

---

報告書

---

日本と中国・韓国・台湾との多様なツーリズムの可能性について(1)  
— 韓国医療観光の現状及び展望 (その1) —

宇山 博\*<sup>1</sup> 渡邊 公章\*<sup>2</sup> 村田 隆志\*<sup>3</sup>

**The Tourism Potential of East Asian Countries (1)**

Hiroshi Uyama\*<sup>1</sup> Hiroaki Watanabe\*<sup>2</sup> Takashi Murata\*<sup>3</sup>

キーワード

観光、韓国医療観光産業、東アジアの観光、カルチャーツーリズム

**本調査の目的**

グローバル化が急速に進展している世界において、日本と東アジア諸国の関係はますます重要になってきている。このような環境下において、本学国際コミュニケーション学部では、異文化理解教育を一つの主要科目としている。そこで、アジア経済、アジア文化・美術、観光を担当する教員がチームを組み、アジア地域（日本、中国、韓国、台湾）の観光について、従来とは異なる視点から研究することを試みた。

最近、各国では観光産業が成長産業の主要な分野となり、単に有名な史跡を見学するのではなく、「エコツーリズム」、「医療観光ツーリズム」などのように以前とは次元の異なるツーリズムの育成が積極的に行われ、急速な発展をみせている。本調査では、通常あまり観光では行かない場所や日本の歴史と関連した地域、美術館などを中心とした「カルチャーツーリズム」という新しい見方で、平成23年夏、平成25年春に現地調査を行った。さらに韓国では、金泰起氏（韓国医療観光財団代表理事）に助言を仰ぎ「医療観光ツーリズム」についての知見をまとめたので、報告書の大きな部分として提出する。なお、本調査において、台湾側の研究者は個人的理由によって原稿を提出できなかった。

**本調査の日程（平成23年夏）**

経済・観光・美術に関して専門に研究している教員、及び関連科目を有する国際コミュニケーション学部として、その経験や知識を利用して調査研究を行い、教育に活用することを目的とし、9月5日（月）～10日（土）の日程で中国・韓国へ出張した。なお、当初出張予定であった渡邊は、体調不良のために参加できず、9月3日（土）の当初の出発予

---

\*1 うやま ひろし：大阪国際大学国際コミュニケーション学部教授（2013.9.27受理）

\*2 わたなべ ひろあき：大阪国際大学国際コミュニケーション学部准教授

\*3 むらた たかし：大阪国際大学国際コミュニケーション学部講師

定日は台風12号の影響による大韓航空機の離陸不能に伴い、大幅な予定変更を余儀なくされたことを付記しておく。

このたびの出張はエコツーリズムや、医療ツーリズムなど、単なる物見遊山の旅行に留まらない新たな形の旅行が近年広まりつつある状況を踏まえ、日本と何らかの関わりを持つ史蹟や博物館・美術館などを巡る「カルチャーツーリズム」の可能性を模索するためのものである。現在の主要な中韓の観光地は、万里の長城や板門店など現地の人々にとっても興味を惹くスポットである場合が多いが、本研究で考察の対象とするのは「現地ではさほどの興味関心を惹いてはいないが、日本にとっては重要な意味を持つ」スポットである。中韓と日本の歴史的な関わりは深く、中国人・韓国人にとってはさして重要と認識されずとも、日本人にとっては歴史上極めて重要な土地として様々なイメージを喚起するスポットは数多い。これは、未だ活用されていない観光資源であると言える。この観点からこのたびの出張で得られた成果について概略する。

## 中国

### 2011年9月5日（月）

早朝に関西国際空港を出発し、ソウル金浦空港、上海虹橋空港を經由して深夜にアモイに到着した。この間、上海でのトランジット時間を活用して、共同研究者として金靖之氏(上海博物館研究員)との会議を持ち、上海を訪れる日本人観光客の興味関心について、また上海博物館の位置づけについてご教示を得た。

### 2011年9月6日（火）

アモイ市内のカルチャーツーリズムの観光資源について実地に見学を行った。

#### ・旧日本総領事館

コロンス島は南京条約によって割譲され、欧米列強や日本が租界とした地域であり、現在でも数多くの関連施設が残る。このうち、旧日本総領事館は現在住居となっており、一般公開はされていないが、往時は存在していたと思われる周囲の外壁こそ失われているものの、建物そのものは比較的良好な状況で現存していることを知り得た。

#### ・鄭成功像

日本人の母を持つ明末清初の抗清の英雄、「国姓爺」こと鄭成功像も、一時拠点としたコロンス島に立つ。先方の工事で訪問できなかった鄭成功記念館を含めて、日本人、とくに「国姓爺合戦」という名演目で親しんでいる文楽愛好者層にとっては観光資源としての意義が高いと考えられる。

#### ・華僑博物館

数多くの華僑の旅立ちの地となったアモイの特色あるミュージアムとして、華僑博物館は興味深い存在である。全世界で活躍する華僑たちの資金援助によって設立された施設であり、来日華僑の事跡をも展示しており、華僑関係者の注意を喚起できるスポットであると考えられる。

#### ・南普陀寺

大慈大悲で衆生を救うとされる観世音菩薩は日本でも親しまれている存在であるが、経典には「南海」に住まうと記されており、中国でも南方に位置するアモイの海辺がその地に仮託された。大伽藍を構える霊場として篤い崇敬を集めており、日本人(特に仏教関係者、信者)には好適であると考えられる。僧侶の研修旅行や、檀家信徒との団体旅行などにも提案できるスポットであろう。また、日本において「南海」と仮託された和歌山との類似点も多く、和歌山県民にも訴求できよう。

### 2011年9月7日(水)

7日(水)は日本をはじめとする世界各国で活躍した華僑の大物を輩出した客家の故地であり、特異な建造物でも知られる永定の土楼群を訪れ、いまだ日本人にとっては縁遠い世界遺産であるこの地の観光資源としての意義を確認した。

永定土楼群へは、日本人をはじめとする外国人の利用を基本的に想定していない中国人向けの団体ツアーを利用して訪問したため、日本のツアーとの相違点、利益を生み出す構造やガイドの説明の情報量などについて重要な情報を得た。

## 韓国

### 2011年9月8日(木)～9月10日(土)

8日(木)はアモイ高崎空港からソウル仁川空港へ移動し、高速バスを使用して全州へ移動した。9日(金)は、古代日本と関係の深い百済の都のあった扶余を訪問し、正倉院宝物などとの類似性を見せる金銅製香炉を所蔵する国立扶余博物館、日本統治時代にも古代朝鮮の遺物として注目され、明日香村の石造物などに近似する石塔を持つ定林寺を訪れた。東アジアにおける古代最大の水上戦、白村江の戦いで日本・百済連合軍が唐・新羅連合軍に大敗したことによって絶望した宮女たちが相次いで身を投げたという伝説が残る、百済山城・落花岩は日本人にとってはひときわ観光資源としての価値が高い名勝であるといえる。また、ロッテ財閥の出資によって近年建設された、歴史的な研究に基づいて百済の宮城を伝統工法で再現した百済民俗村は、現状ではほとんど日本人観光客の来訪を想定していないと思われるが、相当に訴求力のある施設であると位置づけられる。10日(土)は全州市内で教育博物館を見学したが、当館は日本統治時代の小学校建築を転用したものであり、日本の同時代建築との共通性に富む。充実した展示内容を含め、日本人にとっては意義深い。全州からKRTでソウルへ移動したのち、金泰起氏と先方のオフィスで会談し、日本人観光客のソウル及び韓国での近年の動向についてご教示を得た。その後、国立中央博物院を参観したが、近年移転改装した当館は日本美術の展示室を設けており、李王家の旧藏品や韓国の美術品と相関関係にある日本の美術品をも集中的に展示しており、極めて重要な施設であることを認識した。

韓国への日本人観光客の近年の急激な増加は、「韓流ブーム」による女性旅行者の増加、治安の良さ、食べ物の魅力などがその主要な要因として指摘されている。しかし、本調査では、日本との歴史的跡との関係という視点から、訪問地として百済の古都・扶余を選択

した。ただ、日本人観光客にとって、同地への交通アクセスの整備が非常に遅れているのが一番の問題といえる。ソウルから韓国新幹線で太田に行き、そこからバスまたはタクシーを利用する以外、あまりよい交通手段がない。釜山からもほぼ同様の方法しかない。金浦国際空港、金海国際空港からの直接のバスの便も皆無に近い。日本の古代史ブームにのった観光客だけでなく、リピーター客や潜在観光客を誘致するには、早急に交通アクセスを整備することが急務である。まさに観光資源が有効に利用されていない見本でもある。

日本と直接的には関係がないが、李朝時代の最高の儒学者であった李退溪の陶山書院、韓国の伝統的村落である世界遺産の安東河回マウルも、太田が主要な観光起点になっているが、やはり交通アクセスの問題が存在しており、韓国の貴重な観光資源がうまく活用されていないのが現状である。

## 本調査の概要

本報告書（その1）は、中国、韓国の現地調査の日程と訪問地に関するコメント、韓国での現地調査地（時間の制約があり扶余（忠清南道）に限定）での感想、問題点などを概観し、さらに、「韓国観光医療の現状及び展望」（その1）を収録する。

韓国では、1999年に「韓国ブランディング委員会」が設立され、世界に向けて韓国の認知度向上を積極的に推進している。その一環として、観光産業も重要な成長戦略産業と指定されており、医療観光産業はその最も具体的なものの一つである。これについて、以下に詳述する。

### 1. 医療観光産業の胎動

全世界的な生活環境の改善と科学医療技術の発達により平均寿命が増える一方で、慢性疾患の数と種類も増加している。疾病なしで元気に生きることができるとともに期待寿命も増えるようになり、多くの人々にとって、より元気に若々しく暮すための持続的な健康管理と医療サービスに対する期待が増大している。

このような長寿生活に必然的に伴う健康管理に必要な医療サービスはもちろん、さまざまな疾病治療による医療需要の増加により自国内の医療サービスの需要と供給のバランスが崩れ、診療費用の増加と医療サービスを受けるための待機時間も不可避に増えるようになった。

さらに、科学技術の発達とグローバルレベルでの異種文化に対する理解の増大、そして交通手段と情報通信媒体の発達などで移動の利便性が増大し、情報が劇的に増えることで医療サービスの品質及び価格の比較が容易になり、より良い医療サービスを求めて自国を脱し海外を尋ねる消費者が益々増加するようになった。特に医療サービスと観光サービスを同時に追い求める健康及び治療融合型の“医療観光”が新しく現われている。

これと関連して最近多くの国々が、医療サービス及び健康増進活動を観光事業と連携させて高付加価値産業として発展させようと努力している。特に医療技術の普遍化により、先進国と比べて費用が安価で先進国水準の医療サービスと休養施設を備えたアジアの国々を中心に、医療観光産業が次第に競争力を高めていることは注目するに値する。一般的に

医療観光は単純目的の一般観光に比べて滞留期間が長くて消費規模が大きく、21世紀の高付加価値戦略産業としてその重要さが増すと期待を集めている。

韓国は、2009年医療法及び観光振興法など関連法令の改訂で外国人患者の誘致に必要な法的障害要因が解消され、国内医療機関の海外患者誘致活動、メディカルビザの導入及び誘致機関登録など医療観光活性化のための後続措置が活発に推進されて、アジア地域の医療観光目的地として競争力を備えてきている。

医療観光活性化の施行初年度である2009年に、すでに誘致目標である5万人を越える60,201人の医療観光客を誘致して547億ウォンの診療収益を創出し、2010年には誘致目標である80,000人を越える81,789人を誘致して高付加価値産業の可能性を確認できた。このように医療サービス産業の発展基盤及び産業化に対する国民的共感基盤が形成される一方、2011年の医療観光における外国人患者誘致目標を11万人と上向きに修正した。

RNCOSの研究報告書によるとグローバル医療観光市場は、2008年の307億ドル規模から2012年には539億ドルの規模に成長することが予測されており、医療観光客も2008年の2,990万人から2012年には5,370万人まで増加することが予測されているなど、全世界の医療観光市場は有望市場として注目されながら持続的に成長している。

本資料では、このようなグローバル医療観光産業の成長トレンドに合わせて、新しく浮び上がっている韓国の医療観光産業の現況と今後の課題について、韓国観光公社をはじめとした政府機関の資料を中心に簡単に紹介したいと思う。

## 2. 韓国医療観光の現況及び推進課題

### 2.1. 現況

医療観光産業の発展のためには、医療機関及び患者を誘致するエージェントなど民間分野の役割も重要だが、制度的な基盤造成と係わって政府機関の積極的な介入を何より必要とする。韓国政府が医療観光と係わって具体的な歩みを始めたのは、2005年に保健福祉部保健医療サービス革新チームが外国人患者誘致活性化のための諮問委員会を構成してからである。病院関係者と医療サービスマーケティング関連の専門家などで構成された諮問委員会は、海外患者誘致のための試験事業の必要性に共感し、海外患者の需要発掘、誘致方法、政府レベルの支援方案などに対して多角的な解決策を検討し始めた。

2006年から文化体育観光部傘下の韓国観光公社(Korea Tourism Organization)が中心になって医療観光を活性化するための商品開発、広報活動などマーケティング業務に比重を置いて事業を施行したが、本格的に医療観光活性化事業が施行されるようになったのは2007年である。2007年3月に医療機関34個と韓国観光公社、そして韓国保健産業振興院が参加して海外患者誘致のための“韓国国際医療サービス協議会(KIMA)”を発足させ、政府の医療観光事業パートナーとして各種の医療観光活性化事業に参加した。韓国国際医療サービス協議会は、2009年の医療法改正で医療観光が体系的に推進されるまで医療観光産業の基盤造成のための核心的な役割を果たした。



<資料-1> 韓国国際医療サービス協議会の 2006-2008 主要活動

時期	主要活動	備考
2006.12	海外患者誘致活性化のための公聴会開催	
2007.3	海外の患者官民共同協議体である韓国国際医療サービス協議会発足	
2007.5	アメリカ (LA) 広報説明会開催	アメリカ LA
2007.6	ホームページオープン ( <a href="http://www.koreahealthtour.co.kr/">http://www.koreahealthtour.co.kr/</a> )	韓, 英, 中, 日本語提供
2007.9	1次韓国の医療体験イベント開催	関連の人士 90人参加
2007.10	第6回世界韓商大会への参加と医療観光広報	釜山ベックスコ
2007.11	海外 IMTC参加及び韓国医療観光広報	フィリピン
2007.11	JCIセミナー開催	新村セブランス
2007.11.12	2次韓国医療体験行事開催	アメリカ (11月)、 日本 (12月)、中国 (12月)
2007	医療観光コーディネイト養成支援 (コーディネイト及び言語教育)	コーディネイト 91人、 言語教育 48人支援
2007	海外医療人 (医師) 教育. 研修支援 - 海外医療人の国内医療機関教育. 研修支援	8機関 27人教育
2008.3	Medical Tourism Asia 2008 スポンサーシップ	シンガポール
2007~ 2008	海外広報マーケティング実施	雑誌及びウェブサイト 広報

2009年3月に国務総理室は文化観光省/韓国観光公社、法務省、企画財政部及び保健福祉部/韓国保健産業振興院など海外患者及び医療観光客誘致と係わる政府機関を網羅して外国人患者誘致支援TFを発足させて機関別推進業務を整理した。保健福祉部が発足した2009年グローバルヘルスケア育成を通じた医療強国への飛躍をビジョンとして、同年5月医療法の改訂とともに韓国医療の代表ブランド“Medical Korea”とスローガン Smart Careを開発し、宣布した。

2009年、文化体育観光部は医療観光育成を通じた韓国観光市場の規模拡大を政策方針に掲げて、医療観光産業推進及び活性化のための観光振興法など関連法制度を整備した。また優秀医療観光業社及びプログラムに対する国家認証制度の導入を建議して、医療観光マーケティングのための広報機能を強化した。

<資料-2> 文化体育観光部 (韓国観光公社) の医療観光推進の経緯

大統領への駐在観光産業競争力強化策の報告 (2008.12.12)
海外患者誘致戦略VIP報告 (2009.4 社外政策首席)
観光産業育成関連党政協議会の報告 (2009.5)
観光分野 10大推進課題報告 (2009.5)
新成長動力国務会議報告 (2009.5)
外国人患者誘致サポートT/F開催 (2009.3~2011.6 6回国務次長駐在)

<資料-3> 医療観光関係の主要部署別推進業務

部署	主な業務
文化体育観光部 (韓国観光公社)	医療観光商品開発及び海外広報マーケティング
	海外現地ビジネスネットワーク構築
	誘致業者不当斡旋や医療機関の破綻診療を防ぐための対策計画を立案 (文化部、福祉部などと共同)
法務部	ビザ制度の改善
	医療ビザ導入
	医療観光コーディネーター長期就労ビザ発給
	滞在期間の延長と適用拡大
企画財政部	医療事故に備えた保険商品設計
	外国人患者の金融利便性を提供
	医療事故対策の準備
	療養介護のための複合施設(コンプレックス)リゾート施設への投資をサポート
保健福祉部 (韓国保健産業振興院)	外国の医療人材研修の有効化(外交部の共同)
	誘致業者不良斡旋、医療機関の破綻診療などの副作用対策
	外国人患者誘致MOU締結の有効(外交部の共同)
	海外現地ネットワークの構築(文化部共同)

Source: 国務総理室駐在外国人患者の誘致支援の第一次TF結果(2009.3.24)

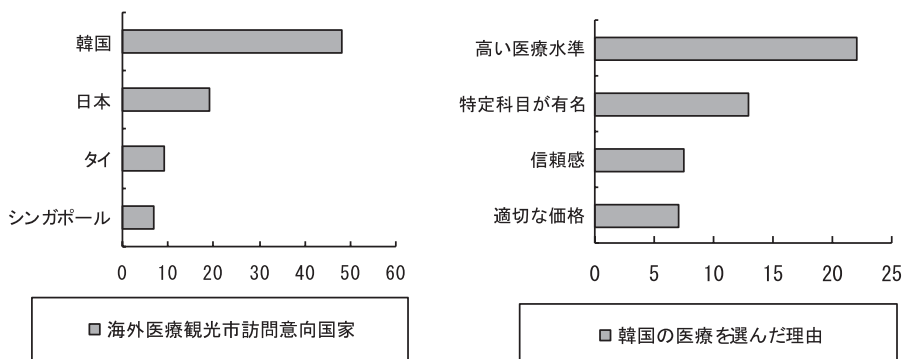
## 2.2. 主要課題

### 1) 韓国医療観光の活性化

#### i) 韓国医療観光の競争力強化

韓国の代表的な研究機関であるKPMGの研究調査結果によれば、韓国訪問経験者の韓国に対する評価は非常に肯定的で、韓国医療サービスに対し今後の利用の意向が強く現われている。韓国を医療観光の目的地として決める過程で、サービス品質に対する不満よりは低い認知度に問題があると見当をつけることができる。特に医療サービスの進展に関しては、アジア諸国の中で、大部分の項目が日本の次で肯定的に認識されており、韓国医療観光の高い潜在性が伺える。

<資料-4> 医療観光客の韓国を選ぶ理由(三正 KPMG, 2010)



<資料-5> 医療サービス分野別比較優位 (Medical Skin Care 保険会社連携)

区分	Medikal Skin Care	漢方	健康検診	歯科	成形外科	脊椎など外科手術	眼科	長期療養	産婦人科
タイ	29.7	9.7	10.6	9.4	17.7	11.6	8.7	12.3	9.7
韓国	35.5	41.0	26.1	29.4	41.9	32.6	27.7	21.3	31.0
香港	22.6	22.6	22.9	24.2	14.5	20.6	24.2	17.4	23.5
シンガポール	21.6	11.0	27.4	25.8	21.9	18.4	26.8	28.7	23.2
日本	55.8	35.8	67.7	64.5	61.0	61.0	65.2	64.2	58.7
中国	17.4	60.0	23.9	26.5	32.9	32.9	27.4	27.7	27.4

Base : KTO 最近 2年以内アジア医療観光経験者 n = 310 複数回答

(1) 韓国医療観光の強み

韓国医療観光の最大の強みは、医療陣及び医療装備など高い水準のインフラがよく構築されているということである。一例として、ITと医療分野の融合促進によって次第にその役目が重視されているU-Health分野において、韓国は公開特許シェアが41.5%以上であり、アメリカの29.4%、日本の22.4%を上回り、これからのU-Health市場での競争力と成長可能性が高いことが予測される。

臨床水準もまたヒューストン、サン-アントニオに引き続きソウルが世界3位を占めるほどの高い水準であるし、ソウル大学病院、三星ソウル病院、アサン病院など13の病院が臨床研究環境に対する国際認証を取得して、グローバル水準の臨床インフラを構築している。先端IT技術を通じて検査から結果確認まで迅速で体系的な診療過程を誇っている。

また大学病院、総合病院など大型病院が主軸となって海外市場進出を模索しており、外国人患者の誘致に多大な努力を傾けている。外国病院と国際的協力関係を構築し、JCIのようなグローバル認証を獲得するなど、国際水準の医療サービス体系の整備を先を争って進めている。2011年11月末の基準では、24個所の国内医療機関が病院サービスに関するJCI認証を獲得しており、日本の2個所と比べて大きな差を見せている。

<資料-6> 韓国 JCI 認証病院の現況

認証分野	医療機関名	認証日
病院	セブランス病院 (新村)	2007.5.2
	高麗大学校アンナム病院	2009.7.18
	釜山 (プサン) 大学病院	2010.12.18
	ソウル、ウリドゥル病院	2010.12.4
	和順全南大学校病院	2010.3.20
	カトリック大学ソウル聖母病院	2010.4.17
	江南セブランス病院	2010.4.20
	仁荷大病院	2010.7.3
	アジュ大学病院	2011.6.25
	梨花女子大学医療院	2011.7.9



外来治療	加川脳の健康センター	2010.2.12
	大田YE歯科病院	2011.1.13
	江南YE歯科病院	2011.1.8
	松葉YE歯科病院	2011.2.24
	ソウルバルウンセサン眼科	2011.2.26
	亀尾工業団地の例歯科	2011.2.9
	釜山(プサン)バルンセサン眼科	2011.3.3
	木浦YE歯科	2011.4.15
	釜山(プサン)YE歯科	2011.4.23
	群山のYE歯科	2011.4.26
	オフイジョン神経内科	2011.6.17
	安堅眼科	2011.6.18
	グッドウィル歯科	2011.9.3
	イ&美羽リー歯科	2011.9.8
臨床診療プログラム情報	セフランス病院	2010.4.24 (CCPC認証、一次脳卒中)
Source : <a href="http://ko.jointcommissioninternational.org">http://ko.jointcommissioninternational.org</a>		

全世界に支社網を確保している韓国観光公社及びKOTRAのような政府機関の協力で効率的な広報が可能であることも大きな強みである。他の産業で立証された各種の広報マーケティング力とノウハウがある。韓国は最近、映画及び音楽のような韓国の大衆文化をアジア地域を越えて全世界に伝える、いわゆる韓流ブームを拡大して進めている。文化的資源の海外拡散力とマーケティングのノウハウを連携させて、韓国医療観光に対する認知度を高める工夫を進めている。

何より地理的な要因が無視できない。6年連続で世界最高の空港の座を守っているインチョン空港を中心に、飛行時間3時間以内に隣国の100万以上の都市が61ヶ所位置しており、よく発達した鉄道及び交通網が整備され迅速で便利な訪問を保障している。

また西洋人の関心が高い韓国の伝統医学である漢方部門の歴史は長く、国内で診療活動が活発に行われている。漢方分野は医療事故などの後遺症がほとんどなく、薬剤観光などいろいろな素材を土台として連携商品を開発できる可能性が非常に高いということで、韓国の代表的な医療観光コンテンツになることが期待される。

## (2) 韓国医療観光の弱点

世界的水準の医療サービスと技術、装備に比べて、“Medical Korea”に対する低い認知度と言語の不便さが外国人患者の誘致に対する大きな障害の要因として知られている。外国人が韓国病院を尋ねても、専門の通訳なしで適切な医療サービスを受けることはほとんど不可能という見解である。最近、病院で外国語が堪能な医療観光コーディネイトを雇う事例が増えているが、外国語を支援する専門要員を十分に確保することは、現実にはたやすいことではない。

外国の文化に対する理解が不足しているという点も問題として指摘されている。2011年

世界経済フォーラム（WEF）が発表した世界競争力指標によれば、韓国は観光分野の競争力部門（Travel and tourism competitiveness index）で、調査対象国139ヶ国の中で32位を占めた。このなかで外国訪問者に対する親密性を含めた観光全般の親密性に関する項目（affinity for travel and tourism）は120位と下位を記録し、外国人及び外国文化を理解しようとする積極的な努力が切実に要求されることが現われている。参考として、アジア地域の国々では香港8位、シンガポール12位、台湾68位、そして日本は131位をそれぞれ記録している。

宗教及び飲食の文化の差から来る問題を解決するために、特定の宗教のための祈祷室の準備や、専門医療観光コーディネイトの導入、国際看護師の養成などに対応する努力が必要となっている。

## ii) 政府の医療観光活性化戦略

政府は、今年に入って医療観光の環境を改善するために医療紛争調整仲裁院の設立、医療機関別の外国人患者受容評価の実施、外国人患者の誘致優秀機関に対するインセンティブ制度の導入など多様な環境改善に努力を傾けると同時に、既存の戦略的な改善課題に対しても管理努力を強化している。

<資料-7> 2012年制度改善事項／詳細内容

制度改善事項	詳細	制度改善事項	詳細
医療紛争調整仲裁院の設立	韓国の医療紛争調整仲裁院開設（2012.4.8） －医療事故被害救済の機能を担当（内、外国人） －医療訴訟の費用、期間の短縮（90日間の調整、迅速性担保） －保健医療関係者、法曹など専門性と中立性を認められた専門家で構成された医療事故鑑定団が調整と解決にあたる	医療機関の外国語名称併記	医療機関の名称の外国語併記可 －名称と専門治療分野外国語表記と同じ
医療機関別外国人患者の受容性評価の実施	外国人患者誘致医療機関を対象に、外国人患者サービスとインフラストラクチャの評価後の情報公開 －外国人患者対象のサービスの質と安全性の向上効果（2012年上半期中に施行計画を立案するとモデル事業の実施）	外国医療関係者招請研修の拡大	研修を目的とする外国医療関係者の限定診療の許可のためのガイドラインの用意とビザの改善 －研修希望の外国医療関係者は保健福祉部に事前承認の要求 －承認された外国医療関係者に対して研修の目的の範囲内で一時医療行為を許可（2012年保健福祉部告示制定予定）
外国人患者の優秀誘致機関へのインセンティブ付与	実績マイレージ導入と輸出企業を対象に支援計画を立案する輸出企業向けの輸出塔（仮称）	医療観光専門人材の養成拡大	MEDICAL KOREAグローバル人材育成センターを設立 －病院国際マーケティング、医療通訳、外国医療関係者の診療コーディネーターの養成 －国際医療会話などの医療機関の在職者教育

<資料-8> 制度改善課題 (I) : 8つの重点課題

課題名	主な内容	関連部署
外国人患者 賠償システムの導入	医療紛争調整院設立などの医療紛争調整の手続き準備	福祉部
	外国人患者誘致医療機関向け共済会を設立し、一時的(5年間)控除にいくつかのサポートを導入	文化部
医療機関内の宿泊施設新増築の場合、容積率の緩和(20%)	医療観光目的で宿泊施設を新増築する場合は、容積適用を拡大(20%)	ソウル市
	外国人患者対象の宿泊施設の建設に観光振興基金融資支援	文化部
外国人患者の院内調剤可能	院内調剤を許可する薬事法施行令(第23条)の改正	福祉部
Medical Korea Academy 研修の拡大	研究規模の拡大と研修プログラムの多様化	福祉部
	研修目的の外国医療関係者の限定診療を許可するためのガイドライン制定、研修目的ビザの改善(医療機関を含む)	文化部
	外国医療関係者の研修、実質化のためのInternational Medical Academy Center設置・運営	法務部

<資料-9> 制度改善課題 (II) : 13の一般課題

課題名	主な内容	関連部署
誘致業者の業務拡大	誘致業者の宿泊施設斡旋。航空券購入など、一部の旅行業の行為を許可 有権解釈で可能に 医療法改正、明文化の推進	福祉部 文化部
一般旅行業者の誘致業登録要件の緩和	一般旅行者(総合旅行業者)に限り保証保険(1億ウォン)だけを追加する場合、医療法上の誘致業者登録を許可する - 医療法施行規則、または登録の手順改訂	福祉部
誘致実績優秀機関のインセンティブをサポート	毎年上位機関のリストを発表 誘致実績マイルを導入して輸出塔(仮称)、政府賞などを検討 誘致実績優秀機関重点広報、マーケティング費用の支援 外国人研修優先などの実績優秀機関中心のサポートの拡大	福祉部 行安部 文化部
KOTRA海外事務所の誘致業界可能など、海外広報の強化	観光公社、振興院の海外支社との国際医療学会などを活用し広報を強化 誘致機関海外の展示会への参加、海外オフィスの賃貸料(インキュベーター)、海外マーケティングなどの支援拡大 - 輸出ロードショー、展示会、B2B商談会の開催支援 KBC輸出インキュベーターに医療関連企業進出のサポート - “輸出インキュベーター入居企業の資格”運営規定緩和改正	文化部 福祉部 知識経済部 中小企業庁 KOTRA
海外誘致力の強化	KOTRAの海外貿易 23の医療産業の重点支援センターの指定 韓国保健産業振興院の海外誘致力の強化 - 海外支所を3ヶ所から6ヶ所に拡大	知識経済部 福祉部 KOTRA
外国語の名称を表示	医療機関の名称の外国語併記(医療法施行規則の改正) 外国語併記の表示ガイドラインとQ&A用意	福祉部
コーディネート国家技術資格証を導入	国際診療、医療観光関連コーディネーターの国家技術資格証を導入 技術資格の導入までの専門教育機関の評価の拡大	雇用部 文化部 福祉部
集中治療、空港内搬送を活性化	集中治療の利便性確保のために登録機関に空港の利用に関する手続きや内容について随時情報を提供 外国人患者の空港出入国苦情に迅速に対応するシステム構築	空港公社 福祉部

国際研究論叢

航空券値下げ	国籍会社の外国人患者の搬送時運賃の引き下げなどインセンティブの付与 － 航空会社と需要者（国際医療協会）の間自律協議誘導	国土部 福祉部
市場健全化	市場健全化のため、過剰な手数料など市場攪乱行為を行った場合の登録解除および再登録を禁止する医療法改正推進	福祉部
統計の掲載結果の強化	国家統計基準を統一し、実績集計精度と便宜のための実績システムの構築 実績システム管理の強化と透明性を確保するための実績報告サイクルの短縮（年1回から年2回） － 医療法改正推進	福祉部
医療観光政策調整の強化	海外患者誘致時、同評議会の構成、運営 － 自治体別推進計画は、関連性の共有と重複投資の事前調整など、効率的な促進方案用意	福祉部
法案通過のサポート	経済自由区域の外国医療機関等の設立、運営に関する特別法、医療法（遠隔診療）、健康管理サービス法（国会提出）など国会審議中の改正法案早期承認をサポート	福祉部

<資料-10> 分野別17の持続管理課題

課題名	主な内容	関連部署
新市場開拓	新興市場の開拓、韓国の医療現地公開の強化、ブランドの確立 － 毎年1カ国の指定、集中広報の推進 － 戦略的な国の市場調査と韓国の医療競争力の調査などを通じた地域戦略の策定	福祉部 文化部
海外広報の強化	韓国の医療広報番組制作、現地の放送を通じた送出、専門広報会社の活用を促進し、専門性を強化 主な通信事業者、ポータルサイト、専門誌などに対し定期的な英文記事の提供を通じた現地メディアでの露出拡大	福祉部 文化部
韓国の医療分野拡大	子供無料施術など公益的なプログラムの拡大 － グローバル放送メディア、地元メディアを通じた現地公開 － 新規東南アジアの市場に向け、韓流スターの連携分野での医療観光推進	福祉部 文化部
重点広報技術の発掘	SmartCare技術の選定、競争力のある韓国の医療技術広報 － パンフレット発刊 － 国際的に比較可能な基準を考慮し、競争力のある技術の年次発掘	福祉部
外国医療関係者対象の広報の強化	競争の激しい分野の国際学会を通じた外国人医療関係者対象の広報の強化 MOU締結国、MOU締結機関への広報、中国などを対象とした学術交流会開催の拡大	福祉部
国家間のMOUの拡大と患者誘致の拠点確保	国家間のMOU締結の拡大 － 国家間のMOUに基づいてドバイ、ソウル事務所開設により、患者送出PilotProgram、医療関係者の交流などを推進	福祉部
保険商品の拡大	韓国の医療用保険商品開発の拡大（09年9件から11年20件） － グローバル保険会社とのネットワーク構築を推進	福祉部
戦略商品の開発	韓国の医療観光商品公募展で代表的な商品の発掘や商品販売中心の収益構造創出誘導（11年30件）	福祉部 文化部

体験イベントの拡大	戦略国家中心の体験イベントの拡大 - KOTRA海外企業のVIP招待で医療体験プログラム - 民間マッチング方式に転換 - 機関間の重複がないようにDBの構築、共有	福祉部 文化部
地域先導事業	地域の観光支援と融合した医療製品の開発に特化した自治体の選定 - 地域の優秀医療技術を基盤とする医療商品開発、広報、マーケティング、およびインフラの構築拡大	福祉部
医療観光クラスター	医療機関と観光密集地域対象医療観光クラスター中心の広報マーケティング - 拠点地域の中心地優先の医療観光案内広報センターの構築と医療観光グランドセールスの推進	文化部
漢方医療を活性化	漢方医療観光市場調査 ターゲット国のターゲット漢方医療観光の海外広報の強化 漢方の観光分野のスター、医療観光商品の開発、漢方体験イベントなどの実施	文化部
国内外価格の提供	国内外の診療価格調査を通じた合理的な診療価格ガイドラインを提供 - 20個の代表施術の国内の価格情報を提供し、継続的なモニタリングを実施	福祉部
食事の開発	外国人患者誘致企業のための各種契約書や業務マニュアルの開発 外国人患者CareManual 2 開発	福祉部 文化部
マニュアルの開発	日本人、モンゴル人の患者の食事と栄養のガイドラインの開発 - 食事の普及のための医療機関とケータリング業者向け教育の実施	福祉部
医療法改正	登録された専門医による直接診療義務化規定を新設 3年連続実績がない機関に登録最小規制を適用、虚偽の実績報告について制裁規定を新設 未登録者との取引の際の制裁規定の導入	福祉部
満足度調査	韓国の医療の利用経験者を対象に満足度調査を実施 - 韓国の医療の長所、短所、要因別の改善を把握 - 国内に居住する外国人を対象とした韓国の医療経験のアンケート調査の実施	福祉部 文化部

### 3) 広報マーケティング推進戦略

#### (1) 医療観光マーケティングの展開

保健医療分野でのマーケティング導入は1975年アメリカ・イリノイ州Evanston市のEvanston 病院でマーケティング担当役員を公式に任命したのが始まりである。いまや医療サービスマーケティングはアメリカ国内の大部分の医療機関で当たり前のように考えられているが、当時の保健医療分野でのマーケティングについては、マーケティング王国であるアメリカでさえその必要性などについて多くの議論があった。

その後、1994年アメリカ国内の医療機関の運営基準を認証する病院合同信任委員会 (Joint Commission on Accreditation of Healthcare organization, JCAHO) が認証基準に九つの業務遂行改善の測定指針を出したが、その中の一つが顧客満足であった。顧客満足のための業務改善などが、医療機関のマーケティング志向の上で消費者対応の姿勢の必要性を認



識させる始まりとなった。

韓国内の医療機関が主に使用する医療マーケティングは、マスコミを利用した露出広告や体験談中心の積極的なマーケティング戦略での事例が多い。一方、海外患者を対象にする医療観光の場合、法的支援制度が整備される以前の2009年5月までは、医療機関が自主的に海外患者を誘致することは不法だったため、受動的に顧客が探してくれるのを待つか、風評など消極的マーケティングに頼るしかなかった。

しかし現代では、顧客の欲求を満たすことができる力を確保してこれを明示する、価値を中心とする質的な管理システムが要求されるおかげで、医療観光産業もまた、顧客に対する徹底的な分析を土台にした効率的な医療サービス体系を構築し、これを積極的に知らせるマーケティングと広報活動が必要になっている。特に医療観光市場でマーケティング活動が強調される理由は次のような点である。

#### i) 顧客満足

サービス利用者の医療に対する高い期待と高級化志向、そして医学知識の大衆化と権利意識の向上による医療サービス利用者の能動的な役割の変化により、医療機関でも顧客の欲求を把握して顧客が求めるサービスを提供することで顧客満足を可能にしている。特に市場分野として明確な特性と要求条件を備えている医療観光市場の場合、該当する市場分野の消費者の要求条件を把握してこれを満足させるサービス品質を構築することは、一番基本的な力量と考えられている。

#### ii) 競争力確保

医療観光産業が高付加価値を新たにつくり、国家イメージを高めて医療機関の国際化を加速化するなど医療及び観光産業のみならず国家経済の側面でも主要産業として浮び上がることにより、シンガポール、タイ、マレーシア、中国など多くの国々が医療観光産業を国家戦略産業に含めて社会インフラの構築に国家的な力を集中させている。このような現象は、患者たちにとってより良質の医療サービスを提供する医療機関を探すことができる機会を提供することになり、競争が激しくなる医療観光市場で顧客が願う医療サービスを提供することができれば、顧客満足の上昇とともに競争的な優位をも得ることができるようになる。したがって顧客中心の思考、すなわちマーケティング概念の導入が不可欠に要求されているといえる。

#### iii) 収益性向上

医療機関の管理者は、医療サービスの質的な側面を重視することで収益性を高める経営システムに関心を持たなければならない時が来た。マーケティングの成功は収益性を高めることになり、これは医療サービス力向上の元となり、さらにサービス品質を高めるという循環的な役割を担うことになる。外国人患者を対象とした医療観光を通じて、医療機関は国際基準による診療行為で直接的な収益向上の機会を得るようになる。



## (2) 韓国観光公社 (KTO) 医療観光広報マーケティング推進戦略

2009年5月、医療法改訂で外国人患者に対する誘致と斡旋事業が許容されることにより医療観光が本格的な軌道に乗った。今まで患者が自ら尋ねて来るか、韓国の病院を紹介された外国人患者が選択することくらいにとどまっていたのが、病院が個別に外国人患者を誘致したり、専門機関の紹介行為が許容されることにより、政府は2013年に外国人患者20万人の誘致を目標として多様な政策を出している。

韓国観光公社は、政府機関である“文化観光体育部”傘下の国家観光全擔機構 (NTO) で政府と観光事業者たちを連携させ、観光業界を支援する役割を担当している。医療観光において一番緊急な課題として指摘された韓国と韓国医療観光の認知度を高めるために、韓国観光公社は海外マーケティングの専門機関として50年間のノウハウと経験を生かし、医療観光広報マーケティング及び広報基盤準備のための事業を専門として推進している。

韓国官公庁は、その間にソウル中心の首都圏に集中されていた医療観光を全国の地方自治団体別に条件と特性に合わせて分散させ、各地域別に均衡した発展を誘導することで医療観光が地域経済の活性化に寄与できるよう支援している。また医療観光市場に相対的に遅く参入した漢方医療分野を、韓国医療観光の重要なアイテムとして育成させようと努力している。同時に医療観光市場の拡大のための努力の一環としてロシアのウラジオストックにU-Healthセンターをモデルとして開設し、ロシア地域を中心に新規市場開拓のための拠点としての役割を強化している。

このため2007年に戦略商品チームが医療観光商品開発をはじめとする医療観光マーケティング業務を始め、2010年に医療観光センターが分離して、医療観光全般に対する業務を統括するようになった。2011年には医療観光センターが医療観光事業団として規模と活動範囲をさらに拡大して、より専門的で具体的な医療観光の活性化事業を推進している。

医療マーケティングの推進段階による韓国観光公社の主要な事業領域は大きく次のような四つに分けることができる。

### i) 制度改善及び収容条件の改善

韓国医療観光がちょうど活性化し始めた段階で、韓国観光公社は誘致業の登録条件緩和などの制度改善や専門家の養成などを通じて医療観光産業の参入障壁を低くしている。また医療観光専門機関に対する評価制の導入を通じて、グローバル水準の力量を備えた専門家の育成を促進する基盤の用意を支援しており、さらに医療観光に関心がある事業者たちの要求に適合する多様なマニュアルも開発している。特に海外支社と専門家を活用した持続的な市場調査及び需要者の側から見た統計など海外ターゲット市場に対する全般的な調査業務も、医療観光事業の基盤育成のための韓国観光公社の主要業務である。同時に医療観光業界及び地方自治体を対象にコンサルティングを実施して、医療観光の利害関係者たちへの誘致活動を支援している。

### ii) 海外グローバルネットワーク構築

海外バイヤーと国内業界をつなぐネットワーク構築事業領域は、世界28ヶ国の海外支社

を中心に成り立っている。韓国観光公社は中国、日本、中東、極東ロシア、米国及び東南アジアなど医療観光の主要国を中心に海外説明会を開催し、海外メディアを利用したマーケティングを支援している。直接、国際博覧会及びコンベンションを開催し、海外の主要博覧会及びコンベンションに参加して韓国医療観光を広く知らせる活動も韓国観光公社の主な事業内容である。主要国家の政府部署及び関連団体と医療観光活性化のための政府間レベルのMOUを締結して、医療機関及び誘致団体の海外患者誘致のための環境を積極的に作りだしている。

### iii) 商品開発及び海外広報マーケティング支援

アジア地域の医療観光市場競争が次第に激しくなっている状況で、韓国観光公社は韓国医療観光商品の競争力確保に力を注いでいる。最近韓国の音楽やTVドラマなど大衆文化のアジア地域への拡散で韓流ブームが生まれ、韓国だけの文化観光コンテンツと結合する商品開発に直接的、間接的に関連して開発された海外マーケティング商品も積極的に支援する結果となっている。医療観光広報大使の委嘱及びスターマーケティング、医療観光交流、海外医療人の韓国での研修機会拡大などを通じて、韓国医療観光のブランドイメージを高める努力を行っている。

### iv) 医療観光案内システムの構築及び運営

個別旅行者（FIT）の形態で韓国を尋ね医療サービスを受けようとする外国医療観光客のために、医療観光案内システムを構築し運営している。韓国観光公社本社、仁川国際空港には専門ガイドを配置して、医療観光に対する専門的な案内を担当する広報センターを運営しており、ホームページ及びモバイル用ウェブなどで関連情報を提供している。

## (3) 地方自治体の活動

韓国を訪問した外国人患者の60%以上がソウルを訪問しており、ほかに釜山、大邱、仁川など大都市に集中することが結果として現われている。ソウルの比重は09年61.3%、11年63.7%で持続した成長を見せており、一般の訪韓観光客のソウル偏重現象とともに、医療観光分野にあっても類似の状況が起っている。これと関連して医療観光客の地方分散化を通じて地域間の均衡発展が新しい話題として目立っており、多くの地方自治体がそれぞれ独自の誘致基盤の育成及び誘致活動を通じた外国医療観光客の誘致に力を傾けている。ここでソウルを含めた主要地方自治体の活動状況を詳しく述べたい。

<資料-11> 地域別外国人患者現況統計資料（単位：名、%）

区分	健康検診	外来	入院	計	比重	2010年		2009年	
ソウル	7,367	64,027	6,464	77,858	63.7	50,490	61.7	36,896	61.3
釜山	806	5,303	595	6,704	5.5	4,106	5.0	2,419	4.0
大邱	544	4,322	628	5,494	4.5	4,493	5.5	2,816	1.7
仁川	433	3,317	254	4,004	3.3	2,898	3.5	4,400	7.3

光州	77	858	183	1,118	0.9	989	1.2	274	0.5
大田	557	1,305	101	1,963	1.6	1,693	2.1	169	0.3
蔚山	20	762	0	782	0.6	614	0.8	43	0.1
京畿	4,252	10,130	2,710	17,092	14.0	10,913	13.3	11,563	19.2
江原	246	1,032	71	1,349	1.1	567	0.7	279	0.5
忠北	86	281	19	386	0.3	303	0.4	95	0.2
忠南	0	1,103	264	1,367	1.1	997	1.2	5	0.1
全北	58	1,605	441	2,104	1.7	1,909	2.3	695	1.2
全南	20	197	46	263	0.2	336	0.4	76	0.1
慶北	67	416	34	517	0.4	407	0.5	126	0.2
慶南	9	443	104	556	0.5	354	0.4	122	0.2
済州	0	709	31	740	0.6	720	0.9	223	0.4
計	14,542	95,810	11,945	122,297	100	81,789	100	60,201	100

### i) ソウル特別市

ソウル特別市は、外国人観光客の80%が訪問する韓国最高の観光名所であり、最先端医療設備と医療陣を確保する最高の医療機関が集まり、最適のインフラを誇る韓国の首都である。ソウル特別市は、観光マーケティング担当官の中の商品開発チームの医療観光専担部署が運営している。ソウル地域の主要診療部門の中の軽度診療にあたるメディカルスキンケア及び成形手術を受けようとするものは日本人及び中国人の割合が高く、重症診療の場合東南アジア地域からの訪問者の割合が高いことが明らかになっている。20-30代女性の比重が高く、ビジネスや観光目的として入国してから医療サービスを受ける事例が多いこともソウル地域の医療観光の特徴である。

急増するメディカルスキンケア及び成形に対する需要に応じるために江南の鴨鳴亭洞、清淡洞を中心に医療観光特区の指定が推進されており、江南区及び中区など地方区レベルでの推進の動きが強く現われている。保健福祉部に医療観光客の誘致を申し込んだソウル地域の医療機関は1,168ヶ所、誘致業社は231ヶ所で医療機関の56%、誘致業社の71%にあたる。一部の病院は空港ターミナルに拠点を開設してサービスを提供しており、一部の大病院は海外現地にも診療センターを運営中で、診療だけではなく韓国通貨ウォンに対する案内や患者送り出しの役割も担当している。

### ii) 釜山広域市

釜山市は韓国第2の都市らしく外国人患者の誘致登録医療機関が224（全体の11%）、誘致業社は28（9%）で、医療観光インフラの面でもソウルに引き続き二番目の規模である。釜山広域市には5つの医科大学を含め4,200余りの医療機関が密集しており、山と海が一望できる自然景観と一流ホテル、ショッピングモールなども隣接しており、クルーズなどができる総合観光地としても脚光を浴びている。

釜山広域市は、保健衛生課と医療産業協議会が協力関係を構築して医療観光を推進して

いる。2010年150の医療機関が密集する“書面メディカルストリート”を構築し、日本の福岡を中心に日本人患者の誘致に総力を傾けている。韓国観光公社は釜山市とともに、毎年釜山国際医療観光コンベンション（BIMTC）を開催して釜山の医療観光とメディカルストリートを海外に広報し、商品開発ネットワーク構築などの連携事業を展開している。

### iii) 大邱広域市

大邱広域市は5つの医科大学と6千名の医者を含んだ1万8千名の医療人を保有し、豊かな医療R&D資源を確保している。海外患者誘致登録機関は125（全体の6%）、誘致業社は10（全体の3%）であり、毛髪移植分野での専門性強化を進めている。大邱広域市は、医療産業チームを中心に医療観光を推進しており、独自の医療観光情報システム構築を通じて具体的な情報提供に力を傾ける一方、専門家の養成にも力を入れている。

特に大邱広域市では、保健福祉部が主管する優秀医療技術の育成事業で、2010年以来3年連続サポート対象地方自治体に選定されて、大邱地域の医療観光活性化のための起爆剤になっている。福祉部の“地域善導医療技術”の育成公募事業は、地域の国際医療サービス産業活性化のための基盤を用意するために、地域に特化した医療技術を発掘、育成してインフラ改善やマーケティング強化などを支援する事業である。

### iv) 仁川広域市

仁川広域市は、年間4千万人が利用するアジアのハブ空港である仁川国際空港と100万名の乗客を確保する仁川港が位置する大韓民国の関門都市として、天恵の交通利便性を土台に医療観光政策を広げている。仁川広域市は、国内地方自治体の内、最初に2011年6月医療観光財団を設立し、地域病院及び観光業界間の協力を通じて外国人患者を誘致している。仁川地域では、大韓航空グループの仁荷大学病院と仮賤待ギル病院など2個の大学病院がJCI認証を獲得し、5つの総合病院を含めた59の医療機関が保健福祉部に外国人患者誘致機関として登録されている。

仁川広域市は最適の地理的環境と永宗島、松都、チョングラ地区など国際化都市の利点を生かし、世界的認証を受けた医療機関など地域総合病院の医療基盤と、2014年の仁川アジア大会を活用して、北東アジア医療観光の中心都市を作っていくという計画である。そのため仁川だけに特化した医療商品と多文化家庭の構成員を対象とした医療観光コーディネイト育成、ロシア、中国、中央アジア、ベトナム、日本などへの海外医療観光市場の開拓を主要推進課題としている。

特に韓国内では最初に、松都国際都市に国際営利病院の誘致が計画されており、仁川から世界最高水準の医療サービス提供ができるという期待を集めている。なおかつ仁川医療観光財団が心血管疾患治療を主題にした域内主要病院とのコンソーシアム事業である“ICC（Incheon Cardiovascular Cluster）計画”で保健福祉部の“地域善導優秀機関”に選定され、財団が推進している仁川地域医療観光活性化計画にさらに弾みがつくと予想される。仁川地域の主要な診療分野では、健康検診を含む心血管、癌、脳など重症疾患と歯科、眼科、脊椎関節分野に対する競争力が特別に認められている。

#### v) 江原道

江原道は韓国最高の清浄地域として、天恵の自然資源を基盤に観光、休養及びウェルビーイング産業のフロンティアとしての役割を担っている。江原道は、2009年に知識経済省の5+2広域経済圏地域発展計画により、医療融合及び医療観光の善導社業の指定を受け、これを推進するための人材育成事業が江原大と翰林大で進行している。

江原道は最近、未来地域成長動力で、医療融合と医療観光を通じて北東アジア生命健康医療産業の首都を作るというビジョンを提示し、2009年に道内医療機関、リゾート業界、観光学界とともに江原道医療観光支援センターを設立した。2018平昌冬季オリンピック誘致でSOC拡充を通じた交通利便性の改善とこれによる外国人観光客の増加は、江原道を世界的な医療産業のメッカと位置づけることができる好材料になる見込みである。

#### vi) 濟州島

濟州島は、韓国第1の休養都市であると同時に、国際的な観光地だ。自然環境を利用したリハビリ治療を目的とする医療と観光の連結が可能という点で医療観光の適合地に数えられる。濟州島の主力診療分野はメディカルスキンケア、漢方及びヘルスケアで、日本と中国を主要な目標市場としている。保健福祉部の登録機関を基準とすると、外国人患者の誘致に出た医療機関は15、誘致業者は6が登録されている。

濟州島の医療観光活性化事業は大きく二つの側面で進行中である。国土海洋部の権限を受けて、濟州国際自由都市開発センター(JDC)が推進中の濟州ヘルスケアタウンと、濟州特別自治道庁が進める外国人患者の誘致善導病院事業である。中央政府と自治団体の二元体制で誘致政策を支援している。

(以下、「その2」に続く)