

- 2025년 2분기 인바운드 관광 동향 -

의료관광을 통한 일본인 소비 증대로 방한시장 활력 제고

'25. 6월 / 한국관광공사 도쿄지사

① 인바운드 관광과 일본시장

- (초성숙 방한시장) 일본은 과거 한국 정부가 관광을 국가 전략산업으로 채택하여 집중 육성한 1960년대 이후, 반세기가 넘는 기간 동안(~'12년) 방한 제1시장 차지
 - '12년 역대 최대 일본인 관광객인 352만 명(전체의 31.6%)을 유치, '13년 이후 중국이 방한 1위로 올라선 이후에도 굳건히 제2시장으로서 안정적인 수요 기반 유지
 - 팬데믹 이후 일본 아웃바운드(일본인의 해외여행) 회복세가 저조('23년 47.9%, '24년 64.8%)한 상황임에도 불구하고, '23년에는 232만 명을 유치하여 11년 만에 방한 제1시장으로 올라섰고, '24년은 팬데믹 확산 직전인 '19년 대비 98.5%를 회복하여 방한시장 성장에 크게 기여

< 주요 방한 통계 >

구분	전체 방한객(명)	방한 일본인(명)	전체비 비중(%)
2012년 (역대 최대 일본인)	11,140,028	3,518,792	31.6
∴	∴	∴	∴
2019년 (역대 최대 외래객)	17,502,756	3,271,706	18.7
∴	∴	∴	∴
2023년 (엔데믹 원년)	11,031,665	2,316,429	21.0
2024년	16,369,629	3,224,079	19.7
2025년 1~4월	5,577,360	1,040,414	18.7

- (MZ세대 여성층이 한국여행 주도) 방한일본인의 남녀 비율은 약 1:2이며, 여성 중에서도 20대 24.9% 및 30대 9.9%가 대다수로 팬데믹 이후 확산된 4차 한류 핵심소비층과 일치

< 2025년 1~4월 일본인 관광객 입국 세부통계(승무원 제외) >

연령대	남자		여자	
	관광객 수(명)	비율(%)	관광객 수(명)	비율(%)
전체	1,074,242	31.9	2,287,847	68.1
61세 이상	161,726	4.8	234,493	7.0
51세~60세	194,101	5.8	337,642	10.0
41세~50세	194,361	5.8	297,635	8.9
31세~40세	169,539	5.0	331,609	9.9
21세~30세	251,787	7.5	837,634	24.9
20세 이하	102,728	3.1	248,834	7.4

- (개별관광 및 재방문 多) 초성숙시장으로서 개별관광이 96.4%로 보편적이며 지리적으로 가까운 특성으로 방한 체재기간은 3.7일로 다소 짧고, 4회 이상 한국 재방문율은 44.7%로 전 세계 1위
- (제한적 소비) 일본인에게 한국은 전통적으로 ‘安(싸고), 近(가깝고), 短(짧게)’ 다녀오는 해외여행 목적지로 ▲소비력이 비교적 낮은 2030 세대가 방한시장을 견인함과 동시에 ▲일본인이 방한 시 참여한 활동으로 쇼핑(84.3%)보다 식도락 관광(90.8%, 전 세계 평균 80.3%)이 높으며, ▲일본인이 선호하는 쇼핑품목*(화장품, 김 등)은 단가가 낮은 경우가 많으므로 국제교통비를 제외한 1인당 지출경비는 USD 806.8, 1일 지출경비는 USD 226.8로 타 국가 대비 비교적 낮게 형성

* ▲(일본인 선호 쇼핑품목) 식료품(41.9%), 화장품 및 향수(32.4%) 順, ▲(즐거 찾는 쇼핑장소) 편의점(86.5%), 소규모상점(52.7%), 대형할인마트(51.4%) 順

< 방한 일본인의 주요 방한형태('24년 외래관광객조사) >

구분	일본	전체(전 세계)
개별여행(%)	64.5	80.5
에어텔(%)	31.9	7.8
개별여행+에어텔(%)	96.4	88.3
체재기간(일)	3.7	6.7
4회 이상 재방문율(%)	44.7	26.1
1인당 지출경비(USD)	806.8	1,372.4
1일 지출경비(USD)	226.8	236.4

- (높은 방한심리) 지리적 이점, 저렴한 여행비용, 한류 등 영향으로 한국은 엔데믹 직전인 '22년 하반기부터 현재까지 각종 해외여행 목적지 조사에서 상위권 차지, 일본인이 가고 싶은 해외여행지로 각광
- ('25년 여름 해외여행지 조사) ▲(레이와트래블) 1위 한국, 2위 대만, 3위 필리핀, ▲(익스피디아) 1위 호놀룰루, 2위 서울, 3위 싱가포르, ▲(JTB) 1위 하와이, 2위 한국, 3위 대만 順

< '25년 여름 해외여행지 조사 >

순위	레이와트래블 (국가)	익스피디아 (도시)	JTB (국가)
1	한국	호놀룰루	하와이
2	대만	서울	한국
3	필리핀	싱가포르	대만
4	하와이	방콕	싱가포르
5	태국	발리	괌
6	싱가포르	파리	미국
7	-	타이베이	호주
8	-	다낭	홍콩/마카오
9	-	로스앤젤레스	인도네시아
10	-	오렌지카운티	태국

② [방한] 일본인의 미용·의료 동향

- (방한일본인 환자 수) '24년 전체 방한 외국인 환자(117만 명) 가운데, 일본은 총 44만 명으로 1위를 기록하며 전체의 37.7% 차지
 - 이는 전년(18만 명) 대비 135.0%가 증가한 것으로, 일본이 엔데믹 이후 방한 의료관광 회복 및 시장 확대를 주도하고 있음을 시사

< 연도별 일본인 환자 유치인원(의료기관이 정부에 보고한 실적 기준) >

연도	전체(명)	일본(명)	비중(%)	연도	전체(명)	일본(명)	비중(%)
2009년	60,201	12,997	21.6	2017년	321,574	27,283	8.5
2010년	81,789	11,035	13.5	2018년	378,967	42,563	11.2
2011년	122,297	22,491	18.4	2019년	497,464	68,411	13.8
2012년	159,464	19,744	12.4	2020년	117,069	14,077	12.0
2013년	211,218	16,849	8.0	2021년	145,842	3,305	2.3
2014년	266,501	14,336	5.4	2022년	248,110	21,757	8.8
2015년	296,889	18,884	6.4	2023년	605,768	187,711	31.0
2016년	364,189	26,702	7.3	2024년	1,170,467	441,112	37.7

- (방한일본인 진료과목) 피부과가 전체의 69.8%로 압도적으로 높은 인기를 보이고 있으며, 성형외과(14.0%), 내과(6.3%), 한방(6.1%), 외과(0.6%) 順이며, 한방은 전체 국가 중 가장 높은 순위
 - 한편, 전년 대비 과목별 성장률의 경우, 피부과(155.2%) 다음으로 한방(150.9%), 내과(102.6%)도 높게 형성

< '24년 일본인 진료과목 현황(8위 이하 '기타'는 미산입) >

순위	과목	인원(명)	비중(%)	연도	과목	인원(명)	비중(%)
1위	피부과	308,116	69.8	5위	일반외과	2,539	0.6
2위	성형외과	61,918	14.0	6위	치과	1,285	0.3
3위	내과통합	27,963	6.3	7위	검진센터	977	0.2
4위	한방통합	26,716	6.1	전체	-	441,112	100.0

- (방한 체류기간 및 비용) 피부과 진료의 경우, ▲(기간) 전체의 95% 이상이 2박 이상 체재하는 경향으로, 2박 3일(45.8%), 3박 4일(19.9%), 1박 2일(19.7%), 4박 5일(5.3%), 당일치기(4.1%) 順, ▲(비용) 8~15만 엔 (25.0%), 5~8만 엔(19.3%), 15~18만 엔(14.6%), 5만 엔 미만(12.5%) 順으로 15만 엔 이상도 전체의 40%를 넘어, 시술비용은 비교적 합리적이나 항공·숙박비용을 포함하면 일정 수준의 비용 부담이 발생
- (한국의 미용·의료 선호) 세계적 수준의 기술력(환자 맞춤형 시술 등), 시술 과목의 다양성, 일본 및 구미주권보다 약 30~50% 저렴한 비용 대비 우수한 효과 등을 이유로 한국의 미용·의료를 선호

* "일본보다 가격이 저렴하고, 한국여행을 계획하고 있었기 때문에 검사검사 시술을 받을 수 있었다." (30대 여성, 사각턱 보톡스 시술), "가격이 저렴해서 10만 엔으로 받을 수 있는 시술 개수가 다르고, 시술 후 무료 진정 팩 등도 좋았다. 회복기간 동안에도 서울시내 관광을 즐길 수 있었다." (20대 여성, 아트 메이크업 시술)

< 일본과 한국의 미용·의료 시술 차이점 >

구분	일본	한국
시술 주체	기계 중심	의사 중심
특징	안전성 중시 (시술법 정형화, 시술 간 차이 적음)	효과성 중시 (독자적인 시술법 및 약제 배합으로 관련 개발경쟁 활발)
가격 (예시)	쌍꺼풀 수술 2~3백만원, 기미제거 10만원(1~5mm)	쌍꺼풀 수술 1~2백만원, 기미제거 50~80만원(얼굴 전체)

- (인기 성형·시술 순위) 일본인에게 인기 있는 한국 성형·시술은 ▲(성형) 코끝성형, 얼굴 지방분해주사, 사각턱 수술, 몸 지방분해주사, 광대 축소, 쌍꺼풀 수술 順, ▲(시술) 인모드, 사각턱 보톡스, 입술 필러, 윤곽 주사, 리프팅 시술, 코 필러, 레이저 제모 順
- (정보원) 방한 의료관광 시 활용한 정보원은 한국 정부기관(78.1%), 지인(43.8%), 한국 관광안내소·의료관광안내센터(24.7%), SNS(13.7%) 順

- (화장품 구입 관련 세대별 조사결과) ▲SNS 상 화제를 모은 화장품 구입경험 Z세대 50% 이상, 밀레니얼세대 40%, ▲특정 인물 영향으로 화장품 구입경험 Z세대 80%, 밀레니얼세대 60%
- (예약방식) 방한 의료관광 희망 시, 여행사·에이전시 등을 통하지 않는 직접 예약이 89.0%로 타 국가(50.8%) 대비 압도적으로 높음
- (방한 의료서비스 만족도) 방한 의료관광 경험자의 재방문의향은 89.0%으로 전체(85.6%) 대비 높게 나타남 ▲(만족) 의료진 전문성(77.7%), 의료기관 환경(76.4%), 가격 적절성(74.7%) 順, ▲(불만족) 귀국 후 사후 관리 안내/서비스(61.3%), 의료진의 친절성(67.8%), 코디네이터 전문성(67.8%) 順
- (피부과 치료 불만족 사항) ▲정기적으로 내원하기 어려움(41.4%), ▲안전성에 대한 불안(32.3%), ▲가성비가 좋지 않음(29.0%), ▲사후 관리 및 트러블 대응(22.5%), ▲통역(17.4%), ▲짧은 상담시간 및 불충분한 설명(16.7%) 順으로 나타나 만족도가 높음에도 불구하고 지속성 및 안전성 측면에서 과제 有
- (미용 관련 웹·어플리케이션) 한국 미용에 특화된 웹·어플리케이션으로는 KONEST, 강남언니 등이 대표적

< 한국 미용 관련 주요 웹·어플리케이션 >

웹·어플리케이션명	특징	URL
KONEST	한국 여행정보 및 미용·의료 할인쿠폰 등 제공하는 한국여행·생활 종합 커뮤니티	https://www.konest.com
강남언니	일본 국내 및 한국의 성형, 피부과 등 검색 및 예약 사이트(가입자 수 150만 명)	https://www.gangnamunni.com/jp

- (성별·연령 불문 한류 인기로 미용 인지도 高) 일본은 '03년 드라마 <겨울연가>가 촉발한 1차 한류를 시작으로 지난 20년 간 한류의 글로벌 성장과 함께한 시장이며, 팬데믹 기간 중 OTT 서비스의 인기 및 Z세대가 주도하는 한류 콘텐츠 확산 등의 영향으로 성별과 세대를 불문하고 한국문화를 소비하는 4차 한류*까지 확장

* (일본 내 한류 인기테마 및 주 소비층) ▲(1차) '03년~ 드라마 / 중년 여성 중심, ▲(2차) '10년대초~ K-pop / 2030 K-pop팬 중심, ▲(3차) '16년~ 미용·음식(신한류) / 1020 여성 중심, ▲(4차) '20년~ OTT 서비스 영향 / 전 세대·남성층까지 확장

- 특히, 일본 청년들은 한류 콘텐츠를 통해 접한 한국어 단어를 일상적으로 친근하게 사용하며, 유력 SNS 중 하나인 Instagram에서도 한국 미용 관련 해시태그*들이 큰 인기를 모으고 있음

* (해시태그) 한국화장품 405만 개, 한국코디 174만 개, 한국드라마 108만 개, 한국 화장 102만 개, 한국풍헤어 72만 개, 한국스킨케어 66만 개, 한국남성패션 10만 개 등

- 이제 일본에서 한류는 일시적 현상이 아닌 일상생활에 뿌리내린 문화로 정착하고 있어 코리아타운을 넘어 일본 백화점 등 주요 상업시설에서는 한국 브랜드 입점 또는 팝업스토어 운영에 집중하고 있으며, 다양한 미용업계에서 '한국풍 네일', '한국식 헤어스타일', '한국 느낌의 헬스장' 등 '한국'을 고객 유치 수단으로 전면 활용

<p>한국 특집 잡지 'STORY' (출처: CLASSY online)</p>	<p>한국풍 미용실 (출처: Beauty Pepper)</p>	<p>한국식 다이어트 헬스장 (출처: Instagram 광고)</p>

○ (한국 미용에 대한 남성층의 관심 多) 한편, 남성층에서도 한국 패션, 화장품, 헤어스타일 등에 대한 관심이 높아지면서 여성 중심 시장을 넘어 남성 대상 제품 및 콘텐츠로 점차 영역 확장

- (한국 스타일 남성 화장품 출시) '23년 일본 대표 드럭스토어 체인인 '마츠모토 키요시(マツモトキヨシ)'는 누구나 간편하게 한국 스타일 남성 메이크업을 즐길 수 있도록 남성용 화장품 'iisam' 브랜드를 론칭, 멀티팔레트와 톤업크림 등 제품 출시 및 해당 제품을 활용한 한국배우·아이돌 분위기 연출 가이드라인 제시

<p>한국 스타일 화장품 'iisam' 광고 이미지 (출처: PRTIMES)</p>	<p>'iisam' 활용 한국배우 및 아이돌 분위기 연출 (출처: PRTIMES)</p>

- (한국 남자여행 미용 콘텐츠 증가) YouTube 등 한국여행 콘텐츠에서도 기존 관광지 및 음식 중심에서 남성 타겟 미용·의료 시술 체험기, 인기 의류브랜드 쇼핑 등 미용 주제로 다각화 경향

<p>강남 미용클리닉 체험 (출처: YouTube 'チェさん')</p>	<p>한국 서울 2박 3일 미용투어 (출처: YouTube 'KyoN')</p>	<p>한국 인기 패션숍 쇼핑 (출처: YouTube '宮永えいと')</p>

③ [일본 국내] 일본인의 미용·의료 동향

- (시술건수) '22년 기준 총 373.2만 건(외과 85.8만 건, 비외과 287.4만 건)
 - ▲('19년) 123만 건(외과 19만 건, 비외과 104만 건), ▲('20년) 47.3만 건(외과 38.8만 건, 비외과 8.5만 건), ▲('21년) 202.8만 건(외과 28만 건, 비외과 174.8만 건)
- (인기 성형·시술 순위) ▲(외과) 쌍꺼풀 수술, 안면거상술, 안면윤곽 성형, 코 성형 順, ▲(비외과) 제모, 보톡스, 셀룰라이트 치료, 비절개 피부 리프팅 順

< 일본 국내 인기 성형·시술 순위 및 시술횟수('22년) >

순위	외과		비외과	
1위	쌍꺼풀 수술	(45.4만 건)	제모	(61.2만 건)
2위	안면거상술	(8.4만 건)	보톡스	(55.7만 건)
3위	안면윤곽 성형	(6.0만 건)	셀룰라이트 치료	(35.3만 건)
4위	코 성형	(4.9만 건)	피부 리프팅	(19.5만 건)
5위	얼굴 지방 주입	(4.5만 건)	사마귀·기미 치료	(19.5만 건)
6위	지방흡입	(3.6만 건)	지방분해주사 등	(12.5만 건)
7위	자가 모발이식	(3.1만 건)	재생치료	(12.0만 건)

- (안과·치과 목적별 인기 치료과목) ▲(안과) 시력교정(라식, 렌즈삽입술 등), 치료(백내장, 안검하수, 소아근시 등), ▲(치과) 미용(치아미백, 올세라믹 크라운 등), 교정(치열, 부정교합 등)
 - (치아미백 관심 高) 여성층에서 다이어트보다 미백을 우선시하는 경향이 강해지고 있으며, 치과 시술 및 셀프 미백을 더한 전체 시장규모는 약 2,838억 엔에 달함(日 전국 셀프 미백 전문점 약 7천 개)
- (한방) 한국식 한방(韓方)은 대중적인 인지도가 낮은 반면, 한방(漢方)이 주류로 자리 잡고 있어 한의원 및 한방 클리닉은 물론 일반 약국

에서도 다양한 종류의 한방약(다이어트, 소화, 변비, 생리불순 등)을 손쉽게 접할 수 있음

- (Instagram 해시태그) '25년 6월 기준 한국식 한방(韓方) 4만 개, 한방(漢方) 61만 개
- (관련 설문조사) ▲일본 전국 남녀 1,500명 대상 한국식 한방(韓方)에 대한 설문조사 결과 83.0%가 한방치료를 위해 방한을 희망하였고, 방한 시 최우선 고려사항은 통역 등 원활한 소통(27.1%), 치료내용(21.1%), 전문성 및 비용(각 18.4%) 順, ▲일본 전국 20~70대 남녀 400명 대상 한방(漢方)에 대한 인식조사 결과 한방약 복용경험은 54.5%, 한방에 대한 관심은 44.4%(30~40대 여성층이 가장 높게 형성)
- (남성 미용·의료 인식) 체험형 정보사이트 Fancrew의 1천 명 대상 조사결과, ▲미용을 위해 노력하고 있다는 답변은 전체의 56%(2030 남성은 60% 이상), ▲미용에 대한 관심 74%(20대 81%, 30대 77%), ▲경험하고 싶은 시술은 제모(48%), 미백(36%), 눈썹 정리(34%), 피부관리(32%), 전신관리(28%) 順
- (남성 미용·의료 서비스 이용자수) SBC Medical Group Holdings 발표자료에 따르면, '13년부터 '24년까지 10년 간 남성 미용·의료 이용자수는 약 16배 증가(여성은 동기간 6배 증가)한 것으로 나타나는 등 자기관리의 일환으로 미용에 관심을 가지고 관련 서비스를 받는 남성층이 폭발적으로 증가
- (연령별 구성비) 과거 10년 간 20대 남성층 대폭 증가 경향 ▲('13년) 30대, 40대가 각각 37%, 50대 24%, 20대 2% 順, ▲('24년) 30대 35%, 20대 28%, 40대 25%, 50대 12% 順

- (인기 시술과목) 치료목적보다 미용목적의 시술 증가세 ▲('13년) 제모, CO2 레이저, 겨드랑이 다한증 치료용 보톡스 順, ▲('24년) 제모, 보톡스, 일렉트로포레이션(전기천공법) 順
- (미용 관련 어플리케이션) 병원부터 미용실, 네일숍 등 뷰티살롱까지 다양한 정보를 제공하고 예약기능을 보유한 어플리케이션 시장 활성화

< 일본 미용 관련 주요 어플리케이션 >

어플리케이션명	특징	URL
HOT PEPPER Beauty	일본 국내 미용실 등 뷰티 살롱 검색 및 예약 사이트(일본 최대 규모)	https://beauty.hotpepper.jp/
트리뷰	일본 국내 및 한국의 성형, 피부과 등 검색 및 예약 사이트(170만 건 다운로드)	https://tribeau.jp/
LIPS	일본 국내 및 해외 화장품 정보 사이트 (Z세대 인기 多, 1.4천만 건 다운로드)	https://lipscosme.com/
키레이패스	일본 국내 및 한국의 성형, 피부과 등 검색 및 예약 사이트(남성용 메뉴 有)	https://kireipass.jp/

- (미용 보조제) '24년 일본 여성용 미용 보조제 시장규모는 약 4.6천억 원 (약 3.3억 달러)이며 '30년에는 약 6.4천억 원(약 4.6억 달러)으로 완만히 성장할 것으로 기대(연평균 성장률 5.6%)
- (인기 제품군) 비타민 제품군이 가장 큰 매출을 차지하고, 식물성 제품군은 향후 성장 가능성이 높은 것으로 전망
- (일본 의료코디네이터 사업) 일본 내 의료코디네이터 관련 사업을 추진하고 있는 기관은 국제메디컬 코디네이트 사업자협회(JIMCA), 일본의료코디네이터협회(JPMCA) 등

< 일본 의료코디네이터 관련 주요 협회 >

협회명	사업내용	URL
일반사단법인 국제메디컬 코디네이트 사업자협회 (‘21년 설립)	사업자 간 정보교환, 가이드라인 제·개정 및 관리, 국제 메디컬 코디네이터 자격 제정, 방일 환자 코디네이터 사업 등	https://jimcajp.or.jp/
일반사단법인 일본의료 코디네이터협회 (‘03년 설립)	환자 및 의료진 간 원활한 소통 지원, 통역·비자·숙박 등 의료관광과 연계된 코디네이터 품질 관리 사업 등	https://www.jpma.net/

4 시사점

- (미용·의료관광 수요 확대 기대) 일본은 지리적 접근성부터 높은 재방문을(4회 이상 44.7%), 연령 및 세대를 불문한 높은 한류 인지·선호도를 바탕으로 의료·미용관광 수요의 지속적인 확대 가능성 보유
- (‘24년 외래객조사 결과) 주요 문항에 대한 ‘뷰티·미용관광’ 답변이 전 세계에서 가장 높게 나타남 ▲방한 시 고려한 관광활동 ‘뷰티·미용관광’ 24.4%(전체 13.0%), ▲방한 주요 참여활동 ‘뷰티·미용관광’ 20.9%(전체 12.7%), ▲만족한 활동 ‘뷰티·미용관광’ 17.0%(전체 8.7%)
- (과목 다양화 필요) 단, 현재 피부과·성형외과 중심의 쏠림현상(‘24년 83.8%)이 있으므로, 한방, 치과, 안과 등 각 과목별 대표적 시술(예: 한방 다이어트, 치과 미백 등)을 전면에 내세움으로써 점진적으로 인지도를 높이고, 이를 통해 진료과목을 단계적으로 확장*할 필요
- * (참고) ‘24년 방한 외국인 환자(117만 명) 중 ‘한방’은 일본이 전체 국가 중 가장 높은 순위(4위)로 시술한 것으로 나타났으며, 전년 대비 과목별 성장률도 피부과(155.2%) > 한방(150.9%) > 내과(102.6%) 順

- **(남성층 신규수요 공략)** 현재 한국 화장품, 패션, 헤어 등에 대한 남성층의 관심을 실질 방한 시술로 전환하기 위해 **제모, 미백, 눈썹 정리** 등 남성층 관심 시술 중심의 **맞춤형 홍보** 추진 필요
- **(개별관광객 특성 반영한 마케팅)** 현재 방한 미용·의료관광은 여행사 및 에이전시를 통하지 않는 **직접 예약(89.0%)**이 대부분으로, **유명 인플루언서 및 유력 매체를 활용한 노출**을 지속 확대하는 한편, 미용 관련 **유명 웹·어플리케이션을 연계한 홍보 마케팅**을 통해 **파급효과 확대**를 도모
- **(안전성 확보 및 통합된 정보 확산)** 방한 시술 불만족 사항으로 **‘정기적 방문 어려움(41.4%)’, ‘안전성 우려(32.3%)’** 등이 부상하는 한편 **‘일본에서 시술 희망’** 응답이 **65.2%**로 나타나고 있어 **▲정부 차원의 방한 시술 안전성 확보**(환자·병원 체크리스트, 사후관리 및 분쟁대응 등을 위한 핫라인 전화·온라인 센터 운영 등), **▲외국인 환자 입장의 미용·의료관광 前-中-後 프로세스별 참고 정보 일원화** 및 **온·오프라인 집중 홍보** 필요
- **(재방문 및 소비 촉진 확대)** 미용·의료 목적의 방한 일본인을 다수 유치함으로써 외래객 유치실적 및 관광소비를 확대하는 데 그치지 않고 **▲다양한 미용·의료관광 시술과목 홍보** 및 **만족도 제고**를 통해 **재방문을 촉진**하며, **▲체류기간 중 식도락·쇼핑 등과 연계**를 강화하여 **부가 소비를 적극적으로 촉진**할 필요
- **(‘24년 방한 의료서비스 소비 1위 국가)** 비자카드 외래객 결제 데이터 분석결과 **▲한국에서 가장 많은 금액을 소비한 외국인 국적은 미국, 일본, 중국 順**, **▲일본인은 병원 등 의료서비스(17%) 분야에 가장 많은 소비** 경향

붙임: 방한 의료관광객 유치 정책 및 실적 및 참고문헌 각 1부. 끝.

□ 주요 정책

- (추진배경) ▲글로벌 의료관광 시장의 성장 가능성, ▲관광소비 촉진 및 일자리 창출 등 고부가가치 산업, ▲주요 관광 경쟁국의 공격적인 외국인 환자 유치 정책, ▲한국의 세계적 의료 수준
 - (높은 성장 가능성) Fortune Business Insights, '24년 약 43조 원 (312억 달러)에서 '32년 약 227조(1,628억 달러)로 연평균 23.0% 성장 전망
 - (고부가가치 창출) 1인당 지출액은 2,282달러로 일반 관광객 대비 84% 높게 형성되며, 의료관광객 1만 명당 생산유발효과 약 700억 원, 취업유발효과 약 830명, 의료관광수입 10억 원당 고용창출효과는 19.6명으로 제조업 등 타 산업 대비 매우 높은 것으로 분석
 - (경쟁국의 공격적 정책 추진) ▲일본, 외국인환자 및 동반자 대상 Medical Stay Visa('11년~) 도입, ▲싱가포르, 외국인환자 대상 전자비자 활성화, ▲말레이시아, 의료관광객 대상 표준운영절차 개발 등
 - (높은 의료 수준) CEO World 발표 '24년 의료서비스 지수(Health Care Index)에서 한국은 77.7점으로 2위(1위 대만 78.7점, 13위 일본 59.5점)
- (의료관광을 정부의 신성장동력 사업으로 선정) '09년, 관계부처 합동 미래기획위원회는 「신성장동력 비전 및 발전전략」에서 3대 분야 17개 사업을 제시하였으며, '일자리 창출효과 및 비즈니스 모델 창출'을 위한 新사업으로 글로벌 헬스케어(의료관광)를 선정
 - (주요 추진전략) ▲해외환자 유치 및 의료분쟁 등에 대한 의료법 개정 등 제도 마련(의료법 등 관련 제도 개선, 의료관광 원스톱 시스템 구축,

전문가 양성 등), ▲ 해외환자 유치 위한 체계적 대응방안 도출(수익사업 허용을 통한 의료법인의 사업다각화 허용 등 개선사항 검토, 협력채널 구축 등)

< 신성장동력 비전 및 발전전략 세부내용 >

3대 분야	17개 신성장동력
녹색기술산업 (6)	신재생에너지, 탄소저감 에너지, 고도 물처리, LED 응용, 그린수송시스템, 첨단 그린도시
첨단융합산업 (6)	방송통신융합산업, IT융합시스템, 로봇 응용, 신소재.나노 융합, 바이오제약(자원).의료기기, 고부가 식품산업
고부가서비스산업 (5)	글로벌 헬스케어, 글로벌 교육서비스, 녹색 금융, 콘텐츠.소프트웨어, MICE.관광

- (법률·제도 개선) 신성장동력 선정 이후 '09년부터 의료법 등 관련 법률 제·개정, 제도 마련을 통한 외국인환자 유치 확대 기반 조성

< 관련 법률제도 제·개정, 제도 정비 내용(보건복지부 보도자료) >

연도	주요내용
2009년	○ 「의료법」 개정 통한 외국인 환자 유치 허용 - 외국인 환자 유치기관 등록제도 도입
2016년	○ 「의료 해외진출 및 외국인 환자 유치 지원에 관한 법률」 제정('15.12) 및 시행('16.6) - 유치기관 등록갱신제(3년) 도입, 의료사고배상책임보험 가입 의무화 ○ 외국인 미용/성형 부가가치세 환급제도 시행
2017년	○ 외국인 환자 유치 의료기관 평가/지정제도 시행 ○ 외국인 환자 유치 수수료율 상한 고시 제정
2021년	○ 유치기관 질 제고 및 관리/감독 강화 위한 「의료해외진출법」 개정 및 시행
2022년	○ 「의료해외진출법」 개정 및 시행
2024년	○ 외국인 환자 사전사후관리 절차 간소화 및 진료비/유치수수료 실태조사를 위한 「의료해외진출법」 시행규칙 개정

- (의료관광비자 제도 운영) 국내 의료기관에서 진료 또는 요양을 목적으로 입국하는 외국인환자 및 간병 등을 위한 동반가족·간병인을 대상으로 ▲ 의료관광비자(90일 이하 단기, C-3-3)와 ▲ 치료요양비자(90일 초과 장기, G-1-10) 운영 중

- 의료관광비자는 유치기관의 초청을 통해서만 신청 가능
- (의료관광 우수유치기관 선정) 법무부에서 매년 유치 의료기관 중 불법체류율이 낮고 실적이 우수한 의료기관을 지정, 사증 발급 편의 제공 및 의료관광 활성화 도모('25년 6월 기준 39개소 지정)
 - (선정기관 혜택) ▲비자포털을 통한 전자비자 신청권한 부여, ▲환자 재정능력 입증서류 제출 생략, 초청대상 ▲동반가족 범위 확대(직계가족, 형제·자매만 허용 → 4촌 이내 방계가족까지 허용)
- (의료기관 평가·인증제 운영) '17년부터 유치의료기관의 서비스 질 및 환자 안전성 평가를 통한 의료 서비스의 질 제고를 위해 도입('25년 기준 15개소 인증)
 - (선정기관 혜택) ▲전자비자 신청권한 부여, ▲환자 재정능력 입증서류 제출 생략, ▲정부의 국내외 지원사업 우선 참여기회 제공, ▲운영자금 융자 지원 등
- (메디컬코리아 지원센터 운영) 서울 및 인천 총 2개소에 5개 언어(한·영·일·중·러)로 서비스 제공 ▲한국 의료 안내 및 유무선 상담(의료분쟁예방, 불법브로커 상담, 외국인환자 상담실무 매뉴얼 배포 등), ▲외국인환자 유치 등록 의료기관 대상 의료통역사 연계(총 10개 언어), ▲캐리어 등 짐 보관 서비스(서울), ▲외국인 환자 공항 피켓 픽업 서비스(인천), ▲미용·성형 부가가치세 환급 안내 및 부가세환급 자동화기기 운영(서울)

□ 방한 의료관광객 유치실적

- (외국인 환자 유치인원) 누적 외국인 환자 수는 '15년 100만 명, '21년 300만 명 등 지속적인 성장을 거듭하여 '24년에 505만 명 돌파
- '24년 단년도로 117만 명을 유치하여 '23년 61만 명 대비 약 2배 증가

< 연도별 외국인 환자 유치인원(의료기관이 정부에 보고한 실적 기준) >

연도	유치인원(명)	누적(명)	연도	유치인원(명)	누적(명)
2009년	60,201	60,201	2017년	321,574	1,884,122
2010년	81,789	141,990	2018년	378,967	2,263,089
2011년	122,297	264,287	2019년	497,464	2,760,553
2012년	159,464	423,751	2020년	117,069	2,877,622
2013년	211,218	634,969	2021년	145,842	3,023,464
2014년	266,501	901,470	2022년	248,110	3,271,574
2015년	296,889	1,198,359	2023년	605,768	3,877,342
2016년	364,189	1,562,548	2024년	1,170,467	5,047,809

- (국적별) '24년 총 202개국의 외국인이 의료를 목적으로 방한, 일본, 중국, 미국, 대만, 태국 順(일본·중국이 전체의 60.0%)
- (과목별) 피부과 진료가 70.5만 명으로 전체의 56.6% 차지, 이후 성형외과(11.4%), 내과통합(10.0%), 검진센터(4.5%) 順
- (지역별) 서울시 소재 유치등록 의료기관이 '24년 기준 1,994개소(전체의 63.2%)인 점 등으로 서울이 전체의 85.4%인 100만 명 유치, 이후 경기(4.4%), 부산(2.6%), 제주(1.9%), 인천(1.8%) 順

[정부·공공기관 등 보고서 및 통계]

- 관계부처 합동, 미래한국 프로젝트: 신성장동력 비전과 발전전략, 2009. 1. 13.
- 관계부처 합동, 2023년 新 한국 의료 붐을 위한 외국인환자 유치 활성화 전략, 2023. 5. 29.
- 문화체육관광부, 2024년 외래관광객조사, 2025.
- 법무부, 공고 제2025 - 118호 의료관광 우수 유치기관 수시 지정 계획 공고
- 보건복지부, 보도자료(2024년 외국인 환자 유치 117만 명, 아시아 의료관광 '중심국가' 도약), 2025. 4. 2.
- 일본 외무성 (비자 정보) <https://www.mofa.go.jp/mofaj/toko/visa/medical/patient.html>
- 일본 출입국관리통계
- 일본 후생노동성, 美容医療に関する現状について, 2023.
- 한국관광공사, 2024년 의료관광 해외시장 조사 보고서, 2025.
- 한국관광통계
- 한국보건산업진흥원, 2024 국가별 보건산업 현황보고서(아시아 권역), 2025. 4.

[학술논문]

- 서정교, "외국인환자 유치 활성화 투자정책의 경제적 파급효과 분석: 의료관광산업을 중심으로", 「산업경제연구」 제24권 제1호, 한국산업경제학회, 2011. 2.
- 정용엽, <의료관광의 법적 쟁점 및 제도개선방안>, 「경희법학」 제47권 제1호, 경희대학교 법학연구소, 2012.

[인터넷 기사]

- 뉴스투데이, [N2 뷰] 힐링페이퍼, '강남언니' 적극적 해외 진출 '기업성장' 원동력, 2025. 6. 25.
<https://www.news2day.co.kr/article/20250624500218>
- 서울경제, 비자발급에 '2~3주→3일'... 외국인환자 유치 '전자비자'도 한몫, 2025. 5. 6.
<https://v.daum.net/v/20250506174639425>
- 서울경제, 의료관광 '2조 시대' 성큼... "실력은 최고, 비용은 日 절반 이하", 2025. 5. 7.
<https://www.sedaily.com/NewsView/2GSPDR55IM>
- 시장경제, 訪韓 외국인 관광객이 찾는 'K-상품'... 의류·화장품·식품 꼽혀, 2023. 4. 26.
<https://www.meconomynews.com/news/articleView.html?idxno=77120>

- 아시아경제, [조용준의만리여담] 웰니스 관광, 고부가 산업으로 키우자, 2023. 4. 28.
<https://www.asiae.co.kr/article/2023042807420230005>
- 중앙일보 일본어판, 日本人の83%「韓方診療のため韓国訪問する意思ある」, 2021. 9. 15.
<https://japanese.joins.com/JArticle/282998?sectcode=A10&servcode=A00>
- 파이낸셜뉴스, "방한객들 살펴보니...미국인 식품, 일본인 의료, 중국인 쇼핑에 주로 돈 썼다", 2024. 6. 24. <https://www.fnnews.com/news/202406240923470677>
- 한스경제, [현장] 메디컬코리아 지원센터, 교통 허브 서울역에 개소..."의료 서비스 홍보 박차", 2025. 1. 21. <https://www.hansbiz.co.kr/news/articleView.html?idxno=731084>
- Fancrew, メンズ美容についての意識調査, 2024. 2. 14.
<https://www.fancrew.co.jp/news/research/2401mensbeauty.html>
- JTB, 2025年夏休み(7月15日~8月31日) JTB人気方面ランキング, 2025. 6. 26.
https://www.jtbcorp.jp/jp/newsroom/2025/06/26_jtb_ranking.html
- PRTIMES, <漢方薬の理解度・関心を調査>漢方の関心層は50代以上ではなく30・40代?, 2023. 3. 28. <https://prt看imes.jp/main/html/rd/p/000000045.000072329.html?>
- PRTIMES, エクスぺディア、2025年夏の人気海外旅行先ランキングを発表 最大9連休!お盆期間中のフライトとホテルの混雑予想日も公開, 2025. 6. 26.
<https://prt看imes.jp/main/html/rd/p/000000300.000003373.html>
- PRTIMES, 旅行アプリ『NEWT(ニュート)』、【U29世代】2025年夏休み海外旅行トレンドを発表, 2025. 6. 27. <https://prt看imes.jp/main/html/rd/p/000000202.000077082.html>
- PRTIMES, 韓国で美容施術を経験した女性1,002人が回答!施術満足度ランキング&韓国美容のリアルとは?, 2025. 6. 19. <https://prt看imes.jp/main/html/rd/p/000000230.000097803.html>
- PRTIMES, matsukiyoより男性向け韓国スタイルのメイクシリーズ「iisam」が誕生ひとつで7役のメイクができる「matsukiyo iisam マルチパレット」4月1日より販売開始, 2023. 2. 28.
<https://prt看imes.jp/main/html/rd/p/000000035.000089283.html>
- SBC 쇼난미용클리닉, SBC메디칼그룹조사!男性的美容医療利用者が10年で約16倍に急増, 2024. 12. 23. <https://www.s-b-c.net/about/media/newsrelease/20241223/>
- @Press, Qoo10、「Z世代・Y世代女性のコスメの流行と消費に関する調査」結果発表, 2025. 6. 6.
<https://www.atpress.ne.jp/news/438561>

[기타]

- Best Healthcare in the World 2024
<https://worldpopulationreview.com/country-rankings/best-healthcare-in-the-world>
- Beauty Pepper
- CLASSY online
- Fortune Business Insights, Medical Tourism Market Size, Share & Industry Analysis, By

Healthcare Services, 2025-2032

<https://www.fortunebusinessinsights.com/amp/industry-reports/medical-tourism-market-100681>

■ HORIZON GRAND VIEW RESEARCH, Japan Women's Health And Beauty Supplements Market Size & Outlook

<https://www.grandviewresearch.com/horizon/outlook/womens-health-and-beauty-supplements-market/japan>

■ Instagram (광고, 해시태그 검색)

■ YouTube (KyoN 등)