

대전권 한방의료관광 활성화를 위한 특화모델 연구

A Study on the Specialization Model for Oriental Medical Tourism
in the Daejeon Metropolitan Area

연구진

- 연구책임 • 손 창 규 / 대전대학교 한의과대학, 의료관광추진위원회 위원
- 공동연구 • 김 응 석 / 대전대학교 의료관광추진위원회 위원
의료관광지원센터장
- 이 정 만 / 대전대학교 의료관광추진위원회 위원
경제학박사
- 이 정 열 / 대전대학교 의료관광추진위원회 위원
금강일보 기자
- 문 경 원 / 대전발전연구원 녹색생태사업단장

차 례

<요 약>

I. 연구의 개요

- 1. 연구의 배경 및 목적3
- 2. 연구의 내용 및 방법5

II. 한방의료관광에 대한 개요

- 1. 한방의료관광의 개념9
- 2. 한방의료관광의 특성9
- 3. 한방의료관광의 중요성10
- 4. 한방의료관광의 육성 필요성11

III. 한국 의료관광산업의 정책추진현황

- 1. 의료관광 관련법규 제정15
- 2. 한방의료(관광) 관련법규 제정16
- 3. 한방의료관광 관련 정책추진현황17

IV. 국내외 의료관광 현황 및 사례

- 1. 국내외 의료관광산업 현황분석23
- 2. 대전시 의료관광산업 및 정책 현황분석28
- 3. 국내외의 의료관광 성공 사례 및 요인 분석32

V. 국내 지역 특성화 및 헬스·한방관광단지 사업현황	
1. 보건복지부 지역 의료관광 활성화 지원사업	51
2. 지자체 웰빙·헬스케어단지 추진사례 현황	54
3. 한방관광·의료단지 추진사례 현황	59
VI. 외국인의 대전 인지도 및 한방의료관광 매력도 조사	
1. 조사 대상 및 조사 방법	67
2. 일본인 관광객의 조사 결과	68
3. 중국인 관광객의 조사 결과	72
4. 결과의 요약과 의미	75
VII. 대전 한방의료관광 활성화 방안	
1. 대전의 한방의료관광 현황 분석	81
2. 대전지역 한방의료관광산업 관련 인프라 분석	83
3. 대전 한방의료관광 경쟁력 분석	87
4. 대전 한방의료관광 활성화 추진방안	88
5. 대전 한방의료관광 상품 개발과 성공조건	90
VIII. 결론	101
부 록	
1. 설문지	105
2. 참고자료	119

표 차례

〈표 III-1〉 정부의 한방의료관광 관련 기본 목표	17
〈표 IV-1〉 아시아 각국의 의료관광 관련 통계	23
〈표 IV-2〉 한국의 의료관광산업 목표	27
〈표 IV-3〉 대전광역시 2010 ~ 11년도 의료관광 관련 추진 현황	29
〈표 IV-4〉 말레이시아의 의료관광 활성화를 위한 주요 정책들	41
〈표 V-1〉 보건복지부 ‘2010 의료관광 특성화사업’ 선정	51
〈표 V-2〉 보건복지부 2010년 지원사업 추진실적 및 결과	52
〈표 V-3〉 보건복지부 ‘2011 선도의료기술 발굴사업’ 선정	53
〈표 V-4〉 지자체 웰빙·헬스케어단지 추진사례	54
〈표 V-5〉 한방관광·의료단지 사례	59
〈표 V-6〉 대구 국제한방의료지구 주요시설	62
〈표 VII-1〉 전국 시도별 의료기관과 인구 (2011년 10월 기준)	84
〈표 VII-2〉 대전지역 한방의료관광 추진을 위한 환경분석표(SWOT분석)	87
〈표 VII-3〉 국가별 한방의료관광 상품 사례	92
〈표 VII-4〉 일본인 세대별 관광관련 소비 패턴	98

그림 차례

[그림 IV- 1]	한국의 의료관광 방문객과 주요 진료항목	28
[그림 IV- 2]	청평호수가 내려다보이는 국제청심병원의 전경	32
[그림 IV- 3]	환자의 눈높이에 맞춘 서비스전략과 청심국제병원 위치도	34
[그림 IV- 4]	환자편의를 위해 각 병실 내 마련된 화장실과 휴식을 위한 영화관	35
[그림 IV- 5]	태국의 외국인 의료관광객수	37
[그림 V- 1]	전국 헬스케어·한방의료관광단지 현황	55
[그림 VI- 1]	일본의 한국 호감도	68
[그림 VI- 2]	일본의 한국의료 인지도	68
[그림 VI- 3]	일본의 한국도시 인지도	69
[그림 VI- 4]	일본의 대체의학 관심도	69
[그림 VI- 5]	일본의 한방 인지도	70
[그림 VI- 6]	일본의 한방의료관광 관심도	70
[그림 VI- 7]	일본의 한방의료관광 선택시 고려사항	71
[그림 VI- 8]	중국의 한국 호감도	72
[그림 VI- 9]	중국의 한국도시 인지도	72
[그림 VI-10]	중국의 한국의료 인지도	73
[그림 VI-11]	중국의 대체의학 관심도	73
[그림 VI-12]	중국의 한방 인지도	74
[그림 VI-13]	중국의 한방의료관광 관심도	74
[그림 VI-14]	중국의 한방의료관광 선택시 고려사항	75
[그림 VII- 1]	2010년 10월, 대전충청의료관광 활성화를 위한 세미나 개최	82
[그림 VII- 2]	대전지역 한방의료관광산업 관련 인프라	83
[그림 VII- 3]	대전 의료관광 인프라	85

[그림 VII- 4]	시계방향 : 으능정이축제, 유성온천, 대청댐, 중앙시장, 계족산황톳길, 한밭수목원, 템플스테이, 사찰문화	86
[그림 VII- 5]	시계방향 : 동학사, 무녕왕릉, 무주스키장, 인삼축제, 부여백마강, 머드축제	86
[그림 VII- 6]	경증위주의 한방의료관광 vs. 중증위주의 향방 의료관광	89
[그림 VII- 7]	대전지역 한방의료관광 상품개발	90
[그림 VII- 8]	대전지역 한방우위의 의료기술 의료상품개발	91

요 약

I. 연구의 배경 및 목적

1) 연구의 배경

□ 의료관광산업은 국가의 신성장동력산업으로 대두

- 전 세계적으로 인류의 수명연장과 경제수준 향상 및 삶의 질이 중시되면서, 기존의 관광산업과 의료산업이 융합된 의료관광산업이 국가의 경제를 견인해나가는 대표적인 서비스산업으로 대두되고 있음
- 따라서 한국도 정부차원에서 의료관광 산업에 대한 발전전략과 투자를 서둘러 2009년 글로벌 헬스케어를 17대 신성장동력의 하나로 지정하고 의료관광산업 관련 인프라 확충 및 제도 정비를 서두르고 있음.

□ 각 지자체의 경쟁적 의료관광산업 투자지원

- 한국의 각 지역과 지자체에서도 특색이 있는 의료관광산업을 육성하기 위한 전력과 투자를 늘려나가고 있음
- 대전은 서울을 비롯한 다른 도시에 비하여 후발주자로서 아직 의료관광에 대한 성공적인 사례를 만들지 못한 실정이며, 대전의 우위를 담보하는 대표적인 의료관광 상품을 제시하지 못하고 있음.

□ 한국의 한방의료가 한국의 대표적 의료관광상품 발전가능성

- 한국의 한의학은 우수한 인력자원을 보유하고 있으며, 오랜 전통적인 독특한 의학체계를 유지하고 있으면서도 과학적으로 세련된 의학기술을 발전시킴으로서 한방의료관광이 세계적인 경쟁력을 가지고 있음
- 특히 최근 한류의 확장과 더불어 한의학에 대한 세계인들의 관심이 점차 많아지고 한방치료를 목적으로 관광객들이 늘고 있음

□ 대전의 우수한 한방의료 인프라 이용한 한방의료관광 전략 필요

- 대전은 타 지역에 비하여 상대적으로 매우 좋은 교통과 의료시설 및 인력과 주변지역 관광인프라를 가지고 있음
- 특히, 한의과대학 및 부속 한방병원, 한의학 연구원, 유성온천, 금산인삼약초, 백제역사문화권 등 한방의료와 지역특색을 이용한 의료관광 경쟁력이 매우 높게 평가됨
- 이러한 평가우위에도 불구하고 대전시나 한의과대학 등에서는 대전지역 한방의료관광 산업에 대한 구체적 연구나 전략이 부재한 상태임.

□ 한방의료관광 활성화 전략을 위한 기초자료 생산

- 본 연구는 향후 대전시를 중심으로 관련대학 및 기관과 주변 지자체가 대전을 한국형 한방의료관광의 메카로 발전시키기 위한 정책결정을 함에 있어서 기초가 될 만한 자료가 필요하다는 판단됨
- 국내외 의료관광 산업 분석과 한방의료관광의 특성, 대전 한방의료관광 인프라 및 주변 환경을 배경으로 대전 한방의료관광 활성화 방안 자료의 제시를 최종 목적으로 함

2) 연구의 목적

- 외국인들에게 한국의 가장 경쟁력있는 의료관광상품은 한방의료 서비스이며, 대전은 타시도에 비해 상대적으로 매우 우수한 한방의료관련 인프라 보유하고 있음
- 웰빙관광도시 개발에 부합하는 유성온천과 계족산 황톳길 같은 한방자연치료 의료관광 개발 콘텐츠 풍부.
- 의료관광 산업이 국가의 새로운 동력산업으로 기대되고 있는 국내외의 시대적 환경과 더불어, 의료관광산업 활성화를 대전시의 주요한 정책으로 설정하고 있는 시점에서 한방의료관광의 여건과 가능성을 조사하고 연구함으로써 향후 대전한방의료관광 활성화의 주요한 정책 자료로 활용함

- 대전지역이 보유하고 있는 한방 관련 인프라를 활용한 대전시의 특화된 의료관광모델을 정책에 반영하고, 국내외적으로 가장 경쟁력이 있는 한의학(한방)적 특화된 대전 의료관광모델을 개발하고자 함

3) 연구의 범위 및 방법

- 본 연구의 내용적 범위는
 - 첫째 한방의료관광에 대한 개요를 한방의료관광의 개념과 특성, 중요성을 살펴보고, 한방의료관광의 육성 필요성을 제시하고자 함
 - 둘째, 한국 의료관광산업의 정책추진현황을 분석하는 데 있어서 의료관광 관련법규 제정, 한방의료(관광) 관련법규 제정, 한방의료관광 관련 정책추진 현황을 고찰함
 - 셋째, 국내외 의료관광 현황 및 사례를 분석하는 데 있어서 국내외 의료관광산업 현황을 분석하고, 대전시 의료관광산업 및 정책 현황의 분석 그리고 국내외의 의료관광 성공 사례 및 요인 분석함
 - 넷째, 국내 지역 특성화 및 헬스·한방관광단지 사업현황을 보건복지부 지역 의료관광 활성화 지원사업, 지자체 웰빙·헬스케어단지 추진사례 현황, 한방관광·의료단지 추진사례 현황을 현장을 방문하여 분석하였음
 - 다섯째, 외국인의 대전 인지도 및 한방의료관광 매력도 조사를 일본인, 중국인을 대상으로 설문조사를 실시하여 그 시사점을 제시함
 - 여섯째, 대전 한방의료관광 활성화 방안을 모색하는 데 있어서 대전의 한방의료관광 현황을 분석하고, 대전지역 한방의료관광산업 관련 인프라 분석, 대전 한방의료관광의 경쟁력을 분석하여 대전 한방의료관광 활성화 추진방안을 모색하였으며, 이를 통하여 대전 한방의료관광 상품 개발과 성공조건을 제시함
- 본 연구의 방법은 국내외 의료관광 산업 분석과 한방의료관광의 특성, 대전 한방의료관광 인프라 및 주변 환경을 현장방문 및 문헌조사를 통하여 분석하였으며, 외국인의 대전 인지도 및 한방의료관광 매력도 조사를 위하여 일본인, 중국인을 대상으로 설문조사를 실시하였음

II. 외국의 대전 인지도 및 한방의료관광 매력도 조사

□ 조사 대상

- 국내 여행사를 통해 단체로 한국을 방문하였다가 귀국을 위해 인천공항에 대기 중인 일본·중국관광객에게 설문취지를 설명하였고, 그 중 일본인 78명 및 중국인 165명이 설문에 참여하였음

□ 조사 방법

- 일본·중국관광객에게 방문자의 신상정보, 방문목적, 한국에 대한인식도, 한국 의료에 대한 인식도, 한의학에 대한 호감도 및 대전에 대한 인식도 등을 포함하여 20개의 설문항목으로 되어있는 설문지를 나누어주고 자유롭게 답변을 적도록 하였음

□ 시사점

- 높은 한국 호감도
 - 한국에 대한 호감도 조사에서 일본·중국 모두 높음을 알 수 있으며 일본인의 80.7%, 중국인의 60%가 호감을 가지고 있었는데 일본의 한류열풍이 더 긍정적으로 작용하였음을 짐작 할 수 있음
 - 일본인의 한국방문은 2009년 이미 300만 명을 넘어섰고, 일본은 최대의 한국 방문국임
 - 중국관광객은 2011년 한국 방문객 1,000만 명 중 200만 명으로 예상되는데 소득증가, 비자발급 간소화 및 유치전략, 한류 및 근접성의 이유로 중국방문객이 급증하고 있음
 - 중국관광객은 급증할 것으로 예상되며 일본과 중국이 한국의료관광의 중요한 잠재고객이 될 것으로 예상됨
- 낮은 대전인지도
 - 한국도시 인지도 조사에서 대전은 하위권에 머무르고 있으며 대전의 인지도는 서울, 부산, 제주, 인천에 비하여 월등히 낮았는데, 특히 일본은 7.7%

만이 대전을 인지하고 있음

- 대전 도시브랜드 인지도 상승을 위한 대책이 시급한 것으로 해석됨. 도시 인지도는 관광산업과도 밀접한 관계가 있으므로 MICE 전략육성을 표방한 대전시는 적극적이고 중장기적 홍보전략이 필요함
- 국가적으로도 관광산업이 전국적으로 확산되기 위해서는 수도권, 제주, 부산 뿐 아니라 지역 문화자원 및 관광인프라를 적극 발굴 하고 정책적으로 지원해야 함

○ 대체의학 관심도가 상대적으로 높은 중국인과 상대적으로 낮은 일본인

- 자국에 중의학이 보편화 되어 있는 중국인들은 대체의학에 대하여 긍정적으로 평가하고 있으며 중국인 60%가 관심도가 높는데 반해, 관심도가 낮은 그룹은 10%정도였음
- 하지만 일본인 중 많은 관심을 보이는 그룹은 약 11.54%이고 약 52.6% 정도는 보통의 관심만을 가지고 있음
- 중국인은 한방에 대한 이해도가 높을 것으로 추정되는데, 향후 중의학과와의 차별화한 한방의료컨텐츠에는 어떻게 만들어내느냐는 연구가 매우 중요할 것으로 예상됨

○ 한방의료에 대한 상대적으로 높은 일본인과 상대적으로 낮은 중국인

- 일본인의 37.2%가 한국의 한방의료에 대해서 잘 안다고 대답하였고 약 26.9% 정도는 보통이라고 대답하여 비교적 매우 높은 한방의료 인지도를 보였음
- 반면 중국인은 7.9%만이 한국의 한방치료를 잘 알고 61.8%는 모른다고 답하였음
- 중국인은 더 낮은 한방치료인지도를 보이고 있으며 중의학이 보편화되어 있는 중국인들이 한국의 한의학의 체계나 발전에 대해서는 인지도가 상대적으로 매우 낮다는 의미로 해석되며, 이는 한국 한방의료에 대한 중국인 상대의 많은 홍보가 필요함을 의미함

- 대장금 등 한류를 통한 한방체험 형태의 의료관광 콘텐츠도 중국인이 관심을 보일 것으로 판단됨
- ‘2010년 남산 한옥마을 대장금 한방의료체험행사’에 중국, 일본, 동남아 3천 명의 방문 성과를 토대로 2011년도에도 한옥마을과 산청에서 대장금 체험 행사를 실시함.

○ 한방의료관광에 대한 높은 관심도

- 일본인의 20.5%와 중국인의 24.2%가 한국의 한방의료관광에 대해서 높은 관심을 보였고, 일본인의 57.2%와 중국인의 72.7%가 보통이상으로 한국으로의 한방의료관광에 관심을 보이는 것은 매우 높은 수치라 판단됨
- 최근 유행인 한류상품으로서의 현대화되고 전통을 고수한 한방의료 상품을 개발한다면 일본과 중국인들에게 매우 매력적인 의료상품이 될 수도 있을 것이라 여겨짐

○ 언어소통과 의료수준 홍보가 한방의료관광 결정에 가장 중요한 요인

- 한방의료관광의 선택에 있어서 일본인은 언어소통을 가장 중요한 항목으로 고려하였으며 중국인은 의료수준을 가장 결정적인 요인으로 답하였음
- 일본인은 의료기술 수준, 의료비용 및 이동거리의 순서로 답을 하였으며, 중국인에게는 언어소통, 의료비용 및 의료기관의 친절 등을 중요한 요인으로 답변하였음
- 따라서 한방의료관광의 유치하기 위한 전략으로 일본·중국출신이나 해당문화와 언어를 완벽히 이해할 수 있는 한방의료관광 스태프양성이 필요함
- 특히 중국인들에게는 한국의 선진화된 한방의료시스템의 적극적인 홍보가 가장 시급한 것으로 보임
- 또한, 저렴하고 객관적으로 수궁할 수 있는 의료비 수준도 중요한 요소이며, 그 뒤로 친절도·시설환경 이었음. 예상외로 의료관광결정에 있어서 관광인프라 및 자국음식은 비교적 낮은 중요도를 보였음

- 대전인지도 상승전략 및 ‘선진화된 한방의료기술’의 적극적인 홍보전략 필요
 - 일본과 중국인은 한국에 대한 선호도가 높지만 대전이라는 도시브랜드 인지도가 전국 주요도시 하위권으로 매우 낮았음
 - 대전시의 적극적인 홍보가 시급하며 홍보전문부서나 인력양성과 해외시장 진출을 위한 전략적 계획수립이 필요함
 - 상대적으로 중국인들의 한국 한방의료 인지도는 매우 약하였고, 한국 한방의료의 수준에 대한 정보가 매우 부족함을 알 수 있었음
 - 일본인이나 중국인에게 있어서 의료기술의 수준은 한방의료관광을 선택하는 매우 중요한 요소로 확인됨에 따라서 과학화되고 선진화된 한방의료기술의 적극적인 홍보가 필요함
 - 또한, 언어소통도 중요한 요인인데, 의료관광관련 인적자원의 육성은 단기간에 될 수 없고 사전적 투자개념이 강해 민간보다는 정부나 지자체에서 정책적으로 지원해야함

Ⅲ. 대전 한방의료관광 경쟁력 분석

□ 대전지역의 한방의료관광 경쟁력

- 한방의료를 통한 의료관광은 중증 환자의 치료를 주요 목표로 하는 양방의료관광과 달리 비교적 신체의 이동이 자유로운 관광객을 대상으로 함으로 지역의 다양한 관광자원과 연계하여야 경쟁력이 있음
- 따라서 한국의 중심에 위치해 교통의 중심이면서, 백제역사 유적이거나 주변의 자연 경관을 이용한 상품개발이 가능한 여건이 충분함
- 특히 대전은 대전대학교 한의과대학 2개의 부속 한방병원을 비롯한 국내 유일의 한의학연구원이 있으므로 해서 풍부한 인적 인프라가 가장 커다란 장점임

대전지역 한방의료관광추진을 위한 환경분석표 (SWOT분석)	
S (강점)	W (약점)
<ul style="list-style-type: none"> - 풍부한 한방의료 인프라 - 교통의 한방연구인력 및 기관 - 과학적으로 개발된 한방의료기술 - 편리한 접근성 및 교통망 - 주변 한방관광 인프라 풍부 금산 인접(인삼 및 약초시장), 공주 인접(백제문화, 사찰), 유성온천 (한방스파 등) 	<ul style="list-style-type: none"> - 대전의 외국인 방문과 경험부족 - 민간의료기관의 의료관광 이해부족 - 한방의료관광 위한 행정인식부족 - 한방의료기관의 경험과 준비부족 - 한약재 및 치료기술의 표준화미비 - 양방에 비해 높은 비용(비보험) - 주변기관과의 협조체제 미비
O (기회)	T (위협)
<ul style="list-style-type: none"> - 대전정부의 중점추진 정책사업 - 웰빙 및 헬스케어관심 증대 - 중국을 비롯한 해외관광객 증가 - 허준, 대장금 등 한류 영향 - 동의보감 유네스코등재로 한방홍보 - 대체의학 및 동양의학 선호증가 - 각 지자체의 한방관련 투자증가 	<ul style="list-style-type: none"> - 중국의 한방의료관광 중점육성 - 타지역 한방의료관광 경쟁력 성장 - 국내 양방중심 의료관광중심 성장 - 아시아국가 의료관광 경쟁력 성장 - 딥버블 등 국내외 장기불황지속 - 정부의 타 지역 정치적 배려

□ 대전지역의 한방의료관광 경쟁력의 약점

- 대전에 한방의료관광의 경쟁력의 가장 커다란 약점은 그동안 대전이 외국인들이 많이 찾아오지 않는 도시였다는 점
- 따라서 지역의 많은 의료관광에 참여할 기관이나 당사자들이 외국인을 위한 상품개발이나 준비 및 경험이 거의 전무하다는 것임. 마찬가지로 한방의료기관에서도 한방의료관광에 대한 인식부족이 부족하고, 다른 지자체들과의 협력관계도 아직 준비가 덜되어 있다는 것임

IV. 대전 한방의료관광 활성화 추진방안

□ 문화관광을 겸하는 경증질환 중심의 한방의료관광 전략

- 중증 환자의 치료를 주요 목표로 하는 양방의료관광과 달리 한방의료관광은 비교적 신체의 이동이 자유로운 관광객을 대상으로 하면서 지역의 다양한 관광자원과 연계하여야 함
- 이를 통해서 적은 숫자의 중증질환 위주의 의료관광보다 많은 관광객을 유치할 수 있고, 또한 대전과 인근의 문화관광 패키지상품을 개발하여 대전의 경제활성화에도 기여할 수 있는 모델을 추진해야 함

□ 대전을 한방의료관광 허브도시로서 육성하겠다는 정책개발

- 대전 한방의료관광을 활성화시키기 위해서는 대전시가 한방의료 관광상품 개발과 특화시켜나가는 구심점역할을 해야 함
- 한국을 대표하는 한방의료관광 도시로 만들어 도시 활성화와 발전에 기여하도록 하겠다는 확신과 정책적 지원이 필요함
- 전국의 많은 지자체에서 한방관련 사업을 벌이고 있으나 외국 환자를 본격적으로 유치하는 전문화된 한방의료관광 도시는 아직 없는 실정임

□ 한방의료기관 중심의 외국인 환자유치를 위한 인프라 구축필요

- 대전의 한방의료기관과 한방의료기술의 우수성을 알리는데 필요한 카달로

그, 홈페이지, 홍보동영상, 시술소개 동영상, 전문코디네이터 교육, 진료관련 서류 및 외국인 전용병동 등의 인프라를 구축해야 하고, 특히 대전시 및 지역의 지자체의 각종 정책적 행사와 연계한 홍보 프로그램을 개발하여야 함.

□ 외국인관광객 유치업체 및 관련기관 및 지자체와의 협의체 구성

- 대전의 한방의료기관을 비롯한 대전시와 대전시의 관광관련 기관 및 주변의 지자체들과 상시 긴밀한 협조체계를 유지할 수 있는 협의체를 만들 필요가 있으며 이를 통해서 상호 효율적인 홍보 및 상품개발의 시너지 효과를 얻어내야 함

□ 주변의 문화상품과 연계된 신뢰도 높은 한방의료 상품 개발

- 한국의 한방의료기술은 그동안 외국인에게 판매할 수 있는 상품으로서가 아닌, 하나의 통상적 의료기술로서 국가가 정해진 범주에서만 내국인들에게 기술을 함
- 의료관광객을 유치하기 위해서는 의료기술이 하나의 상품으로서 판매할 수 있는 인식의 전환과 함께, 주요 외국인 고객에 맞춘 구체적인 상품으로 만들어져야 함
- 특히, 한방의료상품은 대전시와 주변의 지자체가 가지고 있는 역사문화 및 축제들을 활용한 대전만의 독특한 한방의료상품과 제반 서비스도 함께 개발해야 함

V. 결 론

□ “대전한방의료관광을 새로운 한류의 중심으로”

- 전 세계적으로 대체의학 및 전통의학에 대한 관심과 수요가 급증하면서 한방의료관광의 잠재성이 부각되고 있음

□ 대전시가 세계 한방의료관광의 허브역할

- 세계 전통의학 중에서 우수한 의료기술을 가지고 있는 한국에서, 특히 한방의료의 최적 인프라를 구축하고 있는 대전시가 세계 한방의료관광 시장의 허브역할을 함으로써 많은 외국환자가 방문하여 대전 지역경제 뿐 아니라 국가경제가 활성화 될 수 있음

□ 세계로 도약하기 위한 산·학·연·관의 전략적 투자와 노력 필요

- 세계 의료관광시장에서 새로운 한류를 대표하는 동북아 한방의료관광 허브도시로 발전할 수 있도록 대전시, 대전 한방관련 의료기관, 대학 및 연구기관의 전략적 투자와 노력이 필요함.



I

연구의 개요

1. 연구의 배경 및 목적
2. 연구의 내용 및 방법

I. 연구의 개요

1. 연구의 배경 및 목적

1) 연구의 배경

□ 의료관광산업은 국가의 신성장동력산업으로 대두

- 전 세계적으로 인류의 수명연장과 경제수준 향상 및 삶의 질이 중시되면서, 기존의 관광산업과 의료산업이 융합된 의료관광산업이 국가의 경제를 견인해나가는 대표적인 서비스산업으로 대두되고 있음
- 따라서 한국도 정부차원에서 의료관광 산업에 대한 발전전략과 투자를 서둘러 2009년 글로벌 헬스케어를 17대 신성장동력의 하나로 지정하고 의료관광산업 관련 인프라 확충 및 제도 정비를 서두르고 있음.

□ 각 지자체의 경쟁적 의료관광산업 투자지원

- 한국의 각 지역과 지자체에서도 특색이 있는 의료관광산업을 육성하기 위한 전력과 투자를 늘려나가고 있음
- 대전은 서울을 비롯한 다른 도시에 비하여 후발주자로서 아직 의료관광에 대한 성공적인 사례를 만들지 못한 실정이며, 대전의 우위를 담보하는 대표적인 의료관광 상품을 제시하지 못하고 있음.

□ 한국의 한방의료가 한국의 대표적 의료관광상품 발전가능성

- 한국의 한의학은 우수한 인력자원을 보유하고 있으며, 오랜 전통적인 독특한 의학체계를 유지하고 있으면서도 과학적으로 세련된 의학기술을 발전시킴으로서 한방의료관광이 세계적인 경쟁력을 가지고 있음
- 특히 최근 한류의 확장과 더불어 한의학에 대한 세계인들의 관심이 점차 많아지고 한방치료를 목적으로 관광객들이 늘고 있음

□ **대전의 우수한 한방의료 인프라 이용한 한방의료관광 전략 필요**

- 대전은 타 지역에 비하여 상대적으로 매우 좋은 교통과 의료시설 및 인력과 주변지역 관광인프라를 가지고 있음
- 특히, 한의과대학 및 부속 한방병원, 한의학 연구원, 유성온천, 금산인삼약초, 백제역사문화권 등 한방의료와 지역특색을 이용한 의료관광 경쟁력이 매우 높게 평가됨
- 이러한 평가우위에도 불구하고 대전시나 한의과대학 등에서는 대전지역 한방의료관광 산업에 대한 구체적 연구나 전략이 부재한 상태임.

□ **한방의료관광 활성화 전략을 위한 기초자료 생산**

- 본 연구는 향후 대전시를 중심으로 관련대학 및 기관과 주변 지자체가 대전을 한국형 한방의료관광의 메카로 발전시키기 위한 정책결정을 함에 있어서 기초가 될 만한 자료가 필요하다는 판단됨
- 국내외 의료관광 산업 분석과 한방의료관광의 특성, 대전 한방의료관광 인프라 및 주변 환경을 배경으로 대전 한방의료관광 활성화 방안 자료의 제시를 최종 목적으로 함

2) 연구의 목적

- 외국인들에게 한국의 가장 경쟁력있는 의료관광상품은 한방의료 서비스이며, 대전은 타시도에 비해 상대적으로 매우 우수한 한방의료관련 인프라 보유하고 있음
- 웰빙관광도시 개발에 부합하는 유성온천과 계족산 황톳길 같은 한방자연치료 의료관광 개발 콘텐츠 풍부.
- 의료관광 산업이 국가의 새로운 동력산업으로 기대되고 있는 국내외의 시대적 환경과 더불어, 의료관광산업 활성화를 대전시의 주요한 정책으로 설정하고 있는 시점에서 한방의료관광의 여건과 가능성을 조사하고 연구함으로써 향후 대전한방의료관광 활성화의 주요한 정책 자료로 활용함
- 대전지역이 보유하고 있는 한방 관련 인프라를 활용한 대전시의 특화된 의

료관광모델을 정책에 반영하고, 국내외적으로 가장 경쟁력이 있는 한의학 (한방)적 특화된 대전 의료관광모델을 개발하고자 함

2. 연구의 범위 및 방법

○ 본 연구의 내용적 범위는

- 첫째 한방의료관광에 대한 개요를 한방의료관광의 개념과 특성, 중요성을 살펴보고, 한방의료관광의 육성 필요성을 제시하고자 함
- 둘째, 한국 의료관광산업의 정책추진현황을 분석하는 데 있어서 의료관광 관련법규 제정, 한방의료(관광) 관련법규 제정, 한방의료관광 관련 정책추진 현황을 고찰함
- 셋째, 국내외 의료관광 현황 및 사례를 분석하는 데 있어서 국내외 의료관광산업 현황을 분석하고, 대전시 의료관광산업 및 정책 현황의 분석 그리고 국내외의 의료관광 성공 사례 및 요인 분석함
- 넷째, 국내 지역 특성화 및 헬스·한방관광단지 사업현황을 보건복지부 지역 의료관광 활성화 지원사업, 지자체 웰빙·헬스케어단지 추진사례 현황, 한방관광·의료단지 추진사례 현황을 현장을 방문하여 분석하였음
- 다섯째, 외국인의 대전 인지도 및 한방의료관광 매력도 조사를 일본인, 중국인을 대상으로 설문조사를 실시하여 그 시사점을 제시함
- 여섯째, 대전 한방의료관광 활성화 방안을 모색하는 데 있어서 대전의 한방의료관광 현황을 분석하고, 대전지역 한방의료관광산업 관련 인프라 분석, 대전 한방의료관광의 경쟁력을 분석하여 대전 한방의료관광 활성화 추진방안을 모색하였으며, 이를 통하여 대전 한방의료관광 상품 개발과 성공조건을 제시함

- 본 연구의 방법은 국내외 의료관광 산업 분석과 한방의료관광의 특성, 대전 한방의료관광 인프라 및 주변 환경을 현장방문 및 문헌조사를 통하여 분석하였으며, 외국인의 대전 인지도 및 한방의료관광 매력도 조사를 위하여 일본인, 중국인을 대상으로 설문조사를 실시하였음

Ⅱ

한방의료관광에 대한 개요

1. 한방의료관광의 개념
2. 한방의료관광의 특성
3. 한방의료관광의 중요성
4. 한방의료관광의 육성 필요성

II. 한방의료관광에 대한 개요

1. 한방의료관광의 개념

□ 한방의료의 개념

- 한방의료는 양방(서양)의료에 대한 상대적인 개념으로 인식되며, 인체의 건강상태와 질병의 진단 및 치료에 대한 독특한 의학체계에 근거하여 운용되는 의료기술을 말함
- 자연친화적이고 전인적이며 치료의확인 동시에 예방의학적인 중요성이 매우 강조되는 특징을 가지고 있음

□ 한방의료관광의 정의

- 한방의료관광이란 “건강증진 및 질병치료를 목적으로 한방의약 자원을 이용하는 프로그램, 서비스, 시설 등에서 제공되는 상품을 응용한 일절의 관광상품”이라고 정의할 수 있음

□ 한방의료관광 산업의 의미

- 한방의료관광산업은 한방의료에 근거한 환자의 치료는 물론이고 예방의학적 차원에서의 건강관리 및 치료를 위한 휴양·요양사업과 관광프로그램이 융복합화된 산업을 의미함

2. 한방의료관광의 특성

□ 주위 관광상품과 연계가 강화되는 한방의료관광

- 중증 환자의 치료를 주요 목표로 하는 양방의료관광과 달리 비교적 신체의 이동이 자유로운 관광객을 대상으로 함으로 지역의 다양한 관광자원과 연계가 상대적으로 쉬움
- 또한 한방의료는 한국의 전통적인 역사와 문화를 기반으로 한 한국적인 상

품을 개발 가능하도록 해줌으로서, 특히 지역사회의 역사, 문화, 음식 등의 자원과 연계한 의료관광 상품개발이 더욱 용이하게 됨

□ 낮은 의료사고 위험성과 많은 의료관광객 유치 가능

- 한방의료에 갖는 특징이 경증의 환자들을 대상으로 하며, 또한 예방의학과 건강증진을 목적으로 하는 의료관광의 특성을 가짐
- 따라서 의료관광의 실천에 가장 커다란 장애요인 중의 하나로 지적되는 의료사고에 대한 노출이 상대적으로 매우 적음

□ 전통문화와 친자연적 한방전통 의료기술은 경쟁우위 의료관광 가능

- 한국의 오래된 전통과 문화유적, 문화자산은 훌륭한 관광산업 콘텐츠가 될 수 있고 다른 나라와 차별화된 경쟁우위를 가질 수 있음
- 한국인과 한국지형에 맞게 발전해온 한방은 친자연적 치료와 신체균형을 통한치료로 양방이 가질 수 없는 장점을 지니고 있어 관광자원과 결합한 한방의료관광은 훌륭한 서비스 상품이 될 수 있음
- 또한 국토의 3분의2가 산으로 이루어져 그동안 경제발전의 고비용 요소를 간주되었으나, 다양한 허브 생산이 가능하고 뛰어난 자연자원은 한방의료관광을 비교우위의 고부가가치 산업으로 발전시킬 수 있는 요소임

3. 한방의료관광의 중요성

□ 아시아 전통의학 의료상품의 성공기여와 한방의료관광의 중요성

- 아시아 국가의 의료관광 발전의 바탕에는 그 나라만의 장점과 문화적 특성을 살린 전통의료가 중요하게 작용하였음
- 인도의 아유르베다 및 태국의 타이 마사지처럼 한국은 과학적으로 발전한 한방의료를 바탕으로 세련된 의료관광 상품의 개발이 필요함
- 한국의 한의학은 많은 부분이 과학화, 현대화가 진행되고 있으며 실제로 양방·한방 협진 체제로 상호보완 작용을 하는 한국만의 독특한 대체 의학으

로 세계시장에 충분한 주목을 받을만한 기술과 노하우가 있음

□ 서양에서의 빠른 대체의학 관심과 이용률 증가

- 유럽에서는 녹색운동으로 인해 천연식물체제의 활용이 더욱 빠르게 증가하고 있으며 독일, 프랑스, 영국 등을 중심으로 지속적인 증가가 예상되고 있음
- 미국에서는 한의학을 비롯한 대체의학에 대한 관심과 이용이 빠르게 증가하고 있어서, 향후 전통적인 침치료나 뜸 및 한약물을 이용한 치료와 예방의학에 대한 수요가 매우 늘어날 것으로 예상됨

□ 전통의학을 이용한 의료관광상품의 전략화 사업 필요성

- 전 세계적으로 서양의학의 한계에 대한 인식과 자연주의 사조의 유행 및 양방의료비의 상승 등으로 인하여 세계적으로 전통의학 및 대체의학을 기반으로 한 의료수요가 급증하면서 우리의 전통의학을 기반으로 하는 한방의료관광의 중요성이 매우 강조되고 있음

4. 한방의료관광의 육성 필요성

□ 빠르게 증가하는 전 세계 대체의학 시장 규모

- 빠른 고령 인구의 확장과 Well-Being 및 삶의 질 (Quality of Life)이 중요하게 대두되는 사회에서, 전 세계적인 대체의학시장의 규모가 2008년도에 80조 이상으로 추계되고 매년 약 5-10%의 성장을 할 것으로 예상됨
- 따라서, 한방의료의 가장 중요한 치료 수단인 한약시장도 매년 7 -15 % 정도의 빠른 성장을 보이면서, 2006년도에 약 190억 달러에서 2011년도에는 260억 달러에 이를 것으로 예측함 (Reported at Chinapost on May 2, 2007)
- 2011년 1월 세계 산업 분석 (Global Industry Analysts, Inc.)에 의하면 2015년도에 한약관련 시장은 약 9,315억 달러에 이를 것으로 전망함

□ 한방의료관광의 경제적 파급효과

- 2009년 문화관광부의 보고서에 의하면 년 간 한방의료관광으로 인해 전국에 직간접적인 생산파급효과는 약 2조 9천 741억이었고, 관광분야의 경우 약 2조 2천 640억 원으로 나타남
- 또한, 이로 인하여 전국에 발생시킬 소득파급효과는 약 4천 699억 원이었고 관광분야는 약 4천 628억 원으로 매우 커다란 경제 파급효과가 있는 것으로 보고됨

□ 한국의 한방의료를 이용한 새로운 한류의료상품 개발 가능성

- 한국의 한방의료는 전 세계적으로 동일하게 존재하는 양방의료와 달리 한국의 문화적 특성을 담고 있으므로 인하여, 현재 세계적으로 일고 있는 한류의 일환으로 한의학을 이용한 독특한 의료서비스를 개발함으로써 한국 한방의료의 한류를 만들 수 있는 요소를 가지고 있음.

□ 대전권 한방의료관광상품 육성의 필요성

- 대전은 한방치료, 건강체험, 여행, 자연감상, 문화체험 등의 융·복합 형태의 외국인 이 많이 찾아오게 하는 한방의료관광을 개발하기 위한 최적의 조건을 가진 도시임
- 유성온천스파, 대청호수, 계룡산, 계족산 황톳길, 식장산을 비롯하여 근거리의 속리산, 덕유산, 대둔산 등 빼어난 자연경관을 가지고 있고 주변지역인 금산의 인삼 및 전통 한약시장, 공주·부여의 백제문화, 보령의 머드축제 등과 연계한 상품개발이 매우 용이함
- 중증질환 위주의 의료관광은 적은 숫자로 인해 대전지역의 경제에 파급기여도가 적은 반면, 한방의료관광은 상대적으로 경증의 질병으로 한국의 한방의료기술과 대전과 인근의 문화관광 패키지상품에 대한 매력을 느끼는 많은 숫자의 환자들을 대상으로 함으로서 대전시 경제 활성화에 더욱 기여할 수 있는 모델을 추진해야 함



한국 의료관광산업의 정책추진현황

1. 의료관광 관련법규 제정
2. 한방의료(관광) 관련법규 제정
3. 한방의료관광 관련 정책추진현황

Ⅲ. 한국 의료관광산업의 정책추진현황

1. 의료관광 관련법규 제정

□ 의료관광사업의 제도개선 방안 및 개정법률안

- 보건복지부(장관 진수희)와 문화체육관광부(장관 정병국)는 2011년 6월 8일 관계부처 합동으로 개최된 제11차 경제정책조정회의에서 의료관광사업 성과 및 활성화 대책을 발표했다
- 이날 대책발표에서는 제도개선 과제 20개(7대 중점과제, 13대 일반과제)와 기존 진행되고 있는 지속관리과제 18개 등 총 38개 과제로 이루어졌으며, 이 중 7대 중점과제에는 외국인환자 유치를 위한 방안으로 다음과 같음

외국인환자 유치를 위한 7대 중점과제
<p>1. 외국인환자 배상시스템 도입: 의료사고 고손해율, 고가 보험료 등에 따른 의료기관 배상보험 가입 기피로 해외환자 대비 배상보험 전무. 해외환자유치 의료기관 대상 공제회 설립 및 한시적으로 공제료 일부 지원 방안 검토</p>
<p>2. 의료기관내 숙박시설 등 신·증축시 용적율 완화: 의료기관 부대사업으로 숙박업은 인정('09.7월)되었으나 신·증축시 용적율 규제로 활성화되지 못함. 의료기관내에 의료관광을 목적으로 숙박시설 등을 신증축하는 경우 용적률 적용 확대 및 관광진흥기금 융자·지원.</p>
<p>3. 외국인환자 원내 조제 허용: 외환자의 경우도 처방·조제가 분리되어 지리·언어 등 불편 요인으로 작용. 해외환자도 입원환자, 장애인 등에 적용되는 원내조제를 허용하여 one-stop service가 가능하도록 개선.</p>
<p>4. Medical Korea Academy 연수 확대 및 외국의료인 제한적 임상참여 허용: 한국 의료를 알리고 외국에서 환자를 송출할 수 있는 핵심 요소인 외국의료인에 대한 전략국가 중점 연수교육 확대 실시. 연수 목적 외국의료인의 제한적 진료 참여 허용을 위한 가이드라인 제정('11.6월) 및 연수 목적 비자(D-4)에 의료기관이 포함되도록 개선 추진</p>

<p>5. 전문인력 양성 확대: 외국인의 언어문제를 개선하기 위해 의료통역사 등 전문인력 양성을 대폭 확대. 외국인환자 언어 불편이 없도록 메디컬 콜센터 기능을 강화하여 온라인 상담창구 개설, 전 과정 담임상담제 구축 등 전용 상담기능 강화. 보건관련학과 교육과정에 의료글로벌화 소양제고 및 전문성 강화를 위한 글로벌의료 관련학과목 개설 및 특별 프로그램 도입 등 추진.</p>
<p>6. 의료기관별 외국인환자 수용성 평가: 등록기관 증가에도 불구하고 외국인환자 유치에 필요한 국제적 수준의 의료 부대서비스와 인프라구축 등 평가기제 부재. 등록 의료기관의 외국인환자 수용성 평가(가칭 5-Star) 및 정보공개 추진.</p>
<p>7. 비자제도 개선: 메디컬 비자는 도입되었으나 제출서류가 많고 세부기준 적용이 일부 상이하여 일선에서 비자 발급 어려움 지적. 외국인환자 유치기관이나 유치업자의 보증이 있는 경우 치료비 등 재정입증서류 제출을 생략하여 제출서류 간소화 추진임.</p>

□ 외국인환자 유치 의료기관 및 유치업자 관련 규정 개정

- 보건복지부는 2011년 10월 5일 보건복지부공고를 통해 외국인환자를 유치하고자 하는 의료기관 및 유치업자의 등록 신청, 의료법인 설립 및 재산처분 허가 제도를 국민들이 이해하기 쉽도록 원칙 허용 방식으로 전환함
- 인증전담기관이 징수한 비용을 인증 업무에 필요한 경비에 직접 충당할 수 있도록 하는 등 현행 제도의 운영상 나타난 일부 미비점을 개선·보완하려는 의료법 일부개정법률(안)을 입법예고함

2. 한방의료(관광) 관련법규 제정

□ 한의학의 국가적 육성을 뒷받침하기 위한 한의학육성법 개정안 국회통과

- 기존의 한의학육성법을 일부 개정한 법률이 2011년 7월 국회를 통과하였는데, 이 법은 한의학육성의 기본방향 및 육성기반의 조성과 한의학기술 연

- 구·개발의 촉진에 필요한 사항을 정함으로써 국민건강의 증진과 국가경제의 발전에 기여함을 목적으로 함
- 이 법에 한방의료관광에 관련된 조항이 들어 있지는 않지만, 한의학의 활성화와 세계화를 위한 기본적인 국가의 의지와 제도적 정책의 원칙을 담고 있음

3. 한방의료관광 관련 정책추진현황

□ 정부의 한방의료 관련 기본 사업목표

- 정부는 보건복지여성부와 문화관광부를 중심으로 한방의료관광의 활성화를 위해 ‘글로벌 한방 코리아’란 비전으로 사업목표를 내세워 2013년 한방의료 관광객 5만명 유치와 5년간 4,000명 취업유발 및 생산유발 9천억 원 달성을 목표로 함.

<표 III-1> 정부의 한방의료관광 관련 기본 목표

(단위 : 명, 백만원)

구 분	2009	2010	2011	2012	2013	합 계	연평균
의료관광객 수	50,000	70,000	100,000	140,000	200,000	560,000	112,000
한방의료관광객 수	10,500	15,400	23,000	33,600	50,000	132,500	26,500
진료수익	39,238	57,549	85,950	125,561	186,847	495,145	99,029
관광수익	2,941	4,313	6,442	9,411	14,005	37,112	7,422
생산유발효과	73,491	107,786	160,980	235,170	349,956	927,383	185,477
취업유발효과(누적)	872	1,279	1,910	2,790	4,152	-	-

자료 : 한국보건산업진흥원, 보건의료서비스산업 육성을 위한 해외유치 활성화 방안, 2006.

□ 주요 정책의 방향

- 한방병원 중심의 중점치료, 중증환자 케어와 한방미용, 성형, 피부 등 특화 진료의 소규모 의료기관·지자체 중심의 특성화된 지원체계를 마련하며 한방의료관광을 목적으로 하는 관광유치와 한국 방문 관광객들이 체류 중 한방의료 이용을 촉진하는 전략 체계 마련

- 단기적인 추진방안으로 의료관광 추진체계와 연동한 한방의료관광 지원체계를 구축하며 동의보감 세계기록유산 등재를 활용한 집중 홍보를 추진
- 중장기적 추진방안으로 고부가가치 한방의료관광 기반 구축으로 한방의료의 영역에서 한방웰니스 영역으로 컨셉을 확대하며 한방웰니스 관광객을 지속적으로 유지할 수 있는 시스템을 구축

대상·질환별 한방의료관광 주요 추진 전략		
수요	한방미용, 한방성형, 한방다이어트, 한방안티에이징, 한방피부(아토피, 여드름) 등	한방정신치료(우울증, 치매), 근골격계질환, 심혈관질환, 만성기질환 등
단기	에이전시 및 관광객 대상 홍보	다양한 유치 채널 확보
중장기	관광연계 다양한 결합상품 개발	국제 한방전문병원 활성화, 양한방 협진의 장기체류형 관광상품 개발

□ 추진전략

- 4가지의 기본 전략을 설정하여 보건복지여성부와 문화관광부가 연차적인 준비를 진행하고 있음

정부의 한방의료관광 활성화를 위한 주요 전략
<p>1. 한방의료관광 수용 태세 구축</p> <p>◇ 한방의료관광 서비스 환경 조성: 한방의료관광 유치 및 안내 매뉴얼 제작, 한방 적정 진료가격 가이드라인 제시로 한방의료시장 신뢰도 제고, 한약의 다양한 제형 개발을 통한 의료관광 상품화 촉진 (외국인 환자 대상 중점 품목 리스트를 선정하여 다양한 제형상품개발, 예, 분말형, 과립형, 환단형, 캡슐형, 연고형, 젤리형, 사탕형 등)</p> <p>◇ 한방의료기관 서비스 평가 실시: 한방의료서비스 수준 제고 및 서비스 품질 안정성 유지·관리를 위한 시범평가 추진 (한방의료기관을 포함한 병원대상 각종 평가를 일원화하는 「의료기관평가 인증제」가 국정과제로 추진 중으로 시범평가에서 추후 인증제 전환 예정)</p> <p>◇ 양한방 협진을 통한 의료의 질 및 효율성 제고: 병원급 이상에서 양·한방 협진 추</p>

진(115개 병원), 병원·한방병원·치과병원의 고유특성 유지, 협진제도 추진으로 의료 자원 및 의료비 절감

- ◇ **한방의료관광 원스톱서비스시스템 구축·운영:** 기존 의료관광 원스톱서비스센터에 한방분야 추가 운영, 관광객 비자 및 출입국 안내, 한방 병·의원 정보, 관광·숙박 서비스 등의 정보 제공으로 방문객 만족도 제고 및 잠재 수요자 발굴
- ◇ **한방 전문인력 양성 및 인력풀 구축:** 외국인 환자 예약 및 상담, 진료설계, 사후관리, 진료 전후 연계 관광프로그램기획, 관광만족도 관리 및 재방문 유치 등의 역할을 위한 전문인력(한방의료관광코디네이터) 양성, 한방병원, 한의원, 유치업체의 한방의료관광 관련자 대상 재교육, 한방 관련 교육프로그램 인증제도 도입 방안 검토
- ◇ **지자체 한방의료관광 육성 지원:** 해외 홍보 및 마케팅 지원 -한방의료관광 포럼·세미나 및 국제행사 개최 지원, 한방의료관광 전문인력 양성 지원

2. 해외홍보 마케팅 전개

- ◇ **한방의료관광 이미지 구축 및 홍보:** 의료브랜드 「MEDICAL KOREA」와 연계하여 「글로벌 한방 코리아」를 표방하는 한방의료관광 슬로건(영문) 개발, ‘글로벌 한방코리아’ 한방의료관광 이미지구축, 한방의료관광을 한방치료 및 웰니스 관광으로 포지셔닝
- ◇ **홍보대사 위촉을 통한 해외홍보마케팅 전개:** 한방의료관광 홍보대사 위촉 및 해외홍보마케팅에 활용, 한방의료관광 상품 개발(연간 10여개) 및 판촉, 해외 언론매체를 통한 한방의료관광 홍보, 해외 코리아센터 및 코리아플라자 내 한방웰니스체험센터 운영, 해외홍보설명회 및 팸투어 실시(에이전트, 언론인 등 대상)
- ◇ **한방의료관광 활성화전략 수립 및 지원 강화:** 한방 타깃국가에 대한 시장조사 및 마케팅 전략 수립, 마케팅 활성화 전략 수립을 위한 연구용역 실시(‘10년 상반기), 한방병의원 및 전문업체의 해외 현지 마케팅 지원 강화, 관광공사 온라인 홈페이지(영·일·중·러 등)를 통한 한방의료관광 정보 제공 및 홍보캠페인 전개
- ◇ **국제행사를 활용한 마케팅 강화 및 국제 네트워크 구축:** 한방의료관광 관련 국제행사 참가 및 홍보, 해외 인적 네트워크 구축 및 활용

3. 한방의료관광 클러스터 활성화

- ◇ **지역별 특화된 한방의료관광 클러스터 모형 개발:** 지역별 특화 유형(질병 치료, 일반관광, R&D, 재배단지, 유통 등) 모형 개발, 한방의료관광 클러스터의 집적화·고부가가치를 통한 한방산업 경쟁력 제고

- ◇ **한방의료관광 클러스터 유형 설정 및 한방관광타운 조성:** 지자체별 사업 유형을 통합적으로 연계하여 집적 구축함으로써 지역적 한의산업 육성 및 시너지효과 창출 극대화, 지자체의 한방산업 관련 추진사업에 대한 분석을 토대로 한방관광타운 조성 지원, 거점단지를 중심으로 벨트형식의 권역별화 추진, 시·도별 중심의 권역별로 기존 인프라를 활용한 지역특성화 모형 설계 및 권역별 연계성 확보를 위한 통합관리체계 구축
- ◇ **한방관광타운 상품개발 지원:** 한방관광타운의 한방의료관광 상품개발 지원, 한의약을 이용한 질병치료·건강증진과 예방·휴양 도모 프로그램 개발 지원

4. 행정지원체계 구축 및 수요자 사후관리

- ◇ **한방의료관광 유치 협의체 구성:** (가칭)한방의료관광협의회 구성, 사업추진 구심체로서 역할, 상품개발, 홍보 등 시장참여자 주도의 의료관광사업 전개로 시장 활성화 유도
- ◇ **외국인환자 의료분쟁(양한방) 대처방안 마련:** 외국인환자 의료분쟁 예방 및 대처방안 매뉴얼 개발·보급 및 외국인환자 의료분쟁 관련 교육 실시, 외국인 의료분쟁 발생 시, ‘조정·중재제도’를 분쟁 당사자가 활용할 수 있도록 조치, 외국인환자와 의료기관과의 진료계약서에 분쟁해결방안(조정·중재) 명문규정, ‘의료분쟁조정법’ 입법화 방안추진
- ◇ **Medical Call Center 통합 운영:** (관광공사 1330) 한방의료관광에 대한 전반적인 정보 제공, (복지부 1577-7129) 의료분쟁 대응, 의료불만 상담(전화, 이메일), 응급환자 지원 등 외국인환자 사후관리체계 구축
- ◇ **한방의료관광 만족도 조사를 통한 피드백:** 국내 한방의료관광 체험자 대상 만족도 조사 실시, 한방의료관광산업 이해관계자 정기적 만족도 조사 결과에 대한 피드백 시스템 구축

IV

국내외 의료관광 현황 및 사례

1. 국내외 의료관광산업 현황분석
2. 대전시 의료관광산업 및 정책 현황분석
3. 국내외의 의료관광 성공 사례 및 요인 분석

IV. 국내외 의료관광 현황 및 사례

1. 국내외 의료관광산업 현황분석

1) 해외 의료관광산업 현황분석

□ 세계 의료관광시장 규모는 2012년 1,200억 달러

- 글로벌 컨설팅 회사인 맥킨지의 전망에 따르면 세계의료관광시장이 2004년도 400억 달러에서 2008년 600억 달러, 매년 빠른 증가를 보여서 2012년 1,200억 달러로 예상함
- 다른 컨설팅회사인 딜로이트는 인기 있는 의료관광국으로 아시아에서는 태국, 싱가포르, 말레이시아, 인디아, 사우디아라비아, 유럽에서는 헝가리, 중남미에서는 멕시코, 코스타리카, 브라질, 아프리카에서는 남아프리카공화국을 지칭하고 있음 (오주현, 2009)

<표 IV-1> 아시아 각국의 의료관광 관련 통계

(단위 : 명)

구 분		태국	싱가포르	인도	말레이시아
2005	환자 수	1,000,000	35-370,000	175,000	150,000
	추정액 (USD million)	803	900	333	400
2010	추정액 (USD)	1200 (2008)	3000	1100-2200	600-1000

□ 세계 의료관광객 2010년 4,000만 명으로 예상

- 최근 세계적인 의료관광인구의 증가는 타국의 비교우위에 있는 의료서비스 체계의 원인으로 영향을 받고 있으며, 상대적으로 저렴하고 신속한 서비스가 이뤄지는 국가로 치료환자들이 이동
- 해외의료서비스를 이용한 환자들이 2005년 1,900만 명에서 2010년에는 4,000만 명으로 전 세계적으로 매년 상당히 증가할 것으로 예상함

- 의료관광객의 대다수는 북미 및 유럽지역 거주자로, 자국의 높은 진료비와 장시간 진료대기의 문제를 해소하기 위해 의료수준은 높으나 자국에 비해 저렴한 주변국가나 동남아시아로 와서 진료를 받는 동시에 휴양 및 건강증진 관광을 즐기고 있음

□ 의료관광의 시장의 팽창 요인과 각국의 의료관광시장 참여

- 관광산업의 확대와 저가 항공서비스 보급으로 의료관광 비용절감에 기여하며 선진국의 60세 이상 노령인구가 증가로 경제활동인구가 이들을 부양할 수 있는 능력이 떨어져 노년층은 대안을 찾아 해외로 눈을 돌리고 있음
- 또한, 미국과 유럽의 의료비 증가와 맞물려 의료보험회사들이 저가의 의료서비스를 받을 수 있도록 의료관광을 보험서비스 항목에 포함 시키는 것도 의료관광산업 발전에 기여했다고 볼 수 있음
- 이와 같은 성장성 때문에 의료관광산업은 개발도상국에서는 새로운 성장동력으로 인식되고 있음
- 아시아의 경우 경제성장률이 전반적으로 높아지고 정보통신산업 관련 기술과 물류시스템이 발달하면서 의료관련 기술진보가 빠르게 일어나 질은 높아지고 가격이 낮아 서양에서 오는 의료관광객이 늘고 있음

□ 의료관광객 유치에 위해 국가적 산업으로 육성

- 아시아의 국가들은 제도개선 및 국가의 적극적인 지원으로 의료관광을 전략적 산업으로 육성하고 있으며, 특히 동남아시아 일부 국가들은 외국환자의 유치를 위하여 자국민 해외 의료면허 취득자들에게 일정기준을 통하여 면허인정제도를 취하고 있음
- 특히, 영어로 의사소통이 손쉬운 싱가포르, 말레이시아, 태국, 인도 등의 병원들은 최신 의료장비와 기술을 도입해 기반을 강화하고 있으며 우리나라의 의료관광산업은 아직 초기 단계에 있는 반면, 이들 국가의 의료관광산업은 상당히 발전된 수준임

□ 영국은 의료보험체제로 진료대기시간이 길어 해외의료 수요 증가

- 영국의 경우 보건의료체계는 정부가 직접관리해주는 국가주도형 시스템

(NIS: National Health System)이 자리를 잡고 있으나, 진료까지의 시간이 길어 해외의료관광 수요가 증가하는 추세임

- 영국의 경우 2006년 7만 명이던 의료관광객수는 2007년 10만 명으로 증가하였음(<http://nbntv.kr>, 2009). 최근 NIS는 의사방문부터 수술까지 18주가 넘지 않도록 조치하였으나 수요가 많은 정형외과와 심장수술은 대기시간을 맞출 수 있을지 의심되므로 해외로 나가는 의료관광객수의 증가가 예상됨
- 특히, 신규 EU가입국인 헝가리는 영국에 비해 70%까지 비용절감이 가능하다는 광고를 통해 치과, 성형외과, 정형외과를 중심으로 영국의료관광객 유치에 적극적임

□ 미국의 보험 미가입자가 4600만 명으로 해외치료 선호

- 북미에서는 미국이 해외의료관광의 수요국으로, 과도한 의료비 및 시장중심의 의료보험체계에 기인함
- 2006년 50만 명의 미국인이 진료목적으로 해외로 나갔는데, 미국에서 2005년 기준 의료보험 미 가입자가 4,600만 명임 (오주현, 2009)
- 고액의료보험을 자비로 가입하는 것이 부담스럽기 때문에 저렴하고 신속한 진료 및 수술을 제공하는 의료관광은 합리적 선택이 될 수 있음
- 캐나다는 영국과 같은 공영의료시스템을 가지고 있으나 수술까지의 대기시간이 길어 외국에 나가서 의료서비스를 받는 의료관광이 성행하고 있음
- 멕시코는 미국과 접경의 지리적 이점으로 미국 환자 유치에 적극적이며, 중미의 코스타리카도 의료관광객 유치에 적극적이다. 멕시코와 코스타리카 모두 치과진료 및 성형외과 비용이 미국의 30~40%정도로 선호도가 높음

2) 국내 의료관광산업 현황분석

□ 글로벌화에 따른 정부의 정책

- 각국의 의료시장 확대로 시장규모가 2008년 600억불에서 2012년 1,200억불로 연 12%로 성장해 국가별 환자 유치를 위한 경쟁이 치열해지고 있음
- 이에 따라 한국정부는 의료관광산업의 발전을 위해 글로벌 헬스케어 17

대 신성장 동력의 하나로 지정하고 관련인프라 확충 및 제도 정비를 천명하고 있음

- 특히, 글로벌헬스케어의 경우 의료채권발행, 의료관광비자 신설과 의료기관 외부자본 유입경로 다양화 등의 계획을 발표함
- 이를 통해 2008년 2만7천명에 불과하던 외국인 환자를 2013년 20만 명까지 대폭 늘린다는 계획으로, 2012년까지 15개의 특화형 기술개발 연구중심병원을 선정·지원하며 글로벌 임상시장의 2.5%를 점유하여 2018년까지 세계 10위권에 진입한다는 구상임
- 한편, 정부는 한방의료관광협의회 구성·운영과 한방의료관광용어집, 표준교육교재 개발과 한방체험홍보센터(남산 한옥마을) 운영 등으로 한방의료관광 활성화 추진해 나간다는 계획을 갖고 있음

□ 정부의 효율적인 행정체계 개선

- 정부는 신속하고 효율적인 행정 운영을 위해 2009년 3월 총리실 주재 ‘외국인환자 유치지원 TF’팀을 구성(총리실, 복지부, 문화부, 법무부, 기획재정부, 외교부, 관광공사, 보건산업진흥원, KOTRA, 병원협회, 국제의료협회 등)함
- 또한, 의료관광을 범부처 신성장 동력과제 선정, 공공의 선제적 재정 투입과 민간투자활성화를 안정적 성장 기반 구축을 위해 복지부는 2009년 47억 원, 2010년 93억5천만 원, 2011년 60억 원을 문화부는 09년 10억 원, 2010년 37억 원, 2011년 30억 원을 책정함
- 정부는 지난 2009년 12월 한국의료 대표브랜드 Medical Korea-Smart Care 개발과 국가별 차별화된 홍보마케팅을 통해 한국의료의 인지도 제고 및 안정성, 질 높은 서비스, 합리적인 가격으로 Positioning해 나간다는 계획임

<표 IV-2> 한국의 의료관광산업 목표

(단위 : 명, 백만원)

구 분		2010	2011	2012	2013	2014	합계
환자수(실 인원)		80,000	110,000	150,000	200,000	300,000	840,000
진료수익		84,976	132,031	203,448	306,529	519,567	1,246,551
관광수익		22,408	30,811	42,014	56,019	84,029	235,281
고용 효과 (누적)	계	1,273	1,911	2,854	4,179	6,902	17,119
	의료서비스	901	1,400	2,157	3,249	5,507	13,214
	관광산업	372	511	697	930	1,395	3,905

자료 : 보건산업진흥원, 2010

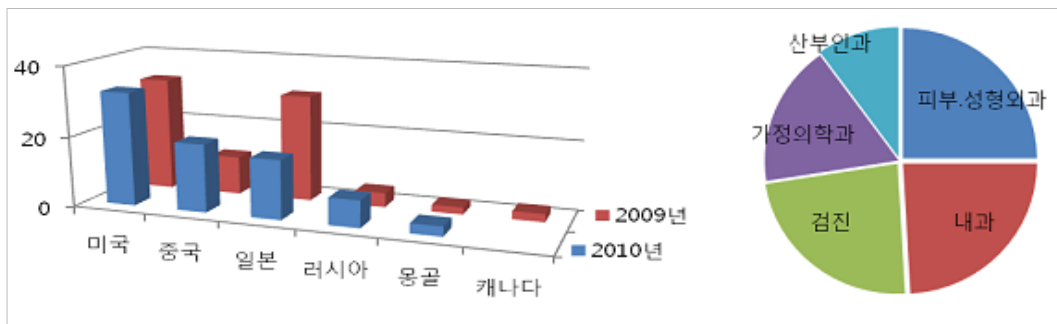
□ 한국의 의료관광실적

- 2010년 국내의 외국인 연환자수는 224,260명으로 2009년 160,017명보다 40.1% 증가한 것으로 나타났으며 외래환자의 경우 64,777명으로 79.2%, 건강검진은 11,653명으로 14.2%, 입원환자 5,359명으로 6.6%를 차지하였음
- 진료수익은 2009년 총 547억 원에서 2010년 1,032억 원으로 전년대비 89%의 증가를 보였으며 1인당 평균진료비는 전년 94만원에서 131만 원, 입원환자 평균진료비는 656만 원에서 583만 원으로 나타남
- 1억 원 이상 고액환자의 경우 21명(0.03%), 1천만 원 이상 진료비를 부담한 외국인환자는 1,732명(2.2%)으로 2009년 816명에 비해 112%가 증가함

□ 한국의 의료관광객의 특징

- 2010년 국가별로는 미국(32.4%), 중국(19.4%), 일본(16.8%), 러시아(7.7%), 몽골(2.8%) 순이며 '09년 미국(32.6%), 일본(30.3%), 중국(11%), 러시아(4.1%), 캐나다(2.3%), 몽골(2%) 에 비교해 중국(171%), 러시아(190%), 몽골(119%)이 약진세인 반면 일본의 경우 15% 감소함.

- 한편, 카자흐스탄은 614명에서 949명으로 중동은 128명에서 346명으로 상승했음
- 진료과목별로는 2010년 피부·성형외과(14.0%), 내과(13.5%), 검진(13.1%), 가정의학과(9.8%), 산부인과(5.6%) 순으로 피부·성형외과가 우세함
- '09년의 경우 내과(20%), 검진(13.5%), 피부·성형외과(13.4%), 가정의학과(7.8%), 산부인과(6%) 순임. 지역별로는 서울(61.7%), 경기(13.3%), 대구(5.5%), 부산(5%), 인천(3.5%) 순으로 수도권지역이 전체의 78.6% 차지한 것으로 나타남('09년 87.8%).



[그림 IV - 1] 한국의 의료관광 방문객과 주요 진료항목

2. 대전시 의료관광산업 및 정책 현황분석

□ 대전광역시의 의료관광 추진현황

- 대전은 지난 2005년 특별법을 통해 대덕연구개발특구로 지정돼 '95년 엑스포 이후 제2의 도약의 발판을 마련했음에도 불구하고 소매업과 같은 전통적 서비스업 위주의 산업구조로 대규모 일자리창출 등을 위한 성장동력이 부족한 구조적 취약점을 갖고 있음
- 의료관광산업은 3차 산업 중 부가가치가 매우 큰 산업으로 국제과학비즈니스벨트와 함께 대전 경제에 새로운 활력을 넣어줄 것으로 기대됨
- 대전시는 민선5기 10대 주요공약 중 하나로 첨단의료관광도시 육성을 정하고,

- 미래 신성장 전략산업으로 육성해 나간다는 계획으로 의료관광을 추진 함
- 대전의 의료관광 추진에는 크게 3가지의 좋은 여건 (풍부한 의료인프라, 좋은 교통접근성, 풍부한 백제문화권의 관광자원)이 있다고 판단함

<표 IV-3> 대전광역시 2010 ~ 11년도 의료관광 관련 추진 현황

추진사항	내 용	추진일시
의료관광 코디네이터 양성	위탁 교육기관 : 대전대학교 양성인원 : 69명(기초과정42, 심화과정27) / '11. 1.11 ~ 5. 1까지	'11. 1.11 ~ 5. 1
「대전의료관광육성협의회」 창립	시의원1, 의료분야10, 관광분야2, 대학 및 연구기관4, 기타2	'10. 8. 26
의료관광 전담조직 (의료관광담당) 신설		'10.10.15
(사)대전의료관광협회 설립 등기		'10. 10. 27
의료관광 활성화 세미나 개최		'10. 10. 28
의료관광 팸투어(중국)실시		'10.10.28~ '10.10.30
의료관광 전문가 T/F 구성	전문가(대학교수) 2, 의료계1, 관광계1, 연구원2, 공무원1	'10.11.22
해외 선진사례(태국, 싱가포르) 벤치마킹		'10.12.19~ '10.12.24
의료관광팸투어(중국) 실시		'11. 2. 20 ~ 2.23
의료관광 다국어 홈페이지 구축	영어, 중국어, 일어, 몽골어, 러시아어, 한국어	'11. 1. 14 ~ 5.14 /
의료관광 중장기 발전 연구용역 시행	대전발전연구원	'11.3.3 ~'11.6.8
몽골 보건부 등과 의료관광 MOU체결	市 - 몽골 보건부, 흡수굴아이막 MOU, 지역종합병원 - 몽골 병원 MOU ※ 충대병원(1병원), 을지대병원(2병원, Ach의대),	'11. 3. 16

	<p>건양대병원(암센터), 선병원(3병원)</p> <p>- 몽골 환자(한몽이) 무료수술 (심장판막증 : 생후5개월) / 충대병원</p>	
「대전시의료관광지원센터」 준비팀 구성·운영	<p>- 대전 컨벤션뷰로(CVB) 內 / 팀장(1) 및 팀원(3, 엑스포과학공원 인력 파견)</p> <p>- 주요기능 : 해외마케팅, 전문인력 육성·관리, 외국인 환자 편의 및 정보 제공 등</p> <p>→ 대전도시마케팅공사 설립후 8명으로 확대 구성·운영</p>	4.13 ~
대전광역시 의료관광 활성화 조례안 입법예고		(4.15~5.9)
해외환자 유치 선도의료기술 육성 공모사업 선정	<p>선정결과 : 대전광역시 등 6개 시도 선정(신규3, 기선정3)</p> <p>- 신규 : 대전, 경기(최소침습수술), 제주(중양치료)</p> <p>- 2010선정 : 대구(피부치료,이식), 전북(로봇수술), 전남(관절치료)</p> <p>- 대전시 사업개요 / 사업비(3억) : 정부 1억 5천 + 市 9천 + 병원 6천</p> <p>사업명 : “세계최고의 건강검진 허브 도시 조성” (선병원)</p> <p>- 사업주체 : 대전시와 대전선병원(대표의료기관), 기타 지역의료기관과 유치업체 컨소시엄 구성</p> <p>- 특 징 : 1) 대전선병원의 국제인증(JCI) 건강검진허브센터 구축</p> <p>2) 현대자동차 그룹의 해외협력 네트워크를 활용 해외 외국인 임직원대상 건강검진 실시(포상관광객 유치)</p>	4.18
중국 남경시와 의료관광 MOU체결	충대병원 - 중국 남경 제1병원 및 구르병원 MOU	5.11

□ 대전광역시의 의료관광 환자 유치 실적

- 대전지역의 지난 2009년 해외환자는 169명에서 2010년 1,693명으로 9배가 증가했으며 특히, 건강검진 유치실적은 서울, 경기, 대구에 이어 4위를 기록하였음
- 2011년 4월엔 보건복지부 ‘2011 의료관광 시범사업 기관’에 선정돼 의료관광의 성공가능성을 확인함
- 타지역에 비해 다소 늦은 출발이지만 지역의 우수한 인프라를 잘 활용한다면, 다른 지자체가 겪었던 시행착오를 최소화 하면서 단기간에 좋은 성과를 거둘 수 있을 것으로 기대하고 있음.

□ 대전광역시의 의료관광 환자 유치를 위한 5대 중점 추진과제:

- 가. 의료관광과 뷰티산업을 접목, 신성장 동력 창출 및 대전의 도시 브랜드 제고를 위해 의료관광 국제컨퍼런스 개최
- 나. 한류 분위기에 힘입어, 중국 내에는 성형·미용 열풍과 함께 한국형 웨딩 Boom이 조성되고 있으며, 한국을 찾는 중국 웨딩 관광객도 급증함에 따라 이들을 상대로 한 기존 웨딩관광상품에 건강검진 프로그램을 패키지화한 신상품을 출시해 대전의료관광 활성화 도모해 나간다는 계획임
- 다. 몽골 어린이(“한몽이”) 무료수술에 대한 국내·외 언론 및 정부기관에서 인본주의 실현 정책으로 호평을 받은바 이를 바탕으로 어린이 무료수술 사업 등 공익적 프로그램인 “나눔의료” 사업을 전개 대전 의료에 대한 이미지 제고 및 Global Healthcare 리더로 자리매김한다는 계획임
- 라. 해외 한인네트워크 활용, 해외한인초청 팸투어를 실시로 홍보마케팅을 전개하여 대전 의료관광의 우수성 홍보 및 인지도를 제고해나감.
- 마. 의료관광 타겟 국가와의 의료관광 협력을 위한 전략적 제휴로 MOU를 체결하는 등 Partnership을 구축해 해외환자 유치를 활성화 시킨다는 계획임

3. 국내외의 의료관광 성공사례 요인 분석

1) 국내 : 청심국제병원

□ 한국을 대표하는 의료관광병원으로 발전

- 2003년 개원한 청심병원은 경기도 가평군 설악면 송산리 연면적 8,800평, 건축면적 1,815평이며 병상수는 250여개에 불과하지만 종합검진센터, 재활센터, MRI, CT 등 첨단의료장비와 5성급호텔 못지않은 각종시설을 갖추고 있음
- 2008년 기준 해외거주 환자 17,000명이 병원을 찾아왔고, 국내거주 외국인을 포함하면 총 28,000명의 해외환자를 유치하였음. 처음에는 일본인 환자를 주요 대상으로 하였다가 점차 모든 국가의 환자를 대상으로 확장하고 있음
- 2011년도부터는 청심국제병원에서 외국인 진료를 직접함과 동시에 한국의 모든 병원에서 개발되는 의료관광 상품을 총괄적으로 모아서 필요한 외국인 고객으로 공급하는 의료관광 허브병원으로서의 역할도 진행하고 있음



[그림 IV - 2] 청평호수가 내려다보이는 국제청심병원의 전경

□ 의료관광 개척에 대한 분명한 비전 설정과 공유

- 국제 청심병원은 처음엔 지역의료 서비스담당과 종교재단 관련 외국인 방문객들의 진료담당을 목표로 출발하였으나, 점차 한국을 대표하는 의료관광 전문 병원이라는 비전을 설정하고, 모든 시설과 서비스 및 발전계획안을 여기에 맞추어 실천하고 있음

- 즉, 한국의료관광의 허브병원으로서의 입지를 달성하기 위한 전 재단과 구성원의 통일된 비전의 공유가 발전의 핵심 요인이라 판단 됨

□ 양·한방의 효과적 진료

- 한편 청심국제병원의 가장 큰 장점은 양·한방의 효과적인 진료로서, 병원에 입원한 환자는 주2회 이상 양·한방 의사들이 함께 회진하면서 상호 완충적 치료법을 제시함
- 양·한방 의료진의 완벽한 호흡을 위해서 의료진 채용 시에 양·한방 협진에 대한 철저한 공감대를 보장하는 확인서를 요구하는 등, 양·한방 협진을 중요한 경영원칙과 전략이자 장점으로 활용하고 있음
- 실제 한쪽의 치료보다 협진치료가 약 20% 이상의 개선효과를 보이고 있듯이 치료를 받는 환자들이 협진치료에 만족하고 있음

□ 마케팅 전략의 차별화

- 환자를 기다리는 보수적 접근방식보다는 공격적 마케팅 전략을 도입하였고, 전략국가를 선택 후 그들의 장단점 분석과 문화적 이해를 바탕으로 환자의 눈높이에 접근하고자 노력하였음
- 다문화 가정의 결혼이민자를 고용하여 환자유치, 상담, 단순 통역이 아니라 환자의 문화배경 이해를 노력 하였고, 고객만족을 위해 모든 병원 종사자들이 호텔 종사원 개념으로 서비스정신을 지향하였음.

□ 철저한 시장조사와 고객의 눈높이에 맞춘 서비스

- 각 나라별 특성, 병원체계, 의료수가 등을 분석 전략적 접근방식으로 현지 국가 방문, 교류, 에이전시 설명 등 공격적 마케팅 전략을 추구함
- 일본 환자의 경우 일본의 가장 큰 약점인 산부인과 시장을 공략, 보험 연계 환자의 의료수가 보험처리를 가능케 했고 퇴원이후에도 환자들에게 질병관리, 안부전화, 고객만족평가, 환자소개 등 Viral Marketing 전략을 도입 귀국 후 또 다른 환자의 추천을 유도함
- 각국의 환자들의 문화적 이해, 언어소통, 해외전화, 인터넷사용 등 편의제공

노력과 무엇보다 환자의 심리상태를 고려한 노력이 돋보임



[그림 IV-3] 환자의 눈높이에 맞춘 서비스전략과 청심국제병원 위치도

□ 환자의 심리까지 고려한 서비스, 언어소통 및 인력에 대한 투자

- 통상의 검진장비는 병원의 안정성, 편의성 등 때문에 어두운 지하에 배치 환자가 검사를 받을 때 두려움을 느끼는 점을 고려 가장 전망 좋은 곳에 검진장비를 구축, 환자의 심리상태까지 고려한 노력을 기울이고 있음
- 일본인 산모가 병원과는 상관없는 지병에 의한 사망사고였음에도 청심국제 병원에서는 일본인 관습에 따라 장례, 운구, 영사수속, 화장절차, 일본어 진단서 발행 등 업무를 대신하여 유족들에게 깊은 감동을 준 사례가 있음
- 즉 병원의 입장에서 환자를 보기 보다는 환자의 입장에서 인테리어 배치 (Hotel Service) 경영 마인드를 도입했음
- 특히, 외국어의 소통문제를 해결하기 위하여 외국인 의료관광 코디네이터 (러시아 2명, 영어권 2명, 일어 6명), 외국어 가능 의료진(의사 9명, 간호사 57명) 등 서비스 인력에 대한 투자가 타 병원과 차별되는 청심국제병원의 장점임



[그림 IV-4] 환자편의를 위해 각 병실 내 마련된 화장실과 휴식을 위한 영화관

□ 시사점

- 국내 많은 의료기관에서는 병원의 전통, 시설, 접근성, 의료진의 우수성을 앞세워 외국인 환자 유치에 추구하고 있지만, 청심국제 병원의 사례에서 보듯 환자의 눈높이에 맞는 감성적 노력이 병행 되어야 함
- 일시적으로, 의료비용과 시설의 장점 등으로 환자를 유치를 할 수는 있으나 그것으로는 연속성을 가질 수 없음
- 청심국제 병원은 많은 신도, 자금력과 조직력의 장점에도 불구하고 고객만족 시스템을 도입 보수적 영업 보다는 공격적으로 환자의 눈높이 맞는 감성 마케팅을 채택, 환자가 귀국 후 충성도 높은 열정고객이 되도록 동기부여 하였음

2) 아시아 : 태국, 싱가포르, 말레이시아, 인도

□ 의료현실의 태생적 열악함을 의료관광으로 승화

- 태국, 싱가포르, 말레이시아 및 인도는 전세계에서 가장 활발한 의료관광 사업이 발달한 나라임
- 이들 아시아 4국의 의료관광 산업의 초기출발은 의료기관의 태생적 환경이 역설적으로 의료관광의 선진국의 초석이 되었음
- 싱가포르 경우는 적은 인구, 태국과 인도 경우는 사회의료보험 미적용등 환자의 감소가 원인으로 아시아 3국은 병원의 존폐위기와 사회의료체계붕괴를 우려 외국환자 유치라는 대안을 마련함

- 이를 위해서 영리병원을 유치, 의료진 문호개방, 정부정책지원 등으로 관련 산업의 발전으로 확대하여 싱가포르 경우 GNP대비 10%의 중요한 산업으로 발전되었음

□ 전통 대체의학과 관광상품이 결합하여 발전된 의료관광산업

- 이들 국가들은 자연경관, 온천 및 전통 대체의학이 관광상품과 결합된 ‘글로벌 웰스케어 관광상품’으로 일본을 비롯한 아시아 국가에서는 물론 유럽과 북미의 관광객을 유치하고 있으며, 또한 입원 및 선택적 수술을 위한 시설과 제도를 갖추어 세계 의료관광산업을 주도하고 있음

□ 의료관광 활성화를 위한 4개국의 공통점

- 이들 나라들은 의료관광의 홍보, Visa, 마케팅전략, 의료비용투명화, 의료분쟁해결 및 정부정책수립 등에 있어서 정책부서가 다름에도 부서간의 통합 또는 파견근무를 통한 대외정책의 일원화를 구축하고 있음
- 또한, 이들 나라들은 영리병원의 주식시장으로 자본을 적극 유치하고 업무량에 맞춰 인원과 자금을 과학적으로 배분하는 ABM (Activity Base Management)경영기법의 적용 및 의료시장 개방으로 병원의 서비스 및 우수한 의료진 확보 등에서 경쟁력을 갖추고 있음

(1) 태국의 의료관광

□ 태국은 2010년 247만명의 외국환자 유치 목표

- 태국은 일찍부터 관광산업이 발달했으며 이와 연관된 의료관광이 함께 발전함. 태국정부는 외래관광객의 40%를 의료관광객으로 보고 있으며 의료관광을 차세대 국가핵심산업으로 육성하고 있음
- 2004년 의료관광활성화를 위하여 ‘Medical Hub of Asia Project’ 5개년 계획을 수립하여 국립 및 민영병원을 국제수준까지 끌어올리는 노력을 함. 2005년 128만 명의 환자가 다녀가 9억 달러의 외화를 획득하였는데, 2010년은 247만을 목표로 함

□ 태국은 저렴한 인건비와 천혜의 자연관광자원이 의료관광의 경쟁력

- 2500년 전통의 민간요법인 타이마사지는 건강유지 및 예방책으로 리조트, 호텔, 종합병원, 마사지 샵 등에서 외국 관광객에게 판매되고 있으며 인기가 많음
- 또한, 메디칼스파 프로그램과 다양한 리조트 건강관리 프로그램을 운영하고 있는데, 간호사, 의사, 물리치료사, 치료전문가 등 전문 인력이 관광객을 보살피며 저렴한 인건비와 천혜의 자연관광자원을 태국의료관광의 장점으로 활용하고 있음



[그림 IV-5] 태국의 외국인 의료관광객수

□ 공공병원의 지원과 규제가 없는 민간병원 발전모델

- 태국 정부는 낙후된 공공의료시설을 지원하기 위해 제 8차 경제개발계획 (1997~2001년)을 수립·시행하는 한편, 서민의 의료복지 향상을 위해 “30 바트로 모든 질환 치료”라는 슬로건 하에 대대적인 보건부문 보장계획을 실시함
- 이 과정에서 많은 의료계의 전폭적인 지원으로 결국 국민들의 지지를 받을 수 있었음
- 또한, 태국에는 민간병원에 대한 영업규제가 없기 때문에 민간 대형병원을 중심으로 우수한 의료진과 수준 높은 의료서비스를 고가에 제공하고 있고, 특히 자국 내 병원시설과 의료진 수준에 대해 Joint Commission International(JCI) 같은 국제인증 획득
- 이러한 이유로 국제적인 신뢰를 쌓고 있으며, 접수부터 입원, 수술 등의 절차가 1주일 안에 종료되도록 하여 신속한 서비스를 제공함
- 또한, 태국 의료인들이 해외연수나 교육 후 자격증을 받고 귀국하여 의료관광산업에서 활발히 활동하는 장점을 가지고 있음

□ 태국의료관광산업의 특징

태국 의료관광산업 활성화의 특징	
1. 민간주도형:	태국의 의료보건의료정책은 공공의료 분야에 집중하데, 민간분야는 별다른 규제 없이 시장자율로 운영, 민간주도로 발전함.
2. 영리병원형:	민간병원은 상법상 주식회사 형태로 설립 및 주식시장 상장 영리목적의 운영이 가능하고, 정부가 정하는 의료수가 또는 자율적 의료수가를 선택 적용할 수 있음. 현재 범룽랏, 사미티벳, 방콕, 람캄행병원 등의 병원이 주식시장에 상장되었고 범룽랏병원의 경우 의료서비스 가격은 국공립병원의 3~4배, 개인의원 약 10배임.
3. 시장개방형:	의료시장을 일부 개방해 현재 외국인 병원 총지분의 49%까지 투자가 가능하며, 외국인 의사도 태국 내의 시험을 통과하면 태국 내에서 의료행위를 할 수 있음.
4. 고효율병원지향:	외국인을 대상으로 의료서비스를 제공하는 고효율병원은 약 30개 정도로 대부분 수도권 방콕과 주요 관광지에 소재하고 있으며 일부 병원의 병실은 5성급 호텔 수준의 시설을 갖춘.
5. 특화된 마케팅전략:	모든 의료분야에서 뛰어난 것이 아니라 치과, 심장, 안과 등 특화된 전문성을 강조한 마케팅을 구사하고 있음. 또한 주요 의료관광 대상은 의료서비스 가격이 높은 유럽, 미국 등의 지역과 의료서비스가 부족한 중동과 중국 지역 등의 환자가 주된 대상임. 2007년 외국인 진료자 국별 비중은 일본이 16.99%로 가장 높고, 미국 10.6%, 영국 8.6%, 중동 7.8%, 대만 4.6% 순이며 한국인 진료자도 2만7천명으로 2.2%를 차지하고 있음.

□ 태국 의료관광산업의 활성화 정책

- 제1차 5개년 전략계획 (2004년~2009)은 ‘아시아에 뛰어난 헬스 중심지’로 만들어 낸다는 목표로 국립 및 민간 병원의 의료 서비스 수준을 국제적인 수준으로 끌어 올리기 위한 것임
- 이를 위해 치과, 건강검진 등의 의료서비스에서부터 SPA 서비스, 태국 마사지, 중장기 건강관리 프로그램, 식품 및 의약, 화장품 등 연관 산업의 동시 성장을 목표로 함
- 제1차 5개년 전략계획에 의료관광산업 관련 통계를 대폭 정비했으며 이는 3개 부문으로 의료서비스(medical services), 헬스서비스(health services),

타이 허브제품(Thai herbal products)으로 분류하고 스파부문 경쟁력을 강화하고 해외 의료관광객들을 적극적으로 유치하기 위해 서비스 품질 인증을 도입하고 각종 서비스 기준을 만들고 이를 법제화 함

- 제2차 5개년 전략계획(2010~2014)에서는 의료산업과 관광산업 간 연계를 강화하고 패키지 상품으로서의 경쟁력을 높이기 위해 태국관광청(TAT)에서 ‘태국 의료관광산업을 위한 e-마케팅 캠페인’을 시작함
- 태국의료관광 서비스에 관해 일목요연하게 볼 수 있도록 정보를 제공하고 있음
- 향후 10년 동안 100~150억 달러를 투자해 신규 병원들을 건설, 지속적인 인프라를 확장해 나가겠다는 계획과 수준 높은 의료진이 지속적으로 공급될 수 있도록 하고 있음
- 태국 의과대학 학생들의 해외연수비용 지원 제도, 병원들의 인증 강화, 의료관광 부대서비스 수준을 높이는 작업도 추진함
- 현재 의료관광 중심이 방콕에 위치하는데 비해 제2차 5개년 전략계획에서는 푸켓을 새로운 의료관광 허브로 육성하겠다는 계획을 발표함
- 이를 위해 태국 정부는 중국 정부와 합작해 의료관광전용 병원인 ‘카말라 공공의료센터’를 건립해 일반적인 의료과목 이외에 중국 한방도 함께 넣어 양·한방 진료를 동시에 받을 수 있도록 계획함
- 이외에도 정부는 푸켓의 의료서비스 인력 양성 및 연구시스템과 스파 부문에 대한 국제경쟁력 강화 방안도 마련함

□ 태국 의료관광산업의 경쟁력 분석

- 세계적인 권위의 미국 국제병원평가위원회(Joint Commission International: JCI), 국제병원인증원(IHAI) 등의 인증획득을 통해 국제적인 신뢰도 높임
- 민간병원 의사들 대부분이 해외유학파로 유창한 영어를 구사하는 국제적 수준의 전문 인력이며 태국 내 30개의 병원이 외국인 대상으로 고품질 의료서비스를 제공하고 있으며 의료수가가 외국에 비해 상대적으로 저렴함
- 외국인 고객을 위한 One-stop 서비스로 통역, 병원 접수부터 전 과정을 직원이 직접 안내 등 여러 가지 서비스를 제공함

- 휴양리조트, 여가 프로그램, 1:1 간호 및 간병서비스, 스파 등 풍부한 관광 인프라를 활용한 프리미엄 부가서비스 제공
- 의료관광사업을 원활하게 할 수 있도록 민간 병원의 주식시장 상장을 허용, 병원 고급화를 위한 투자 유치를 도모하고 의료관광서비스를 관광, 쇼핑과 연계해 산업간 시너지 효과를 극대화 함

(2) 싱가포르의 의료관광

□ 싱가포르는 2012년 100만명 외국인환자 유치 및 30억 달러 목표

- 싱가포르는 다민족 도시국가의 형태로 일찍이 선진교육 및 사회제도를 확립해 국제화가 일찍 시행되었음
- 1997년 외환위기 이후 의료관광산업을 새로운 국가성장의 전력산업으로 지정하고 이를 뒷받침하기 위해 의료를 의료산업으로 선언하고 국·공립병원과 민간병원의 차별화를 실시하였음
- 싱가포르는 2004년 27만명의 의료관광환자를 유치하였고, 2012년 100만명을 목표로 하여 약 30억 달러 수입과 13,000명의 고용창출을 기대하고 있음

□ 싱가포르 의료관련 고용창출

- 2007년 의료서비스산업의 부가가치와 고용 모두 2000년 대비 2배 이상 증가함
- 부가가치는 2000년 15.7억 싱가포르달러(US달러 9.1억)에서 2007년 38.7억 싱가포르달러 (US달러 25.7억)로 증가하였고, 고용은 2000년 약 2만6,000명에서 2007년 약 5만 7,000명으로 증가하였음
- 싱가포르 공공기관에서도 의료관광객을 유치하는데 국민적인 불만은 전혀 없는 것은 많은 고용유발과 함께 국가에서 의료비용, 진료과정, 철저히 관리를 하기 때문임

□ 싱가포르의 의료 공개제도

- 정부에서 평균진료, 전문 진료비(Professional Fee) 병원입원비, 약값 등 기타비용에 대해 환자에게 항목별 공개 결정 치료의 가이드라인을 설정

- 적정진료와 수술을 위한 내부 감시망을 통해 의료비 과다청구 및 적정의료 산출에 대해 투명성 확보를 위해 2003년부터 병원별 진료비 내역을 싱가포르 보건부 홈페이지 (Hospital Bill Size) 배너를 오픈
- 소비자들이 병원비용 직접비교 할 수 있도록 정보공개 병원비의 투명성 확보와 병원비용을 내리는 효과를 얻음.



MINISTRY OF HEALTH
SINGAPORE

Healthcare Financing
Hospital Bill Size

□ 싱가포르의 외국인 의료관광 경쟁력강화를 위한 방안

- ‘싱가포르 의료산업 자문단’은 경쟁력 강화를 위해 다음과 같은 정책을 제안하고 실행 중에 있음

(3) 말레이시아의 의료관광

<표 IV-4> 말레이시아의 의료관광 활성화를 위한 주요 정책들

가격 투명의 확보	진료비, 입원비, 약값 및 기타 비용에 관한 항목별로 가격정보를 환자에게 제공하고 있어 전반적으로 진료비 인하의 효과를 유도했음.
가격 경쟁력 강화	외국인 간호사, 방사선 기사, 물리치료사 등 저렴한 인력을 유치하기 위해 가족동반비자 발급을 위한 근로심사를 노동부에서 보건부로 이관을 협의하고 있음.
외국 의료 인력 확보	세계 28개국 159개 대학 (한국 서울대의대, 고려대의대, 연세대의대 3곳) 졸업 과 국가의사 자격증 소지자 한에 의료진들에게 싱가포르 내 취업허가 될 수 있도록 관련규칙을 개정하였음.
해외환자 입국 간소화	진료예약이 완료된 외국인 환자에게 미리비자를 발급해 입국절차를 간소화하고 있음.
적극적인 해외 마케팅	외국의료진과 관광회사에 ‘Singapore Medicine’을 적극적으로 홍보하고 있으며, 영국 및 호주 등에 싱가포르 방문프로그램과 국제학술대회를 개최하고 있음.

□ 말레이시아 의료관광산업의 현황과 특징

- 2008년 기준 말레이시아 의료관광산업이 관광산업에서 차지하는 비율은 1.7%로 싱가포르(6.4%), 태국(9.3%)보다 크진 않지만 일반 관광과 연계한 의료관광이 커나갈 여지가 많다는 점을 감안할 때 빠른 속도로 성장할 수 있는 잠재력을 갖고 있음
- 싱가포르만큼 정부의 개입이 크진 않지만 태국의 민간병원들이 주도한 것과 달리 정부가 의료관광산업 발전에 적극 나서 민관 협력의 틀 속에서 의료관광산업을 발전시켜 나가고 있음
- 말레이시아의 의료관광산업은 태국, 싱가포르보다 늦은 인도, 필리핀 등과 비슷한 시기이지만 의료관광 내방객은 2008년 37만 4,000명, 8970만 달러로 최근 매우 빠른 성장을 보이고 있음
- 말레이시아를 찾는 외국인 중 인도네시아인 72%로 절대다수를 차지하며 그 외에 일본인과 인도인, 유럽인이 소수 포함되어 있으며 그 원인으로 이슬람 국가라는 공통점을 찾을 수 있음
- 이어 말레이시아 의료관광객의 10%를 싱가포르인이 차지하고 있으며 말레이시아의 의료관광객 대부분은 아시아인이 80%를 차지했으며 태국(약23%) 보다는 훨씬 아시아 고객 비중이 높지만 싱가포르(97~98%)보다는 낮은 특징이 있음

□ 말레이시아의 의료관광산업 활성화 정책

- 잘 발달된 인프라를 지속적으로 개선, 확충하면서 의료관광산업이 발전되도록 다양한 세제를 적극 지원함
- 2010년 1월부터 향후 5년간 병원들이 기존 시설의 확장, 현대화, 혹은 신규 병원 설립 등에 투자를 할 경우 건강부 (MOH: Ministry of Health)의 기준을 충족하면 투자금의 100%를 세금 감면해 주는 조치를 도입함
- 정부와 병원들은 2009년 12월 의료관광산업을 발전시키기 위한 기구로 말레이시아 헬스케어 여행위원회(MHTC: Malaysia Healthcare Travel Council)를 발족시켜 의료관광 고객들에게 해당 정보를 알려주고 홍보함
- MHTC의 권고에 따라 말레이시아 병원들은 “오픈메뉴 플러스(OMP:Open

Menu Plus)’를 진행시키고 있음

- OMP 이니셔티브는 정보기술을 활용해 병원들의 의료관련 정보를 종합해서 의료서비스 고객들이 볼 수 있게 하는 한편 의료기관들도 이 정보를 활용해 서비스를 향상시킬 수 있도록 함
- 의료비 광고허용, 병원 차량의 의료관광객 수송 허용, 의료관광 관련 비자 절차 간소화 등 의료산업 규제를 완화함
- 이외에도 의료관광객에 대한 세제 지원, 싱가포르 메디세이브(Medisave) 사용 허용, 해외 의료기관과의 제휴 적극 권장 및 지원 등 다양한 의료관광 지원 정책을 추진함

(4) 인도의 의료관광

□ 의료관광산업의 현황

- 인도산업연맹(CI)과 Mackinsey가 공동으로 작성한 보고서에 따르면 인도가 의료관광으로 벌어들이는 수입이 2012년에는 22억 달러(약2조5080억)에 달할 것이라고 평가 하고 있으며 해외 환자로써는 2005년 20만명이 입국하였고, 2007년 27만 2천명이 방문하였음
- 인도 경제 산업 연합회 (ASSOCHAM)의 ‘국내 의료 관광 부문의 발생 동향’이라는 보고서에 따르면, 현재 연간 성장률이 40%로, 만약 매년 지속적으로 의료관광객이 증가한다면, 인도의 의료 관광객의 수는 현재 85만명에서 2015년에는 320만명에 이를 것으로 예상함(Medical tourism news 2011)
- 이는 수준 높은 의료진과 선진국에 비해 저렴한 의료비 때문으로 의료관광 산업이 조만간 인도의 소프트웨어 산업을 따라 잡을 것으로 전망함
- 인도 병원들은 지금까지는 의료시설이 충분치 않은 중동과 아시아의 부유층을 주 고객으로 삼았지만 앞으로는 미국과 유럽 중산층으로 시장을 넓혀 나간다는 계획임

□ 인도는 인적자원과 해외네트워크가 의료관광 경쟁력으로 활용

- 인도는 IT분야의 경쟁력과 더불어 선진의료기술을 갖추고 있고 수술비용은 선진국 대비 1/8정도인데, 정부의 강력한 지원정책으로 해외 의료관광객유

치를 하고 있음

- 인도 의료관광의 경쟁력은 인적자원과 해외네트워크로, 미국의사의 약 5%는 인도인으로 추정되며 32,000명 이상의 인도계 미국의사가 미국의사협회(American Medical Association)소속으로 많은 이들이 고국으로 돌아와 의료관광의 한축을 담당하고 있음

□ 인도 전통의학인 아유르베다와 결합한 의료관광 상품 개발

- 인도의 전통의학인 아유르베다(Ayurveda)는 4~5천 년 전부터 내려오는 인도의 대표적인 전통의학으로 정규 의대 뿐 아니라 약 50만 명의 아유르베다 치료사가 있음
- 아유르베다는 미국, 영국, 러시아, 독일, 헝가리, 남아공 및 한국에도 진출하였는데, 인도는 자국의 요가나 SPA 등의 전통 대체의학과 결합한 재활프로그램으로 관광상품을 개발하였음
- 이러한 상품은 멋진 휴가를 보낼 수 있는 최상의 휴양지와 여기에 수준 높은 의료서비스까지 결합되어 의료 서비스 제공 하고 있는데, 비용에 대한 경쟁력뿐만이 아니라 매력적인 의료상품을 개발하였음

□ 인도의료관광산업의 경쟁력

- 병원 및 의료인력 저비용에 대비한 수준 높은 의료서비스를 제공하고 고객 정보나 증세를 데이터베이스화해 정확하고 효율적인 의료서비스를 제공하는 의료산업과 IT와의 융합에 따른 경쟁력 갖춤
- 천혜의 휴양지를 갖고 있으며 개인 간호사 시스템을 운영, 미국, 영국의 대형 보험사들이 인도의 유명 국제병원들을 의료보험공제 대상에 포함하고 있음
- 개인 건강관리 프로그램으로 찾는 의료관광객을 위해 인도정부는 환자와 환자 수행인에게 비자를 발급하고 있으며 기간은 6개월~1년으로 현지 의사의 동의만 얻으면 무한정 기한을 연장할 수 있음

□ 인도는 의료관광을 의료전략산업의 일환으로 발전

- 인도의 경우 중동국가와 교류의 통한 환자유치는 물론 의료진과견, 의료진 육성프로그램 수출까지 단순 의료관광의 차원을 넘어 의료전략산업으로 확대

- 인도의 대다수 대형병원들은 단순 의료행위 보다는 컨설팅, 연구조사, 신약 개발, 보험 상품개발까지를 포괄하여 하고 있음

3) 유럽: 독일을 중심으로

□ 1,800만 국내외 관광객이 독일 건강 및 휴양 헬스케어 체험

- 독일의 의료관광은 크게 두 가지로 나뉘는데, 건강 및 휴양을 위한 헬스케어와 전문적인 입원 수술치료로 나뉠 수 있음
- 독일에는 풍부한 온천과 건강체험 및 요양을 주도하는 웰니스(Wellness) 호텔이 전국적으로 분포되어 있음
- 독일 주간지 Focus의 연구결과에 따르면 2007년에는 1,800만의 내외국인이 건강 및 휴양을 위한 서비스 시설을 다녀갔으며, 전년대비 3.5%증가함 (Studienbeschreibung, Wellnesstraining(IST), 2008. 06)
- 이는 의료관광에 대한 전 국민적 관심과 예방의학에 중점을 둔 보험체계에 있고, 또한 년 간 휴가일이 27일이 보장되어 있어 장기 의료관광이 가능함

□ 독일정부의 의료비지출 억제, 민간 의료관광 활성화

- 독일정부는 의료비지출을 GDP 6%대에서 고정시키는 반면, 증가하는 보건비를 억제하기 위하여 민간부문의 지출을 장려하고 있는데 현재 GDP4%의 비율을 보이고 있음
- 독일정부에서는 건강유지 및 질병예방을 위한 정책수립과 함께 의료관광이 민간차원에서 활성화 되도록 27개 관련업계 대표들과 함께 의료관광 모범 사례 발굴 및 매뉴얼개발 용역을 2011년에 완료하였음(Bundesministerium fuer Wirtschaft und Technologie(BMWi), 2011.4)

□ 2007년 71,000명의 독일 입국 해외입원환자

- 독일에 입국한 해외 입원 수술 및 치료환자는 2007년 기준 유럽과 세계각지에서 71,000명이었음. 서유럽 뿐 아니라 아랍, 러시아 환자수가 급증하였는데, 2006년 대비 11.4%증가하였음(Aerzte Zeitung, 2009.10.5.)

- 중동국가의 선호도가 높게 나타나는 이유는 높은 의료수준과 매력적인 여행상품에 기인함

□ 의료수가가 외국인에 대하여 자국민과 동일

- 스위스나, 오스트리아에서는 외국인에 대한 의료수가가 다르게 적용되는 반면, 독일에서는 내국인과 동일하게 적용되기 때문에 비용의 이점도 있음
- 특히, 아랍국가 출신환자들은 내국인에 비하여 2~3배의 경비를 쓰는 것으로 나타났으며, 이들에게 제공되는 통역, 수송, 특수영양급식 등의 부가서비스가 수요가 폭발적으로 증가했음(Die Welt, 2009.10.18)

□ 높은 의료품질 이미지와 연계 관광프로그램이 수술환자 증가요인

- 독일에 입원 또는 수술환자가 늘어난 요인으로 911테러로 인한 아랍인들의 미국비자 문제와 'Made in Germany'의 품질 이미지였음
- 외국인 의료관광이 가장 활발한 곳은 뮌헨, 베를린, 본, 함부르크인데 동반 가족을 위한 쇼핑 및 관광프로그램 연계하고 있음
- 이중 가장 선호하는 지역은 뮌헨으로 연간 독일방문 외국환자 중 25%와 1,500명의 아랍국가 환자가 입원치료를 위하여 뮌헨을 방문함(Tageszeitung, 2011.04.06)

□ 아부다비에 독일 병원을 설립, 독일 방문 치료와 연계

- 독일은 자국유치 뿐 아니라 2009년 아랍에미레이트(UAE)의 아부다비에 Al Rawadh German Medical Center를 설립하여 독일식 헬스케어 서비스를 현장에서 제공
- 차후 독일을 방문해 치료를 받는 연계 프로그램도 개발 중에 있음(Prolog(press release), 2009.11.16)

□ 치과비용이 저렴한 헝가리·체코

- 헝가리와 체코는 치과비용이 매우 저렴해 영국 및 주변국가에서 몰려오고 있는데, 헝가리의 소프론 시 경우 인구가 5만 5천명에 불과하지만 80명당

치과의사가 1명일 정도로 의료인력이 풍부하고 높은 의료수준을 보이고 있음(유명희, 2010)

- 오스트리아 빈에서 차로 30분 거리로 접근성이 매우 뛰어나고 주변관광자원이 많아 관광과 연계된 의료상품을 판매하고 있음

□ 안과비용이 저렴한 노르웨이, 풍부한 온천자원의 터키

- 노르웨이는 영국인들의 안과진료 선호국인데, 수준 높은 의료기술과 저렴한 의료비 때문임
- 노르웨이는 사회적 민주국가로 의료진 보수가 높지 않아 의료비가 저렴한데, 매년 5만 명의 영국인이 해외에서 진료를 받고 있음(Telegraph, 2008.10.20.)
- 터키는 수려한 자연환경과 품질의 온천이 풍부해 많은 유럽인 휴양 및 의료관광목적으로 방문하고 있으며 체재비 및 의료비가 상대적으로 저렴해 선호되고 있음



국내 지역 특성화 및 헬스·한방 관광단지 사업현황

1. 보건복지부 지역 의료관광 활성화 지원사업
2. 지자체 웰빙·헬스케어단지 추진사례 현황
3. 한방관광·의료단지 추진사례 현황

V. 국내 지역 특성화 및 헬스·한방관광단지 사업현황

1. 보건복지부 지역 의료관광 활성화 지원사업

□ ‘2010 의료관광 특성화사업’ 지원 대상으로 5개 지자체 선정

- 보건복지부는 2010년 3월 30일 해외환자유치 활성화 지원사업의 일환으로 5개의 지자체를 ‘의료관광 특성화사업’ 지원 대상으로 선정하였음
- 선정 지자체는 부산(서면 메디칼스트리트), 대구(모발이식센터), 서울강남(강남뷰티허브), 전남(관절치료), 전북(첨단로봇도시)으로 총 46억원의 국고 지원을 받았음(보건복지부 보도자료, 2010.3.30.)

<표 V-1> 보건복지부 ‘2010 의료관광 특성화사업’ 선정

	시도명	핵심기술	사 업 명	국고지원(억원) (총 사업비)
1	부산	성형/피부	글로벌 뷰티메디컬 스트리트 조성을 통한 동북아 의료관광 허브 조성	15 (40.5)
2	대구	모발이식 (피부)	대구 모발이식 전용센터구축	15 (60)
3	서울강남	성형/피부	강남 성형·피부 뷰티허브 육성사업	5 (18.76)
4	전남	관절	첨단 관절치료기술 세계화사업	7 (20)
5	전북	로봇(비뇨기)	첨단로봇수술 도시	4 (13)

□ 외국환자 유치위해 50개 병원을 협력기관으로 지정한 서울시

- 서울시는 특화지원사업 선정과 동시에 외국환자 유치관련 50개 병원을 의료관광 협력기관으로 지정하였음
- ‘건강검진’분야는 서울아산병원, 삼성서울병원 등 21곳, ‘성형’분야는 서울성모병원 등 13곳, ‘한방’분야는 경희대 동서신의학병원 등 6곳, ‘피부’분야는 강한

피부과 등 5곳, '치과'분야는 강동성심병원 등 5곳임(한국일보, 2010.3.31.)

□ 부산 '메디칼스트리트', 대구 '모발이식', 전남 '관절수술', 전북 '로봇수술'

- 부산시는 성형·미용·피부 등 150여개 병원이 밀집한 서면을 '메디칼스트리트'로 조성해 의료관광 활성화를 계획하고 있고, 대구는 2011년 2월까지 중구 문화동 대구시티센터 6층에 모발이식 전용병동을 설립해 발모제 개발, 탈모방지기술 개발 등 관련서비스 확대를 추진함
- 전남은 JCI인증을 획득한 화순 전남대병원을 중심으로 관절분야를 특성화해 외국의료관광객 유치에 적극 나서며, 전북은 전북대병원이 도입한 첨단 로봇수술기기 '다빈치S'를 활용 하고 외국인 전용병동 확보 및 로봇관련 학술대회와 외국인 의사 교육도 추진함(매일경제, 2010.3.31.)

<표 V-2> 보건복지부 2010년 지원사업 추진실적 및 결과

시도명	핵심기술	사업명	해외환자 유치 실적		
			'09년	'10년	증감율
부산	성형·피부	서면 메디컬 스트리트 조성	4,676	5,921	27%
대구	모발이식	대구 모발이식 전용센터구축	69	145	110%
서울	성형·피부	강남 뷰티 허브 육성 사업	15,994	19,200	20% (추정)
전남	관절	첨단 관절치료기술 세계화사업	6	48	700%
전북	로봇(비뇨기)	첨단로봇수술 도시	989	1,515	53%
합계			21,734	26,829	23%

□ '2011 지역해외환자유치 선도의료기술발굴사업' 대상 6개 지자체를 선정

- 2010년 지역 선도사업을 통해 발굴된 지역이 '10년 해외환자 유치성장 성과가 있었고, 의료관광의 수도권 쏠림현상이 완화된 것으로 평가하였음(보건복지부 보도자료, 2011.4.18.)

- 2년차 사업은 시설비를 제외한 '인프라 개선 지원' 및 '마케팅 활동 지원'으로 응시한 11개 시·도 중 경기, 대구, 전북, 전남, 경기, 대전, 제주 등 총 6개의 지자체가 선정되어 국비10억을 지원받게 되었음
- 2011년 선정중점은 '중증환자 유치 모델 구축' 및 '지역관광자원과 의료기술의 융합전략'으로 수도권 외에 새로운 유치거점을 만드는 것 임(보건복지부 보도자료, 2011.4.18)

<표 V-3> 보건복지부 '2011 선도의료기술 발굴사업' 선정

	시도명	핵심기술	사업명	국고지원(억원) (총 사업비)
1	경기	최소 침습수술	「Global Inspiration G-MIS(경기최소침습수술)」 글로벌 의료마케팅	2 (4)
2	제주	종양치료	제주형 암 치유프로그램 실용화	2 (4)
3	대구	피부치료/이식	글로벌 의료관광 도시 대구 조성 사업	1.5 (3)
4	전남	관절치료	첨단 관절치료기술 세계화선도화 사업	1.5 (3)
5	전북	로봇수술	첨단로봇수술 도시	1.5 (3)
6	대전	건강검진	세계 최고의 건강검진 허브도시 육성	1.5 (3)

□ 대전 '건강검진프로그램', 대구 '모발이식'

- 대전선병원 '건강검진 프로그램'이 보건복지부 지원 사업으로 선정됨에 따라 의료관광이 대전 MICE산업과 연계해 경제유발효과창출과 지역경제 활성화를 기대하고 있음
- 대전시에서는 5,000명 이상의 외국인 건강검진 고객을 유치할 수 있다고 보

고 적극적인 홍보를 할 계획임(대전포스트, 2011.4.19.)

- 2년 연속 선정된 대구시는 모발이식기술을 보유한 11개병원과 컨소시엄으로 원스톱지원센터설치 및 의료관광 통역사 양성 등의 의료관광인프라를 확충 함(뉴스와이어, 2011.4.19)

□ 전북 ‘첨단 로봇도시’, 전남 ‘첨단 관절치료기술 세계화사업’, 제주 ‘제주형 암 치유프로그램 실용화’

- 원광대 병원이 주축이 된 전북은 ‘첨단 로봇수술도시’로 2년 연속 선정되었으며 러시아와 몽골에 의료관광 해외사무소설치, 의료관광 H-벨트 구축방안을 제시하였음(의료계뉴스, 2011.4.20.)
- 화순 전남대병원주축의 전남은 ‘첨단 관절치료기술 세계화사업’으로 전북과 2년 연속 선정되었고, 화순의 관광지 홍보 뿐 아니라 베트남 하노이 의과대학에 이어 몽골 국립 암센터와 MOU를 체결하였음(광주일보, 2011.8.22.)
- 제주한라병원이 중심이 된 제주도는 제주형 암 치유 프로그램 실용화와 지역특성이 맞는 요양 및 체류형 의료관광사업을 추진함(제주포커스, 2011.4.19)

2. 지자체 웰빙·헬스케어단지 추진사례 현황

<표 V-4> 지자체 웰빙·헬스케어단지 추진사례

프로젝트	경북 영주 산림테라피단지	전남 순천 한방약초공원	전남 화순 헬스케어체험장	제주 헬스케어타운
위치	영주시 소백산 옥녀봉	풍덕동 정원박람회장	화순군 만연산	서귀포시 동홍동
사업비	3천266억	128억	829억	7845억
사업기간	2010~2014	2008~2012	2010~2011	2010~2015
주요특징	산림치유	약초체험	헬스체험	헬스케어, 병원, R&D



[그림 V-1] 전국 헬스케어·한방의료관광단지 현황

(1) 경북 영주 ‘산림테라피단지’

□ 경상북도 ‘백두대간 테라피사업’

- 경상북도는 도내 산림면적이 71%나 차지하고 있는데, 산림문화·생태관광기반을 조성해 미래 고부가가치창출의 산림휴향단지 조성을 추진하고 있음
- ‘백두대간 테라피단지 조성사업’은 2008년 9월 대통령주재 국가균형발전위원회 대구·경북권 내륙 관광활성화를 위한 ‘1)3대문화권 생태·관광기반조성사업’의 세부사업으로 추진되는데, 그 중심에 영주시 ‘산림 테라피단지’ 조성사업이 있음

1) 3대 문화는 신라, 가야, 유고문화를 지칭하는 것으로 경상북도가 산림과 동해안자원을 연계하여 정부의 광역경제권 활성화사업 핵심선도프로젝트로 선정되었음. 참고: 프라이드 i뉴스/경북도청, 2010.12.23).

□ 영주 및 예천의 ‘산림테라피단지’

- 영주시 봉현면 두산리 소백산 옥녀봉 자연휴양림 일대와 예천군 상리면 고향리 일대 3천500ha에 들어설 ‘산림테라피단지’는 친 환경 녹색관광산업을 선도할 것으로 기대하고 있음
- 산림의 환경적·심리적 요인, 피톤치드, 음이온, 풍부한 산소, 햇빛 등 인체 면역력 증진은 물론 뇌파, 코티졸, 혈압과 맥박, 심전도 등 생리적 안정을 도모하는데 탁월한 것으로 알려져 있음
- 국립 테라피단지가 들어서게 될 ‘주치골’은 중앙고속도로 풍기IC에서 10분 거리에 있고, 풍기온천과 지역특산물 인삼과 산양삼이 풍부해 지역특산물과 온천테라피 등이 연계 될 수 있음
- 인근에는 부석사, 소수서원 등 국보급 문화재가 있어 문화관광도 가능하고 풍기의 인삼산업단지와 연계하여 한방 건강 의약품 개발도 탄력을 받을 수 있음(매일신문, 2010.1.13, 포항뉴스, 2009.10.3).

(2) 전남 순천 ‘한방약초공원’

□ ‘2013 국제정원박람회’ 개최하는 순천

- 연간 300만 명 이상이 찾는 ‘생태관광 1번지’ 순천만에서 ‘2013 국제정원박람회’가 열림
- 순천시는 2012년 개최되는 여수엑스포의 인프라를 이용해 개최하는데 총 152ha 규모의 전시장 규모로 생산유발효과 1조323억원, 부가가치 6790억원, 1만 1000명의 녹색일자리 창출을 기대하고 있음
- 순천만일대가 거대한 정원으로 바뀌며 도심팽창에서 순천만을 항구적으로 보호하는 버퍼존 역할을 하게 됨. 순천만에서 도심 쪽으로 6km상류일대 55만8천m²를 세계정원, 테마정원, 꽃의 정원, 한방약초원으로 조성할 예정 (CNB뉴스, 2011.10.1).

□ 한방약초 재배공원 및 체험장 건립하는 순천시

- 순천시는 정원박람회를 계기로 고부가가치형 산업으로 도약하는 발판을 위해 한방과 뷰티산업에 주목하고 있음

- 풍덕동 박람회장내 (약 423평)규모의 한방약초 재배공원 및 체험장이 건립되는데, 한방약초 체험 뿐 아니라 한방병원, 대학 등과 함께 체질을 진맥하고 아토피, 당뇨 등 치료 프로그램도 운영예정
- 정원과 한방의학을 연계해 약초 스파, 약초 세라피 체험장, 약초 판매장도 운영하는데, 향수나 방향제 허브오일 등도 생산. 순천시는 2015년 까지 북부권은 한방허브, 허브치유(아토피)산업을 유치하고 남부는 뷰티, 미용의료(천연신약개발)단지로 개발할 예정(dongA.com, 2011.5.11).

(3) 전남 화순 ‘헬스체험장’

□ 헬스체험장 개발하는 화순군

- 2년 연속 지역특성화 사업을 유치한 전남 화순군(전남대 병원)은 의료관광 활성화 및 미래 고부가치 녹색환경산업 육성 하기 위해 자연 헬스체험장 조성에 나서는데, 전남대 병원까지 ‘도심 속의 종합건강타운’도 만들 예정
- 화순군 4개 지역에 국비 210억, 도비 68억, 군비 181억, 민자 270억 등 총 829억이 투입되어 ‘만연산지구 헬스케어 체험장’이 조성됨(광주매일신문, 2009.1.20.)
- 주요사업은 미래숲 조성, 체육시설 확충, 체험코스 개발 등 3가지이며 헬스케어 체험장은 미래의 숲 조성과 함께 산악 자건거 코스, 등산로, 운동기구 등의 체육시설이 만들어 지며 체험코스로는 숲 탐방로, 친수 공간, 아토피 체험장이 개발됨(뉴시스, 2009,1.15).

(4) 제주 ‘헬스케어 센터’

□ 헬스케어, 병원, R&D 등이 복합된 의료복합단지 추진

- 제주특별자치도는 핵심사업인 관광(휴양), 의료 및 R&D등이 연계된 의료복합단지 조성을 통해 동북아의 새로운 의료관광 중심지가 되고자 서귀포시 동홍동 2032번지 일원 46만6천평에 헬스케어타운을 건립
- 1단계(2010~2011)개발전략은 ‘웰니스파크’ 휴향형 리조트 사업이 중점적으로 시행되고, 2단계(2012~2013)전략인 ‘메디칼파크’는 선진의료 수준의 전문

병원, 성형·미용을 중심으로 한 의료기관설립과 장기거주가능 공간, 오락공간 확보에 치중함

- 3단계(2014~2015)는 'R&D'파크로 의료서비스 전문화를 위한 연구단지가 조성되는데, 임상연구, 바이오과학, 노화예방, 생명연장 등이 중점적으로 연구 될 전망. 2015년 까지 총 7,845억이 투자될 예정임²⁾

□ 투자유치활동에 적극적인 제주자유도시센터

- 삼성물산과 사업시행자인 제주자유도시센터(JDC)는 2010년 9월 양해각서(MOU)를 체결, 삼성물산은 현재 투자를 검토 중(매일경제, 2011.6.29.)
- 제주자유도시센터는 코트라와 공동으로 대만에서 투자설명회를 가졌는데, China Times 등 주요일간지 기자들이 참석해 높은 관심을 보였고 설명회 후 기업과 병원을 대상으로 1:1 개별면담행사를 가짐(제주환경일보 뉴스, 2011.6.21).

(5) 장흥·진안

□ 장흥은 우드랜드를 운영 중, 진안은 '홍삼 한방클러스터'를 추진

- 전북은 국제적 경제자유도시로 성장이 기대되는 새만금 및 경제자유구역 등을 통해 의료산업 발전과 기존의 관광자원과 연계한 의료관광활성화에 기대를 걸고 있음
- 전남북은 환 황해권과 지리적으로 인접해 있어 중국시장과 동북아 의료관광객 유치로 목표로 외국 의료기관 및 다국적 제약회사 유치를 통한 의료산업 육성방안이 추진 중임
- 지역 자연관광자원과 연계해 장흥은 편백숲 우드랜드를 운영 중이며, 진안군은 '홍삼 한방클러스터'(아토피클러스터, 홍삼한방약초센타)를 추진 하기 위하여 산업단이 발족하였음(연합뉴스, 2011.9.16, 시티신문 2011.3.16.)

2) 전체사업의 관건은 민간 투자 유치액이 많아, 1단계 웰니스파크에서 민간투자유치가 2, 3단계로 갈수 있는지 성패를 좌우하리라 예상

<표 V-5> 한방관광·의료단지 사례

한방 관광단지	제천	산청	완주	대구
사업주체	제천시	산청군	십장생한의원	대구시
사업비	한방관광인프라 1,835억(05~10) 산업공단 1,224억(07~09)	관광단지 576.5억(01~10) 클러스터 1,000억(09~12)	856억	3,000억
사업기간	2005~	2001~2015	2005~2016	~2014
주요특징	관광, 휴양, 의료, 연구, 산업	관광, 휴양, 의료, 연구	휴양, 의료, 연구	의료, 연구, 교육

3. 한방관광·의료단지 추진사례 현황

(1) 충북 제천

□ 국제 한방Bio엑스포를 통해 국제건강도시 이미지 강화 및 한방산업관광단지 조성

- 조선시대부터 3대 약령시로 알려진 제천은 황기, 황정의 전국 생산 30%, 전국 유통의 80%를 차지하고 있고 청풍명월 등 수려한 관광자원을 보유해 한방관광의 잠재성을 일찍이 인정받음
- 2005년 약초웰빙특구(1,000,271m²)와 2008년 에코세라피건강 특구(994,547m²)로 지정되었으며, 2010년 국제 한방Bio엑스포가 열려 136만 명이 방문하였는데, 한방을 이용한 국제건강도시 이미지가 강화됨
- 차별화된 한방산업관광단지 육성전략은 다음과 같음(유지훈, 2009, 제천시 홈페이지).

제천 한방산업관광단지 육성전략
<p>◇ 한방관광산업 기반구축: 2005년 제천 약초웰빙특구 지정시점으로부터 2010 국제한방Bio엑스포까지 1,835억원의 지원을 받는데, 약초시장현대화, 전통의 약산업센터 설립, 한방생태체험마을, 약초향토산업 친환경육성, 한방생태숲 조성 등을 포함.</p>
<p>◇ 한방클러스터 구축: 산-학-연-관을 연계하는 ‘제천 한방산업 클러스터’를 구축하여 한방의 과학화, 산업화, 세계화를 지향하고 있는데, 지역 내에 위치한 세명대는 한의과대, 한방식품영양학과, 간호학과, 자연약재과학과 등 관련학과와 네트워크 형성이 가능해 5개의 연구소를 유치 함.</p>
<p>◇ 한약재 명품화 사업: 제천시는 지역 한방자원의 품질개선을 위해 한약재 명품화 5개 사업을 실시하고 있는데, 우수한약재 생산 인증사업, 우수한약재 유통 지원 시설사업, 제천 한방공동브랜드 인증사업, 한방생태숲 조성사업, 산야초타운 조성산업 등이 있음.</p>
<p>◇ 고부가가치 상품개발 마케팅 사업: 한방자원을 활용한 연구개발, 마케팅 등 활성화 하기위하여 5개 사업을 추진하고 있는데, 한방클러스터 사업단 운영, 약초클러스터센터 설립운영, 한방바이오센터 운영, 한방상품개발 마케팅 등이 있음.</p>
<p>◇ 한방의료관광산업: 한방의료관광을 활성화기 위해 개별적인 사업을 진행하고 있는데, 에코세라피건강특구사업, 한방생태체험마을 사업, 제천한방Spa시설 사업, 제천 한방관광열차 LOVE TOUR운영. 한방메디컬 사업 등이 있음.</p>

(2) 경남 산청

□ 1,000여종의 약초가 재생하고 ‘한방테마 관광지’ 추진 중인 산청

- 지리산 자락에 위치한 경남 산청군은 동의보감을 완성한 허준 선생과 유의태 선생이 활동한 곳이며 군 면적의 79%가 임야로 청정약초 재배에 유리

한데, 1,000여종의 자생약초가 생산되고 있음

- 따라서 산청군은 천혜의 입지적 조건을 이용 차별화된 ‘한방테마 관광지’를 목표로 하고 있으며 조성사업은 6가지로 1) 산청 전통한방휴양관광지 조성, 2) 한방 자연휴양림 조성, 3) 산약초타운 조성, 4) 한방클러스터 기반구축사업, 5) 산청한방약초연구소 건립, 6) 임산물산지종합유통센터 조성으로 복합적인 한방관광연구단지를 추진 중임(메디팜뉴스, 2009.10.31).

□ ‘보고-느끼고-체험하고-쉬어가는’ 웰빙휴양 컨셉

- 전통한방휴양관광단지 조성(294,998m²)사업에는 576억 5천만원의 사업비가 2001년부터 투입되어 2007년 ‘한의학박물관’이 완공된 상태이며 2015년까지 관련 사업이 마치게 되면 본격적인 한방관광지의 모습을 드러나게 됨
- 전통한방휴양관광지 내에서는 한의박물관, 국새문화원, 한방테마공원, 약초판매장, 민자 숙박, 진료시설, 전통음식점 등이 들어서 ‘보고-느끼고-체험하고-쉬어가는’ 웰빙휴양이 가능(The Gyeongnam Development, 2006).

□ 한방클러스터 기반 구축

- 약 1,000억원이 사업비가 소요되는 한방클러스터 기반구축사업(524,455m²)도 2008년부터 추진되어 2012년 완공을 목표로 함
- 5개 지구로 분리돼 한방의료 클러스터 기반구축사업은 1지구 약초산업지원센터(가공, 유통단지), 2지구 한방약초연구소(연구개발, 성분분석 등 기업지원), 3지구 한방치유형 펜션단지(기능형 펜션), 4지구 약초주말체험농장(한의원 등 실수요 중심), 5지구 한방 휴·요양지구(한방병원, 요양시설, 문화센터)가 들어설 계획(정도화, 2007)

□ ‘2013년 세계한방엑스포’ 유치

- 2001년부터 매년 개최하는 ‘한방약초축제’를 통해 대표적인 지역축제로 알려졌고, 2013년 동의보감 400주년을 맞이하여 ‘세계한방엑스포’를 보건복지부와 협의 하여 유치를 확정함
- 매년 유의태·허준상을 시상하고 있는 산청군은 국제적 승하를 노력중인데 매년 산청한방약초축제 때 시상하고 있음

(3) 대구직할시

□ 국제 한방의료지구' 2014년까지 조성

- 한국보건진흥원과 함께 대구 동구 신서동에 조성되는 첨단의료복합단지나 대구경북경제자유구역 금호강 지식서비스밸리(대구 수성구·남구, 경북 경산시 등 6개 지구)내에 5만평 규모의 '국제한방의료지구'를 조성하기 위한 연구용역을 진행함

<표 V-6> 대구 국제한방의료지구 주요시설

시설명	주요기능
국제한방대학	한의·약학 전문인력 양성, 외국인 자격자 재교육 등
국제한방요양병원	한방의료와 요법 등 건강증진 및 치료서비스
한방천연물신약 연구센터	천연약물을 첨가한 기초건강 증진을 위한 신약개발 등
침구경락의료기기 연구센터	침구·경락의료기기 개발
한방임상시험센터	임상시험을 통한 한방제품의 세계시장 진출기반 마련
한방식의학센터	질환별 음식체험, 체질개선 레스토랑 등 건강식 체험 종합센터
한방재활센터	관절염, 중풍 등 신체기능 장애환자의 재활치료 등
국제자연의학 컨벤션타운	한방메디컬 호텔, 국제자연의학 컨벤션센터 등을 통한 각국의 전통의학 정보교류 등
국제난치병치유센터	난치성질환의 치료 및 연구 등
첨단 한·양방협진병원	대체의학 중심의 연구치료를 목적으로 외국인 환자 치료에 집중
세계자연의학 R&D센터	일본·중국 등 다른 나라의 전통의학 가능성연구 및 각국의 민간요법 효능 검증 등

- 2014년까지 외자포함 3,000억원을 들여 ‘국제한방의료지구’에 국제한방대학과 국제한방요양병원, 첨단 양·한방협진병원, 한방천연물신약연구센터, 한방재활센터 등 모두11개 기관을 조성해 대구를 세계전통의학의 중심지로 만든다는 계획(중앙일보, 2010.3.19.)

□ 외국인이나 외국자격 소지자 재교육 전문대학원 설치예정

- 대구한의과대학의 제2캠퍼스 형식으로 지어질 국제한방대학은 9,000여평 규모로 한의학·간호학 등 BT(Bio Technoloy)분야 인력을 연간 600여명 길러내고, 중국·미국 등지에서 한의사 자격을 갖고 있는 외국인이나 외국자격 소지자들을 재교육하는 전문대학원을 설치할 예정

□ 난치병 치료를 위한 양·한방협진병원 설립

- 이 밖에도 1,000병상 규모로 외국인 환자진료를 전문으로 하는 첨단 양·한방협진병원은 난치병, 뇌질환, 암 등 완치가 어려운 질병들의 치료를 위한 대체의학 중심의 새로운 의료기술을 만든다는 목표로 하고 있음

□ ‘한방의료체험센터’ 를 운영 중인 대구한의대

- 2011년 대구 세계육상선수권 대회를 계기로 다양한 한방체험 및 의료관광 행사를 실시하여 메디시티 대구라는 브랜드이미지 강화에 노력하였으며, 전국최초로 대구한의대 부속 한방병원 내에 ‘한방의료체험센터’를 개소하였음
- 286.2m2 규모로 한방검진을 통하여 사상체질검사 및 체질별 맞춤형 대류·약선식 제공, 특화 피부클리닉 및 피부케어서비스 등으로 대구TP 한방센터, 대구한의대, 입주기업 등 산·학·연이 공동으로 참여, 운영함(파이낸셜뉴스 2011.8.29)

(4) 전북 완주

□ 모악산 ‘여성 한방클리닉’ 추진 주체가 무주군에서 십장생한의원으로 변경

- 모악산 여성 한방클리닉 특구는 지난 2005년 6월 28일 재정경제부(현 지식경제부)로부터 지역특화발전특구(지역특구)로 지정받아서 무주군이 추진하

였으나, 여러가지 어려운 실정과 좌초위기에서 추진주체가 민간 사업자로 바뀌는 우여곡절이 있었음

- 특화사업자인 십장생한의원은 모악산 한방특구 조성을 위해 당초 425억원을 투자할 계획이었으나, 투자비를 늘려 총 941억 9천만원을 투자기로 함. 사업기간도 2010년에서 2016년으로 연장했으며, 특화사업자를 십장생한의원으로 일원화함으로써 순수 민간자본을 통해 특구사업이 추진되도록 함(완주소식, 2010년 5월호).

□ ‘한방’ 과 ‘여성’ 브랜드로 새로운 개념의 한방의료관광단지 조성

- 전북 완주군 구이면 향가리 일대 13만 8,634m²에 조성되는 여성한방특구는 ‘한방’과 ‘여성’의 브랜드로 새로운 개념의 ‘한방의료 인프라’가 조성
- 여성불임클리닉, 한방성형클리닉 등의 여성전문 ‘한방병원’, 한방문화를 체험할 수 있는 ‘한방문화관’, 한방관련 다양한 볼거리, 음식을 즐길 수 있는 ‘한방테마파크’가 조성(전북 전주시 뉴스 2010.4.9).

□ 1,000억 경제 파급효과 및 300여명의 고용창출 기대

- 한방병원에는 피부·비만 클리닉도 조성되고 진료시설과 환자가족이 함께 휴양·요양 할 수 있는 입원시설로 구분되며, 한방불임 연구소는 원광대 등 인근 대학의 한의학 인프라를 기반으로 불임, 골다공증 등 여성질환의 새로운 치료방안과 한방의약품개발을 추진
- 특히 여성한방클리닉이 추진될 경우 특구 내 한약재 위탁재배로 연간 50억 원의 지역농가 소득과 함께, 1,000억의 경제 파급효과, 300여명의 고용창출 효과 등이 기대됨(완주군부동산소식 2009.5.11).

VI

외국의 대전 인지도 및 한방의료관광 매력도 조사

1. 조사 대상 및 조사 방법
2. 일본인 관광객의 조사 결과
3. 중국인 관광객의 조사 결과
4. 결과의 요약과 의미

VI. 외국의 대전 인지도 및 한방의료관광 매력도 조사

1. 조사 대상 및 조사 방법

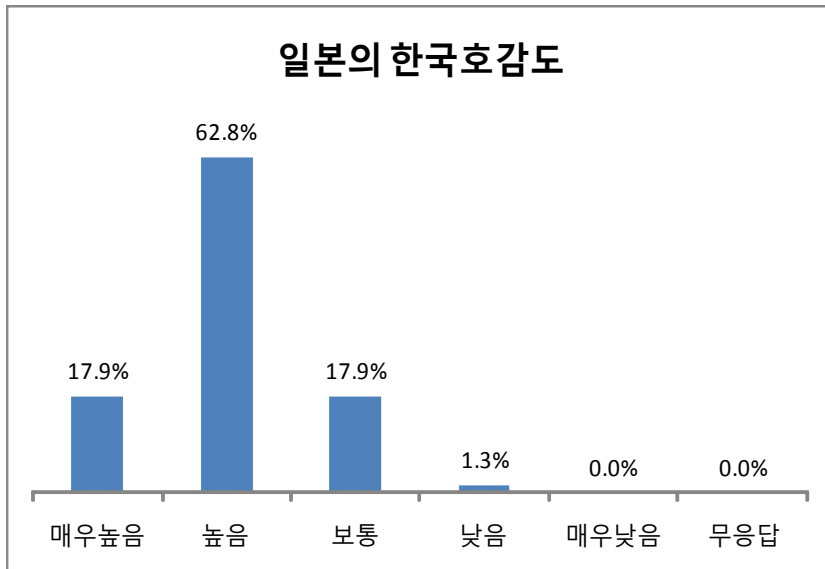
□ 조사 대상

- 국내 여행사를 통해 단체로 한국을 방문하였다가 귀국을 위해 인천공항에 대기 중인 일본·중국관광객에게 설문취지를 설명하였고, 그 중 일본인 78명 및 중국인 165명이 설문에 참여하였음

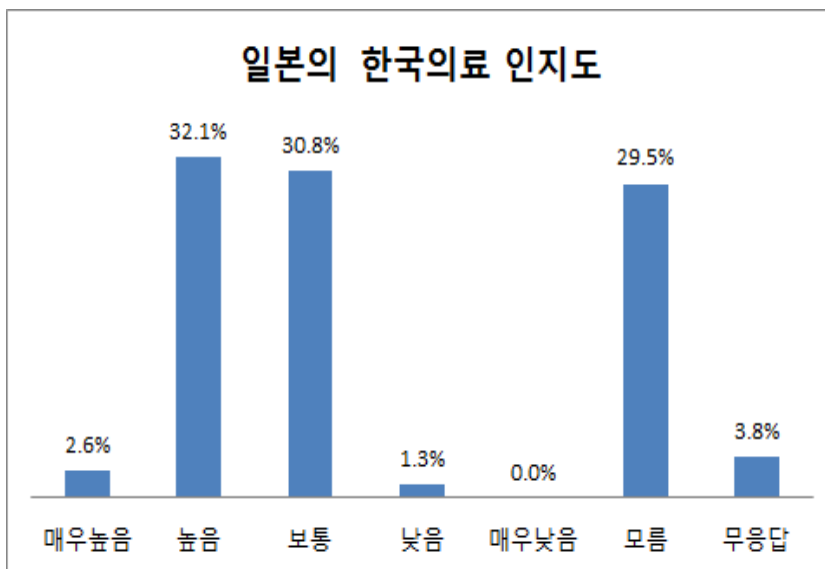
□ 조사 방법

- 일본·중국관광객에게 방문자의 신상정보, 방문목적, 한국에 대한 인식도, 한국 의료에 대한 인식도, 한의학에 대한 호감도 및 대전에 대한 인식도 등을 포함하여 20개의 설문항목으로 되어있는 설문지를 나누어주고 자유롭게 답변을 적도록 하였음

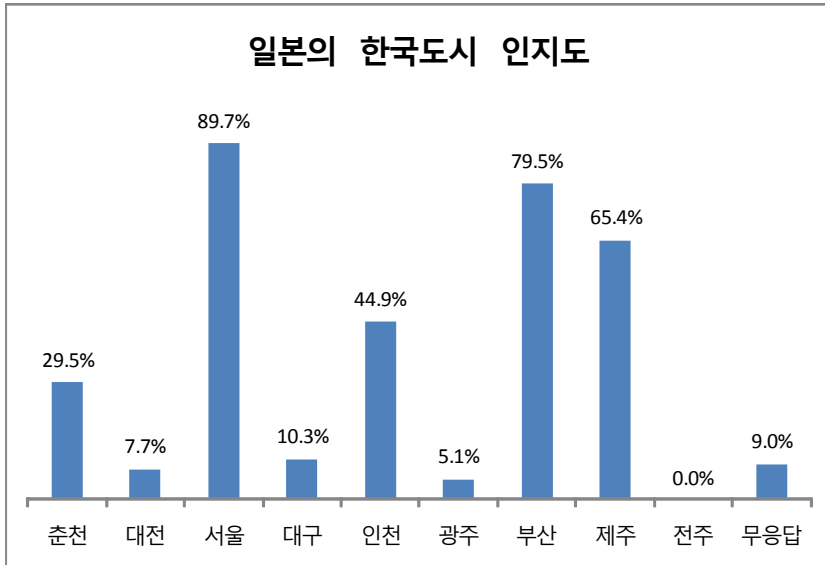
2. 일본인 관광객의 조사 결과



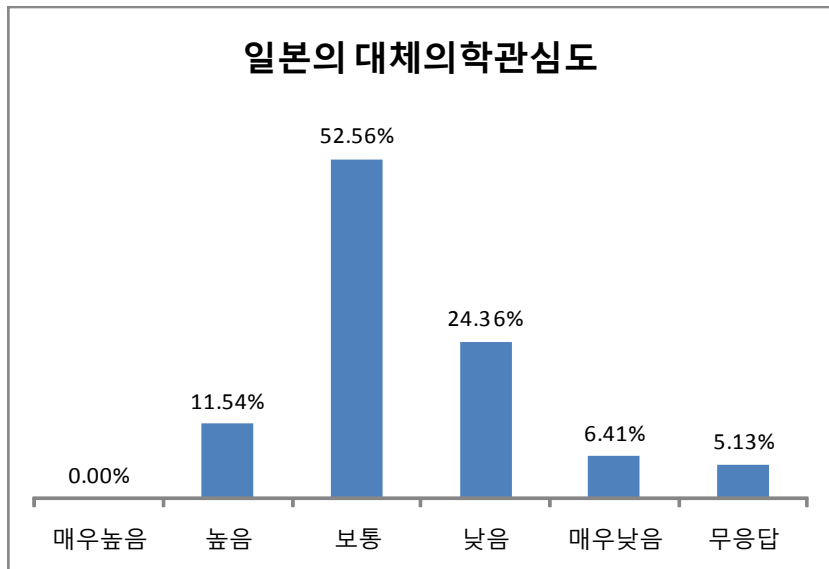
[그림 VI-1] 일본의 한국 호감도



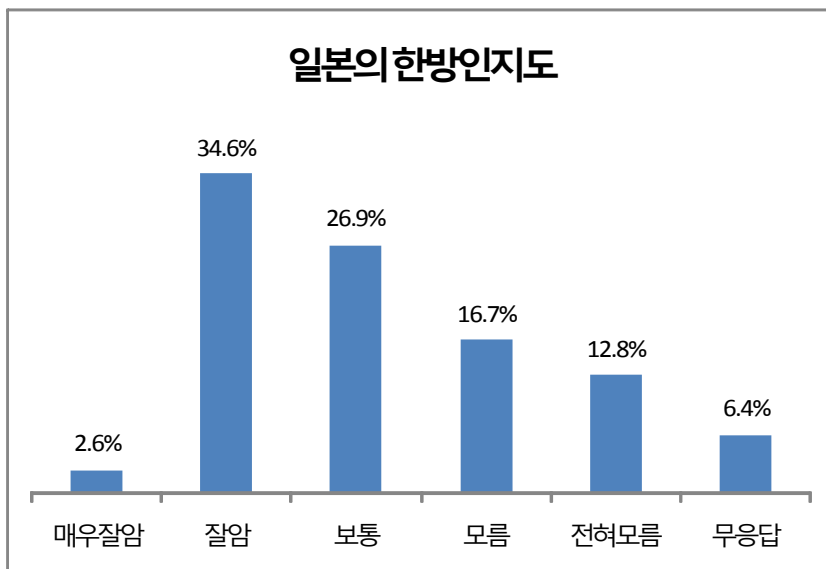
[그림 VI-2] 일본의 한국의료 인지도



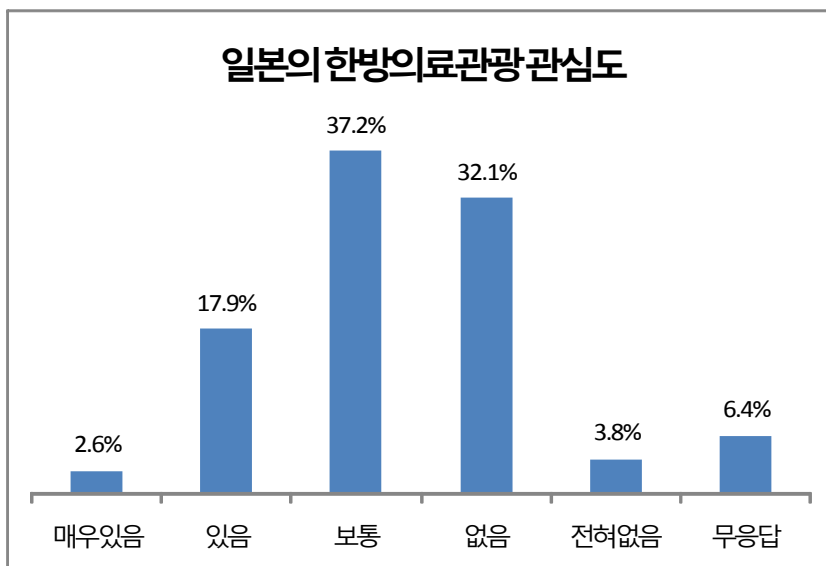
[그림 VI-3] 일본의 한국도시 인지도



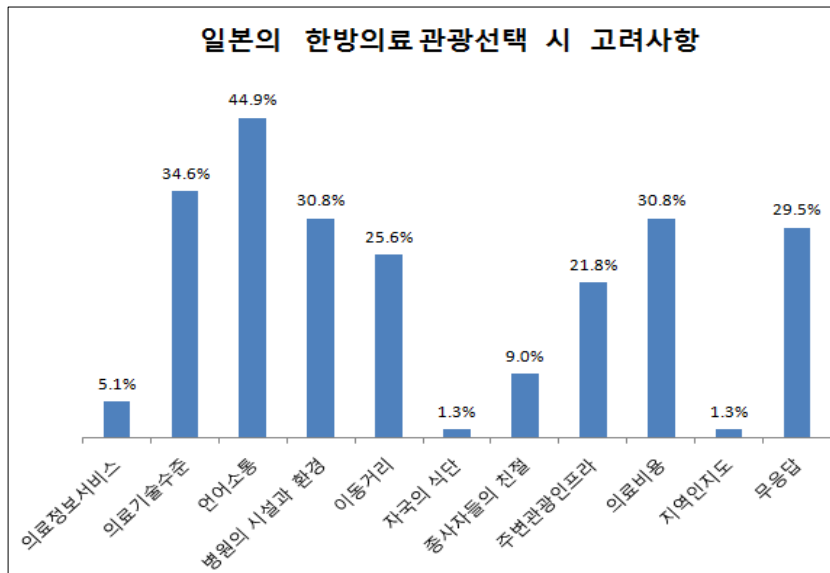
[그림 VI-4] 일본의 대체의학 관심도



[그림 VI-5] 일본의 한방 인지도

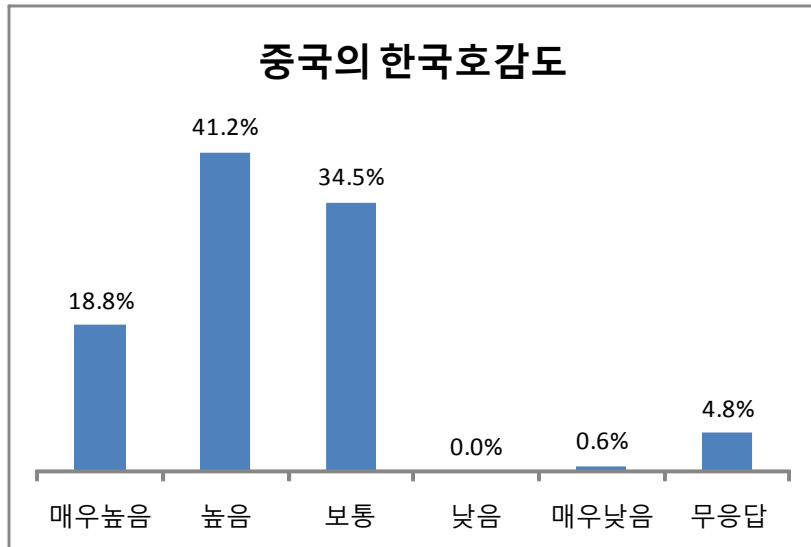


[그림 VI-6] 일본의 한방의료관광 관심도

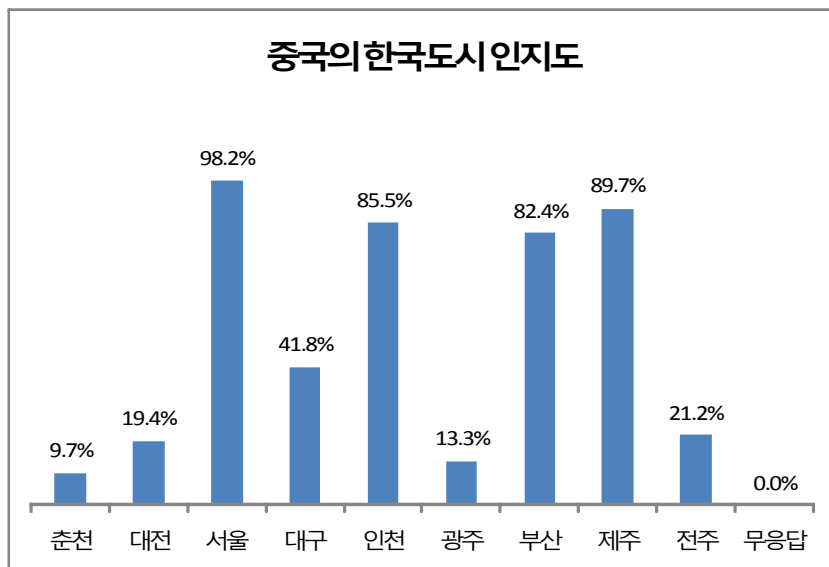


[그림 VI-7] 일본의 한방의료관광 선택시 고려사항

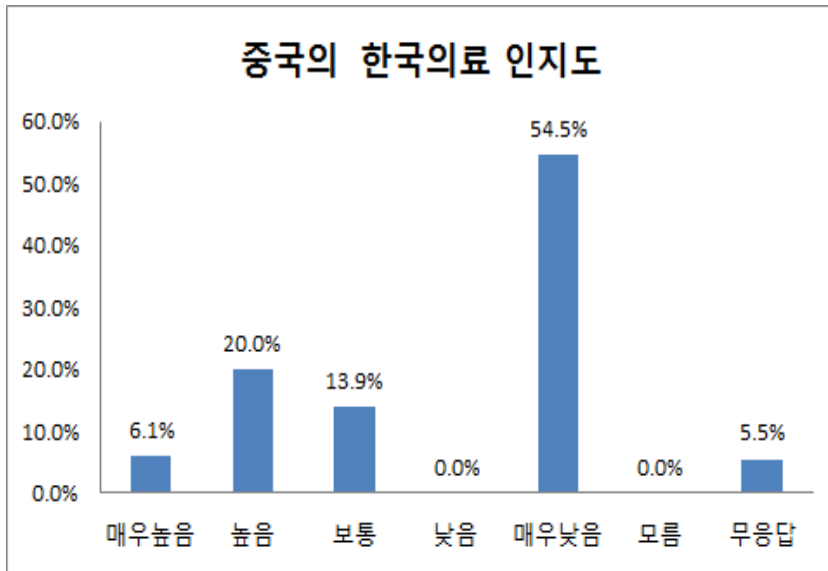
3. 중국인 관광객의 조사 결과



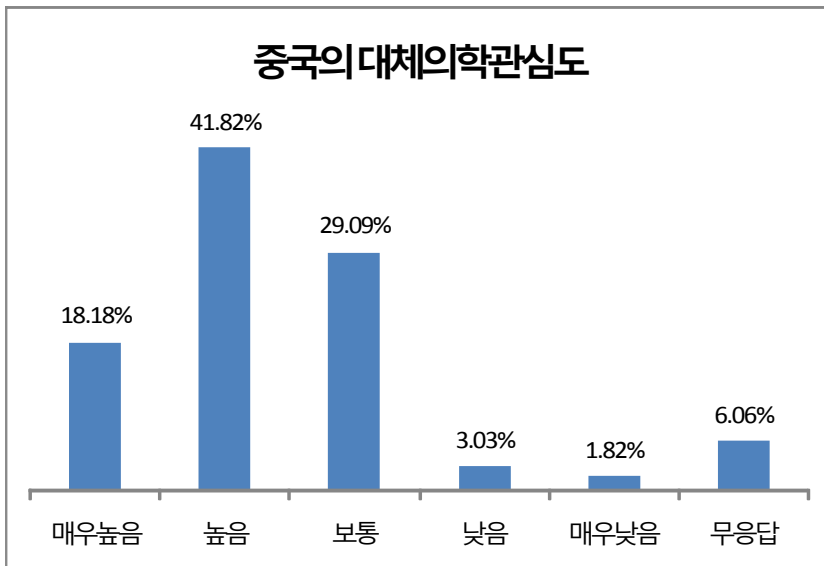
[그림 VI-8] 중국의 한국 호감도



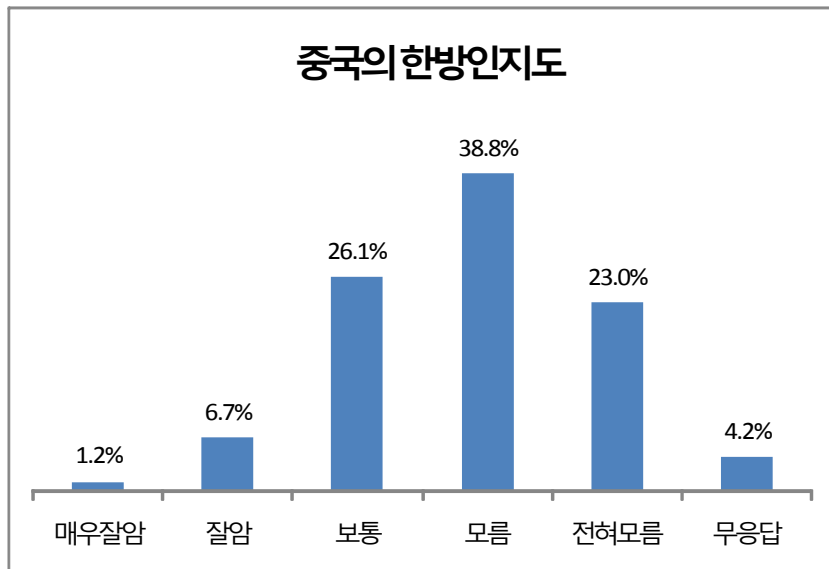
[그림 VI-9] 중국의 한국도시 인지도



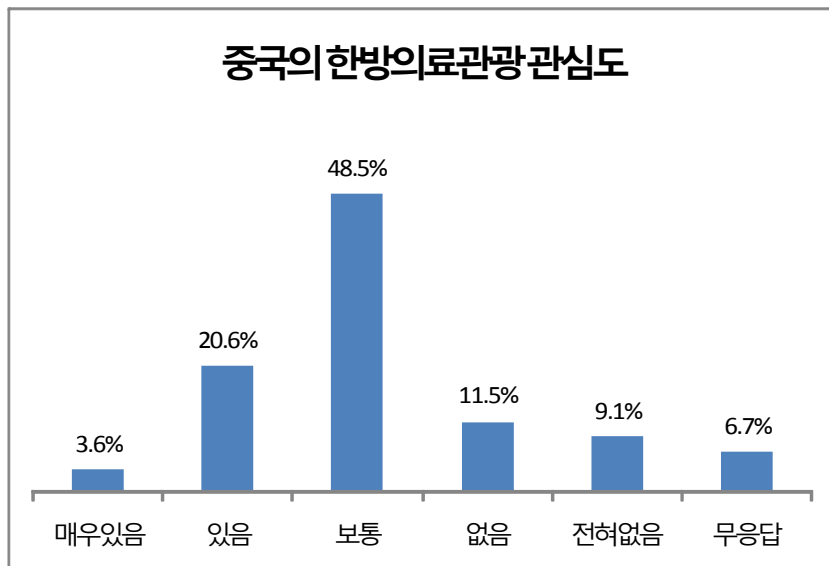
[그림 VI-10] 중국의 한국의료 인지도



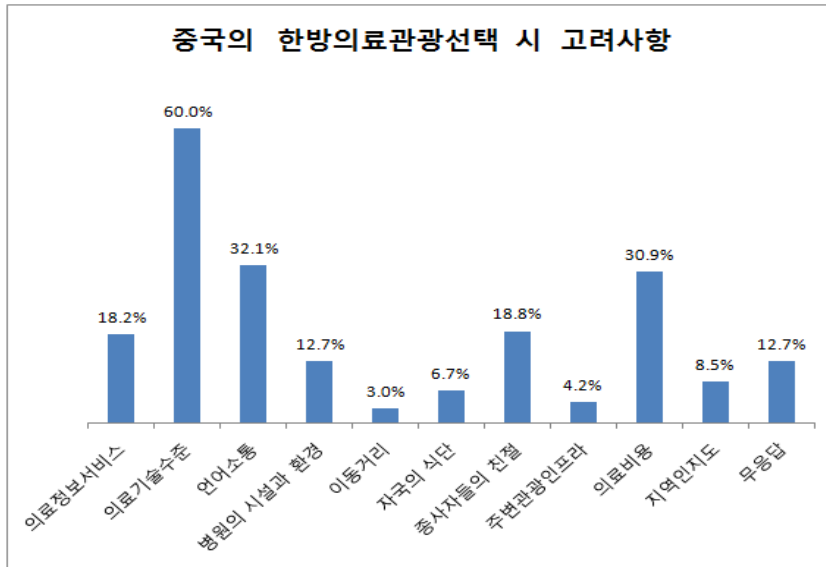
[그림 VI-11] 중국의 대체의학 관심도



[그림 VI-12] 중국의 한방 인지도



[그림 VI-13] 중국의 한방의료관광 관심도



[그림 VI-14] 중국의 한방의료관광 선택시 고려사항

4. 결과의 요약과 의미

□ 높은 한국 호감도

- 한국에 대한 호감도 조사에서 일본·중국 모두 높음을 알 수 있으며 일본인의 80.7%, 중국인의 60%가 호감을 가지고 있었는데 일본의 한류열풍이 더 긍정적으로 작용하였음을 짐작 할 수 있음
- 일본인의 한국방문은 2009년 이미 300만 명을 넘어섰고, 일본은 최대의 한국 방문국임
- 중국관광객은 2011년 한국 방문객 1,000만 명 중 200만 명으로 예상되는데 소득증가, 비자발급 간소화 및 유치전략, 한류 및 근접성의 이유로 중국방문객이 급증하고 있음 (뉴스와이어, 2011.9.30, 머니투데이, 2011.9.22.)
- 중국관광객은 급증할 것으로 예상되며 일본과 중국이 한국의료관광의 중요한 잠재고객이 될 것으로 예상됨

□ 낮은 대전인지도

- 한국도시 인지도 조사에서 대전은 하위권에 머무르고 있으며 대전의 인지도는 서울, 부산, 제주, 인천에 비하여 월등히 낮았는데, 특히 일본은 7.7%만이 대전을 인지하고 있음
- 대전 도시브랜드 인지도 상승을 위한 대책이 시급한 것으로 해석됨. 도시 인지도는 관광산업과도 밀접한 관계가 있으므로 MICE 전략육성을 표방한 대전시는 적극적이고 중장기적 홍보전략이 필요함
- 국가적으로도 관광산업이 전국적으로 확산되기 위해서는 수도권, 제주, 부산 뿐 아니라 지역 문화자원 및 관광인프라를 적극 발굴 하고 정책적으로 지원해야 함³⁾

□ 대체의학 관심도가 상대적으로 높은 중국인과 상대적은 낮은 일본인

- 자국에 중의학이 보편화 되어 있는 중국인들은 대체의학에 대하여 긍정적으로 평가하고 있으며 중국인 60%가 관심도가 높는데 반해, 관심도가 낮은 그룹은 10%정도였음
- 하지만 일본인 중 많은 관심을 보이는 그룹은 약 11.54%이고 약 52.6% 정도는 보통의 관심만을 가지고 있음
- 중국인은 한방에 대한 이해도가 높을 것으로 추정되는데, 향후 중의학과 의 차별화한 한방의료콘텐츠에는 어떻게 만들어내느냐는 연구가 매우 중요할 것으로 예상됨

□ 한방의료에 대한 상대적으로 높은 일본인과 상대적은 낮은 중국인

- 일본인의 37.2%가 한국의 한방의료에 대해서 잘 안다고 대답하였고 약 26.9% 정도는 보통이라고 대답하여 비교적 매우 높은 한방의료 인지도를 보였음
- 반면 중국인은 7.9%만이 한국의 한방지료를 잘 알고 61.8%는 모른다고 답

3) 중국의 전문 여행포털 LOTUR.com 선정 한국 선호관광지 베스트 10은 1위, 롯데월드, 2위 에버랜드, 3위 덕수궁, 4위 남산 한옥마을, 5위 창덕궁, 6위 청계천, 7위 제주 테디 베어박물관, 8위 국립민속 박물관, 9위 광화문, 10위 한라산 등 수도권과 제주에 집중되었음(중앙일보, 2010.8.17).

하였음

- 중국인은 더 낮은 한방치료인지를 보이고 있으며 중의학이 보편화되어 있는 중국인들이 한국의 한의학의 체계나 발전에 대해서는 인지도가 상대적으로 매우 낮다는 의미로 해석되며, 이는 한국 한방의료에 대한 중국인 상대의 많은 홍보가 필요함을 의미함
- 대장금 등 한류를 통한 한방체험 형태의 의료관광 콘텐츠도 중국인이 관심을 보일 것으로 판단됨
- ‘2010년 남산 한옥마을 대장금 한방의료체험행사’에 중국, 일본, 동남아 3천명의 방문 성과를 토대로 2011년도에도 한옥마을과 산청에서 대장금 체험 행사를 실시함 (뉴시스, 2011.4.21).

□ 한방의료관광에 대한 높은 관심도

- 일본인의 20.5%와 중국인의 24.2%가 한국의 한방의료관광에 대해서 높은 관심을 보였고, 일본인의 57.2%와 중국인의 72.7%가 보통이상으로 한국으로의 한방의료관광에 관심을 보이는 것은 매우 높은 수치라 판단됨
- 최근 유행인 한류상품으로서의 현대화되고 전통을 고수한 한방의료 상품을 개발한다면 일본과 중국인들에게 매우 매력적인 의료상품이 될 수도 있을 것이라 여겨짐

□ 언어소통과 의료수준 홍보가 한방의료관광 결정에 가장 중요한 요인

- 한방의료관광의 선택에 있어서 일본인은 언어소통을 가장 중요한 항목으로 고려하였으며 중국인은 의료수준을 가장 결정적인 요인으로 답하였음
- 또한, 일본인은 의료기술 수준, 의료비용 및 이동거리의 순서로 답을 하였으며, 중국인에게는 언어소통, 의료비용 및 의료기관의 친절 등을 중요한 요인으로 답변하였음
- 따라서 한방의료관광의 유치하기 위한 전략으로 일본·중국출신이나 해당문화와 언어를 완벽히 이해할 수 있는 한방의료관광 스태프양성이 필요함
- 특히 중국인들에게는 한국의 선진화된 한방의료시스템의 적극적인 홍보가 가장 시급한 것으로 보임

- 또한, 저렴하고 객관적으로 수궁할 수 있는 의료비 수준도 중요한 요소이며, 그 뒤로 친절도·시설환경 이었음. 예상외로 의료관광결정에 있어서 관광 인프라 및 자국음식은 비교적 낮은 중요도를 보였음

□ 대전인지도 상승전략 및 '선진화된 한방의료기술' 의 적극적인 홍보전략 필요

- 일본과 중국인은 한국에 대한 선호도가 높지만 대전이라는 도시브랜드 인지도가 전국 주요도시 하위권으로 매우 낮았음
- 대전시의 적극적인 홍보가 시급하며 홍보전문부서나 인력양성과 해외시장 진출을 위한 전략적 계획수립이 필요함
- 상대적으로 중국인들의 한국 한방의료 인지도는 매우 약하였고, 한국 한방의료의 수준에 대한 정보가 매우 부족함을 알 수 있었음
- 일본인이나 중국인에게 있어서 의료기술의 수준은 한방의료관광을 선택하는 매우 중요한 요소로 확인됨에 따라서 과학화되고 선진화된 한방의료기술의 적극적인 홍보가 필요함
- 또한, 언어소통도 중요한 요인인데, 의료관광관련 인적자원의 육성은 단기間に 될 수 없고 사전적 투자개념이 강해 민간보다는 정부나 지자체에서 정책적으로 지원해야함

VII

대전 한방의료관광 활성화 방안

1. 대전의 한방의료관광 현황 분석
2. 대전지역 한방의료관광산업 관련 인프라 분석
3. 대전 한방의료관광 경쟁력 분석
4. 대전 한방의료관광 활성화 추진방안
5. 대전 한방의료관광 상품 개발과 성공조건

VII. 대전 한방의료관광 활성화 방안

1. 대전의 한방의료관광 현황 분석

□ 한방의료관광의 후발 주자로서의 거의 전무한 경험과 준비부족

- 그동안 대전지역의 의료관광에 대한 역사가 일천하듯이, 한방의료분야에서의 의료관광객 유치경험도 거의 없는 실정이고, 관련 한방병원의 준비도 거의 되어있질 않는 등 해외환자 유치를 위한 환경조성이 극히 미비함
- 마찬가지로 한방의료기술 분야에서도 한방병원 국제인증 (예: JCI인증 등)의 미비 및 의료와 관광을 묶은 패키지 상품의 개발부족, 국가별 행정서식 및 의료사고 사전 매뉴얼, 해외환자에 대한 의료수가 및 가이드라인과 같은 제반 준비가 정립되지 못한 상태임

□ 대전지역 한방의료관광의 비전과 정책적 반영 전무

- 대전지역의 한방의료관광의 가능성 분석을 비롯한 한방의료관광에 전반적인 연구가 전무한 상태임
- 2010년 10월 “대전대학교 개교 30주년 대전충청지역 의료관광컨퍼런스”에서 일반적인 의료관광에 대한 토론을 진행한 것 이외에는 특별한 정책적 지원이나 준비가 전무하였다고 하겠음
- 더불어, 대전지역의 한방병원에서도 의료관광객을 유치하겠다는 적극적인 노력이나 계획도 현재까지는 매우 부족하였음



[그림 VII-1] 2010년 10월, 대전충청의료관광 활성화를 위한 세미나 개최

□ 대전대학교 대전한방병원에서의 의료관광객 유치에 위한 노력

- 대전지역의 3개의 한방병원 중에서 유일하게 대전한방에서는 외국인 환자유치를 준비하기 위한 노력을 해오고 있음.
- 2009년도부터 한방의료관광준비 TF팀을 꾸려서 주로 일본인을 대상으로 한 상품개발과 준비를 해오고 있음
- 병원 내에는 의료관광마케팅 사업자가 입주하여 점진적인 한방의료관광을 준비하고 있음

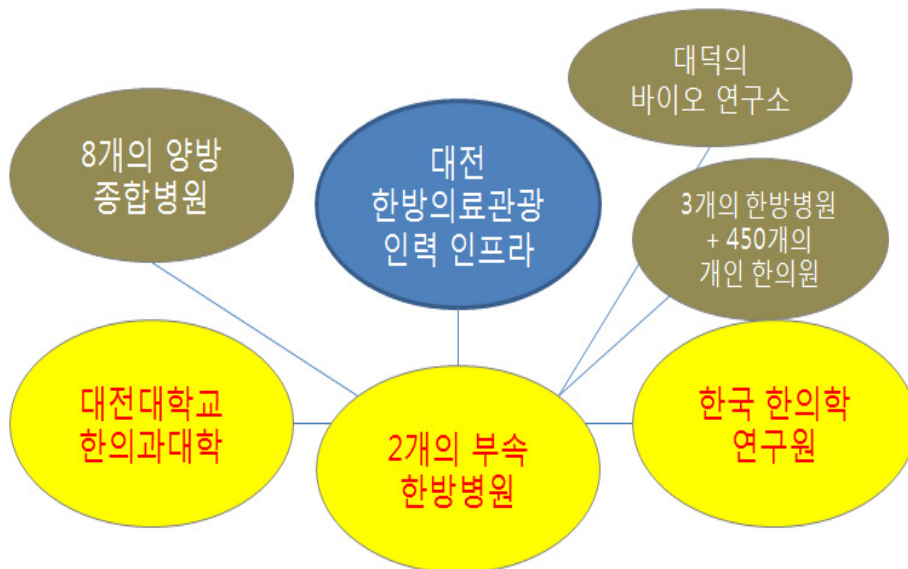


대전한방병원 외국인의료관광마케팅센터 개소

2. 대전지역 한방의료관광산업 관련 인프라 분석

□ 전국에서 가장 우수한 한방전문 의료인력 인프라 확보

- 대전은 인구대비 가장 많은 한방 병의원을 확보하고 있고, 특히 한의과대학 부속병원 2개를 비롯하여 총 5개의 한방병원이 소재하고 있으며, 특히 국내 유일의 한국한의학연구원이 소재하고 있음
- 또한 8개의 종합병원이 있으므로 해서 전문한방진료와 한·양방 협진 및 한방의료기술 관련 연구인력이 가장 잘 갖추어짐으로서, 향후 한방의료기술을 이용한 관련 산업과의 시너지 효과를 가장 잘 기대할 수 있는 의료인력 인프라를 갖추고 있음



[그림 VII-2] 대전지역 한방의료관광산업 관련 인프라

<표 VII-1> 전국 시도별 의료기관과 인구 (2011년 10월 기준)

지역	합계	상급 종합 병원	종합 병원	병원	요양 병원	의원	치과 병의원	보건 의원	한 방 병 원	한의원	약국	인구 (천 명)
합계	82,738	44	273	1,364	957	27,770	15,166	12,828	180	12,350	21,126	50,515
서울	20,953	17	40	181	84	7,348	4,622	102	31	3,411	5,188	10,312
부산	6,023	4	23	116	131	2,088	1,088	176	8	995	1,528	3,568
대구	4,458	4	8	103	39	1,526	760	26	8	770	1,213	2,512
인천	3,736	2	12	59	37	1,344	713	58	12	527	971	2,758
광주	2,482	2	19	68	24	841	511	31	38	303	656	1,455
대전	2,662	2	6	34	42	967	465	21	5	450	669	1,504
울산	1,627	0	4	39	33	538	332	19	3	280	374	1,126
경기	16,610	5	48	261	190	5,692	3,329	648	32	2,389	4,323	11,787
강원	2,250	2	13	48	20	677	315	263	2	314	612	1,530
충북	2,432	1	10	39	33	789	318	294	3	334	634	1,549
충남	3,319	2	10	52	53	1,030	455	400	6	443	854	2,075
전북	3,419	2	12	69	63	1,074	457	397	14	435	886	1,869
전남	3,128	0	22	76	43	890	387	621	7	322	810	1,918
경북	4,070	0	18	76	83	1,179	536	535	8	565	1,048	2,690
경남	4,679	1	22	138	76	1,475	733	411	2	680	1,140	3,291
제주	890	0	6	5	6	312	145	62	1	132	220	571

자 료 : 의료보험 심사평가원과 행정안전부 자료 참고

□ 접근성이 우수한 다방면의 교통 인프라 확보

- 대전은 2개의 KTX역(경부선의 대전역, 호남선의 서대전역)을 비롯하여 5개의 주요 고속도로 (경부고속도로, 호남고속도로, 중부고속도로, 대전당진고속도로 및 대전순환고속도로)로 전국의 어디서나 대전의 어느 곳으로도 연결될 수 있는 총 10개의 고속도로 톨게이트를 가지고 있으며, 30분 거리에는 청주 국제공항과 쉽게 연결할 수 있는 조건을 가지고 있음



[그림 VII-3] 대전 의료관광 인프라

□ 대전의 건강체험 및 쇼핑 관광인프라 구비

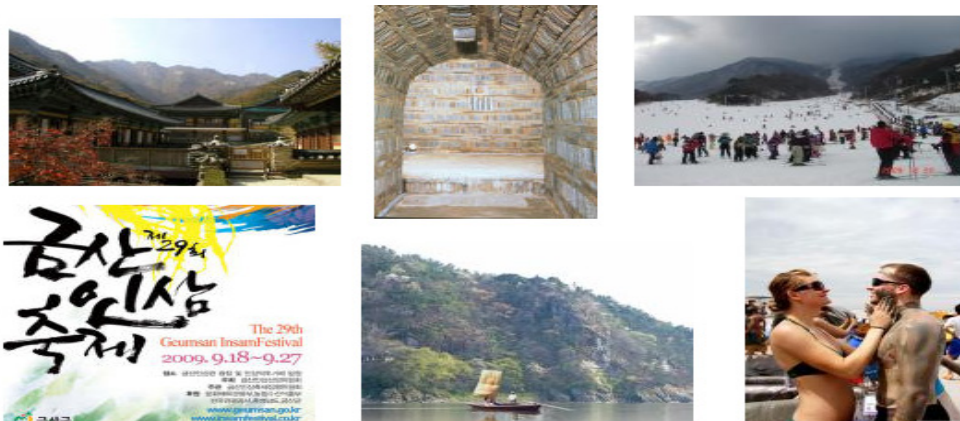
- 한방병원을 비롯하여 대전은 건강체험, 여행, 자연감상, 문화체험 등의 융·복합 형태의 외국인이 많이 찾아오게 하는 의료관광형태를 발전시킬 수 있는 충분한 문화 인프라를 가지고 있음
- 즉, 전통적인 건강여행에 가장 중요한 유성온천스파를 비롯하여 한밭수목원, 대청호수, 계족산 황톳길, 식장산, 만인산자연휴양림, 장태산자연휴양림, 중앙로의 전통한약시장 등이 있음
- 또한 외국인이 한국의 전통시장을 즐길 수 있는 대전 역전시장과 중앙시장을 비롯하여 젊은이들이 모이는 은행동의 으능정 거리와 쇼핑을 즐길 수 있는 3개의 대형 쇼핑센터(롯데백화점과 갤러리아 백화점)를 보유하고 있음



[그림 VII-4] 시계방향 : 으능정이축제, 유성온천, 대청댐, 중앙시장, 계족산향
 툃길, 한밭수목원, 템플스테이, 사찰문화

□ 대전인근 역사문화 및 관광, 건강관련 인프라 풍부

- 대전과 인접해있는 금산은 천혜자연환경, 인삼시장과 인삼축제 등을 가지고 있으며, 공주와 부여는 백제역사와 불교문화의 우수한 관광자원을 가지고 있음
- 대전 근교에 계룡산과 속리산에 전국에서 가장 유명한 사찰 (동학사, 갑사, 마곡사, 범주사 등)에서는 독특한 불교문화 및 다양한 웰빙 먹거리 음식문화를 체험할 수 있으며, 보령의 머드축제나 겨울철에는 1시간 거리에 있는 덕유산 스키장에서 겨울 스포츠를 즐기는 연계상품을 개발 할 수 있음



[그림 VII-5] 시계방향: 동학사, 무녕왕릉, 무주스키장, 인삼축제, 부여백마강, 머드축제

3. 대전 한방의료관광 경쟁력 분석

□ 대전지역의 한방의료관광 경쟁력

- 한방의료를 통한 의료관광은 중증 환자의 치료를 주요 목표로 하는 양방의 의료관광과 달리 비교적 신체의 이동이 자유로운 관광객을 대상으로 함으로 지역의 다양한 관광자원과 연계하여야 경쟁력이 있음
- 따라서 한국의 중심에 위치해 교통의 중심이면서, 백제역사 유적이거나 주변의 자연 경관을 이용한 상품개발이 가능한 여건이 충분함
- 특히 대전은 대전대학교 한의과대학 2개의 부속 한방병원을 비롯한 국내 유일의 한의학연구원이 있으므로 해서 풍부한 인적 인프라가 가장 커다란 장점임

<표 VII-2> 대전지역 한방의료관광 추진을 위한 환경분석표(SWOT분석)

S (강점)	W (약점)
<ul style="list-style-type: none"> - 풍부한 한방의료 인프라 - 교통의 한방연구인력 및 기관 - 과학적으로 개발된 한방의료기술 - 편리한 접근성 및 교통망 - 주변 한방관광 인프라 풍부 금산 인접(인삼 및 약초시장), 공주 인접(백제문화, 사찰), 유성온천 (한방스파 등) 	<ul style="list-style-type: none"> - 대전의 외국인 방문과 경험부족 - 민간의료기관의 의료관광 이해부족 - 한방의료관광 위한 행정인식부족 - 한방의료기관의 경험과 준비부족 - 한약재 및 치료기술의 표준화미비 - 양방에 비해 높은 비용(비보험) - 주변기관과의 협조체제 미비
O (기회)	T (위협)
<ul style="list-style-type: none"> - 대전정부의 중점추진 정책사업 - 웰빙 및 헬스케어관심 증대 - 중국을 비롯한 해외관광객 증가 - 허준, 대장금 등 한류 영향 - 동의보감 유네스코등재로 한방홍보 - 대체의학 및 동양의학 선호증가 - 각 지자체의 한방관련 투자증가 	<ul style="list-style-type: none"> - 중국의 한방의료관광 중점육성 - 타지역 한방의료관광 경쟁력 성장 - 국내 양방중심 의료관광중심 성장 - 아시아국가 의료관광 경쟁력 성장 - 딥버블 등 국내외 장기불황지속 - 정부의 타 지역 정치적 배려

□ 대전지역의 한방의료관광 경쟁력의 약점

- 대전에 한방의료관광의 경쟁력의 가장 커다란 약점은 그동안 대전이 외국인들이 많이 찾아오지 않는 도시였다는 점
- 따라서 지역의 많은 의료관광에 참여할 기관이나 당사자들이 외국인을 위한 상품개발이나 준비 및 경험이 거의 전무하다는 것임. 마찬가지로 한방의료기관에서도 한방의료관광에 대한 인식부족이 부족하고, 다른 지자체들과의 협력관계도 아직 준비가 덜되어 있다는 것임

4. 대전 한방의료관광 활성화 추진방안

□ 문화관광을 겸하는 경증질환 중심의 한방의료관광 전략

- 중증 환자의 치료를 주요 목표로 하는 양방의료관광과 달리 한방의료관광은 비교적 신체의 이동이 자유로운 관광객을 대상으로 하면서 지역의 다양한 관광자원과 연계하여야 함
- 이를 통해서 적은 숫자의 중증질환 위주의 의료관광보다 많은 관광객을 유치할 수 있고, 또한 대전과 인근의 문화관광 패키지상품을 개발하여 대전의 경제활성화에도 기여할 수 있는 모델을 추진해야 함

□ 대전을 한방의료관광 허브도시로서 육성하겠다는 정책개발

- 대전 한방의료관광을 활성화시키기 위해서는 대전시가 한방의료 관광상품 개발과 특화시켜나가는 구심점역할을 해야 함
- 한국을 대표하는 한방의료관광 도시로 만들어 도시 활성화와 발전에 기여하도록 하겠다는 확신과 정책적 지원이 필요함
- 전국의 많은 지자체에서 한방관련 사업을 벌이고 있으나 외국 환자를 본격적으로 유치하는 전문화된 한방의료관광 도시는 아직 없는 실정임



[그림 VII-6] 경증위주의 한방의료관광 vs. 중증위주의 양방 의료관광

□ 한방의료기관 중심의 외국인 환자유치를 위한 인프라 구축필요

- 대전의 한방의료기관과 한방의료기술의 우수성을 알리는데 필요한 카달로그, 홈페이지, 홍보동영상, 시술소개 동영상, 전문코디네이터 교육, 진료관련 서류 및 외국인 전용병동 등의 인프라를 구축해야 하고, 특히 대전시 및 지역의 지자체의 각종 정책적 행사와 연계한 홍보 프로그램을 개발하여야 함.

□ 외국인관광객 유치업체 및 관련기관 및 지자체와의 협의체 구성

- 대전의 한방의료기관을 비롯한 대전시와 대전시의 관광관련 기관 및 주변의 지자체들과 상시 긴밀한 협조체계를 유지할 수 있는 협의체를 만들 필요가 있으며 이를 통해서 상호 효율적인 홍보 및 상품개발의 시너지 효과를 얻어내야 함

□ 주변의 문화상품과 연계된 신뢰도 높은 한방의료 상품 개발

- 한국의 한방의료기술은 그동안 외국인에게 판매할 수 있는 상품으로서가 아닌, 하나의 통상적 의료기술로서 국가가 정해준 범주에서만 내국인들에게

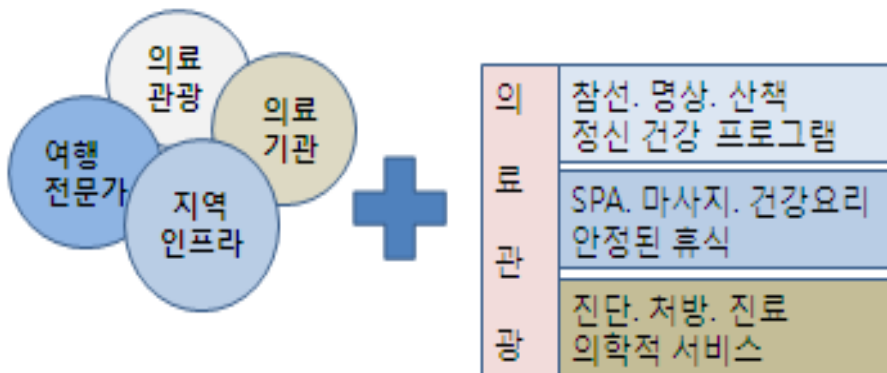
시술을 함

- 의료관광객을 유치하기 위해서는 의료기술이 하나의 상품으로서 판매할 수 있는 인식의 전환과 함께, 주요 외국인 고객에 맞춘 구체적인 상품으로 만들어져야 함
- 특히, 한방의료상품은 대전시와 주변의 지자체가 가지고 있는 역사문화 및 축제들을 활용한 대전만의 독특한 한방의료상품과 제반 서비스도 함께 개발해야 함

5. 대전 한방의료관광 상품 개발과 성공조건 (일본을 중심으로)

□ Wellness 개념의 한방의료관광 상품개발 필요

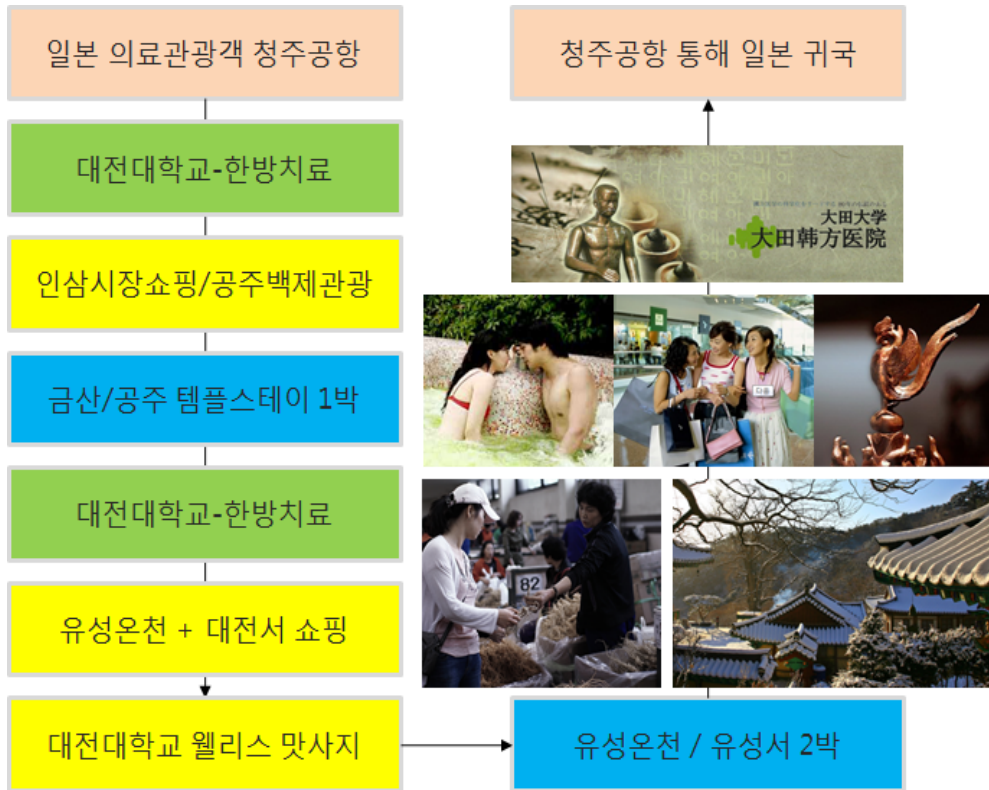
- 의료관광 초창기는 질병의 치료목적에서 출발하였지만 점차 건강을 테마로 하는 Wellness 개념의 의료관광으로 확대 발전이 되고 있음
- 현재의 의료관광을 정의한다면 융복합적 프로그램에 각 부분 전문가가 여러 지역의 인프라를 하나로 결합하여 고객들에게 매력적인 상품을 만들어 내는 것인데, 대전의 한방의료기술과 대전지역의 다양한 관광자원을 연계시킨 Wellness 개념의 특화된 상품이 개발되어야 함



[그림 VII-7] 대전지역 한방의료관광 상품개발

□ 한방우위의 의료기술 의료상품을 개발요구

- 외국인 환자대상의 한방치료 상품개발을 위해서는 한방병원이 상대적으로 우수하다고 판단되는 전략질환들⁴⁾의 특화와 대전지역의 문화상품을 연결하는 패키지 상품의 개발이 필요함



[그림 VII-8] 대전지역 한방우위의 의료기술 의료상품개발

□ 각국 고객의 문화적 차이를 반영한 상품개발 필요

- 외국 환자를 유치하기 위해 국가별 개별 접근전략이 매우 중요함. 즉, 각 나라별 관습·문화·종교·언어 등의 사회적 요인을 지역특성프로그램개발에 고려할 필요성이 있음

4) 한방 피부미용, 노인성 척추관 협착증, 중앙 한방대체요법, 뇌신경마비 재활치료, 한방 아토피치료, 사상의학건강검진, 만성피로증후군 등을 말함

- 일본인 경우 음식은 부실해도 숙소는 최고급을 원하는 경향이 강하고 중국인 경우는 숙소는 부실해도 식사부분은 최고급을 원하는 성향이 강함

□ 초기엔 중증 장기체류보다 경증 단기체류형 상품 개발이 필요함


- 의료관광 초기정착 시점에서는 장기체류 중증 환자유치보다는 단기체류가 가능한 경증환자를 유치하여 한의학을 비교적 쉽게 경험토록 하고 대전과 인근의 문화관광 패키지상품을 알리는 전략을 써야하는데, 점진적으로 장기체류 환자 유치 전략을 수립 할 필요가 있음

□ 각 국가별 특성에 맞춘 상품 차이의 예

<표 VII-3> 국가별 한방의료관광 상품 사례

구분	프로그램	비고
일본	한방진료: 여성질환, 한방성형, 피부관리 관광일정: 공주 백제 문화, 사찰체험	숙소: 최상급 식사: 기본일정
	기본적으로 미용에 관심이 높고 쇼핑에는 큰 구매욕구가 없으며 검증되고 확신이 있는 것을 좋아함	
중국	한방진료: 한방성형, 피부 관리, 여성질환, 예방검진 관광일정: 금산인삼, 한정식	숙소: 보통급 식사: 최상급
	쇼핑의 구매욕구가 매우 높으며 차별화된 서비스를 받고자 하며 부유층으로 인정을 받는 것을 좋아함.	
동남아시아	한방진료: 한방성형, 예방검진, 피부 관리 관광일정: 무주스키장, 대전 시내관광	숙소: 보통 식사: 보통
	화장품등 쇼핑의 구매욕구가 강하고 겨울철엔 스키연계 프로그램과 함께 진행하며 특성상 다른 일행과 어울리는 것을 싫어함.	
중앙아시아	한방진료: 한방성형, 피부관리, 여성질환, 예방검진, 비만관리, 척추질환 관광일정: 대도시위주의 관광을 선호	숙소: 보통급 식사: 최상급
	화장품등 쇼핑의 구매욕구가 강하고 다른 일행과 어울리는 것을 싫어함	

□ **상품개발 예 1 (일본의 아토피환자 들을 위한 상품):**

일본의 아토피환자 들을 위한 프로그램	
◇ 상품개요:	본 상품은 일본에서 경험하지 못한 공동의 생활 속에서 자신감회복, 전통문화 체험과 함께 병원의 진료프로그램을 같이하는 의료관광의 2박3일의 프로그램으로 자연환경과 한방진료를 통한 체험과 감동을 통해 방학기간 치료의 목적으로 재방문을 유도 하고자 하는 것임.
◇ 환자특성:	아토피 환자들의 특성상 어린이들이 많고 수면장애, 학습력 부족, 사회성결여, 자신감부족 등의 특성을 나타냄. 일본인의 사회성은 남에게 신세를 지기 싫어하고 자신과 직결되지 않으면 남의 문제에 대해 관심이 없으나 반대로 감동을 받으면 높은 충성도를 보이는 국민성을 감안 감동을 얻을 수 있는 프로그램 기획이 되어야함.
◇ 시장분석:	많은 의료정보와 신뢰, 병원환경 등 많은 조건을 고려하는 치료목적의 방문보다는 처음에는 가벼운 체험과 휴식을 위한 프로그램으로 시작할 수 있음. 비용부분에서도 일본에서 한의사 1회상당(진료는 별도) 3만 엔 정도의 비용이 드는데 한국에서 그 비용 이면 전 일정 체험이 가능함. 일본 오사카 주재 아토피 협회 자료에 의하면 전 국민의 30%이상 아토피 환자로 추정을 하며 대체의학으로 한의학과 온천을 추천하는 현실이나 진찰료, 진료비, 약값 등으로 1회 평균 병원비가 10만 엔 정도 소요되어 많은 부담을 갖고 있는
	
◇ 성공조건:	본 상품의 성공을 위한 가장 중요한 요소로는 일본인들의 기호에 맞는 치료약물들의 개발과 함께, 한방치료 프로그램이외에 한국에서 즐거운 경험을 하고 갈 수 있도록 하는 잘 짜여진 문화프로그램과 인솔자들의 열성적 노력과 감동을 통해 재방문을 하도록 하는 것임.

□ 상품개발 예 1 (일본의 아토피환자를 위한 상품 일정표):

일 자	시 간	일 정	비 고
1일차	09 :00	서울 출발	호텔 (전용 차량)
	11 :00	대전대학 대전한방병원 도착	의사 상담 및 진료
	12 :00	중식	대학 병원
	13 :00	기본 진료 및 선택 진료	침. 뜸. 부황
	15 :00	아토피 캠프 장소 이동	전용 캠프장
	18 :00	숙소 배정 및 석식	
	19 :00	홍삼 목욕	
	20 :00	아토피 강연회	통역배정
	22 :00	정리 및 휴식	간식 제공

일 자	시 간	일 정	비 고
2일차	07 :00	기상 및 아침운동	전용 캠프장
	08 :00	아침 조식	
	09 :00	산림문화 타운이동 산림욕	금산군
	12 :00	숲속에서의 산채 비빔밥	산림문화 타운
	14 :00	박물관 견학 (인삼박물관, 농업박물관)	금산군 대전 한방병원
	15 :00	병원이동 진료 (침. 뜸. 부황 진료)	
	19 :00	홍삼 목욕	
	20 :00	석식	전용 캠프장
	22 :00	정리 및 휴식	간식 제공

일자	시 간	일 정	비 고
3일차	07 :00	기상 및 아침운동	전용 캠프장
	08 :00	아침 조식	
	09 :00	짐 정리 대전으로 이동	금산군
	12 :00	대전 시내 관광 및 식사	대전시
	13 :00	인천국제 공항 이동	전용 차량
		인천국제 공항 도착	

□ 상품개발 예 2 (일본의 한방미용 상품):

일본의 한방미용 프로그램	
<p>◇ 상품개요: 주로 30-40대의 피부미용에 관심이 많은 여성분의 특성을 고려 그들의 나이에 맞는 한방미용 침시술 및 마사지와 백제문화 탐방 프로그램을 기획</p>	 <p>(일본미용잡지 MAQUIA 4월호 한방미용 프로그램)</p>
<p>했으며 총3회의 한방시술과 여성냉증 생리불순 등을 감안 1회 복부 뜸과 침술 제공과 한방피부마사지가 포함된 상품임.</p>	
<p>◇ 여행특성: 주 고객이 주부나 직장인임을 고려해서 주말을 이용한 단기체류로 2박3일 여정. 2차 추가 진료를 원하는 경우는 예약시스템을 (의료관광지원센터)을 통해서 자유관광 일정과 병원입원으로 추가 방문 시 더 저렴한 일정을 선택 하도록 유도함. 재방문 시에는 인천, 김포공항과 KTX 열차를 이용하면 별도의 가이드 없이 개인적으로 이용이 가능하며 실제 한국방문 일본여행객 들은 단체보다는 개인위주의 관광객이 대부분이고, 본인의 요청 시에는 차량, 가이드, 관광안내 등의 부가서비스를 제공함.</p>	
<p>◇ 시장분석: 한방성형 경우 마취와 절개 등의 시술을 하지 않고 피부 진피층에 간단한 시술방식으로 시간, 비용, 효율성에 큰 장점을 가지며 시술 후 바로 일상생활이 가능하다는 점에서 일본의 30대 이후의 여성들에게 많은 인기가 예상됨.</p>	
<p>◇ 성공조건: 마케팅의 전략수립이 가장 중요한 요인이 될 것임. 예를 들어 연예인이나 유명인사의 시술전후 사진 비교 및 일본인들의 실제 시술전후 산진을 통한 마케팅 전략이 필요함. 대전시와 공동으로 일본 현지의 로드쇼 등을 통한 적극적인 홍보 등이 요구됨.</p>	

□ 상품개발 예 2 (일본의 한방미용 상품 일정표):

일 자	시 간	일 정	비 고
1일차	09 :00	서울 출발	호텔 (전용 차량)
	11 :00	대전대학 대전한방병원 도착	의사상담 및 진료
	12 :00	중식	대학 병원
	13 :00	한방미용 진료 및 관리	
	15 :00	한방 피부 마사지	대전 시내 가이드 동행
	18 :00	석식	
	19 :00	자유 관광	
	20 :00	호텔 투숙	대전 시내
	22 :00	정리 및 휴식	간식 제공

일 자	시 간	일 정	비 고
2일차	07 :00	기상 및 아침운동	호텔식
	08 :00	아침 조식	
	09 :00	대전 한방병원 이동 (좌욕, 부황, 뜸 치료)	여성 질환
	12 :00	중식	한정식
	14 :00	공주 백제 문화권 관광	선택 관광
	17 :00	대전으로 이동 자유 관광 혹은 피부 마사지	
	20 :00	석식	대전 시내
	22 :00	정리 및 휴식	

일자	시 간	일 정	비 고
3일차	07 :00	기상 및 아침운동	호텔
	08 :00	호텔 조식	
	09 :00	짐 정리 서울 으로 이동	대전시
	12 :00	서울도착 자유 시간	서울시
	13 :00	인천국제 공항 이동	전용차량 Or 개인이동
		자유 귀국	

□ 일본시장 개척을 위한 특성분석

- 한국 내 일본인 전문가 (5년 이상중견가이드 15명)와의 미팅과 상담을 통해 일본인들의 한국에 의료관광객으로서 방문 시 「cost. access. quality」의 3가지의 특성을 파악함
- 「cost」는 한국의 물가는 일본보다 일반적으로 저렴하고, 「access」 일본에서 가장 가까운 나라로서 별 문제가 없음
- 「quality」에 대한 관점에서 일본인 중에서도 한국의료에 대해서는 반신반의하는 사람들도 있지만, 특히 한국의 한의학에 대한 인식은 매우 좋은 편임
- 특히, 한국에서 제도권의 허가를 받은 한방의료 기술을 마케팅에서 보다 강조함으로써 「quality」에 더 큰 신뢰를 얻을 수도 있음. 일반적인 의료상품의 개발에 있어서 아래와 같은 조건이 중요함
 - (1) 일본보다 뛰어나거나 일본 내에서는 받을 수 없는 의료 기술
 - (2) 체제비, 교통비, 치료비의 합이 일본보다 저렴하거나 저렴한 비용
 - (3) 애프터케어가 불필요하거나 일본 내에서도 가능할 수 있을 것
 - (4) 언어소통의 불편함이 없이, 안심하고 의료시술을 받을 수 있을 것

□ 일본인들의 지역적 선호도

- 동남아시아·중국·중앙아시아·중동 지역 외국인들은 대도시를 선호하는 것이 일반적이지만 일본의 경우는 이미 중소도시나 외곽도시(춘천·경주·부산)를 선호하는 경향이 나타나고 있으며 공주 백제문화권, 금산인삼 한방 의료와 융복합 개념의 하나의 연계상품 개발이 필요 할 것이며 그 중심에는 Wellness 개념을 도입한 차별화된 Program이 개발 된다면 시장에서의 경쟁력 충분함.

□ 일본시장 개척을 위한 세대별 특성분석

- 일본인의 세대별 관광관련 소비 패턴을 요약하면 다음과 같음

<표 VII-4> 일본인 세대별 관광관련 소비 패턴

세대	특성 및 상품 개발
10대 후반 20대 초반	<p>쇼핑의 구매욕구가 강함 (화장품·미용제품), 한국과 달리 성형미용에 큰 관심이 없고 저렴한 비용 단기위주 상품 필요: 한국의 경우는 진학이나 취업이유로 상당수의 여성들이 쌍꺼풀 수술을 받지만, 일본에서는 특별히 취업에 쌍꺼풀수술이 영향을 끼친다고 생각하는 수가 적어, 이 연령대에서 수술을 받는 여성은 드물음. 이런 특성으로 10후반-20대 초반을 공략하고자 할 때는 네일아트·화장품·피부미용(마사지) 등의 상품이 주된 공략 대상일수 있음.</p>
20대 후반 30대 초반	<p>미용에 대한 욕구가 강하며 피부마사지·성형·Spa 등 휴식에 관심이 많아 다양한 선택이 가능하고 단기위주 상품 선호: 취업을 하고 자립을 해서 수입으로 많은 여성들이 「수고한 스스로에게 보상」이라는 개념으로 해외여행을 간다든지, 스스로에게 투자를 하는 시기임. 또한 30대 전후가 되면 피로를 조금씩 느끼게 되고, 그 중에서도 ‘미’에 대한 욕구 또한 점차 높아지면서 브랜드 명품과 화장품구입, 에스테틱과 간단한 성형(쌍꺼풀수술 등), 다이어트라고 하는 폭넓은 분야에서 ‘미’를 위한 추구가 있음. 따라서 한방 에스테틱, 스파, 간단성형 등을 마케팅 중심의 상품 필요.</p>
30대 후반 40대 초반	<p>다이어트(복부비만) 고급형 한방성형·피부마사지 서비스를 받고자 함, 고급형으로 단체 보다는 개인위주의 상품 선호: 일본에서 이 시기의 사람들을 ‘아라포’라고 부르는데, 40대 전후의(around40) 약어임. 일본의 버블절정기에 20대 전반을 보낸, 취업과 결혼 등에 경쟁이 가장 치열했던 세대로 현재 ‘인생의 잠시 휴식’ 시기에 있고 미혼으로 40대를 맞이하는 여성들도 많음. 공통적으로 ‘스스로에게 주는 휴가’라는 생각이 많고 일본 내에서도 에스테틱과 제모, 다이어트를 위해 비용을 지불하는 등의 금전적인 여유가 있어, 고급스러움이 있고 일본보다는 조금 저렴하면서도 에스테틱, 다이어트를 위한 한방치료, 처져오는 얼굴의 리프트업 등의 마케팅이 필요.</p>
40대 후반 50대 초반	<p>장기체류가 가능한 세대로서 명상·휴식과 갱년기 증상에 대한 관심이 높음. 문화적 관심과 여유로운 상품선호: 이 연령층은 ‘한류’ 붐의 중심에 있는 사람들로서, 한국을 좋아하는 여성들이 많음. 그 중에는 한국에 짧은 어학연수와 같이 1개월에서 3개월 전후의 기간으로 장기체류를 하는 사람들도 다른 연령대에 비해 많음. 또 한국에 몇 번이고 찾아오는 사람들도 많아, 한국의 사정을 상세히 알고 있고 한국에서 여유를 즐기거나 생각하는 사람들도 많음. 한편으로는 역사적인 배경을 포함해 한국에 대해서 반신반의하는 감정을 가지고 있는 사람들도 있는데, 그러면서도 주변의 지인들이 한번쯤은 한국에 가보고 하는 것을 보기 때문에 자신도 가보고 싶어 함. 노화를 걱정하는 세대로서 한방의 장점인 예방의학과 만성피로, 갱년기 여성들을 위한 부인과 진료 등과 같은 상품개발 필요.</p>

VIII

결 론

VIII. 결 론

□ “대전한방의료관광을 새로운 한류의 중심으로”

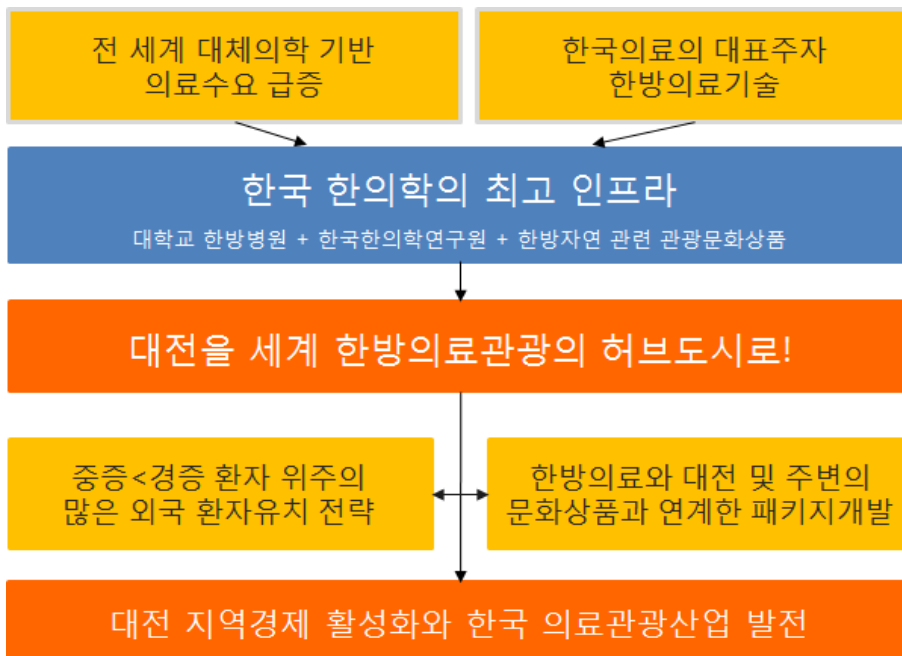
- 전 세계적으로 대체의학 및 전통의학에 대한 관심과 수요가 급증하면서 한방의료관광의 잠재성이 부각되고 있음

□ 대전시가 세계 한방의료관광의 허브역할

- 세계 전통의학 중에서 우수한 의료기술을 가지고 있는 한국에서, 특히 한방의료의 최적 인프라를 구축하고 있는 대전시가 세계 한방의료관광 시장의 허브역할을 함으로써 많은 외국환자가 방문하여 대전 지역경제 뿐 아니라 국가경제가 활성화 될 수 있음

□ 세계로 도약하기 위한 산·학·연·관의 전략적 투자와 노력 필요

- 세계 의료관광시장에서 새로운 한류를 대표하는 동북아 한방의료관광 허브도시로 발전할 수 있도록 대전시, 대전 한방관련 의료기관, 대학 및 연구기관의 전략적 투자와 노력이 필요함.





부 록

1. 설문지
2. 참고자료

부 록

1. 설문지

1) 한국어

설문에 응하여주셔서 감사드립니다.

본 설문은 대전대학교 한방의료관광 연구팀에서 실시하는 것이며,

20개의 설문으로 구성되어 약 5분 정도 소요됩니다.

본 설문의 결과는 학술적, 공익적 목적으로만 사용될 것입니다.



DAEJEON UNIVERSITY

大田大學校

2011. 8

대전대학교 한방의료관광 추진위원회

82- 042-229-6726

1. 한국방문의 목적은?

(1) 관광() (2) 친지방문() (3) 사업() (4) 의료관광() (5) 기타()

2. 한국방문 횟수는 (이번 방문 포함) ? () 회

3. 귀하의 한국에 대한 호감도는 어느 정도입니까?

(1)매우 높음() (2)높음() (3)보통() (4)낮음() (5)매우 낮음()

4. 이번 한국방문의 체류기간은? ()일

5. 한국체류기간 중 총 (항공료는 제외)지출은 ? ()USD

6. 한국의 의료수준은 어떻다고 생각하는가?

(1)매우 높음() (2)높음() (3)보통() (4)낮음() (5)매우낮음() (6)모름()

7. 몸이 불편할 때 대체의학으로 치료하는 것이 대해 관심이 얼마나 있는가?

(1)매우 있음() (2)있음() (3)보통() (4)없음() (5)아주 없음()

8. 대체의학으로 치료받은 경험이 있는가?

(1)없음() (2)1~2회() (3)3~5회() (4)6~9회() (5)10회 이상()

9. 한국의 한방치료 (침, 뜸, 한약 등을 이용하여 치료하는)를 아는가?

(1)매우 잘 알고 있다() (2)잘 모른다() (3)보통()
(4)모름() (5)전혀 모른다()

10. 한방의료관광에 관심이 있는가?

(1)매우 있음() (2)있음() (3)보통() (4)없음() (5)전혀 없음()

11. 한방의료관광에 관심 있는 분야 모두를 동그라미 쳐주세요?

(피부미용, 건강검진, 산부인과, 내과, 정형외과, 암치료, 재활치료, 요양휴식)

12. 한국에서의 한방의료관광을 선택한다면 가장 중요한 고려사항 2가지를 고르면?
(의료 서비스정보, 의료 기술수준, 언어소통, 병원의 시설과 환경, 이동거리, 자국의 식단여부, 종사자들의 친절함, 주변관광인프라, 의료비용, 지역인지도)
13. 다음의 한국의 도시 중에서 알고 있는 도시를 모두 표시해주세요?
(춘천, 대전, 서울, 대구, 인천, 광주, 부산, 제주, 전주)
14. 귀하의 국적은? ()
15. 귀하의 거주도시는? ()
16. 귀하의 나이와 성별은? ()세, (1)남() (2)여()
17. 귀하의 결혼여부는? (1)미혼() (2)결혼()
18. 귀하의 직업은?
(1)전문직() (2)자영업() (3)공무원() (4)회사원()
(5)학생() (6)전업주부() (7)기타()
19. 귀하의 학력은?
(1)고졸이하() (2)전문대학재/졸() (3)대학재/졸() (4)대학원재/졸()
20. 귀하를 포함한 가족의 월평균소득은?
(1)2,000만원 이하() (2)2,000~4,000만원() (3)4,000~6,000만원()
(4)6,000~8,000만원() (5)8,000~10,000만원() (6)10,000만원 이상()

2) 중국어

感謝您接受我們的問卷調查.

本問卷調查經韓國大田大學韓方醫療觀光研究組主辦，由20個問題組成，大約需要占用您5分鐘左右的時間。本問卷的所有結果將用于學術和公益的目的，
謝謝您的合作。



DAEJEON UNIVERSITY
大田大學校

2011. 8

韓國大田大學校 韓方醫療觀光 促進委員會

Tel: 82-42-229-6723

1. 您這次訪問韓國的目的？
(1) 一般觀光 () (2) 探親 () (3) 商務 () (4) 醫療觀光 ()
(5) 其他 ()
2. 您訪問韓國的次數(包括本次)？ () 次
3. 您對韓國的好感程度是多少？
(1) 很高 () (2) 高 () (3) 一般 () (4) 低 () (5) 很低 ()
4. 您這次訪問韓國的停留時間？ () 天
5. 訪韓期間總消費(機票除外)金額是多少？ () 美元
6. 您覺得韓國的醫療水平怎麼樣？
(1) 很高 () (2) 高 () (3) 一般 () (4) 很低 () (5) 不知道 ()
7. 您身體不適的時候，對用傳統醫學方法治療的關心程度有多少？
(1) 很關心 () (2) 關心 () (3) 一般 () (4) 不關心 () (5) 一点也不關心 ()
8. 您過去接受過傳統醫學方式的治療嗎？
(1) 沒有 () (2) 1 - 2 次 () (3) 3 - 5 次 ()
(4) 6 - 9 次 () (5) 10 次以上 ()
9. 您了解韓國韓方治療(針灸，韓藥等療法)嗎？
(1) 非常了解 () (2) 了解 () (3) 一般 () (4) 不知道 ()
(5) 一点也不知道 ()
10. 您對韓方醫療觀光的關心程度？
(1) 非常關心 () (2) 關心 () (3) 一般 () (4) 不關心 ()
(5) 一点也不關心 ()

11. 請您用圓圈 (O) 選出你所關注的韓方醫療觀光的所有部分 (可多選) ?
皮膚美容 () 健康狀況診斷 () 產科 () 內科 () 癌症治療 ()
康復治療 () 療養 () 其它 ()
12. 如果您考慮韓國的韓方醫療觀光, 請您用圓圈 (O) 選出您認為最重要的
兩個因素。
醫療服務信息() 醫療技術水平() 語言溝通() 醫院設施環境()
距離遠近() 是否提供自己國家的餐飲服務() 服務態度()
周邊的景點() 醫療費用() 地區知名度()
13. 請用圓圈 (O) 選出所有您知道的韓國城市的名称。
春川 () , 大田 () , 首爾 () , 大邱 () , 仁川 () , 光州 () ,
釜山 () , 濟州 () , 全州 ()
14. 您的國籍是? ()
15. 您居住的城市是? ()
16. 您的年齡和性別? () 歲, (1) 男 () (2) 女 ()
17. 您結婚與否? (1) 未婚() (2) 已婚()
18. 您的職業?
(1) 專門技術性職業() (2) 个体經營業者() (3) 公務員()
(4) 一般公司職員() (5) 學生() (6) 家庭主婦() (7) 其它()
19. 您的學歷?
(1) 高中及以下() (2) 大學專科() (3) 大學本科() (4) 研究生以上()
20. 您的家庭月平均收入水平?
(1) 2,000美元以下 () (2) 2,000~4,000美元 () (3) 4,000~6,000美元 ()
(4) 6,000~8,000美元 () (5) 8,000~10,000美元() (6) 10,000美元以上 ()

謝謝您的合作!

3) 일본어

アンケートに応じてくださって感謝いたします。

このアンケートは大田大學韓方医療観光研究チームで実施することであり、

20つの質問で、約5分ぐらいかかります。

アンケートの結果は學術的、共益的目的だけで使われます。



DAEJEON UNIVERSITY
大田大學校

2011. 8

大田大學 韓方医療観光推進委員會

Tel: 82-42-229-6723

1. 韓國への訪問の目的は何ですか。
(1) 観光() (2) 家族訪問() (3) 事業() (4) 医療観光()
(5) その他()

2. 今回の訪問を含む、韓国への訪問は何回目ですか。()回目

3. 韓国に対する印象はどうですか。
(1) 非常に良い() (2) 良い() (3) 普通()
(4) 良くない() (5) 非常に良くない()

4. 今度、韓国への訪問の滞在期間は何日ですか。()日

5. 韓国での滞留中の支出金額(航空料は除く)はいくらですか。()USD

6. 韓国の医療のレベルはどうだと思いますか。
(1) 非常に高い() (2) 高い() (3) 普通()
(4) 低い() (5) 非常に低い() (6) 分からない()

7. 体の調子が悪い時、代替医学(Alternative Medicine)で治療することに對して関心がありますか。
(1) 非常にある() (2) ある() (3) 普通()
(4) ない() (5) 全然ない()

8. 代替医学で治療を受けたことがありますか?
(1) ない() (2) 1~2回() (3) 3~5回()
(4) 6~9回() (5) 10回以上()

9. 韓国の韓方治療(鍼、灸、韓方薬などを利用して治療する)をご存知ですか?
(1) よく知っている() (2) 知っている() (3) 普通()
(4) 知らない() (5) 全然知らない()

10. 韓方医療観光に関心がありますか。
 (1) 非常にある() (2) ある() (3) 普通() (4) ない()
 (5) 全然ない()
11. 韓方医療観光に関心がある分野を全部、丸つけてください。
 (皮膚美容、健康検診、産婦人科、内科、整形外科、癌治療、リハビリ治療、療養休息)
12. 韓国での韓方医療観光を選択したら、一番重要な条件を2つを選んでください。
 (医療サービス情報、医療技術レベル、言語疎通、病院の施設と環境、移動距離、自国のメニュー(料理)可能、親切、周辺観光、医療費用、その地域の認知度)
13. 次の韓国の都市の中でご存知の都市を全部、選んでください。
 (春川、大田、ソウル、大邱、仁川、光州、釜山、濟州、全州)
14. 貴下の国籍は何ですか。()
15. 貴下のお住み所は(都市名)はどこですか。()
16. 貴下の年齢と性別を書いて(チェック)ください。
 ()歳、(1) 男() (2) 女()
17. 貴下の結婚可否をチェックしてください。
 (1) 未婚() (2) 結婚()
18. 貴下の職業をチェックしてください。
 (1) 専門職() (2) 自営業() (3) 公務員() (4) 会社員()
 (5) 学生() (6) 専業主婦() (7) その他()

19. 貴下の學歷をチェックしてください。

- (1) 高卒以下() (2) 短大學在學/卒() (3) 大學在學/卒()
(4) 大學院在學/卒()

20. 貴下を含んだ家族の月平均所得をチェックしてください。

- (1) 2,000USD以下() (2) 2,000~4,000 USD() (3) 4,000~6,000 USD()
(4) 6,000~8,000 USD() (5) 8,000~10,000 USD()
(6) 10,000 USD 以上()

- ありがとうございます -

4) 영 어

Thank you for your participation in this survey!

This questionnaire was designed by the Research Team of Oriental Medical Tourism in Daejeon University. It is composed of 20 questions and it will take about 5 minutes to answer them.

The results of this questionnaire will be used only for academic and public purposes.



DAEJEON UNIVERSITY
大田大學校

August 2011

Task Force of Oriental Medical Tourism, Daejeon University

Tel: 82-42-229-6723

1. What is the purpose of your visit to Korea?

(1) Tour () (2) Visiting family or friends () (3) Business ()

(4) Medical tour () (5) Others ()

2. Number of times visiting Korea (including this time): ()

time(s)

3. Your level of interest in Korea

(1) Very high() (2) High() (3) Middle() (4) Low()

(5) Very low()

4. Days planned to stay in Korea this time: () day(s)

5. Total expenditure during your stay in Korea (flight ticket excl.):

() USD

6. What do you think of the level of Korean medical system?

(1) Very high() (2) High() (3) Middle() (4) Low()

(5) Very low() (6) No opinion()

7. Do you have interest in using alternative medicines when you are sick?

(1) Very much() (2) Much() (3) Moderate() (4) Little()

(5) None()

8. Number of times having used alternative medicines:

(1) Never () (2) 1~2 times () (3) 3~5 times ()

(4) 6~10 times () (5) More than 10 times ()

9. Are you aware of the Korean Oriental medicine? (Ex, Acupuncture, Moxibustion, Herbal drug, etc.)

- (1) Very much() (2) Much() (3) Moderate() (4) Little()
(5) None()

10. Do you have interest in Oriental medicine tourism?

- (1) Very much() (2) Much() (3) Moderate() (4) Little()
(5) None ()

11. Circle all the subjects of oriental medical tourism that you are interested in. (Skin aesthetic, Medical check, Gynecology, Internal medicine, Orthopedics, Cancer treatment, Rehabilitation, Aftercare & relaxation)

12. Select two most important criteria when deciding for Korean oriental medical tourism!

(Information on medical services, Quality of medical technology, Communication, Facility & environment of hospitals, Travel distance, Availability of home cuisine, Kindness of staff, Surroundings of the tourism area, Expenses, Awareness of the region)

13. Circle all the cities of Korea you are aware of:

(Chuncheon, Daejeon, Seoul, Daegu, Incheon, Kwangju, Busan, Jeju, Jeonju)

14. Your nationality: ()

15. The city of your residence in your home country : ()

16. Age and Sex: ()yrs old, (1) Male () (2) Female ()

17. Your marriage status: (1) Unmarried () (2) Married ()

18. Your occupation:

(1) Profession () (2) Individual business () (3) Officer ()

(4) Employee () (5) Student () (6) House wife ()

(7) Others ()

19. Your academic level:

(1) High school() (2) College() (3) University() (4) Graduate ()

20. Monthly income (Yourself & Family included):

(1) Under 2,000 USD () (2) 2,000~4,000 USD ()

(3) 4,000~6,000 USD () (4) 6,000~8,000 USD ()

(5) 8,000~10,000 USD () (6) over 10,000 USD ()

2. 참고자료

일반문헌

- 강한승/서병로/김기홍, 의료관광마케팅, 2010, 대왕사
 김태영, 의료관광 경남의 정책과제, 2008, 경남발전연구회
 서병로/강한승/김기홍, 의료관광산업, 2009, 대왕사
 이동기, 전라북도 의료관광 성장동력 가능성 높다, 2008, 전북발전연구회
 유명희, 의료관광마케팅, 2010, 한울출판사
 유지운, 한방의료관광 활성화 방안, 2009, 한국문화관광연구원
 정도화, 경남산청 전통한방 휴양관광단지 합리적 계획방안에 관한연구(석사
 논문), 2007, 경상대학교 산업대학원

프레젠테이션자료

- 문화체육관광분야 작업반, 2009~2013년 국가재정운영계획, 2009
 오주연, 글로벌 헬스케어 현황 및 전망, 2009, 한국보건산업진흥원
 유정아, 문화예술자원의 창조산업활용을 통한 지역문화 발전전략, 2010
 한국문화관광연구원
 임형택, 의료관광 해외홍보마케팅 및 상품개발 방안, 2009, 한국관광공사

신문 및 정기간행물 (인터넷판)

- 건치신문, 2009.5.26
 광주일보, 2011.8.22
 뉴시스, 2010.5.23, 2010.5.27, 2011.4.21
 뉴스와이어, 2011.4.19, 2011.9.30
 dongA.com, 2011.5.11
 대구신문, 2009.4.29
 대전일보, 2010.2.17, 2010.3.11
 대전포스트, 2011.4.19
 데일리메디, 2007.12.24
 데일리안, 2010.3.23
 머니투데이, 2011.9.22

매일경제, 2010.3.31, 2011.6.29
매일신문, 201.1.13
메디팜뉴스, 2009.10.31
CNB뉴스, 2011.10.1
시티신문, 2011.3.16
아츠뉴스, 2011.4.5
연합뉴스, 2011.9.16
완주소식, 2010년5월호
완주군부동산소식, 2009.5.11
월간 충청투데이, 2009.8.24
의료계뉴스, 2011.4.20
전북전주시뉴스, 2010.4.9
조선일보, 2009.11.4
중앙일보, 2009.10.7, 2010.3.18, 2010.3.19, 2010.8.17
제주포커스, 2011.4.19
제주환경일보 뉴스, 2011.6.21
한겨레, 2010.4.23
한국일보, 2010.3.31
한의신문, 2010.1.4, 2010.3.12
파넬설뉴스, 2008.2.26, 2011.8.29
포항뉴스, 2009.10.3
프라이드 I뉴스/경북도청, 2010.12.23
투어코리아, 2010년4월호
특급뉴스, 2010.1.12
The Gyeongnam Development, 2006, 11/12

보도 및 홈페이지 자료

꽃마을 경주한방병원 홈페이지
금산군청 홈페이지알리미(2010년 5월 기준)
건설교통부 보도자료, 2008.2.22
보건복지부 보도자료, 2010.3.30, 2011.4.18

NTV, <http://nbntv.kr>, 2009

해 외 자 료

Aerzte Zeitung, "Patienten aus dem Ausland...", 2009.10.5

Bundesministerium fuer Wirtschaft und Technologie(BMWi), "Innovativer Gesundheitstourismus", 2011. April.

Die Welt, "Deutsche Luxus-Medizin fuer reicher Araber", 2009.10.18

IST-Studieninstitut, Studienbeschreibung "Wellnesstraining", 06/2008

PR Log(press release), "Middle Eastern patients Top Target for German Healthcare Travel Market", 2009.11.16

Tageszeitung, "Information zum Medizin-Tourismus in München", 2011.04.06

Treatment in Hungary

(<http://www.treatmentinhungary.net/?vAction=swpTextOnly>)

정책연구보고서 2011-30

대전권 한방의료관광 활성화를 위한 특화모델 연구

발행인 대전발전연구원장 이 창 기
발행일 2011년 12월
발행처 대전발전연구원
대전광역시 서구 월평본1길 39
전 화 : 530-3510

인 쇄 : 필성인쇄사 TEL : 042-252-1689 FAX : 042-254-1680

이 보고서의 내용은 본 연구자의 견해로서 대전광역시의 정책과는 다를 수 있습니다.