

外国人患者誘致事業の活性化方案

이영호(李永好) 保健産業振興院
外国人患者マーケティングチーム長

外国人患者誘致活性化のためには制度的整備とともに、医療機関の付帯事業範囲を広げて、国際的水準の人力と施設などのインフラ構築を要する。しかし、より根本的な外国人患者誘致の核心的事項は、医療技術と医療水準である。世界的水準の医療技術があれば外国人患者誘致事業も活性化できる。

ヘルスケア産業は自国民治療のみのために医療サービスを提供した時代から、世界人を対象とする医療サービスを提供する形態に急速に変わっている。すなわち、自動車、電子製品など他の産業と同様に自国内競争で世界有名病院と競争するグローバル化時代に入っている。実際にグローバルヘルスケア市場は急速に成長している。

グローバルヘルスケアクラスメディアであるRNCOS(2008年)

(http://www.gii.co.jp/medical_device_report.shtml) は、海外医療サービスを利用する患者が 2010年には 4千万人にのぼると展望しており、マッケンジー報告書は世界のヘルスケア市場規模が 1,000億ドルに到達すると予測している。

1. 外国人患者誘致産業の定義及び方向

外国人患者誘致事業の課題を点検するに先立ち、外国人患者誘致事業と医療観光に対する概念を明らかにする必要がある。Medical Travel、Medical Tourism、Healthcare Tourism、Global Healthcare など多くの用語が登場している。国内でも外国人患者誘致と医療観光用語が政府、民間、学界など各分野で混用されて使われている。先に言及したように Medical Travel など英文が韓国語に変換される過程で〈医療観光〉と翻訳されただけだ。

これら双方の市場は全く違った性質を持っており、準備すべき事項・誘致戦略が明確に相違するので、本文では疾病治療のために韓国を訪問しようとする外国人患者誘致のために国内医療機関が準備すべき事項を点検する。

外国人患者誘致は外国人患者が、がん、心臓疾患など疾病治療を目的に入国することで、医療観光は一般観光客が旅行あるいは観光の中でメディカルSPA、皮膚管理、健康検診など医療サービスを体験することとは区分する必要がある。

外国人は自国の高い治療費用、長い医療待ち時間、低い医療水準によって、合理的な医療を受けるために海外への移動である。

このような国際医療市場の変化に従って政府は「グローバルヘルスケア事業」を「政府17大新成長動力事業」のひとつに選定し、外国人患者の誘致斡旋行為を許容する医療法が5月1日から本格的に施行され、国家戦略産業で育成のために汎政府的次元で非常に高い関心を持っている。

2. 外国人患者誘致活性化のために均衡の取れた方向提示

外国人患者を誘致することができる基本的制度的環境が造成されたにもかかわらず、少なくない国内医療機関はどんな準備をどのようにすれば良いかを悩んでいる。したがって外国人患者誘致事業の成功的な遂行のために何種かの方向を提案する。

まず、医療機関は外国人患者誘致のための明確なターゲット設定が必要である。外国人患者を誘致する国を決め、すべての診療科目の医療サービスを提供するよりは、1つの専門治療分野を選定して集中的に海外広報に重点を置いて事業を進行して行くべきである。タコ足式の医療サービス提供は外国保険会社、エージェンシー、そして患者を混乱させる。

2番目は、外国人が一番気にする国際医療報酬を提示すべきことである。

医療サービス水準も非常に重要だが、外国人患者には他の国々の診療費と比較できる情報を提供することで、医療価格に対する透明性を確保できる。

これを通じて、他の国々と价格的な面で競争して行くことができるし、また一部の診療に対する価格競争力側面で、他の国家に対する价格的に優位があることを消費者に明確に提示することができる。

また診療費に対する透明性は単純な価格競争力以上に国内医療サービスを利用しようとする外国人患者に医療紛争・事故に対する徹底的な準備が要求される。

3番目には医療紛争・事故に対する裁判をどの国とするかを診療・治療の前に契約書で文書化しなければならず、医療紛争を最小化するために医療機関は自主的に医療紛争・事故予防ガイドラインを準備しなければならない。

とくに外国人患者について事故の範囲は単純に患者を治療する過程で発生する医療事故の範囲を越えて、外国から入国して出国するまで、すべての過程を含むものである。したがって外国人患者の空港入国から病院訪問、出国までのすべての部分に細心の注意を傾けなければならず、不意の事故などに対する対処方を準備しなければならない。

とともに、外国人患者誘致業者の紹介を受けて外国人患者を診療する場合、必ず医療法で定めた外国人患者誘致資格があるか、すなわち外国人患者誘致登録業者であることを確認して契約を締結して関連事故が発生した場合は迅速で適切な方法で法的措置を取らねばならない。

4番目は国際ネットワークを構築して積極的な国際マーケティング活動を展開して行くことである。過去のマーケティング概念は、個々の企業が潜在消費者の必要や欲求を探索し、これを今後提供する商品及びサービス計画に含めて生産されるサービスを消費者に広報して購買させる活動で企業の利潤を最大化させることにその目的を置いていた。

このようなマーケティング概念は、“新しい需要を創造して高い生活水準を配給しながら、ひいては経済に寄与しようとするシステムの企業活動 (P. mazur, M. P. McNair)” に範囲が広がっている。

すでに医療サービスも一つの商品と認識されており、世界人に対してより良い医療サービスの提供と多様な医療サービス利用代案を提示することである。

したがって韓国医療の国際マーケティング活動は新しい需要を新たにつくるだけでなく、国家イメージ向上にも相当することである。

また、戦略的な国際マーケティング活動は、外国人患者誘致事業の成否を決める非常に重要な要

素である。これを行うための詳細内容は国内医療サービスの国際的な認知度を確保するための多様な国際ネットワークと広報活動が必要である。国際的な医療観光展示会などの国内誘致を通じて韓国を世界に知らせ、我々が持っている長所を十分に認知させなければならない。また国内展示会の誘致だけではなく多くの国で開催される行事に直接参加して、外国の病院の中で競争力ある部分を広報しなければならない。また外国現地にあるエージェンシー、保険会社、旅行社などを対象にネットワークを継続的に拡大して行くと同時に、外国のバイヤーが韓国への関心を誘発できるきっかけを準備しなければならない。

しかし、このような活動は、まず最小限の準備の先行から始めなければならない。多国語ホームページを構築し、医療機関及び医療サービスに対する情報をまず、外国人患者に提供しなくてはならず、国内医療サービス利用に対する意思疎通窓口が用意されなければならない。また、医療機関別に差別化されて専門的な医療サービスを提供できる診療科目を選定し、それを国際市場に明確に認識させられる戦略の樹立が必要である。

五番目は外国人患者を誘致するための内部インフラ構築が必要なことである。このなかでも、外国人患者と最も多く接触する外国語が上手な国際診療コーディネーター養成が急務である。コーディネーターは言語、医療知識、外国文化に対して非常によく訓練されており、患者が意思疎通に問題や不安感を感じないで医療サービスを受けるようにするのに大きい役目を遂行することになる。外国人患者との正確で円滑な意思疎通は、心身が正常ではない外国人患者に非常に肯定的な信頼感を造成することになる。

したがって医療機関は専門化された国際診療コーディネーターを保有する必要があり、政府は外国人患者の対応ができる専門人材を養成する教育機関の拡充と持続的な支援が必要である。

このほかにも医療機関は契約書、問診表など外国語書式準備、病院内外国語案内表示版、食事メニュー、外国文化の理解、国際的水準のサービスマインドなど、国際的水準の医療サービスを提供できる医療機関環境造成が必要である。そして医師、看護婦など内部職員が積極的に外国人患者を誘致するような報酬体系の用意など、モチベーション方案が用意することでこそ、医療機関内部の積極的参加を導出することができるだろう。

3. 外国人患者誘致活性化のための解決課題

この外にも外国人患者誘致活性化のために制度的に解決すべき課題がある。外国人患者が韓国で自国の医療関係者に治療を受けたなら、自分の国のような気楽さが持てるだろう。しかし韓国で外国医療関係者の診療、看護活動は制度的に禁止されている。また、外国人に不便さを与えないためには、医療機関の付帯事業範囲を広げる必要性もある。

外国人患者が韓国に入国時、保護者を伴う可能性が高い。これら保護者が居住できるレジデンスあるいはゲストルームなどの便宜施設も必要である。最後に医療機関は外国人患者により良い環境を造成するためには国際的水準の人力・施設などインフラ構築のための新しい投資財源が必要だろう。

これを支援するためには金融支援方案の用意も必要である。また先進医療経営技法導入など解決しなければならない課題も山積している。

しかし、外国人患者誘致の核心的な事項は医療技術、医療水準である。韓国医療技術をより発展させるための研究・開発に対する絶え間ない努力が必要である。世界的水準の医療技術は外国人患者誘致をさらに容易にできるはずで、韓国民にも良質の医療サービスが提供できるだろう。

4. 韓国医療をアジアの医療ハブに

すでに大韓民国は先進国水準の医療を基盤に、外国人患者誘致を本格化した。外国人患者の国内誘致を通じて、局部増進と医療サービス産業の公共性維持という2兎を得る大きな目標も共に持っている。韓国はシンガポール、タイなど医療観光に先に飛びこんだ国々より少し遅れ気味ではあるが、国際的水準の医療技術と価格競争力をうまく活用することで十分に国家戦略産業として成長できる可能性がある。

今後の医療サービスの新しいパラダイムは、国内患者を主とした医療サービス提供形態から、世界人を対象とした医療サービス提供形態で医療サービス市場のグローバル化に急速に転換している。韓国は良質の医療関係者を多く保有しており、医療技術も先進国水準に到達しているので、重症度の外国人患者誘致の活性化は、韓国医療ブランドを強化させる貴重なチャンスと考えられる。さら進んで世界医療市場に向かって高水準の韓国医療の明確なポジションニングを通じて韓国医療がアジアの医療ハブに生まれかわることを期待する。