

(5) 한·중·일 소비재 산업의 수출특성 및 활성화 방안: 동남아시장을 중심으로

■ 연구책임자

- 최보영 부연구위원

과제구분	기초 <input type="checkbox"/> 정책 <input checked="" type="checkbox"/>
구분 선정 사유	○ 본 과제는 동남아 소비재시장에서 문화적으로 유사한 한·중·일 3국의 경쟁구도를 분석하고, 전자상거래 등의 최신기법을 통한 소비재 수출 활성화에 대한 시사점을 도출하는 정책 연구임.

■ 관련 정책현안 및 연구의 필요성

- 우리정부 국정과제 추진에 기여하는 정책방안 제시
 - 관련 국정과제: (100) 보호무역주의 대응 및 전략적 경제협력 강화, (33) 소프트웨어 강국, ICT 르네상스로 4차 산업혁명 선도 기반 구축, (40) 중소기업의 튼튼한 성장 환경 구축
 - 최근 대두되고 있는 보호무역주의에 대응하기 위하여 우리나라의 수출품목 다변화와 수출시장 다각화가 요구되고 있는 가운데 동남아 소비재시장은 동남아의 소득수준 향상으로 성장잠재력을 보유
- 우리 정부는 2016년 2월 5대 유망 소비재를 선정하고 수출 활성화를 적극 모색 중
 - 산업부는 5대 신산업 분야의 하나로 고급 소비재를 선정하고, 5대 유망 소비재로 의약품, 화장품, 농수산물, 패션·의류, 생활·유아용품을 선정
 - 한편, 일본은 Cool Japan 전략과 Local Cool Japan 전략의 선순환 효과를 연계하여 소비재의 글로벌화를 추진
- 우리나라는 2015년 기준 전세계 6위(2016년의 경우 7위)의 수출국이나 소비재로 한정할 경우 전세계 28위의 규모를 보여 크게 뒤처지는 수준
 - 2002년에 한국의 소비재 품목의 전세계 순위는 17위를 기록한 바 있음.
 - 특히 한국의 총수출에서 소비재가 차지하는 비중은 4.0%로 일본(3.7%)과 유사한 수출 구성을 보이나 중국(27.2%), 미국(11.3%), 독일(11.6%), 이탈리아 (26.1%) 등의 국가보다는 상대적으로 낮은 비중을 점유
 - 이는 한국의 수출품목 다변화를 위한 소비재의 수출활성화가 중요함을 의미

- 한편, 2015년 기준 한국 소비재의 51%를 중국(19.3%), 미국(17.9%), 일본(13.9%)에 수출하고 있어 수출시장의 다각화도 필요한 실정
 - 금번 국내 사드배치를 계기로 우리 수출의 지나친 중국의존 문제가 부각됨에 따라 동남아시아 등의 시장으로의 수출시장 다각화가 요구되고 있음.
 - 동남아지역은 우리나라와 문화적으로 유사할 뿐 아니라 동 지역 국가들의 소득 증가로 한류 소비재 수출시장으로서 유망할 것으로 전망됨
- 그러나 중간재와 달리 한중일의 소비재를 대상으로 정치한 분석에 근거한 수출 활성화를 모색한 연구는 없는 실정
 - 소비재 수출활성화는 우리나라 수출품목의 다변화와 고도화를 달성하는데 있어서도 매우 중요한 대외통상정책임.
 - 산업부가 선정한 5대 유망 소비재이기도 한 의류, 뷰티, 패션은 문화적 요인의 영향을 크게 받는 상품이며, 한중일 3국은 문화적 유사성으로 인해 경쟁관계에 있을 것으로 사료됨.

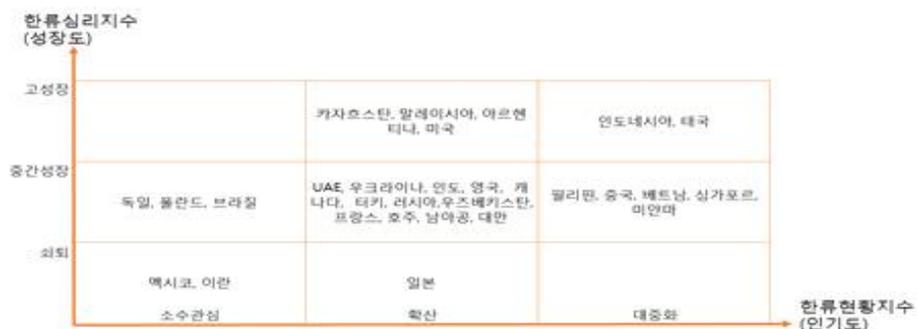
<표 1> 소비재 한류영향계수

	식음료	화장품	의류	액세서리	가전제품	휴대전화	자동차
중국	19.0	20.6	16.7	12.1	9.1	7.5	4.6
일본	19.3	10.3	9.8	8.2	6.1	2.3	1.4
동남아	17.7	9.7	11.3	8.3	6.0	3.8	2.3
기타	19.2	19.9	20.4	16.7	1.8	2.8	1.8

자료: KOTRA/한국문화산업교류재단

- 인도네시아, 베트남, 태국 등 동남아국가들은 한류를 기반으로 한 소비재 수출유망시장으로 부상하고 있음

<그림 1> 한류 인기도와 성장도에 따른 국가 분류



자료: KOTRA/한국문화산업교류재단

- 2014년 기준 총수출에서 소비재가 차지하는 비중이 대기업(1.95%)에 비해 중소기업(12.38%)이 더 높은 편으로, **국정과제 (40) 중소기업의 튼튼한 성장 환경 구축과도 연관**
- 전세계 소비재 수출에서 제1위 수출규모를 시현하고 있는 중국과 최근 소비재의 글로벌화를 적극 추진하고 있는 일본과 연계하여 분석한 후 시사점을 도출할 필요가 있음.
 - 지리적으로 인접한 한중일 3국은 모두 수출활성화를 주요 대외통상정책으로 추진하고 있어 글로벌 시장에서 경쟁관계에 있음.
 - 미국 소비재시장의 경우 2015년 현재 일본과는 중간재 및 산업재보다는 소비재 경쟁이 높음.
 - 중국 또한 제조업 부문에서의 기술과 품질 경쟁력을 확보하고 우리나라를 빠르게 추격하고 있어 소비재부문에서도 한중 경쟁이 치열해질 가능성이 있음.
- 전자상거래를 통한 수출비중이 높은 문화콘텐츠와 소비재 수출과의 연관성이 높은바, 전자상거래를 통한 소비재수출활성화 방안을 검토할 필요가 있음
 - 우리나라의 전자상거래 수출이 빠르게 성장하고 있는 가운데, 상품 구성 중 소비재 비중이 61%로 의류(28%), 뷰티(11%), 패션(6%), 전기기기(6%) 등의 상품이 주를 이루고 있음(정철 외 (2016)).
 - 최근 보호무역주의 대두에 따른 포용적 성장의 필요성이 강조되고 있는바 , 전자상거래는 해외시장에 대한 진입비용을 감소시켜 중소기업 수출을 용이하게 한다는 점에서 중요한 역할을 할 것으로 기대 (**국정과제 (100) 보호무역주의 대응 및 전략적 경제협력 강화, 국정과제 (33) 소프트웨어 강국, ICT 르네상스로 4차 산업혁명 선도 기반 구축, 국정과제 (40) 중소기업의 튼튼한 성장 환경 구축과도 연관**)
 - 우리정부는 작년 8월 개최된 제 19차 ASEAN+3 경제장관회의에서 한중일 3국간 디지털 싱글마켓이니셔티브를 ASEAN+3로 확대하는 방안을 제시한 바 있어 이를 전자상거래를 통한 소비재수출활성화로 연결시키려는 노력이 필요함.

■ 연구목적

- 본 과제는 1) 한중일 소비재산업의 무역패턴, 2) 소비재 수출에 영향을 미치는 주요 요인, 3) 소비재 산업 육성정책을 상호 비교분석한 후 한국 소비재의 수출활성화를 위한 한국 기업 및 대외통상정책에 있어 시사점을 도출하는데 있음.

■ 선행연구 현황 및 선행연구와 본연구의 차별성

구 분	선행연구와의 차별성			
	연구목적	연구방법	주요연구내용	
주요선행연구	1	<ul style="list-style-type: none"> - 과제명: 한중일 제조업의 기술수준별 경쟁과 협력 분석 - 연구자(연도): 이문형, 김갑수, 박중구 (2007) - 연구목적: 한중일 3국간 협력과 경쟁구조를 산업 기술적 측면에서 분석 	<ul style="list-style-type: none"> - 통계분석 	<ul style="list-style-type: none"> - 제조업을 low-tech, middle-tech, high-tech의 3가지로 분류하고 이들 산업에 대해 지역별 수출입 구조를 분석하여 3국간 경쟁 구도를 확인 - 3국의 투자와 산업내 분업지수를 통해 협력구조 분석
	2	<ul style="list-style-type: none"> - 과제명: Competition and Cooperation between Korea and Japan - 연구자(연도): Moon (2006) - 연구목적: 경쟁력과 문화적인 측면을 고려한 분석들을 통해 한국과 일본 사이의 협력가능성을 연구 	<ul style="list-style-type: none"> - 실증분석 - 문헌조사 	<ul style="list-style-type: none"> - 국가경쟁력을 분석하기 위해 diamond model을 활용하고, 문화적 특성을 이해하기 위해서는 OUI 모형을 활용 - 연구결과, 한국과 일본은 경제적으로 경쟁관계라는 명확한 증거가 없다는 사실이 드러남 - 또한 한일간 문화적 차이를 보완하기 위한 협조적인 체계를 구축하기 위해 양국에 이익을 가져다 줄 수 있음
	3	<ul style="list-style-type: none"> - 과제명: 한국 정보통신기기 산업의 韓·中·日 국제경쟁력 비교 및 정책제언 - 연구자(연도): 최남석(2016) - 연구목적: 글로벌 금융위기 이후 4년까지 한국 정보통신 기기산업의 2014년까지 국제 경쟁력을 동북아 시장을 중심으로 중국 및 일본과 비교하고 아울러 세계시장에서의 한중일의 수출경쟁력을 비교분석 	<ul style="list-style-type: none"> - 통계분석 	<ul style="list-style-type: none"> - 2009년 이후 정보기기산업뿐만 아니라 통신기기산업에서 한국이 중국에 무역적자를 시현하는 추세로 변화 - 통신기기산업 방송기기산업의 한국과 중국의 수출구조가 유사해지면서 중국시장에서의 한일 수출경합도보다 일본시장에서의 한중 수출경합도가 더 커짐
	4	<ul style="list-style-type: none"> - 과제명: Product-based cultural change: Is the village global? - 연구자(연도): Maystre et al (2014) - 연구목적: 무역통합이 문화적인 수렴에 기여하는지 여부를 분석 	<ul style="list-style-type: none"> - 이론모형 - 통계분석 	<ul style="list-style-type: none"> - World Values Survey를 기반으로 문화적 거리를 측정하는 measure를 제안하고, 1989-2004년 동안 양자간 문화적 거리가 축소 되었음을 보임 - 양자간 무역이 양자간 문화적 거리를 감소시키는 것을 보임

			- 상품을 기반으로 한 문화의 변화에 대한 이론적 틀을 마련
본 연구	- 과제명: 한·중·일 소비재 산업의 수출특성 및 활성화 방안: 동남아시아를 중심으로	- 문헌분석 - 현지조사 - 통계분석 - 실증분석	- 한중일의 동남아시아 소비시장에서의 경쟁 분석 - 전자상거래 등

■ 주요 연구내용

한중일 소비재 산업의 무역패턴 분석

- 한중일 역내 소비재무역의 외연적(extensive margin), 내연적(intensive margin)의 변화와 더불어 품질의 변화를 분석
- 기업규모별 소비재 수출 현황 (중간재와 비교)
- 전자상거래를 통한 한중일의 소비재수출 현황

동남아소비재시장에서의 한중일 3국 경쟁구도 분석

- 3국과 ASEAN주요국 (인도네시아, 태국, 베트남)과의 문화적거리지수(cultural distance) 도출
- 무역특화지수 및 현시비교우위지수를 활용

한중일의 소비재수출 결정요인 분석

- 전통적인 중력모형에 포함되는 변수에 관세, 문화적 거리지수, TBT/SPS 빈도지수, IT 인프라를 추가하여 실증분석
 - 본 실증분석을 통해 소비재수출이 중간재수출에 비하여 문화적인 차이, 비관세조치, IT 인프라로 proxy되는 전자상거래에 더 민감하게 반응하는지를 살펴보고자 함.
 - 문화적 거리지수는 Maystre et al. (2014)의 방법을 이용하여 계산

한중일의 소비재 산업 육성정책 비교 분석

목차 (잠정)

제1장. 서론

제2장. 한·중·일 소비재 산업의 무역패턴 분석

가. 소비재의 수출입 구조(국가 및 품목)

나. 내연적 및 외연적 요인의 분해

다. 전자상거래에 의한 소비재 수출입현황

라. 소결

제3장. 한·중·일 소비재수출의 결정요인 분석

가. 추정모형 및 데이터

나. 분석결과

다. 소결

제4장. 한국 소비재 산업의 수출활성화를 위한 과제

가. 한중일의 소비재 산업 육성정책 비교분석

나. 전자상거래 관련 주요 장벽

다. 소결

제5장. 요약 및 시사점

■ 연구추진방법

통계분석

문헌분석

해외 현지조사 (베트남 하노이-코트라 하노이 사무소, 태국 방콕 - 태국 개발 연구원)

설문조사

■ 연구 추진일정

연구내용	2018년도											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
○ 자료 조사 및 연구계획		■	■									
○ 연구계획심의회			■									
○ 전문가간담회				■			■					
○ 설문조사					■	■	■					
○ 연구중간심의회							■					
○ 국외출장				■	■							
○ 연구결과심의회										■		
○ 최종보고서 작성										■	■	

■ **경제인문사회연구회 표준분류체계**

대분류	C 산업	중분류	C4 무역 및 투자유치
-----	------	-----	--------------

■ **주제어**

한글 (영문)	소비재 (consumption goods)	수출 (exports)	한국 (Korea)	중국 (China)	일본 (Japan)
------------	----------------------------	-----------------	---------------	---------------	---------------

■ **관련부처 및 국정과제 관련성**

정책수요처(정부, 기관 등)

관련부처	주요 관련성
산업통상자원부	<ul style="list-style-type: none"> ○ '16.2월 산업통상자원부는 5대 신산업 분야의 하나로 고급 소비재를 선정하고, 5대 유망 소비재 수출 활성화를 추진 ○ '16.3월 산업통상자원부는 소비재 수출 활성화 대책을 발표 ○ '16.8월 제 19차 ASEAN+3 경제장관회의에서 산업통상자원부는 한중일 3국간 디지털 싱글마켓 이니셔티브를 ASEAN+3로 확대하는 방안을 제시

국정과제 관련성

목표	전략		국정과제	
	코드	명	코드	명
5	3	국제협력을 주도하는 당당한 외교	100	보호무역주의 대응 및 전략적 경제협력 강화
2	4	과학기술 발전이 선도하는 4차 산업혁명	33	소프트웨어 강국, ICT 르네상스로 4차 산업혁명 선도 기반 구축
2	5	중소벤처가 주도하는 창업과 혁신성장	40	중소기업의 튼튼한 성장 환경 구축

■ **기대효과**

예상되는 정책적 기여도

- 한중일 소비재 수출에 영향을 미치는 주요 요인을 식별하고, 아울러 3국의 소비재 육성전략의 비교분석을 통해 한국 소비재품목 수출활성화를 위한 정책제언

예상되는 학술적 기여도

- 그동안 GVC 심화와 함께 중간재를 대상으로 한 연구는 상대적으로 많이 이루어진 반면 소비재를 대상으로 정치한 연구는 거의 없는 실정이어서 관련

연구자에게 기초자료를 제공

■ 연구기간

연구년차	(1/1년차)	연구기간	10 개월	시작일	2018.02.01.	종료일	2018.11.30.
------	---------	------	-------	-----	-------------	-----	-------------

■ 연구예산(천원)

구분	내용	금액
합계		60,000
1. 사업인건비	◦ 해당사항 없음	-
2. 공공요금	◦ 우편요금(DM 발송비 포함) 200×10월=2,000 ◦ 통신요금 100×10월=1,000	3,000
3. 수용비	◦ 소모품 등 구입비 - 전산소모품, 사무용품 및 회의용품비 등 300×10월=3,000 ◦ 인쇄 및 출판비 - 보고서 인쇄비 5×1,000부=5,000 - 자료 복사비 200×10월=2,000 ◦ 간행물구입비 200×10월=2,000 ◦ 기타 수용비 - 운송료, 주차료 등 100×10월=1,000	13,000
4. 연구기자재 및 임차료	◦ 시설임차료 - 회의장임차(연구심의회) 100×3회=300 ◦ 장비임차료 - 전산장비(프린터기, 복사기 등 복합기) 300×10월=1,000 - 회의장비임차(연구심의회) 50×3회=150	1,450
5. 여비	◦ 국내여비(서울특별시 등) (100×3인)×5회=1,500 ◦ 국외여비 - 베트남(하노이) ▪ 항공료(Economy) (751×2인)×1회=1,500 ▪ 숙박비(라급지, 2호 가목) [(\$81×3박×2인)×1회]×1.13=550 ▪ 일·식비(라급지, 2호 가목) [(\$67×5일×2인)×1회]×1.13=760 ▪ 준비금(여행자보험료 등) (45×2인)×1회=90 - 태국(방콕) ▪ 항공료(Economy) (780×2인)×1회=1,560 ▪ 숙박비(다급지, 2호 가목) [(\$106×3박×2인)×1회]×1.13=720 ▪ 일·식비(다급지, 2호 가목) [(\$74×5일×2인)×1회]×1.13=840 ▪ 준비금(여행자보험료 등) (40×2인)×1회=80 ◦ 초청비 - 지방참석자 교통비(연구심의회 관련) (50×3인)×3회=450 ◦ 시내출장 (20×3인)×5회=300	8,350
6. 연구정보활동비	◦ 연구정보활동경비 - 학회·세미나 참가비 (250×2인)×2회=1,000 ◦ 연구자료구입비 - 문헌자료구입비 1,400×10월=14,000 ◦ 특근매식비 (6×2인×10회)×10월=1,200	16,200
7. 전문가활용비	◦ 회의참석 사례비 - 발표비(전문가초청간담회) (300×2인)×2회=1,200	5,550

■ 연구예산(천원)

구분	내용	금액
	<ul style="list-style-type: none"> - 토론비(전문가초청간담회) (100×3인)×2회=600 ○ 연구 및 회의 관련 <ul style="list-style-type: none"> - 심의비(연구심의회의) (250×3인)×3회=2,250 ○ 기타 <ul style="list-style-type: none"> - 교정료 500×1회=500 - 검독료 (200×5인)×1회=1,000 	
8. 회의비	<ul style="list-style-type: none"> ○ 회의비 <ul style="list-style-type: none"> - 간담회의비 [(30×4인)×2회×10월]+450=2,850 - 연구추진회의비 [(30×5인)×3회]×10월=4,500 - 연구심의회의비 (30×10인)×3회=900 ○ 학술회의비 <ul style="list-style-type: none"> - 전문가초청간담회의비 (30×20인)×2회=1,200 	9,450
9. 외부용역비 및 부담금	<ul style="list-style-type: none"> ○ 외부용역비 <ul style="list-style-type: none"> - 설문조사 대행비 3,000×1회=3,000 	3,000

※ 국외출장(사업계획서 내 국외 출장 관련 내용 추가 정리)

출장지(방문기관)	베트남 하노이 (롯데마트 하노이 지점), 코트라 하노이 사무소
출장목적	베트남 소재 우리나라 유통제인을 통한 우리 소비재 수출현황 파악
출장자(역할)	최보영 부연구위원 외 1인 (동남아 소비재 시장 현황 파악 및 기업애로 설문조사)
출장지(방문기관)	태국 방콕 (한국농수산물유통공사 방콕센터),
출장목적	태국 수입식품 통관절차 조사, 코트라 방콕 사무소
출장자(역할)	최보영 부연구위원 외 1인 (동남아 소비재 시장 현황 파악 및 기업애로 설문조사)

※ 외부용역 및 부담금(사업계획서 내 외부용역 및 부담금 관련 내용 추가 정리)

주요내용	동남아 소비재 시장 현황 관련 설문조사 수행
대상기관	설문기관