

ASEAN 지역의 인프라 시장 확대와 한국기업의 진출방안

곽성일 대외경제정책연구원 세계지역연구센터
신남방경제실 동남아대양주팀 연구위원
sikwak@kiep.go.kr

정재완 대외경제정책연구원 세계지역연구센터
신남방경제실 동남아대양주팀 선임연구원
jwcheong@kiep.go.kr

이재호 대외경제정책연구원 세계지역연구센터
신남방경제실 동남아대양주팀 전문연구원
jhlee@kiep.go.kr

김제국 대외경제정책연구원 세계지역연구센터
신남방경제실 동남아대양주팀 전문연구원
jegook@kiep.go.kr

김미림 대외경제정책연구원 세계지역연구센터
신남방경제실 동남아대양주팀 연구원
mlkim@kiep.go.kr



1. 연구의 배경 및 목적

- ASEAN(Association of South-East Asian Nations, 동남아시아국가연합)은 중국을 제외하고 가장 빠르게 성장하는 지역이자 한국의 경제 다변화 대상공간으로서 중요한 의미를 지님.
 - 미·중 통상 분쟁이 격화되고 있는 시점에서 ASEAN 시장은 ‘선제적 지역’ 전략으로서 의미가 깊으며 한국은 ASEAN과 함께 미국·중국 시장을 공략할 수 있다면 양국의 관세 부과로부터 조금 자유로워질 수 있음.
 - 또한 한국 건설산업의 위기가 심화되는 가운데 ASEAN 인프라 시장은 중동 인프라 시장의 수주액 감소에 대한 전략적 대안으로서 매우 가치가 높음.
 - 2018년 한국정부는 미·중에 의존적인 경제구조를 벗어나고자 신남방정책 추진을 본격화하였으며 ASEAN을 인도와 더불어 신남방정책의 핵심 협력대상지역으로 상정함.
- 신남방정책의 목적대로 한반도가 남방과 북방을 잇는 교량이 되어 개도국과 선진국, 해양과 대륙을 연결하는 역할을 하려면, 역내 연계성 개선과 같은 물적·제도적 인프라 구축방안을 마련하고 실현을 위해 노력해야 함.
 - 이런 의미에서 신남방정책은 연계성 개선사업이므로 ASEAN이 역내 개발격차 축소를 위해 추진하는 ASEAN 통합이니셔티브(Initiative for ASEAN Integration), 연계성 마스터플랜(Master Plan for ASEAN Connectivity) 등 다양한 사업들과 결을 같이할 수 있음.
- 한국기업과 정부는 최근 강화되고 있는 ASEAN의 인프라 개발의지를 확실히 인지하고, 새롭게 확장될 역내 인프라 개발시장에 대한 민간부문의 사업기회 확대에 서둘러 대응해야 함.
 - ASEAN은 양자 FTA, RCEP, APEC 포럼에서 연계성(connectivity) 개선을 강조하고 있음.
 - ASEAN 연계성 사업 중 특히 인프라 사업은 2016~30년까지 3조 3,000억 달러의 수요가 추정되는 대규모 사업으로 토목·건축에 비교우위를 보유한 한국기업이 진출가능한 유망 시장임.
 - ASEAN의 인프라 개발사업에 한국기업이 참여하는 것은 ASEAN의 수요에 기반한 실질적인 협력 강화전략이자 신남방정책의 토대가 됨.
 - 따라서 ASEAN 물리적 연계성 개선사업이 가져올 새로운 기회를 한국 진출 건설기업에 알릴 필요가 있음.

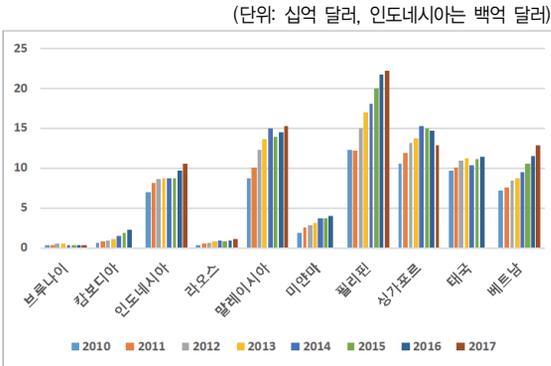
- 또한 한국정부가 ASEAN을 대상으로 추진하는 대부분의 ODA 사업이 무역을 위한 원조(Aid for Trade)로 구분되고 인프라 건설에 집중하고 있음.
 - 그러므로 한국정부의 ASEAN 대상 ODA 사업을 민간부문의 사업기회와 연결하는 접점을 마련할 필요가 있음.
 - 일본과 중국은 ASEAN의 연계성 개선 노력에 따른 인프라 개발과 관련해 전략을 마련하고 많은 물자를 투자하고 있으나 한국은 아직 ASEAN 인프라 시장 진출에 대한 큰 틀의 전략을 마련하지 못하였음.
- 본 연구는 한국 건설 인프라 기업의 ASEAN 인프라 시장 진출방안과 진출기업 지원정책 마련을 위한 자료 제공을 목적으로 함.
- 이를 위해 ASEAN 회원국의 개발계획과 연계성 개선 노력을 바탕으로 현지 인프라 시장의 성격과 성장배경을 파악함.
 - 또한 한국의 주요 경쟁국인 일본과 중국의 ASEAN 인프라 시장 진출 지원전략을 비교하여 한국에 대한 시사점을 제공함.
 - ASEAN 진출 한국 건설기업을 대상으로 설문조사를 시행하여 경영실태를 파악하였고 한국 건설기업 진출 지원정책 분석과 진출기업의 평가를 통해 정부의 지원정책 방향을 제시함.
 - 마지막으로 한국 건설기업의 ASEAN 인프라 시장 진출 확대방안과 진출기업 지원정책을 제언함.

2. 조사 및 분석 결과

1) ASEAN 인프라 시장 확대와 연계성 개선 노력

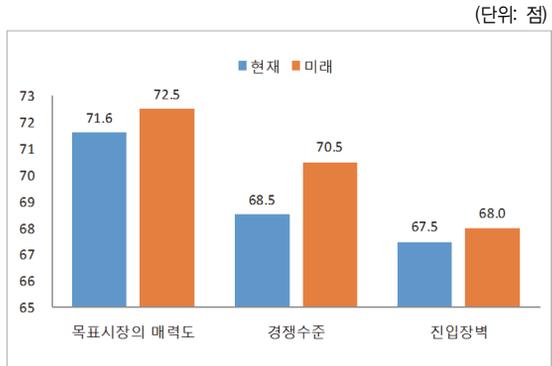
- ASEAN 각국은 빠르게 성장하면서 현재 보유한 인프라 수준으로는 경제를 지탱할 수 없으므로 지속가능한 성장을 위해 인프라를 적극 개발할 계획임.
- 최근 ASEAN 회원국 모두에서 건설업이 GDP에서 차지하는 비중이 증가하고 있으며(그림 1 참고), 설문결과에서도 ASEAN 인프라 시장의 성장세는 긍정적일 것으로 전망되었음(그림 2 참고).

그림 1. ASEAN 회원국의 건설업 GDP 추이



자료: CEIC(검색일: 2018. 10. 6).

그림 2. ASEAN 진출 한국 건설기업의 시장성 평가



자료: 저자 작성.

● ASEAN은 경제통합을 추진하면서 개발격차 축소에 매진해왔으며 인프라 건설을 포함한 물리적 연계성 개선사업을 적극적으로 추진할 계획임.

- 주요국의 인프라 투자 필요액을 보면 필요부문에 차이가 존재하므로 한국 정부 및 기업도 이를 고려해 시장별로 차별화된 접근방식을 취해야 함(표 1 참고).
 - 인도네시아는 교통 인프라에 대한 수요가 높고, 필리핀은 전력 인프라에 대한 수요가 높으며 베트남은 전력과 통신 인프라에 대한 수요가 높게 나타남(표 1 참고).

표 1. ASEAN 주요국의 인프라 투자 필요액(2006~30년 누계)

(단위: 십억 달러, %)

	인도네시아	필리핀	태국	말레이시아	베트남	합계	비중
교통	771.6	111.5	27.7	78.6	61.7	1,051.0	46.4
전력	194.9	90.6	176.0	179.0	92.9	733.4	32.3
통신	192.9	59.1	21.5	10.9	70.9	355.3	15.7
상하수도설비·위생시설	69.6	31.5	9.1	1.6	16.1	127.9	5.6
합계	1,299.0	292.7	234.3	270.1	241.6	2,267.7	100.0
비중	54.2	12.9	10.3	11.9	10.7	100.0	

자료: 船橋 泰晴, 松尾 紀史, 木下 聡, 佐々木 辰(2017, p. 87), 「インフラ需要の特徴と変化 -都市化に伴うインフラ整備の課題-」 참고하여 저자 작성.

2) 주요국의 ASEAN 인프라 시장 진출 지원 전략과 사례 분석

① 일본의 지원전략

(1) 공적자금 확충과 제도 개선을 통한 수주역량 강화

- 일본은 대규모 공적자금을 지원하는 것을 골자로 한 ‘양질의 인프라 파트너십: 아시아의 미래를 위한 투자 (Partnership for Quality Infrastructure: Investment for Asia’s Future)’ 이니셔티브를 2015년 수립·발표하였음.
 - ‘양질의 인프라 파트너십’은 급증하는 아시아 개도국에서의 인프라 개발 수요에 대응하고 자국 기업의 해외 인프라 수주를 지원하는 것을 목적으로 함.
 - ‘양질의 인프라 파트너십’은 더 나아가 중국의 일대일로 이니셔티브(Belt & Road Initiative)와 아시아인프라투자은행(Asian Infrastructure Investment Bank)에 대응한다는 목적도 지님.
 - 일본이 아시아 신흥국의 방대한 인프라 개발수요에 필요한 자금(5년 동안 1,100억 달러)을 아시아개발은행(ADB)과 연계해 제공하고 이를 통해 아시아의 인프라 개발을 선도하겠다는 의미임.
- 일본정부는 ‘양질의 인프라 파트너십’ 이니셔티브를 뒷받침하기 위해 JICA의 지원규모 확대와 절차의 신속화, ADB와의 협력 확대, 일본국제협력은행(JBIC)과 일본무역보험(NEXI) 등의 매몰비용(risk money) 공급 확대 등 공적 금융을 대폭 확대하고 제도 역시 크게 개선하였음.

(2) 일본 인프라 기업의 글로벌 경쟁력 강화를 위한 여건 조성

- 일본은 일찍이 ‘양질의 인프라 파트너십’을 발표하면서 ASEAN 시장에 진출하였고 장기적으로 ASEAN의 인프라 개발 관련 국제 표준화를 위한 정책을 펼치고 있음(표 2 참고).
 - 즉 ASEAN 인프라 시장에 일본의 표준과 인증기반을 강화함으로써 다른 경쟁국들이 활동하기 어려운 시장을 형성하려는 전략을 취하고 있음.
 - 만일 일본이 주도하여 ASEAN 인프라 개발과 관련한 국제표준과 인증기반이 형성된다면 한국 기업도 그 기준을 따라야 하는 어려움에 처할 수 있음.
 - 따라서 한국은 일본의 전략을 면밀히 살피면서 일본과 연대하거나 ASEAN과 협의를 통해 인프라 표준화 과정에 참여할 길을 열어야 함.

표 2. 일본의 인프라 개발 관련 국제표준화를 위한 주요 정책

주요 정책	세부 내용
국제표준 획득과 인증기반 강화 및 '양질의 인프라 파트너십' 정착	- 일본이 강점을 가진 분야에서의 국제표준 선도와 수출제품 인증기반 구축 - 정상회담, 국제회의, 인프라 관련 이벤트 등을 적극 활용해 일본이 제시한 '양질의 인프라 파트너십' 이니셔티브의 글로벌 스탠더드화 및 정착 지원
첨단 저탄소기술의 국제표준 획득	- 고효율 화력발전, 원자력발전, 차세대자동차나 저탄소도시 등 일본의 첨단기술을 활용해 개발도상국의 경제성장과 온실가스효과 저감에 공헌하고 관련 인프라의 해외진출을 촉진함과 동시에 지구온난화대책에 대한 국제표준 획득
방재 선진국으로서의 경험과 기술을 활용한 방재분야 개발협력 주도	
국제표준화와 글로벌화 전개	- ADB 이외 MDB와의 협력 - 일본 기술의 각국 공유·소개 - 양질의 인프라 투자를 각국과 확인·공유

자료: 経産省(2015), p. 5, 「質の高いインフラパートナーシップのフォローアップ」; 首相官邸(2017), pp. 31~36, 「インフラシステム輸出戦略(平成29年度改訂版)」 참고하여 저자 작성.

(3) 패키지형 인프라 해외진출전략 수립과 횡면적 개발

- 일본은 관련 산업의 국제경쟁력을 강화하고 공적자금 지원 강화, 상류부문에서의 협력과 전략적 매칭 강화, 지원의 패키지화와 톱세일즈 강화, 국제규범 대응, 정부의 추진체제 강화 등의 패키지형 인프라 해외 진출 전략을 수립하고 추진 중임.
 - 한국은 2014년 일본의 해외교통도시개발사업지원기구(JOIN) 설립을 벤치마킹하여 2018년 한국해외인프라도시개발지원공사(KIND)를 설립하였음.
 - KIND의 성과에 대해 평가하기는 이르나 패키지형 인프라 해외진출 지원을 제공한다는 점에서 그 방향성은 적절한 것으로 판단됨.

(4) 민관 협력체제에 바탕을 둔 거국적 지원(All Japan)

- 일본은 경험 인프라 전략회의를 2018년 7월까지 37회 개최하였으며, 이 회의에는 모든 관련 부처 장관과 협회 및 기업도 참여하고 있음.
 - 톱세일즈 외교는 이를 측면에서 뒷받침하면서 실적을 쌓고 있으며 대표적인 성과로 미얀마 필라와 경제특구 개발사업을 들 수 있음.

② 중국의 지원전략

- 중국은 AIIB, 실크로드기금, 중·ASEAN 인프라 기금 등을 조성하는 등 공적 금융 확충 및 활용을 통해 ASEAN 인프라 시장 참여를 확대하고 있으며, 일대일로 이니셔티브(BRI)와 같은 종합전략에 바탕을 둔 접근전략을 펼치고 있음.
 - 중국은 후발주자로서 불리한 상황 속에서 ASEAN 시장에 진출하고 있고, 최근 중국 위협론에

직면하면서 경영관리체계를 강화하고, 무분별한 수주를 지양하며, 중국인 근로자의 해외파견 역시 축소하고 있음.

③ 한국에 대한 시사점

● ASEAN 인프라 시장에서 중국, 일본과 경쟁하기 위해서는 우선적으로 공적 금융의 획기적 확충이 필요해 보이며 양국이 가지지 못한 강점을 발굴하여 중국과 함께 ASEAN 인프라 시장을 공략하는 전략을 마련해야 할 것임.

- 중국과 일본의 규모에 못미치는 공적자금을 가지고는 사업 발굴에 한계가 있음.
- 양국이 가지지 못한 강점을 발굴하여 중국과 공동으로 ASEAN 인프라 시장을 공략하려면 한국 기업이 일본에 필적하는 역량을 갖추고 있어야 함.
 - 일본기업은 중국기업에 비해 차관, 국제신용, 정보공유, 경험, 기술력, 리스크 평가, 선진국 진출 등에 우위를 가지고 있음.
 - 중국기업은 일본기업에 비해 차관규모, 정부 지원, 의사결정속도, 가격, 리스크 부담, 신흥국 진출에 우위를 보임.

3) 한국의 ASEAN 인프라 시장 참여 현황과 평가

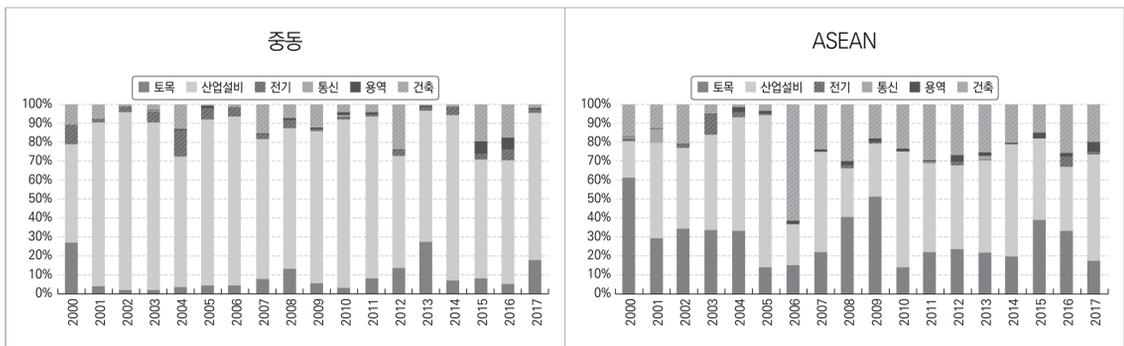
① 한국의 ASEAN 인프라 시장 참여 현황 분석

● ASEAN 지역은 한국의 제2위 건설시장으로 부상하고 있으나 한국의 건설 인프라 기업이 가장 높은 수주 실적을 올리고 있는 중동시장과는 성격이 다른 것으로 나타남(그림 3 참고).

- ASEAN 시장은 토목, 산업설비, 전기, 통신, 용역, 건축 등 다양한 공종에서 수주가 존재했지만, 중동지역은 플랜트에 대한 집중도가 매우 높았음.

그림 3. 한국의 ASEAN 및 중동 수주 현황

(단위: %)

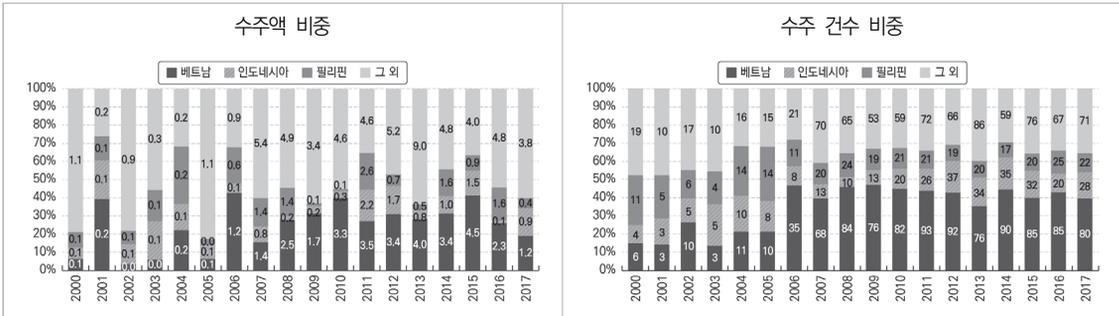


자료: 해외건설협회 해외건설종합정보서비스, 해외건설 수주통계(검색일: 2018. 4. 5).

- ASEAN 시장 내에서도 베트남, 태국, 싱가포르에 수주가 집중되고 있어 지역별 편중도가 높게 나타났음(그림 4 참고).

그림 4. 한국의 대ASEAN 주요국별 건설 수주 구성 현황

(단위: %)

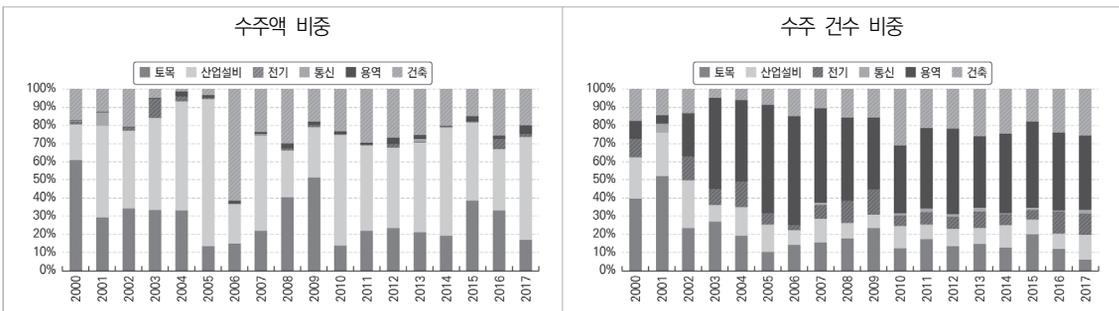


자료: 해외건설협회 해외건설종합정보서비스, 해외건설 수주 통계(검색일: 2018. 4. 5).

- 수주 건당 부가가치도 지역별로 차이가 있는 것으로 나타나는데 베트남, 인도네시아, 필리핀은 수주 건당 부가가치가 낮은 반면 싱가포르에서의 공사는 수주 건당 부가가치가 높음(그림 5 참고).

그림 5. 한국의 대ASEAN 공종별 건설 수주 구성 현황

(단위: %)



자료: 해외건설협회 해외건설종합정보서비스, 해외건설 수주통계(검색일: 2018. 4. 5).

- 한국 건설기업들은 부가가치가 높은 투자개발사업으로 전환할 필요가 있으며 한국기업간 경쟁을 완화할 수 있는 수단을 마련해야 함.
 - 최근 특히 한국 건설기업들이 대부분 단순 도급공사 위주로 수주하고 있어 이를 부가가치가 높은 투자개발사업으로 전환할 필요가 있음.
 - 공종별 수주액이 특정 공종으로 집중되는 경향이 심해짐에 따라 국내기업간 경쟁이 치열해질 수밖에 없는 환경이 조성되고 있음.

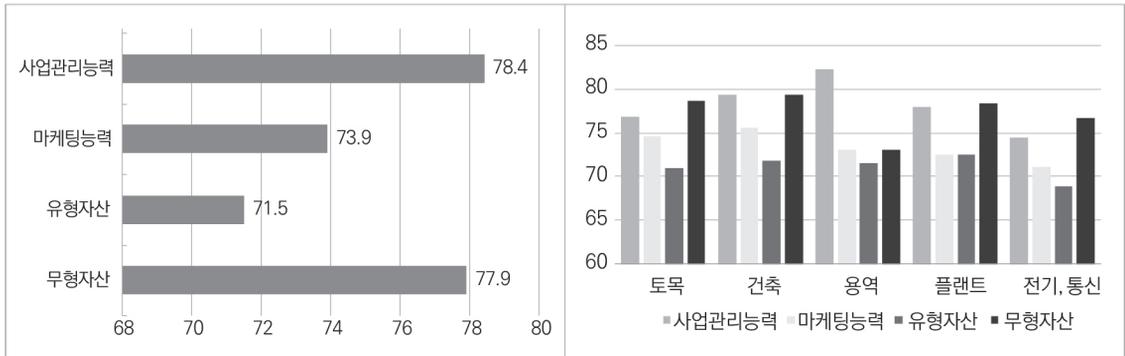
② ASEAN 시장 진출 한국 건설 인프라 기업의 경영실태 분석

● ASEAN 시장에 진출한 한국 건설 인프라 기업은 상대적으로 높은 경쟁력을 보유하고 있었음.

- 다만 구매 및 조달 역량과 유지보수, 시공능력 면에서 다른 업무 단계보다 조금 경쟁력이 떨어진다고 자체적으로 평가하고 있었음.
- 한국기업들은 경쟁력 강화를 위해 마케팅 능력과 유형 자산 부문의 경쟁력 강화가 중요하다고 보고 있었음(그림 6, 그림 7 참고).

그림 6. ASEAN 진출 한국기업의 경쟁력 강화를 위한 요소별 중요도

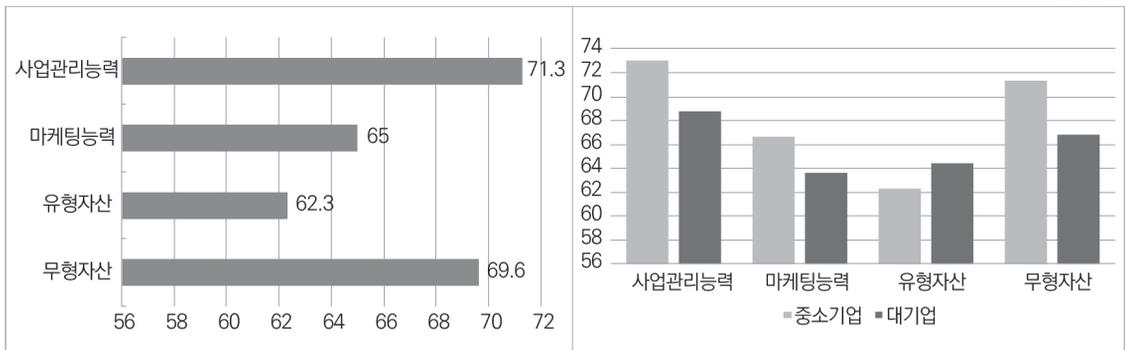
(단위: 점)



자료: 저자 작성.

그림 7. 경쟁기업 대비 한국기업의 사업단계별 역량

(단위: 점)



자료: 저자 작성.

● 미얀마, 베트남, 인도네시아 등 개도국의 경우 시장성을 평가하는 데 중요한 항목이 무엇인지를 조사한 결과, 기업들은 진입장벽, 경쟁시장 대비 목표시장의 매력도가 중요한 판단기준이라고 답했음.

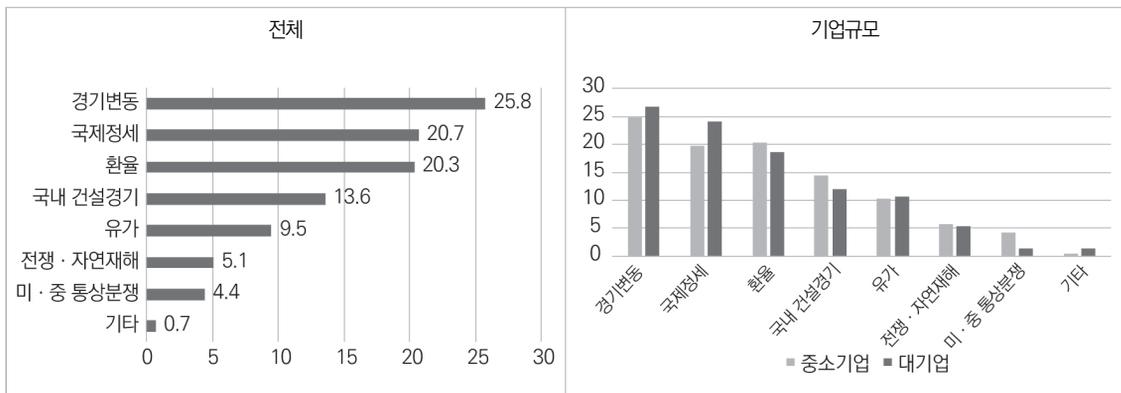
- 한국 해외 인프라 건설기업이 개발도상국 시장에 신규로 진출하기 위해서는 정부간 협상을 통한 진입장벽 해소 노력이 요구됨.

- 한국 진출기업들이 진출 시 경험했던 진입장벽들을 체계적으로 수집할 수 있는 기구를 설립하고 정부간 협상에 반영될 수 있는 창구를 마련하는 방안을 생각해볼 수 있음.

- 중소기업과 대기업 간에 사업 수주 시 민감하게 영향을 미치는 요인이 다르므로 해외 건설 인프라 진출기업 지원정책을 대기업과 중소기업으로 구분하고 수요에 부합하는 정책을 개발할 필요가 있음(그림 8 참고).
 - 국제정세는 중소기업보다는 대기업에 더 영향을 미쳤고, 환율과 국내 건설 경기는 중소기업이 대기업보다 더 많은 영향을 받고 있었음.
 - 대기업과 중소기업 간에도 리스크 대응역량에 차이가 명확히 존재하므로 ASEAN 시장에 진출한 중소기업을 위한 리스크 완화 지원의 확대가 필요함.
 - 중소기업은 수주 리스크에 대해 66.6%가 대응책을 보유하고 있지 못하다고 답한 반면, 대기업은 64%가 대응책을 보유하고 있었음.

그림 8. ASEAN 건설시장 참여에 영향을 주는 외부요인

(단위: %)

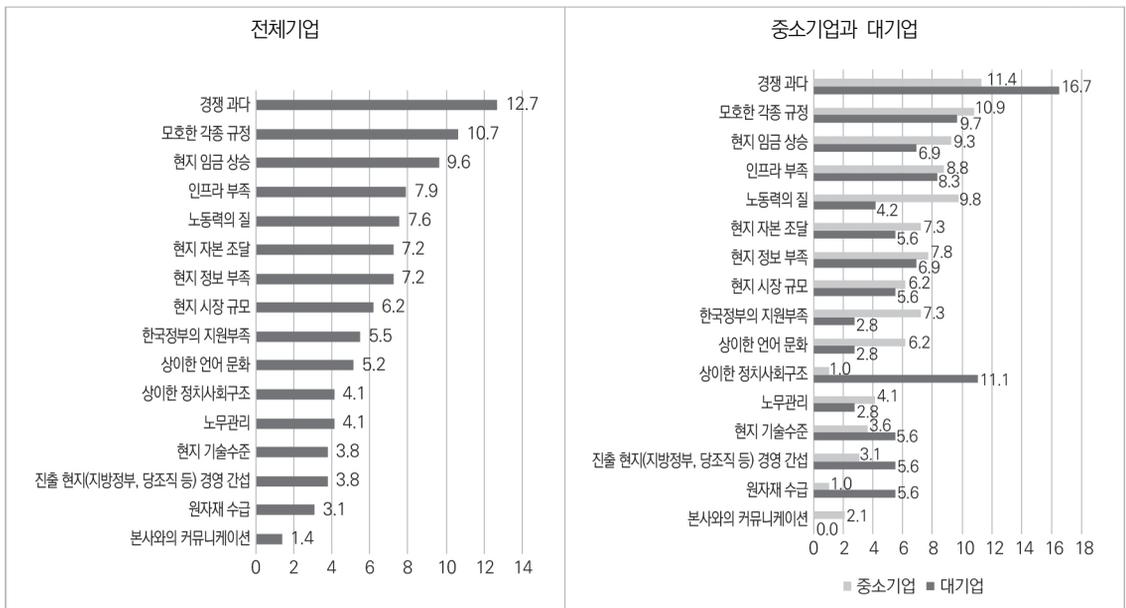


자료: 저자 작성.

- 한국기업은 정부투자펀드의 공신력을 활용하여 사업의 안정성을 도모할 수 있으며 장기적으로 성장성을 확보하는 데 도움이 될 수 있다는 점에서 신남방정책이 향후 사업에 유리하게 작용할 것으로 판단하고 있었음.
 - 한국 건설 진출기업들은 ASEAN 인프라 시장 진출전략을 마련할 때 신남방정책을 진출동력으로 삼을 필요가 있음.
 - 특히 ASEAN 경제공동체(AEC)가 출범했으므로 신남방정책과 AEC를 연계하는 노력에 한국 건설 진출기업들이 집중할 필요가 있음.

- 현지 진출 한국기업들은 각국의 경제정책 변화보다 ASEAN 공동체의 변화에 대해 구체적인 정보를 확보하는 데 문제가 있는 것으로 판단되나 한편으로는 역내 제3국 진출이 유리하다는 점은 인식하며 활동하고 있었음.
 - 한국기업들은 ASEAN이 2010년부터 추진하고 있는 ASEAN 연계성 마스터플랜(MPAC)에 대해 인지하는지를 묻는 질문에 단지 23%만이 인지한다고 대답하였음.
 - 반면에 2015년 말에 출범한 ASEAN 경제공동체에 대해서는 62%의 기업이 인지하고 있었음.
- ASEAN 진출 건설기업의 애로사항을 조사한 결과 경쟁과다가 가장 높은 수준으로 조사되었음(그림 9 참고).
 - 67%의 기업이 ASEAN 인프라 건설시장 규모가 확대될 것으로 전망하였고, 현지 경쟁기업 수도 많다고 인식하고 있었음.
 - ASEAN 인프라 건설시장의 매력도가 증가함에 따라 한국기업은 경쟁력 향상을 위해 노력해야 하며, 한편 경쟁 외적인 측면에서 기업 단독으로는 현지 정부와 경영환경 개선을 위한 협상을 할 수 없으므로 한국정부는 진출국가와 경영환경 개선을 위해 협상해야 함.
- ASEAN 인프라 시장에 진출한 한국기업들의 애로사항은 주력 공종별과 기업규모별로 상이하므로 정부는 해외건설기업 지원정책을 마련할 때 공종과 기업규모별로 기업이 느끼는 애로사항을 반영할 필요가 있음(그림 9, 그림 10 참고).

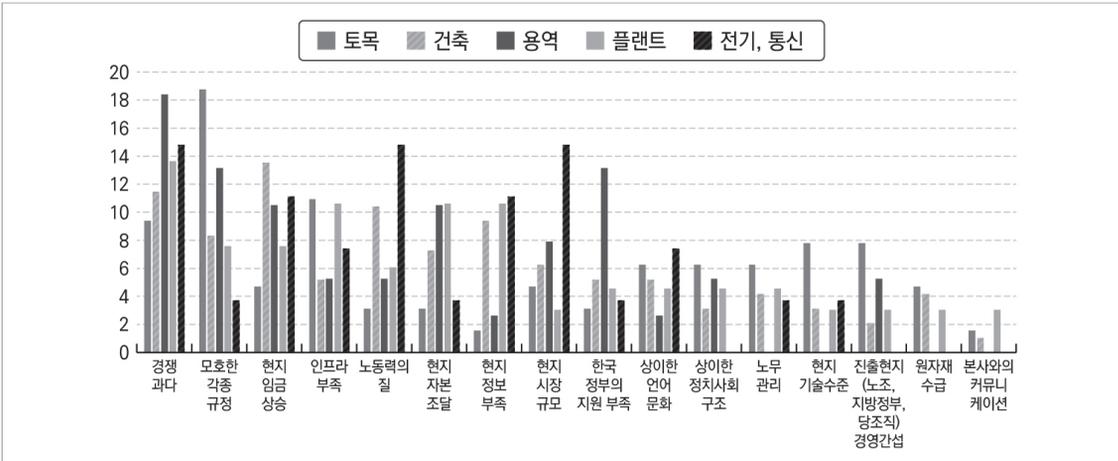
그림 9. ASEAN 진출 한국 건설기업의 애로사항



자료: 저자 작성

그림 10. ASEAN 진출 한국 건설기업 주력 공종별 애로사항

(단위: %)



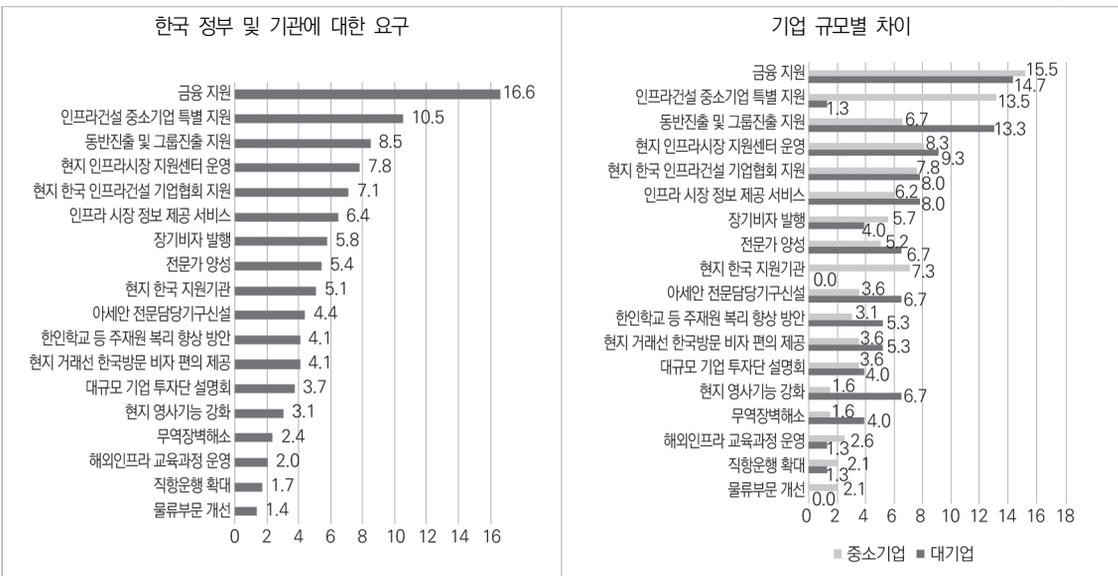
자료: 저자 작성.

● ASEAN 진출 한국 건설기업들이 한국정부나 기관에 요구하는 사항도 기업규모와 주력 공종에 따라 상이하므로 기업규모와 주력 공종에 따른 유기적, 입체적, 맞춤형 전략을 마련할 필요가 있음(그림 11, 그림 12 참고).

- 또한 지역별로 상이하게 나타난 인프라지수를 고려할 때 한국정부는 지역별 수요의 차이를 반영한 지원정책 마련을 고민해야 함.

그림 11. ASEAN 진출 한국 건설기업의 요구사항

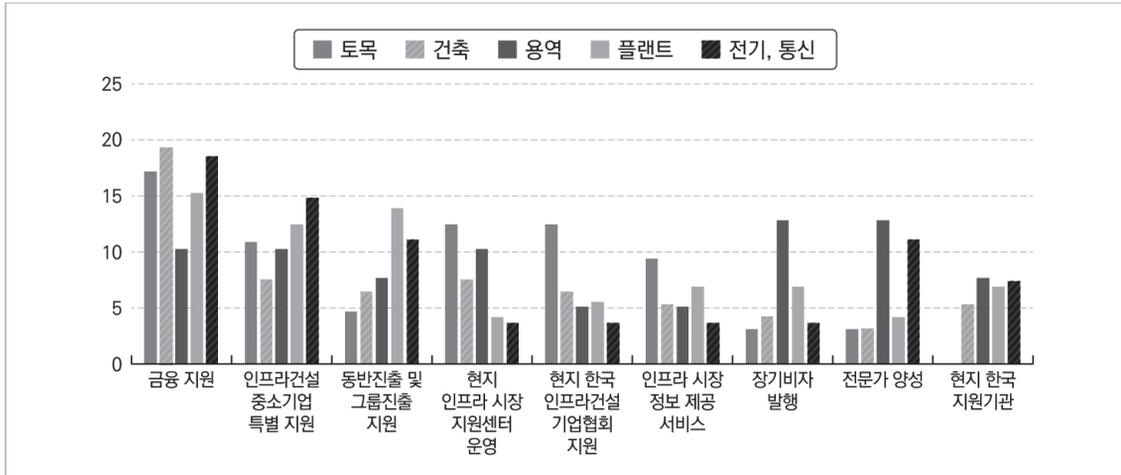
(단위: %)



자료: 저자 작성.

그림 12. ASEAN 진출 한국 건설기업(주력 공종별)의 요구사항

(단위: %)



자료: 저자 작성

③ 한국의 해외 인프라 시장 진출기업 지원정책과 기업의 평가

- 한국기업은 해외시장 개척 지원, 해외 타당성 조사, 해외 프로젝트 수주 지원 등에 대해서 상대적으로 만족한 반면, 해외 건설현장 훈련 지원, 해외진출 원스톱패키지 지원 등에 대해서는 상대적으로 저평가했음.
 - 전체 설문참여기업의 70%가 중소기업이라는 점을 고려할 때 대기업의 평가라기보다는 중소기업의 평가라고 볼 수 있음.
 - 설문참여기업들은 진출 이후의 현지 지원이 부족하다고 답하였으며 특별히 중소기업들은 현지 인력의 질적 측면에서 어려움을 겪고 있는 것으로 나타남.

4) 한국기업의 진출사례 및 교훈

① C발전기업의 인도네시아 찰레본 화력발전소 건설·운영 사례

- 인도네시아 사례는 일본의 프로젝트 파이낸싱 능력과 한국의 발전소 O&M 노하우가 결합하여 제3국에 진출한 사례로 한국이 ASEAN 시장에 진출할 때 일본이나 중국을 반드시 경쟁상대로만 여길 것이 아니라 협력파트너로서 함께할 수 있다는 교훈을 줌.
 - 다만 이 같은 사업구조를 형성하기 위해서는 사업분야에 대한 한국의 역량이 뒷받침되어야 함.

② P건설사의 베트남 주요 고속도로 건설 사례

- P건설사의 베트남 사례는 대기업답게 경험의 내부 자산화 시스템을 구축했다는 점을 보여주며 기업들 스스로 경험을 공유할 수 있도록 유인체계를 구성할 필요가 있음을 시사함.
 - 기업이 현지에서 활동하며 축적한 경험은 다른 국가에 진출할 때 차별화된 강점이 되며, 이는 리스크 관리에도 도움이 될 것임.
 - 이러한 경험의 내부 자산화 과정을 한국 공공기관이 수행할 수 있다면 새롭게 시장에 진출하는 기업의 위험부담을 경감할 수 있을 것임.

3. 정책 제언

1) 진출기업 지원방안

① 기술역량 강화교육

- ASEAN 인프라 시장에 진출한 한국기업이 현지 기술인력 고용에 어려움을 겪고 있으므로 이의 해소를 위한 방안 중 하나로 개도국 생산현장 기술지도사업(TASK: Technology Advice and Solutions from Korea)의 범위를 제조업에서 건설업까지 확장하는 것을 제안함.
 - ASEAN 시장 진출 건설기업은 현지 진출 이후 정부의 지원을 충분히 받고 있지 못하다고 밝힌 바, 한국정부는 ASEAN 시장 진출 건설기업이 현지에서 겪는 애로사항을 해소하기 위한 방안을 마련할 필요가 있음.
 - ASEAN 지역의 임금이 빠르게 상승하고 있으나 노동생산성은 그보다 더디게 향상되고 있어 한국기업의 주요 과제 중 하나는 현지 기술인력 양성임.
 - 특히 한국기업은 중간관리자층 역할을 할 수 있는 인력 양성에 어려움을 겪고 있음.
 - 이에 한국정부는 현지 건설인력 양성을 강화할 필요가 있으며 그 일환으로 산업통상자원부의 공적개발원조사업으로 추진되어온 개도국 생산현장 애로기술지도사업(TASK)을 건설업으로 확대하는 것을 제안함.

② ASEAN 기술표준 수립 지원

- 한국은 ASEAN이 건설 관련 기술표준을 수립할 수 있도록 ASEAN 회원국에 관련 지원을 확대해야 함.
 - 인프라 건설 관련 기술표준이 부재한 ASEAN 시장에서 최근 일본이 기술표준을 수립하려는 움직임을 보이고 있음.

- 일본의 주도로 ASEAN 기술표준이 채택될 경우 제조업처럼 ASEAN 인프라 시장도 일본 중심으로 형성될 위험이 있음.
 - 장기적 안목에서 표준 수립을 통한 접근이 결국 기술우위를 바탕으로 시장을 선점하는 전략이 될 것으로 판단되므로 한국정부는 ASEAN 건설표준과 인증기반 수립에 기여해야 함.
- ASEAN 회원국에 건설기술표준 수립 지원을 확대하기 위하여 한국정부는 먼저 한국의 건설기술표준을 명확하게 정리하고 이를 인적교류 확대를 통해 전파할 필요가 있음.
- 한국정부는 건설 기준 컨트롤타워인 ‘국가건설기준센터’를 2013년 8월 설치하고 2017년 12월 범부처 건설기준코드를 구축함으로써 건설 엔지니어링의 역량 강화를 위한 글로벌 건설기준 기반을 구축했으나 이 성과를 글로벌 전략으로 연계하는 방안이 필요함.
- ③ 현지화 지원체계 구축: 거국적 지원시스템, 해외 인프라 Feasibility Study 및 시장개척 경험의 공유체계 구축
- 한국기업들이 설문조사에서 가장 어려워하는 것은 해외 진출 초기에 현지 네트워크를 구축하는 것이므로 신규로 진출하는 기업의 현지화를 지원할 수 있는 체계를 구축해야 함.
- 일본과 중국은 신흥국 인프라 시장에서 성공하기 위해 국가 차원의 전략적 이니셔티브나 기금을 마련하고 과감하게 공적기금을 투입하고 있음.
 - 그러므로 한국정부도 성장가능성이 있으나 리스크가 큰 신흥국의 사업에 대해 일정 부분 매몰비용을 지원할 필요가 있음.
 - 일본은 잘 구축된 민관협력체제를 바탕으로 JETRO와 민간기업 협회 간 정보 수집 및 공유를 잘 이루어내고 있으며 중국도 전 세계에 설립된 경제상무참사처를 포함한 상무부와 관련 부처의 해외도급 공사 관련 정보를 의무적으로 관련 기관에 제공함으로써 공적 자료 공유체계를 갖춘.
 - 한국도 각국 공관, KOTRA 무역관, 해외건설협회와 유관기관이 수집하는 자료를 공유할 체계 구축이 필요함.
 - 이와 더불어 KOICA나 수출입은행 등이 실시하는 주요 프로젝트의 타당성 조사 자료를 관련 기관이나 기업이 공유하는 것도 고려할 필요가 있음.
 - 한국의 경우 발굴사업을 수주하지 못했을 때 타당성 조사 보고서는 내부분건으로 사장되고 있음.
 - 이를 공유한다면 정보축적을 통해 유사사업을 발굴하고 타당성 조사의 효율성을 제고할 수 있음.
 - 기존출기업의 오랜 ASEAN 진출경험이 정보로 축적된다면 한국 건설기업들이 활용할 정보의 양이 확대되고, 현지를 더욱 쉽게 이해할 수 있을 것임.

④ 대·중소기업 간 차별화된 지원방안

● 기업규모별로 느끼는 애로사항이 상이하므로 차이를 가져오는 원인을 식별하고 중소 건설기업에 대한 지원방안을 마련해야 함.

- 중소기업이 대기업과 동반진출할 때 수익성이 크게 나타남에도 불구하고 중소기업은 대기업과의 동반진출 지원을 상대적으로 대기업보다 선호하지 않았음.
- 따라서 대기업의 경영여건에 대한 의존도 발생, 대기업의 암묵적인 통제 등 동반진출의 문제점보다는 긍정적인 측면이 더 작동할 수 있는 동반진출 체계나 지원방안을 마련할 필요가 있음.
- 중소기업은 대기업과의 정보격차 완화와 보다 원활한 현지 정부 상대를 위해 현지 인프라 시장 지원센터 운영을 요청하였음.
 - 한국기업들이 많이 진출한 베트남, 태국, 싱가포르 소재 KOTRA 무역관에 건설 인프라 관련 전문가를 확충한다면 기업의 부담을 어느 정도 덜 수 있을 것으로 보임.

⑤ 정책자금규모 확대

● 금융조달문제를 해소하기 위해 한국정부는 정책자금규모를 확대하고 정책자금 운용을 질적으로 개선할 필요가 있음.

- ASEAN 인프라 시장에 진출한 한국기업들이 가장 큰 애로사항으로 지적한 점은 금융조달이었음.
- 한국정부는 신남방정책을 추진하면서 한·ASEAN 글로벌 인프라펀드 1억 달러 신규 조성, 한·ASEAN 협력기금 1,400만 달러로 확대, 한·메콩기금 3배 확대 등을 발표하였음.
- 정책자금규모가 확대되는 것은 바람직하나 과거 사례와 달리 조성된 펀드가 적극적으로 활용될 수 있도록 정책자금 운용을 질적으로 개선할 필요가 있음.
 - 2015년 말 조성된 코리아해외인프라펀드(KOIF)는 사업 추천을 맡은 부처와 자금 집행을 담당하는 공사간 사업에 대한 책임을 회피하는 문제로 인해 집행실적이 매우 낮음.
 - 이러한 사례의 재발을 방지하기 위해 펀드 운영과 관련한 조정기구를 설립해 운영의 책임을 맡도록 할 수 있음.

⑥ 신남방정책의 대표 브랜드 사업 발굴체계(system) 구축

● 성장하는 ASEAN 인프라 시장에서 신남방정책의 브랜드를 드러낼 수 있는 한국 대표 경제회랑 건설사업을 발굴해야 하며 이를 위한 조직 정비가 필요함.

- 신남방정책특별위원회는 내부에 ASEAN 인프라 시장 공략을 담당할 체계를 갖추고 신남방정책을 대표하는 인프라 사업을 발굴할 필요가 있음.

- 대규모 물적 인프라 사업을 추진하기보다는 현재 정부나 민간이 수행 중인 사업 가운데 신남방 정책의 개념으로 엮을 수 있는 사업을 식별하고 이를 전략적 틀 안에서 묶는다면 일본이나 중국이 제시한 경제회랑이나 일대일로와 구별되는 새로운 경제지도(map)의 제시가 가능할 것임.

2) 한국 건설 인프라 기업의 진출방안

① ASEAN 현지 건설 및 금융 기업과의 협력을 통한 제3국 진출

● 본 연구는 ASEAN 현지 건설 및 금융 기업과의 협력을 통한 제3국 진출을 제안함.

- ASEAN 건설기업의 기술수준이 많이 향상되었고 현지 시장에 대한 정보 접근성도 한국기업보다 높음.
- 이에 한국기업이 ASEAN 건설기업과의 협력을 통해 다른 ASEAN 회원국 또는 인도 시장으로 진출한다면 신남방정책의 정신에 부합하는 협력이 창출될 수 있음.
- 일례로 최근 들어 시장을 가장 적극적으로 개방하고 있는 베트남을 활용하여 다른 ASEAN 회원국 진출의 교두보로서 활용할 수 있음.
 - ASEAN 경제공동체가 출범한 이후 ASEAN 역내 자본의 이동은 역외 자본의 이동보다 자유로워 베트남 기업으로서 미얀마나 캄보디아 시장을 진출한다면 인허가과정에서 시간을 단축할 수 있음.
- 싱가포르의 소국이지만 막강한 자본력을 보유하고 있고 한국은 경쟁국에 비해 뒤처지지 않는 기술력을 보유하고 있으므로 현지에 대한 이해를 바탕으로 협력한다면 새로운 협력모델을 형성할 수 있음.
 - 미얀마의 인프라 시장은 싱가포르, 중국, 일본이 대부분을 점유하고 있음.
 - 한국기업이 싱가포르의 자본과 함께 미얀마 시장으로 진출한다면 ASEAN 기업으로 미얀마에 진출하게 되므로 사업 추진에 어려움이 덜할 것임.

② 인프라 건설기업 협력 풀 구축 및 ASEAN 인프라정책연구소(기칭) 설립

● 진출국 현지에서 대기업과 중소기업이 서로 협력할 수 있는 공간을 조성하는 노력이 필요함.

- 현지에 진출한 건설 인프라 중소기업은 자신들의 의견을 대기업과 진출국 정부에 전달할 수 있도록 기업협회에 대한 지원 및 우수 고급인력의 원활한 공급 등을 요구했음.
- 대기업과 중소기업이 서로 만나 진출국 정부 및 한국 공관과 현안에 대해 논의하고 최근 정보를 공유할 수 있도록 현지 협의체를 구성해야 함.

- ASEAN 인프라정책연구소는 정부자금으로 설립하기보다는 민간이 함께 출자하여 설립하고 정부가 운영을 간접적으로 지원함으로써 민간이 원하는 정보를 빠르게 제공하는 체계를 마련해야 함.
 - 현재 공공섹터에서 제공되는 정보와는 구별되게 기업의 구미에 부합하는 정보가 산출되도록 연구체계를 수립할 필요가 있음.
 - 또한 중소기업간 정보가 공유되고 대기업과 중소기업이 원활하게 소통하며 정보를 공유할 수 있는 체계를 구축하는 것을 제안함.

③ 자발적 대·중소기업 상생금융협력 확대

- 대기업이 중소기업에 금융지원을 확대함으로써 대·중소기업 간 신뢰를 구축할 수 있음.
 - 설문조사 결과 중소기업이 대기업보다 금융지원을 조금 더 높은 빈도로 요구하였음.
 - 중소 건설사의 경우 대기업보다 현금흐름에 여유가 적으며 현지 금융기관으로부터 자금조달이 어려워 일시적 자금난을 겪는 경우가 종종 발생함.
 - 일부 대기업을 중심으로 중소기업과의 상생금융협력방안을 내놓고 있으며 그 대표적인 사례는 2017년 건설업계 최초로 H건설사가 도입한 해외동반진출 협력사 금융지원 프로그램임.
 - H건설사의 프로그램은 협력사의 금융 애로사항을 해소하는 데 기여했을 뿐 아니라 대기업이 중소기업에 해외공사 진출 및 참여에 대한 유인을 직접 부여했다는 의미가 있음.
 - 중소기업 스스로 대기업을 진정한 파트너로 인식하게 되고 대기업과 중소기업이 신뢰관계에 바탕을 둔 협력을 할 수 있게 된다면 이는 한국기업의 해외 수주 경쟁력 향상에 도움이 될 것임.

④ 수주지역 다변화 및 지역별·공종별 차별화된 진출방안 마련

- 한국기업은 ASEAN 수주지역을 다변화하고 지역·공종별 차별화된 진출방안을 마련해야 함.
 - 한국의 ASEAN 역내 수주지역이 베트남, 태국, 싱가포르에 집중되어 있음.
 - 건설 인프라 시장은 경기에 민감하므로 한 지역에 집중할 경우 리스크를 키울 수 있음.
 - 따라서 시장다변화를 통해 리스크를 분산하고 생존공간을 확대해야 함.
 - 한국기업은 지역에 대한 이해를 바탕으로 지역별로 다른 전략을 수립해야 하며 정부의 신규 시장 개척 지원사업에서도 지역의 차이를 인정하는 접근이 반영되도록 기업들이 요구할 필요가 있음.
 - 한국기업의 베트남, 인도네시아, 필리핀 수주의 변동계수를 산출한 결과 공종별 수주액이 특정 공종으로 집중하는 경향이 커지고 있었음.
 - 특정 공종에 수주가 집중될수록 국내기업간 간섭현상이 심해지고 경쟁 심화를 가져올 수 있으므로 한국기업은 공종을 다변화할 필요가 있음. **KIEP**