

‘잠재성장률 2%p 제고’를 위한

知識經濟

Knowledge Based Economy

2011 가을



- 특집: 성장동력 확보를 위한 주력 서비스업의 모색
 - 서비스 산업의 취약성과 경쟁력 제고 방안
 - 국내 비즈니스 서비스 산업의 문제점과 대응 방안
 - 일본 물류자회사 사례분석을 통한 국내 물류 산업 육성 방안
 - MICE 산업 육성을 위한 선진화 방안
- 시장동향: 아시아 신흥국 서비스시장의 성장과 시사점

‘잠재성장률 2%p 제고’를 위한

知識經濟

2011 가을

- 특집: 성장동력 확보를 위한 주력 서비스업의 모색
 - 서비스 산업의 취약성과 경쟁력 제고 방안
 - 국내 비즈니스 서비스 산업의 문제점과 대응 방안
 - 일본 물류자회사 사례분석을 통한 국내 물류 산업 육성 방안
 - MICE 산업 육성을 위한 선진화 방안
- 시장동향: 아시아 신흥국 서비스 시장의 성장과 시사점



現代經濟研究院
HYUNDAI RESEARCH INSTITUTE

발행인 : 김 주 현
편집주간 : 한 상 완
편집위원 : 주원, 장후석, 백흥기
발행처 : 현대경제연구원
서울시 종로구 연지동 1-7
Tel (02)2072-6235 Fax (02)2072-6249
Homepage. <http://www.hri.co.kr>
인쇄 : 서울컴퓨터인쇄사 Tel (02)2636-0555

- 본 자료는 기업의 최고 경영진 및 실무진을 위한 업무 참고 자료입니다.
- 본 자료에 나타난 견해는 현대경제연구원의 공식 견해가 아니며 작성자 개인의 견해를 밝혀 둡니다.
- 본 자료의 내용에 관한 문의 또는 인용이 필요한 경우, 현대경제연구원 산업연구본부(02-2072-6235)로 연락해 주시기 바랍니다.

‘잠재성장률 2%p 제고’를 위한

知識經濟

2011 가을

목 차

■ 핵심 내용	i
■ 특집: 성장동력 확보를 위한 주력 서비스업의 모색	
• 서비스 산업의 취약성과 경쟁력 제고 방안	1
• 국내 비즈니스 서비스 산업의 문제점과 대응 방안	15
• 일본 물류자회사 사례분석을 통한 국내 물류 산업 육성 방안	35
• MICE 산업 육성을 위한 선진화 방안	49
■ 시장동향: 아시아 신흥국 서비스 시장의 성장과 시사점	61
■ 주요 국내외 경제 지표	83

서비스 산업의 취약성과 경쟁력 제고 방안

1. 제조업과 서비스업의 노동생산성 격차 확대

서비스업은 높은 경제적 비중에도 불구하고 2009년 현재 1인당 실질부가가치 생산액이 제조업의 약 41%에 불과할 정도로 저생산성 산업으로 인식되고 있다. 그러나 불과 1995년까지 만해도 서비스업 노동생산성은 제조업보다 높았다. 다만 1996년에 제조업의 노동생산성이 서비스업을 상회하는 역전현상이 발생하였고 지금까지 그 생산성 격차가 확대되고 있다.

2. 서비스업 노동생산성 개선 속도의 국제 비교

이러한 ‘생산성 역전’의 시기는 경제 발전 단계와는 크게 관련이 있는 것으로 보이지 않는다. 그 이유는 G7국가들 중에서도 미국, 프랑스, 독일, 일본이 90년대 중후반에 와서야 이러한 현상을 경험하고 있기 때문이다. 90년대 중후반이 ‘신경제’, ‘생산성 역설’ 등의 시기였던 점을 감안하면, 이는 세계 제조업이 원래부터 자본집약적 산업이었는데 당시 IT의 빠른 보급으로 노동에 대한 수요가 감소했기 때문으로 판단된다. 그러나 문제는 90년대 이후 한국의 제조업과 서비스업간 생산성 격차 확대 정도가 선진국들에 비해 과도하다는 점이다. 1990년만 하더라도 한국의 서비스업/제조업 생산성 비율은 1.44배로 G7평균(0.96배)보다 높았으나 2008년에는 0.43배로 선진국(평균 0.77배) 수준을 크게 하회하고 있다. 이를 제조업과 서비스업으로 나누어서 보면 국내 제조업 노동생산성은 1995년 G7의 45% 수준에서 2008년에 58%로 상승하였다. 반면, 서비스업 노동생산성은 같은 기간 G7의 49% 수준에서 34%로 오히려 하락하였다.

3. 국내 서비스업 노동생산성 정체 원인

이와 같이 국내 서비스업 노동생산성 개선 속도가 선진국에 비해 미약했던 원인으로서는 첫째, 서비스 내수시장 규모의 협소성을 들 수 있다. 2009년 기준 국내 서비스 시장 규모는 선진국 평균의 15%에 불과하다. 또한 경제 규모의 차이를 반영해 주기 위해 서비스 내수시장/GDP 비중을 계산해 본 결과에서도 한국은 62%로 7개국 평균인 75%보다 낮았다.

둘째, 서비스업 기술경쟁력이 취약하여 협소한 국내 서비스시장마저도 해외 제품에 잠식되고 있다. 한국의 2008년 서비스업/제조업의 R&D 투자 비율은 9%로 OECD 22개국 평균인 35%에 미치지 못하고 있다. 이는 경쟁력의 취약으로 이어져 2009년 부가가치 기준 수입침투율은 15%로 G7 평균인 7%를 크게 넘어서고 있다.

셋째, 90년대 이후 급격한 산업구조 변화와 외환위기 충격 등으로 서비스업으로의

노동유입이 과도하였다. 중국산 경공업 제품의 수입 증가, 외환위기로 인한 구조조정 등으로 제조업에서 대규모로 발생한 유희노동력이 급격하게 서비스업으로 이동했던 점을 들 수 있다.

넷째, 서비스업 내 시장경쟁 촉진 인프라가 구축되지 못하였다. 그동안 서비스업은 산업이 아니라 보호해야 할 취약부문으로 인식되어 높은 규제 강도가 지속되었다. 특히, 일부 업종에 대한 인허가제도, 전문가 자격증 제도, 영리화의 금지 등으로 시장진입이 제한되어 독과점과 카르텔의 폐해를 가져왔다. 이는 서비스의 질을 떨어 뜨려 소비자에게도 손해가 되었지만, 결국 시장경쟁을 제한함으로써 서비스업의 효율성 및 경쟁력 저하를 초래하였다.

4. 시사점

서비스업 생산성 제고를 위해서는 **첫째**, 서비스업 전반의 기술경쟁력 제고와 기업 규모의 대형화를 적극 유도해야 한다. **둘째**, 서비스업 내 대표적 저부가 업종인 전통서비스업에 대한 부가가치 제고 노력이 필요하다. **셋째**, 대외 시장 개방과 해외 서비스 시장에 대한 공략 강화를 통해 시장의 협소성이라는 제약을 벗어나야 한다. **넷째**, 서비스업에 대한 시장 및 진입 규제를 제거하여 기업들이 치열한 시장경쟁에 노출되도록 해야 한다. **다섯째**, 제조업-서비스업간 연계 강화와 상품-서비스 융복합 제품을 통해 제조업과 서비스업의 동반 성장을 도모해야 한다.

국내 비즈니스 서비스 산업의 문제점과 대응 방안

1. 비즈니스 서비스 산업의 정의 및 범위

비즈니스 서비스 산업은 他 산업의 생산 활동에 직접적 도움을 주지 않지만, 간접적 서비스 제공을 통해 전문성과 효율성을 제고시켜주는 산업을 의미한다. 그 범위는 정보처리, 연구개발, 법무, 회계, 시장조사, 경영상담, 광고, 디자인 등과 같이 他 산업에 전문 지식을 제공하는 분야가 포함된다. 또한 인력공급, 텔레마케팅, 신용조사 등과 같이 기존 사업체 내부에서 수행되었지만, 최근 아웃소싱 대상이 되는 업종까지 포함하고 있다.

이러한 특성 때문에 비즈니스 서비스 산업의 발전 정도가 타 산업의 효율성 및 한 국가의 성장잠재력 수준을 결정짓는 중요한 역할을 하게 된다. 이에 국내 비즈니스 서비스 산업의 현황을 살펴보고, OECD와의 비교를 통해 국제경쟁력 수준을 판단하여 산업의 발전 방향을 모색해 보았다.

2. 국내 비즈니스 서비스 산업의 현황과 역할

(경제 총부가가치의 4.8%, 총취업자의 8.4%) 2011년 상반기 현재 비즈니스 서비스 산업의 부가가치는 경제 전체의 약 4.8%, 서비스 산업의 8.3%를 차지하고 있다. 또한 비즈니스 서비스 산업의 취업자수는 총취업자의 8.4%, 서비스업의 12.5%의 비중을 기록하고 있다.

(고부가가치 창출) 비즈니스 서비스 산업은 타 산업에 비해 고부가가치를 창출하는 산업이다. 산업연관표 상 총투입액 중에서 부가가치액이 차지하는 비중을 의미하는 부가가치율은 2009년 기준 비즈니스 서비스 산업이 61.0%로 전산업(37.8%)은 물론 타 산업보다도 높은 수준을 기록하고 있다.

(높은 산업 연관 파급 효과) 비즈니스 서비스 산업은 경제 전체에 대한 부가가치유발계수와 취업유발계수가 높아 경제 성장과 고용 진작 효과가 크다. 2009년 산업연관표 기준 비즈니스 서비스 산업의 부가가치유발계수는 0.885로 전산업(0.710)과 다른 산업들보다 높다. 또한 취업유발계수는 최종수요 10억원 당 16.9명으로 他 서비스 산업(17.1명)이나 노동의존도가 상대적으로 높은 농림어업(38.6명)을 제외하고는 가장 큰 고용창출력을 가진다.

(他 산업 지원) 비즈니스 서비스 산업은 전형적인 후방지원산업(他 산업의 후방 산업)의 특성을 가진다. 2009년 기준 비즈니스 서비스 산업의 전방지원률(총공급액 대비 타 산업으로의 중간투입액 비중)은 72.1%로, 업종 특성상 중간투입 비중이 높은 광업(97.6%), 전기·수도·가스(75.4%)를 제외하고 가장 높은 수준을 기록하고 있다.

(높은 수출 비중) 서비스 부문중 운수 산업을 제외하고 비즈니스 서비스 산업의 수출이 비중 1위를 기록하고 있다. 2010년 연간 국내 서비스 수출은 총 827.1억 달러로 이 중에서 16.8%인 139.1억 달러가 비즈니스 서비스 수출 부문에서 발생하였다. 특히 WTO 통계에 따르면 2009년을 기준으로 할 때, 세부 국가 통계가 발표되지 않는 EU 지역을 제외하고는 세계 9위의 수출 실적을 기록하고 있다.

3. 국제 비교를 통해 본 국내 비즈니스 서비스 산업의 문제점

(낮은 부가가치 비중) OECD STAN(Structural ANalysis) 자료를 이용하여 국가별 비즈니스 서비스 산업의 부가가치 비중을 비교해 본 결과, 한국은 2009년 기준 6.7%로 OECD 조사 대상 18개국중 17위를 기록하였다. 이는 비중 1위국인 프랑스(15.2%)는 물론 OECD 평균 10.6%에도 크게 못 미치는 수준에 해당된다.

(미약한 고용창출력) 국내 비즈니스 서비스 산업의 2009년 기준 전산업 대비 취업자 비중은 7.6%로, OECD 조사 대상 18개국중 그리스와 함께 최하위에 머물렀다. 이는

OECD 평균인 12.0%와 1위 벨기에의 17.3%에 크게 못 미치고 있다.

(低 생산성) OECD STAN 자료를 이용하여 각국 비즈니스 서비스 산업의 1인당 실질 부가가치 생산액을 계산한 결과, 한국은 2009년 기준 19,481달러로 조사 대상 18개국 중 최하위를 기록하였다. 이는 조사 대상 18개국의 평균치 55,355달러의 약 35% 수준, 가장 높은 생산성을 기록한 프랑스의 83,177달러 대비 23% 수준에 해당된다.

(非 효율성) EU-KLEMS의 산업별 성장회계 자료를 이용하여 국가별 비즈니스 서비스 산업의 TFP(총요소생산성) 증가 속도를 비교해 본 결과, 한국은 2001~2005년 연평균 기준 69.5p로 조사 대상 17개국 중에서 14위에 그치고 있다.

(취약한 국제경쟁력) WTO의 자료를 이용하여 비즈니스 서비스 산업의 2008년 기준 국가별 산업경쟁력 지수(무역수지/수출입합×100, -100~+100의 범위)를 계산한 결과, 한국의 산업경쟁력 지수는 -36으로 조사 대상 국가중 최하위를 기록하였다. 이는 특히 지난 보고서의 분석 결과인 2006년 기준 -25.4보다 더 경쟁력이 하락하는 모습을 보이고 있다.

4. 시사점

국내 비즈니스 서비스 산업이 취약한 경쟁력을 극복하고 국가의 주력 기반 인프라 산업으로 도약하기 위해서는 **첫째, 산업의 조기 육성을 위해 정부의 보다 확실한 구심점 역할이 필요하다.** 최근 산업 정책의 방향이 저탄소 녹색 성장을 위한 미래 신성장 동력 발굴에 집중되는 흐름이 바람직하지 않다고는 할 수 없다. 그러나 비즈니스 서비스 부문과 같이 경제의 성장잠재력과 효율성을 제고시킬 수 있는 기반 인프라 산업을 육성하는 데에도 많은 정책 비중을 두어야 한다고 생각된다. 무엇보다도 비즈니스 서비스 산업의 조기 육성을 위해서는 관련 민·관 기관들의 정책 협의와 조정이 원활하고 신속하게 진행될 수 있도록 하는 정부의 구심점 역할이 전제가 되어야 한다.

둘째, 경기 침체 대응과 산업 구조적 문제 극복을 위해 산업 합리화 정책이 요구된다. 국내 비즈니스 서비스 산업은 단기적으로 전반적인 경제 상황이 어려워짐에 따라 시장 수요 침체에 직면할 것으로 보인다. 또한 중장기적으로도 산업 내 영세성을 극복하여 효율성과 생산성을 제고시켜야 하는 당면 과제도 안고 있다. 이러한 문제점들을 동시에 해결하기 위해서는 업계 내 자율적 인수 합병을 통한 대형화를 유도해야 한다. 또한 경쟁력을 상실한 기업의 경우 신속한 구조조정이 이루어질 수 있도록 비즈니스 서비스 산업에 맞는 구조조정 촉진 시스템이 구축되어야 한다.

셋째, 산업 선진화를 위해 핵심 자산인 인적 자본 육성이 시급하다. 업종의 특성상 비즈니스 서비스 산업의 경쟁력은 양적인 고정자본 투자보다는 노동력의 질적 수준에 상당 부분 의존하고 있다. 따라서 국내 비즈니스 서비스 산업이 선진국 수준의 경쟁

력을 확보하기 위해서는 기업 수요에 맞는 고급 인재를 육성하는 것이 필요하다. 이를 위해서는 정부 차원에서 산업 인력 육성 정책 수립, 산학 교류 지원 등이 이루어져 수요자 중심의 고급 인력이 양성될 수 있어야 한다.

넷째, 산업의 안정 성장 기반 마련을 위해 시장 수요 확충이 필요하다. 우선 업계에서 요구하고 있는 바와 같이 기업들의 아웃소싱에 대한 비용을 일정 부분 정부가 지원해 주는 제도인 'BS(Business Service) 바우처 사업'의 구체화가 요구된다. 또한 수도권에 비해 상대적으로 열악한 형편에 처해 있는 지방 비즈니스 서비스 업체들에 대한 경영 진단을 통해, 공기업 발주 아웃소싱 사업에 우선 할당 기업을 선정하는 방안도 생각해 볼 수 있다.

다섯째, 서비스 시장 개방에 대응하여 산업의 글로벌 경쟁력 확보를 적극 지원해야 한다. 이를 위해서는 비즈니스 서비스 산업 부문에서의, 외국인 직접투자, 글로벌 기업과의 전략적 제휴나 합작 투자 등에 대한 금융·세제상의 지원이 필요하다. 또한 비즈니스 서비스 산업의 국제화를 도모하기 위하여, 브릭스 등 공업화가 빠르게 진행되고 있는 신흥시장에 대하여 무역 관련 부처와 유관 기관의 신속·정확한 시장 정보 제공도 요구된다.

일본 물류자회사 사례분석을 통한 국내 물류 산업 육성 방안

1. 문제제기: 물류비는 증가하는 반면 효율성은 저하

국가물류비가 2000년 94조원(국제화물수송비 포함)에서 2008년 178조원으로 동기간 연평균 8.3%의 높은 증가를 보이고 있다. 하지만 물류의 각 활동에서 발생하는 부가가치는 국가물류비와 대비해 2004년 53.5%를 정점으로 하락해 2008년 43.0%로 나타나, 물류활동의 가치 창출력은 저하되고 있다. 또한 그동안 정부의 물류 업계 발전 노력에도 불구하고 기업 물류비에서 위탁물류비 비중은 2005년 42.9%에서 2009년 39.6%로 오히려 감소하고 있다. 물류비는 지속적으로 상승하고 있는 데 비해 효율성은 저하되고 있어 물류산업 발전 정책에 지금까지와는 다른 접근 방식이 요청되고 있다.

2. 일본 물류자회사의 현황과 구조적 문제점 및 대응 동향

일본은 화주인 모회사가 물류부문 전부 또는 일부를 산하의 자회사로 분사화하여 설립한 물류자회사가 800개사(2007년 기준)에 이르는 '물류자회사 대국'이다. 제조업종별로 매출액 기준 상위 1,2위 업체 대부분이 산하에 물류자회사를 두고 있다. 일본의

고도성장기인 1970년대부터 물류 기능을 고도화하고, 물류비의 외부 유출을 방지하고, 또는 모회사의 여유 또는 불필요한 인력을 물류자회사로 이관하려는 재무구조를 개선할 목적으로 설립하였다. 대부분 산하에 물류자회사를 1개사만 두고 있지만, 도요타 경우에는 3개사나 있다.

그런데 일본이 ‘잃어버린 10년’이라 말할 정도로 2000년대 들어와 모기업의 실적 부진에다가 연결결산 회계준칙의 시행, 글로벌 경영 중시 등 내외부 여건 변화로 물류자회사 중심의 물류 업계에 다양한 구조적 문제점이 야기되었다. 첫째, 내부 시장(captive market)에 의존도가 높아 자생력 확보가 문제시되고, 외부 영업을 강화하더라도 모기업과의 동일 업종 수주에 제약이 있고, 경쟁에 근거한 수익성 확보에 어려움이 존재하면서 경쟁성 있는 전문 역량을 갖추는 데에는 한계가 표출되었다. 둘째, 모회사의 물류 효율성에 우선순위를 두고 있는 관계로 산업 전체적인 측면에서 물류비 절감을 비롯한 물류업 고도화 실현을 기대하기 어려웠다. 셋째, 1990년대부터 글로벌 경영의 핵심 기반으로 부각된 글로벌 SCM (Supply Chain Management)의 구축에 물류자회사 존재가 오히려 걸림돌이 되었다. 물류자회사는 그동안 국내를 대상으로 운송과 창고보관 등 단순 물류 기능을 제공해 왔기 때문에, 모회사의 최적 글로벌 SCM 구축에 물류자회사의 역할이 의문시될 수밖에 없었다. 이러한 여건 변화로 여럿 존재 하였던 물류자회사들을 통합하거나, 물류자회사를 해산 또는 반대로 지분율을 증대하여 완전자회사화하거나, 물류자회사를 매각하였다. 2004년 6월부터 2010년 10월 동안 발생했던 물류자회사의 재편 동향을 조사해 보면, 총 70개 조사 사례중 물류자회사 신설은 13개 기업에 불과했고, 매각 또는 사업양도 사례가 28개, 해산 또는 흡수합병이 29개 등 81%가 물류자회사를 정리했다.

3. 시사점

국내 경영 환경도 일본과 마찬가지로 글로벌화, SCM 구축, 연결 회계 적용으로 변화하고 있어, 머지않아 물류 부문의 역량 강화가 현안으로 대두될 것으로 예상된다. **첫째**, 정부는 그룹 물류자회사에 의한 ‘물류시장 조각화’ 초래, 그로 인한 전문역량 확충과 업체 대형화를 불가능하게 만드는 구조를 해소할 수 있는 정책 개발이 필요하다. **둘째**, 물류전문업체를 육성하는 방향으로 기존의 관련 제도를 개편하고, 지원시스템을 마련할 것이 요청된다. 「국가물류기본계획 수정계획(2011~2020)」의 실행계획 수립시 물류전문업체만을 대상으로 한 육성책을 마련해야 할 것이다. **셋째**, 업계는 통합 물류 기능을 제공할 수 있는 역량 확보와 글로벌 네트워크 구축을 강화할 필요가 있다. 자생력을 갖춘 전문 업체를 육성하는 정책 추진이 곧 물류경쟁력을 강화하는 길이다.

MICE 산업 육성을 위한 선진화 방안

1. MICE 산업의 개요

MICE는 회의(Meeting), 포상관광 (Incentive Travel), 컨벤션 (Convention), 전시회 (Exhibition)의 약어로 관련 산업의 크기를 확대할 수 있는 포괄적 개념으로 사용되고 있다. 일반적으로 MICE 산업의 범위는 국제회의기획업체, 전시 및 행사대행업체, 국제회의시설업체 등 MICE 서비스 공급자와 중개인으로 구성되지만 광의의 관점에서 MICE 산업은 시설 산업, 식음료 산업, 오락산업, 교통 산업 등 후방산업까지 확장될 수 있다. **후방산업까지 포함하는 국내 MICE 시장 규모는 2009년 4조 8,260억 원으로 추정되며 MICE 서비스 공급자만으로 한정되는 MICE 산업의 규모는 1조 4,796억 원으로 추정된다.**

2. 국내 MICE 산업의 국제적 위상

국내 MICE 산업의 성장속도와 GDP 대비 MICE 산업규모는 MICE 선진국에 훨씬 못 미치고 있다. 또한 전시회의 해외 참관객 비중이 2%에 머물고 있어 산업의 외화 가득 능력이 낮고 전방산업인 관광산업과 MICE 산업의 연계가 미흡하여 MICE 선진국과 달리 MICE 관광객의 지출이 숙박비와 등록비에 집중되어 있다.

3. 국내 MICE 산업의 문제점

(미흡한 산업 성장속도) MICE 산업의 최근 4년간 성장률은 같은 기간 제조업과 서비스의 매출액 평균 증가율인 9.56%, 8.44%보다 낮은 7.7% 수준에 그치고 있다.

(저조한 생산성) 종업원 1인당 부가가치는 제조업이나 여가 관련 산업에 뒤쳐 있으며 부가가치율은 전체 서비스업 평균이나 문화산업에 미치지 못하고 있다.

(취약한 외화가득능력) MICE 산업의 수출 비중 (4.4%)은 대표적인 문화 수출산업인 게임 (14.1%), 애니메이션 (21.7%) 산업에 비해서 매우 낮다.

(미약한 전후방연쇄효과) MICE 산업은 전방산업인 관광산업과의 연계가 미약하여 전방연쇄효과가 일반 서비스업보다 훨씬 낮다.

3. MICE 산업 육성을 위한 선진화 방안

첫째, MICE 산업의 성장 잠재력을 제고하기 위하여 산업 가치사슬의 선진화와 제도 및 인력 인프라의 정비가 시급하다. 이를 위해 이원화되어 있는 조직과 제도, 지원체계를 통합하여 부처 간, 제도 간 분절을 극복할 수 있는 협의체를 구성해야 한다.

둘째, MICE 산업의 생산성과 부가가치 향상을 위하여 MICE 행사의 유치부터 사후 서비스에 이르는 전 과정을 개선하고 효율화해야 한다. 특히, MICE 행사의 추진 단계와 활동들을 표준화하여 생산성의 향상을 꾀하는 것이 필요하다.

셋째, MICE 산업의 외화 가득능력을 향상시키기 위하여 컨벤션뷰로, PCO, PEO의 역량 강화와 기업회의 및 포상관광 시장의 개발이 필요하다. 경쟁이 치열한 대규모 국제회의 중심의 정책 전개에서 탈피하여 기업회의와 포상관광 시장 개발에 중점을 두어야 한다.

넷째, 타산업과 MICE 산업을 적극적으로 연계하여 산업 간 시너지 효과를 높이기 위한 방안 수립과 적극적인 실천이 필요하다.

아시아 신흥국 서비스 시장의 성장과 시사점

1. 아시아 신흥국 서비스 시장 성장의 의미

중국, 인도, ASEAN 5(인도네시아, 말레이시아, 태국, 베트남, 필리핀) 등 아시아 신흥국들은 제조업을 중심으로 빠른 성장을 이루고 있다. 한편 이들 국가는 서비스 소비의 증가율 역시 선진국을 능가하는 수치를 보이고 있어 서비스 시장의 빠른 성장이 기대되는 상황이다. 이에 한국은 서비스 무역 수지 적자의 개선은 물론 관련 제품의 수출 시장 확대를 위해 아시아 신흥국 서비스 시장의 성장에 주목하고 적극 대응해야 한다.

2. 아시아 신흥국 서비스 시장의 성장 배경

(구매력 향상과 서비스 산업 비중의 증가) 2001~08년 중국, 인도, ASEAN 5 국가들의 구매력 기준 1인당 GNI는 G7 등 선진국보다 3~10%p 이상 빠르게 증가하였다. 또한 아시아 신흥국들은 1970~2008년 사이 소득이 증가하면서 전체 산업에서 서비스 산업이 차지하는 비중 역시 증가하는 모습을 보이고 있어 서비스 산업의 성장을 기대할 수 있다.

(서비스 소비 및 수입의 증가) 이와 함께 중산층 이상의 인구 역시 증가하면서 소비자의 서비스 소비 규모가 확대될 것으로 보인다. 이밖에 서비스 무역 수입 규모 역시 빠른 증가가 예상되어 서비스 산업 경쟁력을 갖춘 국가에게 수출 확대의 기회가 될 전망이다.

3. 한국 서비스 산업의 국제 경쟁력

첫째, 한국의 서비스 수출비교우위는 여행업을 제외해도 열세를 벗어나지 못한다.

아시아 신흥국들은 운송, 금융, 사업 서비스 등을 중심으로 서비스 수입 규모가 빠르게 증가하고 있다. 하지만 2004~08년 OECD 국가의 서비스 수출 현시비교우위를 보면 한국은 무역 적자에 가장 큰 영향을 미치는 여행업을 제외해도 상당수 산업이 하위권에 있다. 이는 한국이 아시아 신흥국 시장의 서비스 수출 경쟁에서 불리함을 의미한다.

둘째, 아시아 신흥국 서비스 산업에 대한 한국의 투자 규모 역시 한계를 보인다.

한국의 아시아 신흥국 서비스 산업에 대한 직접 투자는 금융위기를 거치며 급감한 이후 양적 측면과 비중 측면 모두 위기 이전 수준까지는 회복되지 못하고 있다. 또한 2000년 이후 이들 국가의 서비스 산업에 대한 M&A 투자액은 미국, 일본은 물론 영국, 프랑스 등 유럽 국가들보다도 작은 것으로 나타나 규모의 한계를 보인다. 이밖에 한국은 상대국의 규제, 산업별 경쟁 우위 등으로 일부 저성장 업종에 대한 투자 규모가 큰 것으로 나타나 향후 규제 완화 및 경쟁력 변화에 따라 개선이 필요한 것으로 보인다.

셋째, 한국은 서비스업의 생산 효율성 측면에서도 선진국 수준에 미치지 못한다.

서비스 시장에서 높은 장벽을 유지했던 아시아 신흥국들 사이에서 점진적인 규제 완화의 추세를 보이고 있어 서비스 무역 및 시장 진출의 기회가 증가하고 있다. 그러나 한국은 2000~05년의 총요소생산성을 통한 서비스 생산 효율성 비교 결과 상당수의 산업들이 G7 등 선진국에 비해 열세에 있어 선진국과의 경쟁에서 불리한 것으로 나타난다.

4. 시사점

아시아 신흥국 서비스 시장의 성장에 대응하여 **첫째**, 서비스 산업별 경쟁력과 각국별 수요에 대한 심도 있는 조사와 시장 진출을 위한 가이드라인이 필요하다. **둘째**, 서비스 R&D에 대한 적극적인 투자로 선진국과의 경쟁력 격차를 줄여야 한다. **셋째**, 상대국의 언어와 문화를 이해하기 위한 노력이 필요하다. **넷째**, 한국의 다양한 문화 콘텐츠 개발을 통해 수출 시장의 확대와 국가 브랜드 가치 제고의 발판으로 삼아야 한다. **다섯째**, 서비스와 제품의 상호경쟁력 강화가 가능한 융합 상품 개발에 노력해야 한다.

서비스산업의 취약성과 경쟁력 제고 방안¹⁾

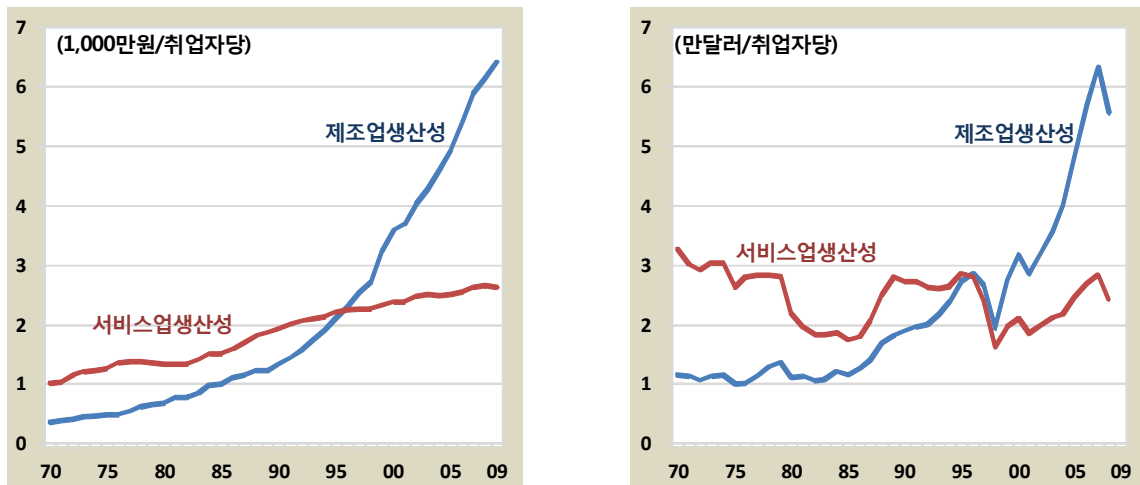
1. 제조업과 서비스업의 노동생산성 격차 확대

- 국내 서비스업은 2011년 상반기 현재 명목 GDP 대비 52%, 고용의 68%를 차지할 정도로 경제적 비중이 높은 산업
 - 2011년 상반기 기준 서비스업의 명목 부가가치 생산액은 약 312조원으로 명목 GDP 597조원의 52%, 제조업 명목 부가가치 생산액 171조원의 1.8배의 규모임
 - 서비스업 취업자수는 2011년 2/4분기 현재 1,660만명으로 경제 총취업자 2,457만명의 68%, 제조업 취업자 413만명의 4배임
- 그러나 서비스업은 높은 경제적 비중에도 불구하고 제조업에 비해 생산성이 낮아 비효율성이 큰 산업으로 인식
 - 그러나 1970년 서비스업 노동생산성은 제조업의 약 3배에 달하였으며 불과 1995년까지도 서비스업 노동생산성은 제조업보다 오히려 높은 수준을 기록함
 - 1996년을 기점으로 제조업 노동생산성이 서비스업의 노동생산성을 역전하여 2009년 현재 제조업의 41%에 불과한 수준임
- 추세적으로도 제조업의 노동생산성은 상승하고 있으나 서비스업의 노동생산성은 정체되는 모습

1) 현대경제연구원, "서비스업 노동생산성 정체의 원인과 시사점 - 서비스시장의 경쟁촉진 인프라 확충이 시급하다", VIP REPORT 10-18 (통권 제 445호)의 내용을 수정 및 보완하여 재 게재.

- 원화 실질 가격 기준으로 제조업의 노동생산성은 1970년 약 350만원에서 2009년 6,400만원으로 약 18배가 상승한 반면,
 - 원화 실질 가격 기준으로 서비스업의 노동생산성은 1970년 약 1,000만원에서 2009년 2,600만원으로 2.6배 상승하는 데에 그침
- 특히 달러화 기준으로 국내 서비스업의 노동생산성은 70년 이후로 정체되는 모습을 나타냄
 - 달러화 실질 가격 기준으로 서비스업의 노동생산성은 1970년 약 3만 3,000달러에서 2009년 2만 4,000달러로 오히려 감소함

< 한국의 제조업 및 서비스업의 노동생산성 추이 (원화 기준 및 달러 기준) >



자료: OECD STAN 통계('11. 11/11 기준 업데이트 통계)를 이용한 자체계산. 주: 실질가격 기준.

2. 서비스업 노동생산성 개선 속도의 국제 비교²⁾

- 이러한 서비스업과 제조업의 생산성 역전은 한국에만 국한된 현상이 아니라 세계적인 추세

2) UN STATS National Accounts Main Aggregates Database를 이용하여 약 200개국의 서비스 부가가치 생산액이 전세계 부가가치 생산액에서 차지하는 비중을 계산해 본 결과 상위 10개국은 G7 국가, 스페인, 중국, 브라질이 해당됨. 이에 따라 이후 분석에서는 자료의 이용이 가능한 G7국가를 중심으로 진행하였음. 상위 10개국 및 한국의 순위는 “【별첨】 세계 서비스생산 상위 10개국의 서비스생산액 비중” 참조.

- 대부분의 국가에서 제조업의 생산성이 어느 순간 서비스업의 생산성을 상회하고 그 격차가 벌어지는 이유는 이 서비스업에 비해 상대적으로 자본집중도가 높고 IT 기술의 채용이 용이하다는 산업적 특성의 차이 때문으로 판단됨
- G7 국가들 대부분은 한국과 비슷한 시기인 90년대 중후반 생산성 역전 현상이 발생함
 - 제조업 생산성이 서비스업 생산성을 하회한 시기는 미국 1994년, 프랑스 1999년, 독일 1997년, 일본 1998년 등 대체로 90년대 중후반임
 - 예외적 국가로 영국(1985년), 캐나다(1977) 등은 일찍이 생산성이 역전되었으며, 이탈리아는 2007년 현재에도 서비스업 생산성이 제조업보다 높음
- 그러나 문제는 한국의 제조업과 서비스업간 생산성 격차가 다른 나라에 비해 빠르게 확대중이라는 점
- 90년대 초반 하더라도 한국의 서비스업/제조업 생산성 비율은 선진국보다 높았으나 2000년경에는 선진국의 비율을 하회하고 있음

< G7국가와 한국의 서비스업노동생산성/제조업노동생산성 비율 >

	1980	1985	1990	1995	2000	2005	2007	2008	2009
한 국	1.97	1.52	1.44	1.05	0.66	0.51	0.45	0.43	0.41
미 국	1.48	1.22	1.09	0.91	0.77	0.63	0.59	0.60	0.59
영 국	1.14	0.99	0.83	0.76	0.77	0.66	0.65	0.66	-
프 랑 스	1.44	1.35	1.25	1.08	0.94	0.83	0.82	0.83	-
독 일	-	-	-	1.02	0.90	0.80	0.74	0.80	0.92
이탈리아	1.79	1.48	1.31	1.16	1.09	1.11	1.06	1.09	1.22
캐 나 다	0.98	0.83	0.81	0.71	0.64	0.64	0.63	0.66	-
일 본	1.27	1.17	1.08	1.06	0.93	0.78	0.75	0.73	-
G7 평균	1.35	1.17	1.06	0.96	0.86	0.78	0.75	0.77	-

자료: OECD STAN 통계('11. 11/11 기준 업데이트 통계)를 이용한 자체계산.

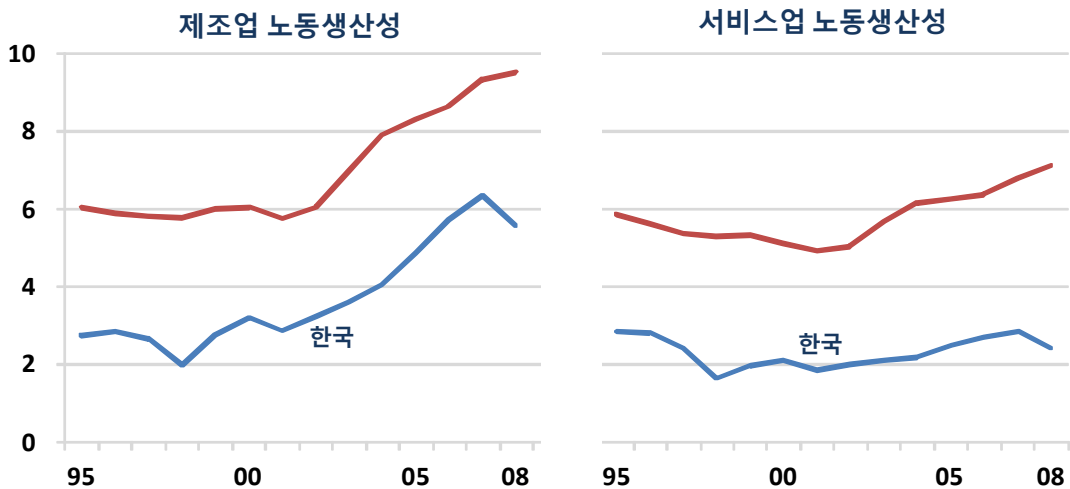
○ 제조업 노동생산성 향상 속도는 선진국보다 빠르나 서비스업의 노동생산성 증가 속도는 선진국을 따라가지 못하는 것으로 분석

- 국내 제조업 노동생산성은 95년 G7평균의 45% 수준에서 2008년에 58%로 상승
 - 1995년 제조업의 실질가격 기준 노동생산성은 한국이 약 2만 7,000달러이었으며 G7 평균은 약 6만 달러임
 - 2008년 제조업의 실질가격 기준 노동생산성은 한국이 약 5만 6,000달러로 G7 평균이 약 9만 5,000달러의 약 58% 수준임

- 반면, 서비스업은 같은 기간 G7평균의 49% 수준에서 34%로 오히려 하락
 - 1995년 서비스업의 실질가격 기준 노동생산성은 한국이 약 2만 9,000달러이었으며 G7 평균은 약 5만 8,000달러임
 - 2008년 서비스업의 실질가격 기준 노동생산성은 G7 평균이 약 7만 1,000달러로 1995년 대비 상승하였으나 한국은 약 2만 4,000달러로 거의 정체됨

- 즉, 제조업과 서비스업간 생산성 격차 확대는 제조업의 빠른 생산성 증가 때문이기도 하지만 서비스업 생산성 개선 속도가 정체되고 있기 때문이기도 함

< G7국가와 한국의 제조업 및 서비스업 노동생산성 추이 (달러 기준) >



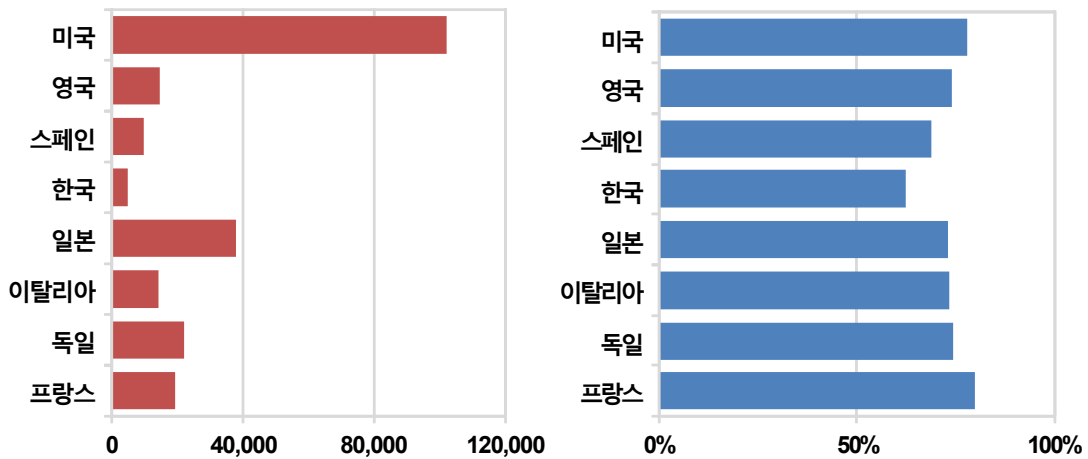
자료: OECD STAN 통계('11. 11/11 기준 업데이트 통계)를 이용한 자체 계산.

3. 국내 서비스업 노동생산성 정체 의 원인

○ 서비스 시장의 절대적 규모의 협소성으로 인한 산출 확대 제약

- 서비스업은 특성상 수출보다는 내수 시장에 의존적일 수밖에 없으나 국내 서비스업 시장 규모는 선진국에 비해 낮은 수준임
 - 2009년 국내 서비스업의 명목가치는 약 4,677억 달러로 주요 선진국들 평균의 15%에 불과함
- 경제 규모의 차이를 고려해 주기 위하여 2009년 현재 서비스 내수 시장/총부가가치 비중을 계산해 본 결과 한국은 62%로 7개국 평균 75%보다 낮은 수준임
 - 프랑스의 서비스 내수 시장/총부가가치 비중은 80%, 독일 74%, 이탈리아 73%, 일본 73%, 스페인 69%, 영국 74%, 미국 78% 등

<서비스시장 규모(2009년, 억달러)> <서비스시장규모/총부가가치 비중(2009년)>



자료: OECD STAN 통계를 이용한 자체계산.

주: 1) 서비스시장 규모 = 서비스 부가가치 생산 - 서비스수출 + 서비스수입.

2) 캐나다는 OECD 통계상 자료 미비로 서비스시장 규모 추정 불가, 대신 스페인을 제시.

○ 서비스 연구개발투자 미흡으로 기술경쟁력 및 효율성 취약

- 산업의 효율성을 결정짓는 요인으로 알려진 R&D 투자의 경우 절대 금액면에서 한국은 2008년 경상 PPP 기준 약 26억 달러에 불과함
 - 절대 금액면에서 서비스업에 가장 많은 R&D 투자를 하는 국가는 미국으로 915억 달러에 달하고 있음
 - 다음으로 일본이 132억 달러를 투자하고 있으며, 영국, 캐나다, 독일 등도 60억 달러 내외를 나타냄

- 서비스업과 제조업의 R&D 투자 비중도 한국은 9%로 OECD 22개국 평균 35%에 못 미치는 수준임
 - 서비스업 R&D투자/제조업 R&D투자 비율이 가장 높은 국가는 캐나다로 96%에 이르고 있으며 미국도 48%의 높은 비율을 기록함
 - 한편 한국과 같이 제조업 경쟁력이 높은 일본과 독일은 각각 13% 및 12%로 한국보다 소폭 높은 수준을 보임

< 주요국의 제조업 및 서비스업의 R&D 지출 (2008년 기준) >

	제조업 R&D 지출 (억 달러)	서비스업 R&D 지출 (억 달러)	서비스업/제조업 R&D 지출 비율
미 국	1900	915	48%
영 국	184	61	33%
스페인	58	45	78%
독 일	504	59	12%
한 국	293	26	9%
이탈리아	92	33	36%
캐 나 다	59	57	96%
일 본	1017	132	13%
OECD 22개국	4347	1502	35%

자료: OECD STAN R&D Expenditure in Industry (ISIC Rev. 3) ANBERD ed2011.

주: 1) R&D 지출액은 경상 PPP 미국 달러화 기준

2) G7국가중 프랑스는 R&D 데이터 결측으로 제외, 대신 스페인 자료를 삽입.

○ 서비스업에 대한 미약한 R&D 지출은 기술경쟁력 취약으로 협소한 국내 서비스시장마저도 해외 제품에 잠식되는 결과를 초래

- 2009년 최종재 부가가치 기준으로 국내 서비스 시장에서 수입품의 비율이 차지하는 비중을 의미하는 수입침투율은 15%로 G7국가 평균 7%(캐나다 제외)를 상회함

· G7 국가중 독일과 영국이 11~12%로 수입침투율이 높은 편이며, 미국과 일본이 3~4%로 낮은 수준을 보이고 있음

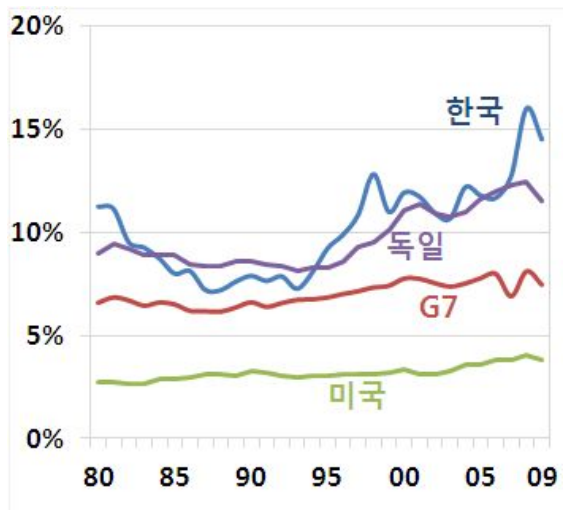
- OECD IO 자료를 이용하여 중간재까지 포함할 경우 한국의 서비스 시장에서 수입침투율은 2005년 기준 약 6%임

· 이는 독일(4%), 캐나다(2000년 기준 4%), 영국, 프랑스, 이탈리아 3%, 일본 1%, 미국 0.5%로 한국보다 낮은 수준임

< 서비스 시장에서의 수입침투율 추이 >

(최종재 부가가치 기준 - 2009년)

(중간재 포함 산출액 기준)



	1995	2000	2005
한 국	4.3%	5.9%	5.6%
미 국	0.3%	0.5%	0.5%
영 국	3.2%	3.7%	3.5%
프 랑 스	2.1%	1.9%	2.9%
독 일	2.5%	3.9%	4.1%
이탈리아	2.9%	3.3%	2.9%
캐 나 다	5.9%	4.2%	-
일 본	1.7%	1.7%	1.3%

자료: OECD STAN, OECD 투입산출표를 이용한 자체 계산.

주: 1) 최종재 부가가치 기준 수입침투율은 서비스수입 / (서비스 부가가치 생산 - 서비스수출 + 서비스수입)으로 정의됨.

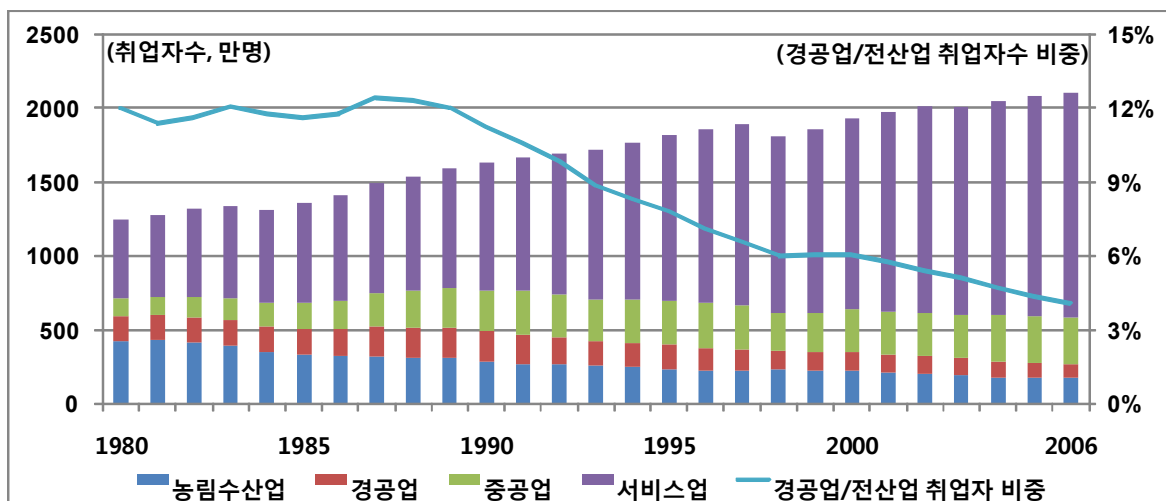
2) 중간재 포함 산출액 기준 수입침투율은 서비스 품목의 수입품공급/총공급으로 정의

3) 공급은 중간재, 소비, 투자의 합.

○ 90년대 이후 급격한 산업구조 변화와 외환위기 충격 등으로 서비스업의 고용흡수력을 넘어서는 과도한 노동력의 유입이 발생

- 1990년대 이후 중국의 고성장에 따르는 인접효과와 외환위기 직후 급격한 산업구조 변화로 경험함
 - 특히 중국으로부터의 농림수산물과 경공업 제품의 수입이 국내 관련 산업의 위축을 가져왔다고 판단됨
 - 1980년 우리나라의 대 중국 수입은 약 3,000만 달러로 총수입의 0.1%에 불과하였으나, 1990년 23억 달러(3% 비중), 2000년 128억 달러(8%), 542억 달러(17%)로 지속적으로 규모와 비중이 높아지는 추세임
- 이에 따라 경공업 등의 비교열위 산업이 급격하게 위축되고 대규모의 유휴 노동력이 발생하였으나, 국내 서비스업이 제대로 발전되지 못하여 고용흡수력이 충분하지 않은 상황에서 서비스업으로의 노동의 과다유입이 발생함
 - 경공업 취업자수는 1980년 164만명(전체 취업자중 12%) 2006년 94만명(4% 비중)으로 감소함
 - 반면 서비스업 취업자수는 1980년 528만명에서 2006년에는 1,527만명으로 약 3배가 급증함

< 주요 산업의 취업자수 및 경공업/전산업 취업자 비중 >



자료: OECD STAN 통계('11. 11/11 기준 업데이트 통계)를 이용한 자체계산.

주: 기타 산업의 취업자수는 생략.

○ 서비스업 내 시장경쟁을 촉진시킬 인프라가 취약하여 비효율성이 높아짐

- 최근까지도 제조업이 경제 성장의 중심이고 서비스업은 보호해야 될 경제 내 취약 부문으로 인식되어 왔음
- 이에 따라 제조업에 비해 서비스업에 대한 규제가 과도한 것으로 나타남
 - 2008년 OECD 한국경제보고서에 따르면 한국은 OECD 국가 중 5번째로 비 제조업 분야에 많은 규제를 부과하고 있는 것으로 조사됨
- 한편, 서비스업에 대한 시장진입 제한 정책으로 공급자 중심의 시장 구조가 지속됨
 - 우선 정부 차원에서 금융, 통신, 방송 등 전략기간 산업에 대한 인·허가 제도를 통해 시장 진입을 통제하였음
 - 또한 의료, 법률, 회계 등과 같이 이해집단이 전문가 자격증을 수단으로 시장 공급을 조절함에 따라 시장 진입이 제한을 받는 업종도 상당수임
 - ※ 한국의 1인당 변호사수는 OECD 평균의 1/4에도 미치지 못하고 있음 (2008 OECD Economic Surveys-Korea)
 - ※ 한국의 인구 1,000명당 의사수는 1.7명으로 OECD 평균 3.1명에 미치지 못하고 있음 (2010 OECD Economic Surveys-Korea)
 - 특히, 교육, 의료 서비스의 경우 공공성을 중시하여 해외자본은 물론 국내자본에 대한 시장개방이 매우 제한적으로 이루어지고 있어 서비스의 질적 향상이 제약되고 있음
- 이와 같이 최근까지도 서비스업에 대해 시장경쟁을 촉진할 인프라가 미약하여 산업 효율성이 낮아지는 결과를 가져온 것으로 판단됨

4. 시사점

첫째, 서비스 업종의 전반적인 기술경쟁력 제고와 기업 규모의 대형화를 적극 유도해야 한다.

- 서비스업 내 일부 업종을 제외하고는 연구개발투자가 미약하여 전문성 및 품질 수준이 떨어지고 이에 따라 서비스 수요의 해외유출과 서비스수지 적자가 유발되고 있음
 - 서비스업의 R&D 투자를 활성화하기 위해서는 투자리스크가 제조업에 비해 높은 서비스업의 특성을 이해하고,
 - 시장이 형성될 때까지는 보조금 지급 확대, 연구 산출물과 기술에 대한 매입 보장 등으로 정부가 시장개설자 역할을 해주어야 할 것임
- 특히, 서비스업내 M&A를 활성화를 통해 서비스업의 문제점으로 지적되고 있는 영세성을 극복해야 할 것임
 - 이를 위해서는 대부분이 무형의 형태를 가지는 서비스기업 자산에 대한 업계의 공통적인 평가 기준 및 방법의 개발이 필요함

둘째, 서비스업 내 대표적 저부가 업종인 전통서비스업에 대한 부가가치 제고 노력이 필요하다.

- 전통서비스업이 과당경쟁 업종이기 때문에 직접적인 정부의 지원책은 자칫 시장 질서의 왜곡과 자원 배분의 비효율성을 초래할 수 있기 때문에,
 - 정부의 역할은 원칙적으로 한계 기업이 시장경쟁 원리에 따라 자연스럽게 신속한 퇴출이 가능하도록 하는 데에 한정되어야 할 것임

- 다만, 성장성이 높은 업종에 대해서는 기업 스스로가 정보화 확대, 타 산업과의 연계 강화, 브랜드화 등을 통해 자체 수요기반을 확충하도록 유도해야 할 것임

셋째, 대외 시장 개방과 해외 서비스 시장에 대한 공략 강화를 통해 시장의 협소성이라는 제약을 벗어나야 한다.

- FTA의 확산, 글로벌화 등으로 비교역재로 여겨졌던 서비스 부문의 교역 비중이 급증하고 있어,
 - 향후 서비스업의 글로벌 경쟁 시대가 도래할 것이고 서비스업도 제조업과 마찬가지로 국제경쟁력이 산업의 운명을 결정할 것임
- 이에 대비하기 위해서는 그동안 국내 시장에 안주하고 있던 교육, 의료, 사업서비스 등의 부문의 경우 점진적 시장개방을 통해 글로벌 경쟁 환경에 적응할 수 있도록 해야 할 것임
- 또한 최근 정부가 서비스업의 해외진출 활성화를 위해 오는 2013년까지 3조 원의 수출자금을 지원하는 정책을 내놓은 바와 같이,
 - 서비스 교역이 빠르게 확대되는 추세에 맞추어 우리 서비스업중 경쟁력이 있는 유통, 통신, 해운 등의 분야에 대한 수출을 확대시키려는 노력이 필요함

넷째, 서비스업에 대한 시장 및 진입 규제를 제거하여 기업들이 치열한 시장경쟁에 노출되도록 해야 한다.

- 정부도 서비스업의 낮은 경쟁력이 불합리적인 규제에 있다고 판단하고 최근 상당수의 규제를 완화하는 정책을 추진하고 있음
- 그러나 공공성이 높은 일부 업종의 경우 여전히 신규 자본의 시장 진입에 대한

규제가 과도한 것으로 판단됨

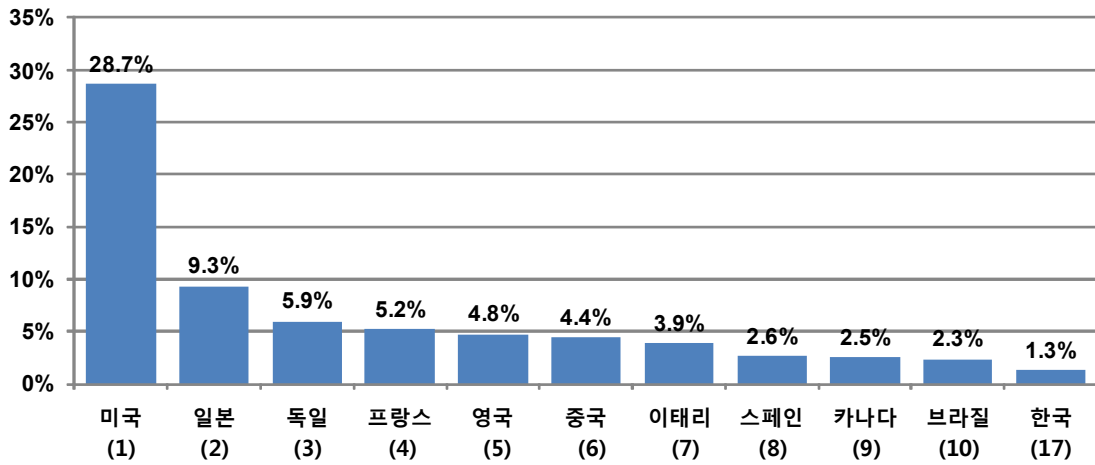
- 따라서, 기본적으로는 신규 시장 진입 자본에 대한 인·허가 제도의 폐지, 자본의 성격에 대한 제한 완화, 전문가 자격증 제도의 대상 업종 축소 등을 통해 서비스업이 시장 경쟁에 노출되도록 해야 할 것임

다섯째, 제조업-서비스업간 연계 강화와 상품-서비스 융복합 제품을 통해 제조업과 서비스업의 동반 성장을 도모해야 한다.

- 제조업의 그 후방효과가 큰 서비스업간 연계 강화 등을 통해 제조업의 높은 노동생산성이 서비스업에 과급되는 효과를 기대할 수 있음
 - 예를 들어 의료서비스 - 의료기기 및 제약업의 연계, 필수소비재 생산업 - 제품 렌탈업의 결합, 자동차 - ITS 소프트웨어 개발업의 결합 등을 강화할 수 있는 종합적인 지원책이 필요함
- 특히 새로운 개념의 이중 용·복합 상품 개발과 상업화를 적극 유도하여 제조업과 서비스업의 동반 성장을 도모해야 할 것임

【별첨】 세계 서비스생산 상위 10개국의 서비스생산액 비중

< 국별 서비스생산액 / 세계 서비스생산액 (2008년 기준) >



자료: UN STATS National Accounts Main Aggregates Database를 이용한 자체 계산.

주: 괄호 안은 세계 순위. **HRI**

주 원 연구위원 (02-2072-6235, juwon@hri.co.kr)

국내비즈니스서비스산업의문제점과대응방안³⁾

1. 비즈니스 서비스 산업의 정의 및 범위

○ (정의) 비즈니스 서비스 산업은 他 산업의 생산 활동에 직접적 도움을 주지 않지만, 간접적 서비스 제공을 통해 전문성과 효율성을 제고시켜주는 산업을 의미

- 통계청은 사업 서비스업(비즈니스 서비스업)을 '다른 사업체를 위하여 기술 및 과학적 업무와 일상적 업무를 계약에 의하여 수행함으로써 업무의 전문성과 효율성을 달성하게 하는 산업'으로 정의함

○ (범위) 他 산업에 전문 지식을 제공하거나 아웃소싱의 대상이 되는 업종

- 통계청에 따르면 사업 서비스업은 크게 '전문 지식 서비스 제공형', '일상 업무 지원 서비스 제공형'의 두 분류로 구분됨

· 전문 서비스업 : 고도의 전문지식과 훈련을 받은 인적자본이 서비스생산의 주된 투입요소로 사용되며, 전문지식은 보통 학위를 통하여 취득함

· 사업지원 서비스업 : 전통적으로 사업체 내부에서 수행되었지만, 최근 아웃소싱의 대상이 되는 업무 분야에 대한 서비스를 제공하는 업종임

- 통계청의 한국표준산업분류(2000.1 - 제8차 개정)를 기준으로 할 때, 비즈니스 서비스 산업은 '사업 서비스업(대분류 코드 M, 중분류 코드 72~75)⁴⁾에 해당됨

3) 현대경제연구원, "OECD 비교를 통해 본 국내 비즈니스 서비스 산업의 문제점 - 비즈니스 서비스 산업의 경쟁력 강화가 시급하다", VIP REPORT 09-09 (통권 391호)의 내용을 수정 및 보완하여 재 게재.

- 전문 서비스업 : 정보처리 및 기타 컴퓨터 운영 관련업, 연구 및 개발업, 법무, 회계, 시장조사, 경영상담, 건축설계, 엔지니어링, 광고, 디자인 등임
- 사업지원 서비스업 : 시설관리, 인력공급 및 알선, 경호 및 경비, 건물 및 사업장 청소, 텔레마케팅, 신용조사 등임

< 비즈니스 서비스 산업의 범위 >

기 준	대분류 명칭	세부 업종
표준산업 분류 (통계청 8차 개정)	사업서비스	정보처리 및 기타 컴퓨터 운영 관련업, 연구 및 개발업, 법무, 회계, 시장조사, 경영상담, 건축설계, 엔지니어링, 광고, 디자인, 시설관리, 인력공급 및 알선, 경호 및 경비, 건물 및 사업장 청소, 텔레마케팅, 신용조사
산업연관표 부문 분류 (한국은행)	부동산 및 사업서비스 중 부동산 제외	연구기관, 법무, 회계, 시장조사, 경영컨설팅, 광고, 건축공학, 소프트웨어개발공급, 컴퓨터 관련, 청소 및 소독, 인력 공급 및 알선
국제수지 부문 분류 (한국은행)	사업서비스	중개 및 기타무역, 광고 및 시장조사, 기타사업서비스, 컨설팅 및 홍보, 연구개발, 운물리스, 관계기업간 서비스, 법률, 건축 공학, 농광업 현지 가공, 회계
OECD STAN 산업 분류 (OECD)	BUSINESS ACTIVITIES	Renting of machinery & equipment Computer and related activities Research and development Other business activities
International Trade Statistics (WTO)	OTHER BUSINESS SERVICES	Merchanting and other trade-related services Operational leasing services Legal, accounting, management and public relations Advertising, market research and public opinion polling Research and development Architectural, engineering and other technical services Agricultural, mining and other on-site processing services

4) 통계청의 한국표준산업분류는 대분류(알파벳 문자 사용/Sections), 중분류(2자리 숫자사용/Divisions), 소분류(3자리 숫자 사용/Groups), 세분류(4자리 숫자 사용/Classes), 세세분류(5자리 숫자 사용/Sub-Classes)의 5단계의 분류구조 및 기호 체계를 사용.

2. 국내 비즈니스 서비스 산업의 현황과 역할

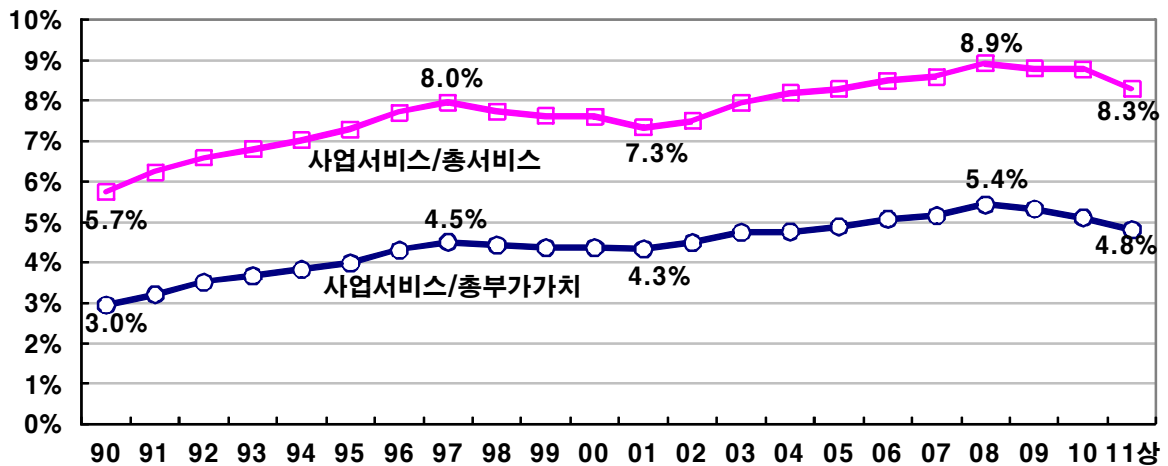
(1) 비즈니스 서비스 산업의 현황

○ (경제 총부가가치의 4.8%) 2011년 상반기 현재 비즈니스 서비스 산업의 부가가치는 총부가가치의 약 4.8%, 서비스 산업의 8.3%를 차지

- 비즈니스 서비스 산업의 부가가치가 경제 전체의 총부가가치에서 차지하는 비중은 1990년 3%, 2000년 4.4%에서 2011년 상반기에 4.8%로 증가함

- 비즈니스 서비스 산업의 부가가치가 총서비스 산업의 부가가치에서 차지하는 비중은 1990년 5.7%, 2000년 7.6%에서 2011년 상반기에 8.3%로 증가함

< 비즈니스 서비스 산업의 부가가치 비중 추이 >



자료: 한국은행.

주: 1) 명목 부가가치 기준

2) 보고서가 최초 발간된 시점과 현재 시점 사이에 사업서비스 관련된 산업 분류가 변경되어 기존 보고서와 수치상 차이가 있음.

○ (총취업자의 8.4%) 2011년 2분기 현재 비즈니스 서비스 산업의 취업자수는 총취업자의 8.4%

- 비즈니스 서비스 산업의 취업자수가 전체 취업자수에서 차지하는 비중은 2005년 6.0%에서 2011년 2분기에 8.4%로 증가 추세를 지속중임
- 비즈니스 서비스 산업의 취업자수가 서비스업 취업자수에서 차지하는 비중도 2005년 6%에서 2011년 2분기에 12.5%로 증가하고 있음

< 비즈니스 서비스 산업의 취업자 수 및 고용 비중 >

(단위: 만 명)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011 2Q
전산업	2,286	2,315	2,343	2,358	2,351	2,383	2,457
서비스	1,480	1,517	1,551	1,577	1,595	1,616	1,660
사업서비스	137	150	166	173	179	191	207
사업서비스업/전산업	6.0%	6.5%	7.1%	7.3%	7.6%	8.0%	8.4%
사업서비스업/서비스업	9.2%	9.9%	10.7%	11.0%	11.2%	11.8%	12.5%

자료: 통계청

주: 보고서가 최초 발간된 시점과 현재 시점사이에서 사업서비스 관련된 산업 분류가 변경되어 기존 보고서와 수치상 차이가 있음. 현재 사업서비스는 M 전문, 과학 및 기술 서비스업과 N 사업시설관리 및 사업지원 서비스업으로 자의적 정의를 함.

(2) 비즈니스 서비스 산업의 역할

○ (고부가가치 창출) 비즈니스 서비스 산업은 다른 산업에 비해 높은 부가가치를 창출

- 산업연관표 상 산업별 총투입액 중에서 부가가치액이 차지하는 비중을 의미하는 부가가치율(부가가치계수)은 2009년 기준 사업서비스업이 61.0%로 전산업 평균치는 물론 다른 산업보다 높은 수준을 기록함
 - 총투입액은 중간투입, 피용자보수, 영업잉여, 고정자본소모, 생산세(보조금 공제) 등의 합임

- 부가가치율은 전산업이 37.8%, 농림어업 52.1%, 광업 58.5%, 제조업 22.3%, 건설 40.1% 등이며, 특히 사업서비스업을 제외한 서비스업 부가가치율도 54.3%로 사업서비스보다 낮은 수준을 나타냄

< 주요 산업의 부가가치율(2009년) >

산 업	부가가치 계수 (부가가치율)
농림어업	52.1%
광 업	58.5%
제조업	22.3%
전기·수도·가스	29.0%
건 설	40.1%
서비스(사업서비스 제외)	54.3%
사업서비스	61.0%
전산업	37.8%

자료: 2009년 산업연관표 총거래표를 이용한 연구원 자체 계산.

주: 부가가치율(부가가치계수) = 부가가치액/총투입액 = 1 - 중간투입액/총투입액.

- (높은 산업 연관 파급 효과) 비즈니스 서비스 산업의 생산유발효과는 높지 않으나, 부가가치유발효과와 취업유발효과가 높아 경제 성장과 고용 진작에 크게 기여

- 2009년 산업연관표 기준 비즈니스 서비스 산업의 생산유발계수는 1.602로 전산업 평균치인 1.881보다 낮은 수준을 보임

* 생산유발계수는 어떤 산업에서 생산된 제품에 대해 최종수요가 1단위 증가하였을 때 해당산업에서 최종수요를 충족시키기 위해 직접적으로 생산된 1단위와 이 1단위 생산을 위해 해당 산업 및 타 산업에서 간접적으로 유발된 생산효과의 크기를 더한 것

- 그러나 비즈니스 서비스 산업의 부가가치유발계수는 0.885로 전산업(0.710)은 물론 비교 대상 6개 산업보다 높은 수준임

* 부가가치유발계수는 어떤 산업에서 생산된 제품에 대해 최종수요가 1단위 증가하였을 때, 동 최종수요를 충족시키기 위해 해당산업에서 직접적으로 생산된 1단위에 의해 창출된 부가가치와 타 산업에서 간접적으로 유발된 부가가치효과의 크기를 더한 것

- 비즈니스 서비스 산업의 취업유발계수는 16.9명으로 他 서비스 산업(17.1명)이나 노동의존도가 상대적으로 높은 산업인 농림어업(38.6명)을 제외하고는 가장 큰 고용창출력을 가짐

* 해당 산업의 최종수요가 10억원 증가하는 경우 해당부문과 기타부문에서 직·간접적으로 유발되는 취업자수

< 주요 산업의 諸 유발계수(2009년) >

산 업	생산유발계수	부가가치유발계수	취업유발계수
농림어업	1.867	0.804	38.6
광업	1.741	0.867	9.6
제조업	2.036	0.553	8.4
전기·수도·가스	1.515	0.466	3.4
건설	2.071	0.747	14.5
서비스 (사업서비스 제외)	1.712	0.839	17.1
사업서비스	1.602	0.885	16.9
전산업	1.881	0.710	13.4

자료: 2009년 산업연관표 총거래표 및 국산거래표를 이용한 연구원 자체 계산.

주: 위 표의 유발계수들은 통합중분류 78개 산업에 대하여, 8부문(농림어업, 광업, 제조업, 전기·수도·가스, 건설, 서비스 (사업서비스 제외), 사업서비스, 기타)으로 부문 통합한 이후 자체적인 행렬 계산을 통해 도출된 것임.

○ (他 산업 지원) 비즈니스 서비스 산업은 전형적인 후방지원산업(他 산업의 후방 산업)의 특성을 보유

- 산업의 생산은 경제 내에서 크게 ① 최종재수요(소비, 투자, 수출), ② 자신 및 타 산업의 중간투입으로 배분됨

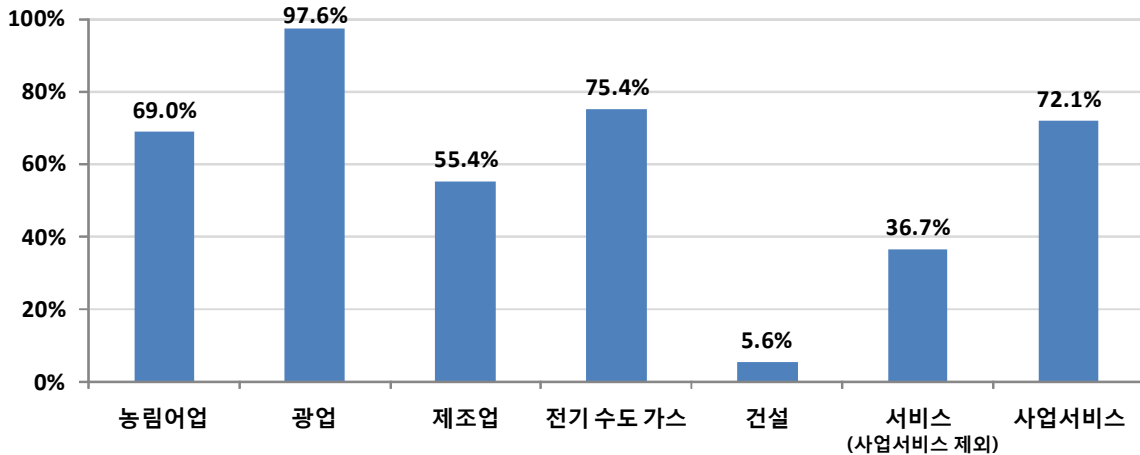
- 후방 효과가 큰 산업일수록 해당 산업의 생산품이 중간투입으로 이용되는 비중이 높음

- 2009년 기준 비즈니스 서비스 산업의 전방지원률⁵⁾(총공급액 대비 타 산업으로의 중간투입액 비중)은 72.1%로, 업종 특성상 중간투입 비중이 높은 광업

5) 전방지원률이라는 공식적인 용어는 없으며 서술상의 편의를 위해, 본 보고서에서만 사용되고 있음에 유의. 전방지원률은 국산거래표상의 중간투입액 합계를 총공급액으로 나눈 것임.

(97.6%), 전기·수도·가스(75.4%)를 제외하고 가장 높은 수준을 기록함
 · 특히 비즈니스 서비스 부문을 제외한 서비스 산업 여타 업종들의 36.7%보다 크게 높은 수준을 기록

< 산업별 전방지원률(총공급액 대비 타 산업으로의 중간투입액 비중) >



자료: 2009 산업연관표 국산거래표를 이용한 연구원 자체 계산.
 주: 중간투입액/총 공급(수요) 액.

○ (높은 수출 비중) 서비스 부문중 운수 산업을 제외하고 비즈니스 서비스 산업의 수출이 비중 1위를 기록

- 2010년 연간 국내 서비스 수출은 총 827.1억 달러로 이 중에서 16.8%인 139.1억 달러가 비즈니스 서비스 수출 부문에서 발생
- 서비스 내 1위 부문은 운수 서비스 수출로 전체 서비스 수출의 46.0%를 차지하고 있으나 이는 상품 수출입 물동량 증가에 연동되기 때문에, 실질적인 서비스 수출 1위 업종은 사업서비스 부문이라고 할 수 있음
- 특히 WTO 통계에 따르면 2009년 사업서비스 수출을 기준으로 할 때, 세부 국가 통계가 발표되지 않는 EU 지역을 제외하고는 세계 9위의 수출 실적을 기록
 - WTO 2009년 사업서비스 수출 국가별 순위 : 미국 (1위, 942.0억 달러), 중국 (2위, 456.2억 달러), 일본(3위, 424.9억 달러), 싱가포르(4위, 385.6억 달러), 홍콩 (5위, 322.3억 달러), 인도(6위, 285.4억 달러), 캐나다(7위, 164.0억 달러), 브라

질(8위, 138.7억 달러)

< 서비스 부문별 수출 추이 >

(단위 : 억 달러)

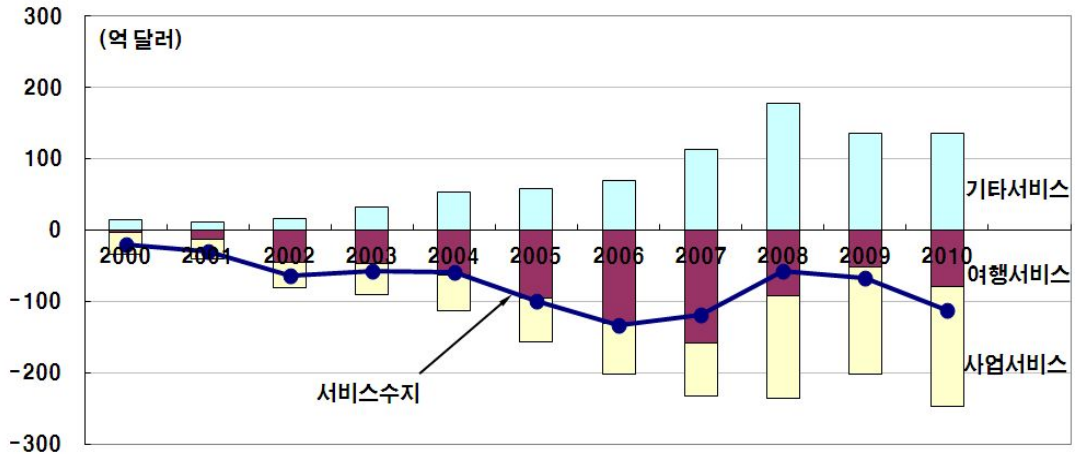
	2008	2009	2010	비중
총 서비스 수출	905.9	735.5	827.1	100.0%
운수 서비스	447.7	286.9	380.4	46.0%
여행 서비스	97.7	98.2	97.6	11.8%
통신 서비스	7.2	7.3	7.4	0.9%
건설 서비스	136.9	145.5	118.4	14.3%
보험 서비스	4.7	3.4	3.9	0.5%
금융 서비스	37.9	22.8	28.5	3.4%
컴퓨터 및 정보 서비스	3.0	2.2	2.3	0.3%
특허권 등 사용료	23.8	32.0	31.5	3.8%
사업 서비스	129.7	120.9	139.1	16.8%
개인·문화·오락 서비스	5.3	5.2	6.3	0.8%
정부 서비스	12.1	11.1	11.5	1.4%

자료: 한국은행 서비스 무역 細분류 통계.

【參 考】 비즈니스 서비스 수지 적자 심화

- 국내 비즈니스 서비스 산업은 수출이 높은 수준을 기록하고 있으나, 낮은 국제 경쟁력으로 수입이 이를 상회하며 적자 규모가 지속적으로 확대
 - 국내 서비스 수지 적자는 여행 및 사업서비스 수지 적자가 증가함에 따라 2009년 66.4억 달러에서 2010년 112.3억 달러로 악화
 - 여행수지 적자는 환율 상승에 영향으로 2007년 158.4억 달러에서 2009년 52.2억 달러 수준으로 감소하였지만 2010년 79.0억 달러로 다시 증가함
 - 특히 사업서비스 수지 적자는 환율 상승에 따르는 원화의 구매력 급락에도 불구하고 오히려 2007년 74.1억 달러에서 지속적으로 증가하여 2010년에 168.4억 달러로 2배 이상 확대
 - 이에 따라 2007년 서비스 적자의 가장 큰 원인은 여행수지 적자였으나, 2010년에는 사업서비스 적자분이 전체 서비스 수지 적자의 149.9%를 차지하며 가장 큰 적자 요인으로 작용하고 있음

< 부문별 서비스 수지 추이 >



자료: 한국은행.

주: 기타서비스 수지는 통신, 건설, 보험, 금융, 컴퓨터 및 정보서비스, 특허권 등 사용료, 개인·문화·오락, 정부, 기타 부문을 포함.

- 사업서비스 수지를 부문별로 보면 2010년 기준 '중개 및 기타 무역' 수지가 -43.8억 달러로 가장 많은 적자폭을 기록
 - 다음으로는 '광고 및 시장조사'(-41.3억 달러), '기타 사업서비스'(-31.2억 달러), '관계 기업간 서비스'(-26.6억 달러), '컨설팅 및 홍보'(-10.0억 달러), '연구개발'(-6.0억 달러), 등의 순서로 높은 적자폭을 기록

< 사업서비스수지 부문별 추이 (억 달러) >

	2008	2009	2010
사업서비스	-142.8	-150.1	-168.4
중개 및 기타무역	-53.5	-43.0	-43.8
광고 및 시장조사	-34.7	-39.6	-41.3
기타 사업서비스	-32.2	-20.7	-31.2
관계 기업간 서비스	-8.3	-22.6	-26.6
컨설팅 및 홍보	-6.3	-12.5	-10.0
연구개발	-5.2	-4.9	-6.0
운용리스	-1.7	-4.3	-5.6
농·광업 현지 가공	-0.2	0.2	-2.1
건축 공학 등	-0.6	-2.7	-1.9

자료 : 한국은행.

3. 국제 비교를 통해 본 국내 비즈니스 서비스 산업의 문제점

1) 양적 지표 비교

○ (OECD에 비해 낮은 부가가치 비중) 국내 비즈니스 서비스 산업의 부가가치 비중이 증가하고는 있으나 OECD 조사 대상 18개국중 17위에 불과

- 부가가치 비중 도출 방법 : OECD STAN(Structural ANalysis) 데이터상의 산업별 명목 부가가치를 이용하여, 자료 이용가능 18개국의 가장 최근 연도(대체로 2008~09년) 비중을 계산함

- 전산업 대비 비중 17위 : 한국의 전산업 대비 비즈니스 서비스 산업 부가가치 비중은 6.7%로 OECD 조사 대상 18개국중 17위를 기록함

· OECD 평균 10.6%, 1위 프랑스(15.2%), 2위 벨기에(14.4%), 3위 네덜란드(14.0%)

- 제조업 대비 비중 최하위 : 한국 비즈니스 서비스 산업 부가가치의 제조업 대비 비중은 23.8%로 18개국중 최하위에 위치함

· OECD 평균 74.6%, 1위 룩셈부르크(194.9%), 2위 프랑스(125.4%), 3위 네덜란드(111.0%)

- 서비스업 대비 비중 17위 : 한국 비즈니스 서비스 산업 부가가치가 서비스업에서 차지하는 비중은 11.1%로 17위에 불과함

· OECD 평균 14.6%, 1위 프랑스(19.6%), 2위 독일(19.5%), 3위 벨기에(18.9%)

- 민간 서비스업 대비 비중 17위 : 한국 비즈니스 서비스 산업 부가가치의 민간 서비스업 대비 비중은 17.2%로 18개국중 17위를 기록함

- 본 보고서에서는 민간 서비스업은 서비스업 중에서 공공·사회적 서비스 성격이 강한 행정, 복지 등이 제외된 서비스 산업으로 정의함
- OECD 평균 21.5%, 1위 네덜란드(28.8%), 2위 프랑스(28.7%), 3위 독일(28.6%)

< OECD 국가의 비즈니스 서비스 산업 부가가치 비중(2009년) >

	대 전산업	대 제조업	대 서비스업	대 민간서비스업
오스트리아	9.7%	51.9%	13.9%	20.5%
벨기에	14.4%	93.4%	18.9%	27.5%
덴마크	9.1%	63.8%	12.4%	19.6%
핀란드	9.5%	52.5%	13.8%	21.4%
프랑스	15.2%	125.4%	19.6%	28.7%
독일	13.5%	59.6%	19.5%	28.6%
그리스	3.5%	33.7%	4.4%	6.6%
이탈리아	9.5%	58.9%	13.0%	18.6%
일본	9.3%	46.6%	13.2%	18.1%
한국	6.7%	23.8%	11.1%	17.2%
룩셈부르크	12.6%	194.9%	14.5%	18.0%
네덜란드	14.0%	111.0%	18.8%	28.8%
슬로바키아	8.6%	44.0%	14.1%	19.8%
슬로베니아	10.3%	52.6%	15.5%	22.8%
스페인	8.3%	65.7%	11.7%	17.3%
스웨덴	12.4%	79.7%	16.8%	26.5%
미국	13.6%	110.9%	17.1%	25.4%
OECD 18국 평균	10.6%	74.6%	14.6%	21.5%

자료: OECD STAN database('11. 11/11 기준 업데이트 통계)를 이용한 연구원 자체 계산.

- 주: 1) 자국 통화의 명목 부가가치 (Value Added at current prices) 기준
 2) 민간 서비스업은 'BUSINESS SECTOR SERVICES' (ISIC Rev.3의 50~74)을 의미
 3) 벨기에, 덴마크, 프랑스, 독일, 일본은 2008년 자료 기준.
 4) 한국의 수치는 한국은행과 OECD의 통계 기준의 상이로 전 장에서의 수치와 차이가 존재, 이 장에서는 국가간 비교를 위해 사용되었음에 유의.

- (상대적으로 미약한 고용창출력) 국내 비즈니스 서비스 산업의 고용 비중이 점차 증대되고 있으나, 전산업 대비 비중으로는 OECD 조사 대상 23개국중 18위를 기록
 - 고용 비중 도출 방법 : OECD가 구축하고 있는 STAN(STructural ANalysis) 데이터상의 산업별 취업자수를 이용하여, 자료 이용가능 18개국의 가장 최근 연도(대체로 2008~09년) 비중을 계산함
 - 전산업 대비 비중 최하위 : 한국 전산업 대비 비즈니스 서비스 산업의 취업자 비중은 7.6%로 OECD 조사대상 18개국중 그리스와 함께 공동 최하위를 기록함
 - OECD 평균 12.0%, 1위 벨기에(17.3%), 2위 네덜란드(17.2%), 3위 룩셈부르크(16.1%)
 - 제조업 대비 비중 17위 : 한국 비즈니스 서비스 산업의 제조업 대비 고용 비중은 46.6%로 18개국중 17위에 위치함
 - OECD 평균 88.1%, 1위 네덜란드(163.6%), 2위 룩셈부르크(163.1%), 3위 미국(147.4%)
 - 서비스업 대비 비중 17위 : 한국 비즈니스 서비스 산업의 전체 서비스업 대비 고용 비중은 11.1%로 17위에 불과함
 - OECD 평균 16.5%, 1위 벨기에(22.1%), 2위 네덜란드(21.4%), 3위 룩셈부르크(20.8%)
 - 민간 서비스업 대비 비중 17위 : 한국 비즈니스 서비스 산업의 민간 서비스업 대비 고용 비중은 18.2%로 18개국중 17위를 기록함
 - 본 보고서에서는 민간 서비스업은 서비스업 중에서 공공·사회적 서비스 성격이 강한 행정, 복지 등이 제외된 서비스 산업으로 정의함
 - OECD 평균 28.1%, 1위 벨기에(38.8%), 2위 네덜란드(36.6%), 3위 프랑스(34.7%)

< OECD 국가의 비즈니스 서비스 산업 고용 비중(2009년) >

	대 전산업	대 제조업	대 서비스업	대 민간서비스업
오스트리아	10.3%	67.2%	14.5%	24.1%
벨기에	17.3%	130.4%	22.1%	38.8%
덴마크	11.4%	83.9%	15.0%	26.9%
핀란드	10.5%	65.9%	14.8%	28.3%
프랑스	14.7%	118.6%	19.1%	34.7%
독일	13.3%	70.1%	18.4%	31.5%
그리스	7.6%	71.2%	10.9%	17.8%
이탈리아	11.9%	61.6%	17.4%	30.2%
일본	10.8%	63.0%	15.7%	23.7%
한국	7.6%	46.6%	11.1%	18.2%
룩셈부르크	16.1%	163.1%	20.8%	29.4%
네덜란드	17.2%	163.6%	21.4%	36.6%
슬로바키아	8.7%	38.7%	13.6%	21.6%
슬로베니아	11.4%	51.8%	19.6%	30.8%
스페인	9.2%	68.2%	12.9%	22.2%
스웨덴	12.7%	86.7%	16.8%	33.4%
미국	13.1%	147.4%	15.7%	28.9%
OECD 18국 평균	12.0%	88.1%	16.5%	28.1%

자료: OECD STAN database('11. 11/11 기준 업데이트 통계)를 이용한 연구원 자체 계산.

- 주: 1) 민간 서비스업은 'BUSINESS SECTOR SERVICES' (ISIC Rev.3의 50~74)을 의미
- 2) 벨기에, 덴마크, 프랑스, 독일, 일본은 2008년 자료 기준
- 3) 한국의 사업서비스 부문 고용 통계는 자료의 미비로 인해 OECD(REAL ESTATE, RENTING AND BUSINESS ACTIVITIES, '70-74) 취업자수에서 통계청(L 부동산업 및 임대업)의 취업자수를 차감하여 계산.
- 4) 한국의 수치는 통계청과 OECD의 통계 기준의 상이로 전 장에서의 수치와 차이가 존재, 이 장에서는 국가간 비교를 위해 사용되었음에 유의.

2) 질적 지표 비교

○ (低 생산성) 한국 비즈니스 서비스 산업의 1인당 실질부가가치 생산액(2000년 가격 기준)은 2009년 현재 19,481달러로 조사 대상 18개국 중 최하위를 기록

- 1인당 생산성 도출 방법 : OECD STAN 자료 상의 각국의 자국 통화 표시 실

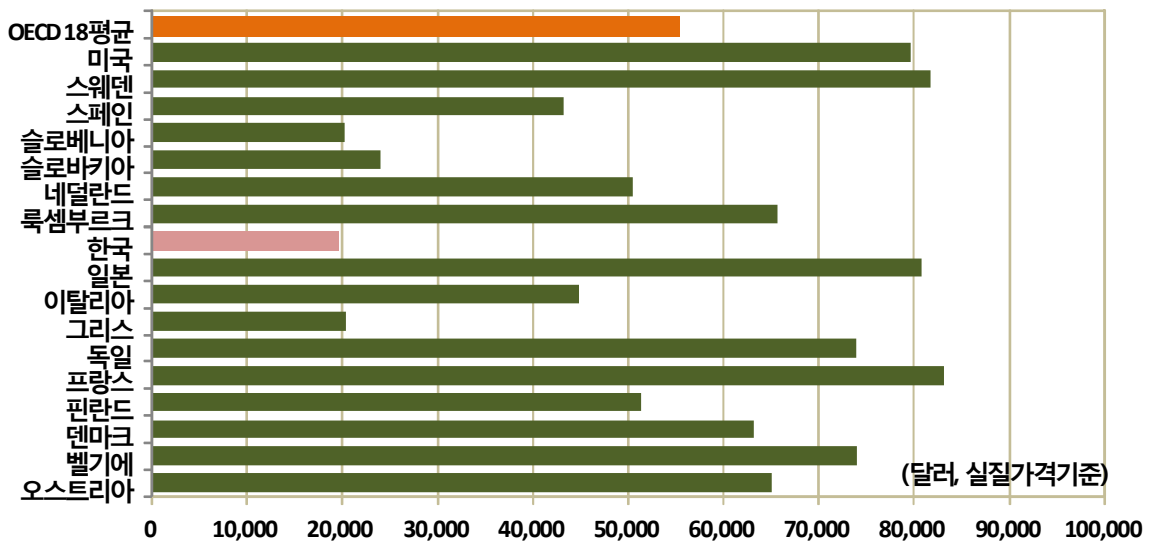
질 부가가치액을 시장환율을 이용하여 달러 베이스로 전환하고 이를 취업자수로 나누어 1인당으로 계산함

- 조사 대상 연도는 대체로 2009년이며 자료가 미비한 국가의 경우 2008년 데이터를 이용함

- 1인당 실질 부가가치 생산액 **19,481달러**로 최하위 : 한국의 비즈니스 서비스 산업의 1인당 부가가치 생산액은 19,481달러로 조사 대상 18개국의 평균치 55,355달러의 약 35% 수준임

- 가장 높은 생산성을 기록한 프랑스의 83,177달러의 23% 수준에 불과함

< OECD 국가별 비즈니스 서비스 산업의 1인당 실질부가가치 생산액(2009년) >



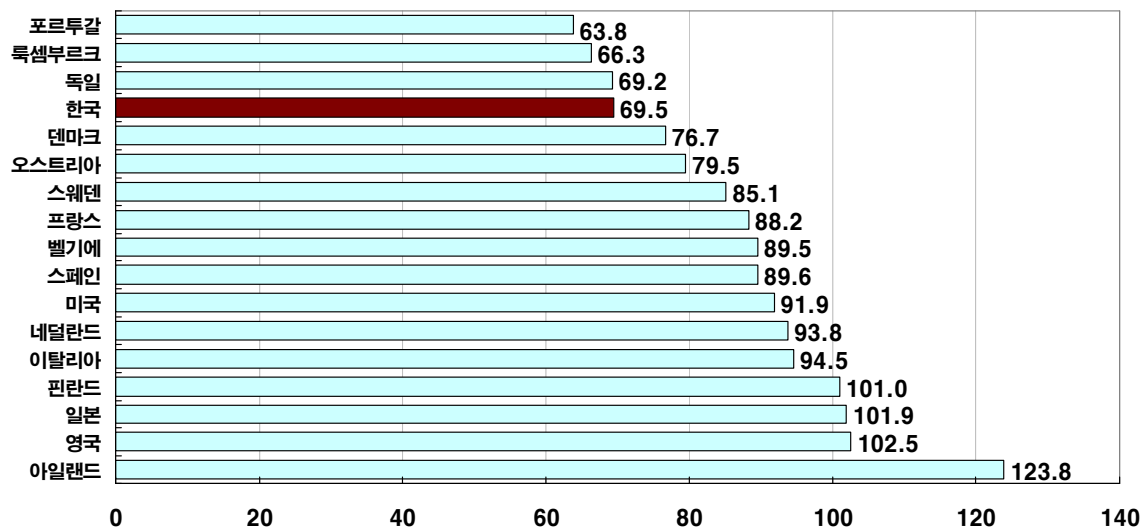
자료: OECD STAN database('11. 11/11 기준 업데이트 통계)를 이용한 연구원 자체 계산.

- 주: 1) 국가별 자국통화 실질부가가치를 시장환율로 환산하여 취업자수로 나누어 줌
- 2) 벨기에, 덴마크, 프랑스, 독일, 일본의 실질부가가치는 2008년 기준
- 3) 한국의 사업서비스 부문 고용 통계는 자료의 미비로 인해 OECD(REAL ESTATE, RENTING AND BUSINESS ACTIVITIES, '70-74) 취업자수에서 통계청(L 부동산업 및 임대업)의 취업자수를 차감하여 계산.

○ (非 효율성) 국내 비즈니스 서비스 산업의 TFP(총요소생산성) 증가 속도를 OECD 국가들과 비교해 보았을 때, 한국은 17개국 중에서 14위를 기록

- **TFP 증가 속도 도출 방법** : EU-KLEMS의 산업별 성장 회계 자료 상의 각국 'Renting of m&eq and other business activities' 산업의 TFP 지수 증가분(1995년 기준 100으로 보았을 때 스케일 조정)을 이용
 - TFP 증가 지수에 대하여 각 국가의 2001~05년 연평균 수치를 계산함
- **조사 대상 17개국중 14위** : 모든 국가에 대해 1995년의 사업 서비스 산업의 TFP 지수 증가분을 100으로 스케일 조정하였을 때, 한국은 69.5p대의 TFP 증가 속도를 기록하여 조사대상 17개국중 14위에 그치고 있음
- 한편 미국, 네덜란드, 이탈리아 등은 연평균 90p 대의 속도를 유지하고 있으며, 스웨덴, 프랑스, 벨기에, 스페인 등은 80p대의 속도를, 덴마크, 오스트리아 등은 70p 대의 속도를 유지하고 있음

< 주요국 비즈니스 서비스 부문 TFP 지수 증가(1995=100, 2001~05년, 단위:p) >



자료: EU-KLEMS Growth and Productivity Accounts 2008 MARCH.⁶⁾

- 주: 1) 각국 Renting of m&eq and other business activities 산업의 TFP 지수 증가분에 대하여 1995년 기준 100으로 보았을 때(스케일 조정), 각 연도의 TFP 지수 증가분임
- 2) 위 그림의 수치는 2001~05년의 TFP 지수의 연평균 증가분을 의미함.

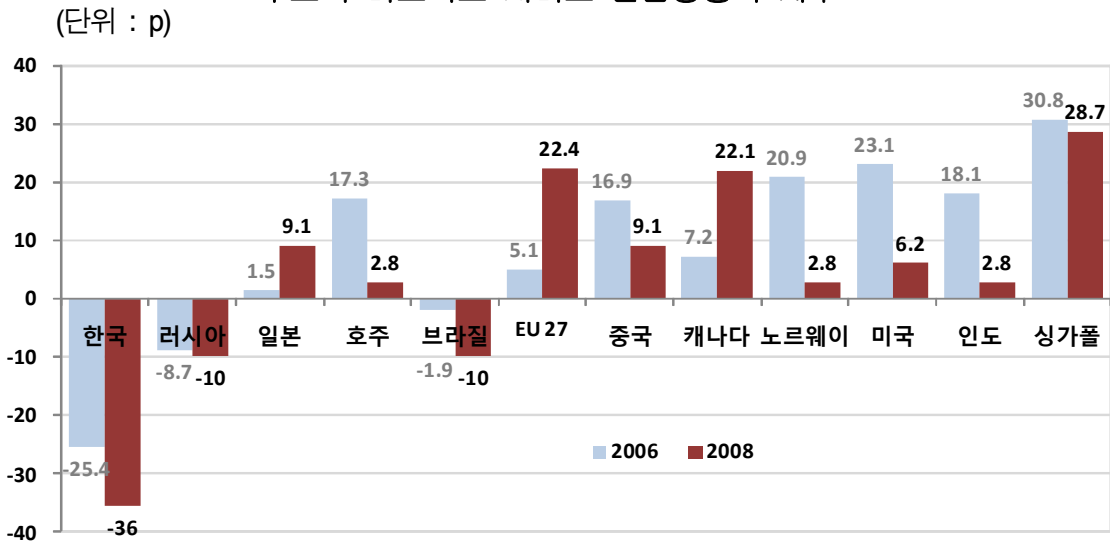
6) EU-KLEMS의 「Growth and Productivity Accounts: November 2009 Release, updated March 2011」 버전이 있으나 한국을 포함한 일부 국가 통계에서 사업서비스와 같은 세부 산업 통계가 결여되어 있거나 TFP 통계가 존재하지 않는 이유로 기존 보고서의 수치를 그대로 이용.

○ (취약한 국제경쟁력) 한국의 비즈니스 서비스 산업의 국제 경쟁력은 선진국은 물론 신흥공업국, 아시아 주변국에 비해서도 크게 낮은 것으로 조사

- WTO의 자료를 이용하여 비즈니스 서비스 산업의 국가별 산업경쟁력 지수(무역수지/수출입합×100)를 도출해 보면, 한국의 산업경쟁력 지수는 2008년 통계 기준 -36으로 조사 대상 국가중 최하위를 기록

- 특히 선진국은 물론 중국, 인도, 러시아, 브라질 등 신흥공업국과 싱가포르 등 아시아 주변국에 비해서도 크게 떨어지는 것으로 조사됨

< 주요국 비즈니스 서비스 산업경쟁력 지수7) >



자료: WTO(World Trade Organization) International Trade Statistics 2008 및 2010.

주: WTO 자료 상의 주요국 비즈니스 서비스 부문 수출입 통계를 이용하여 자체 계산.

7) 본 보고서의 산업경쟁력 지수는 국제무역이론에서의 산업내 무역 측정 지수인 Glubel-Lloyd 지수를 응용하여, 해당 산업의 (수출-수입)/(수출+수입)×100의 산식으로 자의적 정의를 함. 산업경쟁력 지수의 값은 최소 -100에서 최대 +100의 값을 가짐. 수출이 수입보다 많을 경우 양(+)의 값을 수입이 수출보다 많을 경우 음(-)의 값을 나타내고, 수출과 수입이 동일할 경우 0의 값을 가짐.

본 보고서 상의 산업경쟁력 지수는 해당 산업의 국제 경쟁력이 높을수록 비교열위에 의해 수출이 수입보다 많다는 가정 하에 도출되는 것이기 때문에 무역 현실과 실제의 경쟁력을 충분히 반영하지 못할 가능성이 존재함에 유의. 따라서 '잠재적' 산업경쟁력을 의미하는 것으로 보는 것이 타당하다고 판단.

4. 시사점

첫째, 비즈니스 서비스 산업의 효율적 육성을 위해 정부의 보다 확실한 구심점 역할이 요구된다.

- 저탄소 녹색 성장 전략에 맞추어 정부의 산업 정책 방향이 미래 신성장 동력 산업의 발굴에 주력하는 것도 중요함
- 그러나 비즈니스 서비스 부문과 같이 향후 성장성이 높고 경제 전반의 효율성을 제고시킬 수 있는 기반 인프라 산업을 전략적으로 육성하는 데에도 많은 비중을 두어야 할 것임
- 이에 현재 지식경제부, 기획재정부, 중기청, 지방 전략산업기획단, 업종별 협회, 노동부, 관련 학회 등 여러 기관들이 참여하여 정책 협조와 조정이 이루어질 수 있는 '산업 발전 협의체'를 구성하는 것이 바람직하다고 판단됨

둘째, 내수 경기 침체와 업종 영세성 극복을 위해 산업 합리화 정책을 통한 대형화 유도가 필요하다.

- 단기적인 산업 여건으로는 글로벌 경기 침체의 영향으로 전반적인 경제 상황이 어려워짐에 따라, 비즈니스 서비스에 대한 수요가 크게 위축되고 기업들 간의 과당 경쟁으로 경영 여건이 크게 악화될 것으로 예상됨
- 중장기적으로는 또한 비즈니스 서비스 산업군에 속해 있는 기업들의 영세성이 低효율성과 低생산성의 주된 원인으로 지목되고 있기 때문에 이러한 문제점을 극복하는 것도 시급함

- 이에 업계 내 자율적인 인수 합병으로 규모의 대형화를 유도할 필요가 있으며, 경쟁력을 상실한 기업의 경우 신속한 구조조정이 이루어질 수 있도록 비즈니스 서비스 산업에 맞는 구조조정 촉진 시스템이 구축되어야 할 것임

셋째, 비즈니스 서비스 산업 선진화를 위해 핵심 자산인 인적 자본 육성이 시급하다.

- 업종의 특성상 비즈니스 서비스 산업의 경쟁력은 양적인 고정자본 투자보다는 노동력의 질적 수준에 상당 부분 의존하고 있음
- 따라서 국내 비즈니스 서비스 산업이 선진국 수준의 경쟁력을 확보하기 위해서는 기업 수요에 맞는 고급 인재를 육성하는 것이 필요함
- 이를 위해서는 정부 차원에서 산업 인력 육성 정책 수립, 산학 교류 지원 등을 통해 수요자 중심의 고급 인력이 양성될 수 있어야 할 것임
- 특히 업종 내 선진 기술 습득과 신사업 발굴을 위해 기업들이 해외 고급 인력의 유치에 나설 수 있도록 인센티브를 제공하는 방안도 생각해 볼 수 있음

넷째, 산업의 안정 성장 기반 마련을 위해 시장 수요 기반 확충이 필요하다.

- 업계에서 요구하고 있는 바와 같이 기업 아웃소싱에 대한 비용을 일정 부분 지원해 주는 제도인 'BS(Business Service) 바우처 사업'의 구체화가 요구됨
- 또한 수도권에 비해 상대적으로 열악한 형편에 처해 있는 지방 비즈니스 서비스 업체들에 대한 경영 진단을 통해 관련된 공기업 발주 아웃소싱 사업에 우선 할당 기업을 선정하는 방안도 생각해 볼 수 있다.

다섯째, 서비스 시장 개방 추세에 대응하기 위해 국내 비즈니스 서비스 산업의 글로벌 경쟁력 확보를 적극 지원해야 한다.

- 이를 위해서는 비즈니스 서비스 산업 부문에서의, 외국인 직접투자, 글로벌 기업과의 전략적 제휴나 합작 투자 등에 대한 금융·세제상의 지원이 필요함
- 궁극적으로 국내 비즈니스 서비스 산업의 국제화를 도모하기 위하여, 공업화가 빠르게 진행되고 있는 신흥 시장에 대하여 무역 관련 부처와 유관 기관의 신속하고 정확한 시장 정보가 제공되어야 할 것임 **HRI**

주 원 연구위원 (02-2072-6235, juwon@hri.co.kr)

일본물류자회사사례분석을통한국내물류산업육성방안⁸⁾

1. 문제제기: 물류비는 증가하는 반면 효율성은 저하

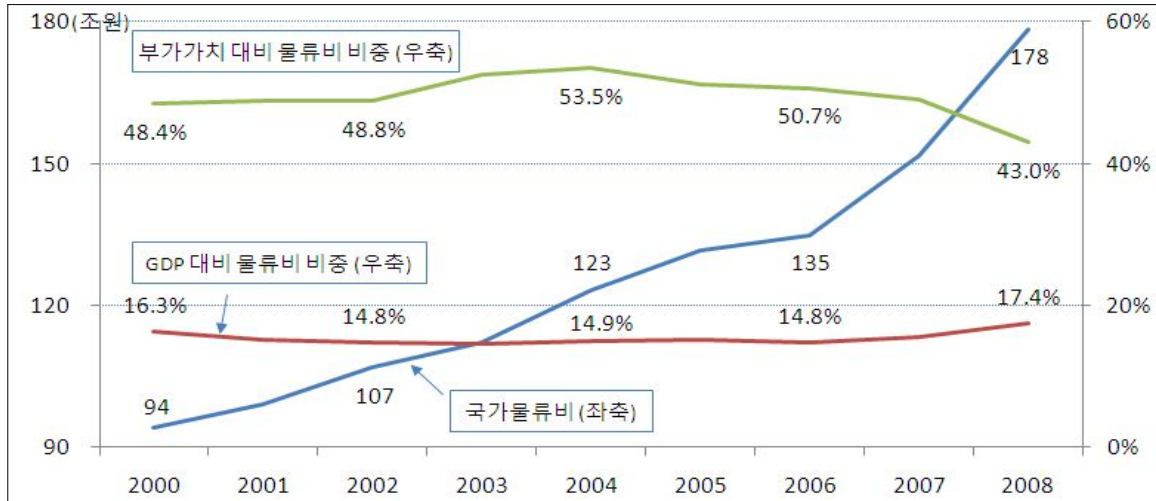
- 국가물류비가 급증하면서 국가물류비의 GDP 대비 비중이 2000년 16.3%에서 2008년 17.4%로 증가했음⁹⁾
 - 국가물류비는 수송, 보관·창고, 하역, 포장, 물류 정보 및 일반관리 부문에서 투입된 국가 차원의 총비용을 가리킴
 - 국가물류비 (국제화물수송비 포함)는 2000년 94조원에서 2008년 178조원으로 동기간 연평균 8.3%의 높은 증가를 보이고 있음
 - 동일한 기준과 항목으로 산출한 결과는 아니지만, 일본은 동 비중이 2000년 8.62%, 2007년 8.92%, 그리고 미국은 동 비중(국제화물수송비 포함)이 2000년 10.3%, 2008년 9.4%로 조사됨
- 국가물류비는 증가하는 반면에 국가물류비의 물류활동부가가치¹⁰⁾ 대비 비중은 2004년 53.5%를 정점으로 하락해 2008년 43.0%로 나타나, 물류업계의 가치 창출력이 저하되고 있음

8) 현대경제연구원, "물류전문업체 육성으로 물류경쟁력을 강화해야 한다 - 일본 물류자회사(2PL)의 문제점과 대응 사례 분석", VIP REPORT 11-25 (통권 제 495호)의 내용을 수정 및 보완하여 재 게재.

9) 자료: 한국교통연구원(2010.12), 「2008 국가물류비 산정 및 추이 분석」

10) 물류활동 부가가치는 수송, 보관, 하역, 물류정보 등 물류의 각 부문에서 발생하는 부가가치를 가리킴(자료: 한국교통연구원(2010.12), 2008 국가물류비 산정 및 추이 분석)

< 우리나라 물류비(국제화물수송포함) 지표 추이 >



자료: 한국교통연구원(2010.12), 「2008 국가물류비 산정 및 추이 분석」.

- 기업물류비도 2001년 89조원에서 2009년 152조원으로 연평균 6.9% 증가¹¹⁾
 - 한국은 매출액 대비 물류비 비중이 감소세에 있으나 2009년 6.6%로서 일본 4.8%보다는 여전히 높은 수준임

< 한국, 미국, 일본 기업의 매출액 대비 물류비 비중 (%) >

국가	2001	2003	2005	2007	2009
한국	8.6	7.3	6.8	6.5	6.6
미국	9.1	7.5	7.5	9.7	8.5
일본	5.5	5.0	4.8	4.8	4.8

자료: 한국무역협회(2010.12), 「2009년도 기업물류비 실태조사보고서」.

주: 국내 물류비만 대상.

- 기업물류비중 위탁물류비가 2005년 42.9%를 정점으로 점점 감소해 2009년 39.6%이고 오히려 자가물류비 비중이 높아진 것으로 나타나¹²⁾, 내부 시장에 의 의존도가 높아지고 있음

11) 한국은행 「기업경영분석」, 한국무역협회 「기업물류비실태조사보고서」, 대한상의 「기업물류비 실태조사」를 참조해 산출.

12) 한국무역협회(2010.12), 「2009년도 기업물류비 실태조사보고서」.

- 단, 상기 위탁물류비의 범위에 그룹 소속 물류자회사(2PL)의 위탁 실적도 포함하였기 때문에 물류전문업체(3PL)에의 위탁비중은 이보다 훨씬 줄어들
- 따라서 물류비는 지속적으로 상승하고 있는 데 비해 물류 부문의 효율성은 저하되고 있어 물류산업의 구조적 개선이 요청되고 있음
 - 특히 정부가 그동안 물류산업 경쟁력 강화와 활성화 노력에도 불구하고 자가 물류비가 증가세를 보이고 있는 것은 물류 시장 기능 강화와 전문성 확충에 지금까지와는 다른 정책적 접근 방식이 요청되고 있음
- 여기서는 그 방편의 하나로 일본의 물류자회사의 사례 분석을 통해 물류전문업체 육성을 통한 경쟁력 강화 정책이 필요하다는 점을 제기함
 - ‘물류자회사 대국’인 일본은 2000년대 글로벌 추진이나 모기업 실적 부진 등으로 자회사 운영 구조에 변혁을 가해 오고 있음

2. 일본 물류자회사의 현황과 구조적 문제점 및 대응 동향

1) 개념 및 현황

- (개념) 물류자회사는 제조업종 또는 유통업종의 모회사 또는 모회사 소속 기업그룹의 물류기능을 수행하고 있는 물류자회사(2PL 업체)를 가리킴
 - 화주기업인 모회사가 자사의 물류부문 전부 또는 일부를 산하의 자회사로 분사화한 업체를 가리킴
 - 물류자회사의 형태로는 수배송, 창고관리 등 물류관리기능을 자체 수행하는 경우와 이들 기능을 외부에 위탁하고 자신은 이들을 관리하는 경우가 있음
 - 물류자회사의 화주기업으로는 모회사와 소속 그룹의 계열사도 대상에 포함
- (설립 배경) 물류자회사는 미국, 유럽 등에는 거의 없고 일본에만 존재하는 물류 수행 조직 형태로서¹³⁾, 일본의 고도성장기인 1970년대에 물류 기능 고

13) 자료: 橋本直行(2010), 「図解入門業界研究 最新物流業界の動向とカラクリがよーくわかる本」.

도화를 위해 설립되기 시작했음

- 물류자회사를 설립하는 배경은 아래와 같이 네 가지로 정리해 볼 수 있음
- 물류의 효율화 및 고도화: 물류기능의 전문성을 활용하여 생산성을 높이는 대신 물류비를 낮추어 모회사의 물류를 효율화하고 고도화
- 물류비의 외부 유출 방지: 모회사의 물류비를 외부로 유출되는 것을 방지
- 모회사의 원가 구조 개선: 모회사의 여유 또는 불필요한 인력을 물류자회사로 이관 (*이 설립목적은 2000년 연결결산제도 도입으로 없어졌음)
- 물류 기능의 사업화를 통한 신규 수익원 창출: 모회사의 물류 노하우와 물류 시설을 활용해 외부 물류로 진출하여 사업 확대를 도모

- (현황) 일본은 물류자회사가 800개사(2007년 기준)에 이르며 이들 매출 총액이 3조~4조엔에 달할 정도로 '물류자회사 대국'임¹⁴⁾

- 일본은 제조업종별 매출액 기준 상위 1~2 업체 대부분이 산하에 물류자회사를 두고 있음
- 니콘(정밀기기 업종 2위업체), 도레이(섬유제품 업종 1위업체)를 제외한 모든 업종의 매출액 상위 1, 2 업체에서 물류자회사가 존재
- 도요타는 물류자회사로 3개사, 신일본제철과 일본다바코산업은 2개사가 존재

< 일본 주요 제조업종별 매출상위업체의 물류자회사 보유현황 >

업종	모회사		물류자회사		
	회사명	매출액 ¹⁾ (조엔)	회사명	매출액 ²⁾ (억엔)	실적 년도
수송용 기기	도요타자동차	18.9	도요타 수송	671	'09
			애지육운	275	'09
			TAS익스프레스	112	'08
	혼다	8.5	혼다로지스틱스	678	'09
기계	미쓰비시중공업	2.9	MHI 에어로스페이스 로지템	63	'08
	고마쯔	1.4	사가미물류서비스	34	'08
전기기기	히다찌제작소	8.9	히다찌물류	2,228	'09
	파나소닉	7.4	파나소닉로지스틱스	772	'09

14) 자료: 日本 月刊ロジステイクス・ビジネス (2007.9), "3PL市場 2007".

	소니	7.2	소니서플라이체인솔루션	351	'09
	도시바	6.3	도시바물류	1,057	'09
	세이코엡스	1	엡스로지스틱스	-	
	TDK	0.8	TDK무라다퍼실리티즈	6	'09
철강	신일본제철	3.4	일철물류	669	'09
			일철운수	311	'09
	JFE홀딩스	2.8	JFE물류	1,476	'09
정밀기기	올림푸스	0.9	올림푸스로지스틱스	39	'08
	니콘	0.8	-		
화학	미쯔비시케미컬홀딩스	2.5	미쯔비시화학물류	791	'09
	후지필름홀딩스	2.1	후지필름로지스틱스	511	'09
식품	일본다바코산업	6.1	TS네트워크	11,582	'08
			제이티물류	177	'08
	기린홀딩스	2.2	기린물류	793	'09
섬유제품	도레이	1.3	-		
	제인	0.8	제인물류	133	'08

자료: 日本 月刊ロジステイクス・ビジネス (2010.10), "国内物流子会社データファイル".

주: 1) 2009년도 연결 기준 실적

2) 2008년도 또는 2009년도 개별기준 실적

3) 해운업체와 그룹관리 아웃소싱업체(shared service)는 집계에서 제외.

- 일본 전체적으로 보면 **2PL**(물류자회사 지출비) 비중이 점점 축소되고 있는 추세이며, **2009년도 조사에서는 3PL** (외부전문업체 지급비)은 **68.1%**에 달하는 데 비해 **2PL**은 **15.0%**에 불과

- 1995년부터 2009년동안 기업 물류비에서 1PL, 2PL, 3PL의 비중을 살펴보면, 1PL과 2PL 비중은 하락세인 반면, 3PL은 증가세를 보이고 있음

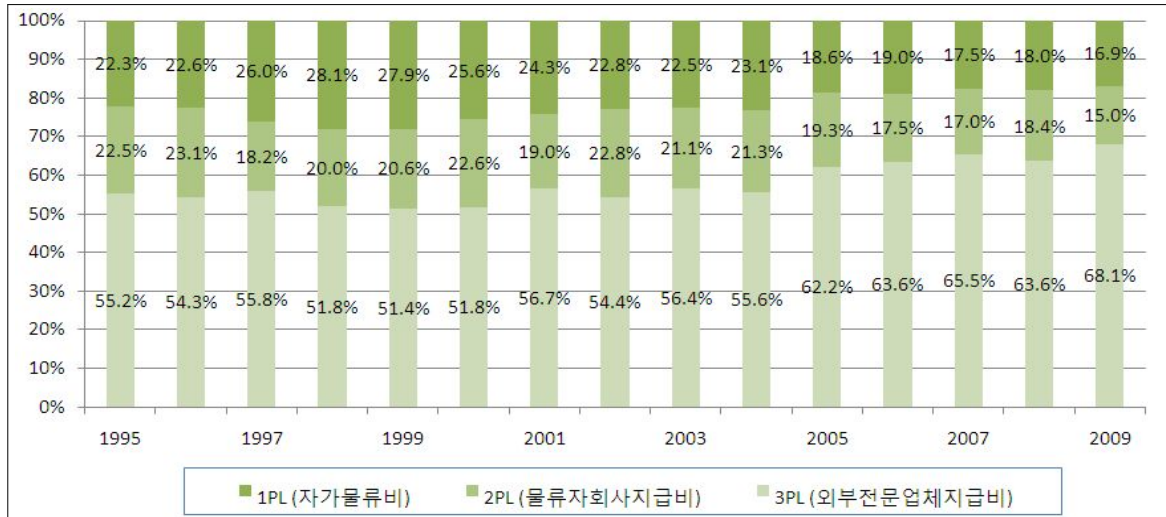
- ① 1PL: 1995년 22.3% → 2001년 24.3% → 2005년 18.6% → 2009년 16.9%

- ② 2PL: 1995년 22.5% → 2001년 19.0% → 2005년 19.3% → 2009년 15.0%

- ③ 3PL: 1995년 55.2% → 2001년 56.7% → 2005년 62.2% → 2009년 68.1%

- 기업의 경쟁력 확보 측면에서 1PL, 2PL 등 내부에서 물류 처리하는 것보다 물류전문업체를 활용하는 쪽이 더 효과적이기 때문으로 풀이됨

< 일본 기업 물류비의 1PL vs 2PL vs 3PL 비중 추이 >



자료: 日本ロジスティクスシステム協會 (2010.3), 「2009年度 物流コスト調査報告書」.

2) 물류자회사의 구조적 문제점과 대응 동향

○ 구조적 문제점

- 일본은 2000년대 들어와 모기업의 실적 부진에다가 연결결산 회계준칙의 시행¹⁵⁾, 화주기업 (모회사)의 핵심경쟁기반이 되고 있는 글로벌 **SCM(Supply Chain Management)** 중시 등 내외부 여건 변화로 물류자회사 중심의 물류업계에 다양한 구조적 문제점이 야기되고 있음
- (모회사의 높은 매출의존도로 자생력 확보 요원) 첫째, 내부 시장(captive market)에 의존도가 높아, 자생력 확보와 3PL 사업 확대에 한계를 표출¹⁶⁾
 - 2010년도 물류자회사 매출기준 상위 150대 업체중에서 외부판매실적이 조사된 44개 업체들의 외부매출비중은 32%에 불과해 여전히 그룹 내부 시장(captive market)에 의존도가 높음
 - 매출액 상위 물류자회사의 외부 판매 비중을 살펴보면, 1위로서 일본담배산

15) 회계연도 2000년도 3월기부터 적용.

16) 자료: 日本 月刊ロジステイクス・ビジネス (2010.10), "国内物流子會社データファイル".

업의 물류자회사인 TS네트워크는 0%이며, 2위로서 히다찌제작소의 물류자회사인 히다찌물류는 70%, 3위 JFE물류는 44%, 도시바물류는 26%임

- 기업들이 일반적으로 3PL 활용을 늘리고 있는 데 비해, 상위 물류자회사는 여전히 아주 높은 수준으로 매출을 모기업에 의존(68%)하고 있음

< 일본 물류자회사 44개사의 외부 판매 비중 및 순위 >

순위	회사명	외부비중	순위	회사명	외부비중
1	에어 워터 물류	84%	23	기린물류	30%
2	규소유통시스템	80%*	24	동소물류	30%
3	히다찌물류	70%	25	도시바물류	26%
4	일수물류	70%	26	삿보로유통시스템	23%
5	씨엑스카고	64%	27	왕자물류	21%
6	기문플레이쉬시스템	64%	28	파나소닉로지스틱스	20%
7	삼양전기로지스틱스	60%	29	명치로지텍	20%
8	알프스물류	59%**	30	프라스로지스틱스	18%
9	후지물류	50%	31	코니카미놀타물류	18%
10	하우스물류서비스	50%	32	안천로지텍	16%
11	아지노모토물류	50%	33	AGC로지스틱스	15%
12	JFE물류	44%	34	산토리로지스틱스	15%
13	산촌창고	43%	35	후지필름로지스틱스	12%
14	암곡물류	40%	36	코크요로지템	11%
15	미쯔비시화학물류	36%	37	에프피코물류	9%
16	도요타수송	35%*	38	DIC로지텍	8%
17	마록스	35%	39	신강물류	8%
18	아사히로지	32%	40	토규야마로지스틱스	5%
19	NTT로지스코	31%	41	히다찌건기로지텍	4%
20	스즈키수송梱包	30%	42	오카무라물류	3%
21	스미토모금속물류	30%	43	SRI로지스틱스	1%
22	일철물류	30%	44	고무넷	1%

44개사 평균 외부판매 비율 32%

자료: 日本 月刊ロジステイクス・ビジネス (2010.10), "国内物流子会社データファイル".

- 주: 1) 일부 업체의 경우 연결 기준 실적을 적용
- 2) "*"는 추정 실적
- 3) "***"는 연결기준 실적 중 전자부품관련사업의 비율.

- 외부 영업 (3PL)을 강화하더라도 그 규모는 제한적이어서 시장 경쟁성 있는 전문 역량을 갖추기에는 한계가 있음
 - 2006년 일본 물류자회사의 외부 영업에 관한 설문조사 결과¹⁷⁾에서, 응답기업의 29.2%가 '모회사 전업'에 응답하였고, 20.8%는 '외부영업을 검토하고 있지만 아직 실행하지 못하고 있는 것'으로 조사됨
 - 그리고 나머지 50% 업체는 '적극적으로 외부 영업을 전개'하고 있다고 응답하였는데, 하지만 이들 업체들도 절반은 외부 매출이 20% 미만에 불과했고, 20% 이상에서 40% 미만이 21%에 달함
 - 결국 모기업의 울타리를 유지한 채 외부 영업을 강화하더라도 사업 규모 미미, 모기업과의 동일 업종 등 수주에 제약, 경쟁에 근거한 수익성 확보에 어려움 등의 한계로 자생력 확보와 3PL 사업 확대는 기대하기 곤란

- (모회사 치중으로 산업 전체적인 혁신 기대 곤란) 둘째, 모회사의 물류 효율성에 우선순위를 두고 있는 관계로 산업 전체적인 측면에서 물류비 절감을 비롯한 물류업 고도화 실현을 기대하기 곤란
 - 물류자회사가 중시하고 있는 역할에 대한 2003년 7월 조사¹⁸⁾에서, '모회사의 물류비 삭감' 37%, '모회사의 물류 일원 관리' 25% 등 62%가 모회사의 물류 합리화에 초점을 맞추고 있으며,
 - 그 외 외부판매비율 증대는 11%, 모회사로의 사업이익환원 10%, 전문가 육성 6%, 기타 4%로 물류전문업체로서의 전문 역량 확충과 사업 확장은 낮은 수준
 - 이와 같이 물류자회사는 근본적으로 모기업 사업에 초점을 두고 있고, '물류기업'으로서의 전문성 확충,
 - 그리고 업계 전체 차원에서 내부 혁신을 외부로 이전하는 효과를 기대하기 곤란

17) 자료: 日本ロジスティクス研究會, "<http://www.jlrs.gr.jp/UserFiles/File/network73-ex.pdf>".

18) 자료: 日本 月刊ロジスティクス・ビジネス (2003.7), "自立と親への貢献はどちらが重い?".

- 또한 용역 단가 결정에 제약을 받아 산업 전체적인 물류비 절감을 크게 기대하기는 곤란
 - 물류자회사는 근본적으로 모회사의 용역단가를 외부판매단가보다 높게 설정할 수 없으며,
 - 반대로 외부판매단가를 모회사의 용역단가보다 낮출 수 없음
 - 그러므로 물류자회사는 근본적으로 모회사의 '눈치'를 보며 사업 활동을 할 수밖에 없어, 산업전체적으로 시장은 키우지만 비경쟁적이면서 비효율적인 구조를 초래

- (글로벌화, SCM 이행에 물류자회사가 걸림돌) 셋째, 제조업 및 유통업 업체의 경쟁력 확충에 핵심적인 위치를 점하고 있는 글로벌 SCM¹⁹⁾의 구축에 물류자회사 존재가 오히려 걸림돌
 - 1990년대, 기업 글로벌 경영의 핵심적인 운영 체제로 부각된 글로벌 공급망 체제(Supply Chain Management; SCM)의 구축에 물류자회사의 존재가 오히려 걸림돌이 되고 있음
 - 글로벌 선도 기업들은 1990년대 경영의 글로벌화에 맞춰 수요관리를 비롯해 글로벌 소싱부터 글로벌 판매, A/S까지 전체 공급망(SCM)의 효율화 달성이 핵심적인 성공 체제로 인식하고 지속적인 혁신을 전개해 왔음
 - 하지만 물류자회사는 그동안 국내를 대상으로 운송과 창고보관 등 단순 물류 기능을 제공해 왔기 때문에, 모회사의 최적 글로벌 SCM 구축에 물류자회사의 존재가 의문시될 수밖에 없었음
 - 이러한 여건 변화에 대응해 물류자회사에 대해 역량을 강화하는 방안, 그렇지 않다면 지분 정리 및 외부 3PL 업체를 활용할 것인지에 대한 판단이 시급히 요청²⁰⁾

19) 수요자가 원하는 제품을 원하는 시간과 장소에 제공하는 것을 목표로 원자재·부품 공급부터 생산, 판매, A/S 등 사업활동에 관계된 모든 공급망 단계를 최적화한 체제.

20) 2003년, 소니는 그룹의 SCM 효율화를 목적으로 물류자회사인 소니로지스틱스와 소니인터내셔널트레이딩을 통합해 소니서플라이체인솔루션을 신설.

○ 대응 동향

- 일본의 물류자회사에 대한 재편은 아래 세 가지 방향으로 진행²¹⁾되어 오고 있음

- 첫째, 그룹내 지역, 기능별로 복수로 존재하였던 물류자회사들을 통합하여 간접비용을 절감하면서 전국 네트워크를 구축 또는 모회사 재편에 따라 물류자회사를 재편
- 둘째, 물류자회사를 해산하거나, 반대로 지분율을 증대하여 완전자회사화
- 셋째, 물류 외주화 흐름에 따라 물류자회사를 매각

< 일본 물류자회사의 재편 방향 >

재편 유형	사례
물류자회사 통폐합	<ul style="list-style-type: none"> - 명치유업(明治乳業): 동경우유운수와 칸트라(コントラ)를 합병해 명치로지텍을 설립 - 쓰미토모전공(住友電工): 그룹내 2개 물류자회사를 통합해 SEI로지넷 설립
물류자회사 해산 또는 완전자회사화	<ul style="list-style-type: none"> - 석원업체(石原産業): 2007년 10월 물류자회사를 해산하고, 기능을 본사로 흡수 - 미쯔이화학(三井化學): 2008년 1월, 미쯔이화학물류를 본사로 흡수 - 미쓰비시제지(三菱製紙): 2008년 7월, 랑속통운(浪速通運)의 지분 보유율 92.6%에서 100%로 완전자회사화
물류자회사 매각	<ul style="list-style-type: none"> - 일본IBM: 2008년 1월, 물류자회사 일본IBM로지스틱스의 모든 주식을 안전창고(安田倉庫)에 양도 - 다카노푸드(タカノ食品): 자회사 다카노물류서비스의 주식 전체를 히다찌물류에 양도하면서 물류 위탁

자료: 富士物流 (2008.10.6), “再編續く物流子會社、グループ内での統合の動きが加速”, 「物流業界ニュース」.

21) 富士物流 (2008.10.6), “再編續く物流子會社、グループ内での統合の動きが加速”, 「物流業界ニュース」.

- 2004년 6월부터 2010년 10월 동안 발생했던 물류자회사의 신설, 매각 또는 사업양도, 해산, 정리 등 재편 동향을 조사해 보면, 총 70개 조사 사례중 물류자회사 신설은 13개 기업에 불과²²⁾
 - 매각 또는 사업양도 사례가 28개, 해산 또는 흡수합병이 29개 등 81%가 물류자회사를 정리하는 경우였음

< 일본 물류자회사의 매각 및 사업양도 현황 >

시기	물류자회사	모회사	인수기업
2004.06	후지쓰로지스틱스	후지쓰	DHL서플라이체인
2004.10	TDK물류	TDK	알프스물류
2005.10	아소시아	대환 (大丸)	일본우정공사
2007.04	시세이도물류서비스	시세이도	히다찌물류
	오무론로지텍크리에이트	오무론	쓰미토모창고
2008.01	일본IBM로지스틱스	일본IBM	안전창고
2010.07	삼양전기로지스틱스	삼양전기	롱리치그룹
2010.09	후지쓰물류	후지쓰전기홀딩스	미쯔비시창고
2010.10	TDK무라다퍼실리티즈	TDK무라다	알프스물류

자료: 日本 月刊ロジステイクス・ビジネス (2010.10), “さよなら物流子會社”를 참조.

3. 시사점

- 장기적으로 국내 물류산업도 일본의 물류자회사에 갖는 구조적 문제점과 같은 요인으로 인해 변화가 예상되며, 이에 대한 사전 대응이 필요
- 국내 경영 환경도 일본과 마찬가지로 글로벌화, SCM 구축, 연결회계 중심의 IFRS 적용으로 변화하고 있어, 물류부문의 역량 강화가 현안으로 대두될 것으로 예상됨

22) 日本 月刊ロジステイクス・ビジネス (2010.10), “さよなら物流子會社”..

첫째, 정부는 그룹 물류자회사인 **2PL**에 의한 '물류시장 조각화' 초래, 그로 인한 전문역량 확충과 업체 대형화를 불가능하게 만드는 구조를 해소할 수 있는 정책 개발이 필요하다.

- 그룹 자회사인 2PL 중심으로 경쟁 구조가 형성되면서 물류시장은 '그룹내 시장 (captive market)'으로 조각화되어 업체의 대형화 실현은 불가능하며,
- 또한 3PL 업체가 2PL 업체에 대해 운송과 같은 일부 기능을 재하청 받아 물류 업무를 수행할 가능성이 높기 때문에 물류 기능 전체를 수행할 수 있는 글로벌 '통합물류업체' 역량을 갖추는 것도 어려움

둘째, 물류전문업체를 육성하는 방향으로 기존의 관련 제도를 개편하고, 지원 시스템을 마련해야 한다.

- 2PL업체도 인증되고 있는 현재의 '종합물류기업 인증제도'로는 물류산업 경쟁력을 강화하는 것은 거의 요원하다고 판단됨
- 「국가물류기본계획 수정계획(2011~2020)」(2011.4월 확정·고시)의 실행계획 수립 시 물류전문업체만을 대상으로 한 육성책을 마련
- 특히 「글로벌 물류기업 인증제도」에서 물류전문업체의 독자적인 해외진출 또는 화주업체와 동반진출을 지원할 수 있는 자금과 세제 혜택 등 인센티브를 제공

셋째, 업체는 단순물류 기능에 벗어나서 **3PL**의 역량 확보와 글로벌 네트워크 구축을 강화해야 한다.

- 특정기업의 물류업무 전체를 일괄위탁받는 토털 아웃소싱에 요청되는 역량인

물류진단, 유통가공서비스, 물류센터 운영 등 지금까지의 운송·보관 업무에 벗어나 물류 전반의 기능을 갖추는 데 주력

- 또한 화주기업의 글로벌 경영에 부합된 국내와 해외가 효율적으로 연계된 물류 기능을 제공할 수 있는 글로벌 네트워크 구축이 요청 **HRI**

이장균 수석연구위원 (02-2072-6231, johnlee@hri.co.kr)

MICE 산업육성을 위한 선진화 방안²³⁾

1. MICE 산업 개요

○ MICE 산업의 정의

- MICE는 통상 회의(Meeting), 포상관광 (Incentive Travel), 컨벤션 (Convention), 전시회 (Exhibition)의 약어로 개념적으로 중복되지만 산업의 크기를 확대하고 사회적 네트워크를 확대할 수 있는 포괄적 개념²⁴⁾
 - **(M)** 전시를 동반하지 않는 모든 유형의 회의로 정의하는 개념과 전시의 유무에 상관없이 국내외 모든 유형의 회의를 포함하자는 주장이 있음
 - **(I)** 영업직원, 딜러, 유통업자, 생산직근로자, 지원부서 직원, 고객들에게 동기를 부여하고 보상하려는 목적에서 이루어지는 회의를 겸한 관광 활동

< MICE 산업의 정의 >

구분	M	I	C	E
안경모 외 ²⁵⁾	Meeting (스페셜회의)	Incentive Tour (기획관광)	Convention (국제행사)	Exhibition (특별전시)
김철원 ²⁶⁾	Meeting (국내외 회의)	Concensive (Incentive and Convention)	Convention (전시를 동반한 국제회의)	Exhibition (산업전시)
이창현 ²⁷⁾	Meeting (전시를 동반하지 않는 모든회의)	Incentive Events (인센티브여행 제외)	Convention (전시를 동반한 회의)	Exhibition (Trade Show/ Public Show)
한국관광공사 ²⁸⁾	Meeting	회의를 겸한 관광활동	Conventions (2일 이상 지속되는 회의)	Exhibition (회의와 함께 운영하는 전시회)
지식경제부 ²⁹⁾	Meeting (기업회의)	Incentives (포상관광)	Convention	Events (국제행사)

23) 현대경제연구원, "MICE 산업 육성을 위한 선진화 방안", VIP REPORT 10-43 (통권 제 470 호)의 내용을 수정 및 보완하여 재 게재.
 24) 장운정, 인천광역시 MICE 산업 경쟁력 연구, 인천발전연구원, 2009.
 25) 안경모, 김주연, 정두연, 권도희, 한국 MICE 산업 육성 과제 도출을 위한 실증적 연구, 컨벤션연구 8(2), 2008.
 26) 김철원, MICE 산업 활성화 전략, 한국관광정책 32호, 한국문화관광연구원, 2008.

- **(C)** 특별한 문제를 토론했기 위한 회의, 전시를 동반한 (국제)회의, 2일 이상 지속되는 회의 등으로 정의되고 있음
- **(E)** 판매자와 구매자 간에 마케팅 활동이 이루어지는 산업박람회, 회의와 함께 운영하는 전시회, 국제행사 등으로 정의되고 있음

○ **MICE 산업의 구조와 범위**

- **(수요측면)** MICE 시장의 수요는 MICE 행사를 개최하는 정부, 협회, 기업 등 개최자와 행사에 참가하는 개인 또는 참가업체로 구성됨
 - 개최자는 인적교류, 문제해결, 회원 교육 등을 목적으로 MICE 행사를 개최하며 참가자 또는 참가단체를 대행하여 구매자 역할을 수행
 - 참가자는 MICE의 최종구매자로서 다양한 정부, 협회, 기업 회의에 직접 참가하는 사람 또는 단체를 지칭함

< 수요 측면에서 MICE 시장의 세분화 >

구분	개최자	참가자 (참가단체)
Meeting and Convention	정부	국가 정상, 관료
	협회 (학회)	협회 (기업) 회원, 학회 회원
	기업	기업 및 관계사 직원
Incentive Travel	기업의 보상관광	기업 직원
Exhibition	Trade Show : 산업 박람회 (B2B)	관련업체
	Public Show : 대중 전시회 (B2C)	관련업체, 일반 소비자

- **(공급측면)** 협의의 관점에서 MICE 산업은 MICE 서비스 공급자와 중개인으로 한정되고 광의의 MICE 산업은 후방산업까지 포함
 - 협의의 관점에서 MICE 산업은 MICE 서비스의 직접 공급자인 국제회의기획업체, 국제회의시설업체, 전시 및 행사 대행업체와 중개인으로 구성됨

27) 이창현, 국내 컨벤션 통계 개선방안, 한국관광공사, 2008.

28) 한국관광공사, 한국의 MICE 산업 발전방안 연구, 2008.

29) 지식경제부, 신성장동력추진계획, 2009.

- 광의의 관점에서 MICE 산업은 후방산업들을 포함하게 되며 산업연관분석을 통한 경제적 파급효과를 파악함으로써 산업 규모와 특징을 이해할 수 있음

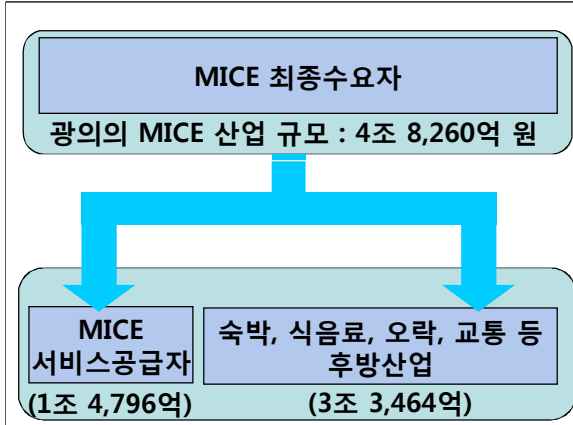
< 공급 측면에서 MICE 산업의 범위 >

구분		유형	설명
협의 관점	MICE 서비스 공급자	국제회의 기획업체	다양한 공급자로부터 시설과 서비스를 구매하여 개최자에게 MICE 행사 서비스를 제공
		전시 및 행사 대행업체	
		회의 및 전시 시설업체	MICE 행사를 위한 전문 시설을 제공
	중개인	컨벤션뷰로, 여행사	MICE 공급업체를 MICE공급자와 개최자에 연결
광의 관점	후방산업	시설 산업	회의장소와 시설, 숙박장소 등을 제공하는 서비스
		운영 산업	식·음료산업, 오락산업, MICE 전후 관광 서비스
		교통 산업	행사지 접근을 위한 교통, 물품 수송 서비스

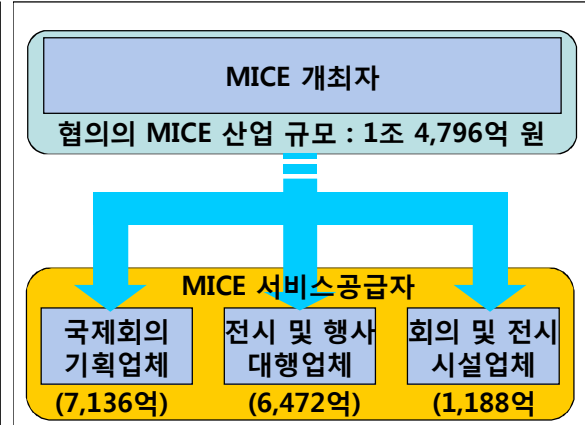
○ 국내 MICE 시장과 산업의 규모 추정

- 2009년 광의의 MICE 산업 규모는 4조 8,260억 원으로 추정되며 MICE 참가자의 지출 규모 순위는 국제회의, 기업회의, 전시회, 인센티브 순임
 - MICE 최종수요자인 MICE 개최자와 MICE 참가자 (참가업체)의 지출은 각각 1조 4,796억 원과 3조 3,464억 원으로 총 시장규모는 4조 8,260억 원에 이룸
 - MICE 참가자(참가업체)의 지출을 회의 유형에 따라 분류하면 국제회의 1조 7,175억 원 (53%), 인센티브 2,094억 원 (6%), 기업회의 7,351억 원 (22%), 전시회 6,304억 원 (19%)임
- 2009년 MICE 서비스 공급자로 구성되는 협의의 MICE 산업의 규모는 1조 4,796억 원으로 추정되며 국제회의 기획업체의 매출이 가장 큼
 - 협의의 MICE 산업 규모는 광의의 MICE 산업 규모의 30.6% 수준인 1조 4,796억 원으로 추정됨
 - MICE 산업의 주요 공급자인 국제회의 기획업체, 전시 및 행사 대행업체, 시설업체의 매출은 각각 7,136억 원(48%), 6,472억 원(44%), 1,188억 원(8%)임

< 광의의 MICE 산업 규모 (2009) >



< 협의의 MICE 산업 규모 (2009) >



자료: 각종 자료 종합.

주: MICE 서비스 공급자의 매출액은 업체당 평균매출에 업체 수를 곱하여 추정.

- MICE 시장의 지출규모를 행사유형별로 세분하면 국제회의 부문이 52.9%를 차지해 가장 높은 비중을 나타내고 있으며 기업회의, 전시회, 인센티브 순임
 - 외국인 참가자수는 인센티브, 전시회, 기업회의, 국제회의의 순으로 지출 규모와 반대의 양상을 보이고 있음
 - 전시회의 외국인 참가자 수는 2%에 불과한 13만여 명 수준이지만 참가자 총 지출액에서 외국인의 지출 비중은 41%에 육박하고 있음

< MICE 참가자(참가업체) 지출의 행사 유형별 세분 (2009년) >

(단위 : 명, 백만원)

구분	Meeting	Incentive	Convention	Exhibition
내국인참가자수	1,118,872	-	166,441	8,875,095
외국인참가자수	43,123	159,416	111,018	136,635
내국인총지출비용	812,578	-	120,877	343,377
외국인총지출비용	125,271	125,454	322,506	246,080
참가자 총지출액	937,849	125,454	443,383	589,457
참가업체 매출액	833,700	83,946	291,704	40,895
지출 규모 합계	1,771,550	209,401	735,084	630,352

자료: 각종 자료 종합.

- MICE 산업의 매출을 업종별로 세분했을 때 매출규모는 국제회의 기획업이나 전시 및 행사대행업이 높지만 업체당 매출액은 국제회의 시설업이 월등히 높음
 - 국제회의 기획업과 전시 및 행사대행업체의 산출이 대부분을 차지하며 국제회의 시설업에 대한 직접적인 지출은 8%에 불과함
 - 업체당 매출액은 사업체수가 10개에 불과한 국제회의 시설업이 118억 원 정도로 가장 높고 다음으로 국제회의 기획업, 전시 및 행사대행업 순임

< MICE 산업 매출의 업종별 세분 (2009년) >

(단위 : 백만원)

지표	국제회의 기획업	국제회의 시설업	전시 및 행사대행업
사업체수 (개)	246	10	299
업체당 매출액	2,901	11,875	2,165
종사자수 (명)	4,822	797	4,096
매출 합계	713,597 (48%)	118,753 (8%)	647,215 (44%)

자료 : 각종 자료 종합.

2. 국내 MICE 산업의 국제적 위상

- (산업 성장속도) 국가별 국제회의 개최순위에서 한국은 빠르게 순위가 상승하고 있으나 산업의 성장속도는 선진국에 비해 낮음
 - 2002년부터 2006년까지 한국과 미국의 국제회의 시장성장률을 비교한 결과 한국의 성장률은 미국의 1/3 수준에 불과함
 - 한국의 국제회의 시장은 2002년 5100억 원 규모에서 2006년 6681억 원 규모로 성장하여 연평균 성장률은 7.0%를 기록
 - 미국의 국제회의 시장은 2002년 4조 8,705억 원 규모에서 2006년 10조 2,391억 원 규모로 팽창하면서 성장률은 20.4%를 기록

< 한국과 미국의 국제회의 산업 성장률 비교 (2002~2006) >

(단위 : 백만원)

국가	2002년 국제회의 시장 규모	2006년 국제회의 시장규모	연평균성장률
한국	509,984	668,065	7.0%
미국	48,705,393	102,391,596	20.4%

자료 : 한국은행 각년도 산업연관표, M&C Meetings Market Report.

○ (부가가치와 생산성) GDP 대비 MICE 산업규모 역시 MICE 선진국에 훨씬 못 미치고 있어 산업 부가가치 창출이 저조함

- 국내 MICE산업의 GDP 대비 산업규모는 0.45%에 머무르고 있어 MICE 선진국인 영국, 싱가포르, 호주 등의 1.5~2.5%에 비해 매우 낮은 수준
 - 특히, 싱가포르는 정부가 적극적으로 MICE 인프라를 확충하고 다양한 지원 제도를 운영하면서 아시아 최고의 MICE 선진 도시로 부상

< GDP 대비 MICE 산업 규모비교 >

국가	한국	호주	미국	캐나다	영국	싱가포르
GDP 대비 MICE 산업 비중	0.45%	2.47%	1.05%	2.17%	1.67%	1.91%

○ (외화 가득능력) 전시회의 해외 참관객 비중이 2%에 머물고 있어 국제화 수준이 미흡하여 외화 가득능력이 낮음

- 국내 주요 전시회의 해외 참관객 (바이어) 비중은 2% 정도로 전시회의 국제화 수준이 선진국에 크게 못 미치고 면적당 무역액도 미국의 10분의 1 수준임
 - 국내 Top 10 전시회의 해외 참관객, 즉 바이어의 비중은 평균 2.7%로 유럽 주요국 전시회 평균 12.7%의 1/6 수준에 불과
 - 면적당 무역액을 살펴보면 미국이 252.2억 달러를 기록한 반면 한국은 26.8억 달러에 머물러 전시성과가 매우 낮음

< 유럽 주요국 전시회와 국내 전시회의 국제화 수준 비교 (2007) >

국가명	분석대상	평균순전시면적	참가업체수	평균해외업체수	평균해외참관객수
독일	45개	95,784m ²	2,325개	1,260개 (54.2%)	34,722명 (35.5%)
스페인	10개	82,969m ²	1,625개	207개 (18.0%)	9,687명 (9.5%)
이탈리아	20개	90,620m ²	1,150개	280개 (21.9%)	15,197명 (19.0%)
프랑스	9개	97,526m ²	1,278개	595개 (36.6%)	21,423명 (21.7%)
주요국 평균		91,725m ²	1,542개	586개 (38.0%)	20,257명 (12.7%)
한국	Top5 전시회	21,001m ²	692개	279개 (40.3%)	1,257명 (2.3%)
	Top10 전시회	15,444m ²	540개	210개 (38.9%)	1,207명 (2.7%)

자료 : 한국전시산업진흥회, 2009.

○ (전후방 연쇄효과) 전방산업인 관광산업과 MICE 산업의 연계가 미흡하여 MICE 관광객의 지출이 숙박비와 등록비에 집중되어 있음

- 우리나라 MICE 참가자의 지출은 주로 숙박비와 기타비용 (등록비)에 집중되어 있는 반면 벨기에, 일본, 싱가포르 등은 관광산업과 연계를 통해 다양한 상품과 지원책을 제공
 - 벨기에는 MICE 상품과 대중교통 무료이용, 레스토랑/소매점할인 서비스, 관광가이드 서비스 등을 패키지로 묶어 상품화하고 있음
 - 일본은 관광지 할인티켓 서비스, 웰컴카드 등의 다양한 지원 서비스를 제공하고 있고 싱가포르는 '그란트'라는 관광지원서비스를 제공

3. 국내 MICE 산업의 문제점

- (미흡한 산업 성장속도) MICE 산업의 최근 5년간 성장률은 같은 기간 국내 경제성장률보다 조금 높은 7.7% 수준에 그치고 있음
 - 국제회의 개최건수의 연평균 증가율은 15%에 이르지만 MICE 산업의 연평균

성장률은 7.7%에 불과

- GDP에서 MICE 산업이 차지하는 비중은 2006년 이후 0.14%를 지속적으로 유지함에 따라 평균 경제성장률 정도의 산업 성장을 보이고 있음
- 최근 4년간 제조업과 서비스의 매출액 평균 증가율은 각각 9.56%, 8.44%인 반면 MICE 산업의 매출액 증가율 평균은 7.8%에 머무르고 있음

< 국내 MICE 산업 성장 추이 >

구분	2005	2006	2007	2008	2009
MICE 산업규모 (백만원)	1,098,996	1,262,884	1,383,193	1,434,379	1,479,565
GDP 대비 비중(%)	0.13%	0.14%	0.14%	0.14%	0.14%
MICE 산업 매출액 증가율(%)	-	14.9%	9.5%	3.7%	3.1%
제조업 매출액 증가율(%)	5.9%	6.3%	9.3%	20.4%	2.2%
서비스업 매출액 증가율(%)	1.9%	5.9%	10.4%	17.0%	0.5%

자료: 한국은행 경제통계시스템 (ECOS), 각 년도 산업연관표.

주: MICE 산업규모는 각 년도 산업연관표와 외부자료 활용하여 현대경제연구원 추정.

- **(저조한 생산성)** 종업원 1인당 부가가치는 제조업이나 여가 관련 산업에 뒤쳐 있으며 부가가치율은 전체 서비스업 평균이나 문화산업³⁰⁾에 미치지 못함
 - MICE 산업의 종업원 1인당 부가가치는 5천7백만 원으로 서비스업 평균인 4천9백만 원보다는 높지만 제조업인 7천7백만 원보다 낮음
 - MICE 산업의 부가가치율은 37.5%로 제조업의 23.0%보다 높지만 서비스업이나 여가 관련 산업보다는 낮음
 - 국내 MICE 산업을 문화산업과 비교했을 때 1인당 매출액은 다소 앞서지만 부가가치율은 낮음

30) 문화와 예술분야에서 창작을 통해 상품과 서비스를 대량으로 생산 또는 판매하는 모든 산업 영역을 가리키며 출판, 만화, 음악, 게임, 영화, 애니메이션, 방송, 광고, 캐릭터, 에듀테인먼트 산업을 포함함.

< MICE 산업과 타 산업 간 생산성 지표 비교 (2007년) >

(단위 : 백만원)

	MICE 산업	제조업	서비스업	여가 관련 산업
종업원 1인당 부가가치	57	77	-	91
부가가치율 (%)	37.5%	23.0%	42.5%	51.9%

자료 : 2007년 산업연관표, 한국은행.

- 특히, 문화 산업 중 출판, 게임, 광고, 방송 산업 등은 40%가 넘는 부가가치율을 보이지만 MICE 산업의 부가가치율은 30%대에 머무르고 있음

< MICE 산업과 문화산업의 부가가치 비교 >

(단위 : 백만원)

산업	2006년			2007년		
	매출액	부가가치	부가율	매출액	부가가치	부가율
MICE	1,262,884	476,930	37.80%	1,389,193	521,013	37.50%
문화산업	57,938,569	21,469,787	37.06%	58,614,765	23,647,494	40.34%
출판	19,879,255	6,337,507	31.88%	21,595,539	8,949,107	41.44%
만화	730,072	264,505	36.23%	761,686	282,052	37.03%
음악	2,401,309	765,297	31.87%	2,357,705	787,709	33.41%
게임	7,448,900	3,655,175	49.07%	5,143,600	2,487,445	48.36%
영화	3,683,627	1,781,814	48.37%	3,204,570	886,656	27.67%
애니메이션	288,564	70,333	30.96%	311,166	122,506	39.37%
방송	9,719,862	3,972,844	40.87%	10,534,374	4,267,646	40.51%
광고	9,118,059	3,343,592	36.67%	9,434,625	4,002,168	42.42%
캐릭터	4,550,932	1,238,509	27.21%	5,115,639	1,801,217	35.21%
에듀테인먼트	117,989	40,411	34.25%	155,861	60,988	39.13%

자료 : 문화체육관광부, 각 년도 산업연관표, 한국은행.

- (취약한 외화가득능력) MICE 산업의 수출 비중(4.4%)은 소비재 또는 문화산업보다 높지만 대표적인 문화 수출산업인 애니메이션, 게임 산업에 비해 낮음
 - MICE 산업 수출 비중(4.4%)은 외국행사비중이 높은 것을 감안할 때 대표적 수출산업인 자본재, IT 산업보다 낮아 외화가득능력이 취약한 것으로 판단됨
 - 특히, 대표적인 문화수출산업인 애니메이션, 게임의 수출 비중이 21.7%와 14.1% 임을 감안할 때 MICE의 수출 비중을 높이기 위한 노력이 필요함

< MICE 산업과 타 산업의 수출 비중 비교 (2007년) >

(단위 : 백만 원)

산업	매출액	수출액	수출비중
MICE산업	1,389,193	61,124	4.4%
자본재 산업	343,524,255	96,873,840	28.2%
소비재 산업	341,024,400	8,184,586	2.4%
IT산업 (완제품)	379,605,600	48,969,122	12.9%
중간재 산업	340,284,800	110,252,275	32.4%
문화산업	58,614,765	1,445,214	2.5%

자료 : ISTANS, 산업연구원, 2007년 산업연관표.

- (미약한 전후방연쇄효과) MICE 산업은 전방산업인 관광산업과의 연계가 미약하여 전방연쇄효과가 일반 서비스업보다 훨씬 낮음
 - MICE 산업의 전방연쇄효과의 정도를 나타내는 감응도 계수³¹⁾는 0.55로서 일반 서비스업의 1.39보다 매우 낮음
 - 후방연쇄효과의 정도를 나타내는 영향력 계수³²⁾는 0.89로서 일반 서비스업의 0.85보다는 높지만 제조업이나 건설업, 전력·가스·수도 업에 미치지 못함

< MICE 산업과 타산업의 감응도 계수와 영향력 계수 비교 (2007년) >

	감응도 계수	영향력 계수
MICE 산업	0.55	0.89
제조업	2.34	1.30
전력·가스·수도업	0.61	1.02
서비스업	1.39	0.85
건설업	0.43	1.08
광업	0.74	0.84
금융·보험업	1.49	0.67
전문 과학기술업	1.81	0.70
부동산업	0.93	0.56

자료 : 2007년 산업연관표, 한국은행.

31) 모든 산업 생산물에 대한 최종수요가 각각 1단위씩 증가하였을 때 어떤 산업이 받은 영향을 전산업 평균에 대한 상대적 크기로 나타낸 수치로 전방연쇄효과의 정도를 나타내는 지표임.
 32) 어떤 산업의 생산물에 대한 최종수요가 1단위 증가하였을 때 전산업에 미치는 영향을 전산업 평균에 대한 상대적 크기로 나타낸 수치로서 후방연쇄효과의 정도를 나타내는 지표임.

4. MICE 산업 육성을 위한 선진화 방안

첫째, MICE 산업의 성장 잠재력을 제고하기 위하여 산업 가치사슬의 선진화와 제도 및 인력 인프라의 정비가 시급하다.

- 산업 가치사슬을 수평적으로 융합하기 위해 전시와 컨벤션의 공통요소를 발굴하고 관광, 도시마케팅과 적극 연계해 가치사슬을 수직적으로 확장해야 함
- 이원화되어 있는 조직과 제도, 지원체계를 통합하여 부처 간, 제도 간 분절을 극복할 수 있는 협의체를 구성해야 함
- 다양한 MICE 분야의 인력 수요를 파악하여 품질 높은 교육 콘텐츠의 개발과 교육과정 운영이 필요함

둘째, MICE 산업의 생산성과 부가가치 향상을 위하여 MICE 행사의 유치부터 사후 서비스에 이르는 전 과정을 개선하고 효율화해야 한다.

- MICE 행사의 유치, 개최, 사후서비스에 이르는 전 과정을 포괄적으로 지원하는 정책 프로그램이 마련되어야 함
- 행사 유형별 표준 효율의 확립, RFP 표준 양식의 개발 등 MICE 행사의 추진 단계와 활동들을 표준화하여 생산성을 향상을 꾀하는 것이 필요함
- 각 지역의 MICE 산업 육성전략은 그 지역의 문화적, 지리적, 산업적 특성을 살려 차별적인 부가가치를 획득할 수 있도록 추진되어야 함

셋째, MICE 산업의 외화 가득능력을 향상시키기 위하여 컨벤션뷰로, PCO, PEO³³⁾의 역량 강화와 기업회의 및 포상관광 시장의 개발이 필요하다.

33) PCO (Professional Convention Organizer) : 컨벤션전문기획업체,
PEO (Professional Exhibition Organizer) : 전시전문기획업체.

- 컨벤션 뷰로의 역량을 강화하여 시장개발, 마케팅전략 수립, 국제회의 및 전시회 유치 기능을 종합적으로 수행하는 MICE 허브로 육성해야 함
- 해외 행사 유치의 중추적인 역할을 담당하고 있는 PCO, PEO의 역량강화를 위한 체계적인 육성 프로그램이 만들어져야 함
- 국제적으로 경쟁이 치열하고 유치가능성이 낮은 대규모 국제회의 중심의 정책 전개에서 탈피하여 기업회의와 포상관광 시장을 개발해야 함

넷째, 타산업과 **MICE** 산업을 적극적으로 연계하여 산업 간 시너지 효과를 높이기 위한 방안 수립과 적극적인 실천이 필요하다.

- MICE 산업과 IT, 비즈니스, 관광과 적극 연계하기 위해 컨벤션시설, 관광인프라, 교통망을 묶는 MICE 복합단지의 조성을 적극 추진해야 함
- MICE 산업과 전후방산업의 이질적인 주체들 간 이해관계를 조율하여 통합된 상품을 만들 수 있는 협력체계를 조성해야 함
- 전시, 컨벤션의 경계를 없애고 이질적인 주체들 간 교류를 활성화하여 MICE 과 관광 산업 간 연계효과를 높이는 것이 필요함 **HRI**

산업연구본부 (02-2072-6235, juwon@hri.co.kr)

아시아 신흥국 서비스 시장의 성장과 시사점³⁴⁾

1. 아시아 신흥국 서비스 시장 성장의 의미

○ 서비스 시장의 성장

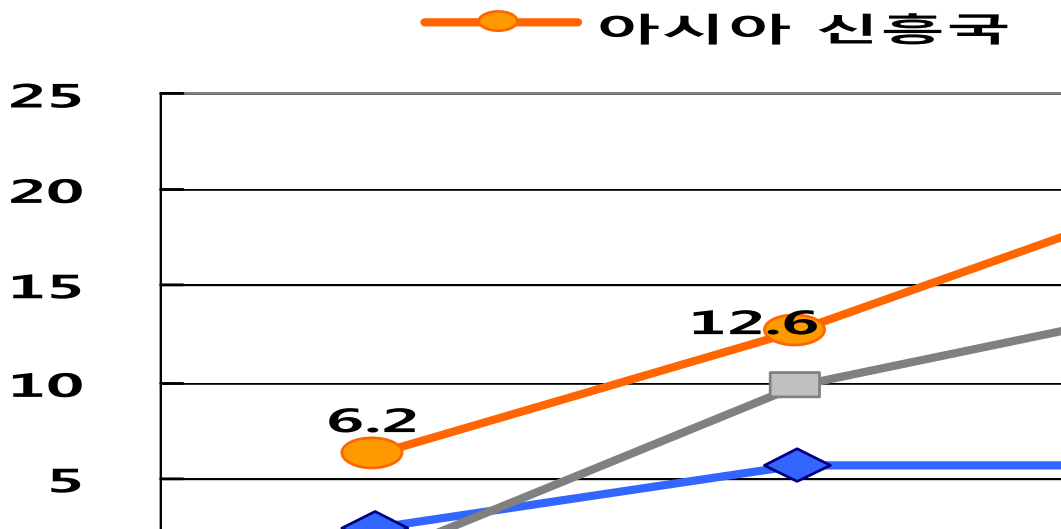
- 아시아 국가들이 제조업을 중심으로 빠른 경제 성장을 거듭하는 가운데 이들 국가의 서비스 시장 확대에 대한 관심이 커지고 있음
 - 그동안 아시아 국가들은 선진국이 소비하는 제품을 생산하면서 빠른 경제 성장을 이룩해왔으며,
 - 이에 따라 경제 발전에 따른 소득 수준의 향상 등과 함께 서비스 시장의 성장 역시 기대되고 있음
- 실제로 아시아 신흥국들의 서비스에 대한 소비는 물론 서비스 무역에서 수입액의 증가 속도는 선진국을 크게 앞서는 것으로 나타남
 - 중국, 인도, ASEAN 5 등 아시아 신흥국의 서비스 소비지출 연평균 증감률은 1995~2000년 10.3%에서 2005~2009년 18.5%까지 상승하였음
 - 서비스 수입액 증가율 역시 2000~2005년 13.7%, 2005~2009년 10.0%로 같은 기간의 미국, 일본, 영국 등 선진국보다 빠른 증가 속도를 보임

34) 현대경제연구원, "아시아 신흥국 서비스 시장의 성장과 시사점", VIP REPORT 11-01 (통권 제 471호)의 내용을 수정 및 보완하여 재 게재.

- 아시아 신흥국들은 제조업뿐만 아니라 서비스 산업에서도 빠른 성장을 보이며 세계 서비스 산업에서 차지하는 비중 역시 커지고 있음
 - 중국, 인도, 동남아시아 등 아시아 신흥국들의 서비스 산업 GDP 증가율은 G7 국가들은 물론 세계 서비스 산업 GDP 성장률보다 높은 수치를 보임
 - 이에 따라 아시아 신흥국들의 서비스 산업이 세계 서비스 산업에서 차지하는 비중 역시 1995년 3.5%, 2005년 5.5%, 2008년 7.5%로 계속 증가하고 있음

< 아시아 신흥국, 선진국의 서비스 산업 성장률 및 세계 서비스 산업 대비 비중 >

(%)



자료: UNCTAD 자료를 이용하여 현대경제연구원 재구성.

주: 아시아 신흥국에는 중국, 인도, ASEAN 5(인도네시아, 말레이시아, 태국, 베트남, 필리핀)를 포함.

- 이처럼 지속적인 성장이 예상되는 아시아 서비스 시장에 대한 발 빠른 대응은 한국의 서비스 무역 적자 해소와 수출 시장 확대의 기회가 될 수 있음
 - 경제 규모의 빠른 성장과 서비스 산업의 비중 증가가 예상되는 아시아 시장은 서비스 산업 비중이 포화 상태에 근접한 선진국에 비해 더욱 큰 기회임
 - 또한 한 국가의 서비스 시장 성장은 내수의 확대로도 볼 수 있어 서비스 산업 자체 뿐 아니라 관련 제품 수요의 증가로도 이어지게 됨
 - 따라서 아시아 서비스 시장의 성장에 대한 대응은 한국의 서비스 수출 증대와 함께 관련 제품 수출 시장 확대의 의미도 있음

2. 아시아 신흥국 서비스 시장의 성장 배경

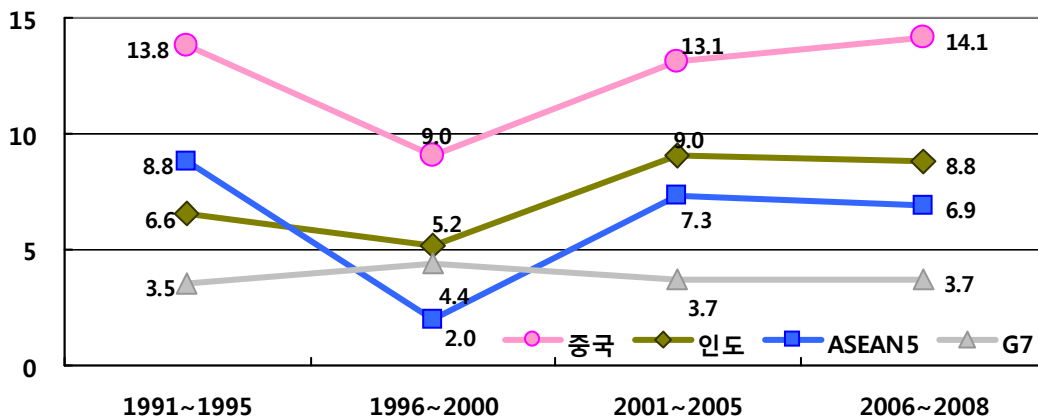
(1) 구매력 향상과 서비스 산업 비중 증가

○ 소비자의 구매력 향상

- 아시아 신흥국 서비스 시장 성장의 바탕에는 이를 소비할 수 있는 국내 소비자의 구매력 향상이 있음
 - 2001년 이후 중국과 인도의 구매력 기준 1인당 국민총소득의 연평균 증감률은 각각 13~14%, 9% 내외에 달한 것으로 나타남
 - 같은 기간 인도네시아 베트남 등을 포함한 ASEAN 5 국가들 역시 중국, 인도에는 못 미치나 7% 수준의 높은 증가를 보이고 있음
- 이처럼 아시아 신흥국들의 구매력 향상은 지난 20년간 연평균 증감률의 정체를 보이는 G7 국가들과 대조를 이루고 있음
 - G7 국가의 구매력 기준 1인당 국민총소득의 연평균 증감률은 1991~1995년의 3.5%와 1996~2000년의 4.4% 사이에서 큰 변화를 보이지 않고 있음
 - 반면 아시아 신흥국들은 금융위기를 겪었던 1990년대 후반을 제외하면 빠른 성장세를 유지하고 있음

< 아시아 신흥국 및 G7 국가의 1991~2008년 구매력 증감률 비교 >

(%)



자료: Worldbank(2010).

주: 1) 2005년 PPP 기준 1인당 GNI

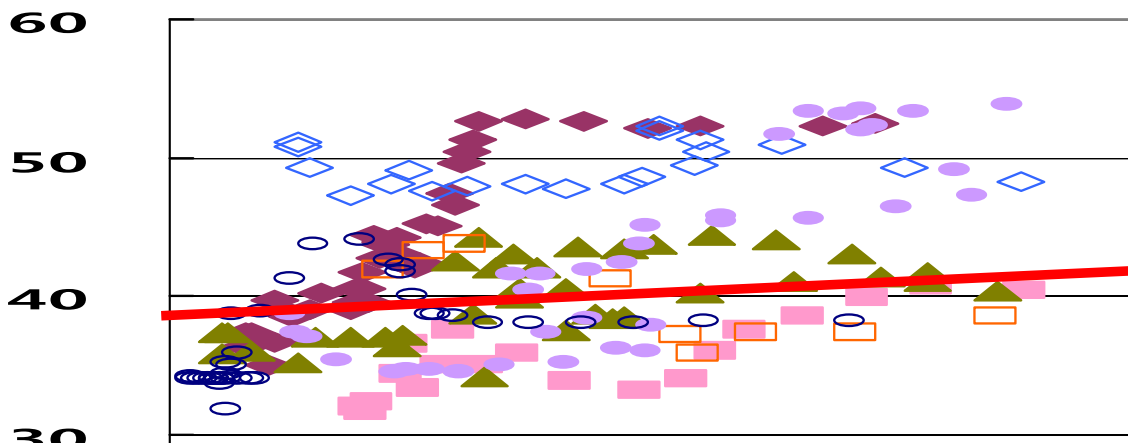
2) ASEAN 5는 각 국가의 기간별 PPP기준 GNI 연평균 증감률을 단순평균하여 산출.

○ 소득 수준 향상과 서비스 산업 비중 증가

- 전체 GDP 가운데 서비스 산업이 차지하는 비중은 명목 기준 1인당 GNI와 상관관계를 보임³⁵⁾
 - 한 국가의 1인당 GNI 증가가 반드시 서비스 산업의 비중 증가로 이어진다고 볼 수는 없지만 명목 기준 GNI와 서비스 산업의 비중은 상관관계를 보임
 - 또한 1인당 소득이 증가함에 따라 가계소비지출에서 서비스에 대한 비중이 증가하는 것으로 나타남³⁶⁾
 - 실제로 UN의 국가별 경제 지표를 통해 세계 212개국의 2008년 명목 기준 1인당 GNI와 서비스 산업 비중의 비교 결과 상관관계를 보이는 것으로 나타남³⁷⁾
- 아시아 신흥국들 역시 1인당 GNI가 증가하는 기간 동안 전체 GDP 대비 서비스 산업의 비중이 증가하는 과정을 밟아왔음
 - 1970년부터 2008년까지 중국, 인도, ASEAN 5 국가들의 1인당 GNI와 GDP 대비 서비스 산업의 비중은 상관관계를 보이고 있음
 - 하지만 이들 국가가 여전히 제조업 등에 대한 의존도가 높아 한 국가 내에서의 서비스 산업 비중 증가 속도는 둔화되어 있는 상태임

< 1970~2008년 아시아신흥국 1인당 GNI 및 GDP 대비 서비스업 비중 >

(단위: 달러, %)



자료: UNCTAD 자료를 이용하여 현대경제연구원 재구성.

35) 김현정(한국은행, 2006), Summers(1985), Baumol et al.(1985).

36) Schettkat, Yocarini(2005).

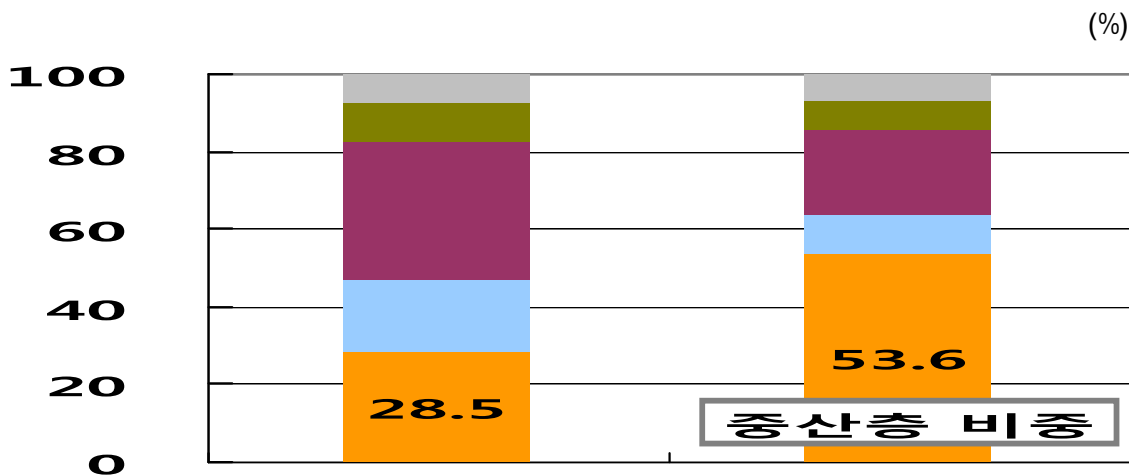
37) 전 세계 국가별 GNI와 서비스 산업 비중 그래프는 별첨 참조.

(2) 소득의 질적 제고와 서비스 산업의 성장

○ 중산층의 증가

- 아시아 국가들의 구매력 향상은 단순한 양적 팽창 외에 중산층의 증가로 인한 소비 확대로까지 이어질 것으로 전망됨
 - 2009년 아시아 태평양 지역의 중산층은 세계 중산층의 28.5%를 차지하며, 2030년에는 66.1%로까지 확대되는 것으로 전망됨
 - 뿐만 아니라 세계 중산층 소비에서 차지하는 비중 역시 2009년의 23.3%에서 2020년 42.2%, 2030년 58.5%까지 확대될 것으로 예상됨

< 세계 중산층 대비 지역별 중산층 수 및 소비 비중 >



자료: OECD(2010).

주: 소비 비중은 2005년 PPP 기준 달러를 기초로 산출.

- 특히 아시아 신흥국의 중산층 이상 세대는 앞으로도 빠른 증가가 예상되어 이들의 소비 역시 확대될 것으로 전망됨
 - 아시아 신흥국들의 중산층(2005년 달러 기준 연 소득 1만 달러 이상)은 2010년의 21억 5,900만 세대에서 2025년에는 25억 1,600만 세대까지 증가할 전망³⁸⁾
 - 이처럼 소비자들의 구매력에 대한 질적 제고와 소비의 확대로 인해 서비스 산업의 성장이 기대되는 상황임

38) IHS, 일본정책투자은행(2010), 중국, 인도, NIEs, ASEAN5 중산층 이상 세대를 합산한 수치.

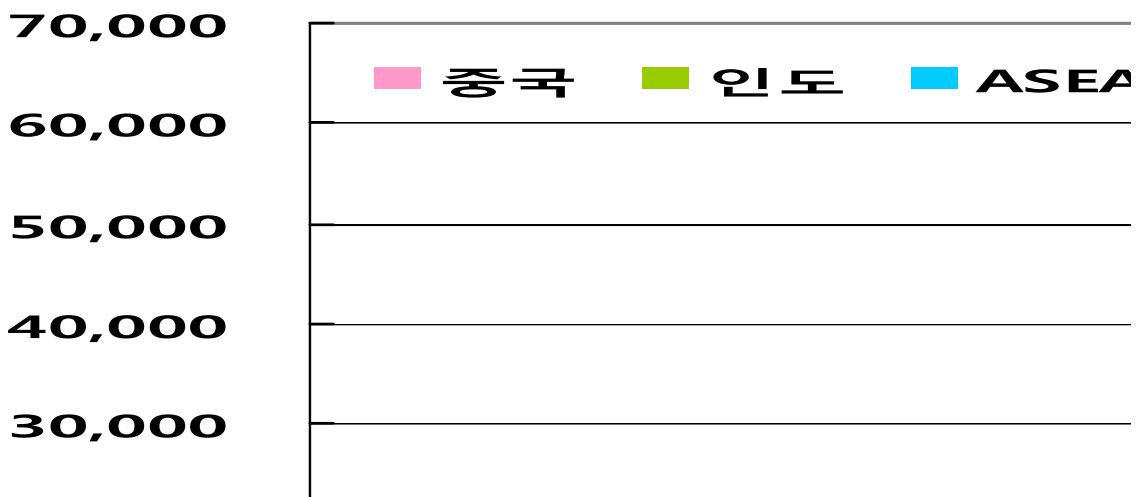
○ 서비스 산업의 성장 전망

- 그동안 빠른 성장을 거듭한 아시아 신흥국들의 서비스 산업은 향후에는 더욱 큰 성장이 전망됨
 - 2020년 아시아 신흥국들의 서비스 산업 GDP 규모는 2010년 대비 두 배 이상의 수준까지 증가할 것으로 예상됨
 - 특히 10년 후의 중국 서비스 산업 규모는 현재보다 2.5배 이상으로 확대될 것으로 전망됨

- 이들 국가의 서비스 수입액 역시 빠르게 증가하여 서비스 무역에서의 경쟁력을 가진 나라에게는 기회가 될 것으로 예상됨
 - 아시아 신흥국들의 서비스 무역에서의 수입액 증가 속도는 서비스 산업의 성장 속도보다도 빠를 것으로 예상됨
 - 이는 신흥국들의 서비스 산업 수요 중 일부를 국외로부터의 수입을 통해 충족함을 의미하여 서비스 산업 경쟁력을 가진 국가들에게는 기회가 될 전망이다

< 아시아 신흥국의 서비스 산업 성장 및 서비스 무역 수입액(지급액) 전망 >

(단위: 억 달러)



자료: UNCTAD, Oxford Economics, IMF 자료를 이용하여 현대경제연구원 재구성.
 주: 서비스 산업 GDP는 2005년 가격 기준 실질 GDP.

3. 한국 서비스 산업의 국제 경쟁력

(1) 서비스 수출 비교 우위

○ 아시아 신흥국의 산업별 서비스 무역

- 아시아 신흥국들의 서비스 수입액은 운송과 사업 서비스업의 비중이 큰 공통점이 있음
 - 제조업에 대한 의존도가 높은 아시아 신흥국들은 원자재 및 제품의 수출입에 따른 운송 서비스의 수입 규모가 큰 것으로 나타남
 - 사업 서비스 역시 마찬가지로 수입액 비중이 크고 대다수의 국가들에서 수입액 증가율도 높은 특징을 보여 관련 수요의 증가를 보여주고 있음
- 국가별로는 중국은 금융, 인도는 문화·오락, 말레이시아는 IT 서비스 등에서 수입액의 빠른 증가를 보여주고 있음
 - 전반적인 수입액 증가 속도가 빠른 중국과 인도는 특히 금융 서비스의 수입액 증가 속도가 빠른 가운데 인도는 문화·오락 분야의 수입 역시 빠르게 증가함
 - ASEAN 5 국가들은 인도네시아는 통신, 말레이시아는 금융, 태국과 필리핀은 사업 서비스의 수입액이 빠르게 증가하여 각기 다른 특징을 보임

< 2004~08년 아시아 신흥국의 주요 서비스 산업별 수입 연평균 증가율 및 비중 >

(%)

	중국		인도		인도네시아		말레이시아		태국		필리핀	
	증가율	비중	증가율	비중	증가율	비중	증가율	비중	증가율	비중	증가율	비중
운송	19.7	33.2	33.4	43.8	26.2	38.1	9.9	38.8	20.7	49.3	8.0	52.0
통신	33.7	0.8	14.8	1.2	21.2	2.4	12.9	2.8	11.6	0.5	3.5	1.7
금융	42.3	0.4	45.6	3.5	-12.9	1.9	25.6	0.7	-	-	1.9	1.7
보험	20.1	8.3	24.9	4.7	18.0	2.1	10.2	2.5	16.5	5.4	7.1	3.4
IT서비스	26.1	1.8	38.4	3.7	11.1	2.6	28.8	2.2	-	-	13.0	0.9
특허권 등 사용료	23.1	6.4	26.7	1.6	7.6	4.5	9.1	4.6	12.7	6.0	8.8	4.9
사업	29.1	22.0	15.8	27.4	-16.8	25.1	13.6	17.0	29.4	22.9	15.3	11.1
개인· 문화·오락	9.7	0.2	48.4	0.2	-9.0	0.6	-11.3	6.7	-	-	14.7	0.2

자료: UNCTAD 자료를 이용하여 현대경제연구원 재구성.

주: 비중은 전체 서비스 무역의 수입액(지급액) 대비 각 산업의 수입액(지급액) 비중.

○ 한국의 서비스 수출 비교 우위

- OECD 국가의 2004~2008년 누적 기준 서비스 수출 비교우위에서 한국은 대부분 산업에서 중하위권 이하로 나타남
 - OECD 30개국의 전 세계 대상 서비스 수출입(여행업 제외)을 기초로 한 현시 비교우위에서 한국은 운송, 금융 서비스를 제외한 모든 산업이 중위권 이하임
 - 아시아 신흥국들의 수입이 빠르게 증가한 사업 서비스 분야는 최하위권, 특히 통신 서비스 분야는 20위권 밖으로 수출 경쟁력이 특히 낮은 분야임
- 아시아 서비스산업이 선진국과 서비스수출 경쟁 시 불리할 수 있음을 의미
 - 아시아 서비스 산업의 성장과 이 지역에 대한 수출 및 투자는 산업 성장 속도가 둔화된 서비스 산업 선진국들에게 공통 관심사임
 - 결국 한국은 다른 선진국들과의 서비스 수출 경쟁은 피할 수 없으며 여기서 수출 경쟁력의 열세는 불리한 조건이 될 수 있음

< 2004~08년 한국의 주요 서비스 산업별 현시비교우위지수³⁹⁾(여행업 제외) >

	2004~2008					
	5년 누계	2004	2005	2006	2007	2008
운송	0.74(4)	0.80(5)	0.75(4)	0.71(6)	0.68(5)	0.79(3)
통신	-0.12(21)	-0.10(21)	-0.17(22)	-0.09(21)	-0.11(21)	-0.11(20)
금융	0.29(3)	0.22(4)	0.28(4)	0.29(3)	0.35(3)	0.28(3)
보험	-0.07(17)	-0.09(18)	-0.14(20)	-0.08(18)	-0.05(19)	-0.04(18)
IT서비스	-0.12(12)	-0.10(8)	-0.08(9)	-0.19(13)	-0.11(10)	-0.11(10)
특허권 등 사용료	-0.55(22)	-0.66(24)	-0.59(24)	-0.53(21)	-0.62(22)	-0.42(21)
사업	-0.43(28)	-0.43(27)	-0.42(28)	-0.4(28)	-0.33(28)	-0.52(29)
개인·문화·오락	-0.36(18)	-0.42(18)	-0.28(16)	-0.36(16)	-0.52(18)	-0.26(13)

자료: OECD 자료를 활용하여 현대경제연구원 재구성.

주: 1) 괄호 안은 OECD국가 순위, 2) 2004~08년 값은 5년간 수출입 각 합계액을 기초로 산출.

39) 본문의 Ferto, I.와 L.J. Hubbard의 현시비교우위: $RXA-RMA$, RXA (The Revealed Export Advantage)=(특정국의 특정 산업 수출액÷특정국의 서비스 산업 수출액)÷(세계의 특정 산업 수출액÷세계의 서비스 산업 수출액), RMA (The Revealed Import Advantage)=(특정국의 특정 산업 수입액÷특정국의 서비스 산업 수입액)÷(세계의 특정 산업 수입액÷세계의 서비스 산업 수입액), 세계의 서비스 산업 수출입액은 한국과 타선진국과의 비교를 위해 OECD 30개국의 합산을 이용한 정분도, 윤봉주, 전근우(2009)의 방법론에 따라 산출.

통신, 보험, 금융, 특허권 등 사용료, 개인·문화·오락 서비스에서 덴마크는 2004년 순위 제외, IT서비스에서 멕시코, 스위스는 모든 연도, 터키는 2004, 2005년, 덴마크는 2004년 순위 제외, 사업서비스에서 멕시코는 모든 연도 순위 제외, 해당 국가는 해당 연도를 제외한 수치를 바탕으로 2004~2008년 누적 순위를 산출.

(2) 서비스 시장에 대한 진출

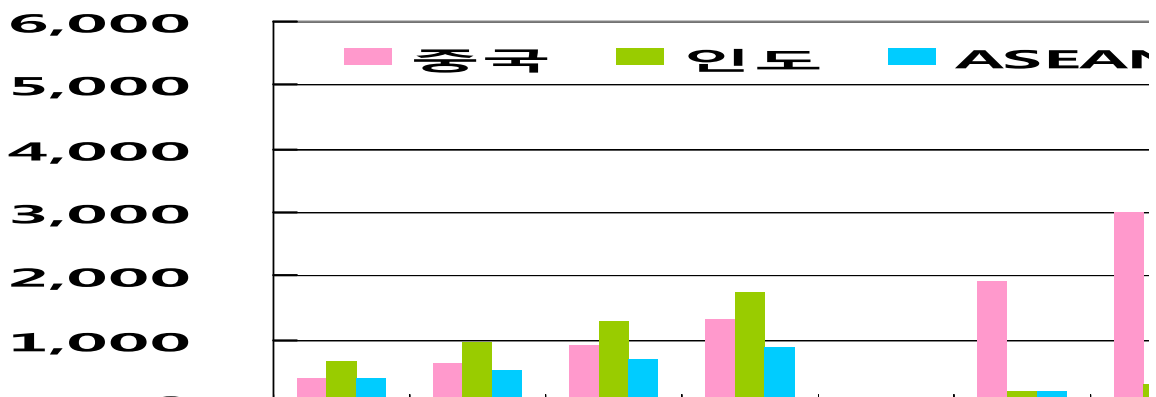
○ 서비스 산업에 대한 진출 전망

- 아시아 서비스 시장 성장에 대한 대응과 한계를 파악하기 위해서는 서비스 무역의 경쟁력 비교 외에 서비스 산업의 진출 현황 파악도 필요함
 - 아시아 신흥국들의 서비스 산업 성장과 함께 소비자의 서비스 지출 역시 빠르게 증가할 것으로 전망되어 해당국 시장에 대한 직접 진출 역시 활발함
 - 이처럼 서비스 시장에 진출하는 경우 반드시 서비스 수지로 나타나는 것은 아니므로 진출 및 투자 현황 역시 고려해야 함

- 아시아 신흥국들의 서비스 시장 전망을 살펴보면 중국은 문화·오락, 인도는 운송, 동남아시아는 외식·숙박 분야의 확대를 기대할 수 있음
 - 중국은 시장 규모로는 문화·오락 산업이, 성장 속도는 운송과 의료 서비스 분야가 가장 빠를 것으로 예상됨
 - 인도는 운송 서비스에 대한 소비 규모가 가장 커질 것으로 보이는 가운데 의료와 통신 서비스의 증가 속도가 주목됨
 - 동남아시아 국가의 경우 외식·숙박 서비스 시장의 규모가 중국, 인도보다도 크게 성장하는 한편 운송 및 통신 서비스 분야의 성장률이 클 것으로 전망됨

< 아시아 신흥국의 주요 서비스 산업별 소비 전망 >

(단위: 억 달러)



자료: IHS, 일본정책투자은행(2010).
 주: 2005년 달러 기준.

○ 한국의 서비스 시장 진출

- 아시아 신흥국 서비스업에 대한 투자⁴⁰⁾는 2007, 2008년 사상 최대 규모를 기록했으나 글로벌 금융위기를 거치며 급감한 후 아직 회복하지 못한 상태임
 - 중국, 인도, ASEAN 5 국가의 서비스업에 대한 투자액은 2007, 2008년 각각 21.6억 달러로 사상 최대 규모였음
 - 서비스업 투자는 해당 기간의 금융업 투자에 따라 영향을 받는 경우가 많으나 2008년은 도소매, 정보통신, 전문사업 서비스 등 다양한 분야의 투자가 있었음
 - 2010년 상반기의 투자 규모는 전년동기대비 59.6%의 증가율로 빠른 회복을 보였지만 2008년 상반기의 투자 규모에 비하면 절반을 조금 넘는 수준에 그침

- 전체 산업 투자액 대비 서비스 시장에 대한 투자 비중 역시 가장 투자가 활발했던 2008년의 수준에는 미치지 못함
 - 전체 산업 대비 서비스업 투자의 비중은 2009년 3분기의 저점을 거친 후 2010년 30.9%까지 증가했으나 글로벌 금융위기 이전 수준까지는 미치지 못함
 - 다만 2010년 2분기의 전체 산업 대비 서비스업 투자의 비중은 35.8%로 2008년 2분기 이후 가장 높은 수치를 보여 회복 추세를 보여주고 있음

< 한국의 아시아 신흥국 서비스 산업 투자액 및 전산업 투자액 대비 비중 >



자료: 수출입은행 자료를 활용하여 현대경제연구원 재구성.

주: 아시아 신흥국에는 중국, 인도, 인도네시아, 말레이시아, 태국, 베트남, 필리핀이 포함.

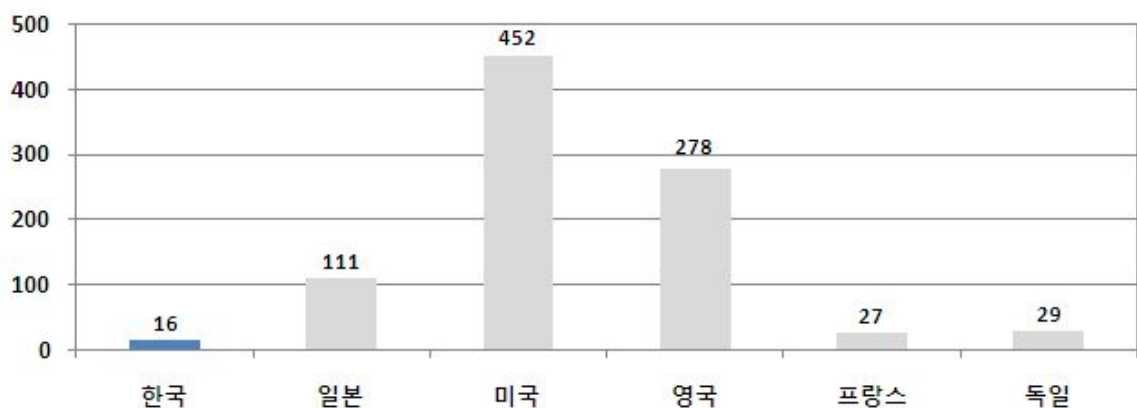
40) M&A를 포함한 직접투자액 기준임.

○ 주요 선진국에 비해 투자 규모가 열세

- 한국은 서비스 선진국들과의 M&A를 통한 투자 규모 비교에서 열세로 나타나 신흥국 시장에서의 경쟁에서 규모 측면에서도 불리한 상황임
 - 2000~2010년 누적 기준 한국의 아시아 신흥국가 서비스 기업에 대한 지분 인수 투자액은 16억 달러임
 - 한편 같은 기간 동안 동일한 지역의 서비스 기업에 대한 일본의 M&A 투자액은 111억, 미국의 M&A 투자액은 452억 달러에 달했음
 - 지리적, 문화적으로 보다 차이가 나는 유럽 국가들 역시 영국 278억 달러, 프랑스 27억 달러, 독일 29억 달러로 한국보다 많은 투자가 이루어졌음
- 한편 한국은 2000년대 중반부터 도소매와 금융 분야를 중심으로 본격적으로 투자가 증가하고 있음
 - 또한 2010년 한국의 서비스업 해외 투자 증가를 이끈 것 역시 전통적으로 해외 투자의 주류를 이루었던 도소매와 금융 분야였음
 - 한편 이 산업들은 미국, 영국, 일본 등 한국보다 큰 규모의 투자가 가능한 국가들 역시 경쟁력을 갖춘 주요 관심 분야로서 갈수록 경쟁이 심화될 수 있음

< 2000년 이후 한국의 아시아 신흥국 서비스 업체에 대한 지분 인수 투자액 >

(단위: 억 달러)



자료: 일본무역진흥기구, Thomson Reuter, 수출입은행 자료를 이용하여 현대경제연구원 재구성.

- 주: 1) 아시아 신흥국에는 중국, 인도, 인도네시아, 말레이시아, 태국, 베트남, 필리핀이 포함
 2) 2000년부터 2010년 5월까지의 누적액 기준.

○ 서비스 시장 성장 전망과 투자의 불일치⁴¹⁾

- 투자 상대국의 서비스 시장별 규제나 한국의 산업별 경쟁력 차이 등으로 인해 시장 성장 전망과 투자가 일치하지 않는 경우가 나타남⁴²⁾
 - 한국의 아시아 신흥국에 대한 서비스 산업별 투자와 성장 전망이 일치하지 않는 것은 해당 국가의 해외 자본 진출 규제 등이 요인으로 작용할 수 있음⁴³⁾
 - 또한 한국이 가진 산업별 경쟁력 차이에 따라 비교적 경쟁력을 갖춘 산업 위주로 투자가 진행된다는 점도 무시할 수 없음
 - 하지만 아시아 신흥국들의 산업 성장 정책과 해외 자본 유치 활성화 등으로 서비스 시장에 대한 규제가 완화되는 경우 한국의 해당 국가별·시장별 투자는 다시 고려할 필요가 있음

- (중국) 한국의 투자 규모가 큰 산업 중 문화·오락 분야는 2015년까지 빠르게 성장하지만 외식·숙박 시장은 상대적으로 낮은 성장이 예상됨
 - 문화·오락 서비스 시장은 2010~2015년까지 연평균 9% 이상, 10% 가까운 성장이 전망되어 같은 기간 PPP기준 1인당 GDP 증감률 9.0%를 상회함⁴⁴⁾
 - 또한 2015년 시장 규모 역시 3,000억 달러 수준까지 전망되는 가운데 지난 5년간 한국의 투자 누적액도 1억 8,899만 달러로 적극적인 투자를 하고 있음
 - 반면 지난 5년간 한국의 적극적인 투자가 진행된 외식·숙박 서비스 시장은 상대적인 低성장이 예상되어⁴⁵⁾ 향후 투자 업종의 변화를 생각해볼 수 있음

- (인도) 아직 한국의 투자가 없는 보건·의료 시장의 빠른 성장이 예상되는 가운데 적극적인 투자를 펼친 교육 시장⁴⁶⁾은 낮은 성장이 전망됨

41) 아시아 신흥국의 산업별 성장 전망과 한국의 투자액은 별첨 참조.

42) 외식·숙박, 문화·오락, 교육, 통신, 의료 산업을 비교.

43) 아시아 신흥국의 주요 서비스 산업 투자 제한 업종은 별첨 참조.

44) 1인당 GDP 증감률은 실질 기준, IMF(2010).

45) 중국의 외식·숙박 서비스 시장은 2015년까지 연평균 7~8%의 성장으로 느린 속도는 아니지만 타 산업이나 구매력 기준 1인당 GDP 증가율보다 낮은 수치로 다른 시장의 성장에 비해 낮은 성장 속도를 보일 것으로 전망.

46) 지난 5년간 인도 교육 시장에 대한 한국의 투자액은 98만 달러로 다른 분야에 비해 적지 않은 투자를 펼쳐왔음.

- 2010~2015년 사이 보건·의료 시장은 연평균 7%대 중반 성장하여 500억 달러 이상의 시장을 형성할 것으로 전망되고 있음⁴⁷⁾
 - 한국은 아직 인도의 보건·의료 서비스 시장에 대한 투자액은 신고된 바 없어⁴⁸⁾ 향후 해당 분야에 대한 투자를 고려할 수 있음
 - 한편 교육 서비스 시장의 경우 2015년까지 6% 미만의 성장이 예상되는 가운데 2015년의 시장 규모 역시 상대적으로 작은 80억 달러 내외로 전망됨
- **(ASEAN 5) 한국이 적극적으로 투자하는 외식·숙박 시장은 빠르게 성장하지만 문화·오락 시장은 부진할 것으로 전망됨**
- 2010~2015년 사이 외식·숙박 시장은 PPP기준 1인당 GDP 증감률 4.3%보다 높은 연평균 5.6% 성장하여 1,000억 달러 내외의 시장을 형성할 것으로 예상됨
 - 또한 한국 역시 외식·숙박 분야에 상대적으로 큰 규모의 투자를 진행해온 것으로 나타남
 - 문화·오락 시장은 향후 5년간 연평균 1% 내외의 성장과 210억 달러의 시장 규모가 전망되어 적극적인 투자⁴⁹⁾에 비해 큰 시장이 형성되지 않을 수 있음

(3) 서비스 산업의 효율성

○ 서비스 시장 장벽 완화

- 아시아 신흥국들의 서비스 무역 장벽과 투자 제한이 낮아질 경우 국가 자체가 가진 서비스 산업의 효율성 등이 경쟁력으로 작용할 수 있음

47) 같은 기간 인도의 PPP기준 1인당 GDP의 연평균 증감률은 6.7%가 예상되어 상대적으로 보건·의료 서비스 시장의 빠른 성장을 기대할 수 있음.

48) 수출입은행.

49) 한국은 과거 5년 동안 ASEAN 5 국가의 문화·오락 서비스 산업에 상대적으로 큰 규모인 1억 6,368만 달러를 투자하였음.

- 실제로 자국 서비스 산업 강화를 위해 높은 규제를 유지한 아시아 국가들은 **FTA 체결의 증가와 함께 시장의 장벽이 완화되는 추세를 보임**
- 각국의 자유무역협정 체결이 증가하면서 서비스 무역에 대한 무역 장벽도 점차 낮아지고 있는 추세임
- 아시아 신흥국들의 서비스 무역협정 체결 국가 수는 2000년대 중반 이후 조금씩 증가하여 서비스 무역 장벽에 대한 점진적인 완화가 진행되고 있음

< 아시아 신흥국의 서비스 무역협정 체결 국가 수(각 연도누적) >

(단위: 개국)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
한국	1	3	3	3	3	14
BRICs						
중국	2	2	12	13	15	15
인도	1	1	1	1	1	2
ASEAN 5						
인도네시아	0	0	1	2	3	5
말레이시아	0	1	2	3	4	6
태국	2	2	4	4	5	7
베트남	0	0	1	1	3	5
필리핀	0	0	1	2	3	5

자료: WTO 자료를 이용하여 현대경제연구원 재구성.

주: 1) FTA 시행일 기준

2) ASEAN 국가들의 상호간 서비스 무역협정에 관하여 WTO에 신고 된 바는 없음.

- 서비스 산업의 생산 효율성과 가격 경쟁력 등을 통해 무역 장벽이 없는 경우의 무역과 다른 국가 시장에 직접 진출하는 경우의 경쟁력을 알 수 있음
- 수출 비교 우위는 각 나라의 각종 무역 장벽이 반영된 후의 수출 경쟁력을 나타낸 것으로 무역 장벽이 없는 것을 감안한 경쟁력 비교 역시 필요함
- 또한 한 국가가 가진 자체의 생산 효율성과 가격 경쟁력 등은 다른 국가의 시장에 직접 진출할 때의 경쟁력에 대해서도 간접적으로 알 수 있음

○ 서비스업의 효율성

- 서비스업의 총요소생산성(TFP)⁵⁰⁾ 비교 결과 2000~2005년 한국의 총요소생산성 지수 증가율은 다른 선진국에 비해 낮은 수준에 있음
 - 총요소생산성 지수 증가율에서 한국이 선진국들보다 뚜렷하게 높은 수준을 보이는 산업은 운송, 통신, 금융 서비스 정도밖에 없음
 - 5년간 부동산, 사업, 교육, 보건·사회 서비스는 지수 자체가 감소하였으며 선진국 대비 증가율이 높은 운송과 통신 서비스의 증가율은 하락 추세⁵¹⁾에 있음

< 한국과 G7 국가 간 주요 서비스업 TFP 지수 증가율 비교(2000년 대비 2005년) > (%)

	한국	미국	일본	독일	프랑스	영국	이탈리아	캐나다 ⁵²⁾
외식·숙박	-6.5	9.5	0.7	-4.3	-6.8	1.9	-18.5	1.0
운송	10.2	16.1	11.9	4.9	-1.4	0.9	-9.9	-2.4
통신	44.2	47.9	8.2	20.5	40.2	3.3	44.0	7.9
교육	-7.8	1.6	1.3	-10.4	-9.2	-11.5	1.7	-0.3
보건사회	-18.3	8.7	-7.2	6.1	3.4	2.7	0.7	-0.8
금융	32.7	3.6	3.4	-14.0	-2.0	20.1	3.4	0.8
사업 ⁵³⁾	-15.4	4.6	-2.9	-12.7	-3.4	4.9	-10.8	1.6

자료: EU-KLEMS 자료를 활용하여 현대경제연구원 재구성.

주: 부가가치 기준.

50) 노동, 자본 등 물적 생산요소의 투입 외에 R&D, 교육 등에 대한 투자와 같은 질적요소들이 포함될 수 있으며, 총요소생산성이 높을 경우 높은 효율성, 즉 투입 대비 높은 생산으로 볼 수 있으며 이는 곧 가격 경쟁력으로 이어질 수 있음(동일 상품을 더 적은 투입으로 공급함으로써 비용을 R&D나 교육에 재투자함은 물론 동일 투입으로 더 좋은 상품을 공급하는 질적 재고가 가능) 「경제시스템의 효율성이 성장잠재력 제고의 원천이다」(현대경제연구원, 2010. 11. 2).

51) 1995년 대비 2000년 증가율, 2000년 대비 2005년 증가율은 별첨 참조.

52) 캐나다는 2000년 대비 2004년 증가율.

53) 사업 서비스에는 임대 서비스도 포함.

○ 총요소생산성의 낮은 산업 성장 기여

- 2000~2005년 평균적으로 각 산업의 총요소생산성이 성장에 기여하는 정도 역시 선진국에 미치지 못하는 경우가 많음
 - 한국과 G7 국가들이 각 서비스 산업의 규모가 같다고 가정하고 총요소생산성의 기여액을 비교 시 역시 운송, 통신 서비스 등에서만 확실한 우위로 나타남
 - 특히 부동산, 사업, 교육, 보건·사회 서비스는 선진국들과 비교 시 특히 낮은 수준으로 나타남
- 이처럼 총요소생산성 기여 정도 비교에서의 열세는 무역 장벽 완화 시의 수출 경쟁, 아시아 신흥국 시장 진출 시의 경쟁에서 불리할 수 있음을 의미
 - 총요소생산성의 낮은 기여 정도는 한국과 선진국 간 무역에서의 경쟁, 다른 국가와의 무역에서 한국과 선진국 간의 경쟁에서 불리할 수 있음을 의미함
 - 또한 아시아 신흥국 서비스 시장에 직접 진출 시에도 선진국과의 경쟁에서 불리함을 간접적으로 알 수 있음

< 2000~05년 평균 한국과 G7 국가 간 주요 서비스업 TFP 기여액 비교 >

(단위: 억 달러)

	한국	미국	일본	독일	프랑스	영국	이탈리아	캐나다 ⁵⁴⁾
도매	1.0	1.9	6.3	3.2	0.7	5.7	-3.5	2.8
소매	3.6	15.1	-2.3	1.3	-0.7	4.1	0.5	4.8
외식·숙박	-3.0	4.0	0.4	-2.1	-3.3	1.0	-9.4	0.4
운송	7.0	10.9	8.8	3.7	-0.6	1.1	-7.8	-2.1
통신	12.7	16.4	2.4	6.5	13.4	1.7	13.8	4.1
금융	31.9	5.5	3.2	-22.8	-1.1	23.4	3.8	1.6
부동산	-12.4	10.5	-4.1	7.9	3.3	-23.9	-1.3	-3.2
사업 ⁵⁵⁾	-14.4	3.9	-1.8	-10.9	-2.1	4.3	-10.1	1.2
교육	-6.9	1.8	1.0	-9.5	-8.2	-10.3	0.5	-0.4
보건사회	-8.9	3.6	-3.5	2.5	1.3	1.5	0.2	-0.5

자료: EU-KLEMS 자료를 이용하여 현대경제연구원 재구성.

주: 1) 각국의 산업별 전년대비 부가가치 증가에 대한 총요소생산성의 기여액을 각 년도 PPP기준 달러 환율로 환산하여 산출

2) 각 국가의 서비스 산업별 규모가 한국과 같다고 가정하여 산출.

54) 캐나다는 2000~2004년의 평균.

55) 사업 서비스에는 임대 서비스도 포함.

4. 시사점

첫째, 한국의 각 서비스 산업별 경쟁력과 아시아 각국의 수요에 대한 보다 심도 있는 조사를 통해 한국 기업 진출의 가이드라인이 마련되어야 한다.

- 한국의 서비스 국제 경쟁력은 각 산업별로 차이가 있음은 물론 관련 제품의 경쟁력 역시 마찬가지임
- 따라서 한국의 서비스 산업별 경쟁력과 함께 아시아 신흥국의 수요, 경쟁 진출국 등에 대한 조사와 정보 제공을 통해 기업의 적극적인 진출을 유도해야함

둘째, 서비스 R&D에도 적극적인 투자를 하여 선진국과의 경쟁력 격차를 줄여 나가야 한다.

- 한국은 투자 대비 효과의 검증이 어렵고 주요 수출 상품도 아닌 서비스 산업에서 R&D에 대한 투자는 상대적으로 낮은 관심을 보임
- 하지만 이미 선진국들은 서비스 R&D 투자를 통해 경쟁력을 높이고 있어⁵⁶⁾ 한국만 홀로 외면할 경우 선진국과의 서비스 경쟁력 격차는 더욱 벌어지게 됨

셋째, 서비스의 경쟁력 제고를 위해서는 의사소통을 위한 언어 습득과 상대국 문화를 이해하기 위한 교육 등의 노력 필요하다.

- 한국이 기술이나 지식 수준에 비해 전문 서비스, 사업 서비스 등에서 경쟁력이 낮은 상황에는 의사소통의 문제가 상당한 영향을 미치는 것을 부인할 수 없음

56) 「서비스업 노동생산성 정체성의 원인과 시사점」 (현대경제연구원 VIP REPORT, 2010. 6. 16).

- 또한 서비스는 언어 문제 외에도 상대국 소비자의 문화를 이해하고 이에 적합한 상품을 개발·제공하는 것 역시 중요함

넷째, 아시아 신흥국의 문화·오락 서비스 시장에 한국의 문화 콘텐츠를 보다 적극적으로 진출시켜 시장 확대와 함께 국가 브랜드 가치 제고의 발판으로 삼아야 한다.

- 중국, 인도 등의 문화·오락 서비스 시장은 빠른 성장 속도는 물론 그 규모 역시 상당히 확대될 것으로 전망됨
- 이러한 시장에서 한국의 다양한 문화 콘텐츠 개발과 적극적인 진출은 시장 확대는 물론 국가 브랜드 가치 제고에도 상당한 기여를 할 수 있음

다섯째, 서비스와 제품의 상호 경쟁력을 강화할 수 있는 융합 상품 개발에 노력하여 갈수록 거세지는 융합의 흐름을 주도해야 한다.

- 각종 산업 간 융합의 요구가 커지는 대내외 환경 속에서 서비스와 제품의 융합 상품 역시 다양하게 개발되고 있음
- 그동안 한국은 기술, 브랜드 등의 경쟁력을 제고시키면서 국제적으로 인정받는 제품을 만들어왔지만 앞으로는 관련 서비스까지 경쟁력의 한 축이 될 것임
- 이에 서비스와 제품이 융합된 상품, 비즈니스 모델 개발에 노력하여 갈수록 거세지는 융합의 흐름에서 선두로 나서야 함

【별 첨】 연구 관련 주요 표 및 그림

< 2004~2008년 OECD 국가별 서비스 무역특화지수⁵⁷⁾(여행업 수치 제외하여 산출) >

	2004~2008					
		2004	2005	2006	2007	2008
OECD	0.07	0.05	0.06	0.07	0.09	0.08
스위스	0.50(1)	0.50(1)	0.48(1)	0.51(1)	0.50(1)	0.50(1)
영국	0.29(2)	0.29(3)	0.26(4)	0.29(2)	0.31(2)	0.31(2)
룩셈부르크	0.27(3)	0.25(4)	0.27(3)	0.28(3)	0.28(3)	0.28(3)
그리스	0.25(4)	0.29(2)	0.27(2)	0.23(4)	0.24(4)	0.22(4)
스웨덴	0.20(5)	0.18(6)	0.18(5)	0.18(6)	0.21(5)	0.21(5)
노르웨이	0.18(6)	0.21(5)	0.15(6)	0.19(5)	0.18(6)	0.18(6)
오스트리아	0.11(7)	0.10(8)	0.10(9)	0.10(10)	0.11(9)	0.13(7)
벨기에	0.11(8)	0.11(7)	0.12(7)	0.13(7)	0.11(11)	0.08(12)
덴마크	0.11(9)	0.09(9)	0.12(8)	0.11(8)	0.10(12)	0.11(9)
미국	0.10(10)	0.07(11)	0.08(11)	0.09(11)	0.13(7)	0.13(8)
네덜란드	0.10(11)	0.08(10)	0.09(10)	0.10(9)	0.11(10)	0.11(10)
포르투갈	0.07(12)	0.00(15)	0.01(14)	0.06(12)	0.11(8)	0.11(11)
핀란드	0.04(13)	0.05(12)	0.01(16)	0.00(18)	0.05(13)	0.07(13)
폴란드	0.03(14)	-0.06(21)	0.00(18)	0.03(14)	0.05(14)	0.07(14)
프랑스	0.02(15)	0.00(16)	0.02(12)	0.01(16)	0.02(16)	0.04(17)
독일	0.02(16)	-0.02(17)	0.00(19)	0.03(13)	0.03(15)	0.03(18)
아이슬란드	0.02(17)	0.05(13)	0.02(13)	-0.03(21)	0.01(17)	0.04(16)
일본	-0.01(18)	-0.04(20)	0.01(15)	0.00(17)	-0.02(22)	-0.01(19)
체코	-0.01(19)	-0.10(25)	-0.05(22)	-0.04(22)	-0.01(20)	0.06(15)
슬로바키아	-0.02(20)	0.02(14)	-0.01(20)	0.03(15)	0.00(19)	-0.09(26)
헝가리	-0.03(21)	-0.06(22)	-0.02(21)	-0.03(20)	-0.01(21)	-0.03(22)
터키	-0.04(22)	-0.04(19)	0.00(17)	-0.02(19)	-0.09(26)	-0.05(23)
스페인	-0.04(23)	-0.07(23)	-0.05(24)	-0.06(24)	-0.04(24)	-0.02(20)
아일랜드	-0.04(24)	-0.11(26)	-0.09(26)	-0.05(23)	0.01(18)	-0.02(21)
한국	-0.05(25)	-0.02(18)	-0.05(23)	-0.06(25)	-0.03(23)	-0.06(24)
캐나다	-0.08(26)	-0.08(24)	-0.07(25)	-0.07(26)	-0.08(25)	-0.09(25)
이탈리아	-0.13(27)	-0.12(27)	-0.11(27)	-0.12(27)	-0.15(27)	-0.15(27)
호주	-0.16(28)	-0.14(28)	-0.15(28)	-0.15(28)	-0.16(28)	-0.19(28)
뉴질랜드	-0.24(29)	-0.23(29)	-0.24(29)	-0.23(29)	-0.21(29)	-0.26(29)
멕시코	-0.54(30)	-0.6(30)	-0.52(30)	-0.55(30)	-0.53(30)	-0.53(30)

자료: OECD 자료를 이용하여 현대경제연구원 재구성.

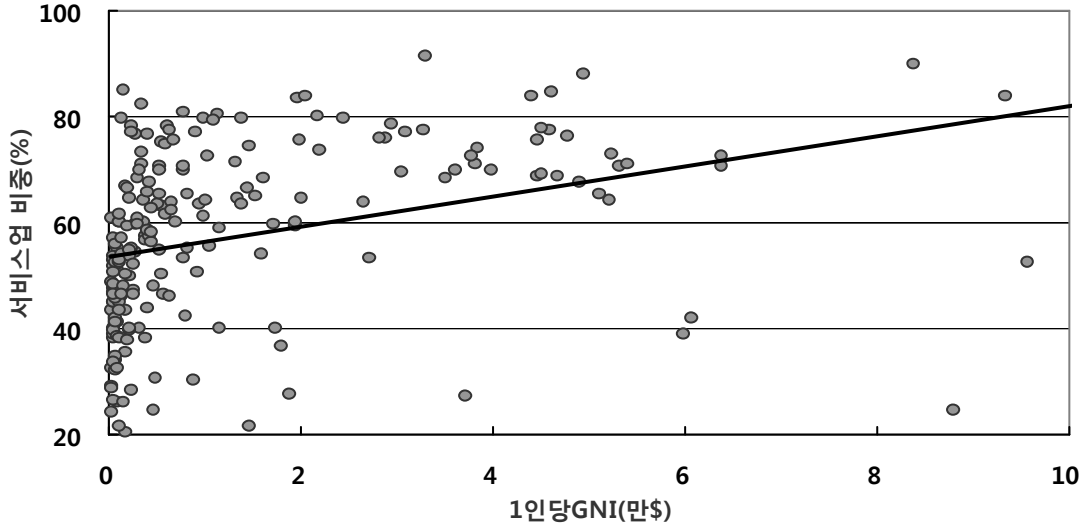
주: 1) 괄호 안은 OECD 국가 내 순위

2) 2004~2008년 값은 5년간의 수출입(수입, 지급) 각 합계액을 기초로 산출

3) OECD 평균값은 각 국가 수출액(서비스 수입액) 및 수입액(서비스 지급액)의 기중 평균.

57) 무역특화지수(TSI: Trade Specification Index): 순수출액을 무역 규모로 나누어 산출, 0 초과 1에 근접할수록 무역의 비교 우위가 있으며, 0 미만 -1에 근접할수록 열위에 있음을 의미.

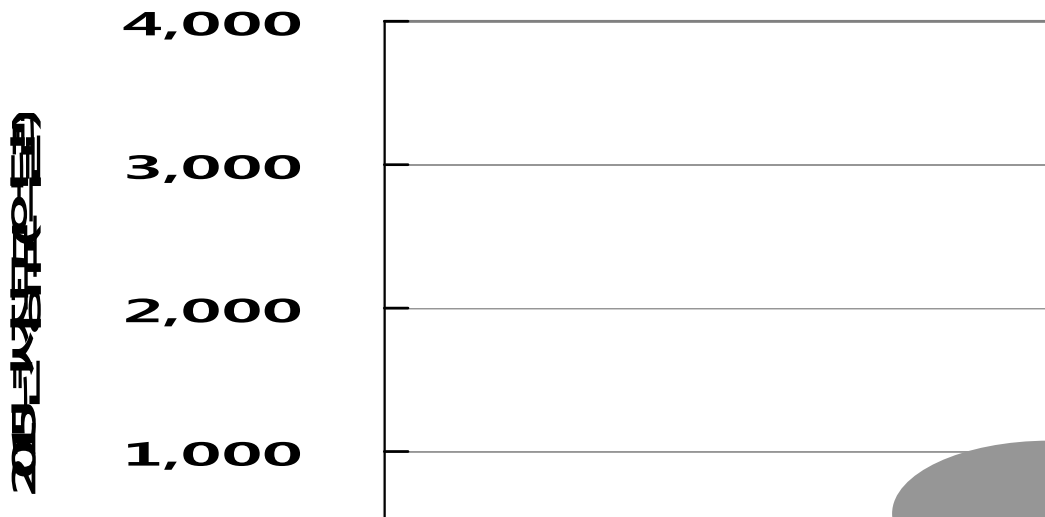
< 2008년 기준 세계 각국별 1인당 GNI 및 GDP 대비 서비스업 비중 >



자료: UN 자료를 이용하여 현대경제연구원 재구성.

주: 서비스업의 비중은 전체 GDP에서 A~F에 해당하는 산업을 차감하여 산출함.

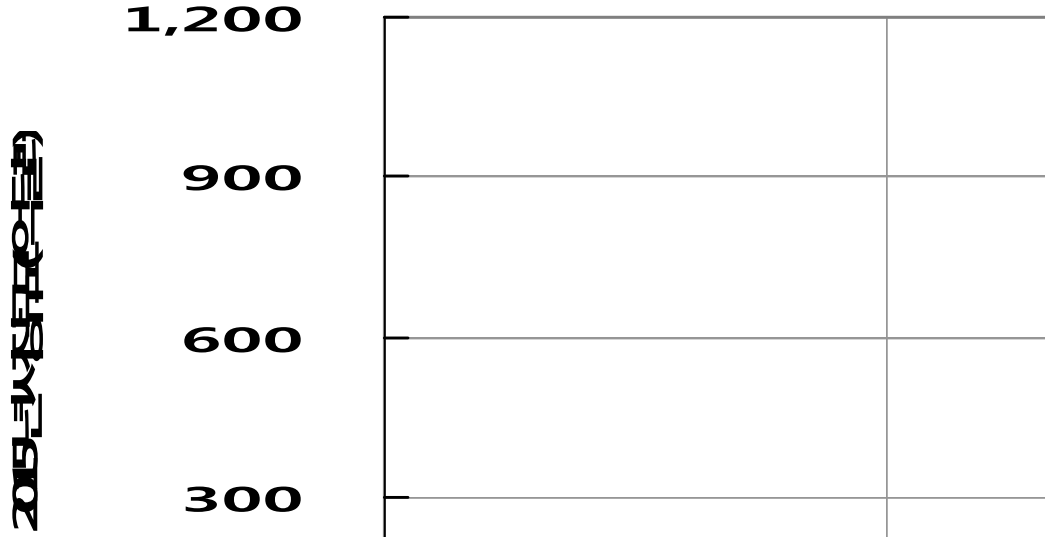
< 중국의 소비자 서비스 지출 전망과 한국의 투자 규모 비교 >



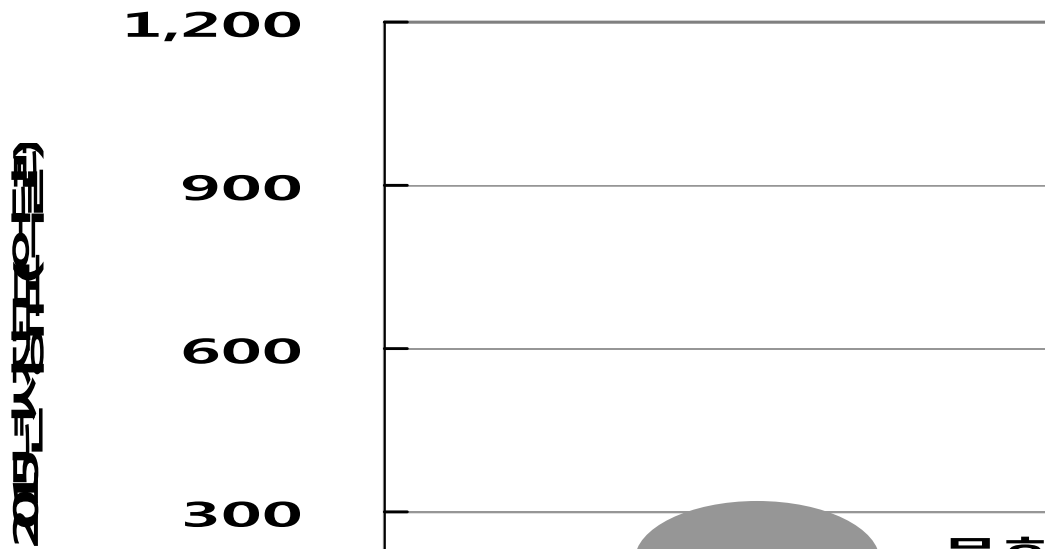
자료: IHS, 일본정책투자은행(2010), 수출입은행 자료를 이용하여 현대경제연구원 재구성.

- 주: 1) 시장 규모는 2005년 달러 기준, 성장률은 실질 성장률
- 2) 원의 크기는 2005~2010년 상반기 한국의 해당국가 해당 산업에 대한 투자 누적액이며, 해당국가 산업에 대한 한국 투자액의 상대적 비교
- 3) 우측에 위치할수록 높은 성장이 예상되며, 상단에 위치할수록 2020년 예상 산업 규모가 큰 것을 의미하여 우상단에 위치할수록 상대적으로 유망한 산업을 의미.

< 인도의 소비자 서비스 지출 전망과 한국의 투자 규모 비교 >



< ASEAN 5 국가의 소비자 서비스 지출 전망과 한국의 투자 규모 비교 >



자료: IHS, 일본정책투자은행(2010), 수출입은행 자료를 이용하여 현대경제연구원 재구성.

- 주: 1) 시장 규모는 2005년 달러 기준, 성장률은 실질 성장률
- 2) 원의 크기는 2005~2010년 상반기 한국의 해당국가 해당 산업에 대한 투자 누적액이며, 해당국가 산업에 대한 한국 투자액의 상대적 비교
- 3) 우측에 위치할수록 높은 성장이 예상되며, 상단에 위치할수록 2020년 예상 산업 규모가 큰 것을 의미하여 우상단에 위치할수록 상대적으로 유망한 산업을 의미.

< 아시아 신흥국의 주요 서비스 산업 투자 제한 업종 >

	투자 금지 업종	투자 제한 업종
중 국	전력, 가스 및 수도 서비스(티베트, 신강, 해남 등 소규모 전력 서비스는 제외), 항공 교통 관제, 우편, 임대(리스) 및 사업 서비스, R&D 서비스, 지질 조사, 자연보호 구역의 환경 및 공공 시설 관리, 의무 교육 기관, 뉴스기구, 책 신문 출판, 방송 텔레비전 프로그램 제작, 영화, 뉴스 사이트, 영화관, 골프장, 도박 산업 등	철도 운송, 도로 여객, 도소매, 부동산, 금융, 가스, 열에너지 및 배관 운영, 교육보건·의료 및 사회 서비스, 대형 테마 파크 등
인 도	도박, 복권, 부동산(일부), 원자력, 철도, 소매	금융, 보험, 부동산, 공항, 전화, 원자력 관련, 택배, 소매, 출판 등
인도네시아	도박, 위성 사업, 공영 방송, 터미널 및 교량 운영, 항공 교통 관제 영화, 녹음 녹화 스튜디오, 환경 관련 서비스, 의약품 도소매, 종합 병원, 산부인과, 연금, 외환 거래, 건설 컨설팅(일부), SSM 이외 소매, 설문 조사, 부동산, 육상 운송 장비 대여, 청소, 내국인 근로자 해외 파견	인터넷, 교육, 운송, 채용 대행, 미술관, 보호 구역 외 관광, 소규모 건설 관련 서비스, 통신, 보험, 벤처캐피탈, 전력 공급, 은행 등
태 국	신문, 방송, 공동품 거래, 토지 거래 등	운송, 기술 전문서비스, 의료, 회계, 법률, 소매, 광고, 외식, 숙박
필리핀	신문, 방송, 기술 전문서비스, 의료, 회계, 법률, 소매(250만 달러 미만 투자), 소규모 광업 서비스, 주차장, 해양 자원 관련 서비스 등	라디오, 광고, 공공시설, 교육, 금융 등
베트남	사립 탐정 및 국가 관련 조사, 역사 문화 유산과 관련, 전통을 해치는 사업, 국민 건강, 생태 환경을 훼손 사업, 유해 폐기물 처리 등	방송, 저작 및 출판, 배급, 통신, 항구, 공항, 우편, 택배, 운송, 부동산, 유통, 교육, 보건의료 등

자료: 일본무역진흥기구.

< 한국의 주요 서비스업 TFP 지수 증가율 >

(%)

	1990년 대비 1995년	1995년 대비 2000년	2000년 대비 2005년
도매	4.1	19.7	2.1
소매	26.7	14.4	5.4
외식·숙박	-26.5	4.2	-6.5
운송	12.4	10.5	10.2
통신	81.1	82.3	44.2
금융	5.2	0.6	32.7
부동산	0.9	1.7	-10.5
사업	-19.8	-23.5	-15.4
교육	9.6	-6.6	-7.8
보건사회	8.6	-23.0	-18.3

자료: EU-KLEMS 자료를 이용하여 현대경제연구원 재구성.

주: 부가가치 기준. [HRI](http://hri.co.kr)

김필수 선임연구원 (02-2072-6238, pskim@hri.co.kr)

主要 國內外 經濟 指標

1. 국민계정 (전년동기대비 증감률, %)

구 분	2009	2010	2011				2012 ^E
			1/4	2/4	3/4	연간 ^E	
경제성장률	0.3	6.2	4.2	3.4	3.4	4.2	4.0
민간소비 증감률	0.0	4.1	2.8	3.0	2.2	3.3	3.4
건설투자 증감률	3.4	-1.4	-11.9	-6.8	-4.1	-3.6	0.5
설비투자 증감률	-9.8	25.0	11.7	7.5	1.4	8.8	7.0

자료: 한국은행.

주: E(Expectation)는 현대경제연구원 전망치.

2. 대외거래

		2009	2010	2011			연간 ^E	2012 ^E
				1/4	2/4	3/4		
경상수지 (억 달러)		328	282	26	55	72	160	130
통관 기준	무역수지(억 달러)	426	412	73	83	66	303	240
	수출(억 달러)	3,635	4,664	1,310	1,427	1,416	5,597	6,381
	증감률 (%)	(-13.9)	(28.3)	(29.6)	(18.7)	(21.7)	(20.0)	(14.0)
	수입(억 달러)	3,231	4,252	1,237	1,344	1,350	5,294	6,141
	증감률 (%)	(-25.8)	(31.6)	(26.1)	(27.2)	(27.7)	(24.5)	(16.0)

자료: 한국은행, 지식경제부.

주: E(Expectation)는 현대경제연구원 전망치.

3. 고용 및 물가

구 분		2010	2011								
		연간	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월
고 용	실업률 (%)	3.7	3.8	4.5	4.3	3.7	3.2	3.3	3.3	3.0	3.0
	취업자수 증감 (만명)	32.3	33.1	46.9	46.9	37.9	35.5	47.2	33.5	49.0	26.4
물 가	소비자물가 상승률 (전년동월대비, %)	2.9	4.1	4.5	4.7	4.2	4.1	4.4	4.7	5.3	4.3
	생활물가 상승률 (전년동월대비, %)	3.3	4.7	5.2	4.9	4.1	3.8	4.3	4.8	5.2	3.8

자료: 통계청.

4. 주요국 경제성장률 (%)

구 분	2009	2010	2011			
			1/4	2/4	3/4	연간 ^E
미 국	-3.5	3.0	0.4	1.3	2.5	1.5
유로지역	-4.1	1.8	0.8	0.2	-	1.6
일 본	-6.3	4.0	-3.7	-2.1	-	-0.5
중 국	9.2	10.3	9.7	9.5	9.1	9.5

자료: 한국은행, EUROSTAT, BEA, 일본 내각부, 중국 국가통계국, IMF.

주: 1) 미국은 전기대비연율, 일본과 유로지역은 전기대비, 중국은 전년동기대비임.

2) E(Expectation)는 IMF 전망치.

5. 국내 주요 제조업 생산지수 증감률 (전년동월대비, %)

	제조업							건설업 건설기성 (불변)
		유화	철강	자동차	조선	ICT	반도체	
2010. 1	38.7	22.6	55.0	81.5	9.6	63.5	66.7	4.5
2	18.9	14.6	31.5	26.5	-12.0	38.4	63.9	-1.7
3	23.2	4.6	41.5	46.1	-16.4	39.1	64.8	6.8
4	20.1	5.7	35.2	35.0	-8.6	31.0	47.5	-5.7
5	21.2	4.0	34.1	37.2	-14.0	27.3	45.1	0.1
6	16.9	7.1	25.0	25.0	-13.3	22.3	35.8	-6.6
7	15.2	4.4	17.7	22.2	-14.4	22.5	39.3	-0.2
8	16.2	6.2	10.5	18.3	-8.3	21.7	39.9	-0.2
9	2.8	-2.5	2.6	-3.1	-20.2	13.5	34.3	-17.8
10	13.7	6.0	15.8	15.8	3.5	13.4	12.4	-6.3
11	11.4	6.3	12.6	6.9	-0.4	13.3	15.1	-7.6
12	11.0	3.6	10.4	8.4	3.0	18.9	32.0	-0.1
2011. 1	14.0	5.8	12.7	24.3	14.6	17.0	42.4	-11.0
2	9.3	1.4	11.3	12.8	5.4	17.7	37.2	-20.0
3	9.4	8.9	10.9	11.7	24.3	9.1	30.8	-8.0
4	7.1	-1.8	10.6	8.3	23.5	12.4	38.6	-10.1
5	8.4	3.1	8.2	10.7	23.2	12.5	33.8	-9.4
6	6.6	7.5	5.9	17.2	18.6	6.9	29.6	-1.4
7	3.8	5.1	6.9	11.8	9.9	3.4	23.3	-14.6
8	4.7	1.9	8.5	22.8	6.8	2.7	18.7	-9.4
9	7.0	4.4	9.3	15.2	4.5	10.4	29.5	-1.7

자료: 통계청.

주: 통계청 통계상 공식적인 산업 명칭은 유화(화학물질 및 화학제품 제조업, 의약품 제외), 철강(1차 철강 제조업), 자동차(자동차 및 트레일러 제조업), 조선(선박 및 보트 건조업)임.

6. 국내 주요 서비스업 생산지수 증감률 (전년동월대비, %)

	서비스업							
	도소매	운수	숙박음식	금융보험	부동산 등	전문서비스	교육서비스	
2010. 1	5.7	5.7	12.0	3.2	9.2	10.5	-3.2	0.3
2	6.2	8.9	13.9	-1.2	3.8	11.4	4.5	5.6
3	6.6	7.9	16.3	1.5	7.0	12.8	1.2	3.4
4	3.8	5.9	16.1	1.2	0.6	8.1	-6.6	0.8
5	4.8	6.0	13.0	1.1	2.5	2.2	6.6	1.4
6	4.0	4.9	13.8	-0.3	4.5	-15.8	6.0	2.1
7	3.8	6.9	14.7	2.1	2.6	-15.6	2.2	1.9
8	3.3	6.0	11.4	3.1	2.3	-14.1	-1.8	0.5
9	-0.2	2.2	4.4	-1.3	-0.8	-17.9	-11.0	-0.9
10	3.3	3.6	10.3	4.1	7.2	-23.1	0.3	0.9
11	3.8	6.3	7.7	1.4	9.6	-24.1	-0.1	3.9
12	2.5	4.2	12.0	0.0	7.9	-25.3	-3.2	4.4
2011. 1	4.7	8.2	8.2	-0.4	8.0	-18.9	0.0	4.3
2	0.2	-0.8	4.1	-0.3	6.5	-20.1	-8.9	-0.4
3	3.1	4.3	9.2	-1.1	7.2	-13.7	-2.1	-0.2
4	3.0	4.0	3.8	0.7	9.2	-16.2	2.0	0.5
5	3.3	5.7	3.4	3.0	8.3	-12.7	-1.3	-0.7
6	3.5	4.7	3.0	1.8	7.3	-4.8	-4.5	0.8
7	3.8	3.1	4.1	2.6	7.8	-3.3	0.2	1.9
8	4.9	4.7	4.7	1.0	11.0	-3.0	3.7	2.7
9	3.8	2.4	4.0	0.4	8.0	-3.5	7.5	1.3

자료: 통계청.

7. 금융시장 (주가, p)

	한국	미국	일본	중국	유로지역
	KOSPI	다우존스	니케이225	상하이B	FTSE Euro100
2010. 1	1,602.43	10,067.30	10,198.04	242.63	2,150.37
2	1,594.58	10,325.30	10,126.03	254.06	2,146.66
3	1,692.85	10,856.60	11,089.94	258.58	2,287.88
4	1,741.56	11,008.60	11,057.40	247.29	2,236.06
5	1,641.25	10,136.60	9,768.70	207.54	2,110.35
6	1,698.29	9,774.00	9,382.64	208.92	2,086.51
7	1,759.33	10,465.90	9,537.30	237.59	2,187.47
8	1,742.75	10,014.70	8,824.06	256.93	2,159.21
9	1,872.81	10,788.10	9,369.35	262.77	2,218.23
10	1,882.95	11,118.50	9,202.45	290.99	2,274.11
11	1,904.63	11,006.00	9,937.04	298.3	2,219.06
12	2,051.00	11,577.50	10,228.92	304.35	2,325.99
2011. 1	2,069.73	11,891.90	10,237.92	306.45	2,378.56
2	1,939.30	12,226.30	10,624.09	315.14	2,431.08
3	2,106.70	12,319.70	9,755.10	317.44	2,331.24
4	2,192.36	12,810.50	9,849.74	303.36	2,397.85
5	2,142.47	12,569.80	9,693.73	288.4	2,362.66
6	2,100.69	12,414.30	9,816.09	271.31	2,303.78
7	2,133.21	12,143.20	9,833.03	281.7	2,247.61
8	1,880.11	11,613.50	8,955.20	260.64	2,007.17
9	1,769.65	10,913.40	8,700.29	239.33	1,928.98

자료: 한국은행. 주: 말일 기준.

8. 금융시장 (금리, %)

	한국		국제금리			
	회사채 (3년물, AA-)	국고채 (3년물)	미국 3개월 만기 단기재정증권	미국 10년 만기 국채	독일 10년 만기 국채	일본 10년 만기 국채
2010. 1	5.39	4.27	0.08	3.59	3.20	1.33
2	5.24	4.10	0.13	3.62	3.10	1.31
3	4.89	3.89	0.16	3.83	3.09	1.40
4	4.41	3.61	0.17	3.66	2.97	1.29
5	4.45	3.58	0.17	3.30	2.66	1.26
6	4.77	3.86	0.19	2.93	2.58	1.10
7	4.75	3.80	0.15	2.91	2.67	1.08
8	4.53	3.55	0.14	2.47	2.12	0.97
9	4.26	3.32	0.17	2.52	2.28	0.95
10	4.03	3.25	0.12	2.60	2.52	0.94
11	4.03	3.19	0.17	2.80	2.67	1.19
12	4.27	3.38	0.13	3.29	2.96	1.14
2011. 1	4.75	3.96	0.16	3.38	3.16	1.22
2	4.63	3.84	0.15	3.43	3.17	1.27
3	4.51	3.73	0.10	3.47	3.35	1.27
4	4.56	3.77	0.05	3.29	3.24	1.22
5	4.33	3.59	0.06	3.07	3.02	1.17
6	4.49	3.76	0.02	3.17	3.03	1.15
7	4.54	3.85	0.10	2.80	2.54	1.09
8	4.23	3.49	0.02	2.23	2.22	1.04
9	4.36	3.55	0.02	1.92	1.89	1.04

자료: 한국은행, 국제금융센터. 주: 말일 기준.

9. 금융시장 (환율)

	한국		일본	중국	유로지역
	원/달러	원/100엔	엔/달러	위안/달러	달러/유로
2010. 1	1,156.50	1,287.00	89.86	6.8279	1.3961
2	1,158.40	1,299.31	89.16	6.8278	1.3546
3	1,130.80	1,217.68	92.87	6.8258	1.3426
4	1,115.50	1,186.77	94.00	6.8259	1.3261
5	1,200.20	1,318.54	91.03	6.8300	1.2283
6	1,210.30	1,364.56	88.70	6.7978	1.2190
7	1,187.20	1,369.95	86.66	6.7762	1.3076
8	1,189.10	1,405.97	84.58	6.8029	1.2664
9	1,142.00	1,363.34	83.77	6.6855	1.3625
10	1,126.60	1,390.69	81.01	6.6870	1.3929
11	1,157.30	1,373.41	84.27	6.6605	1.3119
12	1,138.90	1,397.08	81.52	6.6025	1.3290
2011. 1	1,114.30	1,356.59	82.14	6.5821	1.3587
2	1,127.90	1,380.96	81.68	6.5745	1.3737
3	1,107.20	1,331.89	83.13	6.5560	1.4121
4	1,072.30	1,313.77	81.62	6.5017	1.4839
5	1,080.60	1,335.56	80.91	6.4829	1.4341
6	1,078.10	1,335.69	80.72	6.4634	1.4474
7	1,052.60	1,353.22	77.79	6.4424	1.4325
8	1,071.70	1,396.81	76.73	6.3808	1.4437
9	1,179.50	1,536.61	76.76	6.3974	1.3576

자료: 한국은행. 주: 말일 기준.

10. 국제원자재가

	원유 (달러/배럴)		비철금속	농산물	로이터 상품지수	CRB 선물지수
	WTI유	두바이유	동(달러/톤)	소맥(센트/부셸)		
2010. 1	72.68	71.59	6,723.3	474.00	2,276.39	265.59
2	79.66	74.29	7,166.5	506.50	2,274.79	274.77
3	83.43	78.71	7,759.3	450.50	2,317.93	273.34
4	86.15	85.78	7,396.5	491.75	2,307.24	277.71
5	74.18	73.32	6,911.3	457.75	2,297.02	254.80
6	75.77	73.14	6,483.5	464.75	2,309.47	258.52
7	78.53	73.75	7,273.5	661.50	2,599.52	274.35
8	71.80	72.76	7,426.3	652.50	2,713.92	264.19
9	79.95	77.24	8,006.0	674.00	2,734.38	286.86
10	81.39	79.86	8,186.8	717.25	2,917.90	300.67
11	84.82	84.53	8,417.5	650.25	2,958.93	301.41
12	91.40	88.80	9,650.0	794.25	3,174.42	332.80
2011. 1	92.22	94.57	9,767.5	840.75	3,302.28	341.42
2	97.04	107.41	9,879.5	782.50	3,257.11	352.58
3	106.74	109.40	9,413.3	763.25	3,241.84	359.43
4	113.81	118.35	9,296.0	769.25	3,187.01	370.56
5	102.61	109.66	9,202.3	782.25	3,224.81	350.06
6	95.18	106.75	9,414.0	584.75	3,139.74	338.05
7	95.78	111.10	9,811.3	672.50	3,139.93	342.08
8	88.82	109.73	9,257.5	745.25	3,131.19	342.57
9	79.19	100.61	6,998.0	609.25	2,811.36	298.15

자료: 한국은행. 주: 말일 기준.