 필요한 통역서비스와 체류연장에 따른 비용을 보상받을 수 있는 안전장치가 마련되었다. 2016년에는 신설된 의료해외진출지원법을 바탕으로 국내 의료서비스의 해외진출을 지원하고 외국인환자의 권익과 국내 의료 이용편의를 제고하기 위한 다양한 지원방안이 마련되었다. 연간 약 1,300만 명에 달하는 외국인 환승객 등을 대상으로 면세점, 공항, 항만에서 제한적으로 국내 의료광고가 허용되며, 외국인환자가 자국에서 화상 통신 등을 통해 상담과 교육 등 차별화된 서비스를 제공받을 수 있게 된다. 또한 다양한 지원정책을 통해 관광업, 제약·의료기기 업계, 항공업, 교통·숙박업, 건설업 등 다양한 연관 산업 분야에서 연간 최대 5만 개의 새로운 일자리가 생겨날 것으로도 기대하고 있다. 2016년 하반기에는 의료서비스의 질적 수준을 높이기 위해 외국인 환자유치의료기관의 의료, 비의료 서비스에 대한 평가가 시행된다. 정부는 9월까지 평가기준 및 체계를 확정하고 의료서비스와 비의료서비스 기준을 모두 통과한 의료기관에게 '지정'등급을 부여할 계획이다. 또한 외국인환자

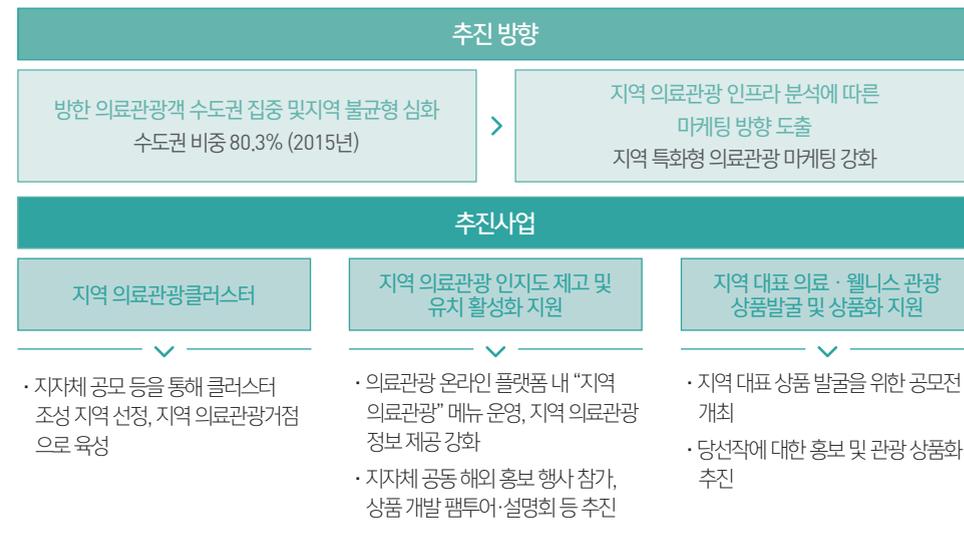
권익을 보호하고 불법브로커 등을 근절하기 위하여 진료과목별, 의료기관 규모별 유치업체 수수료 및 유치 의료기관 진료비 수가 등에 관한 정보를 공개할 예정이다.

정부는 적극적인 의료관광 활성화를 위하여 관계부처, 공공기관, 민간단체를 아우르는 범부처간 협력을 강조하고 있으며, 외국인환자 권익 보호나 불법브로커 근절 등 의료관광 활성화를 위한 정책적 지원을 아끼지 않을 계획이다.

(6) 지자체별 의료관광 추진 현황

의료관광은 의료서비스 뿐만 아니라 지역기반시설을 이용하고 지역의 특징점을 널리 알릴 수 있어 지역경제 활성화에도 기여하는 바가 크다. 정부는 지자체의 우수한 의료기술과 의료관광 사업을 지원하고 있으며 문화체육관광부는 2017년 외래관광객 2천만 명, 의료관광객 50만 명 유치를 목표로 제도개선 및 지역별 마케팅을 지원하고 있다. 이에 따라 한국관광공사는 각 지역의 지자체, 의료관광협회 등과 협력하여 지자체별 관광인프라 특성을 살린 고부가가치 장기체류형 특화사업을 발굴하는 한편, 해외 상품 마케팅을 지원하는 등 지역 의료관광 활성화에 앞장서고 있다. 보건복지부에서도 2010년부터 '지역 해외환자 유치 선도의료기술 육성사업'을 통해 매년 6~8개 지자체를 선정하여 특화의료기술 개발, 인프라 구축 및 마케팅 비용 등을 지원하고 있다.

문화체육관광부의 지역 의료관광 활성화 정책 방향



* 출처 : 한국 의료관광 정책 현황, 2016, 문화체육관광부

서울특별시

서울특별시는 의료기관 및 다양한 의료자원이 집중되어 있는 의료관광 대표도시로, 2015년 한국을 방문한 의료관광객 중 55.8%가 서울에서 의료서비스를 받았다. 서울특별시는 2018년까지 서울 방문 의료관광객 40만 명 유치를 목표로 서울을 찾는 의료관광객이 만족할 수 있도록 의료관광 수용태세 개선, 신뢰할 수 있는 의료관광 환경 조성, 서울 의료관광 인지도 제고 등 다양한 정책을 추진하고 있다.

서울특별시는 의료관광객이 믿고 찾을 수 있는 서울 의료관광 환경 조성을 위해 우수한 의료기술과 유치 역량을 갖춘 기관을 선정하여 '서울의료관광 협력기관(Seoul Medical Tour Alliance)' 제도를 운영하고 있다. 서울 의료관광협력기관은 서울시 내에 소재한 의료기관 50개소, 관광분야 기관 35개소로 이루어져 있으며 서울시와 함께 의료관광 상품 개발 및 공동 마케팅을 진행함으로써 의료관광객 유치 확대를 위해 지속적으로 노력해 나갈 계획이다. 또한 서울을 찾는 의료관광객이 의사소통에 불편함이 없도록 서울시내 의료기관을 대상으로 10개 언어권 92명의 의료관광통역 코디네이터를 지원하고 있으며, 적극적인 환대 분위기 조성과 의료기관까지 접근성을 높이기 위해 공항 환대 피켓팅 서비스와 픽업서비스를 제공하고 있다.

2016년 2월에는 의료관광 편의를 위해 서울 중구 명동에 '서울의료관광 헬프데스크'를 개소하였고, 의료관광 전문 상담원이 5개 언어로 서울 지역 관광안내, 서울 의료관광 협력기관 소개, 서울의료관광 코스 및 상품 안내, 의료관광 통역 및 픽업서비스 연계 등 서울 의료관광에 특화된 서비스를 제공하고 있다. 또한 2016년 3월 협력 의료기관 50개소의 자율적인 동참으로 서울의료관광 공식 홈페이지(www.medicaltourseoul.com)에 4개 언어로 외국인환자 진료수가(시술과목, 시술시간, 시술세부사항, 시술비용 등)를 공개하여 외국인환자의 진료비 정보 부재로 인한 부당요금 등 피해를 예방하고 신뢰할 수 있는 의료관광 환경을 조성해 나가고 있다.

서울특별시는 중국, 러시아 등 방한 의료관광 주요국가와 의료관광객 증가율이 높은 국가를 타깃으로, 해외 의료관광 설명회 및 교역전, 팸투어 등을 진행하고 있으며, 협력기관과 함께 현지 주요 바이어를 대상으로 서울의 우수한 의료서비스와 관광 인프라를 널리 알려 의료관광객을 적극적으로 유치해 나갈 것이다.

서울의료관광 헬프데스크



부산광역시

부산광역시는 해양레저 및 MICE¹⁶⁾자원 등 다양한 관광자원과 JCI 국제인증병원 9개소, 서면메디컬스트리트 등 풍부한 의료인프라 보유로 의료관광에 최적화된 환경을 갖추고 있다. 부산광역시는 2030년 아시아 3대 의료관광 도시 진입을 목표로 2015년 의료산업과를 신설하였으며, 의료관광추진협의회, 유치업체협의회를 운영하는 등 의료관광 활성화를 지원하기 위한 기반을 구축하였다. 매년 해외특별전, 의료관광설명회, 부산국제의료관광 컨벤션(Busan International Medical Tourism Convention, BIMTC)을 개최하는 등 본격적인 타깃 국가 마케팅으로 부산을 찾는 의료관광객 수는 매년 증가하고 있다. 또한 2015년 카자흐스탄 알마티 의료검진센터, 러시아 블라디보스토크 의료관광 안내센터 개소 등 의료기관 해외진출사업에도 박차를 가하고 있다.

특히 해양도시 부산의 특색을 살리고 부산항 입항 크루즈 수요에 맞춘 연계 의료관광시장 개척을 위하여 2015년 크루즈 의료관광설명회를 중국 상하이에서 개최한 바 있다. 더불어 한중 비즈니스 신용인증 플랫폼(CKA) 의료관광 분야 9개소 인증획득, 중국 노령발전 기금회 해외 건강검진사업 시범도시 선정 등을 통한 대규모 중국 의료관광객 유치로 부산만의 장기 체류형 웰니스 지역상품을 개발하고 있다.

2016년에는 문화체육관광부 주최 '글로벌 관광상품 육성사업' 공모전에 당선되어 부산 의료관광 상품의 국가 대표 브랜드 육성 사업이 계획되어 있으며, 보건복지부 주관 '지역 선도의료기술 육성사업' 공모 최우수 기관으로 선정되어 국비 1.5억 원을 확보한 상태이다. 또한 첨단 의료기술인 척추·관절분야를 세계적 브랜드로 육성하기 위한 우수 의료기술 육성사업, 국내외 인프라 구축사업, 홍보 마케팅 사업 등을 중점 추진할 예정이다. 더불어 해외 의료 진출 확대를 통한 글로벌의료서비스 네트워크 기반 원스톱 의료서비스를 제공하고, JCI 인증 지원 사업을 추진하여 부산 의료기관의 국제적인 위상을 제고할 계획이다.

부산광역시는 외국인환자 전문 서비스 프로세스 향상을 위해 '인천공항 컨시어지 서비스'를 운영하고 있으며, 해외 거점센터 진출 확대, 해외의사 국내병원 연수 프로그램 운영, 해외환자 나눔의료 사업, 의료관광코디네이터 양성 지원 등 부산이 의료관광 허브도시로 성장할 수 있도록 적극적인 지원 정책을 확대·시행할 것이다.

2015년 부산의료관광 해외특별전 개최



16) 기업회의(Meeting), 포상관광(Incentive Trip), 컨벤션(Convention), 전시박람회와 이벤트(Exhibition&Event) 등의 영문 앞 글자를 딴 말. 좁은 의미에서 국제회의와 전시회를 주축으로 한 유망 산업을 뜻하며, 넓게는 참여자 중심의 보상관광과 메가 이벤트 등을 포함한 융복합 산업을 뜻함

대구광역시

대구광역시는 2008년 10월 '대한민국 의료특별시 메디시티 대구'를 선언하고, 의료산업과 의료서비스 글로벌 중심도시를 지향하고 있다. 메디시티 대구의 전통은 358년 역사의 대한민국 최초 한약재 도매시장인 대구약령시(조선 효종 9년(1658년) 개장)에서 출발한다. 유구한 의료 역사를 지닌 대구에는 현재 4개의 대학병원과 1개의 한의대병원을 비롯한 3,300여 개의 의료기관에서 1만 8,000여 명의 의료 인력이 수준 높은 의료서비스를 제공하고 있다. 인구 10만 명당 의사, 상급종합병원, CT, MRI 보유수 등 주요 의료자원이 대한민국에서 최고 수준이다. 의료기술에 있어서도 보건복지부에서 공모한 '해외환자유치 선도의료기술 육성사업'에 7년 연속 선정되는 등 최고 수준을 자랑한다.

대구광역시는 이러한 우수한 의료인프라와 의료기술을 바탕으로 의료관광을 미래산업으로 육성하고 있으며, 정부와 함께 총사업비 4조 6천억 원 규모의 첨단의료산업단지를 조성하고 있다. 또한 메디시티 대구의 위상 제고와 글로벌 헬스케어시장 선점을 위하여 2013년부터 의료관광, 의료산업, 한방산업을 통합한 「대구메디엑스포」를 개최하고 있다.

대구광역시는 2008년 의료관광객을 전담하는 대구의료관광진흥원을 구성하고 병원 안내, 입출국, 통번역, 숙박, 교통 등 토탈서비스를 제공하고 있다. 또한 외국인환자의 의료사고 우려를 불식 시키기 위해 3,000여 개의 의료기관을 엄격하게 심사하여 현재 45개 병·의원을 의료관광 선도의료기관으로 지정·운영하고 있다. 선도의료기관은 의료사고책임배상보험을 의무적으로 가입하고 있으며, 외국인환자 의료분쟁 보상시스템을 마련하여 의료사고 발생시 외국인 환자는 신고만 하면 최대 300만 원까지 행정적, 재정적 지원을 받을 수 있다.

대구약령시 축제



메디엑스포 전경



모발이식



인천광역시

인천광역시는 인천국제공항과 인천항으로 대변되는 지리적 이점을 활용해 동북아 의료관광산업 허브로의 도약을 추진하고 있다. 2015년 9월에는 기존의 인천의료관광재단을 비롯하여 인천도시공사 관광사업본부, 인천국제 교류재단을 통합하여 인천관광공사가 재출범하였다. 인천관광공사는 현지 설명회, 의료관광 관련 박람회 참가, 해외 언론 초청 및 취재 지원, 전문인력 육성(국제의료관광코디네이터 직무향상 교육) 등을 통해 차세대 건강도시로서의 인천지역 의료관광의 강점을 알리고 의료관광객을 유치할 수 있는 기반 마련을 돕고 있다.

인천광역시의 의료관광 활성화는 시가 추진하는 '인천형 융·복합 의료관광클러스터 Pentagon 구축 사업'이 문화체육관광부의 '2015년 의료관광클러스터 조성사업'으로 선정되어 더욱 활발해지고 있다. 이 사업의 주요핵심은 지역 특화 의료시설과 관광·문화자원을 연계해 고부가가치를 창출하는 것으로, 첨단 미래 도시인 송도, 청라국제 도시, 영종지역과 역사의 보고인 강화도, 한·중 FTA 시범도시인 중국 위해시를 하나의 의료관광벨트로 구성하는 3+2의 네트워크형 클러스터를 구축하는 것이다. 인천광역시는 1시간 내 인천지역을 묶는 다양한 테마형 상품을 개발하는 한편, 온라인 예약부터 환자 귀국 후 AS시스템까지를 아우르는 '토탈 의료관광 지원시스템'을 구축할 계획이다. 클러스터 사업의 효율적인 추진을 위해 2015년 12월 의료 및 관광 관련 전문가 17명으로 구성된 협의체를 출범하기도 하였다.

인천광역시는 이미 연간 650만 명에 이르는 인천국제공항 환승객을 위한 환승의료관광을 활발히 추진 중이다. 환승객들이 시간에 쫓기지 않도록 인천공항에서 30분 이내로 접근 가능한 가톨릭관동대 국제성모병원, 인하국제 의료센터, 지안건강증진센터, 나사렛국제병원 등에서 관련 상품을 출시했으며, 다국어 리플릿 제작, 홍보동영상 제작 등 환승의료관광 고객유치를 위한 인프라 구축을 마친 상태이다. 또한 2016년 3월에는 중국 산둥성 웨이하이(威海)시에 '인천의료관광안내센터'를 열어 현지 거점 사무소로서 활용 중이다. 인천의료관광안내센터는 인천광역시 의료관광정책에 맞춰 의료관광 홍보마케팅, 의료상담, 의료관광 이벤트 등을 집중적으로 추진할 계획이다. 이와 더불어 현재 추진 중인 인천국제공항 내 '환승의료관광 홍보관' 및 의료관광정보 시스템 개발은 동북아 의료관광산업 허브로 도약하는 인천의료관광산업의 초석이 될 것으로 예상된다.

중국 웨이하이시 '인천의료관광안내센터' 개소



인천의료관광클러스터 협의체 간담회



광주광역시

광주광역시는 인구대비 의료인력, 의료기관 및 병상 수, 주요 의료장비 등 전국 최상위 수준의 의료자원을 갖추고 있으며, 심혈관, 관절, 난임, 치과, 안과 등 국제 경쟁력을 갖춘 지역특화 의료기술을 보유하고 있다. 관광인프라 분야에서도 광주와 인근 전남지역 관광자원이 전국 관광자원의 13.8%를 차지하며, 특히 전남은 온천, 템플스테이, 섬, 숲 등 62개의 문화 및 자연생태환경 자원을 보유하고 있어 웰니스형 의료관광에 충분한 경쟁력을 갖추고 있다.

광주광역시는 2011년도에 33개 기관단체가 참여하는 (사)광주권의료관광협회를 설립하여 의료관광 발전을 위한 산·학·연·관 협력체계를 구축하고 있으며, 6개 언어를 사용한 의료관광 전용 홈페이지(모바일 포함) 운영, 전문인력 양성, 의료통역서비스 지원, 환자 유치 인센티브제 시행, 마케팅 지원 등 의료관광 인프라를 구축하는데 주력하였다. 또한, 보건복지부에서 공모한 해외환자 유치를 위한 지역 선도의료기술 육성사업에 2014년부터 2016년까지 3년 연속 선정되어 국고 지원을 받아 해외환자 유치 활성화 기반을 다져 나가고 있다.

광주광역시는 최근 KTX 개통, 하계U대회의 성공적 개최, 아시아 문화전당 개관과 중국과 친해지기 정책 등을 적극 추진하면서 의료관광 성장기반 여건이 마련되었다고 보고 앞으로 광주의료관광 브랜드 개발과 원스톱 의료관광시스템을 구축할 계획이다.

더불어 광주전남 상생 협력사업으로 광주의 우수 의료기술, 뷰티문화 등과 전남의 치유 숲, 휴양 섬, 남도 음식 등 힐링 자원을 연계한 웰니스형 의료관광 상품을 개발해 의료관광객을 유치할 계획이다.

무등산국립공원



광주가 낳은 중국 3대 음악가 정율성



국립아시아문화전당



광주세계김치축제



대전광역시

대전광역시는 많은 의료기관이 밀집되어 있으며, 첨단과학기술의 메카로 교통 접근성이 높다. 또한 메디컬스트리트조성 및 유성온천치료 건강거리조성, 오감만족 힐링사업 등으로 의료관광 경쟁력을 갖추고 있다. 대전은 지역 의료관광 활성화를 위한 3대 중점 추진방향으로 '지역 MICE 산업과의 연계 및 해외 기업체 포상 건강검진을 통한 외국인환자 유치', '척추질환·심장질환자 등 중증환자 유치', '피부·성형·안과·한방 등의 지역특화시술을 중심으로 외국인 의료관광객 유치'로 설정하고 이를 위해 다각적인 노력을 기울이고 있다.

대전광역시는 지역 의료관광 활성화를 위해 의료관광지원센터를 대전마케팅공사에 위탁운영하고 있다. 센터에서는 해외 홍보마케팅, 코디네이터 양성 및 통역 지원, 지역 의료관광 인프라 구축과 대전을 방문한 의료관광객에 대한 의료서비스 품질 제고 등 의료관광 활성화를 위한 지원업무를 총괄하고 있다.

2012년 8월부터는 '외국인을 위한 휴양형 첨단 의료관광 연계협력사업'이 국토교통부 내륙권 광역연계 시범사업으로 선정되어 대전과 강원도, 충북 제천시, 충남 금산군 등 4개 광역자치체와 함께 추진하고 있다. 2013년에는 농림축산식품부 주관으로 'K-Farm 누리사업(농촌체험 의료관광사업)'에 최종 선정되는 등 지속적인 의료관광 활성화 사업추진으로 지역의료관광의 고도화를 장려하고 있다. 또한 2015년부터 러시아 및 중국 부모동행 청소년 의료관광 캠프사업을 진행하여 지속적인 해외네트워크 확장 및 지역의료관광의 세계화를 추진하고 있다.

대전 의료기관



대전 한밭수목원 팔각정



경기도

경기도는 서울에 이어 두 번째로 많은 의료관광객이 방문하고 있으며 체계적이고 특성화된 건강검진 및 중증질환 치료와 미용·성형 분야에서 두각을 나타내고 있다.

경기도는 의료관광 사업 활성화를 위해 2011년 보건정책과 내에 '국제의료팀'을 신설하였으며, 2014년부터 의료관광 전담조직인 '경기메디투어센터'를 신설, 외국어 전문인력(영어, 러시아어, 중국어)을 채용하여 진료 예약 상담 및 통번역 서비스 지원 등을 통한 의료분야 경기도 대외 경쟁력 제고 및 의료관광객 유치 확대에 힘쓰고 있다.

2011년부터 의료산업의 적극적인 해외진출을 위해서 미국 LA, 카자흐스탄 알마티, 러시아 하바롭스크에 경기 국제의료지원센터(Gyeonggi Medical Business Center, GMBC)를 운영하고 있다. 2013년에는 러시아 하바롭스크에서 블라디보스톡으로 거점 지역을 변경하였으며, 2015년에는 인도네시아 자카르타에도 신규 GMBC를 개소하여 운영 중에 있다.

경기 의료지원센터 해외 마케팅 활동



지난 2011년부터 실시된 해외 의료인 초청 국내연수 프로그램을 통해 2015년까지 카자흐스탄, 러시아, 몽골, 베트남, 중국 등에서 총 366명의 의료인이 경기도에서 연수를 받았고, 이들이 경기도 의료 홍보 대사 역할을 하고 있다. 한편, 외국인환자 유치 저변 확대를 위해 매년 진행되는 국제의료 신시장 개척 사업을 통해 러시아, 카자흐스탄, 몽골, 캄보디아, 중국 등 의료 관광 블루오션 시장을 공략하고 의료 홍보회 및 국제학술대회 개최, 유력 박람회 참석을 통한 마케팅 홍보를 강화하고 있다. 더불어, 도내 의료기관과 함께 필리핀, 네팔, 캄보디아, 미얀마 등 해외 의료봉사 활동, 의료 인프라가 부족한 저개발 국가에 메디컬 센터 건립 지원 및 이동 안과 진료시설 지원 등의 나눔 의료 사업을 진행하고 있다.

해외의료인 연수 지원 및 나눔의료 사업



뿐만 아니라 의료관광코디네이터 파견 인력풀을 구축하여 관내 의료기관에 수시로 의료 통번역 서비스를 지원하고 있다. 경기도는 전문 인력 양성 등 우수 인력풀 보유에 힘쓰는 한편, 경기메디투어센터·경기국제의료협회와 공동으로 온라인 홈페이지(www.koreamedical.or.kr)를 운영 중에 있다.

충청북도

충청북도는 대한민국 국토의 중심에 위치하여 전국 어디서나 2시간 이내 접근이 가능한 교통의 중심지이다. 또한 청주 시내에서 10분 거리에 위치하고 있는 청주국제공항에서는 중국 각 지역으로 주 17회 여객 노선을 운항하고 있다.

충청북도는 2015년 10월, 의료관광 활성화에 관한 조례를 제정하여 외국인 환자에게 수준 높은 보건의료서비스를 제공할 수 있도록 지원하고 있다. 또한 중국, 우즈베키스탄, 몽골 등에 충청북도 의료관광 홍보관을 운영 중이며, 중국 등 4개국 18개 의료기관에 재직 중인 72명의 외국인 의사 연수를 실시하기도 했다. 이 중 39명의 의료진을 충청북도 명예홍보대사로 위촉하여 외국인환자 유치 활동을 진행하고 있다. 더불어 외국인환자 유치지역 다변화를 위해 중국 각지는 물론 러시아 아쿠츠크, 카자흐스탄 등 다양한 해외 네트워크 구축에도 힘쓰고 있다. 2015년도에는 중국, 러시아, 몽골, 우즈베키스탄 등지에서 의료관광 해외설명 및 초청설명회를 16회 실시했고, 68개 외국 의료기관과 MOU를 체결했다. 특히 2016년도에는 보건복지부에서 공모한 지역 해외 환자유치 선도의료기술 육성 사업에 충청북도의 '호흡기 질환 치료와 연계한 『글로벌 메디타운』 조성사업'이 선정되어 세계적으로 심각하게 대두되는 미세먼지, 스모그 등으로부터 건강을 지킬 수 있는 발전된 해결방안을 제시 할 것으로 기대된다.

충청북도를 찾는 외국인환자의 편의를 위하여 의료관광 홈페이지(cbmeditour.net)를 개설하여 영어, 중국어, 일어, 러시아어, 베트남어로 의료기관 정보를 제공하고 있으며, 2012년부터 실시한 국제코디네이터 양성 사업으로 76명의 의료관광코디네이터를 배출하여 외국인환자들의 불안하고 답답한 마음을 달래주고 있다.

더불어 충청북도에서는 중국 유학생 페스티벌, 청주 국제 공예 비엔날레, 오송 화장품 뷰티산업 엑스포, 청원 생명 축제, 청주 세계 무예 마스터십 대회 등 다양한 국내외 행사를 만날 수 있다. 또한 대통령이 다녀갈 정도로 유명한 '청주 삼겹살거리' 등 풍부한 먹거리는 세계로 통하는 맛의 진수를 보여준다. 대통령 별장인 청남대, 문의 문화재 단지, 제천 청풍 문화재 단지, 속리산 법주사의 템플스테이 체험 등 풍부한 관광 자원도 가지고 있다. 충청북도는 중국유학생 페스티벌과 연계하여 의료관광 홍보관을 설치하고 11개 의료기관별 맞춤형 (치과·성형·건강검진 등) 상담 및 이벤트를 진행하는 등 다양한 관광 자원과 의료관광의 융복합을 위해 노력하고 있다. 충청북도는 도내 외국인 유치등록 의료기관 45개소와 유치업체 15개소를 기반으로 지자체단체의 전폭적인 지원과 관심에 힘입어 최상의 의료서비스는 물론 휴머니즘을 바탕으로 의료관광지로 자리매김 할 계획이다.

문의 문화재단지



출처 : 한국관광공사

제천 청풍문화재단지



충청남도

충청남도 의료거점 지역인 천안시와 아산시 는 상급종합병원인 대학병원과 다수의 의료기관이 있어 의료관광 경쟁력을 갖추고 있다. 지리적으로도 수도권과 인접하여 우수 의료인력 확보에 유리하고, 교육 및 문화시설 등 사회적 인프라도 발달하였다. 또한, 세계적인 철새 도래지와 해수, 담수호, 만, 갯벌이 어우러진 천수만 관광휴양 벨트, 대천해수욕장의 사계절 머드파크 머드섬(케어+레저+웰빙)리조트 등을 갖추고 국제적인 해양관광명소를 조성 중에 있으며, 2015년 7월 유네스코 세계문화유산으로 등재된 백제역사유적지구(부여, 공주 일대)도 국제적인 역사관광명소이다.

충청남도는 의료관광사업 추진 발판 마련을 위해 단국대학교 의과대학 부속병원과 순천대학교 천안병원을 선도의료기관으로 지정하였으며, 2015년 7월에는 충청남도 의료관광 활성화에 관한 조례를 제정·공포하였다. 아울러, 같은 해 보건복지부 해외환자유치 선도의료기술훈공모사업에 선정되어 아산시는 온천관광자원 사업을, 천안시는 양·한방 의료기술을 접목한 '양·한방 협진을 통한 온천의료관광사업'을 추진하고 있으며, 의료관광 홈페이지(cnmt.dkuh.co.kr)도 구축하였다. 코디네이터 양성(23명), 온천의료관광프로그램 개발, 국제의료관광 설명회 참가 홍보(2회), 팸투어 운영(3회), 해외환자 진료접수 등 원스톱서비스센터를 운영한 바도 있다.

충청남도는 구축된 인프라를 바탕으로 선도의료기술과 온천 등 관광자원을 연계한 의료관광사업을 꾸준히 추진하여 지속적인 의료관광 발전을 도모할 계획이다.

천수만



정림사지



공산성



대천해수욕장



출처 : 한국관광공사

강원도

강원도는 관광, 휴양 및 웰빙산업의 프론티어가 될 강원광역경제권 선도 산업 수행을 목적으로 2009년 강원도 의료관광지원센터를 설립하였다. 2009년 12월부터 2012년까지 진행된 선도산업 1단계는 '강원 의료관광 거점 기관 육성' 사업으로 8개 거점 의료기관과 외국인환자 유치사업을 공동으로 추진하여 2,373명의 외국인환자를 유치한 바 있다. 2단계 사업기간은 2012년부터 2015년까지로, '글로벌 치유-휴양-레저 헬스케어 최적지 실현'을 목표로 헬스케어 사업화 지원에 중점을 두고 사업을 추진하였다. 강원도는 천혜의 자연환경과 우수한 인프라를 바탕으로 단순한 질병 치료만이 아닌 정신적·육체적 치유를 제공하는 강원도 브랜드 이미지를 구축하였으며 'Healing Hub Gangwon'이라는 통합브랜드를 개발하였다.

2012년에는 러시아, 몽골, 우즈베키스탄 등을 대상으로 강원헬스케어 설명회 및 팸투어를 실시하였고, 나눔의료와 라이브서저리사업, 해외의료진 초청 연수지원 등으로 5,830명의 외국인환자와 관광객을 유치하였다. 2013년에는 중앙아시아의 키르기스탄, 카자흐스탄 등 신규시장을 개척하였고, 몽골 기존시장의 연계 상품을 지원하여 의료진 교류세미나와 설명회를 열었으며, 치유관광 목적인 '힐링허브강원' 브랜드의 확산을 위한 마케팅활동을 통해 8만 6,318명의 내국인 관광객과 5,024명의 외국인환자와 관광객을 유치하였다.

2단계 사업 마무리 단계에서는 대만에서 피부미용 등 에스테틱 분야 설명회를 개최하고 극동러시아뿐만 아니라 모스크바, 중국 서안 등 신시장으로 의료관광 개척사업 및 홍보를 확대하여 1만 8,445명의 외국인환자와 관광객을 유치하였다.

강원도는 2016년도부터 2018년도 평창 동계올림픽 홍보와 더불어 강원지역에 대한 청정·건강 이미지 강화에 나설 계획이다. 중국, 일본, 몽골, 카자흐스탄 등 기존 시장 공고화에서 더 나아가 러시아, CIS국가 등 시장 확대를 도모할 예정이며, 다양한 휴양 및 웰니스 서비스를 즐길 수 있는 체류형 고급 의료관광 상품을 본격적으로 홍보할 계획이다.

영월 동강시스타 동굴스파



홍천 비발디파크 소노펠리체



홍천 힐리언스 선마을



제주도

제주특별자치도는 2014년 외국인환자 증가율 77.4%로 전국 지자체 1위를 차지하며 새로운 의료관광목적지로 떠오르고 있다. 외국인환자의 절반 이상이 중국인이며, 세계 180개 국가에 대해 관광 또는 통과목적의 무사증 입국이 허용되고 있어 외국인환자는 지속적으로 증가할 전망이다.

제주특별자치도는 최첨단 의료장비와 고급스러운 병원 시설을 갖춘 13곳의 선도의료기관을 지정하고 있으며, 33곳의 외국인환자 유치 등록 의료기관이 있어 종합검진, 성형, 피부과, 치과, 한방 등 세계적인 수준의 다양한 의료서비스를 받을 수 있다. 도에서는 지역의 우수한 의료 인프라와 주변의 문화 관광자원을 활용한 제주만의 특화된 의료관광 모델을 개발하고 있으며, 도내의료기관 인프라 개선과 의료상품 해외 홍보 마케팅을 강화하여 외국인환자 유치사업을 중점추진하고 있다.

제주특별자치도는 서귀포시 동홍동, 토평동 일원에 제주헬스케어타운을 조성하고 있으며, 중국 녹지그룹이 국내 최초 외국인 투자병원 설립을 추진 중에 있어 도내 중국인 의료관광객 유치에 많은 기여가 될 것으로 예상된다. 또한 외국인환자 유치 활성화를 위한 동북아 의료한류 메카 조성사업추진으로 지역경제 활성화에 기여할 것으로 기대하고 있다.

[청정 제주도 환경]

- UNESCO가 지정한 생물권보전지역 (2002.12.16)
- 세계 평화의 섬 지정 (2005.1.26)
- UNESCO 세계자연유산 등재 (2007.6.27)
- UNESCO 세계지질공원 인증 (2010.10.04)

성산일출봉



출처 : 한국관광공사

2. 해외 주요 의료관광국 현황

(1) 태국

의료관광 현황

태국은 세계적인 관광대국이며, 태국 정부가 주도적으로 의료관광 산업을 육성하고 있다. 태국 정부는 의료관광을 의료서비스와 휴양, 레저, 문화 활동 등이 결합된 광의의 의료관광 개념으로 정의하고 외래관광객의 40%를 의료관광객으로 보고 있다. 태국 의료관광의 강점으로는 선진국 수준의 의료서비스 질, 저렴한 병원비, 예약 후 오래 기다리지 않는 신속한 의료서비스를 꼽는다. 2006년 이후로 의료관광객 유치 실적(환자 수 및 수입 등) 공식 통계를 집계하지 않고 있으나, 의료관광 관련 수입 증가율이 연평균 15~20%에 이르는 것으로 알려지고 있다. 2008년 의료관광객 수는 140만 명, 수입액은 7백억 바트(약 20억 달러, 전체 관광수입의 약 10%)에 달했으며¹⁷⁾, 2013년에는 미국, 영국, 일본 등에서 250만 명이 넘는 외국인이 의료관광을 목적으로 태국을 방문한 것으로 추정된다.¹⁸⁾

태국의 의료기관은 민간의료시설과 공공의료시설로 구분된다. 민간의료시설은 2009년 기준 316개로 총 의료기관의 24%를 차지하지만, 병상수를 기준으로 하면 13,512개로 전체 병상수의 10% 수준이다. 공공의료시설은 의료관광객 유치에 참여하지 않고 있으며, 민간의료시설 중 사립영리병원 일부가 의료관광객 및 자국의 부유층 환자를 대상으로 진료서비스를 제공하고 있다. 태국의 민간병원협회는 선진국 고령자를 타깃으로 선정하여 다른 국가와 차별화하고 있으며, 풍부한 관광자원을 활용하여 장기투숙, 요양을 위한 휴양 리조트, 여가 프로그램, 일대일 간호 및 간병 서비스 등을 제공하고 있다. 의료관광상품들도 치료와 휴양을 접목시킨 뷰티+헬스+웰빙의 형태가 주를 이룬다.

의료관광 활성화 정책

태국정부는 2004년 태국을 '아시아의 건강수도(The Health Capital)'로 발전시키기 위한 5개년 계획을 수립한 바 있다. 이 계획을 살펴보면 태국의 의료관광은 의료서비스, 헬스케어서비스, 약초상품 등 3가지 영역에 중점을 두고 있으며, 헬스케어서비스의 3대 주요 프로그램은 건강스파, 전통 타이 마사지, 장기체류 헬스케어 상품 및 서비스이다. 태국의 스파산업은 세계 스파 관광객의 42%가 다시 방문하고 싶은 곳으로 태국을 추천할 만큼 만족도가 높으며, 세계 최고 수준의 고급 스파와 스파호텔, 리조트가 자리 잡고 있다. 태국정부는 스파 서비스의 품질 향상을 위해 민간기관과 공동으로 스파 품질 및 서비스에 대한 인증제를 실시하고 있다.

17) 태국 상무부 수출진흥국 자료, 2008

18) 태국에 밀리고 말레이시아까지 추월...한국 의료관광 성장세 꺾이나, 2015.4.22, 조선일보

스파인증제는 스파에 사용되는 물의 품질뿐만 아니라 서비스 지침, 종합품질관리, 인력양성 등 다양한 관점에서 스파 품질을 관리하며, 스파 전문인력을 양성하기 위한 교육 훈련 프로그램도 민관합동으로 개발하여 운영하고 있다. 리조트에 따라서는 CIBTAC (Confederation of International Beauty Therapy and Cosmetology) 같은 국제인증을 취득하는 곳도 있다. 융복합 의료서비스의 확대로 전통 민간 생활요법인 타이 마사지를 종합 병원이나 리조트에서 예방적 건강관리 프로그램 또는 통증치료법으로 활용하기도 하며, 치바숨리조트, 세인트 루이스 병원 등에서는 방문객의 건강검진과 아울러 적합한 메디컬 스파를 제공하는 패키지상품을 제공하기도 한다.

의료관광 사례

태국에서 가장 많은 외국인환자를 받고 있는 병원은 범룽랏병원이다. 범룽랏병원은 2002년 아시아 최초로 JCI 인증을 받았으며 미국에서 공부한 의사로 구성된 높은 의료수준과 능통한 영어, 투명한 가격 등을 강점으로 내세우고 있다. 대부분의 병원 직원들 역시 영어로 의사소통이 가능하며, 일본어, 한국어, 아랍어 등 14개 언어로 된 인터넷 홈페이지를 구축하고 통역서비스를 지원하고 있다. 또한 제3자의 진료비 부담을 인정하여 60여 종의 해외 의료보험 및 응급조치기관들과 협력하고 있으며, 입원환자의 예산에 따라 병원비와 의사진료비, 입원실 비용을 포함하는 다양한 의료패키지 상품을 제공하고 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 등으로 우수한 의료관광목적지로 평가받고 있다. 2013년 약 120만 명의 의료관광객¹⁹⁾이 싱가포르에 다녀간 것으로 추정되고 있다.

싱가포르는 태국과 달리 국토가 좁고, 상대적으로 오래 머물면서 즐길 수 있는 다양한 관광 인프라가 부족하다. 싱가포르 정부는 이를 민회하기 위하여 고소득층을 대상으로 숙박, 레저, 웰니스를 원스톱으로 체험할 수 있는 클러스터형 민간 복합 리조트 개발에 집중하고 있다. 또한 싱가포르에서는 의료법인이 호텔과 쇼핑몰 등 시설 전체를 직접 소유하고 운영할 수 있어 효율적인 경영이 가능하며, 환자와 가족들이 병원 원무과를 통해 호텔을 예약한다거나 병원과 호텔이 주방을 공유하여 병실에서 호텔급 룸서비스를 받는 등 의료와 웰니스가 연계된 서비스제공이 가능하다.

19) 태국에 밀리고 말레이시아까지 추월...한국 의료관광 성장세 꺾이나, 2015.4.22, 조선일보

의료관광 활성화 정책

싱가포르는 신성장동력 주요 정책인 'Vision 2018'을 통해 고령화, 의료, 건강을 3대 이슈로 선정하면서 웰니스를 미래 성장동력 산업으로 지정하였다. 2020년까지 연 200만 명의 해외환자 유치를 통해 GDP의 2% 수준인 60억 달러의 외화수입과 1만 3천 개의 일자리 창출을 목표로 하고 있다.

싱가포르는 경제개발청에서 의료관광에 관련된 전반적인 정책 수립과 제도개선을 담당하고 있으며, 싱가포르관광공사(Singapore Tourism Board)에서 의료관광과 관련된 실무정책을 운영하고 있다. 2001년에는 싱가포르관광공사, 경제개발청, 국제기업청 등 3개 정부부처가 공동으로 의료관광 국가 브랜드인 'Singapore Medicine'을 개발하여 의료관광 산업을 촉진시킨 바 있으며, 현재는 민간 중심으로 전환하였다. 싱가포르관광청에서는 의료서비스 본부를 중심으로 미국, 말레이시아, 베트남, 인도네시아 주요 전략 국가에서 의료관광 로드쇼를 매년 수차례 진행하고 있으며, 의료관광 브랜딩 사업과 연계해 의료관광 안내책자를 제작한 바 있다.

의료관광 사례

현대적 이미지가 강한 싱가포르의 해외 투자자와 글로벌 브랜드를 유치하여 클러스터형 복합 리조트 내에서 다양한 레저, 웰니스 프로그램을 체험할 수 있도록 하고 있다. 싱가포르의 대표적 관광휴양지였던 센토사 섬에 말레이시아의 유명 카지노, 리조트 투자회사인 겐팅(Genting Group)이 투자하여 설립된 Resorts World Sentosa²⁰⁾를 보면, 대규모 복합 리조트 내에서 의료서비스를 제외한 휴양·레저·숙박·웰니스 서비스를 받을 수 있는데 각 호텔이나 리조트가 아닌 스파/스킨케어 브랜드인 ESPA에서 웰니스 서비스를 통합제공하는 것이 특징적이다. 이 곳에서는 12개의 맞춤형 스파 프로그램과 5개의 웰니스 프로그램을 제공하며, 일본 온천, 태국 스파, 터키 스파, 중국 마사지 등 전세계 다양한 전통 치료 기법을 현대적 관점에서 재해석한 서비스를 받을 수 있다.

Resorts World Sentosa



20) Resorts World Sentosa (www.rwsentosa.com)
싱가포르의 주요 산업, 2012, 대외경제정책연구원

(3) 말레이시아

의료관광 현황

말레이시아는 아시아에서 의료관광목적지 3순위로 평가되고 있으며, 'Tourism Review and the Hotel & Resort Insider'에서 조사한 2010년 세계 의료관광지 5위에 랭크될 정도로 의료관광객이 선호하는 목적지 중 하나이다. 의료관광 산업에서는 동남아시아 국가 중 후발주자이나 인프라 정비가 앞서있으며, 말레이시아를 방문한 의료관광객이 2003년 10만 3천 명에서 2012년 67만 1천 명, 2015년 88만 명으로 늘어날 정도로 폭발적인 성장세를 보이고 있다. 의료관광 수입도 2003년 1,550만 달러에서 2008년 8,970만 달러로 6배 가까이 증가하였으며 2015년 추정 의료관광 수익은 7억 3천만 링깃(1억 8,690만 달러)에 달한다.²¹⁾

의료관광에 동참하고 있는 사립병원은 대부분 영어를 사용한 의사소통이 가능하며, 해외여행상해보험에 가입한 관광객이라면 무료로 진찰받을 수 있는 곳이 많다. 말레이시아 의료서비스의 강점은 상대적으로 저렴한 비용, 국제 인증 기준에 부합하는 의료서비스, 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 심장학, 정형외과, 시험관 수정(체외 수정), 신경과, 종양학, 치의학, 성형 수술과 건강 검진 등을 들 수 있다.

의료관광 활성화 정책

말레이시아 정부는 의료관광을 제10차 말레이시아 계획(2011-2015)의 12대 국가핵심 경제 분야로 선정하였으며, 의료관광 육성책의 일환으로 말레이시아 의료관광 이사회(Malaysia Healthcare Travel Council, MHTC)를 발족했다. MHTC는 보건부 소속으로 의료관광 산업 육성을 전담하며, 의료관광객은 물론 의료관광 투자 유치사업도 담당하고 있다. 말레이시아 정부는 '말레이시아 헬스(MyHEALTH)'라는 의료관광 브랜드를 만들고 홈페이지(www.myhealthcare.gov.my)를 통해 의료관광을 홍보하고 있다.

2010년 9월부터 전국 클리닉과 병원의 의료서비스 광고가 법적으로 허용되고 있으며, 일정 자격조건만 충족 시키면 해외광고도 가능하다. 의료관광객을 유치하는 의료기관에는 추가적인 조세감면 혜택도 주어진다. 2010년 말레이시아 정부는 '늘어난 서비스 수출액'의 50% 만큼 소득세를 감면해주던 것을 100%로 개정하였다. 더불어 인기받은 사립병원의 지출에 이중면세 혜택을 제공하고 있으며, 의료관광 촉진을 위해 새로운 시설을 건축 중 인 병원에도 면세혜택을 제공하고 있다. 2016년에는 전자 비자와 같은 인센티브를 도입할 예정이어서 더 많은 의료관광객이 말레이시아를 찾을 것으로 예상하고 있다.

21) 관광시장동향 2016년 1월호, 2016, 한국관광공사

(4) 인도

의료관광 현황

인도는 오리엔탈 문화의 중심지로 전세계 관광객들의 관심을 받고 있다. 2004년에는 15만 명의 의료관광객이 인도를 방문하였고, 2010년에는 73만 1천 명, 2013년에는 85만 명이 의료서비스를 목적으로 인도를 방문한 것으로 조사되고 있다.

인도는 IT강국의 장점과 저렴한 진료비, 짧은 대기시간, 선진 의료기술 등을 내세워 의료관광 활성화를 꾀하고 있다. 인도의 수술비용은 주요 선진국의 1/8 정도이며 태국에 비해서도 30% 이상 저렴하지만 상대적으로 높은 선진 의료기술을 확보하고 있다. 인도 일류병원 의사의 15% 가량은 영국, 미국 등에서 교육을 받거나 개업을 했던 의사들이며, 의사나 간호사는 물론 사무직원까지도 영어를 구사하기 때문에 의사소통이 자유로운 것도 큰 장점이다. 의료관광객이 인도에서 가장 선호하는 의료서비스는 심장 절개수술과 관절치환수술로 자국에서 적절한 의료보험 혜택을 받지 못할 경우 비용 부담이 매우 큰 분야이다. 인도에서의 심장 수술 비용은 6~7천 달러로 미국의 5~7만 달러에 비하면 1/10 수준이나, 이와 관련된 의학기술은 세계 수준으로 인정받고 있으며, 관련 전문 병원 역시 다수 존재하고 있다. 또한 요가, 명상, आयुर्वेद 등 전통의학 기반의 대체의학 상품들도 인기를 끌고 있다.

의료관광 활성화 정책

인도정부는 국가 관광 중장기 전략인 Tourism Vision 2030과 제12차 국가개발 5개년 계획을 통해 의료 및 웰니스 관광을 핵심 관광 분야로 선정하고 2,000만 루피(30만 달러)규모의 기금을 조성했다. 2014년에는 보건부 산하 요가 및 आयुर्वेद 전담 부서를 분리하여 Ministry of AYUSH를 설립했다. AYUSH는 आयुर्वेद (Ayurveda), 요가(Yoga), 유나니(Unani), 시다(Siddha), 동종요법(Homeopathy)의 약자로 전통 의학 기반의 웰니스 산업을 총괄하는 성격을 띤다. 인도관광부는 현대기술과 전통적인 경험이 결합하여 자연과 더불어 지내면서 스스로 면역력을 높일 수 있는 웰빙 인도 이미지로 의료관광 마케팅을 진행하고 있다. आयुर्वेद, 요가, 시다, 동종요법 등은 WHO에 의해 전통의학으로도 인정되었는데 인도에는 50만 명의 आयुर्वेद 의사가 존재하며, 인도 전통의약품 관련 제품의 수출 중 आयुर्वेद 제품이 84%를 차지한다. 인도정부는 혈액은행, आयुर्वेद과 더불어 웰니스 센터에 대한 국가 인증제도도 실시하고 있다. 국가 의료 및 헬스케어 인증위원회(NBHP)에서 운영하는 이 인증은 84개 기준에 따른 396개 평가요소를 반영한다.²²⁾

22) 의료관광 산업 생태계 현황분석 및 의료관광 활성화 중장기 전략, 2016, 한국관광공사

의료관광 사례

인도 북부 해발 1,000m의 히말라야 산자락에 위치한 आयुर्वेद 기반의 웰니스 리조트인 'Ananda Spa in Himalayas'는 한때 Tehri Garhwal 왕조의 궁전이었으나 오늘날에는 휴양지와 여행지로 사용되고 있다. 뉴델리에서 북쪽으로 260km가량 떨어져 있으며 차로 8시간 이상 걸리는 접근성이 매우 낮은 지역에 위치하고 있으나, 역으로 낮은 접근성을 차별화 포인트로 활용하고 있다.

모든 프로그램은 전인적 관점(Holistics)으로 치료보다는 치유 중심 철학에 기반하며 히말라야의 자연경관과 인도 전통 의술을 접목한 70여 가지 독특한 프로그램을 운영하고 있다. 디톡스 프로그램, 스킨케어, 체중감량 프로그램 등이 제공되며 히말라야 용천수를 이용한 스파 트리트먼트를 제공한다. 일본과 유럽 관광객이 전체 방문객의 80~90%를 차지하고 있다.

Ananda Spa in Himalayas



(5) 헝가리

의료관광 현황

헝가리는 서유럽에 비해 치료비용이 40~60% 선으로 저렴하면서도 지리상으로 가까운 위치에 있어 유럽지역 내 의료관광목적지로 선호되고 있다. 특히, 의료관광 수익 중 90%가 치과 진료에 기인한 것으로 추정될 정도로 치과 특성화가 잘 되어 유럽 내 치과관광시장 점유율 1위, 세계적으로도 멕시코, 인도 다음으로 3번째 큰 시장을 구축하고 있다. 2014년 헝가리 방문객 중 의료서비스를 위한 방문객 비중은 3위이며, 주로 영국, 독일, 이탈리아, 프랑스에서 온 관광객으로 분석되고 있다. 헝가리를 찾는 치과 의료관광객은 2014년 기준 약 6만 명에서 7만 명 수준이며, 의료 및 숙박, 관광 등의 비용을 포함하여 1인당 하루 850달러를 지출하고 5~8일 머물며 1주일에 약 6,750달러를 소비하는 것으로 조사된 바 있다.²³⁾

의료관광 활성화 정책

헝가리 정부는 유럽에서 가장 유명한 건강관광지 건설을 국가 관광개발 전략 목표로 선포하고, 소도시들의 의료관광 서비스 마련을 위해 노력 중이다. 헝가리는 예전부터 독특한 자연동굴목욕장(미슈콜츠-타폴카)에서의 온천수와 모페다(Mofeda) 목욕, 세체니 온천 등 유명한 관광자원을 보유하고 있으며,²⁴⁾ 지역 정부는 이 같은 관광자원을 기반으로 하는 의료관광 도시를 개발하고 있다.

의료관광 사례

유럽 최대의 천연 온천 호수인 고기온천(Gyorgy)이 위치한 헤비츠에는 스파온천 및 의료기관이 들어서면서 도시 내에서 다양한 건강증진 활동을 할 수 있는 환경이 조성되었다. 헤비츠는 '뜨거운 물'이라는 뜻으로 원래 사유지였으나, 1905년 헤비츠 온천이 류머티즘, 신경통 완화효과 등 온천수로서의 성능을 과학적으로 검증받으면서 온천 호수로 개발되었다. 헤비츠 온천은 1~7m 두께의 부드러운 진회색의 머드층이 특징적으로, 머드층에 유황, 라듐, 마그네슘 등 미네랄 성분이 다량 함유되어 있어 관절염, 근육이완, 독소배출에 효과적인 것으로 평가받고 있다. 이 지역에서는 건강진단, 치과전문병원, 약수 온천, 건강 진흙 목욕, 체중감량 목욕, Csillag vár(성) 구경, 태국 마사지, 물리치료 등을 융합한 다양한 패키지 서비스를 구비하고 있으며, 7일 이상의 체류가 필요한 스파 프로그램 등 장기체류 프로그램도 운영하고 있다.

의료-휴양도시 헤비츠 (Heviz)



23) 헝가리 의료휴양관광, 황금알 낳는 거위 될까, 2015, KOTRA

24) Health and Wellness Tourism, 2013, 정구점, 이방식 역, Hanol Publishing

제3부

의료관광 마케팅 전략

1. 의료관광 마케팅의 이해

- (1) 의료관광 마케팅의 배경
- (2) 의료관광 마케팅 추진 과정
- (3) 한국 의료관광의 통합마케팅 필요성
- (4) 의료관광 활성화를 위한 한국관광공사의 역할

2. 한국관광공사의 의료관광 마케팅 전략

- (1) 의료관광 해외 홍보 마케팅
- (2) 융복합 의료관광 상품 개발 및 판촉
- (3) 온오프라인 통합 마케팅 채널 운영
- (4) 지역 의료관광 활성화

3. 방한 의료관광국별 특성과 대응 전략

- (1) 중국
- (2) 미국
- (3) 러시아
- (4) 일본
- (5) 카자흐스탄
- (6) 몽골
- (7) 베트남
- (8) 아랍 에미리트(UAE)
- (9) 필리핀



1. 의료관광 마케팅의 이해

(1) 의료관광 마케팅의 배경

경제구조가 산업사회에서 서비스사회로 변해 갈수록 서비스 제공자는 고객들에게 고품질의 서비스를 제공하기 위해 그들을 이해하고 세분화할 수 있는 방안을 강구하게 되었고, 경쟁이 치열해짐에 따라 소비자의 선택을 도울 수 있는 능동적인 정보제공과 소비자에게 각인될 수 있는 홍보수단을 강조하게 되었다. 이는 의료산업에서도 동일하게 적용된다. 과거 의료기관은 사회의 공공성을 강하게 띠고 있는 단체였으며, 수요가 공급을 초과하는 시장에 속해있었으나, 현대에는 공공성은 그대로 유지하면서도 시술에 대한 결과와 더불어 만족도, 친절도, 사후관리 서비스, 원활한 의사소통을 중요한 요소로 여긴다. 이러한 요소들을 포괄하여 소비자에게 특정 의료관광 상품을 각인시켜 최종 구매 결정을 이끌어내는 것이 의료관광 마케팅의 주요 업무이다.

보건·의료분야에서의 마케팅 도입은 1975년 미국 일리노이주 Evanston시의 Evanston병원에서 공식적으로 마케팅담당 임원을 임명한 것을 그 시작으로 본다. 그 후 1994년 미국 내 의료기관의 운영기준을 인증하는 의료기관 평가합동위원회(Joint Commission on Accreditation of Healthcare Organization, JCAHO)에서 인증 평가 기준에 고객만족을 위한 업무수행 개선도를 측정하는 내용을 포함하였고, 이는 의료기관의 마케팅 지향적이고 소비자 대응적인 자세의 필요성을 인식시키는 계기가 되었다.

의료기관의 마케팅 활동은 국내 도입시에도 의료서비스의 공익적인 목적과 시장에서 최대효과를 얻기 위한 마케팅의 수익적 측면이 상충되는 것이 아니냐는 논란에 휩싸이기도 하였다. 그러나 요즘 버스나 전철 등 공공장소에서 병원 광고를 찾아보는 것은 어려운 일이 아니며, 블로그나 SNS를 활용한 다방면의 의료마케팅 방안이 나오고 있다. 과장광고나 마케팅 비용으로 인한 진료비 상승이라는 부작용도 있지만 의료 마케팅 결과 환자들은 보다 다양한 정보를 손쉽게 접할 수 있으며, 의료서비스 역시 질적으로 높은 성장세를 보이고 있다.

(2) 의료관광 마케팅 추진 과정

의료관광 마케팅은 일반적인 마케팅 수단에 대입하여 '의료관광 상품이나 서비스를 공급자로부터 수요자에게 원활히 유통될 수 있도록 조정하는 활동'이라고 광의적으로 해석할 수도 있다. 의료관광 마케팅이 일반적인

마케팅과 차이를 보이는 점은 우선 무형의 상품이라는 점, 상품 생산과정에서 소비자가 참여하여 소비자가 상품의 일부분이 되어 서비스 경험이 결정된다는 점, 품질의 균질성을 유지하기 어렵다는 점 등이다. 의료관광 마케팅의 일반적인 과정은 다음과 같이 4단계의 흐름을 거친다.

- ① 시장조사를 통한 사업기획
- ② 시장을 세분화하여 표적시장을 선정한 다음 포지셔닝
- ③ 마케팅믹스 전략 구축
- ④ 시장 확보 후 평가와 통제, 계획 조정

의료관광 마케팅은 잠재되어 있는 의료관광 욕구를 일으키는 활동에서부터 의료관광객의 욕구를 충족시켜주는 것을 목적으로 하는 의료관광 사업 활동이므로 다양한 수단들을 적절하게 섞어 종합적으로 활용하는 마케팅 믹스(Marketing Mix)의 개념을 갖는다. 마케팅 믹스란 표적시장에 대한 각종 마케팅 수단을 결합하여 그 목적 달성을 극대화하는 것 즉, 한국 의료관광 상품이 의료관광객에게 선택될 수 있도록 마케팅 수단을 전략적으로 믹스하여 최소의 비용으로 최대의 반응을 불러일으킬 수 있는 방안을 마련하고 이를 표적시장에 적용함으로써 소비자의 반응을 환기시키는 것이다.

일반적으로 믹스전략은 마케팅의 기본 수단인 4P(상품(Product), 유통(Place), 가격(Price), 촉진(Promotion))을 통제 불가능한 환경변수(정치적, 경제적, 사회적, 문화적 환경)에 최적으로 혼합시키는 전략이지만, 의료관광 마케팅에서는 전통적인 마케팅 수단인 4P에 사람(People), 물리적 환경(Physical Environmental), 과정(Process), 패키징(Packaging)을 더하여 8P로 분류하는 경향이 있다. 이는 의료관광 산업의 특성상 사람, 물리적 환경, 서비스 과정 등에 의존하는 부분이 많기 때문이다. 이 외에도 프로 그래밍(Programming), 제휴(Partnership), 참가(Participation) 등을 포함하여 13P까지 분류하기도 한다.

의료관광 마케팅 과정



(3) 한국 의료관광의 통합마케팅 필요성

한국 의료관광은 최근 급격한 성장세를 보이고 있으며, 직접 경험한 의료관광객들의 만족도도 높은 편이나 세계 의료관광 시장에서 우리나라가 차지하는 비중은 약 1%에 불과²⁵⁾한 실정이다. 앞서서도 언급했듯이 한국 의료관광의 인지도 부족은 한국 의료관광 성장을 가로막는 주요 걸림돌 중 하나이다. 이는 의료관광객 유치 마케팅이 주로 해외에서 이루어지며 언어, 문화적으로 이질적인 요소를 포함하는 외국인을 대상으로 하는데서 오는 정보부족 및 관리의 한계에서 기인한다. 국내 의료기관이 주로 사용하는 의료마케팅은 대중매체를 이용한 노출광고나 체험단 중심의 적극적인 마케팅 전략을 사용하는 사례가 많기 때문에 다양한 목적지에서 의료기관별 노출광고를 시행하기에는 비용효율적인 측면에서 부담감을 느끼게 된다. 반대로 의료관광산업이 블루오션으로 인식되면서 방한 수요가 많은 일부 지역에서는 의료기관이나 지자체가 중복적으로 개별적인 홍보회나 MOU를 추진하는 등 현지에서 과열경쟁 추세가 나타나기도 한다. 따라서 해외환자 유치를 원하는 의료기관이나 관련주체간의 정보를 공유하고 중복투자의 사전조정 등을 통해 효율적인 마케팅 방안을 마련하는 것이 필요하다.

국가적 차원에서도 의료관광에 대한 적극적인 홍보마케팅과 적절한 브랜드 가치 제고는 의료관광 경쟁국과의 관계에서 우위를 점하기 위해서 중요한 요소이다. 또한 외국인을 국내로 유치하기 위해서는 제도적 지원이 반드시 필요하기에 개별 의료기관이나 유치업체만으로는 마케팅 활동에 한계성을 갖게 된다. 해외환자 유치가 국가 경제 발전의 신성장 동력으로 인식됨에 따라 정부 역시 글로벌 헬스케어를 17대 신성장동력 중 하나로 선정하고, 의료법과 관광진흥법 개정을 통해 의료관광을 정책적으로 지원하고 있다. 이렇듯 정부와 민간 모두 각자의 위치에서 의료관광 활성화를 위해 노력하고 있으나, 각각의 역량과 역할이 다르기에 정부와 민간간의 역할분담과 협력을 통한 협업 마케팅이 의료관광의 성공 열쇠로 떠오르고 있다.

25) 서울의료관광 실태분석 및 중장기 발전계획 수립을 위한 연구, 2015, 서울특별시

(4) 의료관광 활성화를 위한 한국관광공사의 역할

한국관광공사는 의료관광 활성화를 위해 한국 의료관광이 가지고 있는 강점은 부각시키면서 약점은 정책적으로 보완할 수 있는 사업추진을 위해 노력하고 있다. 한국관광공사는 그동안 관광전담기구(National Tourism Organization, NTO)로 정부와 관광사업자들을 연계하는 역할을 담당해 왔다. 관광산업이 복잡해지고 경쟁이 심화됨에 따라 민간과 공공부문은 빠른 시장 변화에 발맞추어야 하는데 NTO는 이러한 시장 변화를 따를 수 있는 수단을 제공하는 역할을 한다.

한국관광공사는 NTO로서 축적한 국가브랜드 가치 홍보 및 해외 시장조사 등의 경험을 기반으로 의료관광 홍보, 지자체와의 협력, 수요자 측면의 데이터 수집과 조언, 직접적 협조 제공, 업계 및 환경·사회적 이슈 제공 등 의료관광 활성화를 위한 다양한 사업을 추진하고 있다. 이 같은 사업은 단순한 의료서비스 제공을 넘어서 의료관광객의 감성과 가치를 중시하는 한국 의료관광 비전을 제시하고 한국만의 차별화된 서비스를 인식시키기 위함이다.

한국관광공사에서 추진하는 의료관광 활성화 사업영역은 크게 의료관광 해외 홍보 마케팅, 융복합 의료관광 상품 개발 및 판촉, 온오프라인 통합 마케팅 채널 운영, 지역의료관광 활성화 등 4가지 영역으로 구분할 수 있다. 이는 의료관광 기반을 조성하고, 다양한 시장연구를 통해 적절한 상품 개발 및 의료관광의 발전 방향을 제시하여 방한 의료관광객을 적극적으로 유치하는 활동이며, 개별 의료기관이나 지자체가 대응하기 어려운 의료관광 신규 시장 혹은 경쟁이 과열될 수 있는 전략적 시장에 한국 의료관광을 효율적으로 알리는 역할이다. 또한 성형의료 중심의 의료관광시장을 건강검진, 한방 등 비성형 상품으로 확대하고자 비성형 상품의 온오프라인 홍보마케팅을 집중적으로 강화하고 있으며, 전국 지자체별 여건과 특성에 맞는 고부가가치 상품을 개발하여 서울 중심의 수도권에 집중되어 있던 의료관광을 분산시키고 의료관광이 지역경제 활성화에 기여할 수 있도록 지원하고 있다.

2. 한국관광공사의 의료관광 마케팅 전략

(1) 의료관광 해외 홍보 마케팅

지역별 시장 전략

한국 의료관광을 해외에 알리기 위해서 가장 먼저 해야 할 것은 국내 의료관광 역량에 맞는 유치대상국을 정하는 것이다. 유치대상국 특성에 따라 의료관광객을 유치하는 방법도 달라져야 하기 때문이다. 한국관광공사는 해외 지사를 통해 현지 관광동향을 수집·분석하고 있으며, 매년 지속적인 시장조사를 시행하여 시장별 특성에 맞는 홍보 전략을 추진하고 있다.

지역별 시장 전략은 방한 의료관광객 동향에 따라서 전략지역과 신흥시장으로 나누고 의료관광 유형에 따라 의료 연계형과 뷰티·웰니스 연계형으로 나누고 있으며, 국가별 특성을 고려하여 수립하고 있다. 전략지역은 일본, 중국, 러시아 등 기존의 주요 방한 의료관광객 송출국이며, 한류 열풍이 불고 있는 동남아 지역, 1인당 체류기간과 체류비용이 큰 중동과 몽골지역, 최근 방한관광객이 늘고 있는 CIS 권역 등을 새로운 한국 의료관광의 타깃지역으로 선정하였다. 수술을 꺼려하고 개별 관광객이 많은 일본을 대상으로는 일반소비자를 타깃으로 미용과 한방 서비스를 포함하는 한류융합마케팅을 펼치고 있으며, 최대 방한 규모를 자랑하는 중국 관광객들을 대상으로는 미용, 검진, 안티에이징 분야에 대한 의료관광 상품을 안내하고 새로운 지역에서의 마케팅을 기획하고 있다. 러시아 지역에서도 미용, 검진, 안티에이징 분야를 소개하고 있으며, 극동 러시아 지역에서 서부지역으로 마케팅 지역을 확대하고 있다. 동남아 지역은 한류에 대한 관심이 높은 만큼 이를 활용한 융복합 의료관광을 홍보하고 있으며, 중동, 몽골지역에는 VIP 계층을 대상으로 미용, 한방을 비롯한 웰니스 프로그램으로 장기체류를 유도하고 있다. 카자흐스탄을 비롯한 CIS 권역 역시 VIP 계층을 대상으로 하는 웰니스와 장기휴양 프로그램에 대한 적극적인 마케팅을 추진 중이다.

한국관광공사는 개별적인 한국 의료관광 설명회나 해외 언론매체를 이용한 마케팅 외에도 직접 의료관광 컨벤션을 개최하기도 하고 해외 주요 박람회 및 컨벤션에 참가하여 한국 의료관광을 알리기도 한다. 또한 현지에 의료관광코너를 운영하거나 온라인 통합 플랫폼을 운영하는 등 온오프라인에서 한국 의료관광을 알릴 수 있는 접점을 마련하고 있다.

지역별 시장 전략

신흥시장	동남아	중동, 몽골	CIS
	성형, 미용 - VIP 계층 - 융복합 의료관광	미용, 한방 - VIP 계층 - 웰니스 장기 휴양	미용, 한방 - VIP 계층 - 웰니스 장기 휴양
전략시장	일본	중국	러시아
	미용, 한방 - 일반소비자 - 한류융합 마케팅	미용, 검진, 안티에이징 - VIP 계층, 일반소비자	미용, 검진, 안티에이징 - VIP 계층, 일반소비자

*출처 : 의료관광 유치확대 방안, 2016, 한국 의료관광포럼, 한국관광공사

의료관광 영역 설정

구분	의료분야	관광분야	비고
의료 연계형	건강검진, 성형 피부과 시술, 안과 재활 및 요양 치과, 한방	교통 숙박 음식 공연 쇼핑	의료 목적으로 방문한 의료관광객으로 관광분야의 비중이 의료목적과 비슷하거나 이상인 유형
뷰티·웰니스 연계형	스파 (마사지) 미용 (에스테틱) 다이어트, 안티에이징 테라피 (수치료, 숲치료) 시술 (추나, 카이로프랙틱)	교통 숙박 음식 공연 쇼핑	뷰티 웰니스 목적으로 방문한 의료관광객으로 관광분야의 비중이 매우 큰 유형

*출처 : 의료관광 유치확대 방안, 2016, 한국 의료관광포럼, 한국관광공사

의료관광 브랜드 인지도 제고

한국관광공사는 의료관광목적지로의 한국 인지도를 높이기 위해 한국 의료관광의 신뢰도와 인지도 제고를 위한 마케팅을 진행하고 있다.

인터넷 사용자의 폭발적인 증가에 따라 한국관광공사는 2015년 온라인 배너광고와 바이두, 구글 키워드 광고를 통해 온라인 의료관광 플랫폼(visitmedicalekorea.com)을 알리는 마케팅을 진행하였다. 배너광고는 총 8개 사이즈, 4개 언어로 제작되었으며, 동남아(영어), 중국, 일본, 러시아를 대상으로 포털과 뉴스 사이트의 뷰티, 헬스, 피부미용, 성형 등에 관련한 내용들을 타깃으로 진행되었다. 키워드 광고는 각 포털에서 '의료관광'이라는 키워드로 검색할 때 관련정보가 상위에 노출되도록 하는 것으로, 클릭한 이용자에 관한 통계자료를 통해 전략적인 콘텐츠 기획 수립이나 캠페인에 대한 호응을 이끌어 낼 수 있어 주변 의료관광국에서도 진행하고 있는 마케팅 기법이다.

키워드 광고 진행 결과 영어를 기반으로 하는 구글 사이트에는 터키, 필리핀, 인도네시아, 사우디아라비아 순으로 실제 클릭수가 높게 나타났고 메디컬케어, 의료센터, 한국화장품, 무료보험, 안과 등의 검색을 통한 유입이 많았다. 반면 중국어를 기반으로 하는 바이두 사이트에는 광둥, 홍콩, 북경, 대만 지역의 접근이 많았으며, 미용, 안과, 보건, 치과 등에 대한 검색이 이루어졌다.

키워드 광고 주요 결과

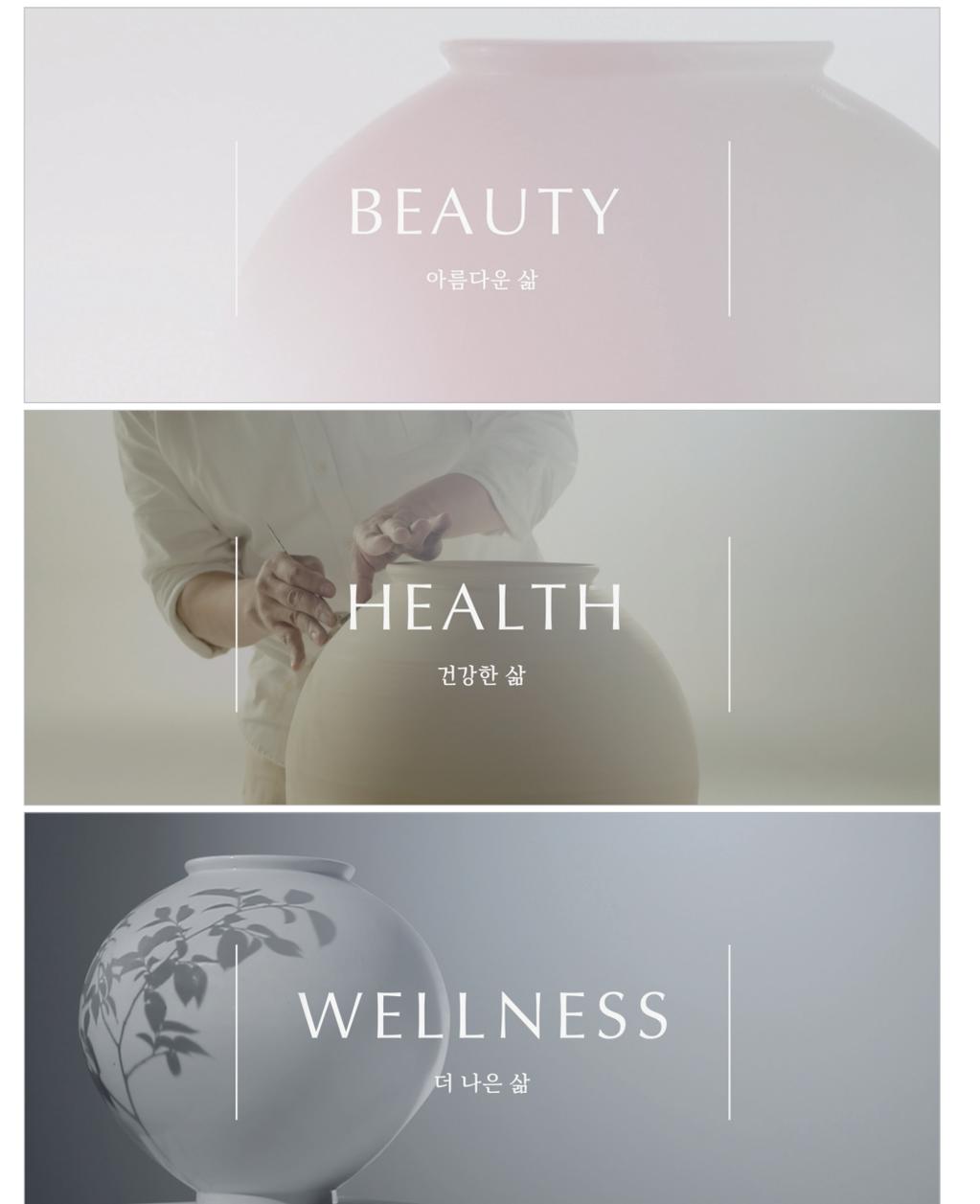
검색엔진	구분	1	2	3	4	5
구글 (영어권)	유입지역	터키	필리핀	인도네시아	사우디	태국
	키워드	메디컬케어	의료센터	한국화장품	무료보험	안과
바이두 (중국어권)	유입지역	광둥	홍콩	북경	대만	산둥
	키워드	미용	안과	보건	치과	이비인후과

온라인 배너광고



또한 실제 방한 의료관광객의 경험담을 다루는 스토리텔링 형식을 기반으로 한국만의 감각적 영상을 담은 의료 관광 홍보영상을 제작하고 있다. 2015년 제작된 홍보영상은 한국 의료가의 우수성과 장인정신으로 대표되는 서비스 정신, 한국만의 정 등을 '조선백자'를 활용하여 강조하였으며, 뷰티, 헬스, 웰니스 테마별로 제작하여 해외 시장의 상황에 맞게 편집하여 활용하도록 하였다.

한국 의료관광 홍보영상 제작



언론매체 활용 홍보

해외 주요 언론매체의 특집 프로그램· 기사를 통해 한국 의료관광의 매력을 알리고 있으며, 언론관계자들이 한국 의료관광 상품을 직접 체험하고 언론매체나 SNS를 통해 체험 과정과 성과를 소개할 수 있도록 지원하고 있다. 언론을 통한 한국 의료관광 상품 소개나 진료 성공사례 언급은 한국 의료관광에 대한 신뢰를 심어주는 한편 최근 인류열풍과 함께 한국이라는 브랜드에 대한 호기심과 친밀함을 높이는 데도 크게 기여하고 있다.

한국관광공사는 잠재고객인 방한 외국인관광객에게 의료관광목적지로서의 한국의 매력을 알리기 위하여 2014년 한국 의료관광 전문잡지를 영문과 중문으로 제작하여 국내 주요 숙박업체에 배포한 바 있다. 이 잡지에는 의료기관 및 대표 상품의 소개와 더불어 뷰티, 레저, 전시, 공연 패션, 푸드 등 한국에서 즐길 수 있는 다양한 관광 상품에 관한 정보를 담았으며, 의료진이 직접 답한 Q&A, 상품 할인쿠폰 등으로 활용도를 높였다.

해외시장에서는 국가나 지역별 특성과 선호하는 진료과목 등을 고려한 맞춤형 홍보 전략을 펴고 있다. 개별 의료 관광객이 많은 일본지역에는 미용, 한방 등 최신 한국 의료관광 정보를 담은 TV 특집 프로그램을 제작하여 2015년 아이치현 테리비아이치와 일본 내 위성방송채널인 BS-TBS를 통해 방영하였다. 2016년에는 K-뷰티에 관심이 많은 30~50대 여성을 주요 타겟으로 설정하여 일본 고객들의 관심 테마인 한식, 미용, 건강, 한방을 연계한 홍보를 진행하고 있다. 전국 TBS 계열 방송국의 방한 취재를 지원하여 한국 의료관광 특집 프로그램을 제작하고, '한국 미의 여행'이라는 테마로 특집 프로그램을 방영하였으며, 유명 여성잡지인 'CHEEK', 'menage KELLY'와 연계하여 미용, 웰니스 중심의 고부가가치 의료관광 상품을 개발하고 이에 대한 체험과정과 정보를 잡지기사와 토크쇼 등을 활용한 온오프라인 동시 마케팅을 통해 집중 홍보할 계획이다.

한국 의료관광 특집 프로그램 (일본)



북미지역을 대상으로는 유력 뷰티잡지인 Town and Country의 뷰티디렉터 등 관련자들을 초청하여 한방과 스파, 메이크업을 활용한 안티에이징과 뷰티상품을 체험하도록 지원하였으며, 이에 대한 기사가 2016년 9월 호에 게재 된다.

한국 의료관광 체험 (미국)



신흥시장인 중동과 북아프리카 지역을 대상으로는 'Al Siha Wa Teb'을 비롯한 의료 전문지나 여성지에 한국 의료 관광 광고를 게재하였고, UAE 언론매체를 초청하여 서울에서 팸투어를 실시하였다. 팸투어에서는 이슬람 기도실과 할랄 음식 등 의료기관의 무슬림을 위한 편의시설과 병원소개가 진행되었으며, 입원 중인 UAE 환자와 한국 의료관광에 대한 높은 만족도를 주제로 인터뷰가 진행되기도 하였다. 아시아 신흥시장인 베트남지역에는 2013년에 이어 2015년에도 베트남 하노이TV 관계자를 초청해 '힐링의료관광' 다큐멘터리 제작을 지원하였다. 2013년 프로그램은 서울과 경기권의 의료관광을 중심으로 제작·방영되었으며, 2015년 프로그램은 충청권과 제주도 지역을 중심으로 제작되어 현지에서 20분짜리 특집 방송으로 두 차례에 걸쳐 방영되었다.

한국 의료관광 광고 게재 (중동지역)

매체명	매체구분	발간 주기	언어	발행지역
Arab Health Magazine	의료전문지	격월	영어	중동 및 아프리카 (MENA)
Annual Medical Services Directory		연간		중동 및 아프리카 (MENA)
Al Siha Wa teb		주간	아랍어	GCC, 이집트, 이라크, 예멘
Good Health Arabia	월간	GCC, 레바논		
Zahrat AlKhaleej	주간	중동 및 아프리카 (MENA)		
AlYaqza (Full Run)	여성전문지	주간		GCC, 이집트 등 아랍국가
AlYaqza Kuwait		주간		쿠웨이트

*GCC : Gulf Cooperation Council의 약자로 사우디아라비아, 쿠웨이트, UAE, 카타르, 오만, 바레인 등 6개국

UAE 언론매체 팸투어에 관한 현지 기사



한국 국제의료관광컨벤션 개최

한국관광공사는 2008년부터 매년 의료관광 활성화를 위한 국제의료관광컨벤션(International Medical Tourism Convention, IMTC)을 열고 있다. IMTC는 다양한 분야의 의료관광 바이어들이 참여하는 의료관광 비즈니스의 산실로 2013년부터는 중국, 러시아 등 해외로 개최장소를 확대한 KIMTC(Korea International Medical Tourism Convention)를 마련하고 있다.

2014년에는 2014~2015 한·러 상호방문의 해 및 무비자시행 원년을 맞아 서부 러시아 거점 도시인 모스크바에서 한국관광문화대전(Korea Week)과 연계하여 KIMTC를 개최하였다. 21개 의료기관과 7개 에이전시를 포함한 37개 한국기관이 참여하였으며, 주말에 모스크바 베데엔하 공원에서 진행된 KIMTC 소비자행사에는 양일간 5만 명이 방문하며 현지의 큰 관심을 짐작하게 하였다. 2015년에는 카자흐스탄에서는 '2015 KIMTC in 카자흐스탄'을 개최하였다. 한-카자흐스탄 무비자²⁶⁾실시에 따라 한국 의료관광의 우수성을 홍보하고 의료한류 브랜드 인지도 제고를 위해 마련된 자리로 3천 명의 관람객 방문을 목표로 47개 기관이 참가하였다. 또한 인근 카자흐스탄 알마티 공화국 궁전에서 의료한류 페스티벌을 마련하여 K-팝 공연과 경연대회를 진행하기도 했다.

한국 국제의료관광컨벤션 개최 현황

일시	장소	주요내용
2010.11.24 ~ 25	한국, 서울	컨퍼런스, 전시회, 비즈니스 상담회, 취업설명회
2011.11.9 ~ 10	한국, 서울	한방의료관광특별전 (한방의료컨퍼런스, 홍보부스 등), 취업설명회
2012.10.18 ~ 20	한국, 일산	컨퍼런스, 비즈니스 상담회, 해외초청자 팸투어, 힐링콘서트 등
2013.12.11 ~ 12	중국, 광저우	컨퍼런스, 비즈니스 상담회, 한류체험 행사
2014.6.13 ~ 15	러시아, 모스크바	컨퍼런스, 비즈니스 상담회, 전통공연, 현지병원시찰 및 교류회
2015.10.22 ~ 23	카자흐스탄, 알마티	컨퍼런스, 비즈니스 상담회, 의료한류페스티벌

2015 KIMTC in 카자흐스탄



26) 2014년 11월 29일 부터 사증 없이 1회 방문 30일까지 체류 가능

해외 한국 의료관광 설명회 개최

한국관광공사는 각 지역별로 차별화된 마케팅 전략을 세우고 이를 기반으로 현지에서 한국 의료관광 설명회를 개최하고 있다. 설명회는 현지 의료전문 에이전시, 의료관계자 등 의료관광객을 한국으로 안내하는 잠재적인 비즈니스 파트너나 현지 소비자를 직접 만날 수 있는 기회로 잠재적 시장창출은 물론 현장에서 비즈니스 기회를 만들어 내기도 한다. 한국관광공사는 성공적인 설명회를 위해 의료기관 및 유치업체와 공동으로 시장개척단을 구성하여 참가하고 있으며, 의료서비스 시연이나 체험과 함께 한류 문화공연, 한국의 전통 음식 및 복식 체험 등을 진행하여 한국 의료관광과 더불어 한국에 대한 브랜드 이미지를 제고하고 있다. 설명회를 중심으로 참가기관별 프레젠테이션, B2B 상담회, VIP 고객 상담회, 한국 의료관광 홍보 기자회견 등 한국 의료관광을 효율적으로 알릴 수 있는 부대행사도 진행된다.

중국광상은행 VIP 의료 미용관광 설명회



러시아 모스크바 의료박람회



광저우 문화관광대전



UAE 의료관광대전



2015년 주요 한국 의료관광 설명회 개최 현황

설명회 명	개최지역	일시	특징
코리아위크 in 타카이마	일본 타카이마시	1.16 ~ 22	한국 한방의료와 일본 온천치료를 접목한 행사를 통한 의료관광 영역 확대
K-Beauty & Fun in Manila	필리핀 마닐라	2.16	한류스타 산다리박 토크쇼를 통해 한국 의료관광 및 뷰티케어 소개
이르쿠츠크 한국 의료관광박람회	러시아 이르쿠츠크	3.26 ~ 27	2015 이르쿠츠크 국제관광박람회 바이칼투어와 연계, 의료관광 시장 개척
2015 Wondrous K-Beauty Showcase	말레이시아 쿠알라룸푸르	5.30	한방을 Inner Beauty (비만, 다이어트, 건강), 양방을 Outer Beauty (미용, 성형)로 포지셔닝 하여 양방, 한방, 양·한방 협진 프로그램 소개
2015 광저우 한국 문화관광 감사주간 행사	중국 광저우	9.17 ~ 20	한중 40여 개 기관 및 단체 참가, 문화공연 및 토크쇼 진행
캄차트카 한국 의료관광 박람회	러시아 캄차트카	10.8	부거점 지역 의료관광 시장 개척
중국공상은행 공동 의료미용관광 설명회	중국 베이징	10.11	중국공상은행 팸투어 결과를 바탕으로 진행한 VIP 여성고객을 위한 한국 의료관광 설명회
국영보험사 SOGAZ 대상 한국 의료관광 설명회	러시아 모스크바	12.9	SOGAZ VIP 고객관리팀장 및 국제협력 담당자들을 대상으로 한국 의료서비스 및 의료관광 소개
러시아 한국 의료관광 설명회	러시아 모스크바	12.10	국내 의료서비스 및 연계 관광상품 소개, 국내 참가기관과 러시아 의료관광 관계사 간 B2B상담 진행
2015 Beauty of Korea	베트남 하노이	12.24	VIP 여성을 대상으로 자연친화적 치료법을 활용한 한국 의료관광 소개

**박람회 및 컨퍼런스
연계 홍보**

박람회 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 해외에서 열리는 의료관광 전문 박람회를 비롯하여 다양한 컨퍼런스에 참가하여 한국 의료관광을 홍보하고 있으며, 한방, 검진, 뷰티 등을 테마로 성형위주의 의료관광에서 탈피하고 의료서비스 뿐 아니라 관광서비스와의 연계를 강화하고 있다.

2015년에는 러시아 및 CIS권 최대 규모 의료관광박람회인 제25회 러시아 의료관광박람회에 참가하여 'Smart Care, Visit Medical Korea 「의료한류 in Moscow」'를 테마로 한국 의료관광 홍보관을 운영하였다. 이 박람회는 1974년부터 매년 러시아 보건 주간에 모스크바에서 진행되고 있으며 2015년 박람회에는 42개국, 1,141개 업체가

참가하였다. 한국관광공사는 18개 기업과 함께 참가하여 한국 의료관광을 알리고 전통차 시음, 손 마사지 체험 등을 진행하였다. 박람회 기간 중 9,760명이 한국관을 방문하였으며, 한국 의료관광 홍보관이 최고 인기 부스로 평가받으며 최우수 부스상을 수상하기도 하였다. 한국관광공사는 함께 열린 '제1회 세계전통의학 엑스포 및 포럼' 에도 참가하여 각 국의 전통의학 정책방향과 전통의학을 통한 국가적 차원의 의료분야 성과 등을 공유하였다.

일본에서는 아시아지역 최대 규모 여행박람회인 '투어리즘 EXPO 재팬 2015'에 역대 최대 규모로 참가하여 스마트 관광코너 등 한국의 종합적인 관광매력을 홍보하였으며, 공사와 의료기관들의 홍보부스들을 밀집 배치하여 의료 관광코너를 운영하였다. 의료관광코너에는 여성층을 중심으로 대기행렬이 생길 정도로 인기가 높았으며, 온라인 스탬프 랠리 등 부스 방문을 유도하는 행사와 두피케어 체험 등 다양한 체험프로그램 운영으로 한국관광에 대한 효과적인 홍보를 진행하였다.

최근 방한 의료관광객 성장세가 높은 몽골에서는 '2015 몽골 뷰티&헬스케어 박람회'에 참가하여 VIP 소비자를 대상으로 의료와 한류를 어우르는 융복합 의료관광을 소개하였다. 특히 몽골어로 제작된 리플릿 배포와 한국 문화 공연 진행으로 한국에 대한 우호적 이미지를 높였다. 박람회를 관람한 소비자들은 건강검진 등 다양한 진료 과목을 상담하면서 실질적인 방한 의료관광으로 연계될 정도의 심층 상담이 이루어졌다. 참여한 유치업체들도 현지 여행사의 상품에 건강검진 또는 피부미용 등을 추가하여 위험 부담이 적고 코스 개발이 용이한 상품을 제안 하였으며, 몽골 정부 관계자 및 유력 인사들과의 네트워킹 강화로 오피니언리더 공략을 통한 구전 마케팅 기반 구축도 효과적으로 이루어졌다.

또한 국제회의에 참가하기 위하여 한국을 방문한 외국인들을 대상으로 한국 의료관광의 우수성을 알리는 시범사업도 진행되었다. 2015년에는 서울에서 열린 세계도로대회에 의료관광 안내데스크와 체험부스를 설치하여 120여 개국에서 모인 3만 명 이상의 참가자들을 대상으로 한국 의료관광의 매력을 알렸다. 방문객들은 특히 사상체질 진단 및 티 테라피 체험 등 한방체험에 높은 관심을 보였다.

필리핀 Travel Tour Expo



몽골 뷰티 & 헬스케어 박람회



투어리즘 EXPO 재팬 2015



2015년 전시회 및 박람회 내 한국 의료관광 홍보관 운영 현황

행사명	개최지역	일시	특징
Travel Tour Expo 2015	필리핀 마닐라	2.13 ~ 16	산다라 박 등 한류스타 초청, 한류+의료관광
국제관광 박람회 바이칼투어	러시아 이르쿠츠크	3.26 ~ 28	시베리아 지역 시장 개척 바이칼투어와 연계한 한국 의료관광 박람회 개최
2015 몽골 뷰티&헬스케어 박람회	몽골 울란바타르	5.8 ~ 10	몽골어로 제작된 리플릿 배포 구체적인 상품개발 논의
2015 대한민국 국제병원 의료산업 박람회	대한민국 일산	9.10 ~ 13	글로벌 헬스케어 전략 포럼 참석
투어리즘 EXPO 재팬 2015	일본 도쿄	9.24 ~ 27	아시아 최대 여행박람회 지역별 관광상품 홍보 및 방한시장 회복
World Medical Tourism Congress 2015	미국 플로리다	9.27 ~ 29	의료관광 전문 박람회 홍보부스 운영
2015 상해 크루즈 의료관광 설명회&의료미용 상담회	중국 상하이	11.6 ~ 9	크루즈산업과 의료관광 융합 K-뷰티메이크업 등 의료미용
2015 Nikkei Woman Expo	일본 간사이	11.29	20~40대 고소득 직장 여성 대상
제25회 러시아 의료관광 박람회	러시아 모스크바	12.7 ~ 11	러시아 및 CIS 권역 최대 규모 의료관광 박람회

(2) 융복합 의료관광 상품 개발 및 판촉

상품개발 팸투어 진행

한국 의료관광을 알리기 위해 추진하는 상품개발 팸투어는 현지 의료기관이나 건강관련 업계, 여행업체 등 해외 의료관광 사업 대상자들을 초청하여 한국 의료서비스 체험 기회를 제공하고 주요 관광지를 안내하여 방한 의료 관광 상품 개발을 지원하는 사업이다. 팸투어는 의료기관을 직접 방문하여 해당 의료기관의 인프라와 서비스 수준을 파악할 수 있도록 함으로써 정확한 정보를 제공할 수 있고 서비스 제공자와 중개자, 소비자가 만나 의견을 나누면서 실제 상품 개발이나 관광객 송출, 의료진 연수 등의 협력관계로 이어지는 등 의료관광 활성화에 효과적이다.

한국관광공사는 떠오르는 관광 테마인 크루즈관광과 의료관광의 융합을 위해 크루즈 승객을 대상으로 하는 의료 관광 상품개발 팸투어를 2014년 실시한 바 있으며, 2015년에는 환승의료관광 활성화를 위하여 중국지역 환승 티켓판매 우수 에이전트를 대상으로 팸투어와 비즈니스 상담회를 개최하였다. 팸투어 참가자들은 환승시간을 고려하여 1시간 안팎으로 마련된 상품을 체험하였으며, N타워, 한옥마을 등 서울과 인천지역의 주요 관광지를 둘러보았다. 또한 중국 최대 국유상업은행인 중국공상은행의 여성 VIP고객을 대상으로 의료·미용관광 상품 개발을 위한 팸투어를 진행하였다. 관계자들은 모든 방문 의료기관에서 중국어 가능 직원이 상주하여 중국인 의료 관광객 대응에 문제가 없음에 매우 흡족해 했으며, 스킨케어, 메이크업 등의 체험프로그램을 선호하는 양상을 보였다. K-뷰티에 대한 선호도가 높은 말레이시아 및 주변 지역 상품 개발을 위한 팸투어도 개최되어 K-팝, K-뷰티, K-웨딩을 테마로 서울과 제주지역을 둘러보았다. 말레이시아 팸투어는 언론관계자도 참석하여 현지 언론 보도로도 이어졌다. 한류열풍에 힘입어 드라마 제작과 연계한 이란지역 여행업체의 방한 팸투어와, 대구 메디엑스포 바이어들을 대상으로 하는 지역 의료기관 팸투어도 실시하였다. 2016년에는 중국 동북 3성 주요 여행사를 초청하여 관광 상품과의 연계가 용이한 비수술 의료상품 소개를 위한 팸투어를 진행하였으며, 베트남의 신규 의료 관광 상품 판매에 앞서 주요 여행사 담당자를 초청해 사전담사를 진행하고 상품 판매 촉진을 지원하고 있다.

상품 모객광고 실시

여행업체 등과 온오프라인을 활용한 모객 광고를 실시하고 판촉이벤트를 지원하는 등 직간접적으로 의료관광 상품의 판매를 돕고 있다. 국내외 주요 박람회에는 의료관광 홍보 부스를 마련하고 체험 이벤트 등 한국 의료관광을 소개하는 다양한 판촉활동을 지원한다. 대표적으로 2013년 대만지역 한류층을 대상으로 한국 의료·미용관광 상품을 개발하고 현지 여행사와 함께 모객 광고를 실시한 바 있으며, 2014년에는 동남아 최대 관광박람회인 말레이시아 국제관광전(Matta Fair) 참가를 앞두고 현지 주요 일간지 및 웹사이트, SNS를 통해 K-뷰티, 한식 컨셉에 관한 홍보기사를 내보내고, 여행사와 공동으로 계절상품과 K-뷰티(미용·의료관광) 상품 판촉 활동을 추진하였다.

(3) 온오프라인 통합 마케팅 채널 운영

의료관광 온라인 플랫폼 운영

최근 소셜네트워크(Social Network Service, SNS)를 통한 온라인 소통이 활발해지면서 의료관광 분야에서도 정보제공자와 수요자간의 양방향 소통, 적극적인 참여를 통한 정보의 확대 재생산이 활발해지고 있다. 이에 한국관광공사는 정보 수요자가 직접 참여할 수 있는 의료관광 온라인 플랫폼(visitmedicalkorea.com)을 구축·운영하고 있다. 영어, 중국어, 일본어, 러시아어, 아랍어로 서비스되는 의료관광 플랫폼에는 의료기관, 유치기관 및 관광지 정보가 담겨있으며, 방한 의료관광에 유용한 정보들이 수시로 업데이트되고 있다. 관광객들의 온라인 상담, 안내, 체험 후기 등 각종 참여 공간도 마련되어 있어서 정보제공자와 수요자간 소통도 지속적으로 이루어지고 있다. 또한 각국 대표 소셜네트워크인 페이스북, 웨이보(중국 대표 SNS), 브간딱제(러시아 대표 SNS) 등을 통해서 의료관광객들과 실시간 소통할 수 있는 채널을 마련한 점도 특징적이다.

의료기관 등 유치기관의 적극적 활동을 유도하기 위해서 플랫폼 내부에는 마이크로사이트 기능을 추가하여 플랫폼 가입 의료기관과 유치업체가 의료상품이나 서비스를 직접 홍보할 수 있게 하였다. 불법브로커, 의료사고 문제로 부정적 여론이 불거졌던 성형외과 등 일부 진료 분야에 대해서는 의료배상공제조합 가입을 의무화하고 수술 전 상담의사와 수술 집도자가 동일할 것을 명시하는 등 온라인 플랫폼 가입기준을 강화하였으며, 국내 병원의 미용과 성형 진료비 표준 수가를 공개하여 플랫폼 내 정보의 신뢰성을 높였다. 더불어 플랫폼 내에 지자체가 독자적으로 의료관광을 홍보 할 수 있는 공간도 제공하고 있어 의료기관 및 지자체가 개별적으로 홍보를 진행하던 비효율성을 제거하고 보다 많은 의료관광객이 의료관광 정보를 손쉽게 이용하는 대표적 의료관광 통합 플랫폼으로 성장할 것으로 기대된다.

2015년에는 국내 보험사와 함께 의료관광안심케어보험을 개발하고 2016년 6월 30일까지 의료관광 플랫폼 가입 회원을 대상으로 무료 가입 이벤트를 진행하였다. 의료관광안심케어보험은 방한 의료관광객 전체를 대상으로 의료분쟁에 따른 피해를 보장하기 위하여 개발한 국내 최초의 보험 상품으로 의료사고 발생 시 의료분쟁 해결을 위해 필요한 통역서비스와 체류연장에 따른 비용을 보상받을 수 있다. 보험은 의료관광 플랫폼 온라인 회원가입 시 작성한 보험가입 신청서만으로 보장혜택을 받을 수 있는 단체보험 방식으로 의료관광객의 불편을 최소화하였다. 또한 국내 의료관광 중 우연한 사고로 다치거나 타인에 대한 배상책임을 부담하는 경우에 대비한 국내여행보험에도 자동적으로 추가 가입되도록 하여 폭넓은 보장을 제공하였다.

또한 콘텐츠 팔로우 및 공유, 신규 회원 가입 유도 등 고객 참여형 이벤트를 진행하여 의료관광 상품의 온라인 홍보와 함께 의료관광 온라인 플랫폼을 활성화시키고 있다. 2015년에는 온라인 의료관광 박람회를 개최하여 전용 페이지를 구축하고 중국 소비자를 대상으로 건강검진, 한방, 뷰티 등 의료서비스와 관광코스를 결합한 관광 중심의 체험형 의료관광 상품을 홍보하였다. 이번 의료관광 박람회는 소비자가 댓글로 작성한 상품 홍보 문구나 카피 중 우수댓글을 선정하여 선물을 주거나 자신이 좋아하는 제품을 SNS에 공유하는 방식의 참여행사도 같이

진행하여 많은 호응을 이끌어 내었다.

한국관광공사는 온라인 플랫폼을 기반으로 하는 다양한 마케팅으로 2016년 유엔세계관광기구(UNWTO)의 연구 기술 혁신상 은상을 수상하였으며, Visit Medical Korea를 의료기관 중심의 정보 제공 뿐 아니라 체류 및 관광 등 비의료서비스 정보도 적절히 배분된 진정한 의료관광 플랫폼으로 발전시킬 예정이다. 한국관광공사는 의료 관광 관련 홍보 콘텐츠를 제작하여 31개 해외지사와 연계한 홍보를 추진하고 있으며, 온라인 의료관광 박람회, 환승의료관광 홍보이벤트 등 온라인 플랫폼과 SNS를 활용한 고객참여형 마케팅으로 한국 의료관광을 널리 알릴 수 있는 계기를 마련하고 있다.

한국 의료관광 온라인 플랫폼 UNWTO 연구기술 혁신상 은상 수상



2015 온라인 의료관광 박람회

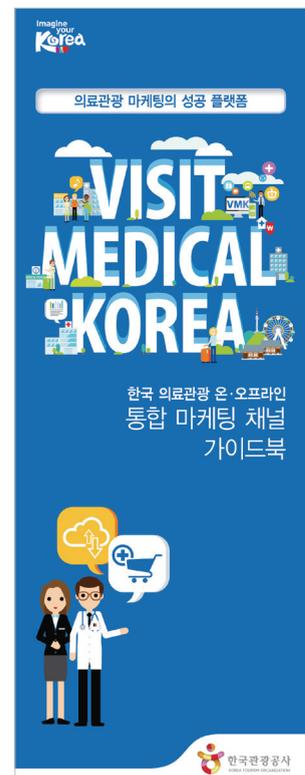


온라인 의료관광 박람회 기대효과

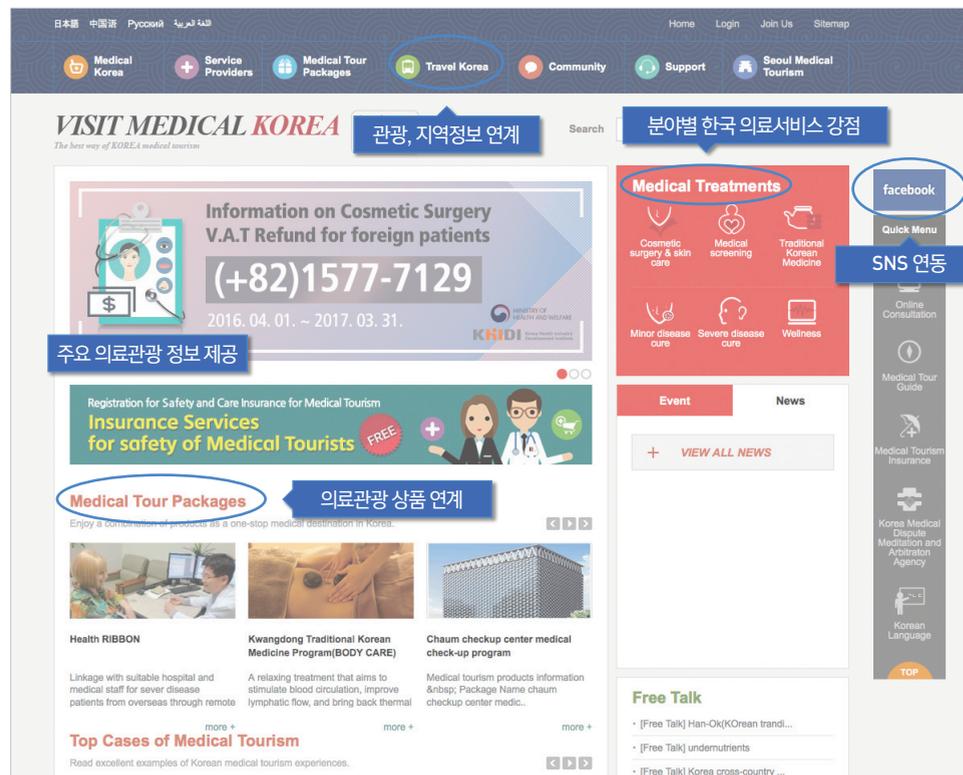


* 출처 : 온라인 의료관광 박람회 계획, 2015, 한국관광공사

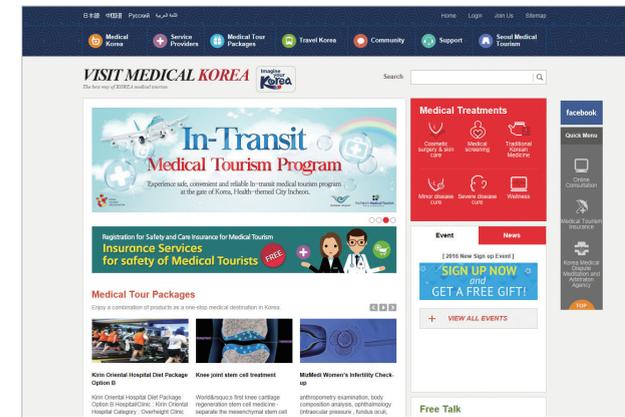
의료관광 온라인 플랫폼 리플릿



의료관광 온라인 플랫폼의 주요 기능



5가지 언어로 제공되는 의료관광 온라인 플랫폼



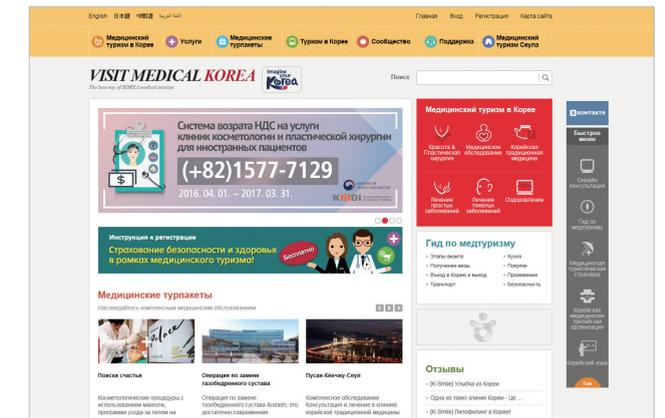
영어 플랫폼



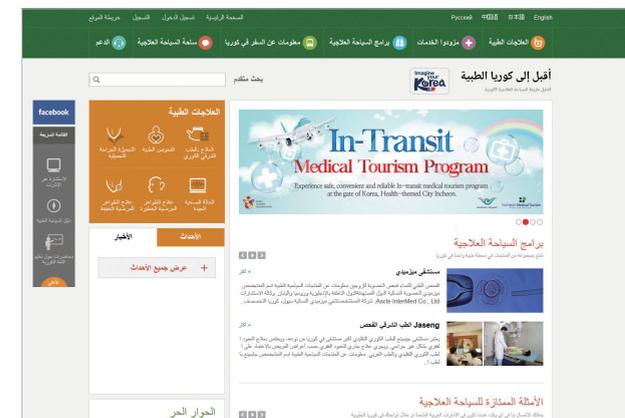
중국어 플랫폼



일본어 플랫폼

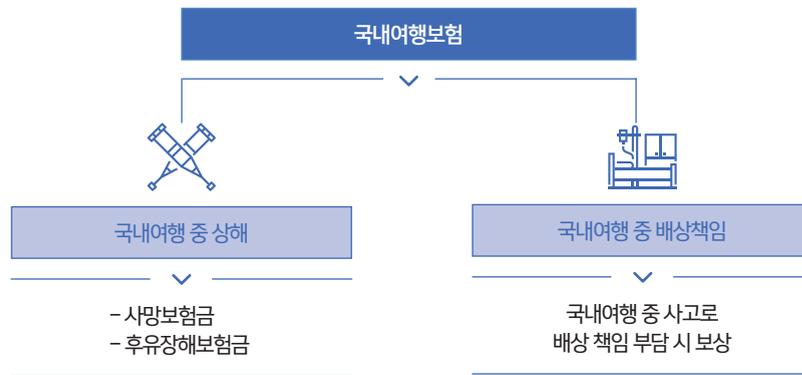


러시아어 플랫폼



아랍어 플랫폼

의료관광안심케어보험 보장범위



* 의료관광안심케어보험 서비스는 2016년 6월 30일까지 한시적으로 제공된 서비스임

의료관광 안내센터 운영

한국관광공사는 의료관광 원스톱 서비스를 위해 2009년 당시 한국관광공사 본사 관광종합안내센터(TIC)내에 의료관광 안내센터를 개설한 것을 시작으로 서울, 부산과 인천공항에 의료관광 안내센터를 운영하고 있다. 의료관광 안내센터에는 외국어(영어, 중국어, 일본어, 러시아어)로 상담이 가능한 2~3명의 안내원이 상주하고 있으며, 1:1 상담서비스를 통해 맞춤형 의료기관 및 유치업체를 연결해주고 있다. 또한 불편상담, 의료사고 예방법, 의료분쟁조정 절차 등 의료관광 과정에서 발생하는 궁금증에 대한 다양한 정보들을 제공한다.

서울 의료관광 안내센터에는 최첨단 피부측정기를 활용한 뷰티 체험, 스트레스 측정기, 인바디 테스트기 등을 활용한 간이건강검진 체험(헬스 체험), 사상체질 진단 후 체질별 맞춤 전통한방차를 시음할 수 있는 웰니스 체험 등의 체험 공간도 마련되어 있어 방문객들이 간단하게 한국 의료관광을 체험할 수 있다.

한국관광공사 의료관광 안내센터

	위치	운영시간	비고
서울	서울 중구 청계천로 40 K-Style Hub 2층	09:00 ~ 20:00 (연중무휴)	영어, 중국어, 일본어, 러시아어로 1:1상담서비스 및 맞춤형 의료기관 / 유치업체 매칭 지원 의료관광 체험공간 운영
인천	인천국제공항 1층 (도착층) 동편 도착장 게이트5	09:00 ~ 18:00 (연중무휴)	영어, 중국어, 일본어, 러시아어로 1:1상담서비스 및 맞춤형 의료기관 / 유치업체 매칭 지원
부산	부산 서면 (부산 진구 가야대로 785)	09:00 ~ 18:00 (연중무휴)	영어, 중국어, 일본어로 1:1상담서비스 및 의료 / 관광 지원서비스
대표연락처	1330 / medicaltourism@knto.or.kr		

의료관광 안내센터 (서울)



(4) 지역 의료관광 활성화

한국관광공사는 지역 의료관광 확대를 국가 균형발전 및 지속성장을 도모하고자 지역 특화 의료관광 활성화 지원을 위한 중장기 로드맵을 마련하였다. 지역별 의료관광 거점 도시를 선정하는 1단계에서는 부산, 인천, 대구를 시범 지역으로 선정하여 공사와 지자체 간 의료관광 마케팅 협업을 강화하였으며, 2단계에서는 의료관광 온라인 플랫폼 내 지역별 사이트를 개설하여 지역 의료관광 온라인 홍보를 강화할 계획이다. 마지막 3단계에서는 기타 지역으로 의료관광 마케팅 협업을 확대할 계획이다.

지역별로 특화된 의료서비스를 지역별 관광아이템이나 국제행사와 결합하면 장기체류 및 관광소비를 이끌어 낼 수 있는 특색 있는 융복합 의료관광 상품 구성도 가능하다. 이러한 융복합 의료관광 상품은 기존 관광소재(MICE, 산업관광, 한식, 계절관광 등)나 건강분야 소재(웰니스, 힐링, 휴양, 온천 등)를 예방(건강검진)이나 뷰티(미용, 성형, 치과 등) 차원의 의료분야와 결합시켜 치료 중심의 의료관광을 관광중심의 고부가가치 시장으로 확대할 수 있다. 또한 지자체, 지역의료관광 협의회, 의료기관 및 유치기관들과 함께 지역별 특성에 맞는 고부가가치 신규 의료 관광 프로그램 개발을 추진하고 있다.

3. 방한 의료관광국별 특성과 대응 전략

(1) 중국

현지 의료관광 특성

중국의 총 인구는 2013년 13억 6,072만 명으로 세계에서 가장 많으며, 급속한 도시화로 절반 이상인 7억 3천 만 명이 도시에서 거주하고 있다. Hurun Report 에 따르면 총 자산이 600만 위안 (약 100만 달러) 이상인 중국 자산가는 약 270만 명에 이르는데, 이들의 68%가 소비지출이 늘고 있다고 응답하였으며, 특히 건강 및 웰니스 관련 소비에 관심이 높아지고 있다고 조사되었다. 여유롭고 편안한 삶의 추구하고 건강에 대한 소비 증가로 중국의 의료비 지출은 2009년 1조 7,542억 위안에서 2013년 3조 1,869억 위안으로 급증하면서 연평균 15%가 넘는 증가세를 보이고 있다.²⁷⁾

중국의 의료기관은 병원, 지역민 대상의 보건·기초진료를 실시하는 기층의료기관, 질병위생통제센터 등 정책적 목적의 전문공공위생기구로 분류된다. 2012년 중국 전체에는 1만 3천여 개의 공립 병원과 1만여 개의 민영 병원이 있으며, 91만여 개의 기층의료기관이 있으나,²⁸⁾ 도시 중심으로 의료 인프라가 발전하고 있어 낙후지역의 상황을 반영한다면 평균적인 의료 인프라는 낮은 수준이다. 건강보험 서비스 분야에서도 상업성 건강보험이 보편화되지 않아 고급 의료서비스와 고가 의약품에 대한 수요가 제대로 드러나지 않고 있다. 질병에 따라서는 암, 심장질환, 뇌혈관질환, 호흡기질환 등으로 인한 질병사망률이 높으며, 도시와 농촌에서의 양상이 유사하다.

중국의 질병사망 주요 질환 (2012)

도시		농촌	
주요질병	질병사망 증 비율 (%)	주요질병	질병사망 증 비율 (%)
암	26.81	암	22.96
심장질환	21.45	뇌혈관질환	20.61
뇌혈관질환	19.61	심장질환	18.11
호흡기질환	12.32	호흡기질환	15.75

* 출처 : 서울시 의료관광 마케팅전략, 2015, 서울관광마케팅주식회사

27) 의료관광 산업 생태계 현황분석 및 의료관광 활성화중장기 전략 수립, 2016, 한국관광공사
중국 의료시장 진출 전략, 2014, (사)한국무역학회 2014년도 제2차 학술대회

28) 의료서비스 중국진출 현황분석 및 맞춤형 진출 전략 연구, 2013, 한국보건산업진흥원

중국 국무원은 2013년 ‘헬스케어산업 발전 촉진 의견’을 발표하면서 ‘2020년까지 국민의 전 생명주기를 포괄하는 헬스케어산업의 내실 있는 발전을 도모한다’는 목표를 제시하였다. 이에 따르면 2020년 중국의 헬스케어 산업 규모는 8조 위안(약 1,400조 원)에 이르러 중국 경제사회발전의 중요한 원동력이 될 것으로 전망하였으며, 중국약보건의수출입협회 리우장린 부회장은 중국 헬스케어 산업규모가 2016년에는 3조 위안에 근접하며 세계 최대 헬스케어시장으로 부상할 것이라고 전망하기도 하였다.²⁹⁾

또한 중국 정부도 의료관광 산업에 합류하면서 중국 내 여러 지역에서 의료관광단지를 설립하거나 운영 중에 있다. 해외로 나가기 부담스럽거나 수술 등의 절개 수술을 꺼려하는 소비자들은 베이징이나 광둥성, 하이난 등 여행패키지에 의료서비스를 포함시켜 자국 내 의료관광을 떠나기도 한다. 2013년 중국에 건설된 국제 의료건강 서비스 산업단지는 하이난 국제의료관광선행구, 베이징 통저우 국제의료구서, 상하이 국제의료센터, 선전첸하이 선강 현대서비스업 합작구, 광저우 난샤 의료건강산업 첨단기술구 등이 있다.³⁰⁾ 더불어, 단기간에 선진 의료기술을 흡수하기 위해 외국자본과 기술을 적극 활용하고 있다. 중국 행정부는 자국 의사들에게 의료기술을 전수해주는 선진국 의사들에 대해 내국인 병원으로 허가하는 대신 수련병원으로 지정하고, 선진의료기술을 습득하고 있다. 또한 외국자본이 중국에 합자병원 설립하고 대주주가 되는 것을 허용하고 있으며, 외국 의료면허소지자도 정부의 허가를 받으면 의료 활동을 할 수 있도록 허용한다. 다만, 지역별로 외국 병원의 수를 제한할 수 있도록 하여 합자 병원 의료진의 대부분을 중국인으로 채우도록 하고 있다.³¹⁾

그러나 많은 수의 중국인들은 고급의료시설 부족으로 해외 의료관광을 선호하고 있다. 2013년 중국 의료관광객의 소비액은 6억 위안, 1인당 평균 소비액은 1만 위안을 넘어서는 것으로 보도³²⁾ 되었으며, 중국국가여유국은 2014년 482만 명이 의료관광을 위해 출국한 것으로 집계³³⁾ 했다. 의료관광목적지는 상품 유형별로 다양하게 나타나는데, 중국 여행 잡지인 Traveller의 2013년 4월 아시아 의료관광 특집편에 따르면 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 있다고도 보도 되었다.

29) 중국 헬스케어산업 발전_코참차이나비즈니스정보 제250호, 2013, 대한상공회의소 북경사무소
 30) 중국 관광산업의 고도화_의료관광산업에 주력_코참 차이나비즈니스정보 245호, 2013, 대한상공회의소 북경사무소
 31) 글로벌 헬스케어 융복합 비즈니스 모델 개발 연구, 2015, 한국보건산업진흥원
 32) 관광시장동향 2015년 6월호, 2015, 한국관광공사
 33) 의료관광 성패, 5년내 중시장서 결판난다, 2015.5.18, 조선비즈

방한 의료관광 활성화 전략

2012년 8월 1일부터 시작된 중국인 관광객 비자간소화 조치로 인하여 의료관광비자 발급이 수월해졌으며, 유치 의료기관이 보증하거나 의료비자로 방문한 적이 있는 경우에는 3년(복수비자 발급 경력자는 5년)간 유효한 복수 비자 발급이 가능하다.

중국의 방한 의료관광은 꾸준히 증가되어 왔다. 2015년 방한 중국 의료관광객은 9만 9,059명으로 전체 의료 관광 객의 33.4%를 차지하며, 2012년 이후 의료관광객 송출 1위를 지키고 있다. 중국의 한류열풍과 성형 붐을 반영하여 성형외과, 피부과 등의 진료과가 많고 여성 의료관광객이 남성에 비해 7:3정도로 많다. 중국환자의 60.8%가 서울소재 의료기관을 이용하는 등 서울, 경기도 의료기관의 이용비율이 매우 높으나, 건강검진은 상대적으로 타지역을 이용한 경우가 많았다. 지역별 분석에서도 중국은 20~30%의 비율을 보이며 국적순위 1~2위를 다투는 편이며, 특히 제주도의 경우에는 중국 국적 의료관광객 비율이 62.0%에 이른다.³⁴⁾

한국관광공사에서 실시한 2015 의료관광 만족도 조사³⁵⁾에 따르면 중국인 의료관광객의 체류기간은 12.3일로 평균보다 짧은 편이나 관광일수는 9.9일로 평균인 8.9일보다 길고 입원비율은 낮은 편이다. 이는 상대적으로 경증 진료를 받은 경우가 많은데서 기인하는 것으로 관광비용 역시 높은 편이다. 한국의 의료서비스를 택한 이유는 의료진의 우수한 의료기술과 의료기관 신뢰도를 꼽았으며, 주변사람의 추천에 의한 정보습득이 가장 많지만 여행업체를 통한 정보수집 비율이 타 국가에 비해 높은 편이다.

한국 의료서비스 관련 정보 습득 채널 이용 비율 (중복응답) 단위:명, %

구분	사례수	친구, 친지, 동료 등 주변 사람 의견	인터넷 검색	여행사, 의료서비스 에이전시 등 여행 업체	방송 매체의 광고나 뉴스	잡지, 신문 등 인쇄매체의 광고나 기사	기타	모름/무응답
전체	(1,547)	77.1	47.1	39.7	24.5	14.0	4.1	3.4
중국	(502)	75.3	50.4	55.0	38.8	15.3	4.0	2.2

* 출처 : 2015 의료관광 만족도 조사, 2016, 한국관광공사

의료서비스에 대한 만족도는 평균보다 높은 편으로 의료기관 환경과 외국인환자 대상 서비스에 대한 만족도는 높지만, 코디네이터 전문성과 의료진의 친절성에 대한 만족도는 상대적으로 낮았다. 의료서비스 이용의 불편사항은 높은 비용과 의료서비스 관련 정보습득의 불편함을 꼽았다. 관광측면에서는 쇼핑이 가장 많았으며 한류 공연이나 전시시설을 관람한 비중이 다른 국가 의료관광객에 비해 높게 나타났다. 관광에 대한 전반적인 만족도는 평균 수준으로 쇼핑에서의 만족도가 높은 반면 숙박시설에 대한 만족도가 평균에 비해 낮게 조사되었다.

34) 2015년 외국인환자 유치실적 조사, 2016, 한국보건산업진흥원
 35) 2015 의료관광 만족도 조사, 2016, 한국관광공사

한국 의로서비스 이용 시 관심 관광상품 테마 응답비율 (중복응답) 단위: 명, %

구분	사례수	쇼핑	자연 및 풍경 감상	역사 유적지 방문	전통 문화 체험	시티투어	힐링센터 / 템플스테이 등 휴양 / 휴식	테마파크 방문
전체	(1,547)	43.2	28.0	24.0	21.3	18.3	10.6	7.3
중국	(502)	55.0	31.3	22.5	21.1	18.5	12.7	8.8

* 출처: 2015 의료관광 만족도 조사, 2016, 한국관광공사

최근 들어 에이전시를 거치지 않고 직접 의료기관을 방문하는 비율이 높아짐에 따라 중국 현지에서의 병원 브랜드 홍보 및 마케팅 경쟁이 치열해지고 있다. 그러나 중국 보건당국에서는 서비스 전후를 비교하는 의료 광고를 금지하고 있으며, 홍보물과 체험 의료장비에 대한 통관이 까다로워 주의해야 한다.³⁶⁾ 또한 불법 브로커를 통한 의료 관광 부작용으로 의료분쟁 사례가 늘고 중국 현지 언론에서 한국 의료관광 피해사례가 보도되기도 하는 등 여론이 일어 보건복지부에서 대표단을 중국에 파견하여 현지 진출 의료기관 지원방안 및 중국 환자 권익 보호 방안을 논의하기도 하였다.

한국관광공사는 의료관광 온라인 플랫폼의 중국어 시스템 운영을 비롯하여 의료관광 안내센터 내 중국어 서비스를 지원하고 있으며, 성형, 미용 중심의 중국 의료관광시장의 다변화를 위해 힐링, 검진, 환승의료관광과 쇼핑, 숙박 등을 연계한 관광상품 개발을 추진하고 있다. 2015년에는 검색엔진인 바이두를 통해 한국 의료관광 브랜드 제고 키워드 광고를 진행하였으며, 상해 크루즈 의료관광설명회, 광저우 문화관광대전 참가 등을 통해 한류 콘텐츠와 연계한 의료관광 홍보를 진행하였다.

K-Beauty & Fun in Shanghai



36) 광저우 문화관광대전 개최 출장보고서, 2015, 한국관광공사

추천 의료관광 상품과 목적지

중국 관광객들은 기본적으로 쇼핑에 대한 관심과 만족도가 높게 나타나며, 최근 대형 중국 인센티브 관광객 유치기 연달아 이루어지면서 VIP 고객을 위한 의료관광 상품이나 MICE 관광객을 위한 의로서비스와의 연계도 개발되고 있다.

- 주요 여행지: 서울, 경기, 제주, 부산 등
- 선호 활동 및 소재: 쇼핑, 의료, 체험관광 등

씨엘인터내셔널, 중국석유생활망 1차 단체의료관광객 방문

씨엘인터내셔널은 지난 28일 중국석유생활망 유엔무기(북경)과기유한책임공사 건강검진 시범단 11명이 1차 건강검진을 받기 위해 카톨릭관동대 인천국제성모병원에 방문했다고 밝혔다.

건강검진 시범단은 중국석유와 중국석유생활망의 최고위층 임원들로 인천국제성모병원에서 병원시설 시찰과 VIP건강검진을 받으며 향후 중국석유임직원 건강검진프로그램의 정상적인 진행여부를 확인할 예정이다.

카톨릭관동대 인천국제성모병원 관계자는 “성모병원의 수준 높은 의료기술과 인천시의 다양한 관광인프라가 결합해 지속적인 의료관광 방문이 이뤄질 수 있도록 노력할 예정”이라고 말했다.

* 2016.1.29, 조선비즈 기사 중 발췌

현지 의료관광 특성

(2) 미국

미국은 양질의 의료 인력과 의료 기술을 보유하고 있는 국가로 세계 의료관광 시장에서 아웃바운드 및 인바운드 목적지 모두 주요 시장으로 손꼽힌다. 그러나 미국은 전 세계적으로 드물게 국가 주도의 의료보험제도를 갖고 있지 않은 나라로서, 의료보험을 시장, 즉 민간에 대부분 맡겨놓고 있다. 이는 의료를 국가가 보장하는 것이 아니라, 개인이 책임져야 한다는 원칙 하에 의료시스템이 성립해 왔기 때문이다.

2차 대전 이후, 전·현역 군인들을 위한 정부 지원의 의료보험과 기업들의 노사 협정을 통한 직장 의료보험이 도입되기 시작했고, 부분적인 국민 의료보장제도로 할 수 있는 메디케어(Medicare)와 메디케이드(Medicaid)가 실시되었다. 메디케어와 메디케이드는 정부가 민간 공급자에게 지불해야 할 의료비를 대납해주는 형태로 공적으로 운영되는 보험으로서, 메디케어는 연방정부 예산으로 운영되며 메디케이드는 연방정부와 주정부가 공동으로 예산을 형성하여 운영한다. 메디케어는 65세 이상 고령자 또는 지정된 일부 질환을 가진 이들을 대상으로 하며, 메디케이드는 저소득층, 장애인과 HIV 감염자 등을 대상으로 제공된다. 한편 미국 의료보험 가입자 중 95% 이상이 가입되어 있는 민간 의료보험 회사의 매니지드 케어(Managed Care) 보험은 보험회사와 의료서비스 공급자가 네트워크를 형성하여 해당 네트워크 내에서만 보험이 가능하도록 하는 형태이다.

이렇듯 특정한 자격요건을 요하는 공적 보험과 한정된 네트워크만을 이용할 수 있는 민간 의료보험의 문제점으로 인해 미국의 1인당 의료비 지출은 세계 최고 수준을 보이고 있고, 높은 의료비 지출에 비하면 미국 의료서비스의 질은 그리 높지 않은 편이다. 또한 민간 보험회사에서 고위험군 잠재 고객을 가입 대상에서 배제하거나 높은 보험금을 책정하는 등 가입자를 선별하여 의료서비스에 대한 접근성이 낮은 점 또한 미국 의료시스템이 갖고 있는 문제점 중 하나로 지적되고 있다. 2012년 오바마 정부는 이러한 문제점들을 해결하기 위하여 메디케어나 메디케이드의 적용을 받지 않는 모든 국민의 의료보험 가입을 의무화하고 50인 이상 사업장 고용주에게 직장 의료보험 가입을 의무화하는 것을 골자로 한 일명 '오바마 케어' 의료개혁을 추진하였다. 2014년 기준 미국 정부에서 지출한 헬스케어 비용은 연방정부 전체 예산의 17.5%에 해당하는 3조 달러를 기록하였고, 오바마 케어 도입으로 2014년 건강보험에 가입한 미국인들의 비율은 88.8%로 지난 1987년 이후 최고치를 기록하게 되었다. 그러나 오바마 케어 하에서도 의료보험 제공자는 민간 의료보험 업체이기 때문에 투입되는 정부 예산 대비 효과에 대한 의문이 꾸준히 제기되고 있고 보험료 인상율이 높아지는 등 서비스의 지속가능성에 대한 우려가 제기되고 있다.

이처럼 미국 의료시스템이 가지고 있는 비용 문제와 의료접근성에 대한 문제가 지속적으로 심화됨에 따라 해외로 나가는 의료관광객의 수는 계속 증가할 것으로 전망되고 있다. 미국 의료산업 매체지, Patients Beyond Borders에 따르면 2014년 의학적 치료를 목적으로 해외로 출국한 미국인은 120만 명에 달하며, 아웃바운드 의료관광 시장 규모는 455억~720억 달러(한화 약 53조~84조 원), 현지에서의 관광지출 규모는 방문 1회당 평균 3,800~6,000달러로 추산된다. 또한 2016년 미국에서 해외로 의료관광을 떠나는 의료관광객 규모는 140만 명에

이를 것으로 예상했다.³⁷⁾

한편, 미국인들의 해외 주요 의료관광목적지로는 지리적 인접성, 문화적 동일성, 의료서비스의 질, 의료비용 절감 등의 요소로 인하여 멕시코와 코스타리카가 꼽히며, 원거리임에도 불구하고 태국과 인도 또한 인기있는 의료관광 목적지로 선호되고 있다. 멕시코와 코스타리카의 경우, 미국 내에서 치료받을 때와 비교하여 전체 비용을 약 40~65% 절약할 수 있으며, 태국의 경우 50~75%, 인도의 경우 65~90% 저렴하게 치료받을 수 있는 것으로 알려져 있다.

해외 의료관광목적지를 선택할 때의 의사결정 요소로는 비용 절감, 의료서비스의 질, 특별 치료, 배제되는 서비스의 종류, 짧은 대기시간, 치료의 신속성, 새롭고 차별화된 서비스 등이 고려되고 있다.³⁸⁾ 선호하는 의료서비스 분야는 미용성형, 치과 치료, 심혈관 수술, 암, 재활, 비만, 건강검진 순이며,³⁹⁾ 스파 등 미용치료, 치과 진료, 비수술 분야, 보톡스 등의 성형시술 등 저위험군 치료를 보다 선호하는 경향이 있는 것으로 나타났다.

방한 의료관광 활성화 전략

2015년 방한 외국인환자 29만 6,889명 중 미국 국적의 환자는 총 4만 986명으로 전년대비 15.5% 증가율을 보이며, 내과 및 정형외과 진료를 위한 방문이 많은 것으로 분석되었다.⁴⁰⁾

미국 의료관광객의 특성 중 하나는 대부분의 의사결정을 여성이 하는 것이다. 미 노동부의 발표에 따르면 2011년 의료기관에서 지출된 비용의 57%가 여성에 의하여 집행되었으며 여성들이 남성보다 헬스케어 분야에 더 관심이 많은 것으로 조사됐다. 가족들을 위한 의료관광 추진은 약 80%가 여성에 의해 결정되며 관련 네트워킹 또한 견고하여 정보의 공유가 상당히 빠른 것으로 밝혀지고 있다. Pew Research에 따르면, 70% 이상의 여성들이 SNS를 통하여 얻은 정보로 의사결정을 하고 있는 것으로 드러났다.⁴¹⁾ 또한, 미국의 경우 아시아인에게 많이 발병되는 질환에 대한 예방 및 치료 시스템이 아직까지 잘 구축되지 않아 교포를 비롯한 중국계 미국인 등 아시안계 미국인들이 다수 방한하는 점도 특징 중 하나이다. 예를 들어, 아시아인에게 흔하게 발생하는 위암이나 B형 간염의 경우, 일반 미국인에게는 잘 발병하지 않는 질환이어서 한국처럼 사전 검진 및 치료 프로그램을 쉽게 찾아보기 힘든 현실이다. 이에 건강검진 뿐만 아니라 인종별 발병 질환의 차이에 따른 맞춤형 치료 및 예방대책을 마련한다면 방한 의료관광 시장은 더욱 확대될 것으로 전망된다.

37) www.patientsbeyondborders.com/medical-tourism-statistics-facts : MARKET STUDY 2015

38) The USA outbound medical travel market, 2016, Int'l Medical Travel Journal

39) biz.chosun.com/site/data/html_dir/2015/04/22/2015042200856.html

40) 2015년 외국인환자 유치실적 조사, 2016, 한국보건산업진흥원

41) Fact Sheet, Women and Job-based Health, United States Department of Labor

www.dol.gov/ebsa/newsroom/fshllh5.html

방한 의료시장은 현재 일부 병원 및 여행사, 개인채널 등을 통하여 이루어지고 있으며 미국 내 의료관광 관련 정보는 2007년에 플로리다 주를 근거지로 조직된 의료관광협회(Medical Tourism Association, MTA)를 통하여 주로 공유되고 있다. MTA는 여러 국가와 헬스케어 클러스터, 병원, 보험회사 등 약 40만 명의 전 세계 회원을 보유하고 있다.

한국관광공사는 MTA가 주관하는 세계의료관광박람회(World Medical Tourism&Global Healthcare Congress)에 2009년부터 참가하여 한국 의료관광 관련 홍보활동을 실시하고 있으며, 특히 2014년부터 한국 보건산업진흥원과 함께 미국 의료관광 시장 개척을 위한 공동마케팅 활동을 추진하고 있다. 이밖에 아시아태평양 관광협회(PATA) 회원대상 한국 의료관광 설명회 개최, 미국 도매여행사 공동 건강검진 등 방한 의료관광상품 개발 및 홍보 활동을 펼치고 있다. 2016년에는 미국 내 최대 한류이벤트인 KCON과 연계하여 K-뷰티 활용 체험 행사 개최 및 방한 홍보활동을 펼칠 예정이다.

추천 의료관광 상품과 목적지

미국 의료관광객들은 체류 기간이 길고, 자연 및 풍경감상과 전통문화 체험 등에 대한 선호도가 높아 한국의 특색 있는 지역문화나 역사를 엿볼 수 있는 체류형 관광상품이 권장된다.

- 주요 여행지 : 서울, 제주, 경주 등
- 선호 활동 및 소재 : 고궁, 음식, 문화축제, 한방체험, DMZ 등

미국 시애틀 교민 40명 대전으로 의료관광

대전시가 미국 시애틀 지역 교민 대상 홍보마케팅을 통해 의료관광시장을 확대 구축했다. 22일(현지시간) 시애틀 코렘TV공개홀에서 양성모 서북미총청향우회장을 비롯한 시애틀지역 한인단체 등 교민 220여 명이 참석한 가운데 '대전 의료관광 홍보회'를 개최하였고, 양성모(55) 서북미총청향우회장을 '대전 의료관광 홍보대사'로 위촉하였다.

양 회장은 "이번 홍보설명회를 계기로 실질적으로 서북미지역 한인과 대전시가 상호발전 할 수 있는 연결고리를 형성해 한인의 건강증진과 문화예술 활동 진흥 및 문화향수기회를 확대할 수 있게 될 것이며, 오는 4월 40명 규모의 단체 의료 관광 객을 대전으로 송출하기로 했다"고 말했다.

이날 알래스카에서 홍보설명회에 참석한 홍성규(서북미총청향우회 이사, 호텔업)씨는 "미국의 높은 의료수가, 긴 대기시간 등과 건강보험 체계의 한계로 인하여 치료기간, 가격 등에 대해 문의하는 환자가 많았으며, 짧은 대기시간, 미국 보다 현저히 낮은 가격 등 양질의 의료서비스를 효율적으로 홍보한다면 많은 교민들이 대전을 찾고, 미국 내 많은 교민들에게도 도움이 될 수 있을 것이다"라고 말했다.

※ 2014.2.24, 굿모닝충청 기사 중 발췌

(3) 러시아

현지 의료관광 특성

러시아는 의료보험 적용범위가 넓어 대부분의 국민이 무료 또는 소액의 치료비로 의료서비스 이용이 가능하다. 연방병원, 주립병원, 시립병원을 비롯해 총 8,500여 개의 의료기관이 운영되고 있으며,⁴²⁾ 최근에는 대도시에 건강검진, 치과, 비뇨기과, 암센터를 중심으로 하는 사립병원들이 경쟁적으로 생겨나고 있다. 극동 지역에는 2014년 까지 총 14억 달러에 이르는 예산을 투입하여 보건현대화 사업이 추진되었다.⁴³⁾ 사하공화국 등 극동 주요 지역에 11개의 병원이 지어졌고, 650개소의 보건 시설이 개축되었으며, 최신 기종의 진단 장비들이 대거 도입되어 지역 보건환경이 크게 개선되었다. 그러나 1억 4,000만 명이 사는 나라에서 사립종합병원이 하나도 없을 정도로 의료 수요에 비해 의료서비스 공급능력이 부족할 실정이고 사립병원이 주요 대도시에 집중되어 있는 등 의료서비스 여건은 좋지 않다. 질병사망의 주된 질환⁴⁴⁾으로는 허혈성 심장질환이 가장 높으며, 뇌졸중, 에이즈, 호흡기계 암 등의 비중이 높다.

현재 러시아에는 자국의 낮은 의료수준과 긴 대기시간, 수술 전후 휴식 및 요양프로그램의 부재 등을 대체하기 위한 의료관광의 수요가 꾸준하다. 한국보건산업진흥원의 연구 자료⁴⁵⁾에 따르면 현재 연간 약 14만 명 가량이 치료 및 요양을 위하여 해외로 향하고 있는 것으로 알려져 있으며 이 과정에서 약 10억 달러 수준이 소비되는 것으로 추정된다. 러시아 루블화 가치 폭락으로 인해 해외여행 수요가 감소하였음에도 불구하고 환자들을 중심으로 하는 의료관광 수요는 여전히 상승세이며, 정부에서도 의료관광에 연간 1억 7,700만 루블(약 550만 달러) 규모의 보조금⁴⁶⁾을 지원하고 있다. 보조금은 연방 의료센터 전문가들에 의해 결정되며, 선천성 기형, 유아 장기이식, 중증 선천성 면역결핍, 유전 질환 등으로 제한하고 있다.

선호하는 의료관광목적지는 이스라엘, 독일 등이며, 암치료, 장기이식 등 고난이도의 수술을 필요로 하는 경우가 많아 첨단 의료기술과 전문적인 사후관리 능력을 중시한다. 전통적으로 러시아인들이 선호하는 의료관광국들은 지리적 강점 외에 러시아 의료관광객 유치에 위한 편리한 제반여건을 내세우며 러시아 의료관광객 유치에 적극 나서고 있다. 그러나 최근 터키 등 서방국가와의 갈등상황으로 대체수요가 발생하고 있으며, 내셔널 지오그래픽 트래블러 어워드 2015에서 의료관광목적지 1위로 한국이 선정⁴⁷⁾될 정도로 한국에 대한 우호적인 관심도가 급증하고 있다.

42) 관광시장동향 2014년 7월호, 2014, 한국관광공사
 43) 관광시장동향 2014년 1월호, 2014, 한국관광공사
 44) 서울시 의료관광 마케팅 전략, 2015, 서울관광마케팅주식회사
 45) 러시아 보건의료서비스시장 현황분석 및 의료관광 활성화 전략 연구, 2014, 한국보건산업진흥원
 46) 관광시장동향 2014년 7월호, 2014, 한국관광공사
 47) 독자 및 기자단 24만 명의 온라인 투표(7.29~11.10) 결과 내셔널 지오그래픽 트래블러 어워드 2015에서 한국이 의료관광목적지 1위로 선정

방한 의료관광 활성화 전략

2014년 한-러 비자면제협정으로 양국 국민들은 상대국에 비자 없이 60일까지 체류가 가능하다. 비자면제로 한국에서 건강 진단 또는 치료를 받고자 하는 러시아 관광객 수가 3배가량 증가되었다는 분석⁴⁸⁾도 있으며, 한류 열풍과 한국의 높은 의료기술, 서비스에 대한 만족도로 방한 의료관광객이 계속해서 증가하고 있다. 한국을 찾는 러시아 환자는 2010년 5천 명에서 2015년 2만 856명으로 크게 증가하였으며,⁴⁹⁾ 전체 외국인환자 중 7.0%로, 중국, 미국에 이은 3대 의료관광 송출국이다. 전체 방한 외래관광객 중 러시아인 비율이 1.2%⁵⁰⁾인 것을 감안 할 때, 한국 의료 서비스 이용률이 높은 것으로 분석된다.

주요 진료과목은 내과가 우세하나 검진센터와 산부인과를 찾는 비율이 꾸준히 증가하고 있다. 입원환자 비율은 12.1%, 평균 재원기간은 15.5일로 전체 외국인 입원환자의 평균 재원기간보다 4일 더 길다. 이는 중증 치료 비중이 높은 것에 기인하며 1인당 진료비와 입원환자 1인당 진료비도 평균보다 높다.

한국관광공사에서 실시한 2015 의료관광 만족도 조사⁵¹⁾에 따르면, 러시아인의 평균 체류기간은 14.2일이나 의료서비스 이용에는 2~3일이 가장 많고 10일 이상 소요되는 경우도 18.9%로 높게 나타났다. 한국 의료서비스를 선택한 이유로는 의료진의 우수한 의료기술에 대한 신뢰도가 높게 나타나고 있으며, 타 국가 방한객에 비해 최첨단 의료 장비 및 시설에 대한 인지도가 높게 나타났다. 한국 의료서비스에 관한 정보는 구전이나 여행업체를 통한 습득이 많은데 러시아의 경우 여행업체를 통한 정보 습득이 타 국가 방한객에 비해 높게 나타났다.

한국 의료서비스 관련 정보 습득 채널 이용 비율 (중복응답)

단위:명, %

구분	사례수	친구, 친지, 동료 등 주변 사람 의견	인터넷 검색	여행사, 의료서비스 에이전시 등 여행 업체	방송 매체의 광고나 뉴스	잡지, 신문 등 인쇄 매체의 광고나 기사	기타	모름 / 무응답
전체	(1,547)	77.1	47.1	39.7	24.5	14.0	4.1	3.4
러시아	(307)	79.2	40.1	52.4	12.7	4.6	2.6	2.9

*출처 : 2015 의료관광 만족도 조사, 2016, 한국관광공사

또한 타 국가 방한객에 비해 한국 외 다른 국가에서의 의료관광 경험 횟수가 높고, 의료관광을 위해 한국에 재방 문한 비율과 횟수도 평균에 비해 높게 나타났다. 병원 예약방식은 에이전시를 통한 예약이 높게 나타났다. 한국 의료서비스에 대해서는 외국인환자 대상 코디네이터 친절성에 가장 높은 만족도를 보였다. 의료진의 전문성, 의료진 친절성, 의료기관 접근성 등에 대해서도 타 응답자들에 비해 높은 만족도를 보이며, 주변인에게 의료 서비스를 추천할 의향도 타 응답자들에 비해 높아 비교적 한국 의료관광에 대해 호의적인 것으로 조사되었다.

48) 관광시장동향 2014년 3월호, 2014, 한국관광공사

49) 2015년 외국인환자 유치실적 조사, 2016, 한국보건산업진흥원

50) 2015년 외래관광객 11,562,192명 중 러시아 관광객은 138,274명임

51) 2015 의료관광 만족도 조사, 2016, 한국관광공사

반면, 높은 비용에 대한 부담감과 통역/의사소통에 대한 불편함이 큰 것으로 조사되었다. 관광측면에서는 의료 경험자 중 관광활동을 하지 않은 응답자가 57.0%로 더 높게 조사되었으며, 관광활동 중에는 자연 및 풍경감상과 맛집 탐방 참여가 많았다. 관광시설 중에는 쇼핑과 관광지 및 볼거리에 관한 만족도가 높았고 교통에 관한 만족도가 타 국가 방한객에 비해 높았다. 관심 관광테마로는 자연 및 풍경감상에 관한 관심이 높은 것으로 조사되었다.

한국 의료서비스 이용 시 관심 관광상품 테마 응답비율 (중복응답)

단위:명, %

구분	사례수	쇼핑	자연 및 풍경 감상	역사 유적지 방문	전통 문화 체험	시티 투어	힐링 센터 / 템플스테이 등 휴양 / 휴식	테마 파크 방문
전체	(1,547)	43.2	28.0	24.0	21.3	18.3	10.6	7.3
러시아	(307)	36.2	33.2	14.3	23.8	14.7	8.5	6.8

*출처 : 2015 의료관광 만족도 조사, 2016, 한국관광공사

전문 에이전시 이용 비율이 높은 만큼 에이전시의 전문성 등 에이전시를 통한 만족도 대부분이 높게 나타났으나 재이용 의향이나 타인 추천 의향은 평균보다 낮게 나타난 것을 간과해서는 안 될 것이다.

한국과 지리적으로 가까운 극동러시아 지역에서는 연해주에서만 매년 1만 3천 명~1만 7천 명 정도가 한국으로 의료서비스를 받기 위해 방문하는 것으로 추정된다. 현재 극동러시아 의료관광 마케팅은 일부 병원 및 여행사, 개인 채널 등을 통하여 이루어지고 있으며, 현지에서 의료관광과 관련한 별도의 법적 규제사항은 없으나 러시아보건 부가 발급하는 의사면허를 소지하지 않은 사람은 러시아에서 의료행위를 할 수 없고 러시아 국민의 개인정보를 해외기관에 제공하여 해외서버에 보관할 수 없도록 하는 개인정보법이 엄격하게 적용되고 있으므로 유의해야 한다. 향후 유치업체 및 의료기관 공동 홍보설명회나 테마별 판촉이 유효할 것으로 판단된다.

한국관광공사에서는 러시아 지역에 한국 의료관광을 알리기 위하여 2011년 블라디보스톡에 화상상담 기능의 U-헬스센터를 개소하였으나 2014년 러시아 당국의 지시에 따라 화상상담 기능을 폐지하고 K-의료한류센터로 운영한 바 있다. 2015년에는 프레스비 플라자 1층의 한국관광센터 내에 의료관광 코너를 개설하여 개별관광객에게 의료관광 정보를 제공하고 의료기관 및 유치기관의 현지 마케팅을 지원하고 있다. 또한 러시아 국제보건 박람회, 의료관광박람회 등 박람회에 참여하여 한국 의료관광 홍보부스를 운영하고, 한국 의료관광 설명회를 개최하는 등 한국의 우수 의료 인프라와 연계 관광자원 홍보로 방한수요를 증대시키고 있다. 2015년에는 이르쿠츠크지역에서 시베리아 지역 최초로 단일국가 의료관광 테마 박람회를 개최하여 한국 의료관광의 우수성을 알리는 등 시베리아 및 극동지역 잠재시장 개척을 위한 홍보마케팅도 지속적으로 지원하고 있다. 또한 최근 개별 관광객이 증가하고 있는 추세에 발맞추어 러시아 최대 포털인 '인덱스'내에 한국 의료관광 검색어 광고를 실시하였으며, 대표적 SNS 채널인 '브깅'에도 의료관광 콘텐츠를 게재했다. 공사의 의료관광 온라인 플랫폼에도 러시아어 서비스가 제공되고 있다.

블라디보스톡 의료관광 안내 코너



의료관광객 수용태세

2014년 러시아환자 유치 가능한 의료기관을 대상으로 수행된 조사결과⁵²⁾에 따르면, 의료기관들은 국내외 병원 인증 등 의료서비스에 대한 공식적인 서비스 품질 인증을 획득하여 기본 준비태세를 갖추고 있는 경우가 많으나 의료사고 배상책임보험 가입 여부 등은 다소 낮게 나타나고 있다. 조사대상에 포함된 모든 의료기관이 국내외 유치업체와 계약을 맺고 있었으며, 러시아 관광객 서비스 가능 여행업체, 러시아어 코디네이터나 통/번역가 소개가 가능한 업체, 기관과의 네트워크를 갖춘 병원도 상당수이다. 특히 종합병원의 경우 조사대상인 12개 병원 에서 모두 러시아어 코디네이터나 통/번역가 소개가 가능한 기관과의 네트워크를 구축하고 있으며 자체적으로도 의료관광 코디네이터를 확보하고 원내에 러시아어 안내 책자 등을 비치하고 있다. 이는 러시아 의료관광시장이 중증환자 위주의 의료관광 시장으로 형성되면서 2, 3차 의료기관인 병원과 종합병원에서 이를 위한 자원이 상대적으로 잘 갖추어진 것으로 분석된다. 병원(2차 의료기관)은 상대적으로 러시아 환자 대응을 위한 업무 프로세스 매뉴얼 구비, 러시아어 홈페이지 구축, 교통편 제공, 러시아 위성 TV 방송 등 실무단계에서의 서비스 대응능력과 국내 여행사 네트워크나 여행상품 구비, 현지 의료기관과의 네트워크 등 사후관리 능력이 높게 나타났다. 동반자를 위한 정보제공과 편의시설은 의료기관 유형에 구분 없이 준비가 잘 되어 있는 것으로 조사되었다.

러시아 환자를 유치하는데 있어 러시아 전문 인력의 부족과 러시아 음식재료/식당의 부족, 러시아 내 홍보마케팅의 어려움이 공통적인 장애요소로 꼽히고 있다. 언어적 어려움은 상대적으로 규모가 작은 병원과 의원이 많이 겪고

52) 러시아 의료관광객 수용태세 조사, 2014, 한국관광공사

있으며, 러시아 의료시장과 제도에 대한 교육 요구가 높게 나타나는 등 러시아 의료시장에 대한 정보 부족을 호소하고 있다. 또한 러시아 전문 유치업체, 여행사, 홍보업체, 통역 서비스업체, 간병인 서비스업체 등과의 네트워크 구축 필요성도 꾸준히 제기되고 있다.

추천 의료관광 상품과 목적지

러시아 관광객들은 체류기간 길고, 자연 및 풍경감상과 맛집탐방에 대한 선호도가 높게 나타났다. 또한 에이전시를 통한 방한 비율이 높으므로 한국의 특색있는 지역문화를 보여줄 수 있는 체류형 관광상품을 권할 수 있을 것이다.

- 주요 여행지 : 서울, 제주 등

- 선호 활동 및 소재 : 드라마, 음식, 고궁, 쇼핑, 한류, 문화축제, DMZ 등

미즈메디병원, '러시아환자들을 위한 웰니스투어' 개최

아기를 갖고자 하는 소망과 기대를 안고 한국을 찾은 해외 환자들을 위해 지난 주말에 강원도 평창에서 이색 체험 여행이 있었다.

미즈메디병원은 최근 1박 2일로 한국전통음식문화체험관(강원도 평창)과 보광휘닉스파크로 '러시아 의료관광객을 위한 웰니스 투어'를 개최했다고 9일 밝혔다.

이번 웰니스 투어는 미즈메디병원에서 한달 이상 장기 체류하며 불임 치료 중인 러시아 환자 20쌍이 참가해 한국전통문화를 배우고 체험할 수 있도록 마련됐으며 연세대학교 산학협력단과 강원지역사업평가원의 지원으로 진행됐다.

이날 참가자들은 오뎅나무로 만든 대형 함지에 10여 가지 유기농 채소들을 한꺼번에 넣어 비벼먹는 '비빔밥 만들기' 체험을 시작으로 전통 한복을 직접 입어 보고, 한국 전통음식의 역사를 배울 수 있는 '전통음식박물관' 관람, 떡메를 직접 쳐보며 전통 방식으로 인절미를 만들어 먹어보는 등 다채롭게 진행 되었다. 체험 중간에는 미즈메디병원 가정의학과 신동혁 전문의의 '대사중추군'을 주제로 강의도 이어져 건강을 위한 알찬 정보도 제공하였다.

미즈메디병원 측은 "불임 치료를 위해 2주에서 한달 간 장기 체류해야하는 환자들에게 주말을 이용해 진료의 서비스를 제공할 수 있어 좋은 기회였다"며 "아름다운 한국 전통문화를 소개할 수 있어 더욱 만족스러웠다"고 말했다. 또한 "앞으로 관광전문업체와 협력하여 체류형 의료관광객들을 위한 독창적인 진료 외 서비스 개발에도 힘쓸 것"이라고 전했다.

*2014.4.9, 이데일리 발췌

현지 의료관광 특성

(4) 일본

일본의 인구 1천 명당 의사 수는 2.2명이며,⁵³⁾ 전 국민을 대상으로 하는 국민 건강보험제도를 운영하고 있다. 건강보험의 혜택으로 환자는 고정된 의료비를 지급하고 원하는 의료기관에서 의료서비스를 받을 수 있다. 건강보험은 일본에서 치료받는 것을 원칙으로 하기에 일본 내에서 치료를 받을 수 있음에도 해외로 가서 요양 및 치료를 받은 경우에 발생한 '해외 요양비'는 지급되지 않는다. 다만 장기이식, 성형 수술, 인공 수정 등 불임치료, 성전환 수술 등은 국내에서도 보험이 적용되지 않는다.

일본은 2006년 이미 초고령화 사회⁵⁴⁾에 들어섰으며, 2035년에는 고령화율이 33.4%에 달할 전망이다. 인구 고령화와 맞물려 고도의 첨단 의료, 의약품 및 의료기기의 수입으로 인한 무역 수지 적자 등으로 의료비 상승도 문제시 되고 있다. 2014년 노령화 인구(65세 이상) 비율은 24.1%로 OECD 국가 중 1위이며, 국내 총 생산 대비 총 의료비 지출 비율도 10.3%로 10위를 기록했다. 이에 맞춰 개호(介護, 간병·요양) 분야에 대한 관심이 높아지고 있고 건강정책도 예방중심으로 강화되고 있다. 일본정부는 헬스케어와 의료서비스, 첨단 로봇기술 등 첨단산업을 2020년 도쿄 올림픽을 목표로 집중 육성하는 '개혁 2020' 프로젝트를 발표한 바 있으며, 고령자 친화적 사회 인프라를 구축하기 위해 의료, 간병, 제조업 등 5대 분야별로 로봇을 활용한 산업전략도 수립하였다.⁵⁵⁾ 더불어 원격 진료에 대해서도 그동안 부분적으로만 허용해 왔던 원칙을 개정하여 2015년부터 모든 의료기관에 대해 허용했다. 이에 따라 쇼아과 등의 진료도 스마트폰을 이용한 화상진료나 전화를 이용한 재진이 가능하다.⁵⁶⁾

그간 일본은 일본의료협회의 강한 반대와 의료법, 여행사법의 규제 등으로 방일의료관광에 적극적이지 못했으나, 노령화 사회와 의료상황 개선에 대한 답변, 의료산업 활성화를 통한 일본의 경제성장, 일본식 의료의 세계 전도 등을 골자로 하는 의료개혁 5주년 계획을 발표하면서 의료관광 활성화에 나서고 있다. 2015년 일본 정부에서는 건강·의료전략추진본부 산하에 '의료국제전개 테스크포스'를 설치하였으며, 주로 신흥국을 대상으로 의료 거점을 구축하고 일본의 우수한 의료장비와 서비스를 수출하고 있다. 또한 의료기술 연수나 현지에서 대응이 어려운 환자 들의 일본 본국 진료로 본국 내에서의 활동도 강화하고 있다. 일본은 2011년부터 외국인환자에게 6개월의 복수 비자를 발급하고 있으며, 필요한 경우 3년까지 연장가능하고 환자와의 가족관계 여부와 상관없이 동행인을 허용하고 있다.

53) 일본 의료관광산업의 특징 및 경쟁력 전략, 2015, (사)국제관광인포럼 제7차 세미나
 54) 초고령화 사회 : 65세 이상 인구가 전체 인구의 20%를 넘는 사회
 55) 일본과 손잡고 의료·간병 아시아 시장 뚫자, 2016.1.10, 청년의사
 56) 원격의료 도입한 일본, 스마트폰 의료상담앱도 출현, 2016.5.17, 뉴스1

방한 의료관광 활성화 전략

2015년 한국을 찾은 일본인 의료관광객 수는 1만 8,884명으로 2011년 2만 2,491명을 기점으로 감소추세에 있으나 여전히 4번째로 많은 송출국이다. 진료분야는 피부과가 가장 많았으며, 내과, 성형외과가 뒤를 이었다. 2015 의료관광 만족도 조사에 따르면,⁵⁷⁾ 개별 여행객이 많은 만큼 정보는 주로 주변사람의 의견이나 인터넷 검색, 인쇄매체 광고 등을 통해 수집되었으며, 재방문 비율이 높지는 않으나 재방문의 경우에는 재방문 횟수가 높다.

한국 의료서비스 관련 정보 습득 채널 이용 비율 (중복응답)

단위: 명, %

구분	사례수	친구, 친지, 동료 등 주변 사람 의견	인터넷 검색	여행사, 의료서비스 에이전시 등 여행업체	방송 매체의 광고나 뉴스	잡지, 신문 등 인쇄 매체의 광고나 기사	기타	모름 / 무응답
전체	(1,547)	77.1	47.1	39.7	24.5	14.0	4.1	3.4
일본	(196)	72.4	59.2	14.8	17.3	23.5	4.1	2.0

* 출처 : 2015 의료관광 만족도 조사, 2016, 한국관광공사

방한 의료상품은 의료분쟁에 대한 리스크로 에스테틱이나 한방체험 등 미용 중심으로 진행되고 있으며, 뷰티 투어 등의 상품으로 스파, 화장품 공장 체험 등을 연계한 일정이 많다. 한국에서의 의료관광 만족도는 전반적으로 평균 보다 높은 편은 아니며, 의료연계 관광상품의 부족, 의료서비스 관련 정보 습득의 불편 등을 대표적인 불편사항으로 꼽았다. 체류기간 중 관광활동을 포함한 비율이 높은 편이며, 개별적 여행형태와 맛집 탐방 활동을 선호하고 만족도도 크다.

향후 의료서비스 이용시 관심 관광상품 테마로는 쇼핑을 선택한 응답이 많았으나, 타 국적 응답자에 비해서는 휴양 및 휴식과 역사 유적지 방문에 대한 관심이 높았다.

한국 의료서비스 이용시 관심 관광상품 테마 응답비율 (중복응답)

단위: 명, %

구분	사례수	쇼핑	자연 및 풍경 감상	역사 유적지 방문	전통 문화 체험	시티 투어	힐링 센터 / 템플스테이 등 휴양 / 휴식	테마 파크 방문
전체	(1,547)	43.2	28.0	24.0	21.3	18.3	10.6	7.3
일본	(196)	44.4	23.0	31.6	20.9	21.4	14.8	6.6

* 출처 : 2015 의료관광 만족도 조사, 2016, 한국관광공사

57) 2015 의료관광 만족도 조사, 2016, 한국관광공사

한국관광공사는 2015년 메르스 사태로 침체된 한국 의료관광 활성화를 위하여 국내에 거주중인 중국인과 일본인을 대상으로 한국 의료관광 체험 이벤트를 진행하였다.⁵⁸⁾ 이들은 피부미용, 사상체질에 따른 한방치료 관리, 종합검진 프로그램 등을 체험하고 주요 SNS와 의료관광 온라인 플랫폼(visitmedicalkorea.com)에서 UCC형태로 생생한 체험담을 소개하였다. 현지에서는 온천으로 유명한 일본 기후현 히다지역에서 '코리아워크 in 타카야마' 행사를 열어 한국 의료관광을 알렸으며, 온천어관에서 한방의료 체험 이벤트를 마련하여 한방의료와 일본 온천 치료를 접목하는 새로운 방향의 의료관광을 제안하였다. 더불어 도쿄에서 열리는 아시아 최대 규모 여행박람회인 '투어리즘 EXPO 재팬 2015'에 역대 최대 규모로 참가하여 한국 관광의 매력을 홍보하였으며, 지자체, 의료기관 과 함께 체험부스와 시연코너 등을 운영하였다.

추천 의료관광 상품과 목적지

일본 의료관광객들은 개별 여행객이 많으며 특히 30~50대 여성들의 관심이 높다. 관심 있는 의료서비스는 미용이나 한방 등 경증 의료서비스나 미용관리 분야이며, 관광테마로는 '한국 요리', '한류'에 관한 검색량이 많고 관광 지역에 관한 검색에서는 '강원도'가 높은 순위에 올랐다.⁵⁹⁾ 이에 따라 미용 전문가가 이끄는 피부미용, 한방음식, 뷰티클래스 등의 체험상품이나 웰니스 서비스를 즐기는 상품 등이 개발되고 있다.

- 주요 여행지 : 서울, 강원도 등
- 선호 활동 및 소재 : 한류, 음식 등

👉 일본 골든워크 앞두고 “Korea 고토치 셔틀” 호평

한국관광공사(사장 정창수, 이하 공사)가 일본인 개별여행객을 대상으로 운영 중인 'Korea 고토치(현지) 셔틀'이 일본의 항공 연휴인 '골든워크'(4.29~5.8)를 앞두고 큰 관심을 모으고 있는 가운데, 4월부터는 수원·인천, 제천, 대구, 여수·순천의 4개 코스가 새롭게 운영된다.

공사는 일본인 개별여행객에게 매력적인 지방관광지 소개 및 방문편의를 도모하기 위하여 지방 주요 거점지역과 관광지를 연계하는 'Korea 고토치 셔틀' 사업을 시행 중이다. 지난 3월에 1차로 오픈한 부여, 안동, 문경, 평창·강릉의 4개 코스에는 700여 명의 관광객이 신청하여 기대 이상의 인기를 끌었다. 4월부터 부산 출발 대구 코스, 올해의 관광도시 제천 코스, 근거리 상품인 수원·인천 코스에 이어 KTX와 연계하는 여수·순천 코스가 오픈하면 총 8개의 고토치 셔틀 코스가 확립된다.

또한 공사는 골든워크 기간에 더욱 많은 일본인 관광객들이 한국을 방문하여 'Korea 고토치 셔틀' 코스를 즐길 수 있도록 다양한 이벤트도 기획하고 있다. “2016 골든워크, 한국지방의 매력을 느껴보세요!”라는 주제로 기간 중 4개의 신규코스 탑승객에 한해 지역별 특산품을 제공하고, 공사 온라인 홈페이지를 통해 인기코스 투표를 실시하여 고토치 셔틀 자유이용권을 제공할 예정이다.

※ 2016.4.12, 한국관광공사 관광뉴스 발체

58) 관광공사, “한국 의료관광, 걱정 말고 오세요”, 2015.7.31, 뉴스1
 59) 외국인들이 가장 즐겨찾는 “한국관광” 검색어는?, 2016.5.17, 한국관광공사 관광뉴스

(5) 카자흐스탄

현지 의료관광 특성

카자흐스탄은 아시아 대륙 중부에 위치하며 수도인 아스타나와 알마티를 중심으로 성장하고 있다. 세계 12위의 원유 매장량, 세계 1위의 텅스텐 매장량 등 천연자원이 풍부하여 석유, 가스 등 에너지산업과 철, 비철금속 등 채굴 및 가공 산업을 바탕으로 연 6%의 높은 경제성장률을 보이고 있다. 1991년 독립 이후에도 구 소비에트 연방의 보건체계를 유지하여 국민 모두에게 무상 의료서비스가 제공되고 있으나, 전반적인 의료 환경은 열악한 편이다. 2012년 기준 카자흐스탄의 등록된 의료기관은 990곳, 의사는 6만 4,432명이며, 의료기관의 90%가 공공기관이다. 한국, 미국 등과 같은 선진 의료 국가에 비해 의사의 월급이나 대우수준이 낮는데, 국영병원의 경우 의사 부족으로 경험이 많지 않은 의사가 근무하는 경우가 많고, 국영병원이 외국병원과 협력해 새로운 기계를 들여 오고 교육을 시행해도 기계를 다룰 줄 아는 의사들이 개인병원으로 옮겨 운영에 문제가 생기는 경우도 있다. 또한 대도시로의 의료기관 집중현상으로 1차 진료의 경우 지방의료인의 수가 도시의 20% 수준이며, 질환 발병의 가장 큰 요인으로 적기가 지난 시점의 의료기관 방문 등 질병에 대한 늦은 진단이 꼽히기도 한다.⁶⁰⁾ 주요 발병 질환은 기관지 및 호흡기 질환, 결핵, 폐렴, 감염성(기생충) 질환, 순환기 질환, 당뇨병, 독극물 중독, 소화기 질환 등이며, 특히 한국의 강점분야인 암, 순환계질환의 사망률이 높다.

현 대통령인 나자르바예프 대통령은 의료보전에 관심이 높아 카자흐스탄 병원 현대화 및 국가보건의료발전 프로그램 시행 등 강력한 보건의료제도 개혁을 추진 중이다. 2005~2010 보건의료제도 개혁에 2조 5,600억 원의 예산을 편성한바 있으며, 2007년 <신세계 신 카자흐스탄> 대국민 연두교서에서 민관협력을 기반으로 '3년 내 100개 병원건설' 프로그램 개발을 지시하고 '100대 학교 100개 병원건설 프로그램'을 진행하기도 하였다. 카자흐스탄은 2011년부터 2015년까지 <건강한 카자흐스탄(살라마트 카자흐스탄)>을 주제로 국가보건의료발전 프로그램을 진행했다. 이는 국민건강을 위한 부처간 협력강화, 위생 및 전염병 분야개선, 예방·검진·진단·치료·재활 프로그램 강화, 국가 단일 보건의료제도의 관리 및 재정 개선, 의학·약학 교육제도 개선 및 혁신기술개발·도입, 국민의 의약품 접근성 제고 및 의약품질 향상 등을 골자로 한다.

카자흐스탄 보건의료제도 개혁

프로그램 명	주요 내용
2011~2015 <건강한 카자흐스탄> 국가보건의료발전 프로그램	① 국민건강을 위한 부처간 협력강화 ② 위생 및 전염병 분야개선 ③ 예방·검진·진단·치료·재활 프로그램 강화 ④ 국가 단일 보건의료제도의 관리 및 재정 개선 ⑤ 의학·약학 교육제도 개선 및 혁신기술개발·도입 ⑥ 국민의 의약품 접근성 제고 및 의약품질 향상

* 출처 : 카자흐스탄 의료서비스 현황분석 및 한국의료의 해외진출 전략 연구, 2013, 한국보건산업진흥원

60) 카자흐스탄의 환자유치 환경 및 의료관광시장 현황조사, 2013, 한국보건산업진흥원

자국 의뢰서비스의 긴 대기시간과 의료장비, 기술 및 인적자원 부족으로 카자흐스탄 부유층은 스위스, 이스라엘, 독일, 터키 등으로 해외치료를 나서고 있으며, 아시아 지역 의료관광 시장도 지속적인 성장세를 보이고 있다. DAMU Research Group의 설문조사 결과 카자흐스탄에서 가장 수요가 높은 의료관광 분야는 암, 산부인과, 디톡스 및 안티에이징, 성형 및 미용 분야로 조사되었다.⁶¹⁾ 의료관광객들은 카자흐스탄 내에서 치료가 불가능할 때는 의료기술이 발달한 독일, 이스라엘, 한국 등을 선호하며, 휴식이나 요양을 필요로 하는 경우는 중국, 인도, 태국 등을 선호한다.⁶²⁾ 또한 카자흐스탄 정부는 국내에서 치료방법을 찾지 못한 중증환자의 해외치료를 지원하고 있다.⁶³⁾ 카자흐스탄 보건부 산하의 특별 위원회에서 환자의 해외치료에 대한 심사 및 허가를 진행하며, 해외치료 기관도 선정한다.

방한 의료관광 활성화 전략

카자흐스탄은 한류에 대한 열기와 관심이 높은 편이며, 2014년 11월부터 1회 방문시 최대 30일까지 무비자방문이 가능해졌다. 최근 카자흐스탄 텅게화 가치 하락으로 해외관광에 대한 시장여건이 어려워졌으나, 방한의료관광 시장은 한류열풍과 중증치료 중심의 시장형성으로 고성장을 이어가고 있다. 방한 카자흐스탄 의료관광객은 전년도에 비해 56.6% 증가하였으며, 1인당 평균진료비가 461만 원으로 평균인 225만 원을 크게 웃돌며 2015년 총 진료 수입도 74.7% 증가하였다.

방한 의료관광객 추이

구분	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	전년대비 증가율
의료관광객 수 (명)	128	346	732	1,633	2,890	8,029	12,567	56.5%
전체 의료관광객 중 비중 (%)	0.2	0.4	0.6	1.0	1.4	3.0	4.2	

카자흐스탄 방한 의료관광객의 지출

구분	2014년	2015년	전년대비 증가율
총 진료수입 (억 원)	332	580	74.7%
1인당 평균진료비 (만 원)	413	461	11.6%

61) 카자흐스탄의 환자유치 환경 및 의료관광시장 현황조사, 2013, 한국보건산업진흥원
 62) 카자흐스탄, 의료관광지로 한국 주목, 2014, KOTRA
 63) 카자흐스탄의 환자유치 환경 및 의료관광시장 현황조사, 2013, 한국보건산업진흥원

방한 의료관광 시장에서는 암, 심장, 뇌혈관, 심혈관 질환 및 중증 화상 등에 관심이 높으며, 한국은 현대화된 의료 기기와 숙련된 전문가가 많아 의료의 질이나 서비스는 유럽, 미국에 못지않은 수준이지만 상대적으로 저렴하여 의료관광지로 주목받고 있다. 또한 비자면제와 한류 등으로 한국과의 협력에 적극적이며 한국 의료기관과 MOU를 맺고 있는 의료기관도 있다. 한국관광공사에서 실시한 2015 의료관광 만족도 조사⁶⁴⁾에 따르면 카자흐스탄 의료관광객의 방한 의료관광 정보 습득 채널은 친지, 동료 등 주변사람이나 여행업체인 경우가 많다. 의뢰서비스에 대한 만족도는 전반적으로 평균을 상회하였으며, 특히 의료진과 코디네이터의 친절성과 전문성, 수술절차의 편리성에 대한 만족도가 높았다. 반면 불편한 점으로는 비용과 의사소통의 어려움을 꼽았다. 의료관광객은 별도의 관광을 하지 않은 비율이 조금 더 높았으며, 자연 및 풍경감상, 역사 유적지 방문, 전통문화 체험 등에 대한 응답이 평균보다 높게 나타났다. 관광경험에 대한 만족도도 평균을 상회하고 있으며, 관광목적지로 한국 추천의향도 높게 나타났다. 향후 의뢰서비스 이용시 관심 있는 관광상품 테마로는 쇼핑, 자연 및 풍경감상 등에 대한 응답이 많았다.

한국 의뢰서비스 이용 시 관심 관광상품 테마 응답비율 (중복응답) 단위: 명, %

구분	사례수	쇼핑	자연 및 풍경 감상	역사 유적지 방문	전통 문화 체험	시티 투어	힐링 센터 / 템플스테이 등 휴양 / 휴식	테마 파크 방문
전체	(1,547)	43.2	28.0	24.0	21.3	18.3	10.6	7.3
카자흐스탄	(176)	31.8	27.3	24.4	15.9	11.4	6.8	6.8

* 출처 : 2015 의료관광 만족도 조사, 2016, 한국관광공사

한국관광공사는 의료관광 온라인 플랫폼 러시아어 사이트를 중심으로 한국 의료관광을 알리고 있으며, 카자흐스탄 국제관광박람회(KITF) 등 박람회에 참가하거나 별도의 한국 의료관광 설명회를 마련하여 의료관광객 유치 및 홍보활동을 전개하고 있다. 또한 현지 여행사와 공동으로 의료관광상품을 개발하고 판촉 활동도 지원한다. 2015년에는 매년 주요 국가에서 열리는 한국국제의료관광컨벤션(KIMTC)을 카자흐스탄에서 개최하였다. 공사는 행사를 찾는 관람객들에게 한방, 뷰티, 건강검진 등 한국 의료관광의 우수성을 홍보하였으며, 3,000석 규모의 공화국 궁전에서 의료한류 페스티벌을 개최하여 K-팝 공연을 선보이고 K-팝 커버댄스 경연대회를 여는 등 한류와 연계한 홍보행사를 진행하였다.

64) 2015 의료관광 만족도 조사 보고서, 2016, 한국관광공사

추천 의료관광 상품과 목적지

카자흐스탄 방한객의 의료관광 상품은 건강검진을 중심으로 판매되고 있으며, 주요 일정은 서울 시내 시티투어 및 쇼핑 등으로 알려져 있다. 따라서 서울 근교에서 역사적 유적지나 자연 및 풍경을 감상할 수 있는 상품 개발을 권할 수 있다.

- 주요 지역 : 서울 등

- 주요 관광지 : 경복궁, 서울N타워, 인사동, 명동, 남산 한옥마을 등

현지 의료관광 특성

(6) 몽골

몽골의 의료보건시스템은 전통적으로 병원 및 임상치료를 강조하는 러시아식 모델을 기초로 하고 있다. 보건 의료 체계는 중앙정부 및 지방행정단위로 구분되며 중앙행정기구인 보건부가 국가의 보건정책 수립, 보건기획 및 전반적인 보건사업 진행 등 의료보건을 총괄책임지고 있다. 몽골의 의료기관은 1차, 2차, 3차 단위로 이루어져 있으며, '평등하고 누구나 접근 가능한 고품질 보건서비스를 모두에게 제공한다'는 것을 근본원칙으로 삼고 있다.

몽골의 의료보험제도 근간은 1994년 도입된 사회의료보험제도이다. 이 제도로 모든 공공 및 민간 업체 근로자와 저소득층 취약계층에 대해 의무적으로 사회의료보험을 도입하였고 일부 만성 전염성 질환 치료를 제외하고는 거의 모든 입원 환자에게 혜택을 제공하고 있다. 몽골의 의료보험가입률은 78.3%(2007년 기준)로 본인과 기업체에서 일정액을 매월 부담하면 전체 진료비의 10% 내외를 내고 진료를 받을 수 있는 형태이다. 그러나 전반적으로 국민들의 의료보험에 대한 만족도는 감소하고 있는 상황이다. 이는 보험 미적용 그룹(특히 목축 인구) 존재, 보장되는 의료서비스에 대한 불만족, 부적합한 서비스 접근성, 고품질 서비스 및 선진 기술 부족, 민간부문 서비스에 대한 낮은 보장률 등에 기인한다.

또한 대부분의 민간병원과 전문병원이 수도인 울란바토르에 위치하고 있으며 농촌 주민들은 FGP(Family Group Practice)와 기타 의료 센터들을 통한 의뢰시스템에 의해 의료서비스를 제공받고 있는 형편이다. 주요 병원으로는 국립병원으로 제1병원, 제2병원, 제3병원, 모자병원, 제2분만병원, 제3분만병원, 전염병원, 암센터 등이 있으며 사립병원으로는 ACHTAN 병원, Khadagtai 병원, Tani Tuluu Bid 병원, 고르왕갈병원, 그랜드 메디 병원 등이 있다. 의사 의료인력은 인구 1만 명당 27.6명으로 서태평양 지역 평균 14.0명보다 높지만 질적 수준이 낮으며 인구밀도가 낮기 때문에 시골 지역은 의사가 부족한 실정이다. 전체 의사 가운데 40% 가량이 울란바토르에 있다.

이밖에 몽골 정부는 2014년도를 '모자 건강 지원'의 해로 공고해 임산부, 산모, 아이들을 중점 관리 대상으로 지정한 바 있다. 몽골 정부가 이렇게 모자 건강에 집중하는 이유는 모성사망률과 영아사망률이 비교적 높기 때문이다. 2008년 모성사망률은 10만 명당 65명으로 서태평양 지역 평균인 51명보다 높고 영아사망률도 2009년에 29명으로 서태평양 지역 평균인 21명보다 높은 상황이다. 한편 2014년 정책 실시 이후 그해 1, 2월 달 영유아 사망률이 전년 동기 대비 29%, 만5세 미만 어린이 사망률은 19% 감소하였다.⁶⁵⁾

한편 몽골 현행법상 보건 의료분야 투자에 대한 특별한 규제는 없으며, 2009년부터 민간협력개발모형을 도입하여 민간 투자자들, 특히 외국인 투자자들의 보건 의료 산업분야 참여기회를 넓히고 있다. 외국자본의 의료기관

65) 한국의료 몽골진출 가이드, 2013, 한국보건산업진흥원

설립의 경우 최초 법인 설립 후 몽골 정부감사기관으로부터 영업장 평가를 받고 보건부의 의료기관 설립 절차를 완료할 경우 의료기관 활동을 할 수 있다. 사립 병원은 영리법인으로 분리되어 별도의 국가 지원을 받지 않으며, 사립 의료기관 가운데 현재 의료보험 청구를 하는 기관은 없다. 외국계 병원의 진출 사례로는 SOS Medical Mongolia UB International Clinic(2004년), 싱가포르 메디컬 그룹(2010년) 등이 있으며 한국계 병원으로는 연세친선병원(1994년), 한-몽 친선 한방병원(오르길 한방병원, 2001년), 모바이오(Mobio, 한마음 의료재단 SCL 임상검사기관, 2003년), UBSD(Ulaanbaatar Songdo Hospital, 2007년) 등이 있다. 2013년 한국정부는 몽골 보건부와 의료우호협력 MOU를 체결한 바 있다.

자국내 공공 의료서비스에 대한 불만족으로 몽골 부유층은 개인부담금을 지출하더라도 더 좋은 의료서비스를 받기 위해 민간의료기관이나 해외 의료서비스를 찾는 추세이다. 중산층과 부유층들은 해외 의료서비스를 위해 1년에 3,500만 달러의 비용을 지출하고 있는 것으로 추정되고 있다. 한편 몽골 보건부는 몽골 내에서 치료가 불가능한 33가지 종류의 질병 리스트를 만들어 여기에 해당되는 질병을 앓고 있는 환자들이 외국에서 치료받을 경우 그 비용을 보건부 예산으로 집행하고 있다. 2013년에는 160여 명이 이 제도의 혜택을 받은 바 있다.

방한 의료관광 활성화 전략

2015년 몽골의 방한 의료관광객수는 1만 2,522명으로 2009년 이후 연평균 56.6%의 매우 높은 증가율을 보이고 있다. 2015년 방한 몽골인 7만 7,539명 중 16.1%가 한국에서 의료서비스를 체험한 셈이다. 몽골인의 무비자 입국이 가능한 제주를 목적지로 전세기를 활용한 일반 패키지 단체 상품 취급⁶⁶⁾이 많은 편이나, 의료관광 비자(C-3-3) 비중 또한 비교적 높다.

몽골의 의료관광객 중 입원환자는 10.2%로 평균 입원비중인 8.2%보다 2.0% 높았고, 입원환자의 평균 재원기간도 13.8일로 평균 재원기간인 11.6일 보다 길었다. 또한 66.8%는 종합병원 이상의 의료기관에서 진료를 받은 것으로 나타났다. 이는 대체적으로 몽골 환자들이 간질환, 신장질환, 뇌혈관질환 등 전문시술을 위해 방한하는 경우가 많은 것에 기인한다. 한편 최근에는 건강검진이나 미용·성형을 위해 방문하는 사례도 증가 추세여서 이들을 위한 의료관광상품 개발이 효과적일 것으로 보인다.

한국관광공사에서 실시한 2015 의료관광 만족도 조사⁶⁷⁾에 따르면 몽골 의료관광객의 평균 체류일은 35.6일로 전체평균 17.7일보다 월등히 높았고 체류기간 중 관광기간은 10.1일로 조사됐다. 한편 몽골 의료관광객의 한국 방문 시 1인당 지출경비는 9,724달러이며, 이 중 의료에이전시 지급수수료가 평균보다 매우 높게 나와 특징적이다.

66) 몽골 뷰티 & 웰스케어 박람회 참가 결과보고서, 2015, 한국관광공사
67) 2015 의료관광 만족도 조사, 2016, 한국관광공사

한국방문시 1인당 총 지출금액

단위: 달러

구분	사례수	의료비	의료에이전시 지급수수료	항공료	숙박비	식음료비	관광	기타	총합
전체	(1,547)	5,818	307	737	625	454	499	382	8,821
몽골	(51)	4,628	2,400	882	613	383	457	361	9,724

*출처: 2015 의료관광 만족도 조사, 2016, 한국관광공사

몽골 의료관광객이 한국을 선택한 이유로는 의료진의 우수한 의료기술(특정진료과목 유명)과 의료기관 신뢰도를 꼽았으며, 정보습득경로로는 '친구, 친지, 동료 등 주변사람 의견'이 제일 높게 나왔다. 한편 한국 방문 시 경험한 의료서비스의 전반적 만족도는 4.10으로 조사돼 전체 평균 4.32보다 낮게 나타났다. 조사항목별로도 만족도가 평균을 밑돌았으며, 전반적인 의료서비스 가격의 적절성이나 병원 내 수속 절차 편리성 등이 낮게 나타났다. 이에 따라 재방문의향과 타인추천의향도 평균보다 낮았다. 한편 한국 체류 중 국내관광 경험은 25.5%에 불과해 전체 평균인 44.5%보다 낮았으며 전반적인 관광환경 만족도도 평균보다 낮았다. 향후 의료관광으로 방문시 가장 선호하는 관광상품 테마는 쇼핑이었으나 자연 및 풍경감상, 힐링센터, 템플스테이 등의 휴양과 휴식을 원하는 응답자가 다른 지역에 비해 많았다.

한국 의료서비스 이용 시 관심 관광상품 테마 응답비율 (중복응답)

단위: 명, %

구분	사례수	쇼핑	자연 및 풍경 감상	역사 유적지 방문	전통 문화 체험	시티 투어	힐링센터/ 템플스테이 등 휴양 / 휴식	테마 파크 방문
전체	(1,547)	43.2	28.0	24.0	21.3	18.3	10.6	7.3
몽골	(51)	49.0	23.5	11.8	21.6	27.5	19.6	13.7

*출처: 2015 의료관광 만족도 조사, 2016, 한국관광공사

몽골 정부는 인구를 늘리기 위해 출산 장려 정책을 펼치고 있으나, 열악한 의료시설 등으로 의료서비스에 대한 불만율이 높고 드라마 대장금 방영(2003년) 이후 한국에 대한 호의적인 인식이 퍼지면서 부유층을 중심으로 한국의 산부인과 진료에 대한 수요가 높은 편이다.

방한 의료관광에 대한 관심이 높은 몽골시장인 만큼 한국관광공사에서는 몽골어로 의료관광 온라인 플랫폼 홍보 리플릿을 제작하는 등 시장 개척을 위해 노력하고 있다. 아울러 2015년도에는 '몽골 뷰티&웰스케어 박람회'에 직접 참가하여 의료관광목적지로서 한국의 인지도 제고 및 다양한 관광매력 이슈화, '의료+한류' 융복합 콘텐츠 홍보를 통한 관광 중심의 의료관광으로 고객 마케팅 채널 다변화, 몽골 VIP 소비자 대상 한국 의료관광에 대한 올바른 이해 도모 등을 위해 마케팅 활동을 펼친 바 있다. 당시 행사에는 몽골 울란바토르시 보건국장, 몽골 상공 회의소 사무총장, 몽골 민족대학교 이사장 등이 참석하여 관심을 보였다.

추천 의료관광 상품과 목적지

몽골 의료관광객의 경우 관광 정보 습득이 원활하지 않아 기본적인 방한관광정보 제공이 필요할 것으로 보인다. 따라서 대표적인 방한관광 목적지에 대한 홍보가 필요하며 한국에 대한 관심이 적지 않은 만큼 한류를 활용한 방한관광홍보가 효과적인 것으로 보인다. 또한 바다가 없는 내륙지역인 만큼 바다 등을 활용한 관광 상품도 효과가 있을 것으로 예상된다.

- 주요 여행지 : 서울, 제주 등

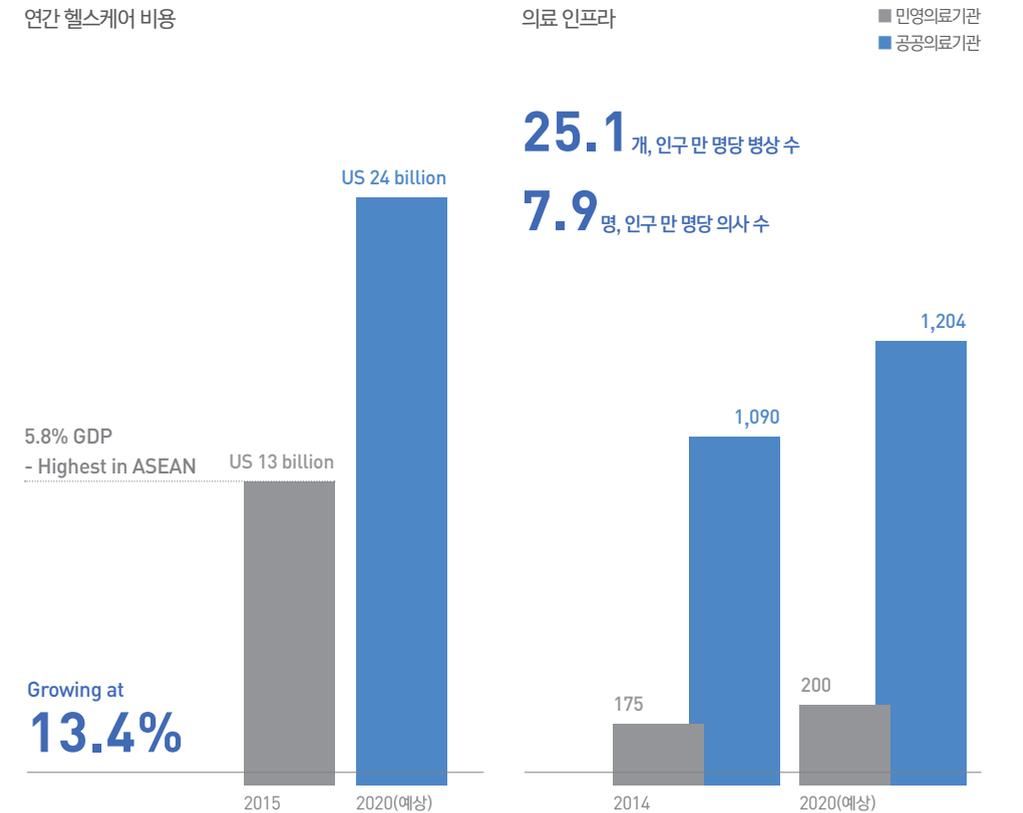
- 선호 활동 및 소재 : 드라마, 음식, 고궁, 쇼핑, 한류, 문화축제, DMZ 등

현지 의료관광 특성

(7) 베트남

베트남은 매년 5% 이상의 높은 경제성장을 이루고 있으며 2000년 중반 이후 현대화·고급화를 지향하고 있다. 2015년 베트남 인구는 약 9100만 명으로 동남아시아국가연합(Association of South-East Asian Nations, ASEAN)에서 4번째로 인구수가 많은 국가이며, 급속한 도시화로 2015년 33.6%인 도시화율은 2020년 63%에 달할 것이라 전망되고 있다. 2015년 기준 연간 헬스케어에 사용되는 비용은 130억 달러규모로 GDP 대비 5.8%로 ASEAN지역에서 가장 높아 차세대 헬스케어 시장으로 주목받고 있으며, 인구 고령화로 인한 실버산업의 성장이 기대된다. 베트남에는 1,090개의 공공의료기관과 175개의 민영의료기관이 있으나, 의약품 및 의료장비의 대부분을 해외 수입에 의존하는 등 인프라 수준은 높지 않은 편이며, 지역간 의료서비스 격차도 심하다. 인구 만 명당 병상 수는 25.1개, 의료진은 7.9명이다. 2013년 약 72%가 의료보험 적용을 받았으며, 외래환자의 50%가 민영 의료서비스를 받고 있으나, 입원 환자의 민영 의료서비스 이용률은 단 4%에 불과하다. 베트남 정부는 부족한 의료 인프라 해결을 위해 과밀지역에 신규 병원을 짓는 등 신규 의료기관의 진입장벽을 낮추고 있으며, 2011년부터 2015년을 Health IT 증진기간으로 설정하는 등 외국 의료기술의 도입으로 의료 선진화를 추진하고 있다.

베트남 의료시장 특성



VNExpress가 700명의 베트남 환자들을 대상으로 조사한 결과 57%의 응답자가 베트남 의료시설에 불만족이라고 답했으며, 2015년 상반기 동안 보건부 핫라인에 접수된 8,400건의 의견 중에 36%가 병원의 부족한 인프라에 대한 불만사항, 29%가 복잡한 의료체계에 대한 불만내용이었다. 베트남 보건부 자료에 따르면, 연간 약 4만 명의 환자가 심장, 암, 소화계질환, 성형수술 등을 위해 해외로 나가고 있으며, 약 50억 달러 이상을 지출하고 있다. 대표적인 목적지는 싱가포르, 중국, 한국이며 대표적인 치료과목은 암, 심장혈관계 질병, 간/심장 이식이다. 싱가포르의 신장 이식비용은 베트남의 10배 수준이지만, 베트남 국민들은 베트남 의사들의 불성실한 환자치료 태도와 낮은 서비스 수준에 대한 불만족으로 해외 의료관광을 선호하고 있다.⁶⁸⁾

방한 의료관광 활성화 전략

기존에는 한국에서 비자 사증번호 취득 후 베트남에서 비자 신청을 하면 되었으나, 의료관광비자(C-3-3, G-1-10)로 한국을 방문하는 베트남 환자 3명 중 1명이 불법체류자로 전락할 만큼 베트남 불법체류율이 높아져⁶⁹⁾ 2016년부터 의료관광비자 발급 절차가 까다로워지고 발급도 어려워질 것으로 예상되고 있다.

의료관광비자 발급 절차 및 준비 서류

의료관광비자를 발급받기 위해서는 아래의 2가지 방법 중 해당내용에 맞는 서류를 구비하여 베트남 영사부에 신청해야 한다.

1. 최초 방문시

- 의료관광비자를 처음 신청하는 경우
- 11개의 서류
 - 유치기관(한국) : 신원보증서(공증/원본), 사업자등록증(사본), 사업자등록증 대표신분증(사본), 외국인환자 유치업 등록증(사본)
 - 의료기관(한국) : 예약확인증 or 초청장(원본)
 - 환자(베트남) : 신분증(사본), 근로계약서(직장인/영문공증), 사업자등록증(자영업자/영문공증), 휴가 확인증(직장인/영문공증), 현지 의료기관 진료 확인서(영문공증), 재정증빙서류(부동산 또는 자동차등록증 등/영문공증), 은행잔고 증명서(최근 3개월/원본)
 - ※미성년 환자의 경우 부모님과 가족증빙 서류와 부모님의 재정증빙 서류를 구비해야 함

2. 재방문시

- 치료를 위해 한국을 방문했고 2차 이상의 치료를 위해 방문하는 경우(재방문 환자)
- 12개의 서류
 - 유치기관(한국) : 신원보증서(공증/원본), 사업자등록증(사본), 사업자등록증 대표신분증(사본), 외국인환자 유치업 등록증(사본)
 - 의료기관(한국) : 진료기록증(원본), 예약확인증 or 초청장(원본), 예상 치료비 견적서(원본)
 - 환자(베트남) : 신분증(사본), 근로계약서(직장인/영문공증), 사업자등록증(자영업자/영문공증), 휴가 확인증(직장인/영문공증), 재정증빙서류(부동산 또는 자동차등록증 등/영문공증), 은행잔고 증명서(최근 3개월/원본)
 - ※미성년 환자의 경우 부모님과 가족증빙 서류와 부모님의 재정증빙 서류를 구비해야 함

68) More Patients Now Go Abroad for Treatment, 2015.9.1, Vietnam News (www.vietnamnews.vn/society/275239/more-patients-now-go-abroad-for-treatment.html)
 69) 2010년부터 2015년 평균 베트남 의료관광비자 입국자의 34.1%가 불법 체류함. (베트남 의료관광에 숨어드는 불법체류...4년새 9배 급증, 2016.4.14, 서울경제)

베트남의 방한 의료관광객 수는 2015년 5,316명이며, 2011년 이후 꾸준히 6~7번째 송출국 규모를 보이고 있다. 방한 의료관광객은 20~30대 여성관광객이 많고 입원보다는 외래진료 환자가 많다.

베트남 내에서는 한국의 성형, 치과 진료 수준을 세계 제일로 인정하는 분위기로 한국관광공사에서 실시한 2015 의료관광 만족도 조사⁷⁰⁾에 따르면 한국의료서비스를 선택한 이유는 의료진의 우수한 의료기술과 의료기관의 신뢰도가 높았으며, 의사소통과 지리적 접근성이라 답한 비율도 15%로 비교적 높게 나타났다. 관련정보 수집 방법으로는 친구, 친지 등 주변사람과 인터넷을 꼽았고 인쇄매체의 광고나 기사에서 정보를 얻었다는 답변도 높았다. 의료서비스에 대한 전반적인 만족도는 응답국가들 중 가장 낮게 나타났으며, 주요 불편사항으로는 비용과 정보 습득에 대한 불편함을 언급했다. 한국 의료서비스 이용시 관심 관광상품 테마로는 쇼핑에 이어 시티투어에 대한 관심이 높게 나타났다.

한국관광공사는 2015년 하노이에서 The Natural Beauty of Korea를 개최하고 VIP 여성을 대상으로 자연 친화적인 치료법을 활용한 의료관광 상담회를 개최하는 등 한국 의료관광을 알렸다. VIP 고객을 대상으로 스킨케어, 한방치료 등 비수술 위주의 상담이 진행되었고 디톡스, 콜라겐 식품 등 이너뷰티에 관한 상담도 함께 진행되었다. 상담회를 앞두고는 베트남 하노이 TV 관계자들을 초청하여 충청도와 제주도권 의료관광 내용을 다룬 '힐링의료 관광' 다큐멘터리를 제작하기도 하였다. 이번 특집 프로그램은 2013년에 제작 방영된 서울/경기관 의료관광 특집 프로그램의 후속작으로 충청/제주 지역의 우수 의료기술 및 자연 친화적인 관광지 등을 소개하며 다양한 한국 의료관광의 매력을 선보였다.

추천 의료관광상품과 목적지

- 베트남 의료관광객은 개별 관광객이 많고 시티투어 등 도심에서의 관광 상품에 관심이 많다.
- 주요 여행지 : 서울, 제주 등
 - 선호 활동 및 소재 : 드라마, 음식, 쇼핑, 한류, 문화축제 등

70) 2015 의료관광 만족도 조사, 2016, 한국관광공사

한국 의료서비스 이용시 불편사항 단위: 명, %

구분	사례수	높은 비용	의료 연계 관광상품 부족	의료 서비스 관련 정보 습득 불편	외국인 환자 전용 병실 부재/부족	예약 절차의 번거로움	통역/ 의사소통 불편	사후 관리 부족	병원 시설 불편 (진료실/ 병실 환경, 집기 노후 등)	의료진의 불친절	의료 기술/ 전문성 부족
전체	(1,056)	50.1	26.1	24.9	21.9	20.5	20.5	13.2	10.2	6.1	4.5
베트남	(12)	66.7	25.0	41.7	8.3	8.3	33.3	16.7	8.3	16.7	0.0

* 출처: 2015 의료관광 만족도 조사, 2016, 한국관광공사

한국 의료서비스 이용 시 관심 관광상품 테마 (중복응답) 단위: 명, %

구분	사례수	쇼핑	자연 및 풍경 감상	역사 유적지 방문	전통 문화 체험	시티 투어	힐링 센터/ 템플스테이 등 휴양/휴식	테마파크 방문
전체	(1,547)	43.2	28.0	24.0	21.3	18.3	10.6	7.3
베트남	(20)	40.0	10.0	15.0	10.0	30.0	10.0	0.0

* 출처: 2015 의료관광 만족도 조사, 2016, 한국관광공사

(8) 아랍 에미리트(UAE)

현지 의료관광 특성

UAE는 7개 에미리트(아부다비, 두바이 등)로 이루어진 연방국가로 보건의료담당 정부부서는 보건예방부(MOHAP)이며, 에미리트별로 아부다비보건청(HAAD), 두바이보건청(DHA)에서 보건의료 정책을 수행하고, 여타 에미리트는 UAE 보건예방부에서 관련 업무를 수행한다. UAE에는 두바이의 26개 병원⁷¹⁾을 비롯하여, 총 130여 개의 병원이 운영 중⁷²⁾이며, 세계 평균 대비 약간 높은 의료 인프라를 갖추고 있으나 고소득 국가에 비해서는 크게 부족한 실정이다. 또한 더운 기후와 기름진 식습관으로 심혈관질환, 암, 당뇨병, 고혈압, 유방암 등 성인병 발병률이 높다.⁷³⁾ 세계보건기구(WHO) 조사 결과에 따르면 UAE 남성의 66%, 여성의 60% 이상이 비만이며, 전체 인구의 약 20%가 당뇨병을 앓고 있고,⁷⁴⁾ 35~70세 인구의 약 41%가 고혈압 증세를 보인다는 두바이 보건청의 조사 결과도 있었다.

과거 UAE 정부는 모든 거주민에 대해 의료비를 부담하였으나, 의료비 지출 증가에 따라 재정 부담 완화와 외국인 노동자 보호를 목적으로 아부다비에서 최초로 의료보험을 도입하였다.⁷⁵⁾ 아부다비는 2005년 9월 건강보험법(Law No.23, Health Insurance Law)을 제정하여 2008년 6월부터 아부다비 시민권자 및 외국인 근로자에 대해 Thiq(포괄적 의료보험제)을 실시하고 있으며, 2013년 기준 아부다비의 UAE 국민 및 거주자의 98%가 의료보험 지원을 받을 수 있다.⁷⁶⁾ 두바이의 100명 이상 사업장은 2015년 7월까지, 100명 미만은 2016년 6월 까지 의료보험에 의무적으로 가입하도록 보건법이 개정되었으며, 의료보험 가입을 비자 취득(갱신)과 연계하여 가입을 유도하고 있다.

그러나 UAE 내 의료시설 및 교육 수준 미흡으로 인해 고급 전문인력 양성이 더디고, 늘어나는 환자 수요에 탄력적인 대응이 어려운 상황⁷⁷⁾으로, UAE 정부는 일부 공공 의료기관을 외부에 위탁 운영하고 있다. 현지 외국 의료기관은 미국 클리블랜드 클리닉, 태국 범롱랏 병원, 오스트리아 비엔나 의과대학 등⁷⁸⁾이며, 한국 의료기관으로는 서울대병원이 왕립 칼리파전문병원, 서울성모병원이 마리나 검진센터를 운영하고 있다. 또한 UAE 정부는 자국 내 의료 수요의 해외 유출 방지, 의료관광 유치활성화, 국립병원 시설 및 의료 서비스 품질 향상 등을 위해 산업 육성 정책을 추진⁷⁹⁾하고 있다. 특히, 두바이는 최고의 의료서비스 제공을 통한 의료관광 허브화를 목표로 의료기관에 대해 법인세, 소득세 및 의료기기에 대한 관세 등 관련 세금을 면제하고 외국인의 소유 및 수익금 송환을 허용⁸⁰⁾하는 의료산업 프리존인 '두바이 헬스케어 시티(Dubai Healthcare City, DHCC)'를 조성하였다.

71) Dubai Prepares for Influx of 1.3m Medical Tourists by 2021, 2016.5.4, Gulf News

72) List of Hospitals in The United Arab Emirates, 2016, Wikipedia

73) UAE 주요 질병, 2012, 한국보건산업진흥원

74) Trade Brief, "의료관광 거대시장 중동을 잡아라!", 2015, 한국무역협회 국제무역연구원

75) 주요국 의료제도 이해와 해외치료 현황, 2010, KOTRA

76) "98% of Abu Dhabi Population Covered by Health Insurance", 2013.3.10, The National

77) 의료기관의 해외진출 현황 및 시사점, 2014, 한국수출입은행 해외경제연구소

78) UAE 의료 산업동향, 2014, KOTRA

79) 아랍에미리트 의료기기 시장 진출정보 KHIDI Brief, 2014, 한국보건산업진흥원

80) Dubai Healthcare City (www.dhcc.ae) FAQ 참조

이 같은 정부의 노력에도 불구하고 자국 내에서 충분한 의료서비스를 공급받지 못하는 UAE 국민들은 해외 의료 관광을 하나의 보편적인 문화로 인식하며, 매년 13만 명 이상이 치료를 위해 해외로 의료관광을 떠나고 있다.⁸¹⁾ 의료관광목적지로는 과거에는 독일, 미국, 영국 등 유럽과 북미지역이 대다수를 이루었으나, 최근에는 한국, 태국, 싱가포르 등 아시아 지역이 부상하고 있다. UAE 정부에서도 자국 내 의료기술로 치료가 어려운 환자들 및 군인에 대해 정부 간 환자송출 협약 등을 통해 해외 치료를 받을 수 있도록 국비 지원을 하고 있다. 아부다비의 경우 아부 다비보건청 환자송출센터(International Patient Center, IPC)에서 국내에서 치료가 어려운 환자에 대한 심사 및 해외 병원 선정 업무를 수행하고 있다.⁸²⁾

방한 의료관광 활성화 전략

UAE는 양국 비자협정 체결로 일반 관광객은 최대 30일, 의료관광비자(C-3-3) 발급시에는 최대 90일간 한국 내 체류가 가능하다. 또한 2011년 UAE 보건부, 아부다비 보건청, 두바이 보건청 등과 함께 환자 송출, 의료인 교류 등을 위한 국가간 MOU를 체결하여 한국을 찾는 UAE 의료관광객이 급속도로 증가하고 있다. 현재 아부다비 보건청과 서울대병원 등 국내 10여 개 병원이 계약을 체결하여 환자를 송출하고 있으며, 2013년 4월 한국보건산업진흥원과 UAE군의 MOU 체결로 군병원 환자들도 국내 의료기관에서 치료 받고 있다.⁸³⁾ 2015년 방한 의료 관광객은 2,946명으로 전년도에 비해 11.9% 증가하였으며, MOU전인 2011년에 비해서는 18배가 증가하였다. 총 진료수입 역시 2014년 405억 원에서 2015년 443억 원으로 증가하였으며, 1인당 평균진료비는 1,503만 원으로 의료관광객 전체 1인당 평균진료비인 225만 원을 상회한다.

UAE 방한 의료관광객 추이

구분	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년
방한의료관광객 (명)	54	158	342	1,151	2,633	2,946
국비 송출환자 (명)	-	1	89	351	806	639

* 출처 : 2015년 외국인환자 유치실적 조사, 2016, 한국보건산업진흥원

양국 간 MOU를 통해 두바이 경제자유구역인 DHCC 및 아부다비 보건청에서 한국 의료인의 의료면허를 인정 받게 되었으며, 우리들병원, 서울대병원 등이 잇달아 현지에 진출하면서 수준 높은 의료기술, 안전하고 위생적인 병원환경, 친절한 서비스로 인정받으며 한국 의료에 대한 긍정적인 인식을 확산시키는데 기여하고 있다.

81) Trade Brief, "의료관광 거대시장 중동을 잡아라!", 2015, 한국무역협회 국제무역연구원

82) 아부다비보건청 환자송출센터 웹사이트, www.haad.ae

83) "한-UAE 보건의료협력 강화로 성과 지속 창출", 2015.3.9, 보건복지부 정책브리핑

한국관광공사는 의료관광 온라인 플랫폼의 이랍어 사이트를 오픈하여 중동지역 마케팅 기회로 활용하고 있으며, 한국 의료관광설명회 개최, 의료관광 관계자 팸투어 등을 통하여 한국 의료관광의 우수성을 알리고 있다. 2015년에는 UAE에서 열린 의료관광전시회(IMTEC)에 참가하고 7개 의료·여성지에 한국 의료관광 광고를 게재하였으며, 중동지역에서 매일 3천만 명이 시청하는 Rotana TV 방송 관계자를 한국으로 초청하여 특집 프로그램을 제작, 방송하는 등 현지의 잠재적 의료관광객을 대상으로 한국 의료관광 노출 기회를 마련하였다.

UAE 한국 의료관광대전



추천 의료관광 상품과 목적지

UAE의 방한 의료관광객은 의료관광 상품보다는 정부에서 지정해준 병원으로 가거나 보험사와 계약이 체결되어 있는 병원의 리스트에서 선택하는 것이 일반적이며 일부는 개인이 병원을 직접 선택하기도 한다.

- 주요 여행지 : 서울, 제주 등
- 선호 활동 및 소재 : 남이섬, 에버랜드, 한국민속촌 등

현지 의료관광 특성

(9) 필리핀

필리핀은 약 1억 767만 명의 인구를 보유한 세계 12위, 동남아시아 2위의 인구대국이다. 그러나 의료산업의 전반적인 수준은 매우 열악한 편으로 약 7천여 개의 섬으로 이루어진 국토 특성과 맞물려 주요 도심 지역과 기타 지역 간 의료서비스 접근성 및 시설 수준의 격차가 매우 크다.

필리핀의 의료시설은 1차(Primary), 2차(Secondary), 3차(Tertiary)의 총 3단계로 이뤄진다. 1차 시설은 경미한 수술 등의 서비스를 담당하며, 비전문인에 의한 기초 수준의 서비스가 이뤄지기도 한다. 2차 시설은 1차 시설의 서비스 영역에 더해 산부인과 진료 등을 담당하며 3차 시설은 보다 특화된 분야의 수술 등 전문 서비스를 제공한다. 가용 병상은 인구 1만 명당 10개 수준이며, 의사 비율은 인구 1천 명당 1.15명 수준에 그치고 있다. 그나마도 대부분이 도심 지역에 집중되어 있어 지방과의 격차는 더욱 심각하다. 필리핀의 의료산업은 크게 공공 부문과 민간 부문으로 구분할 수 있다. 공공 부문의 의료기관 및 시설은 주로 필리핀 보건부(Department of Health) 및 각 지방정부에 의해 운영되거나 규제를 받으며, 공익 목적의 무상 의료서비스를 제공한다. 초기 단계 보건 의료 시설 약 2,252개 중 721개가 공공 병원이며 대부분 지방정부에서 관리하고 있다. 그 중 72개는 필리핀 보건부(DOH) 지정병원으로 다양한 관리를 요하는 특정질병 환자를 담당하고 있다. 반면 상급 전문 병원으로 갈수록 민간 시설 비율이 높으며 이는 공공 부문과의 서비스 수준 및 이용 가격 격차의 한 원인으로 작용하고 있다. 세계 보건기구(WHO) 통계에 따르면 필리핀 전체병원의 60%를 차지하는 약 1,800여 개의 병원이 민간 병원이다.

의료보험의 경우, 정부 운영 의료보험인 Phil Health가 대표적이다. Phil Health 의료보험은 1995년 최초로 도입되어 2010년 이후 보편적 수준의 보장범위를 제공하고 있으며 특히 저소득층의 의료보험 가입 증대에 주력하고 있다. 2010년 국가의료보험법(National Health Insurance Act) 개정을 통해 60세 이상 비고용, 무소득층 대상 의료보험 보장액을 전액 정부에서 부담하고 있으며, 2013년 개정 이후 모든 필리핀 시민이 의무적으로 가입하도록 하였다.

필리핀은 열악한 자국민 의료서비스 수준에도 불구하고 의료관광산업 분야만은 빠르게 성장하고 있다. 2014년 8월 Forbes지 발표에 따르면 의료관광 분야(시술 및 치료 규모 기준) 상위 14개국 중 6위를 차지했다. 현재 필리핀은 태국, 말레이시아 등 의료관광 분야 주요 경쟁국들과의 격차를 줄이기 위해 의료 및 보건 서비스의 질적 제고에 많은 노력을 기울이고 있다. 필리핀 의료산업의 강점은 숙련되고 외국어(주로 영어)가 가능한 의료 인력이 풍부하다는 점, 정부의 적극적인 의료산업 육성 및 서비스 개선 정책을 들 수 있다. 필리핀 정부는 정부 주도하에 공공부문과 민간 부문의 파트너십 구축 프로그램(Public-Private Partnership Program)을 추진하고 있다. 이 프로그램은 민간 부문에서 병원을 설립하고 최장 25년 동안 병원을 운영한 후 이를 정부(필리핀 보건부)에 양도하면 정부는 인수한 병원의 시설 개선 및 공공 의료서비스 제공을 담당한다는 것이 핵심이다. 필리핀 정부는 이 프로그램을 통해 민간 부문의 의료서비스 분야 투자를 적극 유치함으로써 필리핀의 의료

시설 저변 확대는 물론 의료관광 산업의 중장기적 발전을 목표로 하고 있다. 정부의 적극적 노력으로 대형 기업체의 의료 서비스 분야 투자가 활발해지고 있다는 점은 향후 필리핀 의료산업 발전의 긍정적 기회요인이다. 반면 국내 일자리 부족으로 인한 숙련된 의료 인력의 해외 유출, 상대적으로 열악한 IT 인프라, 각 지역별로 천차만별인 의료서비스 가격 및 불투명성 등이 주된 장애요인이다.

방한 의료관광 활성화 전략

2015년 방한 필리핀 의료관광객은 2,410명으로 의료관광 송출국 중 11위이며, 이 중 건강검진이 7.1%, 입원환자가 8.0%로 외래환자가 주를 이룬다. 지역별로는 대구, 부산, 대전 등 지역 의료기관을 찾은 비율도 상대적으로 높다.

한국관광공사에서 실시한 2015 의료관광 만족도 조사 결과⁸⁴⁾에 따르면 필리핀 의료관광객은 다른 목적으로 방한하여 의료서비스를 이용하게 된 경우가 가장 많았으며, 평균 18일을 체류하였다. 의료서비스 항목에서는 건강검진센터를 이용한 비중이 가장 높았고, 가격수준, 접근성을 이유로 한국 의료서비스를 선택한 비중이 높은 것이 특징적이다. 한국 의료관광 선택을 위한 주된 정보습득 경로는 친구, 친지, 동료 등 주변사람 의견이었으며, 병원서비스도 직접 예약한 비중이 높게 나타났다. 한국 방문 시 경험한 의료서비스의 전반적 만족도는 5점 만점 중 평균 4.48점으로 높은 편이며, 속성 조사에서도 적절한 가격에 대한 만족도가 높았다. 재방문 의향과 타인 추천 의향 역시 평균을 상회한다. 반면 외국인환자 전용 병실이나 병원 시설에 대한 불만족을 가장 큰 불만사항으로 꼽았다. 응답자 중 한국관광을 체험한 비율은 매우 낮았으며, 향후 의료관광시 관심 있는 관광상품 테마로는 역사 유적지 방문이 타 응답국가에 비하여 단연 높게 나타났다.

한국 의료서비스 선택 이유 (중복응답)

단위: 명, %

구분	사례수	의료진의 우수한 의료 기술 (특정 진료과목 유명)	의료 기관 신뢰도	최첨단 의료 장비 및 시설	외국인 환자 대상 인적 서비스 인프라	적절한 가격 수준	지리적 접근성	의사 소통 편의성	관광 관련 상품 다양성	진료 / 퇴원 후 서비스 (After Care Service)	보험사 연계 가능성
전체	(1,547)	68.9	56.0	40.1	31.7	16.8	15.6	11.8	5.4	4.8	4.1
필리핀	(28)	32.1	17.9	10.7	28.6	17.9	21.4	7.1	0.0	3.6	3.6

* 출처 : 2015 의료관광 만족도 조사, 2016, 한국관광공사

84) 2015 의료관광 만족도 조사, 2016, 한국관광공사

한국 의료서비스 관련 정보 습득 채널 이용 비율 (중복 응답) 단위: 명, %

구분	사례수	친구, 친지, 동료 등 주변 사람 의견	인터넷 검색	여행사, 의료서비스 에이전시 등 여행 업체	방송 매체의 광고 나 뉴스	잡지, 신문 등 인쇄 매체의 광고나 기사	기타	모름 / 무응답
전체	(1,547)	77.1	47.1	39.7	24.5	14.0	4.1	3.4
필리핀	(28)	85.7	39.3	14.3	10.7	17.9	0.0	7.1

* 출처: 2015 의료관광 만족도 조사, 2016, 한국관광공사

한국 의료서비스 이용 시 관심 관광상품 테마 응답비율 (중복응답) 단위: 명, %

구분	사례수	쇼핑	자연 및 풍경 감상	역사 유적지 방문	전통 문화 체험	시티 투어	힐링 센터 / 템플스테이 등 휴양 / 휴식	테마파크 방문
전체	(1,547)	43.2	28.0	24.0	21.3	18.3	10.6	7.3
필리핀	(28)	21.4	17.9	46.4	25.0	10.7	0.0	3.6

* 출처: 2015 의료관광 만족도 조사, 2016, 한국관광공사

필리핀의 열악한 의료 인프라 수준을 고려할 때 한국은 의료관광목적지로 충분한 경쟁력과 이점을 지니고 있다. 특히 인천-마닐라 직항편 이용 시 4시간 미만의 접근성, 한국의 우수한 의료 서비스 수준 및 인프라는 가장 큰 장점이다. 이에 더해 최근 필리핀에서 한류가 엄청난 인기를 얻음에 따라 미용 및 의료 목적으로 한국을 찾는 경우도 늘고 있다.

반면에 필리핀의 극심한 빈부격차, 까다로운 비자 심사, 의료관광목적지로서 상대적으로 낮은 한국 인지도 등은 마케팅 전략 수립 시 반드시 고려되어야 할 요소이다. 한국관광공사는 이러한 요인들을 종합적으로 고려하여 필리핀 시장의 한국 의료관광 확산을 위해 필리핀 상위 5% 이내 고소득층과 현지 의료업계 관계자들을 우선 공략해야 할 타겟 시장으로 선정하였다. 고소득층의 경우 소득원 및 신분이 확실한 계층으로 충분한 구매력을 보유했을 뿐만 아니라 방한비자 발급에도 상대적으로 유리하다. 현지 의료업계 관계자들은 한국의 선진 의료기술 및 인프라 벤치마킹, 한국-필리핀간 의료인력·기술 교류 확대를 위한 매개체 역할을 할 수 있다.

한국관광공사는 이러한 마케팅 전략에 근거하여 필리핀 시장 내 한국 의료관광 인지도 제고를 위해 한국 의료 서비스의 높은 수준과 최첨단 인프라, 연계 관광코스 등 다양한 정보를 제공하고, 고소득층을 대상으로 하는 고품격 상품 개발 및 판매확산을 이끌어 내기 위한 마케팅 활동을 추진하고 있다. 2013년 에는 현지 고소득층인 마닐라 폴로 클럽회원을 대상으로 하는 한국 의료관광 설명회인 'Beauty&Wellness in Korea'를 개최하였다. 또한 한국계 인기 연예인인 그레이스 리(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 의료 관광을 알리는데 일조하였다. 2015년에는 필리핀 현지 최대 국제관광박람회인 Travel Tour Expo(TTE)에 참가하여 한국 의료관광 종합홍보관을 운영하였고, 현지 소비자 및 업계 관계자를 대상으로 한국 의료관광 설명회를 개최하였다. 또한 현지 의료업계 및 여행업계 관계자 대상 2015 K-Beauty 세미나를 개최하여 한국 의료관광 현황과 의료관광 상품을 소개하였다.

추천 의료관광 상품과 목적지

필리핀인들의 주된 방한동기 및 방한 시 주요 활동은 테마파크 및 주요 관광지 방문, 음식, 쇼핑 등이다. 의료 서비스 이용과 함께 상기 목적을 위해 서울 및 경기 지역을 중심으로 하는 일정의 방한상품이 유리하다. 실제로 이러한 니즈에 근거하여 그 동안 필리핀에 출시되었던 주요 의료관광 상품은 서울을 중심으로 에버랜드, 뽀띠 프랑스, 스킨 애니버서리 등 경기 지역 관광지로 구성되어 왔다.

최근 필리핀 내 해외여행 트렌드는 기존 가족 단위 패키지여행에서 저가항공을 이용한 개별여행으로 서서히 변화하는 추세다. 이에 새로운 의료관광목적지로 인천과 함께 직항편 이용이 가능한 부산이 유리할 것으로 예상된다.

- 주요 여행지: 서울, 경기, 부산 등
- 선호 활동 및 소재: 주요 관광지 방문, 음식, 쇼핑, 한류 등

제4부

의료관광 패러다임의 변화 웰니스관광



1. 새로운 성장동력 웰니스관광

- (1) 의료관광 트렌드와 발전방향
- (2) 웰니스관광의 등장
- (3) 글로벌 웰니스관광 동향

2. 국내 웰니스관광 시장

- (1) 웰니스관광으로의 전환
- (2) 웰니스관광 발전을 위한 전략 방향

3. 웰니스관광 사례 분석

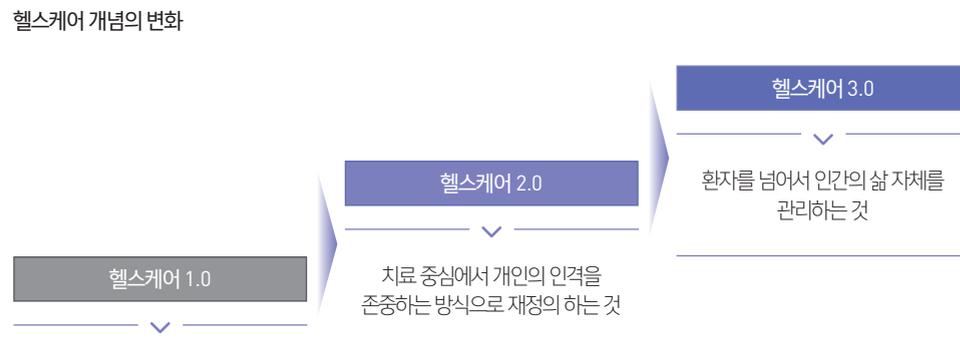
- (1) 태국 치바솜 헬스 리조트
- (2) 싱가포르 리조트 월드 센토사
- (3) 필리핀 더 팜앳 산베니토
- (4) 인도 스와스와라
- (5) 제주 WE 호텔
- (6) 흥천 힐리언스 선마을



1. 새로운 성장동력 웰니스관광

(1) 의료관광 트렌드와 발전방향

예방의학으로의 패러다임 변화



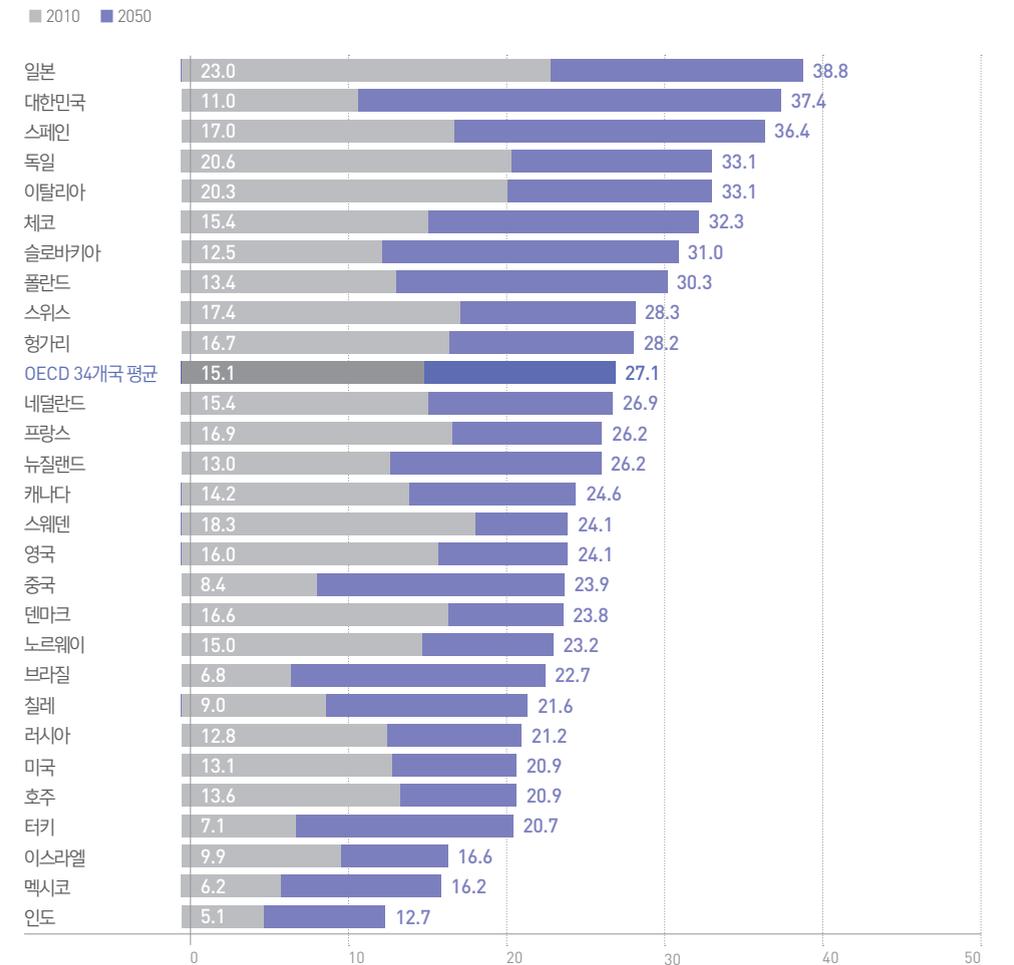
* 출처 : 헬스케어 3.0 : '건강수명'시대의 도래, 2011, 삼성경제연구소

헬스케어 3.0으로 대변되는 의료서비스의 범위, 대상 및 방식의 변화는 기대수명 증가로 삶의 질에 대한 관심이 증가하면서 건강패러다임이 변화한 것에 기인한다. 현대 사회의 기대수명은 경제성장에 따른 국민소득과 생활 수준의 향상, 보건위생의 개선, 의학의 발달, 교육 여건 향상에 따른 의식 개선 등으로 급속하게 증가하고 있다. 1970년 70.1세이던 OECD 국가의 평균 기대수명은 2013년 80.5세로 증가하였고, 만 65세 이상 고령인구는 2010년에 이미 15%를 넘어서고 있다. 2050년 OECD 국가의 고령인구비율은 평균 27.1%로 고령인구 비율이 20%를 넘는 초고령사회가 될 것으로 전망되고 있으며, 초고령사회로의 진입 소요기간도 점점 단축되고 있다.⁸⁵⁾

85) 글로벌 헬스케어 융복합 비즈니스 모델 개발 연구, 2015, 한국보건산업진흥원

2050년 고령(만 65세 이상)인구율 예상

단위 : %



* 출처 : OECD Historical Population Data and Projections Database, 2015, OECD

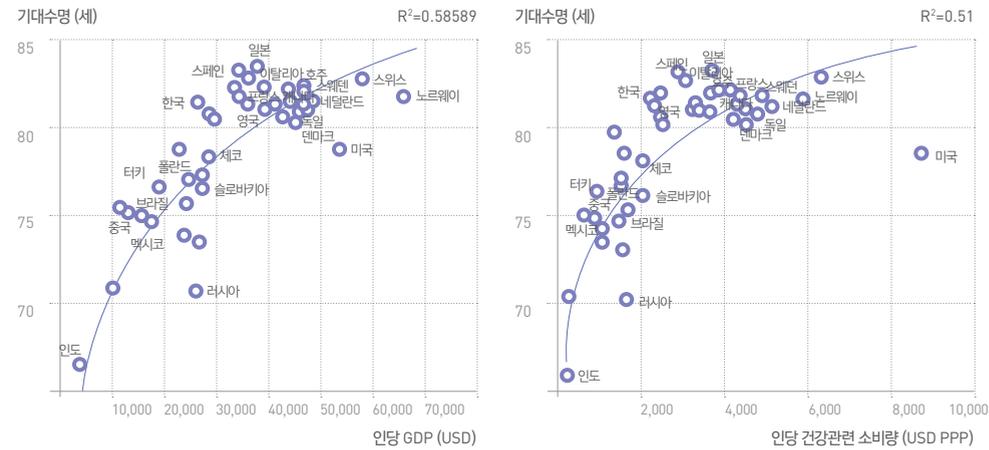
국가별 고령인구 증가 추이

	고령인구 비율 도달연도			증가 소요 연수	
	7%	14%	20% (초고령사회)	7 → 14%	14 → 20%
일본	1970	1994	2006	24	12
프랑스	1864	1979	2018	115	39
독일	1932	1972	2009	40	37
이탈리아	1927	1988	2006	61	18
미국	1942	2015	2036	73	21
한국	2000	2018	2026	18	8

* 출처 : 통계청, 2006.11

고령화가 진행되면서 비만, 우울증, 공황장애 등 정신적 질환과 만성질환이 늘고 있으며, 건강에 관한 기준도 오래 사는 것에서 삶의 질을 높여 건강하게 사는 것으로 바뀌었다. 이에 따라 GDP 대비 의료비 지출부담이 커지고 있으며, 소득 수준이 높아질수록 양질의 의료서비스를 선호하는 등 소득수준과 의료비 지출 사이의 강한 상관관계로 건강관련 시장의 규모 역시 지속적으로 성장할 것으로 예상된다. 실제로 소득수준이 높은 국가일수록 기대수명이 높은 편이며, 기대수명이 높은 국가는 건강에 관한 지출도 높게 나타나고 있다. 건강에 관한 지출은 지속적으로 증가하여 2070년에는 OECD가입국의 GDP 대비 평균 건강관련 소비량이 30%에 이를 것으로 전망⁸⁶⁾되며, 건강관련 시장 규모는 2012년 3조 5천억 달러에서 2020년 6조 9천억 달러로 성장할 것으로 전망된다.

소득수준(GDP), 건강관련 소비수준과 기대수명

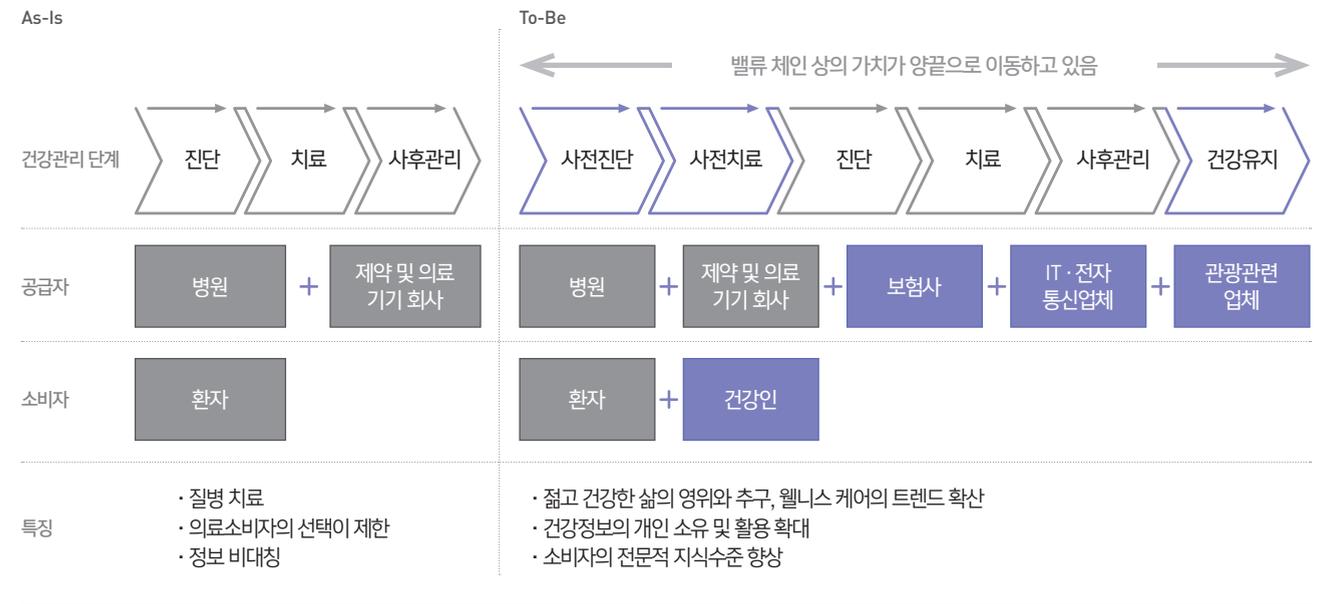


* 출처 : OECD Health Statistics 2015, dx.doi.org/10.1787/health-data-en.

이에 의료산업도 의료기관의 질병치료에서 예측, 예방, 맞춤, 참여의 4P⁸⁷⁾를 강조하는 패러다임으로 변화하면서 사전진단, 건강유지 등 인간의 삶 자체에 대한 관리로 옮겨지고 있다. 의료서비스에 대한 인식 역시 공급자 위주의 사후적 치료중심 서비스에서 예방적 건강관리에 중점을 둔 수요자 중심의 능동적 서비스로 변화하고 있다. 이해관계자도 병원과 환자 중심에서 보험사, IT, 통신업체, 건강관련 업체, 환자, 건강을 추구하는 사람 등으로 범위가 확대되고 있다.

86) 글로벌 헬스케어 융복합 비즈니스 모델 개발 연구, 2015, 한국보건산업진흥원
87) 4P : 리로이 후드 (Leroy Hood) 등이 2000년대 중반에 처음 소개한 것으로 예측 의료 (Predictive Medicine), 예방 의료 (Preventive Medicine)와 맞춤 의료 (Personalized Medicine), 참여 의료 (Participatory Medicine)를 일컫는다. 질병을 미리 예측하고 사전에 예방하며, 개별 환자에 특화된 맞춤형 치료를 제공하고, 그 과정에서 환자의 역할이 커지는 것을 의미한다.

의료 패러다임의 변화



* 출처 : 대원제약 중장기 경영전략보고서, Deloitte Consulting, 2014

건강관리를 예방-사전진단-치료-사후관리 단계로 나뉘면 의료 패러다임이 예방의학으로 발전하면서 예방과 사전진단 영역에서 10% 이상의 가파른 성장이 예상된다. 의료서비스 측면에서도 마사지, 스파, 명상, 식단관리 등 현대인들이 겪고 있는 만성질환이나 생활습관병을 관리하는 프로그램을 개발하는 사례가 늘고 있다.

건강관련 주요 영역별 성장 전망



* 출처 : 한국 의료관광 산업 생태계 현황분석 및 의료관광 활성화 중장기 전략, 2016, 한국관광공사

예방 및 관리서비스 확산

구분	서비스 사례
마사지	태국은 전통 민간생활 건강법인 타이마사지를 종합병원, 리조트에서 예방적 건강관리 프로그램 또는 통증 치료법으로 포지셔닝하여 외국인 관광객을 위한 패키지 상품으로 판매 및 운영 중
스파	건강검진과 함께 메디컬 스파를 제공하는 패키지 상품을 개발하여 리조트를 중심으로 제공하고 있으며, 일본의 경우와 같이 전통 문화와 결합하거나, 현대적인 수치료 형태로 제공
명상 / 스트레스 관리	현대인의 질병 가운데 가장 큰 원인으로 작용하는 스트레스를 관리하기 위해 자연환경 등과 결합한 7일 이상의 장기 체류 프로그램 개발
식단관리 / 디톡스	리조트를 중심으로 체크인 시작 시점에 상담 등을 통해 전체 식단을 구성한 뒤 전담 관리사가 음식 종류 및 양을 조절하고, 체내 독소를 제거하기 위한 식이요법 실시

대체의학에 대한 관심 증가

서양의학의 한계에 대한 인식과 자연주의 사조의 유행, 양방 의료비의 상승 등으로 인해 동양의학에 대한 관심이 증가하면서 관련 시장이 확대되고 있다. 한의학, 중의학과 같은 천연물을 이용한 보완/대체의학은 천연물을 가공 시킨 약재를 사용하기 때문에 화학적인 가공을 통한 양약보다 인체에 미치는 부작용이 상대적으로 적어 삶의 질을 고려하는 트렌드에 맞춰 새롭게 주목받고 있다.

WHO에서도 보완대체의학이 각종 질병에 효과가 있음을 인정하였으며, 이에 대한 사용을 장려하는 전통의학 종합전략을 수립하였다. 각국의 전통의학에 대한 관심 고조로 세계 전통의학시장 관련 시장 규모는 지속적인 증가 추세를 보이고 있다. 미국의 시장조사 전문 업체인 'Global Industry Analysts, Inc.(이하 GIA)'의 2012년 보고서에 따르면, 세계 보완대체의학 시장은 2011년 898억 6천만 달러에서 2015년 1,141억 8천만 달러로 성장할 것으로 예측된다.⁸⁸⁾

주요국 보완대체의학 시장 추이

단위 : 십억 달러

구분	2010	2011	2012	2013	2014	2015
미국	44,858.33	47,343.48	50,169.89	53,355.68	56,887.83	60,778.96
유럽	7,142.12	7,435.67	7,791.10	7,190.00	8,629.79	9,109.62
아시아 - 태평양	19,999.98	20,850.05	21,823.37	22,957.64	24,218.18	25,616.20
기타	13,388.22	14,233.02	15,173.82	16,228.40	17,393.60	18,675.51
총액	85,388.65	89,862.22	94,958.18	100,731.72	107,129.40	114,180.29

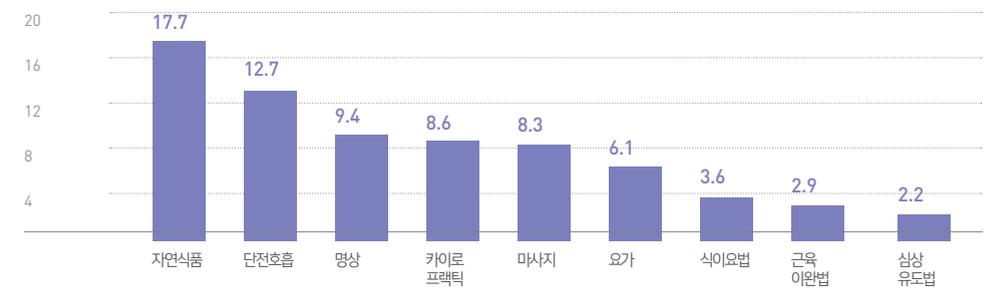
* 출처 : GIA, Inc(2012), Alternative Medicine

88) 글로벌 헬스케어 융복합 비즈니스 모델 개발 연구, 2015, 보건산업진흥원

미국에서는 연방정부의 적극적 지원으로 전통의학에 관련된 투자가 현저한 증가세를 보이고 있으며, 일부 요법들이 보험금 지급 대상에 포함되기도 하였다. 미국보완대체의학센터(NCCAM)를 통하여 관련 연구가 활발히 진행 중이며, NCCAM에서는 보완/대체의학(Complementary/Alternative Medicine ; CAM)을 대체의학(Alternative Medical Systems), 생물기반 치료(Biologically Based Therapies), 심신 상호작용(Mind Body Intervention), 수기 및 신체 기반 시술(Manipulative and Body Based Method), 에너지 치료(Energy Therapy) 등의 5가지 대분류로 나누고 있다. 한방은 이 중 대체의학에 포함될 수 있다.

미국 내 주요 보완/대체의학 종류 및 비중

단위 : %



* 출처 : 한방의료 환자유치 및 해외진출 활성화 방안, 2014, 한국보건산업진흥원

미국보완대체의학센터(NCCAM) 보완/대체의학 분류

보완/대체의학의 주요 영역	각 영역의 예
대체의학 (Alternative Medical Systems)	동양의학 (Oriental Medicine) 동종요법 (Homeopathy) 아유르베다 (Ayurveda)
생물기반 치료 (Biologically Based Therapies)	식물요법 (Phytotherapy) 영양요법 (Nutrition) 분자교정의학 (Orthomolecular Medicine)
심신 상호작용 (Mind Body Intervention)	상상요법 (Guided Imaginary) 바이오피드백 (Biofeedback) 미술치료 (Art Therapy) 음악치료 (Music Therapy)
수기 및 신체 기반 시술 (Manipulative and Body Based Method)	카이로프랙틱 (Chiropractic) 인대강화요법 (Prolotherapy) 정골 요법 (Osteopathy)
에너지 치료 (Energy Therapy)	자기장요법 (Magnetic Field Therapy) 기공 (Qi Therapy) 레이키 (Reiki)

* 출처 : 한방산업 육성을 위한 실태조사 연구 보고서, 2014, 한국보건산업진흥원

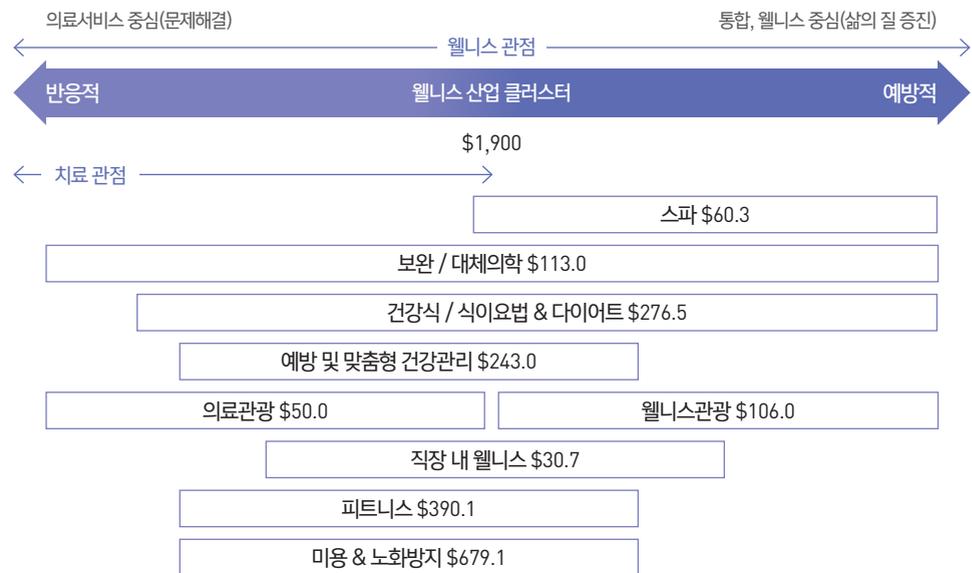
(2) 웰니스관광의 등장

웰니스의 개념

웰니스(Wellness)란 건강한 생활의 모든 영역을 포괄하는 광의적인 개념이다. 즉, 웰니스의 3요소인 운동, 영양, 휴양을 통합하여 건강을 추구하는 것을 의미하며, 이때 건강이란 WHO의 정의⁸⁹⁾에 따라 '단순히 질병이 없거나 허약하지 않다는 것에 그치지 않고 신체적, 정신적, 사회적으로 온전한 상태'를 의미한다.

웰니스는 1961년 미국 던(Dunn)의 저서 'High Level Wellness'에서 최초로 사용된 개념으로, 개개인이 최적의 건강을 향하여 성공적으로 도달할 수 있도록 생활양식의 변화를 위해 능동적으로 노력하는 과정, 혹은 최적의 건강을 위해 바람직한 생활양식의 변화를 추구하는 것을 의미한다. 국내에서는 2012년 지식경제부에서는 '웰니스란 육체적, 정신적, 감성적, 사회적, 지적영역에서의 최적의 상태를 추구하는 것으로, 쾌적하고 안전한 공간과 건강하고 활기찬 활동을 위한 인간의 상태와 행위, 노력을 포괄하는 개념'으로 정의한 바 있다. 웰니스는 연구 목적과 적용방향에 따라 'Well-being + Happiness' 또는 'Well-being + Fitness'등의 합성어 개념으로 이해되는데,⁹⁰⁾ 지금까지 추구해온 '웰빙'이 주로 육체적인 건강에 초점이 맞춰져 어느 정도의 스트레스와 희생을 감수해야 했다면, 신개념인 '웰니스'는 육체적 건강과 함께 정신적 건강을 추구하는 경향이 강하다.

웰니스 산업 클러스터 단위: 십억 달러



*출처: Spas and The Global Wellness Market, 2010, Global Spa Summit

89) Health is a state of complete physical, mental and social well-being and not merely the absence of disease or infirmity. (World Health Organization, 1948)

90) 웰니스산업, 2013, 김기홍, 서병로, 강한승 공저, 대왕사

웰니스관광 시장의 규모와 특성

웰니스 산업은 크게 9가지 시장으로 나뉘볼 수 있으며, 그 규모는 2010년에 이미 1조 9천억 달러에 달하고 있다. 웰니스 산업에 포함되는 시장은 스파, 보완/대체의학, 건강식 및 식이요법, 다이어트, 예방 및 맞춤형 건강관리, 의료관광, 웰니스관광, 직장 내 웰니스, 피트니스, 미용과 노화방지 등이다.

웰니스 산업 영역 중 웰니스관광은 과음, 과식, 여행 스트레스 등 여행이 오히려 개인의 일상에 악영향을 미치는 것에 대한 반대의 개념으로, 개인의 웰빙을 개선 또는 유지하기 위해 선택하는 관광이다.

웰니스관광 개념

건강하지 못한 여행 (Unwell Travel)	웰니스관광 (Wellness Travel)
과식	건강한 삶
여행 스트레스	휴식
과음	의미추구
낮은 수면 질	충실한 체험
기존 운동습관 붕괴	질병의 예방과 관리

*출처: The Global Wellness Tourism Economy 2013&2014, 2015, SRI International

'Wellness Tourism 2020 보고서에 의하면 웰니스관광은 빠르게 성장하고 있으며, 적어도 5~10년 후 까지 성장세가 계속될 것이라고 예측되고 있다.⁹¹⁾ SRI International의 보고서⁹²⁾에 따르면, 2013년 전세계적인 웰니스 관광의 규모는 4,386억 달러(약 446조 6,500억 원)로 전체 관광산업(3.2조 달러)의 14%에 해당하는 규모이다. 구체적으로는 스파, 헬스 리조트 등 숙박이 934억 달러로 가장 크고, 교통이나 통신 등 여행기반산업의 규모가 그 뒤를 잇는다. 또한 건강식, 유기농 등 음식에 관련된 시장이 719억 달러, 운동복이나 영양제 등의 쇼핑 시장이 648억 달러, 스파, 피트니스, 의료서비스 등 활동이 614억 달러 규모이다.

91) 의료관광산업분류체계 설정 및 경제적 파급효과 분석, 2015, 한국관광공사

92) The Global Wellness Tourism Economy 2013&2014, 2015, SRI International

웰니스관광 시장 규모

단위 : 십억 달러

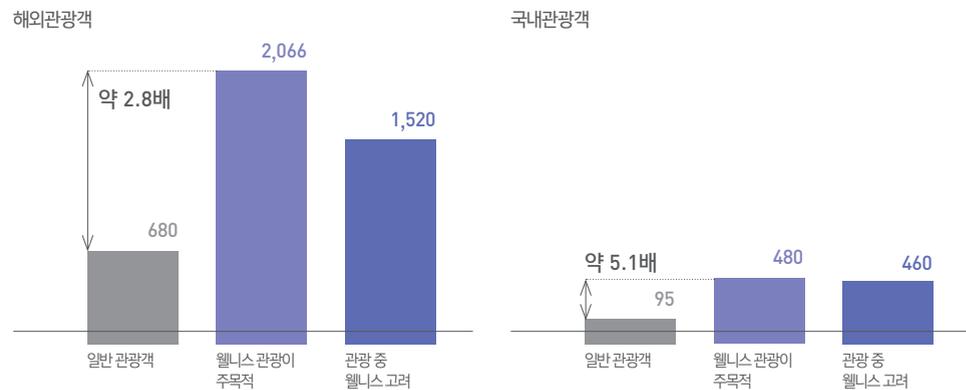


*각 카테고리의 사례는 이해를 돕기 위해 사용된 예시임
*출처 : The Global Wellness Tourism Economy, 2014, Global Wellness Institute

웰니스관광은 특히 고부가가치를 창출하는 산업으로 알려져 있다. GWI의 2015년 보고서에 따르면, 웰니스관광을 주목적으로 방문한 해외 관광객은 일반 관광객 대비 약 2.8배 더 많은 2,066달러를 지출하며, 일반관광으로 방문하여 웰니스 서비스를 경험한 관광객 또한 일반 관광객보다 많은 1,520달러를 지출하는 것으로 알려져 있다. 또한 웰니스관광으로 인하여 1억 1,700만 개의 직접적 일자리 창출효과와 1.3조 달러(2012년 전 세계 GDP의 1.8%) 규모의 직간접적 경제적 파급효과가 나타나는 것으로도 분석된다. 웰니스관광은 연평균 9%가 넘는 지속적인 성장세를 이어가며 2017년에는 경제적 파급효과가 6,785억 달러에 달할 것으로 예상된다.

일반관광 대비 웰니스관광의 부가가치

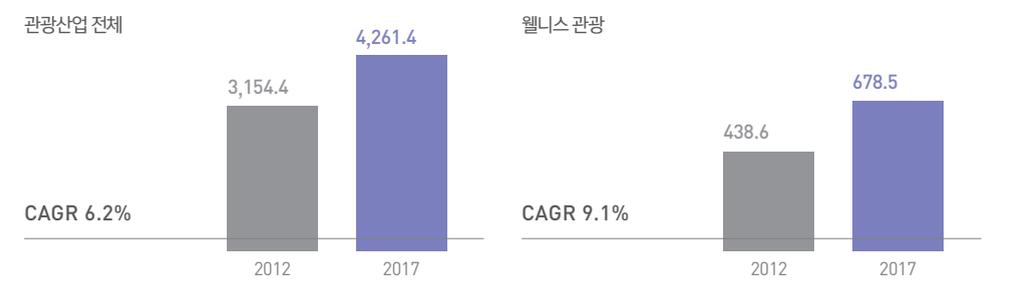
단위 : 십억 달러



* 출처 : The Global Wellness Tourism Economy 2013&2014, Global Wellness Institute 2015

웰니스관광의 성장잠재력

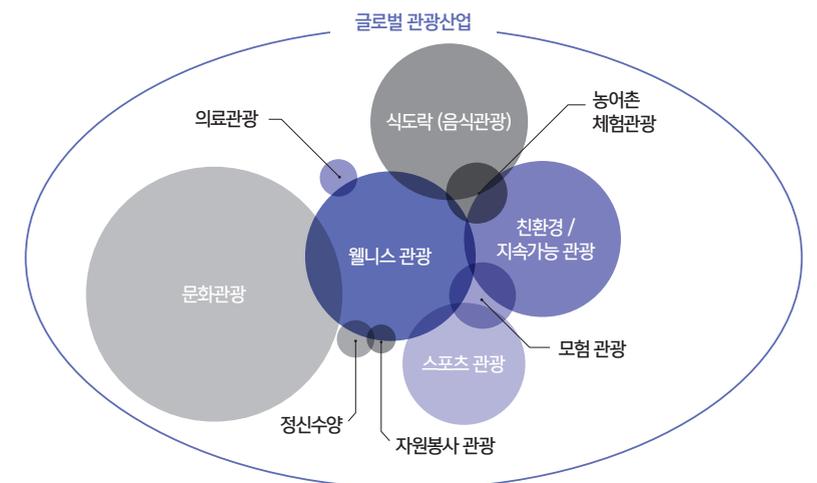
단위 : 십억 달러



* 출처 : The Global Wellness Tourism Economy 2013&2014, 2015, SRI International

웰니스관광이 각광받는 또 다른 이유는 다른 사업과의 다양한 융복합이 가능하며 특히 문화관광산업과의 융합은 큰 부가가치를 창출할 수 있기 때문이다.⁹³⁾ 웰니스관광은 사전에 미리 질병을 예방하고 건강을 향상·유지하는데 초점을 두기 때문에, 웰니스관광으로 적용가능한 범위는 보양, 의료, 미용 등 건강증진 관광, 자연 휴양자원을 이용한 친환경 관광, 전통음식 시식·조리를 포함한 음식관광, 문화관광, 농어촌 체험관광 등을 포함할 수 있다. 개인에게 전문적인 기술력과 진료를 제공하는 전문 호텔에 숙박하면서 물리적 피트니스, 미용관리 및 건강영양, 다이어트 및 긴장완화, 휴식 및 지적 활동, 교육으로 구성된 포괄적인 서비스 패키지를 제공하는 것도 포함된다.⁹⁴⁾

웰니스관광의 융복합 적용범위



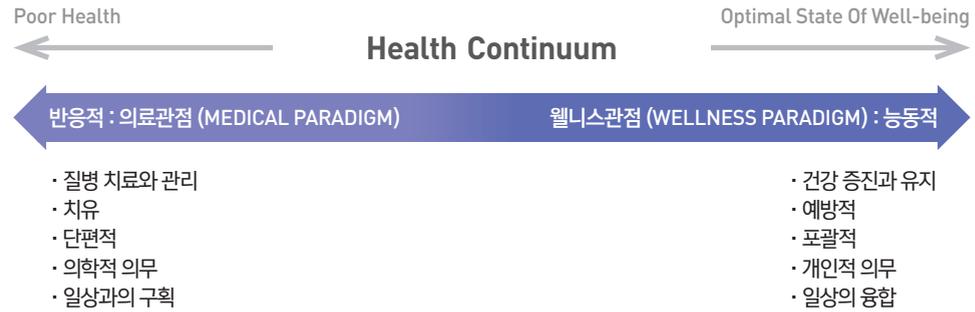
* 출처 : The Global Wellness Tourism Economy 2013&2014, 2015, Global Wellness Institute

93) 글로벌 웰스케어 융복합 비즈니스 모델 개발 연구, 2015, 보건산업진흥원
94) Wellness Tourism : Market Analysis of a Special Health Tourism Segment and Implications for The Hotel Industry, 2001, Muller&Lanz Kaufmann

의료관광과 웰니스관광의 차이

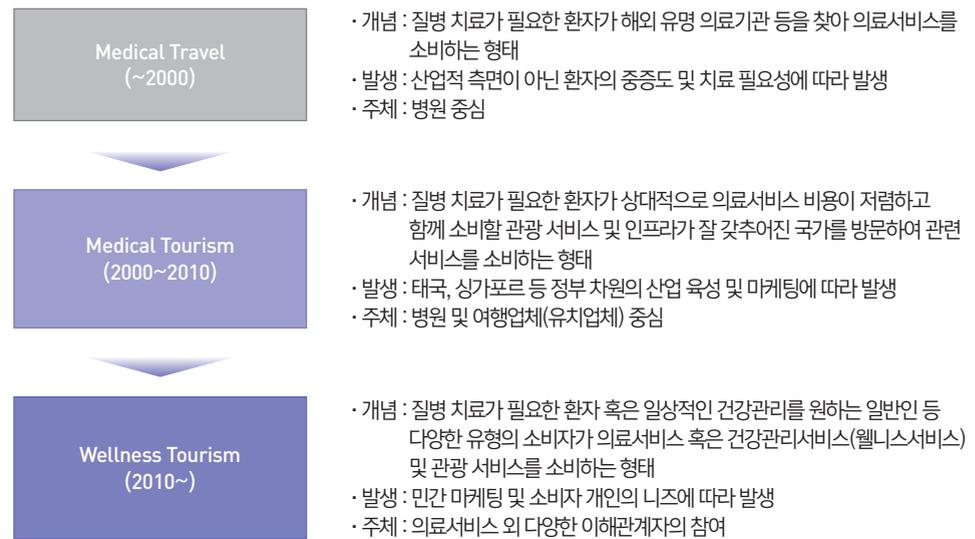
의료관광과 웰니스관광의 차이는 기존 의료관광이 일상과 단절되어 질병의 치료와 관리를 중심으로 의학적 의무가 발생하는 영역임에 비해 웰니스관광은 건강 증진과 유지를 목적으로 예방적 활동을 하며, 생활방식의 변화로 일상으로 돌아가서도 지속적으로 영향을 미치는 등 개인의 의무를 강조한다는 점이다.⁹⁵⁾

의료관광과 웰니스관광의 개념 비교



환자가 해외에서 치료를 받는 Medical Travel에서 시작된 의료관광은 의료와 관광이 결합된 Medical Tourism을 거쳐 포괄적인 건강 서비스를 소비하는 웰니스관광(Wellness Tourism)으로 그 영역이 확대되고 있다.

의료관광에서 웰니스관광으로의 변화



* 출처 : 한국의료관광 산업 생태계 현황분석 및 의료관광 활성화 중장기 전략, 2016, 한국관광공사

95) The Global Wellness Tourism Economy 2013&2014, 2015, SRI International

주요 웰니스관광 상품

웰니스관광은 관광을 통해 건강증진과 삶의 질 향상을 추구하는 관광의 새로운 트렌드로 이해된다. 웰니스관광과 관계있는 용어로는 건강(Health), 스파(Spa), 서비스(Service), 돌봄(Care), 목적지(Destination), 휴식(Relaxation), 관리(Treatment) 등을 들 수 있다.⁹⁶⁾ 또한 웰니스관광의 대표적인 상품으로는 스파, 기치료, 대체의학, 영양관리 및 디톡스, 뷰티케어(미용관광) 등이 있다.

1) 스파⁹⁷⁾

스파는 가장 잘 알려진 웰니스관광의 대표적인 형태이다. 국제스파협회(International Spa Association, ISPA)에서는 스파를 '다양한 전문서비스를 제공하여 몸, 마음 그리고 정신을 맑게 하는 전반적 웰빙 상태를 제고하는 장소'로 정의하고 있으며, 스파에서 휴식, 성찰, 재생, 환희 등을 경험할 수 있다고 하였다.

스파의 기대효과

기대효과	예시
휴식	스트레스 관리
성찰	명상
재생	에너지와 원기회복
환희	행복과 여흥

오늘날 '스파'라는 용어는 서비스와 요법에 따라 광범위하게 사용되고 있지만 공통적으로 건강과 웰빙증진을 목표로 한다. 북미는 광범위한 맥락의 건강에 근간을 두는 반면 유럽에서는 자연치유 자원 특히 치유의 물에 중점을 두고 있다. 유럽의 스파와 건강리조트는 환자로 호칭되는 방문객에게 육체적 치유서비스를 제공하는 의료지향적 건강센터 중심이다. 현재 사용되는 스파의 개념이 미국에서 정립되었기 때문에 가장 포괄적인 분류는 북미지역의 접근방식을 표방하는 ISPA에서 확정한 것을 사용한다.

- ① 클럽 스파 (Club Spa) : 피트니스 서비스 이외에 몇 가지 부수적인 서비스를 제공하는 시설
- ② 데이 스파 (Day Spa) : 마용, 피트니스, 웰니스 프로그램 등을 숙박 없이 제공하는 시설
- ③ 스파 호텔 (Spa Hotel) : 호텔숙박 시설을 갖추고 신체적, 영적, 정신적 균형을 맞춰주는 포괄적 프로그램을 제공하는 시설
- ④ 전인적 스파 (Holistic Spa) : 대체의학과 다이어트 관련 프로그램을 제공하는 시설
- ⑤ 메디컬 스파 (Medical Spa) : 스파 이외에 전통적이고 보완적인 치료방법, 예방치료 등을 제공하는 시설
- ⑥ 목욕 (Bath) : 광천수, 해수 등을 이용한 시설

96) 체류형 의료관광 클러스터 모델 개발 연구, 2014, 문화체육관광부

97) 웰니스관광론, 2013, 정구정, 이방식 역, 한울출판사

- ⑦ 리조트 스파 (Resort Spa) : 외진 곳에 위치한 자연셋팅에서 다양한 웰니스 프로그램을 제공하는 리조트 시설
- ⑧ 스포츠 스파 (Sport Spa) : 스파 서비스와 특별한 스포츠 프로그램을 제공하는 시설
- ⑨ 구조화된 스파 (Structured Spa) : 특별한 목적(예 : 체중감량)을 달성하기 위해서 엄격한 규칙에 준해 운영되는 시설

2) 기치료 (홀리스틱 관광)

방문객에게 몸, 마음, 정신의 균형을 도모하는 다양한 활동과 치유를 제공하는 활동을 의미한다. 기치료를 제공하는 리조트나 전문 휴양소에서는 체류기간 동안 대체요법과 치유서비스를 받으며 몸, 마음, 정신을 건강하게 하는 그룹형 프로그램을 구성하는 것이 일반적이다. 프로그램은 요가와 식이요법, 그룹활동, 춤, 그림 등의 자기 표현활동, 라이프코칭 등의 심리적 소통 등 다수의 영역을 병행하며 시너지를 창출한다.

3) 전통의학, 대체의학

아시아를 중심으로 각국의 전통적 치료법을 활용한 차별화 전략이 웰니스 관광시장을 주도하고 있다. 인도의 전통치료요법인 आयुर्वेद(아유르베다)은 5천년의 역사를 가진 세계에서 가장 오래된 의학으로 주로 유럽과 중동지역 관광객들이 이용한다. आयुर्वेद(아유르베다) 치료법은 사람의 육체적 특징, 대사기능, 감정상태, 생활습관에 따른 트리도샤(Tridosha)를 바람, 열기, 냉기의 3기질로 나누어 세가지 기질이 균형을 맞추는데 중점을 둔다. आयुर्वेद(아유르베다)은 요가, 명상훈련 통해 생활태도와 습관을 고치도록 유도하며, 개인의 체질에 기초한 전통약초에서 추출한 오일로 마사지를 하며 전체적 순환을 도모하기도 한다.⁹⁸⁾

요가는 신체에 초점을 맞춘 운동 프로그램보다는 몸, 마음과 영혼의 균형을 추구하는 보다 포괄적인 것으로 인식되고 있다. 서양인들에게 요가는 일상적인 피트니스가 아니라 자신의 지식과 타인 그리고 우리를 둘러싸고 있는 세계와의 조화를 이끌어 낼 수 있는 정신적 수련으로 이해하는 경우가 많다. 요가에는 다양한 형식이 있는데 아사나(Asana) 중심의 하타(Hatha) 요가, 호흡과 명상, 아슈탕가(Ashtanga) 요가, 라자(Raja) 요가⁹⁹⁾ 등이 대표적이며, 필라테스, 춤 등 다른 형식의 운동과 융합되거나 혼합되기도 한다.

중국의 한의학은¹⁰⁰⁾ 수 천년의 역사를 가지고 있는 전통의학이다. 한의학은 치료를 위해 한약, 침술, 뜸 등을 이용하는데 이런 치료법들은 음양의 이론에 기초해 있다. 침술은 몸 안의 막힌 기를 뚫어주는 방법인데 근육통, 중독 등의 증상치료를 위해 신체의 특정 부위에 자극을 주어 건강을 회복토록 돕는다. 한약은 각 질병에 따라 다양한 약초가 혼합되어 만들어진다.

98) आयुर्वेद(아유르베다), '세계 의료관광의 핵', 2009.3.4, 뉴스퀀

99) 아사나 요가 : 3단계의 몸동작 중심 / 하타 요가: 양과 음을 대변하는 음양요가 / 아슈탕가 요가: 8단계로 구분된 동적인 형식의 요가 / 라자 : 신체운동적인 자세는 없지만 호흡과 시각화 명상법을 중시하는 명상 형식의 요가

100) 웰니스 관광상품 개발 매뉴얼, 2015, 연세대학교 의료복지연구소

한국의 한의학은 전통적인 토착의학과 중국에서 전래된 중의학이 통합되어 고유의 의학으로 발전하였다. 2009년 의학적으로는 세계 최초로 동의보감이 세계 기록유산에 등재되면서 한의학의 독자성, 체계성, 철학을 세계적으로 인정받은 바 있다. 한국의 한방 의료관광은 한방의술에 근거한 환자 치료와 함께 비만관리, 피부관리, 맞춤 한방차 등의 웰니스 관련 의료관광 상품으로도 개발되고 있다.

4) 영양관리 및 디톡스

최근 '건강한 영양'에 대한 주제는 많은 국가에서 공공교육의 과제로 다루어져 왔으며, 식이조절, 건강식사, 해독에 대한 내용은 책이나 잡지, TV 등에서 쉽게 접할 수 있다. 미국식 체중감량 캠프가 일반화되고 방향 중에 비만학생을 체중감량캠프에 보내어 피트니스 프로그램에 참여하는 것도 보편화되었다. 체중감량과 함께 자주 언급되는 디톡스(Detox)의 원래 역할은 알코올이나 약물을 치료하는 것이었으나, 최근에는 음식, 허브나 기타의 방식을 사용하여 환경과 음식으로 인하여 중독된 몸을 해독하고 우리 몸을 건강상태로 되돌리는 의미로 사용된다. 디톡스 식이요법은 인간의 몸속에 독소가 증가하여 발생하는 소화불량, 구취, 피로, 거친 피부, 근육통과 같은 건강문제를 개선, 해결하고 에너지를 보강하며 집중력 강화, 명쾌함 등 전반적인 웰니스 수준을 향상시킨다.

대다수의 리조트나 치유소에서는 디톡스나 생식과 유기농 식사, 체중관리 혹은 단순히 건강한 식습관을 배우려는 방문객들을 위한 영양프로그램을 제안하고 있다. 일부 클리닉의 경우에는 소화관련 건강 프로그램을 전문적으로 제공하기도 한다. 중유럽과 동유럽은 전통적으로 건강에 미치는 영향은 고려하지 않고 고열량, 고지방 음식을 제공했으나, 스파와 웰니스 호텔에서는 채식 식단, 글루텐 프리, 저칼로리 등의 표시와 영양성분을 밝힌 메뉴를 제공하는 등 방문객들에게 보다 건강한 음식을 제공하는데 신경을 쓰고 있다.

5) 뷰티 케어 (미용관광)

뷰티는 감각, 특히 시각을 매개로 얻어지는 기쁨과 쾌락의 근원적 체험을 주는 아름다움으로 정의되며, 웰빙지향, 감성소비 등 새로운 소비트렌드와 결합하면서 급속히 성장하고 있다. 글로벌 시장에서도 뷰티산업을 성장 가능성과 고용잠재력이 높은 신성장 산업으로 인식하고 있으며 중국, 영국, 일본, 태국, 인도 등에서는 정부차원에서 뷰티 인프라 융합을 통한 뷰티관광 모형 개발을 추진하고 있다.

한류열풍으로 한국의 미에 대한 세계적인 관심이 고조되면서 한국의 K-뷰티 의료(성형, 피부), 관광(한류 체험), 패션 및 쇼핑 등과 연계되어 새로운 수요를 창출하고 다양한 시너지 효과를 내고 있다. 정부는 2009년 제18차 국가 경쟁력강화위원회에서 뷰티산업을 인체를 건강하고 아름답게 관리하기 위해 서비스 등을 제공하는 산업으로 정의하고 그 범위를 헤어미용, 피부미용, 네일아트, 메이크업 등 서비스업과 그와 관련된 미용기기 용품 등 제조업을 포괄하는 산업으로 정의한 바 있다.

K-뷰티관광 콘텐츠¹⁰¹⁾로는 의료서비스를 받은 외국인환자를 위한 사후관리와 일반관광객을 대상으로 하는 한국형 뷰티콘텐츠가 있다. 사후관리는 기존 의료관광 프로그램에 K-뷰티 서비스 프로그램을 추가하여 제공하는 상품으로 성형수술, 지방흡입수술 등 의료서비스를 목적으로 하는 수술 후 회복기간을 단축시키고 수술효과를 증진시키기 위해 스파, 매뉴얼테크닉 등의 뷰티프로그램을 제공한다. 일반관광객을 대상으로 하는 경우는 한국의 문화체험, 유적지 방문 등 일반 관광이 목적인 관광객을 대상으로 피부관리, 두피 및 모발관리 등 K-뷰티서비스 프로그램을 추가하여 제공할 수 있다. K-뷰티에 대한 선호도가 커지면서 한류열풍이 불고 있는 중국, 베트남 등 주변국의 뷰티종사자가 교육이나 세미나 등을 목적으로 방한하여 K-뷰티를 체험하는 프로그램의 구성도 가능하다.

6) 레저 스파 (레크레이션)

워터파크, 테마형 온천 등 레저 스파는 진정한 의미의 건강관광은 아닐 수 있으나 가족 전체를 대상으로 재미와 서비스를 제공하고 있다. 레저 스파의 세분화는 슬라이드, 베이비풀 등 어린이들을 위한 놀이시설과 어른들을 위한 정적인 공간과 사우나 공간, 치유 공간 등이 있다.

대부분의 스파에서 아이들을 동반한 가족을 환영하고 있지 않는 것이 현실이다. 실제 어린이들은 시설을 제대로 이용할 수 없으므로 가족이 고가의 스파 호텔의 사용료를 지불하는 것도 부담스럽다. 그러나 레저 스파 시설들은 지역에서 온 레저고객뿐만 아니라 스파이용을 원하는 관광객을 구분 없이 수용한다. 예를 들어 오스트리아의 H2O는 어린이 중심의 호텔과 스파 시설을 갖추고 있으며, 어린이들을 수용하지 않는 3곳의 의료 웰니스 관광지와 인접하고 있어 경쟁력을 확보하고 있다. 또한 독일 베를린 근처의 트로피컬 섬은 태국과 인도네시아 건축과 열대 지방의 풀, 열대림, 해변 등으로 리조트를 꾸미고 제플린 비행선의 지붕과 같은 공간을 마련하는 등 차별화된 매력을 연출하도록 건설하였다. 의료서비스를 제외하고는 가족 모두에게 무엇인가를 제공할 수 있다는 점에서 레저 스파는 웰니스의 슈퍼마켓과 같다.

101) 뷰티산업 토탈 정보 조사 분석 및 제공, 2013, 한국보건산업진흥원

(3) 글로벌 웰니스관광 동향

북미, 유럽지역

웰니스관광은 미국, 독일, 일본, 프랑스, 오스트리아 등 상위 5개 국가가 전체 시장의 63%를 차지하고 있으며, 상위 20개 국 중 절반 이상이 유럽지역에 몰려있다. 가장 큰 웰니스관광 시장인 미국은 아리조나, 캘리포니아, 콜로라도 등의 서부지역과 뉴욕, 코네티컷 등 동부지역, 플로리다를 중심으로 하는 남부지역 등에 스파가 발달해 있다.

유럽은 수 세기동안 지역적으로 발달해온 자연 스파(Natural Spa)와 천혜의 자연환경을 자랑하는 웰니스 리조트(Wellness Resort)로 유럽 국민 뿐 아니라 북미를 비롯한 세계 각국의 관광객을 유치해왔다. Global Wellness Tourism Congress(GWTC)의 조사에 따르면, 유럽은 매년 세계 웰니스 시장의 40%이상을 차지 하며, 웰니스관광을 목적으로 유럽을 방문한 관광객은 평균 5억 2,400만 명(2012년~2013년)으로 나타났다. 스위스, 독일, 체코, 헝가리 등이 주요 웰니스관광 목적지로 주목받고 있으며, 2017년까지 매년 7.3%의 성장률을 나타낼 것으로 예측되고 있다.¹⁰²⁾

북미, 유럽지역 웰니스관광

구분	관광객 수		시장규모 지출액 (백만 달러)	경제적 파급효과	
	전체 웰니스 관광객 (천 명)	해외유입 관광객 (천 명)		일자리 창출 (직접, 개)	경제적 효과 (직접, 백만 달러)
미국	141,368.4	7,103.2	167,139.9	2,122,651	513,761.3
독일	49,254.9	5,623.4	42,198.8	559,038	117,107.1
일본	34,414.8	1,171.1	28,565.7	313,583	89,444.1
프랑스	27,255.7	6,900.3	24,079.5	287,172	61,249.7
오스트리아	11,289.1	5,675.0	14,033.7	160,503	38,802.4

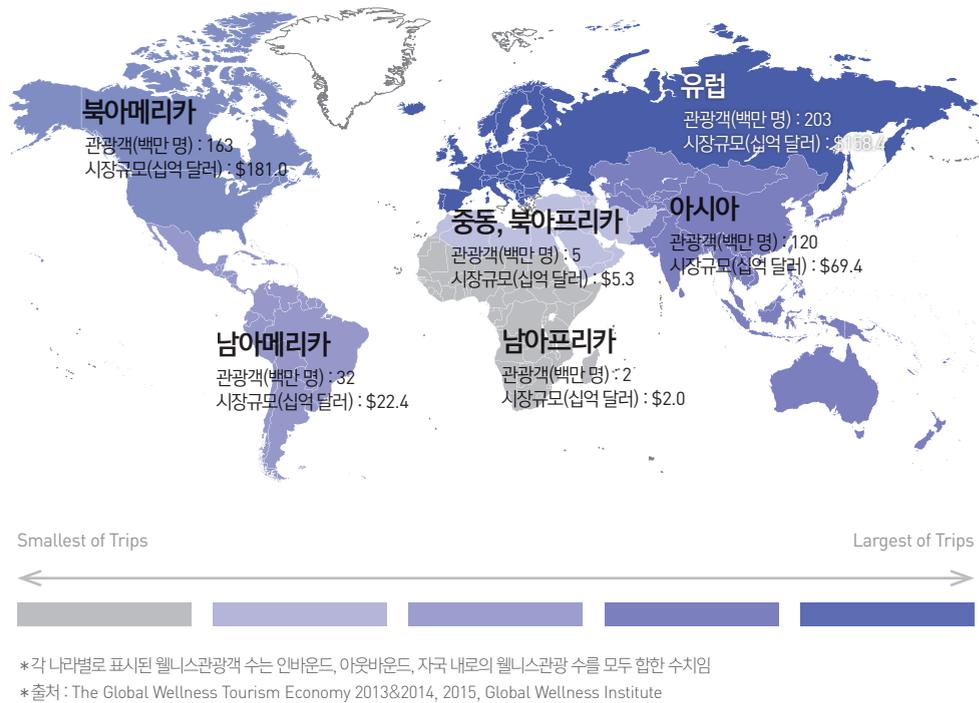
*웰니스 관광객 수는 인바운드, 아웃바운드, 자국 내로의 웰니스 관광 수를 모두 합한 수치이며, 웰니스를 고려하는 모든 관광객을 포함함
*출처 : The Global Wellness Tourism Economy 2013&2014, 2015, Global Wellness Institute

최근 주요 웰니스관광 상품은 스파와 해수요법이며 지난 5년간 연평균 7.3%의 성장률을 보였다. 유럽의 웰니스 관광객들은 유럽 내 관광객, 북미, 중동과 아시아의 부유층 들이며, 국제관광객보다는 자국 내 관광객이 많다. 반대로 유럽인들이 국제 웰니스관광 시장의 주요 고객이 되기도 한다. 유럽의 웰니스관광은 다른 지역에 비해 다양한 서비스와 다양한 가격대의 상품을 보유하고 있으며 최근에는 4~5성급 호텔들이 스파나 웰니스 서비스를 제공하는 것이 보편화되고 있다. 대표적 웰니스관광국인 독일에는 동종요법(Homeopathy)이라는 보완 대체

102) The Global Wellness Tourism Economy 2013&2014, 2015, Global Wellness Institute

의학이 있다. 이는 Samuel Hajnemann이란 의사에 의해 개발되었는데, 특정 증상을 유발하는 물질은 비슷한 증상을 가진 환자를 치유할 수 있다는 유사성 법칙에 기초한다. 즉, 환자의 증상과 비슷한 상태를 인위적으로 만들어 특정 증상을 제거하는 대체요법이다. 동종요법을 위해 사용되는 물질은 식물, 광물, 동물의 분비물 등인데 이것을 환자에게 투여하여 자연치유력을 자극하는 방법이다.

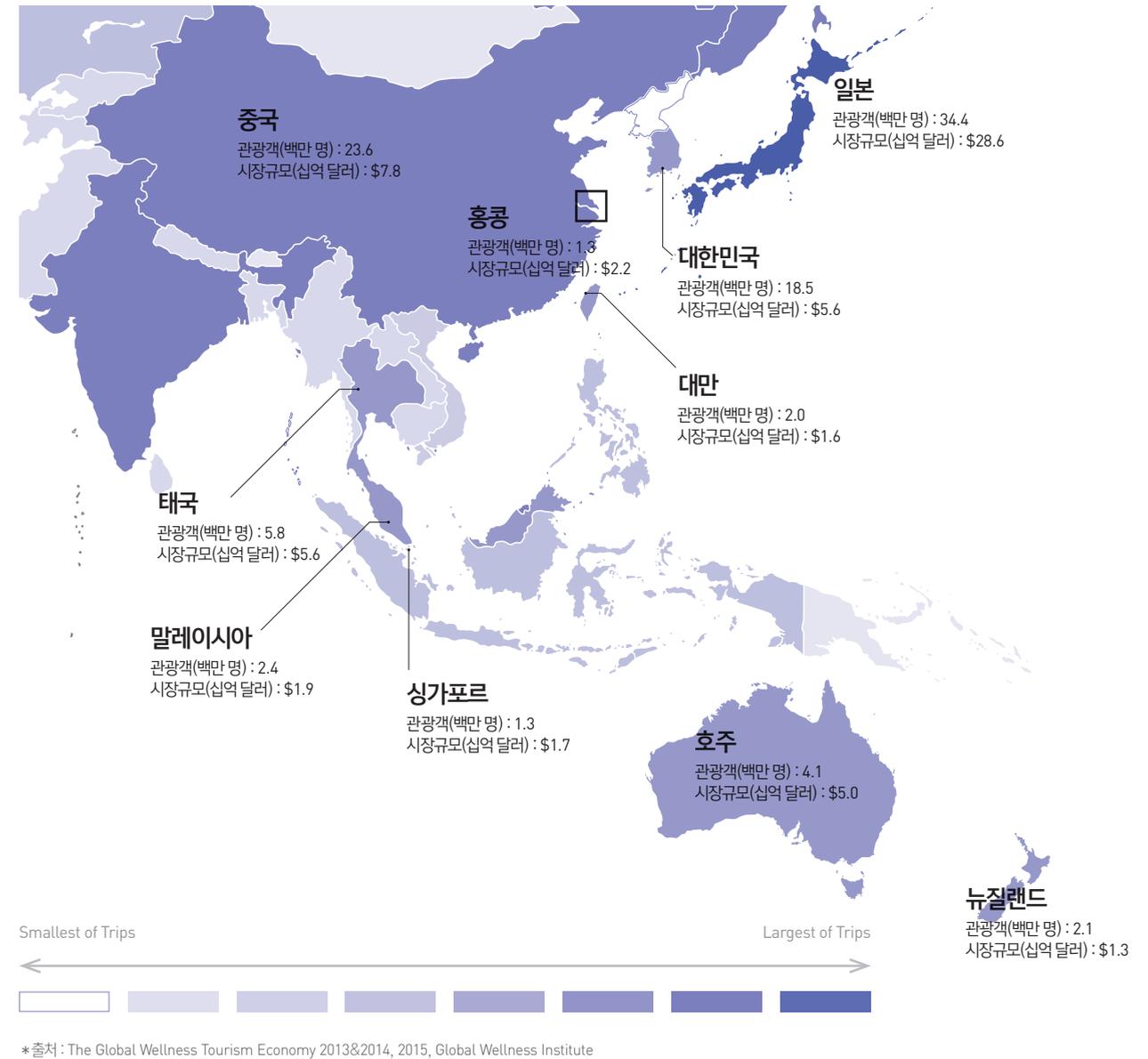
주요 웰니스관광국 및 관광시장 규모 (2012)



아시아지역

아시아 지역은 2012년을 기준으로 북미와 유럽에 이어 3번째로 큰 웰니스 시장을 형성하고 있다. 최근 5년간 연평균 13.4%로 급성장하고 있는 시장으로 인바운드, 아웃바운드, 자국 내로의 웰니스관광 수를 모두 합한 웰니스 관광객 수는 1억 2천만 명, 시장규모는 694억 달러의 규모이다. 웰니스관광으로 인해 약 5,600만 개의 일자리가 창출되었으며 2,138억 달러의 경제적 파급효과가 생긴다고 분석되었다. 아시아 지역은 중국의 한의학 치료법, 태국의 마사지, 일본의 온천, 인도의 요가와 आयुर्वेद(아유르베다) 등 국가별로 특화된 웰니스관광 상품을 발전시키고 있다.

아시아지역 주요 웰니스관광국 및 규모 (2012)



2. 국내 웰니스관광 시장¹⁰³⁾

(1) 웰니스관광으로의 전환

한국 의료관광 산업의 한계

그간 한국 의료관광 산업은 우수한 의료진 및 의료기술에 힘입어 빠른 속도로 성장해왔다. 한국의 의료서비스는 우수한 의료장비와 시설, 체계화된 의료동선 및 시스템을 갖추고 있으며, 여타 지역의 의료서비스에 대한 가격 경쟁력도 인정받고 있다. 또한 정을 기반으로 한 친근한 문화와 한류로 우호적인 이미지 구축에도 성공적이다. 최근에는 지역별로 특화된 의료서비스와 한방을 중심으로 하는 진료분야 확대로 국제적 경쟁력을 더욱 드높이고 있다.

그러나 현재 국내 의료관광 육성 제도나 지원 정책이 주로 협의의 의료관광객인 외국인환자 유치 위주로 추진되고 있어 유관 산업의 동반성장 시너지를 통한 고부가가치 달성이라는 본연의 목적 달성에 한계를 드러내고 있다. 성공적인 의료관광 시장의 육성을 위해서는 의료관광을 의료서비스 중심에서 웰니스 서비스 영역으로 확대하고 유관 산업과의 융복합을 통해 고부가가치를 창출하는 시너지효과를 이끌어내야 할 것이다.

웰니스관광 수용도

질병의 치료를 목적으로 하는 기존의 의료서비스에서 삶의 질 관리를 추구하는 웰니스 서비스로의 전환 과도기를 겪고 있는 국내 의료관광 시장의 웰니스관광에 대한 인식과 대응현황을 파악하기 위하여 웰니스관광 수용도에 관한 조사를 실시하였다. 조사는 의료기관, 에이전시, 유관산업종사자 등의 서비스 제공 주체를 대상으로 하는 심층인터뷰와 외국인환자, 보호자 및 웰니스 서비스를 이용한 광의의 의료관광객 등 서비스 소비 주체를 대상으로 하는 면대면 설문조사로 진행되었다. 조사에서 사용된 '웰니스관광'은 의료관광의 서비스범위가 확대된 개념으로 웰니스 서비스는 운동, 영양, 휴양, 미용 등과 관련된 모든 서비스를 의미한다. 이번 조사에서 적용된 웰니스 서비스는 의료서비스 외에 찜질방, 스파나 마사지, 피부 관리, 건강식이나 맞춤식단, 템플스테이, 온천을 비롯한 워터 트리트먼트, 비만관리, 두피와 모발관리 그리고 그 외 건강/미용/휴식과 관련된 서비스이다.

1) 의료기관

양, 한방 의사를 대상으로 심층인터뷰 형식으로 진행된 수용도 조사 및 분석 결과 의료기관은 서비스 제공 주체 중 가장 보수적이고 신중한 입장을 보였다. 일반 환자는 웰니스에 대한 수요가 있을 것으로 보이나 중증 질환

환자가 많은 상급 종합 병원의 경우에는 수술 후 사후 관리가 중요하므로 웰니스 서비스 이용에 한계가 있으며, 의료기관이나 의료진의 추천에 따른 책임소재의 문제도 염두에 두어야 한다는 입장이다.

2) 에이전시

에이전시의 경우 의료관광객은 스파, 마사지, 피부 관리 뿐 아니라 건강식(슬로우 푸드, 로컬 푸드 등)에 대한 수요가 있어 웰니스 서비스의 도입에는 긍정적인 반응이나 반대로 의료서비스에 비해 웰니스 서비스의 전문성이 낮은 현재 수준에서 웰니스 서비스를 의료관광 상품에 추가하면 저가 관광 상품으로 전락할 우려도 존재한다는 입장이다.

3) 연관 산업

직접적으로 웰니스 서비스 수요를 체감하고 있는 호텔 등 연관 산업에서는 적극적인 수용 의사를 밝히고 있다. 실제로 투숙객이나 의료관광객의 간병을 위해 입국한 동반자가 호텔 측에 웰니스 서비스에 대한 정보를 요구하는 사례도 있다고 한다. 의료관광과 호텔 내 스파 등과의 연계 발전 가능성을 기대할 수 있으며, 웰니스 서비스는 의료 서비스에 비해 상대적으로 가볍게 선택할 수 있어 향후 본격적인 의료서비스로의 접근을 용이하게 하는 측면도 기대할 수 있을 것이라고 밝힌 바 있다.

의료관광 공급자의 웰니스관광 수용도



* 출처 : 한국의료관광 산업 생태계 현황분석 및 의료관광 활성화 중장기 전략, 2016, 한국관광공사

4) 외국인환자와 보호자, 광의의 의료관광객

잠재적 웰니스관광 소비자인 방한 외국인환자와 간병 등을 위해 동반한 보호자, 직접 웰니스 서비스를 이용해 본 광의의 의료관광객을 대상으로 국내 웰니스관광 시장에 대한 수용도를 조사한 결과, 의료관광목적으로 한국을 인지하게 된 경로는 주변 추천과 인터넷 검색이 가장 많았다. 한국을 선택한 이유로는 의료진의 우수한 의료기술이 가장 높고 그 뒤로 의료기관 신뢰도와 최첨단 의료장비 및 시설을 꼽았다.

103) 의료관광 산업 생태계 현황분석 및 의료관광 활성화 중장기 전략, 2016, 한국관광공사

환자와 보호자가 원하는 추가 정보 및 프로그램 (중복응답) 단위: %

구분	퇴원 / 치료 후 추가적으로 받을 수 있는 건강 프로그램	주변 웰니스 서비스정보 (건강, 미용, 휴양 등)	타 지역 웰니스 서비스 정보 (건강, 미용, 휴양 등)	주변 관광 정보	동반 가족을 위한 프로그램	타 지역 관광 정보
환자 (n=2,152)	68.4	58.3	47.4	45.3	26.2	17.4
보호자 (n=511)	78.5	59.7	45.8	43.4	31.3	15.9

향후 한국에서 이용하고 싶은 웰니스 서비스 (중복응답) 단위: %

구분	피부관리	비만관리	스파 / 마사지	두피관리	건강식	한방 테라피	찜질방	온천 / 워터 트리트먼트	스트레스 관리	템플스테이
환자 (n=2,152)	52.9	31.1	29.7	22.7	21.7	16.1	15.8	15.8	11.7	8.7
보호자 (n=511)	43.1	24.9	38.0	26.6	19.0	14.9	16.6	18.2	10.6	9.6
광의의 의료객 (n=503)	37.0	16.9	23.3	17.9	18.5	13.3	25.0	12.7	7.0	14.3

광의의 의료관광객 만족도 (5점 만점) 단위: 명, %

구분	사례수	전반적 만족도	프로그램 전문성	참여 가능 프로그램 다양성	시설 환경 및 장비	서비스 친절성	외국인 대상 서비스(식단, 전담 직원 등)	프로그램 / 서비스 이용 비용	접근성	자국에서의 관련 정보 수집 용이성	
전체	(503)	4.15	4.03	3.95	4.00	4.08	4.01	4.02	3.99	3.96	
체험 웰니스 서비스	찜질방	(114)	4.13	4.11	3.96	3.99	4.00	3.98	4.05	3.92	4.00
	스파/마사지	(95)	4.04	3.83	3.84	3.86	3.95	3.87	3.95	3.89	3.79
	피부관리	(94)	4.17	4.00	3.96	4.09	4.17	4.13	3.97	4.05	3.95
	건강식/맞춤식단 제공	(83)	4.08	4.00	3.88	3.90	4.02	3.91	4.01	3.87	3.94
	템플스테이	(29)	4.68	4.50	4.39	4.59	4.64	4.39	4.25	4.32	4.46
	온천/워터 트리트먼트	(23)	4.22	3.83	3.91	3.96	4.09	4.09	4.09	4.17	4.17
	두피/모발 관리	(18)	4.00	4.17	3.89	3.89	4.00	3.83	3.72	3.83	3.56
비만관리	(15)	4.07	4.00	3.93	4.00	4.00	4.00	4.07	4.14	3.86	

환자와 보호자의 의료서비스 이용 불편사항 (중복응답) 단위: %

구분	통역/ 의사소통 불편	높은 비용	외국인 환자 전용 병실 부재 / 부족	귀국 후 사후 관리 (안내) 부족	의료 연계 관광상품 부족	의료기관시설 불편	동반자 참가 프로그램 부족	의료진의 불친절	의료기술/ 전문성 부족	숙박 예약/ 섭외 불편
환자 (n=2,152)	40.2	33.3	33.2	30.2	19.3	18.2	17.3	16.1	11.5	9.6
보호자 (n=439)	49.1	48.7	31.9	33.3	19.8	15.3	19.2	16.6	13.7	7.8

광의의 의료관광객의 웰니스 서비스 이용 불편사항 단위: % / n=503

구분	통역/ 의사소통 불편	연계 관광 상품 부족	프로그램 흥미성 부족	높은 비용	교통 불편	프로그램 전문성 부족	주변 관광지/ 불거리 부족	관련 정보 부족	시설 불편	직원의 불친절	예약불편
중복 응답시	25.0	17.3	16.1	14.5	12.1	11.3	10.9	10.9	10.7	10.5	3.6
1순위	17.3	3.4	6.2	8.0	6.0	7.0	5.4	4.0	6.2	7.8	1.2

의료서비스를 받은 환자와 보호자들은 퇴원이나 치료 후 추가적으로 받을 수 있는 건강관리 프로그램에 대한 정보를 원했으며, 건강, 미용, 휴양 등 주변 웰니스 서비스에 대한 정보나 타 지역 웰니스 서비스에 대한 정보를 원하는 비율도 높게 나타났다. 원하는 웰니스 서비스는 환자의 경우 피부관리, 비만관리, 스파/마사지 순으로 응답한 반면, 보호자는 피부관리 외에 스파/마사지, 두피/모발관리 등에 상대적으로 높은 관심을 나타냈다. 실제로 웰니스 서비스를 이용한 광의의 의료관광객들은 찜질방, 스파/마사지, 피부관리 등의 서비스를 이용하였으며 템플스테이, 온천/워터트리트먼트에 대해 비교적 높은 만족도를 보였다.

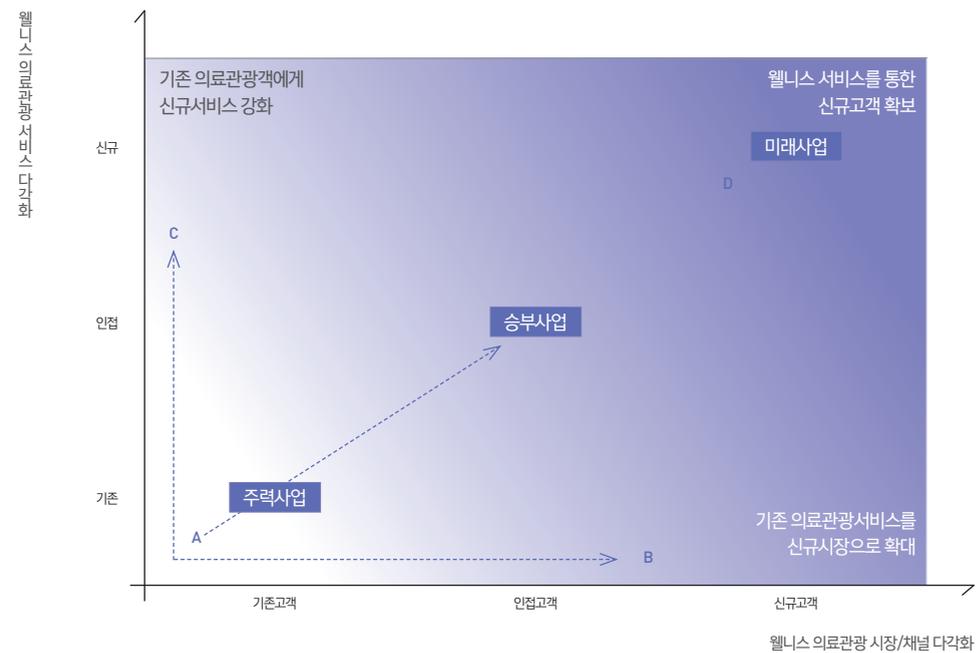
의료서비스를 이용한 외국인환자와 보호자의 불편사항은 통역을 비롯한 의사소통의 불편함이 가장 많이 지적되었으며, 높은 비용, 외국인환자 전용 병실의 부재 또는 부족, 귀국 후 관리 부족 등이 뒤를 이었다. 웰니스 서비스를 이용한 광의의 의료관광객의 경우 역시 통역을 비롯한 의사소통의 불편함이 가장 많이 지적되었으며, 연계 관광 상품 부족, 프로그램의 흥미성 부족 등을 언급하였다.

5) 웰니스 수용의 장애요인

웰니스관광에 대한 각 주체별 수용도 조사결과 웰니스 서비스 수용에 대한 장애요인으로는 의료서비스 측면에서는 웰니스 서비스의 의학적 효과 검증이 충분치 않다는 점과 의료적 관리가 필요한 환자들이 고객임을 생각할 때 웰니스 서비스 제공자의 의료적 지식 부족 등으로 인한 비의료적 서비스의 한계와 전문성 부족을 들었다. 서비스 품질 측면에서는 국내 시장에서 웰니스 서비스에 대한 전문성 인식 부족과 서비스 품질/시설에 관한 인증 및 관리방안 부재로 홍보나 상품화의 한계가 언급되었다.

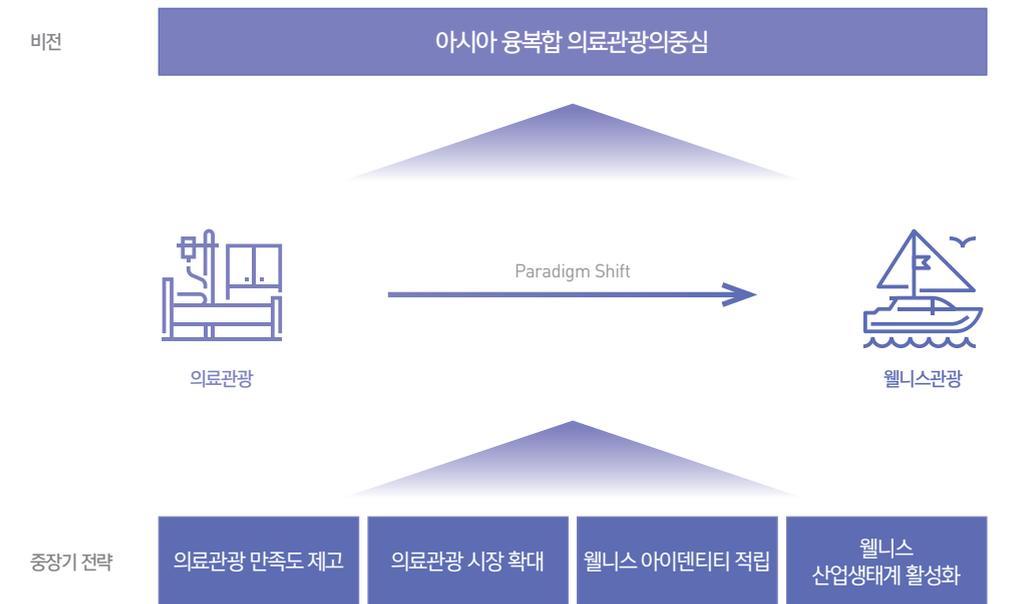
한국 의료관광의 강점을 살리면서도 다양한 이해관계자가 참여할 수 있는 웰니스 산업생태계로 성장시키기 위해서는 그에 걸맞은 한국형 의료관광 성장전략이 필요하며, 이를 위해서는 다음 그림에서와 같은 프레임워크를 고려한 성장전략을 수립해야 한다. 기존의 주력 의료관광 시장(A 영역)에서는 시장점유율을 강화하기 위해 상품 및 서비스를 개선하고 가격 경쟁력을 제고할 수 있는 다양한 방법을 모색해야 한다. 의료관광객들의 만족요인은 강화하고 불만족 요인은 세심하게 살펴서 개선할 수 있는 전략이 필요하다. 반면 한국 의료관광의 궁극적인 지향점인 미래사업 영역(D 영역)으로의 도약을 위해서는 승부사업을 통해 미래사업으로 진입하여 장기적 성장동력을 만들어가는 전략이 필요하다. 이를 위해서는 시장, 채널 다각화(B 방향)와 새로운 상품의 개발(C 방향)을 동시에 추구하여야 한다. 기존 시장에서 시장영역과 고객범위를 확대(B 방향)하기 위해서는 고객국가별 잠재 수요를 파악하고, 각 시장 특성에 맞는 접근전략을 수립하는 것이 필요하다. 한류의 영향으로 방한 상품에 대한 관심이 급증하거나 자국경제의 큰 변화로 해외여행 수요가 크게 요동치는 등 현지 상황이 급변할 수 있으므로 주요 거점국과 잠재국을 면밀히 분석하여 새로운 의료관광 수요를 발굴하고 기존 의료서비스와 매칭시켜야 한다. 의료관광 서비스를 다각화하는 전략방향(C 방향)은 신규 콘텐츠를 개발하거나 기존 상품이나 서비스에 새로운 가치를 부여하여 더 높은 부가가치를 창출하는 전략이다. 이를 위해서는 의료서비스와 연계된 웰니스 상품의 개발로 의료관광의 부가가치를 높일 수 있어야 한다. 다만 아직까지 서비스 공급 주체별로 웰니스 서비스 수용도에 대한 의견과 입장 차이가 있기 때문에 확대된 의료관광 영역으로서의 웰니스 서비스에 대한 전달가치를 정의하고 의료서비스와의 연계성을 강화할 필요가 있다.

한국 의료관광 성장전략 프레임워크



한국 의료관광의 강점을 최대화하면서도 한국이 새로운 웰니스관광 목적지로의 경쟁력을 갖추기 위해서는 다음과 같은 4가지 방향을 고려한 전략을 수립하고 사업 주체간의 협의를 바탕으로 다양한 관점에서의 사업을 추진해야 한다. 첫 번째 방향은 의료관광객의 만족도를 높이는 것이다. 방한 의료관광 수요의 증가에 따라 외국인 관광객의 니즈를 세심하게 살핀 고객 맞춤형 접근방식이 필요하다. 두 번째로 고려할 수 있는 방향은 의료관광 시장의 확대이다. 기존에 개별적, 중복적으로 진행하던 의료관광 추진체계 간의 역할을 정립하여 거점시장/잠재시장별로 최적화된 마케팅 전략을 수립하고, 이를 바탕으로 의료관광 타깃시장을 확대하는 한편 상품의 다양성을 확보해야 한다. 세 번째로는 웰니스관광에 대한 아이덴티티 정립이 필요하다. 이는 웰니스관광, 의료관광에 대한 명확한 정의와 특화된 브랜드 육성으로 한국만의 웰니스관광에 대한 브랜드가치를 확보하는 것을 의미한다. 마지막으로 웰니스 산업생태계 활성화를 위한 지원전략을 고려해야 한다. 웰니스 서비스 수용의 장애요인으로 언급되었던 웰니스 서비스와 관련된 품질 관리체계가 구축되고 수용태세가 강화될 때 한국의 웰니스관광 브랜드 가치가 높아지고 웰니스 산업생태계 역시 활성화 될 수 있다.

한국 의료관광의 발전 방향



3. 웰니스관광 사례 분석

(1) 태국 치바솜 헬스 리조트 (Chiva-Som International Health Resorts)¹⁰⁴⁾

개요

태국 후아힌 왕실휴양지 인근에 위치한 치바솜 헬스 리조트는 '삶의 안식처(Haven of Life)'라는 뜻으로 방해 받지 않는 휴식과 맞춤 프로그램을 통해 몸과 마음을 회복시켜주는 것을 의미한다. 2015년 Spafinder Wellness 365의 Wellness Travel Awards에서 Best for Medical Services로 선정되기도 한 치바솜 리조트는 멤버십 제로 운영되나, 외국인 관광객에 한해 임시 입회비를 내고 이용할 수 있도록 하고 있다. 시암 만의 백사장에 서 있는 리조트는 스파, 피트니스, 물리치료, 홀리스틱 헬스, 영양식, 에스테틱 뷰티를 함께 제공하는 헬스리조트(Destination Spa)로 바다를 내다보는 룬과 스위트룸, 야외수영장 외에 헬스 및 웰니스 센터, 홀리스틱 헬스, 메디컬 센터, 메디 스파, 피트니스 센터 등으로 구성되어 있다. 리조트 내의 유기농 정원에서 재배한 신선한 재료를 사용하여 개인특성에 맞게 유기농 음식이 제공되고, 마사지와 뷰티 트리트먼트를 받거나 댄스 강습, 아쿠아에어 로빅, 수상스포츠, 필라테스, 요가, 태극권, 타이 복싱 등을 즐길 수 있다. 특수 설계된 온수 풀장에서는 쉽고 리드미컬한 동작으로 스트레칭과 매니퓰레이션(Manipulation, 뼈나 관절을 올바른 위치에 맞추는 것)을 경험할 수도 있다.¹⁰⁵⁾

치바솜 리조트는 이러한 개인별 맞춤형 프로그램 운영과 질 높은 서비스로 고객의 재방문율이 50~60%에 이른다. 객실 수는 58실에 불과하나 장기체류로 객실점유율이 80%를 넘고 있으며, 매년 전 세계에서 4,000여 명이 방문하고 있다. 방문객 중 외국인이 88%를 점유하고 있으며, 유럽인 비율이 40%, 아시아 32%, 호주 18% 순이다. 투숙요금은 최소 3박 7만 2천 바트(2천 달러)에서 28박 기준 310만 8천 바트(8만 9천 달러)로 비싼 편이지만 건강에 대한 관심이 증대하고 조용한 휴양과 치유를 즐기고 싶어 하는 고객들로 인해 재방문율이 높다.

104) 치바솜 리조트 홈페이지 (www.chivasom.com)

105) 죽기 전에 꼭 가야 할 세계휴양지 1001, 2011, 헬렌 아놀드 외 공저, 마로니에북스

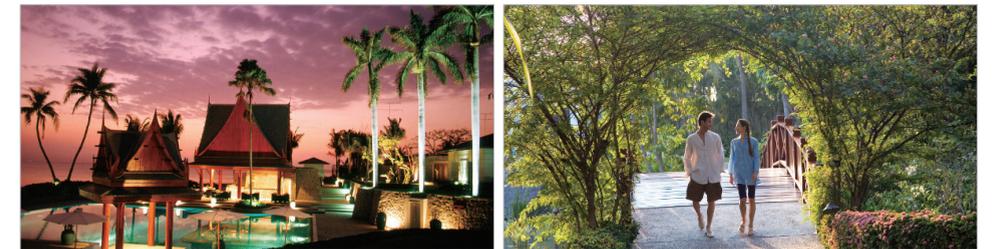
주요 프로그램

이곳은 전형적인 건강 리조트로 주별, 일별 건강관리 프로그램이 상시 제공된다. Top to Toe라는 컨셉으로 머리 끝부터 발끝까지 가능한 모든 웰니스 서비스를 리조트 내에서 제공할 수 있도록 풍부한 서비스 및 프로그램 보유하고 있으며, 고객에 따라 Foundation, Discovery, Transformation이라는 3가지 웰니스 단계에 따라 서비스를 제공한다. 또한 리조트 내에 80여 명의 테라피스트와 6명의 건강 컨설턴트를 비롯하여 의사, 간호사, 물리치료사 등 전문인력이 상주하며 투숙객을 살핀다. 회원들은 이곳에 들어서면 전문 컨설턴트와 상담을 통해 자신의 건강을 진단하게 되며, 검진사들은 1시간여 동안 설문을 통해 나이 등 신상정보와 생활습관을 체크하여 회원 상태에 맞는 프로그램을 구성한다. 프로그램 사용자들을 위해 매일 8개의 피트니스 및 레저 활동 강습이 실시되며, 6종류의 마사지를 선택하여 받을 수 있다. 13개 테마별 프로그램이 최소 3박에서 14박 일정으로 운영되나 이외에도 개개인의 특성에 따라 다양한 맞춤형 프로그램을 설계해 주기도 한다.

치바솜 리조트 주요 프로그램

프로그램 명	체류기간	주요 내용
A Taste of Chiva-Som	3박, 5박, 7박, 10박, 14박	치바솜 리조트의 기본적인 프로그램. 스파, 피트니스, 물리치료, 명상 등 전반적인 프로그램 체험
Optimal Performance	3박, 5박, 7박, 10박, 14박	심신의 재충전과 신체 최적화를 목적으로 피트니스, 물리치료 등을 중심으로 개인 훈련, 마사지 등 수행
Spa Wellbeing	3박, 5박, 7박, 10박, 14박	스파를 통한 동안 외모, 심신의 재충전을 목적으로 의료진의 에스테틱 뷰티 프로그램 포함
Yoga for Life	3박, 5박, 7박, 10박, 14박	1:1 개인 강습으로 이루어지는 힐링 체험으로 요가, 명상, 호흡, आयुर्वेद 등의 활동
Art or Detox	5박, 7박, 10박, 14박	맞춤형 식이요법을 통해 독소배출 및 체내 밸런스를 되찾는 목적으로 수치료, 스트레칭, 호흡 등의 활동
Cell Vitality	10박, 14박	암환자의 휴양 등 건강상태가 안좋은 고객들의 휴양과 재활을 위한 프로그램. 웰빙과 활기 되찾기를 위한 명상, 뷰티치료, 운동, 테라피 등의 활동
Emotional Wellbeing	10박, 14박	스트레스 관리 및 생활방식의 변화를 위한 프로그램. 심신치료와 식습관 교정, 운동, 수면안정화 등
Sustainable Slimming	14박	건강한 생활습관 교정을 위한 프로그램. 디톡스, 피트니스, 요가, 테라피, 명상 등

치바솜 리조트



(2) 싱가포르 리조트 월드 센토사 (Resorts World Sentosa)¹⁰⁶⁾

개요

리조트 월드 센토사(Resorts World Sentosa, 이하 센토사)는 싱가포르의 대표적 클러스터형 복합리조트이다. 싱가포르는 현대적 이미지를 강조하면서 해외 투자와 글로벌 브랜드 유치에 적극적이데, 센토사 역시 말레이시아의 유명 카지노, 리조트 투자회사인 겐팅(Genting Group)이 투자하여 설립되었으며, 글로벌 스파/스킨케어 브랜드인 ESPA에서 웰니스 서비스를 제공하고 있다.

센토사 섬은 싱가포르 남부에 있는 관광 휴양지로 도심에서 떨어져 있다고는 하지만 시내 중심가에서 15분, 창이 공항에서는 30분이면 도착하는 거리이다. 시내와 섬은 도로로 연결돼 있을 뿐만 아니라 모노레일인 '센토사 익스프레스(Sentosa Express)'와 케이블카로 이동할 수도 있다. 리조트는 센토사 섬에 약 49만㎡ 규모로 자리 잡고 있으며, 6개의 호텔에 약 1,500개 객실을 비롯하여 유니버설 스튜디오(Universal Studio), 리조트 월드 카지노(Resort World Casino), 마린라이프 파크(Marine Life Park), 타이푼 극장(Typhoon Theatre) 등 다양한 엔터테인먼트 시설을 갖추고 있다. 센토사의 6개 호텔은 각각 특징적인 테마로 꾸며져 있는데 열대우림 속에서 휴식을 맞볼 수 있는 에쿠아리우스 호텔과 비치빌라를 비롯하여 세계적 디자이너 마이클 그레이브스가 디자인한 호텔 마이클, 곳곳에 로큰롤 분위기가 살아 있는 하드록 호텔, 아이를 동반한 가족을 위해 다채로운 색상으로 디자인된 페스티브 호텔, 모든 객실이 스위트룸인 크록포드 타워로 구성된다.

관광객들은 대규모 복합 리조트 내에 머물면서 의료서비스를 제외한 휴양·레저·숙박·웰니스 서비스를 받을 수 있으며, 전통 길거리 음식부터 유명 셰프의 요리까지 전 세계 요리들이 준비해 취향과 예산에 따라 다채롭게 즐길 수 있다. 또한 세계 최대 규모의 수족관 중 하나인 S.E.A 아쿠아리움, 2m가 넘는 인공 파도가 치는 어드벤처 코브 워터파크, 돌고래와 직접 교감할 수 있는 돌핀 아일랜드, 동남아시아에서 유일한 유니버설 스튜디오 테파마크인 '유니버설 스튜디오 싱가포르' 등이 있어 다채로운 경험을 할 수 있다. 센토사는 국제모래조각대회인 센토사 센세이션, 블랙튠 폼 파티, 주크 아웃 댄스 페스티벌 등 다채로운 이벤트로도 관광객을 사로잡고 있다. 자연풍경도 뛰어나서 실로소 해변이나 파라완 해변에서는 바다를 즐길 수 있으며, 인적이 드물고 조용한 탄중 해변은 사색하면서 시간을 보내기에 좋다. 센토사는 가족중심 관광객의 비중이 높은 편이나 훌륭한 컨벤션 시설을 보유하고 있어 소비수준이 높은 MICE 관광객 유치에도 적극적으로 나서고 있다.

주요 프로그램

센토사는 세계적 수준의 고급 호텔과 다채로운 놀이시설 및 편의시설, 고품격 공연과 카지노가 한곳에 결합된 클러스터형 복합리조트로 고객의 취향에 맞는 다양한 프로그램을 즐길 수 있는 것이 가장 큰 특징이다. 그 중 심신의 치유를 목적으로 하는 스파, 웰니스 프로그램은 영국의 최고급 스파 브랜드인 ESPA에서 통합 제공하고 있다.

106) 리조트 월드 센토사 홈페이지(www.rwsentosa.com)
센토사에 반할 수밖에 없는 7가지 이유, 2015년 11월호, 레이디경향

열대우림과 연못, 잘 가꾼 정원이 어우러진 1만 ㎡ 대지에 자리 잡은 ESPA 스파는 싱가포르 최대 규모의 럭셔리 스파 시설로 2015 Wellness Travel Award에서 싱가포르 최고 스파(Best Spa in Singapore), 2015 World Luxury Spa Award에서 최고 스파목적지(Best Luxury Destination Spa-Country Winner)로 선정된 바 있다. 이 곳에는 24개의 트리트먼트 룸과 요가, 필라테스 및 명상을 위한 젠 스튜디오, 일본식 야외 노천탕, 크리스탈 스팀 사우나 등이 갖춰져 있고 야외 수영장, 사우나, 피트니스 짐은 스파 이용 고객이라면 누구나 무료로 이용할 수 있다. ESPA에는 맞춤형 스파 프로그램과 웰니스 프로그램을 제공하며, 일본 온천, 태국 스파, 터키 스파, 중국 마사지 등 전세계 다양한 전통 치료 기법을 현대적인 관점에서 재해석한 서비스를 받을 수 있다.

센토사 ESPA 주요 프로그램

프로그램 명	소요시간	주요 내용
ESPA Signature Treatments	120분	온몸의 긴장을 풀어주며 몸과 마음의 조화를 이끌어내는 관리방법으로 ESPA Time과 Energy Balancing Body Treatment 중 선택
ESPA Rituals	25~120분	마사지와 레인 샤워, 터키식 사우나 등 전통 디톡스 요법으로 심신의 독기를 빼내고 피부관리와 체내 재활성화를 이끌어내는 ESPA의 독특한 프로그램으로 시간에 따라 4가지 종류가 있음
ESPA Suites	180분	가든스위트와 비치빌라 투숙객을 위한 개인맞춤형 프로그램으로 고객의 요구에 맞춰 프로그램 구성
ESPA Facials	60~90분	안티에이징, 리프팅, 미백, 수분공급 등 고객의 취향에 맞춘 6가지 프로그램
ESPA Body Therapies	25~120분	소금과 오일을 사용한 간단한 근육마사지부터 스톤마사지 등 다양한 기법으로 스트레스, 디톡스, 근육이완에 효과적인 신체 마사지와 테라피 제공
ESPA Massages	25~90분	전통기법과 현대 기술을 조화롭게 응용하여 최적의 효과를 이끌어내며, 등, 어깨부터 발마사지, 전신마사지 등 선택가능
ESPA Wellness	60분	전문자연요법사의 컨설팅을 바탕으로 최적의 건강관리법을 찾는 프로그램. 원하면 홍채진단 등 최신기법도 적용할 수 있음
ESPA Maternity	45~90분	엄마나 임산부를 위한 관리로 몸을 가볍게 하는 자연 치유관리를 실시하는 5개 프로그램 구성
ESPA For Men	15~120분	얼굴관리, 마사지, 손발톱관리 등을 선택할 수 있는 남성 전용 관리

리조트 월드 센토사



(3) 필리핀 더 팜엣 산 베니토 (The Farm at San Benito)¹⁰⁷⁾

개요

필리핀 여행은 해양 스포츠를 즐기거나 골프를 치는 게 주된 코스였으나, 최근에는 기본적인 휴양 시설뿐 아니라 유기농 식당, 의료서비스까지 제공하는 웰니스 리조트들이 주목받고 있다. 리조트들은 마닐라에서 자동차로 1시간~1시간 30분 거리여서 이동하는 데 큰 부담이 없으며, 공항 픽업 서비스를 제공하고 있어 편리하다. 더 팜엣 산 베니토(The Farm at San Benito, 이하 더 팜)는 리파 시티에 있는 고급 웰니스 리조트로 반타나가스 해변이 근처에 있다. 48만 1,500㎡의 널찍한 부지에 33개의 빌라와 아자수 정원, 수영장, 스파, 스포츠센터, 채식만 내놓는 식당, 식재료를 직접 기르는 유기농 텃밭 등을 구비하고 있다. 리조트 내 모든 음식은 리조트 안의 오가닉 가든에서 재배한 유기농 채소를 기반으로 뮤즐리와 요거트, 라이스 케이크 등 다양한 요리가 코스로 제공 된다. 더 팜의 채식 식단은 2012년 아시아 스파 어워드에서 올해의 스파 쿠킹으로 선정되기도 했다.

오두막 형태의 소박한 객실부터 럭셔리한 풀빌라까지 다양한 타입의 객실이 마련되어 있으며, 비용은 빌라 크기와 투숙 인원(1~4인)에 따라 1박에 8,400~7만 8,000페소(약 21만~197만 원)이다. 빌라 수가 33개에 불과해 예약이 꼭 차도 사람 구경을 하기 힘들 정도로 한정하고 고즈넉하다. 친환경 공간답게 유기농 코코넛 농장에서 생산한 버진 코코넛 오일 등 객실 내 아메니티 역시 유기농이며, 환경을 고려해 병에 담긴 것도 더 팜 리조트만의 특징이다.

주요 프로그램

더 팜에는 피트니스센터, 요가실, 스파, 마사지사실, 유기농 레스토랑 등 다양한 시설이 있으며, 하루에서 3주 일정 까지 목적에 맞는 프로그램이 구비되어 있다. 또한 무료 웰니스 프로그램을 다양하게 준비하여 여유로운 휴식을 제공하고 있다. 아자수와 분수가 내다보이는 야외 강당에서는 오전 7시 30분부터 1~3시간 간격으로 기공 체조와 요가, 명상 프로그램이 진행되고 실내 피트니스 센터에서는 전문 강사에게 강도 높은 트레이닝을 받거나 리조트 안팎을 파워워킹으로 걸으며 운동할 수 있다. 필리핀 전통 무예인 타이치나 요가 강습, 코코넛 오일로 비누 만들기, 꽃꽂이 수업, 수영장 옆에서 즐기는 애프터눈티 프로그램도 있다.

더 팜에는 4명의 간호사와 3명의 전문 테라피스트가 상주하며 전문 의료진을 통해 체내 독소를 제거하는 디톡스 프로그램, 안티에이징 프로그램, 체중관리 프로그램, 스트레스 관리 프로그램 등을 운영하고 있다. 이들은 세계적인 전문 기관에서 교육받은 전문가들로 투숙객의 몸 상태를 진단하여 체질에 맞는 음식으로 식사를 하고 의술과 명상, 지압, 운동까지 고객의 성향에 맞는 맞춤형 서비스를 제공한다. 또한 아쿠아 헬스 센터에서는 수딩 스파, 센서스 마사지 등의 프로그램이 준비되어 있으며, 분위기 좋은 스파인 Healing Sanctuary에서 선택할 수 있는 단기 테라피와 마사지 프로그램도 있다. 주요 프로그램은 3일짜리 Wellness Experience 프로그램부터 최대

107) 더 팜엣 산 리조트 홈페이지(www.thefarmatsanbenito.com)

‘손 하나 까딱하지 않을 자유가 있는 곳... 필리핀 웰니스 리조트, 2015.9.16, 경향신문

3주(21박) 동안 머물며 간해독, 신장투석 등 전문 의료서비스를 포함하는 장기 체류형 프로그램도 마련되어 있다.

더 팜엣 산 베니토 주요 프로그램

프로그램 명	체류기간	주요 내용
Wellness Experience	3일, 5일	건강상담, 소금 목욕, 타이 마사지, 아로마마사지 등
Detox	7박, 14박, 21박	간해독, 신장투석 등 전문 의료서비스를 포함하는 통합 메디컬 서비스와 스파 트리트먼트
Anti-Age and Rejuvenation	7박, 14박, 21박	치과치료, 영양 분석, 장세척, 피부관리 등의 통합 메디컬 서비스와 스파 트리트먼트 포함
Fitness	7박, 14박, 21박	골프, 트레킹 등 야외 활동을 선택할 수 있으며, 콜론 하이드로 테라피, 라이프스타일 상담 등의 통합 메디컬 서비스와 스파 트리트먼트 포함
Weight Management	7박, 14박, 21박	체류 후 사후관리 제공, 디톡스 등의 통합 메디컬 서비스와 스파 트리트먼트, 운동요법 병행
Stress Management	7박, 14박, 21박	내면의 스트레스 관리 상담, 불면증 치료, 라이프스타일 상담 등의 통합 메디컬 서비스와 스파 트리트먼트 포함

더 팜엣 산 리조트



(4) 인도 스와스와라(SwaSwara)¹⁰⁸⁾

개요

인도 카르나타카에 위치한 스와스와라(SwaSwara)는 요가와 명상으로 영혼의 젊음을 되찾아주고 자아의 내적 경험을 다시 연결해주는 곳이다. 옴 해변의 쌍둥이 만을 내려다보는 곳에 자리잡은 스와스와라는 12헥타르에 달하는 넓은 공간에 리조트가 위치해 있다. 이 지역 콘칸 양식을 따른 빌라부터 매일 수행되는 모든 프로그램과 식단은 명상과 내적인 치유를 위해 설계되었으며, 객실 내 발코니까지 요가 수행을 염두에 두고 만들어졌다. 수영장과 명상을 위한 돔, आयुर्वेदा 센터를 갖추고 있으며, 요가, 선 호흡(Pranayama), 명상(Meditation), आयुर्वेदा, 보트타기, 주변 관광, 다양한 예술활동 체험 등을 할 수 있다.

스와스와라는 친환경적인 리조트로 우수를 재활용하는 빗물재이용시설, 유기물이 부패할 때 발생하는 가스를 채집하여 사용하는 바이오가스 컨버터 시설 등을 갖추고 있다. 산책로에는 약용으로 쓰이는 관목이 심어져 있고 스와스와라에 서식하는 원숭이, 도마뱀붙이, 물총새들이 평화롭게 어우러져있다. 식사는 식이요법에 가까우며, 개인의 영양밸런스와 체질에 맞는 식단이 제공된다. 육류 대신 신선한 해산물과 인근 농장에서 재배하는 채소를 쓴다.

주요 프로그램

스와스와라에는 आयुर्वेदा 전문의의 전문적인 컨설팅과 처방을 바탕으로 하는 다양한 웰니스 프로그램이 마련 되어 있다. 일주일 이상의 장기 체류프로그램이 잘 갖추어져 있으며, 아침부터 이어지는 명상과 유기농 식단, 체계적 이고 다양한 프로그램들을 활용하여 심신의 안정과 자아를 되찾는 치유의 시간을 제공한다. 상시프로그램 외에도 아쉬탕가(Ashtanga)요가 특별기간, 인도 전통철학에 대해 논할 수 있는 기회를 마련하는 베단타(Vedanta) 집중 기간, 예술가의 예술적 만남과 테라피를 접목하는 특별 워크샵 등 독특한 프로그램들을 운영한다.

108) 스와스와라 홈페이지(www.swaswara.com)
죽기 전에 꼭 가야 할 세계휴양지 1001, 2011, 마로니에북스

스와스와라 주요 프로그램

프로그램 명	체류기간	특징	주요 내용
'Swa' Holiday	최소 7박 (10박, 14박, 21박 프로그램 선택 가능)	가장 기본적인 프로그램	일주일간 심신과 영혼을 일깨우는 웰니스 휴식을 제공. 다양한 요가기술과 명상, 선 호흡(Pranayama)을 수행 하며, आयुर्वेदा 전문의의 상담과 전통적인 आयुर्वेदा식 마사지를 제공
Prana	14박	आयुर्वेदा를 중심으로 하는 힐링프로그램	매일 진행되는 आयुर्वेदा 전문의의 상담과 처방 아래 집중적인 आयुर्वेदा 치유수행, 근골격계질환이나 순환계, 통증완화 등에 효과적이며, 다양한 전통 테라피와 신선한 유기농 식단 제공
Swastha	14박, 21박	디톡스 & 클린 프로그램	느림과 진정을 위주로 생활습관 개선, 체내 독성물질의 배출, 체중감량, 안티에이징, 스트레스 해소 등을 목적으로 하며, 맞춤형 프로그램 진행, 채식식단이 제공되며, 첫주는 수치료와 다양한 요가수련, 둘째주는 आयुर्वेदा 전문의의 컨설팅 결과에 따른 आयुर्वेदा 치유수행
Shanti	8박, 10박 (바나바사라 3박 포함)	요가	자연 속에 위치한 '바나바사라' 치유센터에서 진행되며 모든 긴장요소를 놓고 대자연의 품에서 요가와 명상으로 자아를 회복하는 과정을 추구

스와스와라



(5) 제주 WE 호텔¹⁰⁹⁾

개요

2014년 프리미엄 헬스 리조트를 표방하며 문을 연 제주 위 호텔(WE Hotel, 이하 위 호텔)은 한라의료재단에서 지은 특급호텔이자 병원시설이 갖춰진 헬스 리조트이다. WE는 Water & Energy의 약자로 호텔 내에 103개의 객실과 30개의 병실을 갖추고 있으며, 한라산의 천연림을 활용한 숲치료와 천연화산암반수를 활용한 수치료를 접목한 웰니스 서비스를 제공하고 있다. 'Active Aging Management'를 강조하여 보다 활력 있고 건강한 삶을 영위할 수 있도록 고객별로 정확한 건강진단 결과를 토대로 정신적, 신체적, 심미적인 지속관리를 제공한다. 관광 객은 이 곳에 머물면서 의식주를 포함하여 휴양, 뷰티성형, 건강검진, 임상심리, 산림치료 등 여러 요소를 결합한 다양한 힐링 플랫폼 사업 제품들을 직접 체험하게 된다.

웰니스 센터 수치료에 사용되는 물은 화산섬인 제주도의 현무암 암반층에서 자연 여과된 물로 깨끗하고 안전함이 입증되었으며, 바나듐, 탄산, 칼슘, 칼륨 등 미네랄이 풍부하다. 또한 소나무와 편백나무 군락을 그대로 살려서 조성된 산책코스는 제주도에서도 찾아보기 힘든 해양성 기후를 나타내는 곳으로서 한라산 해발 350m에 위치한 지리적 장점을 이용하여 산림테라피를 제공한다. 리조트 내 정원 역시 제주도의 도화인 참꽃군락과 천리향 등으로 꾸미는 등 제주의 돌과 나무를 주제로 지역적 특성을 살리면서 자연치유의 효과도 누릴 수 있도록 조성하였다.

주요 프로그램

위 호텔 프로그램은 유네스코 세계문화유산인 제주도의 자연치유력을 최대한 활용하는 것이 장점으로 제주도 고유의 바다와 숲, 암반수를 활용한 힐링 프로그램을 운영한다.

수치료(웰니스 센터) : 규모와 프로그램 면에서 동남아 최대 규모를 보유한 웰니스 센터에서는 물이 가지고 있는 특성을 이용하여 입욕, 증기, 운동요법 등 체계적이고 과학적인 유럽식 스파 프로그램을 제공한다. 웰니스 센터의 프로그램은 베이직 프로그램과 단체관광객을 위한 MICE 프로그램이 있다. 베이직 프로그램은 고객별 진단을 통해 상담에서 다양한 장비를 활용한 수치료, 건강식까지 고객이 원하는 목적에 따른 치료 프로그램을 제공한다. MICE 프로그램은 각종 전시, 박람회 등 미팅프로그램과 연계하여 기업들이 위호 호텔을 찾은 직원들에게 복리후생 개념으로 제공할 수 있도록 설계되어 있으며, 스트레칭을 통한 만성피로 회복 프로그램이다.

109) 위 호텔 홈페이지 (www.wehotel.co.kr)
글로벌 헬스케어 융복합 비즈니스 모델 개발 연구, 2015, 한국보건산업진흥원

위 호텔 웰니스센터 베이직 프로그램

프로그램 명	주요 활동	주요 내용
Hae-Am Hydro	휴식 / 다이어트 / 디톡스	위 호텔에서 휴식, 건강식과 물을 이용한 체중감량, 건강관리
Aqua Circuit	웰니스컨선테이션 / 워터트리트먼트 / 인더전스 / 피트니스 / 마인드 / 웰니스식사	컨설팅에서 건강식까지 종합적인 프로그램으로 건강한 물에서의 치유활동으로 근력향상, 항산화 효과, 운동을 통한 몸과 마음의 이완과 활력 충전
Aquatic Exercise	웰니스컨선테이션 / 워터트리트먼트 / 인더전스 / 피트니스 / 마인드	체계적인 상담 후 수중운동과 스트레칭을 병행. 스트레스 감소, 혈액순환 향상, 맑고 탄력 있는 신체관리 효과
Land Exercise	워터트리트먼트 / 인더전스 / 피트니스	워터 트리트먼트와 밸런스 트레이닝으로 통증 감소, 인체대사와 면역력 증강. 피부미용에 탁월한 효과
Mind / Package	워터트리트먼트 / 인더전스	WE Water에서 치유활동과 인더전스를 통해 신체의 필수 미네랄 충전

의료서비스(뷰티센터, 건강증진센터) : 위 호텔은 제주 한라병원 의료진이 전문적이고 안전한 의료서비스를 제공한다. 뷰티센터에서는 성형외과와 피부과 전문의가 안티에이징, 스트레스 릴렉스 등 힐링 중심 케어를 제공한다. 프로그램은 크게 얼굴/가슴/ 체형/윤곽 등 미용성형 부분과 리프팅, 모발이식, 액티브에이징, 화이트닝 등 안티에이징 프로그램으로 나눌 수 있다. 건강증진센터는 검진이라는 소극적 자세에서 증진이라는 적극적 개념으로의 확대를 추구한다. 건강증진센터에서는 연령, 성별, 생활습관, 스트레스, 건강상태, 가족력, 초기 검진 결과 등 여러 데이터를 통해 개인별 맞춤검진을 시행한다. 또한 전문의, 영양사, 임상심리사, 수치료사가 함께 건강증진을 위한 컨설팅을 제공하는 것도 특징적이다.

WE 호텔



(6) 홍천 힐리언스 선마을¹¹⁰⁾

개요

국내 민간 힐링센터의 첫 성공사례로 널리 알려진 힐리언스 선마을(이하 힐리언스)은 2007년 국내 최초의 웰니스 센터로 시작해 웰에이징 힐링 리조트로 발돋움하고 있다. 강원도 홍천군의 전망 좋은 숲속에 자리 잡은 힐리언스는 정신과 전문의인 이시형 박사를 대표(총장)로 현실에 맞는 신개념 생활습관 개선 프로그램을 개발하여 자연 친화적인 환경(치유의 숲)에서 힐리언스 웨이(식습관, 운동습관, 마음습관, 리듬습관)를 체험할 수 있도록 운영하고 있다.

시설로는 식당, 강의실 및 전시공간으로 이용하는 춘하재, 스파 시설 및 비즈니스센터가 있는 추동재, 숙소동과 트레킹 코스다. 시설들은 모두 친환경 에너지 시스템과 친환경 건축자재들을 사용해 만들어졌으며, 이용자들은 친환경 식단으로 식사를 하고 총 10개의 트레킹 코스와 건강 프로그램, 스파 등을 이용하면서 지친 몸과 마음을 치유한다. 힐리언스의 프로그램들은 힐리언스 선마을의 기본 가치를 바탕으로 과학적이고 실용적이며, 즐겁게 실천할 수 있도록 구성되어 있다.

<힐리언스 선마을의 기본 가치와 철학>

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

Practical : 일상생활에 실천이 용이한 내용만으로 구성합니다.

Pleasant : 학습하여 실천하는데 있어 즐겁고, 재미있게 할 수 있도록 합니다.

힐리언스는 디지털 디톡스를 표방하며 의도된 불편함을 통해 자연과 소통하고 최적의 휴식을 찾는다. 텔레비전이나 에어컨, 냉장고도 없고 휴대폰 수신조차 안 되며, 10개의 트레킹 코스는 사람의 손으로 일일이 다듬어 가꾸고 있다.



110) 힐리언스 선마을 홈페이지(www.heallience.com)
의료관광총람, 2013, 한국관광공사
의료관광마케팅, 2013, 강한승,서병로, 김기홍 공저, 대왕사

주요 프로그램

힐리언스의 프로그램은 잘못된 생활습관을 개선하기 위해 식생활뿐만 아니라 스트레스의 강도, 운동습관, 신체 상태 등을 포괄적으로 점검해보고 전문가의 종합적인 진단에 따라 습관을 변화시키기 위한 학습을 진행한다. 점검 결과에 따라 잘못된 습관을 변화시키기 위한 학습이 진행되고 학습이 생활 속으로 이어져 실생활에 돌아갈 수도 삶의 일부가 되도록 한다.

힐리언스의 프로그램은 생활습관 개선 프로그램, 마음습관 프로그램, 운동습관(비만관리) 프로그램으로 크게 구분된다. 생활습관 개선 프로그램은 만성질환 예방과 개선, 휴식을 취하는 방법과 건강한 삶의 방식을 이해하는데 효과적이다. 마음습관 프로그램은 선마을에서의 종합적인 자연치유 방식으로 스트레스 관리능력을 향상시키고, 자아성찰과 셀프 모티베이션(Self-Motivation)을 제공한다. 운동습관 프로그램은 식이습관개선으로 생활환경을 바꾸고 운동습관 개선을 통해 체력을 키우며, 몸속 독소배출을 통한 체질개선 등으로 성인병 예방과 함께 요요 없는 건강한 다이어트를 도와준다.

힐리언스 선마을 주요 프로그램

구분	프로그램명	체류기간	주요 내용
생활습관	이시형의 하이라이프	2박 3일 (매월 첫째 주 금~일)	라이프 스타일 개선으로 만성질환 예방 및 개선, 자연속에서 휴식을 제공하여 심신 재충전
식습관	생활습관개선 프로젝트, 현미푸드테라피	6박 7일	생활습관개선을 위한 반복과 체득으로 성인병, 만성대사 증후군 등의 예방 및 치유, 체내 독소를 배출하여 심신의 재활성화
몸·마음습관	선마을 그린닥터 포레스트 힐링 (산림치유)	1박 2일	자연치유를 통해 심신의 재충전, 면역력 향상
마음습관 프로그램	선마을 마음공부	1박 2일	명상을 통해 심리·육체적 스트레스 조절
운동습관	체인징 바디 다이어트	4박 5일	식이습관과 운동습관 개선을 통해 체력(근력)을 키우고, 복부비만 해결을 위한 다이어트

힐리언스 선마을



부록

1. 의료관광 절차

2. 의료관광 관련기관

- (1) 정부 및 공공기관
- (2) 지역별 의료관광 관련기관
- (3) 의료관광 안내센터
- (4) 의료관광 사단법인

3. 의료관광 관련 법령

- (1) 관광진흥법
- (2) 의료 해외진출 및 외국인환자 유치 지원에 관한 법률

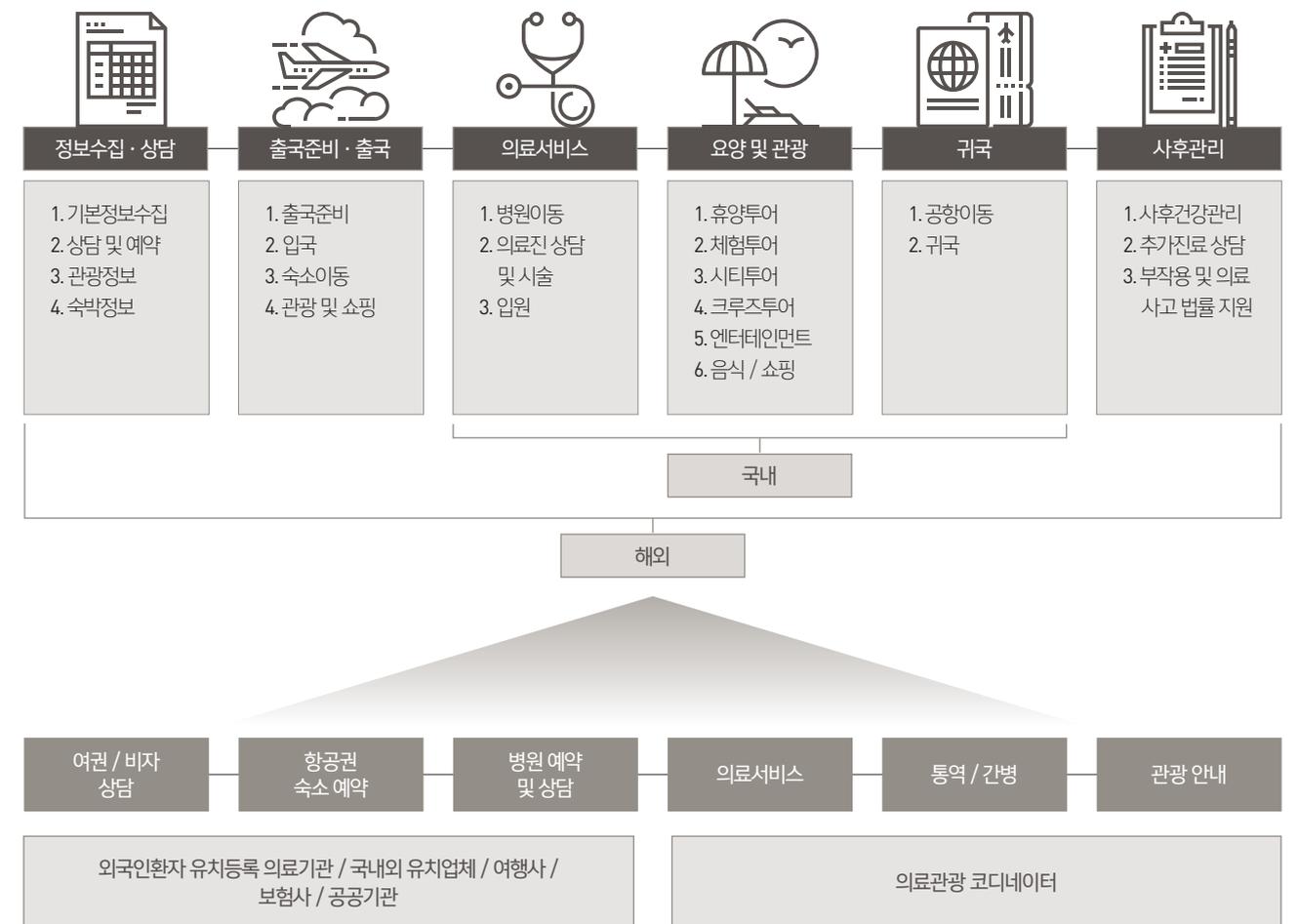
4. 통계 자료

- (1) 2015 의료관광 만족도 조사
- (2) 2015 외국인환자 유치실적 조사

1. 의료관광 절차

의료서비스와 관광서비스를 함께 고려하는 일반적인 의료관광 흐름도를 통해 의료관광의 단계별 활동 특성을 알아본다.

의료관광 흐름도

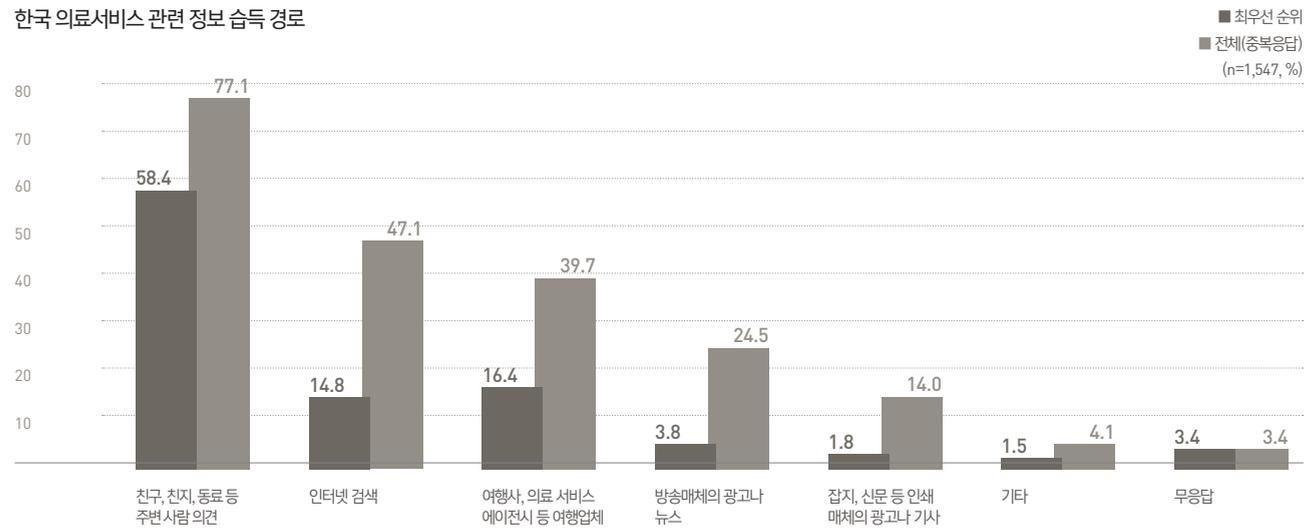


(1) 정보 수집 및 상담

의료서비스를 위해 해외로 나갈 의향이 있는 잠재적 소비자(의료관광객)는 본인이 원하는 진료과목에 대한 의료시설 및 의료기술 등 의료서비스의 기본 인프라에 대한 정보 수집을 시작하게 된다. 2015년에 한국의료관광을 경험한 의료관광객을 대상으로 실시한 조사¹¹¹⁾에 의하면 의료서비스를

사전에 염두에 둔 비율은 64.3%였으며, 의료서비스에 대한 정보는 주변인의 추천이 77.1%로 가장 높게 나타났다. 의료관광객은 이 시기에 의료서비스 뿐만 아니라 해당국가나 도시의 위치, 기후, 언어, 환율 등의 정보도 함께 수집하게 된다.

한국 의료서비스 관련 정보 습득 경로



* 출처 : 2015 의료관광 만족도 조사, 2016, 한국관광공사

기본정보 수집을 통해 어느 정도 목적지 및 의료서비스에 대한 윤곽이 잡히면 전문 의료기관 혹은 전문 에이전시나 여행사를 통한 상담을 진행 하고 적절한 상품을 예약한다. 소비자인 의료관광객이 의료기관을 선택 하는 방법은 크게 4가지로, 1) 해외유치업체와 국내 유치업체를 통한 의료 기관 선정, 2) 해외유치업체를 통한 의료기관 선정, 3) 국내 유치업체를 통한

의료기관 선정, 4) 직접 의료기관 선정 등의 방법이다. 최근 정보통신기술이 발달하면서 인터넷이나 어플을 활용하여 직접 정보수집 및 예약을 진행 하는 개별 의료관광객이 늘고 있다. 그 밖에 치료 외 여유시간을 위한 관광 및 휴양 정보나 숙박, 음식 및 쇼핑정보 등을 수집한다.

의료관광객이 의료기관을 선택하는 방법



111) 2015 의료관광 만족도 조사, 2016, 한국관광공사

(2) 출국준비 및 출국

의료서비스를 받기 위한 목적지와 체류기간 등이 확정되면 의료관광객은 목적국가로 이동하기 위한 출국준비를 하게 된다. 여권을 준비하고 의료 서비스를 받기 위한 기본 서류 등을 챙겨야하며 비자협정에 따라 체류 기간이나 진료 성향에 따른 의료관광비자(C-3-M 또는 G-1-M)등을 신청하고 발급받는 단계이다. 이 단계부터는 각국별, 의료기관별로 요구 하는 바가 상이하기 때문에 의료관광 코디네이터 등 전문가의 도움이 필요할 수 있다.

모든 준비를 마치고 한국을 향해 떠난 의료관광객은 입국수속을 밟고 국내로 들어와 미리 지정된 숙소로 이동하게 된다. 숙소까지의 이동방법은 여행사 및 에이전시와 사전 협의 시 안내인이 마중을 나서는 경우도 있고 개인적으로 인터내셔널 택시나 공항철도 및 리무진 버스를 이용하는 방법도 있다. 거동이 불편하거나 중환자, 응급환자의 경우 앰불런스를 이용, 공항 내부에서부터 목적지로 이동이 가능하다. 숙소 이동 후에는 짐을 풀고 본격 적인 의료서비스에 앞서 사전에 계획한 내용이나 인천국제공항 내 의료 관광 안내홍보센터에서 수집한 정보를 바탕으로 휴식 및 관광을 즐긴다.

또한 체류기간을 고려한 항공권 및 숙박 예약이 사전에 이루어져야한다. 출국준비에 관한 정보는 한국관광공사 또는 지자체의 의료관광 홈페이지 등을 활용하면 손쉽게 구할 수 있으며 의료관광비자 발급과 관련된 사항은 '3. 의료관광 관련 법령'에서 보다 자세히 다루고 있다.

<앰불런스 출입 관련 인천국제공항 운영 현황>

- 1) 일반(비응급)환자 : 출입국 수속 후 공항외부(랜드사이드) 후송 원칙
- 2) 거동불편 중환자 : 항공사에서 사전출입증 신청 후 공항내부(에어사이드) 출입가능
- 3) 응급환자 : 인천국제공항 표준 운영 절차서에 따라 응급처치 후 공항소방대 앰불런스로 병원 후송

(3) 의료서비스

의료관광객은 이제 이번 관광의 주된 목적인 의료서비스를 받기 위해 해당 의료기관으로 이동한다. 여행사나 에이전시에서 의료기관까지 이동차량을 제공하기도 하고 거동이 불편할 경우 앰불런스를 이용하기도 한다. 최근에는 의료관광객의 편의와 사생활 보호를 위하여 호텔 내에 의료기관이 입주하는 경우도 늘고 있으며 숙박시설을 갖춘 검진센터 등도 운영되고 있다.

의료진의 상담 및 의료시술 전 과정에서 의료관광 코디네이터가 의료 관광객의 모든 예약일정 및 병원업무를 지원하게 된다. 의료보험과 연계 할 수 있도록 하거나 사전 미팅을 통해 의료관광객의 요구사항을 파악 하여 병원과 의료진에게 전달하는 역할도 이들이 담당하게 된다. 최근에는 외국어가 가능한 의료진이 직접 상담 및 시술을 진행하는 경우도 늘고 있으나 전문통역사나 의료관광코디네이터가 통역을 진행하기도 하며, 필요시 의료관광객 자국어사와의 상담도 진행된다.

111) 2015 의료관광 만족도 조사, 2016, 한국관광공사

(4) 요양 및 관광

시술이 끝났거나 다음 시술을 위한 회복 기간 동안 의료관광객은 건강의 호전을 위하여 휴양하면서 몸조리에 들어가게 된다. 이 기간 동안 사전에 계획한 내용이나 의료관광 안내홍보센터, 여행사, 에이전시, 숙소 등을 통해 수집한 정보를 바탕으로 휴양, 체험투어, 시티투어, 엔터테인먼트 관광, 음식여행, 쇼핑 등을 즐길 수 있다.

(5) 귀국

한국 내에서 모든 일정을 소화하고 어느 정도 회복기간을 거친 의료관광객은 자국으로 돌아가게 된다. 입국 때와 마찬가지로 공항까지는 여행사나 에이전시의 환송서비스를 이용하거나 대중교통을 이용하게 되며, 거동이 불편하거나 중증환자의 경우 앰블런스를 이용할 수 있다. 출국은 탑승 수속 - 세관신고 - 보안검색 - 출국심사 - 탑승의 과정으로 이루어진다.

(6) 사후관리

의료관광객이 자국으로 돌아간 이후에도 지속적인 건강관리나 추가진료에 대한 상담이 필요하다. 또한 만약의 부작용 및 의료사고 발생시 이에 대한 대응도 필요하다. 2012년 4월부터는 한국의료분쟁조정중재원(www.k-medi.or.kr, 1670 또는 2545)이 설립되어 의료사고 및 불편사항으로 발생하는 분쟁에 대해 도움을 주고 있다.

한국의료분쟁조정중재원 (www.k-medi.or.kr)



2. 의료관광 관련기관

(1) 정부 및 공공기관

1) 문화체육관광부

문화체육관광부는 의료관광 주무부처로서, 국제관광서비스과에서 의료관광객 유치 및 상품개발 지원 등에 관한 사항들을 담당하고 있다.

2) 보건복지부

보건복지부는 의료해외진출 및 해외환자 유치 주무부처로서, 보건의료정책과에서 외국인 환자 유치 활성화 및 사업지원에 관한 사항을 담당하고 있다.

3) 한국관광공사

한국관광공사는 문화체육관광부 산하 공공기관으로, 2006년부터 의료관광 업무를 수행하고 있으며 국제관광본부 내 의료관광센터에서 의료관광 업무를 전담하고 있다. 공사는 한국 의료관광 해외홍보마케팅과 융복합 의료관광 상품 개발 및 판촉, 의료관광 온라인 플랫폼과 의료관광 안내센터 등의 통합 마케팅 채널 운영, 지역 의료관광 활성화 등의 업무를 31개 해외지사와 연계하여 수행하고 있다.

4) 한국보건산업진흥원

한국보건산업진흥원은 보건복지부 산하 공공기관으로, 국제의료본부 외국인환자유치지원단에서 보건복지부로부터 외국인환자 유치사업을 위임받아 수행하고 있다. 한국보건산업진흥원은 외국인환자 유치기관 등록제도 운영, 국내외 의료관광 조사 및 분석, 통계자료발간, 국제의료 컨퍼런스 개최 등의 업무를 수행하고 있다.

5) 한국의료분쟁조정중재원

한국의료분쟁조정중재원은 보건복지부 산하 공공기관으로, 2012년 4월 설립되어 내국인 및 외국인의 의료사고 및 불편사항으로 발생하는 분쟁에 대해 도움을 주고 있다. 중재원에서는 의료서비스 과정에서 겪은 의료사고와 관련한 기초적 상담부터 고액의 중상해·사망사고에 대한 손해배상 사건까지 포괄적인 의료분쟁해결 전담역할을 수행하며 소송 전 단계에서 기초상담 및 법률상담과 조정역할 등 전체 기능을 담당하고 있다.

의료관광 관련 정부 및 공공기관 연락처

기관명	연락처	사이트
문화체육관광부	044-203-2000	www.mcst.go.kr
한국관광공사	033-738-3000	kto.visitkorea.or.kr
보건복지부	129 / 044-202-2118(공휴일, 야간)	www.mohw.go.kr
한국보건산업진흥원	043-713-8000	www.khidi.or.kr
한국보건복지인력개발원	043-710-9000	www.kohi.or.kr
한국의료분쟁조정중재원	1670 / 2545	www.k-medi.or.kr
법무부	1345	www.hikorea.go.kr

(2) 지역별 의료관광 관련기관

지역별 의료관광 관련기관 정보

지역	담당기관	연락처	사이트
서울특별시	서울특별시 특화관광사업팀	02-2133-2796	www.seoul.go.kr
	서울관광마케팅	02-3788-8142	www.seoulwelcome.com
부산광역시	부산광역시 의료산업과	051-888-3504	www.busan.go.kr
	부산권의료산업협의회	051-461-4277	www.medinabusan.or.kr
	부산관광공사 해외관광마케팅팀	051-780-2182	www.bto.or.kr
대구광역시	대구광역시 의료허브조성과	053-803-6425	www.daegu.go.kr
	(사)대구의료관광진흥원	053-253-1565	www.meditour.go.kr
인천광역시	인천광역시 보건정책과	032-440-2737	www.incheon.go.kr
	인천관광공사 의료관광지원팀	032-899-7395	www.travelicn.or.kr
광주광역시	광주광역시 건강정책과	062-613-3321	www.gwangju.go.kr
	(사)광주권 의료관광협의회	062-220-6565	www.meditour.gwangju.go.kr
대전광역시	대전광역시 보건정책과	042-270-4800	www.daejeon.go.kr
	대전마케팅공사 의료관광팀	042-250-1255	www.dime.or.kr
울산광역시	울산광역시 관광산업팀	052-229-3881	www.ulsan.go.kr
경기도	경기도 보건정책과	031-8008-4784	www.gg.go.kr
	경기관광공사 경기메디투어센터	031-259-4743	www.koreamedical.or.kr
	경기국제의료협회	031-8008-4782	
충청북도	충청북도 국제의료관광팀	043-220-3153	www.cb21.net
충청남도	충청남도 식품의학과	041-635-4339	www.chungnam.net
경상북도	경상북도 보건정책과	054-880-3800	www.gb.go.kr
경상남도	경상남도 관광행정팀	055-211-4614	www.gsnd.net
전라북도	전라북도 보건의료과	063-280-3252	www.jeonbuk.go.kr
전라남도	전라남도 보건의료과	061-286-6041	www.jeonnam.go.kr
강원도	강원도 해외마케팅팀	031-249-3376	www.provin.gangwon.kr
	강원도 의료관광지원센터	033-749-3337	www.healinghubgw.or.kr
	강릉의료관광지원센터	033-660-3106	www.meditour.gn.go.kr
제주도	제주도 보건위생과	064-710-2923	www.jeju.go.kr
	제주관광공사 해외마케팅처	064-740-6057	www.ijto.or.kr

(3) 의료관광 안내센터

의료관광 안내센터 정보

지역	운영주체	안내센터명	연락처
서울특별시	한국관광공사	서울 의료관광 안내센터	02-752-2102,3
	한국보건산업진흥원 · 서울특별시	서울 의료관광 헬프데스크	1577-7129
	강남구	강남메디컬투어센터	02-1661-2230
	서초구	서초관광정보센터	02-3478-1261
부산광역시	한국관광공사	부산 의료관광 안내센터	051-818-1320
대구광역시	대구광역시	대구 의료관광종합안내센터	053-253-1561~5
인천광역시	한국관광공사	인천국제공항 의료관광 안내센터	032-743-2172
경기도	안산시	안산시 의료관광지원센터	031-480-6551

(4) 의료관광 사단법인

1) 한국국제의료협회(KIMA)

KIMA는 2007년 3월에 설립되어 보건복지부에 법인 등록된 민·관 협의회로 대형 및 전문병원과 정부관련기관으로 이루어져 있으며, 보건 산업진흥원 내에 사무국을 두고 있다.

2) 한국의료관광협회

민간주도로 2008년 9월에 설립되어 문화체육관광부에 법인 등록된 협의회로 개별의원 및 유치업체 등으로 구성되어 의료관광업계 정보 교류의 장으로 활동하고 있다. 주로 해외 홍보 활동 및 의료관광 전문 인력 양성업무를 진행하고 있다.

3) 한방의료관광협회

민간주도로 2009년 6월에 설립되어 문화체육관광부에 법인 등록된 민·관 협의회로 한방과 양방 의료기관을 중심으로 구성되어 있다.

4) 한국글로벌헬스케어협회

민간주도로 2010년 3월에 설립되어 보건복지부에 법인 등록된 민·관 협의회로 개별의원 및 병원, 유치업체로 구성되어 있다. 의료관광 코디네이터 교육 및 회원 의료기관을 연계한 인턴십을 실시하고 있다.

5) 전국글로벌의료관광협회

민간주도로 2010년 3월에 설립되어 보건복지부에 법인 등록된 민·관 협의회로 개별의원 및 병원으로 구성되어 있다. 지역이사회와 업무공조, 개원의 중심의 의료관광 활성화를 도모하고 있다.

6) 대한의료관광협의회

2013년 6월 설립되어 문화체육관광부에 법인 등록된 협의회로 의료기관 및 유치업체로 구성되어 있다. 의료관광 연관 주체(의료기관, 유치업체, 관광업계)가 총망라되어 있는 협의회이다.

의료관광 사단법인 연락처

기관명	연락처	사이트
한국국제의료협회(KIMA)	043-713-8453	www.koreahealthtour.co.kr
한국의료관광협회	02-511-1804	www.koreamedicaltour.org
한방의료관광협회	02-3446-3316	www.omto.or.kr
한국글로벌헬스케어협회	02-3444-4800	www.kgha.kr
전국글로벌의료관광협회	02-542-1560	www.medicaltour.or.kr
대한의료관광협의회	02-779-4372	-

3. 의료관광 관련 법령

의료관광과 관련된 법령으로는 관광진흥법, 의료법, 의료 해외진출 및 외국인환자 유치 지원에 관한 법률, 의료사고 피해구제 및 의료분쟁 조정 등에 관한 법률 등이 있다. 이 중 방한 의료관광객 유치와 관련된 주요 법령과 의료관광 비자 발급에 관련된 내용을 살펴본다.

(1) 관광진흥법

[법률 제12조의2 (의료관광 활성화)]

- 문화체육관광부장관은 외국인 의료관광(의료관광이란 국내 의료기관의 진료, 치료, 수술 등 의료서비스를 받는 환자외 그 동반자가 의료서비스와 병행하여 관광하는 것을 말한다. 이하 같다)의 활성화를 위하여 대통령령으로 정하는 기준을 충족하는 외국인 의료관광 유치·지원 관련 기관에 「관광진흥개발기금법」에 따른 관광진흥개발기금을 대여하거나 보조할 수 있다.
- 제1항에 규정된 사항 외에 외국인 의료관광 지원에 필요한 사항에 대하여 대통령령으로 정할 수 있다.

[시행령 제8조의2 (외국인 의료관광 유치·지원 관련 기관)]

- 법 제12조의2제1항에서 “대통령령으로 정하는 기준을 충족하는 외국인 의료관광 유치·지원 관련 기관”이란 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 것을 말한다.
 - 「의료법」 제27조의2제1항에 따라 등록된 외국인환자 유치 의료기관(이하 “외국인환자 유치 의료기관”이라 한다) 또는 같은 조 제2항에 따라 등록된 외국인환자 유치업자(이하 “유치업자”라 한다)
 - 「한국관광공사법」에 따른 한국관광공사
 - 그 밖에 법 제12조의2제1항에 따른 의료관광(이하 “의료관광”이라 한다)의 활성화를 위한 사업의 추진실적이 있는 보건·의료·관광 관련 기관 중 문화체육관광부장관이 고시하는 기관

② 법 제12조의2제1항에 따른 외국인 의료관광 유치·지원 관련 기관에 대한 관광진흥개발기금의 대여나 보조의 기준 및 절차는 「관광진흥개발기금법」에서 정하는 바에 따른다.

[시행령 제8조의3 (외국인 의료관광 지원)]

- 문화체육관광부장관은 법 제12조의2제2항에 따라 외국인 의료관광을 지원하기 위하여 외국인 의료관광 전문인력을 양성하는 전문교육기관 중 에서 우수 전문교육기관이나 우수 교육과정을 선정하여 지원할 수 있다.
- 문화체육관광부장관은 외국인 의료관광 안내에 대한 편의를 제공하기 위하여 국내외에 외국인 의료관광 유치안내센터를 설치·운영할 수 있다.
- 문화체육관광부장관은 의료관광의 활성화를 위하여 지방자치단체의 장이나 외국인환자 유치 의료기관 또는 유치업자와 공동으로 해외마케팅 사업을 추진할 수 있다.

(2) 의료 해외진출 및 외국인환자 유치 지원에 관한 법률

[법률 제6조(외국인환자 유치에 대한 등록)]

- 외국인환자를 유치하려는 의료기관은 다음 각 호의 요건을 갖추어 보건복지부장관에게 등록하여야 한다.
 - 외국인환자를 유치하려는 진료과목별로 「의료법」 제77조에 따른 전문의를 1명 이상 둘 것. 다만, 진료과목이 대통령령으로 정하는 전문과목이 아닌 경우는 제외한다.
 - 보건복지부령으로 정하는 의료사고배상책임보험 또는 「의료사고 피해구제 및 의료분쟁 조정 등에 관한 법률」에 따른 의료배상공제조합에 가입하였을 것
- 제1항의 의료기관을 제외하고 외국인환자를 유치하려는 자는 다음 각 호의 요건을 갖추어 보건복지부장관에게 등록하여야 한다.
 - 보건복지부령으로 정하는 보증보험에 가입하였을 것

- 2. 보건복지부령으로 정하는 규모 이상의 자본금을 보유할 것
- 3. 국내에 사무소를 설치하였을 것
- ③ 보건복지부장관은 제1항에 따라 등록된 의료기관(이하 “외국인환자 유치의료기관”이라 한다) 및 제2항에 따라 등록된 자(이하 “외국인환자 유치업자”라 한다)에게 등록증을 발급하여야 한다.
- ④ 제1항 및 제2항에 따른 등록의 유효기간은 등록일부터 3년으로 한다.
- ⑤ 제4항에 따른 유효기간이 만료된 후 계속하여 외국인환자를 유치하려는 자는 유효기간이 만료되기 전에 그 등록을 갱신하여야 한다.
- ⑥ 제1항, 제2항에 따른 등록 및 제5항에 따른 갱신의 절차 등에 필요한 사항은 보건복지부령으로 정한다.

[법률 제9조 (과도한 수수료 등의 제한)]

- ① 외국인환자 유치의료기관과 외국인환자 유치업자는 외국인환자를 유치 할 때 과도한 수수료를 요구하거나 거짓 정보를 제공하는 등 중대한 시장 질서 위반행위를 하여서는 아니 된다.
- ② 보건복지부장관은 외국인환자 유치의료기관과 외국인환자 유치업자의 수수료 또는 진료비의 부과 실태를 조사하여 공개할 수 있으며, 그 결과를 반영하여 적절한 수수료율의 범위를 고시하여야 한다.

[법률 제10조 (종합병원의 외국인환자 유치 제한)]

외국인환자 유치의료기관 중 「의료법」 제3조의3에 따른 종합병원은 보건복지부령으로 정하는 병상 수를 초과하여 외국인환자를 유치하여서는 아니 된다.

[법률 제14조 (유치기관 평가 및 지정)]

- ① 보건복지부장관은 외국인환자 유치를 지원하고 서비스의 질을 제고하기 위하여 외국인환자 유치실적, 진료과목, 전문인력 보유 현황 및 국내 의료 서비스 발전 기여도 등을 고려하여 외국인환자 유치의료기관 및 외국인환자 유치업자(이하 이 조에서 “유치기관”이라 한다)를 평가하고 그 결과 일정 수준을 충족한 유치기관을 선별적으로 지정할 수 있다.
- ② 제1항에 따라 지정을 받은 유치기관은 대통령령으로 정하는 바에 따라 지정받았음을 나타내는 표시를 사용할 수 있다.
- ③ 지정의 유효기간은 그 지정을 받은 날부터 2년으로 하고, 2년 단위로 재

지정할 수 있다. 다만, 지정을 받은 유치기관이 제24조제1항에 따라 등록 이 취소된 경우에는 지정의 유효기간이 만료되기 전이라도 지정의 효력 이상실된다.

- ④ 국가 및 지방자치단체는 제1항에 따라 지정을 받은 유치기관에 대하여 다음 각 호의 지원을 할 수 있다.
 - 1. 국내 또는 국외에서의 홍보
 - 2. 외국인환자 유치 전문인력 고용 기반 조성
 - 3. 그 밖에 외국인환자 유치 활성화를 위하여 필요한 사항으로서 대통령령으로 정하는 사항
- ⑤ 제1항에 따른 평가 및 지정, 제3항에 따른 재지정의 기준과 절차 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

[법률 제15조 (의료광고에 관한 특례)]

- ① 외국인환자 유치의료기관은 「의료법」 제56조제2항제10호에도 불구하고 외국인환자를 유치하기 위하여 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 장소에서 외국어로 표기된 의료광고를 할 수 있다. 다만, 환자의 치료 전·후를 비교하는 사진·영상 등 외국인환자를 속이거나 외국인환자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있는 내용에 관한 광고는 하지 못한다.
 - 1. 「개별소비세법」 제17조에 따른 외국인전용판매장
 - 2. 「관세법」 제196조에 따른 보세판매장
 - 3. 「제주특별자치도 설치 및 국제자유도시 조성을 위한 특별법」 제170조에 따른 지정면세점
 - 4. 「항공법」 제2조제7호에 따른 공항 중 국제항공노선이 개설된 공항
 - 5. 「항만법」 제2조제2호에 따른 무역항
- ② 외국인환자 유치의료기관은 제1항에 따른 의료광고를 하려는 경우 미리 광고의 내용과 방법 등에 관하여 보건복지부장관의 심의를 받아야 한다.
- ③ 제1항제4호 및 제5호의 장소에서는 보건복지부령으로 정하는 바에 따라 성형외과·피부과 등 특정 진료과목에 편중된 의료광고를 할 수 없다.
- ④ 제1항 및 제2항에 따른 의료광고의 기준과 심의에 관하여는 「의료법」 제56조 및 제57조제2항부터 제4항까지의 규정을 준용한다.

[법률 제16조 (외국인환자 사전·사후관리)]

- ① 의료업에 종사하는 의사·치과 의사·한 의사(외국인환자 유치의료기관의 개설자 및 해당 의료기관에 소속된 사람에 한정한다)는 「의료법」 제33조 제1항에도 불구하고 컴퓨터·화상통신 등 정보통신기술을 활용하여 국외에 있는 의료인에게 다음 각 호의 행위(이하 “외국인환자 사전·사후관리”라 한다)를 할 수 있다.
 - 1. 의료지식이나 기술 지원
 - 2. 환자의 건강 또는 질병에 대한 상담·교육
- ② 외국인환자 사전·사후관리를 하는 자 및 국외에 있는 의료인의 환자에 대한 책임에 대해서는 「의료법」 제34조제3항 및 제4항을 준용한다.
- ③ 외국인환자 사전·사후관리의 방법과 절차 및 시설·장비 등에 필요한 사항은 보건복지부령으로 정한다.

의료관광 지원제도 - 의료관광 비자

① 단기방문비자 (C-3-3)

- 1회 부여 체류기간의 상한 : 90일
- 체류자격 : 외국인환자 사증 및 사증발급인정 발급지침 대상자 중 단기 방문자
- * 단기방문 자격은 영리를 목적으로 하는 사람에게 발급될 수 없음
- 발급대상 : 외국인환자 유치기관 중 법무부장관이 '전자사증 대리신청 기관'으로 지정한 우수 유치기관에서 초청한 외국인 환자 및 동반자
- 제출서류 및 발급 내용 : '외국인환자 사증(C-3-3, G-1-10) 발급 및 체류관리 지침'에 따라 서류제출 및 사증 발급

전자사증 대리신청 기관

온라인으로 사증발급신청서를 신청한 전력이 있는 유치기관 중 아래 기준을 충족한 유치기관 지정

1. 전자사증 대리신청 기관 지정 기준
 - 최근 약 2년간 5회 이상, 총 50명 이상 의료관광(C-3-3, G-1-10) 사증발급신청서 발급 대리 신청을 하였을 것
 - 사증발급신청서 발급신청자 대비 동 기간 사증발급신청서 발급불허자, 신규불법 체류자, 입국거부자, 재외공간 사증불허자를 합계한 인원의 비율이 20% 미만 일 것
2. 대리신청 기관 재지정
 - 1년마다 전체 유치기관을 대상으로 지정요건을 재심사하여 매년 7월 중 대리신청 기관 재지정 (매년 6월 말 기준, 최근 2년 이내 실적)
3. 대리신청 기관 통보
 - 전자사증 대리신청 기관으로 지정된 유치기관에 이메일 등으로 지정사실을 통보하고 하이코리아(www.hikorea.go.kr) 등 우리 부 홈페이지에 지정내용 게시 (기관명, 대표자명, 사업장 주소)

② 기타비자 (G-1-10)

- 체류기간의 상한 : 1년
- 발급대상 :
 - 외국인 환자 유치기관의 초청을 받지 않고, 국내 의료기관에서 진료 또는 요양할 목적으로 입국하고자 하는 외국인 환자
 - 외국인 환자의 간병 등을 위해 동반입국이 필요한 배우자 등 동반가족 및 간병인
 - * 국내 병원과 송출국가간 환자 송출계약을 체결하고 송출국가에서 진료비 등을 지원하는 외국인환자에 대하여 간병인 동반입국 허용
- 첨부서류
 - 사증발급신청서, 여권, 표준규격사진 1매, 수수료
 - 국내외 의료기관 또는 요양기관에서 발급한 치료 또는 요양을 소명할 수 있는 병원 진단서, 의사소견서 등 입증 자료
 - 국내 의료기관 또는 요양기관에서 치료 또는 요양관련 예약 입증자료 징구
 - 치료비, 체재비 등 부담능력 또는 재정능력 입증서류
 - 가족관계 및 간병인 입증서류

4. 통계 자료

(1) 2015 의료관광 만족도 조사

[조사개요]

한국관광공사의 의료관광객 의료관광 만족도 조사는 방한 의료관광객의 행태 분석 및 요구사항을 파악하여 세계 의료관광시장 내에서 국내 의료 관광 경쟁력을 향상시키고자 진행되고 있다. 조사대상은 국내 의료기관에서 진료를 받은 외국인 환자이며, 각 의료기관에 질문지 배치 후 코디네이터의 도움을 받아 의료관광객이 자기기입식으로 진행되었다. 조사기간은 2015년 11월 9일~ 2016년 1월 31일이며, 조사지역은 전국이나 서울, 대구, 인천 등 12개 지역에서 응답이 이루어졌다. 응답자는 총 1,547명이며, 응답자의 국적은 중국, 러시아, 일본, 카자흐스탄, 미국, 몽골 순으로 많았다.

이터의 도움을 받아 의료관광객이 자기기입식으로 진행되었다. 조사기간은 2015년 11월 9일~ 2016년 1월 31일이며, 조사지역은 전국이나 서울, 대구, 인천 등 12개 지역에서 응답이 이루어졌다. 응답자는 총 1,547명이며, 응답자의 국적은 중국, 러시아, 일본, 카자흐스탄, 미국, 몽골 순으로 많았다.

[2015 의료관광 만족도 조사 결과]

1) 한국 방문 활동

① 한국 방문 목적

구분	%
의료서비스 이용	36.6
타 목적으로 방한, 의료서비스 이용	29.5
의료서비스 이용 및 관광	27.7
모름 / 무응답	6.3

② 한국 의료서비스 선택 이유

구분	%
의료진의 우수한 의료기술	68.9
의료기관 신뢰도	56.0
최첨단 의료 장비 및 시설	40.1
외국인 환자 대상 인적 서비스 인프라	31.7
적절한 가격수준	16.8
지리적 접근성	15.6
의사소통 편이성	11.8
관광 관련 상품 다양성	5.4
진료 / 퇴원 후 서비스 (After Care Service)	4.8
보험사 연계 가능성	4.1

③ 한국 체류 중 국내 관광 경험

구분	%
있음	44.5
없음	52.9
모름 / 무응답	2.6

④ 한국 관광 시 주요 활동¹¹²⁾

구분	%
쇼핑	75.9
맛집탐방 / 식도락	55.0
자연 및 풍경 감상	53.7
고궁 박물관 등 역사유적지 방문	51.8
전통문화 체험	35.7
테마파크, 놀이시설 등 방문	31.5
한류 공연 / 전시시설 관람	16.5

⑤ 동반자 여부

구분	%
있음	52.5
없음	41.0
모름 / 무응답	6.5

⑥ 한국 방문 시 일정

1) 전체		%
구분		
5일 이하		26.2
6~10일		27.8
11~20일		15.6
21~30일		6.0
31일 이상		9.9
모름 / 무응답		14.5

112) 한국 체류 중 국내 관광을 한 응답자 689명을 대상으로 조사한 결과임

2) 의료서비스 이용 기간	
구분	%
1일	24.2
2~3일	25.6
4~5일	10.1
6~9일	10.1
10일 이상	14.9
모름 / 무응답	14.9

3) 한국 내 관광 기간	
구분	%
1일	9.3
2~3일	28.9
4~5일	17.0
6~9일	11.2
10일 이상	13.0
모름 / 무응답	20.4

⑦ 한국 의료서비스 관련 정보 습득 경로

구분	%
친구, 친지, 동료 등 주변사람 의견	77.1
인터넷 검색	47.1
여행사, 의료서비스 에이전시 등 여행업체	39.7
방송매체의 광고나 뉴스	24.5
잡지, 신문 등 인쇄매체의 광고나 기사	14.0
기타	4.1
모름 / 무응답	3.4

⑧ 의료서비스 이용 목적 한국 재방문 경험

구분	%
있음	20.8
없음	76.7
모름 / 무응답	2.5

⑨ 병원 사전예약 방식

구분	%
직접예약	53.1
자국 에이전시를 통해 예약	22.3
한국 내 에이전시를 통해 예약	13.4
기타	6.4
모름 / 무응답	4.8

⑩ 한국 방문 시 1인당 총 지출금액

구분	달러
총 지출금액	8,821
의료비	5,818
의료 에이전시 지급 수수료	307
항공료	737
숙박비	625
식음료비	454
관광	499
기타	382

1) 국적별

구분	달러
중국	9,737
러시아	10,904
일본	2,697
카자흐스탄	10,835
미국	7,074
몽골	9,724
우즈베키스탄	5,285
캐나다	3,918
필리핀	4,946
베트남	3,743

2) 한국 방문 활동

① 의료서비스 만족도

1) 속성별 만족도		
구분	긍정응답비율	평균
의료진(의사, 간호사)의 전문성	85.1	4.44
의료진(의사, 간호사)의 친절성	84.4	4.44
외국인 환자 대상 코디네이터의 친절성	84.0	4.47
외국인 환자 대상 코디네이터의 전문성	82.9	4.45
의료기관 환경 (편의시설, 진료 / 검진 공간, 첨단장비)	81.3	4.36
의료기관 접근성 (찾기 쉬움, 교통편리)	76.7	4.27
의료서비스 가격의 적절성	75.6	4.20
한국 내 의료서비스 관련 정보 제공	75.3	4.23
입퇴원 절차 등 병원 내 수속 절차 편리성	74.8	4.28
외국인 환자 대상 서비스 (음식, 문화, 생활방식 차원)	73.9	4.20

2) 전반적 만족도 / 재방문 / 추천의향		
구분	긍정응답비율	평균
의료서비스 전반적 만족도	85.9	4.32
의료서비스 이용 목적 한국 재방문 의향	80.2	4.21
의료서비스 이용 목적 한국 타인 추천 의향	83.9	4.30

3) 한국 의료서비스 이용 시 불편사항 ¹¹³⁾		(중복응답)
구분	%	
높은 비용	50.1	
의료 연계 관광상품 부족	26.1	
의료서비스 관련 정보 습득 불편	24.9	
외국인 환자 전용 병실 부재/부족	21.9	
예약 절차의 번거로움	20.5	
통역 / 의사소통 불편	20.5	
사후 관리 부족	13.2	
병원 시설 불편 (진료실 / 병실 환경, 집기 노후 등)	10.2	
의료진의 불친절	6.1	
의료기술 / 전문성 부족	4.5	

113) 무응답 491명의 응답을 제외 후 1,056명의 응답을 재백분한 결과임

② 관광 환경 만족도¹¹⁴⁾

1) 속성별 만족도		
구분	긍정응답비율	평균
쇼핑	83.3	4.35
관광지 / 볼거리	80.8	4.30
교통(이동편, 이동소요시간)	77.5	4.19
숙박시설	75.6	4.13
음식	75.3	4.14
관광안내 / 정보	71.3	4.04
여행경비	69.2	4.01

2) 전반적 만족도 / 재방문 / 추천의향		
구분	긍정응답비율	평균
관광 환경 전반적 만족도	84.3	4.16
관광 목적 한국 재방문 의향	84.0	4.15
관광 목적 한국 방문 추천 의향	83.9	4.19

③ 의료관광 종합만족도¹¹⁵⁾

속성별 만족도		5점 기준 / 단위 : 점
구분		평균
의료서비스 전반적 만족도		4.32
관광 환경 전반적 만족도		4.16
의료관광 종합만족도		4.24

114) 한국 체류 중 국내 관광을 한 응답자 689명을 대상으로 조사한 결과임

115) 의료관광 종합만족도는 의료서비스 및 관광 환경 전반적 만족도를 산술 평균 환산하여 계산한 값임

(2) 2015 외국인환자 유치실적 조사

[조사개요]

한국보건산업진흥원의 외국인환자 유치실적 조사는 외국인 환자를 유치하는 의료기관의 외국인 환자 유치실적을 집계하는 방식으로 2009년부터 보건복지부 주관으로 한국보건산업진흥원에서 실시하고 있다. 외국인 환자 유치통계는 의료법에 의거하여 보건복지부에 등록된 의료기관 및 외국인환자 유치업자가 유치한 외국인환자에 대한 정보를 집계하는 보고 통계 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.

[조사결과]

1) 전체 외국인환자 유치현황

- 2015년 외국인환자 유치실적은 총 296,889명(전년대비 11.4% 증가)
 - 입원진료를 받았던 외국인환자는 24,489명으로 2009년 이후 연평균 35.7% 증가세
 - 건강검진 환자는 25,070명으로 2009년 이후 연평균 20.4% 증가세
- 연인원 기준 환자 수는 총 790,730명(전년대비 3.2% 감소)
 - 입원환자의 평균 재원기간은 11.6일이며, 입원 연환자수는 2009년 이후 연평균 48.3% 증가세

2009~2015년 외국인(실)환자

단위: 명, %

구분	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	연평균증가율
입원	3,915	7,987	11,945	14,809	20,137	23,855	24,489	35.7
외래	56,286	63,891	95,810	128,711	172,702	221,672	247,330	31.1
건강 검진		9,911	14,542	15,944	18,379	20,974	25,070	20.4
합계	60,201	81,789	122,297	159,464	211,218	266,501	296,889	30.5

* 2009년은 외래와 건강검진 구분 없이 조사되었으며, 연평균 증가율은 2010~2015년(6년간)에 해당됨

2009~2015년 외국인(연)환자

단위: 명, %

구분	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	연평균증가율
입원	26,707	54,057	92,758	184,782	248,398	323,273	284,593	48.3
외래	135,931	170,203	251,649	290,157	402,013	493,418	506,137	24.5
합계	162,638	224,260	344,407	474,939	650,411	816,691	790,730	30.2

2) 국적별 현황

- 2015년 한국의료를 이용한 외국인환자의 국적은 총 188개국
 - 100명 이상 유치 국가는 66개국으로 매년 꾸준한 증가세
- 외국인환자 총 국적 수 : (2009) 141 → (2011) 180 → (2013) 191 → (2014) 191 → (2015) 188개국
- 100명 이상 유치 국가 수 : (2009) 28 → (2011) 43 → (2013) 54 → (2014) 56 → (2015) 66개국
- 외국인환자 국적별 1위는 2012년 이후 중국이 차지
 - 카자흐스탄(56.5%), 우즈베키스탄(38.3%) 등 G2G 협력을 지속적으로 하고 있는 전략국가 중심으로 꾸준한 증가세
 - 정부간 환자송출 협약의 성과로 UAE 환자는 전년대비 11.9% 증가한 2,946명 유치

2009~2015년 주요 국적별 외국인환자 유치현황

단위: 명, %

구분	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	전년대비 증가율
중국	4,725 (7.8)	12,789 (15.6)	19,222 (15.7)	32,503 (20.4)	56,075 (26.5)	79,481 (29.8)	99,059 (33.4)	24.6
미국	13,976 (23.2)	21,338 (26.1)	27,529 (22.5)	30,582 (19.2)	32,750 (15.5)	35,491 (13.3)	40,986 (13.8)	15.5
러시아	1,758 (2.9)	5,098 (6.2)	9,651 (7.9)	16,438 (10.3)	24,026 (11.4)	31,829 (11.9)	20,856 (7.0)	△ 34.5
일본	12,997 (21.6)	11,035 (13.5)	22,491 (18.4)	19,744 (12.4)	16,849 (8.0)	14,336 (5.4)	18,884 (6.4)	31.7
카자흐스탄	128 (0.2)	346 (0.4)	732 (0.6)	1,633 (1.0)	2,890 (1.4)	8,029 (3.0)	12,567 (4.2)	56.5
몽골	850 (1.4)	1,860 (2.3)	3,266 (2.7)	8,407 (5.3)	12,034 (5.7)	12,803 (4.8)	12,522 (4.2)	△ 2.2
베트남	327 (0.5)	921 (1.1)	1,336 (1.1)	2,231 (1.4)	2,988 (1.4)	3,728 (1.4)	5,316 (1.8)	42.6
캐나다	984 (1.6)	1714 (2.1)	2051 (1.7)	2,756 (1.7)	2,770 (1.3)	2,943 (1.1)	3,206 (1.1)	8.9
UAE	17 (0)	54 (0.1)	158 (0.1)	342 (0.2)	1,151 (0.5)	2,633 (1.0)	2,946 (1.0)	11.9
우즈베키스탄	113 (0.2)	298 (0.4)	491 (0.4)	824 (0.5)	1,358 (0.6)	1,904 (0.7)	2,634 (0.9)	31.1
필리핀	356 (0.6)	957 (1.2)	1,178 (1.0)	1,787 (1.1)	1,848 (0.9)	2,024 (0.8)	2,410 (0.8)	19.1

3) 진료과별 외국인환자 유치현황

- 가정의학과, 소화기내과 등 내과통합진료(21.3%)가 가장 많은 것으로 나타났으며, 정형외과(17.0%) 및 성형외과(13.9%)는 전년대비 10% 이상 증가
- 한방분야의 경우 2011년 이후 9천명 수준을 유지하다가 2015년 13,218명으로 전년대비 12.6% 증가

2009~2015년 진료과별 외국인환자 유치현황 단위:명, %

구분	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	전년대비 증가율
내과통합	18,398 (28.5)	23,632 (23.3)	34,330 (22.2)	45,994 (22.2)	68,453 (24.4)	79,377 (22.3)	79,091 (21.3)	△ 0.4
성형외과	2,851 (4.4)	4,708 (4.6)	10,387 (6.7)	15,898 (7.7)	24,075 (8.6)	36,224 (10.2)	41,263 (11.1)	13.9
검진센터	8,980 (13.9)	13,272 (13.1)	19,894 (12.9)	23,898 (11.5)	28,135 (10.0)	35,858 (10.1)	34,284 (9.3)	△ 4.4
피부과	6,015 (9.3)	9,579 (9.4)	12,978 (8.4)	17,224 (8.3)	25,101 (9.0)	29,945 (8.4)	31,900 (8.6)	6.5
정형외과	3,196 (5.0)	4,975 (4.9)	6,876 (4.4)	9,643 (4.7)	14,597 (5.2)	19,211 (5.4)	22,468 (6.1)	17.0
산부인과	3,965 (6.2)	5,656 (5.6)	7,568 (4.9)	10,905 (5.3)	15,899 (5.7)	19,039 (5.4)	18,986 (5.1)	△ 0.3
일반외과	1,903 (3.0)	2,793 (2.7)	4,304 (2.8)	6,530 (3.2)	10,232 (3.7)	12,465 (3.5)	13,415 (3.6)	7.6
치과	2,032 (3.2)	3,828 (3.8)	5,220 (3.4)	7,001 (3.4)	8,878 (3.2)	11,707 (3.3)	11,309 (3.1)	△ 3.4
이비인후과	2,484 (3.9)	3,549 (3.5)	5,080 (3.3)	7,313 (3.5)	10,069 (3.6)	11,860 (3.3)	11,275 (3.0)	△ 4.9
안과	1,921 (3.0)	4,507 (4.4)	5,821 (3.8)	7,933 (3.8)	9,421 (3.4)	14,618 (4.1)	11,230 (3.0)	△ 23.2
신경외과	1,674 (2.6)	2,177 (2.1)	3,053 (2.0)	5,144 (2.5)	7,897 (2.8)	10,307 (2.9)	11,013 (3.0)	6.8
비뇨기과	1,760 (2.7)	2,629 (2.6)	4,027 (2.6)	5,616 (2.7)	7,906 (2.8)	9,604 (2.7)	9,016 (2.4)	△ 6.1
한방통합	1,897 (2.9)	4,191 (4.1)	9,793 (6.3)	9,464 (4.6)	9,554 (3.4)	11,743 (3.3)	13,218 (3.6)	12.6
그외 진료과	7,388 (11.5)	16,096 (15.8)	25,485 (16.5)	34,496 (16.7)	40,092 (14.3)	53,431 (15.0)	62,025 (16.7)	16.1
합계	64,464 (100)	101,592 (100)	154,816 (100)	207,059 (100)	280,309 (100)	355,389 (100)	970,493 (100)	4.2

* 진료과별 실환자 : 1명의 환자가 복수의 진료과를 방문한 경우, 방문한 진료과별로 1명으로 표기

** 내과통합 : 일반내과, 감염내과, 내분비대사내과, 류마티스내과, 소화기내과, 순환기내과, 신장내과, 알레르기내과, 혈액종양내과, 호흡기내과, 가정의학과(11개 진료과)

*** 한방통합 : 한의과, 한방내과, 사상체질의학과, 한방부인과, 한방재활의학과, 한방피부과, 침구과, 한방신경정신과, 한방소아과, 한방이비인후과, 한방안과(11개 진료과)

- 국적별 진료과목을 보면 중국(성형외과)과 일본(피부과)을 제외하고 내과 진료과가 최다

2015년 주요 국적별 상위 진료과 단위:명

구분	중국		미국		러시아		일본		카자흐스탄		몽골		UAE	
	진료과명	환자수	진료과명	환자수	진료과명	환자수	진료과명	환자수	진료과명	환자수	진료과명	환자수	진료과명	환자수
1순위	성형외과	26,537	내과통합	11,905	내과통합	8,993	피부과	5,749	내과통합	5,602	내과통합	4,867	내과통합	1,250
2순위	내과통합	18,161	정형외과	4,362	검진센터	4,357	내과통합	3,589	검진센터	4,002	검진센터	1,716	정형외과	320
3순위	피부과	13,692	검진센터	4,133	산부인과	2,338	성형외과	2,809	피부과	1,439	산부인과	1,701	피부과	271
4순위	검진센터	8,734	피부과	3,488	일반외과	1,771	산부인과	717	일반외과	1,258	정형외과	969	산부인과	265
5순위	정형외과	6,767	치과	3,356	정형외과	1,538	이비인후과	661	산부인과	1,051	일반외과	885	신경외과	265
6순위	산부인과	4,594	산부인과	2,784	피부과	1,522	검진센터	576	성형외과	1,029	피부과	779	일반외과	255
7순위	신경외과	3,528	안과	2,331	비뇨기과	1,501	정형외과	399	신경외과	1,025	이비인후과	750	이비인후과	221
8순위	일반외과	3,415	이비인후과	1,799	이비인후과	1,288	치과	362	이비인후과	969	신경외과	739	검진센터	203
한방통합	1,573		729		843		3,440		628		246		72	
기타	24,285		17,533		8,130		2,702		6,570		4,826		2,420	
합계	111,286		52,420		32,281		20,386		23,231		17,275		5,419	

[참고 문헌]

- 2015 의료관광 만족도 조사, 2016, 한국관광공사
- 2015년 외국인환자 유치실적 조사결과, 2016, 보건산업진흥원
- 관광시장동향 2014년 1월호, 2014, 한국관광공사
- 관광시장동향 2014년 3월호, 2014, 한국관광공사
- 관광시장동향 2014년 7월호, 2014, 한국관광공사
- 관광시장동향 2015년 6월호, 2015, 한국관광공사
- 관광시장동향 2016년 1월호, 2016, 한국관광공사
- 글로벌 헬스케어 융복합 비즈니스 모델 개발 연구, 2015, 보건산업진흥원
- 러시아 보건의료서비스시장 현황분석 및 의료관광 활성화 전략 연구, 2014, 보건산업진흥원
- 러시아 의료관광객 수용태세 조사, 2014, 한국관광공사
- 서울시 의료관광 마케팅 전략, 2015, 서울관광마케팅주식회사
- 서울의료관광 실태 분석 및 중장기 발전 계획 수립을 위한 연구, 2015, 서울특별시
- 싱가포르의 주요 산업, 2012, 대외경제정책연구원
- 아랍에미리트 의료기기 시장 진출정보_KHIDI Brief, 2014, 한국보건산업진흥원
- 웰니스산업, 2013, 김기홍,서병로,강한승 공저, 대왕사
- 의료관광 경제적 파급효과 분석, 2015, 한국관광공사
- 의료관광 산업 생태계 현황분석 및 의료관광 활성화 중장기 전략, 2016, 한국관광공사
- 의료관광 통계 산출, 2012, 한국문화관광연구원
- 의료관광마케팅, 2013, 강한승, 서병로, 김기홍 공저, 대왕사
- 의료관광산업분류체계 설정 및 경제적 파급효과 분석, 2015, 한국관광공사
- 의료관광산업의 국제경쟁력 분석과 정책과제, 2013, 산업연구원
- 의료관광총람, 2013, 한국관광공사
- 의료기관의 해외진출 현황 및 시사점, 2014, 한국수출입은행 해외경제연구소
- 의료서비스 중국진출 현황분석 및 맞춤형 진출 전략 연구, 2013, 한국보건산업진흥원
- 의료서비스시장 활성화를 위한 마케팅 전략에 관한 연구 : 제주헬스케어타운을 중심으로, 2010, 박종진
- 일본 의료관광산업의 특징 및 경쟁력 전략, 2015, (사)국제관광인포럼 제7차 세미나
- 주요국 의료제도 이해와 해외치료 현황, 2010, KOTRA
- 죽기 전에 꼭 가야 할 세계휴양지 1001, 2011, 헬렌 아놀드 외 공저, 마로니에북스
- 중국 관광산업의 고도화 : 의료관광산업에 주력_코참 차이나비즈니스정보 245호, 2013, 대한상공회의소 북경사무소
- 중국 의료시장 진출 전망, 2014, (사)한국무역학회 2014년도 제2차 학술대회
- 중국 헬스케어산업 발전_코참차이나비즈니스정보 제250호, 2013, 대한상공회의소 북경사무소
- 카자흐스탄, 의료관광지로 한국 주목, 2014, KOTRA
- 카자흐스탄의 환자유치 환경 및 의료관광시장 현황조사, 2013, 한국보건산업진흥원
- 한국의료 몽골진출 가이드, 2013, 한국보건산업진흥원,
- 향기리 의료휴양 관광, 황금알 낳는 거위 될까, 2015, KOTRA
- Health and Wellness Tourism, 2013, 정구점, 이방식 역, Hanol Publishing
- Trade Brief, '의료관광 거대시장 중동을 잡아라!', 2015, 한국무역협회 국제무역연구원
- UAE 의료 산업동향, 2014, KOTRA
- UAE 주요 질병, 2012, 한국보건산업진흥원
- Asian Medical Tourism Market Forecast to 2015, 2013, RNCOS
- Asian Medical Tourism Market Overview 2018, 2014, RNCOS
- MTA Medical Tourism Survey, 2013, Medical Tourism Association,
- Wellness Tourism, 2001, Muller&Lanz Kaufmann
- The Global Wellness Tourism Economy 2013&2014, 2015, SRI International

- The USA Outbound Medical Travel Market, 2016, Int'l Medical Travel Journal

[기사]

- 98% of Abu Dhabi Population Covered by Health Insurance, 2013.3.10, The National
- 관광공사, “한국 의료관광, 걱정말고 오세요”, 2015.7.31, 뉴스1 기사
- 베트남 의료관광에 숨어드는 불법체류… 4년새 9배 급증, 2016.4.1, 서울경제
- 센토사에 반할 수밖에 없는 7가지 이유, 2015년 11월호, 레이디경향
- ‘손 하나 까딱하지 않을 자유’가 있는 곳… 필리핀 웰니스 리조트, 2015.9.16, 경향신문
- 외국인들이 가장 즐겨찾는 “한국관광” 검색어는?, 2016.5.17, 한국관광공사 관광뉴스
- 원격의료 도입한 일본, 스마트폰 의료상담앱도 출현, 2016.5.17, 뉴스1
- 의료한류성패, 5년내 중시장서 결판난다, 2015.5.18, 조선비즈
- 일본과 손잡고 의료 간병 아시아 시장 뚫자, 2016.1.10, 청년의사
- 태국에 밀리고 말레이시아까지 추월… 한국 의료관광 성장세 꺾이나, 2015.4.22, 조선일보
- 한-UAE 보건의료협력 강화로 성과 지속창출, 2015.3.9, 보건복지부 정책브리핑
- Dubai Prepares for Influx of 1.3m Medical Tourists by 2021, 2016.5.4, Gulf News
- More Patients Now Go Abroad for Treatment, 2015.9.1, Vietnam News

[웹사이트]

- 더팜 앳 산 베니토 (www.thefarmatsanbenito.com)
- 두바이 헬스케어 시티 (www.dhcc.ae)
- 리조트 월드 센토사 (www.rwsentosa.com)
- 스위스와라 (www.swaswara.com)
- 아부다비 보건청 환자송출센터 (www.haad.ae)
- 위키페디아, 검색어 : List of Hospitals in the United Arab Emirates, 2016
- 위호텔 (www.wehotel.co.kr)
- 차바숨 리조트 (www.chivasom.com)
- 힐리언스 선마을 (www.healience.com)

한국 의료관광 마케팅 2016

한국 의료관광의 현재와 미래

발행일	2016년 6월
발행인	정창수
발행처	한국관광공사 강원도 원주시 세계로 10
담당부서	의료관광센터 (033-738-3378)
기획 및 디자인	Design Forever (02-734-9000)

* 본문 내 이미지 및 자료의 임의 변경, 무단 도용을 금합니다.