

한국 의료관광의 국제 경쟁력 향상 전략

이가은*, 정조은**, 이익수***
*HCN 문화사업단 위촉연구원
**청주대학교 관광경영학과
***청주대학교 관광학부
e-mail:tour8119@cju.ac.kr

A Strategy for Improving Korean Medical Tourism Competitiveness in International Market

Ka Eun Lee*, Jo Eun Jeong**, Yk-Su Lee**
*HCN Cultural Agency commissioned researcher
**Dept of Tourism Management, CheongJu Universit
***Dept of Tourism, CheongJu University

요 약

본 연구는 한국 의료관광의 국제 경쟁력 향상을 위한 전략으로 한식의 도입가능성을 알아보고 이를 활용할 수 있는 방안을 제시하기 위한 목적으로 연구되었다. 연구 결과 한식은 의료관광에 있어서 잠재적 가능성이 높은 자원으로 활용이 가능하며, 이를 위한 전략으로 약선음식과 같은 전통음식을 차용한 의료관광상품의 개발, 한국 의료관광에 한식의 이미지 도입을 통한 차별화 전략을 제시하였다.

1. 서론

최근 의료 서비스와 관광활동이 결합된 관광형태인 의료관광(medical tourism)에 대한 관심이 높아지고 있다. 의료관광이란 건강을 위한 검진 및 치료와 같은 의료행위와 휴양 및 여가, 문화체험 등의 관광활동이 연계된 다목적 관광을 일컫는 용어로서 [1], 의료와 관광이라는 겹 목적 관광을 시행함으로써 관광자의 만족감을 높이고, 의료산업과 관광산업 쌍방이 추구하는 성과를 동시에 거두며 상호 시너지 효과를 낼 수 있는 새로운 관광의 유형이다.

의료관광상품은 크게 질병치료 관광상품, 미용성형 의료관광상품, 전통의료 관광상품 등 3가지로 나누어지며[2], 최근 동양의 전통치료법을 중심으로 한 의료관광 상품개발을 위한 세계 각국의 경쟁이 갈수록 치열해지고 있다[3]. 그 중에서도 ‘음식과 약은 근원이 같다’라는 동양의 약식동원(藥食同源) 사상을 바탕으로 한 차별화된 의료관광 상품이 부각되고 있다[4].

이러한 관점에서 볼 때, 세계적인 건강·자연식으로 잘 알려진 한식이 갖고 있는 건강 지향적 개념과 전통한의학의 독자성과 체계성이 잘 나타난 약선(藥膳)음식 등과 같은 전통의학적 요소를 결합하여 하나의 문화콘텐츠로 융합한다면, 현재의 한국 의료관광에 차별성을 부여하고, 한국형 의료관광 상품의 좋은 소재로 활용할 수 있을 것이다.

이에 본 연구에서는 의료관광 선진국으로 잘 알려진 인도의 사례를 통해 음식을 통한 의료관광 상품의 가능성 및 한식을 활용한 한국 의료관광의 경쟁력 향상방안, 한국형 의료관광 상품개발 방안 등에 대해 살펴보고자 한다.

이를 위하여 다음과 같은 연구목적을 설정하였다.

첫째, 음식과 건강 및 한식과 건강 간의 관계에 대해 알아보고, 음식이 의료관광 상품 속에서 어떠한 모습으로 나타나고 있는지 살펴보고자 한다.

둘째, 한국과 인도의 의료관광 상품 속에서 음식이 어떠한 역할을 하고 있는지 비교함으로써, 향후 한국의 의료관광 상품의 경쟁력 향상을 위한 차별화 방안 등에 대해 논의해 보고자 한다.

2. 이론적 배경

2.1 음식과 건강

세계적인 웰빙(wellbeing) 열풍과 급격한 고령화 현상으로 삶의 질에 대한 관심이 높아지면서 사람들은 보다 ‘건강한 삶’, ‘편안한 삶’을 추구하고, 먹을거리 또한 인공보다는 자연을, 합성보다는 천연을 선호하고 있다[5]. 이에 따라, 천연 양념과 채소, 과일 등 천연재료를 주로 사용하는 동양의 음식이 건강식으로 간주되면서 그 관심이 높아지고 있다. 동시에 건강증진 및 치료를 위한 대체요법의 일종으로 신선

한 채소나 과일의 생화학적 특성을 이용한 파이토케미컬(phytochemical)요법이나 각종 천연재료를 이용한 식이요법 치료에 대한 수요가 증가하고 있으며, 그 바탕에는 동양전통의학 사상인 약식동원이 기초한다[6]. 이처럼 동양전통의학과 음식에 관심을 갖는 사람들이 늘어남에 따라 이를 활용한 의료관광 상품이 개발되고 있다.

대표적인 동양전통의학 중 하나인 인도의 아유르베다(Ayurveda)에 의하면 각각의 식재료는 고유한 맛과 성질을 가지고 있으며, 그 맛과 성질에 따라 특정한 장기가 영향을 받기 때문에 음식을 통해서 질병을 치료할 수 있다고 한다. 또한 체질에 따라 그 효능이 달라지기 때문에 치료 및 건강 유지를 위해서는 개인에게 맞는 요리법, 식재료, 먹는 방법을 달리해야 한다고 주장하고 있다[7]. 인도는 5천년간 이어져온 전통의학인 아유르베다를 현대의학과 결합하여 상호 보완하는 의료관광 상품을 운영 중에 있으며, 국가적인 차원에서 독특한 문화유산인 자국 음식의 의학적 효능을 과학적으로 입증하고, 체질별로 그에 맞는 천연재료를 이용한 다양한 전통요리법을 개발하는 등 아유르베다 의료관광 상품의 활성화를 위한 노력을 아끼지 않고 있다[8][9].

2.2 한국 전통음식과 건강

한국의 전통음식은 다양한 재료와 양념으로 이루어진 자연식에 가까운 음식으로 세계적으로 인정받고 있다. 2004년 세계보건기구(WHO)는 한식을 영양학적으로 균형 잡힌 모범식단으로 선정하였으며[10], 미국 로스앤젤레스의 굿 사마리탄(Good Samaritan) 병원에서는 한식을 ‘영양적으로 가장 적절한 음식’이라고 평가하여 일부 환자들에게 치료식으로 제공하고 있다. 영국 파이낸셜 타임스(Financial Times)지는 ‘가공음식으로 인하여 비만이 증가하는 현대 사회에서 한국음식은 적절한 영양적으로 균형을 보여주는 모범적 사례’로 소개하기도 하였다[11].

또한 한국 전통음식은 예로부터 건강증진 및 치료를 위해서도 사용되어 왔다. 한국 전통의학인 사상체질은 사람의 체질을 4가지로 구분, 각 체질별로 장기에 영향을 미치는 식품의 기능 및 영양적인 특징과 한약재를 조화시켜 질병예방과 체질개선을 위한 한국형 약선음식을 발전시켜왔다. 또한 유네스코 세계기록유산으로 등재된 동의보감에 담겨 있는 약식동원사상과 음양오행(陰陽五行)사상을 바탕으로 각 재료별 효능, 오색오미(五色五味)의 철학이 담긴

한식을 먹음과 같이 음식을 건강을 지키고 증진시키는 수단으로 생각하였다.

[표1] 전통한의학 상의 신체부위별 영향을 미치는 식재료[12]

신체부위	부위별 영향을 미치는 식재료
간(干)	모과, 감귤, 포도, 살구, 배, 석류, 매실, 토마토 등
심(心)	썸바퀴, 달래, 살구씨, 은행, 파래, 여주, 하엽 등
비(脾)	토란, 당근, 배추, 두부, 수수, 땅콩, 수박, 냉이, 죽순, 감자, 완두, 시금치, 고사리, 무, 양파 등
폐(肺)	생강, 마늘, 잣, 부추, 고추, 후추, 달래, 겨자 등
신(腎)	비름나물, 소금, 조, 해파리, 파래, 게, 해삼, 다슬기

※출처: 이상미·황대옥(2006) 연구를 바탕으로 논자 재정리

따라서 약식동원, 음양오행과 같은 차별화된 동양 전통의학 사상에 바탕을 둔 한식과 약선음식은 소비자의 건강 지향적 개념과 동양전통의학에 대한 욕구를 충족시켜 줄 수 있는 귀중한 관광 자원이다.

3. 음식관련 의료관광 사례분석

3.1 국내 사례

최근 세계적으로 의료관광에 대한 경쟁이 심화되면서 한국형 의료관광 상품의 개발이 요구되고 있다. 특히 ‘대장균’, ‘허준’과 같은 드라마를 중심으로 한 한류 열풍을 통해 한식과 한방에 관심이 높아지면서 전통의학을 활용한 의료관광의 필요성에 대한 요구가 매우 높아진 상황이다.

이에 따라 정부는 의료관광 산업을 인바운드 관광 산업의 신(新)성장 동력으로 인식하고 2009년 5월 의료법 개정, 2010년 3월 한방의료관광협의회 발족 및 한방의료관광 활성화 대책을 발표함으로써 한국 의료관광 산업을 위한 새로운 전기를 마련하였다.

하지만 관련업계의 인식 및 경험 부족과 전략 부재로 인해 국내 의료관광 산업은 아직 초기단계에 머물러 있으며, 상품의 내용도 극히 한정적이다. 외국인 대상 국내 의료관광 상품을 살펴보면 질병치료 및 예방을 목적으로 하기 보다는 미용성형을 주목적으로 한 의료관광 상품이 대부분이며[표2], 일정에 포함되어 있는 건강식은 개별적인 진단 및 체질에 따라 처방된 음식이라기보다는 외국인들이 선호하는 메뉴를 중심으로 구성되어, 의료관광객이 아니어도 국내관광 중인 외국인이라면 접하기 쉬운 음식들로 의료관광의 차별화된 체험으로 구분하기는 어렵다.

물론 C한방테마파크의 의료관광 상품처럼 전문 의료종사자의 처방을 통해 동의보감에 근거한 식사와 한방차 등 개개인에 맞는 식이요법을 제공하고, H웰니스센터와 같이 질병 치료, 예방 등의 방문목적에 따른 개인별 건강 식단을 제공을 하는 경우도 있

다. 하지만 이는 주로 내국인을 대상으로 한 상품으로써 외국인 관광객을 수용할 수 있는 전문 인력과 한방투어시설과 같은 물리적인 환경의 부족 및 의료기관과 관광업계의 협력부족으로 한국의 전통의학과 한식 등에 관심을 갖고 이를 통해 치료를 받고자 하는 외국인의 요구를 충족시키기는 어려운 실정이다.

[표2] 음식체험관련 국내 의료관광상품 현황

대상	주관 및 주최	상품명	상품내용
외국인	K여행사	아름다워지는 여행 ~서울	◦ 한방 에스테틱 체험 및 스파 ◦ 한국 건강식 체험 : 삼계탕, 한국 전통죽, 찜밥, 건강비빔밥, 부침개
	B여행사	메디컬 에스테틱 체험 in 서울	◦ 한방 에스테틱 체험 및 공연관람 ◦ 몸이 아름다워지는 음식 체험 : 삼겹살, 삼계탕, 도가니탕
	H여행사	반짜반짜 서울B	◦ 한방 에스테틱, 테라피 등 ◦ 건강식체험 : 삼계탕, 비빔밥, 삼겹살
내국인	C한방 테마파크	약선요리 여행	◦ 약선요리코스 - 식식: 산삼 이용 약선 식사 - 조식: 생식 이용 해독요리 - 중식: 시골밥상
	H웰니스 센터	-	◦ 센터 내 제공 건강 식단 - 단식용 주스, 유기농 생채소와 잡곡밥, 저염식 건강 밥상

※출처: 국내여행사 상품을 바탕으로 논자작성

3.2 인도 사례

인도의 전통의학인 아유르베다는 고대 의학서인 차라카 삼히타(Charaka Samhita)에서 발견된 이론을 주축으로, 단순히 질병을 치료하는데 그치지 않고 질병의 원인을 제거하는데 목적을 두고 있다. 아유르베다의 기본은 약초와 천연 재료를 사용한 음식에 있으며, 식이요법과 약재요법을 통해 몸과 마음, 자연의 균형을 추구하고 있다. 이러한 치료법은 인체의 신진대사를 거스르지 않고 점진적으로 효능을 발휘하며, 화학물질의 섭취를 최소화 하여 부작용이 거의 없다는 장점을 갖고 있다[13]. 따라서 음식을 이용한 개인별 처방 및 치료가 가능한 인도의 전통 의학을 체험하기 위해서 세계 각국에서 의료관광객들이 인도를 방문하고 있다.

인도 의료관광의 특징은 미국 유럽선진국에 비해 저렴한 의료비용 및 다양한 의료치료가 가능하다는 것이다. 의료관광과 관련하여 3,000개 병원과 72만 6,000여 명의 등록된 전통의학 개업의와 각종 의료관광 관련 시설들이 구비되어 있으며[14], 특히 아유르베다와 현대의학이 결합한 협진 진료가 가능하다는 점이 장점으로 꼽힌다.[15]

인도 상공회의소(ASSOCHAM)에 따르면, 2010년

개최되는 커먼웰스게임(Commonwealth Games) 이후, 인도 의료관광 산업의 총 수입은 80억 루피(약 1억7600만 달러)에 달하며, 이 중 아유르베다 관련 수입은 62.5%인 50억 루피(약 1억1000만 달러)에 해당될 것으로 예상하고 있다[16].

아유르베다 상품의 일반적인 형태는 개인별 맞춤형 진단 후 그에 따라 치료가 이루어지기 때문에 상품의 내용이 정해져 있기 보다는, 관광객의 체재일정과 패키지투어, 호텔 및 운송수단의 예약, 관광객 특별요구사항 등에 따라 그에 맞는 예산별 상품을 안내한다. 의료관광 시설 방문 시 치료를 위한 전통 음식 체험 및 음식의 소화를 도와 치료를 원활하게 하기 위한 운동·마사지가 주로 구성된다[17].

3.3 국내와 인도의 사례 비교 및 분석

한국의 전통의학과 인도의 전통의학은 오래된 역사와 내용의 독창성, 전 세계적으로 그 유효성을 인정받는다는 점에서 유사점을 찾을 수 있다.

[표3] 한의학과 아유르베다의 특성

구분	한의학	아유르베다
인체구성요소	금,목,수,화,토의 5가지 오행으로 분류	흙,물,불,공기,공간의 5가지로 구분
체질	사상체질에 의거 태음,태양,소음,소양인 분류	바타, 피타, 카파 3가지 체질로 분류
인체내부조직	오장육부로 나눔	신체조직을 7가지로 나눔
공통	약식동원 사상에 의거하여 음식을 질병을 치료하고 건강을 유지하는 수단으로 사용	

※출처: 선행연구를 바탕으로 논자 재정리

또한 인체의 구성요소, 체질, 인체내부조직을 나눈다는 점, 음식이 질병치료 및 건강 유지에 있어 핵심이 된다는 점에서 비슷한 맥락을 갖고 있으며[표3], 대체의학과 천연 식재료 및 약재를 이용한 자연주의적 치료가 선호되고 있는 오늘날의 추세에 부합한다는 공통점을 갖는다.

일찍이 인도는 전통 의학을 의료관광에 접목, 상품화하였고 오늘날 인도 의료관광의 60%이상이 아유르베다 관련 상품임을 보았을 때, 전통의학에 기반한 음식 의료관광이 경쟁력을 지니고 있음을 알 수 있다. 특히 반면년의 역사를 바탕으로 발전해 온 한식은 다른 나라의 음식과 차별화된 우수성을 가지고 있으며 세계화에 충분한 잠재력을 가지고 있어[10] 이를 활용한 한국형 의료관광 상품의 개발이 충분한 가능성을 갖는다.

4. 한국 의료관광의 국제경쟁력 향상을 위한 제언

한식은 영양학적으로도 그 건강성을 입증 받았으며, 한국형 의료관광의 소재로 활용 가능성이 높다. 2009년 국가브랜드 위원회가 주한 외국인 1,000명을 대상으로 실시한 조사에서 가장 먼저 떠오르는 한국의 이미지로 한식이 꼽혔으며, 선행연구를 통해 외국인들의 한식에 대한 이미지로 ‘건강식이다’, ‘자연적이다’라는 점이 가장 높게 인식된 사례를 볼 때 [18], 세계인의 기억 속에 한식은 한국을 대표하는 건강음식으로 자리 잡고 있으며, 관광상품의 소재로 많은 매력을 가지고 있음을 알 수 있다. 한식의 이 같은 특성을 활용하면 보다 차별성 있는 한국형 의료관광 상품의 개발이 가능할 것으로 생각된다.

따라서 한국 의료관광의 경쟁력을 향상하기 위해서는 첫째, 한식을 접목시킨 의료관광 상품의 개발이 요구된다. 우리나라를 비롯한 외국에서도 음식을 활용한 다양한 치료법이 존재하지만 실제 이를 의료관광으로 접목한 사례는 많지 않다. 한국의 전통의 학사상이 반영된 약선음식을 치료법으로 제공하는 의료관광 상품의 개발이 가능하다.

둘째, 한식이 가진 이미지를 활용한 한국 의료관광의 차별화 전략이 필요하다. 한국의 의료관광은 인근 의료관광선진국인 태국이나 싱가포르에 비하면 아직 시작단계에 있다. 이들 시장에 성공적으로 진입하기 위해서는 차별화된 전략이 요구된다. 이미 세계에 건강식으로 널리 알려진 한식을 활용해 한국 의료관광에 대한 긍정적인 이미지를 심어주고, 의료관광 상품 내에 다양한 한식 체험을 가능케 함으로써 차별화를 꾀할 수 있다. 아울러 우리의 전통문화와 한식의 우수성을 동시에 알릴 수 있는 좋은 기회로 삼을 수 있을 것이다.

올해 세계 의료관광객 4,000만 명, 130조 시장이 전망되는 가운데, 후발주자로서 한국의 의료관광이 현재를 어떻게 대처해 나가느냐에 따라 미래 청사진을 그려갈 수 있을 것이다.

5. 결론

본 연구는 음식과 건강, 한국의 전통음식인 한식과 건강에 대한 관계를 규명하고, 의료관광선진국으로 잘 알려진 인도의 사례를 통해 전통의학을 기반으로 한 음식의 의료관광 상품화 가능성을 살펴봄으로써 한식을 활용한 한국 의료관광의 경쟁력 향상방안을 제시하였다.

한식은 건강과 관련하여 그 우수성이 입증된 데 비해 의료관광 분야에서는 거의 활용되지 않은 미개

척분야로 잠재적 가치가 높은 자원이라 할 수 있다.

의료관광시장의 후발주자로서 한국이 경쟁력을 갖기 위해서는 첫째, 약선음식과 같이 고유의 전통의 학사상이 담긴 음식을 통해 치료를 하는 한국형 의료관광 상품의 개발이 요구되며 둘째, 건강한 음식으로 널리 알려진 한식의 이미지를 적극 활용하여 한국 의료관광이 타 국가와 차별성을 가질 수 있도록 해야 한다. 따라서 한국 전통음식을 통해 한국형 의료관광에 차별화를 줄 수 요소를 정확히 파악하고, 이를 활용한 전략과 방안을 개발할 수 있는 다양한 연구가 이루어져야 할 것이다.

참고문헌

- [1] 이응규·정병용, “의료관광 활성화를 위한 사례연구”, 관광연구저널, 제21권, 제2호, pp. 389-406, 2007.
- [2] 정명숙, “의료관광 활성화 방안 연구”, 한국항공경영학회 추계학술발표대회, pp. 225-236, 12월, 2007.
- [3] 손수진, “의료관광 산업 활성화 방안에 관한 연구”, 문명연지, 제9권, 제2호, pp. 9-35, 1월, 2009.
- [4] 이상미·문보영·이정원, “부산의 헬스투어관련 상품화 가능성과 활성화에 관한 연구”, 호텔관광연구, 제10권, 제3호, pp. 203-216, 9월, 2008.
- [5] 정해옥, “한식의 브랜드화 방안”, 국학연구, 제8집, pp. 161-188, 2006.
- [6] www.mediescapes.com/Naturopathy_India.html
- [7] Mamtani R & Mamtani R, “Ayurveda and yoga in cardiovascular diseases”, Cardiol Rev, 제13권, 제3호, pp. 155-62, 5/6월, 2005.
- [8] www.fda.moph.go.th
- [9] www.india-forums.com
- [10] 김행란·전혜경, “한식세계화 추진현황과 연구방향”, 농업전망, pp. 198-201, 1월, 2010.
- [11] 이민아, “한식의 세계화 전략”, 식품과학과산업, 제4권, 제4호 pp. 2-15, 12월, 2008.
- [12] 이상미·황대옥, “외식산업에서 약선음식의 인지도”, 한국콘텐츠학회, 제6권, 제11호, pp. 65-73, 2006.
- [13] www.incredibleindia.co.kr
- [14] www.assochem.org
- [15] www.ayurveda.co.kr
- [16] www.pharmstoday.com
- [17] www.indianholiday.com
- [18] 박소현·이민아·차성미·곽창근·양일선·김동훈, “외국인의 한식에 대한 브랜드 이미지 분석”, 한국식품조리과학회지, 제25권, 제6호, pp. 665-660, 2009.