

11-01 (통권 제 471호)

2011. 1. 4

‘잠재성장률 2%p 제고’를 위한

VIP REPORT



■ 아시아 신흥국 서비스 시장의 성장과 시사점

발행인 : 김 주 현
편집주간 : 한 상 완
편집위원 : 주원, 임상수, 장후석
발행처 : 현대경제연구원
서울시 종로구 연지동 1-7
Tel (02)2072-6238 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 산업전략본부(02-2072-6238)로 연락해 주시기 바랍니다.

목 차

■ 아시아 신흥국 서비스 시장의 성장과 시사점

Executive Summary	i
1. 아시아 신흥국 서비스 시장 성장의 의미	1
2. 아시아 신흥국 서비스 시장의 성장 배경	3
3. 한국 서비스 산업의 국제 경쟁력	7
4. 시사점	16

■ HRI 경제 지표	24
-------------------	----

■ 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.

■ 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.

■ 한국 서비스 산업의 국제 경쟁력

첫째, 한국의 서비스 수출비교우위는 여행업을 제외해도 열세를 벗어나지 못한다.

아시아 신흥국들은 운송, 금융, 사업 서비스 등을 중심으로 서비스 수출 규모가 빠르게 증가하고 있다. 하지만 2004~08년 OCED 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

■ 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.

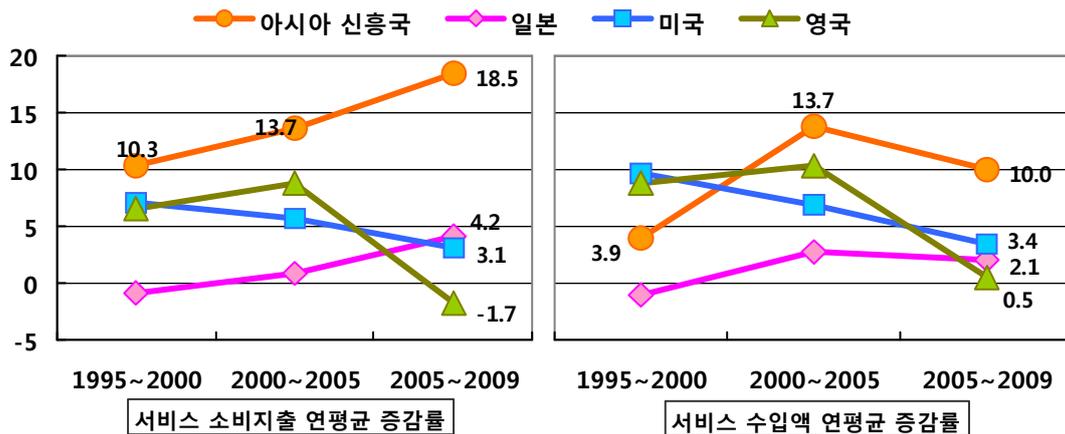
1. 아시아 신흥국 서비스 시장 성장의 의미

○ 서비스 시장의 성장

- 아시아 국가들이 제조업을 중심으로 빠른 경제 성장을 거듭하는 가운데 이들 국가의 서비스 시장 확대에 대한 관심이 역시 커지고 있음
 - 그동안 아시아 국가들은 선진국이 소비하는 제품을 생산하면서 빠른 경제 성장을 이룩해왔음
 - 하지만 경제 규모가 빠르게 성장함에 따라 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

< 아시아 신흥국, 마일·영의 서비스 소비 및 서비스 무역 수입액 연평균 증감률 >

(%)



자료: Euromonitor International, 일본무역진흥기구, UNCTAD.

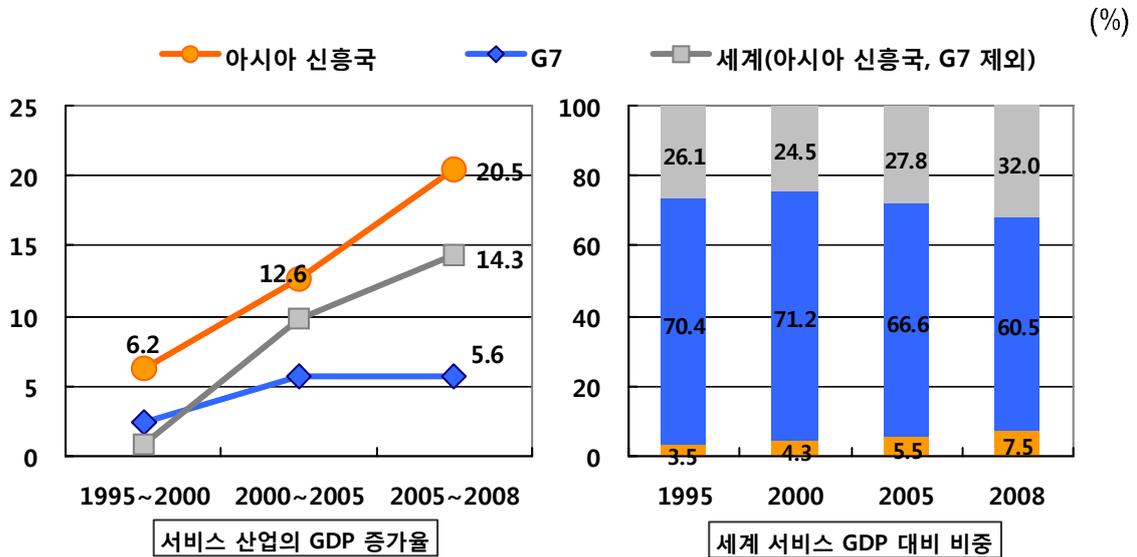
주: 1) 아시아 신흥국에는 중국, 인도, ASEAN 5(인도네시아, 말레이시아, 태국, 베트남, 필리핀)를 포함

2) 서비스 무역 수입액은 서비스 무역 수지에서 지급액을 의미.

아시아 신흥국 서비스 시장의 성장과 시사점

- 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

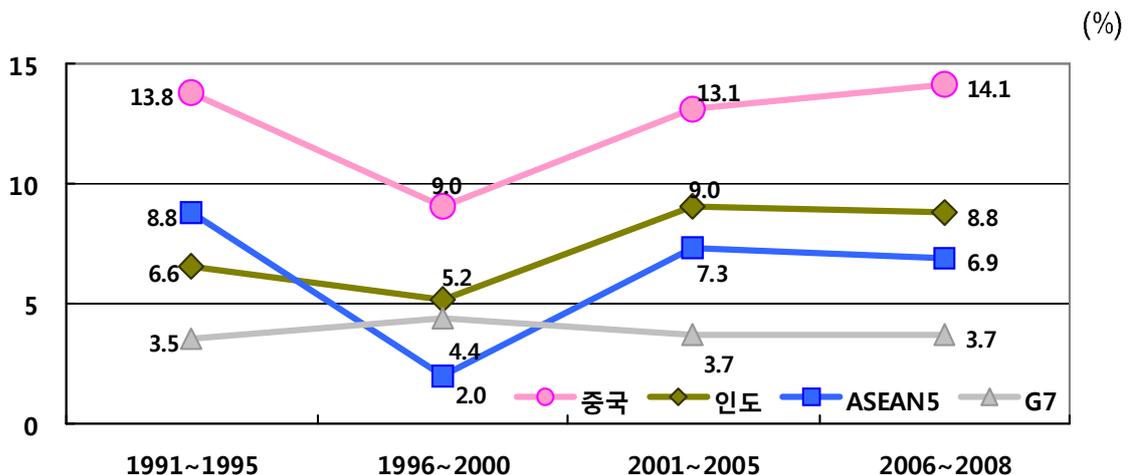
2. 아시아 신흥국 서비스 시장의 성장 배경

(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

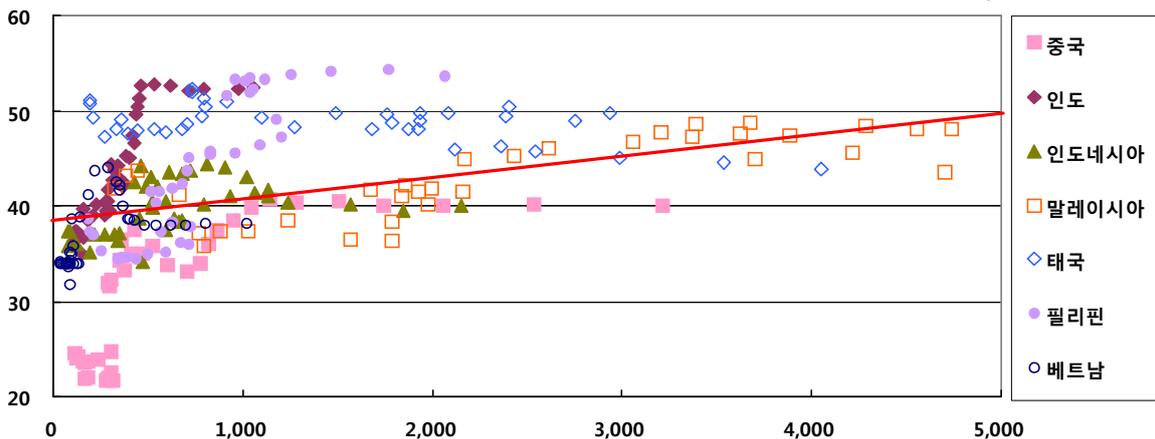
2) ASEAN 5의 수치는 각 국가의 기간별 PPP기준 GNI 연평균 증감률을 단순 평균하여 산출.

○ 소득 수준 향상과 서비스 산업 비중 증가

- 전체 GDP 가운데 서비스 산업이 차지하는 비중은 명목 기준 1인당 GNI와 상관관계를 보임¹⁾
 - 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 나타남²⁾
 - 실제로 UN의 국가별 경제 지표를 통해 세계 212개국의 2008년 명목 기준 1인당 GNI와 서비스 산업 비중의 비교 결과 상관관계를 보이는 것으로 나타남³⁾
- 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.

1) 김현정(한국은행, 2006), Summers(1985), Baumol et al.(1985).
 2) Schettkat, Yocarini(2005).
 3) 전 세계 국가별 GNI와 서비스 산업 비중 그래프는 별첨 참조.

(2) 소득의 질적 제고와 서비스 산업의 성장

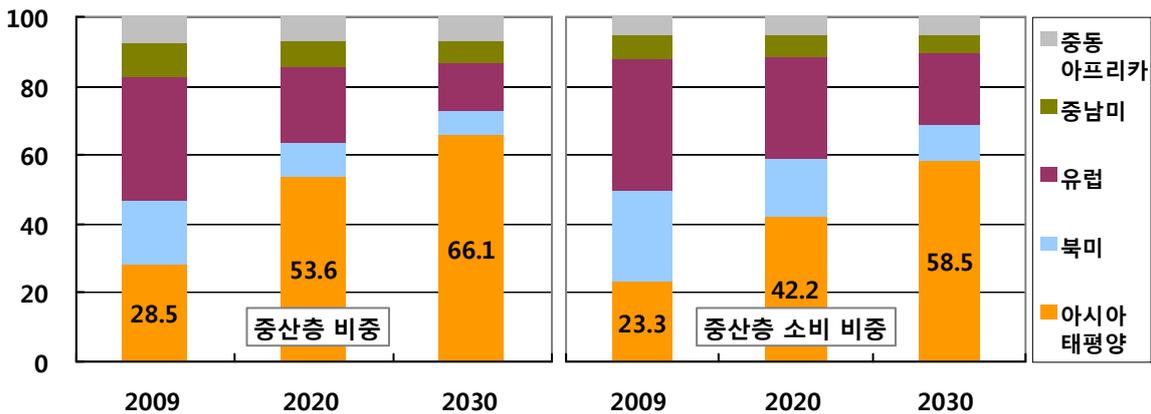
○ 중산층의 증가

- 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 전망⁴⁾
- 이처럼 소비자들의 구매력에 대한 질적 제고와 소비의 확대로 인해 서비스 산업의 성장이 기대되는 상황임

4) IHS, 일본정책투자은행(2010), 중국, 인도, NIEs, ASEAN 5의 중산층 이상 세대를 합산한 수치.

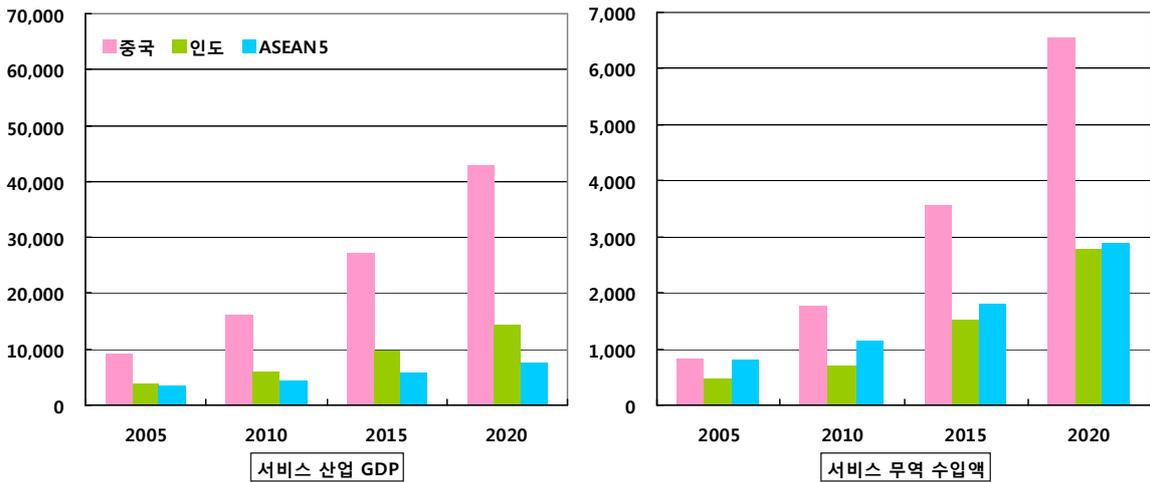
○ 서비스 산업의 성장 전망

- 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

- 이는 아시아 서비스 산업이 성장하는 과정에서 다른 선진국과 서비스 수출 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 현시비교우위지수⁵⁾(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 OECD 국가 내 순위

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

5) 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

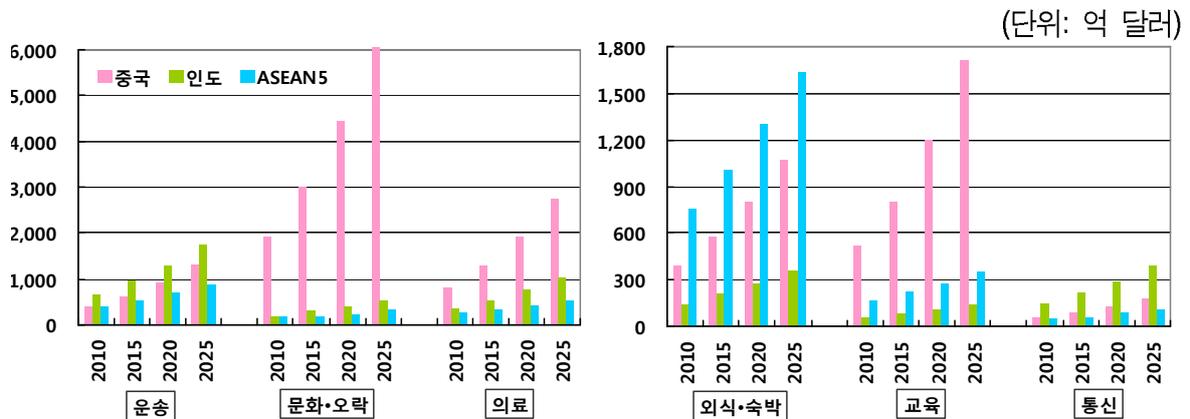
- 아시아 서비스 시장 성장에 대한 대응과 한계를 파악하기 위해서는 서비스 무역의 경쟁력 비교 외에 서비스 산업의 진출 현황 파악도 필요함

- 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 >



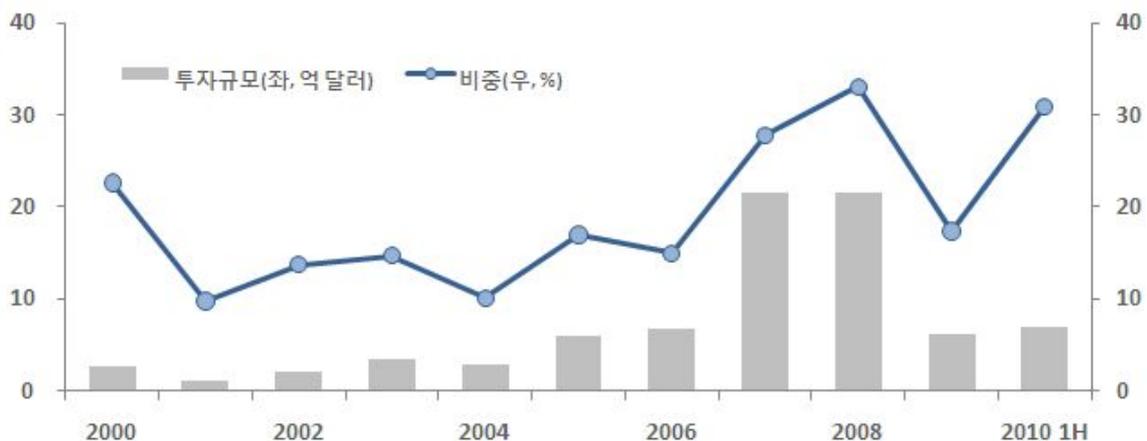
자료: IHS, 일본정책투자은행(2010).
 주: 2005년 달러 기준.

○ 한국의 서비스 시장 진출

- 아시아 신흥국 서비스업에 대한 투자⁶⁾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.

6) 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

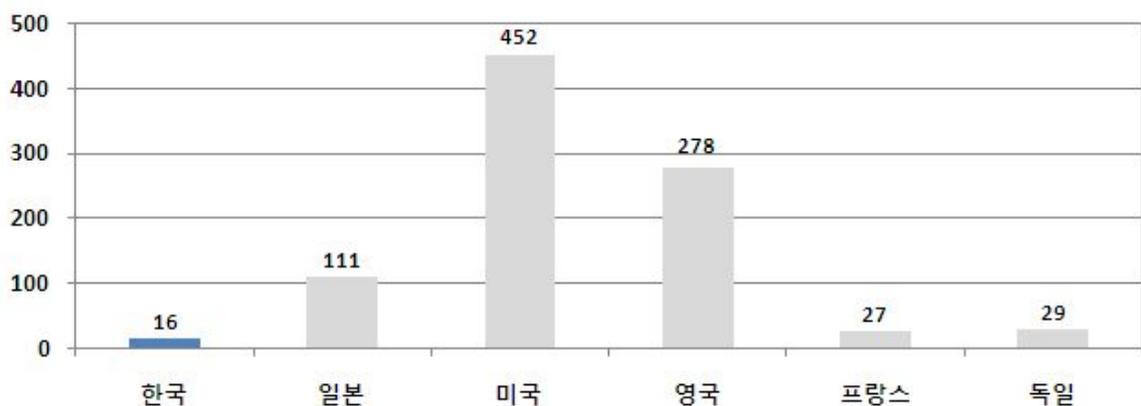
- 2000~2010년 누적 기준 한국의 아시아 신흥국가 서비스 기업에 대한 지분 인수 투자액은 16억 달러임
- 한편 같은 기간 동안 동일한 지역의 서비스 기업에 대한 일본의 M&A 투자액은 111억, 미국의 M&A 투자액은 452억 달러에 달했음
- 지리적, 문화적으로 보다 차이가 나는 유럽 국가들 역시 영국 278억 달러, 프랑스 27억 달러, 독일 29억 달러로 한국보다 많은 투자가 이루어졌음

- 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 불일치⁷⁾

- 투자 상대국의 서비스 시장별 규제나 한국의 산업별 경쟁력 차이 등으로 인해 시장 성장 전망과 투자가 일치하지 않는 경우가 나타남⁸⁾
 - 한국의 아시아 신흥국에 대한 서비스 산업별 투자와 성장 전망이 일치하지 않는 것은 해당 국가의 해외 자본 진출 규제 등이 요인으로 작용할 수 있음⁹⁾
 - 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 상회함¹⁰⁾
 - 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 저성장이 예상되어¹¹⁾ 향후 투자 업종의 변화를 생각해볼 수 있음

- (인도) 아직 한국의 투자가 없는 보건·의료 시장의 빠른 성장이 예상되는 가운데 적극적인 투자를 펼친 교육 시장¹²⁾은 낮은 성장이 전망됨
 - 2010~2015년 사이 보건·의료 시장은 연평균 7%대 중반 성장하여 500억 달러 이상의 시장을 형성할 것으로 전망되고 있음¹³⁾

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

8) 외식·숙박, 문화·오락, 교육, 통신, 의료 산업을 비교.

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

10) 1인당 GDP 증감률은 실질 기준, IMF(2010).

11) 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.

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

13) 같은 기간 인도의 PPP기준 1인당 GDP의 연평균 증감률은 6.7%가 예상되어 상대적으로 보건·의료 서비스 시장의

- 한국은 아직 인도의 보건·의료 서비스 시장에 대한 투자액은 신고된 바 없어¹⁴⁾ 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 투자¹⁵⁾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
- 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

빠른 성장을 기대할 수 있음.

14) 수출입은행.

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

< 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)¹⁶⁾ 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 추세¹⁷⁾에 있음

16) 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 제고가 가능) 「경제시스템의 효율성이 성장잠재력 제고의 원천이다」 (현대경제연구원, 2010. 11. 2).

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

(%)

	한국	미국	일본	독일	프랑스	영국	이탈리아	캐나다 ¹⁸⁾
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 ¹⁹⁾	-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.

○ 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

17) 1995년 대비 2000년 증가율, 2000년 대비 2005년 증가율은 별첨 참조.

18) 캐나다는 2000년 대비 2004년 증가율.

19) 사업 서비스에는 임대 서비스도 포함.

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

(단위: 억 달러)

	한국	미국	일본	독일	프랑스	영국	이탈리아	캐나다 ²⁰⁾
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 ²¹⁾	-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 PPP 기준 달러 환율로 환산하여 산출

2) 각 국가의 서비스 산업별 규모가 한국과 같다고 가정하여 산출.

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

20) 캐나다는 2000~2004년의 평균.

21) 사업 서비스에는 임대 서비스도 포함.

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 있어²²⁾ 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
- 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

22) 「서비스업 노동생산성 정체와 원인」 (현대경제연구원 VIP REPORT, 2010. 6. 16).

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 **HRI**

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

[별첨] 연구 관련 주요 표 및 그림

< 2004~2008년 OECD 국가별 서비스 무역특화지수²³⁾(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.

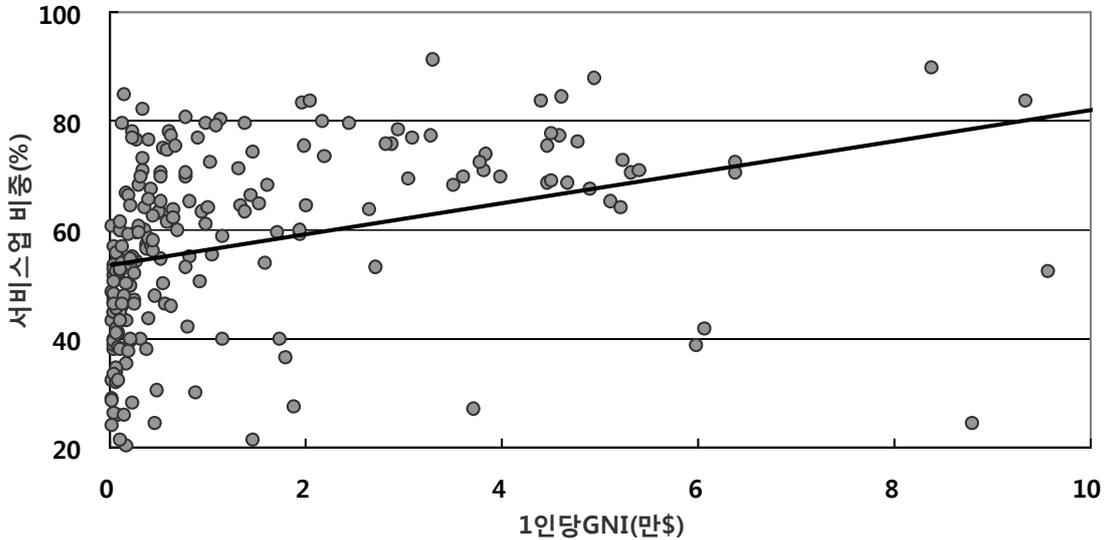
주: 1) 괄호 안은 OECD 국가 내 순위

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.

23) 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.

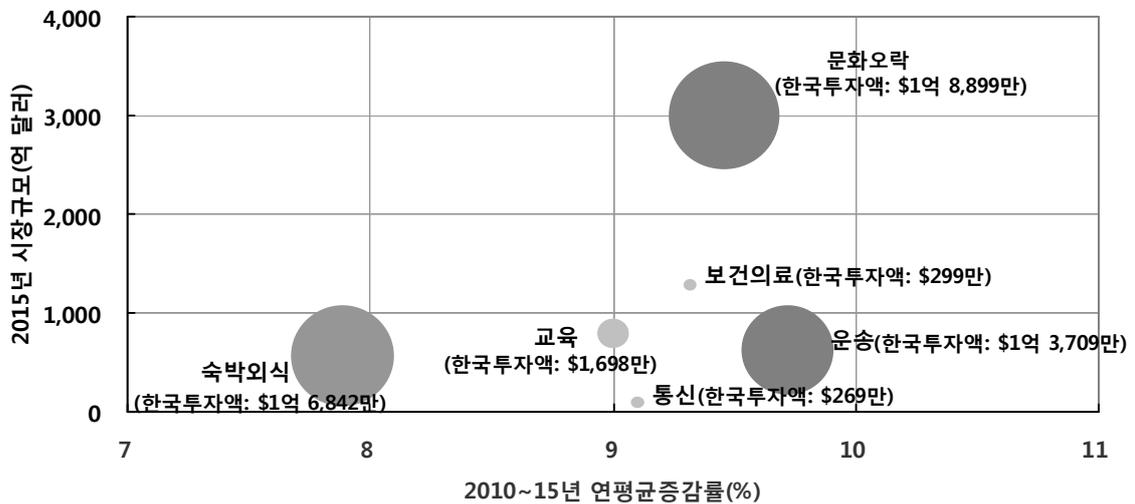
< 2008년 기준 세계 각국별 1인당 GNI 및 GDP 대비 서비스업 비중 >



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 >



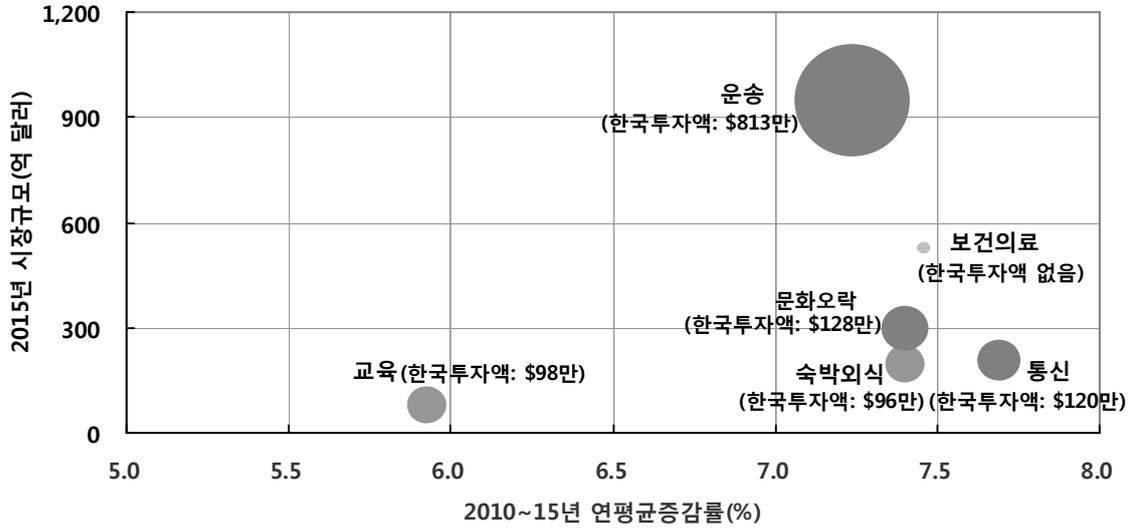
자료: IHS, 일본정책투자은행(2010), 수출입은행 자료를 이용하여 현대경제연구원 재구성.

주: 1) 시장 규모는 2005년 달러 기준, 성장률은 실질 성장률

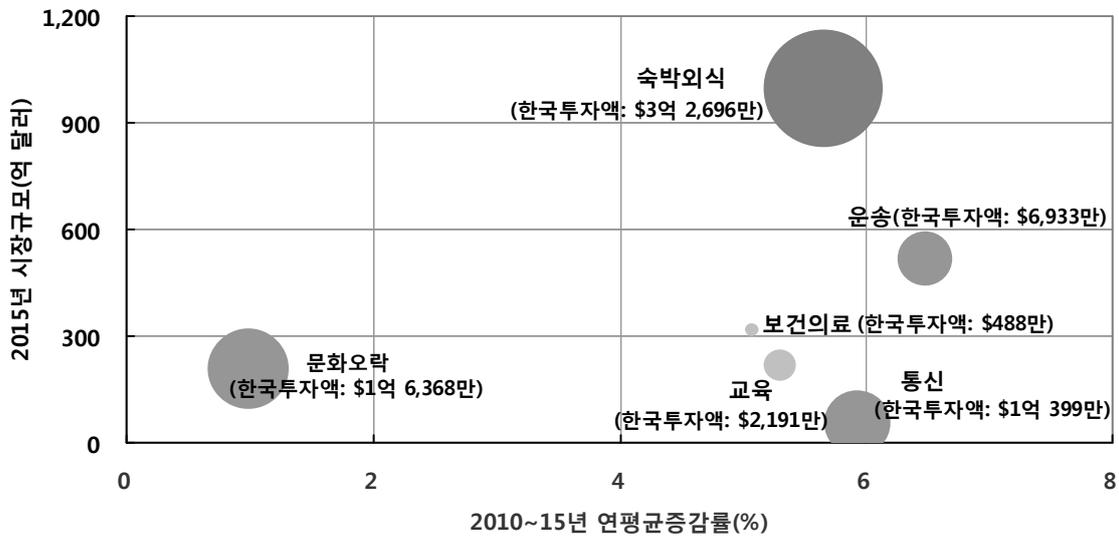
2) 원의 크기는 2005~2010년 상반기 한국의 해당국가 해당 산업에 대한 투자 누적액이며, 해당국가 산업에 대한 한국 투자액의 상대적 비교

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, 골동품 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 관례, 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 >

(단위: %)

	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 經濟 指標

🔗 主要 經濟 指標 推移와 展望

主要 經濟 指標 推移와 展望

구 분	2008	2009 ^P			2010 ^P				2011 ^E		
		3/4	4/4	연간	1/4	2/4	3/4	연간 ^E			
국 민 계 정	경제성장률 (%)	2.3	1.0	6.0	0.2	8.1	7.2	4.4	5.9	4.3	
	민간소비 (%)	1.3	0.7	5.8	0.2	6.3	3.7	3.3	4.2	3.8	
	건설투자 (%)	-2.8	4.4	5.0	4.4	2.3	-2.9	-2.3	0.2	1.5	
	설비투자 (%)	-1.0	-7.0	13.3	-9.1	29.9	30.2	24.3	20.0	8.5	
대 외 거 래	경상수지 (억 \$)	-58	104	106	427	13	103	121	300	197	
	통 관 기 준	무역수지 (억 \$)	-133	102	124	426	30	145	116	400	297
		수출 (억 \$)	4,220	948	1,040	3,635	1,011	1,203	1,173	4,516	5,003
		증감률 (%)	(13.6)	(-17.6)	(11.7)	(-13.9)	(35.8)	(33.1)	(23.7)	(24.2)	(10.8)
		수입 (억 \$)	4,353	848	929	3,231	981	1,058	1,507	4,114	4,707
증감률 (%)	(22.0)	(-31.0)	(1.4)	(-25.8)	(37.4)	(43.0)	(24.5)	(27.3)	(14.4)		
소비자물가 상승률 (%)	4.7	2.0	2.4	2.8	2.7	2.6	2.9	2.9	3.0		
실업률 (%)	3.2	3.6	3.3	3.6	4.7	3.5	3.5	3.8	3.5		
국제유가 (평균, Dubai, \$/배럴)	94	68	75	62	76	78	74	78.8	88.7		
원달러 환율 (평균, 원)	1,103	1,239	1,168	1,276	1,143	1,165	1,184	1,159	1,090		

주: P(Preliminary)는 잠정실적치, E(Expectation)는 전망치.