

金融危機 이후 先進企業의 아시아 進出現況과 示唆點

朴英鎬

지역리포트 00-01

金融危機 이후 先進企業의 아시아 進出現況과 示唆點

朴 英 鎬

2000. 12

대외경제정책연구원

國文要約

세계경제의 글로벌화가 심화되고 있는 가운데 경제위기 이후 시장개방 확대 및 대대적인 구조조정 등으로 아시아시장의 투자환경이 급격히 변화함에 따라 구미 선진기업들은 이를 현지진출 확대의 好機로 판단, 한국을 비롯한 아시아지역에 대한 진출을 빠른 속도로 확대해 나가고 있다.

그동안 구미 선진기업들의 해외직접투자는 상대적으로 높은 아시아지역의 진입장벽 등으로 주로 북미와 유럽지역에 집중되었으나, 이들 선진기업들은 외환위기 이후 아시아시장의 급격한 개방화와 더불어 거대한 시장규모를 바탕으로 한 경제적 역동성에 주목하고 아시아지역 진출확대를 위한 다양한 전략을 모색하고 있다. 이에 대응하여 일본기업들도 국내경제의 침체와 사업구조조정 등으로 어려움을 겪고 있는 가운데에서도 새로운 아시아전략을 모색하고 있어 아시아시장 확보를 위한 선진국간의 경쟁이 심화되고 있다.

최근 다국적기업을 중심으로 한 구미 선진기업들의 아시아시장 진출패턴에 있어 가장 큰 특징적인 변화는 국경간 M&A의 비중이 빠르게 확대되고 있다는 사실이다. 금융위기 이전까지만 해도 외국자본의 국내기업 인수에 대한 아시아 각국 정부의 규제로 인해 신설형 직접투자가 주류를 이루어 왔으나, 경제위기를 계기로 시장개방이 확대되면서 M&A형 직접투자가 급증하고 있다. 이는 무엇보다도 기업구조조정 과정에서 외자유치를 통해 외환위기를 극복하려는 해당국가의 이해와 M&A를 선호하는 외국기업들의 이해가 일치하였기 때문이다. 이를 통해 볼 때 향후 아시아에 대한 직접투자도 선진국의 경우와 같이 신설형 투자에서 M&A형 직접투자로 그 중심이 전환될 가능성이 높다.

최근에는 아시아 경제가 회복세를 보이고 있어 향후 아시아에 대한 직접투자는 더욱 활발하게 이루어져 미국 및 유럽 등 구미 선진기업의 투자비중이 점차 높아질 것으로 예상된다. 특히, 아시아 각국에서 빠르게 진행되고 있는 금융개혁과 정보통신·유통 등의 시장개방 확대는 이들 분야에서 경쟁력이 높은 선진기

업의 투자진출을 더욱 촉진시킬 것으로 보인다.

선진기업들간의 아시아 진출경쟁은 아시아시장에 대한 지배력 강화는 물론 향후 세계경제에서의 주도권 확보를 위한 전략으로 해석할 수 있으며 이는 아시아 지역에서의 새로운 경쟁과 협력구도의 변화를 예고하고 있다. 아시아는 전통적으로 한국기업의 해외투자가 집중되어 있는 지역으로, 효율적인 아시아진출을 위해서는 선진 글로벌기업들의 진출전략에 대한 지속적인 모니터링과 벤치마킹을 통해 새로운 아시아전략을 적극 모색하여야 할 것이다.

차 례

제1장 서론	9
1. 연구의 배경 및 목적	9
2. 연구의 방법	10
3. 보고서의 구성	11
제2장 국제직접투자의 세계동향과 아시아 투자환경의 변화	12
1. 국제직접투자에 의한 글로벌경제의 심화	12
가. 국제직접투자의 증가추이	12
나. 다국적기업(TNCs)에 의한 글로벌생산체제의 심화	16
2. 금융위기 이후 아시아 투자환경의 변화	21
가. 사업비용·기업환경 측면	21
나. 기업구조조정 측면	25
다. 제도·정책적 측면	27
제3장 선진기업의 아시아 진출패턴 변화와 사업전략	40
1. 선진기업의 對아시아 투자동향과 투자패턴의 변화	40
가. 歐美企業의 약진과 日本企業의 위상약화	41
나. M&A형 직접투자의 본격화	48
다. 서비스분야 투자확대	54
2. 금융위기 이후 歐美企業의 아시아 진출전략 변화와 특징	58
가. 아시아 진출전략 개요	59
나. 국경간 M&A의 적극적인 활용	64

다. WTO 加入에 대비한 중국진출 가속화	68
3. 아시아 경영환경변화에 따른 日本企業의 대응전략	84
가. 현지화비율 제고를 통한 비용절감	84
나. 내수지향형에서 수출지향형으로의 전환	86
다. 사업구조조정을 통한 ‘선택’과 ‘집중화’ 전략 모색	87
제4장 선진 자동차메이커의 아시아 진출동향과 전략	90
1. 세계 자동차업계의 구조변화	90
가. 자동차산업의 환경변화와 글로벌기업의 대응	90
나. 세계 자동차업계의 구조개편	92
2. 아시아 자동차시장의 위상변화와 전망	95
가. 중국 자동차시장: ‘잠재적’ 시장에서 ‘현실적’ 시장으로 부상	97
나. 동남아 자동차시장	102
3. 선진 자동차 메이커의 아시아 진출경쟁 동향과 전략	108
가. 선진 자동차 메이커의 아시아 진출경쟁 동향	108
나. 미국 빅-3의 아시아전략 특징	116
제5장 결론 및 시사점	123
參考文獻	128
Executive Summary	132

표 차례

<표 2-1> 개도국 자본유입구조의 변화	16
<표 2-2> 국제직접투자와 다국적기업 해외자회사의 국제생산	18
<표 2-3> 세계 100대 TNCs의 해외자산·생산·고용 비중 (1998년 기준)	19
<표 2-4> 산업의 글로벌화 정도(해외자산 비중)	20
<표 2-5> 미국·독일·일본의 국제생산 비중	21
<표 2-6> 외환위기 전후 아시아 주요국의 경제관련 지표 변화	23
<표 2-7> 금융위기 전후 아시아 주요도시의 임금 및 임대료 변화 ..	24
<표 2-8> 외국자본의 아시아 은행매수 및 출자현황	27
<표 2-9> 금융위기 전후 외국인투자관련 제도의 변화	29
<표 2-10> 말레이시아 MSC 관련지표	36
<표 3-1> UNCTAD/ICC의 아시아 투자전망 설문조사 결과	43
<표 3-2> 선진 5개국의 해외직접투자 비중변화	45
<표 3-3> 외환위기 전후 日本企業의 對아시아 직접투자 변화	48
<표 3-4> 외환위기 5개국의 직접투자 유입에서 차지하는 국경간 M&A (해외매각) 비중	50
<표 3-5> 미국기업의 對아시아 업종별 직접투자 현황	56
<표 3-6> 아시아 외환위기 5개국의 업종별 해외매각(국제 M&A)	57
<표 3-7> 미국의 對아시아 진출(수출·투자) 유망업종(非농업부문) ..	63
<표 3-8> 아시아 외환위기국에 대한 서방기업의 대규모 M&A사례 (1997. 7~1999. 7)	67
<표 3-9> 지역·국가별 對中 직접투자 순위변화(실행액 기준)	71

<표 3-10> 중국의 WTO 가입관련 시장개방에 관한 美中·日中·EU· 중국의 합의내용	72
<표 3-11> 최근 선진기업들의 중국진출 동향(2000년 1~5월 계약분)	77
<표 3-12> 일본기업의 사업구조조정을 통한 “선택”과 “집중화” 전략 예시	88
<표 4-1> 세계 10대 자동차메이커의 생산집중화 정도	95
<표 4-2> 세계 권역별 자동차판매 증가율 추이	97
<표 4-3> 중국 자동차 판매규모의 국제적 비교(1998년 기준)	99
<표 4-4> 아시아 주요국의 자동차 보급률(1998년 기준)	100
<표 4-5> 중국의 WTO 가입에 따른 승용차시장 환경의 변화 예상	102
<표 4-6> 아시아 주요국의 자동차 수급추이 및 전망	104
<표 4-7> 아세안의 차종별 판매현황 및 전망(1996~2000년)	105
<표 4-8> 인도진출 주요 메이커들의 자동차시장점유율 변화	114

그림 차례

<그림 2-1> 국제직접투자의 증가추이	13
<그림 2-2> GDP 대비 국경간 M&A 비중	15
<그림 2-3> 싱가포르 'Industry 21'의 비전	37
<그림 3-1> 아시아 직접투자유입에서 차지하는 구미기업과 일본기업의 비중변화	42
<그림 3-2> 외환위기 前後 아시아 주요국의 직접투자유입 현황	44
<그림 3-3> 일본기업의 지역별 해외직접투자 구성비 변화	47
<그림 3-4> 동아시아의 직접투자유입에서 차지하는 국제 M&A (기업의 해외매각) 비중	49
<그림 3-5> 아시아 외환위기 5개국의 국경간 M&A(기업매각)	51
<그림 3-6> 외환위기 5개국에 대한 선진국 기업의 국경간 M&A (기업인수)	52
<그림 3-7> 아시아지역의 국제전략적 제휴현황(1990~1999년)	53
<그림 3-8> 미국-한국·중국·일본간 전략적 제휴 추이	54
<그림 3-9> 외환위기를 전후한 美國의 亞·太지역 업종별 직접투자 변화	56
<그림 3-10> 선진기업의 對아시아 中·短期(2~5년) 진출전략 개요 ..	61
<그림 3-11> 다국적기업의 해외시장진출 유형별 선호도	66
<그림 3-12> 선진국 기업의 對중국 직접투자 추이 비교	70
<그림 3-13> 중국 휴대전화기의 업체별 생산비중(1999년)	75
<그림 3-14> 중국과 ASEAN-5의 FDI유입 비교	76
<그림 3-15> 아시아 진출 美·日기업의 현지판매 및 수출비율 比較 ..	79

<그림 3-16> 아시아·중국진출 美·日기업의 산업별 현지판매 비율 비교	80
<그림 3-17> 아시아 시장환경 변화에 따른 선진기업의 판도변화	81
<그림 3-18> ASEAN 진출 일본기업의 산업별 Market Position	86
<그림 4-1> 자동차산업 환경의 변화와 글로벌기업의 대응	92
<그림 4-2> 세계 자동차업계의 구조개편	93
<그림 4-3> ASEAN-4의 승용차 판매전망	107
<그림 4-4> GM의 아시아시장 진출전략 개요	119

제1장 서론

1. 연구의 배경 및 목적

국제직접투자는 자본 및 인력 등 유형자산은 물론 경영의 노하우, 기술 및 지식 등 각종 생산요소를 복합적으로 해외에 이전하여 현지의 생산요소들과 결합하여 제품을 생산·판매하는 기업활동으로 이해할 수 있다. 이는 이미 세계적인 현상으로 오늘날 세계경제의 글로벌화를 사실상 주도해 나가고 있다. 세계경제의 글로벌화가 심화되고 있는 가운데 경제위기 이후 아시아 국가들의 광범위한 시장개방은 곧 글로벌경제로의 신속한 편입을 의미한다. 경제위기 이후 시장개방화·사업구조조정 등으로 아시아시장의 투자환경이 급격하게 변화함에 따라 구미 선진기업들은 이를 현지진출 확대의 好機로 판단, 한국을 비롯한 아시아 신흥지역에 대한 진출전략을 강화해 나가고 있다.

그 동안 구미 선진기업들의 해외직접투자는 상대적으로 높은 아시아지역의 진입장벽 등으로 주로 북미와 유럽지역에 집중되었으나, 이들 구미 기업들은 외환위기 이후 아시아시장의 급격한 개방화와 더불어 거대한 시장규모를 바탕으로 한 경제적 역동성에 주목하고 아시아지역 진출확대를 위한 다양한 전략을 모색하고 있다.

구미 선진기업의 해외진출은 자국기업의 목표시장 진출을 위한 정부의 적극적인 시장개방 압력 및 투자촉진 활동과 더불어 진행되는 것이 특징이다.

미국은 양자간 또는 다자간 협력체제 구축을 통해 아시아지역에 대한

시장지배력을 강화해 나가고 있으며, 이에 대응하여 EU 역시 아시아진출을 위한 전략적 차원에서 ASEM 등을 통해 아시아 국가들과의 긴밀한 협력관계를 구축해 나가고 있다. 이러한 가운데 1980년대 후반 이후 아시아 진출을 강화해 온 일본기업들도 국내외적으로 사업구조조정을 단행해 나가는 한편, 기존의 아시아 국가들과의 긴밀한 경제협력관계를 바탕으로 현지진출을 강화하고 있다.

선진기업들간의 이러한 진출경쟁은 아시아시장에 대한 지배력 강화는 물론 향후 세계경제에서의 주도권 확보를 위한 전략으로 해석할 수 있으며, 이는 아시아 지역에서의 새로운 경쟁과 협력구도의 변화를 예고하고 있다. 아시아는 전통적으로 한국기업의 해외투자가 집중되어 있는 지역으로 구미 선진기업의 同 지역에 대한 진출확대는 한국기업의 입장에서 볼 때 예의주시해야 할 현상이 아닐 수 없다.

이에 본 보고서는 경제위기 이후 범위를 확대하면서 가속화되고 있는 선진기업의 아시아진출 패턴변화와 전략적 특성을 살펴봄으로써, 국내기업의 효율적인 아시아 사업전개와 정부당국의 정책수립에 일조하기 위해 작성되었다.

2. 연구의 방법

본 연구는 아시아 경제위기 이후 선진기업의 아시아 진출패턴 변화와 전략적 특성 파악에 주안점을 두고 국내외 문헌과 2차 자료를 활용하는 연구방법을 택하였다. 본 연구에서 활용한 자료는 단행본, 기업·연구소의 각종 통계 혹은 내부자료, 신문·잡지 등 매우 다양하고 광범위하며, 연구의 필요에 따라 관련기관 및 전문가와의 면담도 병행하였다.

用語의 표현에 있어, ‘국제직접투자(international direct investment)’는 외국기업이 국내에 투자하는 ‘외국인직접투자(foreign direct investment)’ 및 국내기업이 외국에 투자하는 ‘해외직접투자(overseas direct investment)’ 모두를 총칭하는 의미로 사용한다. 포트폴리오투자는 본 연구의 초점이 아니며, 편의상 ‘외국인투자’는 ‘외국인직접투자’를, ‘해외투자(또는 해외진출)’는 ‘해외직접투자’를 의미한다. ‘선진기업’은 미국·서유럽·일본 등 선진국의 글로벌기업을 의미한다.

3. 보고서의 구성

선진기업의 아시아 진출확대는 세계적 조류인 경제의 글로벌化(globalization)·다국적化(multinationalization) 심화현상과 아시아 경제위기 이후 시장개방 확대에 따른 아시아지역의 글로벌경제로의 급속한 편입현상과 맞물려 있다.

이와 같은 견지에서, 제2장에서는 세계경제의 글로벌化를 주도하고 있는 국제 직접투자의 세계적 추이와 경제위기 이후 아시아국가들의 전반적인 투자환경 변화를 살펴보았다. 제3장에서는 경제위기 이후 구미 선진기업을 중심으로 한 아시아진출 동향과 패턴변화, 진출전략 변화, 그리고 아시아 경영환경 변화에 따른 일본기업의 대응전략에 대해 살펴보았다. 제4장에서는 선진기업의 아시아 진출을 대표적으로 잘 반영하고 있는 자동차산업에 대한 진출동향과 전략적 특성을 살펴보았다. 마지막으로, 제5장에서는 이상의 고찰과 논의에 기초하여 한국기업의 새로운 아시아 전략에 대한 시사점을 제시하였다.

제2장 국제직접투자의 세계동향과 아시아 투자환경의 변화

1. 국제직접투자에 의한 글로벌경제의 심화

가. 국제직접투자의 증가추이

국제직접투자는 1990년대 중반 이후 빠르게 증가하였다. 다국적기업(TNCs)을 중심으로 한 직접투자가 글로벌경제를 주도하고 있는 가운데 국가간 직접투자를 바탕으로 재화와 자본은 물론 기업의 생산활동 그 자체가 국경을 초월하여 자유롭게 이동함으로써 세계경제를 단일시장으로 하는 경제의 글로벌화가 심화되고 있다. 일견, ‘경제의 글로벌화’는 이미 보편화된 현상으로 인식될 수 있으나, 이러한 현상은 최근 국경간 M&A(cross-border mergers and acquisition)¹⁾가 국제 직접투자를 주도하면서

1) 합병(merger)은 둘 이상의 기업이 통합되어 단일기업이 되는 것을 말하며, 인수(acquisition)는 한 기업이 다른 기업의 주식을 매수하여 경영권을 인수하되, 인수된 기업이 자회사로 편입되어 별개의 기업으로 유지되는 것을 말하는데, 일반적으로 합병과 인수의 결과가 동일하므로 두 개념을 혼용하고 있다. 기업인수는 통상적으로 소수지분인수(10~49%의 의결권주식인수)·다수지분인수(50%이상 취득)·완전인수(100% 취득)로 구분되고 있으며, 10% 미만의 주식인수는 포트폴리오투자자로 분류된다. 참고적으로, 전세계적으로 볼 때 국경간 M&A에서 차지하는 합병의 비중은 3%(건수기준) 미만에 그치고 있어 사실상 기업인수가 국경간 M&A의 주류를 이루고 있음을 알 수 있다. 그리고, 완전인수 비중은 전체 국경간 M&A의 절반 이상(1999년)을 차지하고 있다. 지역별로 보면, 선진국의 경우에는 소수지분인수 비중이 1/5 미만을 차지하고 있는 반면에, 개도국은 그 비중이 1/3 정도를 차지하고 있는 것으로 나타나고 있는데, 이는 기업의 진출전략은 물론 현지국 정부의 규제정책의 차이에서 비롯된 것으로 볼 수 있다.(보다 자세한 내용은 UNCTAD(2000), pp. 100~105 참조)

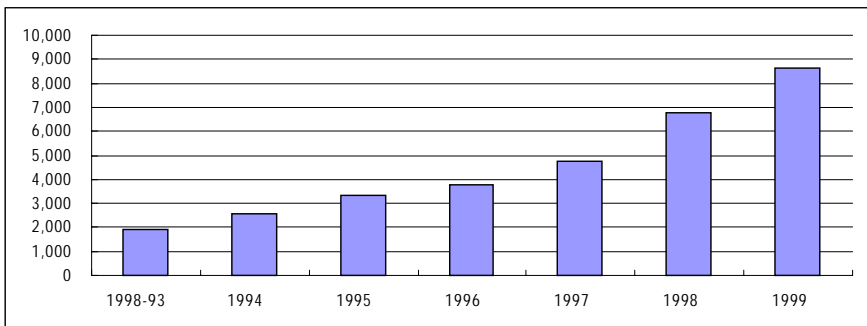
더욱 뚜렷하게 나타나고 있다. 글로벌화는 현재 완결된 현상이 아니라 앞으로 상당기간에 걸쳐 빠르게 진행될 변화라는 사실을 감안한다면 국가간 직접투자는 더욱 보편화될 것이다.

1990년대 초반에는 미국·유럽을 비롯한 선진경제가 전반적으로 침체되면서 해외직접투자가 위축되기도 하였으나, 1995년 이후 안정적이면서도 빠른 속도로 증가하고 있다.(그림 2-1 참조) 1999년 한해 동안에만도 전년대비 무려 27% 이상 증가한 8,650억 달러를 기록하였으며, 이미 투자된 금액을 모두 합계한 투자잔액(stock)으로는 무려 5조 달러에 이르고 있다.

이와 같이, 세계 직접투자가 빠른 증가세를 거듭하고 있는 배경으로는 급격한 기술의 발전·혁신, 전세계적 차원에서의 무역 및 투자자유화 확대, 규제완화, 정보화 및 통신기술의 급속한 발달, 경쟁격화에 따른 생산 및 판매기반의 해외거점 확대 등을 들 수 있다. 여기에, 세계 각국의 시장개방 확대, 외국기업에 대한 비차별정책, 투자유치 경쟁 등이 복합적으로 작용함으로써 국제 직접투자를 촉진시키고 있다.

〈그림 2-1〉 국제 직접투자의 증가추이

(단위: 억달러)



주: 1998~1993년은 연평균

자료: UNCTAD(2000), Annex table B.2, p. 289.

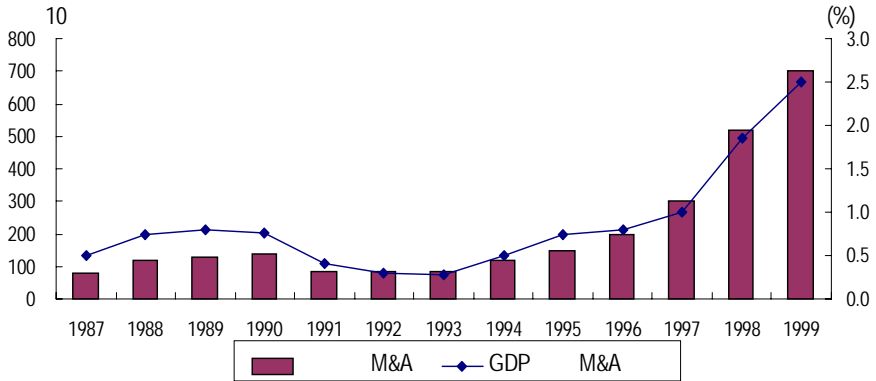
앞에서 언급한 바와 같이, 최근의 국제 직접투자는 국경간 M&A에 의해 사실상 견인되고 있다. 그 동안 국경간 M&A는 주로 선진국간에 보편화된 해외시장 진출의 중요한 수단으로 활용되어 왔으나, 최근 들어서는 아시아를 비롯한 개도국에도 급속히 확산되고 있는 특징을 보이고 있다. 이러한 사실에 비추어 볼 때, 개도국 경제의 글로벌화 현상은 국경간 M&A에 의해 그 범위를 확대하며 빠르게 진행될 것으로 예상된다.

<그림 2-2>는 전세계 국경간 M&A(10% 이상 지분인수)의 규모와 장기적 추이를 나타내고 있다. 1987년 당시에는 1천억 달러에도 미치지 못했으나 1990년 중반 이후 빠르게 증가하여 1999년에는 7,200억 달러로 무려 7배 이상 증가하였다. 또한, GDP 대비 비중을 통해서도 이러한 추세를 잘 알 수 있는데 1999년에는 그 비중이 2.4%에 달하였다.²⁾

국가간 M&A는 특히, 산업의 글로벌화 정도가 높은 산업에서 집중적으로 이루어지고 있다. 즉, 제조업 가운데에서는 자동차, 화학, 전기·전자, 그리고 서비스부문에서는 정보통신, 금융 등에서 활발히 이루어지고 있는데, 이는 세계기업의 글로벌 전략과 투자유치국의 규제완화 및 자유화에 기인하는 바가 크다. 보다 구체적으로 살펴보면, 자동차, 화학 등의 업종에서는 동종산업간에 이루어지는 수평적(Horizontal) M&A가 주류를 이루고 있는데, 이러한 자본 및 기술집약적 산업의 경우에 있어 관련기업들은 과잉생산 문제의 해결(특히, 자동차)을 통한 경쟁력 유지와 정보기술 또는 R&D 투자확대를 위한 목적으로 M&A를 단행하는 경우가 많다.(UNCTAD(2000), p. 126) 또한, 수평적 M&A는 식·음료, 담배, 직물·의류 산업 등과 같이 덜 기술집약적 산업에서도 활발히 이루어지는데, 이 경우 경제적 동기는 규모의 경제 실현을 통해 시장지배력을 강화하는 데 있다.

2) 영국 Vodafone AirTouch社의 Mannesmann社(독일) 인수거래 규모는 약 2천억 달러로 이는 양국 GDP(1999년)의 무려 6%에 해당하는 규모이다.

〈그림 2-2〉 GDP 대비 국경간 M&A 비중



자료: UNCTAD(2000), p. 15.

한편, 최근의 직접투자유입 양상을 보면 미국, 영국 등 선진경제권 편중현상이 여전히 지속되고 있기는 하지만, 연도별로 부침을 보이는 가운데 개도국의 비중이 꾸준히 높아지고 있다는 사실이 주목된다(1990년 17.0%에서 1999년에는 26.4%로 10% 포인트 가까이 증가). 이는 외국인직접투자가 투자유치국의 고용촉진, 기술이전 등의 긍정적인 효과를 가져와 산업구조의 고도화를 통해 경제성장을 견인할 뿐만 아니라 안정적인 장기자본을 조달할 수 있다는 이점 때문에 개도국들이 외국인투자를 적극 유치한 결과이기도 하다.

이러한 사실은 개도국의 국제자본 흐름을 통해서도 쉽게 알 수 있다. <표 2-1>에서 보듯이, 1990년대 개도국에 대한 국제자본 흐름의 가장 큰 특징은 유입자본의 성격이 과거 1970~80년대와는 달리 외국인직접투자 비중이 크게 늘어나고 있다는 점을 들 수 있는데, 이는 개도국 국민경제에서 차지하는 외국인직접투자의 역할이 그만큼 중요해지고 있다는 것을 반증하는 것이다.

〈표 2-1〉 개도국 자본유입구조의 변화

(단위: 구성비, %)

	년 도	FDI	포트폴리오 자본투자	外 債 ¹⁾	供與金 ²⁾
개도국	1980	5.3	0	79.0	15.7
	1998	56.4	5.1	30.2	8.4
- 東아시아· 태평양지역	1980	12.3	0	76.9	10.8
	1998	63.8	8.8	25.2	2.3
- 중남미 ³⁾	1980	20.6	0	77.5	2.0
	1998	70.0	1.9	25.7	2.9

주: 1) IMF 차관 제외한 순장기외채, 2) 기술협력공여금 제외, 3) 카리브국 포함.

자료: World Bank, *Global Development Finance*, 1999. Table 재구성.

나. 다국적기업(TNCs)에 의한 글로벌생산체제의 심화

국제 직접투자와 이를 바탕으로 한 다국적기업(TNCs)³⁾의 증대는 바로 다국적기업 해외자회사에 의한 국제생산의 확대를 의미한다. 즉, 최근의 세계경제를 특징짓는 두드러진 현상 가운데 하나는 다국적기업을 중심으로 한 국제 직접투자의 급격한 증가와 이에 따른 국제생산체제(international production system), 다국적화(multinationalization)로 그 만큼 세계경제의 통합화 정도가 심화되고 있다는 점이다.⁴⁾ 다국적화 현상은 그

- 3) 다국적기업과 해외직접투자는 본질적으로 유사한 개념의 틀 속에서 이해될 수 있다. 물론, 양자의 개념이 항상 일치하는 것은 아니다. 해외직접투자는 다국적기업 이외의 다른 경제주체(정부·개별기업·개인 등)에 의해서도 이루어질 수 있기 때문이다. 그러나, 현실적으로 거의 대부분의 해외직접투자는 다국적기업에 의해 이루어지며, 다국적기업의 입장에서 해외직접투자가 해외생산거점을 확보하는 절대적인 수단이므로 양자의 개념을 따로 구분하지 않고 사용해도 무방할 것이다. [安世英(1998. 11)]
- 4) 국제직접투자의 유출입은 사실상 다국적기업들에 의해 주도되고 있다. 예컨대, 대부분

자체가 동태적이고 복잡하기 때문에 한 마디로 명확하게 표현하기는 어려우나, 이는 제품개발, 생산, 부품조달, 영업 및 금융활동 등 기업의 제반활동이 국경을 초월하여 이루어지는 것(transborder operation)을 의미한다.

다국적기업에 의한 국제생산의 확대는 필연적으로 생산공정의 국제분업화를 수반하게 되며, 결과적으로 상품의 無國籍化를 촉진시킨다. 또한 국제생산은 국제무역의 자유화 추세에 따라 관세 및 비관세장벽이 낮아지면서 자본 및 기술 등 생산요소의 국가간 이동성이 높아지면서 더욱 활기를 띠고 있다. 이렇듯, 세계경제의 글로벌화는 자본과 생산의 국제화, 정보·통신기술의 급진적인 발달과 함께 다국적기업의 해외직접투자에 의해 주도되고 있으며, 이와 같은 경제의 범세계화는 각국 국민경제의 생산체제에도 적지 않은 영향을 미치고 있다.

UNCTAD(2000) 보고서에 따르면, 오늘날(1999년) 전세계 다국적기업 해외자회사가 약 69만개에 이르고 있는 가운데, 이를 바탕으로 한 해외생산 규모가 수출 및 GDP 성장률을 훨씬 상회하는 빠른 속도로 확대되고 있다.(표 2-2 참조) 1999년 기준 이들 해외계열사들에 의한 해외생산 규모는 3조 달러로 세계 GDP 총액의 10%(1982년: 5%)에 달하고 있으며, 총매출액 규모는 13조 5천억달러로 세계 총수출의 2배에 달하고 있는 것으로 추산되고 있다.

또한, 다국적기업 모회사와 해외자회사간 상품거래 즉, 企業內 교역(Intra-Firm Trade)을 포함한 해외자회사 수출은 매출액의 1/5 정도를 차지하고 있다. 뿐만 아니라 전세계 총교역의 2/3 정도가 다국적기업 해외자

국가들의 경우 50대 다국적기업(TNCs)이 전체 해외직접투자의 절반 이상을 차지하고 있는가 하면 일부 국가들의 경우에는 그 비중이 90%에 달하고 있다. 국경간 M&A 역시 다국적기업들에 의해 주도되고 있음을 알 수 있는데, 1998~1999년 경우 10억 달러 이상의 초대형 인수합병 비중이 전체 국경간 M&A의 60% 이상을 차지하고 있는 것으로 나타나고 있다. [UNCTAD(2000)]

회사에 의해 창출되고 있으며, 다국적기업이 전세계 R&D의 75~85%를 차지하고 있음을 볼 때 규모와 범위의 경제를 지향하는 다국적기업의 국제 직접투자가 세계 경제성장을 주도하고 있는 것으로 평가할 수 있다. 이러한 세계적인 해외생산 확대는 세계경제에서 직접투자가 차지하는 중요성이 급속히 커지고 있으며, 세계경제의 상호의존성(interdependency)이 더욱 심화되고 있음을 반증해 주는 것이라 할 수 있다.

〈표 2-2〉 국제 직접투자와 다국적기업 해외자회사의 국제생산

(단위: %, 10억 달러)

	경상가격(10억달러)			연평균 증가율(%)				
	1982	1990	1999	1986~90	1991~95	1996~99	1998	1999
FDI 유입(flows)	58	209	865	24.0	20.0	31.9	43.8	27.3
FDI 유출(flows)	37	245	800	27.6	15.7	27.0	45.6	16.4
FDI 유입(Stock)	594	1,761	4,772	18.2	9.4	16.2	20.1	18.8
FDI 유출(Stock)	567	1,716	4,759	20.5	10.7	14.5	17.6	17.1
國境間 M&A	-	151	720	26.4	23.3	46.9	74.4	35.4
해외자회사 매출액	2,462	5,503	13,564	15.8	10.4	11.5	21.6	17.8
해외자회사 총생산	565	1,419	3,045	16.4	7.1	15.3	25.4	17.1
해외자회사 총자산	1,886	5,706	17,680	18.0	13.7	16.5	21.2	19.8
해외자회사 총수출	637	1,165	3,167	13.2	13.9	12.7	13.8	17.9
해외자회사 고용(천명)	17,433	23,605	40,536	5.6	5.0	8.3	11.4	11.9
GDP(요소비용)	10,611	21,473	30,061	11.7	6.3	0.6	-0.9	3.0
총고정자본형성	2,231	4,686	6,058	13.5	5.9	-1.4	-2.1	-0.3
로열티·수수료 수입	9	27	65	22.0	14.2	3.9	6.3	0.5
상품·서비스 수출	2,041	4,173	6,892	15.0	9.5	1.5	-1.8	3.0

자료: UNCTAD(2000), Table I.1 p. 4.

이러한 현상은 세계 100대 다국적기업을 통해 글로벌화 정도를 보면 더욱 뚜렷하게 나타나고 있는데, <표 2-3>에서 보듯이, 1998년 기준 이들 기업의 총자산, 매출, 고용에서 차지하는 해외비중이 무려 50%에 달하고 있다. 이러한 해외생산체제는 ‘산업의 글로벌化(globalization of industry)’ 정도에 따라 다르게 나타나고 있으나, 일반적으로 볼 때 자동차, 전자, 화학 등 소위 국제생산 선도산업에서 활발하게 이루어지고 있다.⁵⁾ 예컨대, 미국의 세계적인 전자 다국적기업인 GE의 경우, 총자산 규모는 3,559억 달러인데 이 가운데 해외자산규모가 1,286억 달러로 해외비중이 무려 36% 이상에 달하고 있다. 미국의 GM 자동차 역시 총자산 규모 2,467억 달러 가운데 해외자산이 731억 달러로 해외비중이 30% 이상에 달하고 있다.

<표 2-3> 세계 100대 TNCs의 해외자산·생산·고용 비중(1998년 기준)

자산(10억달러)			매출액(10억달러)			고용(천명)		
총자산 (A)	해외자산 (B)	해외비중	총매출액	해외 매출액	해외비중	총고용	해외고용	해외비중 (%)
4,610	1,922	41.7%	4,099	2,063	50.3%	12,741	6,548	51.4%

자료: UNCTAD(2000), p. 40에 의거하여 작성.

또한, Templeton사의 통계자료에 의하면, 27개 산업 가운데 해외자산 비중이 가장 높은 업종으로는 담배, 비누, 화학, 컴퓨터, 의약, 자동차, 전자 등의 順으로 나타나고 있다.(표 2-4 참조) 이러한 사실은 오늘날 같은 글로벌경제 시대에 있어 해외에 생산거점을 마련하여 다국적化하지 않으면 세계적 기업으로 성장할 수 없다는 것을 의미하기도 한다.

5) 자세한 내용은 OECD(1999. 9. 20), *The Globalization of Industry in the OECD Countries* 참조.

<표 2-4> 산업의 글로벌화 정도(해외자산 비중)

업 종	FA/TA(%)	업 종	FA/TA(%)
담배	78.38	자동차	35.37
비누	55.66	전자	34.68
화학	50.07	은행	28.58
컴퓨터	40.85	소매업	26.28
의약	40.21	항공	24.07

주: FA= foreign assets(해외자산), TA=total assets(총자산)

자료: *Financial Times*(2000. 10. 30)에서 Templeton社의 “Global Performance Database 2000”을 인용보도.

<표 2-5>는 선진 3개국의 다국적기업 해외자회사가 차지하는 국제생산 비중(즉, 해외자회사의 매출비중)이 어느 정도인지를 보여주고 있다. 활발한 해외투자 활동을 통해 명실상부한 국제생산체제를 발전시키고 있음을 알 수 있다.

결국, 세계 다국적기업들은 해외직접투자를 통해 영업활동을 세계적 차원에서 분산시키는 한편, 분산된 단위들간의 네트워크를 구축함으로써 생산비용을 절감하는 동시에 수요에 신속적으로 대응할 수 있는 체제를 구축해 나가고 있다. 이를 위해 다국적기업들은 부품조달·생산위탁·글로벌 아웃소싱 등의 조달제휴, 생산제휴, 판매제휴, 상호기술교환 및 공동기술개발 등의 기술제휴 등과 같은 다양한 형태의 공동협력을 강화해 나가고 있다.

〈표 2-5〉 미국·독일·일본의 국제생산 비중¹⁾

(단위: %)

	1985년	1990년	1998년
미국	17.0	27.0	28.0 ²⁾
독일	17.0	18.0	28.0 ²⁾
일본	2.5	7.0	13.0

주: 1) 해당국의 총매출액에서 차지하는 전세계 해외자회사의 매출액 비중.

2) 1996년 기준

자료: UNCTAD(2000), p. 40.

2. 금융위기 이후 아시아 투자환경의 변화

가. 사업비용·기업환경 측면

기업의 해외투자 활동은 이윤의 극대화를 추구하기 위한 경영행위라는 측면에서 보면, 국제 경영활동은 기본적으로 국가간 사업환경의 차이에 의해 발생된다고 해도 지나치지 않는다. 즉, 해외투자기업의 경제적 동기가운데 하나는 생산비 절감에 있다고 할 수 있는데, 이때 해외투자기업은 투자유치국(host country)의 낮은 생산비용과 각종 투자유인책을 적극 활용하게 된다.

이러한 면에서 아시아 외환위기 발생은 외국기업들에게 또 다른 새로운 투자기회를 제공해 준 셈이다. 외환위기로 아시아 국가들의 경기침체, 내수시장 위축, 대외신뢰도 하락은 외국투자기업에게 적지 않은 부정적

요인으로 작용한 게 사실이다. <표 2-6>에서 보듯이, 외환위기를 겪은 국가들은 일률적으로 큰 폭의 마이너스 경제성장률을 기록하였으며, 소비자물가 및 금리 역시 대폭적인 상승률을 기록함으로써 내수시장이 급격히 위축되었다. 특히, 인도네시아의 경우 정치·사회적 혼란이 가세하면서 더욱 극심한 상황으로 치달았으며 현재 회복속도 역시 가장 느리게 나타나고 있다.

이에 반해, 현지통화가치의 대폭적인 하락, 임금·지가·임대료 하락 등은 외국인투자 유입을 촉진시키는 결정적인 동인으로 작용하였다. 특히, 통화가치 급락에 따른 달러베이스 생산관련 비용과 함께 현지기업 자산가치의 하락은 국경간 M&A를 통해 아시아를 생산기지로 활용하려는 다국적기업들의 관심을 끌기에 충분했다. 여기에, 생존의 차원에서 이루어진 대대적인 기업의 해외매각은 외국기업들로 하여금 이들 매물을 저렴한 비용으로 매수할 수 있는 기회를 제공해 주었다.

〈표 2-6〉 외환위기 전후 아시아 주요국의 경제관련 지표 변화

	한국	태국	말레이시아	인도네시아	필리핀	중국	싱가포르
GDP 성장률							
1996	6.8	5.9	10.0	7.8	5.8	9.8	7.5
1997	5.0	-1.7	7.3	4.9	5.2	8.5	8.0
1998	-6.7	-10.2	-7.4	-13.4	-0.6	7.8	1.5
1999	10.7	4.2	5.6	0.2	3.3	7.1	4.9
환율변동율							
1996	4.3	1.7	0.5	4.2	2.0	-0.4	-0.5
1997	18.3	23.8	11.8	26.2	12.4	-0.3	5.3
1998	47.3	31.9	39.5	244.2	38.8	-0.1	12.7
1999	-15.3	-8.5	-3.2	-20.9	-4.4	-0.0	-0.6
물가상승률('90년=100)							
1996	5.0	5.8	3.5	7.0	5.2	8.3	1.4
1997	4.4	5.6	2.7	6.2	6.6	2.8	2.0
1998	7.5	8.1	5.3	58.4	10.4	-0.8	-0.3
1999	0.8	0.3	2.7	20.5	4.6	-1.4	0.4
금리(대출)							
1996	8.84	13.40	8.89	19.22	14.84	10.08	6.26
1997	11.88	13.65	9.53	21.82	16.28	8.64	6.32
1998	15.28	14.42	10.61	32.15	16.78	6.39	7.44
1999	9.40	8.98	7.29	27.66	11.78	5.85	5.80
경상수지(100만달러)							
1996	-23,006	-14,692	-4,596	-7,663	-3,953	7,243	13,898
1997	-8,167	-3,024	-4,792	-4,889	-4,351	36,963	16,912
1998	40,558	14,048	-	4,096	1,546	31,472	21,025
1999	24,477	11,058	-	5,785	7,912	15,667	21,254

주: 환율변동은 US \$ 기준 전년대비 연평균변화율. 물가상승율은 소비자물가 기준임.

자료: WEFA, *World Economic Outlook*, Third Quarter 2000 및 IMF, *International Financial Statistics*, May 2000.

日本 JETRO가 아시아 주요국 도시에 진출한 일본계기업을 대상으로 실시한 조사에 의하면, 1997년 7월 외환위기 이후 투자코스트 측면에서 아시아 각국 도시간 적지 않은 변화가 초래되었던 것으로 나타났다. 인도네시아, 태국 등 통화가 대폭 절하된 국가들에서는 임금, 토지 등의 투자

코스트가 달러베이스로 크게 감소한 반면에, 평가절하가 단행되지 않은 중국, 홍콩 등의 경우에는 투자코스트가 상승하여 중국(북경)의 임금수준이 태국(방콕)과 비슷하거나, 인도네시아(자카르타)의 2배에 달하기도 하였다. 특히, 국내폭동, 수하르트 대통령의 퇴진에 이르기까지 정치적 불안이 심했던 인도네시아의 경우에는 통화불안정이 극심하게 나타났으며, 이에 따라 자카르타 노동자의 월 임금수준이 1997년 6월의 103~149달러에서 1998년 6월에는 56~66달러로 대폭 하락하였다. 중간관리직(과장·부장급)의 월 급여 역시 아시아 여타 도시에 비해 큰 폭으로 하락하였다.(이하 내용은(표 2-7 참조)

〈표 2-7〉 금융위기 전후 아시아 주요도시의 임금 및 임대료 변화

(단위: 달러)

주요도시	1997년 6월	1998년 12월	주요도시	1997년 6월	1998년 12월
중국(북경) · 공장노동자 임금(月) · 중간관리자 임금(月) · 공업단지 구입가격 ¹⁾ · 사무실 임대료(月)	60~97 217~603 84.4 25.3	131~144 479~544 72.5 27	인도네시아(자카르타) · 공장노동자 임금(月) · 중간관리자 임금(月) · 공업단지 구입가격 · 사무실 임대료(月)	103~149 317~2,264 90 25	56~66 261~1,229 75~98 24~25.5
태국(방콕) · 공장노동자 임금(月) · 중간관리자 임금(月) · 공업단지 구입가격 · 사무실 임대료(月)	164~368 849~2,019 85 19	128~264 542~1,446 60.8 13.6	필리핀(마닐라) · 공장노동자 임금(月) · 중간관리자 임금(月) · 공업단지 구입가격 · 사무실 임대료(月)	242~284 454~1,202 115 31	155~189 535~946 120 24.5
말레이시아(쿠알라룸푸르) · 공장노동자 임금(月) · 중간관리자 임금(月) · 공업단지 구입가격 · 사무실 임대료(月)	218~439 1,285~2,402 170 21.3~25.6	138~290 1,111~1,689 99~1,113 18.4~19.8	베트남(호치민) · 공장노동자 임금(月) · 중간관리자 임금(月) · 공업단지 구입가격 ²⁾ · 사무실 임대료(月)	86~160 354~545 2.25 40	77~104 358~529 2.3 23.1~29.7

주: 공업단지 및 사무실임대료는 평방미터당 가격.

1) 50년 토지이용권 2) 연간이용료.

자료: JETRO SENSOR(1997. 10 및 1999. 4)

나. 기업구조조정 측면

주지하고 있는 바와 같이, 1997년 7월 태국 바트화의 폭락을 계기로 확산된 아시아 외환위기로 동아시아 경제국들은 그 동안 고도성장의 이면에 가려져 있던 여러가지 구조적인 문제가 한꺼번에 표출되면서 그 동안 경험하지 못했던 사상 최대의 경제적 위기에 봉착하였다.

IMF는 구제금융 지원조건으로 광범위하고도 신속한 구조개혁을 강력히 요구해 왔고, 이에 각국 기업들은 재무구조 개선 및 신규자금 조달을 위해 생존적 차원에서 근본적인 구조조정을 단행하지 않을 수 없었다. 특히, 부채상환 압력, 고금리, 추가폭락으로 금융경색이 지속되고 있는 상황에서 국내외 금융시장으로부터의 신규자금조달이 어려워지자 부실자산은 물론이고 핵심사업이나 우량계열사에 대해서도 지분 또는 자산매각, 외국투자자의 증자참여 유도에 적극 나서지 않을 수 없게 되었다.

또한, 기업부문의 구조조정과 동시에 금융부문에 대한 대대적인 구조조정이 불가피해짐에 따라 부실금융기관에 대한 영업정지, 폐쇄, 인수·합병 등의 조치를 취해 나갔다. 금융기관의 부실화가 경제위기 발생의 가장 중요한 원인으로 부각됨으로써 외환위기 당사국들은 경제위기 상황의 극복을 위한 경제구조조정의 중심과제를 금융시스템의 신뢰회복에 두고 과감한 금융개혁정책을 추진해 오고 있다. 사실, 구조조정은 장기적으로 볼 때 경쟁력을 강화하기 위한 하나의 과정으로 볼 수 있으나, 현재 동아시아에서 진행되고 있는 구조조정은 생존 그 자체에 무게를 두고 있는 것이다.

이러한 외환위기국들의 동시다발적이고 대대적인 기업 및 금융부문의 구조개혁은 해외 다국적기업들에 있어 아시아 진출을 위한 좋은 기회로 작용하였다. 막대한 자금력과 기술력을 가진 다국적기업들은 헐값(firesale)

에 매물로 나온 기업들을 손쉽게 매수함으로써 전략적으로 아시아 진출을 확대할 수 있는 기회로 활용하였다. 특히, 광범위한 생산·판매네트워크를 구축하고 있는 현지 대기업들의 사업매각은 외국기업의 현지시장 진출을 위한 좋은 계기로 작용하였다.

외환위기국들 가운데에서는 한국과 태국이 비교적 구조조정을 성실히 이행하였으며 이에 따라 국경간 M&A 통한 직접투자 유입도 다른 국가들과는 달리 대폭적인 증가세를 기록하였다. <표 2-8>에서는 금융위기 이후 외국자본의 아시아 은행매수 및 출자현황을 보여주고 있다. 특히, 한국은 M&A 투자를 활성화하기 위해 적대적 M&A를 포함한 모든 종류의 M&A를 자유화함으로써 외국기업들의 한국은행들에 대한 인수합병이 가장 활발히 이루어졌다.

〈표 2-8〉 외국자본의 아시아 은행매수 및 출자현황

발생 연월	매수·출자대상 금융기관	소속국	매수·출자금융기관	소속국	매수	출자
12	제일은행	한국	New Bridge Capital	미국	○	○
99. 2	서울은행	한국	HSBC Holdings	영국	×	
4	국민은행	한국	Goldman Sachs	미국		
7	주택은행	한국	ING Barings	네덜란드		○
00. 2	하나은행	한국	Allianz	독일		○
97.12	Thai Danu Bank	태국	DBS	싱가포르	○	○
98. 3	Bank of Asia	태국	ABN Amro	네덜란드	○	
99. 9	Nakornthon Bank	태국	Standard Chartered	영국	○	
10	Radanasin Bank	태국	UOB	싱가포르	○	
00. 4	Bangkok Metropolitan Bank	태국	HSBC Hodings	영국	○	
99. 7	Bali Bank	인도네시아	Standard Chartered	영국	×	
11	Panin Bank	인도네시아	ANZ	호주		
98. 1	Bank of South East Asia	필리핀	DBS	싱가포르	○	×
99. 4	Great Pacific Savings Bank	필리핀	ABN Amro	네덜란드	○	
8	Westmont Bank	필리핀	UOB	싱가포르	○	
11	Far East Bank	필리핀	DBS	싱가포르		○
98.12	廣安銀行	홍콩	DBS	싱가포르	○	
99. 6	Keppel Tat Lee Bank	싱가포르	Allied Irish Bank	아일랜드		○
9	上海銀行(城市商業銀行)	중국	국제금융공사(IFS)	국제기구		○

주: ×는 최종합의에 이르지 못하고 무산된 경우임.

자료: 「國際的なマネーフロー變化とIT革命が構造を變革」, 『金融財政事情』(2000. 7. 24)
을 한국은행, 주간해외경제(제2000-33호/2000. 8. 13~8. 19)에서 재인용.

다. 제도·정책적 측면

1) 투자제도 개선을 통한 외자유치 경쟁

금융위기 이후 또 다른 투자환경의 변화는 제도적인 측면에서 찾아볼 수 있다. 외자유치가 시급한 정책적 과제로 인식됨에 따라, 각국간 투자

유치경쟁이 치열해지고 있다. 이러한 현상은 특히 외환위기 이후 동남아시아를 비롯한 아시아 신흥경제국들 사이에 더욱 두드러지게 나타나고 있다. 외환위기의 조기극복은 물론 경쟁력 제고수단으로서 외국인직접투자의 중요성이 그 어느 때보다도 강조되고 있기 때문이다.

외국투자기업에 대해 세금감면 등과 같은 전통적인 투자유인책을 뛰어넘어 공장부지의 무상제공, 지분소유한도 철폐 등 파격적인 우대책을 제공하는 사례가 늘어나고 있다. 아울러 공기업 민영화 과정에서 외국기업의 참여를 적극 유도해 나가기도 하며, 또한 각종 투자협정 등을 통해 투자자유화의 범위를 확대해 나가고 있다. 물론, 외환위기 이전에도 투자자유화 노력이 꾸준히 전개되어 왔으나 외환위기를 계기로 그 범위와 속도가 획기적으로 빨라지고 있다. 제조업부문에 대한 외국인지분 제한 완화·철폐는 물론 금융, 도·소매업, 정보통신, 유통 등에 이르기까지 그동안 외국인투자가 금지 또는 제한되어 왔던 분야를 지속적으로 개방해 나가고 있으며, 또한 금융개혁 추진과 함께 파산법 제정 등 경제관련 법률도 대폭 정비해 나갔다.

이렇듯, 외환위기 이후 해외기업의 유치를 위한 아시아 국가들간 투자유치 경쟁의 가속화는 실제 수요자인 해외기업의 對아시아 투자진출을 촉진시키는 중요한 동인으로 작용하고 있다. 이러한 투자유치 경쟁은 앞으로 더욱 심화될 것이고, 이는 외국인투자 유입속도에 영향을 미치는 중요한 변수로 작용할 것으로 짐작된다.

외환위기 이후 아시아 주요국의 외국인투자유치 경쟁동향을 정리하면 <표 2-9>와 같다.

〈표 2-9〉 금융위기 전후 외국인투자관련 제도의 변화

국 가	금융위기 以前	금융위기 以後
한 국	-외국인지분소유한도 25%로 제한 -적대적 M&A, 발행주식의 10%로 제한	-100% 외국인지분소유한도 허용(1998. 1) -M&A 자유화 -외국인투자촉진법 제정
태 국	-투자지역·수출비율(export ratio)에 따라 외국인소유지분 제한. 방콕지역(Zones 1, Zone 2)에 소재할 경우 49%로 제한. -수출비율이 50% 이상일 경우에만 다수지분소유 가능	-투자위원회(BOI) 장려사업의 경우 외국인다수지분소유 허용(1997. 12) -운송·화학 등 39개 업종에 대해 외국인지분소유 확대(1998. 8) -1999년말까지 신규투자(Zones 1, Zone 2 소재)에 대한 외국인소유지분제한 폐지(1998. 11) -금융기관에 대한 외국인지분소유한도를 25%에서 49%로 확대 및 10년간 외국인소유한도 철폐(1998. 12)
말레이시아	-수출비율에 따라 외국인소유지분 제한(수출비율이 80% 이상인 경우에만 100% 외국인소유 가능) -국내 일반통신기업에 대한 외국인소유지분한도를 30%로 제한 -내국민우대정책(Bumiputra Policy)에 따라 주식할당 쿼터제 적용(최소지분 보장) ·예컨대, 외국인지분이 70% 이상일 경우, 나머지 주식은 내국민에게 배정되어야 함	-국내 일반통신기업에 대한 외국인지분소유한도를 30%에서 61%로 확대(1998. 5) -제조업부문에 대한 신규 및 재투자의 경우 2000년말까지 한시적으로 외국인지분제한 철폐(1998. 12) -보험회사에 대한 외국인지분소유한도를 51%까지 확대 -내국민우대정책에 따른 말레이시아인 소유지분을 외국인을 포함한 非말레이시아인에게 양도(단, 개별적인 승인을 득해야 함) 허용(1998. 4)
필리핀	-주요산업에 대한 외국인소유지분을 40%로 제한	-외국합작은행에 대한 외국인지분소유한도를 40%에서 51%로 확대

국 가	금융위기 以前	금융위기 以後
인도네시아	-모든 외국기업에 대해 외국 인지분소유한도를 49%로 제 한	-외국인소유한도 폐지(금융기관 제외) (1997. 9) -금융기관에 대한 외국인소유한도 폐지 (1998. 11) -도매업·소매업에 대한 외국인투자 허 용(1998. 6) -석유정제 등 22개 산업에 대한 신규투 자時 세금감면혜택 부여(1999. 1)
중국	-업종별로 외국인투자 제한 및 금지 -외자기업의 관련설비 수입 시 관세감면 조치 폐지	-외자기업의 관련설비 수입시 관세감면 -금융 등 서비스업에 대한 개방범위 확 대 -국내보험회사의 외국인지분소유한도를 25%까지 확대(단, 동일외국기업의 5% 이상 소유는 不可) -통신 및 인터넷기업의 경우 49%까지 외국인지분소유 허용 계획 -중서부지역 투자에 대한 다양한 인센티 브 부여
베트남	-외국기업에 대한 차별적 제도	-「외국인직접투자촉진법」을 제정, 외국 투자기업에 대해 수입관세 감면 등 자 유화 조치 확대(1998. 1) -외국인 완전소유(wholly owned)의 보험 회사 설립 허용(1999) -외국인투자기업에 대한 법인세 대폭 감 면(1999. 6)
인도	-분야에 따라 엄격한 외국인 투자 제한	-특별경제구역(SEZ)에 대한 100% 외국 인소유기업설립 허용 -통신서비스부문에 대한 외국인지분소유 한도를 현재 49%에서 100%로 확대 검 토

자료: Hidehiko Mukoyama, "The Asian Economy Toward a New Century and the Asia Strategies of Japanese Companies." *Pacific Business and Industries*, Vol. II 2000. Sakura Institute of Research/Center for Pacific Business Studies 및 JETRO 『投資白書』 (2000년)

가) 中國

중국정부는 최근 외국인직접투자가 감소세를 나타내자⁶⁾ 투자유치 확대를 위한 정책적 노력에 더욱 박차를 가하고 있다. 외자기업에 대해 내국민대우를 부여함으로써 국내외 기업간 공정한 경쟁여건을 조성하는데 힘쓰고 있으며, 경제특구 개발은 물론 하이테크산업 개발에 역점을 두고 외국기업의 투자를 적극 유도해 나가고 있다. 아울러 금융서비스부문의 시장개방 조치도 빠르게 확대해 나가고 있는데, 예컨대 국내보험회사의 외국인지분소유 한도를 25%(단, 同一외국기업의 5% 이상 소유는 不可)까지 확대·허용하고, 생명보험 합작투자의 경우에는 50%까지 외국인지분소유를 허용할 방침이다. 그리고 통신 및 인터넷회사의 경우에는 49%까지 외국인지분소유를 허용할 계획이다.(로이터 2000. 1. 14)

2000년 1월부터는 중국 중서부지역에 입주한 외국인투자기업에 대해 소득세 감면, 관련설비 수입시 관세면제 등 각종 세제상 투자인센티브를 부여하고, 同지역에서의 투자기업 설립요건도 대폭 완화해 주고 있다. 또한 수출기업으로서 연간 수출비중이 매출액의 70%를 차지할 경우에는 법인소득세를 추가적으로 50% 경감해줄 방침이다.

나) 베트남

베트남 역시 아시아 경제위기 이후 외국인투자 유입이 지속적인 감소세를 나타내자, 이에 대한 원인을 ASEAN 및 중국 등 여타 아시아 국가들에 비해 투자제도 및 법적인 측면에서의 경쟁력 약화에 따른 것으로 보고 외국인투자법의 개정을 서두르고 있다. 현재 의회의 승인을 얻은 상태로 곧 발표될 예정인데, 여기에는 외국기업에 대한 추가적인 조세감면, 토지저당제도(mortgage of land), 외환거래(foreign-exchange conversion)의 자

6) 1999년도 중국의 FDI(실행액) 실적은 전년대비 12% 감소한 400억 달러를 나타내었음.

유화 등이 포함되어 있는 것으로 알려지고 있다.(로이터 2000. 5. 30) 나아가, 외국인투자법 개정만으로는 다른 아시아 경쟁국들과의 투자유치경쟁에서 이길 수 없다는 판단에 따라 현 정부행정조직의 개편을 주장하는 목소리도 커지고 있다. 사실 베트남은 최근 들어 여러 차례에 걸쳐 외국인투자자유화 조치를 단행한 바 있다. 예컨대, 1998년 1월에는 『외국인직접투자 촉진·보장에 관한 법령(Decree on the Encourage and Guarantee of Foreign Direct Investment)』을 제정, 외국기업에 대한 조세 및 수입관세 감면, 외국인기업협회(foreign business association) 설립 허용 등의 자유화 조치를 단행하였으며, 1999년에는 처음으로 외국인 단독소유(wholly owned)의 보험회사의 설립을 허용하기도 하였다. 1999년 6월에는 외국기업의 소득세율(income tax rate)을 대폭적으로 감면해 주었으며, 同年 9월에는 외국인투자기업에 대해 수출쿼터에 대한 규제를 완화해 주는 자유화 조치를 실시하였다.

다) 말레이시아

1998년 7월부터 2000년 12월까지 한시적으로 제조업부문의 신규 외국인투자(greenfield investment) 기업에 대해 수출기여도와 관계없이 100% 지분소유를 허용하였다.⁷⁾(단, 제지 및 플라스틱 포장업 등 7개 중소기업 전문업종은 제외) 제조업 부문 이외에도 외국인지분소유 한도를 대폭 완화하는 조치를 단행하였는데, 1998년 5월에는 국내통신회사에 대한 외국인주식보유 한도를 49%에서 61%로 확대한데 이어 동년 7월에는 도·소매업에 대한 외국인지분참여 한도를 30%에서 51%로 확대하였다. 이외에도 발전설비 등 에너지분야에 대한 외국인직접투자를 자유화하였으며 첨단

7) 현재 말레이시아 정부는 투자확대를 위해 기간연장을 적극 검토하고 있는 것으로 알려지고 있다(로이터 2000. 3. 8)

산업의 육성을 위해 기술개발투자를 확대하고 산학단지의 건설을 적극 추진하고 있다.

라) 태국

1997년 말 일정조건하에 외국자본이 합작기업의 지분을 과반수 이상 소유할 수 있도록 허용하는 투자완화 조치를 단행하였으며, 1999년 4월에는 외국인투자 대상업종을 대폭적으로 개방하고, 1999년까지 투자 진출한 외국인투자기업에 대해 수출의무도 폐지하였다. 1998년 8월에는 외국인투자법(Alien Business Law)을 대폭 개정, 국내은행 및 금융회사의 외국인지분 100% 소유를 허용하고, 운송 및 화학 등을 비롯한 39개 산업부문에 대해 외국인지분소유 폭을 확대하였다. 이외에도 태국정부는 외환위기 이후 외국인투자 유치의 확대를 위해 외국인의 부동산소유를 허용하였다.

마) 인도네시아

1997년 9월 주식시장 부양을 위해 주식시장에서의 외국인소유 한도를 대폭 확대하였으며, 1998년 6월에는 도·소매업에 대한 외국인 투자제한을 철폐하였다. 1999년 1월에는 일부 특정산업에만 허용해 왔던 조세감면 혜택(Tax Holiday)을 석유정제 등 22개 업종에도 추가로 적용하도록 하는 외자 유인책을 발표하였다. 또한 특정산업을 제외하고 대부분의 산업에 대한 외국인투자시 100% 지분소유를 허용하고 투자금지 품목수도 크게 축소하였다. 이어 1999년 5월에는 외국인이 주식시장을 통하거나 직접투자 방식으로 국내은행 주식 소유한도를 99%까지 확대하였다. 또한, 인도네시아 정부는 최근 논란이 되었던 멀티미디어 분야에 대한 외국자본의 진출을 금지한 기존의 법령을 개정해 외국기업의 투자를 전면 보장키로 하였다. 이외에도 통신 및 항공, 항만관리, 전력생산, 배전, 선박운항, 철

도서비스, 원자력발전소, 의료분야에 등에 대해 외국인지분을 45~95%로 제한했던 기존의 규정을 철폐하였다.

바) 필리핀

국내자본 및 저축이 여타 동남아시아 국가들에 비해 크게 열악한 필리핀 역시 경제성장률 목표달성을 위해 새로운 투자인센티브 제공 등을 통한 외국인투자유치 노력을 가속화하고 있다. 1999년 11월에는 투자유치 확대를 위해 필리핀내에 지역본부(regional headquarters)를 설립하는 다국적기업에게 소득세 및 부가가치세 등을 대폭 감면해 주는 내용의 新외국인투자법을 제정하였다.

사) 싱가포르

1999년 5월 외국은행의 진입제한을 완화하는 동시에 국내은행들의 경쟁력을 강화시키고자 하는 취지에서 국내은행에 대한 외국인소유제한(40%) 철폐 등 금융산업의 자유화와 국내은행의 경영강화를 핵심내용으로 하는 금융자유화 조치를 발표하였다. 2000년 1월에는 외국법률회사의 합작투자 설립 및 국내법률회사와의 공식적인 제휴를 허용하는 내용의 법안(Legal Profession Bill)을 개정하였다.(로이터 2000. 1. 18)

아) 기타

이외에도 각 국들이 앞다투어 투자자유화조치를 단행하고 있는데, 예컨대, 인도의 경우에는 수출산업 육성을 위해 업종에 관계없이 새롭게 조성된 특별경제구역(Special Economic Zones)에서의 100% 외국인지분소유의 기업설립을 조만간 허용할 방침이다. 또한 현재 반대 여론도 있기는 하나 통신서비스부문에서의 외국인지분소유한도를 현재 49%에서 100%까지 허

용하는 내용의 자유화 조치도 적극 검토 중인 것으로 알려지고 있다.(로이터 2000. 5. 31)

2) 지식기반산업 투자에 대한 유인책 확대

아시아 국가들은 금융위기가 초래한 외환부족 사태를 극복하기 위해 그 동안 주력해 왔던 조세감면, 인센티브 확대를 통한 투자환경 개선 등 단기적 해결책에 머물지 않고 첨단지식산업단지 및 투자자유지역의 설치를 통해 외국기업의 국내유치를 실현하기 위한 다양한 방안들을 적극 모색하고 있다. 즉, 외국인투자 정책을 21세기 국가비전을 달성하기 위한 산업개발의 원동력으로 판단, 국가별로 산업개발 목표에 부응하는 다양한 외국인투자제도를 개발하여 놓고 있다. 특히, 국내기업 기술지원, 교육, 컴퓨터 및 정보기술, 멀티미디어 산업 등 신기술 및 첨단산업 부문을 비롯한 국가전략산업부문에 대한 투자유치 확대를 위해 세계상의 인센티브는 물론 각종 자금지원 등이 포함된 획기적인 투자혜택을 제공해 주고 있다.⁸⁾ 외국인투자관련 정책을 노동집약적 생산기지에서 기술집약적 생산기지로 전환하는데 초점을 두고 고도기술분야에서 비교우위를 획득할 수 있도록 기술수준의 고도화를 도모해 나가고 있는 것이다.

이러한 대표적인 사례로는 말레이시아의 ‘정보화특별구역(MSC)’, 싱가포르의 ‘Singapore One’ 및 ‘Industry 21’ 등을 들 수 있다. 말레이시아의 경우, 2020년까지 멀티미디어 및 첨단정보기술(IT)산업 육성을 통해 선진화를 이룩한다는 국가전략하에 소위 ‘정보화특별구역(MSC: Multimedia Super Corridor)’을 설정하고 투자기업에 대해 법인세 10년간 면제, 멀티미

8) 보다 자세한 내용은 OECD, *Knowledge-based Industries in Asia: Prospects and Policies*(2000. 9. 28~29) 참조.

디어 관련제품의 무관세 등 각종 인센티브를 포함한 다양한 혜택을 제공함으로써 세계의 우수한 멀티미디어 기업의 유치를 적극 유도하고 있다.

〈표 2-10〉 말레이시아 MSC 관련지표

지 표	1997년	1998년	1999년
입주업체 수	47	149	228
말레이시아 지식근로자 수	2,705	7,626	9,168
외국인 지식근로자 수	288	710	748
투자규모(백만 RM)	962	1,461	2,113 ¹⁾
투자이익(백만 RM)	-23	67	347 ¹⁾

주: 1) 2/4분기

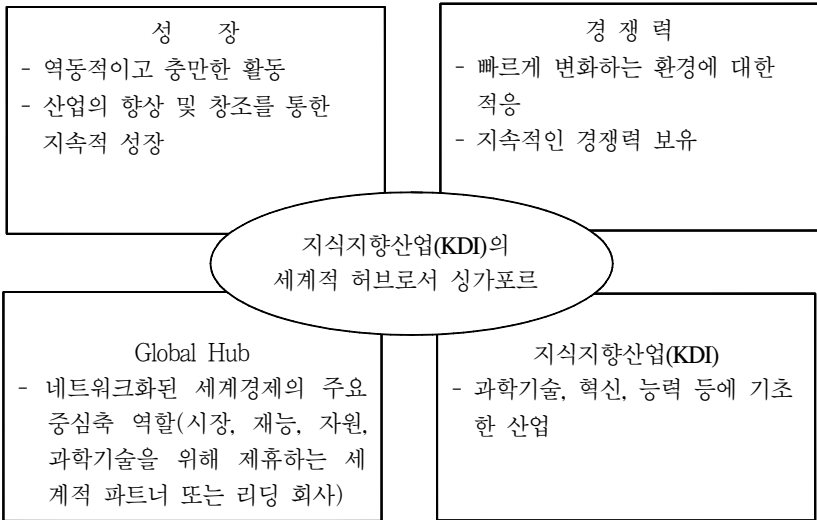
자료: MSC Times, *Regional Outlook: Southeast Asia 2000~2001*.

싱가포르는 사회활동의 모든 면에서 정보기술 이용을 보편화하여 싱가포르를 ‘지능섬(Intelligent Island)’으로 재창조한다는 전략하에 종합적인 국가정보화계획(「IT 2000」)을 수립하고 정보네트워크(‘Singapore One’) 구축을 범국가적 전략사업으로 추진하고 있다. 싱가포르 정부는 ‘싱가포르 One’ 프로젝트에 대한 외국자본의 참여를 촉진하기 위해 자금 및 세제상의 각종 지원이 포함된 소위 개척자우대조치(Pioneer Club Scheme) 등의 투자인센티브를 제공하고 있다.

또한, 1998년 6월에는 21세기에 대비하여 ‘산업의 지식화’에 초점을 맞춘 새로운 국가경제발전전략 청사진(‘Industry 21’)을 수립하고, 세계기업의 투자유치를 적극 유도해 나가고 있다. ‘Industry 21’ 전략적 목표는 세계 다국적기업들의 핵심적인 지식집약사업 본부의 유치를 통해 제조업과 서비스부문에서의 기술·혁신능력을 제고시킴으로써 싱가포르를 역동적이

고 경쟁력 있는 세계 지식산업의 중심지로 개발·육성하는데 있다. 또한 이를 통해 국내기업들의 지식집약적 사업활동(KDA: knowledge-driven activities)을 제고시켜 세계적인 기업으로 육성함으로써 제조업과 서비스산업을 고부가가치의 지식집약형 산업으로 육성한다는 전략이다.

〈그림 2-3〉 싱가포르 ‘Industry 21’의 비전



자료: Singapore Economic Development Board(<http://www.sedb.com.sg/index1.html>)

3) 투자정책의 동일화 현상과 정책적 효과

위에서 살펴본 바와 같이, 외환위기 이후 아시아 각국은 경제구조개혁과 경쟁촉진 과정에 있어 핵심적인 역할을 담당할 외국인투자 유치에 위해 경쟁적인 노력을 경주하고 있다. 이러한 유치경쟁은 곧바로 외국인투자 정책의 변화로 연결되어 투자관련제도를 빠르게 자유화시키고 있으며,

이는 해외투자기업에게 그 만큼 많은 기회를 제공하고 있다. 그러나, 이러한 투자유치정책의 변화와 노력이 반드시 투자유입의 확대로 이어진다고 단정하기는 어렵다. 특히, 외환위기 이후 거의 동시다발적으로 이루어지고 있는 아시아 각국간의 투자유치 경쟁이 정책적인 측면(인센티브 제공, 지분소유한도 확대, 산업개방, 내국민대우, 기업활동 보호 등)에서 상호 유사성을 보이고, 투자자유화 정책이 보편화됨으로써 국가간 정책의 차별화가 크지 않은 경우에는 더욱 그러하다고 볼 수 있다. 이는 글로벌 경제하에서 투자유인정책이 외국기업의 투자지역 선정에 있어 미치는 영향력이 과거에 비해 그 만큼 감소할 수 있음을 의미한다. 다시 말해, 아시아 각 국의 투자유치정책이 상호 유사성을 더해 가고 있어 투자자유화 정책과 투자유입 효과가 반드시 일치하지 않다는 뜻이다.

외국기업의 투자입지 선정에 있어 영향을 미치는 투자결정요인들은 기업이 추구하는 경영전략과 산업특성, 투자유형⁹⁾ 등에 따라 크게 다르나, 일반적으로 볼 때 투자유치국(host country)의 성장잠재력, 시장수요, 정치·경제적 안정, 대외신뢰도 등의 요인들이 더욱 중요시되고 있다.

그럼에도 불구하고, 외국인투자유치의 확대여부는 정책적 측면을 포함한 다양한 변수들의 조합(mix)에 의해 이루어진다는 점을 감안할 때, 투자자유화 정책은 매우 중요한 결정변수로 작용한다. 이러한 다양한 투자결정요인들 가운데 성장잠재력, 시장수요 등은 정책적인 측면에서의 해결은 어려운 일이며, 더욱이 단기적 해결도 불가능하다. 이러한 맥락에서 볼 때, 현재의 투자환경하에서의 투자유치를 극대화하는 방안의 하나는 효율적인 투자정책을 통한 투자여건의 개선일 것이다. 예컨대, 설령 투자

9) 예컨대, 생산효율지향형 투자(production-efficiency seekers)의 경우에는 현지국의 풍부하고 값싼 노동력이 중요한 요인으로 작용할 것이며, 반면에 현지시장접근형 투자의 경우에는 현지시장규모, 수요잠재력, 경제성장률 등이 중요한 변수로 작용할 것이다.

유치국으로서 一國의 투자입지여건이 주변 경쟁국에 비해 다소 불리할지라도 투자정책 및 제도적 측면에서 비교우위를 갖는다면 얼마든지 이를 상쇄할 수도 있을 것이다.

동남아지역에서 발생한 금융위기가 이 지역으로의 외국인투자 유입에 어느 정도의 영향을 미칠 것인가 하는 문제는, 외국기업의 관심과 흥미를 충분히 끌 수 있는 차별화된 투자유인을 제공하는가에 달려 있다고 할 수 있다. 외국인투자의 흐름을 제로섬게임(zero-sum game)으로 볼 수는 없겠으나, 각종 투자제도 및 정책적 측면에서 다른 경쟁국에 비해 불리할 경우에는 그 만큼 외국기업의 국내진출을 위축시키는 결과를 초래할 것이다.

결론적으로, 투자자유화정책 그 자체가 투자유치 확대를 위한 충분조건이 될 수는 없겠지만, 하나의 중요한 투자결정요인으로서 영향을 미친다고 하겠다.

제3장 선진기업의 아시아 진출패턴 변화와 사업전략

1. 선진기업의 對아시아 투자동향과 투자패턴의 변화

전술한 바와 같이, 경제위기 이후 아시아 국가들의 광범위한 시장개방은 곧 글로벌경제로의 신속한 편입을 의미한다. 이를 계기로 다국적기업을 중심으로 하는 선진기업들은 막대한 자금력과 기술력을 바탕으로 아시아지역에서의 주도권 확보를 위해 경쟁적으로 투자를 확대해 나가고 있으며, 진출패턴에도 적지 않은 특징적인 변화가 나타나고 있다.

첫째, 일본기업들의 투자여력이 위축되고 있는 가운데 미국·유럽 등 구미 선진기업의 투자진출이 가속화되고 있어 구미기업의 위상이 높아지고 있다. 둘째, 투자형태의 변화를 들 수 있는데, 그 동안 전통적인 對아시아 투자진출형태였던 신설기업의 설립보다는 상호보완성이 높은 분야에서의 광범위한 국가간 기업인수·합병(M&A)과 전략적 제휴(Strategic Alliance)가 빠르게 확대되고 있다. 셋째, 서비스산업에 대한 규제완화로 금융서비스·유통·정보통신 부문 등에 대한 진출속도가 빨라지고 있어 서비스산업의 ‘다국적화’가 확대되고 있음을 들 수 있다.

이러한 일련의 변화들은 다음에서 고찰하는 바와 같이 아시아지역에서의 새로운 경쟁구도와 판도변화를 예고하고 있다.

가. 歐美企業의 약진과 日本企業의 위상약화

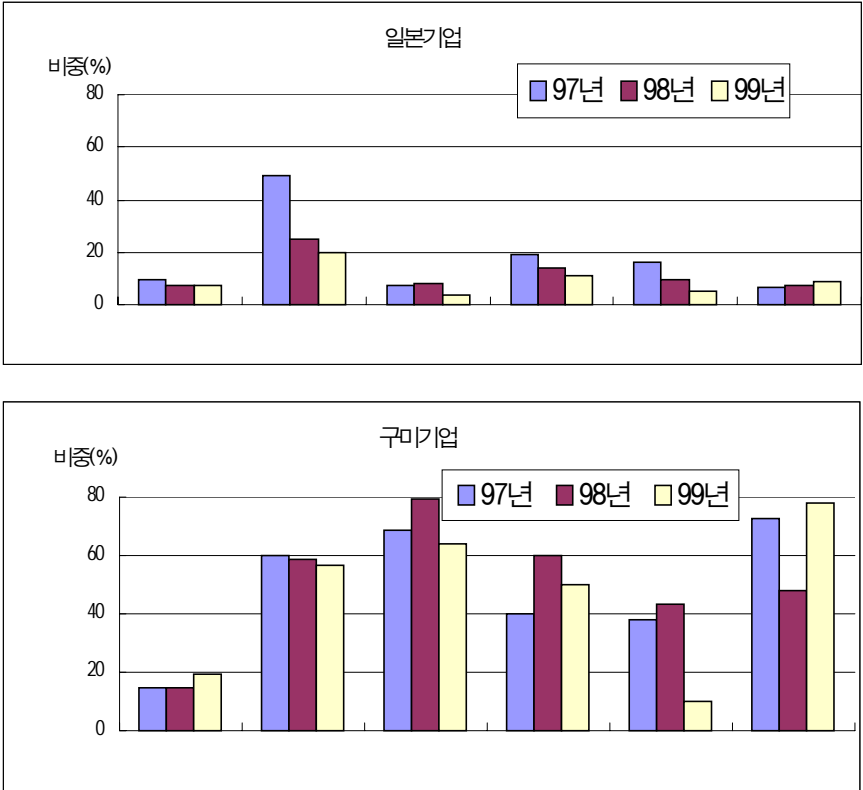
1) 미국·EU기업의 투자비중 확대

아시아 금융위기 이후 동아시아지역의 직접투자유입에서 나타나고 있는 가장 두드러진 특징 가운데 하나는, 국내경제의 장기불황과 사업구조조정 등으로 일본의 아시아지역에 대한 투자가 위축되고 있는 가운데 미국과 서유럽기업의 진출이 활발히 이루어지고 있음을 들 수 있다. 사실, 지난 1970~80년대만 해도 구미기업의 아시아지역에 대한 관심은 지리적 문제, 문화적 차이 등으로 중남미나 동구지역에 비해 상대적으로 소홀했다. 구미기업들이 아시아지역에 대해 본격적으로 관심을 갖게 된 것은 1990년대 아시아경제가 역동적인 고도성장을 지속하면서부터였다. 전통적으로 아시아진출이 부진했던 서유럽에서는 1990년대 중반부터 영국, 프랑스, 독일을 비롯한 EU국가들이 對아시아 수출촉진정책을 실시하고 투자사절단을 보내는 등 적극적인 모습을 보이기도 했다. ASEAN 또한 유럽기업들에게 있어 아시아시장 진출을 위한 좋은 분위기로 작용하면서 아시아지역에 대한 관심이 높아지고 있었다.

이러한 상황에서 아시아 금융위기는 구미기업들에게 또 다른 새로운 기회로 작용하였다. 특히, 금융위기 이후 시장개방의 가속화, 투자유치 경쟁, 투자인센티브 강화, 현지통화가치의 대폭적인 하락에 따른 달러베이스 투자비용의 감소, 사업구조조정에 따른 현지기업의 해외매각, 그리고 구미경제의 상대적 호황에 따른 자국기업들의 풍부한 투자자금 여력 등이 복합적으로 작용하면서 아시아에 대한 투자확대로 이어졌다.

그 결과, <그림 3-1>에서도 잘 나타나고 있듯이, 아시아지역의 직접투자유입에서 차지하는 일본기업의 비중은 크게 위축된 반면에 구미기업의 비중이 상대적으로 상승하고 있다.

〈그림 3-1〉 아시아 직접투자유입에서 차지하는 구미기업과 일본기업의 비중변화



주: 중국은 미국·영국·독일·프랑스의 투자합계이며 나머지는 미국과 EU의 합계임.
 중국은 실행액, 말레이시아는 제조업(인가기준), 태국·필리핀은 인가기준, 한국은 도착기준, 인도네시아는 금융·석유·가스 제외. 태국은 '99년 1~9월, 한국은 '99년 1~6월, 말레이시아·인도네시아·필리핀은 '99년 1~8월임.
 자료: JETRO 『投資白書』(2000), pp. 157~207의 각종 表에 의거하여 재작성.

구미경제권의 상대적인 호황과 일본경제의 경기침체 등을 감안할 때, 앞으로 아시아지역에서 구미기업들의 위상은 더욱 높아질 것으로 보인다. 또한, 단편적인 정보이기는 하나, 지난 1998년 2월 UNCTAD(유엔무역개발

발위원회)와와 국제상공회의소(ICC)가 공동으로 전세계 다국적기업(500개사)을 대상으로 실시한 설문조사 결과에서도 유럽과 미국기업들이 일본기업에 비해 투자를 확대해 나갈 것이라는 응답비율이 높게 나타났다. 특히, 유럽지역 다국적기업의 경우에는 34%가 투자를 확대해 나갈 계획이라고 밝혀, 유럽지역 기업들이 아시아지역의 투자여건에 대해 낙관적인 전망을 하고 있는 것으로 나타났다.(표 3-1 참조)

일본 노무라연구소가 최근(1999년 1~2월) 일본·미국·독일기업들을 대상으로 실시한 설문조사에서도 미국과 독일기업들이 일본기업들에 비해 투자를 확대해 나가겠다는 비율이 높게 나타난 것으로 조사되었다.

〈표 3-1〉 UNCTAD/ICC의 아시아 투자전망 설문조사 결과

(단위: %)

		中·短期 (%)			長期 (%)		
		축 소	유 지	확 대	축 소	유 지	확 대
전 체		12	62	26	6	81	13
國 別	유 럽	11	55	34	5	86	9
	北 美	11	70	19	13	84	3
	日 本	13	68	19	0	56	44
	아시아開途國	21	69	10	3	74	23
	기 타	7	67	27	6	88	6
部 門 別	1次 산업	8	84	8	15	77	8
	製造業	9	57	34	2	83	15
	서비스	18	62	20	9	77	14

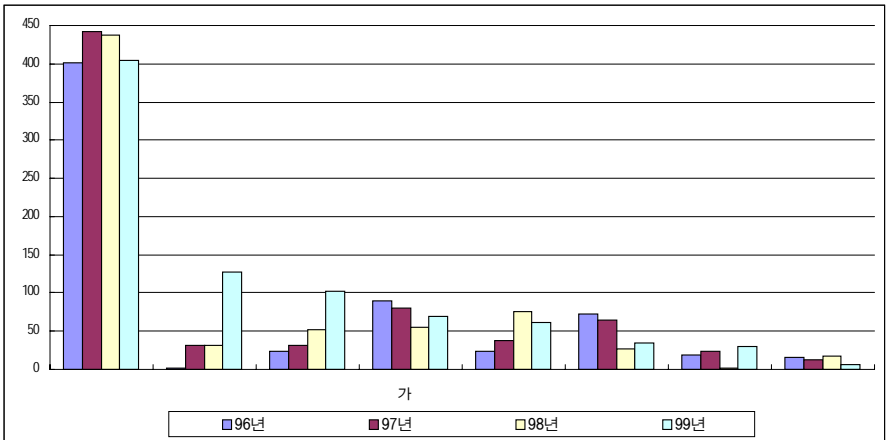
자료: UNCTAD/ICC, *The financial crisis in Asia and foreign direct investment*, 1998. 3.

참고로, 외환위기와 관련하여 한 가지 지적할 것은 외환위기가 닥친 모든 국가들이 일률적으로 직접투자유입의 감소를 경험한 것은 아니라는

사실이다. <그림 3-2>에서 보듯이, 외환위기 직후인 1998년의 경우 인도네시아와 말레이시아는 투자유입이 감소한 반면에 한국과 태국은 오히려 대폭적인 증가세를 기록하였다. 이는 외환위기가 투자유입에 부정적인 영향을 미칠 수 있으나 시장개방 노력, 투자자유화 조치 등 각국 정부의 노력에 따라 크게 달라질 수 있음을 보여 주고 있다는 것이다.

<그림 3-2> 외환위기 前後 아시아 주요국의 직접투자유입 현황

(단위: 억달러)



자료: UNCTAD(2000)

2) 日本企業의 투자위축

최근의 국제 직접투자 흐름 가운데 나타나고 있는 또 다른 특징적인 현상 가운데 하나는 해외투자국으로서의 日本의 위상이 약화되고 있다는 사실이다.

돌이켜 보면, 1980년대는 단연코 일본의 시대라고 말할 수 있었다. 특

히, 1980년대 후반 엔高 이후 해외자산에 대한 실질 구매력의 상승효과에 편승하여 미국, 유럽에서 현지기업들을 대거 인수함으로써 국경간 M&A의 붐을 일으켰다. 또한 이 같은 엔高 현상은 일본기업의 수출경쟁력을 급격히 약화시킴으로써 많은 일본기업들이 신흥공업국이나 동남아시아 각국으로 생산거점을 대거 이전해 나갔다.

그러나, 최근 일본경제의 장기침체, 해외진출기업을 포함한 국내외기업의 대대적인 기업구조조정 등으로 1997년 이후 2년 연속 감소세(각각 -7%대)를 나타내고 있다. <표 3-2>에서도 보듯이 1988~1993년까지만 해도 세계 해외직접투자(유량기준)의 15% 정도를 차지했던 일본의 비중이 1990년대 중반 들어 급속히 감소하기 시작하더니 1999년에는 3%에도 미치지 못하고 있다.

<표 3-2> 선진 5개국의 해외직접투자 비중변화

(단위: %)

	미국	일본	영국	프랑스	독일	5개국 합계
1988~1993	17.8	14.7	11.3	11.0	8.3	63.1
1995	25.8	6.3	12.2	4.4	10.9	59.6
1997	21.1	5.5	13.1	7.5	8.6	55.8
1998	21.3	3.5	17.3	6.6	13.3	62.0
1999	18.9	2.8	24.9	13.5	6.3	66.4

주: 전세계에서 차지하는 비중(유량기준)

자료: UNCTAD(2000)에 의거하여 작성.

역사적으로 일본기업과 아시아경제와의 관계를 살펴볼 때 고려할 중요한 요소는 해외직접투자의 움직임이다. 일본기업과 아시아경제는 직접투자를 중심축으로 상호 발전적 관계를 맺어 왔기 때문이다. 1985년 플라자

합의 이후 엔고국면에 진입하면서 일본기업은 전세계적으로 해외직접투자를 크게 늘려왔는데 특히 눈에 띄는 것은 아시아지역에 대한 투자 증가세였다. 이를 통해 그 동안 일본기업들은 생산설비 및 부품은 물론 기술협력 등을 통한 수직적 분업관계를 구축해 왔다.

일본기업의 아시아지역에 대한 해외투자 확대에는 두 가지의 경제적 배경이 있었다. 그 중 하나는 상대가격요인으로 엔화 가치상승 이후 해외투자 여력이 커진 일본기업들이 동남아시아를 비롯한 아시아지역을 低비용 생산 및 수출지기로 활용하고자 했던 것이며, 다른 하나는 소득요인으로 아시아지역의 고도성장이 지속됨에 따라 현지수요에 대응하기 위해 현지생산을 높이게 된 점이다.

이렇게 해서 이루어진 일본의 해외직접투자 증가는 아시아의 고도 경제성장의 한 요인이 될 수 있었으며, 이에 따라 일본기업과 아시아경제는 서로 밀접한 보완적 발전관계를 이루게 되었다. 그러나, 이러한 상호 보완적 관계가 1997년 시작된 아시아 금융위기를 계기로 약화되고 있다. 아시아 진출 일본계 기업들이 금융위기의 여파로 여러 가지 어려움을 겪고 있는 가운데 투자를 자제하고 있어 일본기업이 차지하는 상대적 비중이 크게 위축되고 있다.

최근 이러한 일본의 對아시아 투자감소가 일시적인 현상인지, 아니면 조정국면을 거친 후 회복세를 나타낼 것인지에 대해 단언하기는 어려우나¹⁰⁾, 현재까지 나타난 현상으로만 볼 때 아시아의 직접투자유입에서 차

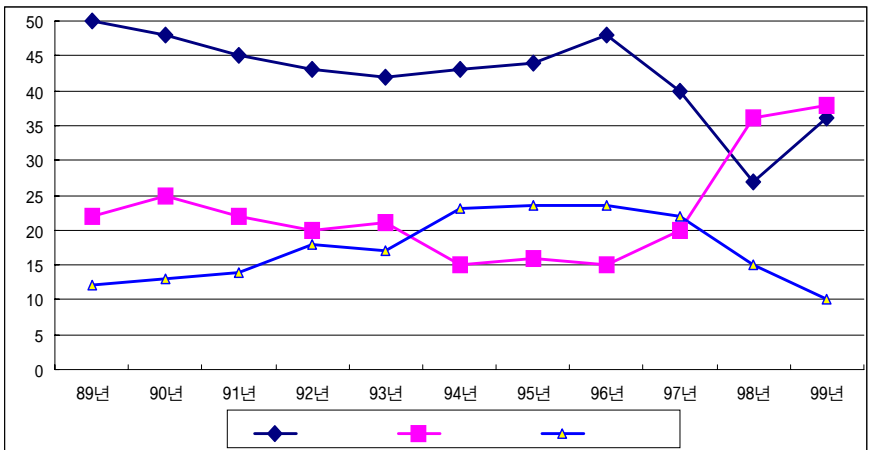
10) 최근 일본의 對아시아 투자감소는 아시아 금융위기 이후의 상황을 고려해 보면 당연한 현상으로 받아들여질 수 있다. 최근 일본기업을 대상으로 한 각종 설문조사 결과를 보면, 일본기업들의 아시아 선호에는 큰 변화가 없는 것으로 나타나고 있어 對아시아 투자위축은 일시적인 현상으로 볼 수 있다. 그러나, 기업구조조정 등 경제여건 등을 감안할 때 對아시아 투자확대에는 신중을 기할 것으로 보여 어느 정도의 조정국면이 지속될 것으로 예상된다.

지하는 일본의 위상이 크게 약화된 것만은 분명하다.

<그림 3-3>에서도 보듯이, 금융위기 이후 일본의 對아시아 직접투자는 2년 연속 감소(1998년과 1999년에 전년대비 각각 -44.%, -4.4%)하였으며 특히, 1999년에는 북미와 EU지역에 대한 투자는 대폭적인 증가세를 나타낸 반면에 아시아에 대한 투자는 감소세를 기록하였다.

〈그림 3-3〉 일본기업의 지역별 해외직접투자 구성비 변화

(단위: %)



자료: 出石詩朗, 「1999年度わが國の對外直接投資届出數字の解説」, 『開發金融研究所報』 第3号, 國際協力銀行(JBIC), 2000. 7. p. 96.

〈표 3-3〉 외환위기 전후 日本企業의 對아시아 직접투자 변화

(단위: 억엔, %)

	1996	1997	1998	1999
아시아	13,083 (9.8)	14,948 (14.3)	8,357 (-44.1)	7,988 (-4.4)
NIEs	3,986 (27.7)	4,186 (5.0)	2,259 (-46.0)	3,567 (57.9)
ASEAN-4	5,574 (39.7)	6,990 (25.4)	4,276 (-38.8)	3,208 (-25.0)
中國	2,828 (-34.5)	2,438 (-13.8)	1,363 (-44.1)	838 (-38.5)
세 계	54,094 (9.1)	66,229 (22.4)	52,169 (-21.2)	74,390 (42.6)

주: ()는 전년대비증감율. NIEs는 한국·홍콩·대만·싱가포르. ASEAN-4는 태국·말레이시아·인도네시아·필리핀.

자료: 出石詩朗, 「1999年度わが國の對外直接投資届出數字の解説」, 『開發金融研究所報』 第3号, 國際協力銀行(JBIC), 2000. 7, p. 98.

나. M&A형 직접투자의 본격화

1) M&A형 직접투자의 비증확대

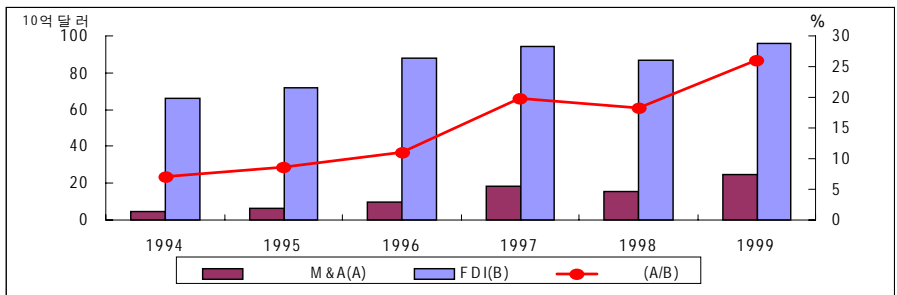
최근 선진기업의 對아시아 직접투자 형태에 있어 가장 큰 특징적인 변화는 국경간 M&A의 비중이 빠르게 확대되고 있다는 사실이다. 금융위기 이전까지만 해도 국경간 M&A에 대한 아시아 각국 정부의 규제로 인해 신설형 투자(greenfield investment)가 주류를 이루어 왔으나, 경제위기를 계기로 서비스산업에 대한 투자자유화 및 시장개방이 확대되면서 M&A형 직접투자가 급증하고 있다.¹¹⁾ 이는 무엇보다도 외자유치를 통해 외환위기

11) 1999년 기준 아시아 개도국의 국경간 M&A(기업의 해외매각) 규모는 253억 달러로 전세계에서 차지하는 비중은 미미한 수준(3.5%)이나 최근 들어 그 증가세가 매우 빨라지고 있다.(’95년 69억 달러→’97년 213억 달러→’99년 253억 달러)

를 극복하려는 해당국가의 이해와 M&A를 선호하는 외국기업들의 이해가 일치되었기 때문으로 볼 수 있다.

이를 통해 볼 때 향후 아시아에 대한 직접투자도 선진국의 경우와 같이 신설형 투자에서 M&A형 직접투자로 그 중심이 전환될 가능성이 높다. 이처럼 외환위기를 계기로 동아시아에 대한 투자가 빠르게 M&A 중심으로 전환되고 있다는 사실은 직접투자에서 차지하는 국경간 M&A 비중의 변화를 살펴보면 더욱 분명해 진다.¹²⁾ <그림 3-4>에서 보듯이, 東아시아(남·동 및 동남아시아)의 국경간 M&A는 외환위기 이전인 1994~96년의 연평균 70억달러에서 외환위기 직후인 1997~1999년에는 200억달러로 무려 3배 가까이 증가하였으며, 이에 따라 전체 직접투자유입에서 차지하는 비중도 빠르게 확대되고 있음을 알 수 있다.

<그림 3-4> 東아시아의 직접투자유입에서 차지하는 국제 M&A(기업의 해외매각) 비중



주: 南·東·東南아시아를 모두 포함.

자료: UNCTAD(2000), p. 52.

12) 사실, 외국인직접투자(FDI) 유입에서 국경간 M&A가 차지하는 비중을 파악하는데는 통계상 많은 오류와 한계가 있다. M&A에 따른 자금유입은 현지시장 또는 국제자본 시장으로부터 직접 조달될 수 있는데, 이는 당연히 FDI 통계에는 포함되지 않는다. 또한 FDI 통계는 국제수지 기준에 의거하여 작성되나 M&A 통계는 그렇지 않다. 더욱이, 통상적으로 볼 때 M&A와 관련된 자금유입은 일정기간에 거쳐 단계적으로 유입된다.(이에 대한 자세한 설명은 UNCTAD(2000), Box IV.4, p. 105 참조)

〈표 3-4〉 외환위기 5개국의 직접투자 유입에서 차지하는 국경간
M&A(해외매각) 비중

국가·지역	시 기		FDI (A) 억 달러	M&A(해외매각) (B)억 달러	국제 M&A 비중(B/A) %
외환위기 5개국	외환위기以前	1996	197	26	13.0
	외환위기以後	1997	193	63	32.8
		1998	168	109	64.8
		1999	174	147	84.5
한 국	외환위기以前	1996	23	6	24.4
	외환위기以後	1997	31	8	27.1
		1998	52	40	76.2
		1999	103	91	87.6
말레이시아	외환위기以前	1996	73	8	10.5
	외환위기以後	1997	65	4	53.9
		1998	27	11	40.6
		1999	35	11	31.2
필리핀	외환위기以前	1996	15	5	30.4
	외환위기以後	1997	13	42	332.8
		1998	18	19	108.7
		1999	7	16	222.1
태국	외환위기以前	1996	24	2	9.7
	외환위기以前	1997	37	6	17.0
		1998	75	32	43.1
		1999	61	18	29.8

주: 통계분류상 M&A가 모두 FDI에 포함되는 것은 아님.

자료: UNCTAD(2000), Annex table A.IV.6(pp. 234~244) 및 Annex table B.1(pp. 283~288)
에 근거하여 재작성.

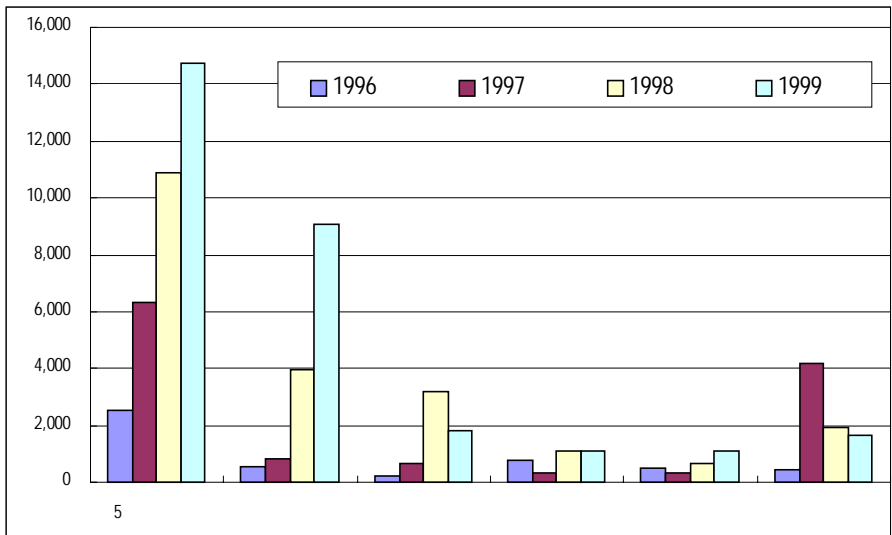
특히, 아시아 외환위기 5개국의 경우에 있어 국경간 M&A(기업의 해외매각)는 통신 및 금융 등 서비스산업에 대한 각국의 시장개방 확대조치와 선진기업의 공격적인 경영전략이 결부되면서 급팽창하고 있다.(1996년 25

억 달러에서 1999년에는 무려 5배 이상 증가한 147억 달러에 달함) 즉, 현지법인을 신규 설립하는 형태로 현지시장에 진출하기보다는 시장점유율을 직접 매수하는 기업인수 방식을 통해 현지시장에 진출하는 것이 전략적 측면에서 유리하다는 판단에 따른 것으로 볼 수 있다.

개별 국가별로 보면, <그림 3-5>에서 보듯이 특히, 한국이 가장 두드러지게 나타나고 있는데, 1999년에는 그 규모가 90억 달러 이상을 기록하면서 전체 직접투자 유입(FDI)에서 차지하는 비중이 88%에 육박하는 것으로 집계되고 있다. 이는 금융시스템 개혁과 기업구조조정이 그 만큼 대폭적으로 이루어졌음을 의미하는 것이다¹³⁾

<그림 3-5> 아시아 외환위기 5개국의 국경간 M&A(기업매각)

(단위: 백만달러)



자료: UNCTAD(2000)

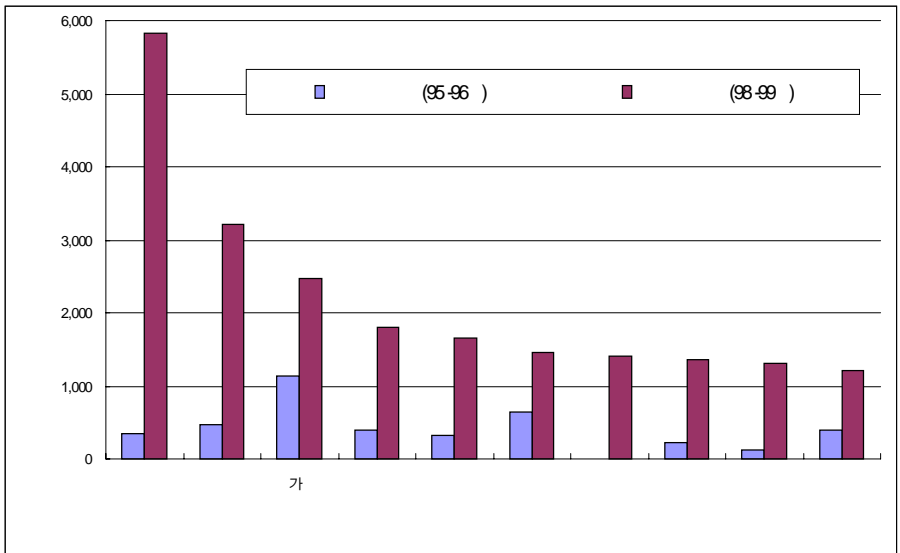
13) World Bank, *World Development Finance*, 1999.

이처럼 외환위기 5개국에 대한 국경간 M&A(기업인수)가 급속히 확대되고 있는 것은, <그림 3-6>에서 보듯이 미국, 영국 등 구미 선진기업들이 막대한 자금력을 바탕으로 주도적인 역할을 했기 때문인데, 외환위기 이후(1998~1999년) 이들 선진기업이 인수한 비중이 거의 절반을 차지하고 있는 것으로 집계되고 있다.

M&A형 직접투자는 일반적인 신규형 직접투자와는 달리 생산설비, 판매망, 전문인력의 확보가 수월하고 투자수익의 실현속도가 빠르고 또한 시장진출이 용이하기 때문에 선진국 기업들의 다양한 투자동기를 충족시켜 주고 있다.

<그림 3-6> 외환위기 5개국¹⁾에 대한 선진국 기업의 국경간 M&A(기업인수)

(단위: 백만달러)



주: 한국 · 인도네시아 · 필리핀 · 말레이시아 · 태국.

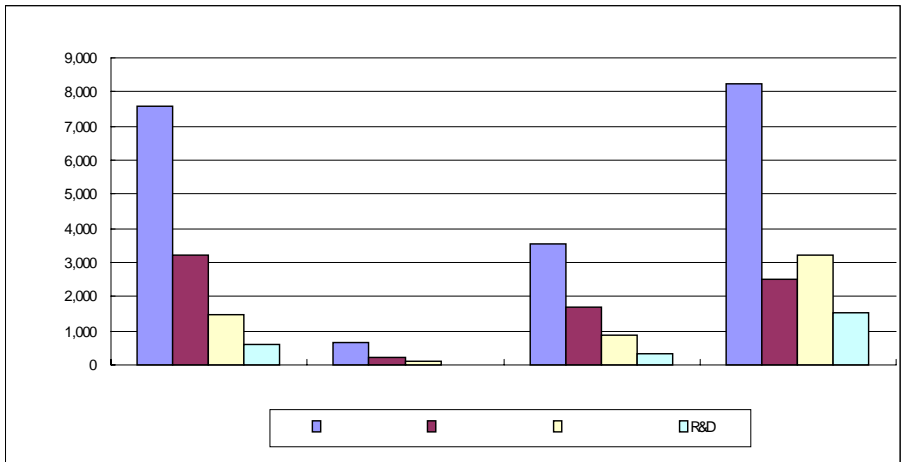
자료: UNCTAD(2000), p. 53.

2) 전략적 제휴의 확대

이처럼 선진기업의 M&A가 활발히 이루어지고 있는 가운데 전략적 제휴를 통한 아시아 시장진출도 활발하게 이루어지고 있다. 기업간 국제적 협력은 종전에는 주로 OECD 선진국간에 이루어져 왔으나, 최근에는 국제경쟁이 심화되는 과정에서 기술이 기업경쟁력의 핵심적 요소로 대두되면서 R&D 수행능력을 보완(R&D 개발비용과 리스크 분담)할 상대(counterpart)로서 아시아 국가들을 새롭게 인식하고 있다. 1990년대의 세계 주요 지역간 전략적 제휴현황을 살펴보면, <그림 3-7>에 잘 나타나고 있듯이 북미지역 기업과의 전략적 제휴가 여타 지역에 비해 가장 활발하게 추진되고 있음을 알 수 있다.

〈그림 3-7〉 아시아지역의 국제 전략적 제휴현황(1990~1999년)

(단위: 건수)

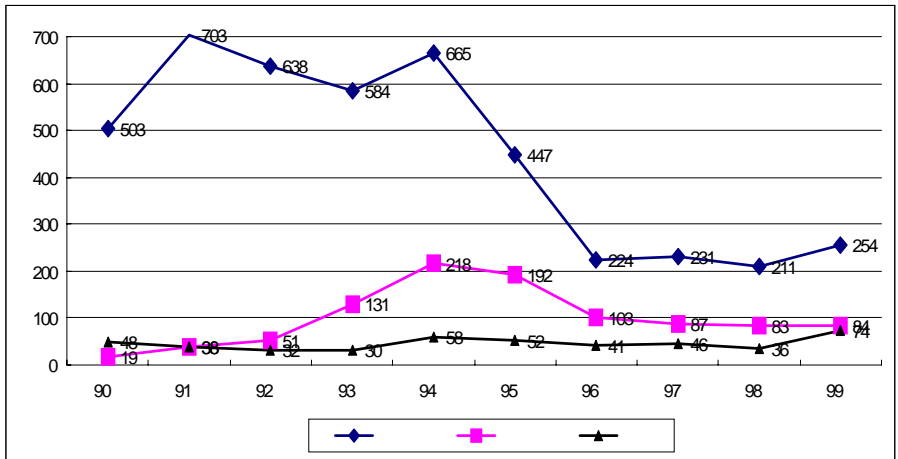


자료: OECD, *International Strategic Alliance: Their Role in Industrial Globalisation*, 2000.7.7.

특히, 미국기업이 한·중·일본 기업과의 전략적 제휴를 추진한 연도별 건수를 보면, 중국과 일본의 경우 제휴건수가 1990년 중반 이후 감소세를 나타내고 있는 반면에 한국은 완만하나마 꾸준한 증가세를 보여 대조를 이루고 있다.(그림 3-8 참조)

〈그림 3-8〉 미국·한국·중국·일본간 전략적 제휴 추이

(단위: 건수)



자료: OECD, *International Strategic Alliance: Their Role in Industrial Globalisation*, 2000. 7. 7.

다. 서비스분야 투자확대

세계적으로 국제 직접투자의 산업별 흐름을 보면, 1차 산업→제조업→서비스산업으로 투자의 중심축이 빠르게 옮겨가고 있다. 이는 다음과 같은 요인으로 설명할 수 있다.¹⁴⁾ 첫째, 세계경제 자체가 구조적으로 서비

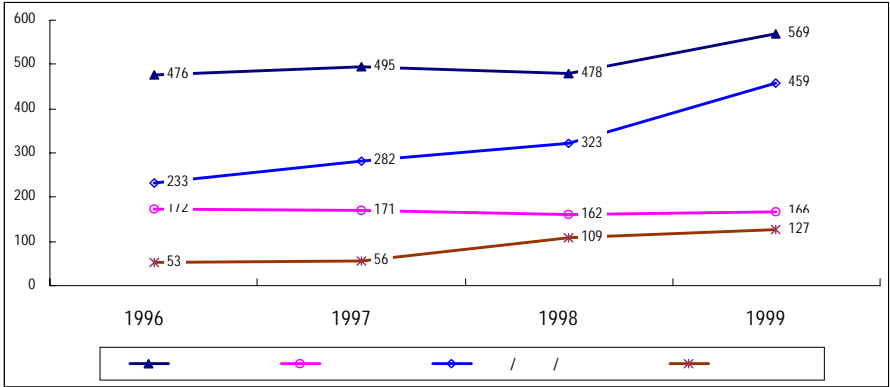
14) 安世英, 『多國籍企業經濟學』, 1998. 11. p. 99.

서비스산업화하고 있으며, 주요국의 경우 국내총생산(GDP)에서 차지하는 서비스산업의 비중이 이미 제조업부문을 앞지르고 있다. 둘째, 서비스산업의 비교역성(non-tradability)에 따른 것으로, 날로 급증하는 각 국의 서비스 수요와 소비자의 다양한 욕구(needs)에 부응하기 위한 유일한 수단은 국가간 직접투자이다. 일부 분석에 의하면, 컴퓨터 생산비용의 약 80%가 서비스비용으로 구성되어 있는 것으로 나타나고 있듯이, 하드웨어 그 자체 가격보다 소프트웨어의 가격이 더 비싼 예는 얼마든지 찾아볼 수 있다. 셋째, 서비스산업에 있어서 투자진출 장벽의 완화를 들 수 있다. 전통적으로 각국은 통신, 교통, 유통, 교육, 광고, 금융 같은 서비스산업에 대해서는 외국자본의 진출을 엄격히 규제하여 왔으나, 1980년대 중반 이후 서비스산업에 대한 외국인직접투자를 대폭 완화하여 1990년대에는 세계 대부분의 국가가 정도의 차이는 있으나 서비스부문에 대한 외국자본의 진출을 허용하고 있다.

아시아의 경우 특히, 금융위기 이후 외국인소유지분 제한 철폐 등 각국이 서비스산업에 대한 규제를 대폭적으로 완화함에 따라 경쟁력이 강한 선진국 기업들의 금융·유통·정보통신 등 서비스분야에 대한 투자속도(투자증가율)가 제조업 부문을 훨씬 능가하고 있다. <그림 3-9>와 <표 3-5>는 최근 미국기업의 對아시아 업종별 투자변화를 보여주고 있다. 물론, 투자비중면에서 아직까지는 제조업부문에 대한 투자가 서비스부문을 크게 상회하고 있으나, 전세계적으로 진행되고 서비스부문에서의 국경간 M&A를 통한 대형화와 글로벌화 추세를 감안한다면 그 비중이 빠르게 상승할 것으로 보인다.

〈그림 3-9〉 외환위기를 전후한 美國의 亞·太지역 業種별 직접투자 변화

(단위: 억달러)



주: 역사적 원가(historical cost) 기준. 금융에서 예금기관(depository institutions)은 제외.

자료: 美상무성(Survey of Current Business 各年호)

〈표 3-5〉 미국기업의 對아시아 業種별 직접투자 현황

(단위: 억달러)

	제조업			제조업 ¹⁾			도매업			금융·보험·부동산 ²⁾		
	1997	1998	1999	1997	1998	1999	1997	1998	1999	1997	1998	1999
亞·太지역	1,466	1,554	1,859	495	478	569	171	162	166	282	323	459
중국	51	65	78	28	38	48	4	2	2	6	8	8
홍콩	193	184	209	29	33	38	49	43	49	36	46	58
인도네시아	67	79	105	4	2	1	-	-	0	2	2	3
일본	337	356	478	142	121	133	50	38	54	83	87	149
말레이시아	65	57	60	44	37	36	2	2	1	4	4	5
필리핀	33	39	38	17	16	13	2	2	2	-	12	10
싱가포르	179	184	248	70	71	114	26	28	14	35	44	81
대만	47	63	69	30	35	36	5	5	6	3	15	16
태국	40	54	70	14	17	26	6	10	4	2	5	4

주: 1)식품·화학·1차금속·기계산업·전자전기·운송장비·기타제조업 2)예금기관

(Depository Institution)은 제외. 역사적 원가(historical cost) 기준.

자료: 美상무성(Survey of Current Business 各年호)

금융위기 이후 서비스부문에 대한 외국기업들의 투자 급증현상은 <표 3-6>을 통해서도 잘 알 수 있다. 특히, 통신 및 금융부문의 경우, 아시아 국가들이 투자자유화 또는 구조조정 등 강력한 경제개혁을 추진하는 과정에서 현지기업 지분을 대거 인수하였으며, 이에 따라 아시아 서비스부문에서 선진기업들의 영향력이 증폭되고 있다.

〈표 3-6〉 아시아 외환위기 5개국의 업종별 해외매각(국제 M&A)

산 업	1995	1996	1997	1998	1999
1차 산업	79 (3.2)	3 (0.1)	367 (5.8)	146 (1.3)	47 (0.3)
2차 산업	457 (18.5)	635 (24.8)	5,134 (81.3)	5,087 (46.8)	8,125 (55.2)
- 식·음료·담배	16	30	3,424	1,359	67
- 목재·목제품	50	40	238	557	1,007
- 화학	101	38	87	1,263	930
- 기계산업	25	8	-	756	1,488
- 전기·전자	29	131	107	108	2,055
- 자동차·기타운송장비	-	209	186	0	219
3차 산업	1,935 (78.4)	1,619 (63.3)	807 (12.8)	5,633 (51.8)	6,547 (44.5)
- 통신	745	907	167	1,925	1,323
- 금융	443	443	158	2,073	2,619
전체	2,468 (100.0)	2,558 (100.0)	6,308 (100.0)	10,866 (100.0)	14,719 (100.0)

주: 단위는 백만달러이며, ()는 비중(%).

자료: UNCTAD(2000), Annex table A.IV.18, p. 259 재구성.

2. 금융위기 이후 歐美企業의 아시아 진출전략 변화와 특징

1980년대 중반 엔高 이후 일본기업들은 국내 생산기능을 대거 아시아 지역으로 이전하고, 분업화에 입각한 생산네트워크를 광범위하게 구축해 나갔던 반면에, 전통적으로 서방기업들의 아시아진출은 상대적으로 활발하지 못했다.¹⁵⁾ 그러나, 1990년대 아시아경제의 급속한 성장은 서방기업들로 하여금 아시아시장을 새로운 투자대상지역으로 인식하게 하기에 충분했다. 지난 1997년 불어닥친 외환위기 이후에도 불구하고 서방기업들은 아시아시장의 성장성에 주목하고 중장기적인 차원에서 공세적인 투자전략을 모색해 나가고 있다.

금융위기 이후 서방기업의 아시아진출 전략에 있어 세 가지의 두드러진 특징이 나타나고 있다. 첫째, 아시아 시장진입의 가속화를 위해 M&A를 적극 활용하고 있다. 둘째, 외환위기 이후 아시아시장의 극심한 경기침체에도 불구하고 서방기업들은 반도체, 자동차 등을 비롯해 신제품 생산기지 확보를 위해 생산설비를 확대해 나가고 있다. 셋째, 중국에 대한 서방기업들의 진출 움직임이 그 어느 때보다도 빨라지고 있다. 이는 중국의 WTO 가입 이후 중국시장의 개방화에 대한 포석으로 해석할 수 있다.

이러한 서방기업들의 전략적 변화는 아시아시장의 수요잠재력을 겨냥한 시장확보 전략을 의미하는 것이다. 즉, 아시아 경기회복에 대한 강한 기대감과 글로벌기업으로서 시장점유율 및 잠재수익성 확대를 추구하는 전략에 따른 것이다. 이러한 서방기업들의 투자전략은 크게 규모의 경제, 핵심사업 역량의 강화, 고부가가치 제품생산으로의 신속한 전환, 브랜드

15) OECD 통계자료에 의한 선진국의 對아시아 직접투자 비중(1996년 stock 기준)을 보면 일본 30.6%, 미국 8.6%, 영국 7.9%, 독일 3.6%, 프랑스 2.7%로 일본의 비중이 압도적인 위치를 점하고 있다.

의 강화 등으로 압축해 볼 수 있다.

해외투자기업이 속한 산업과 기업환경, 투자형태 등이 매우 다양해 글로벌화의 실체에 대한 일반론을 도출하는 것은 사실상 어려운 일이나, 금융위기 이후 서방기업들의 아시아진출에 있어 나타나고 있는 전략적 변화와 특성을 개략적으로나마 살펴보고자 한다.

가. 아시아 진출전략 개요

외환위기 이후 아시아 시장의 개방화 확대와 투자유치 경쟁 등과 같은 일련의 변화들은 선진기업의 아시아진출을 가속화시키는 동인으로 작용하고 있으며, 이에 따라 선진기업들은 목표시장(target market)을 재점검하고 전략적 수정과 함께 이를 구체화해 나가고 있다.¹⁶⁾ 즉, 선진기업들은 아시아지역을 시장환경 및 특성 등에 따라 ① 성장기반의 구축, ② 구조적 변혁기 동안의 투자, ③ 글로벌제품생산부로의 아시아지역 통합화, ④ 세계에서 가장 비용이 적은 지역으로의 아시아지역 활용 등과 같이 구체적인 진출전략을 모색해 놓고 있는 바 이를 요약하면 다음과 같다.(그림 3-10 참조)

① 전략 A: 성장기반의 구축(Build the Growth Foundations)

현시시장의 성장잠재력을 바탕으로 하며 여기에는 중국, 인도, 또는 인도네시아 등이 해당한다.

② 전략 B: 구조적 변혁기 동안의 투자(Infiltrate During Structural Turbulence)

16) 물론, 기업의 해외시장 진출전략은 해당산업의 특성 및 추구하는 경영전략 등에 따라 크게 달라질 수 있으나, 일반적으로 아시아시장을 입지적 관점에서 분류해 보면, ① 세계적인 수출전진기지(말레이시아·태국·필리핀), ② 시장잠재력을 바탕으로 한 시장선점 전략(중국·인도·인도네시아), ③ 고수익률 시장(일본·대만·한국), ④ 서비스센터(싱가포르·홍콩) 등으로 구분해 볼 수 있다.

이는 高소득·低성장 시장에 대한 투자전략으로 사업매각 등 기업 구조조정과 투자자유화가 활발히 추진되고 있는 한국과 일본을 목표로 하는 전략이다.

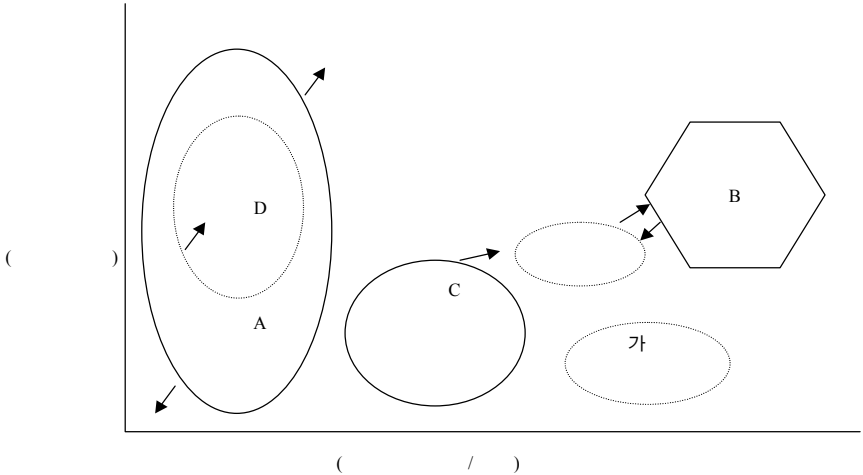
③ 전략 C: 글로벌제품사업부로 아시아지역 통합(Consolidate Asia into Global Product Divisions)

향후 2~3년 동안 빠른 사업성장을 이끌만한 핵심적인 추진력(key driving force)이 없을 경우, 아시아지역에서의 사업활동을 글로벌제품사업부로 통합하여 본사에서 직접적으로 관리하고 통제한다는 전략으로, 여기에는 태국, 필리핀, 말레이시아 등과 같이 시장규모가 비교적 작은 국가들이 해당된다.

④ 전략 D: 세계에서 가장 비용이 적은 지역으로의 아시아지역 활용(Use Asia to Institutionalize Global Lowest-cost Positioning)

이는 대규모 시장과 낮은 비용의 이점을 극대화하기 위한 투자전략으로 현지 내수시장의 대규모 수요와 수출확대를 목적으로 하고 있으며, 중국, 또는 인도 등이 이러한 투자전략의 대상지역에 해당된다.

〈그림 3-10〉 선진기업의 對아시아 中·短期(2~5년) 진출전략 개요



자료: EABC(Euro-Asian Business Consultancy Ltd), "Evaluation of Korea's Business Environment and Policy Action Plan: A Foreign Perspective," July 23rd, 1999.

이러한 아시아 신흥시장에 대한 기본전략을 바탕으로 선진 각국 정부는 목표시장별 유망진출 분야(best market)를 선정하는 등 자국기업의 효과적이고 차별화된 해외시장 진출을 측면에서 적극 지원해 주고 있다. 예컨대, 미상부성은 아시아 신흥시장에 대한 진출확대 전략의 일환으로 <표 3-7>에서 제시된 바와 같이 국가별 유망 수출 및 투자분야에 대한 정보를 수집·제공함으로써 차별화된 전략을 바탕으로 시장점유율을 확대해 나가고 있다. 미국기업들은 특히, 아시아진출 미국자회사의 높은 수익률¹⁷⁾을 바탕으로 신규자본투자보다는 현지영업을 통해 거둔 이익금을 투자재원으로 하는 이익재투자(reinvested earnings)를 통해 투자를 확대해 나가고

17) 美 상부성 자료(Survey of Current Business, 2000. 7)에 의하면, 1999년 기준 미국계 해외자회사 전체 수익증가분 가운데 절반 이상이 亞·태지역(특히, 일본·홍콩) 진출 자회사에 의해 창출된 것으로 나타나고 있다.

있다. EU 기업들 역시 미국과 일본의 아시아진출에 대응하고 그 동안 상대적으로 부진했던 아시아진출을 강화하기 위해 ASEM 등을 통해 아시아 각국과의 경제협력을 강화해 나가고 있다.

결국, 국가별 시장환경 및 성장잠재력을 바탕으로 진출전략을 차별화해 나가고 있는데, 국별로는 시장규모가 큰 중국과 태국에 대한 투자진출을 강화해 나가고 있으며, 업종별로는 자동차, 정보통신, 금융서비스 분야 등을 대상으로 공세적인 진출전략을 강화해 나가고 있다.

〈표 3-7〉 미국의 對아시아 진출(수출·투자) 유망업종(非농업부문)

지역	국가	수출·투자유망 분야
중 화 경 제 권	중국	농화학(12,400/10,000) · 정밀화학제품(8,330/7,800) · 통신장비(13,000/7,500) · 컴퓨터SW(2,170/800) · 프랜차이즈(435,675/430,680) · 플라스틱 제품(11,610/3,780) · 건설자재(52,530/54,000) · 의약품(22,469/22,490) · 오염조절장비(4,835/2,250) · 의약장비(4,931/4,732) · 기계류(2,969/1,750)
	대만	전자제품장비(13,350/5,000) · 과학기자재(3,600/2,000) · 컴퓨터S/W(1,450/830) · 전자부품(43,400/45,000) · 컴퓨터/주변기기(13,750/29,000) · 플라스틱(6,700/8,200) · 통신장비(3,010/3,720) · 전력장비(3,450/4,700)
	홍콩	통신장비(2973/1142) · 통신서비스 · 컴퓨터 및 주변기기(1447/557) · 컴퓨터S/W(334/84) · 제조(1180/380) · 항공기 및 부품(683/0) · 프랜차이즈 · 화장품류(1945/540) · 플라스틱제품(1207/507) · 오염조절장비(254/54) · 관광서비스
아 세 안	싱가포르	전자부품(11,500/12,000) · 전자산업생산장비(1,850/1,450) · 항공기 및 부품(3,623/1,447) · 과학용기자재(1,010/400) · 프랜차이즈 · 전력시스템(2,350/950) · 통신장비(1,500/2,600) · 오염조절장비(430/80) · 건설장비(1,046/393) · 건축자재(2,908/1,010) · 의약장비(225/655) · 컴퓨터H/W(1,700/13,700)
	말레이시아	수질관련장비 · 전자상거래 · 첨단기술교육 · 의약장비 · 대중교통(180/105) · 프랜차이즈 · 자동차부품(4,170/3,035) · 에너지(187/44)
	태국	공항관련장비(181/7) · 수질관련장비(632/476) · 자동차부품/서비스(2,977/4,472) · 의약장비(374/287) · 비즈니스서비스(1,050/450) · 식품가공장비(363/150) · 컴퓨터S/W(138/28) · 전자부품(6,340/4,700) · 전자제품/검사장비(950) · 전력시스템(2,350/1,400) · 통신장비(1,890/1,100)
	인도네시아	교육훈련(2,308) · 공업용화학(1,920/327) · 원유가스장비(539/89) · 광산장비(403/113) · 제지(1,800/14) · 원목기계(350/71) · 컴퓨터/주변기기(280/450) · 통신장비(249/398) · 식품가공/포장장비(391/50)
기타	한국	전력시스템(6,300/3,800) · 항공기/부품(1,751/1,194) · 엔지니어링서비스(5,950/6,440) · 안전장비(1,110/820) · 오염조절장비(4,152/2,906) · 의약(6,283/6,153) · 통신서비스 · 교육 · 운송서비스 · 소매업

주: ()는 시장규모/현지생산규모(단위: 백만달러). 중국·한국은 1999년 기준이며, 나머지 국가는 2000년 기준임.

자료: 美 국무부 · 상무부자료에 근거하여 작성.

나. 국경간 M&A의 적극적인 활용

전술한 바와 같이, 최근 세계경제의 글로벌화 과정에서 나타나고 있는 가장 뚜렷한 특징 가운데 하나는 국경간 M&A형 직접투자의 급속한 확대를 들 수 있다. 이는 세계경제의 성장 및 기술진보, 국가간 경쟁심화 등에 대응한 다국적기업의 공격적인 경영전략으로 이해할 수 있다.

세계기업들이 해외시장 진출에 있어 신설형 직접투자보다 국제 M&A를 선호하는 이유는, 기존기업(피인수기업)이 보유하고 있는 판매 및 유통망·상표브랜드·특허권·라이선스·R&D·기술노하우 등과 같은 전략적 자산(strategic assets)을 기업인수 시점부터 획득할 수 있을 뿐만 아니라, 신규진출에 따른 시간을 절감시켜 주기 때문이다. 즉, 해외시장진출의 신속성(speed)을 들 수 있는데, M&A형 국제 직접투자는 기존기업의 시장점유율을 매수함으로써 외국투자기업의 입장에서 볼 때 해외시장 접근을 위한 가장 빠르고 효과적인 수단이 되고 있다. 따라서, 이미 선진국 기업이 기술경쟁력을 갖추었으나 기존의 고객망과 판매유통시장을 확보하는데 많은 시간과 노력이 필요하다고 판단되는 분야에서 국경간 M&A는 더욱 활발하게 이루어질 것이다.

M&A형 직접투자는 성격상 신설형 직접투자에 비해 그 규모와 속도면에서 국내시장 및 산업에 미치는 영향도 훨씬 크다. 자동차산업의 사례에서도 볼 수 있듯이 최근의 국경간 M&A는 시장지배력을 지닌 거대업체들이 빠른 속도로 자본결합을 통해 규모의 경제와 상호보완성을 추구해 나가고 있다.

이러한 현상은 최근 아시아지역에도 급속히 확산되고 있다. 막대한 자금력과 선진경영기법을 지니고 있는 선진기업들이 아시아시장의 급속한 개방화와 더불어 거대한 시장규모를 바탕으로 한 경제적 역동성에 주목

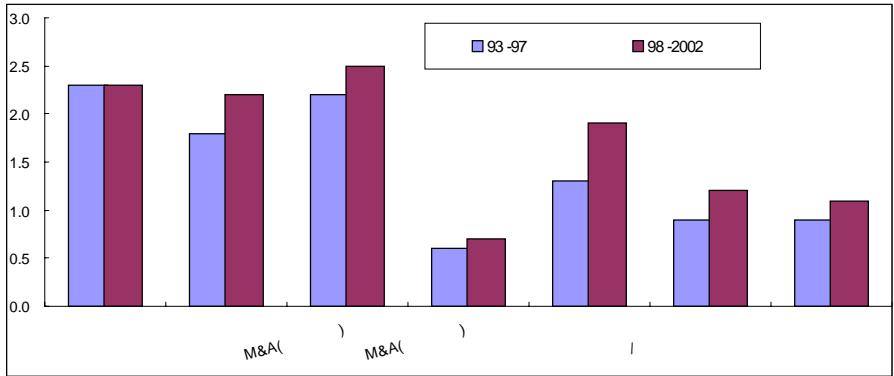
하고 시장확보 수단으로 인수·합병을 적극 활용하고 있기 때문이다.

사실, 그 동안에는 상대적으로 높은 아시아지역의 진입장벽으로 서방기업들의 해외직접투자는 주로 북미와 유럽지역에 집중되었으나, 외환위기 이후 선진기업들은 국경간 M&A에 대한 규제완화, 서비스산업의 급격한 개방화조치, 자산가치의 하락 등을 호기로 판단, 적극적인 기업인수를 통해 한국을 비롯한 아시아 진출에 박차를 가하고 있다. 이에 따라 아시아 시장에서의 시장확보 경쟁이 가속화되고 있다. 특히, 미국기업들은 주식시장(equity markets)의 活況과 자국경제의 지속적인 호황으로 富(wealth)가 축적됨으로써 기업인수에 소요되는 투자자금 여력이 커짐에 따라 해외시장 진출에 유리한 입장에 있다.

과거 구미 선진기업들의 아시아 진출은 주로 수출확대 전략을 바탕으로 이루어져 왔으나, 자국기업의 경쟁력이 강화되고 아시아시장 규모가 급팽창하면서 범세계적인 생산네트워크 구축은 물론 현지유통망 확보, R&D 제휴 등의 전략에 따라 직접투자를 통한 진출을 확대해 나가고 있다. 특히, 외환위기 이후 선진 다국적기업들은 신규공장을 건설하거나 지점망을 신설하는 방식의 신설형 투자(greenfield investment)보다는 현지기업을 직접 인수·합병하는 국경간 M&A 전략을 적극 모색하고 있다.

업종별로는 자동차, 중공업 등 제조업 부문에서부터 유통, 인터넷서비스, 금융, IT산업 등에 이르기까지 거의 모든 산업에 걸쳐 활발히 이루어지고 있으며 이러한 추세는 더욱 확산될 것으로 전망된다. 이는 미국, 유럽, 일본 등 전세계 다국적기업들을 대상으로 한 유형별 해외시장 진출선호도 조사결과에서도 잘 나타나고 있다.(그림 3-11 참조)

〈그림 3-11〉 다국적기업의 해외시장진출 유형별 선호도



주: 0(활용 안함) 4(가장 많이 활용)

자료: UNCTAD外, *International Investment: Towards the Year 2002*, 1998.

<표 3-8>에서도 나타나고 있듯이, 서방기업의 아시아 기업인수는 자동차, 금융, 화학, 시멘트 등의 업종에 이르기까지 산업 전반에 걸쳐 활발히 이루어지고 있다. 동종업종간의 기업인수가 활발하게 이루어지고 있다는 사실은 그 만큼 세계시장에서의 경쟁압력이 커지고 있다는 것을 의미한다. 예컨대, 시멘트산업의 경우, 1998년 Holderbank사(스위스)를 비롯한 유럽의 우수기업들은 ASEAN 시멘트제조업체들을 대거 인수·합병함으로써 이들 서방기업들은 아세안 현지시장에서의 생산규모를 40% 가까이 확대시킬 수 있었다.¹⁸⁾ 시멘트 업종은 초기 투자비용이 매우 큰 자본집약적 산업이므로, 서방기업들의 이러한 활발한 M&A는 외환위기 이후 자산가치가 떨어진 아시아 기업을 대거 인수함으로써 초기 투자비용의 부담을 줄여보려는 전략에 따른 것이다.

결국, 서방기업들의 아시아진출 확대전략은 1990년대 초반 이후 나타나

18) Japan Cement Association, “Expansion of Foreign Capital into the Cement Markets of Six Asian Countries”, press release, October 1998.

기 시작한 경쟁압력, 자국의 성숙시장에 대응한 사업합리화 차원에 따른 것이다. 또 다른 요인은 사업다각화 전략에서 핵심사업의 강화를 위한 M&A 전략으로의 전환을 들 수 있다. 이러한 현상은 규모의 경제를 추구하고 있는 자본집약적 산업과 자유화·규제완화가 진행되고 있는 금융서비스 및 통신산업부문에 더욱 두드러지게 나타나고 있다.

〈표 3-8〉 아시아 외환위기에 대한 서방기업의 대규모 M&A사례(1997. 7~1999. 7)

업종	인수기업	피인수기업
화학	BASF(독일)	대상 Lysine 사업부문(한국)
		효성 Styrene사업부문 합작투자(한국)
		한화 Urethane사업부문 합작투자(한국)
	Bayer(독일)	ABS/SAN과 합작투자(태국)
	Novartis(스위스)	동양화학의 농화학사업부문(한국)
자동차	볼보(스웨덴)	삼성중공업 건설장비부문(한국)
금융	Newbridge Capital(미국)	제일은행(한국)
	ABN Amro(네덜란드)	Bank of Asia(태국)
	Standard Chartered(영국)	Nakornthon Bank(태국)
	Merrill Lynch(미국)	Phatra Securities(태국)
	AIG(미국)	Bangkok Investment(태국)
시멘트	Holderbank(스위스)	Siam City Cement(태국)
		Union(필리핀)
		Tenggara Cement Glaris(말레이시아)
	Blue Circle(영국)	Fortune Cement(필리핀)
	Ciments Francais(프랑스)	Jalaprathan Cement(태국)
		Asia Cement(태국)

주: 진하게 표시된 부분은 절반이하의 주식인수.

자료: Hidehiko Mukoyama, "The Asian Economy Toward a New Century and the Asia Strategies of Japanese Companies." *Pacific Business and Industries*, Vol. II 2000, Sakura Institute of Research/Center for Pacific Business Studies, p. 12.

다. WTO 加入에 대비한 중국진출 가속화

중국의 WTO 가입으로 예상되는 가장 커다란 변화는 중국경제의 글로벌화와 국유기업 개혁을 포함해 국내의 전반적인 구조개혁의 가속화일 것이다. 이는 기존체제에 대한 대대적인 변혁과 혁신을 의미하는 것으로 소위 ‘창조적 파괴’라고 일컬어지기도 한다. 중국의 WTO가입이 세계적으로 주목을 받는 이유는 거대인구의 중국이 WTO라는 세계경제체제에 본격적으로 편입하게 됨으로써, 중국자체의 변화는 물론, 국제무역과 세계경제에도 적지 않은 영향을 미칠 것으로 보기 때문이다. 예컨대, 정보통신분야의 경우, 이는 중국에 있어 일종의 신흥산업으로 최근 성장속도가 획기적으로 빨라지고 있어 머지않아 미국을 제치고 세계 최대의 휴대전화시장으로 부상할 가능성이 높다. 또한, 중국의 전화보급률은 현재 매우 낮은 수준(전국 13%, 도심지역 28.4%)인데, 이 역시 외국기업들이 중국통신시장에 대해 큰 관심을 갖게 하고 있다.

1) 선진기업의 중국진출 경쟁동향

중국의 WTO 가입이 임박해지면서 중국이 소위 ‘잠재적’ 시장에서 ‘현실적’ 시장으로 대두됨에 따라 자동차¹⁹⁾, 정보통신, 금융, 유통 등에 이르기까지 선진기업들의 움직임이 빨라지고 있다. 서방 다국적기업들이 앞을 다투며 중국에 대한 진출을 가속화하고 있는 것은 무엇보다도 12억 이상의 세계 최대인구를 지닌 거대한 규모의 시장잠재력과 WTO 가입에 따른 시장개방 이후를 대비하기 위한 市場先占 전략에 따른 것이다.

<그림 3-12>를 보면, 미국과 독일을 비롯한 구미 선진기업들의 중국진

19) 이에 대해서는 제Ⅳ장 참조.

출이 확연히 빨라지고 있음을 알 수 있다. 이미 1990년대 이후 중국의 시장개방이 확대되면서 제조업을 중심으로 매년 아시아 개도국 직접투자유입의 약 30%가 중국에 집중될 정도로 중국에 대한 투자열기는 대단하였다. 그러나 최근의 對중국 투자는 정보통신 등 서비스산업과 자동차 등을 중심으로 빠르게 진전되면서 질적인 면에서 차원을 달리하고 있다.

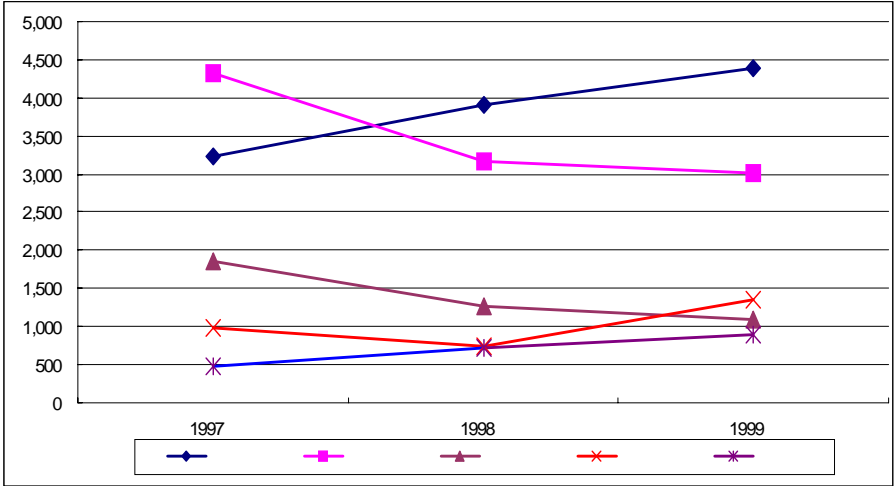
이러한 가운데 미국과 유럽의 다국적기업들은 중국에 대규모 연구개발 센터를 잇따라 설립하고 있으며 또한 중국내 연구개발 투자규모도 대폭 확대해 나가고 있다. 중국을 단순한 제품판매 시장이나 생산기지가 아닌 글로벌연구개발의 전초기지로 활용한다는 전략이다.

현재 중국에 대규모 연구소를 설립, 운영하고 있는 다국적기업들은 마이크로소프트, 인텔, 폴크스바겐, P&G 등을 비롯하여 약 30개사에 이르고 있는 것으로 나타나고 있다.²⁰⁾ 이들 다국적기업 연구소 가운데 정보통신 분야 연구소 19개, 전기전자 5개, 화학 3개, 기계분야 3개로 연구분야도 다양화하고 있다. 인텔은 최근 베이징에 연구개발센터를 설립해 앞으로 미국연구소와 연계하여 중국내에서 첨단정보통신기술에 역점을 둘 계획이다. 마이크로소프트 역시 앞으로 4,000만 달러를 투자해 상하이의 마이크로소프트 아시아기술센터를 확대할 방침이며 윈도우 중국어판 개발을 포함하여 각종 소프트웨어를 중점 개발할 계획이다. 중국에 7개의 생산기지를 운영하고 있는 핀란드의 노키아 역시 앞으로 중국시장에 10억 달러를 투자할 계획이며 이 중 대부분을 차세대 이동통신을 포함한 통신기술 연구개발에 활용할 방침이다.

20) 매일경제신문(2000. 11. 15)

〈그림 3-12〉 선진국기업의 對중국 직접투자 추이 비교

(단위: 백만달러)



주: 실행액 기준

자료: JETRO(2000), p. 159.

이러한 구미기업들의 빠른 약진에 비해 일본의 중국진출은 상대적으로 침체국면에 처해 있어 중국시장에서 일본의 위상이 약화되고 있다. 일본 기업의 對中 직접투자는 일본 국내경제의 장기침체로 인해 최근 2년에 걸쳐 연속 큰 폭으로 감소하였다. <표 3-9>에서도 잘 나타나고 있듯이, 일본의 對中 직접투자는 1997년 2위에서 1998년에는 5위로 전락한 반면에 미국은 4위에서 2위로 부상하였다. 1999년 역시 일본의 對中 투자(계약금액 기준)는 전년대비 7.8% 감소한 25억 달러로 국가별 순위 5위를 유지하고 있는데, 이는 투자금액면에서 볼 때 미국의 40%에 지나지 않는 규모이다.

〈표 3-9〉 지역·국가별 對中 직접투자 순위변화(실행액 기준)

1997년			1998년		
순위	지역·국가	구성비(%)	순위	지역·국가	구성비(%)
1	홍콩	45.6	1	홍콩	41.2
2	일본	9.6	2	미국	8.6
3	대만	7.3	3	버진諸島	8.1
4	미국	7.2	4	싱가포르	7.2
5	싱가포르	5.8	5	일본	6.9
6	한국	4.7	6	대만	6.7
7	영국	4.1	7	한국	3.4
총액	452.6억 달러		총액	455.87억 달러	

자료: 中國對外經濟貿易合作部

한편, 미국·일본·EU 선진국들은 <표 3-10>에서 보듯이, 중국의 WTO 가입과 관련하여 중국과의 각종 합의를 통해 중국시장 진출을 적극 모색하고 있다. 1999년 11월 미·중 합의에 이어 2000년 5월에는 중국과 EU와의 교섭이 시작되어 중국의 WTO 가입을 둘러싼 양국간 교섭이 현재 최종 국면을 치닫고 있다. 중국은 WTO가입 협상에 따라 금융시장, 정보통신, 자동차분야를 우선 개방하기로 했다.

〈표 3-10〉 중국의 WTO 가입관련 시장개방에 관한 美中·日中·EU·중국의 합의내용

분야	미국-중국 합의	EU-중국 합의	일본-중국 합의
자동차	-2006년까지 완성차 수입관세율을 25%로, 부품관세율을 10%로 인하.	-자동차 엔진생산에서 외자전액 출자허용	-자동차 수입관세율을 50%로 인하
통신	-부가가치통신서비스에서 외자출자비율을 가입후 49%로 인하, 2년후에 50%까지 출자허용 -기본서비스에서 외자출자비율을 가입 후 6년 이내에 49%까지 허용 -인터넷사업에서 외자참여도 허용(시기 미정)	-이동전화서비스에서 외자출자비율을 가입후 3년내에 49%까지 허용	-외자 50% 미만의 출자를 단계적으로 허용
금융	-외국은행의 중국 위안화 업무를 인정. 가입후 2년 이내에 기업에 대해, 그리고 가입후 5년 이내에 개인에 대해 허용 -보험회사에 대한 외자출자비율을 50%까지 허용	-EU의 7개 보험회사에 대해 신규 참여 허용	-중국 위안화 업무와 관련, 일정 기간 후에 제한 철폐
농산물	-농산물 평균관세율을 2000년까지 17.5%로 인하	-식물성기름·포도주 등에 대한 관세율을 인하	

자료: 沈才彬, 「中國의WTO加盟と日本企業の對應」, 『世界經濟評論』, 世界經濟研究協會, 2000. 9.

중국의 시장개방에 대비하여 최근 선진업체들의 움직임이 가장 빨라지고 있는 업종은 정보통신서비스 부문이다. 중국의 WTO 가입이 임박해지면서 신규 개방되는 첨단산업분야에서 세계 유명 정보통신업체 및 설비공급업체들간의 시장선점 경쟁이 격화되고 있다. 중국은 미국과의 WTO 가입협상 과정에서 정보통신분야에 대해 획기적인 시장개방안을 제시하

였으며, CDMA 시스템 채용 및 미국과의 합작의향을 밝힌 바 있다. 비공식 통계에 따르면, 이미 1998년 한해 동안 미국의 관련업체들이 중국으로부터 수주한 정보통신 관련설비 수주총액은 약 8억 3,000만 달러에 이르렀으며 1999년 상반기 수주실적도 4억 5,000만 달러에 달한 것으로 나타났다.²¹⁾ 또한, 이미 이동통신, 컴퓨터, 통신서비스, 통신망 등의 분야에서 모토롤라, IBM, AT&T, 컴팩, 루슨트테크놀로지, 휴렛패커드 등 미국 주요 기업들의 대형 협력프로젝트가 계획, 추진되고 있다. 뿐만 아니라, 미국기업들은 이동통신설비와 네트워크용 호스트컴퓨터 등 통신설비는 물론 대형 소프트웨어 개발회사 설립 및 부가가치 통신서비스업무 등도 추진되고 있는 것으로 나타나고 있다.

최근에는 세계 2위 휴대폰 제조업체인 미국의 모토롤라가 마침내 중국 정부로부터 19억달러 규모의 투자(통신장비용 반도체 칩 생산) 승인을 이끌어냄으로써 중국 휴대폰시장에서의 입지를 더욱 강화해 나가고 있다.²²⁾ 모토롤라는 이를 통해 무선통신 송신용 칩도 생산할 계획인데, 중국 내수시장은 물론 아시아·태평양지역으로도 수출을 확대해 나간다는 전략을 갖고 있다. 미국의 이러한 활발한 중국진출에 위협을 느끼고 있는 일본 역시 후지쯔, 도시바, NEC 등 대기업들을 중심으로 중국시장 진출 확대를 위한 움직임들이 빨라지고 있다. 일본의 관련업체들은 주로 정보시스템 분야에서 일본의 응용기술 및 연구성과의 사업화 능력과 중국의 기초연구 능력의 결합을 통해 미래지향적 기술협력 관계를 구축하는데 역점을 두고 있다. 이 같은 미국, 일본기업들의 움직임에 자극을 받은 노키아(핀란드), 에릭슨(스웨덴) 등 세계적인 유럽업체들도 이동전화서비스 및 통신설비를 중심으로 중국진출에 박차를 가하고 있다.

21) 삼성경제연구소, 「해외기업동향」(2000. 9. 18).

22) *Asian Wall Street Journal*(2000. 9. 3)

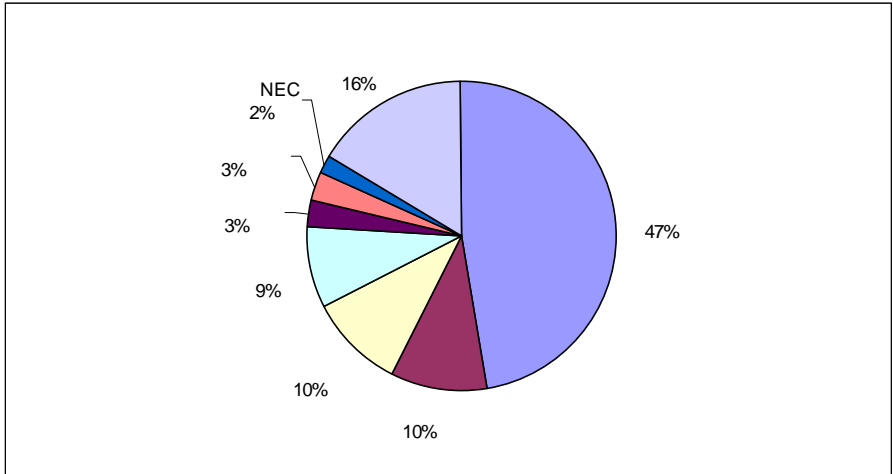
사실, 중국은 현재까지 통신서비스부문에 대해서는 외국자본의 진출을 엄격하게 규제하고 있으나, 주변 관련사업인 통신기기의 개발 및 생산에 대해서는 그 동안 개방정책을 통해 외자자본을 적극 유치해 왔다. 그 결과 중국 통신기기 시장에서의 외국기업들간의 경쟁도 매우 치열하다. 현재 외국 통신기기업체들은 휴대폰, 무선호출기, 전화교환기 등에 이르기까지 다양하게 진출해 있다. 중국 통신기기 분야에 가장 먼저 진출한 기업은 미국의 모토로라社로, 1986년 11월 이후 현재까지 투자총액이 수십억 달러에 달해 중국 통신기기산업에서 독보적인 위치를 유지하고 있다. 이어 스웨덴의 에릭슨, 핀란드의 노키아 등이 대거 진출하였다. 1999년 기준 메이커별 휴대전화기 생산비중을 보면, 모토로라, 에릭슨, 노키아 등 3대 외자계 기업이 각각 47.1%, 10%, 10%의 점유율을 나타내고 있는데, 이들 3社를 합치면 중국 시장전체의 약 80%를 점유하고 있는 셈이다. 반면에, 일본의 경우 NEC와 마쯔시다(松下)를 합치더라도 그 비중이 5% 정도에 머물고 있다.(그림 3-13 참조)

전화교환기 제조부문 역시 유럽계회사(벨기에의 벨텔레폰社, 핀란드의 노키아社)들이 독점이 계속되고 있어 일본기업의 진출여지는 매우 적은 형편이다. 중국 정보통신시장에서 구미계 기업들의 입지가 강하다는 사실은 중국정부가 지난 1999년 4월 발표한 ‘중국전자보(中國電子報)’를 통해서도 잘 나타나고 있다. 상위 1000개 기업 가운데 모토로라, 노키아, 에릭슨社가 각각 1위, 2위, 5위를 점하고 있으며, 일본계 마쯔시타는 10위에 머물고 있는 것으로 나타나고 있다.²³⁾

23) 沈才彬, 「中國의WTO加盟と日本企業의對應」, 『世界經濟評論』, 世界經濟研究協會, 2000. 9.

〈그림 3-13〉 중국 휴대전화기의 업체별 생산비중(1999년)

(단위: %)



자료: 沈才彬, 「中國의 WTO加盟と日本企業의 對應」, 『世界經濟評論』, 世界經濟研究協會, 2000. 9

2) ASEAN에서 中國으로의 移轉 현상

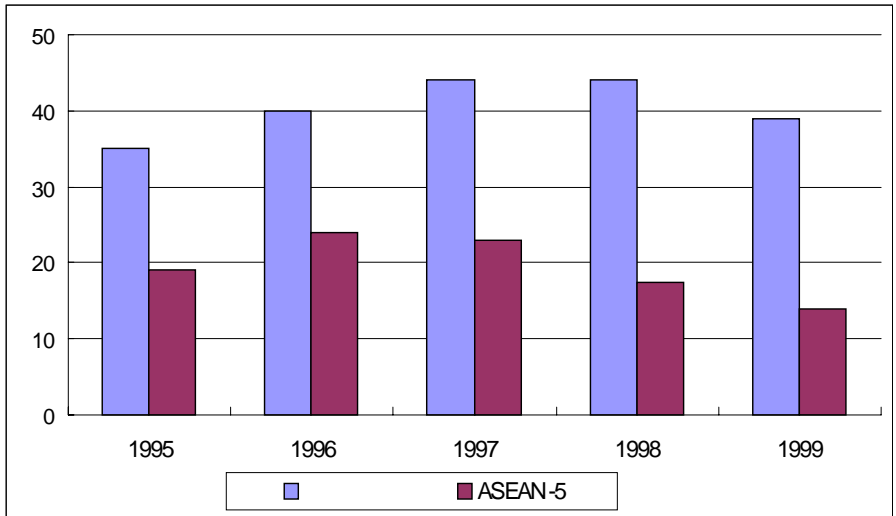
위에서 언급한 바와 같이, 중국의 WTO 가입이 임박해짐에 따라 미국과 유럽 등을 비롯한 선진기업들간의 경쟁이 치열해지면서 중국에 대한 직접투자가 확대되고 있다. 반면에, 금융위기 이후 ASEAN 지역에 대한 투자는 위축되고 있어 동지역으로부터 중국으로의 투자이전 또는 대체 현상이 나타나고 있다. 이는 무엇보다도 외환위기 이후 아시아지역에서의 투자판도가 크게 달라졌기 때문인 것으로 해석할 수 있다. 즉, 중국은 과거 외국인투자 제한정책을 고수해 온 반면에 아세안 국가들은 1980년대 중반부터 적극적인 외국인투자 유치정책을 전개함으로써 외국인투자는 아세안지역으로 집중될 수밖에 없었고, 이는 아세안 경제발전에 핵심적

역할을 해왔다²⁴).

그러나 최근 중국의 시장개방화 확대와 WTO 가입 가능성으로 중국에 대한 구미기업들의 투자가 집중되고 있어 상대적으로 아세안지역에 대한 투자비중이 감소하고 있다.

〈그림 3-14〉 중국과 ASEAN-5의 FDI유입 비교

(단위: 10억달러)



주: ASEAN-5: 인도네시아 · 말레이시아 · 필리핀 · 싱가포르 · 태국

자료: *Far Eastern Economic Review*(2000. 9. 7)

- 24) 아세안국가들은 외국인직접투자의 성공적인 유치를 통해 산업화와 경제발전을 이룩한 사례로 그 동안 개도국들로부터 많은 주목을 받아 왔다. 1980년대 중반부터 외국 자본의 수출지향적 직접투자가 제조업부문에 집중됨으로써 공업화와 수출증대를 통한 경제의 고도성장을 가능케 하였다. 특히, 수출산업구조가 농업 및 원자재 중심에서 전자산업을 비롯한 제조업 중심으로 빠르게 고도화됨으로써 외환위기 이전까지 세계에서 가장 빠른 경제성장률을 기록하는데 주도적인 역할을 해왔다.(OECD, *Foreign Direct Investment and Recovery in Southeast Asia*, OECD Proceeding, 1999)

위의 <그림 3-14>에서도 보는 바와 같이 아세안지역으로의 외국인직접투자 유입은 외환위기 이후 3년 연속 큰 폭의 감소세를 나타내고 있는 반면에 중국에 대한 투자는 꾸준히 증가하고 있다. 중국의 경우, 비록 1999년에는 1986년 이후 처음으로 감소세를 나타내기도 했으나 이는 일시적인 현상으로 향후 중국에 대한 신규투자가 빠른 속도로 증가할 것이라는 전망이 지배적이다. 이미 2000년(1~5월)들어 對中 외국인직접투자(계약기준)는 전년동기 대비 26%나 급증한 상태인데, 이는 중국의 WTO 가입과 시장개방화에 따른 성장잠재력을 선진기업들이 높이 평가하고 있다는 반증이다.(표 3-11 참조)

〈표 3-11〉 최근 선진기업들의 중국진출 동향(2000년 1~5월 계약분)

회 사 명	지 역	품 목	투자금액
모토롤라	톈진	반도체(실리콘칩)	19억달러
필립스	상하이	LCD	9,300만달러
바스프	난징	화학	26.5억달러
보잉	톈진	복합소재	1억달러
슈나이더	톈진	변속기	2,500만달러
미쓰비시전기	베이징	반도체개발	1,000만달러
도요타자동차	톈진	승용차	1억달러

자료: 서울경제신문(2000. 7. 10)에서 니혼게이자신문 인용

결국, 선진기업들의 중국진출 공략은 중산층의 소득증가에 따른 내수시장 선점에 무게를 두고 있다. Asian Wall Street Journal(2000. 10. 24)²⁵⁾에 따르면, 도시지역에 거주하며 연소득이 5천 달러를 넘는 중국 고소득층의 소비규모는 현재(2000년) 63억 달러에서 2008년에는 480억 달러로 8배정도 늘어날 것으로 추정되고 있다. 또한, 소비증가와 함께 고소득 가구 수도 급증하여 현재 450만 가구에서 2008년에는 3,100만 가구까지 확대될 것으로 예상되고 있다. 현재 중국에서 연소득 5천 달러가 넘는 고소득 가구 수는 전체 대비 3.5%에 불과하고 있다.

3) 중국진출 구미계기업과 일본계기업의 특성비교

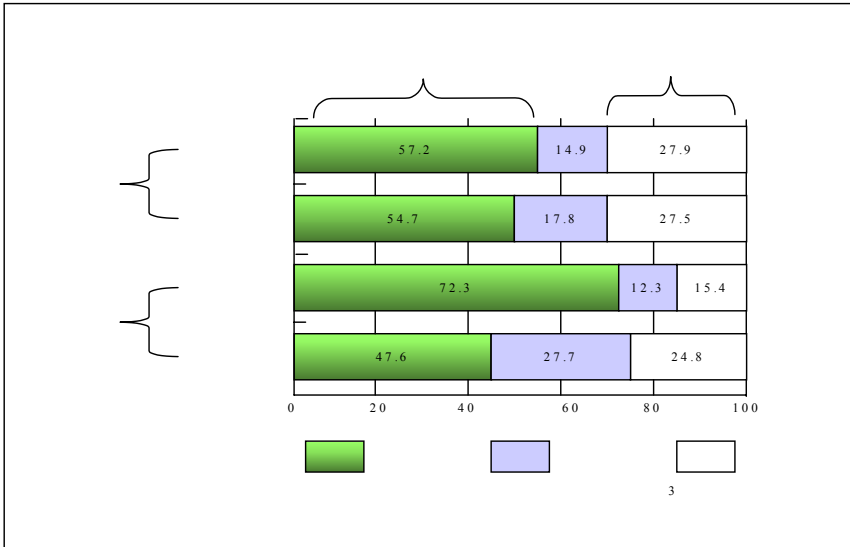
중국진출 미국계기업과 일본계기업간에는 시장포지션(market positioning) 상 뚜렷한 차이가 있다. 이를 설명하면 <그림 3-15>에서 보듯이, 중국진출에 있어 일본계기업은 수출지향적 특성이 강한 반면에, 미국계기업은 현지시장을 겨냥한 현지수요지향형 투자가 중심을 이루고 있음을 알 수 있다. 특히, 미국계기업의 경우 중국 내수판매비율이 72.3%로²⁶⁾, 여타 아시아진출 기업에 비해 그 비중이 월등히 높게 나타나고 있다. 또한, <그림 3-15>에는 명시되지 않았으나 중국진출 유럽계기업의 경우 역시 미국계기업과 마찬가지로 현지 내수지향형 투자가 주류를 이루고 있는 것으로 나타나고 있다. 이러한 사실은 일본기업과 구미기업의 對중국 진출전략상의 차이점을 보여주는 것이라 할 수 있다.

25) 2008년까지 중국 고소득층의 가구 수와 소비예상규모를 분석한 Asian Demographics사의 자료를 인용, 보도.

26) 本國으로의 수출비율(intra-firm export ratio)이 낮은 이유는 지리적 거리에 따른 높은 운송비 부담 문제 때문이며, 이는 유럽계기업의 경우도 마찬가지임.

〈그림 3-15〉 아시아 진출 美·日기업의 현지판매 및 수출비율 比較

(단위: %)



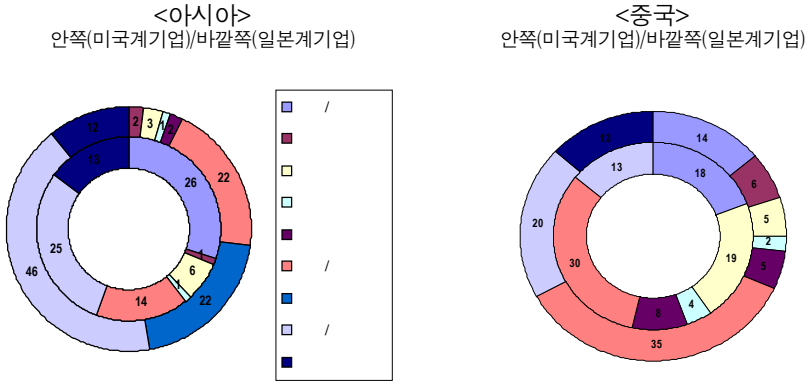
주: 아시아는 NIEs-4, ASEAN-4, 중국.

자료: Ministry of International Trade and Industry, Wagakuni no Kaigai Jigyo Katsudo 96-nendo(Japan's Overseas Business Activities in Fiscal 1996); U.S. Department of Commerce, Survey of Current Business 1996.

이러한 미국-일본기업간 진출특성상의 차이점은 산업별 현지판매비율을 통해서도 잘 알 수 있다. 즉, 중국진출 미국계기업의 경우, 석유·광업·화학·철강 등과 같은 국내수요기반산업에서의 현지판매비율이 비교적 높은 42%(여타 아시아지역의 경우에는 33%)에 달하고 있는 반면에, 일본계기업의 현지판매비율은 전반적으로 낮게 나타나고 있다. 이는 직물·일반기계산업·전기기계산업·정밀기계 등의 산업에서 총매출액 대비 일본본국으로의 수출비중이 상대적으로 높은 46%(여타 아시아지역의同比율은 26%)를 차지하고 있기 때문이다.(그림 3-16 참조)

〈그림 3-16〉 아시아·중국진출 美·日기업의 산업별 현지판매 비율 비교

(단위: %)

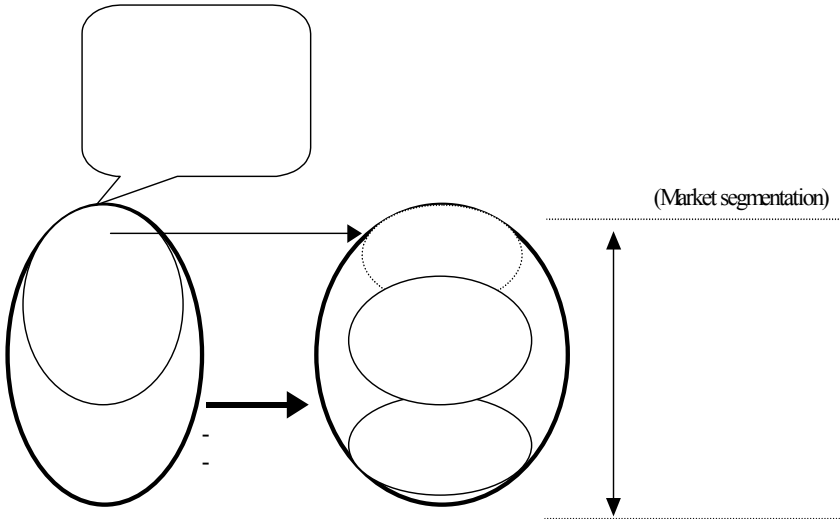


자료: Ministry of International Trade and Industry, Wagakuni no Kaigai Jigyo Katsudo 96-nendo(Japan's Overseas Business Activities in Fiscal 1996); U.S. Department of Commerce, Survey of Current Business 1996.

한편, Kojima(1985)²⁷⁾는 일본기업과 구미기업은 해외직접투자에 대한 접근방식에서 많은 차이점을 보이고 있다고 밝히고 있다. 첫째, 구미기업들은 기술과 같은 독점적·절대적 우위(exclusive and absolute advantage)를 통해 독점적 이익을 창출해 나감으로써 투자유치국 시장을 독점해 나가고 있다. 둘째, 구미기업들은 해외자회사의 글로벌네트워크를 통한 시장 거래의 内部化로 거래비용을 최소화하고 수익을 극대화해 나가고 있다. 셋째, 구미기업들은 수익률 달성을 해외직접투자에서 찾고 있어 해외시장 진출에 매우 강한 면모를 보이고 있다. 이러한 구미기업들의 접근방식은, 국내시장에서 경쟁우위를 상실한 산업의 해외이전에 주력하는 일본기업들의 해외투자 전략과는 큰 차이점이 있다는 것이다.

27) Kojoma, Kiyoshi, Foreign Direct Investment from Japan, Bunshindo, 1985.

〈그림 3-17〉 아시아 시장환경 변화에 따른 선진기업의 판도변화



자료: Hidehiko Mukoyama, "The Asian Economy Toward a New Century and the Asia Strategies of Japanese Companies." *Pacific Business and Industries*, Vol. II 2000, Sakura Institute of Research/Center for Pacific Business Studies, p. 16.

Kinoshita(1999)²⁸⁾ 역시 서방기업들은 해외시장진출에 있어 현지시장규모, 경제성장률 등과 같은 시장요인을 가장 중시하고 있다고 밝히고 있다.

이러한 관점에서 볼 때, 서방기업들의 아시아진출 확대가 반드시 일본기업들과의 직접적인 경쟁관계로 이어진다고는 보고 있지 않다. 물론, 자동차, 전기·전자장비 등과 같이 글로벌화가 급속히 진행되고 있는 산업의 경우에는, <그림 3-17>에서 보는 바와 같이 일본기업들이 직접적인 경

28) Kinoshita, Toshihiko, "Economic Development, Crisis and Recovery of East Asian Economies and Foreign Direct Investment," Export-Import Bank of Japan, May-June, 1999.

쟁관계에 직면하게 될 가능성이 크지만, 다른 산업의 경우에는 상호보완적 관계로 오히려 일본기업들에게 긍정적인 영향을 미칠 수도 있다고 보고 있다. 예컨대, 독일의 BMW, 미국의 GM 및 Ford 등 구미 자동차업체들은 태국에서의 생산거점구축을 위한 투자진출을 본격화하고 있는데, 이에 따른 현지부품의 수요창출로 일본의 부품생산업체들은 새로운 사업확대의 기회를 갖게 될 것으로 보고 있다.

4) 日本企業의 중국진출 부진에 대한 반성: 歐美企業과의 비교

범위를 확대하며 가속화되고 있는 미국, EU기업들의 중국진출은 상대적으로 對중국 진출이 부진한 일본기업들에게 있어 적지 않은 부담으로 작용하고 있으며, 최근 이에 대한 반성의 목소리가 커지고 있는 것이 사실이다.

일본의 경제평론가 沈才彬(2000)²⁹⁾은 일본기업의 對中 투자진출과 관련, 구미기업들의 경우와 비교하여 다음과 같이 그 문제점을 지적하고 있다. 첫째, 투자정신과 장기전략의 부재를 지적하고 있다. 즉, 구미기업들은 일찍부터 중국시장의 잠재력과 장래성에 대한 확고한 신념과 장기적인 안목을 갖고 조기에 진출한 반면에, 일본기업들은 지정학적으로 유리함에도 불구하고 장기전략과 도전정신의 부재로 구미기업들보다 뒤늦게 진출함으로써 불리한 위치에 놓이게 되었다. 자동차, 에너지, 통신, 컴퓨터, 소프트웨어 등 분야에서도 일본기업의 투자진출은 구미기업들에 비해 상당히 늦었다.

둘째, 투자진출분야에 대한 문제로, 일본기업들의 투자는 주로 컬러TV,

29) 沈才彬, 「中國의WTO加盟と日本企業의對應」, 『世界經濟評論』, 世界經濟研究協會 (2000. 9)의 내용일부를 요약·정리한 것임.

냉장고, 세탁기, 에어컨, 전자렌지 등 전자산업을 비롯하여 중국기업과의 경쟁관계에 있는 분야에 집중된 반면에, 구미기업은 맥도널드, KFC, 코카콜라 등 비교우위가 큰 업종과 에너지, 화학, 자동차, 통신, 반도체 등 중국기업과의 경합관계가 비교적 적은 분야에 대거 진출해 있다. 이로써 일본계 기업들은 구미기업들에 비해 상대적으로 격심한 경쟁국면에 놓이게 되었다.

셋째, 투자규모를 지적하고 있는데, 구미기업들의 경우 상해VW, 상해GM, 天津모토로라, 北京노키아 등과 같이 대규모 투자가 주류를 이루고 있는 반면에, 일본기업의 경우에는 1억 달러 이상의 투자는 전무한 상태이다.

넷째, 중국시장에서의 일본기업의 위상 약화를 들고 있다. 현재 일본기업의 중국진출은 가전제품, 맥주 등 주로 경공업 부문(소비재산업)을 중심으로 이루어져 있어 일본기업의 입지가 약화되고 있다. 이에 반해, 구미기업들의 경우에는 철강, 자동차, 에너지 등 국가기반산업에도 적극적으로 진출함으로써 중국내에서 영향력이 계속 커지고 있다.

다섯째, 연구개발(R&D)의 문제점을 들고 있다. 즉, 그 동안 일본기업들의 진출패턴은 ‘기술개발은 일본에서, 제품생산은 중국에서’, 즉, ‘격리된 수출생산거점’ 형태로 이루어져 왔던 반면에, 天津모토로라, 上海GM 등과 같은 구미 선진기업들은 중국내에 R&D 센터를 설치, 시장지향적인 연구개발에 박차를 가해 왔다. 이러한 일본기업의 진출전략은 중국시장에 대한 적응능력을 크게 약화시키고 있다.

여섯째, 현지화의 문제점을 지적하고 있다. 중국에 진출해 있는 대부분의 구미기업들은 글로벌기업으로서 CEO에의 중국현지인 채용, 현지경영 방식 채택, 현지부품조달 확대 등을 통해 현지화를 착실히 수행해 나가고 있는 반면에, 대부분 일본기업들은 구미기업들과는 달리 CEO 및 기술담

당자에 일본인을 채용함으로써 주재(駐在)비용, 언어문제, 관리상 많은 문제들을 야기시켰다. 이는 결국 일본기업의 현지화를 저해시킨 주요 요인으로 작용하였다.

3. 아시아 경영환경변화에 따른 日本企業의 대응전략

금융위기 이후 아시아 경제환경의 급격한 변화로 인해 일본기업들이 직면하고 있는 어려움은 ① 아시아 시장수요의 위축, ② 시장자유화에 따른 경쟁격화, ③ M&A를 통한 서방기업들의 아시아산업 지배, ④ 중국의 WTO 가입에 대비한 구미기업의 중국진출 가속화 등으로 축약해 볼 수 있다.

이러한 아시아 시장환경 변화에 대응하고자 일본기업들은 기업합리화 등 구조조정을 단행하고 있는 가운데 새로운 대응책 마련에 고심하고 있다. 특히, 외환위기로 인해 많은 어려움을 겪고 있는 동남아진출 일본기업들은 기존 진출전략에 대한 수정과 함께 현지법인의 수출비율 및 현지화비율 제고 등을 통한 활로모색에 부심하고 있다.

가. 현지화비율 제고를 통한 비용절감

아시아 경제위기가 동남아진출 일본기업들에게 미친 영향은 현지수요 침체, 수입원자재·부품가격 상승, 환리스크 등 다양하게 나타났다. 이 가운데 가장 커다란 영향을 미친 것은 현지수요의 침체로 이는 자동차산업의 경우와 같이 동남아 시장수요에 대한 기대감으로 투자를 지속적으로 확대해 왔던 현지수요지향형 기업들에게 큰 타격을 주었다. 또한, 환율

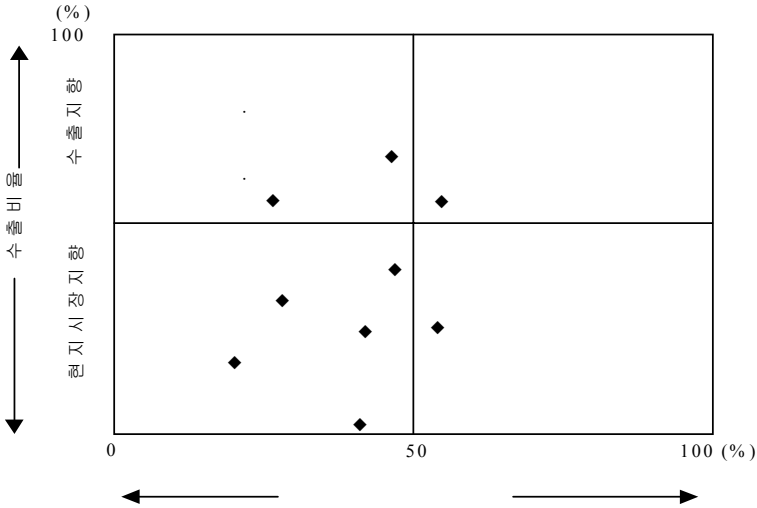
급상승에 따른 수입원자재 가격의 상승은 수입코스트의 인상을 초래함으로써 원자재를 수입에 의존하고 있는 기업들에게 많은 생산비용의 부담을 안겨주었다.

<그림 3-18>은 이러한 관계를 나타내고 있는 것으로, 아세안진출 일본기업의 수출비율과 현지부품조달비율에 따른 시장포지션을 보여주고 있다. 좌측하단에 위치하는 산업일수록 내수침체와 수입코스트 상승에 따른 충격의 정도가 컸으며, 우측상단에 위치한 산업의 경우에는 외환위기가 오히려 긍정적인 역할을 하였다. 즉, 외환위기로 인해 가장 큰 타격을 받고 있는 산업은 주로 자동차, 철강 등과 같이 원자재의 수입의존도가 높은(현지부품조달비율이 낮음) 현지수요산업들이다.

반면에, 전기 및 정밀기계조립산업, 직물생산 등과 같이 원자재를 현지에서 조달하여 수출용으로 생산하는 수출지향형 산업의 경우에는 오히려 현지통화가치의 평가절하에 따라 수출가격 경쟁력이 크게 제고되었다. 이러한 관점에서, 동남아진출 일본기업들은 현지부품조달비율을 늘리는 것이 가격경쟁력을 유지하는 중요한 요소라는 인식하에 수출비율 제고와 함께 현지부품의 조달비율을 확대(그림상 좌측하단에서 우측상단으로 이동)해 나가고 있다.³⁰⁾

30) 도요타자동차의 경우, 동남아 최대의 생산거점인 태국에서 2003년을 목표로 자동차 부품의 현지조달비율을 100%까지 끌어올린다는 방침을 결정하였다. 역내관세가 0~5%로 인하되는 AFTA(아세안자유무역지역, 2002년 1월 발효예정)를 활용하여 AFTA 역내에서의 부품조달을 확대해 나간다는 계획이다. 비용절감이 주목적이며 도요타에 이어 닛산 등 다른 자동차메이커들도 아세안 역내부품조달비율을 확대해 나갈 계획이다.

〈그림 3-18〉 ASEAN 진출 일본기업의 산업별 Market Position



자료: Export-Import Bank of Japan, Kaigai Toshi Kenkyusho-Ho(*Journal of Research Institute for International Investment and Development*), January-February 1999.

나. 내수지향형에서 수출지향형으로의 전환

앞에서 살펴본 바와 같이, 내수지향형 투자는 현지 경제사정의 악화로 커다란 타격을 받았던 반면에, 수출지향형 기업은 현지통화가치 폭락에 따른 수출경쟁력 제고로 수출여건이 개선되는 효과를 누릴 수 있었다. 이에 따라 기존 생산기지에 대한 재검토를 통해 현지수요지향형에서 수출지향형으로 전환함으로써 수익성 제고를 위한 전략을 적극 모색하고 있다. 이는 자동차, 자동차부품, 전기기계 등의 업종을 중심으로 빠르게 이루어지고 있는데, 일부 자동차조립업체와 자동차부품 생산업체들은 현지 공장가동률 유지를 위해 이미 수출을 확대해 나가고 있거나 또는 수출비

을 확대를 위한 다각적인 방안을 강구하고 있다.

일부 기업들은 장기적인 안목으로 각종 사업경영에 대한 전략을 수정하기 시작하였는데, 예컨대, 이스즈 자동차는 소형(1톤) 픽업트럭 생산기지를 태국으로 이전하고³¹⁾ 오는 2002년까지 태국을 세계시장점유율 확대를 위한 수출전진기지로 구축하겠다는 야심찬 계획을 내놓고 있다.³²⁾ 미쯔비시 자동차 역시 이와 유사한 전략을 모색하고 있는 것으로 알려지고 있다.

이에 따라 일본 자동차부품업체들 역시 태국을 아시아 전지역의 부품공급기지로 전환하기 위한 움직임이 빨라지고 있다. 이러한 전략적 변화는 외환위기라는 환경변화에 대한 단순한 대응논리보다는 기업의 글로벌화 전략에 따른 생산기지의 기능적 변화를 반영한다고 할 수 있다.

다. 사업구조조정을 통한 ‘선택’과 ‘집중화’ 전략 모색

국내기업의 전반적인 사업구조조정과 사업재편에 따라 새로운 국면에 직면해 있는 아시아진출 일본계기업들은 새로운 전략 즉, 그 동안의 사업다각화 전략을 전면 수정하고 소위 ‘선택(Selection)’과 ‘집중화(Concentration)’ 전략을 적극 모색해 나가고 있다. 이는 핵심사업을 선택하고 이에 대한 경영자원을 집중화하는 것으로 이러한 접근방식은 일본기업들에게 핵심적인 전략의 요체가 되고 있다.

사실, 그 동안 일본기업의 경쟁력이 저하된 결정적인 요인 가운데 하나는, 시장의 경쟁원리에 대한 일본정부의 신념 부족으로, 시장에 대한 잦

31) 태국의 픽업트럭시장 규모(1999년 기준)는 13만~20만대로 이는 태국 전체 자동차판매의 50% 이상을 차지하고 있다.(로이터 1999. 7. 10)

32) 그러나, 실제로는 태국과 안전기준이 유사하고, 우측에 운전석이 있는 濠洲 자동차시장을 제1의 수출시장으로 삼고있다.

은 간섭과 개입이 생산성과 성장성 측면에서 부정적인 영향을 미쳤기 때문인 것으로 지적되어 왔다. 또한 기업의 경쟁원칙에 대한 적절치 못한 접근방식이 경쟁력 저하요인으로 지적되어 왔는데, 이는 일본기업들의 혁신전략의 부재를 의미하는 것이다. 이러한 지적과 반성을 바탕으로 일본 기업들은 새로운 전략, 즉 ‘선택’과 ‘집중화’ 전략을 적극 모색해 나가고 있다.(표 3-12 참조)

〈표 3-12〉 일본기업의 사업구조조정을 통한 “선택”과 “집중화” 전략 예시

업종	주요내용	전략 목표와 유형
섬유	-Teijin社, Du Pont社(美國)와 폴리에스테르필름사업부문의 포괄적 제휴(comprehensive tie-up)	-핵심 非직물(non-textile)사업의 확장(생산시설확충·판매망구축 확대)
	-Teijin社-Du Pont社의 제품개발·생산·판매기술 통합 및 합작회사(의류용 폴리에스테르섬유사업) 설립	-폴리에스테르사업부문의 글로벌 전략 강화
	-Toray社, Sachan(韓國)과 합작회사 설립(1999)	-폴리에스테르사업부문의 글로벌 전략 강화
	-Toray社, Yizheng Chemical Fiber Group社(中國)와 합작회사(폴리에스테르필름 생산·가공·판매) 설립(1999)	-폴리에스테르필름의 세계시장점유율 확대
	-Unitika社, 판매·생산·제품개발기능의 본사로의 통합화(1999.10)	-생산·판매기능의 통합화를 통한 경쟁력 제고
자동차	-Nissan과 Renault의 자본제휴(capital partnership)	-자본기반(capital base)의 확충
	-Nissan, 지게차사업 매각	-핵심사업에 대한 집중투자
	-Toyota, 유럽에서의 소형자동차 생산을 위한 VW(獨逸)과의 제휴(partnership). 환경 및 안전기준관련 부품의 표준화	-개발비용의 절감

<표3-12> 계속

업종	주요내용	전략 목표와 유형
철강	-Nippon Steel과 Nisshin Steel의 스테인레스강 사업부문 제휴	-시장위축(market contraction)에 대한 대응
	-Nippon Steel사와 Sumitomo Metal간의 H-steel 상호공급 합의	-유통망 합리화를 통한 비용절감
	-NKK社, 냉간압연강(cold-rolled steel sheet)사업의 태국 이전(relocation)	-글로벌 분업체제구축 및 외환위기에 대한 대응
	-Itochu와 Marubeni社간의 중국내 철강생산 조율	-외환위기 이후 과잉생산에 대한 전략
전력·통신	-Tokyo Electric Power社의 IPP사업 베트남 진출 및 Kansai Electric Power社의 필리핀 진출	-해외 IPP 신규사업 구축
	-Kyushu Electric Power社, IPP사업 필리핀 진출	-전력생산벤처를 위한 시험공장(pilot plan) 가동
	-Tomen社, 아시아 전력생산사업(민간부문)을 싱가포르 자회사로 이전	-자본확충 및 의사결정의 신속화
	-NTT사, 필리핀 최대통신사 지분(capital stock) 15% 인수	-신규시장 참여
	-일본 4대 통신사, 아시아 연결 해저광케이블구축 프로젝트 참여	-인터넷수요에 대한 대응 전략
전자	-Aiwa사, 아날로그 AV제품의 특화생산 및 해외 진출 확대	-제품특화(Niche specialization)
	-주요 전자회사, 동남아시아에서의 AV제품 개발 확대	-현지시장수요에 대한 대응
	-Hitachi, 대형가정용품(white goods)의 아시아로부터의 역수입 확대 방침	-아시아 현지시장 위축에 따른 일본 국내시장으로 이전
	-Toshiba, 對동아시아 진공청소기 수출 倍加전략	-국내 공장가동률 제고
기계	-Okuma, 한국내 판매·서비스사업 구축	-한국의 규제완화에 따른 사업기회
	-Fanuc, 한국(김해)에 로버트 조립공장 가동	-한국의 규제완화에 따른 사업기회
	-Tsumami, 말레이시아에 판매대리점 개설(1999)	-신규사업기회의 활용

자료: Sakura Institute of Research, "Pacific Business and Industries"(Vol. II 2000. p. 18)에서 인용.

제4장 선진 자동차메이커의 아시아 진출동향과 전략

미국, EU를 비롯한 선진국 기업들의 아시아진출은 거의 모든 산업분야에 걸쳐 광범위하게 이루어지고 있는 가운데 제조업 가운데에서는 특히 자동차산업에 대한 진출이 두드러지게 나타나고 있다. 자동차산업은 선진 기업들의 아시아진출을 가장 잘 반영하고 있는 대표적 산업이라 할 수 있다. 따라서, 본 절에서는 선진 자동차업체의 M&A와 전략적 제휴 등을 통한 사업재편과 선진 메이커의 아시아진출 경쟁동향 및 전략적 특성을 중심으로 살펴보고자 한다. 이들 세계 경쟁업체의 전략적 움직임은 우리에게도 시사하는 바가 클 것으로 사료된다.

1. 세계 자동차업체의 구조변화

가. 자동차산업의 환경변화와 글로벌기업의 대응

오늘날 세계 자동차업체가 직면하고 있는 급격한 환경변화는 크게 보아 선진국시장이 이미 포화상태에 달해 더 이상의 추가 수요증가를 기대하기가 힘들어졌다는 점과 환경 및 안전기준의 강화에 따라 연구개발 투자비용이 비약적으로 증가하였다는 점을 들 수 있다. 그 동안 세계 우수 자동차업체들의 경쟁적인 국내외 설비투자 확대로 현재 전세계적으로 연간 2천만대의 공급능력 과잉현상이 발생하고 있는 것으로 추산되고 있

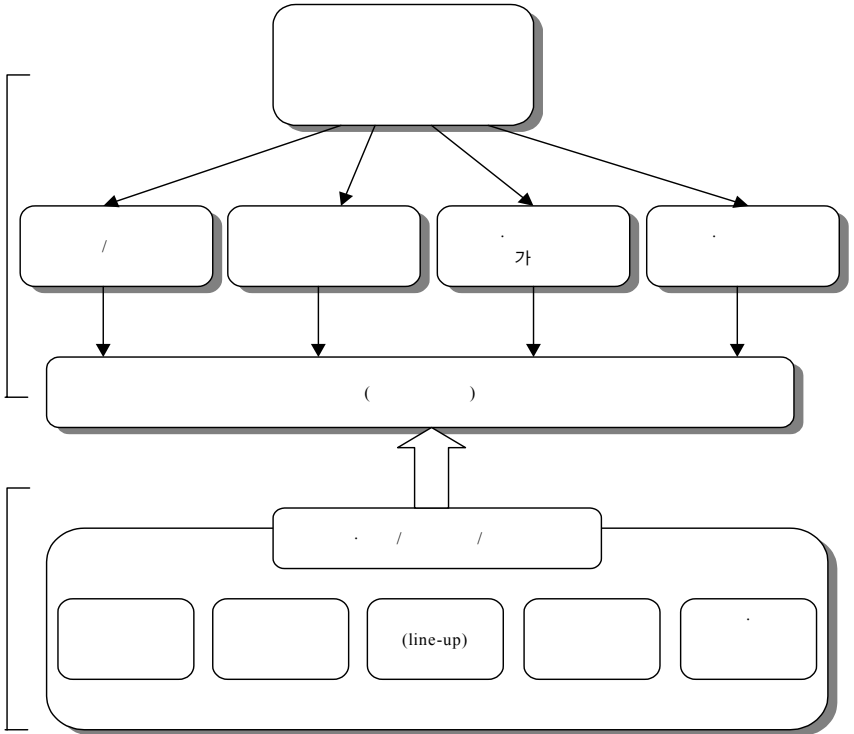
다³³⁾. 이러한 공급과잉의 심화는 현재 업체간 출혈경쟁을 심화시키고 나아가 세계 자동차업계의 재편을 추동하고 있다.

다음으로, 막대한 연구개발(R&D) 비용이 수반되는 연비, 자동차배출가스 등 환경문제와 안전에 대한 기준이 전세계적으로 엄격하게 적용되고 있음을 들 수 있다. 1990년대를 지나면서 환경 및 안전기준의 강화로 연구개발투자의 비용과 위험부담이 커지면서 규모의 경제가 경쟁력의 중요한 요소로 등장하게 되었다. 이에 따라 비용절감을 위한 전략적 제휴 및 M&A가 성행하고 있으며 이 같은 구조개편은 더욱 빠르게 진행될 것이다. 그 동안 계속해서 독자노선을 견지해 온 혼다자동차가 얼마 전에 미국의 GM사와 업무제휴를 체결하기로 합의한 것도 바로 막대한 투자가 필요한 차세대 연구기술 개발에서 비용을 절감하고 위험분산을 도모하기 위한 것이다.

이렇듯, 환경변화와 자동차업계의 움직임간에는 긴밀한 관계가 있다. 즉, 환경변화에 대응하여 세계 자동차업계가 추구하고 있는 방향은 크게 선진국시장의 과잉공급에 대한 돌파구로서의 개도국에 대한 진출 러시, 경쟁격화에 따른 경쟁기업간 전략적 제휴 및 인수합병의 증가 등이 그것이다. 벤츠와 크라이슬러의 합병 이후 일각에서는 세계 자동차업체가 ‘글로벌-6’으로 재편될 것이라는 국제과점설 주장이 거론되고 있다. 이 같은 주장은 1980년대 한 때 제기되었던 ‘빅-10’ 보다 훨씬 급진적이다. 그 만큼 세계 자동차업체들이 처한 환경이 급박하게 변화되고 있다는 반증이기도 하다.

33) Price Waterhouse Coopers(1999a), *Global Automotive Deals Survey* 1998.

〈그림 4-1〉 자동차산업 환경의 변화와 글로벌기업의 대응



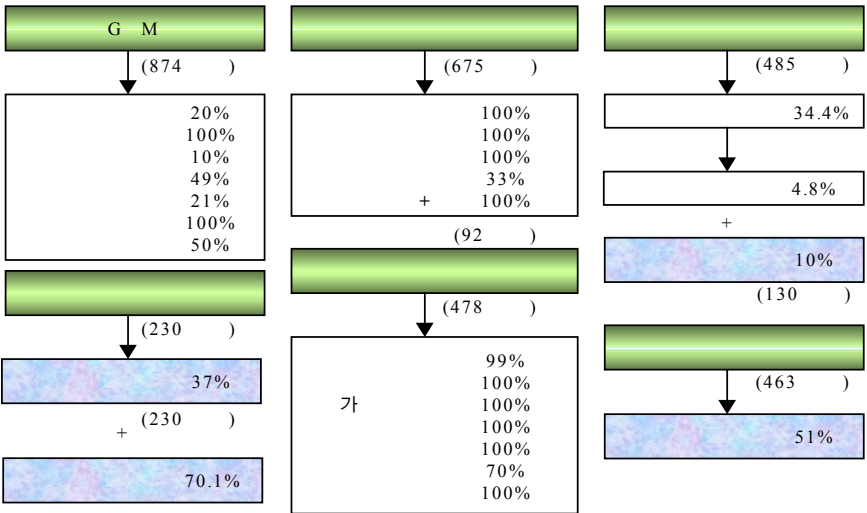
자료: Atsuko Toyama, “Asian Business Development of the World’s Major Automobile Assemblers through Strategic Alliance”. *Pacific Business and Industries*, Vol. I 1999, Sakura Institute of Research/Center for Pacific Business Studies, p. 4.

나. 세계 자동차업계의 구조개편

현재 세계 자동차산업은 급격한 구조변동을 경험하고 있다. 세계 자동차시장을 둘러싼 선진기업들간의 경쟁이 격화되고 있는 가운데 초대형 인수합병과 전략적 제휴를 통한 자동차산업의 광범위한 지각변동이 가속

화되고 있다.³⁴⁾ 이로써 세계 자동차산업은 규모의 경제와 집중화를 바탕으로 하는 그룹체제가 강화되고 있다. 이러한 현상은 2천만대로 추산되는 공급과잉 문제와 수요정체라는 구조적인 문제점들을 안고 있는 세계 자동차업체들이 기술혁신 및 신기술 개발비용 절감 및 위험분담, 새로운 시장확보, 규모의 경제 및 시너지효과 창출을 위해 그 동안 적극적으로 진행시켜 왔던 산업합리화 노력의 결과인 동시에 향후 더욱 극심해질 경쟁 압력(competition pressures)에 대비하기 위한 생존전략에 따른 것이다.

〈그림 4-2〉 세계 자동차업체의 구조개편



() 99 , %

자료: 매일경제신문(2000. 6. 30) 인용(일부수정)

34) 세계 10대 메이커의 세계시장점유율이 이미 50%를 상회할 정도로 자동차산업의 집중화 현상이 뚜렷하게 나타나고 있으며, 최근 진행되고 있는 산업재편의 특징은 시장자유화, 신규시장 확대, 소비자중심의 공급 등과 같은 새로운 차원에서 전개되고 있다.

1990년대 이전에는 대형·중소업체간의 국지적인 형태의 인수합병이 주류를 이루었으나, 최근에는 경영자원의 공유, 신규시장 진출확대 등을 위해 글로벌생산체제를 갖춘 거대기업간의 국경을 초월한 초대형 M&A가 주류를 이루고 있다.

1989년 포드의 영국 재규어 인수 및 GM의 스웨덴 사브 인수, 1990년 폴크스바겐의 체코 스코다 인수 및 BMW의 영국 로버 인수, 그리고 1998~1999년에 이루어진 독일 다임러벤츠와 미국 크라이슬러의 합병, 포드의 스웨덴 볼보 인수(승용차부문), 프랑스 르노의 닛산 인수, 폴크스바겐의 영국 롤스로이스 인수 등의 사례에서 볼 수 있듯이, 최근의 국제 M&A는 시장지배력을 지닌 거대 업체들이 자본결합을 통해 규모의 경제와 상호보완성을 도모함으로써 연구개발·생산 및 판매·사후관리 등 쏠생산단계에 걸쳐 경영의 합리화를 추구하고 있다는 점이 특징이다.

이러한 이합집산에 따른 산업재편으로 자동차산업의 집중화 현상이 매우 뚜렷하게 나타나고 있는데, 이는 <표 4-1>에서 보듯이 1996년 당시 69%를 나타내었던 10대 자동차메이커의 세계 자동차생산 비중이 1999년에는 80%를 점유하고 있다는 사실에서도 잘 나타나고 있다.

〈표 4-1〉 세계 10대 자동차메이커의 생산집중화 정도

(단위: 1,000대)

자동차 메이커	1996	자동차 메이커	1999
GM	8,400	GM	8,336
포드	6,750	포드	7,220
도요타	4,756	도요타	5,401
폴크스바겐	3,977	폴크스바겐	4,853
크라이슬러	2,861	다임러크라이슬러	4,827
닛산	2,742	르노 ^{a)}	4,720
피아트	2,586	피아트 ^{b)}	2,596
혼다	2,084	PSA	2,496
미쓰비시 ^{c)}	1,943	혼다	2,423
르노	1,804	현대	2,081
5대 메이커의 생산 및 비중	26,744 (49.0%)	5대 메이커의 생산 및 비중	30,637 (54.0%)
10개 메이커의 생산 및 비중	37,903 (69.0%)	10대 메이커의 생산 및 비중	44,955 (80.0%)
전세계 생산	55,036	전세계 생산	56,286

주: 승용차·트럭 포함. a)닛산포함(닛산지분 37%인수('99년)). b)GM이 20%지분 인수(2000년). c)다임러클라이슬러가 지분33% 인수(2000년)

자료: UNCTAD(2000), p. 128.

2. 아시아 자동차시장의 위상변화와 전망

아시아(일본 제외) 자동차산업은 1980년대 중반 이후 경제발전에 따른 수요증가와 각국의 자동차산업 육성정책에 힘입어 높은 성장세를 보여왔

다. 더욱이 1990년대 들어 선진국 자동차업체들이 개도국, 특히 성장잠재력이 가장 높은 아시아 지역에 대한 진출을 본격화함으로써 아시아 자동차산업 발전에 크게 기여하였다. 이에 따라 아시아의 자동차생산과 함께 판매규모가 빠른 속도로 확대되어 나갔다. <표 4-2>는 1980년부터 아시아 외환위기 발생 이전까지 아시아지역의 자동차 판매증가율 추이를 다른 지역과 비교해 보여주고 있다. 1990년 이후 일본, 북미, 서유럽 등 선진국 시장의 자동차판매 증가율은 아주 미미하거나 또는 감소하기까지 했다. 이에 반해, 1980년 당시 86만대에 그쳤던 아시아지역(일본 제외)의 자동차 판매대수는 1990년대 들어 급속히 증가하기 시작, 1990~1996년에는 중남미지역과 함께 전세계에서 가장 높은 10.2%(연평균)의 자동차 판매 증가율을 기록하였다. 이러한 아시아 자동차시장의 규모확대는 1980년대 후반 아시아 NIEs와 ASEAN 국가들의 고도성장과 중국 및 인도가 개방정책을 펴면서 본격화되었다.

1997년 7월 불어닥친 외환위기로 아시아 자동차산업이 극심한 침체국면에 빠져들어 ASEAN를 비롯한 많은 아시아 국가들의 자동차산업이 크게 위축되었으나, 1999년부터 서서히 회복세를 나타내고 있다.³⁵⁾

외환위기로 아시아 자동차산업이 크게 후퇴한 것은 사실이나 선진국 기업들의 아시아시장에 대한 기대에는 큰 변화가 없는 것 같다. 미국의 한 자동차경제연구기관(J.D.Power-LMC)³⁶⁾은, 일본을 제외한 아시아지역의 자동차판매 증가율이 2005년까지 세계 평균증가율(2.0%)을 훨씬 상회하는 5.3%를 기록할 것으로 전망하고 있다. 특히, 2005년에는 879만대의 판매시장을 형성하는 거대시장으로 발돋움하여 일본시장을 능가하게 될 것으

35) 1999년 아시아·태평양 지역의 자동차판매는 462만대로 2.7% 증가, 전년도의 극심한 침체국면에서 다소 벗어났다. 그러나, 이는 아시아 경제위기 이전인 1997년의 528만대에는 크게 못 미치는 수준이다.

36) J.D.Power-LMC, *Global Car & Truck Forecast*, 1st Quarter, 1998.

로 내다보고 있다. 이같은 사실은 중국이 21세기 세계 자동차산업의 판도에 변화를 줄 수 있는 가장 중요한 성장지역으로 인식되고 있음을 반증하는 것이다.

〈표 4-2〉 세계 권역별 자동차판매 증가율 추이

	자동차 판매대수(백만대)					연평균 증가율(%)		
	1980	1985	1990	1995	1996	1980~85	1985~90	1990~96
일본	5.02	5.56	7.8	6.87	7.08	2.1	7.0	-1.6
북미	12.52	17.10	15.19	16.33	16.69	6.4	-2.4	1.6
서유럽	11.34	12.08	15.07	13.91	14.83	1.3	4.5	-0.3
아시아 ¹⁾	0.86	1.03	3.34	5.74	5.98	3.7	26.4	10.2
중남미	1.83	1.73	1.63	2.79	2.92	-1.2	-1.2	10.2
동유럽	0.47	2.56	3.24	2.01	2.23	40.1	4.8	-6.0
세계	33.82	41.77	48.04	49.48	51.76	4.3	2.8	1.3

주: 1) 일본 제외

자료: Atsuko Toyama, "Asian Business Development of the World's Major Automobile Assemblers through Strategic Alliance." *Pacific Business and Industries*, Vol. I 1999, Sakura Institute of Research/Center for Pacific Business Studies, p. 3.

가. 중국 자동차시장: '잠재적' 시장에서 '현실적' 시장으로 부상

1) 중국 자동차시장의 수요잠재력

중국은 인구 12억, 시장경제로의 체제전환, 지속적인 고도의 경제성장 등으로 단연 세계 최대의 성장시장으로 세계의 주목을 받고 있다. 12억이라는 절대 인구규모 이외에도 급속히 진행되고 있는 산업화와 도시화에

따른 인구구성의 변화는 자동차 수요를 촉진시키는 중요한 요인으로 작용하게 될 것이다. 중국의 도시인구 비중은 1985년 23.7%에서 1997년에는 29.9%로 매년 약 0.8% 포인트씩 증가하고 있는 추세이며, 또한 3차산업 인구비중도 1985년 16.8%에서 1997년에는 26.4%로 증가하여 매년 0.8% 포인트씩 증가하였다. 오는 2020년에는 3차산업 인구비중이 44%로 확대될 것이라는 세계은행의 전망도 나오고 있다. 또한, 중국에서 잠재적 자동차 수요층이라 할 수 있는 연소득 3만 위안화 이상의 가구 수가 1998년 520만에서 2000년에는 700만, 그리고 2005년에는 4,260만 가구로 늘어날 것이라는 전망이 나오고 있다³⁷⁾. 그리고 자동차 수요의 잠재적 고객인 신규 운전면허 소지자 수도 면허취득에 대한 정부의 규제완화(1990년대 초)로 대도시를 중심으로 매년 크게 증가하고 있는데 1997년말 기준 운전면허 취득자 수가 3천만 명을 넘어선 것으로 나타났다.³⁸⁾ 뿐만 아니라, 소형 자동차 보급이 확대되고 있는 가운데 중국정부가 1999년 9월 중앙은행, 중국인민은행 등 4개 은행에 대해 자동차 금융업무(Auto loan)를 허용함에 따라 앞으로 민간수요가 빠르게 확대될 것으로 예상된다. 지속적인 경제성장률(2000년: 7.2% 전망)과 안정적인 소비자물가상승률(2000년: 4% 전망) 역시 자동차 구매를 촉진시키는 요인으로 작용할 것으로 보인다. <표 4-3>는 중국의 자동차 판매시장 규모를 국제적으로 비교해 보여주고 있다. 1998년 기준 중국의 자동차 시장규모는 약 163만대(전세계 생산량의 3.1%)로 세계 7위에 위치하고 있다.³⁹⁾

37) 한국자동차산업연구소, 「2000 세계자동차산업」, 2000. 3.

38) 이문영, 『21세기 중국 승용차 산업발전전략과 한·중 협력증진 방안』, KIET 정책자료, 産業研究院, 2000. 7. 6.

39) 1999년 중국의 승용차판매는 56만대로 1992년의 27만 5천대보다 2배 이상 증가하였다.

〈표 4-3〉 중국 자동차 판매규모의 국제적 비교(1998년 기준)

순위	국가	자동차판매대수(천대)	구성비(%)	승용차(천대)	상용차(천대)
1	미국	15,761	30.1	8,038	7,723
2	일본	5,879	11.2	4,093	1,786
3	독일	4,032	7.7	3,736	298
4	이탈리아	2,560	4.9	2,362	199
5	영국	2,542	4.9	2,247	295
6	프랑스	2,342	4.5	1,944	399
7	중국	1,631	3.1	526	1,106
8	브라질	1,534	2.9	1,212	322
9	스페인	1,476	2.8	1,193	283
10	캐나다	1,435	2.7	741	695
	(북미)	17,197	32.9	8,779	8,418
	(EU)	15,869	30.4	13,923	1,946
	(아시아)	10,065	19.3	6,241	3,824
	전세계	52,279	100.0	35,700	16,579

자료: 日本自動車工業會, 『主要國自動車統計 1999』.

한편, 잠재적인 내수시장규모를 인구밀도 등을 감안한 자동차 보급률에 따라 분류할 수 있는데, <표 4-4>는 1998년 기준 중국을 비롯한 아시아 주요국가들의 자동차 및 승용차 보유대수와 보급률을 비교한 것이다. 이 통계에 의하면 한국, 대만, 말레이시아 등은 승용차의 대중화가 어느 정도 완료되어 있는 반면에 중국의 자동차 보급률은 아직까지 아시아 평균에는 크게 못 미치고 있음을 알 수 있다. 경제수준이 비슷한 인도와 비교해 보면, 자동차 1대당 인구수나 1,000명당 자동차 보유대수에서는 중국이 앞서고 있는 반면에 승용차 1대당 인구수에서는 인도에 뒤쳐져 있다.

이를 12억 인구대국, 지속적인 고도의 경제성장, 빠르게 형성되고 있는 중산층, 자동차가격 인하 경쟁, 자동차 할부금융 허용, WTO 가입 등과 같은 사실에 대비해 보면 향후 자동차(특히, 승용차)에 대한 수요는 엄청나게 늘어나 중국도 자동차 대중화(motorization) 단계에 진입할 시기가 그리 멀지 않았음을 알 수 있다.

결국, 이러한 점들이 감안되어 21세기 중국 자동차시장은 발전잠재력이 세계에서 가장 큰 시장으로 꼽히고 있으며, 미국, 유럽, 일본 등 선진 메이커들이 사활을 걸고 중국시장에 진출하고 있다. 이러한 현상은 그 동안 세계 자동차산업을 주도해 온 선진국 시장이 사실상 포화상태로 신규수요 창출이 부진해지면서 더욱 두드러지고 있다.

〈표 4-4〉 아시아 주요국의 자동차 보급률(1998년 기준)

	승용차 (천대)	상용차 (천대)	합계 (천대)	승용차 1대당 인구(명)	자동차 1대당 인구(명)	1,000명당 자동차 보유대수(대)
아시아	83,640	43,356	126,997	38.3	25.2	39.6
중국	5,319	6,872	12,190	233.8	102.0	9.8
인도	4,820	2,610	7,430	199.2	129.2	7.7
인도네시아	2,144	2,026	4,170	93.5	48.1	20.8
일본	49,896	20,919	70,815	2.5	1.8	563.6
한국	7,580	2,889	10,470	6.1	4.4	227.6
말레이시아	3,517	931	4,449	6.0	4.7	211.7
필리핀	549	1,037	4,586	128.7	44.6	22.4
태국	2,044	4,076	6,120	28.9	9.7	103.5
대만	5,418	856	6,274	4.0	3.4	290.1

자료: 한국자동차산업연구소, 『2000 세계자동차산업』, 2000. 3. 부록. p. 226.

2) WTO 가입에 따른 중국 자동차시장의 환경변화

주지하다시피 중국은 WTO 가입을 목전에 두고 있다. 중국-미국간, 중국-EU간의 WTO 가입을 위한 양자협상이 우여곡절 끝에 1999년 11월과 2000년 5월에 타결되었다. 이를 계기로 중국 자동차시장에 대한 관심이 더욱 고조되고 있다. 중국의 WTO 가입은 중국 자동차시장에 엄청난 영향을 미치게 될 것이다. 먼저, 자동차 수입관세에 대한 규제완화가 불가피하게 된다. 만일 2000년말에 WTO 가입이 이루어진다면 승용차 관세율은 2006년 1월까지 현행 80%(3000cc 이하)~100%(3000cc 이상)에서 25%로 단계적으로 인하된다. 자동차부품 관세율도 현재의 평균 27.8%에서 10%로 인하되게 된다. 자동차 수입수량 제한을 목적으로 하는 수입할당제도의 경우, WTO가입 첫해에는 자동차·부품 수입액 상한이 60억 달러로 되고, 2006년까지 매년 15%씩 한도가 확대된다. 그리고 2006년 이후에는 수입할당제가 폐지될 예정이다. 또한, 외국자본의 제한이 사실상 어려워지게 될 것으로 예상된다. 외국계은행과 비금융기관의 자동차금융 업무를 허용하고, 외국업체의 판매대리점과 수리센터의 설립을 허용하는 내용도 합의내용에 포함되어 있다.

이러한 환경변화는 중국의 자동차수요를 현재보다 한 단계 끌어올릴 가능성이 크기 때문에 중국시장에 진출하려는 외국업체들의 경쟁도 더욱 치열하게 전개되고 있다. 최근 GM이 한국의 대우자동차 인수에 관심을 나타내고 있는 이유도 중국의 WTO가입으로 대우차의 전략적 가치가 있다는 데에도 그 배경이 있는 것으로 파악되고 있다.⁴⁰⁾ WTO가입에 따라 중국시장 진출의 교두보로서 대우차의 매력이 있기 때문이다. 한편, 중국의 자동차시장을 오래 전부터 장악해 온 폴크스바겐을 비롯한 GM 등 현

40) 한국자동차산업연구소, 『2000 세계자동차산업』, 2000. 3.

기업체들은 2010년까지 중국의 수입차 시장점유율이 20~30%에 달할 것으로 보고 이에 대해 큰 우려를 나타내고 있는 것으로 알려지고 있다.

〈표 4-5〉 중국의 WTO 가입에 따른 승용차시장 환경의 변화 예상

	생 산	판 매	소 비
현재의 정책	-합작기업설립 규제 -합작기업설립시 중국측의 50%이상 출자 의무화 -국산화율 규제	-해외기업 단독으로 판매회사 설립 금지	-수입관세 80% 이상 수입차 등록제한 -과다한 세금및 등록비용 -자동차소비 보다 주택구입이 우선 -정부기관, 국유기업에 국산차 구입을 의무화
2010년 시점의 정책 예상	-외국자본의 과반수 이상 출자가능 -중국부품산업육성을 위해 국산화율규제는 지속될 가능성 있음	-외국자본 규제완화(외국판매망·할부금융허용)	-수입규제는 계속되나, 관세율의 단계적 인하(완성차:80~100%→25%)

자료: FOURIN, 『中國自動車데이터』, 2000. 1.

나. 동남아 자동차시장

1) 경제위기 이후 자동차시장의 변화: 경제위기 영향에서 점차 회복

아세안 자동차산업은 1980년대 후반 이후 지속된 고도의 경제성장을 바탕으로 급속한 발전을 이루었다. 아세안 4개국⁴¹⁾의 경우 1986년 당시 31만대에 그쳤던 자동차 판매시장이 외환위기 직전인 1996년에는 무려 4.7배나 증가한 145만대를 기록하면서 급팽창하였다.

1997년 발생한 경제위기는 여타 산업의 경우와 마찬가지로 자동차산업

41) 태국·말레이시아·인도네시아·필리핀.

에도 엄청난 타격을 입혔다. 시장규모가 1997년의 130만대에서 1998년에는 55만대로 급격히 떨어지면서 1년 전의 42% 수준으로 후퇴하였으며, 아세안지역 전체로는 60% 이상의 감소를 나타냈다. 국가별로는 태국의 55% 감소를 비롯하여 말레이시아 -51%, 필리핀이 -40%를 나타냈으며 인도네시아는 무려 83%의 판매감소를 기록하였다.<표 4-6 참조> 그러나, 국가별로 정도의 차이는 있으나 1999년 들어 경제가 예상보다 빠르게 회복되면서 점차 회복세를 보이고 있다. 외환위기 이전 수준에는 미치지 못하지만 1998년의 극심한 침체국면에서 벗어나고 있는 모습이다. 태국 35%, 말레이시아 29%, 인도네시아가 69%로 판매증가율이 뚜렷하게 나타나고 있다. 아세안 지역은 일정규모의 내수시장, 고급노동력 및 기술력, 차세대 거대시장 중국, 인도와 인접한 지리적 이점을 지니고 있어 중요한 전략적 요충지이다. 경제위기에 따른 대폭적인 수요위축에도 불구하고 구미 자동차메이커들이 동남아지역으로의 진출을 확대하고 있는 것도 바로 이러한 점들이 여전히 매력적으로 비쳐지고 있기 때문이다. 아울러, 경제위기를 계기로 고조된 아세안 역내경제협력의 기운도 선진기업들의 관심을 끌었다. 1998년 12월 하노이에서 개최된 제6차 정상회담에서 아세안자유무역 협정(AFTA: ASEAN Free Trade Agreement)의 발효시기 조정(2003년→2002년), 아세안 특혜관세(AICO)⁴²⁾ 계획의 활성화 등이 결정되면서 구미기업들은 아세안 역내무역자유화의 활용가능성을 높이 평가하고 있다.⁴³⁾

42) AICO(ASEAN Industrial Cooperation)은 역외기업에 대해 통상적으로 부과되는 30~40%의 자동차부품관세율을, 현지인 지분비율이 30% 이상인 역내 현지법인간 교역에 있어서 0~5%로 인하시켜 주는 제도(1996년 11월 도입)이다. 이 제도의 목적은 역내 산업협력을 촉진시키고 생산분업체제의 구축을 용이하게 함으로써 외국인투자를 유치하는 목적 이외에도 외국인기업과 현지기업과의 제휴를 통한 산업의 고도화를 도모하는데 있다.

43) 白周鉉, 「아세안 주요국 자동차산업의 최근동향과 시사점」, 『수은조사월보』, 韓國輸出入銀行, 2000. 5.

〈표 4-6〉 아시아 주요국의 자동차 수급추이 및 전망

(단위: 천대)

			1995	1996	1997	1998	1999	2000
생산	중국	승용차	320.6	381.5	481.6	507.1	548.0	560.0
		상용차	1,114.1	1,074.7	1,076.3	1,120.7	1,140.0	1,201.0
		전체	1434.7	1456.2	1557.9	1627.8	1688.0	1761.0
	태국	승용차	117.0	138.6	112.4	50.4	53.3	62.0
		상용차	365.8	420.8	248.3	179.6	249.7	309.0
		전체	482.8	559.4	360.3	230.0	303.0	371.0
	인도네시아	승용차	39.8	35.3	54.9	8.4	14.0	18.0
		상용차	347.7	290.2	334.0	49.7	84.0	105.0
		전체	406.5	325.5	388.9	58.1	98.0	123.0
	말레이시아	승용차	249.8	278.3	330.4	181.3	227.0	284.0
		상용차	57.1	76.9	89.0	42.3	74.0	92.0
		전체	306.8	355.2	419.5	233.6	301.0	376.0
	필리핀	승용차	73.3	76.7	60.2	38.5	23.0	26.0
		상용차	49.9	59.9	50.7	41.4	35.0	39.0
		전체	123.2	136.6	110.9	79.9	58.0	65.0
	인도	승용차	329.7	396.5	409.9	383.8	496.0	580.0
		상용차	306.3	365.7	326.1	243.7	283.0	317.0
		전체	636.2	762.1	736.2	627.5	779.0	897.0
판매	중국	승용차	321.1	377.2	474.2	508.3	545.0	560.0
		상용차	1102.5	1061.3	1093.3	1094.8	1135.0	1185.0
		전체	1,423.6	1,438.5	1,567.5	1,603.1	1,680.0	1,745.0
	태국	승용차	163.4	172.7	132.1	41.6	52.5	67.0
		상용차	408.2	416.4	231.1	159.5	218.5	279.0
		전체	571.6	589.1	363.2	201.1	271.0	346.0
	인도네시아	승용차	37.8	43.9	73.2	16.3	22.0	28.0
		상용차	340.9	293.5	319.0	48.8	71.0	89.0
		전체	378.7	337.4	392.2	65.1	93.0	107.0
	말레이시아	승용차	225.0	275.7	307.9	132.4	168.0	225.0
		상용차	60.8	89.1	96.9	66.4	89.0	107.0
		전체	285.8	364.8	404.8	198.8	257.0	332.0
	필리핀	승용차	71.2	89.0	75.8	37.9	28.0	31.0
		상용차	57.0	73.1	68.7	48.9	45.0	51.0
		전체	128.2	162.1	144.4	86.8	73.0	82.0
	인도	승용차	330.5	389.7	431.5	374.9	498.0	574.0
		상용차	308.3	360.7	329.9	243.7	271.0	310.0
		전체	638.8	750.4	761.4	618.6	769.0	884.0

주: 1999년은 추정치, 2000년은 전망치.

자료: 日刊自動車新聞社, 「自動車産業ハンドブック」, 1999. Fourin, *Asian Automotive Business Review*, 1999. 10. EIU, *Motor Business Asia-Pacific*, 4Q, 1999.

2) 아세안 주요국의 자동차시장 전망

경제위기로 동남아 자동차시장이 크게 위축된 것은 사실이나 최근 빠른 회복세를 보이고 있어 향후 몇 년 후에는 경제위기 이전의 수준으로 완전히 회복될 것이라는 것이 지배적인 전망이다. EIU 전망에 따르면, 아세안 자동차시장은 국가별로 큰 차이가 있겠으나 지역전체로 보면 2005년경에는 경제위기 이전의 수준으로 회복될 것으로 나타나고 있다. 차종별로는 승용차 2003년, 상용차는 이 보다 늦은 2005년을 넘어야 완전 회복될 것으로 전망되고 있다.(표 4-7 참조) 향후 아세안 자동차시장은 정부 정책 및 경기여건 등에 따라 큰 영향을 받을 것임으로 이러한 예측이 아주 정확할 수는 없겠지만, 낙관적으로 보아 대략 2003년경을 전후로 하여 어느 정도 회복세를 나타낼 것으로 예측해 볼 수 있다.

〈표 4-7〉 아세안의 차종별 판매현황 및 전망(1996~2000년)

(단위: 천대)

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
승용차	623	625	265	393	491	539	572	620	670	716
상용차	887	718	233	349	475	554	612	668	708	755
합계	1,510	1,343	498	742	966	1,093	1,184	1,288	1,378	1,471

주: 2000년부터는 전망치.

자료: EIU, *The automotive industries of Asia-Pacific*, 2000.

그러나, 아세안 자동차산업은 각국의 잠재적 시장규모도 상이하고 각국이 지향하는 산업정책 및 자동차산업 발전유형도 달라 회복속도 또한 서로 크게 다를 것이다.

태국의 경우, 자동차 내수판매는 국내경기의 빠른 회복과 정부의 내수진작책에 따른 자동차부가가치세 인하(1999년 4월), 금리안정, 자동차금융의 이자율 하락 등에 힘입어 1999년에는 전년대비 35% 증가하였으며, 2000년에도 자동차 내수는 국내경기의 회복에 따른 실업률 감소와 정부의 소비진작책 등에 힘입어 1999년의 증가세를 이어갈 것으로 추정된다. 그러나 정점이었던 1996년의 60만대 수준에 도달하는데는 대체로 2003년이 넘어야 할 가능할 것으로 전망되고 있다. 다만, 최근의 수출증가세가 큰 폭으로 확대될 가능성이 높아 자동차생산은 대체로 2002년경에 1996년 수준으로 회복될 것으로 전망되고 있다. 1999년 태국의 자동차수출은 15만대로 전년대비 무려 124%의 증가율을 기록하였다.

2000년 인도네시아의 자동차 판매는 정부의 내수진작을 위한 세율인하에 힘입어 소폭 증가할 것으로 추정되나, 경제개혁의 지연 등으로 정부정책의 효과는 그다지 크지 않을 것으로 보고 있다. 인도네시아 자동차산업이 외환위기 이전의 활력을 되찾는 데에는 적어도 2005년이 넘어야 가능할 것으로 예상되고 있다.

1999년 말레이시아의 자동차판매는 전년대비 29% 증가함으로써 1998년 경제위기 당시의 극심한 부진에서 어느 정도 회복되었으나, 판매대수는 26만대에 그침으로써 1997년의 40만대에는 크게 미달하는 수준이다.

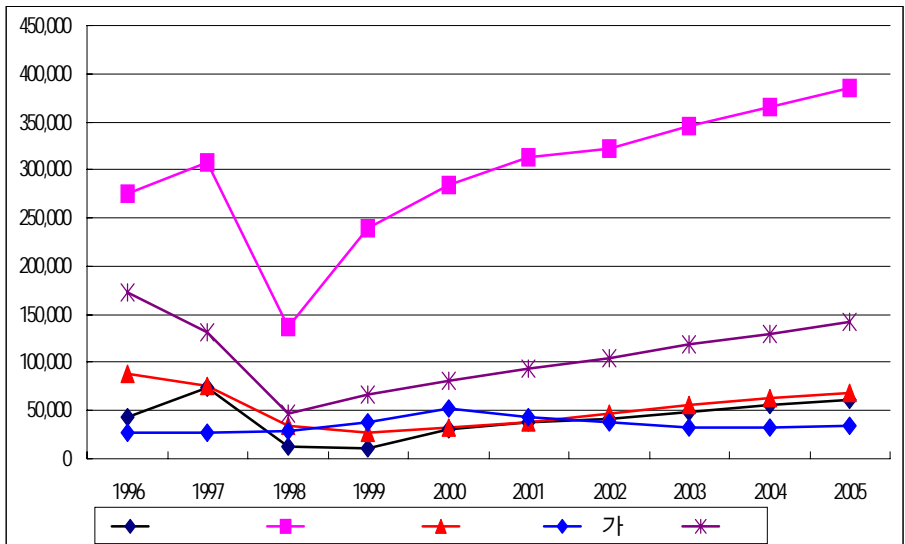
말레이시아의 내수회복은 저금리 정책, 자동차금융 제한조치 해제(1998년 12월), 정부의 세율인하에 따른 자동차 가격인하 등으로 소비자의 자동차 구매의욕이 촉진되었기 때문이며 그 결과, 1999년 국민차(Proton) 판매는 전년대비 무려 125%의 증가율을 기록한 것으로 나타났다. 말레이시아 자동차공업협회는 2000년의 자동차 생산대수는 경제위기 이전인 1997년의 40만대 수준으로 회복될 것으로 추정하고 있다.

<그림 4-3>은 EIU의 아세안 외환위기 4개국에 있어 최근 승용차 판매

시장현황과 2005년까지의 전망을 보여주고 있다. 회복속도에 있어 국가별로 큰 편차를 보일 것으로 전망되고 있는데, 말레이시아는 오는 2001년에 경제위기 직전인 1997년 수준으로 완전 회복한 후 빠른 성장세를 이어갈 것으로 보이고 있는 반면에 태국과 인도네시아는 2005년을 지나야 1996년 수준으로 회복될 것으로 전망되고 있다.

〈그림 4-3〉 ASEAN-4의 승용차 판매전망

(단위: 대)



주: 1996~1999년은 실제치이며 나머지는 전망치임.

자료: EIU, *The automotive industries of Asia-Pacific*, 2000.

3. 선진 자동차메이커의 아시아진출 경쟁동향과 전략

가. 선진 자동차메이커의 아시아 진출경쟁 동향

최근 잇달아 발표되고 있는 미국, 유럽 자동차메이커들의 시장진출 전략 및 인수합병 사례는 대부분 아시아시장에 대한 공략을 주요 목표로 삼고 있다. 이들 선진 자동차업체들의 아시아지역에 대한 투자전략은 적극적 시장공략이라는 측면에서는 동일하나 국가별·업체별로 상이한 측면을 보이고 있다.

일본기업들은 지리적으로 인접한 아세안 지역에 이미 오랜 전부터 진출, 생산거점을 꾸준히 확대하면서 사실상 아세안 자동차시장을 지배해 왔으나, 최근에는 기존의 아세안 생산거점을 강화하면서 그 동안 가장 뒤졌다고 할 수 있는 중국진출에 박차를 가하고 있다. 반면에, 지난 1980년대부터 중국에 집중 투자하면서 중국시장에서 절대적 우위를 점해 오고 있는 서유럽 메이커들이 최근에는 아세안 등 여타 아시아지역에서의 열세를 만회하기 위한 다각적인 노력을 전개하고 있다. 프랑스 르노의 전격적인 닛산자동차 인수(1999년) 및 삼성자동차 인수(2000년)를 그 사례로 들 수 있는데 특히, 닛산의 인수는 동남아지역에 구축되어 있는 닛산자동차의 생산거점과 사업기반을 적극 활용한다는 전략에 따른 것이다. 그 동안 아시아진출에 상대적으로 뒤쳐져 있던 미국의 빅-3는 일본과 중국을 포함한 아시아 전역에서의 생산거점 확보에 박차를 가하고 있다.

결국, 일본·미국·유럽메이커들간의 치열한 삼파전 경쟁이 불가피하게 되었으며, 장기적으로 보면 동지역에서의 해외사업의 성공여부가 이들 선진 메이커들의 운명을 좌우할 가능성이 높아지고 있다. 이렇듯, 선진 메이커들의 對아시아 전략이 새로운 양상으로 전개되고 있어, 그 동안의 분

할구도 양상⁴⁴⁾에 적지 않은 변화가 일어날 것으로 예견된다. 이는 향후 아시아 자동차시장의 새로운 경쟁구도를 예고하고 있는 것이다.

다음은 최근 선진 자동차메이커들의 진출이 가장 활발하게 이루어지고 있는 아시아 주요국을 중심으로 진출경쟁 동향을 살펴보고자 한다.

1) 중국 자동차시장

가) 진출경쟁 동향

현재 중국 자동차시장에서 주도적인 역할을 담당하는 외국계기업은 유럽 메이커들이다. 특히, 독일 폴크스바겐의 중국내 승용차생산(완성차) 비중은 1999년 기준 55%(1997년에는 61.5%)로 단연 앞서고 있다. 구미기업과 비교해 볼 때, 중국 자동차시장에서 차지하는 일본의 위상은 매우 제한적이다. 중국에 진출한 일본 완성차메이커로는 다이하쓰, 스즈끼, 후지(富士)중공업 등 중견기업들이 주류를 이루고 있으며, 이들 3社를 합치더라도 27.6% 정도에 그치고 있다. 또한 대부분 경·소형차 생산에 머무르고 있어 일본계 기업의 중국내 위상은 구미기업들에 비해 상대적으로 열세에 있다. 사실, 일본 자동차업체들의 중국 진출이 부진했던 역사적 배경은 1980년대 초로 거슬러 올라간다. 원래 일본은 對중국 최대 자동차 수출국으로 1980년대부터 중국은 100만대 이상의 완성차를 일본으로부터 수입했다. 1980년대 중반까지만 해도 도요타자동차는 중국 승용차수입시장의 60%를 점유하고 있었다. 그러나, 1980년대 초 일본의 대표적인 자동차메이커인 도요타는 對中 사업에 있어 판단착오로 합작기업 설립에 대

44) 예컨대, 아세안지역에서의 일본우위와 중국에서의 유럽우위를 들 수 있다. 아세안의 경우, 일본기업이 자동차 생산 및 판매의 거의 80%를 차지하고 있으며, 중국과 인도에서는 정부의 엄격한 승인하에 진출해 있는 일부 기업들(중국: 폴크스바겐, 인도: 스즈끼)이 시장을 지배하고 있다.

한 중국정부의 제안을 거절하고, 중국으로부터 원망을 사게되는 결과를 낳았다⁴⁵⁾. 이는 오늘날 일본자동차업체들의 중국진출이 부진한 하나의 원인으로 회자되고 있다.

반면에, 독일 폴크스바겐은 고도의 정치적 결단으로 일찍이 중국진출에 성공함으로써 중국 시장점유율을 빠른 속도로 확대해 나갔다.

1990년대 들어 일본기업들은 중국시장에서의 부진을 만회하고자 다각적인 노력을 기울여 오고 있다. 이러한 노력의 결과, 도요타와 혼다(本田) 기술공업의 중국진출이 이루어졌다. 도요타는 중국의 天津汽車와의 합작을 통해 ‘天津도요타’를 설립, 1998년 7월부터 승용차엔진 15만대 생산을 시작으로 늦게나마 중국진출을 강화해 나가고 있다. 혼다기술공업 역시 1998년 7월 경영악화로 어려움에 직면한 중국 진출 프랑스의 푸조 자동차를 인수하고, 廣州자동차와 합작으로 ‘本田廣州’를 설립함으로써 1999년 2월부터 자동차 생산체제에 돌입하였다. 2000년 25,000대, 2001년 5만대 생산을 목표로 하고 있다.

이러한 가운데, 미국 메이커들의 중국진출 움직임 역시 빨라지고 있다. GM은 1997년 6월 上海市와 합작형태로 투자총액이 16억달러에 달하는 上海GM을 중국 浦東新區에 설립하여 배기량 3000cc급의 고급승용차 생산체제에 돌입하였다. 현재 3.5%의 시장점유율을 확보하고 있으나 중국 WTO 가입 이후 경쟁격화에 대비해 현재 20억달러 규모의 추가적인 투자계획안을 책정해 놓고 있는 상태이다. 이렇듯, 미국과 유럽메이커들의 중국 진출경쟁이 가속화되고 있는 가운데 일본 도요타가 가세함에 따라 미국·유럽·일본간의 ‘三巴戰’이 시작되었다.

45) 沈才彬, 「中國의WTO加盟と日本企業의對應」, 『世界經濟評論』, 世界經濟研究協會, 2000. 9.

나) 시설확충 경쟁

중국에 이미 진출해 있는 외국계업체들은 기득권 유지를 위해 생산능력의 확충, 신모델의 투입 등 다양한 방식의 사업전략을 구사하고 있다. 폴크스바겐(VW)은 2002년까지 신규 생산라인 증설 등에 14억 4,000만달러를 투자하여 자동차 생산량을 확대해 나갈 방침인 가운데, 一汽VW의 생산능력을 2000년 이후 36만대로 확장하고, 上海VW의 ‘산타나’ 생산능력을 30만대로 늘릴 계획이다. 上海GM은 승용차 생산능력을 2000년 이후 30만대 규모로 확장할 계획이며, 다임러크라이슬러는 北京지프의 ‘체로키’와 ‘BJ 2020’의 생산규모를 10만대로 늘릴 계획이다. 신규업체로는 르노가 北京汽車와 합작으로 연산 3만대 규모의 다목적차량(MPU) 생산라인을 건설 중에 있으며, 피아트는 南京躍進그룹과 합작으로 승용차 ‘NJ6400’과 픽업트럭 ‘NJ1020’의 생산능력을 연산 15만대 규모로 확대할 계획이다. 스킵 역시 晶河航空의 미니밴 생산능력을 15만대로 증설할 예정이며, 도요타는 3만대 규모의 ‘카롤라’ 생산을 검토하고 있다. 한편, 1999년 중국 자동차산업의 생산능력은 이미 250만대를 넘는 것으로 추정되고 있어 이들 메이커들의 증설계획이 완료되는 경우 조만간 한국의 생산능력을 추월할 것으로 예상되고 있다.⁴⁶⁾

다) 소형 승용차시장의 경쟁격화

중국 자동차시장이 전략적 시장으로 부상하고 있는 가운데 소형차 수요가 빠르게 확대될 것으로 예상됨에 따라, 외국메이커들간의 소형 승용차시장을 둘러싼 경쟁이 치열해 지고 있다. 오는 2005년에는 중국에서 판매되는 자동차 절반 가량이 소형차가 차지할 것이라는 전망도 나오고 있다.

46) 한국자동차산업연구소, 『2000 세계자동차산업』, 2000. 3.

상해GM이 신흥중산층을 겨냥한 12,000달러대의 소형차 생산계획을 공식화(2000. 7)한데 이어, Ford는 長安汽車에 8,000만달러를 투자, 향후 2년 후 10만대의 소형차를 공동생산기로 합의하였다. 현재 중국 자동차시장을 지배하고 있는 상해VW 역시 독일 ‘국민차(People’s car) 모델의 소형차생산계획을 공식 발표하였다. 도요타 자동차도 중국 텐진자동차와 합작으로 10억달러를 투자, 소형 승용차 생산에 나선다. 최근(2000년 5월) 중국정부로부터 소형차 사업승인을 받은 도요타는 오는 2002년부터 연간 3만대의 소형차를 생산할 계획이며, 장기적으로는 생산규모를 연간 12만대로 확대해 중국 소형차시장의 30%를 확보한다는 목표를 설정해 놓고 있다. 도요타는 그 동안 상용차부문에서만 중국진출이 이루어졌으나, 금번 중국정부의 사업승인으로 오랜 숙원사업이었던 승용차사업이 실현되었다. 스즈키 역시 중국 현지합작회사(장안스즈키)를 통해 2000년 7월부터 1000cc급의 소형 승용차 생산을 개시하였다.

2) 인도 자동차시장

인구대국 인도는 중국과 함께 세계에서 가장 많은 주목을 받아 온 거대시장이다. AT컨설팅의 한 관계자는 “인도 자동차시장은 10년 뒤에는 아시아에서 2·3위를 다투는 거대한 시장으로 발돋움할 것”이라고 전망하고 있다. 인도의 자동차시장 규모는 1999년의 55만 4천대에서 2010년에는 1백만대에 이를 것으로 자동차 업계는 내다보고 있다. 또한 2004년에는 고소득층이 지금의 3배인 2,100만명에 이를 전망이다. 이런 만큼 세계 기업들의 많은 관심이 집중되고 있다.

최근에는 각종 규제와 불안정한 전력사정, 도로 인프라 미비 등 낙후된 자동차산업관련 환경이 개선되면서 세계 자동차메이커들간의 시장선점을

위한 경쟁이 본격화되고 있다. 사실, 1983년 일본의 스즈키 자동차는 인도정부와의 합작으로 국민차 생산업체인 마르티社(Maruti Udyog)를 설립함으로써 현재까지 지배적인 선두업체 자리를 유지해 오고 있다. 그러나, 최근 외국업체들의 진출이 활발해지면서 마루티사는 새로운 경쟁국면에 놓이게 되었다. 불과 1998년에만도 82%에 달했던 국내시장점유율이 1999년에는 66%, 2000년(1~5월)에는 54%까지 급락하였다.

미국의 GM은 피아트사 등과의 제휴를 통해 대대적인 인도시장 공략에 나섰다. 인도에 진출한지 1년여밖에 안 돼 아직 시장점유율은 1%대로 미미한 수준이나 강력한 브랜드 이미지를 바탕으로 판매를 확대해 나가고 있어 2000년에는 업계 6위에 오를 것으로 전망되고 있다. 더욱이, GM은 현재 인도시장을 사실상 지배하고 있는 스즈키 지분10%를 인수, GM 그룹에 편입함으로써 명실공히 인도 자동차시장에서의 생산거점 구축을 위한 체제를 마련하게 되었다.

지난 1980년대에 인도에 진출했다가 철수한 바 있는 일본의 도요타 자동차 역시 최근 인도시장을 중국·브라질과 더불어 3대 집중공략 지역으로 선정하고 인도진출을 빠르게 추진하고 있다. 2000년에는 소위 전략 차종인 ‘기장(Kijang)’의 시장투입을 시작으로 인도진출을 강화해 나갈 계획으로 있다. 이를 위해 도요타는 현지그룹과의 합작회사 설립과 관련하여 초기 투자규모 1억 7,000만 달러를 포함, 총 4억 달러 규모의 투자계획을 이미 확정하였다.

한편, 인도정부는 1990년대 중반 외국인의 단독기업 설립을 허용하는 내용의 공장설립 규정과 사업면허 발급조항을 전면 개선한 바 있다. 이에 따라 단독기업 설립을 통한 해외기업들의 인도진출이 활발히 이루어지고 있다. 지방정부도 투자유치를 위해 세금·고용 등에서 각종 편의와 인센티브를 제공해주고 있다.

〈표 4-8〉 인도진출 주요 메이커들의 자동차시장점유율 변화

	자동차 판매대수(단위: 대)			시장점유율(%)		
	1998	1999	2000 ¹⁾	1998	1999	2000 ¹⁾
마루티	309,343	366,706	151,582	82%	66%	54%
현대자동차	8,448	60,318	39,397	2%	11%	14%
텔코자동차	na	38,734	28,375	na	7%	10%
대우자동차	10,033	27,535	24,999	3%	4%	4%
힌두자동차	20,082	24,189	11,799	2%	5%	5%

주: 1) 1~5월.

자료: *Asian Wall Street Journal*(2000. 8. 22)

3) 泰國: 亞·太지역의 생산거점화

GM·포드·폴크스바겐·BMW 등 세계적인 구미메이커들은 공통적으로 동남아 시장공략을 위해, 태국을 아시아는 물론 세계시장을 대상으로 하는 생산·수출기지로 활용한다는 전략하에 진출을 가속화하고 있다. 이는 무엇보다도 태국이 동남아 최대의 내수시장 규모, 부품산업의 발달, 풍부한 인력, 자동차산업정책의 상대적 개방성 등으로 성장가능성이 가장 높다고 판단하고 있기 때문이다. 또한, 사실상 아세안 가운데 말레이시아는 정부주도의 국민차 육성계획에 따라 외국계기업의 참여기회가 적고 필리핀 등은 상대적으로 소규모시장이기 때문이다.

포드는 일본 마쓰다(지분 33% 소유)를 앞세워 태국을 세계적인 픽업트럭 생산 및 수출기지로 삼는다는 전략하에 1999년에 마쓰다와 공동으로

13만대 규모의 생산능력을 구비한 태국 현지공장을 설립하였다.

GM 역시 1998년 현재 4%의 아시아시장점유율을 2010년에는 10%로 높인다는 목표하에 2000년 5월 태국에 현지공장을 설립하였는데, 이 공장에서 생산되는 '지프라 밴(Zafira van)'의 90%를 주변 아시아지역과 전세계 시장으로 수출할 계획이다. 아울러, GM은 이스즈, 스즈키와 함께 아시아 시장을 겨냥한 신차종을 공동개발하여 시장점유율을 확대해 나갈 방침이다.

유럽업체들 가운데에서는 BMW와 폴크스바겐이 가장 적극적이다. BMW는 포드, GM에 이어 가장 최근에 태국 현지공장을 설립하였는데, 2000년부터 연 1만대 생산을 목표로 생산차종을 점차 확대해 나가며 장기적으로는 생산능력을 4만대로 확대해 나갈 방침이다. BMW의 전략은 크게 ①현지판매용 생산→②생산시설 확충 및 수출개시→③전세계지역으로부터의 부품조달 및 아웃소싱 등 3단계로 나뉘어진다.⁴⁷⁾ 폴크스바겐은 동남아 자동차수요의 회복움직임에 대응하여 1997년 현재 8%인 아시아시장점유율을 15%까지 끌어올린다는 목표하에 태국에서 2000년부터 조업을 개시할 계획이다.⁴⁸⁾

이러한 구미기업의 아세안시장 공략으로 일본기업들은 이 지역에서의 방어전략이 중요해졌다. 사실, 일본 메이커들은 오래 전부터 동남아시아 현지생산에 뛰어들어 1980년대 국민차 육성에 나선 말레이시아를 제외한다면 나머지 시장에서는 절대적 우위를 차지해 왔으며 경쟁업체들도 거의 존재하지 않았다. 그러나, 최근들어 서구 업체들의 진출이 빨라지면서 경쟁이 치열해지고 있어 이에 따라 일본기업들이 절대적 지위가 위협을 받고

47) *The Economist*(2000. 6. 24)

48) 서동혁, 「동남아 주요국의 자동차산업정책과 시장전망」, 『월간 KIET산업경제』, 산업연구원, 1999. 9.

있다.

이에 대응하여 일본기업들 역시 태국을 종래의 내수중심에서 아시아는 물론 세계시장으로 수출하는 전략적 수출기지로 발전시킬 계획이다. 도요타는 2004년 태국 현지공장의 수출목표를 30만대로 책정하고 있다.

나. 미국 빅-3의 아시아전략 특징

전통적으로 미국의 빅-3는 중남미와 서유럽에서는 확고한 기반을 마련하였으나 아시아지역에서는 일본 및 서유럽업체들에 비해 상대적으로 열세에 있었다. 그러나, 중국, 인도 및 아세안 중심으로 자동차시장이 급성장함에 따라 아시아지역에서의 시장점유율 목표치를 구체적으로 정해 놓고 이 지역에 생산거점을 마련하고 판매망을 확충하는 등 아시아 시장공략을 강화하고 있다.

최근 전개되고 있는 미국 빅-3의 아시아전략에 있어 가장 큰 특징은 바로 일본메이커의 인수를 통한 우회전략이다. 이는 이미 높은 수준의 기술력, 연구개발 노하우 및 판매망 등을 갖추고 있는 일본기업들을 인수하거나 이들과의 제휴 강화를 통해 아시아 사업을 강화하려는 의도에 따른 것이다.

이로써 일본 자동차업체는 기존의 11개사 체제에서 ① 도요타-다이하쓰-히노 ② 르노-닛산 ③ GM-스즈키-이스즈-후지 ④ 포드-마쓰다 ⑤ 다임러 크라이슬러-미쓰비시 등의 그룹으로 재편되었으며, 이제 남은 업체는 강력한 브랜드를 앞세워 독자노선을 견지하고 있는 혼다자동차뿐이다. 결국, 일본 자동차업체는 독자계인 도요타와 혼다, 그리고 외국자본계로 양분되었다.

1) GM

GM은 세계 최대의 자동차업체라는 명성에 무색할 정도로 아시아지역에서는 변변한 생산거점을 가지고 있지 않았었다. 사실, GM은 지난 1980년대 아시아사업을 축소할 바 있는데 이는 아시아사업 전략에 있어 큰 실수였다고 자성하고 있다. 그러나, 최근 일본 메이커들을 잇달아 인수함으로써 아시아 진출체제를 확고히 다졌다. GM은 디젤엔진과 상용차를 생산하는 이스즈 지분 49%와 일본 최대의 소형차 생산업체인 스즈키 지분 10%를 인수(1998년)한 데 이어, 4륜구동 자동차('Subaru')를 생산하는 후지중공업까지 인수(지분 20%, 1999년)하여 그룹으로 편입시킴으로써 아시아 시장에 대한 공략기반을 확고히 갖추었다. 앞으로 인도시장의 최대 메이커인 스즈키에 대해 지배력을 확고히 한다면, GM그룹은 인도 자동차시장에서도 절대적 우위를 차지하게 될 것이다. 1999년 4월에는 독자노선을 견지해 온 일본 최대 자동차메이커인 혼다와도 환경 및 안전 등 차세대 기술 이외에 엔진의 상호공급, 부품조달 등 광범위한 분야에서 업무제휴를 맺기로 결정하였다. 향후 세계 자동차업계의 사활을 좌우할 것으로 예상되는 충전식 전기자동차 등 무공해 승용차기술의 공동연구개발에도 합의하였으며, 이에 필요한 구동장치와 전자제어장치 개발에도 협력키로 하였다. GM과 도요타의 제휴는 환경차분야 기술과 규격표준화를 통해 세계 자동차시장을 석권하기 위한 전략적 이해관계의 합치에 따른 것으로 세계 자동차업계에 적지 않은 파장을 일으키고 있다.

아시아·태평양지역에서 GM의 목표는 2005년까지 자동차판매를 현재의 3배 수준인 180만대로 늘려 시장점유율 10%를 달성하는 것이다. 이를 위해 이미 25억달러의 투자계획을 발표했으며 태국, 인도네시아, 한국, 일본, 중국을 전략적 대상지역을 삼고 있다. GM의 아시아사업 전략의 핵심

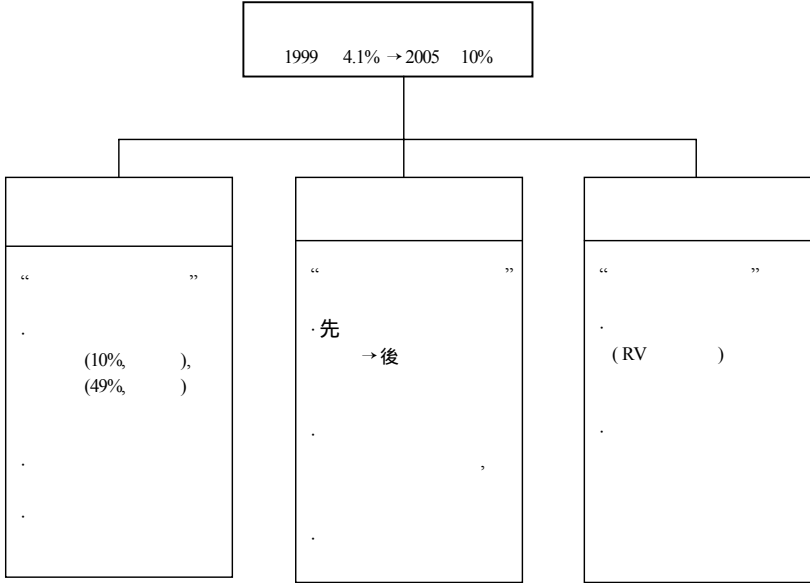
은 소형차 생산에 비교우위가 있는 이스즈와의 제품분업체제에 있다. GM은 이미 그룹차원에서 승용차는 오펔(독일 자회사), 상용차는 이스즈를 통한 분업체제를 명시한 바 있다. 이러한 점에서, 자동차 플랫폼의 공용화(commonalization)와 비용절감에 역점을 두고, 마쓰다(1996년 지분 33% 인수)와의 합작생산을 통해 아시아 생산거점을 확보해 나간다는 포드의 전략과는 사뭇 차이가 있다.⁴⁹⁾

GM은 우선, 이스즈(지분49% 소유)를 앞세워 동남아 시장점유율을 확대해 나가는 한편, 델파이를 통해 부품공급선을 확대해 나간다는 전략을 구사하고 있는데, 이미 아시아시장 공략을 강화하기 위해 이스즈와 4종류의 ‘아시아 카(car for asia)’를 전략차종으로 공동개발한다는 내용의 계획을 발표하였다.

GM의 판매전략은 <그림 4-4>에서 보듯이 일본의 최대 외국자동차 수입업체인 야나세(yanase)와의 장기 협력관계를 구축하여 자사의 현지판매를 촉진하는 것을 주요 전략으로 삼고 있다.

49) Nam-Hoon Kang and Kentaro Sakai, “International Strategic Alliance: Their Role in Industrial Globalization,” STI Working Paper 2000/5, 2000. 7. 10. p. 27. 및 최대식, 「변화하는 GM의 아시아사업 전략」, 『자동차경제』, 한국자동차산업연구소, 1999. 2. 16.

〈그림 4-4〉 GM의 아시아시장 진출전략 개요



자료: 『日本經濟新聞』(1999. 8. 6)

2) 포드

세계 자동차업계 2위인 포드의 아시아사업은 그 동안 전략적 제휴 등 간접투자방식이 주를 이루었다. 그러나, 1996년 6월 엔고에 따른 수출부진 및 국내판매전략 부재로 심각한 경영난에 봉착한 마쓰다 지분33.4%를 전격 인수, 경영권을 획득함으로써 포드의 아시아 전략이 새로운 양상을 띄고 있다. 이를 계기로 포드는 ‘난공불락의 요새’인 일본시장에서 교두보를 구축하였을 뿐만 아니라, 아시아시장을 겨냥한 모델개발과 소형차 개발·생산에서도 시너지 효과를 누릴 수 있게 되었다.

1999년 8월 태국에 지역본부(regional headquarter)를 구축한 포드는 마쓰

다(지분33% 소유)의 플랫폼을 공유하여 신차개발비용을 줄이는 한편 일본 및 동남아 지역에 부품거점을 확보해 나가는 동시에 마쓰다의 판매망을 활용함으로써 아시아지역에 대한 포드의 판매체제를 강화해 나가고 있다.

1998년 현재 2.5%에 불과한 아시아 시장점유율을 2010년까지 10%로 높인다는 전략(볼보·마쓰다를 포함한 그룹전체로는 6%에서 15%로)하에 중국, 인도, 태국에 대한 진출을 본격화하는 한편 인도네시아, 필리핀 등 취약지역에도 공세적인 진출전략을 강구하고 있다. 아세안 각국과 인도에는 이미 1995~1996년에 걸쳐 판매 및 금융회사를 설립하였으며 또한 인도에서는 1996년 9월부터 합작회사를 설립하여 ‘에스코트’ 차종을 생산하고 있으며, 이밖에도 인도네시아, 필리핀 등지에서 합작사업을 추진하고 있다. 포드는 부품사업 확대 및 마케팅 활동에도 적극 나서고 있다. 현재 중국 남경기차와 엔진 합작생산을 검토 중에 있으며, 중국내 자동차 할부 금융회사 설립계획도 발표하였다. 포드의 아시아사업 전략은 기본적으로 개발과 관련해서는 그룹내 분업체제를 유지하면서 생산에 있어서는 현지 생산주의를, 판매에서는 브랜드별 독자전개를 원칙으로 하고 있다.⁵⁰⁾

3) 다임러크라이슬러

얼마 전까지만 해도 다임러크라이슬러는 GM이나 포드와는 달리 아시아에서 이렇다할 제휴선을 찾지 못했다. 닛산의 인수를 시도하였으나 결국 성사되지 못함으로써 뚜렷한 대안을 마련하지 못했다. 그러나, 2000년 미쓰비시(승용차부문) 인수에 성공함으로써 아시아 진출을 위한 새로운 전기를 마련하였다. 다임러크라이슬러는 미쓰비시의 인수를 통해 두 가지

50) 최대식, 「포드의 아시아사업전략」, 『자동차경제』, 한국자동차산업연구소, 1999. 3.

의 시너지 효과, 즉 차종보완효과와 지역보완효과를 누리기 위한 것으로 분석해 볼 수 있다. 차종보완효과 측면에서 보면, 고급승용차와 대형상용차부문에 세계 최고의 경쟁력을 갖고 있는 다임러벤츠와, 미니밴과 대중승용차에 강점을 갖고 있는 크라이슬러가 결합한 다임러크라이슬러는 소형차부문에 취약성이 나타나자 소형차 개발능력이 뛰어난 미쓰비시의 도움이 필요했고, 결국 2000년 미쓰비시 지분 34.4%를 인수하게 된다.

지역보완 효과측면에서 보면, 다임러크라이슬러의 자동차판매는 유럽지역과 북미지역에 편중되어 있어 아시아 기반은 매우 취약한 상태였다. 결국, 아시아 경제권에 진입할 수 있는 발판을 마련하기 위해서는 일본과 동남아시아시장의 강자인 미쓰비시 인수가 전략적으로 중요했다.

요컨대, 다임러크라이슬러의 미쓰비시 인수는 아시아 진출과 세계 메이커들의 소형차 개발경쟁에 대한 전략적 대응으로 볼 수 있다. 사실, 그동안 아시아에서 다임러크라이슬러의 존재는 고급차나 대형지프에 주력하는 제품라인업(product line-up)상의 한계로 매우 제한적이었다. 이는 시장점유율을 통해서도 쉽게 알 수 있다. 1999년 기준 아시아·태평양지역에서 다임러크라이슬러의 시장점유율은 호주 및 대만에서 2%대, 일본과 아세안-4에서 1%대에 그치고 있다. 반면에 미쓰비시는 자본제휴관계에 있는 Proton사를 포함할 경우, 아세안-4에서 30%대, 일본과 호주에서 각각 10%대의 시장점유율을 확보하고 있다. 또한, 미쓰비시는 아세안 5개국에서 46만대, 중국·대만과 호주, 인도 등 4개국에서 21만대의 현지조립·생산능력을 갖추고 있다. 따라서, 다임러크라이슬러의 아시아사업은 미쓰비시 인수를 계기로 본격화될 것이다. 특히, 미쓰비시를 통해 소형차부문을 보강할 수 있게 되어 아시아 사업이 다른 양상으로 전개될 것으로 보인다. 다임러크라이슬러는 미쓰비시의 승용차부문을 그룹의 소형차사업부문으로 편재시켜 아시아전략을 강화해 나간다는 계획이다. 물론, 아시아

지역의 미쓰비시 판매망도 최대한 활용한다는 방침인데, 그 동안 공동부품조달 수준에 머물고 있는 양사의 제휴관계를 합작생산, 로고의 공유 등을 통해 전략적 협력관계를 보다 강화해 나간다는 내용의 계획안을 최근 발표하였다. 로고의 공유는 상대방의 유통네트워크를 활용함으로써 판촉비용을 상당부분 줄일 수 있다는 판단에 따른 것이다.

이와 같이 아시아시장에서 다임러크라이슬러의 위상이 새롭게 높아짐에 따라 GM, 포드 등 기존에 우위를 점하고 있던 업체들과의 경쟁도 불가피하게 되었다.

제5장 결론 및 시사점

구미 선진기업들은 금융위기 이후 아시아시장의 급격한 개방화와 더불어 거대한 시장규모를 바탕으로 한 경제적 역동성에 주목하고 아시아시장에서의 시장확보를 위한 진출전략을 강화해 나가고 있다. 이에 대응하여 일본기업들도 국내경제의 침체와 사업구조조정 등으로 어려움을 겪고 있는 가운데에서도 새로운 투자진출 전략을 모색하고 있다. 특히, 이들 선진기업들의 아시아시장 진출형태는 과거와는 달리 현지기업을 직접 인수·합병하는 국경간 M&A 전략을 강화하고 있어 아시아시장에서 차지하는 외국기업의 비중이 빠른 속도로 증가하고 있다.

최근에는 아시아 경제가 회복세를 보이고 있어 향후 아시아에 대한 직접투자는 더욱 활발하게 이루어져 미국 및 유럽 등 구미 선진기업의 투자비중이 점차 높아질 것으로 예상된다. 특히, 아시아 각국에서 빠르게 진행되고 있는 금융개혁과 정보통신·유통 등의 시장개방 확대는 이들 분야에서 경쟁력이 높은 선진기업의 투자진출을 더욱 촉진시킬 것으로 보이며, 이에 따라 아시아 시장에서의 경쟁구도와 산업구조 개편이 더욱 빠른 속도로 진행될 것으로 보인다. 이는 우리에게 있어 국내외적으로 기회와 도전을 동시에 제공해 주고 있다. 우선, 국내적으로는 연구개발(R&D) 및 기술이전 확대, 첨단지식산업에의 투자유치 확대 등을 통해 경제의 효율성과 경쟁력을 제고하는 것이 무엇보다도 중요한 과제이다. 대외적으로는 효율적인 아시아시장 진출을 위한 적절한 대응전략을 마련해야 하며, 이를 위해서는 선진 글로벌기업들의 아시아진출 전략을 지속적으로 모니터링하고 벤치마킹하는 시스템을 구축해야 할 것이다.

외환위기 이후 극심한 경기침체와 내수위축 등으로 외국인투자가 크게 저조할 것이라는 당초의 우려도 있었으나, 실제로 한국은 경제위기를 겪고 있는 국가들 가운데 가장 높은 투자증가율을 기록함으로써 외환위기 극복에 크게 기여한 것으로 평가되고 있다. 외국인직접투자가 국내총생산(GDP)에서 차지하는 비중도 1995년 2.1%에서 1998년에는 무려 6.1%로 상승하였다. 이는 주변경쟁국인 동남아시아 국가들의 전반적인 투자유치 부진을 감안할 때 매우 괄목할만한 성과이다. 사실, 최근의 이러한 투자급증은 통화가치 하락에 따른 자산가치 및 생산요소비용의 하락, 생존의 차원에서 이루어진 구조조정 및 기업의 해외매각 등 다소 일시적인 요인에 기인하는 바가 크다고 할 수 있다. 다시 말해, 자산가치가 회복되고 구조조정이 마무리되면 한국의 외국인투자는 단기성에 그치고 다시 감소세로 돌아설 가능성을 배제할 수 없다.

한국경제가 현재 당면하고 있는 가장 근본적이고도 구조적인 문제는 바로 경쟁력 상실이라는 점을 감안하면 외국인투자의 지속적인 확대는 필수적이다. 세계경제의 통합구도에서 탈락하지 않고 꾸준한 경제발전을 달성하기 위해서는 앞으로도 이러한 투자증가세를 지속적으로 이어가면서 이를 통해 국내산업의 고도화 촉진과 국가경쟁력 제고수단으로 활용해야 할 것이다.

세계경제의 글로벌화 과정에서 가장 큰 변화 가운데 하나는 외국인투자 결정요인으로서 소위 ‘창조된 자산(created assets)’의 중요성이 강조되고 있다는 사실이다. 투자유치국의 지역적 우위요인(locational advantages)만으로는 투자유치 경쟁력 확보에 한계가 있으며, 기술·지식·정보와 같은 ‘창출된 자산’의 보유여부가 더욱 중요해지고 있다. 더욱이, 각국의 투자유치정책은 상호 유사성을 더해 가고 있어 투자유인 효과가 상쇄되는 경향이 강해지고 있으므로, 이제는 기술 및 연구개발부문(R&D)에 대한 접

근성, 기술혁신 등의 중요성이 강조되고 있다. ‘창조된 자산’은 정보통신과 같은 고도의 사회기반시설을 말하는 유형적 자산과 경영인의 혁신능력 등을 포함하는 무형적 자산으로 구분되는데, 이들을 연결하는 공통적인 특성은 지식이며, 이는 다국적기업의 투자유치전략에 있어 매우 중요한 위치를 차지하고 있다.

오늘날 영국이 유럽지역 가운데 투자선호도가 가장 높은 이유는, 무엇보다도 안정된 금융시장에다 정보통신 인프라 등이 잘 갖추어져 있어 외국 투자기업들이 필요한 금융·기술서비스를 손쉽게 이용할 수 있는 장점을 지니고 있기 때문이다. 따라서, 지역우위요소와 기술 및 혁신적 역량의 ‘창조된 자산’을 차별성 있게 조화시켜 나가는 것이 무엇보다도 중요하며 추구해야 할 과제이다.

한편, 선진기업들은 미래의 성장이 아시아 시장점유율 확대에 달려 있다는 판단하에 현지생산거점 구축 및 유통망 확대 등을 통해 아시아진출을 확대해 오고 있다. 특히, 외환위기를 계기로 아시아 각국의 시장개방이 가속화되면서 그 속도가 더욱 빨라지고 있다. 한국기업들은 그 동안 상대적으로 제한된 경쟁을 통해 비교적 용이하게 아시아사업을 전개해 왔으나, 선진기업들의 아시아진출 확대로 한국기업들은 이들 선진기업들과의 경쟁이 불가피해졌으며 이에 따라 새로운 경쟁양상이 전개될 것으로 예상된다.

한국기업은 1980년대 말 이후 국내생산비용이 상승하면서 동남아시아와 중국 등으로 진출을 지속적으로 확대해 왔으며, 그 결과 아시아지역은 전체 해외직접투자 가운데 44.5%(1998년 잔액기준)를 차지할 정도로 우리 기업의 투자가 집중되어 있는 시장이다. 그러나, 경제위기 이후 급격한 구조조정에 따른 투자여력의 상실로 아시아에 대한 해외투자 역시 크게 위축되고 있어⁵¹⁾, 과거의 사업전략만으로는 기존의 아시아시장을 방어하

는 데에는 많은 어려움과 한계가 있을 것으로 우려된다.

이에 따라, 막대한 자금력과 경쟁력을 지닌 선진기업들과의 경쟁에 효율적으로 대처하고 협력을 위한 새로운 아시아전략을 모색해야 할 시점이라 사료된다.

첫째, 아시아 시장점유율을 유지, 확대하기 위해서는 우선 아시아시장에서의 경쟁구도가 급속히 변화하고 있음을 직시하고, 기존의 사업전략에 대한 수정과 함께 비교우위업종 중심으로의 핵심역량 강화를 통해 선진기업들과의 경쟁에 효율적으로 대응할 수 있는 노력이 강구되어야 할 것이다. 그 동안의 저임금 또는 단순조립형 사업전략에서 벗어나 핵심사업의 역량강화, 품질혁신과 신제품 개발, 생산성 향상, 연구개발 등을 통해 아시아시장에서의 경쟁우위를 확보할 수 있어야 한다. 단순한 저부가가치 제품의 생산만으로는 현지기업은 물론 외국계기업들과의 치열한 경쟁에서 더 이상 생존하기 어려워질 것이기 때문이다.

둘째, 경쟁상대인 선진기업들의 아시아 진출동향과 사업전략에 대한 철저한 분석과 벤치마킹을 통해 이들 기업과 효율적으로 경쟁 또는 협력할 수 있는 전략을 적극 모색하여야 할 것이다.

셋째, 선진기업들의 아시아진출 확대는 한국기업에게 새로운 협력의 기회를 제공할 수 있다는 점에서 아시아진출 선진기업들과의 다양한 전략적 제휴를 모색해 나가야 할 것이다. 기술개발, 제품생산 및 판매 등 경영의 제반단계에서의 선진기업들과의 전략적 제휴는 투자리스크의 최소화는 물론 투자의 효율화를 기할 수 있는 경제적 효과를 가져 올 수 있다. 자동차산업의 사례에서 보듯이 선진 메이커들은 세계적인 공급과잉에 따른 경쟁격화에 대응하기 위해 전략적 제휴를 활발히 추진해 나가고 있

51) 1999년 對아시아 직접투자는 전년대비 30% 이상 감소하였으며, 2000년 1~9월 동안에도 경제위기 직전(1997년 1~9월)에 비해 50% 이상 감소하였음.

다. 한국기업들도 독자적 전략보다는 상호 보완성이 높은 선진 메이커들과의 플랫폼 공유(공동개발 및 공동생산), 공동부품조달, 공동판매 등 포괄적 제휴를 적극 모색할 필요가 있다.

넷째, 철저한 현지화 및 토착화 전략, 부품의 현지조달 제고 등을 통한 생산체제의 질적 고도화를 추진해 나가야 할 것이다. 현지문화와 관습에 대한 폭넓은 이해, 노사관계의 안정 등은 물론이고, 생산성 향상을 위한 현지근로자에 대한 지속적인 교육·연수, 중간관리자에 적극적인 현지인 채용 등을 통한 경영의 철저한 현지화 노력이 수반되어야 할 것이다. 일본기업들의 경우 그 동안의 오랜 경험을 바탕으로 개발단계에서부터 부품조달·생산·자금조달에 이르기까지 완전한 현지기업으로의 변신을 시도하고 있다.

마지막으로, 한국기업들도 경제위기 이후 아시아 각국의 시장개방화와 시장환경의 변화를 시장진출의 기회로 적극 활용, 아시아진출을 지속적으로 확대해 나가야 할 것이다. 선진 각국 기업이 아시아시장을 상대로 새로운 생산거점을 확대해 나가고 있는데 한국기업만 국내시장에 안주한다면 그 결과는 너무나 자명하다.

현재 대부분의 한국기업들은 급격한 구조조정의 과정을 경험하면서 많은 어려움을 겪고 있으나, 해외투자는 기업의 글로벌경영 전략, 즉 장기적인 성장전략 차원에서 지속적으로 추진되어야 할 과제이다. 다만, 해외투자에 대한 판단착오는 투자기업의 재산손실은 물론 귀중한 國富의 유실을 초래할 수 있으므로 사전적으로 엄밀한 시장평가와 철저한 투자수익성 평가에 기초하여 이루어져야 할 것이다.

參考文獻

[國內文獻]

- LG경제연구원. 각호. 『週刊經濟』.
- 김종연. 1996. 『아시아의 주요산업: 자동차』. 장은경제연구소.
- 白周鉉. 1999. 9. 「세계 자동차산업의 재편과 GM의 아시아시장 진출확대」. 『수은조사월보』. 韓國輸出入銀行.
- 白周鉉. 2000. 5. 「아세안 주요국 자동차산업의 최근 동향과 시사점」. 『수은조사월보』. 韓國輸出入銀行.
- 서동혁. 1999. 9. 「東南亞 주요국의 자동차산업정책과 시장전망」. 『月刊 KIET 산업경제』. 산업연구원.
- 류기천. 2000. 8. 「크게 확대될 것으로 예상되는 중국 승용차시장」. 『자동차경제』. 한국자동차산업연구소.
- 安世英. 1998. 『多國籍企業經營學』. 박영사.
- 이문영. 2000. 『21세기 중국승용차산업 발전전략과 韓·中 협력증진방안』. KIET 정책자료. 산업연구원.
- 이항구·이영주. 1998. 『美國의 아시아 進出戰略과 우리의 對應』. 產業研究院.
- 오상봉外. 1999. 12. 『산업별 전략적 제휴방안: 국내 12개 산업을 중심으로』. 產業研究院.
- 장윤중·전주성. 2000. 5. 『글로벌경제의 외국인직접투자 정책』. 產業研究院.
- 조성재. 1999. 9. 「 주목해야 할 GM의 글로벌 전략」. 『자동차경제』. 한국자동차산업연구소.
- 조성재. 2000. 7. 「현대-다임러크라이슬러 제휴의 배경과 의의」. 『자동차경제』. 한국자동차산업연구소.
- 최용권. 1999. 2. 「아시아위기 이후 일본기업의 對아시아 해외직접투자전망」. 『수은조사월보』. 韓國輸出入銀行.

- 韓國銀行. 2000. 8. 『주간해외경제』. 제2000-33호.
- 한국자동차산업연구소. 2000. 3. 『2000 세계자동차산업』.
- 최대식. 1999. 2. 「변화하는 GM의 아시아사업전략」. 『자동차경제』. 한국자동차산업연구소.
- 최대식. 1999. 3. 「포드의 아시아사업전략」. 『자동차경제』. 한국자동차산업연구소.
- 최대식. 2000. 4. 「다임러가 미쓰비시와의 제휴를 통해 얻은 이득」. 『자동차경제』. 한국자동차산업연구소.

[東洋文獻]

- 出石詩朗. 2000. 7. 「1999年度わが國の對外直接投資屈出數字の解説」. 『開發金融研究所報』 第3号. 國際協力銀行(JBIC).
- 山口裕士. 2000. 5. 「新たな競争の時代を迎える中國自動車業界」. 『調査月報』 No. 50. 東京三菱銀行.
- 沈才彬. 2000. 9. 「中國のWTO加盟と日本企業の對應」. 『世界經濟評論』. 世界經濟研究協會.
- 日刊自動車新聞社. 1999. 『自動車産業ハンドブック』.
- 日本經濟新聞(1999. 8. 6)
- 日本自動車工業會. 1999. 『主要國自動車統計 1999』.
- Fourin. 1999. 10. *Asian Automotive Business Review*.
- Fourin. 2000. 1. 『國自動車데이터』.
- JETRO SENSOR(1997. 10 및 1999. 4)
- JETRO. 2000. 『投資白書』.

[西洋資料]

- Asian Wall Street Journal(2000. 8. 22)
- Asian Wall Street Journal(2000. 9. 3)
- Atsuko, Toyama. 1999. "Asian Business Development of the World's Major

Automobile Assemblers through Strategic Alliance." *Pacific Business and Industries*, Vol. I. Sakura Institute of Research/Center for Pacific Business Studies.

China Economic News(각호)

EIU. 1999. *Motor Business Asia-Pacific*. 4Q.

EIU. 2000. *The automotive industries of Asia-Pacific*.

Euro-Asian Business Consultancy Ltd. 1999. *Evaluation of Korea's Business Environment and Policy Action Plan: A Foreign Perspective*. (July 23).

Far Eastern Economic Review(2000. 9. 7)

Financial Times(2000. 10. 30)

Hidehiko, Mukoyama. 2000. "The Asian Economy Toward a New Century and the Asia Strategies of Japanese Companies." *Pacific Business and Industries*, Vol. II. Sakura Institute of Research/Center for Pacific Business Studies.

IMF. 2000. *International Financial Statistics*. (May)

J.D.Power-LMC. 1998. *Global Car & Truck Forecast*. 1st Quarter.

Japan Cement Association. 1998. "Expansion of Foreign Capital into the Cement Markets of Six Asian Countries." Press release. (October)

MSC Times. 2000. *Regional Outlook: Southeast Asia 2000~2001*.

OECD. 1999. 9. 20 *The Globalisation of Industry in the OCED Countries*.

OECD. 1999. *Foreign Direct Investment and Recovery in Southeast Asia*. OECD Proceeding.

OECD. 2000. 7. *International Strategic Alliance: Their Role In Industrial Globalisation*.

OECD. 2000. 9. *Knowledge-based Industries in Asia: Prospects and Policies*.

PriceWaterhouseCoopers. 1999. *Global Automotive Deals Survey 1998*.

The Economist(2000. 6. 24)

UNCTAD. 2000. *World Investment Report 2000: Cross-border Mergers and*

Acquisitions and Development.

UNCTAD/ICC. 1998. 3. *The financial crisis in Asia and foreign direct investment.*

UNCTAD/Investment in France. 1998. *International Investment: Towards the Year 2002.*

Wall Street Journal(2000. 5. 24)

Wall Street Journal(2000. 8. 22)

WEFA. 2000. *World Economic Outlook Third Quarter 2000.* (May)

World Bank. 1999. *World Development Finance.*

美 상무성. 각호. *Survey of Current Business.*

美 상무성. 각호. *Best Market Reports* 각호.

美 상무성. 각호. *Country Commercial Guide.*

Executive Summary

The Expansion of Global Conglomerates into Asia after the Economic Crisis and Its Implications

Youngho Park

With the spreading phenomenon of the so-called globalization, western conglomerates have accelerated in expanding into the Asian region because they considered the changing investment environment had resulted from extensive restructuring and market liberalization after the economic crisis.

While in the past, overseas direct investment of western conglomerates had focused on North America and Europe owing to the relatively high entry barrier of the Asian region, after the crisis, they turned towards the Asian region, observing the region's dynamic economy based on the market liberalization and the huge market size. To respond to this new circumstance, Japanese companies are also seeking new strategies to penetrate into the Asian market along side their own difficulties of domestic economic recession and business restructuring. Thus, the competition between developed countries is intensifying to grasp the Asian market.

One of the most striking patterns which emerged in the investment behavior of western conglomerates in Asia following the economic crisis is enlargement of mergers and acquisitions (M&A) between borders. Before the crisis, the greenfield investment was a major pattern of investment because of Asian countries' restrictions on acquisitions with foreign capital. However, following the crisis, market liberalization expanded and M&A type direct investments are still rapidly growing.

This is due to perfect harmony of the interests of countries concerned to overcome the crisis by attracting foreign capital and the interests of foreign companies preferring M&A.

It is predicted that the investment of western conglomerates will continue to grow due to Asian countries successfully handling and overcoming the crisis. Moreover, due to the ongoing process of financial reform and greater market liberalization in the sector of information telecommunication (IT) and distribution, western conglomerates with competitiveness will increase their investment in those particular sectors.

It could be possible to interpret these phenomena, the rapidly growing expansion of western conglomerates, as one of the tactics for strengthening the control in Asian market and further, taking the leadership in the international economy. It will lead to new competition and change in the cooperative structure of the Asian region.

Consequently, this changing situation provided us with both opportunities and challenges at the same time. We cannot ignore the significance of expansion of western conglomerates into the Asian region since Korean companies had focused traditionally on investment in the Asian region. We need to seek new Asian investment strategies through continuous monitoring and benchmarking on global conglomerates into Asia.

발간자료목록

■ 지역연구회시리즈

- 00-01 블라디미르 푸틴의 시대: 2000년 러시아 대선분석 및 향후 정세전망 鄭銀淑
00-02 동북아 경제협력구도에서 韓半島의 통합적 발전방향 吳勇錫

■ 정책연구

- 97-01 美國 클린턴 제2기 行政府의 對外通商政策 王允鍾
97-02 韓國의 海外直接投資 現況과 成果 王允鍾 編著
97-03 外國人直接投資의 障礙要因과 促進方案 金準東
97-04 中國의 住宅市場 現況과 進出與件 崔秀雄
97-05 OECD 賂物防止協定에 따른 國內立法現況과 示唆點 金鍾範
97-06 電子商去來의 國際的 論議動向과 對應課題 李鍾華·李晟鳳
97-07 韓·美 通商摩擦의 推移와 對應方案 王允鍾·崔秀燁
97-08 中國經濟의 浮上과 韓國의 對應 李昌在外
97-09 東아시아 貿易·投資의 構造變化와 向後 課題 金南斗 外
97-10 北韓과 中國의 經濟關係 現況과 展望 趙明哲
97-11 韓·러시아 經濟交流의 現況과 政策課題 鄭余泉
97-12 美洲地域 經濟統合의 展望과 韓國의 對應課題 金元鎬 外
97-13 WTO 主要論議 動向과 對應課題 金寬濬 外
97-14 中國內 外資企業의 勞務管理 實態와 改善方案 趙顯竣
98-01 IMF體制下의 韓國經濟(1997.12~1998.6):綜合深層報告Ⅰ 張亨壽·王允鍾
98-02 中國 金融改革의 現황과 과제 李章揆 外
98-03 國內企業 構造調整에 있어 國境間 M&A의 役割 王允鍾·金琮根

1990년~현재까지의 모든 발간자료 목록은 연구원
Homepage (<http://www.kiep.go.kr>)에 수록되어 있음.

- 98-04 EU 정보네트워크 모형의 APEC 지역 적용에 관한 탐색연구 權泰亨 外
- 98-05 1997년 APEC 개별실행계획(IAPs)의 평가 成克濟
- 98-06 1999년 세계경제전망 王允鍾 編
- 98-07 부문별 조기무역자유화의 경제적 효과 柳在元·李弘求
- 98-08 러시아 금융위기의 원인과 파급효과 李昌在外
- 98-09 外國人投資誘致政策: 國際의 成功事例와 示唆點: 투자인센티브 李晟鳳·李炯根
- 98-10 外國人投資誘致政策: 國際의 成功事例와 示唆點: 投資自由地域 李晟鳳 外
- 98-11 統一對備 국제협력과제: 國際金融機構 활용방안을 중심으로 張亨壽·李昌在·朴映坤
- 98-12 臺灣企業의 國際化 戰略과 시사점 崔秀雄
- 98-13 中國 國有企業 改革의 現況, 問題點 및 發展方向 徐錫興
- 98-14 Technology Cooperation in the APEC: Case of the APII
Byung-il Choi · Eun Mee Kim
- 98-15 IMF 긴급자금지원체제에 대한 평가와 國際金融體制 改編展望에 따른
우리의 대응 張亨壽·元容杰
- 98-16 미국 FTA 정책의 전개와 시사점 鄭仁教
- 98-17 최근 國際投資 紛爭事例의 研究 金寬濤·李性美
- 98-18 通商關聯 電子商去來 論議動向과 示唆點 尹昌仁
- 98-19 中·東區 및 CIS지역의 經濟統合 現狀과 전망 鄭余泉·崔秉熙·韓貞澈
- 98-20 북한의 외국인투자유치 정책과 투자환경 趙明哲·洪翼杓
- 98-21 중국 향진기업의 발전과 국제화 전망 全載旭·崔義炫
- 99-01 1999~2000년 세계경제전망: 종합심층연구 曹琮和 編
- 99-02 韓·브라질 21世紀 協力 비전과 課題 金元鎬 編
- 99-03 IMD의 국가경쟁력 평가에 관한 연구 金博洙·王允鍾·申東和·李炯根
- 99-04 주요 아시아 경쟁국 기업의 환위험 관리실태와 시사점 王允鍾·鄭在完·金琮根·李鴻培
- 99-05 2000년 세계경제전망 曹琮和 編
- 99-06 APEC 주요 회원국의 1998년도 개별실행계획(IAPs)평가 安炯徒 編著
- 99-07 동북아 경제협력연구 시리즈① 동북아 경제협력: 총괄편 李昌在
- 99-08 동북아 경제협력연구 시리즈② 동북아 경제협력: 관세, 통상 등
지역경제협력 鄭仁教 外
- 99-09 중국의 WTO 가입이 동아시아와 한국경제에 미치는 영향 金益洙
- 99-10 東아시아 華人經濟와 우리의 華人資本 활용방안 崔秀雄
- 99-11 IMF體制下的 韓國經濟 II(1998.7~1999.12): 綜合深層報告② 黃祥仁·王允鍾·李晟鳳

99-12	동북아 경제협력연구 시리즈③ 동북아 경제협력: 투자협력	李晟鳳 外
99-13	동북아 경제협력연구 시리즈④ 동북아 경제협력: 금융협력	王允鍾 外
00-01	WTO 뉴라운드 規範分野의 논의동향과 韓國의 協商戰略	崔洛均·蔡旭·金準東·安有哲·尹美京·徐暢培
00-02	서비스산업의 開放效果: 業種間 波及效果를 중심으로	金準東·姜仁洙
00-03	東歐 經濟體制轉換의 평가와 北韓經濟에 대한 시사점	鄭余泉
00-04	WTO 뉴라운드 工產品協商的 시나리오별 實證分析和 韓國의 協商戰略	崔洛均·李明憲·朱文培
00-05	WTO 서비스협상의 影響分析 및 對應戰略	金準東·李長榮·李漢煥·金龍奎·崔重熹·許琮·李遠姬
00-06	WTO 뉴라운드 農業協商 影響分析 및 對應戰略	宋有哲·朴芝賢·李載玉·魚明根·任廷彬
00-07	韓·칠레 自由貿易協定の 推進背景, 經濟의 效果 및 政策的 示唆點	鄭仁教·李景姬
00-08	WTO 서비스규범 관련 論議動向 및 對應方案	蔡旭·金準東·梁俊哲
00-09	體制轉換國의 經濟開發費用 조달	趙明哲·權栗·李哲元·金恩志
00-10	國際金融體制 改編의 주요쟁점연구	金世植·楊斗鏞·王允鍾·黃祥仁
00-11	WTO 新通商議題 影響분석과 대응	尹昌仁 外
00-12	中國·베트남의 初期 改革·開放政策和 北韓의 改革方向	趙明哲·洪翼杓
00-13	WTO 뉴라운드協商的 전망과 韓國의 協商力 제고방안	蔡旭·崔洛均
00-14	선진국 주요 環境裝置가 韓國의 輸出競爭力에 미치는 影響과 對應方案	尹昌仁·韓宅換·庾相喜
00-15	제3차 ASEM 頂上會議: 經濟協力分野의 성과와 발전전략	李鍾華
00-16	農產物 保護費用과 政策示唆點	宋有哲·朴芝賢

■ 조사분석

97-01	韓國企業의 對中 投資 實態 및 經營成果 分析	朴相守
97-02	베트남의 經濟改革 推進現況 및 經濟展望	鄭在完
97-03	韓國의 對베트남 投資 및 ODA 推進方向	鄭在完
97-04	西方의 中央아시아 石油·가스部門 推進現況	李哲元
97-05	러시아의 石油·가스 輸送體系	徐承源
97-06	메콩江流域 開發現況과 韓國의 參與方案	鄭在完·權耿德

97-07	CIS 經濟統合의 推進現況과 展望	李聖揆·崔秉熙
97-08	인도네시아의 金融産業: 危機의 背景과 展望	金完仲
97-09	中國의 에너지産業 現況과 韓國에 대한 示唆點	崔義炫
97-10	WTO紛爭解決事例 研究: 日本의 酒稅에 관한 研究	蔡 旭
97-11	WTO紛爭解決事例 研究: 美國의 「취발유에 대한 基準」에 관한 紛爭	李鎬生
97-12	베트남 國有企業改革의 現況과 課題	權 栗
97-13	中國 石油化學産業의 現況과 展望	洪翼杓
97-14	中國 株式市場의 現況과 展望	金琮根
98-01	80년대 이후 日本 通商政策 基調의 변화	羅成燮
98-02	金融危機 이후 輸出構造變化와 향후 輸出與件 전망	鄭仁教·李昌在 編著
98-03	한국과 멕시코의 외환위기의 시사점 및 구조조정과제	趙潤濟·金鍾燮
98-04	헤지펀드 運用實態와 國別 換投機 事例分析	李永雨
98-05	APEC 역내 과학기술자 교류 저해요인 조사연구	鄭聖哲·李明振
98-06	APEC의 개방적 지역주의와 WTO의 조화에 관한 연구	朴成勳
98-07	러시아의 APEC 가입 배경과 對APEC 정책	李載裕·李載榮
98-08	APEC 주요합의의 회원국별 이행에 관한 연구	朴泰鎬·文字植·白珍鉉
98-09	APEC 비관세 장벽의 현황	孫正植·韓弘烈
98-10	APEC 지방정부의 관광협력 활성화방안	朴氣弘
98-11	유로貨 출범의 파급효과 및 對EU통상환경의 변화	李鍾華 外
98-12	배출권거래제도의 국제적 운영현황과 과제	김애리
98-13	WTO 분쟁해결 사례 연구: 인도산 직조 모직셔츠 및 블라우스 수입제한조치에 관한 분쟁	蔡 旭
98-14	WTO 분쟁해결 사례 연구: 미국의 「면직 및 수제내의에 대한 수입규제」에 관한 분쟁	蔡 旭·徐暢培
98-15	OECD의 전자상거래 관련 과세제도에 대한 논의와 시사점	金裕燦·李晟鳳
99-01	OECD연구시리즈② OECD 기업지배구조 원칙의 제정과 한국경제에 대한 시사점	李晟鳳·李炯根
99-02	주요 산업별 해외 M&A사례와 국내기업의 대응방안	金琮根
00-01	透明性 提高를 위한 國際基準 및 規範의 開發과 遵守現況	朴映坤·金于珍·羅秀燁
00-02	주요 이슈별 韓·美 通商懸案 政策課題	梁俊哲·金鴻律
00-03	NAFTA의 經濟的 效果分析: 출범전 展望과 實行效果 比較를 중심으로	金元鎬·姜文盛·羅秀燁·金眞梧
00-04	金融情報機構(FIU)制度 導入方案	安炯徒 外
00-05	國際協力體 設립을 통한 北韓開發 지원방안	張亨壽·朴映坤

朴英鎬

한국의국어대학교 경영학 석사(1991)

국제민간경제협의회 연구원(1991~1992)

대외경제정책연구원 전문연구원(現, E-mail: Parkyh@kiep.go.kr)

著書 및 論文

『외환위기 이후 한국해외현지법인의 구조조정실태와 애로사항: 미국』 (1998)

『공기업 매각방식의 주요유형: 해외매각을 중심으로』 (공저, 1998) 외

지역리포트 00-01

金融危機 이후 先進企業의 아시아 進出現況과 示唆點

2000년 12월 20일 인쇄

2000년 12월 30일 발행

발행인 李景奩

對外經濟政策研究院

발행처 137-747 서울특별시 서초구 염곡동 300-4

전화: 3460-1178 FAX: 3460-1144

인쇄 금강데이터텍 전화: 2279-6901 대표 송정섭

등록 1990년 11월 7일 제16-375호

【本書 內容의 無斷 轉載·複製를 금함】

ISBN 89-322-6033-8

89-322-6017-6(세트)

정가 7,000원

The Expansion of Global Conglomerates into Asia after the Economic Crisis and Its Implications

Young Ho Park

다국적기업을 중심으로 한 국가간 직접투자가 빠르게 증가하면서 사실상 세계경제의 글로벌화를 주도해 나가고 있다. 일견, 이러한 현상은 이미 보편화된 세계적 흐름으로 인식될 수 있으나, 최근 국경간 인수합병(M&A)이 국제직접투자를 주도하면서 더욱 빠른 속도로 심화되고 있다. 본 자료는 경제위기 이후 아시아의 시장개방 확대와 생존적 차원에서 전개되고 있는 대대적인 구조조정 등 급속한 투자환경의 변화에 편승하여 가속화되고 있는 선진기업의 아시아 진출현황과 전략적 특징을 파악하고자 하였다. 선진기업들간의 아시아 진출경쟁은 아시아시장에 대한 지배력 강화는 물론 향후 세계경제에서의 주도권 확보를 위한 전략으로 해석할 수 있으며, 이는 향후 아시아지역에서의 새로운 경쟁과 협력구도의 변화를 예고하고 있다.



정가 7,000원

대외경제정책연구원

137-747 서울시 서초구 압곡동 300-4
TEL: 3460-1178 FAX: 3460-1144