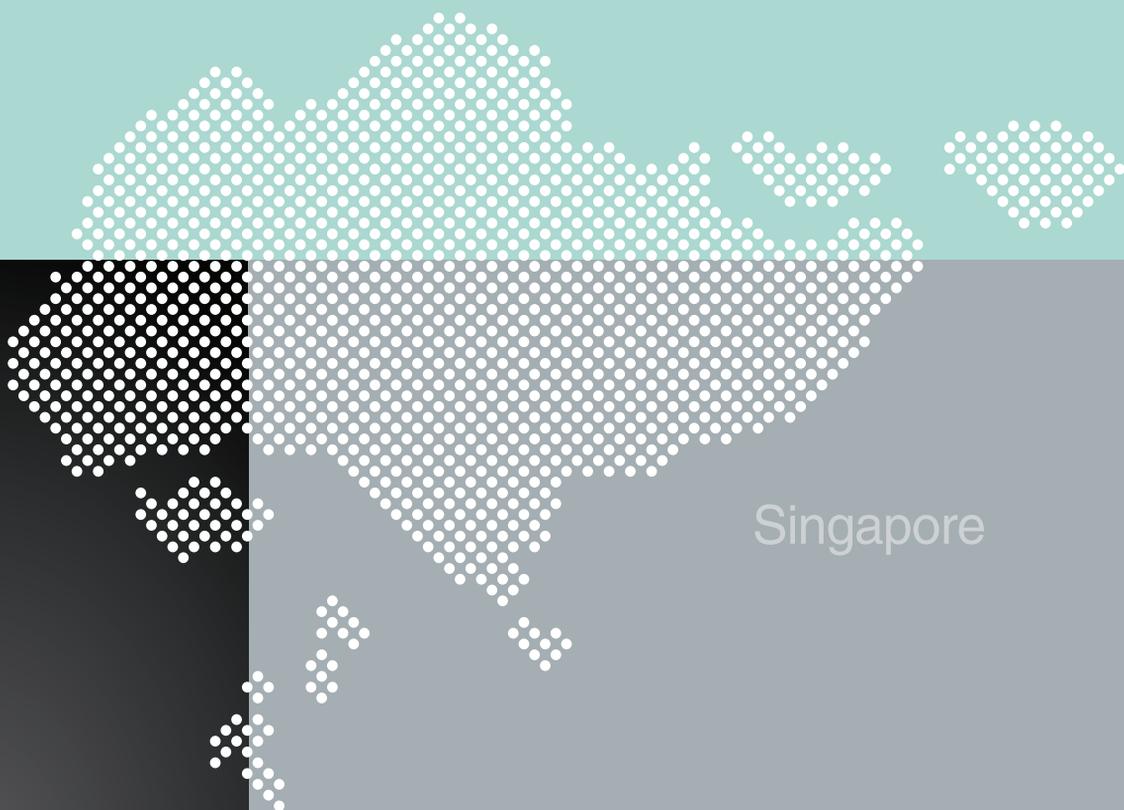


# Industrial Research

## 싱가포르의 주요 산업

MICE, 의료관광을 중심으로

이재호  
박나리



Singapore

# 싱가포르의 주요 산업: MICE, 의료관광을 중심으로

이재호 · 박나리

## 국문요약

싱가포르는 협소한 국토, 자원 및 인구 부족 등 도시국가의 한계에도 불구하고 자국의 전략산업을 집중적으로 육성하여 경제성장을 이룩했다. 특히 싱가포르는 서비스부문에서의 경쟁력을 기반으로 아시아의 대표적 허브국가로 발전했다. 서비스업이 전체 GDP의 70% 이상을 차지하고 있으며, 서비스업 중 도소매업, 금융 및 보험, 비즈니스 서비스 등의 산업이 높은 비율을 나타내고 있다. 최근 싱가포르의 주요 성장동력인 금융, 물류 등의 전통적인 서비스산업이 MICE, 의료관광 등 신성장 융복합산업으로 빠르게 확대되고 있다.

싱가포르는 최근 국제회의 개최빈도가 급증하여 세계 최대 MICE 산업국으로 부상했다. UIA(Union of International Associations)의 통계에 따르면 2011년 싱가포르는 국제회의 개최건수에서 총 919건으로 1위를 차지했다. 싱가포르가 세계적인 MICE 국가로 성장하게 된 배경에는 정부 측의 적극적인 MICE 산업 지원정책이 큰 역할을 하였다. MICE 산업 지원을 위한 정부의 주요 기관 중 하나인 싱가포르 관광청은 BTMICE(Business Travel + MICE) 부서를 설립하여 MICE 육성을 위한 각종 정책을 펼치고 있다. 또한 관광청 산하의 싱가포르 전시 컨벤션 뷰로는 컨벤션 및 회의 개최 지원, 전시 및 컨퍼런스 개최 지원, 비즈니스 관광 개발 등의 역할을 하고 있다.

주요 MICE 산업 육성정책으로는 전략적 클러스터 조성을 들 수 있다. 이는 국가 핵심산업 관련 기관 및 사업 파트너들과 클러스터를 형성하여 컨벤션을 유인하는 전략을 의미한다. 또한 싱가포르는 특별히 첨단 고부가가치 분야에 대한 컨퍼런스를 집중적으로 유치하여 국가이미지 제고에 나서고 있

다. 마지막으로 싱가포르는 대형 복합 리조트인 리조트월드 센토사와 마리나 베이샌즈를 개장하여 MICE 산업 발전을 도모하였다.

싱가포르 MICE 산업의 SWOT을 분석한 결과, 강점으로는 우수한 인프라와 정부의 적극적인 MICE 산업 육성 의지 등이 있다. 그러나 약점으로는 주변국에 비해 높은 물가 수준, 전통적인 아시아의 이미지를 가지고 있지 않기 때문에 지속적인 이미지 창출에 대한 부담이 있다는 점 등이 있다. 기회 요소로서는 동아시아 경제성장이 지속되고 있는 환경과 중화권 잠재 고객이 풍부하다는 점을 들 수 있으나, 위협요소에는 MICE 관련 시설의 고급화에 따른 비용 증가와 주변국가들과의 경쟁 고조 등이 있다.

의료관광산업도 싱가포르의 주요 신성장동력으로서 꾸준히 발전을 거듭하고 있다. 2002년 싱가포르를 방문한 의료관광객 숫자는 20만 명에서 2010년 73만 명으로 성장했다. 이와 같은 성장세에 힘입어 2012년 싱가포르 정부는 100만 명 의료관광객 유치 를 목표로 하여 30억 달러 지출액 달성을 기대하고 있다. 의료관광산업 육성을 위해 싱가포르 정부는 ‘아시아의 의료서비스 허브화’ 정책을 펼치고 있으며 이 정책은 7대 정책 조안을 주요 골자로 한다. 제1대 정책인 국가적 마케팅 계획 추진을 위해 싱가포르 정부는 싱가포르메디신(SingaporeMedicine)이라는 고유브랜드를 구축하고 통합기구를 구성했다. 뿐만 아니라 입국서비스를 간소화하고 국제화정책에 따라 국제 의료컨퍼런스를 적극적으로 주최하고 있다. 또한 싱가포르 정부는 제2대 정책인 가격 및 의료규범에 대한 투명성 제고와 제3대 정책 의료인력 양성정책에도 주력해왔다. 제5대 정책으로서 연구 육성 및 의료기반시설 육성을 위해 자금지원 등도 추진해왔다.

나아가 싱가포르의 주요 병원들은 자체적으로 국제환자센터를 운영하여

의료관광객 유치에 적극적으로 나서왔다. 영리병원인 글레이글스(Glen Eagles)병원과 래플스(Raffles) 병원의 경우 공격적인 마케팅을 통해 의료관광객에 대한 맞춤형 서비스를 제공하며 최고 수준의 의료서비스를 제공하고 있다.

싱가포르 의료관광산업에 대한 SWOT 분석결과, 강점으로는 영리병원의 마케팅 다각화와 싱가포르메디신 중심의 윈스톱서비스 등이 가장 대표적이다. 반면에 의료서비스 가격이 주변 아시아 국가들에 비해 높으며 자체적인 우수 의료진 부족이 약점으로 손꼽힌다. 최근 유럽 재정위기 이후에도 비교적 견고한 성장세를 보이고 있는 동남아 신흥국의 수요와 이들 국가의 부유층 증가가 이 산업에 기회요소로서 작용하고 있다. 동시에 바이오메디컬 산업의 발전에 따른 시너지 효과를 기회요소로 활용 가능하다. 그러나 주변 아시아 국가들의 의료수준이 향상되고 있어 이에 따른 수요감소와 주변국과의 경쟁심화 등 위협요소에 대비해야 할 필요가 있다.

이와 같은 분석에 따른 한국에 대한 시사점은 다음과 같다. MICE 산업의 경우 싱가포르의 정부 및 관광청의 적극적인 유치활동과 부서 설립을 벤치마킹할 수 있다. 한국의 관련 기관들은 일반적인 홍보 및 편의 제공에서 벗어나 민관 협력구도하에 기획은 물론 중장기 마케팅까지 기능을 확대해야 한다. 또한 싱가포르의 마리나베이샌즈 등과 같이 상징적인 이미지를 보유한 복합 리조트를 운영할 수 있을 것이며, 전문인력 양성제도를 구축하여 인력의 질적 수준 제고에 집중해야 할 것이다. 또한 공동마케팅체계의 국제화와 MICE 산업 클러스터 전략 및 다양한 관광상품 연계에 대한 시사점이 풍부하다. 의료관광산업의 경우 싱가포르메디신과 같이 통합기구 구축이 절실하며 우수한 의료진 양성을 위해 개선이 필요하다. 나아가 제한적인 영리법인인 허용에

대해 검토할 필요성이 있다. 또한 의료관광 마케팅 활성화를 위해 상세한 정보제공과 민관 공동 마케팅 등을 고려해야 할 것이다.

■ 국문요약 .....	3
■ 제1장 서론 .....	11
1. 연구 필요성 및 목적 .....	12
2. 선행연구와의 차별성 및 연구방법 .....	14
■ 제2장 싱가포르의 경제 현황과 산업육성정책 .....	17
1. 주요 거시경제 동향과 전망 .....	18
2. 최근 산업구조 .....	22
가. 주요 분야별 구조 .....	22
나. 수출입 구조 .....	25
3. 주요 경제개발계획 및 산업육성정책 .....	28
가. 주요 경제개발계획 .....	28
나. 산업육성정책 .....	30
■ 제3장 MICE 산업 .....	33
1. 싱가포르 관광 및 MICE 산업 현황 .....	34
2. 주요 육성정책 .....	38
가. 주요 MICE 관련 기관 .....	38
나. 주요 MICE 지원 육성정책 .....	42
3. 주요 활동 기업 현황 및 전략 .....	45
4. 싱가포르 MICE 산업 SWOT 분석 및 향후 전망 .....	50
가. MICE 산업에 대한 SWOT 분석 .....	50
나. 향후 전망 .....	52

■ 제4장 의료관광산업 .....	57
1. 싱가포르 의료관광산업 현황 .....	58
2. 주요 육성정책 .....	63
가. 주요 정부정책 .....	63
나. 주요 의료관광서비스기관의 정책 .....	74
3. 싱가포르 의료관광산업 SWOT 분석 및 향후 전망 .....	80
가. 의료관광산업에 대한 SWOT 분석 .....	80
나. 향후 전망 .....	82
■ 제5장 결론 및 시사점 .....	87
1. 결 론 .....	88
2. 시사점 .....	90
가. MICE 산업 발전을 위한 시사점 .....	90
나. 의료관광산업 발전을 위한 시사점 .....	95
■ 참고문헌 .....	102
■ Executive Summary .....	105

## 표 차례

표 1-1. 주요 선행연구 현황 및 본 연구와의 차별성 .....	15
표 2-1. 싱가포르 최근 주요 거시경제지표 추이(2007~11년) .....	18
표 2-2. 싱가포르의 거시경제 전망(2013~10년) .....	22
표 2-3. 주요 분야별 GDP 구조 변화(2006년, 2011년) .....	23
표 2-4. 제조업 내 업종별 부가가치 창출 구조(2011년) .....	24
표 2-5. 싱가포르의 수출입품목(2011년) .....	26
표 2-6. 서비스 업종별 수출입구조 변화(2008~11년) .....	27
표 2-7. 2010년 싱가포르 ESC의 7대 전략 .....	29
표 3-1. 최근 국별·연도별 국제회의 개최 현황 .....	37
표 3-2. 싱가포르 관광청의 BTMICE 관련 부서 개요 .....	39
표 3-3. SECB 4대 핵심 업무 .....	41
표 3-4. 싱가포르 Tourism 2015 주요 정책목표 개요 .....	43
표 3-5. 싱가포르 MICE 산업에 대한 SWOT 분석 .....	51
표 4-1. 싱가포르 의료관광 활성화의 추진요소와 유인요소 .....	59
표 4-2. 국가별 의료비 비교 .....	62
표 4-3. HSWG의 의료(관광)산업 육성을 위한 7대 정책조언 .....	66
표 4-4. 싱가포르에서 개최한 주요 의료부문 국제 컨퍼런스(2012년) .....	71
표 4-5. 싱가포르 병원별 및 병실 등급별 입원 기간 및 비용 공개 예시(맹장염) .....	72
표 4-6. 싱가포르 내 외국인환자시설을 보유한 주요 병원 및 부서명 .....	74
표 4-7. 싱가포르 의료관광산업의 SWOT 분석 .....	82

## 그림 차례

그림 2-1. 싱가포르의 경제자유도 추이(2008~12년) .....	20
그림 2-2. 싱가포르의 경제자유 평균 경제자유도 비교(2012년) .....	20
그림 2-3. 싱가포르의 외국인투자 유치 추이(2000~11년) .....	21
그림 2-4. 싱가포르의 업종별 외국인투자 유치 추이(2005~10년) .....	21
그림 3-1. 싱가포르 연도별 국별 입국자 수 현황 .....	34
그림 3-2. 싱가포르의 부문별 관광수입 내역(2011년) .....	35
그림 3-3. 싱가포르의 주요 국별 관광수입 현황(2011년) .....	36
그림 3-4. 리조트월드 센토사 부지 조성 개요 .....	47
그림 3-5. 마리나베이샌즈(Marina Bay Sands) 부지 조성 개요 .....	49
그림 4-1. 싱가포르 의료관광객 수 추이(2002~10년) .....	60
그림 4-2. 싱가포르 의료관광객 지출액 추이(2002~10년) .....	60
그림 4-3. 싱가포르 메디신 공식 웹사이트 .....	69
그림 4-4. 글렌이글스 병원의 스위트룸 .....	78

## 글상자 차례

글상자 2-1. 싱가포르 바이오폴리스(Biopolis) .....	31
--------------------------------------	----

# 제1장 서론

1. 연구 필요성 및 목적
2. 선행연구와의 차별성 및 연구방법



## 1. 연구 필요성 및 목적

싱가포르는 좁은 국토, 부족한 자원 및 인구 등 도시국가의 한계점에도 불구하고 말라카 해협에 인접한 전략적인 위치를 점유하고 있다는 장점을 극대화하였다. 한편 금융, 물류, 관광, 교육 등 강점을 가진 부문을 전략적으로 육성해 동아시아에서 가장 빠르고 안정적인 경제성장을 이룩한 국가로 평가받고 있다. 특히 서비스부문에서 국제수준의 경쟁력과 빠른 성장세가 싱가포르를 아시아의 대표적인 허브국가로 부상하게 했다. 싱가포르의 주요 성장동력 또한 금융, 물류, 관광 등 전통적으로 강세를 보였던 분야에서 MICE(Meeting, Incentives, Convention, Exhibition), 의료관광, 바이오메디컬 등 신성장 융복합산업으로 빠르게 확대되고 있어 서비스산업을 주요 성장동력으로 채택해 육성하고자 하는 한국에 주는 시사점도 크다고 볼 수 있다.

교역, 투자 부문에서도 싱가포르는 2011년 한국의 2대 교역지로 급부상한 ASEAN의 회원국으로서 그 중에서도 최대 수출대상국이자 3위 투자대상국으로 큰 중요성을 가지는 국가이다. 2006년 한국·싱가포르 FTA, 2007년 한국·ASEAN FTA 발효 이후 양자간 교역·투자가 빠른 속도로 증가하며 양자간 통상관계가 심화되는 추세를 보이고 있다.<sup>1)</sup> 최근 싱가포르의 주요 서비스산업이 빠른 성장세를 보이면서 전통적인 경제교류분야인 교역·투자 부문의 양자간 교류 확대는 물론 최근 한국이

---

1) 한국·싱가포르 FTA가 발효되기 직전 2005년 한국의 대싱가포르 교역이 수출은 74억 달러, 수입은 53억 달러 수준이었으나 2011년에는 수출 21억 달러, 수입 89억 달러까지 증가하였다. 투자의 경우 2005년 투자 기준 1억 2,800만 달러에서 2011년 약 9억 달러로 증가하였다.

차세대 신성장동력으로 육성하고 있는 주요 서비스분야까지 양자간 협력 가능성이 높아지고 있다.

본 연구에서 싱가포르의 주요 산업으로 채택한 MICE 산업과 의료관광 산업은 기존의 전통적인 관광산업 혹은 의료산업에서 벗어난 융복합 산업으로서 주요 신성장동력의 가능성을 높게 평가받고 있다. MICE 산업의 경우 전통적인 관광산업에서 벗어나 특수한 목적을 가진 대규모 컨벤션이나 전시회 등을 산업화한 형태로 싱가포르, 홍콩, 쿠알라룸푸르 등 동남아 주요 국제도시에서 컨벤션산업이 활성화되면서 주목받고 있다. MICE 산업과 더불어 본 연구에서 싱가포르의 주요 산업으로 선정한 의료관광산업 또한 세계 최고의 의료수준, 의료관광객 입국 수 증가 등으로 인해 꾸준한 성장세를 유지하며 주목받고 있다. 싱가포르 정부는 이러한 의료관광부문의 성장세를 지속·발전시키기 위해서 민간합동기구 설립, 병원시설 확대, 병원정보 홍보, 첨단 의료설비 및 연구 부문에 대한 지속적인 투자 등 다양한 정책을 통해 의료관광부문을 육성하고 있다. 의료부문의 경쟁력 강화를 위한 싱가포르 정부의 정책적인 지원 이외에도 싱가포르 관광청이 관광부문과 연계한 진료예약, 입퇴원서비스, 요양시설, 리조트, 쇼핑 등 의료관광 가치사슬 전반에 걸친 서비스와 정보를 제공하는 형태로 해외마케팅을 강화하고 있다.

최근 한국에서도 MICE 산업이 다양한 서비스산업과 융복합과정을 통해 새로운 부가가치를 창출하는 신성장동력으로서의 가치를 인정받고 있다. 한국정부는 MICE 산업을 17대 신성장동력으로 선정하는 한편 2012년을 ‘한국 컨벤션의 해’로 지정하는 등 정책적 지원을 시작했다. 또한 한·아세안정상회담, G20 정상회담, 핵안보정상회담 등 대규모 정상급 국제

회의 개최는 물론 GCF(Green Climate Fund)와 같은 국제기구 유치로 향후 국제회의의 수요가 증가할 것으로 예상됨에 따라 한국의 MICE 산업경쟁력 강화를 위한 정책 개선이 시급한 시점이다. 의료부문에서도 한국의 의료수준이 선진국 수준에 근접해 있으며 의료수가 부문에서도 국제경쟁력을 확보하고 있는 것으로 평가받고 있다. 하지만 한국 의료관광부문은 정보의 신뢰성 및 절차상의 편의성 등 여러 분야에서 한계점이 다수 존재하고 있다. 한국의 경우 특히 의료관광 마케팅과 의료와 관광간의 연계부문에 대한 정책적인 재정비가 필요한 것으로 보인다. 이에 본 연구는 MICE 및 의료관광 부문에서 세계 최고 수준의 경쟁력을 갖추고 있는 싱가포르 MICE, 의료관광산업의 현황과 주요 유관기관들의 육성정책을 분석해 한국에 대한 정책적 시사점을 발굴하고 향후 정책방향을 제시하는데 목적을 둔다.

## 2. 선행연구와의 차별성 및 연구방법

최근 MICE 산업 및 의료관광산업이 주요 융복합 신성장동력으로 주목받으면서 관련 자료들이 발간되고 있다. 하지만 이들 산업에 대한 연구 중 싱가포르를 대상으로 한 연구성과물은 한정적인 상황이며, 싱가포르를 대상으로 연구한 자료들의 경우에도 단편적인 정보 전달에 그친 사례가 대다수이다. 2009년 발간된 「싱가포르 의료관광 발전과 시사점」(손기태·김민희)의 경우 한국의 싱가포르 의료관광의 발전 현황 및 한국의 발전방향에 대한 간략한 시사점 정리에 그쳤다. 2011년 발간된 『컨벤션 지원정책 개선방안』(신용석·박소영)의 경우 한국의 컨벤션 산업 현황, 외

국의 사례, 컨벤션 지원정책 등에 대해서 분석하였다. 또한 한국 정부부처와 업계 종사자들이 MICE 산업의 개념과 범위에 대해서 명확히 인식하고 있음에도 불구하고, 이 연구에서는 MICE와 컨벤션 개념의 범위가 모호하게 규정되어 있다. 또한 이론적 분석 내용을 개선방안이나 결론에 충분히 활용하지 못했다.

표 1-1. 주요 선행연구 현황 및 본 연구와의 차별성

주요 선행 연구	1	과제명	「싱가포르 의료관광산업 발전과 시사점」(손기태·김민희 2009), KIEP
		연구목적 및 주요 연구내용	- 싱가포르 의료관광산업 발전 현황 분석 및 한국에 대한 시사점 도출
		연구방법론	문헌 분석
	2	과제명	An Introspective Look At the Exhibition Industry in Singapore(Tan, D., Hock, M.G.K., and Piaw, T.C. 2009), National University of Singapore
		연구목적 및 주요 연구내용	- 싱가포르 MICE 산업 발전 및 싱가포르 내 관련 기관 및 이해관계자 분석 - 싱가포르 MICE 산업 내의 애로사항 규명
		연구방법론	문헌 분석, 현지 조사
	3	과제명	『컨벤션 지원정책 개선방안』(신용석·박소영 2011), 한국문화관광연구원
		연구목적 및 주요 연구내용	- 국내 컨벤션 산업 현황 및 육성방안 - 한국 컨벤션 산업발전 활성화 방안 도출
		연구방법론	문헌 분석
연구 차별성	연구목적 및 내용의 차별성	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 선행연구는 단편적인 정보 및 비정기적 동향 보고에 제한되어 있으나, 본 연구는 싱가포르의 경제상황과 연계하여 주요 유망산업 등에 대한 심층연구를 통해 한국에 대한 실질적인 산업발전정책을 제시하는 연구임.</li> <li>- MICE 및 의료관광산업 등과 같은 미래 유망산업에 대한 국내 연구가 미미한 상황 중에 본 연구는 싱가포르의 해당 산업을 연구함으로써 국내 산업육성정책에 대한 시사점을 도출함.</li> <li>- 싱가포르 시장 유망성 분석</li> <li>- 싱가포르의 산업구조 분석</li> <li>- MICE, 의료관광산업 심층 분석</li> <li>- 한국의 시사점 도출</li> </ul>	
	연구방법론의 차별성	문헌 분석, 현지 조사, 전문가회의	

자료: 필자 작성.

본 연구는 싱가포르 경제 현황 및 산업육성정책 부문의 분석을 통한 MICE, 의료관광과 같은 서비스산업의 중요성에 대한 이해를 기반으로 한다. 또한 1, 2차 자료를 활용한 문헌연구를 기반으로 하지만 문헌 연구 이외에도 현지 주요 유관 기관 및 업체들을 대상으로 한 조사출장을 수행하여 현장성을 강화했다. 또한 기존 주요 연구자들을 대상으로 전문가회의를 개최해 싱가포르 의료관광, MICE 산업 현황 및 과제에 대한 상호 토론을 통해 연구의 객관성을 강화했다.

본 연구의 구성은 먼저 1장 서론에 이어서 2장에서 싱가포르의 거시경제 현황, 산업구조 및 경제·산업육성정책 등 싱가포르 경제·산업 전반에 대해 분석해 싱가포르 경제 전반 및 주요 서비스산업의 중요성에 대한 이해를 도왔다. 이후 3장과 4장에서는 본 연구에서 싱가포르 주요 산업으로 선정한 MICE 산업, 의료관광의 개황, 주요 육성정책, 유관기관, 주요 업체, 분석 및 전망, 시사점 등으로 나누어 심층 분석하였다. 마지막으로 5장에서는 한국의 MICE 산업과 의료관광부문의 경쟁력 강화를 위한 육성방안을 도출했다.

## 제2장

# 싱가포르의 경제 현황과 산업육성정책

1. 주요 거시경제 동향과 전망
2. 최근 산업구조
3. 주요 경제개발계획 및 산업육성정책



## 1. 주요 거시경제 동향과 전망

싱가포르는 2002년 이후 7~8%대의 높은 경제성장률을 보이며 아시아의 주요 선진국으로 자리매김했다. 그러나 [표 2-1]을 통해 알 수 있듯이 싱가포르 경제는 2009년 글로벌 경제위기의 여파로 -0.1%의 성장률을 보이며 침체를 겪었다. 2010년 싱가포르는 세계경제의 회복세에 따라 14.8%의 높은 경제성장률을 기록하며 수출증가 등에 힘입은 경기회복양상을 보이고 있었다. 그러나 뒤이어 2011년에는 유럽발 재정위기의 영향력이 확산되며 전년대비 4.9% 성장했다. 싱가포르 경제는 무역 중심이고 해외자본의 영향력이 크다는 특징을 지녔기 때문에 경제성장률도 대외요소에 의해 변동성이 크다.

표 2-1. 싱가포르 최근 주요 거시경제지표 추이(2007~11년)

구분	단위	2007년	2008년	2009년	2010년	2011년
실질 GDP 증가율	%	8.9	1.7	-1.0	14.8	4.9
GDP	백만 달러	177,580	189,964	185,638	227,382	259,802
1인당 GDP	달러	38,731	39,806	37,536	44,704	50,078
총인구	백만 명	4.6	4.8	4.9	5.1	5.2
CPI 상승률	%	2.1	6.6	0.6	2.8	5.3
수출	백만 달러	313,058	356,009	289,431	371,636	429,484
수입	백만 달러	256,115	314,131	241,905	308,388	362,066
경상수지/GDP	%	23.5	11.1	13.3	24.5	22.0
외환보유액	백만 달러	162,746	173,981	187,592	225,503	237,662
평균 환율(SGD/USD)		1,507	1,415	1,455	1,364	1,258

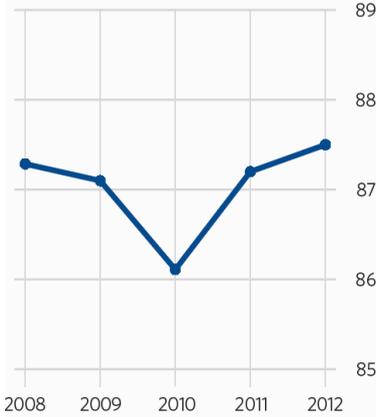
자료: IHS Global Insight.

싱가포르 경제에서 무역이 차지하는 비중은 매우 크다. 2011년 수출금액이 약 4,300억 달러에 이르며 수입금액은 3,600억 달러 상당이다. 또한 2007년 이후 꾸준한 무역흑자를 기록해오고 있다. 그러나 싱가포르는 2011년 이후 원유가격 상승 등으로 인한 물가상승의 압박을 받고 있다. 2011년 5.3% 물가상승률을 기록한 싱가포르는 2012년에도 5%의 물가상승률이 지속되고 있다. 이에 싱가포르 정부는 평가절상 환율정책을 시행하고 있다. 2007년 미 1달러 대비 1.507싱가포르달러에서 2011년 1.258싱가포르달러대로 환율이 하락했으며, 2012년에도 1.25싱가포르달러 정도를 유지하고 있다.

싱가포르 경제의 주요 특징 중 하나는 높은 경제자유도이다. 미국의 헤리티지 재단(The Heritage Foundation)과 월스트리트 저널(Wallstreet Journal)이 공동으로 발표한 경제자유도지수<sup>2)</sup>에 따르면, [그림 2-1]에 나타난 바와 같이 2010년에 경제자유도 수치가 잠시 하락했음에도 불구하고 싱가포르의 경제자유도는 지속적으로 세계 평균을 상당히 웃도는 수치를 기록했다. [그림 2-2]에서 알 수 있듯이 2012년 싱가포르의 경제자유도지수는 87.5점으로서 세계 2위 수준이며, 세계국가의 평균인 59.5점에 비교하면 매우 높은 수치이다. 즉 각종 정부의 정책 및 금융, 물가, 투자 등 분야에 걸쳐 싱가포르는 기업이 활동하기에 매우 용이한 국가로 볼 수 있으며 이는 외국인투자가 활발히 일어날 수 있는 조건을 가지고 있다.

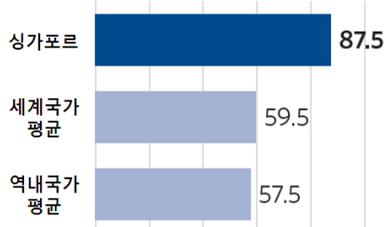
2) 미국 헤리티지 재단과 월스트리트 저널이 발표하는 경제자유도지수는 무역정책, 정부재정, 정부의 경제 개입, 통화정책, 외국인투자, 은행 및 금융, 임금 및 물가, 재산권보호, 기업규제, 암시장 등의 분야를 분석하여 기업이 자유롭게 경제활동을 할 수 있는지에 대한 척도를 수치화한 것이다.

그림 2-1. 싱가포르의 경제자유도 추이(2008~12년)



자료: Miller *et al*(2012), p. 372.

그림 2-2. 싱가포르의 경제자유도 평균 경제자유도 비교(2012년)

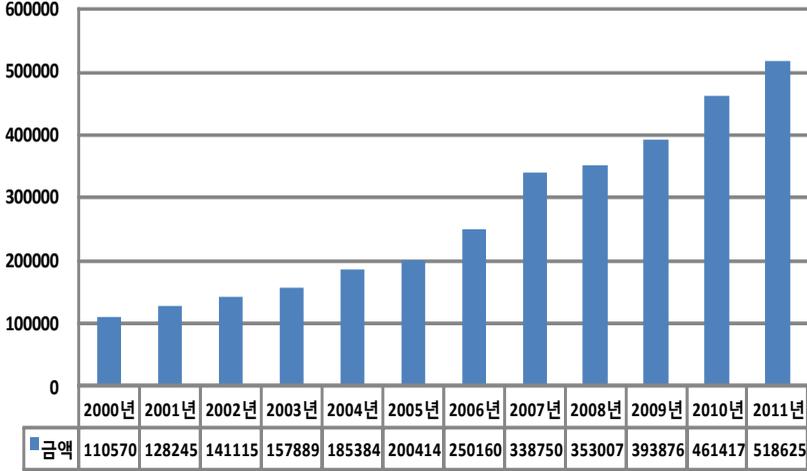


자료: Miller *et al*(2012), p. 372.

높은 경제자유도만큼이나 싱가포르의 외국인투자는 2000년대 이후 꾸준히 증가해왔다. [그림 2-3]을 살펴보면 2000년에 비해 2011년 외국인투자 유치금액은 약 4.5배 이상 증가했음을 알 수 있다. 2008년 이후 글로벌 경제위기에도 외국인투자 측면에서는 큰 하락세를 보이지 않았다. 2011년에는 역대 최고치인 5,180억 달러를 기록했다. 업종별 외국인투자는 [그림 2-4]에 나타나 있다. 투자 유치 1대 분야는 금융 및 보험 서비스 산업이며, 2005년 이후 해당 분야에 대한 투자가 매우 큰 폭으로 증가했다. 싱가포르는 글로벌 금융그룹의 투자가 활발히 일어남에 따라 발전을 거듭하여 아시아 지역의 금융허브로서 평가받고 있다. 이와 더불어 제3대 투자 유치분야인 도소매업에 대한 외국인투자도 활발히 일어나고 있다.

그림 2-3. 싱가포르의 외국인투자 유치 추이(2000~11년)

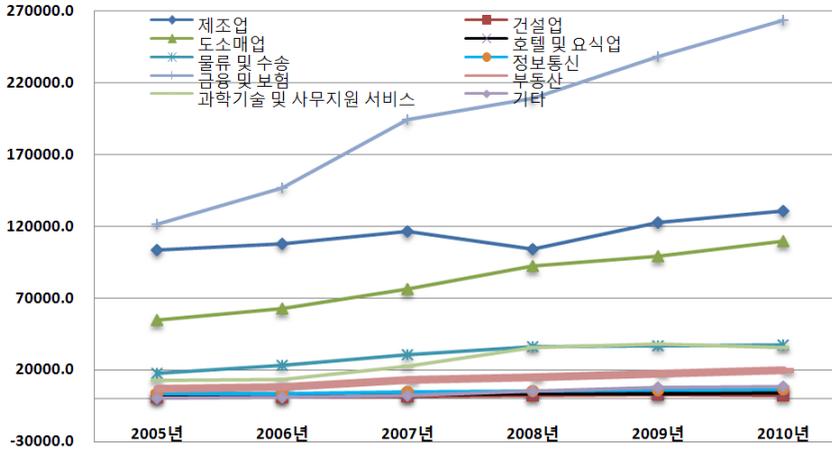
(단위: 백만 달러)



자료: UNCTAD 통계.

그림 2-4. 싱가포르의 업종별 외국인투자 유치 추이(2005~10년)

(단위: 백만 달러)



자료: 싱가포르 통계청(Singstat).

표 2-2. 싱가포르의 거시경제 전망(2013~10년)

구분	단위	2012년 (추정)	2013년	2014년	2015년	2016년	2020년
실질 GDP 성장률	%	2.0	2.9	4.3	5.0	4.6	3.7
GDP	백만 달러	268,513	292,338	315,978	339,762	364,919	495,232
CPI 상승률	%	4.5	4.1	3.3	2.3	2.3	2.3
경상수지/GDP	%	15.7	14.4	18.5	19.7	21.7	20.9
외환보유액	백만 달러	254,059	272,988	293,332	315,192	338,682	451,500
평균 환율		1,249	1,204	1,188	1,180	1,181	1,185

자료: IHS Global Insight.

2012년 싱가포르 경제는 유럽발 재정위기로부터 지속적인 영향력을 받고 있다. 이에 대외의존도가 높은 전기전자산업 등이 성장둔화양상을 보이며, 2012년 2/4분기 경제성장률이 전년동기대비 2.0%에 그쳤다. 따라서 2012년 싱가포르 경제는 성장세를 이어가나 성장률에서는 다소 하락한 수치를 보일 것이라고 전망된다. [표 2-2]에 따르면 싱가포르는 향후 4~5%의 성장률을 보일 것으로 전망된다. 또한 물가상승률이 다소 하락하여 2016년에는 2012년 수치보다 2.2%포인트 하락한 2.3%를 기록할 것으로 예상된다. 환율변동세가 비교적 안정적인 싱가포르는 2020년에도 1.185 싱가포르달러 수준을 유지할 것이며, 경상수지는 2016년 GDP 대비 21.7%까지 상승할 것으로 보인다.

## 2. 최근 산업구조

### 가. 주요 분야별 구조

싱가포르 경제는 서비스업이 GDP의 70% 이상을 차지하는 서비스업

중심의 국가이다. 그 외에 제조업과 건설업이 비중을 차지하고 있으며 농수산업 또는 광업 등 1차 산업분야는 거의 비중을 차지하지 못한다. [표 2-3]을 참고하면 2006년 싱가포르 경제에서 제조업이 차지하는 비율이 높다. GDP 구조상에서 25.46%를 차지했으며, 제조업 중에서도 전기전자와 석유화학 분야가 주를 이루었다. 그러나 2011년 제조업의 비중은 19.64%로 5.81%포인트가 하락했다. 물론 전체대비 여전히 높은 비중을 차지하고 있으나, 하락폭이 큰 편이다. 2006년 싱가포르 경제의 제2대 주요 분야는 도소매업이었다. 국제교역의 허브로서 자리매김한 싱가포르는 이를 근간으로 국외 도매업에 주력하여 재수출 및 해외거래 등에서 두각을 나타내고 있다. 그러나 유럽발 재정위기의 타격으로 인해 주요 수입대상국인 EU의 경기침체가 이어짐에 따라 2011년 싱가포르의 도소매업 또한 GDP 구조상 차지하는 비중이 하락했다.

표 2-3. 주요 분야별 GDP 구조 변화(2006년, 2011년)

(단위: %)

구분	2006년	2011년	변동폭 (2006~11년)
제조업	25.46	19.64	-5.81
건설업	2.82	3.90	1.09
전기, 가스, 수도	1.59	1.41	-0.17
농수산업 및 광업	0.05	0.03	-0.01
도소매업	17.68	16.32	-1.37
물류 및 수송	9.04	7.70	-1.34
호텔 및 요식업	2.02	2.23	0.21
정보통신	3.63	3.37	-0.26
금융 및 보험	10.61	11.23	0.61
비즈니스 서비스	10.34	13.28	2.93
기타 서비스	9.40	10.70	1.31

자료: 싱가포르 통계청(Singstat) 통계를 토대로 필자 작성.

반면에 그 비중이 증가한 산업들도 있다. 각각 제3대, 제4대 분야를 차지한 금융 및 보험 산업과 비즈니스 서비스산업이 이에 해당한다. 이미 2006년에도 10% 이상의 비중을 차지한 해당 산업들은 2011년 그 비중이 증가했다. 특히 비즈니스 서비스의 경우 2.93%포인트 증가했다. 그밖에도 2011년 싱가포르의 건설업이 활황이다. 아직까지도 전체대비 비중은 현저히 낮으나 건설업이 차지하는 비중은 2006년에 비하여 1.09%포인트 상승한 3.9%를 기록했다. 배경으로는 싱가포르 내 공공주택 및 민간수요의 주택 건설 프로젝트 증가에 있다고 알려졌다.<sup>3)</sup>

[표 2-4]에서 알 수 있듯이, 제조업 내 세부 업종별 부가가치 창출 비중에서는 전기전자가 차지하는 비중이 29.2%로 가장 컸다. 전통적으로 싱가포르의 3대 제조업은 석유화학, 전기전자, 바이오메디컬 산업으로 분류할 수 있다. 싱가포르 정부는 각 분야에 글로벌 기업의 투자를 집중 유치하여 각각의 클러스터를 조성해왔다. 특히 [표 2-4]를 살펴보면, 바이오

표 2-4. 제조업 내 업종별 부가가치 창출 구조(2011년)

(단위: %)

구분	비중
전기전자	29.2
화학	9.0
바이오메디컬 제조업	22.4
정밀공업	12.6
운송공업	15.6
기타 일반 제조업	11.3
총계	100.0

자료: 싱가포르 무역산업부.

3) KOTRA 주싱가포르사무소 관계자 인터뷰(2012년 9월).

메디컬산업의 비중이 22.4%를 차지하며 2위를 기록했다. 최근 제조업 성장둔화에 따라 싱가포르 정부는 제조업 내 신성장동력 육성을 위해 노력해왔다. 이에 특별히 바이오메디컬분야의 R&D에 대해 집중적으로 투자하고 있어 향후 제조업 내 비중이 높아질 가능성이 크다. 이외에도 운송공업과 정밀공업이 그 뒤를 잇고 있다.

## 나. 수출입 구조

[표 2-5]는 2011년 싱가포르의 10대 수출입품목을 나타낸 것이다. 2011년 싱가포르의 수출품목을 살펴보면 정제된 석유제품이 차지하는 비율이 26% 이상이며 전년대비 증가율이 32.7%를 기록했다. 그밖에도 전자밸브 등 전기전자 관련 제품이 큰 비중을 차지한다. 주요 수출대상국으로는 말레이시아와 홍콩, 인도네시아 등 역내 국가 비중이 30% 가까이 차지했다.

2011년 싱가포르의 주요 수입품목 또한 정제된 석유제품이며, 3위에 원유 품목이 올라와 있다. 뉴욕과 런던에 이어 제3대 석유거래시장인 싱가포르는 원유 및 석유정제제품을 수입하여 이를 가공하거나 재수출하고 있다. Shell, British Petroleum, Mobil 등 대부분의 글로벌 석유회사들이 싱가포르에 진출하여 석유거래사업을 확장하고 있다. 싱가포르는 또한 항공기 보수 및 유지에 관련된 MRO(maintenance, repair and overhaul)산업이 발달해 있어 항공기부품이 8대 수입품목에 올라 있다. 주요 수입대상국은 EU이며, 미국, 중국, 일본 등이 차지하는 비율 또한 크다. 싱가포르의 교역품목은 석유 관련, 전기전자, 데이터 기기 관련 제품 등이 중복된다는 특징도 가지고 있다.

표 2-5. 싱가포르의 수출입품목(2011년)

(단위: %)

수출품목			수입품목		
품목	비율	증가율	품목	비율	증가율
정제된 석유제품	26,1	32,7	정제된 석유제품	22,0	30,2
전자밸브	20,4	-10,8	전자밸브	15,3	-10,6
사무 및 데이터 처리기기 부품	4,2	-14,1	원유	9,2	28,8
통신장비	2,6	7,5	통신장비	3,5	6,6
데이터 처리기기	2,3	-10,0	사무 및 데이터 처리기기 용 부품	2,6	-14,6
유기·무기 화합물	1,8	37,0	데이터 처리기기	1,9	4,3
특수 기계	1,8	20,7	토목공업장비용 부품	1,7	-6,4
전기회로장치	1,7	11,6	항공기부품	1,7	3,0
전기기계	1,6	-0,1	특수 기계	1,6	2,9
측정기	1,5	13,0	비전기 엔진 및 모터	1,5	8,3
총계	100,0	7,5	총계	100,0	8,6

자료: 싱가포르 무역산업부.

여타 국가에서는 상품수출에 대한 품목을 살펴보는 것이 중요하나 싱가포르의 경우 해당 경제의 70%에 가까운 비중을 차지하는 서비스업의 수출입구조 또한 매우 중요하다. [표 2-6]에서 서비스 세부 업종별 수출입 구조를 살펴볼 수 있다. 싱가포르 서비스업의 교역은 주로 수송, 관광, 금융 분야에 집중되어 있으며, 상품 교역품목과 마찬가지로 각각 수출과 수입 측면에서 주력 업종이 중복된다. 다만 금융분야는 수입에 비해 수출이 높으며, 지적재산권 분야는 수입에 비해 수출이 낮다. 추이를 살펴보면 2008년에 비해 글로벌 경제위기 이후인 2011년에 싱가포르의 관광이 상당히 증가하였으며, 반대로 수송 등에 관련한 서비스업의 교역량은 감소했다.

싱가포르의 거시경제 전망 및 최근의 산업구조를 살펴보았을 때, 싱가

포르 경제에서 서비스업이 차지하는 중요성이 매우 크다는 것을 알 수 있다. 높은 경제자유도 및 외국인투자 유치 실적은 향후 서비스산업 발전에 대한 전망이 밝다는 것을 암시한다. 뿐만 아니라 최근의 산업구조에서 서비스업의 부가가치 창출이 싱가포르 경제발전에 큰 원동력이 되어온 것도 알 수 있다. 이와 같은 싱가포르 서비스업의 발전과 싱가포르 경제에 미치는 큰 영향력은 향후 MICE 및 의료관광산업 등의 전문성이 높고 부가가치가 큰 서비스업이 발전할 수 있는 배경이 되고 있다.

표 2-6. 서비스 업종별 수출입구조 변화(2008~11년)

(단위: 백만 달러, %)

	2008년				2011년				변동폭 (2008~11년)	
	수출		수입		수출		수입		수출	수입
	금액	비중	금액	비중	금액	비중	금액	비중		
보수 및 수리 서비스	8,224.2	6.6	657.6	0.5	9,496.4	6.6	754.6	0.5	0.05	0.02
수송	50,118.3	40.2	43,207.0	33.7	53,850.2	37.7	44,177.3	31.4	-2.53	-2.22
관광	15,158.9	12.2	23,156.2	18.0	22,627.2	15.8	26,543.4	18.9	3.67	0.85
보험	2,633.2	2.1	3,699.2	2.9	3,730.6	2.6	4,243.9	3.0	0.50	0.14
정부 상품 및 서비스	360.1	0.3	319.1	0.2	362.9	0.3	261.6	0.2	-0.04	-0.06
건축	1,532.2	1.2	495.6	0.4	1,700.0	1.2	692.2	0.5	-0.04	0.11
금융	15,303.9	12.3	3,573.0	2.8	16,152.2	11.3	3,268.8	2.3	-0.98	-0.46
통신, 컴퓨터 및 정보기술	3,690.2	3.0	3,213.7	2.5	4,757.8	3.3	4,026.8	2.9	0.37	0.36
지적재산권 이용	1,001.9	0.8	17,586.2	13.7	1,543.6	1.1	20,591.3	14.7	0.28	0.95
문화 및 여가	726.8	0.6	609.3	0.5	732.4	0.5	644.9	0.5	-0.07	-0.02
기타 비즈니스 서 비스	25,845.9	20.7	31,860.0	24.8	27,914.7	19.5	35,343.4	25.1	-1.21	0.33

자료: 싱가포르 통계청(Singstat) 통계를 토대로 필자 작성.

### 3. 주요 경제개발계획 및 산업육성정책

#### 가. 주요 경제개발계획

싱가포르경제개발청(Economic Development Board)은 1999년 ‘인더스트리21(I-21: Industry 21)’을 수립하여 자국 경제를 지식기반경제(knowledge-based economy)로 발전시키고자 했다. I-21은 제조업과 서비스업을 싱가포르 경제성장의 2대 엔진으로 삼아 지식주도산업(knowledge-driven industries)의 세계적인 허브로 육성하고자 했다. 이에 싱가포르 개발청은 9개의 신성장동력산업을 선정했다. 싱가포르 개발청은 전략적 투자 유치분야로서 해당 9개 분야에 대한 투자 유치를 위해 노력을 기울이고 있기도 하다.

싱가포르 개발청이 선정한 9개 신성장동력산업 중 제조업 관련 분야는 전자공학, 석유화학, 생명과학, 엔지니어링으로서 보다 기술집약적이고 고부가가치적인 생산이 이루어질 수 있도록 장려했다. 서비스업 중에서는 물류, 정보통신 및 미디어, 지역총괄(head quarter), 교육서비스, 의료서비스 등의 분야에서도 세계적 수준의 기업을 집중 육성할 계획을 밝혔다.<sup>4)</sup> 이와 같은 계획을 기반으로 2000년대 후반까지 싱가포르 경제는 대부분의 목표를 성취해왔으며, 대표적인 지식기반경제로서 발전하였다.

이에 2009년 싱가포르 총리는 세계 경제환경 변화에 따라 싱가포르의 기존 경쟁력을 적극 활용하여 지속가능하고 포용적인 경제성장을 이룩하기 위해 경제전략위원회(Economic Strategies Committee)를 설립했다.

---

4) 정재완(1999), p. 4.

경제전략위원회는 8개의 분과위원회와 다수의 작업반을 구성하여 싱가포르의 종합적인 경제발전정책을 수립하기 위한 노력을 계속하였다. 이를 위해 2010년 경제전략위원회는 싱가포르의 경제정책에 대한 보고서를 발표하여 싱가포르의 주요 경제발전전략을 천명하였다. 경제전략위원회는 싱가포르 경제의 목표로서 ① 숙련 노동력 증가, ② 혁신적 경제(아시아의 기회를 잡기 위한 싱가포르 기업의 능력배양), ③ 싱가포르의 특별한 글로벌 도시화 등 세 가지를 꼽았다.<sup>5)</sup>

경제전략위원회는 상기 목표를 달성하기 위한 세부 전략의 일환으로 향후 10년 동안 경제성장을 이룩하고 싱가포르 국민의 삶의 질을 향상시키기 위한 7대 전략을 제시했다. 7대 전략은 표 2-7과 같이 ① 기술 및 혁신을 통한 성장, ② 글로벌 아시아 허브 도시화, ③ 다양하고 역동적인 기업 생태계 육성, ④ 혁신의 추구 및 R&D의 상용화 촉진, ⑤ 스마트 에너지 경제 구축, ⑥ 토지 생산성 증대, ⑦ 글로벌 도시이자 살기 좋은 도시로 발전 등이 포함되어 있다.

표 2-7. 2010년 싱가포르 ESC의 7대 전략

7대 전략		세부 정책
1	기술 및 혁신을 통한 성장	- 지속적인 교육 및 훈련을 확대하고 생산성을 촉진하기 위한 관련 고위급 국가위원회 설립 - 2015년까지 매년 각 분야별 최소 24만 회 이상의 교육 및 훈련 프로그램 제공 등.
2	글로벌 아시아 허브 도시화 (제조업과 서비스업)	- 전체 경제의 20~25%를 차지할 수 있는 세계적인 경쟁력을 갖춘 제조업분야 육성. - 글로벌 금융 및 비즈니스 허브로 성장할 수 있도록 리스크매니지먼트(risk management) 및 트레이딩 역량 강화 등.

5) ESC(2010), p. 1.

표 2-7. 계속

	7대 전략	세부 정책
3	다양하고 역동적인 기업 생태계 육성	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 범아시아 시장조사 추진</li> <li>- 글로벌 중견기업 유치를 위한 사회기반시설 강화</li> <li>- 금융 및 보험 관련 역량 확충을 통해 싱가포르 기업의 국제화 촉진</li> <li>- 민관공동투자기금을 통해 싱가포르 중소기업에 대해 자금 지원 등</li> </ul>
4	혁신의 추구 및 R&D의 상용화 촉진	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2015년까지 R&amp;D에 대한 지출을 GDP 대비 3.5%로 증가</li> <li>- 공공부문 R&amp;D 관련 기관에 대한 비중 축소 및 민간부문 R&amp;D 비중 증가 등</li> </ul>
5	스마트 에너지 경제 구축	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 에너지원 다양화(신재생에너지 관련 기반시설 구축, 핵에너지 타당성 조사 등).</li> <li>- Intelligent Energy System 구축</li> <li>- 주롱(Jurong)섬을 에너지 적정 산업클러스터로 조성</li> <li>- 에너지 효율성 증대 등</li> </ul>
6	토지 생산성 증대	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 탄종파가(Tanjong Pagar)에 새로운 해안도시 건설을 위한 마스터플랜 수립</li> <li>- 장기적으로 'Concept Plan 2011' 하에 투아스(Tuas)에 통합항구에 대한 타당성 조사 추진 등</li> </ul>
7	글로벌 도시이자 살기 좋은 도시로 발전	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 다양한 재능을 갖춘 리더십 양성</li> <li>- 싱가포르의 문화도시화</li> <li>- 삶의 질 향상(국제행사 유치 및 토지수송마스터플랜 수립) 등</li> </ul>

자료: ESC(2010), pp. 14-32를 토대로 필자 작성.

## 나. 산업육성정책

최근 싱가포르 정부는 제조업 분야의 신성장동력으로서 바이오메디컬 산업을 집중 육성하고 있다. 이미 2000년에 산업육성정책으로서 ‘바이오메디컬 이니셔티브(Bio-medical Initiative)’를 발족함으로써 정부가 주도적으로 해당 사업에 특화된 육성정책을 시행해왔다. 특별히 2003년 바이오메디컬 연구단지인 ‘바이오폴리스(Biopolis)’를 조성한 것은 해당 산업육성에서 매우 중요한 계기가 되었다. 이 연구단지를 위해 싱가포르 정부 차원에서 해외 유수의 인력 유치를 위한 정책을 제공했으며, 바이오

## 글상자 2-1. 싱가포르 바이오폴리스(Biopolis)

경제개발청, 과학기술연구청(Agency for Science, Technology & Research) 및 JTC Corporation 등의 싱가포르 정부기관들이 바이오메디컬 허브 구축을 위해 노력하는 가운데 가장 대표적인 프로젝트가 바이오폴리스이다. JTC의 주요 프로젝트 중 하나인 '원 노스(one-north)'의 '바이오폴리스(BioPolis)'는 R&D를 위해 20만㎡ 이상의 공간을 구성하였으며 민간 및 공공 분야 연구자들과 Novartis 등의 대기업 유치에 성공하였다. 바이오폴리스 내에는 최첨단연구 관련 설비와 접견실 등의 사업지원설비가 제공되었다. 싱가포르 정부는 또한 국립연구기관을 이전시키고 외국인투자를 적극 유도했다.

P&G사는 바이오폴리스 설립의 4단계인 싱가포르 혁신센터(Singapore Innovation Centre)를 담당하고 있다. 약 2,500싱가포르달러가 투입되는 싱가포르 혁신센터에서는 바이오메디컬제품의 소비자를 위한 새로운 혁신에 집중하여 싱가포르 최고의 국영 연구기관인 A-Star와의 전략적인 협력연구를 진행할 예정이다. 이 센터의 모든 시설이 완비될 2013년에는 약 400명의 연구진을 유치 가능할 것으로 전망하고 있다.

자료: 유선아(2009); JTC 공식홈페이지.

메디컬분야에 대한 R&D에 막대한 금액을 투자했다. [글상자 2-1]에서 보다 자세한 내용을 참고하기 바란다.

또한 ICT 분야를 육성하고자 하는 싱가포르 정부의 노력도 계속되고 있다. 일례로 싱가포르 정부의 'iN2015' 계획은 IT 기반시설 구축을 통해 동남아시아의 IT 허브로 거듭나고자 하는 목적으로 추진하고 있는 정책이다. 싱가포르 정부는 2006년 싱가포르 iN2005 운영위원회가 작성한 보고서를 통해 IT 분야 육성을 위한 구체적인 계획을 발표했다. 2015년까지 주요 목표는 세계 1위 정보화 국가로서 △ 260억 달러 규모의 ICT 시장 육성 △ 8만 개의 관련 일자리 창출 △ 600억 달러 상당의 ICT 수출액 달성 등을 목표로 한다.<sup>6)</sup>

싱가포르 서비스분야의 주요 산업으로 관광분야를 들 수 있다. 싱가포르 관광청(Singapore Tourism Board)은 새로운 싱가포르 관광산업의 로

6) iN2015 Steering Committee(2006), p. 7.

드랩으로서 ‘Tourism 2015’ 정책을 발표하였다. 해당 계획에 따르면 2015년까지 300억 싱가포르달러의 수입, 1,700만 명의 관광객 유치를 목표로 하고 있다. 또한 선도적인 MICE 도시이자, 레저도시, 서비스 중심지로 거듭나고자 하는 목적을 가지고 관련하여 다양한 프로모션을 진행하고 있다.

2011년 싱가포르 정부는 ‘Research, Innovation, and Enterprise 2015’를 발표하였다. 싱가포르는 R&D를 주요 성장동력으로 간주하고 있으며 혁신과 가치창출의 주요 요인으로 보고 있다. 싱가포르 정부는 동 계획에 따라 2011~15년간 161억 달러를 R&D에 투자할 계획임을 밝혔다.

싱가포르는 아시아의 대표 선진국가로서 주변 동남아 개발도상국들의 국가경제개발계획과는 다른 성격의 경제개발정책들을 발표하고 있다. 다시 말해 주변 개도국들이 경제 전반에 대한 중장기 경제정책을 제안하는 것과는 다르다. 싱가포르는 중점육성산업 선별을 중시하여 중점육성산업에 대한 국가적 전략을 제시하고 해당 산업별로 세부적인 추진계획들을 발표하고 있다. 또한 산업 자체에 대한 계획 외에도 경제정책의 선상에서 R&D에 대한 계획을 별도로 마련하고 있다. 이를 통해 정부는 차기 경제성장의 기반을 다지고자 하는 의지를 드러내었다. 또한 여타 주변국들이 제조업과 기반시설 등 하드웨어 측면의 경제개발계획을 발표하는 것과는 달리, 서비스업 등의 소프트웨어 측면의 경제개발계획을 다수 발표하는 점도 싱가포르만의 특징이라고 할 수 있다. 최근 싱가포르 정부는 이와 같은 주요 경제개발계획 및 산업육성정책을 기반으로 신성장동력인 MICE 및 의료관광산업 육성과 이를 통한 경쟁력 창출에 주력하고 있다.

## 제3장 MICE 산업

1. 싱가포르 관광 및 MICE 산업 현황
2. 주요 육성정책
3. 주요 활동기업 현황 및 전략
4. 싱가포르 MICE 산업 SWOT 분석 및 향후 전망



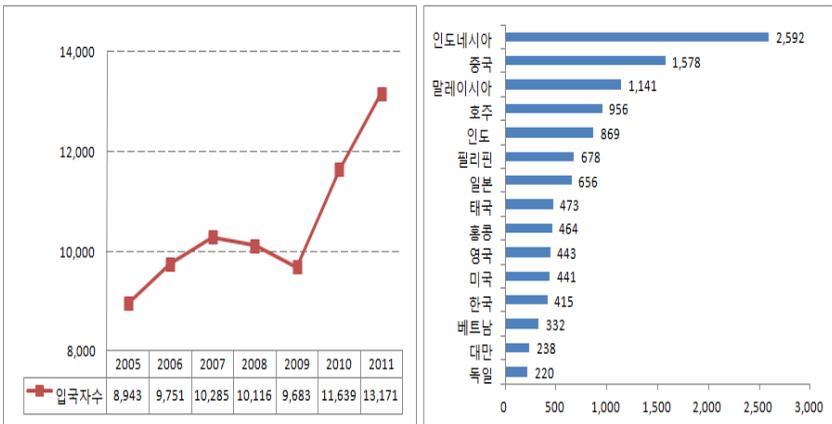
# 1. 싱가포르 관광 및 MICE 산업 현황

싱가포르 관광청에 의하면 2011년 싱가포르의 외국인 입국자 수(International visitor Arrivals)는 전년대비 약 13% 증가한 1,300만 명 규모를 기록했다. 전체 중 비즈니스 목적의 입국은 전년대비 2.6% 증가해 약 320만 명에 달하며 전체 입국자에서 약 1/4의 비중을 차지했다. 국별로는 인도네시아가 259만 명으로 가장 큰 비중을 차지하며, 중국 157만 명, 말레이시아 114만 명 순이다.

2011년 관광수입(Tourism Receipts)은 전년대비 약 18% 증가한 약 223억 싱가포르달러로 추산되며, 비즈니스부문의 관광수입은 약 56억 싱가포르달러로 입국자 수의 경우와 마찬가지로 전체의 약 1/4의 비중을 차지한다. 부문별로는 관광·엔터테인먼트 부문이 전년대비 34% 증가한

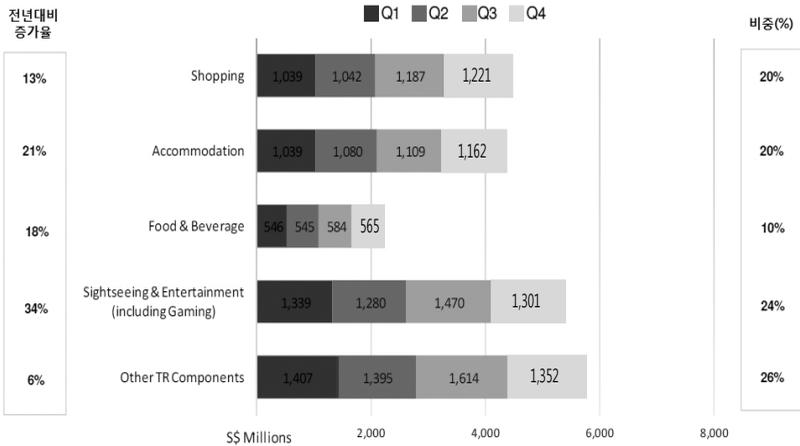
그림 3-1. 싱가포르 연도별 국별 입국자 수 현황

(단위: 천 명)



자료: 싱가포르 관광청(<https://app.stb.gov.sg>).

그림 3-2. 싱가포르의 부문별 관광수입 내역(2011년)



자료: 싱가포르 관광청(<https://app.stb.gov.sg>).

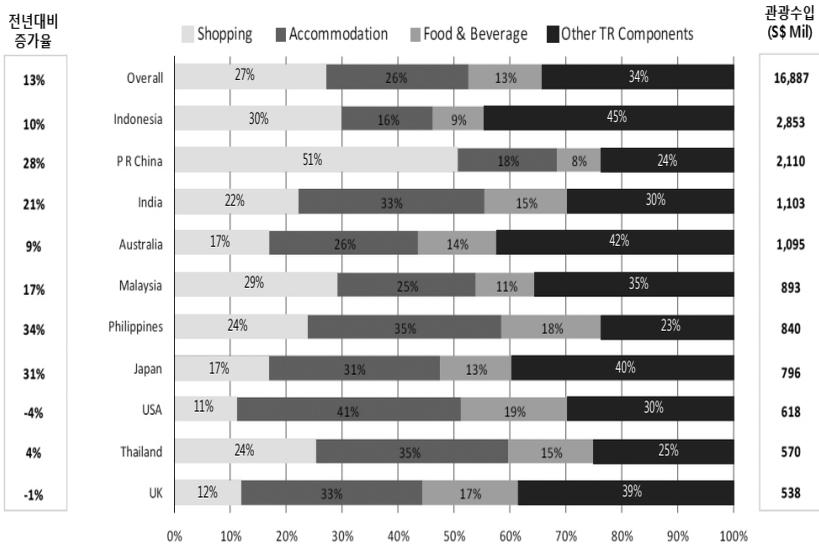
약 5억 4,000만 싱가포르달러로 약 24%로 최대 비중을 차지했다. 반면 쇼핑의 경우 약 4억 5,000만 싱가포르달러로 20%의 비중을 차지했다. 숙박의 경우 약 4억 4,000만 싱가포르달러, 식음료는 약 22억 싱가포르달러에 그쳤다.

국별 관광수입은 인도네시아 약 28억 싱가포르달러, 중국 약 21억 싱가포르달러, 인도 약 11억 싱가포르달러, 호주 약 10억 싱가포르달러 순이다. 국별 관광수입 통계의 경우 관광·엔터테인먼트 부문이 포함되지 않고 쇼핑, 숙박, 식음료, 기타로 구성되었다. 국별 관광수입 내역을 살펴보면 최대 관광수입 국가인 인도네시아의 경우 숙박과 식음료 부문의 비중이 평균보다 다소 낮게 나타났다. 반면 중국의 경우 관광수입의 절반 이상이 쇼핑에 집중된 특징을 보인다. 인도의 경우 쇼핑은 평균보다 낮았으며 숙박과 식음료의 비중이 평균보다 높았다. 반면 대다수 선진국의 경

우 쇼핑의 비중이 평균보다 낮은 반면 숙박과 식음료의 비중이 높았다. 이는 개도국 관광객들은 싱가포르를 쇼핑지로 선호하는 반면 선진국 관광객의 경우 자국에서도 우수한 쇼핑환경이 마련되어 있어 쇼핑보다는 숙박, 식음료, 기타 관광에 더 많은 비용을 지불한다는 것으로 해석할 수 있다.

아시아의 대표적인 허브국가인 싱가포르는 최근 수년간 국제회의 개최 수가 급증해 아시아는 물론 세계 최대 MICE 산업국으로 부상했다. 국제협회연맹(UIA: Union of International Associations)의 국별 국제회의 개최 통계에 의하면 국제회의는 국제기구의 회의가 잦은 미국, 프랑스, 독일 등 서구 국가들이 상위권을 차지해왔으나 2006년부터 싱가포르가 상

그림 3-3. 싱가포르의 주요 국별 관광수입 현황(2011년)



자료: 싱가포르 관광청(<https://app.stb.gov.sg>).

위권에 진입하기 시작해 2011년에는 국제회의 개최건수에서 1위를 차지했다. 2011년 기준 싱가포르에서 개최된 국제회의는 919건으로 2위 미국(744건), 3위 일본(598건), 4위 프랑스(557건) 등 상위권 국가들과의 격차 또한 크다. 연도별로는 UIA 통계 기준으로는 2011년 싱가포르에서 개최된 국제회의가 919건으로 전년대비 약 27% 성장세를 기록했으나, 싱가포르 관광청 발표에 의하면 컨벤션, 컨퍼런스, 무역박람회 등을 합한 통계로는 전년대비 46%의 성장세를 기록했다고 밝힌 바 있다.<sup>7)</sup>

싱가포르가 아시아는 물론 세계적인 MICE 국가로 부상하게 된 배경으로는 다국적기업들의 진출로 인한 다양한 비즈니스 기회가 제공되는 시장환경을 가지고 있는 점이 가장 큰 요인으로 작용한다고 볼 수 있다.

표 3-1. 최근 국별·연도별 국제회의 개최 현황

2009년			2010년			2011년		
순위	국명	건수	순위	국명	건수	순위	국명	건수
1	미국	1,085	1	미국	936	1	싱가포르	919
2	싱가포르	689	2	일본	741	2	미국	744
3	프랑스	632	3	싱가포르	725	3	일본	598
4	독일	555	4	프랑스	686	4	프랑스	557
5	일본	538	5	벨기에	597	5	벨기에	533
6	벨기에	470	6	스페인	572	6	한국	469
7	네델란드	458	7	독일	499	7	독일	421
8	오스트리아	421	8	한국	464	8	오스트리아	390
9	이탈리아	391	9	영국	375	9	스페인	386
11	한국	347	10	오스트리아	362	10	호주	329

자료: 한국관광공사(<http://kto.visitkorea.or.kr>).

7) 싱가포르 관광청(2012), *Tourism Sector Performance Q4 2011 & Full Year 2011 Report* 참고.

또한 영어를 공용어로 사용하는 사회문화적 배경과 아시아 최고 수준의 우수한 사회기반시설도 MICE 산업이 성장하는데 큰 기여를 했다는 평가를 받고 있다.

환경적인 요인 이외에도 싱가포르 정부의 적극적인 MICE 산업에 대한 지원 또한 큰 역할을 하고 있다. 싱가포르는 이미 국제적인 수준의 MICE 환경을 가지고 있음에도 불구하고 싱가포르 정부는 센토사섬(Sentosa island), 마리나만(Marina Bay) 등을 중심으로 대규모 복합 리조트를 개발하면서 공격적으로 시설 확장을 지속하고 있다. 센토사섬의 경우 2010년 약 49만<sup>2</sup> 규모로 카지노, 컨벤션센터, 해양생태공원, 유니버설 스튜디오, 호텔 6개 등을 갖춘 복합 컨벤션 엔터테인먼트 콤플렉스인 리조트월드 센토사(Resort World Sentosa)가 개장되었다. 또한 마리나만의 경우 컨벤션, 호텔, 카지노 등 다양한 형태의 서비스 시설을 갖춘 대규모 복합 리조트인 마리나베이샌즈(Marina Bay Sands)도 2010년 개장했다. 이 두 개의 복합 리조트 개장으로 MICE 행사장으로 활용할 수 있는 전시장 규모는 기존 13만 5,000m<sup>2</sup>에서 18만m<sup>2</sup>가 증가해 총 31만 5,000m<sup>2</sup> 규모까지 확대되었다.

## 2. 주요 육성정책

### 가. 주요 MICE 관련 기관

#### 1) 싱가포르 관광청

싱가포르 관광청(Singapore Tourism Board)은 싱가포르의 관광산업 육성 및 촉진 관련 주요 정책을 기획하고 집행하는 대표적인 정책기관이

다. 1964년 설립 이후 싱가포르가 아시아의 주요 관광지로 부상하는데 중심적인 역할을 수행해왔으며 싱가포르 관광의 상징물로 알려진 머라이언(Merlion)을 제작한 곳이기도 하다. 싱가포르는 도시국가 특성상 관광정책이 도시 인프라 관련 다수의 정책과 상호 유기적으로 관련되어 있어 싱가포르 도시계획에도 직간접적으로 정책적인 영향력을 행사해왔다. 싱가포르의 MICE 육성전략은 아시아 최고 비즈니스 도시로서의 위치를 공고히 함과 동시에 아이디어와 기술, 사람이 융합되는 역동적인 비즈니스 네트워킹, 비즈니스 관광과 레저 활동을 융합해 MICE 행사 참석자들에게 비즈니스 기회를 창출하는 것을 목표로 하는 발전전략을 가지고 있다.<sup>8)</sup>

싱가포르관 광청은 부문별로 7개 부서로 나뉘어져 있으며, 그 중 비즈니스 관광 및 MICE 육성을 위한 각종 정책들을 관리하는 BTMICE(Business

표 3-2. 싱가포르 관광청의 BTMICE 관련 부서 개요

BTMICE 담당부서	활동	협력기관
Strategic Events Department		
	민·관 행사 중 무역산업부에서 승인하는 전략 프로젝트 및 행사 관리	무역산업부(Board or Ministry of Trade and Industry)
Business Events Management Department		
	비즈니스 투어 무역 및 기업 팸투어 지원 사업 잠재성을 가진 정부부처 투어	
Strategic Cluster I, II Divisions	기존 전시 컨벤션 개발 육성 신규 기업행사 유치 지원	협회, 언론, 선도기업, 정부부처
Convene in the Singapore scheme	예술활동 지원: 예술활동 협회 및 기관 회의, 심포지엄, 총회 등 유치 지원 보조	정부부처, 싱가포르 내외 예술가 그룹 및 기관
인센티브 SCHEME	Business Event in Singapore	지역산업연맹

자료: 싱가포르 관광청; 신용석·박소영(2011), p. 97에서 발췌 인용.

8) 신용석·박소영(2011), p. 96 참고.

Travel+MICE) 부서를 운영하고 있다. 특히 BTMICE의 경우 싱가포르 전체 관광시장에서 차지하는 비중은 약 1/4에 그치나 일반 관광객보다 수익성이 상대적으로 높다. 이에 착안해 BTMICE 시장을 확장하기 위해서 국제회의뿐만 아니라 각종 기업회의 및 이벤트의 유치·계획·진행 등 총체적인 서비스를 제공하고 있다. 또한 관련 기관과 긴밀한 협력관계를 구축함으로써 국제 이벤트 유치를 지원한다. 이를 위한 정책 재정과 지원을 위한 정보체계를 구축하기 위한 목적으로 기획부처 산하에 연구통계부(Research and Statistics Department)를 운영하고 있다.

## 2) 싱가포르 전시컨벤션 뷰로(SECB)

SECB(Singapore Exhibition and Convention Bureau)는 싱가포르 관광청 산하기관으로 전시 및 컨벤션 산업 육성 및 유치 활동을 지원하는 기관이다. 특히 비즈니스 관광(Business Travel)과 MICE를 합한 BTMICE 관련 정책을 관장한다. SECB의 주요 정책 영역은 ① 컨벤션 및 회의 개최 지원, ② 전시 및 컨퍼런스 개최 지원, ③ 비즈니스 관광 개발 등으로 구성된다.

싱가포르에서 국제 이벤트가 개최될 경우 SECB가 입찰과정에서 발생하는 다수 절차들을 일괄관리한다. 입찰에 참여하는 모든 업체들은 SECB를 통해서 입찰서류 준비 및 본입찰 참여 관련 절차를 처리한다. 또한 전시 컨퍼런스 부문에서는 SECB 산하 전시·컨퍼런스국(Exhibition & Conference Division)에서 주요 이벤트 기획업체들과 함께 공동으로 무역박람회나 컨퍼런스를 기획함으로써 싱가포르를 중심으로 비즈니스 기회를 확대하는 역할을 수행한다. 비즈니스 관광개발국(Business Tourism

Development Division)은 비즈니스 관광(Business Travel)과 MICE 산업을 융합·발전시키는 역할을 담당한다. 즉 각종 전략 계획, 홍보, 제휴 등 일반적인 기획업무에서 시작해 신개념 이벤트 기획 및 관련 시설 콘셉트 구성 등 BTMICE 산업 성장을 위한 전략 수립 및 진행 전반을 관리한다.

SECB는 2012년 ‘Travel Rave 2012’라는 관광산업 컨퍼런스를 개최해 관광산업 활성화를 위한 항공, 호텔, 투자, WEB, 무역박람회 등 MICE 관련 다수 분야의 발전과 협력을 위한 대규모 국제 컨퍼런스를 개최했다. 이를 통해서 MICE 산업은 물론 관광산업 전반에 걸쳐 보다 개선된 형태의 신개념 비즈니스 모델을 발굴하고 공유하는 기회를 가졌다. 또한 기존의 특정 분야를 주제로 하는 컨퍼런스 형태에서 벗어나서 관광업체 및 유관 분야 종사자들을 대상으로 컨퍼런스산업 발전을 위한 컨퍼런스를 개최함으로써 싱가포르를 MICE 산업의 허브로 발전시키는 데 가장 핵심적인 역할을 수행하고 있다.

표 3-3. SECB 4대 핵심 업무

기업행사 유치	<ul style="list-style-type: none"> <li>컨벤션·전시행사를 성장시키고 신규 기업행사를 유치해 비즈니스 중심지로서의 싱가포르의 위상 강화</li> <li>의료·미디어·환경·금융·물류 등 다양한 분야의 상호 연계적인 관계 형성 추구</li> </ul>
MICE 산업 개발	<ul style="list-style-type: none"> <li>MICE 산업을 비롯한 다양한 분야의 비즈니스 환경을 강화</li> <li>건전한 글로벌 협업관계를 구축해 세계적인 수준의 사회기반시설을 구축</li> </ul>
글로벌 마케터	<ul style="list-style-type: none"> <li>싱가포르를 프리미엄 ‘비즈니스 MICE 지역’으로 정착시키기 위한 마케팅 활동</li> </ul>
체험상품 개발	<ul style="list-style-type: none"> <li>비즈니스 및 MICE 참석자들을 위한 독특한 경험을 제공하는 상품개발</li> <li>다양한 상품개발을 위해 사업관계자들과 협력</li> </ul>

자료: 싱가포르 관광청; 신용석·박소영(2011), p. 95에서 발췌 인용.

## 나. 주요 MICE 지원 육성정책

### 1) 전략적 클러스터 조성

전략적 클러스터는 기업행사 유치 및 글로벌 마케팅 활동의 일환으로 바이오메디컬·ICT·미디어·환경·금융·물류 등 국가 핵심산업 관련 기관 및 사업 파트너들과 클러스터를 형성하여 비즈니스 이벤트를 유인하는 전략을 뜻한다. 기존에는 일반적으로 컨벤션이나 전시회 유치과정에서 개별 사업단위로 유치를 접근하는 것이 일반적이었으나, 전략적 클러스터를 통한 접근은 행사 유치과정에서 해당 산업에 대한 이해가 높은 산업별 파트너들과 공동으로 유치활동에 나서는 형태를 의미한다. 이러한 전략적 클러스터를 기반으로 유치활동을 할 경우 해당 산업의 성격이나 수요에 맞는 맞춤형 서비스를 제공하는 데 보다 유리할 뿐만 아니라 유관 산업간 협업관계 형성에도 직간접적으로 긍정적인 기여를 한다는 평가를 받고 있다.

### 2) Tourism 2015 Blueprint

현재 싱가포르 관광청이 추진 중인 대표적인 관광산업 육성정책은 2005년에 최초로 제안된 ‘Tourism 2015’이다. Tourism 2015는 향후 2015년까지 싱가포르 관광산업의 청사진과 목표치를 제시했다. 가장 대표적인 목표치로는 2015년 관광객 수 1,700만 명, 관광수입 300억 싱가포르달러 달성이다. 또한 이러한 성장세를 활용해 서비스분야에 약 10만 명의 일자리를 창출하는 것 또한 목표로 한다. Tourism 2015 달성을 위해 싱가포르 관광청은 ① 아시아를 선도하는 컨벤션&전시회 도시(Leading

표 3-4. 싱가포르 Tourism 2015 주요 정책목표 개요

	2004년	2015년
관광수입(Tourism Receipt, S\$ Bil)	10	30
관광객 수(백만 명)	8	17
관광부문 취업자(명)	150,000	250,000

자료: 싱가포르 관광청(<http://app.stb.gov.sg>).

Convention & Exhibition City in Asia), ② 싱가포르만의 독특한 추억 (Enriching experience that is Uniquely Singapore), ③ 아시아의 서비스 센터(Service Center of Asia)라는 3대 주요 역점분야를 선정해 역량을 집중 투입하고 있다.

싱가포르 관광청은 Tourism 2015를 직간접적으로 지원하기 위해서 약 20억 싱가포르달러 규모의 관광개발기금(Tourism Development Fund)도 마련했다. 관광개발기금은 ① 사회기반시설 개발(Infrastructure development), ② 역량강화(Capacity development), ③ 상징적/중요 이벤트 개최 (Anchoring Iconic/Major Events), ④ 상품개발(Product development)과 같은 4개 부문에 활용된다.

### 3) 첨단 고부가가치산업 중심의 행사 유치로 국가이미지 제고

싱가포르는 세계 최고 수준의 기업환경을 보유하고 있음에도 불구하고 강력한 공권력과 높은 벌금 등으로 인해 벌금도시(Fine City) 혹은 규범 국가의 이미지가 강하다. 싱가포르 정부는 이러한 국가이미지는 다국적기업 투자 유치, 글로벌 비즈니스 환경 형성 등에 부정적인 요인으로 작용할 우려가 있을 것으로 판단해 외국인들이 다수 참여하는 국제행사를 통해 국가이미지 제고를 시도하고 있다. 바이오메디컬, ICT, 디지털미디어,

환경, 금융 등 첨단 고부가가치 부문에 대한 컨벤션이나 컨퍼런스를 집중적으로 유치함으로써 싱가포르의 국가이미지를 고부가가치산업의 선도국가로 격상시키고 있다. 특히 첨단 고부가가치산업 유치를 통한 국가이미지 제고 이외에도 회의 개최형태에 친환경 및 에너지 절약형 개념을 도입한 그린미팅(Green Meeting)형태를 적극 활용해 생태도시로의 이미지 형성에도 적극 나서고 있다.

#### 4) 복합 리조트 조성

싱가포르 MICE 산업이 최근 급성장하게 된 가장 큰 요인 중 하나가 2010년 대형 복합 리조트인 리조트월드 센토사, 마리나베이샌즈의 개장이다. 이들 대형 복합 리조트들은 컨벤션시설, 호텔, 카지노, 쇼핑 등이 통합된 새로운 개념의 관광인프라로 2010년 개장과 동시에 싱가포르의 상징적인 관광인프라로 부상했다. 이들 복합 리조트는 Suntec, Raffles, Singapore Expo 등 기존의 컨벤션 시설들과는 달리 명품 쇼핑 시설 및 카지노와 같은 캐시카우(cash cow)가 안정적인 수익을 유지함으로써 대규모 컨벤션 시설 및 수천 개에 달하는 객실의 공실 발생으로 인한 부담을 덜어준다는 특징이 있다.

특히 보수적인 규범국가인 싱가포르가 카지노를 주요 관광자원으로 채택한 것은 파격적인 정책 시도라는 평가를 받고 있으며, 자체 재원으로 카지노를 개발하기보다는 해외 주요 카지노업체들의 경영능력과 노하우를 활용해 빠른 속도의 성장세를 유지하고 있다. 일례로 싱가포르 카지노는 2010년에 개장한 짧은 역사를 가지고 있지만 2011년 매출액은 약 61억 달러에 달해 약 58억 달러 매출을 기록한 라스베이거스를 앞지르고 전 세계 카지노 매출 2위를 차지했다.

### 5) 싱가포르 전시컨벤션협회(SACEOS)를 통한 컨벤션 수준 제고

상품의 질이 수치화되는 제조업과는 달리 컨벤션과 같은 서비스업의 품질은 행사 개최 이전에 사전품질을 평가할 수 없기 때문에 컨벤션 평가는 사후평가로 한정될 수밖에 없다. 또한 이러한 사후평가로 인한 업체 및 국가 전체에 대한 이미지가 향후 컨벤션 유치활동에 큰 영향을 끼치기 때문에 싱가포르 민관이 모두 컨벤션 수준 제고에 노력하고 있다.

싱가포르 전시컨벤션 업체들이 회원으로 참여하고 있는 싱가포르 전시컨벤션협회(SACEOS: Singapore Association for Convention & Exhibition Organizers and Suppliers)는 컨벤션산업 종사자들을 대상으로 각종 교육 프로그램을 제공해 싱가포르에서 개최되는 컨벤션 및 회의의 수준 향상에 주력하고 있다. 교육프로그램 제공을 통한 서비스 향상 이외에도 윤리위원회 설치, 행사 모니터링 등을 통해 수준 낮은 행사에 대해서는 주의 및 경고 조치를 하는 등 수준 제고를 위한 다양한 제도를 운용하고 있다.

## 3. 주요 활동 기업 현황 및 전략

### 1) 리조트월드 센토사

리조트월드 센토사(Resort World Sentosa)는 싱가포르 센토사섬(Sentosa island)에 약 49헥타르 규모, 총투자금 70억 싱가포르달러에 달하는 대규모 복합 리조트로 2010년 1월에 소프트 오픈링(Soft Opening)을 한 이후 각종 부대시설을 확장해 2012년 12월 그랜드 오픈링(Grand Opening)으로 정식 개장했다. MICE 관련 시설의 경우 최대 1만 2,000명까지 수용

가능한 30여 개의 미팅시설을 보유하고 있으며, 높이 11m, 면적 6,000m<sup>2</sup> 최대 6,500명까지 수용 가능한 동남아에서 가장 큰 기둥 없는 볼룸(Ballroom)을 보유하고 있다. MICE 시설 이외에도 6개의 호텔의 약 1,500개 객실과 유니버설스튜디오(Universal Studio), 리조트 월드 카지노(Resort World Casino), 마린라이프 파크(Marine Life Park), 타이퐁(Typhoon Theatre) 극장 등 다양한 엔터테인먼트 시설을 보유하고 있다. 직접 채용규모는 1만 4,000명 수준이며 간접 채용은 3만 5,000명 규모에 달할 것으로 추정된다.

리조트월드 센토사는 지리적으로 도심이 아닌 센토사섬(Sentosa Island)에 위치하고 있고 다양한 엔터테인먼트 시설을 보유하고 있어 비즈니스 관광객보다는 일반 관광객의 비중이 높은 편이다. 리조트월드 센토사는 소비수준이 높은 MICE 관광객과 일반 관광객들을 모두 공략하는 형태의 전략을 채택하고 있으나 컨벤션 행사보다는 엔터테인먼트 시설 방문객 비중이 높기 때문에 각종 엔터테인먼트 시설 개선 및 확장에 큰 비중을 두고 있다. 이러한 각종 시설 신설비용은 주로 카지노 수익에서 조달하는 것으로 알려져 있다.

리조트월드 센토사의 MICE 영업전략은 MICE 고객들에게 싱가포르를 상징하는 다양한 엔터테인먼트 시설을 제공하는 ‘all-in-one’ 방식을 추구하고 있는 것으로 알려져 있다. 일단 MICE 시설의 경우 소형 미팅룸은 물론이고 대형 컨벤션 볼룸의 경우 회의장 면적을 자유롭게 조정할 수 있는 옵션을 제공해 회의 주최자들의 수요에 맞춤형 서비스를 제공한다. 또한 MICE 고객들로 하여금 컨벤션이나 회의 이외에도 카지노, 쇼핑, 공연, 관람, 휴양 등 다양한 즐길거리를 제공해 싱가포르를 찾는 고객들이 센토사 섬 안에서 모든 즐길거리를 제공하는 전략을 채택하고 있다. 하지



Center의 경우 최대 수용객 4만 5,000명, 전시부스 2,000개, 미팅룸 250개, 최대 6,000명까지 수용 가능한 만찬장, 최대 1만 1,000명 수용 공연장 등을 보유하고 있다. 마리나베이샌즈는 한국의 쌍용건설이 시공한 업체로 피사의 사탑보다 10배 가량 기울어진 건물디자인을 건설하는 데 성공한 상징적인 사례로 널리 알려져 있다. 또한 3개 타워 건물의 옥상에 대형 풀장이 건설된 독특한 건물 양식이 마리나베이샌즈를 싱가포르의 상징적인 건축물로 인식되게 하는 데 일조하였다. 마리나베이샌즈는 2011년, 2012년 연속으로 CEI(Conferences Events Incentives) 아시아 산업대상에서 CEI ASIA에 선정되어 아시아 최고의 MICE 호텔로 인정받았으며, 싱가포르 관광청으로부터 ‘Best Business Event Venue Experience’ Award를 2012년 10월에 수여받았다.

마리나베이샌즈는 센토사 섬에 위치한 리조트월드 센토사에 비해서 도심에 가까워 입지 면에서 보다 유리한 조건을 가지고 있다. 리조트 월드 센토사와 같이 다양한 즐길거리를 보유하고 있지 않음에도 불구하고 독특한 건물구조로 싱가포르의 대표적인 상징물로 인식되고 있다. 도심에 가까운 편의성으로 인해서 가족단위의 관광객보다는 비즈니스 방문객의 비중이 높다. 또한 MICE 관련 시설인 샌즈 엑스포 컨벤션센터(Sands Expo and Convention Center)가 마련되어 있으며, 5개 층에 용도별로 다양한 컨벤션 및 미팅 시설을 보유하고 있다. 또한 리조트월드 센토사의 컨벤션센터가 각종 엔터테인먼트 시설로 바로 이어지기 때문에 비즈니스 보다는 휴양시설의 느낌이 강한 반면 마리나베이샌즈는 호텔, 컨벤션 센터, 카지노, 극장 등이 인접해 있으나 별도의 시설로 구분되어 있다. 따라서 보다 독립적인 분위기에서 각종 미팅 및 컨벤션 행사 개최가 가능하다

는 장점이 있다.

마리나베이샌즈 또한 리조트월드 센토사와 마찬가지로 매출의 80% 이상을 카지노가 담당하고 있다. 다양한 엔터테인먼트 시설을 보유한 리조트월드 센토사와는 달리 마리나베이샌즈는 비즈니스 관광객 비중이 높고 상대적으로 엔터테인먼트 시설이 부족해 카지노에 대한 의존도가 더 높다고 볼 수 있다. 마리나베이샌즈 글로벌 개발(Global Development) 담당임원과의 인터뷰에 의하면 최근 베이징, 상하이 등 중국 주요 도시의 MICE 관계자들을 대상으로 적극적으로 마케팅에 나서고 있다고 한다. 이렇게 마리나베이샌즈가 적극적으로 증화권 시장을 공략하는 이유는 전체 매출액의 약 80% 이상이 카지노에서 발생하는 것과 관련한 것으로 보인다.

그림 3-5. 마리나베이샌즈(Marina Bay Sands) 부지 조성 개요



자료: 마리나베이샌즈(<http://www.marinabaysands.com>).

최근 서구 선진국 경제의 부진으로 세계경제의 축이 중국을 중심으로 한 동아시아 일대로 이동하고 있는 점이 마리나베이샌즈의 해외마케팅에도 영향을 주고 있다. 싱가포르의 주요 컨벤션업체들은 주된 고객층이 글로벌 기업이었으나, 최근 서구 경제부진으로 글로벌 기업들의 대형 컨벤션 행사 중심 전략의 한계와 중국시장의 꾸준한 성장세가 중화권에 대한 적극적인 마케팅을 이끌어낸 것으로 보인다.

## 4. 싱가포르 MICE 산업 SWOT 분석 및 향후 전망

### 가. MICE 산업에 대한 SWOT 분석

싱가포르 MICE 산업의 강점, 약점, 기회, 위협요소에 대해 [표 3-5]와 같이 SWOT 분석을 해보았다. 우선 강점요소는 일반적인 싱가포르의 선진화된 국가이미지가 주를 이룬다고 볼 수 있다. 우수한 사회기반시설을 보유한 아시아의 대표적인 비즈니스 허브국가로서 글로벌 기업들이 다수 진출해 있다는 점, 공용어로 영어를 사용하는 사회문화적 환경, 정치적 안정을 비롯해 정부의 적극적인 MICE 산업 육성 의지와 최근 개장된 복합 리조트 등이 강점요소를 구성한다.

약점요소로는 좁은 국토의 한계로 인한 기반시설 확대가 어렵다는 점과 말레이시아, 인도네시아 등 주변국에 비해서 물가수준이 높다는 점이 인접국을 대상으로 한 마케팅에서 약점으로 볼 수 있다. 또한 아시아 국가로서의 전통적인 이미지가 부족한 점도 약점요소로 볼 수 있다. 일례로 리조트월드 센토사의 마케팅 담당 임원과의 인터뷰에서 싱가포르는 선진화된 이미지를 만들어내는 것은 성공했는지 몰라도 아시아 국가로서의

전통적인 이미지가 부족해 지속적으로 새로운 이미지를 창출해내야 한다는 부담을 가지고 있다는 답변을 들었다.

기회요소로는 세계경제의 중심축이 동아시아로 이동하고 있다는 점과 중국의 경제성장으로 중화권 잠재 고객이 풍부해지고 있다는 점을 들 수 있다. 바이오메디컬, ICT, 금융 등 싱가포르가 강점을 가지고 있는 여러 산업과의 전략적인 클러스터 형성으로 유기적인 협력관계 형성이 용이하다는 점 또한 기회요소로 들 수 있다.

위협요소로는 최근 싱가포르 호텔, 컨벤션 시설 등 MICE 관련 시설의 고급화 추세로 인해서 각종 비용들이 증가하고 있는 점이 있다. 또한 글로벌 호텔, 컨벤션 브랜드들의 주변국에 대한 투자가 증가하면서 싱가포르 사례를 벤치마킹해서 추격하는 사례가 증가할 우려가 있다는 점을 들 수 있다. 일례로 필리핀의 경우 약 10억 달러 투자만으로도 마닐라 베이 샌즈와 유사한 복합 리조트 조성이 가능하다는 분석이 제기된 바 있다.

표 3-5. 싱가포르 MICE 산업에 대한 SWOT 분석

강점(Strengths)	약점(Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 글로벌 기업 다수 진출</li> <li>- 우수한 사회기반시설</li> <li>- 공용어로 영어 사용</li> <li>- 복합 리조트 개장</li> <li>- 정부의 적극적인 MICE 산업 육성 의지</li> <li>- 정치적 안정</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 좁은 국토</li> <li>- 주변국에 비해 높은 물가수준</li> <li>- 아시아의 전통적인 이미지 부족</li> </ul>
기회(Opportunities)	위협(Threats)
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 동아시아 경제성장 지속</li> <li>- 중화권 잠재 고객 풍부</li> <li>- 주요 산업별 클러스터 형성</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 비용 증가</li> <li>- 주변 경쟁국들의 추격</li> </ul>

자료: 필자 작성.

## 나. 향후 전망

### 1) 동아시아 신흥지역 경제성장으로 꾸준한 성장세 유지 전망

향후 싱가포르 MICE 산업은 꾸준한 성장세를 유지할 것으로 예상된다. 특히 전 세계 경제성장이 부진한 상황에서도 동아시아 신흥경제권역의 성장세가 유지되고 있어서 상대적으로 전망이 밝다고 볼 수 있다. 즉 세계경제의 중심축이 아시아로 이동하면서 아시아 비즈니스의 허브를 담당하고 있는 싱가포르가 그 혜택을 누리고 있다고 볼 수 있다. 2009년까지는 연간 관광객 입국수가 1,000만 명 수준에 머물러 있었으나 2010년 리조트 월드 센토사, 마리나베이샌즈와 같은 복합 리조트 개장 이후 관광객 입국수가 빠른 속도로 증가했다. 2011년에는 약 1,300만 명에 달했으며 MICE 관광객 입국수 비중도 높아지는 추세이다.

싱가포르 MICE 산업 성장의 주요 요인 중의 하나로 복합 리조트가 주도하는 시장환경을 들 수 있다. 사실 싱가포르는 복합 리조트가 개장하기 이전에도 아시아의 대표적인 비즈니스 컨벤션 장소였다. 하지만 2010년 복합 리조트 개장 이후 기존의 비즈니스 컨벤션 중심의 시장이 비즈니스, 쇼핑, 엔터테인먼트가 함께 이루어지는 새로운 형태의 MICE 환경이 조성되었다. 이들 복합 리조트는 호텔, 컨벤션, 쇼핑, 엔터테인먼트 시설 등 다양한 관광상품, 독특한 건물구조와 다양한 즐길거리로 싱가포르의 상징적인 관광지로 부상해 관광객들이 가장 즐겨찾는 명소가 되었다. 일반적인 대형 컨벤션 시설의 경우 대규모 행사를 지속적으로 유치하지 못하면 시설 운영 자체가 어려울 수도 있으나, 싱가포르 복합 리조트는 국가를 대표하는 관광명소로 부상해 일시적인 컨벤션 매출 부진을 보전할 수 있는 영업구조가 형성되어 있다.

## 2) 카지노산업 성장으로 복합 리조트에 안정적인 자금 공급

싱가포르 MICE 산업을 주도하는 2개 복합 리조트의 가장 큰 공통점은 카지노 시설을 보유하고 있다는 점이다. 현재 싱가포르에는 마리나베이샌즈, 리조트월드 센토사와 같은 복합 리조트에만 카지노 시설이 영업 중이다. 싱가포르는 카지노가 단 2곳뿐이지만 빠른 매출 성장으로 2011년에는 약 30개의 카지노가 영업 중인 라스베이거스를 제치고 마카오에 이어 전 세계 카지노 매출 도시 2위로 급부상했다. 싱가포르 MICE 산업의 대표주자인 마리나베이샌즈, 리조트월드 센토사의 매출 중 약 80% 이상이 카지노에서 발생해 캐시카우로서의 역할을 하고 있다.

물론 카지노의 성장으로 인한 사회 부작용 증가에 대한 우려도 확대되고 있는 상황이다. 이에 싱가포르 정부는 입장료 100달러, 내국인 출입 횟수 제한, 자발적인 베타금액 사전제한 등 다양한 정책을 활용해 카지노 영업으로 인한 사회적 부작용 발생을 억제하고 있다. 이러한 각종 카지노 출입 및 이용에 대한 제한에도 불구하고 싱가포르 카지노산업은 빠르게 성장하고 있으며 건전한 게임문화 정착을 위해 싱가포르 정부는 다양한 카지노 이용정책을 준비하고 있다.

## 3) 복합 리조트를 활용한 적극적인 마케팅 정책

싱가포르의 2개 복합 리조트는 숙박, 컨벤션, 쇼핑, 엔터테인먼트 등 다양한 기능이 융복합된 싱가포르의 상징적인 관광지로 부상했다. 2010년 리조트월드 센토사와 마리나베이샌즈가 개장하기 이전에도 숙박과 컨벤션을 동시에 해결할 수 있는 다수 대형 호텔 및 컨벤션 시설들이 싱가포르 MICE 산업을 담당해왔다. 즉 복합 리조트가 개장하기 이전의 싱가포르 MICE 산업은 다수 다국적기업들이 영업하고 있는 시장환경, 편리

한 사회기반시설, 영어가 공용어인 사회문화적 환경 등에 의존한 상황이였다.

2010년 복합 리조트의 등장은 싱가포르 MICE 산업의 새로운 시대를 열었다는 평가를 받고 있다. 특유의 독특한 이미지와 다양한 즐길거리를 동시에 제공하는 복합 리조트들은 싱가포르의 상징적인 존재로 자리잡았다. 이들 복합 리조트들이 기존의 다른 대형 호텔 및 컨벤션 시설들과는 달리 복합 리조트만의 독특한 이미지로 인해 싱가포르의 국가이미지를 대표하는 시설로 인식되면서 싱가포르에 입국하는 관광객들이 꼭 방문해야 할 상징적인 관광지로 부상했다. 또한 2010년 싱가포르에 복합 리조트들이 개장하기 이전 싱가포르의 기존 MICE 업체들은 홍콩과 경쟁하는 상황이었으나 싱가포르에 복합 리조트가 개장한 이후 호텔, 컨벤션, 카지노, 엔터테인먼트가 융복합된 전혀 새로운 형태의 시장이 창출되었다는 평가를 받고 있다.

글로벌 금융위기와 유럽 재정위기 등 세계경제의 불확실성 증가로 인해 글로벌 기업들의 경영환경이 악화되면서 미국, 일본, 프랑스, 독일 등 국제회의 개최 상위권 국가들의 국제회의 개최건수가 하락하였다. 반면 2010~11년 싱가포르의 국제회의 개최건수가 급증해 세계 최대 국제회의 개최국으로 부상한 것은 복합 리조트를 활용해 새로운 형태의 시장을 창출해낸 싱가포르 정부와 업계의 전략이 유효했음을 알 수 있게 한다.

#### 4) 고급화에 따른 비용증가와 경쟁국들의 추격은 잠재적인 위협요소

최근 싱가포르 MICE 산업이 성장하면서 싱가포르 정부와 업계 모두

가 서비스의 질적 향상을 추구함과 동시에 주변 경쟁국들과 품질 면에서 차별화 전략을 추구하고 있다. 이러한 서비스 고급화를 통한 차별화 전략이 싱가포르 MICE 산업의 경쟁력 강화에 도움이 될 것으로 전망되나, 한편으로는 비용 면의 경쟁력에는 부담으로 작용할 우려가 높을 것으로 보인다. 현재까지는 아시아 비즈니스 허브로서의 싱가포르의 입지가 동남아에서 가장 높은 싱가포르의 물가에 대한 우려를 상쇄해왔다고 볼 수 있다.

최근 세계 유수의 카지노 투자자들이 베트남, 필리핀 등 주변 동남아 국가에 투자를 고려하고 있다는 점은 중장기적으로 이 국가들이 싱가포르의 잠재적인 경쟁상대로 부상할 가능성이 있음을 시사한다. 향후 베트남, 필리핀 등 중국과 인접한 국가들이 지리적인 이점을 중화권 마케팅에 적극 활용할 경우 싱가포르의 중화권 마케팅에 부정적인 요소로 작용할 가능성이 있을 것으로 예상된다.



## 제4장 의료관광산업

1. 싱가포르 의료관광산업 현황
2. 주요 육성정책
3. 싱가포르 의료관광산업 SWOT 분석 및 향후 전망



## 1. 싱가포르 의료관광산업 현황

2012년 의료관광객 수 100만 명을 바라보는 싱가포르는 대표적인 아시아의 의료관광 허브로서 명성이 높다. 이와 같이 싱가포르의 의료관광 산업<sup>9)</sup>이 발전하기까지는 전 세계적인 시장구조 변화가 그 배경으로 작용했다. 대외적인 요인으로는 선진국이 당면한 의료서비스 관련 불만사항이 추진요소(Push factor)로서 작용했다. 일례로 미국 등 선진국에서 의료비가 상승함에 따라 미보험자 또는 저보험자가 증가하게 되었다. 따라서 보다 낮은 가격에 일정 수준의 의료서비스를 받고자 싱가포르를 찾는 선진국 여행객의 수요가 발생했다. 게다가 선진국에서의 진료대기시간은 매우 길다는 점도 추진요소로서 작용하였다. 아시아 신흥국 측에서의 추진요소를 살펴보면, 이들 국가의 경제규모가 증가함에 따라 부유층 및 중산층이 동시에 증가함에 따라서 싱가포르 의료관광의 수요가 발생하게 되었다.

유인요소(Pull Factor)로서는 의료기술과 서비스 수준이 선진화됨과 동시에 보다 저렴한 가격을 제공할 수 있다는 점이 있다. 또한 IT 발전으로 인해 해외의료서비스에 대한 접근이 용이해졌으며, 항공 등 이동수단

---

9) 의료관광은 자국을 떠나 타국에서 제공되는 의료서비스와 해외를 오가는 과정에서 발생하는 관광 관련 서비스를 통칭한다. 그러나 일반적으로 의료관광에 대한 명확한 정의 및 범위에 대해 합의되어 있지 않기 때문에 의료관광산업에 대한 논의에서도 많은 혼선이 있다. 단적인 예는 각국의 의료관광 통계부문에서 나타난다. 싱가포르의 경우 의료관광에 대한 통계로서 국내에 거주하지 않는 외국인환자들이 병원에서 의료서비스에 대해 지급하는 비용만을 발표하고 있다. 그러나 아시아 제1위 의료관광국인 태국은 광의(廣義)의 의료관광산업으로서 자국의 의료관광산업 규모를 의료서비스(협의(狹義)의 의료관광산업), 스파 등의 헬스서비스, 허브 관련 서비스를 포함하여 발표하였다. 뿐만 아니라 태국 정부는 국내에 거주하는 외국인들이 태국병원에서 진료를 받는 경우도 의료관광 통계에 포함시켰다. 이에 대한 자세한 내용은 신장섭(2010)을 참고하기 바란다. 따라서 본고에서 싱가포르 정부에서 사용하는 개념으로서 협의의 의료관광에 대한 의미로 해당 산업을 다루도록 할 것이다.

표 4-1. 싱가포르 의료관광 활성화의 추진요소와 유인요소

추진요소	유인요소
- 미국 등 선진국 의료비 상승에 따른 미보험자 및 저보험자의 증가	- 싱가포르의 의료기술 및 서비스 수준의 선진화
- 선진국 보험사들의 보험료 상승요인 억제의 필요성	- 보다 저렴한 가격의 의료서비스
- 유럽 등 선진국의 진료 대기시간의 증가	- 싱가포르 의료서비스에 대한 신뢰도 향상
- 고령사회로 변모함에 따른 의료수요의 전반적 증가	- 의료관광객들에 대한 각종 편의성 제공
- 아시아 신흥국의 성장에 따른 부유층 및 중산층 증가로 인한 의료수요 증가	- IT 발전에 의한 해외의료서비스 접근성 확대
- 전반적인 관광수요 증가 등	- 관광과 의료 간 결합서비스 제공 가능 등

자료: 신장섭(2010), pp. 36-42를 토대로 필자 정리.

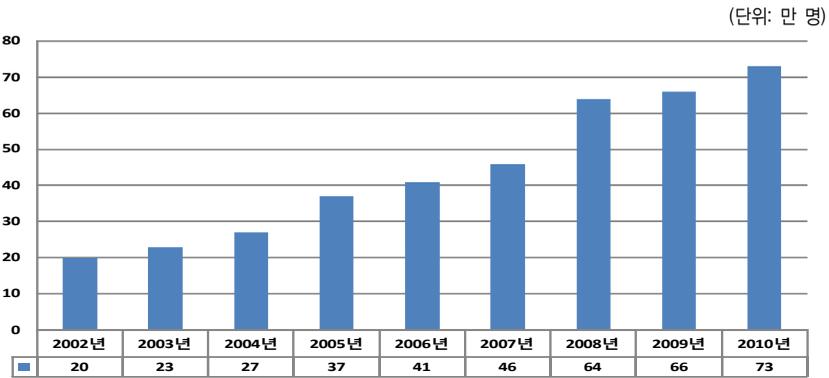
의 발전이라는 요인도 존재한다.<sup>10)</sup> 이와 같은 의료서비스 시장의 전체적인 구조 변화가 싱가포르 의료관광산업의 추진요소이자 유인요소로서 작용하여 싱가포르 의료관광산업의 발전배경이 될 수 있었다. 이를 발판으로 삼아 싱가포르 정부는 보다 적극적으로 의료관광산업 육성정책을 펼치고 있다. 영리병원 중심의 의료서비스기관들도 이와 같은 정부정책에 호응하여 꾸준히 발전을 거듭해온 결과, 싱가포르는 아시아 의료관광의 허브로 그 명성을 얻게 되었다.

[그림 4-1]에서 볼 수 있듯이 싱가포르의 의료관광객은 2002년 이래로 꾸준히 증가해왔으며 관광객 수의 상승폭도 크다. 2002년 20만 명을 기록했던 싱가포르의 의료관광객은 2010년 약 73만 명으로 3배 이상 증가했다. 의료관광객들의 지출액도 상당히 크다. [그림 4-2]를 살펴보면 2002년 이래로 의료관광객의 지출액은 의료관광객 숫자보다 더 큰 상승

10) 변정우(2012).

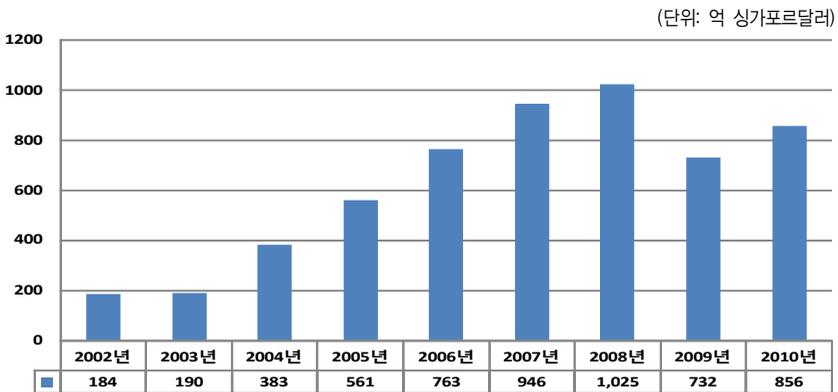
폭을 보였다. 비록 2009년 글로벌 경제위기의 여파로 인해 그 성장세가 잠시 하락했으나 2010년 곧 다시 회복세를 보였다. 이와 같은 빠른 성장세에 힘입어 2012년 싱가포르 정부는 100만 명 의료관광객 유치를 목표로 하고 있으며, 미화 30억 달러 지출액 달성을 기대하고 있다.

그림 4-1. 싱가포르 의료관광객 수 추이(2002~10년)



자료: 싱가포르 관광청.

그림 4-2. 싱가포르 의료관광객 지출액 추이(2002~10년)



주: 싱가포르 관광청은 2011년 이후 분야별 지출 데이터에 대해 의료부문을 기타 부문으로 통일하여 정확한 수치를 발표하지 않음.

자료: 싱가포르 관광청.

아시아의 주요 의료관광국으로 성장한 싱가포르의 의료서비스의 성장이 동반되었기 때문에 가능했다. 싱가포르의 의료서비스 수준은 국제기구로부터도 받은 바 있다. 이미 2000년에 세계보건기구(World Health Organization)는 싱가포르를 아시아의 최고 의료시스템 보유국가로 발표했으며, 전 세계 191개국 중에서는 6번째라고 발표한 바 있다. 또한 국제경영개발연구원(International Institute for Management Development)은 2010년 세계경쟁력보고서(World Competitiveness Yearbook)를 통해 의료기반시설부문에서 싱가포르가 55개국 중 3위를 차지했다고 발표한 바 있다. 싱가포르에는 약 30개의 의료기관에 약 7,300명의 의사, 약 1,300명의 치과의사, 약 2만 2,000명의 간호사들이 외국인환자서비스에 종사하고 있다.<sup>11)</sup> 2012년 11월 기준으로 싱가포르의 병원 중 13개는 국제의료기관평가위원회(Joint Commission international)<sup>12)</sup>의 인증을 획득하였으며, 11개의 병원이 국제표준화기구(International Organization for Standardization)로부터 의료서비스 표준화에 대한 인증을 받은 바 있다.

이와 같이 싱가포르는 표준화된 서비스와 수준 높은 의료 전문성을 바탕으로 의료관광객 유치에 적극적으로 나서고 있다. 일각에서는 일본, 한국 등 동북아 지역의 의료기술이 싱가포르보다 우수하다는 주장도 있다. 그러나 무엇보다도 싱가포르는 국제적인 인증절차를 중시하여 의료서비스의 높은 수준을 공인받는 데에 주력해왔다. 이를 통해 공식적으로 자국의 의료서비스가 높은 수준이라는 것을 적극적으로 홍보해왔다고 평가할 수 있으며, 또한 주목할 만한 정책이기도 하다.

---

11) SingaporeMedicine(2012).

12) 세계보건기구는 미국 최대 병원인증기관인 JCI와 협력을 맺어 1,200여 개의 국제표준의 의료서비스 평가항목에 대해 만족시킨 의료기관에 JCI 인증을 부여하였다.

싱가포르는 의료관광 유치의 주요 타깃을 신흥국의 부유층에 두고 중증환자 중심의 의료서비스 제공에 초점을 맞추고 있다. 부유층 관련 의료서비스는 가격요인 대비 서비스품질요인에 중심을 두고 있으나, 중증 환자에 대한 의료비 측면에서의 가격경쟁력 또한 존재한다. [표 4-2]를 살펴보면 싱가포르에서는 미국과 같은 선진국에 비해 훨씬 저렴한 비용으로 동일한 수술이 가능하다.<sup>13)</sup> 싱가포르의 의료비는 전반적으로 한국 및 태국보다 높은 것으로 알려져 있으나 시술별 차이가 존재한다. 그러나 인도의 경우 싱가포르가 눈에 띄게 가격이 높다는 것을 알 수 있다. 이와 같은 가격수준을 유지하며 싱가포르가 강조하고 있는 것은 높은 의료수준이다. 주변국 중 의료수준이 떨어지는 국가 출신의 여행객들이 자국에 비해 높은 비용적인 부담을 감수함과 동시에, 미국 등 선진국보다는 저렴한 가격과 선진국 수준의 높은 의료서비스 질에 기대를 가지고 싱가포르를 방문하는 것이다.

표 4-2. 국가별 의료비 비교

(단위: 미 달러)

	싱가포르	미국	한국	태국	인도
관상동맥우회술	12,900	7,000~133,000	31,750	22,000	7,000
무릎인공관절수술	13,000	30,000~53,000	11,800	11,500	9,200

주: 미국의 의료비는 보험이 포함되지 않은 금액임.  
 자료: KPMG International(2011), p. 3.

13) 싱가포르는 선진국보다 저렴한 의료비 수준을 유지하기 위해 메디세이프(Medisave), 메디실드(Medisield), 메디펀드(Medifund) 등의 제도를 마련하여 국민들에게 대비성 저축을 통해 개인부담의 원칙으로 의료서비스를 이용하도록 제도를 정비했다. 따라서 의료서비스 이용에 신중한 소비자들로 인해 전반적인 비용인플레이션이 일어나지 않을 수 있었다.

의료관광을 위해 목적지를 선택할 때 기본적으로 고려하는 또 다른 사항들 중 하나는 지리적 접근성과 문화적 친밀도이다.<sup>14)</sup> 싱가포르가 이와 같은 고려사항들을 충족시킬 수 있는 주요 타깃은 인근 동남아 국가 및 중국 등이다. 싱가포르는 주변 동남아 국가와 근접해 있으며 말레이시아와는 접경하고 있다. 또한 언어적 장벽이 매우 낮은 국가이기도 하다. 주로 영어를 사용하며 화교인구가 많아 중국어도 대화가 잘 통한다. 이에 최근 말레이시아 출신의 의료관광객 수는 2005년 3만 3,750명에서 2009년 6만 명으로 급속히 증가했다. 비중으로는 말레이시아 출신이 싱가포르 의료관광객의 약 15%를 차지하고 있다. 말레이시아 의료관광객의 상당수는 말레이시아에서 받을 수 없는 의료서비스와 높은 품질의 서비스를 원하여 싱가포르로 오는 경우가 많다.<sup>15)</sup> 같은 이유로 인도네시아 출신의 관광객 또한 싱가포르 의료관광객에서 차지하는 비중이 크다. 뿐만 아니라 최근 중국경제의 성장으로 인해 중국인 환자의 숫자도 급증하고 있는 것으로 알려졌다.

## 2. 주요 육성정책

### 가. 주요 정부정책

싱가포르 관광청은 의료관광을 싱가포르 관광의 신성장동력으로 간주하고 부처 내에 별도로 'Health Care' 부서를 마련하였다. 이 부서에는 의료관광 실무정책을 운영하고 관련하여 산업경쟁력 강화를 위한 프로그램

---

14) KPMG International(2011), p. 3.

15) 유선아(2011).

을 운영하고 있다. 이에 반해 싱가포르 의료관광 발전을 위해 보건부는 싱가포르 관광청과는 다르게 접근한다. 싱가포르 보건부는 마케팅보다는 실제적인 의학 발전과 높은 의료서비스 수준을 이루는 것이 장기적으로 의료관광산업을 활성화할 수 있는 동력이라고 본다. 따라서 기본적으로 싱가포르 의료과학의 발전과 의료서비스 수준 향상을 위해 노력해왔다. 이를 위해 보건부는 의료인력에 대한 관리에 대해서도 정책을 펼치고 있다. 의료관광 활성화를 위한 가장 대표적인 싱가포르 보건부의 역할은 의료 선진국에 준하는 의료서비스를 제공하면서도 상대적으로 합리적인 가격을 제시할 수 있도록 국가 전반적인 의료제도를 정비해왔다는 데에 있다.

상기 대표적인 두 기관을 포함하여 정부의 의료관광 관련 부처들은 다양한 시각에서 정책을 실시하여 의료관광 산업육성을 위해 노력해왔다. 가장 대표적인 싱가포르 의료관광 육성정책의 모토는 싱가포르를 아시아 의료서비스의 허브로 발전시키는 것이다.

### 1) 아시아의 의료서비스 허브화 정책: 7대 정책분야

싱가포르 정부는 싱가포르를 아시아 의료허브로 성장시키고자 매우 체계적인 방식으로 중장기에 걸쳐 산업육성정책을 시행하였다. 1980년대 중반 싱가포르 정부는 제조업 위주의 성장정책에 한계를 느끼며 차기 성장동력으로서 서비스업을 주목하기 시작한다. 이에 1985년 경제위원회(Economic Committee)의 보고서를 발표하며 서비스업 발전을 위한 재정 지원 및 규제완화를 추진하기 시작했다. 또한 1997년 아시아 경제위기 이후 싱가포르는 고부가가치 전문 서비스분야를 성장동력을 삼아 경제발전

을 이어가겠다는 기초를 더욱 굳건히 하게 되었다.

2001년 정부는 경제검토위원회(Economic Review Committee)를 구성하여 싱가포르의 신성장동력을 발굴하고자 하는 정책제안에 본격적으로 나서게 된다. 위원회의 분과로서 서비스분과위원회(Service Sub-Committee)는 싱가포르 의료서비스작업반(HSWG: Healthcare Services Working Group)을 설립하여 의료분야에 대한 검토 및 정책제안을 담당하도록 했다. 2002년 HSWG는 싱가포르가 의료시스템 측면 등에서 동남아시아 지역의 의료 중심지라고 인식했다. 이에 ‘아시아의 의료서비스 허브화(Developing Singapore as the Healthcare Services Hub in Asia)’라는 정책 보고서를 통해 해당 산업을 분석하고 미래의 발전전략을 수립하였다.

본 보고서를 통해 HSWG는 시장조사를 실시하고 싱가포르 의료서비스 및 의료관광산업의 약점을 분석했다. 이들은 △ 싱가포르 의료관광의 장점에 대한 홍보 부족 △ 비싼 의료비 △ 싱가포르 의료서비스가 영국, 미국 등에 비해 뒤처진다는 인식 △ 종교 및 언어적 장벽으로 인한 특정 민족에 대한 서비스 부재 등을 약점으로 결론 내렸다. 이에 HSWG는 싱가포르가 아시아의 의료허브로 거듭나고자 두 가지의 핵심 정책요점을 가지고 있어야 한다고 주장했다. 의료기술의 탁월함(clinical excellence)과 외국인환자 유치(the attraction of foreign patients)이다.

이를 위해 HSWG는 7가지 정책조언 및 해당 정책조언에 대한 세부 내용을 발표했다. [표 4-3]에 나타난 7대 정책은 마케팅, 의료규범, 인적자원, 커뮤니케이션, 전문지식 등 다양한 분야의 개선사항이 마련되어 있어 보다 종합적으로 산업육성을 도모할 수 있게 되었다. 특히 싱가포르 고유의 의료브랜드 육성에 관한 부분은 매우 주목해볼 만한 정책이다. 의료산

업이 가진 전문성으로 인해 마케팅부문에서 여타 국가들이 한계를 느껴 왔던 것과는 대조적으로 싱가포르 정부는 국가 차원의 마케팅에 주력하고자 하였다. 이와 같은 브랜드이미지를 기반으로 윈스톱센터를 설립하는 정책 또한 제안했다.

표 4-3. HSWG의 의료(관광)산업 육성을 위한 7대 정책조언

	정책조언 내용	세부분야 내용
1	국가적 마케팅 계획 추진	관련 기관 위주의 홍보에 대한 제한 철폐 싱가포르 의료브랜드를 신뢰, 안전, 탁월성 등에 기반을 두어 개발 외국인환자 유입을 위해 주요 지역시장 내 윈스톱(One-Stop)센터 설립 의료관광객을 위한 입국절차 간소화 지역병원 내 투자, 국제 및 지역 의료컨퍼런스 개최, 의료진 훈련 등을 통해 지역 내 의료네트워크 확대
2	가격 및 의료규범에 대한 투명성 제고를 위해 의료부 문 소비자포럼 개최	진료비, 의약품 가격 등에 대해 청구서 항목별 구분 환자에 대한 평균 진료비 및 전문 서비스에 대한 가격정보 제공 표준진료지침 사용 불필요한 수술 및 진료비 과다청구 방지를 위한 내부감사 의무화
3	의사, 간호사 및 관련 전문 인력 공급 활성화를 통해 수요 충족	의료인력 자원 확대, 필요할 시 외국에서 교육받은 의대 졸업자들이 국내시험 참여 가능 (외국인 간호사 및 의료 전문인력에 대한 유연한 고용을 통해) 간호 사 및 관련 전문인력 총원 싱가포르국립대 의대 입학에 대한 여성쿼터 폐지
4	의술전문성의 활용을 최적 화하기 위해 공공·민간 부 문과 전문가·환자 간 소통 활성화	민간 및 공공 부문에 전문가를 동시에 고용(이를 통해 외국인환자가 공공부문에서도 전문 의료시술에 대해 보다 활발히 접근이 가능함) 민간부문에서 선별적으로 의료서비스를 도입 (이를 통해 민간부문에서의 규모의 경제 달성이 가능하며 보다 가격경쟁력 있는 서비스 제공이 가능)
5	의료기관의 관련 연구지원	의료과학자로서의 마인드 강화(예: 연구시간 확보 및 의료과학자 에 대한 대체 가능한 진료 구상) 공공부문 및 민간부문 내 기초 및 진료 연구 관련 클러스터링 강화
6	보다 많은 투자와 능력배양을 도모하기 위해 현존하는 인센티브 적용	
7	의료서비스산업 촉진 및 상기 계획들을 이끌 수 있는 기구 운영	

자료: Healthcare Services Working Group(2002)를 토대로 필자 작성.

HSWG의 본 보고서에서는 대외정책 이외에도 대내적으로도 내실을 다지고자 규범과 제도적인 면에서도 개혁을 단행하는 정책들이 제안되었다. 특별히 의료가격 정보를 제공하는 정책은 다른 기관에서는 찾아보기 어려운 획기적인 정책이었다. 인적자원 관련 정책에서는 도시국가인 싱가포르의 특성이 반영되었다. 인구 수의 한계로 인해 외국에서 교육받은 의료진에 대해 개방하는 정책을 시행했으며 여성에 대한 제한을 철폐하여 우수인력이 의료진으로 성장할 수 있게끔 기본적인 틀을 마련하였다. 마지막으로 정책 및 계획들을 수행할 수 있도록 기구를 조직하도록 하였다.

2002년에 발표된 7대 정책은 2012년 말까지 약 10년 동안 대다수 이행되었으며 이를 발판으로 관련 기관들이 세부적인 정책을 시행하고 응용하여 발전을 거듭하고 있다. 따라서 싱가포르 의료관광의 주요 정부정책에 대한 향후 논의에서는 7대 정책분야 중 성공적인 정책으로 평가할 수 있는 제1대, 2대, 3대, 5대 정책에 대해서 주로 다루도록 하겠다.

## 2) 제1대 정책: 국가적 마케팅 계획 추진

### 가) 싱가포르메디신(SingaporeMedicine)<sup>16)</sup>

앞서 논의한 ‘아시아의 의료서비스 허브화’ 정책에 기초하여 시행된 가장 대표적인 의료관광산업 정책 중 하나는 싱가포르 의료관광의 고유브랜드인 ‘싱가포르메디신(SingaporeMedicine)’이다. 2003년 싱가포르 정부는 제1대 정책인 국가적 마케팅 계획의 대표사업으로서 싱가포르메디

---

16) ‘싱가포르메디신’은 싱가포르 정부가 만든 고유의 의료관광 브랜드이므로 본고에서는 고유명사로서 표기하였다. 싱가포르 정부는 영문브랜드명을 ‘SingaporeMedicine’으로 공식 표기하고 있다.

신을 출범하였다. 싱가포르메디신은 싱가포르를 아시아 의료허브의 선두 주자로 성장시키고자 정부부처들과 산업계가 공동으로 발족한 기구이다. 따라서 제7대 정책인 ‘의료서비스산업 촉진 및 해당 계획들을 이끌 수 있는 기구 운영’에도 해당된다.

싱가포르메디신에는 싱가포르 보건부의 주도하에 싱가포르 관광청과 싱가포르 국제기업청(IE Singapore: International Enterprise Singapore), 싱가포르 경제개발청이 참여하고 있다. 또한 의료관광과 관계된 다양한 이해관계자들도 운영에 참여하고 있다. 싱가포르메디신 내 경제개발청의 역할은 의료관광산업에 대한 새로운 투자를 유치하고 싱가포르 의료산업 역량을 강화하는 것이다. 그리고 관광청의 경우 마케팅과 홍보를 담당하며 외국인환자에 대한 서비스 관련 분야를 강화한다. 마지막으로 IE Singapore는 싱가포르 의료 관련 업체들이 국내외적으로 경쟁력을 강화하는 것을 지원한다.

싱가포르메디신이 펼치고 있는 마케팅정책 중 가장 효과적인 정책은 싱가포르 의료관광에 대한 공식 웹사이트를 운영하고 있으며 이를 통해 싱가포르 의료관광에 대한 모든 정보에 원스톱방식으로 접근할 수 있다. [그림 4-3]에서 볼 수 있듯이 공식 홈페이지는 영어, 중국어, 아랍어, 말레이·인도네시아어, 베트남어 등 5개 언어로 제공된다. 해당 웹사이트에는 싱가포르 의료관광에 대한 개요를 소개하고 있으며 관련 언론자료를 게재하고 있어 싱가포르 의료관광에 대한 신뢰를 높이고 있다.

다양한 콘텐츠 중에서 특별히 ‘국제환자를 위한 가이드(The International Patient's Guide)’라는 카테고리는 의료관광객들에게 가장 유용하고 본다. 해당 카테고리에는 싱가포르 방문 전 준비사항, 공항이동서비스, 싱가포르

르 내 관광 및 호텔 관련 서비스, 사후관리 등 싱가포르 입국 전부터 출국 이후까지의 전 과정에 대한 정보를 제공한다. 또한 ‘의료서비스 제공처 (Healthcare Service Provider)’ 카테고리에는 외국인환자를 위한 특별서비스를 제공하는 싱가포르 내 병원 명단이 공개되어 있다. 명단을 통해 해당 병원 웹사이트와 연결되게 웹사이트를 구축하여 다양한 정보를 한

그림 4-3. 싱가포르 메디신 공식 웹사이트



자료: SingaporeMedicine.

번에 볼 수 있도록 구성하였다. 이 밖에도 공항이동서비스, 관광 및 호텔 관련 서비스에 대한 에이전시도 소개하고 있다. 또한 24시간 핫라인을 설치하여 전 세계 어디에서나 시차에 관계없이 싱가포르의 의료관광에 대한 서비스를 문의할 수 있도록 하고 있다. 의료관광객들은 핫라인 연결을 통해 의료진 및 의료서비스, 호텔과 비자 문제, 진료비에 대한 컨설팅 등의 서비스를 무료로 제공받을 수 있다.

#### 나) 입국서비스의 간소화

싱가포르 정부는 의료관광객들을 위해 입국절차상에서도 편의를 제공하는 정책을 펼치고 있다. 의료관광객들은 별도 의료전문비자가 필요하지 않으며, 사증허가서가 있으면 입국할 때에 도착비자를 발급받을 수 있다. 이러한 비자는 병원에서 대행서비스를 실시하고 있기 때문에 복수비자 신청도 비교적 쉽다. 복수비자를 발급받을 시에 다른 국가에 비해 서류상 절차가 간단하며 발급시일도 최장 5일 내에 신속히 발급받을 수 있다. 심지어 단기비자일지라도 입국 이후 89일 내 연장할 때에는 온라인으로도 가능할 정도로 간단하다.<sup>17)</sup> 환자들의 긴급한 의료서비스 수요가 있을 때에 번거롭지 않게 빠른 시일 내에 입국할 수 있도록 조치하는 것은 매우 중요한 경쟁력 중 하나일 것이다.

#### 다) 국제화정책: 의료컨퍼런스 주최

싱가פור르는 또한 싱가포르의 첨단의료기술에 대한 역량 강화와 국제적

---

17) 한국관광공사(2011), p. 39.

인 위상 강화를 위해 적극적인 국제화 정책을 펼치고 있다. 해외 의료 전문인력의 싱가포르 방문프로그램을 운영하고 있으며, 해외 의료기관 유치에도 적극적이다. 또한 대표적인 마케팅정책 중 하나는 의료 관련 국제 학술대회 개최를 통해 싱가포르 의료기술의 위상을 세계적으로 인정받는 것이다. 싱가포르에서는 국제 의료컨퍼런스가 활발히 개최되고 있으며, 의료관광객들은 싱가포르메디신을 통해 이에 대한 정보를 쉽게 얻을 수 있다. [표 4-4]는 2012년 싱가포르에서 개최한 의료분야의 주요 국제컨퍼런스 사례이다.

표 4-4. 싱가포르에서 개최한 주요 의료부문 국제 컨퍼런스(2012년)

날짜	컨퍼런스 주제
2012년 7월 12일	19th ASEAN Federation Cardiology Congress 2012
2012년 5월 2일	9th Asia Pacific Travel Health Conference 2012
2012년 3월 28일	Healthcare in Asia 2012
2012년 3월 19일	World Conference on Tobacco or Health 2012
2012년 3월 3일	Highlights of American Society of Hematology (ASH)

자료: SingaporeMedicine.

## 2) 제2대 정책: 가격 및 의료규범에 대한 투명성 제고 정책

싱가포르 보건부는 2003년 10월부터 싱가포르 병원의 진료비를 보건부 홈페이지<sup>18)</sup>에 공개함으로써 가격투명성 확보에 성공했다. 보건부 홈페이지를 방문하면 [표 4-5]와 같이 병원 및 병실 등급에 따른 입원기간 및 비용이 공개되어 있다. 환자들은 홈페이지 방문을 통해 자신이 부담하

18) 해당 홈페이지 주소는 다음과 같다.

[http://www.moh.gov.sg/content/moh\\_web/home/costs\\_and\\_financing/HospitalBillSize.html](http://www.moh.gov.sg/content/moh_web/home/costs_and_financing/HospitalBillSize.html).

표 4-5. 싱가포르 병원별 및 병실 등급별 입원 기간 및 비용 공개 예시(맹장염)

(단위: 일, 싱가포르달러)

공공/민간 구분	병원명	평균 입원기간	50번째 백분위수 비용	90번째 백분위수 비용
공공 (A급 병실)	창이종합병원 (Changi General Hospital)	2.5	4,218	5,489
	싱가포르종합병원 (Singapore General Hospital)	2.5	5,451	7,491
공공 (B2급 병실)	창이종합병원	1.8	1,256	1,442
	국립대학병원 (National University Hospital)	2.1	1,866	2,285
	싱가포르종합병원	2.7	1,688	2,102
민간	글렌이글스 병원 (Gleneagles Hospital)	2.4	13,283	16,874
	마운트엘리자베스 병원 (Mount Elizabeth Hospital)	2.4	11,618	15,299

주: A, B1, B2 등의 등급별 병실이 있으며 등급에 따른 서비스와 가격의 차이가 있음.  
 자료: 싱가포르 보건부(2012년 11월).

게 될 진료비를 가늠해볼 수 있으며 방문 전에 이와 같은 정보를 수집할 수 있어 편리함과 신뢰감을 동시에 느낄 수 있다.

#### 4) 제3대 정책: 의료인력 양성 정책

싱가포르 의료관광산업 활성화에서 가장 취약한 부문은 인력에 대한 부문이었다. 도시국가인 싱가포르 내에서 다수의 의료진 및 간호사 등 관련 전문 인력을 확보하는 것은 상당히 어려운 일이었다. 이를 타개하기 위해 정부는 인력확보를 위한 정책을 적극적으로 추진했다. 대표적인 정책이 인력 확보를 위해 71개 외국 의대 학위를 인정하도록 한 것이었다. 외국대학에서 수학과 싱가포르로 유입되는 의료진은 일정한 조건하에 싱가포르에서 의료행위가 허용되며, 일정 기간 이후에는 정규의사로도 전환된다. 또한 지속적인 의료진 양성 및 개선 프로그램을 운영하고 있으며

이에 대해 정부가 지원하는 비중이 높다.<sup>19)</sup> 싱가포르 관광청에 따르면 간호사 구성에서도 상당 수준의 국제화를 이뤘다. 싱가포르 국적의 간호사 비율은 70%이며, 30%는 외국인 간호사로 구성되어 있다. 싱가포르 정부는 이와 같이 인력 유입을 위한 개방적인 정책을 적극적으로 실시했다.

#### 5) 제5대 정책: 연구육성정책 및 의료기반시설 육성정책

싱가포르 정부는 첨단 의료설비 및 의료연구에 대한 투자유도정책을 추진해왔다. 싱가포르 정부는 첨단 의료설비에 대해 보조금 지급 및 세금 감면 등의 혜택을 부여하고 있다. 또한 최첨단 의료연구에도 정부의 지속적인 지원이 이어지고 있다. 싱가포르 보건부가 설립한 국가의료연구위원회(National Medical Research Council)는 최첨단 의료과학분야의 연구를 지원하며 의료진 양성 및 연구능력 배양을 위해 자금을 보조하고 있다. 또한 싱가포르 보건부는 ‘경쟁력 있는 연구보조금(Health Services Research Competitive Research Grant)’이라는 자금을 지원하고 있다. 이 보조금은 의료서비스 연구에만 국한된다.

그 밖에도 싱가포르 정부는 신규 병원 설립, 기존 병원 재건축 등의 형태로 의료기반 시설 확충을 지원하고 있다. 또한 대부분의 토지가 국유화되어 있는 싱가포르에서 정부는 병원 설립 시에 토지 매입에 우선권을 부여하는 등 병원 설립 및 이를 통한 의료관광산업 활성화를 적극 지원하고 있다.

---

19) 한국관광공사(2011), p. 39.

## 나. 주요 의료관광서비스기관의 정책

### 1) 싱가포르 주요 병원의 국제환자센터

싱가포르 보건부 관계자와의 인터뷰에 의하면 2002년 이후 10여 년이 흐른 현재 시점에서 싱가포르 의료관광의 주도권은 더 이상 정부가 아니라 의료서비스를 제공하는 병원 자체에 있다.<sup>20)</sup> 국가의 정책이 적정수준에 이르러 이제는 의료서비스기관들이 충분히 독자적인 정책을 수행할 수 있는 시점에 도래한 것이다. 또한 의료기관 자체의 정책 및 전략이 의료관광객 유치에 직접적인 효과를 낼 수 있기도 하다.

이에 다수의 싱가포르 병원들은 국제환자센터를 운영하며 의료관광객에 대한 전반적인 서비스를 제공하고 있다. [표 4-6]에 나타나 있듯이, 2012년 11월 기준 싱가포르에서는 총 22개의 병원이 외국인환자를 대상으로 하는 별도의 시설 및 부서를 보유하고 있다.

표 4-6. 싱가포르 내 외국인환자시설을 보유한 주요 병원 및 부서명

	병원명	외국인환자 전문 부서
1	Khoo Tech Puat Hospital	International Patient Services
2	1) Parkway East 2) Gleneagles Hospital 3) Mount Elizabeth Hospital	ParkwayHealth Patient Assistance Centre
3	Changi General Hospital	International Medical Services
4	Mount Alvernia Hospital	International Patients Service Assistance
5	KK Women's and Children's Hospital	International Patient Liaison Centre
6	Raffles Hospital	International Patients Centre
7	National University Hospital	International Patients Liaison Centre
8	Thomson Medical Centre	International Patient Centre

20) 현지 싱가포르 보건부 관계자 인터뷰(2012년 9월).

표 4-6. 계속

	병원명	외국인환자 전문 부서
9	Singapore General Hospital	International Medical Services
10	Pacific Healthcare	International Medical Assistance Centre
11	Tan Tock Seng Hospital	International Patient Liaison Centre
12	Surgeons International Holdings Pte Lid	-
13	Johns Hopkins Singapore International Medical Centre	International Patient Office
14	Singapore Medical Group Ltd	International Patient Information Service
15	National Cancer Centre Singapore	Foreign Patient Services
16	Specialist Dental Group	International Patient Information Service
17	National Dental Centre	-
18	Asian Centre for Liver Diseases & Transplantation	-
19	National Heart Centre Singapore	Global Patient Services
20	Healthway Medical & Specialist Centre	-
21	National Neuroscience Institute	International Patient Services
22	Singapore National Eye Centre	International Patient Services

자료: SingaporeMedicine.

싱가포르가 의료관광의 허브국가로 성장할 수 있었던 가장 기본적인 배경에는 싱가포르 특유의 의료시스템이 있다. 싱가포르는 영국 식민지에서 독립한 이후 식민지 영향력으로 인해 한동안 세금으로 유지하는 영국식 의료시스템을 운영했다. 그러나 1984년 영리병원을 도입하는 개혁을 단행하며 의료관광대국으로서의 바탕을 다지게 된다. 정부가 민간병원에 대해 영리화를 허가했기 때문에 각 민간병원은 주식상장이 가능하며 투자 유치에 용이해진다. 다시 말해 병원자본에 금융기관이나 투자자가 지분참여를 할 수 있다. 또한 자유롭게 마케팅활동을 벌일 수 있다. 병원이 제공하는 서비스수준에 따라 진료비를 다르게 책정하는 방식도 가능하다. 대표적 영리병원인 래플스(Raffles) 병원의 경우, 병원 1층에서 영양제,

건강보조제에 병원 상표를 부착하여 판매를 하고 있기도 하다.

싱가포르에서는 영리병원들이 환자 유치에 보다 적극적으로 나서고 있다. 즉 보다 큰 영리를 취하기 위해 각 병원들은 병원간 자체적인 의료관광객 유치 전략을 세우고 실행하며 다른 영리병원과 치열한 경쟁을 벌이고 있는 것이다. 일종의 마케팅수단으로서 의료관광객을 대상으로 하는 사업을 중시하고 있다. 이와 같은 경쟁을 기반으로 싱가포르의 전체적인 의료관광 수준 또한 높아지고 있으며 산업규모가 동반성장하고 있다. 싱가포르의 영리병원 중 외국인 의료관광객 유치에 가장 큰 성과를 보이고 있는 대표적인 병원은 파크웨이홀딩스(Parkway Holdings)그룹과 래플스 메디컬그룹(Raffles Medical Group) 계열 병원들이다.

## 2) 영리병원: 파크웨이홀딩스의 글렌이글스 병원

파크웨이·판테이(Parkway-Pantei)그룹은 동남아시아를 중심으로 싱가포르, 말레이시아, 인도, 브루나이 등지에 2012년 기준 17개의 병원을 운영하고 있는 의료서비스계의 대기업이다. 또한 2015년 완공을 목표로 중국에도 병원을 건립 중이다.<sup>21)</sup> 파크웨이·판테이그룹은 싱가포르에만 4개의 병원을 운영하고 있으며, ‘ParkwayHealth Patient Assistance Centre’라는 이름으로 국제환자센터를 두고 의료관광객 유치에 적극적으로 나서고 있다.

2012년 말 기준 싱가포르 상장사인 파크웨이홀딩스(Parkway Holdings)의 글렌이글스 병원(Gleneagles Hospital)은 272개의 병상을 갖추고 있으며 주요 전문분야는 순환기내과, 소화기내과, 간이식, 산부인과, 정형외과

---

21) 파크웨이·판테이그룹 공식 홈페이지.

및 종양 관련 분야까지 다양하다. 글렌이글스는 한국에서의 통상적인 병원 개념에 비해 매우 생소한 방식으로 운영된다. 글렌이글스는 개방형 병원으로서 의사들이 병원에 소속되거나 고용되어 있지 않으며, 개별 의사들이 병원의 사무실 및 시설을 임대하여 진료를 보는 방식이다. 따라서 글렌이글스 병원에는 개별 의사들이 진료실마다 입주해 있으며, 환자들은 사전예약제를 통해 개별 전문의를 만나 진료를 받게 된다. 개방병원은 MRI 등 고가장비를 구입해야 할 필요 없이 의사들이 진료가 가능하여 뛰어난 의료기술을 가진 유명 의료진을 유치하기에 용이하다는 장점이 있다. 이는 의료관광객들이 신뢰도가 높은 의료진에게 개별적으로 손쉽게 진료를 받을 수 있다는 장점으로도 연결된다.

글렌이글스 병원은 의료기술적인 측면뿐만 아니라 시설적인 측면에서도 의료관광객들의 수요를 충족시키고 있다. 일례로서 글렌이글스 병원은 로비가 기존의 병원과는 상당히 다르다. 로비 자체에 대한 인테리어를 병원이 가지고 있는 이미지에서 탈피하였기 때문이다. 글렌이글스 병원의 로비는 적절한 조명과 시설을 활용하여 보다 고급스럽고 쾌적한 분위기를 조성했다. 입원실 또한 고가의 스위트룸을 운영하며 인테리어와 설비를 고급화하여 신흥국의 부유층이자 중증환자에 대한 타깃에 적합한 서비스를 제공하고 있다. [그림 4-4]의 글렌이글스 병원의 ‘글렌이글스 스위트룸(Gleneagles Suite)’은 1박 요금이 6,088싱가포르달러 정도로 시설은 호텔 이상의 수준이다. 글렌이글스 병원은 환자에 대한 고급서비스를 제공함으로써 주요 타깃의 수요를 충족시키며 고부가가치 창출이 가능하도록 사업을 운영하고 있는 것이다.

그림 4-4. 글렌이글스 병원의 스위트룸



자료: 글렌이글스 병원 공식 홈페이지.

### 3) 영리병원: 래플스메디컬그룹의 래플스 병원

글렌이글스 병원과는 달리 래플스메디컬그룹(Raffles Medical Group)이 운영하는 래플스 병원은 병원 내 전문의들이 병원의 직원으로서 고용된 형태로서 일명 집단개원형(Group Practice) 병원이다. 글렌이글스 병원과 마찬가지로 래플스 병원도 국제환자센터를 설립하여 적극 활용하고 있다. 래플스 병원 측은 영리병원이 공공병원과 경쟁하기 위해서는 가격 경쟁력이 떨어지기 때문에 그에 대응하는 수준 높은 시설과 함께 환자들이 감동할 수 있는 최고의 서비스를 제공해야 한다고 보고 있다.<sup>22)</sup> 따라서 래플스 병원은 첨단 의료기기와 최고의 의료진을 마련하고, 이를 홍보하는 데에 적극적이다.

래플스 병원이 자랑하는 국제환자센터는 공식 웹사이트를 통해 래플스의 의료관광객이 필요로 하는 정보들을 제공하고 있다. 래플스 병원의 국제환자센터가 운영하는 포털사이트<sup>23)</sup>는 싱가포르 메디신이 제공하는 언

22) 이병문(2009), p. 84.

어 수보다 더 많은 11개의 언어로 구축되어 있다. 영어, 중국어, 아랍어, 벵갈어, 일본어, 크메르어, 한국어, 미얀마어, 러시아어, 베트남어, 인도어 등을 통해 외국인 환자를 위한 정보가 제공되고 있어 누구나 손쉽게 웹사이트 이용이 가능하다.

래플스 병원 2층에 마련된 국제환자센터는 기존 병원이 가진 이미지와는 달리 호텔 로비와 같은 시설을 갖추고 있다. 이곳에서는 △ 진료의뢰 환자 관리 및 진료예약 △ 입원과 퇴원 관련 △ 공항 픽업 및 안내 서비스 △ 여행계획과 관광정보 △ 긴급후송서비스(Medical Evacuation and Repatriation) △ 통역서비스 등을 전담하고 있다. 국제환자센터가 소속되어 있는 래플스 병원의 마케팅팀에는 15개국 이상의 국가별 코디네이터가 고용되어 있다. 이들은 해당 국가 출신이거나 해당 언어를 구사할 수 있어 국별 특화된 마케팅이 가능하다. 이를 통해 래플스 병원은 해외환자 유치 경쟁력을 강화하고 있다. 뿐만 아니라 래플스 병원은 별도로 ‘래플스 일본 전문 진료팀(Raffles Japanese Clinic)’을 출범하고 일본인 의료진을 유치하였다. 이를 통해 일본인들을 대상으로 하는 의료서비스를 보다 강화하고 있다.

래플스 병원은 획일화된 의료관광 패키지를 제공하고 있지는 않다. 오히려 각국 출신의 의료관광객이 개별적으로 원하는 바에 따라 패키지를 구성하여 의료 및 관광 등 제반서비스를 제공하는 맞춤형 서비스를 지향한다. 앞서 언급한 의료서비스 외의 각종 부대서비스는 별도의 수수료 없이 제공된다. 일종의 의료관광객의 유치전략으로서 무상제공을 통해 의료관

---

23) 해당 웹사이트는 <http://www.rafflesmedicalgroup.com/hospital/international-patient-portal/english/overview/overview.aspx>과 같다.

광의 유인을 증폭시키는 효과를 내고 있다. 래플스 병원의 수익 중 외국 인환자로부터의 비중은 약 35%로 알려져 있다.<sup>24)</sup>

마지막으로 싱가포르 병원들의 의료관광객 유치정책으로서 주목할 만한 것은 해외지사의 운영이다. 이에 대표적인 성공사례 또한 래플스 병원을 들 수 있다. 래플스 병원은 중장기계획으로서 베트남에 지사를 운영하고 있다. 래플스 병원은 베트남 기업을 독점 에이전트로서 지정하여 환자 유치에 보다 전략적으로 접근했다. 해당 독점 에이전트는 베트남 내 래플스 병원에 대한 마케팅을 전담하고 의료관광객 수입의 10%를 커미션으로 가져갈 수 있다. 래플스의 호치민 에이전시는 ‘원스톱소싱센터(One-Stop Sourcing Center)’이며 하노이에는 ‘오리엔탈스타(Oreintal Star)’가 있다. 이들은 래플스가 개최하는 워크숍 등에 참여하고 마케팅활동에 대한 재정지원이 가능하다. 해당 지사에서는 의료관광객 방문 시 원스톱서비스가 가능하여 간단한 검진을 받을 수 있고 이 과정을 통해 추출된 혈액 샘플 등을 병원으로 보내 절차를 간소화했다. 또한 항공권 구입, 숙박 등도 지사 자체에서 예약할 수 있는 등 각종 편의서비스가 마련되어 있다.<sup>25)</sup>

### 3. 싱가포르 의료관광산업 SWOT 분석 및 향후 전망

#### 가. 의료관광산업에 대한 SWOT 분석

앞서 살펴본 바와 같이 싱가포르 의료관광객 부문에서 싱가포르의 최대 강점은 지리적 인접성과 문화적 친밀도이다. 인근 동남아 개도국의 부

---

24) 현지 래플스 병원 관계자 인터뷰(2012년 9월).

25) 주간무역(2012).

유층 및 중증환자들은 거리가 먼 일본이나 한국보다는 가까우면서도 문화적으로 친밀한 싱가포르를 찾기에 보다 용이하다. 또한 국가가 체계적으로 지원하는 육성정책도 싱가포르 의료관광의 큰 강점이다. 일개 산업에 대한 계획을 수립하는 개념이 아니라 국가에서 주요 성장동력으로 지정하여 여러 부처에 걸쳐 주력 육성산업으로서 전략 및 정책을 개발하였기 때문에 그 정책효과가 매우 크다. 영리 병원들이 자체적으로 운영하고 있는 국제환자센터와 같은 정책들도 의료관광산업 육성에 지대한 역할을 하고 있다.

이와 같은 강점을 바탕으로 싱가포르 의료관광산업은 유럽 재정위기에 도 불구하고 주변 신흥국들이 비교적 견고한 성장세를 보이고 있어 지속적인 수요창출이 가능할 것이다. 또한 바이오메디컬산업이 싱가포르의 차세대 제조업으로 주목받고 있어, 이에 대한 시너지 효과를 기대해볼 만하다.

싱가포르 의료관광산업은 약점 또한 가지고 있다. 태국, 말레이시아 등 주변국가들보다 의료비가 상당히 비싸다. 따라서 의료비 및 전반적인 물가를 고려한 가격 면에서 경쟁력이 떨어진다. 또한 싱가포르는 도시국가로서의 관광자원이 한정되어 있다는 약점이 있다. 음식과 호텔 등 싱가포르 관광의 경쟁력은 뛰어나지만 전통적인 문화관광이나 자연환경의 측면에서 경쟁력이 떨어진다. 마지막으로 아직도 싱가포르 내 의료진이 많이 부족하다는 점이다. 외국인 의료진을 유입하는 방식으로 그간 문제를 해결해왔으나, 향후에도 계속 이들에 의존하기에는 문제점이 발생할 가능성이 크다.

표 4-7. 싱가포르 의료관광산업의 SWOT 분석

Strength(강점)	Weakness(약점)
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 지리적 인접성 및 문화적 친밀도</li> <li>- 정부 주도의 체계적인 의료관광 육성정책</li> <li>- 영리병원의 의료관광객 유치 마케팅 다각화</li> <li>- 싱가포르 메디신 중심의 원스톱서비스 및 국가 의료관광의 브랜드화</li> <li>- 지속적인 최고 의료진 및 기술력의 유입</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 주변 아시아국에 비해 높은 가격</li> <li>- 도시국가로서의 관광자원 한계</li> <li>- 자체적인 우수 의료진 부족</li> </ul>
Opportunity(기회)	Threat(위협)
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 유럽 재정위기 이후에도 비교적 견고한 주변 동남아 신흥국의 성장세와 이에 따른 부유층 및 중산층의 증가</li> <li>- 제조업 중 바이오메디컬산업의 부흥으로 인한 시너지 효과</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 주변 아시아 국가들의 의료관광산업분야의 급 부상</li> <li>- 주변 아시아 국가들의 의료수준 향상</li> <li>- 유럽 재정위기에 따른 전반적 관광수요 감소</li> </ul>

자료: 필자 작성.

게다가 위협요인으로서 주요 타깃이었던 주변 신흥국들의 의료수준이 향상될 경우 싱가포르로 의료관광을 오지 않고 자국에서 의료서비스를 받는 사례가 늘어날 수 있다. 또한 세계경제의 침체로 인한 전반적인 관광수요의 감소도 싱가포르 의료관광에도 위협요인이 될 수 있다.

## 나. 향후 전망

### 1) 신흥국 출신의 부유층 증가로 인한 지속적 수요 및 타깃 마케팅 강화

2012년 현재 유럽 재정위기의 영향력에도 불구하고 주변국이 견고한 성장세를 보이고 있어 향후 싱가포르 의료관광의 수요 전망이 밝다. 2013년 인도네시아와 말레이시아의 경제성장률은 각각 6.1%, 4.4%를 기록할 것으로 추정된다.<sup>26)</sup> 따라서 이들 국가 출신 부유층의 의료관광 수요에도 큰 하락세는 없을 것으로 보인다. 또한 싱가포르 관광청 한국사무소와의

인터뷰<sup>27)</sup>에 따르면 향후 싱가포르의 관광정책기조는 관광객 입국 수의 증가보다는 지출액의 증가, 관광서비스의 부가가치 창출에 초점을 두게 될 전망이다. 즉 부가가치 창출이 용이한 층으로 타깃을 정하여 이들에 대해 보다 집중적인 마케팅을 실시하게 될 것이다. 의료관광 산업의 측면에서도 부유층의 중증치료에서 소요되는 경비가 상당하고 이들의 관광지출액이 비교적 크기 때문에 해당 타깃에 보다 특화된 전략들이 다수 도출될 것으로 예상된다.

## 2) 관련 산업과의 시너지 창출

2012년 싱가포르 경제성장의 원동력은 바이오메디컬산업의 선전이었다. 2012년 바이오메디컬산업이 전년대비 25% 증가할 것으로 예상되는 가운데,<sup>28)</sup> 관련 기반산업의 성장으로 인해 싱가포르 의료서비스의 이미지 고양과 실제적인 시너지효과를 기대해볼 수 있다. 앞서 언급했던 바이오폴리스와 같은 연구단지에는 향후 지속적으로 확장될 예정이며 세계적인 제약회사들과 의료기기 관련 기업들이 입주하였고 향후에도 다수 입주할 예정이다. 따라서 연구단지에서 공급되는 고급 바이오메디컬 제품들과 최신의 연구결과들로 인해 싱가포르의 의료서비스 수준 또한 성장할 가능성이 매우 높다.

바이오메디컬산업뿐만 아니라 지속적으로 관련 산업와의 연계가 이루어질 전망이다. 싱가포르는 의료서비스와 시너지를 낼 수 있는 관련 산업

---

26) 대외경제정책연구원(2012), p. 79.

27) 싱가포르 관광청 한국사무소 인터뷰(2012년 11월).

28) KOTRA 싱가포르사무소 인터뷰(2012년 11월).

및 기반시설을 지속적으로 보강하고 있다. 싱가포르의 ‘코넥시온(Connexion)’ 시설은 의료시설과 호텔 및 쇼핑 시설이 결합된 최초의 메디플렉스(Mediplex)이다. 코넥시온의 ‘파러파크 메디컬센터(Farrer Park Medical Center),’ ‘원 파러파크 호텔 · 스파(One Farrer Park Hotel & Spa)’ 및 쇼핑시설인 ‘오웬 링크(Owen Link)’에 이어 2013년에는 자체 병원이 완공될 예정이다. 해당 병원인 ‘파러파크 병원(Farrer Park Hospital)’은 총 220개 병상이 갖춰진 영리병원이다. 병원 완공 시에는 최고의 호텔 및 스파시설과 쇼핑시설이 병원시설과 한 장소에 결합되어 종합적인 의료관광서비스 제공이 가능해진다. 싱가포르에서는 향후 이와 같이 관련 산업과의 시너지효과를 극대화할 수 있는 각종 시설들이 지속적으로 도입되어 의료관광산업 발전에 긍정적 영향을 미칠 가능성이 매우 크다.

### 3) 영리병원간의 경쟁심화에 따른 수준 향상

시장규모가 점차 증가하고 있는 현재 시점에서 싱가포르의 각 병원들의 외국인환자 유치 경쟁은 더욱 심화될 것으로 전망된다. 파크웨이 · 판테이그룹은 2012년 11월 기준 36개의 외국인환자센터를 두고 활발히 외국인환자 유치에 나서고 있다. 래플스 또한 해외 독점 에이전시를 적극 활용하여 커미션을 부여함으로써 외국인환자 유치를 위해 치열하게 경쟁하고 있다. 나아가 향후 영리병원들은 최고의 의료진을 유치하는 데에도 경쟁이 심화될 것으로 전망된다. 영리병원들의 주요 홍보수단으로 뛰어난 의료업적을 이룩한 전문 의료진에 대한 홍보가 강조된다. 따라서 각 병원들은 해외로부터 뛰어난 의료 전문성을 갖춘 의료진을 유치하기 위해 많

은 자금을 투입하고 있다. 이와 같은 경쟁을 통해 싱가포르 병원들의 의료수준은 보다 향상될 것이며, 의료관광객 유치에 위한 마케팅전략도 보다 심화될 것으로 전망된다.

일각에서는 영리병원간의 외국인환자 유치를 두고 벌이는 과도한 경쟁으로 인해 싱가포르 내국인들에 대한 의료서비스 제공에 차질이 생기거나 고급화된 서비스로 인해 국민정서에 반감이 생길 수도 있다는 우려도 있다. 따라서 정부는 영리병원에 대한 우려를 공공병원의 탁월한 의료서비스로 불식시키고자 정책적인 노력을 지속하고 있다. 아직까지 싱가포르 의료기관은 비영리병원(국공립)과 영리병원이 80대 20의 비율로 구성되어 있으며, 의사들이 환자를 차별하지 않도록 각종 조치를 취했다. 예를 들어 등급지정제를 통해 총병상의 30%를 저소득층을 위해 제공하고 고소득층을 위한 병상을 총병상의 10%로 제한하는 등의 정책이다.<sup>29)</sup> 또한 공공병원의 소유권은 정부에 있으나 경영자를 정부가 임명하여 민간 및 시민단체 또한 이사회 임원으로 참여하도록 하고 있다.

#### 4) 말레이시아 등 주변국과의 의료관광객 유치 경쟁심화

한편으로는 주변 아시아 국가의 의료관광 급부상이 싱가포르 의료관광 산업에 위협요인으로 작용할 수 있다. 태국은 가격경쟁력을 앞세워 스파, 허브 등 연계 관광산업으로 확장을 모색하고 있으며, 말레이시아의 경우 다국적 의료서비스기업들의 병원 설립계획이 상당수 마련되어 있다. 일례로 파크웨이·판테이그룹은 2014년에 말레이시아 만중(Manjung) 지역에

---

29) 이병문(2009), p. 85.

1개, 2015년까지 말레이시아 코타키나발루(Kota Kinabalu)와 메디니(Medini) 지역에 각각 1개씩 병원을 설립할 예정이다. 이들은 이 그룹의 클렌이글스 병원과 마찬가지로 최고의 외국인환자 관련 시설을 갖추게 될 것으로 전망된다. 동일한 회사에서 각국에 병원을 설립함으로써 말레이시아와 싱가포르의 국가별 병원간 경쟁도 치열해질 전망이다.

또한 한국 의료관광의 주요 타깃은 싱가포르 의료관광객의 주요 타깃인 부유층 및 중증환자와 상당 부분 겹칠 가능성이 크다. 2011년 6월 한국정부의 주요 관계부처들은 추진전략의 하나로서 중증환자 유치모델 개발을 발표했다. 이와 같은 주변국의 의료관광분야 급성장 및 경쟁심화가 싱가포르 의료관광산업에 위협요소가 될 수 있다.

## 제5장 결론 및 시사점

1. 결 론
2. 시사점



## 1. 결 론

본 연구는 싱가포르의 경제·산업 구조 및 육성정책에 대한 이해를 바탕으로 신성장동력으로 주목받고 있는 싱가포르의 MICE 및 의료관광산업의 현황과 정책에 대해 집중분석했다. 다수의 기존 선행연구 및 문헌자료를 활용해 연구를 진행하는 한편 싱가포르 현지 유관기관으로의 출장 조사와 국내 전문가회의를 통해 문헌연구의 한계점을 보완했다.

싱가포르 경제는 높은 대외의존도로 인해서 대외충격에 민감하게 반응하는 특성을 보인다. 일례로 글로벌 금융위기로 2009년 마이너스 성장을 경험한 이후 높은 성장률을 기록하며 회복되고 있다. 싱가포르는 아시아는 물론 세계 최고 수준의 경제자유도를 가진 국가로 아시아의 대표적인 비즈니스·금융 허브로서 높은 투자매력도를 가지고 있다. 이에 글로벌 금융위기에도 불구하고 싱가포르에 대한 외국인투자도 지속적으로 증가하는 추세이다. 싱가포르는 도시국가의 특성상 GDP의 70% 이상이 서비스업으로 구성된 독특한 경제구조를 가지고 있으며, 제조업의 경우 20% 내외에 머물러 있으나 전략적으로 석유화학, 생명과학, IT 등 고부가가치 산업을 중점지원하고 있다. 싱가포르 경제전략위원회(ESC)의 7대 전략도 도시국가이자 비즈니스 허브의 배경을 감안해 중점 육성분야를 선별적으로 채택해 지원하고 있다. 특히 서비스분야의 경우 기존 물류·금융 등 전통적인 이외에 관광부문에 다양한 형태의 정책적 지원을 지속하고 있다.

MICE 산업의 경우, 아시아 비즈니스 허브 및 영어를 공용어로 활용하는 사회문화적 환경이 싱가포르 MICE 산업의 발전에 큰 밑거름이 되었

다고 볼 수 있다. 하지만 이러한 배경 이외에도 싱가포르 정책당국이 Tourism 2015라는 분명한 목표를 선정하고 다양한 정책시도를 꾸준히 지속해온 것이 현재 싱가포르 MICE 산업이 세계 최고 수준에 도달하게 된 배경으로 볼 수 있다. 특히 싱가포르 관광청의 전략적 클러스터 조성을 통한 유관산업간 협업관계 조성, 첨단 고부가가치산업 중심 행사 유치를 통한 국가이미지 제고, 공격적인 복합 리조트 조성, 컨벤션 서비스 품질 관리 등 다양한 정책들은 선별적으로 벤치마킹해 한국 MICE 산업 육성에 활용할 수 있을 것으로 보인다.

싱가포르의 의료관광부문은 해외 의료관광객 수요증가로 인한 추진요소와 싱가포르의 발전된 의료 기술 및 서비스의 선진화 등 유인요소를 바탕으로 꾸준한 성장세를 지속하고 있다. 싱가포르가 아시아 최고 수준의 의료관광국가로 성장하게 된 것은 발달된 의료수준과 싱가포르 정책당국의 다양한 정책지원에 기인한다. 싱가포르 관광청의 의료허브화 정책, 싱가포르 메디신의 국제 마케팅, 외국 의료인력의 적극 활용, 다양한 의료 서비스 기관 지원 등 의료관광부문 육성을 위한 정책들이 지속되고 있다. 한국의 경우 싱가포르에 뒤지지 않는 의료기술수준을 보유하고 있으나 의료관광부문에서는 아직 초기 단계에 머물러 있으며 여러 관련 제도들이 충분히 수립되지 못한 상황이다. 이러한 점을 감안한다면 본 연구에서 조사·분석한 싱가포르 정책당국의 각종 제도 및 지원 정책들을 참고해 향후 한국의 의료관광 관련 제도 수립에 활용할 필요가 있을 것으로 보인다.

## 2. 시사점

### 가. MICE 산업 발전을 위한 시사점

#### 1) 정부 및 유관기관의 전략적인 기능 확대

싱가포르 정부 및 관광청의 적극적인 MICE 유치활동과 전략적인 MICE 관련 부서 설립 및 운용을 벤치마킹할 필요가 있다. 싱가포르는 무역산업부와 싱가포르 관광청 산하에 MICE 산업 육성을 위한 전략부서를 배치하고 직무별로 특성화했다. 특히 싱가포르 전시컨벤션 뷰로의 경우 국제 컨벤션 입찰 관련 업무를 일괄처리하는 편리함을 제공하고 있으며, 전시·컨퍼런스국(Exhibition & Conference Division), 비즈니스 관광개발국(Business Tourism Development Division) 등의 특화된 부서가 주요 이벤트 기획업체들과 함께 공동으로 컨퍼런스 및 박람회 개최 관련 각종 전략계획, 홍보, 제휴 등 단기 기획업무는 물론 신개념 이벤트, 인프라 컨셉 구성 등 장기적인 계획까지 민·관 협력관계를 전략적으로 설립·운용하고 있다. 한국도 한국관광공사의 국제회의부를 개편해 ‘코리아 MICE 뷰로(Korea MICE Bureau)’를 운용하고 있으며 다양한 홍보 및 유치 활동 관련 제도를 구축하고 있다. 하지만 코리아 MICE 뷰로의 업무 범위는 싱가포르 관광청 전시컨벤션 뷰로의 민관 협력형태의 전시기획 및 중장기 계획업무 수준까지는 확대되지 못한 상황이다. 또한 2009년 한국 MICE 협의회(KMA: Korea MICE Alliance)를 발족해 지역별 MICE 협의회 출범 지원, MICE 워크숍·설명회 등을 지원하는 등 지역간 네트워크 형성에 주력하고 있으나 과거 MICE 협의회와의 차별성 및 성과 부문에서는 긍정적인 평가를 받지 못하고 있다. 현재 한국의 MICE 유관기

관들이 가지고 있는 일반적인 홍보 및 편의 제공 수준에서 벗어나서 민관 협력구도에서 단기 컨벤션 기획은 물론 중장기 마케팅 및 발전 계획까지 기능을 확대해 시장변화를 선도하는 전략적인 기능을 확대해야 할 필요가 있다.

## 2) 상징적인 이미지를 보유한 복합 리조트 운영

싱가포르 MICE 산업의 가장 큰 강점은 호텔, 컨벤션, 카지노, 쇼핑, 엔터테인먼트 등 다양한 관광수요를 충족시킬 수 있는 복합 리조트 운영이다. 2010년 리조트월드 센토사, 마리나베이샌즈와 같은 2개의 복합 리조트 개장은 싱가포르의 상징적인 국가이미지가 2개 추가된 것과 같다는 평가를 받았다. 이들 복합 리조트는 단순히 대형 호텔과 컨벤션센터를 합쳐놓은 것이 아니라 하나의 상징적인 이미지를 창출해냈다는 점이 큰 시사점을 갖는다. 또한 독특한 건물구조와 컨셉으로 싱가포르를 대표하는 상징적인 관광지로 부상해 싱가포르를 찾는 관광객 대다수가 이들 복합 리조트를 방문하고 있다. 이들 복합 리조트에서 운영하고 있는 2개의 카지노 매출이 라스베이거스를 앞지를 정도로 빠르게 성장하면서 주요 캐시카우로 성장했다는 점도 주목할 필요가 있다. 물론 카지노가 가진 사회적 부작용도 고려해야 하지만 성공적인 복합 리조트 운영을 위해서는 안정적인 자금공급을 담당하는 캐시카우를 확보해야 한다는 시사점은 얻을 수 있다.

현재 한국의 경우 KINTEX, COEX, BEXCO 등 대규모 컨벤션시설이나 대형 볼룸(Ballroom)을 보유한 호텔이 있지만 싱가포르와 같은 형태로 컨벤션, 호텔, 쇼핑, 엔터테인먼트 등의 다양한 시설을 보유한 대규모 복

합시설은 부족하다. 특히 마리아베이샌즈, 리조트월드 센토사 등 싱가포르의 대형 복합 리조트가 싱가포르의 국가이미지를 상징하는 존재로서 대표적인 관광지로 부상한 것과는 달리 한국의 컨벤션 혹은 대형 호텔들은 숙박, 컨벤션 등 고유의 목적에 따라 활용되고 있으며 국가를 대표하는 상징적인 이미지를 가지고 있지 못한 실정이다. 이에 향후 복합 리조트 조성은 MICE 시설로의 기능 이외에도 국가이미지를 반영한 대표적인 관광지로 인식될 수 있는 시설로 조성하는 것이 필요할 것으로 보인다.

### 3) 전문인력 양성제도 구축

한국 MICE 산업은 컨벤션 행사 유치의 영업·기획 부문을 담당하는 PCO(Professional Convention Organizer)가 중요한 위치를 차지하고 있다. 현재 한국의 MICE 인력 양성은 MICE 협회의 MICE 아카데미, 해외 인턴 지원사업, MICE 글로벌 리더십 포럼 등 직급별 단기 교육프로그램 중심으로 이루어지고 있는 실정이며, MICE 전문지식을 교육받은 인력을 공급받거나 기존 직원들의 서비스의 질적 향상을 위해서 전문적인 교육을 받을 수 있는 체계적인 교육기관이 부족한 상황이다. 미국의 CMP (Certified Meeting Planners) 제도의 경우 자격취득이 엄격함은 물론 4년마다 새로 갱신을 해야 하는 등 자격유지요건 또한 까다로워 MICE 인력의 질적 수준이 제고되고 있다. 한국의 경우 컨벤션 자격증 획득만으로 PCO로 인정을 받거나 MICE 산업체에서 쉽게 종사할 수 없는 무의미한 자격증 제도가 남발되는 등 컨벤션 기획사들의 인력 수급구조는 거의 체계가 갖춰지지 않았다고 볼 수 있다. 전문인력 양성과 체계적인 관리를 위해서 제도적인 보완과 그에 상응하는 혜택을 부여하는 제도적 관리가

필요하다.<sup>30)</sup> MICE 인력 육성 또한 기존 MICE 협회에서 이루어지고 있는 단기 교육프로그램에서 벗어나 다른 산업부문의 중장기 플랜에 따른 인력 육성계획을 적극 벤치마킹해야 한다. 필요에 따라서 산·학·연 협력형태까지 범위를 확대해 전문인력 발굴 및 양성을 위한 중장기 육성계획을 수립해야 한다. 또한 교육프로그램 운용에서 MICE 인력들의 사전 교육 수요조사는 물론 수료 후 만족도 조사등을 의무화해서 교육프로그램의 질 향상을 엄격히 관리해야 한다. 또한 우수한 신규인력 발굴을 위해서는 국내외 인턴프로그램을 비롯해 산·학 협력의 형태로 현장실습 및 취업네트워크 등도 확대할 필요가 있다.

#### 4) 공동 마케팅체계의 국제화 및 활성화

국제회의 유치에는 MICE 관련 기관들이 모여서 상호간 정보 및 노하우 공유, 공동 마케팅을 효과적으로 수행할 수 있는 협의체를 구성해 활용하는 것이 필수적이다. 이러한 활동을 위해 출범한 협의체가 전 세계 비영리 도시마케팅 기구간의 협의체인 최고 도시 글로벌 협의회(Best Cities Global Alliance)이다. 이는 국제도시간 협의체의 대표적인 사례로, 2000년에 시작되어 5개 대륙 케이프타운, 코펜하겐, 두바이, 에든버러, 멜버른, 푸에르토리코, 싱가포르, 밴쿠버 등을 중심으로 협의체가 결성되어 있어 상호 유기적인 협력 마케팅체계가 구성되어 있다.

한국 또한 2009년 말 KMA를 구축하고 서울, 인천, 충청, 경남, 경북, 전남, 제주 등 지역별 협의체와 정책위원회, 마케팅위원회, 공정경쟁위원

---

30) 반정화(2011), p. 15 참고.

회, 산업통계위원회 등 기능별 분과위원회를 구성했다. 하지만 서울을 제외한 대다수 지역별 협의체의 업무범위가 할인협약 및 행사 개최 지원과 관련한 정보공유 수준에 그치고 있는 실정이다. 향후 한국 MICE 산업의 글로벌 마케팅 활성화를 위해서는 KMA의 단독 글로벌 마케팅 활동은 물론이고 더 나아가 해외 국가 및 도시 간의 전략적인 동맹관계를 확대해 상호간 정보 및 노하우 공유, 공동 마케팅 등에 적극 나서야 한다. 한국은 MICE 후발주자이나 최근 국제회의가 빠른 속도로 증가해 국제 컨벤션 개최지로서 인지도가 상승하는 추세이다. 이러한 시점에 국제 MICE 협의체에서의 적극적인 활동은 최근 국제회의지로 관심받기 시작한 한국 MICE 산업의 위상과 인지도를 한층 강화할 기회가 될 수 있을 것이다.

#### 5) MICE 산업 클러스터 전략

싱가포르 관광청은 바이오메디컬 · ICT · 에너지 · 물류 · 환경 등 국가 핵심 산업 관련 기관 및 사업 파트너들과 클러스터를 형성해 비즈니스 이벤트를 유인하는 전략을 채택하고 있다. 이러한 전략적 클러스터를 기반으로 이벤트 유치활동을 할 경우 해당 산업의 성격이나 수요에 맞는 맞춤형 서비스 제공에 유리하며, 이러한 협력형태가 정착될 경우 지역별 · 분야별로 특성화된 입지를 확보할 수 있다. 또한 유관산업간 협업관계 형성에도 직간접적으로 긍정적인 시너지효과를 기대할 수 있다. 예를 들어 한국의 발전된 IT 기술에 대한 높은 관심을 이벤트 소재로 적극 활용하는 한편 행사형태 기획 및 다른 유관산업에 대한 행사 개최에도 IT 기술을 적극 활용하는 전략적인 융복합형태로 시너지효과를 노려야 한다.

## 6) 다양한 관광상품 개발 및 연계

한국 MICE 산업은 다양한 관광 비즈니스 모델과 연계해 새로운 가치를 창출하는 지속가능한 전략을 계속 추구해야 한다. 이러한 전략적 방안으로 비즈니스 컨벤션 행사 이외에도 관광, 쇼핑, 레저, 엔터테인먼트 등 다양한 분야에서의 지속적인 소비가 가능한 관광상품과의 연계가 필요하다. 특히 일반 관광객에 비해서 높은 소비수준을 가진 MICE 관광객들은 가격보다는 질적으로 만족할 만한 MICE 연계 관광상품 공급이 필요하다. 예를 들어 MICE 산업과 연계한 생태관광, 의료관광, 스포츠관광, 문화관광 등의 다양한 MICE 연계 패키지를 마련해 MICE 관광객들의 다양한 수요를 충족할 수 있는 관광산업 기반을 마련해야 한다. 이를 위해서는 한국관광공사, MICE 뷰로 등 유관기관 주도로 숙박업체, 여행사, 문화·레저업체 등과 협력관계를 구축해 각종 컨벤션, 전시회 등 MICE 행사와 연계할 수 있는 다양한 패키지 프로그램을 개발하는 동시에 PCO 혹은 컨벤션 업체들에 대한 홍보와 인센티브를 폭넓게 제공해야 한다. 또한 수요자들의 요구와 만족도에 따라서 MICE 연계 패키지상품을 지속적으로 관리해야 한다.

## 나. 의료관광산업 발전을 위한 시사점

### 1) 의료관광 통합기구 구축·지원

싱가포르를 보건부, 관광청, 국제기업청, 경제개발청 등 다양한 이해관계자들이 공동으로 설립한 ‘싱가포르메디신’과 같은 의료관광 통합기구를 활용해 싱가포르를 국제적인 의료관광 허브로 성장시켰다. 각 기관

들의 전문성과 정책분야에 특화해 싱가포르 의료관광산업 성장을 위한 각종 정책과제들을 수행하고 있다. 또한 공식 웹사이트 운영으로 의료관광객들에게 출입국, 의료서비스, 진료비 등 다양한 형태의 의료관광 관련 정보를 제공하고 있다. 이들은 의료관광 관련 통계 및 정보를 체계화된 형태로 구축해 지속적인 정책 수립을 위한 기초정보로도 활용하고 있다.

한국 또한 싱가포르와 같이 이러한 의료관광 통합기구 설립이 필요하다. 한국의 경우 한국관광공사의 의료관광사업단과 같은 부서가 이미 설립되어 있으나, 의료관광부문은 태생적인 성격상 하나의 부처에서 단독으로 육성하기보다는 문화체육관광부, 지식경제부, 교육과학기술부, 법무부 등 유관 부처 및 관련 기관들의 통합 협의체 설립을 통한 업무분야 간 시너지효과 창출이 필요하다. 2011년 이미 보건부를 비롯하여 각계 부처<sup>31)</sup>가 참여하여 의료관광사업 성과 및 활성화 대책에 대해 논의한 바 있다. 그러나 이에 대한 이행 여부에 대해 보다 체계적으로 관리하고 지속적으로 전략을 제시할 통합기구는 아직 갖춰지지 못했다. 의료관광은 첨단 의료기술 개발, 의료인력 양성, 문화·관광 분야와의 연계, 출입국 관련 제도 정비, 산업화 전략 등 다양한 부문의 협업관계가 필수적이기 때문에 부처간 이해관계를 초월한 통합기구 설립 및 지원이 필요하다.

## 2) 우수한 의료인력 양성

의료관광부문의 유인요소 중에 가장 중요한 부문이 우수한 의료수준이

---

31) 2011년 6월, 제11차 경제정책조정회의에서는 보건복지부, 문화체육관광부, 지식경제부, 기획재정부, 법무부, 국토해양부, 행정안전부, 고용노동부, 교육과학기술부, 중소기업청, 서울특별시 등 총 11개 부처 및 기관에서 참여하여 「의료관광사업 성과 및 활성화 대책」을 발표하였다.

라고 볼 수 있다. 우수한 의료수준을 갖추기 위해서는 물리적인 의료기반 시설 조성도 중요하지만 가장 핵심적인 부문이 우수한 의료인력 양성 및 확보가 선행되어야 한다. 싱가포르의 경우 부족한 의료인력 확보를 위해서 외국 의대 학위를 인정하고 정부 차원에서 의료인력 양성 및 개선 프로그램을 운용하고 있다.

한국정부는 전문인력 양성 확대를 의료관광 활성화 대책의 7대 과제 중 하나로 선정하고 의료코디네이터의 국가자격증 도입을 추진하고 있다. 또한 보건 관련 학과에 의료 글로벌화 소양 제고를 위한 학과목과 특별 프로그램을 도입하기로 했다.<sup>32)</sup> 그러나 의사 및 간호사에 대한 역량 강화 정책은 다소 미흡하다. 물론 한국의 경우 다수의 의과대학 및 간호대학에서 의료인력이 양성되고 있어 의료인력 수급은 싱가포르에 비해서 상대적으로 양호한 환경을 가지고 있다고 볼 수 있다. 하지만 양적인 의료인력 수급체계 이외에도 외국인 의료관광객들의 수요를 충족할 수 있는 질적인 개선이 필요한 실정이다. 이를 위해서는 미국과 같은 서구 선진국 의사면허비중 확대, 국제적인 의료기관과의 학술 및 인력 교류 등 다양한 채널을 통한 의료인력의 질적 향상을 통해 첨단 의료분야에 대한 신뢰도 향상이 필요하다.

### 3) 의료관광 마케팅 활성화

의료관광 부문의 성장을 위해서는 첨단 의료기술을 활용한 의료 서비스 경쟁력을 갖추는 것도 중요하지만 체계적인 정보전달시스템 구축을

---

32) 보건복지부 외(2011), pp. 12~15.

통한 마케팅이 선행되어야 한다. 이를 위해서는 우선 싱가포르 메디신의 공식 웹사이트에서 제공하는 수준의 상세한 의료관광 정보제공서비스가 필요하며, 중증·경증 혹은 미용성형과 같은 부문별 특성에 따른 맞춤형 정보까지 제공하는 신뢰도 높은 마케팅 기관이 필요하다. 싱가포르의 경우 출입국, 입·퇴원 관련 절차 정보는 물론 병원 진료비에 대한 정보까지 보건부 홈페이지에 공개하는 등 싱가포르 방문을 고려하고 있는 환자들에게 신뢰도 있는 정보를 제공하고 있는 점을 감안할 필요가 있다.

한국의 경우 진료비 정보는 개별 병원단위에서 코디네이터들이 이러한 상담을 이미 시행하고 있기도 하다. 하지만 포괄수가제 적용범위 여부와 같은 의료수가 관련 논의가 아직 많이 필요한 상황이기 때문에 일괄적인 진료비 관련 정보 제공은 현실적으로 즉시 시행하기 어려운 면이 있다. 그럼에도 불구하고 의료비 정보 이외에도 출입국, 입·퇴원, 각종 패키지 정보 등 다양한 분야에 대한 정보 제공 및 마케팅의 여지가 많다. 유관 부처들은 의료관광 활성화 대책의 13대 일반과제 중 해외홍보 강화에 대한 정책으로서 관광공사, 한국보건산업진흥원 등의 해외지사를 활용한 홍보를 강화하고 있다. 또한 한국의료홍보 방송프로그램을 제작하여 현지 방송을 통해 방영하도록 했으나, 보다 종합적인 마케팅 전략은 아직까지 미비한 상황이다.<sup>33)</sup> 따라서 마케팅 전략 강화와 마케팅 정보의 신뢰도 향상을 위해 기존 마케팅 채널을 민관 공동 마케팅형태로 확대할 필요가 있다.

향후 민관 의료관광 공동 마케팅은 ① 현지 거점 활용, ② Agency 활용, ③ 복합 전략 등 다양한 형태로 진행할 필요가 있다. 먼저 현지 거점

---

33) *Ibid.*, pp. 14~18.

을 활용하는 방법은 구매력은 높으나 상대적으로 의료수준이 낮은 지역을 대상으로 1차 진료 가능한 현지 거점을 설립해 의료관광객 유입에 활용하는 방법이다. Agency 전략은 한국보다 의료수가가 높은 지역의 보험사, 여행사 등과 연계해 의료관광상품을 판매하는 비즈니스 모델로 미국이나 유럽 지역에 적합할 것으로 보인다. 복합 전략의 경우 한국과 지리적으로 근접하고 문화적으로 유사한 지역을 대상으로 앞에서 언급한 현지 거점 확보 및 비즈니스 모델을 모두 적용시킨 형태로 중국, 일본과 같은 지역에 대한 마케팅에 적합할 것으로 보인다.

#### 4) 다양한 관광 콘텐츠 연계 전략

의료관광은 단순히 의료서비스만 제공받는 것에서 벗어나 각종 관광상품과 연계할 수 있는 융복합 서비스산업으로 충분한 발전 가능성을 가지고 있다. 하지만 한국의 의료관광부문은 이러한 가능성을 충분히 살리지 못하고 있다는 지적을 받고 있다. 아직까지 한국정부의 관광 콘텐츠 연계 전략은 미비하다. 다만 명동, 강남 등 의료기관 및 관광 밀집지역을 대상으로 의료관광 클러스터를 구성하거나 상품화를 추진하는 정책을 발표한 바 있다.<sup>34)</sup> 이를 통해 쇼핑 및 관광과 의료서비스를 연계하는 효과를 창출하고자 하는 의도이나, 진정한 의미의 한국문화 콘텐츠와 연계되지 못한다는 한계가 있으며 이로 인한 부가가치 창출 동력으로서의 여전히 미흡하다는 한계도 있다. 한국의 경우 한의학, 템플스테이, 온천 등 한국의 문화적인 부문을 적극 활용하는 형태의 전략적인 연계를 통해 의료관광

---

34) *Ibid.*, p. 20.

컨텐츠를 확대·발전시킬 수 있는 여지가 많다고 볼 수 있다. 또한 최근 한류의 인기를 이용한 마케팅 전략 또한 적극 고려해볼 수도 있다.

#### 5) 제한적인 형태의 영리법인 허용

영리법인 설립에 대한 논의는 국가 의료시스템 전반의 운용과 그 결과에 대한 논란이 지속되고 있어 전면적인 영리법인 허용은 현실적인 어려움이 존재한다. 하지만 의료관광부문의 경쟁력 강화를 위해서는 제한적인 형태의 영리법인 허용을 통한 경쟁구도 조성이 필요하다는 의견도 다수 제기되고 있다. 일례로 싱가포르의 경우 공공병원과 영리병원의 경쟁구도가 의료서비스의 질적 향상으로 이어지면서 긍정적인 효과가 발생했다. 한국의 경우 영리법인과 경쟁으로 인한 의료서비스 향상에 대한 기대보다는 의료수가 상승, 의료 양극화 등 영리법인 설립으로 인한 부작용에 대한 우려가 더 높기 때문에 이러한 우려를 해결할 수 있는 정책적인 보완이 선행되어야 하는 상황이다. 단계적으로 부분별 제한적인 허용을 통해서 정책부담을 줄이는 형태로 영리법인 설립을 허용하는 방법도 고려해볼 수 있다.

#### 6) IT를 활용한 의료관광시스템 구축

이미 의료의 IT 기술에 대한 의존도는 상당히 높다고 볼 수 있다. 하지만 의료부문에 활용되는 대다수의 IT 기술 활용은 개별 의료기관 내에서 그치고 있는 실정이다. 의료시스템에 IT를 적용할 경우 공간상의 제약으로 인한 시간과 비용을 현격히 줄일 수 있다. 예를 들어 해외 주요 거점에 검진시설을 마련해 현지에서 환자를 검진하고 그 결과를 한국에서 실시

간 진단·처방하는 IT 시스템이 대표적이다. 또한 한국에서 의료서비스를 받은 외국인이 귀국 후에도 본국의 거점 의료시설에서 중장기적으로 관리를 받을 수 있는 환자관리 시스템을 구축할 수도 있다. 이러한 체계적인 의료정보 분석 및 관리체계 개선은 물론 한국 의료관광시스템의 이미지를 한층 개선하는 마케팅 효과도 기대할 수 있을 것으로 보인다.

## ■ 참고문헌 ■

### [국문자료]

- 대외경제정책연구원. 2012. 『2013년 세계경제전망』. 오늘의 세계경제 12-20호. 대외경제정책연구원.
- 반정화. 2011. 『글로벌 MICE-city, 서울 MICE 산업의 미래와 과제』. 서울경제. 서울연구원.
- 변정우. 2012. 『싱가포르 의료관광 현황과 시사점』. ‘싱가포르의 산업연구: MICE, 의료관광 산업을 중심으로’ 전문가간담회 발표자료. 대외경제정책연구원. (11월 22일)
- 손기태 · 김민희. 2009. 『싱가포르 의료관광산업 발전과 시사점』. 지역경제포커스 09-29호. 대외경제정책연구원.
- 유선아. 2009. 『싱가포르 정부의 바이오메디컬 허브 구축 노력』. KOTRA 싱가포르 무역관.
- \_\_\_\_\_. 2011. 『싱가포르 의료관광에 말레이 환자 늘어』. KOTRA 싱가포르 무역관.
- 보건복지부 · 문화체육관광부 · 지식경제부 · 기획재정부 · 법무부 · 국토해양부 · 행정안전부 · 고용노동부 · 교육과학기술부 · 중소기업청 · 서울특별시. 2011. 『의료관광사업 성과 및 활성화 대책』. 제11차 경제정책주정회의 보고자료. (6월 8일)
- 신용석 · 박소영. 2011. 『컨벤션 지원정책 개선방안』. 한국문화관광연구원. 서울
- 신장섭. 2010. 『동남아 전략산업 분석: 의료관광 - 현황과 정책적 시사점』. 대외경제정책연구원.
- 이병문. 2009. 『공공-민영 장점 살린 싱가포르 의료현장 가보니』. 『대한병원협회지』, 38권 7호. 대한병원협회.
- 정재완. 1999. 『싱가포르 ‘Industry 21’의 주요 내용과 시사점』. 보도참고자료. 대외경제정책연구원.
- 『주간무역』. 2012. 『베트남 의료관광객을 모셔라』. 『주간무역』. (1월 27일)

- 주영민. 2011. 『MICE 산업의 트렌드 및 대응과제』. 『서울경제』. 서울연구원.
- 최병춘. 2012. 『MICE 산업 동향 연구』. 『한국콘텐츠학회』. 제8권 제4호.
- 한국관광공사. 2011. 『한국의료관광 총람 2012』.

#### [영문자료]

- Economic Strategies Committee. 2010. *Report of the Economic Strategies Committee*. Singapore.
- Healthcare Services Working Group. 2002. *Developing Singapore as the Healthcare Services Hub in Asia*. Economic Review Committee Review.
- Hung J. Y. Yang W. G. Lee S. S. 2011. *Integrated Resort Industry Development: experience of Macao and Singapore*. 朝陽商管評論.
- iN2015 Steering Committee. 2006. *Innovation, Integration, Internationalisation - Report by the iN2015 Steering Committee*. Singapore.
- KPMG International. 2011. "Issues Monitor- Sharing Knowledge on Topical Issues in the Healthcare Sector." *Issues Monitor*, Vol 7. KPMG.
- Miller, Terry, Kim R. Homes, Edwin J. Feulner, Anthony B. Kim, Bryan Riley, James M. Roberts. 2012. *2012 Index of Economic Freedom*. The Heritage Foundation and The Wall Street Journal.
- SingaporeMedicine. 2012. *Factsheet - Singapore, Asia's Leading Destination for Advanced Medical Care*. SingaporeMedicine.
- Singapore tourism board. 2012. *Q4 2011 & Full Year 2011 Report*. Singapore.
- Tan, D., Hock, M. G. K, and Piaw, T. C. 20 *An Introspective Look at the Exhibition Industry in Singapore*. National Uni of Singapore.
- Woodman, Joseph. 2007. *Patients beyond Borders*. A Healthy Travel Publication.

## [온라인자료]

글렌이글스 병원. <http://www.gleneagles.com.sg>

리조트월드 센토사. <http://www.rwsentosa.com>

마리나베이샌즈 <http://www.marinabaysands.com>

싱가포르 관광청 <https://app.stb.gov.sg>

싱가포르 메디신 <http://www.singaporemedicine.com>

싱가포르 무역산업부 <http://www.mti.go.sg>

싱가포르 보건부 <http://www.moh.gov.sg>

싱가포르 통계청(Singstat) <http://www.singstat.gov.sg/stats/latestdata.html>

파크웨이 · 판테이그룹 <http://www.parkwaypanantai.com>

한국관광공사 <http://kto.visitkorea.or.kr>

한국관광공사 Korea MICE 뷰로 [http://k-mice.visitkorea.or.kr/main.kto?func\\_name=mainStart](http://k-mice.visitkorea.or.kr/main.kto?func_name=mainStart)

한국무역진흥공사 <https://www.kotra.or.kr>

Connexion <http://www.farrerpark.com/about-connexion.html>

JTC <http://www.jtc.gov.sg>

IHS Global Insight <http://www.ihs.com>

UNCTAD 통계 <http://unctadstat.unctad.org>

## Executive Summary

### Major Industries in Singapore: MICE, Medical Tourism Industry

Jaeho Lee and Nari Park

Singapore has achieved a high level of economic growth in spite of disadvantages which come from the limitations of city state, limited land space, natural resources, and population. On the base of advantages in the field of service industry, Singapore could develop to be a representative hub-state in Asia. Service industry accounts for over 70% in GDP, and retails, finance & insurance, business service sectors are occupying the large share of the industry. Recently, the growth engine of Singapore have extended its field from the traditional service industries, finance and logistics, to convergence and integration like MICE and medical tourism.

Singapore has emerged as world top MICE country by the rapidly growing number of holding international meetings. According to the statistics of UIA(Union of international associations), Singapore ranked on top in 2011 by holding 919 international meetings. The MICE promotion policy of the government took a great role to develop as the world leading country in the field of MICE. By establishing a BTMICE(Business Travel + MICE) department, Singapore Tourism Board has been implementing a series of MICE promotion policies. In addition, SECB(Singapore Exhibition and Convention Bureau) has played important roles like supporting to hold conventions, meetings, exhibitions, conferences and to develop the business Tourism.

Building the strategic cluster is also one of the major MICE promotions policies. The strategic cluster means the strategic grouping among the business partners in the field of national core industry. Singapore has been trying to

improve the national image by holding conferences in the high-tech and value added industry. Lastly, Singapore has promoted its MICE industry by opening the giantic integrated resorts, Resort World Sentosa and Marina Bay Sands.

Accoring to the SWOT analysis about MICE industry of Singapore, superior infrastructure and the aggressive MICE industry promotion policy shall be the strengths. On the other way, the high price level, lack of the asian traditional image would be the weaknesses. The sustainable economic growth of east asia and abundant potential demand of china region shall be the opportunities. The threats shall include the rising cost for luxury facilities and the excessive competition against neighboring countries would be the threats.

Medical tourism industry has achieved a sustained growth as one of the major growth engines of Singapore. The arrivals of medical tourists to Singapore has increased 730 thousands in 2010 from 200 thousands in 2002. By this rapid growth, Singapore government expected that Singapore shall achieve one million medical tourism arrivals and 3 billion dollar in revenue in 2012. In order to promote medical tourism industry, Singapore has implemented a policy called 'Medical Hub in Asia', which include seven policy recommendations as the policy framework. For the 1st policy recommendation, Singapore has launched a native brand, SingaporeMedicine, and founded an integrated organization. In addition, Singapore simplified the immigration procedures and hosted international medical conferences for the internationalization policy. Singapore has also encouraged greater transparency on pricing and clinical practice norms as the second policy recommendation, and on reducing rigidities in the supply of doctors, nurses and paramedical manpower as the third policy recommendation. For the fifth policy recommendation, Singapore has supported clinical research in healthcare institutions.

Major hospitals in Singapore has tried to attract the medical tourists by operating the international patient center. For profit hospitals, Glen Eagles

and Raffles, providing the customized and best service to the medical tourists by aggressive marketing.

According to the SWOT analysis about the medical tourism of Singapore, diversified marketing activities of for profit hospitals and one-stop service of SingaporeMedicine shall be the strength. High cost and lack of native medical work force would be the weakness. The opportunities would include the increasing demand and high-income class in southeast asia which maintain strong economic growth even during the global financial crisis. Synergy effect from the development of bio-medical industry also can be utilized as the opportunities. However, the level of medical service in the neighboring countries has been improving. Thus, Singapore has to cope with the threats like the concern on the demand decrease from the fierce competition.

A few implications for Korean government can be found as follows; Korea can benchmark the aggressive MICE promotion policy and government organization of Singapore. MICE related organizations in Korea should break out of their general PR and convenience function and extend their function to mid-long term marketing under the public-private cooperations. Integrated resort with symbolic image like Marina Bay Sands also shall be good point to benchmark. Korea also has to improve the level of medical workforce by building the education and training institutions. In addition, case study on Singapore MICE industry also provides good sources to benchmark, for example, internationalization of mutual marketing system, inter-industry clustering strategy, connectivity with other type of tourism, etc. In the case of medical tourism, Korea has to build the integrated organization like SingaporeMedicine, and to improve the education and training institutions for the higher medical serve quality. Korean government needs to consider limited approval of for profit hospital. In addition, public-private marketing and detailed information system for better medical tourism marketing shall be additional points to be considered.

# KIEP 전략지역심층연구 발간자료 목록

## ■ 2012년

- 12-01 한·인도 제약산업 비교분석을 통한 협력과 경쟁 전략 / 이 용 · 송영철
- 12-02 미얀마 신정부 출범 이후 개혁·개방에 대한 주요국의 대응과 시사점 / 오윤아 · 정재완 · 박나리
- 12-03 미얀마 외교정책의 변화와 주요국과의 관계 / 장준영
- 12-04 자바 경제회랑에 대한 한·인니 산업협력방안 / 강인수 · 송유철 · 이호생 · 한홍렬
- 12-05 라오스의 인적자원개발 분야 ODA 현황과 한국의 지원전략 / 이요한
- 12-06 몽골의 투자환경과 한국기업의 진출 확대방안 / 이재영 · 제성훈 · 김홍진 · 간투무르 몽크나산
- 12-07 중앙아시아 에너지 수출국 국부펀드의 특징과 시사점: 카자흐스탄과 아제르바이잔을 중심으로 / 조영관
- 12-08 카자흐스탄의 산업다변화 정책과 녹색성장 협력방안 연구 / 주진홍
- 12-09 CAREC(Central Asia Regional Economic Cooperation)의 현황과 한국의 협력방안 / 조영관 · 성원용 · 이상준 · 주진홍
- 12-10 러시아·중국·인도 삼각협력체제의 전략적 함의와 시사점 / 백준기 · 김재관 · 이남주 · 박상남
- 12-11 남아공의 토지문제 연구 / 장용규 · 설병수 · 황규득 · 강경화 · 베텔
- 12-12 동부아프리카 2개국(에티오피아, 케냐)의 사회경제개발 역량 강화를 위한 협력방안 연구 / 이진상 · 변 용
- 12-13 에티오피아의 중소기업 발전과제와 한국의 개발 협력방안 / 광성일 · 전혜린 · 백석훈
- 12-14 브라질 북동부지역의 투자환경과 한국의 진출 확대방안 / 권기수 · 박미숙 · 이시은
- 12-15 중남미 엘리트집단 특성에 관한 연구 / 김기현 · 박윤주 · 김영철 · 이상현

- 12-16 이슬람 프로젝트 파이낸스의 구조와 위험요인 / 이권형·손성현
- 12-17 이란의 정치·권력구조와 주요 정파별 경제정책 / 이권형·박재은·박현도
- 12-18 싱가포르의 주요 산업: MICE, 의료관광을 중심으로 / 이재호·박나리
- 12-19 조지아의 주요 산업: 교통인프라, 정보통신 산업을 중심으로 / 강부균·민지영
- 12-20 멕시코의 주요 산업: 석유화학, 신재생에너지를 중심으로 / 김진오·이시은
- 12-21 요르단의 주요 산업: 전력, 의료 산업을 중심으로 / 윤서영·박재은
- 12-22 모잠비크의 주요 산업: 전력산업, 농업을 중심으로 / 전혜린
- 12-23 전략지역심층연구 논문집 I  
인도, 동남아시아
- 12-24 전략지역심층연구 논문집 II  
중앙아시아
- 12-25 전략지역심층연구 논문집 III  
러시아, 몽골
- 12-26 전략지역심층연구 논문집 IV  
아프리카, 중동, 중남미

■ 2011년

- 11-1 인도 경제개혁 20년의 평가와 전망 / 김찬완·손승호·임정성
- 11-2 남아시아 3개국 투자매력도 분석과 진출방안 / 이순철·이영일
- 11-3 한·인도 양국에서의 국가 이미지 / 조충제·은기수·박 건·장원봉·유성용·정혜원
- 11-4 한·인도 그린에너지산업 협력방안 / 김현제·조상민·박찬국
- 11-5 한·인도 금융산업 협력 확대방안: 은행, 증권, 보험 / 이 용·최호상·정무섭·서대교
- 11-6 ASEAN의 의사결정 구조와 방식 / 강대창·박나리·유현석·김형중·이동윤

- 11-7 동남아시아의 최근 정치·외교에 대한 전략적 평가: 태국, 베트남, 인도네시아, 필리핀을 중심으로 / 조홍국·윤진표·이한우·최경희·김동엽
- 11-8 메콩지역 개발 전략: 태국, 캄보디아, 라오스 / 김태윤·김홍구·조영희·이요한·신민금
- 11-9 동남아시아 이슬람 경제의 이해: 말레이시아와 인도네시아를 중심으로 / 강대창·박나리·김형준·홍석준·원순구·손승호
- 11-10 미얀마의 사회경제개발과 한국의 개발협력 구상 / 이호생·강인수·송유철·한홍렬
- 11-11 미얀마 사회문화·정치와 발전잠재력 / 오윤아·장준영·최재현·우꼬레·강대창·김유미·박나리
- 11-12 포스트소비에트 20년 중앙아시아의 미래: 통합 가능성과 균열 요인 연구 / 이재영·김석환·정세진·박정호·박병인·나희승
- 11-13 한·중앙아시아 인적지원의 교류현황과 활성화 방안 / 윤성학·김영진·김일겸·김안국·홍미희·성동기·이시영
- 11-14 중앙아시아 외국인투자의 특징과 한국기업에 대한 시사점 / 조영관·주진홍·강명구·김영식·오영일·이상준
- 11-15 몽골 광물자원 개발 현황과 한국의 진출방안 / 이재영·이평래·윤익중·이시영·S. Avirmed
- 11-16 전략지역심층연구 논문집 I  
인도
- 11-17 전략지역심층연구 논문집 II  
동남아시아 1
- 11-18 전략지역심층연구 논문집 III  
동남아시아 2
- 11-19 전략지역심층연구 논문집 IV  
중앙아시아 1
- 11-20 전략지역심층연구 논문집 V  
중앙아시아 2
- 11-21 전략지역심층연구 논문집 VI  
몽골, 터키

■ 2010년

- 10-1 중앙아시아 국가들의 투자매력도 분석과 한국의 진출방안 / 조영관·강명구·김계환·김한철·성원용·이시영
- 10-2 중앙아시아 에너지 플랜트시장 전망과 한국의 참여방안에 관한 연구 / 윤성학·문창권·변현섭·이성훈·장세진·주진홍·최 호
- 10-3 우즈베키스탄 지배집단과 권력 엘리트 연구 / 이재영·김석환·박상남·손영훈
- 10-4 중앙아시아에서 한국의 국가적 이미지 / 윤성학·은기수·박수미·박 건·장원봉
- 10-5 한국형 개발경험전수사업 추진을 위한 기초연구: 기존 사례 분석 및 우즈베키스탄에의 적용 / 강인수·송유철·이호생·한홍렬
- 10-6 중앙아시아 전략지역심층연구 논문집 I 중앙아시아: 정치·문화
- 10-7 중앙아시아 전략지역심층연구 논문집 II 중앙아시아: 경제·자원·과학

## 이재호(李在浩)

서울대학교 국제대학원 국제학 석사  
대외경제정책연구원 신흥지역연구센터 동남아팀 전문연구원  
(現, E-mail: jhlee@kiep.go.kr)

### 저서 및 논문

『동남아 산업구조 변화와 시사점: 전략산업을 중심으로』(공저, 2010)  
『한국·인도네시아 중장기 경제협력 방안 연구: 지역개발과 인적자원을 중심으로』  
(공저, 2011) 외

## 박나리(朴나리)

서울대학교 국제대학원 국제통상전공 석사  
대외경제정책연구원 신흥지역연구센터 동남아팀 연구원  
(現, E-mail: nrpark@kiep.go.kr)

### 저서 및 논문

『미얀마 사회문화·정치와 발전잠재력』(공저, 2011) 외

전략지역심층연구 12-18  
연구자료 12-29

## 싱가포르의 주요 산업: MICE, 의료관광을 중심으로

2012년 12월 26일 인쇄  
2012년 12월 31일 발행

**발행인책육**

**발행처** 대외경제정책연구원

137-747 서울특별시 서초구 양재대로 246

전화: 3460-1142 FAX: 3460-1144

**인쇄** 한국컴퓨터인쇄정보사 전화 2274-8106

**등록** 1990년 11월 7일 제16-375호

ISBN 978-89-322-2334-6 94320    정가 7,000원  
978-89-322-2064-2 (세트)



## Major Industries in Singapore: MICE, Medical Trism Industry

Jaeho Lee and Nari Park

싱가포르는 협소한 국토, 작은 인구 규모, 부족한 자원 등 도시국가의 한계에도 불구하고 전략산업을 육성해 아시아의 대표적인 서비스 산업국가로 성장했다. 특히 MICE와 의료관광 산업의 경우 싱가포르 정부의 적극적인 산업육성 정책으로 전 세계 최고 수준의 입지를 확보했다. 이 보고서에서는 싱가포르의 MICE, 의료관광 산업 현황과 정부의 육성정책을 심층 분석하고 한국에 주는 시사점을 적극 발굴해 한국의 MICE, 의료관광 산업육성에 활용하고자 한다.

