

## 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(2)  
－韓国医療観光の現状及び展望 (その2)－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 (2)**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

(「国際研究論叢」27巻2号掲載の「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)」よりつづく)

## 2) 医療観光収容条件の改善

## i) 基礎インフラの強化

## (1) 医療観光客統計システムの構築

医療観光客誘致の活性化のためには、より精巧な統計及び資料収集が必要である。現在、医療機関の間の海外患者誘致の概念が異なっており、患者関連の実績及び統計資料の構築が進んでいないため、組織的な患者誘致の広報などの混乱が憂慮されている。特に一部の機関は、実績の報告を診療収入の暴露であり、干渉と規制であると受けとめており、海外患者の誘致に関する正確な統計の確保さえ難しい状況である。外国人患者の国内診療市場の規模と成長水準を正確に推定するために、適切な統計資料を構築する努力が早急に求められる。

また、医療観光活性化のため多様で弾力的なマーケティング戦略を推進するためには、医療サービスを利用する患者本人のみを対象として統計を出す既存の集計方式だけでなく家族など同伴者に対象を拡大し、医療観光の範囲も美容、温泉、スパなどのウェルネスとビューティー分野まで範囲を広げた統計資料が必要である。

これらの分野での動向を把握するために、2010年、韓国観光公社はサービスサイエンス全国フォーラムと共同で、医療観光統計の収集対象及び範囲を拡大し、医療観光から得ることのできる包括的な収入を推定する研究を進めたことがある。医療観光対象を患者本人と同伴者まで拡大し、その範囲に健康とヘルスケア分野を含んだ結果、直接医療費収入で

\*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〈2013.11.7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

ある1,032億ウォンの約8.8倍の水準となる9,081億ウォンの医療観光収入を得ることができると分析された。

これと関連して文化体育観光部と韓国観光公社は、2012年から毎月、需要者の標本統計調査を行なうことにより、既存の供給者側からの統計を補い、医療機関及び誘致業者がマーケティング活動を展開する過程で、随時に適用することができる月単位の統計数値を提供する計画である。

<資料-12> 広義の医療観光客及び輸入（2010年）統計

区分	医療観光客 (患者本人)	広義の医療観光客					計
		同伴家族	同伴	美容	温泉、 スパ	小計	
医療観光客 (人)	81,789	30,834	23,054	263,929	1,115,000	1,432,827	1,514,616
医療観光収入 (億ウォン)	1,032 (医療) 1,053 (観光)	462	346	3,958	2,230	6,996	9,081

Source : サービスサイエンス全国フォーラム研究用役推定集計文化体育観光部,2011

## (2) 医療観光ネットワークの構築

医療観光の定着を成功させるためにはネットワークの補強が必要である。医療観光と係わる構成員の関連構造が、医療観光ネットワークにおいて構成員相互の医療観光活性化というシナジー効果を新たにつくるのがネットワークの役割だからである。医療観光ネットワークの構成員は、医療観光政府機関、医療観光関連協会、医療機関、誘致業者、旅行業者、宿泊業者などの観光サービス業体とNGOなどである。医療観光産業は、医療と観光という異種産業の多様な行為者が絡む複合的産業で、構成員の相互利益の向上と産業活性化のためには、医療観光ネットワークの構築が必須である。

さらに国内市場だけを対象にするのではなく、外国患者を誘致するために海外市場を開拓して管理しなければならないために、その範囲と重要性はより大きいと言える。韓国政府と外国政府及び関係機関間での患者送り出し協約や、国内病院と外国病院の協力、病院と誘致機関との協力などのような交流促進基盤を包括するネットワークの円滑な管理は、患者の誘致に必須のマーケティングツールとして認識されている。

韓国観光公社は2009年、医療観光広報マーケティングTFを構成運営し、2010年には漢方医療観光協議会を発足させた。ネットワークの円滑な活動のために定期的に協議会を持ち、国内向けの旅行業界懇談会などネットワーク構成員間のコミュニケーションの機会を持続的に強化している。

2011年3月には、全国規模の中小病院を代表する全国グローバル医療観光協会とMOUを締結した。現在、医療観光活性化のために、文化観光体育部に登録された韓国医療観光協会、漢方医療観光協会と保健福祉部に登録されたKIMA（韓国国際医療協会）、韓国グローバルヘルスケア協会、全国グローバル医療観光協会などが傘下の機関と連携して活発に活動している。

### (3) 医療観光誘致業者の育成

誘致機関が個別に海外患者を誘致して生じる問題点を前もって捕捉し、解決策を政策的に支援するために、関連機関の資格基準を定めた海外患者誘致機関の登録制度が施行中である。しかしこの制度は許可制ではなく、必要書類によって資格を確保する登録制であるため基準未滿の業者が含まれることができるという憂慮を消すことができない。

現在、外国人患者を誘致するためには資本金1億ウォンに加えて1億ウォンの保証保険加入が必要であり、医療事故や医療サービスの不足を予防するため政策的な補償がなされている。医療観光産業が長期的な見込みを持ち持続して成長するためには、現在の登録制度を補って、関係当局が誘致機関に対し常時的な管理監督を行なう体制が成り立たなければならない。

一方、外国人の顧客をより活発に誘致するためには誘致機関の役割が重要であるため、誘致企業の育成が不可欠である。外国人観光客の誘致業務を忠実に遂行してきた既存の旅行業者に対しては、追加資本の損害を保証するための1億ウォンの保証保険を登録すれば、誘致業の登録ができるように登録の条件を緩和することが必要だという業界の意見をもとに、誘致業の登録条件緩和が推進されている。また、医療観光商品の公募展で優秀なアイデアを発掘し、実際の商品開発や広報を支援するなど、優れた誘致企業を集中的に支援している。

### (4) 医療観光市場調査マニュアルの開発

顧客満足度を通じた医療観光市場の質的な成長のために、韓国観光公社は地域別、診療分野別の市場分析を実施し、これに基づく教育プログラム、マニュアル、ガイドを開発している。代表的なものとして、2009年、2010年の競争国の調査や必要書式を主な内容とした医療観光実務マニュアルを出版し、大学と共同で医療観光客のための病院文化と代表的な食べ物を紹介するマニュアルを開発した。

### (5) 医療観光案内広報センターの運営

韓国観光公社は、韓国を訪問する外国人観光客に、より速く総合的な案内をするため、韓国観光公社本社、仁川（インチョン）国際空港と釜山（プサン）書面メディカルストリート内の3ヶ所に医療観光広報センターを運営している。看護師をはじめとする専門人材が配置され、年中無休で必要な出入国情報の案内や観光地情報の案内はもちろん、国内の医療機関と誘致企業の情報を案内して、医療観光客のための相談活動を進めている。医療機関と共同で、健康診断、美容、整形、漢方の分野を中心に韓国の医療観光の広報イベントを進行するなど、韓国の医療観光の認知度を高めるための様々な活動を繰り返している。

韓国観光公社は、公社の28か所の海外支社のネットワークを使用して医療観光案内広報センター広報パンフレットを製作配布している。現地での専門的な医療観光マーケティングのために、2009年5月ロシアのウラジオストク支社に現地の専門医療者を専任のマーケティング担当者として採用することを皮切りに、2011年にはベトナムでも現地の専門スタッフを採用、カザフスタン広報代行所にも医療観光専門の旅行会社を配置するなど、現

地専門家の採用機会を増やして、より専門的な相談や広報を進めている。

#### (6) U-ヘルスセンター運営

オンラインネットワークで遠隔地の患者と国内の医療専門家を接続するU-ヘルスセンターが新たなマーケティングツールとして浮上している。U-ヘルスセンターの主な任務は、韓国の医療観光に関心のある消費者を対象に、医療相談を行ったり、韓国で治療した後帰国した患者の事後管理サービスを提供したりするものであり、地元の消費者と誘致企業を対象に遠隔説明会も開催している。

韓国観光公社は、2011年2月から極東ロシア市場攻略のため、ウラジオストクにU-ヘルスセンターを設置・運営している。ここでは、画像リモート診断システムと画像会議室をはじめ各種検診装置を備えており、ロシア現地の医師、看護師、案内員で構成される専門家グループが常駐して、専門的な相談に取り組んでいる。

#### ii) 医療観光専門人材の教育

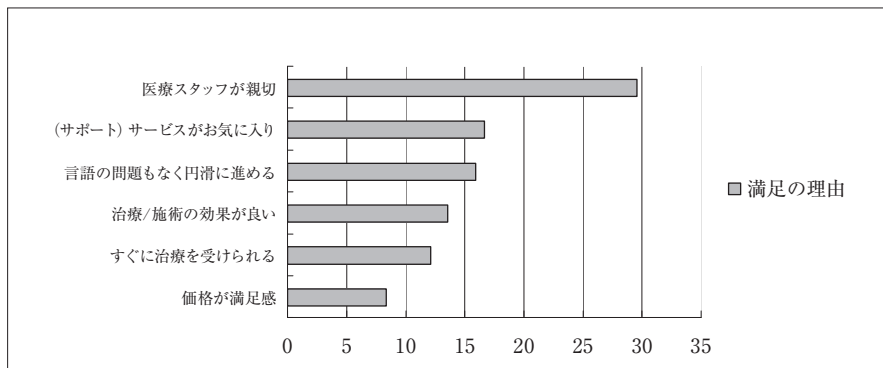
韓国を訪問する医療観光客が満足するような医療サービスを受けるためには、様々な支援が必要である。その中でも、患者の母国語と韓国語を同時に話すことができるだけでなく、出身地域の文化を理解し、専門的な医療知識を備えた国際的な医療観光の専門家の存在は、医療観光の成否を左右する重要な要素である。コーディネーター、マーケティング担当者、看護師（看病人）などが、医療観光客を助け、患者が不便なく診療を受けられるように支援し、医療サービスの満足度を高めるのに大きく寄与している。

韓国観光公社の調査結果によると、韓国の医療サービスの経験者は、医療スタッフの親切さ、サポートサービスの品質、言語の不自由なく円滑に進行されている診療の過程などに大きな満足を示しているが、一方で、韓国訪問の際の、言語による意思疎通の不便への指摘が最も高く現われている。これは、医療観光の活性化のための緊急の課題が、力量のある専門人材の養成であることを示している。

#### <資料-13> 韓国医療サービス満足事由

- 韓国の医療サービスの経験者は、友好的な医療スタッフとサポートサービスの面で満足していることが分かる。
- Medical Skin Careと漢方治療サービスの利用者の場合、治療/施術効果の面で満足している割合が高い。

(Base：韓国のサービス満足度回答、n=132、複数回答、単位：%)



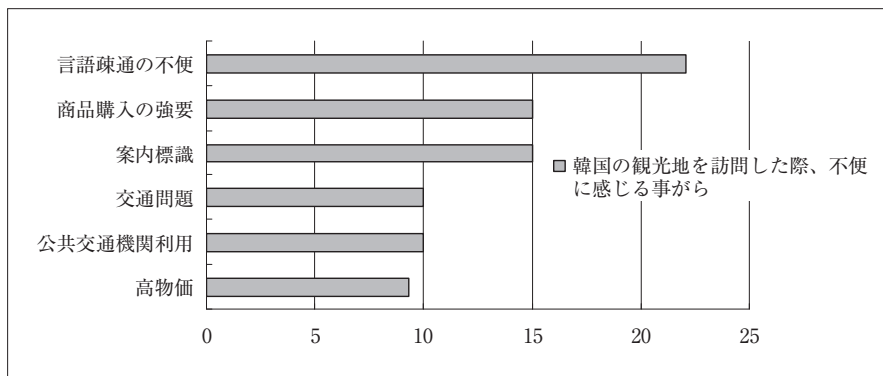
### 回答者の特性別分析

事例	全体	現在ご利用の医療サービス			
		Medical Skin Care	健康診断	漢方診療	その他
事例	(132)	(39)	(34)	(27)	(32)
医療スタッフが親切	29.5	10.3	73.5	14.8	18.8
(サポート) サービスがお気に入り	16.7	7.7	35.3	11.1	12.5
言語の問題もなく円滑に進める	15.9	15.4	14.7	18.5	15.6
治療/施術の効果が良い	13.6	25.6	-	22.2	6.3
すぐに治療を受けられる	12.1	2.6	29.4	3.7	12.5
価格が満足感	8.3	10.3	17.6	-	3.1

(単位：%)

#### <資料-14> 韓国訪問時の不便な事項

- 韓国訪問時には、「言語の不便」という指摘が22.1%で、最も高い。
- Medical Skin Careの利用者は、「言葉」と「商品購入の強要」を、健康診断の利用者は、「案内表示」を不満要素として回答している。
- 国別では日本人は「商品購入の強要」を、米国/カナダ人は「交通問題」を不満と答えている。



回答者の特性別

	全体	利用した医療サービス				国籍			韓国医療観光経験(回)		自国内同じサービス利用経験	
		Medical Skin Care	健康診断	漢方診療	その他	日本	アメリカ・カナダ	その他	1回	2回以上	ある	ない
事例	(140)	(40)	(34)	(30)	(36)	(57)	(50)	(33)	(65)	(75)	(62)	(75)
言語疎通の不便	22.1	37.5	-	26.7	22.2	26.3	10.0	33.3	20.0	24.0	21.0	22.7
案内標識	15.0	25.0	17.6	10.0	5.6	21.1	12.0	9.1	10.8	18.7	16.1	14.7
商品購入の強要	15.0	27.5	5.9	13.3	11.1	29.8	6.0	3.0	7.7	21.3	14.5	16.0
公共交通機関利用	10.0	12.5	8.8	10.0	8.3	14.0	8.0	6.1	4.6	14.7	16.1	5.3
交通問題	10.0	10.0	8.8	16.7	5.6	1.8	16.0	15.2	9.2	10.7	4.8	14.7
高物価	9.3	10.0	2.9	13.3	11.1	10.5	8.0	9.1	3.1	14.7	6.5	12.0

(単位：%)

これに関連して、韓国観光公社では、医療観光コーディネーターの養成課程、特に多文化医療観光コーディネーターの養成課程として、多文化医療観光の国際看護師養成コース、医療観光フードコーディネーター養成コースなど、グローバルな医療観光専門人材の養成課程を運営しており、各自治体で実施する医療観光専門人材の養成課程を支援している。医療観光コーディネーターの養成コースでは、2007年からソウル大学病院と韓国観光公社がMOUを締結して専門的な教育プログラムを開発し、医療観光理論と実務に精通した優秀な講師陣を確保して内実ある教育課程を運営している。2010年には民間機関の教育の質的な管理をサポートするために、医療観光、教育プログラム標準案を作成し、今後の国際的な医療観光コーディネーター資格制度の導入に備えて、医療観光コーディネーターの教科書を制作した。また、医療観光市場の推移を反映して継続的な医療観光専門家の教育教材や実践的なマニュアルを開発している。

<資料-15> 医療観光専門人材教育現況(韓国観光公社)

教育コース	輩出人数	教育対象	備考
医療観光コーディネーター	440	病院在職者	年2回(2007-2011)
医療観光マーケティングの専門家	68	医療観光、エージェンシー(旅行代理店)の在職者	年1回(2009-2011)
医療観光特殊外国語(露語、モンゴル語、アラビア語)	43	特殊語使用者	年1回(2009)
医療観光オンライン英語	790	-	随時(2009-2011)
多文化家庭の医療観光コーディネーター	102	多文化家庭の構成員	年2回(2009-2011)
多文化家庭の医療観光の国際看病士	132	多文化家庭の構成員	年2回(2010-2011)
医療観光フードコーディネーター	41	栄養士と調理師	年1回(2010-2011)
計	1,616		

&lt;資料-16&gt; 医療観光専門人材教育機関 一覧

番号	教育機関	ホームページ	電話番号
		教育コース	輩出人員
1	韓国保健福祉人力開発院	<a href="http://www.kohi.or.kr">http://www.kohi.or.kr</a>	043-710-9275
		病院国際マーケティング専門家コース	50名
		外国医療関係者医療コーディネーターコース	20名
		医療通訳コース	50名
2	韓国観光公社	<a href="http://www.visitkorea.or.kr">http://www.visitkorea.or.kr</a>	02-7299-600
		医療観光コーディネーターコース	60名
		医療観光マーケティングコース	30名
		多文化と医療観光コーディネーターコース	30名
		多文化医療観光国際介護者コース	60名
医療観光特殊外国語アカデミー	65名		
3	医療観光協会	<a href="http://www.koreamedicaltour.org">http://www.koreamedicaltour.org</a>	02-511-1804
		医療観光専門家コース	80名
4	国際通訳翻訳協会	<a href="http://www.wea.or.kr">http://www.wea.or.kr</a>	02-563-0555
		医療観光コーディネーターコース	60名
		医療観光専門の統合プロセス	60名
5	慶熙大学社会教育院	<a href="http://cce.khu.ac.kr">http://cce.khu.ac.kr</a>	02-961-0870
		グローバル・ヘルスケア専門家コース	100名
6	慶熙サイバー大学	<a href="http://www.khcu.ac.kr">http://www.khcu.ac.kr</a>	02-968-2233
		グローバル・ヘルスケア専門家コース	1,200名
7	南大学、地域社会の健康増進センター	<a href="http://www.nambu.ac.kr">http://www.nambu.ac.kr</a>	062-970-0001
		医療通訳コーディネーターコース	15名
8	東国大学校社会教育院 (シードメイト)	<a href="http://edulife.dongguk.edu">http://edulife.dongguk.edu</a>	02-2260-3728
		医療観光専門家コース	50名
9	ドンシンデ女子大生キャリア開発センター	<a href="http://www.dsu.ac.kr">http://www.dsu.ac.kr</a>	061-330-3821
		医療観光コース	27名
10	サンジ大上肢ウィリス観光センター	<a href="http://www.sangji.ac.kr">http://www.sangji.ac.kr</a>	033-7300-114
		医療観光教育課程	20名
11	聖霊女子大学生涯教育院	<a href="http://life.sungshin.ac.kr">http://life.sungshin.ac.kr</a>	02-920-7444
		医療観光コーディネーターコース	80名
		医療観光通訳専門家コース	80名
12	淑明女子大生涯教育	<a href="http://open.sookmyung.ac.kr">http://open.sookmyung.ac.kr</a>	02-710-9139
		医療通訳専門家	20名
13	亜洲大学	<a href="http://www.ajou.ac.kr">http://www.ajou.ac.kr</a>	031-219-2114
		医療観光コーディネーターコース	40名
14	Eulji大学生涯教育院	<a href="http://cec.eulji.ac.kr">http://cec.eulji.ac.kr</a>	031-740-7283
		医療観光コーディネーター過程	30名
15	梨花女子大学生涯教育院 (未来サーチ)	<a href="http://sce.ewha.ac.kr">http://sce.ewha.ac.kr</a>	02-3277-3111
		<a href="http://www.miraesearch.co.kr">http://www.miraesearch.co.kr</a>	1566-8343
		医療観光コーディネーターコース	60名
16	カトリック大学生涯教育院	メディカル会話コース	45名
		<a href="http://songsim.catholic.ac.kr/~cukcedu/">http://songsim.catholic.ac.kr/~cukcedu/</a>	02-2258-7737
17	翰林大医療観光人材育成センター	医療観光コーディネーターコース	160名
		<a href="http://himtec.hallym.ac.kr">http://himtec.hallym.ac.kr</a>	033-248-3261
		医療観光コーディネーターコース	40名
		医療観光マーケティングコース	40名
		医療観光広報専門家コース	40名
医療観光通訳・翻訳コース	40名		

国際研究論叢

18	漢陽大学社会教育院	http://cce.hanyang.ac.kr 医療マーケティングコース	02-2220-1522 40名
19	ガイダンスアカデミー	http://www.hsguidance.com 医療観光コーディネーター 外国人の案内コーディネーター	02-558-3740 20名 20名
20	慶熙看護専門学校	http://www.khnurse.net 医療観光コーディネーター	042-825-1614 60名
21	高麗職業能力開発院	http://www.busanhrd.co.kr 医療観光コーディネーターコース	051-818-5112 20名
22	ギル人力開発院	http://www.giledu.net 医療観光専門コーディネーターコース 医療観光専門統合プロセス 医療観光専門マーケティング担当者コース 医療観光専門通訳者コース	02-732-7600 90名 90名 90名 120名
23	ナーススケール生涯学習センター	edu.nurscape.net 医療観光コーディネーターコース	02-566-2966 20名
24	ネクスポアカデミー	http://www.nexper.com/academy/ グローバル・ヘルスケア専門家 (operator) グローバル・ヘルスケア専門家 (coordinator)	02-511-5537 60名 60名
25	大韓病院経営センター学院	http://www.dmc21.net/ 医療観光コーディネーターコース	051-817-6911 30名
26	リード教育研究院	http://www.leadcg.co.kr/ 医療観光コーディネーターコース	02-549-0990 20名
27	アコースアカデミー	http://www.waismacos.com 医療観光コーディネーターコース	02-3452-7070 10名
28	未来教育開発院	http://www.mirae91.com 医療観光コーディネーターコース	02-6304-2000 20名
29	エドゥスカ	http://www.eduskydg.com/ 医療観光通訳コーディネーター入門コース 医療観光通訳コーディネーター実践コース	053-217-2600 120名 120名
30	Egスクール	http://www.egschool.net 医療観光コーディネーターコース	051-639-7711 240名
31	第一外国語通訳学院	http://www.jeil4u.com 英語医療観光コーディネーターコース	064-757-1105 60名
32	コセアサービス教育院	http://www.coseabsop.com 医療観光コーディネーターコース	051-667-7828 10名
33	タイムズ・メディア	http://www.timesmedia.co.kr 医療観光コーディネーターコース	02-565-9981 20名
34	韓国人材教育開発院	http://www.khedi.or.kr/ 医療観光コーディネーターコース	02-599-0814 20名
35	韓国医療観光専門家教育	http://www.meditour.or.kr/ 医療観光専門家養成統合プロセス	02-6073-8594 70名
36	韓国電子医療産業財団	http://www.ukme.org 病院国際マーケティングコース	02-572-0027 30名
37	韓国総合教育学院	http://www.ceo.ac/ 医療観光コーディネーターコース	1644-6233 120名
38	和順全南大病院 (韓国医療コンサルティング)	http://www.cnuhh.com/ 医療観光コーディネーターコース	061-379-7114 45名



39	翰林大医療観光人材育成センター	http://www.khckorea.com/	02-565-8566
		通訳、医療サービスコーディネーター	20名
		医療観光専門家統合プロセス	20名
		医療観光マーケティング専門家	10名
		医療観光コーディネーター	20名
40	江南区の女性の能力開発センター	http://www.herstory.or.kr/	02-544-8440
		メディカル通訳コーディネーターコース	25名
41	金海女性人力開発センター	http://www.withwoman.co.kr	055-331-4335
		医療観光コーディネーターコース	24名
42	丹陽郡生涯学習センター	http://ok.dy21.net/	043-421-7909
43	大邱市病院経営センター	http://www.dmc21.net	051-817-6911
		医療観光コーディネーターコース	100名
44	大邱サービス教育センター	http://www.cssir.co.kr/	051-9595-114
		医療観光コーディネーターコース	50名
45	釜山医療観光情報センター	http://www.bmtic.kr/	051-510-4961~2
		医療観光コーディネーターコース	60名
46	安山女性人力開発センター	http://www.ansanwoman.or.kr/	031-439-2060
		移住民医療観光コーディネーター通訳・翻訳、コンピュータ	25名
47	済州島特別自治道	http://www.jeju.go.kr/	064-710-2114
		医療観光通訳専門人材の養成課程	50名
計	47個の教育機関	70個の課程	4,755

\*受講生の定員がない場合は、20人/回と推定する。

\*教育運営の回数が決まっていないコースは、1回/年とみなす。

Source: インターネット閲覧後に教育機関へ電話連絡して、データ収集 (韓国保健福祉人材開発院、2010.10)

### (1) 医療観光コーディネーター養成課程

医療観光コーディネーターは、医療観光誘致業務の中核を担っており、国内の医療サービスを受けようとする医療観光客の、入国から出国までに必要な空港出迎えと送迎、事務、診療、療養、観光レジャー、文化、保険などの医療と観光サービスを提供する専門職として、国際的な医療観光エージェンシー、あるいは国際的な医療サービスコーディネーターとも呼ばれる。現在の国際的な医療観光コーディネーターの地位向上と専門家としての成長をサポートするために協会が設定されており、政府は、国家資格の証として「国際医療観光コーディネーター」を新設し、2013年から施行される予定である。

韓国観光公社のコーディネーターコースは、看護師、医療機関の行政職員等の医療機関従事者を対象に実施され、その教育を受けた医療観光コーディネーターは、各分野の医療機関、誘致企業、医療コンサルティング会社、シルバータウン、医療観光関連サービスの専門講師などで活動する。医療観光コーディネーターの養成課程は、医療分野の専門能力教育とコンシェルジュ、観光サービスなど観光基本教育を同時に実施し、病院実務に限らず、医療観光全体をカバーできるよう視野を広げている。

<資料-17> 医療観光コーディネーター教育現況

年	区分	教育期間	終了者(名)	教育対象	教育内容
2007	1期	10.6~11.17	71	病院従事者	医療観光コーディネーター 業務プロセス 医療法、相談実務、 保険実務、航空実務、 観光産業の理解、 医療観光マーケティングの事例、 現場実習など
2008	2期	5.17~6.28	56		
	3期	10.17~11.29	55		
2009	4期	4.18~5.30	52		
	5期	9.12~10.31	49		
2010	6期	4.18~5.30	54		
	7期	10.9~11.20	36		
2011	8期	5.1~6.26	32		
	9期	10.9~11.27	35		
小計			440		

### (2) 医療観光マーケティング専門家課程

医療観光マーケティング担当者は、医療観光産業の現場で、海外の患者を誘致するために、国内外の医療観光サービスの需要と供給を相互に関連づけ、商品開発や広報などのマーケティング業務を担当する医療観光マーケティングの専門家である。現在、韓国観光公社をはじめ、民間の病院や大学で同じようなプロセスが運営されており、公社のマーケティングプロセスは、コーディネーターの教育課程を修了した者を対象とする上位の課程として運営されている。公社のマーケティング教育プログラムは、商品開発、事例研究、広告企画実務などの公社のマーケティングノウハウを伝授してもらえる実用的な教育課程が特徴である。

<資料-18> 韓国観光公社医療観光マーケティング専門家教育現況

年	教育期間	終了者(名)	教育対象	教育内容
2008	11月8、14、15日	19	病院従事者	医療観光マーケティング実務、商品 開発など (11年ワークショップ課程追加、上
2009	11月20、27、28日	20		
2011	2月~4月(土、日)	29		
	小計	58		

### (3) 医療観光における外国語教育課程

外国人患者を対象とした医療観光産業において言語能力は必須であり、最も重要な能力である。医療観光従事者は、さまざまな医療状況で発生する問題について、文書、言語に関する知識をもとに医療スタッフと患者との間の円滑な意思疎通を促進し、良質の医療サービスを提供することができなければならない。韓国観光公社は、ロシア語、モンゴル語、アラビア語などの特殊な言語はもちろん、英語、中国語、日本語による教育を行っており、単純な医療用語だけでなく、医療や文化慣習の理解と状況に応じた表現法を教育している。

<資料-19> 医療観光における外国語教育現況

区分	年	教育期間	終了者(名)	教育対象	教育内容
特殊外国語アカデミー	2009	6月12、13、20日	43	特殊外国語を使える者	特殊外国語アカデミー特殊語駆使者、医療観光コーディネートの役割、観光産業の理解、主要国の医療慣習の理解など(露語、モンゴル語、アラビア語)
オンライン英語	2009	6月～12月	223	資格条件なし	医療観光業務状況別表現法
	2010	1月～12月	567		
小計			833		

#### (4) 多文化家庭医療観光コーディネーター養成課程

韓国人と結婚した外国人の結婚移民者「多文化家庭」の人口は15万人に達しており、韓国社会の国際化傾向に歩調を合わせて、様々な産業分野で特定の言語や技術を利用した活動が急激に増加している。医療観光産業の活性化という次元で、多文化家庭の就業を支援し、医療観光の分野でこれらの能力を活用するために、「多文化家庭の医療観光コーディネーター養成教育」コースを進めている。

このコースでは、多文化家庭のメンバーのうち韓国語に堪能で就業が可能な医療専門家を対象に行われ、全額が国費支援されている。コーディネーターの力量に応じた教育と病院現場実習が行われ、2011年度からは教育課程の修了生のうち優秀者を選抜して医療機関に派遣するインターンシップを導入した。インターンシップ教育は直接就職につながる可能性が高く、さらにこの課程を活性化させると期待されている。

<資料-20> 多文化家庭の医療観光コーディネーター教育現況

年	区分	教育期間	終了者(名)	教育対象	教育内容
2009	1期	9.1～2.9 (火、水、木)	20	多文化家庭 構成員	医療観光コーディネーター業務プロセス、 医療法、相談業務、保険実務、航空実務、 観光産業の理解、医療観光 マーケティング事例、現場実習など
	2期	6.7～7.2	25		
2010	3期	11.6～12.11	27		
	4期	8.21～9.25	30		
小計			102		

#### (5) 多文化家庭の医療観光国際看護師(看病人)(care giver)養成課程

医療観光の国際看護師(看病人)は、医療観光客の入院期間中患者の近くで専門的な介護サービスを行うことはもちろん、通訳などのサービスも提供する。看護師(看病人)は専門的な介護知識と疾病別介護法はもちろん、英語、日本語、中国語、モンゴル語やアラビア語など外国語の能力と患者の心理的安定感のために海外の環境への理解も求められる。

韓国観光公社における多文化家庭の医療観光の国際看護師(看病人)養成課程は、全額国費支援、確実に(固定的に)韓国語に堪能であり、就職が可能な、多文化家庭のメン

バーを対象に年2回実施される。

<資料-21> 多文化家庭の医療観光国際看護師(看病人)教育現況

年	区分	教育期間	終了者(名)	教育対象	教育内容
2000	1期	4月～6月	35	多文化家庭 構成員	医療観光の理解、病院業務プロセスなど 促成教育(言語と疾病看護法、患者管理などの現場教育)
	2期	9月～11月	38		
2011	3期	4月～6月	30		
	4期	10月～12月	29		
小計			132		

### (6) 医療観光フードコーディネーター養成課程

宗教と食文化の違いから生じる飲食問題は、国際間の交流にあって少なくない不便の原因となる。医療観光フードコーディネーターは、これらの問題を解決し、韓国を訪れる医療観光客の口に合う料理を提供する役割を担っている。患者の状態や状況に応じて適切な料理を提供することは、患者を保護し、医療サービスに対する満足度を高め、最終的には医療観光の発展に寄与するものとみなされる。

韓国観光公社の医療観光フードコーディネーター養成コースは、年1回実施され、「医療観光客のための病院文化と代表的な食べ物に関するマニュアル」の開発に参加した大学と共同で進めている。受講者は、医療観光客が多い大規模な総合病院を中心に、医療機関の栄養士や外部業者の関係者が主である。

<資料-22> 医療観光フードコーディネーター教育現況

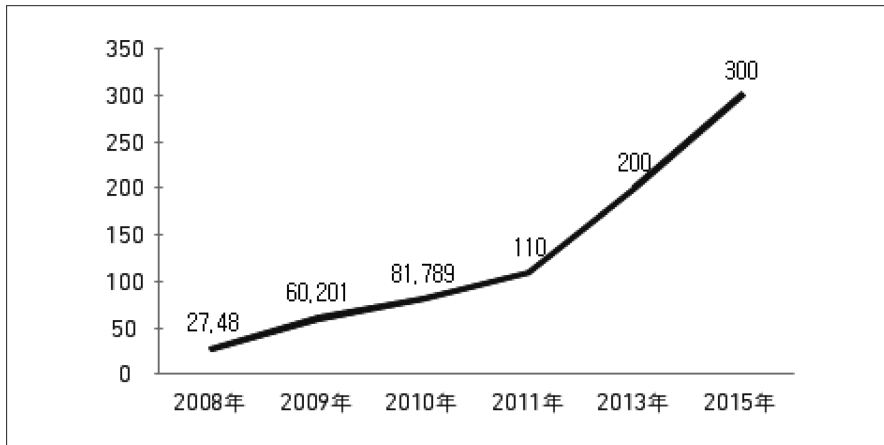
年	区分	教育期間	終了者(名)	教育対象	教育内容
2008	1期	11月～12月	26	栄養士と調理師	医療観光の理解など、促成教育(5時間)と調理教育(4時間)、アラブ、ロシア、モンゴルの言語教育
2010	2期	4.30～5.29	15		
小計			41		

### 3. 今後の課題

2011年に韓国を訪れた外国人患者は計12万2,297人で、前年比49.5%の成長を記録したが、この数字は毎年継続的な成長を遂げており、2008年の27,000人の4倍近い規模に成長している。一方、診療収入は1,809億ウォンで、前年比75.3%の伸びを示しており、新たな成長の源として、医療観光の産業的価値をより一層強固にしたい政府の政策が徐々に実を結んでいるものと認識されている。さらに、新興市場の躍進により、訪韓外国人患者の上位3ヶ国である米国、日本、中国への偏重現象が徐々に緩和されている傾向は、これまでの国家戦略中心のMOUよりも、患者送出契約、外国医療関係者の国内研修、業務の分担、医療および現地マーケティング活動など、多角的な努力の結果として評価することができる。

<資料-23> 最近 3 年間米. 中. 日比重：'09年 (73.9%) - '10年 (68.6%) - '11年 (68.0%)

<資料-24> 政府の医療観光政策施行経過



(単位：千名)

- (’11.8) 仁川広域市医療管財団発足
- (’11.6) 第11回経済政策調整会議「医療観光事業の活性化対策の確立」
- (’11.4) 第2回グローバル・ヘルスケア・医療観光コンファレンス開催
- (’11.3) 保険商品の開発やUAE、モンゴルMOU締結
- (’11.1) 誘致業者斡旋手数料消費税のゼロ税率（2年一括）を適用
- (’11.1) 外国人専用病棟設立・運営の際、一般病床の確保義務の軽減
- (’10.5) 外国人コーディネーター長期滞在ビザ（E7）の導入
- (’10.4) 第1回グローバル・ヘルスケア・医療観光コンファレンスコリア2010開催
- (’09.12) 韓国の医療国家ブランドを開発
- (’09.7) 医療法人のサービス業など付帯事業の範囲拡大
- (’09.5) 外国人患者対象メディカル（M）ビザ制度の導入
- (’09.1) 外国人患者の誘致関連の医療法改正

政府は、2009年に発表した内需基盤拡充策の4つの主要課題の一つに「外国人観光客と外国人患者誘致」の項目を含め、雇用の少ない低成長時代の政策の代案としている。ここには、医療観光産業の発展に対する政府の政策的意志を垣間見ることができる。2015年に、外国人患者30万人誘致とアジア医療観光のハブへの飛躍を夢見る政府の目標を達成し、医療観光産業を発展させるためには、政府省庁だけでなく、自治体、医療観光の推進機関など外部の利害関係者の協力体制をより一層強固にし、韓国の医療観光ブランドおよび主要診療分野を集中的に広報し、国際的競争力のあるインフラを拡充する方向に向けて持続的な努力を行わなければならない。

<資料-25> 2015年アジア医療観光のハブへの飛躍

2015年 アジアの医療観光のハブとして飛躍



中期目標	政策目標	誘致患者数	経済誘発効果(億ウォン)
2015	アジアの医療観光ハブ	300,000	-
2013	医療先進国のイメージの確立	200,000	14,000
2012		150,000	9,800



部署間の協力強化を通じた外国人スピーカー育成事業 2段階の高度化の推進

MEDICAL  
KOREA



7大重点課題と13の一般的な課題の選定と推進

### 3.1. 医療観光ワン・ストップサービス体系の改善

潜在的な医療観光客を含めた医療観光サービス利用者への的確かつ迅速な情報提供のために医療観光案内広報センターのサービス体系を改善していく。医療観光の玄関口の役割を担っている仁川（インチョン）国際空港の案内広報センターには、空港から病院やホテルに移動するためのピックアップ、ライドサービスなどの付加サービスを追加する。韓国観光公社本社のソウル案内広報センターは、医療観光の情報需要の中心である江南区的美容整形クラスター地域に位置を移転して潜在的な医療観光消費者に、より実用的で便利な情報を提供する相談先としての役割を担うことになる。書面メディカルストリートに位置する釜山（プサン）の案内広報センターは、地理特性に合った文化観光連携イベントを開催し、医療観光をアピールする計画である。今後これら3つの案内広報センター以外にも大邱（テグ）、仁川（インチョン）など医療観光の活性化地域に、医療観光案内システムを構築する予定である。

ユビキタス環境下で医療観光客の国内医療サービスへのアクセスを容易にするために運営されている既存のU-ヘルスセンターの機能を強化し、新規にセンターを拡大開設する。現在のウラジオストクに設けられた第1号のセンターは、国内10カ所の病院が共同参加する解放的なオペレーティングシステムで構築し、より多様な消費者のニーズに対応して、より良質の医療相談ができるようにする計画である。また、ベトナムのハノイ、中央アジアのアルマトイ、UAEのアブダビなどを対象に追加的なセンターの開所を検討中である。またオンラインを活用した医療観光マーケティング活動を強化するために、海外有数のポータルサイトとの戦略的連携とスマートフォンアプリケーションの開発、医療観光専門のマーケティングについてのホームページを構築する予定である。

### 3.2. 海外広報マーケティング戦略の高度化

広報マーケティング活動の質を向上させ、ターゲットとなる顧客に向けた効率的な広報のために、持続的なマーケティング戦略の高度化を追求する。公社は、医療観光商品を美容整形や漢方レクリエーションプログラムなどの「選択治療型」と、重度の手術が必要な場合や療養とリハビリテーションプログラムを伴う「外科的治療型」に分類し、需要層に合わせて商品を細分化していく計画である。

<資料-26> 医療観光商品類型及び分類

タイプ	分類	チャートの内容
選択治療型	美容整形手術形	皮膚の美容、美容整形、基本手術
	健康形	温泉とセラピー、漢方レクリエーションプログラム
手術治療型	手術治療型	重症難病治療
	長期リハビリ型	療養とリハビリテーションプログラム

Source：観光と融合した選択型の医療観光マーケティング戦略、チョン・ジンス（2009）「お金になる医療観光こんなに準備をする」セミナー発表集

高品質、高付加価値商品として浮上しているアンチエイジング医療のためには、幹細胞の保管と活用技術を連携した商品を、長期滞在型療養、ウェルネス体験商品は、漢方の協診に基づく商品や山林治癒の商品等の開発力を強化していく計画である。

また潜在的な医療観光の需要を掘り起こすための短期体験商品開発も重要な事業課題の一つである。ビジネスや国際会議のために韓国を訪れる外国人観光客やクルーズ観光客、企業のインセンティブな訪問団体などを対象とする総合オプション商品の開発にも弾みがつくと予想される。年間500万人にのぼる乗り継ぎ（乗り換え）観光の市場を対象とした美容と健康診断など、短期体験商品の開発と広報活動が強化される予定である。

世界的な大規模消費者博覧会に参加して韓国の医療観光のブランドを宣伝することで、ブランドの認知度を継続的に高め、韓流ブームと連携してマーケティング事業を拡大し、韓国の医療観光のブランドの価値を向上させる必要がある。

### 3.3. 医療観光収容条件の持続的な改善

医療観光が活性化されることによって増加すると予想される医療紛争に対する効果的な取り組みのためには、積極的な対策が講じられなければならない。医療事故は発生した場合の損害率が高く、保険料が高いので、医療機関の賠償保険への加入が現実的に難しい。この点を改善するために、外国人患者を対象とした賠償システムの開発が急務である。

世界市場を相手に医療観光を推進していくためには、外国の政府をはじめ、医療機関、関連会社や団体とのネットワークの構築が必然的に要求される。政府や研究機関とのMOUを通じた戦略的パートナーシップはもちろんのこと、国際展示会など、国際的イベントを開催あるいは誘致し、国内外の医療観光産業の利害関係者間のネットワーク基盤を強固にしていく努力が必要である。

韓国観光公社は、国内の医療観光産業の競争力強化のために開設した国際的な医療観光ビジネスラウンジの役割を拡大し、地方自治体や新興誘致企業を対象に無料相談を実施する計画である。その他の医療観光専門の人材養成事業の拡大と新規市場開拓のための総合的なマーケティング戦略調査研究も推進されている。

### 3.4. 地域医療観光活性化及び差別化努力

医療観光需要の首都圏集中を防ぎ、地域ごとに特色があり、差別化された医療観光地を開発するために、地域の特性を生かした医療観光商品化が必要である。このため、政府は、地域をリードする優れた技術育成事業を実施しており、2012年には、3年目を迎え

<資料-27> 2010-2012 地域先導の優秀医療技術育成対象地方自治体現況

年度	市、道	核心技術	事業名
2010	釜山（プサン）	整形、皮膚	グローバルビューティーメディカルストリート造成を通じた北東アジアの医療観光のハブ造成
	大邱（テグ）	毛髪移植（皮膚）	大邱（テグ）毛髪移植専用センターを構築する
	ソウル	整形、皮膚	江南（カンナム）整形、皮膚美容ハブ育成事業
	全羅南道	関節	高度な関節の治療技術のグローバル化事業
	全羅北道	ロボット（泌尿器）	先端ロボット手術都市
2011	京畿	最小侵襲手術	Global Inspiration 京畿 最小侵襲手術、グローバル医療マーケティング
	済州	腫瘍の治療	済州型癌治療プログラム実用化
	大邱（テグ）	皮膚の治療（移植）	世界の医療観光都市、大邱造成事業
	大田	健康診断	世界最高の健康検知ハブ都市の育成
	全羅北道	ロボット手術	先端ロボット手術都市
2012	全羅南道	関節の治療	高度な関節の治療技術のグローバル化をリードする事業
	仁川（インチョン）	心血管手術	ICCの構築を通じたMEDICAL Koreaを実現
	全羅南道	関節の治療	高度な関節の治療技術のグローバル化をリードする事業
	大田	皮膚の治療/移植	最先端の画像再建技術のグローバル化事業
	ソウル（江西区）	脊椎/不妊	空港拠点江西メディカルクラスターの造成事業
	済州	リハビリ	滞在型リハビリレクリエーション療法実用化事業
大邱（テグ）	再建成形	世界の医療観光ハブメディアシティ大邱（テグ）助成事業	



る。この点において、徐々に政府の政策方向が効果をあげていると評価されている。

韓国観光公社は、医療観光の地域均衡発展のために自治体間の医療観光のネットワークを構築し、自治体別の特許商品開発コンサルティングを推進する。首都圏と比較して優位にある利点を活用した地域ターゲットカスタム設定の商品を自治体や地域の医療機関、医療観光業界と共同開発し、広報マーケティングを強化する。特に、各地域ならではの差別化された診療科目を発掘し、比較的安価な価格優位性と地域の観光スポットを掲げた地域特化医療観光商品を開発することである。

釜山広域市を皮切りに、大邱市、仁川広域市、大田広域市、光州(クァンジュ)広域市、江原道、済州特別自治道などがサポート対象である。現在、仁川市は仁荷大学病院など4病院をコンソーシアムとしたICC(Incheon Cardiovascular Cluster)を、大邱市は慶北大学病院センターの毛髪移植センターを、ソウル市は江南区で美容整形のクラスターを形成している。韓国観光公社は、主要拠点のクラスター地域に医療観光案内センターを構築する一方、自治体とのMOUなどを通じて医療観光戦略策定のノウハウを伝授して海外広報マーケティングを積極的に支援する計画である。

### 3.5. 新規医療観光の商品化促進

#### 1) 漢方医療観光の活性化

韓国観光公社の調査によると、アジア諸国を訪問した医療観光客の目的は、メディカルスキンケア、漢方(伝統医学)、健康診断の順となっており、漢方への一般の関心の高さを知ることができる。最近では、世界的な代替医療への関心の高まりと、韓流ブームに支えられ、漢方医学が韓国の医療観光産業の発展に重要な要素として注目されている。韓国の漢方医療は、独創的な伝統医学の治療法では、優れた人的資源、高い安全性などの強みを持っているが、認知度の不足、漢方資源と産業インフラの連携不足、漢方医療機関の受け入れ態勢不足などが障害要因として指摘されている。

継続的な漢方医療マーケティングに支えられて漢方医療観光に対する関心が高まるにつれ、「韓方」ブランドを知らせるための海外広報活動を強化していく計画がある。韓国観光公社は、「韓方医療観光スローガン」として"Harmony & Healing"を2011年に開発して、海外での画像広告を拡大し、地域の漢方情報発信を中心とした「韓方」医療観光商品も開発する予定である。

特に2010年代には、漢方医師協会、大韓漢医学会、漢方医療機関や各自治体など23機関が集まって発足した「韓方医療観光協議会」の継続的な運営を通じて、地域漢方医療観光をより体系的に振興させることができる基盤を強化していくものであり、今後は漢方医療観光コーディネーターの人材養成プログラムを開発し教育する予定である。

#### 2) 韓流医療観光の商品化

韓流と表現されている韓国の大衆文化への関心の高さとブーム現象を医療観光に連携して発展させるモデルの開発が必要である。韓流ブームは今、アジア市場を越えてヨーロッパ、アメリカ大陸に広がっており、韓国ドラマ、食べ物や大衆音楽まで連携した積極的な

広報が行われた場合、医療観光市場にも肯定的な影響を与えるものと期待されている。

さらに、韓国の医療観光産業の発展を阻害する要因の一つとして、信頼性の高いブランドイメージがまだ不足している点が指摘されているが、これを克服するために、韓流との戦略的な融合複合努力が求められている。韓流のコンテンツが徐々に多様化している傾向を勘案すると、韓流コンサートなど韓流と連携した医療観光商品を開発する可能性はさらに拡大していくものと予想される。治療型患者を対象として医療サービスや文化コンテンツ（ドラマ、映画、大衆音楽など）を、リハビリ患者を対象として医療サービスや文化コンテンツや料理を、予防型患者を対象として病気の予防プログラムや文化コンテンツや食べ物や観光地訪問などを組み合わせた新作モデルを開発する案も考慮することができる。

無限の文化力量を土台とする韓流は、医療観光の重要なコンテンツになりうる。しかし韓流を通じて医療観光産業の価値を高める方策については、より積極的な努力が必要である。

(参考資料)

1. 『医療観光マーケティング調査報告書』（2008年、韓国観光公社）
2. 『医療機関、海外の患者の診療活性化支援事業報告書』（2009年、保健福祉家族部、大韓病院協会）
3. 『Travel&Tourism Competitiveness Report』（2011年、WEF）
4. 「韓国の医療観光産業の将来の発展のための支援政策」（2011年、文化観光部）
5. 『韓国の医療観光総覧』（2012年、文化体育観光部、韓国観光公社）
6. 『仁川医療観光財団のビジョンと中長期戦略』（2012年、仁川（インチョン）医療観光財団）
7. 『仁川医療観光事業の推進戦略』（2012年、仁川（インチョン）医療観光財団）
8. 『2011年、外国人患者誘致の実績報告書』（2012年、保健福祉部、保健産業振興院）
9. 『医療観光事業者のワークショップ報告書』（2012年、仁川（インチョン）医療観光財団）