

의료관광의 활성화를 위한 제언: 의료커뮤니케이션을 중심으로

이승재
경희대학교 호텔관광대학

A Study on the Medical Tourism and Activation : With focus on Medical Communication

Seung Jae Lee

College of Hospitality Management, Kyung Hee University

요 약 본 논문에서는 21세기 신성장 동력산업으로 세계적인 관심을 받고 있는 의료관광에 대해서 살펴보고자 한다. 의료와 관광이 협조적인 구도하에서 시너지 효과를 가져오게 되는 의료관광은 2009년을 원년으로 도약하기 시작하여 2012년 현재 괄목한 성장을 보이며 성장하고 있다. 본고에서는 성장하는 의료관광시장을 조망해보고 향후 지속적인 발전과 글로벌 한국의료의 성장을 위해 발전적 제언을 하고자 한다. 이를 위해서 한국의 5대 대형병원의 의료관광객 유치에 대해 살펴보고 이를 근거로 의료비의 투명한 관리와 적극적인 서비스를 위한 홈페이지 구축, 의료업계와 관광업계의 협력구도제안 및 의료커뮤니케이션의 활성화를 제안한다. 즉 질병위주의 치유목적적 의료관광객의 정확한 의사소통을 위한 전문의료 통역사의 양성과 의료관광의 원활한 진행과 서비스를 위한 국제의료코디네이터양성의 이중 채널 커뮤니케이션이 필요하다. 또한 의료계에 비해 상대적으로 열악한 관광업계의 인프라 구축을 위한 창의적인 노력이 필요함을 지적하였다.

주제어 : 의료관광, 국제의료코디네이터, 의료통역사, 의료커뮤니케이션

Abstract This paper is concerned with medical tourism, which is expected to become the new growth engine of the 21st century. Medical tourism is a collaborative and synergistic composition of Healthcare and Tourism, and has led to a remarkable growth in 2012 since the year 2009, exhibiting huge growth potential. This paper reviews the emerging market of the medical tourism with five major hospitals in Korea from the perspective of medical tourists, and makes suggestions for the global health care and the sustainable development in Korean medical tourism as a growth market: the construction of websites for active services and transparent management of medical expenses with proper arrangement of medical consulting and advices, cooperation of the health care center and the medical tourism industry, and the activation of healthcare communication. For the smooth progress of medical tourism, this paper suggests two separate communication channels: one for the patient tourists and the other for the medical tourism coordinators. The former needs accuracy with professional knowledge on the healthcare and communication, which should be classified as medical interpreters working with disease-oriented medical tourists. The latter refers to international medical coordinators dedicated to the smooth progress of medical tourism and services. This paper also points out the creative efforts to improve the relatively poor infrastructure of tourism industry to accommodate the medical tourists, and improve the medical tourism industry.

Key Words : medical tourism, international medical coordinator, medical translator, medical communication

Received 28 January 2014, Revised 5 March 2014
Accepted 20 March 2014
Corresponding Author: Seung Jae Lee(Kyung Hee University)
Email: sjlee@khu.ac.kr

© The Society of Digital Policy & Management. All rights reserved. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0>), which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

ISSN: 1738-1916

1. 서론

미국의료관광협회의 정의에 따르면 의료관광은 의료, 치과, 성형을 포함하여 저렴한 가격에 같은 치료를 제공 받기 위해 다른 지역으로 여행하는 것을 말한다 [1]. 즉 개인이 자신의 거주지를 벗어나 다른 지방이나 외국으로 이동하여 현지의 의료기관이나 요양기관, 휴양기관 등을 통해 본인의 질병을 치료하거나 건강의 유지, 회복, 증진 등의 활동을 하는 것으로 본인의 건강상태에 따라 현지에서의 요양, 관광, 쇼핑, 문화체험 등의 활동을 겸하는 것을 의미한다. 한국에서는 2009년 차세대 신성장 동력 산업 중의 하나로 Global Healthcare 산업(의료관광사업)이 고부가가치 창출 사업으로 선정되었다[2]. 의료관광(Medical Tourism)은 관광을 주목적으로 입국해 스파·마사지나 건강검진 등 비치료적 서비스나 비교적 간단한 치료를 받는 의료행위에서부터 암·심장질환 등 중증치료 목적의 의료행위에 이르기까지 포괄범위가 광범위한 개념이다[3]. 2012년 기준 1천억 달러로 추산되는 전 세계 의료관광시장은 2004년 400억 달러에서 2.5배나 증가한 수치이며, 2005년 1천900만 명이었던 의료관광객 수는 2012년 5천600만 명으로 세 배가량 늘어났다 [4]. 전 세계 의료시장에서 보았을 때, 한국은 의료진의 기술력, 의료 서비스, 빠른 치료, 낮은 치료비 등으로 급부상하는 의료관광 목적지(emerging destination)로 분류된다[5].

한국관광공사는 2020년 의료관광객 100만명 유치를 궁극적 목표로 의료서비스와 한류 문화를 결합한 ‘의료한류’ 관광상품을 개발하여 전년 대비 25%가량 늘어난 외국인 의료 관광객 25만명, 의료관광 수입 4500억원을 유치할 계획이다[6]. 본고에서는 활발하게 변모하는 의료 시장에서 의료관광목적지로서 성공적인 안착을 도모하기 위해 한국의 의료관광 현황을 개괄하고 발전적 제언을 하고자 한다.

2. 의료관광

2.1 의료관광목적지

2.1.1 핵심목적지

Grail Research [표 1]에서 제시하듯이 의료관광에서 가장 큰 특징은 핵심 또는 부상하는 목적지의 65% 이상

이 아시아 국가라는 점이다.1)

<Table 1> Medical Travelers by source and destination [7]

From / To	Asia	Europe	Latin America	Middle East	North America
Africa	95%	4%	1%	·	·
Asia	93%	1%	·	·	6%
Europe	39%	19%	5%	13%	33%
Latin America	1%	·	12%	·	87%
Middle East	32%	8%	·	2%	27%
North America	45%	·	26%	2%	27%
Oceania	99%	·	1%	·	·

[표2]에서 제시하고 있는 Grail Research의 핵심목적지에 해당되는 태국, 싱가포르, 말레이시아, 인도 등 아시아 지역 국가들의 의료관광의 특징에 대해서 간단히 살펴해보겠다. 태국은 수준 높은 의료 서비스, 저렴한 치료비, 빠른 치료를 강점으로 의료 서비스, 헬스케어 서비스, 약초 등 세 가지 영역에 중점을 두고, 행정면에서 의료관광객의 편의를 위해 비자서비스를 대행하고 있다. 싱가포르는 높은 의료 수준과 영어 사용, 서구적인 문화와 사회적 규범, 그리고 국제 의료기관 평가위원회(Joint Commission International)에서 인증받은 병원을 다수 보유하고 있는 것이 장점이다. 또한 치료를 위한 장기 비자 발급 절차가 복잡하지 않고, 싱가포르관광청은 4개 국어(힌디어, 아랍어, 인도네시아어, 베트남어)로 주요 병원과 의료관광 상품을 안내하는 포털 사이트(www.singaporemedicine.com)를 운영하고 있다. 말레이시아는 저렴한 치료비와 수준 높은 서비스, 훈련된 의료진과 현대화된 시설 등으로 의료관광 인프라가 잘 갖춰져 있으며 영어로 의사소통이 가능하다. 특히 해외여행상해보험에 가입했을 시 무료로 진찰받을 수 있는 곳이 많다는 강점이 있어 2003년 이후 의료관광객 수가 연평균 성장률 23.1%를 기록하고 있으며, 1인당 지출액도 2003년 150달러에서 2008년 240달러로 늘었다. 인도는 저렴한 진료비와 짧은 대기 시간, 선진 의료 기술을 갖추

1) 이들 국가들은 선진국에 떨어지지 않는 의료 기술에 빠르고 값싼 치료라는 의료관광객의 요구에 가장 부합하는 지역으로 ‘아시아의 건강 수도’(태국), ‘싱가포르 메디신’, ‘하이테크 힐링’(인도) 등을 모토로 의료관광객을 끌어들이기 위해 제도를 정비하고 규제를 없애는 등 경쟁력을 강화하고 있다.

고 있으며 영어로 의사소통이 자유롭고 입국에서 출국까지 윈스톱 서비스 시스템이 구축되어있다.

<Table 2> Comparison of Major Destination [5]

Major Destination	Medical Tourists	JCI Accredited Hospitals	Range of Costs (% of US cost)
Thailand	1.54 MM (2007)	5	6% - 28%
India	0.45 MM (2007)	11	6% - 21%
Singapore	0.41 MM (2007)	15	8% - 33%
Malaysia	0.29 MM (2007)	2	6% - 23%

2.1.2 한국의 의료관광

2009년 의료관광시장에 입성한 한국의 의료관광은 핵심의료관광 대상국에 포함되지는 않으나 부상하는 의료관광국으로 주목받고 있다. 2009년 6만여 명에 불과하던 의료관광객은 2012년 15만9천464명으로 2.5배 이상 증가했고, 진료 수입은 547억 원에서 2천391억 원으로 네 배 이상 늘어, 연평균 37.3% 성장률을 보이며, 빠르게 성장하면서 건강 관련 여행 수지도 2011년부터 흑자를 기록하고 있다. 보건복지부 통계에 따르면 2012년 의료관광객은 국적별로 중국(24%), 미국(23%), 일본(14.1%), 러시아(12.4%), 몽골(6.4%) 순이었다.²⁾ 2012년 기준 49개국에서 연간 100명 이상의 의료관광객이 한국의 의료진을 찾고 있다[8].

한국보건산업진흥원에 따르면 2012년 외국인 환자는 내과(22.3%), 검진센터(11.6%), 피부과(7.9%), 성형외과(7.6%), 산부인과(5.3%), 정형외과(4.7%), 한의과(4.6%) 순이며, 연평균 46.6% 증가했다. 특히 기존에 상당수를 차지했던 피부과 환자가 2009년 9.3%에서 7.9%로 줄고, 성형외과는 4.4%에서 7.6%로 늘어났으며, 특히 한의과는 2009년 2.9%에서 2012년 4.6%로 다소 증가하여 진료과의 비율이 특정 진료과에 집중되는 모습에서 벗어나고 있는 것을 알 수 있다. 특히 입원 환자 수는 2009년 3천 915명(6.5%)에서 2012년 1만4천629명(9.4%)으로 늘어나 연평균 55.2%의 증가율을 보여 한국의 의료 기술에 대한

2) 특히 2009~ 2012년 연평균 증가율은 방한 의료관광을 집중 홍보한 아랍에미리트(171.7%), 카자흐스탄(133.3%), 몽골(114.1%), 러시아(110.2%)가 높았고, 중국과 베트남도 88.2%와 88.7%로 지속적으로 높은 증가율을 나타냈다. 반면 일본은 국내사정과 긴장된 한일 관계로 인해 방문객이 감소해 2012년 의료관광객이 전년보다 17.9% 줄어들었고, 비중도 22.1%에서 14.1%로 하락했다.

신뢰도가 상승하고 있음을 알 수 있다 [9].

2.2 한국형 의료관광

의료 목적지로서 한국이 주목받을 수 있도록 세계 각국 보건의료관계자 및 의료소비자에게 홍보하고 해외 정부와의 의료협력을 체결하는 등 메디컬 코리아 인지도 제고에 주력해온 한국국제의료협회(KIMA)³⁾는 국내 의료기관의 국제화 및 의료교육, 의료봉사를 통해 국제사회에 기여함으로써 한국형 의료관광의 대외적인 신뢰와 명성에 기여하였다[10]. 이에 따르면 한국형 의료관광은 미용성형과 질환치료를 구분할 수 있다.

2.2.1 미용성형과 의료관광객

미용성형은 의료관광객 수요가 많은 고부가가치 의료산업이다. 특히 세계에서 세 번째로 성형의 수요가 많은 중국이 근거리에서 자리 잡고 있어서 2012년 의료관광객중 중국환자의 비중은 20.4%를 차지하며, 피부·성형 부분에서 중국인이 차지하는 비중은 50% 이상이다. 향후 중국의료관광객의 지속적인 증가가 예상되므로, 이에 따른 부가가치 증대와 지속적인 경쟁력 확보, 건전시장 조성을 위해 한국국제의료협회는 재건성형이나 고난이도 성형기술을 중심으로 수요를 창출하고 나눔 의료를 병행하여 한국 성형에 대한 새로운 시각을 이끌어내는 것이 필요하다고 한다[10].

2.2.2 질환치료와 의료관광객

질환 치료 목적인 의료관광객은 2009년 이후 연평균 110% 이상의 증가세를 보이며, 진료과도 다양해지고 있다. 사업 초기 수도권의 대형병원 중심의 외국인환자 유치에 지방 의료기관 및 지자체의 적극적인 홍보로 점차 전국으로 확대되는 추세다. 국제의료협회는 지방 소재 의료기관의 외국인 서비스 역량강화를 위하여 다양한 방안을 마련하고 있다 [10].

2.2.3 의료관광 만족도

한국관광공사가 2012년 방한 의료관광객 1천319명을

3) 2007년 보건복지부, 한국보건산업진흥원, 한국관광공사와 함께 외국인환자 유치사업 관련 민간 공동 협의체로 시작, 2010년 보건복지부 인가 사단법인으로 출범하였으며 2009년부터 글로벌 헬스케어 산업 시장 개척에 선도적인 역할을 하며 발전을 거듭해왔다.

대상으로 실시한 ‘한국 의료 및 관광서비스 만족도 조사’에 따르면 우수한 의료 기술이 47.1%로 가장 높았고, 한국 의료기관/의료진의 인지도(37.8%), 최첨단 의료장비와 시설이 뒤를 이었다. 특히 중국(42.6%), 러시아(63.9%), 중동 지역(44.7%) 의료관광객에게서 한국의 의료 수준에 대한 신뢰도가 높았다. 일본인은 관광, 쇼핑, 의료 등 복합 서비스가 가능한 점을 가장 높게 꼽았고, 미국과 몽골, 동남아 지역 관광객은 한국 의료기관이나 의료진에 대한 인지도를 가장 큰 이유로 들었다. 또 러시아인은 지리적 근접성을 중요하게 고려했다 [11].

2.2.4 한국의료관광의 인프라

한국산업연구원 ‘의료관광 산업의 국제경쟁력 분석과 정책과제’(2013) 보고서에 따르면 한국 의료관광산업 종합 경쟁력은 OECD 34개국 중 19위로 기술과 인프라 수준(13위)은 높은 반면 시장 성장성(24위)은 낮은 것으로 분석됐다. 기술과 인프라 부문에서는 한국의 인프라는 2위, 의료 기술은 9위를 기록했지만 인적자원은 최하위 수준인 31위였다. 성장성 부문에서 의료 서비스는 4위인 반면 관광산업지수는 33위로 치료와 관광을 병행하는 의료관광의 본래 의미에서 볼 때 관광분야의 연계가 시급한 것으로 나타났다 [12]. 이는 관광공사가 시행한 ‘의료 및 관광서비스 만족도 조사’에서도 언급되었듯이 가장 개선이 시급한 사항으로 ‘편리한 외국어 서비스’, ‘고급 병실’, ‘차별화된 관광지’로 조사되어 의료외적인 부분의 서비스 제공에 주목해야 함을 시사했다 [11].

2.3 의료커뮤니케이션과 의료관광

2.3.1 국제의료코디네이터

국제의료코디네이터(medical tour coordinator)는 국내 의료서비스를 받고자 하는 외국인들의 수요가 급증하고 있는 상황에서 국내 병원의 외국인 환자에게 유능한 의료진을 연결시켜주고 환자와 동반 가족들의 국내 입국에서 출국까지 의료 및 관광서비스를 지원하는 전문인력으로 [13] 의료관광의 서비스 질을 향상시키고 해외네트워킹 병원과 지속적으로 의료서비스를 연계하여 환자의 심적 부담감을 줄여주고, 주변 관광상품 소개 및 교통편의를 제공하여 편안함과 피로에 대한 부담감을 줄여주는 서비스이다. 의료관광코디네이터는 의료 및 관광 분야의

지식과 어학 실력, 그리고 국제매너를 겸비한 전문인력으로 2013년 이후 1년에 1회 한국산업관리공단에서 주최하는 국가기술자격시험을 통해 [14] 국제적 수준에 부합하는 의료관광 전문인을 선별하여 국내에 입국한 해외환자의 편의성을 높이고 있다.

2.3.2 의료통역사

의료통역사는 (medical translator, healthcare translator) 환자와 의료진 간의 의사소통이 원활히 이루어지도록 의사소통을 조율하고, 필요시에 소견서, 진단서, 검사결과를 번역하며 의료기관의 홍보자료 및 홈페이지 번역작업을 주로 담당한다. 의료통역에서의 오역은 치명적인 결과를 초래할 수 있으므로 수준 높은 정확한 통역이 필요하며 환자와 통역사 그리고 의료진 간의 신뢰 구축, 환자를 배려하는 마음이 필요한 전문 통역분야이다. 전문직으로서 의료통역사는 2개 언어에 능통하며 의료용어 및 질병을 표현하는 용어, 문화의 차이에 대해서도 숙지하여야 한다. 의료관광의 확대와 더불어 의료관광에 대한 국가적 해외홍보마케팅 및 통역인력지원이 시급한 상황에서 보건복지부는 의료관광 영역에 전문인력 확보를 위해 한국외국어대학 통번역대학원신하에 영어 중국어 일어 러시아어 아랍어 몽골어 베트남어 등 7개 언어를 포함하여 60여명을 선별하여 5개월에 걸쳐 의료분야 의학용어, 의료통역, 현장실무 및 실습 등의 전 과정을 수료한 후 시험을 거쳐서 의료통역사를 배출하였으며, 2013년 이후 한국의료관광전문가교육원에서 전문 의료통역사 육성과정을 개설하여 운영하고 있다.

3. 국내 의료관광 현황

3.1 세브란스병원

세브란스병원은 증가하는 외국인 환자를 유치하기 위해 진료공간과 진료실을 확장하고, 현재 가정의학과·산부인과 전문의를 비롯한 5명의 의료진, 외국어 구사 능력이 뛰어난 30여명의 간호사와 직원, 러시아 코디네이터(2명), 중국·일본 코디네이터(각 1명)가 근무하고 있다. 실제로 세브란스병원을 찾는 외국인 환자는 2008년 2만 5153명(외래 기준)에서, 2010년 3만 3299명, 2012년에는 4만 8525명으로 늘어나는 등 상급종합병원 가운데 외국인

환자 유치 실적 1위를 차지했다 [15].

3.2 삼성서울병원

삼성서울병원은 국제 응급 콜 서비스에 가입해 24시간 내내 위급 상황에 처한 환자에 대해 신속 정확하게 대응하고 있다. 특히 한·미 두 나라에서 동시에 의사면허와 전문의 자격을 가진 교수 7명이 가정의학과·내과·산부인과·신경과·재활의학과 등 각 전공에서, 외국인 환자의 문화와 정서적인 부분까지 꼼꼼히 챙겨주고 있어 환자들의 만족도가 높다. 뿐만 아니라 언어와 문화적 차이로 어려움을 겪고 있는 외국인 환자들의 고충을 덜어주기 위해 신속한 예약, 진료수납의 원스톱 서비스를 체결하였으며, 영어·러시아어·아랍어 통역·번역 지원 서비스를 제공하고 있다.

3.3 서울아산병원

서울아산병원은 해외 중증질환 환자를 중심으로 국제 진료센터를 운영해오고 있는데, 최근 3년간 암·장기이식·심장질환 등 고난이도 수술 및 치료 비율이 전체 외국인 환자의 대부분을 차지하고 있다. 언어별 코디네이터 통역 및 진료지원을 도입하고 원무수납 창구를 늘려 이용 편의성을 개선하였으며, 해외의학자 연수 프로그램인 AIA(Asan in Asia) 프로젝트를 통해 해외 의학자들과 단단한 네트워크를 쌓고 있다.

3.4 성모병원

성모병원은 국가별 특성을 고려해 해외환자를 유치함으로써 의료관광 활성화에 기여하고 있다. 예약·진료·수납 등의 원스톱서비스를 제공하여 최근 2년간 해외환자가 30%이상 증가했으며, 특히 지난해 5월부터 아부다비 보건청과 환자의뢰시스템을 본격적으로 가동해 통합적 서비스를 제공하고 있어 중동지역 환자의 유입이 증가될 것으로 예상하고 있다

3.5 서울대병원

서울대학교병원은 지난 99년 이래 지속적으로 확대되는 외국인 환자진료를 위해 특화된 행정 시스템 구축, 전담인력 확대 배치, 14개 국어로 된 홈페이지를 구축하는 등 외국인 환자 유치를 위해 다양한 노력을 기울이고 있

다. 국제진료센터 내에 일차 진료 클리닉 및 순환기내과를 위시한 전문클리닉을 운영하고 있어 외국인 대상 원스톱 서비스가 가능하다. 또한 영어·중국어·일본어·러시아어·몽골어·스페인어·아랍어 통역지원서비스를 제공하고 있다. 2012년 기준으로 연환자수는 1만 3092명 정도이며 주로 선천성 희귀질환이나 간이식, 응급 뇌혈관시술 등 해외 중증환자를 성공적으로 치료하여 한국 의료의 우수성을 입증하며 매년 해외 환자가 30~40% 이상 지속적으로 증가하는 추세이다 [16]. 특히 자병원인 분당서울대 병원은 지난 2013년 러시아 의료진 250명을 유치하여 교육과 협력관계를 공고히 하였으며, 국제심포지움을 개최하여 한국 의료계의 역량을 과시하고 국내의료계의 국제화에 매진하고 있다. 전자의무기록시스템을 최초로 도입한 첨단 디지털 의료기관으로서 경기 성남지역 다문화가정을 중심으로 의료서비스를 실시하는 등 외국인 대상으로 의료교육을 실시하여 지역사회와 활발한 네트워크를 형성하고 있다.

4. 제언

4.1 홈페이지의 활성화

의료관광객은 기술력과 가격 우위의 등가의 치료를 목적으로 거주지를 이동한다. 따라서 치료프로그램 별 예상 진료비, 의료서비스의 신뢰도 등에 대한 정보 제공은 외국인이 한국의료를 선택하고 한국여행을 결정하는 핵심요인이다. 따라서 외국인환자에게 한국의료서비스에 신뢰를 구축하고, 글로벌 헬스케어 시장 환경의 투명성 및 책임성을 제고하며, 메디컬코리아 사업 선진화를 리드하기 위해서는 평균진료비 또는 진료비의 범위를 한국국제의료협회 홈페이지를 통해 게시하여, 외국인환자 진료비의 신뢰도를 확보하는 것이 필요하다 [10].

4.2 패키지 의료서비스 상품개발

2012년 외국인환자 1인당 평균진료비는 168만원, 입원환자 평균진료비는 910만원으로 매년 평균진료비는 꾸준히 상승하고 있다. 의료관광객 만족도 조사에서도 보듯이 한국의료진의 신뢰도는 최상이므로, 한국의 선진화된 의료 인프라를 중심으로 중증질환 및 입원을 요하는 질환을 중심으로 한국의료를 홍보하고, 더불어 2개 이상

의 진료과를 연계한 패키지 의료서비스 상품을 개발함으로써 외국인환자의 의료서비스 이용분야를 확대하는 것이 필요하다 [10].

4.3 메디컬 코리아 이미지 제고

국가 간 글로벌 의료 네트워크 구축 및 외국인 친화적 인프라 개선을 위해 나눔의료공헌 내용을 집대성하고 나눔의료대상 해외환자의 수적인 증가에 따른 추가적 재원 확보 방안을 마련하여 나눔 의료사업을 고도화하는 것이 글로벌 의료시장에서 메디컬코리아 브랜드 이미지 제고 및 의료선진화에 필요하다 [10].

4.4 의료커뮤니케이션의 활성화

세브란스병원의 국제진료센터장인 John Linton (인요한)은 ‘외국인 환자를 위한 영어 회화’ 교재를 만드는 등 의료 커뮤니케이션의 중요성을 강조하고 있듯이, 국가적 차원에서 의료커뮤니케이션을 담당할 국제의료관광코디네이터의 양성 및 활성화가 필요하다. 현재 단기 계약제로 운영하고 있는 국제의료코디네이터는 언어에 능통하고 의료분야의 유경험자이거나 의료관광 코디네이터 과정이나 의료통역사 과정 이수자일 경우 우선권이 주어지는 것으로 나타났다. 해외 환자 유치 활성화를 위한 전문 코디네이터의 역할은 단순히 언어능력만을 의미하는 것이 아니라 의료지식 및 병원 시스템에 대한 이해까지도 필요한 분야이지만, 각 병원이 모든 언어에 대한 전문 인력을 보유하기는 현실적으로 어렵기 때문에 이에 대한 국가 차원의 전문 인력 양성 및 지원 제도가 갖추어져야 할 필요가 있다. 또한 의료분쟁 해소를 위한 제도적 장치 마련 및 수준 높은 한국 의료를 알리는 국가 차원의 적극적인 홍보 등이 필요하다 [16].

외국인 환자의 의료커뮤니케이션을 위해서 국제의료 코디네이터가 필요하다는 것은 주지의 사실이지만, 현재 시행되고 있는 국제의료코디네이터의 언어역량과 전문 지식으로는 중증환자의 치유적인 목적에 부합될 수 있는 언어구사의 가능성은 낮다. 국제어로서의 영어나 인접국가인 일어, 중국어로의 의사소통은 비교적 용이하다고 할 수 있으므로, 어느 정도의 언어역량과 전문지식으로 환자와의 의사소통이 가능할 것으로 보이나, 타언어권에 대한 배려는 미흡하고 미봉책이라고 할 수 있다. 미국과

같은 다문화국가를 고려해 본다면, 소수민족의 언어에 대한 배려의 일환으로 사회통역이 보편화되어있어서 의사소통이 비교적 용이한 편이다. 따라서 국제의료코디네이터의 역할을 수행할 수 있는 언어전문자로서 의료통역사를 배출하는 것은 물론, 사회통역제도를 체계적으로 도입하여 변화되고 있는 국제화사회에 대비하는 것도 궁극적으로 다가올 다문화사회에 대한 해결책이 될 수 있다.

4.5 의료와 관광의 협력자 관계구축

의료관광은 의료계와 관광업계의 협력에 의해서만이 온전한 성과를 유추해 낼 수 있다. 한국산업연구원의 보고서(2013)은 우수한 의료계의 앞선 인프라와 대조적으로 부족한 관광업이라는 부문 간 현저한 격차로 인해 의료관광산업의 불균형 구조를 심각한 것을 보여주고 있다. 보건산업진흥원 집계에 따르면, 2013년 12월 초 기준으로 전체 유치업체 중 약 30%가 여행업을 겸하고 있다 [17]. 이것은 관광업계가 기존에 축적한 해외 인프라 및 노하우를 바탕으로 외국인환자 모객 및 여행컨시어지 서비스 등에서 초기 우위를 점하고 있음을 시사한다. 의료계와 관광업계의 협력자 관계구축은 세브란스와 하나투어의 합작법인에서 보이듯이, 해외환자 유치, 해외검진자 유치, 국내외 환자 및 검진자 숙박 서비스 제공 등의 업무를 담당하게 된다. 구체적으로 세브란스병원은 의료·검진 및 전문 의료 상담인력 지원, 고객관계관리, 원격 진료상담 서비스 등을 제공하고, 하나투어는 해외 영업 네트워크를 통해 외국인 관광 인프라 제공 및 온·오프라인 매체를 활용한 마케팅과 광고 등 모객을 담당하게 된다. 이는 의료관광에서 의료영역과 관광영역이 전문성을 바탕으로 협력 및 분업화된 모델이 될 것으로 향후 시너지 효과가 기대된다.

5. 결론

전 세계 의료관광 인구는 약 10억 명의 여행객 중 5.6%로 추정되고 있다. 의료서비스와 관광이 융합된 의료관광산업이 차세대 성장동력산업의 블루오션으로 부상하면서 시장 선점을 위한 국가 간 경쟁이 치열하다. ‘K 메디컬’로 일컬어지는 의료 한류(韓流)는 양질의 의료 서비스, 뛰어난 가격경쟁력(한국 100 미국 338 일본 149)과

접근성(3시간 비행거리 내 인구 100만 명 이상 도시 61개), 다인종·다문화권에 대한 높은 이해력과 섬세한 소통 노하우로 단 시간 내에 괄목한 성장을 거두며 성장하고 있다. 대한상공회의소의 ‘의료 서비스 산업 발전을 위한 정책과제’ 연구보고서에 따르면 “2012년 우리나라의 의료관광 수입은 1억4천650만 달러로 5년간 2.1배가량 증가했지만 1천억 달러 세계 의료관광 시장에서 차지하는 비중은 1% 미만(0.15%)”이며, 의료관광으로 연간 30억3천200만 달러를 벌어들이는 미국의 5%에도 미치지 못하는 실정이다 [18]. 현재 한국의 의료진은 세계 최고 수준의 의료 기술과 장비 등으로 긍정적인 평가를 받고 있으며, 한류열풍, 가격 경쟁력, 풍부한 관광자원 등으로 의료관광에 긍정적인 이미지를 포지셔닝하고 의료관광의 허브로 성장할 가능성이 크다. 따라서 관광업계에서는 의료기관 별 전문역량을 참고하여 의료서비스를 구매하고자 하는 고객을 잘 이해하고 그들의 요구사항을 잘 반영할 수 있는 의료산업을 이해하는 국제전문코디네이터를 양성하여 적극적인 서비스를 지원하는 한편 병원 연계 관광 코스, 관광과 직접 관련된 의료관광 상품을 개발하는 등 방한 의료관광객을 늘리고, 만족도를 높이기 위한 다양한 방안을 고안하는 등 차별화된 관광자원 개발이 필요하다.

REFERENCES

[1] Medical Tourism Association DOI: <http://www.medicaltourismassociation.com/>

[2] Ministry of Knowledge Economy DOI: <http://mke.go.kr> 2009.1.13.

[3] DOI: <http://m.jkn.co.kr/article/news/20110309/2817534.html>

[4] <http://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&sid1=103&oid=225&aid=0000012601>

[5] Rise of Medical Tourism, Grail research, a division of integreon, August, 2009. DOI:http://grailresearch.com/pdf/ContentPodsPdf/Rise_of_Medical_Tourism_Summary.pdf

[6] DOI: <http://seouloma.blog.me/10184166207>. 2014.01.

[7] Mapping the market for medical travel, The

McKinsey Quarterly, Health care 2008

[8] Statistics 2012. Ministry of Health and Welfare

[9] Statistics on Medical Tourism KHIDI 2012. 5.

[10] DOI: <http://blog.naver.com/ttns7572/80205300273>. 2014.01

[11] Survey on Medial Tourism. KNT0. 2013.3.

[12] International Competition and Policy (Medical Tourism) KIET. 2013.4.

[13] international coordinator terms.naver.com.

[14] Meditimes 2014 01.14 DOI: <http://www.meditimes.net/news/articleView.html?idxno=2056>.

[15] DOI: <http://m.doctorsnews.co.kr/articleView.html?idxno=92976&menu=2> 2013.12.

[16] DOI: <http://m.jkn.co.kr/article/news/20110309/2817534.htm> 2011.03.11

[17] Presentation on Medical Toruism KHIDI. 2013.12.

[18] Medical Service Industry: Policy and Strategies. Korea Chamber of Commerce & Industry 2013.4.

이 승 재(Lee, Seung Jae)



- 1992년 2월 : 이화여자대학교 영어영문학과 대학원(문학박사)
- 2001년 3월 : 경희대학교 호텔관광대학 영어통역학과 조교수
- 2012년 9월 : 경희대학교 호텔관광대학 호스피탈리티 학부 조교수
- 관심분야 : 커뮤니케이션, 관광영어, 문화, 통역

· E-Mail : sjleeth@khu.ac.kr