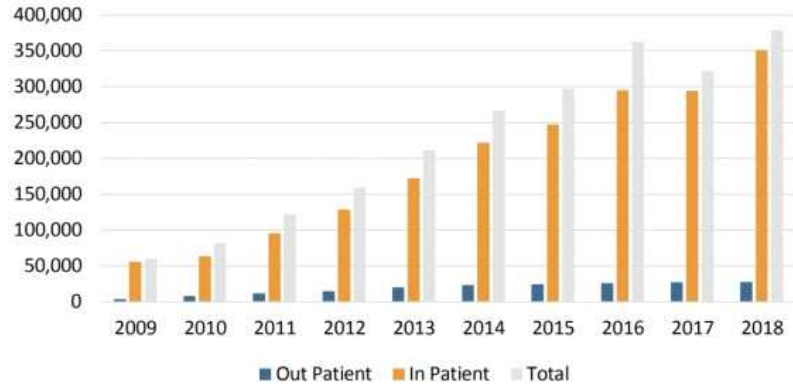


■ 의료관광 소식

○ K-Health를 활용한 의료관광, 지금 준비해야 한다 [2020. 05. 20.(수), 스타트업투데이]



▲ <표1>의료관광방문객수

최근 코로나19로 한국의 의료시스템이 전세계에서 호평을 받고 있다. 한마디로 포스트 코로나시대에 K-Health는 이제 우리가 각 나라별로 홍보를 안해도 될 만큼 한국의 의료시스템 및 병원시설이 월등하다는 것을 전세계 주요언론들이 엄청나게 방송을 통해 홍보를 해 주었고, 특히 미국 의회에서도 한국이 미국보다 월등하다는 토론을 30여명이 실시간 생방송을 통해 미국내에 전파되기도 하였다.

우리는 단지 코로나19가 끝난 후 이렇게 좋은 기회를 단지 한국의 의료 관련 이미지 홍보에만 사용할 것인가? 지금이 바로 전세계를 대상으로 하는 의료관광을 위해 국내 시스템을 점검하고 준비해야 할 시기인 것이다.

한국의 의료관광은 2009년 의료법 개정을 통해서 외국인 환자 유치만을 목적으로 시작되었다. 그리고 2016년 의료해외진출 및 외국인 환자 유치 지원에 관한 법률 제정을 통해 급격한 성장을 해오고 있다. 의료관광객이 연평균 22.7%의 증가를 하였고, 대상도 190개국까지 확장되었다. 하지만, 고가의 중증치료나 고난도 수술 등은 아직까지

한국 의료에 대한 확신이 떨어져 의료관광 상품화가 더 필요한 시점이다.

하지만, 코로나19 이후 한국에서의 사망률이 독일만큼 현저히 낮았던 것을 전세계에서 이미 확인하였기 때문에 그만큼 이번 기회가 한국 의료관광 제 2의 전성기를 시작하는 계기가 될 수 있다. 단순히 성형이나 건강검진 정도만 가지고 의료관광 대국이라고 할 수는 없는 것이다. 싱가포르와 같이 동남아 각국에 병원 진출까지 할 수 있는 글로벌 의료시스템 구축이 필요한 것이다. 그리고 의료관광에 대한 체계적인 패키지가 있어야 한다.

수술 후 요양, 그리고 관광까지 이루어지는 최고의 서비스 상품들이 개발되어야 한다. 단지, 대형병원에서 이를 추진하기는 어렵고 중소형 병원은 말할 것도 없다. 그리고 경쟁력이 떨어지는 의료관광 법인들도 외국에서 환자를 보내주고 수수료의 50%를 물어주는 방식으로 계속 한다면 진정한 의료관광이 될 수 없다. 그러므로 전세계인 누구나 한국 정부에서 운영하는 체계적인 의료관광 정보 서비스 및 상담 사무소 그리고 인천공항에서 숙소, 병원까지 완벽하게 연결되는 의료관광 플랫폼이 필요한 시기이다.

결국 병원이나 의료관광 법인에게만 맡기지 말고 정부에서 이런 플랫폼을 잘 만들고 이를 활용할 수 있도록 지원해 주어야만 한다. 물론 한국관광공사에서 해외 병원수출 및 의료관광 설명회 등에 국내 병원들과 지속적으로 참가를 하고 있기는 하지만, 지금부터는 좀더 체계적인 플랫폼화가 필요하다. 포스트코로나를 대비하여 그 플랫폼은 지금 만들어야 하고, 내년부터 정부, 관련기관, 병원은 물론 의료관광 법인들도 같이 활용할 수 있도록 해야만 한다.

최근 코로나19로 국내 관광 및 여행업계가 엄청나게 어려운 상황이다. 하지만, 코로나19가 어느정도 줄어들었다고 하더라도 관광객의 입장에서는 다시 관광을 하러가기가 꺼려지는 것이 사실이다. 백신이 개발되어 완치될 수 있다가거나 최소한 그 나라에서는 코로나19에 대한 감염자가 전혀 나오지 않았다는 확실한 증거가 있어야 다시 가족들과 관광을 갈 것인가 고민하게 될 것이다. 그런데 국내 관광 및 여행업계에서는 한국의 내수관광이 아무리 많아져도 수익성에 한계가 있기 때문에 업계가 바로 정상화 되기는 매우 힘들 것이라고 예측하고 있다.

물론 외국인의 한국 관광도 쉽지만은 않을 것이다. 코로나19 초기에 외국인 입국을 막아야만 한다는 의료계의 건의가 있었던 것처럼 외국인 관광이 다시 재개 되려면 양국 모두 코로나19 극복에 대한 완벽한 확신이 서야 할 것이다. 그러나 코로나19가 어느정도 줄어들었을 경우, 의료관광은 인도적 측면에서 얼마든지 가능할 것으로 예상된다. 특히 이번 기회에 K-Health가 워낙 홍보가 잘되었기 때문에 준비만 된다면

개인 의료관광객들은 많이 들어올 것으로 예측된다.

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
China	19,222	32,503	56,075	79,481	99,059	127,648	99,837	118,310
USA	27,529	30,582	32,750	35,491	40,986	48,788	44,440	45,213
Japan	22,491	19,744	16,849	14,336	18,884	26,702	27,283	42,563
Russia	9,650	16,438	24,026	31,829	20,856	25,533	24,859	27,185
Mongolia	3,266	8,407	12,034	12,803	12,522	14,798	13,877	14,042
Kazakhstan	732	1,633	2,890	8,029	12,567	15,010	12,566	12,987
Thailand	417	721	899	1,211	2,286	3,933	6,137	8,998
Vietnam	1,336	2,231	2,988	3,728	5,316	8,746	7,447	7,532
Canada	2051	2756	2770	2,943	3,206	4,123	3,966	4,098
Uzbekistan	491	824	1,358	1,904	2,634	4,103	3,253	3,915
Indonesia	424	689	1,067	1,630	1,751	2,338	2,385	3,270
UAE	158	342	1,151	2,633	2,946	3,562	3,384	3,034
Singapore	468	728	1,211	1,490	1,652	2,452	2,544	2,566
Others	34,062	41,866	55,150	68,993	72,224	76,453	69,596	85,254
Total	122,297	159,464	211,218	266,501	296,889	364,189	321,574	378,967

▲ <표2> 국가별 의료관광 입국자

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Internal medicine	34,330 (22.2)	45,994 (22.2)	68,453 (24.4)	79,377 (22.3)	79,091 (21.3)	85,075 (20.0)	80,507 (20.2)	89,975 (19.4)
Cosmetic surgery	10,387 (6.7)	15,898 (7.7)	24,075 (8.6)	36,224 (10.2)	41,263 (11.1)	47,881 (11.3)	48,849 (12.3)	66,969 (14.4)
Dermatology	12,979 (8.4)	17,224 (8.3)	25,101 (9.0)	29,945 (8.4)	31,900 (8.6)	47,340 (11.1)	43,327 (10.9)	63,671 (13.7)
Health screening	19,894 (12.9)	23,898 (11.5)	28,135 (10.0)	35,858 (10.1)	34,284 (9.3)	39,743 (9.3)	39,156 (9.8)	41,230 (8.9)
Obstetrics & gynecology	7,568 (4.9)	10,905 (5.3)	15,099 (5.7)	19,039 (5.4)	18,986 (5.1)	23,081 (5.4)	20,145 (5.1)	24,472 (5.3)
Orthopedics	6,876 (4.4)	9,643 (4.7)	14,597 (5.2)	19,211 (5.4)	22,468 (6.1)	24,121 (5.7)	22,730 (5.7)	25,864 (5.1)
Neuro surgery	3,053 (2.0)	5,144 (2.5)	7,897 (2.8)	10,307 (2.9)	11,013 (3.0)	12,513 (2.9)	13,068 (3.3)	14,052 (3.0)
General surgery	4,304 (2.8)	6,530 (3.2)	10,232 (3.7)	12,465 (3.5)	13,415 (3.6)	13,595 (3.2)	11,238 (2.8)	12,810 (2.8)
Dentistry	5,220 (3.4)	7,001 (3.4)	8,879 (3.2)	11,707 (3.3)	11,309 (3.1)	12,984 (3.1)	13,307 (3.3)	12,483 (2.7)
Ophthalmology	5,821 (3.8)	7,933 (3.8)	9,421 (3.4)	14,618 (4.1)	11,230 (3.0)	12,335 (2.9)	11,402 (2.9)	10,938 (2.4)
Korean traditional medicine	9,793 (6.3)	9,464 (4.6)	9,554 (3.4)	11,743 (3.3)	13,218 (3.8)	18,011 (4.2)	20,343 (5.1)	22,083 (4.8)
Others	34,592 (22.3)	47,425 (22.9)	58,067 (20.7)	74,095 (21.1)	82,316 (22.2)	80,701 (20.9)	73,810 (18.6)	81,925 (17.6)
Total	154,816 (100.0)	207,059 (100.0)	280,309 (100.0)	355,389 (100.0)	370,493 (100.0)	425,380 (100.0)	397,882 (100.0)	464,452 (100.0)

▲ <표3> 의료관광 치료종류

<표 1>과 같이 2009년 의료관광 시작부터 꾸준히 의료관광객들이 늘어나면서 2018년에는 약 38만명의 의료관광객들이 방문하였다. 그리고 <표 2>와 같이 의료관광을 온 국가는 2018년 기준으로 중국이 31.2%에 달하고, 미국이 11.9%, 일본이 11.2%, 러시아는 7.2%, 몽골 3.7%이고 기타 190여개국에서 골고루 방문하였다. 특히 중국 의료관광객의 경우, 의료수술 후 요양, 그리고 쇼핑 및 관광까지 모두 포함하기 때문에 1인당 객단가는 매우 높은 편이다.

<표 3>은 한국을 방문한 외국인 의료관광객이 주로 어떤 치료를 받았나 하는 통계인데, 내과가 19.4%, 성형외과가 14.4%, 피부과는 13.7%, 검진센터가 8.9%, 산부인과 5.3% 순이다.

여기에서 보면 가장 수술비가 높은 암이나 심장병 등에 대한 수술은 많지 않은 것을 알 수 있다. 특히 암의 경우 세계 최고의 암센터인 M.D. Anderson 이 한국에 진출하려고 본인과 함께 청라지구, 대구 수성의료복합단지, 오송 첨단의료단지 등을 둘러 볼 정도로 한국의 암 수술에 대해 높은 평가를 하고 있다.

미국은 국내보다 암, 심장병 등의 수술비가 10배 정도 한다고 알려져 있다. 그래서 한국에 자신들의 병원을 투자 받아서 건설하고 운영도 오로지 미국인들만 대상으로 하겠다고 하여 적극 검토한 것이다. 결국 국내 의료보험수가 체계와 비영리 의료법인 반대에 부딪쳐 중단되고 말았지만 조건만 좋다면 다시 국내 지역에 검토를 할 것이다.

한국의 의료시스템이 세계 최고의 의료기술을 가지고 있음에도 불구하고 엄청난 경쟁력을 가진다는 것을 이번에 전세계가 알았기 때문에 이런 수술위주의 고가 의료관광상품을 빨리 기획, 배포하여야 한다. 그리고 수술 후 요양은 만족할 만한 친환경적인 지방에서 할 수 있도록 하고, 요양이 끝나면 한국내 대표 관광지를 둘러보는 관광까지 연계해야 한다. 이렇게 할려면 병원과 여행사들이 함께 프로그램을 만들어야 하는데, 의료관광 법인은 대부분 영세하고 병원들은 여기에 큰 호응을 잘 안하기 때문에 이런 프로그램이 만들어지기 쉽지 않은 것이 사실이다.

최근에 이런 의료관광을 좀더 활성화하기 위해 본인이 직접 국내 1호 의료관광법인과 함께 일단 미국이나 중국에 있는 교포들을 대상으로 체계적인 시스템을 만들어 시행하는 것을 노인의료나눔재단과 공동으로 추진해 보기로 하였다.

즉, 보건복지부 산하 재단에서 책임지고 국내의 최고 의료기관을 섭외하고 미국, 중국 교포들이 한국에 도착해서 공항 픽업부터 호텔 투숙, 병원 입원 및 수술, 수술 후 요양 그리고 국내 주요 관광지 방문까지 체계적인 시스템을 만들어 적극 홍보하기로 하였다. 최소한 교포들은 한국의 의료시스템이 가장 완벽하다는 것을 지금까지 너무 잘 알 수 있을 것 같고, 이런 분들을 진짜 우수한 병원과 연계하여 최고의 만족을 줄 수 있다면 의료관광은 입소문을 타고 빠르게 번져 고부가가치의 상품으로 자리매김 할 것이다.

국내 여행업계에서는 내수관광이나 인바운드 관광은 돈을 많이 벌지 못한다고만 생각하는데, 이런 고가의 의료관광 상품은 코로나19 이후 여행업계의 효자상품이 될 수도

있다. 결국 단편적인 의료관광에서 벗어나 교포들을 통한 제대로 된 의료관광을 먼저 시행하면 그 교포들이 미국이나 중국에 돌아가서 열심히 선전을 할 것이다.

지금처럼 현지 브로커를 통해 소개를 받는다면 수익성 측면 때문에 의료관광이 활성화 되기 쉽지 않을 것이다. 지금 한국에서 미래를 대비하고 포스트 코로나를 대비한다면 바로 의료관광이 전세계에 내놓을 미래 사업인 것이다.

K-Health는 이미 전세계에 충분히 홍보가 되었으니, 이제는 모든 의료관광 관련된 시스템을 우리가 완벽하게 갖추어 나가야만 제대로 된 의료관광도 시키고, 쇼핑이나 지역 방문까지 연계한 의료관광 플랫폼이 만들어 질 것이다. K-Health는 바로 지금 전세계에서 가장 멋진 의료시스템이다. 지금부터 준비하여 포스트코로나19가 도달했을 때 바로 전세계인을 대상으로 하는 고부가가치 관광상품으로 우리가 내놓아야 할 것이다. 바로 지금 우리가 준비해야 할 때인 것이다.

최원철 교수 출처

<https://www.startuptoday.kr/news/articleView.html?idxno=29902>

○ 터키, 20일부터 러시아 등 31개국 대상 의료관광 재개 [2020. 05. 16.(토), 연합뉴스]



▲ 터키의 관광 명소인 성소피아 박물관

터키가 러시아·독일 등 31개국을 대상으로 의료관광을 재개하기로 했다.

터키 보건부는 16일(현지시간) 31개국 의료 관광객의 입국을 20일부터 허가하기로 했다고 밝혔다.

31개국은 러시아·독일·영국·이라크·조지아·아제르바이잔·그리스·알바니아·루마니아·불가리아·쿠웨이트·카타르·바레인·오만·네덜란드 등이다.

보건부는 환자 본인과 수행원 2명까지 입국할 수 있다고 밝혔다.

터키는 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 확산을 막기 위해 지난달부터 모든 국제선 항공편의 운항을 중단했다.

이날까지 터키 내 코로나19 확진자 수는 14만6천457명, 사망자 수는 4천55명으로 집계됐다.

김승욱 기자 출처 : kind3@yna.co.kr

<https://n.news.naver.com/article/001/0011612972>

○ 코로나19 위기와 기회의 광주관광 [2020. 05. 14.(목), 무등일보]



▲ 김준영 광주시 문화관광체육국장

코로나19로 관광산업 전반이 어려움을 겪고 있다. 세계보건기구(WHO)의 팬데믹 선언과 코로나 확산방지를 위한 각국의 외국인 입국금지, 사회적 거리두기 캠페인 등으로 소비심리가 급격히 얼어붙었다. 이는 곧 관광객들의 여행예약 취소로 이어지면서 업계 매출이 급감했다. 한국문화관광연구원 2020년 1/4분기 문화체육관광 동향조사에 따르면 업계의 체감경기를 나타내는 문화체육관광분야 기업경기실사지수(BSI)가 49.2로 지난해 4/4분기 87.9보다 38.7p하락했다. 여행사 및 관광운수업의 BSI는 전분기 대비 62.1p 떨어진 17.7을 기록해 전체 문화체육관광산업분야 가운데서도 관광산업이 가장 큰 타격을 받고 있는 것으로 나타났다. 지역 관광산업의 피해상황도 예외는 아니다. 광주시관광협회 추산 여행관련 예약취소와 매출 감소액 누계는 4월말 기준 여행객 2만6천160명(1천335건) 101억원에 달한다. 현재 업계는 3년 거치 연1% 저리의 코로나19 대응 관광진흥개발기금 특별융자 108억원을 지원 받아 경제적 고통을 견디고 있다.

코로나19가 야기한 실물 경기변동 충격은 향후 어떻게 전개될까? 2003년 사스사태, 2015년 메르스사태 때와 같이 브이자형(V)을 그리면서 빠르게 회복될 수 있을지 아니면 엘자형(L)의 장기 침체로 이어질지는 현재 시점에서 예측하기 어렵다. 다만, 한 가지 분명한 것은 코로나 이후 여행수요는 폭발적으로 증가하리라는 것이다. 그리고 수요의 양상은 코로나 이전과 많이 달라질 것이라고 예상된다. 여행목적지 면에서 글로벌 항공노선 위축으로 지역중심의 국내여행이 주목받고 그간 붐비던 여행지들을 대신할 비대면이 가능한 한적한 대체지들이 각광받을 것이다. 여행방식은 기존 단체 관광에서 개별 자유여행 방식으로 이동이 심화되며 이와 더불어 호텔, 렌터카 등

온라인 예약과 결제가 편리한 온라인 여행사 이용이 과거에 비해 비약적으로 늘 것이다. 이같이 코로나19사태 이후 변화되는 관광환경에 적응하기 위한 대안을 다른 도시들의 성공사례를 통해 찾아보자. 2차세계대전으로 한 때 피폐했던 영국 노팅엄은 야외극 페스티벌 '로빈 후드 피전트', 맥주&사이다 축제를 비롯해 총 7일간 계속되는 로빈 후드 페스티벌에 35만명의 국내외관광객이 유입돼 지역경제가 활성화 됐다. 독일 베를린은 세계적 명성의 국제영화제와 필하모닉 오케스트라를 디딤돌 삼아 글로벌 관광도시로 발전했다. 이들 도시의 공통점은 산업 구조조정 시기에 관광을 통해 경기침체를 극복한 관광도시라는 점이다.

광주는 지금 제2의 노팅엄, 베를린으로 거듭나기 위한 '아시아예술관광중심도시'사업 추진에 시동을 걸었다. 먼저, 전일빌딩 245, 아시아문화전당, 양림동 역사문화마을, 호수생태원을 포함한 무등산국립공원 등 지역 내 주요 관광자원들을 국악상설공연, 주먹밥을 포함한 광주7味, 프린지 페스티벌과 같은 관광콘텐츠와 유기적으로 연계, 관광상품화하면 관광객들은 상시 도심형 관광을 즐길 수 있게 된다.

축제연계형 관광상품도 운영할 것이다. 여름이 되면 광주 도심에 미디어아트페스티벌이 펼쳐져 관광객들은 여름밤을 수놓을 빛의 향연을 만끽할 것이다. 가을이 오면 이미 대한민국 대표 거리축제로 자리매김한 추억의 충장축제와 김치를 테마로 한 김치축제를 중심으로 관광객을 불러 들여 광주는 축제관광도시로 비약할 것이다.

올해부터 국비지원을 받아 본격 추진하고 있는 아시아예술관광중심도시사업을 통해 배출되는 예술관광기획인력들은 스마트한 관광상품을 개발해 관광시장에 새바람을 불어 넣을 것으로 기대된다.

광주관광에 있어 코로나19 위기는 '나가는 관광'에서 '들어오는 관광'으로 관광의 체질을 개선할 수 있는 기회가 될 것이다. 광주관광은 코로나19 충격 이후 관광시장의 환경 변화에 훨씬 탄력적이고 순발력 있게 대응할 수 있는 장점이 있다. 강화된 사회적 거리두기에서 완화된 사회적 거리두기를 거쳐 생활 속 거리두기로 조심스럽게 나아가는 지금, 소규모라도 나 자신과 가족부터 우리 고장의 맛과 멋을 찾아 광주관광을 즐겨 보기를 권해본다. 그것이 천만 관광객이 찾는 명실상부한 국제적 '관광도시'로 가는 첫걸음이 되어줄 테니 말이다. 김준영 광주시 문화관광체육국장

김준영 광주시 문화관광체육국장 출처

<http://m.honam.co.kr/detail/AjBTxA/603296>