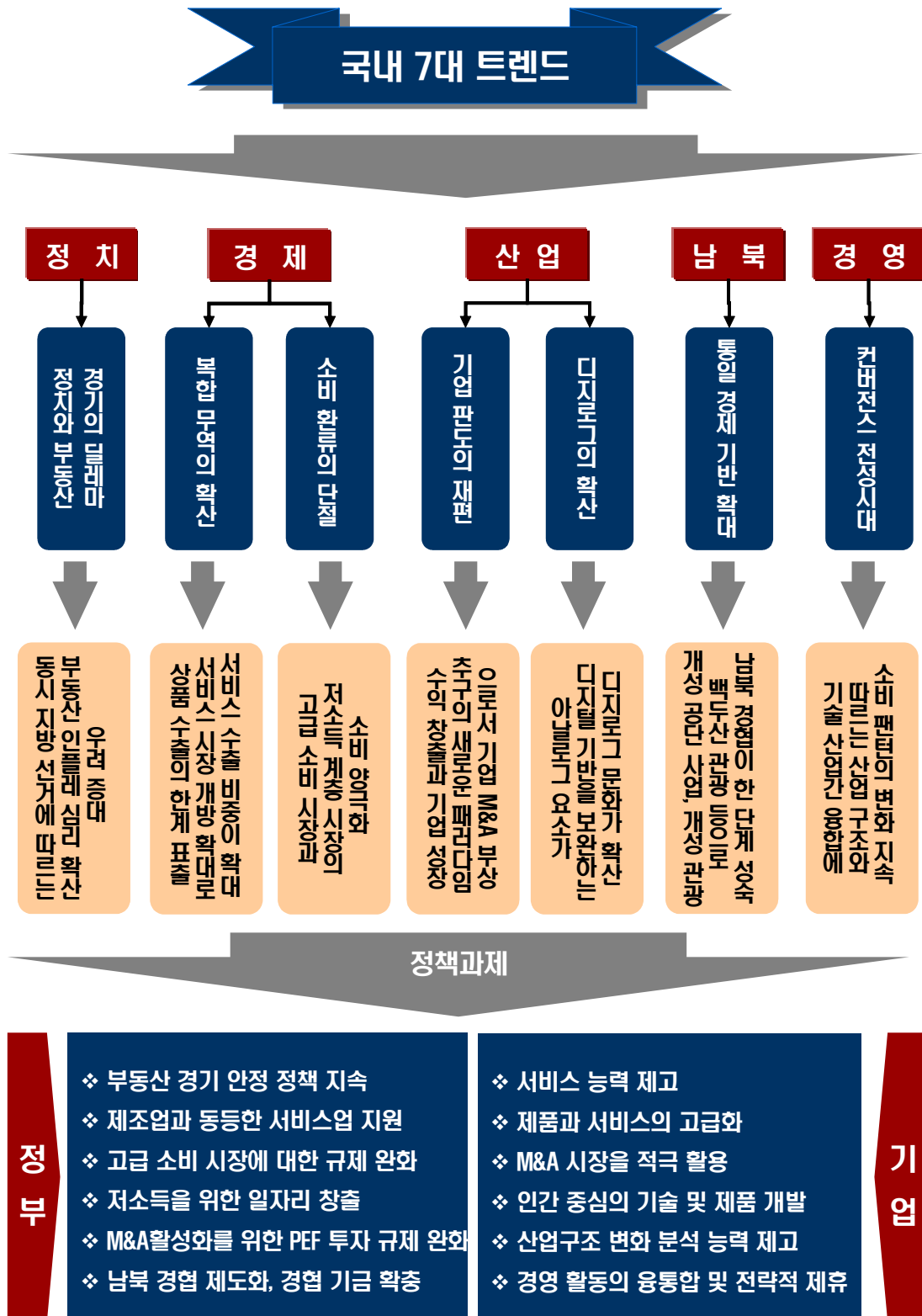


□ 2006년 한국의 변화 물결



## 1. 개요

○ 2006년 정부 정책 방향과 기업 경영에 참고해야 할 국내 정치, 경제, 산업, 남북, 경영의 5대 부문의 7대 트렌드를 선정함

- 정치와 부동산 경기의 딜레마 : 최근 10년 동안의 전국 선거 실시 직전 부동산 시장의 움직임을 살펴볼 때, 2006년 5월 예정된 제4회 동시 지방 선거라는 정치적 요인에 의해 부동산 시장이 불안한 모습을 보일 우려가 존재함. 또한 지속적인 경기 침체로 정치권의 보수와 진보의 이념 대립이 완화되고 융합되면서 경제 정책면에서 실용주의 노선이 강화될 것으로 예상됨. 이에 따라 투자 촉진과 같은 성장 중시 정책이 보다 중시될 전망이다
- 복합 무역의 확산 : 상품 수출의 한계, 서비스 시장 개방 확대 등으로 정부와 기업의 서비스 부문의 경쟁력 제고 및 수출 증대 노력이 예상됨에 따라 상품, 서비스 등이 연계된 선진 무역 구조인 복합 무역이 전개될 전망이다
- 소비 환류의 단절 : 상위 계층의 구매력이 계속 증가할 뿐 아니라 중상위 소득 계층도 자신의 감각에 맞는 제품에 대해서는 지출을 아끼지 않고 있어, 부유층 소비 시장이 크게 확대될 전망이다
- 기업 판도의 재편 : 기업 M&A(인수·합병)가 투자 위험을 줄이면서 수익 창출과 기업 성장을 추구할 수 있는 새로운 패러다임으로 각광을 받을 것임
- 디지로그 (DigiLog)의 확산 : 디지털 제품과 아날로그 인프라, 디지털 기술과 아날로그적 정서가 결합된 디지로그화가 심화되면서, 기업의 새로운 경쟁 요소로 급부상함
- 통일 경제 기반 확대 : 남북경협은 개성공단 사업 본격화, 개성 및 백두산 관광 등으로 한 단계 성숙될 예상임
- 컨버전스 전성시대 : IT 기술의 발전으로 기술과 제품의 컨버전스가 급속히 진행되고 있으며, 이는 산업 구조는 물론 소비자들의 패턴까지 변화시킴

2. 2006년 국내 7대 트렌드

① 정치와 부동산 경기의 딜레마

- 최근 10여 년 동안의 전국선거와 부동산 가격의 상관관계가 높은 것으로 분석되어, 2006년은 5월로 예정된 제4회 동시 지방 선거가 부동산 시장 불안을 유발할 우려가 존재함
- (선거의 부동산 경기 진작 효과) 최근 10년 동안의 부동산 가격 추세를 살펴보면, 대체적으로 대선, 국회의원 선거, 동시 지방선거 등 전국적인 선거 직전 부동산 가격이 상승함
  - 1995년 이후 총 8번의 전국적인 선거중 98년을 제외한 7번의 선거에서, 선거월의 전국 아파트 매매 가격(실질 가격 기준)이 6개월 전보다 상승하였으며 7번의 평균 가격 상승률은 약 2.81%로 나타남
  - 7번의 전국 선거에서 서울 지역 부동산 가격 상승률은 3.60%로 전국 평균 2.81%를 크게 상회함
    - 또한 강북 지역은 2.80%로 전국 평균 수준에 불과하였으나, 강남 지역은 4.05%의 높은 상승률을 나타냄
- (원인) 그린벨트 해제, 재건축 규제 완화, 도시 재개발 사업 등 각종 규제 완화가 선거철에 집중될 것이라는 기대와, 후보자들의 인기영합적 공약 남발로 부동산에 대한 기대 인플레이 심리가 높아졌기 때문으로 판단됨

< 전국 선거 직전 6개월 동안의 아파트 매매 가격 변화 >

(%)

	구분	전국	서울	강북	강남
1회 동시지방선거	95년 6월	0.20	0.10	-0.10	0.20
15대 국회의원선거	96년 4월	1.30	0.50	0.20	0.70
15대 대통령선거	97년 12월	0.18	0.83	1.03	0.64
2회 동시지방선거	98년 6월	-11.82	-15.17	-14.47	-15.55
16대 국회의원선거	2000년 4월	1.96	4.10	2.35	5.13
3회 동시지방선거	2002년 6월	8.79	10.47	8.44	11.61
16대 대통령선거	2002년 12월	6.93	8.35	6.95	9.15
17대 국회의원선거	2004년 4월	0.29	0.86	0.75	0.95
평균 가격 상승률 (2회 동시지방선거 제외)		2.81	3.60	2.80	4.05

자료 : 국민은행.

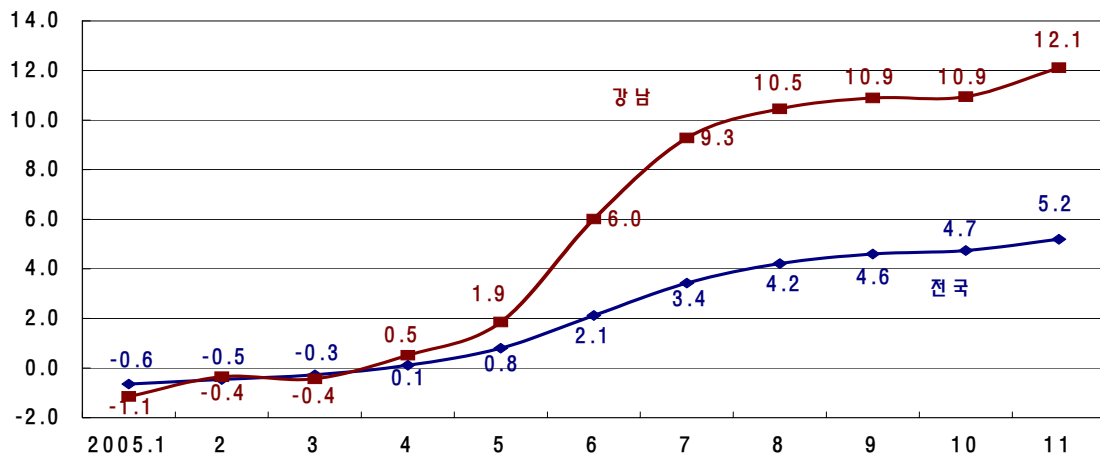
주 : 1) 원지수는 2003.9=100 기준의 실질 데이터이며, 위 수치는 6개월 전 대비 증가율임  
 2) 1995년 1월~2005년 11월까지의 6개월 전 대비 실질 아파트매매가격 상승률은 전국, 서울, 강북, 강남 지역이 각각 2.1%, 2.9%, 1.5%, 3.7%를 기록함. 이는 이 기간 동안 부동산 가격이 대체로 상승 추세에 있었지만 특히 전국 선거 직전 6개월 가격 상승률이 더 높았음을 의미함.

○ (2006년 상반기 부동산 가격 불안 예상) 『8·31 부동산 시장 안정 대책』의 영향으로 주춤했던 부동산 가격이 11월에 들어 다시 상승세를 보이는 가운데, 부동산 시장 규제 완화 조짐 등이 나타나고 있음

- 부동산 가격 상승 조짐 : 강남 지역의 아파트 매매 가격은 8·31 대책 이후 상승세가 주춤하였으나, 11월에 들어 전년동월대비 12.1%의 높은 상승률을 기록함

< 아파트 매매가격지수 증가율 추이 >

(전년동월대비, %)



자료 : 국민은행

- 부동산 시장 규제 완화 조짐 : 최근 건설교통위원회가 도시재정비 촉진을 위한 특별법 제정을 추진하고 있으며, 정부와 여당은 강남 재건축 완화, 기반시설부담금 부과 기준 완화 등을 언급하기도 함

- 한편 지속적인 경기 침체로 정치권의 보수와 진보의 이념 대립이 완화되고 융합되면서 경제 정책면에서 실용주의 노선이 강화될 것으로 예상됨. 이에 따라 투자 촉진과 같은 성장 중시 정책이 보다 중시될 전망이다

○ (대응 방안) 부동산 안정에 대한 정부 정책의 일관된 기초를 유지하여, 2006년 상반기의 지방 선거 실시에 따르는 민간의 부동산 인플레이 심리를 불식시켜야 할 것임

- 이를 위해서는 8·31 대책의 조속한 국회 통과, 국지적 부동산 시장 규제 완화의 지양, 생산적 자금화를 위한 주식 시장의 안정성 유지 등의 다각적인 대응책이 필요함

- 다만 8·31 시장 안정 대책이 건설 경기를 위축시키는 부작용을 야기하고 있는 점을 감안하여, 정부의 신도시 개발, 주택 공급 확대, 민자를 활용한 SOC 투자 등의 인프라 투자 계획이 차질 없이 추진되어야 할 것임

② 복합 무역의 확산

- 상품 수출의 한계, 서비스 시장 개방 확대 등으로 정부와 기업의 서비스 부문의 경쟁력 제고 및 수출 증대 노력이 예상됨에 따라 상품, 서비스, 인력 등이 연계된 선진 무역 구조인 복합 무역이 전개될 전망이다
- (무역 6,000억 달러 시대 도래) 국내 경제의 규모가 커지고 개방화, 글로벌화가 진전되면서 2005년 우리나라의 무역액은 5,000억 달러, 2006년에는 6,000억 달러를 돌파할 것으로 예상
  - 2004년 홍콩의 무역액이 5,386억 달러(세계 11위)였던 점을 감안할 때 2005년 우리나라의 무역액 5,370억 달러는 세계 12위권으로 평가됨

< 국내 교역액 추이 >

	2000	2001	2002	2003	2004	2005 (E)	2006 (E)
수출(억 달러)	1,723	1,504	1,625	1,938	2,538	2,800	3,070
수입(억 달러)	1,605	1,411	1,521	1,788	2,245	2,570	2,950
교역액(억 달러)	3,327	2,915	3,146	3,726	4,783	5,370	6,019

자료 : 한국무역협회.

주 : 2005년 및 2006년 전망치는 본 연구원 전망이다.

- (대내외 무역 환경 변화) 상품 교역 조건이 지속적으로 악화되는 가운데, 서비스 시장 개방이 확대되고 있으나 취약한 경쟁력으로 서비스 부문의 무역 역조가 심화되고 있음
  - 상품 수출의 한계 : 교역 조건 악화에 따르는 수익성 악화, 글로벌 경쟁 심화, 중국 제조업의 성장 등으로 상품 수출이 한계에 직면함
  - 서비스 수지 적자 확대 : DDA, FTA 등으로 관광, 교육, 의료 등 서비스 시장 개방이 확대되고 있어 서비스 교역 증가율이 상품 부문을 넘어서고 있지만, 취약한 경쟁력으로 서비스 수지 적자폭은 지속적으로 확대됨

< 순상품교역조건 및 서비스 교역 추이 >

	2000	2001	2002	2003	2004	2005 1~9
순상품교역조건 (2000년=100)	100	95.5	95	89	85.3	79.7
서비스 교역액 (억 달러)	639.2	619.8	649.7	733.4	918.1	764.9
서비스 수지 (억 달러)	-28.5	-38.7	-82.0	-74.2	-80.5	-105.9

자료 : 한국은행.

○ (복합 무역 활성화) 전 세계적으로 서비스 무역 비중이 높아지고 있는 가운데, 우리나라도 한류(韓流)의 확산, 정부의 서비스 무역 지원 정책 등으로 상품과 서비스가 결합된 '복합 무역'이 활성화될 것으로 기대

- 세계 서비스 무역 비중 확대 : 전 세계적으로 서비스 수출이 상품 수출 증가세를 상회하고 있어 향후 세계 무역은 상품과 서비스 무역이 균형을 이루면서 상호 보완적으로 성장하는 복합 무역의 시대로 진입할 것임

< 전 세계 상품 및 서비스 수출 증가율 >

	1980~1990	1990~2003
상품 수출 (연평균 증가율, %)	5.4	6.1
서비스 수출 (연평균 증가율, %)	8.0	6.4

자료 : 산업자원부, '서비스수출 증대대책', 2004. 6. 25.

- 한류(韓流) 확산 : 우리나라의 경우에도 '윤사마 열풍'과 같은 한류 문화의 확산에 따르는 상품화에서 보듯이 서비스 수출의 중요성과 가능성을 확인

- 정부의 서비스 무역 지원 : 최근 정부는 법적·제도적 기반 구축, 수출 보험 및 무역 금융 지원 강화 등과 같은 서비스 무역 지원 정책을 추진중임 (산업자원부, '서비스수출 확대 방안 수립', 2005. 11.)

○ (시사점과 과제) 한국 경제의 높은 교역의존도, 서비스 시장 개방 확대 등을 고려할 때, 서비스 부문의 경쟁력 제고와 수출 확대를 위한 적극적인 지원 정책이 필요함

- 무엇보다도 상품과 서비스가 연계된 복합 무역 전략을 성공시키기 위해서는, 재화, 서비스, 인력까지 모든 것이 무역의 수단이 될 수 있다는 인식의 전환이 필요함

- 특히 우리나라가 강점을 가지고 있는 영화와 같은 문화콘텐츠 산업, 한류 관련 관광 서비스 부문에 대한 지원 정책의 체계화 및 일원화를 통해 정책의 효율성을 높여야 할 것임

③ 소비 환류의 단절

- 상위 계층의 구매력의 증가, 가치 중심의 소비문화 확산 등으로 고급 소비 시장이 확대되고 있는 반면, 저소득 계층이 주로 이용하는 소비 시장의 부진이 지속되는 소비 환류의 단절 현상이 나타날 것으로 판단됨
- (소비 환류의 단절) 내수 회복세가 미약하고 생활필수품 시장도 여전히 부진하지만, 명품 등 고급 사치재 시장은 최근 2~3년간 호황세가 강화됨
  - 2003년 이후 소비 부진에도 불구하고 최근까지 백화점 명품과 가정용품 매출 증가율 격차가 10%p 이상 유지되는 등 소비 고급화 현상이 뚜렷함

< 유통시장 매출 양극화 추이 >

	2003 하반기	2004년		2005년	
		상반기	하반기	상반기	7-10월
도소매 판매 지수	-1.9	-0.7	-1.4	0.1	3.4
백화점 명품 (A)	-2.3	-1.9	4.9	2.8	12.1
백화점 가정용품 (B)	-15.2	-14.7	-5.9	1.0	-0.6
A-B (%p)	12.9	12.8	10.8	1.8	12.7

자료 : 산업자원부, 통계청  
 주 : 전년 동기대비 증가율.

- 부자 마케팅 확대 : 최근 대기업과 금융기관들은 최상위 부유층, 또는 잠재적 부유층 내지 중상위 계층을 겨냥한 상품 판매 전략을 강화하고 있음 (2005년 10월 11~15일 사이의 주요 일간지)
  - 최근 대기업들은 대형 세단과 홈시어터 등 프리미엄 제품 생산을 늘리고 슈퍼 부유층 고객의 DB를 교환하는 등 부유층을 겨냥한 판매 전략을 강화
  - 은행 등 금융기관도 최상위 고객(5~10% 이내)을 대상으로 하는 PB 시장 쟁탈전을 벌이고 있으며, 후발 금융기관들은 잠재적 최상위층과 중상위층 고객을 포함시켜 부자를 세분화하는 마케팅을 전개하고 있음
- (고급 소비 시장 확대의 원인) 상위 계층의 소득 증가, 가치 중심의 소비 문화 확산 등이 원인임

- 상위 계층의 소득 증가 : 성과 중심적 보수 체계의 도입과 자산價 상승으로 상위 계층 소득이 빠르게 증가
  - 임금 및 고용의 양극화 : 주주 중심주의 및 스톡옵션제 도입과 같은 성과주의 보수체계 도입 등으로 상장 대기업 일부 임원의 연봉이 크게 증가
  - 자산 가격 급등 : 강남 등 일부 지역의 부동산 가격 급등, 주가 및 금리 상승 등으로 상대적으로 자산이 많은 상위 계층의 자산 소득 증가
  
- 소비 고급화 : 상위 고객의 구매력이 급증하고, 중위 고객의 소비도 부분적으로 고급화되면서 소비가 양극화되고 있음
  - 주가 및 부동산 가격 상승 등으로 고소득층의 구매력이 크게 확대
  - 또한 최근에는 중위 계층의 소비자들도 평상시의 생필품 소비는 최대한 절약하는 반면, 자신의 감성적 만족을 위해서는 고급 소비를 주저하지 않는 가치 소비 현상이 뚜렷함(Trading Up-Trading Down 현상)
  
- (대응 방안) 고가품에 대한 규제를 완화하여 고소득 계층의 구매력이 해외 소비로 유출되지 않도록 해야 하며, 동시에 저소득층에 대해서도 지원을 확대하여 사회 내 위화감이 조성되지 않도록 세심한 주의가 필요함
  - 고가 제품에 대한 규제 완화 : 부유층 및 중상위 계층의 늘어나는 구매력이 해외로 이탈되지 않도록 교육, 의료 등의 서비스 규제를 완화
    - 부자들이 당당히 소비할 수 있는 환경을 조성하되 세금탈루는 엄격히 차단
  
  - 저소득층 지원 확대 : 서민층이 소외되어 사회 결속력 저하 및 자원 배분의 왜곡 우려가 존재하기 때문에, 신용 불량자 구제 확대, 생필품과 음식료에 대한 품질·안전 관리 강화, 저가 제품의 유통구조 개선 등의 지원책이 필요함
  
  - 한편 기업의 입장에서는 좁은 범위의 부유층 네트워크에 집중하여 친근감을 강화하는 전략을 수립해야 하며, 이들 부유층의 감성에 맞는 새로운 상품 개발에 역점을 두어야 함



④ 기업 판도의 재편

- 기업 M&A (인수·합병)가 투자 위험을 줄이면서 수익 창출과 기업 성장을 추구할 수 있는 새로운 패러다임으로 각광을 받고 있음
- 2003년 이후 M&A가 동종 업체를 중심으로 다시 활성화되고 있으며, 시장 지배력 확대와 신사업 진출 수단으로 부각됨
  - 현황 : M&A 건수는 2003년 576건(13.7조 원)에서 2004년에 691건(16.2조 원)으로 증가하였으며, 2005년 10월 22일 현재 427건에 이르고 있음
  - 특징 : 최근 M&A는 동종 업체간에 활발히 이루어지고 있어, 과거의 부실기업 떠안기 혹은 몸집 부풀리기에서 시장 지배력 확대와 신사업 진출의 수단으로 정착하고 있음
  - 배경 : M&A가 저위험 고수익의 수단으로 평가받고 있는 가운데, 외환위기 이후 기업들의 자금력 또한 충분한 상황이기 때문으로 판단됨
    - 기존 사업의 수익성 확충이 한계에 부딪치고 있는 상황이고 신사업의 투자 위험이 부담이 되는 기업들에게, 기술력을 보유한 유망기업의 인수·합병은 고수익을 창출하고 투자 위험을 낮출 수 있는 대안으로 평가받음
    - 외환위기 이후 많은 기업들이 실적 및 재무구조 개선에 성공하면서 풍부한 유동성을 보유하고 있다는 점도 M&A 확대의 가능성을 높임

< 국내 기업의 M&A 건수와 액수 추이 >

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
건수	703	644	602	576	691	427
액수 (조 원)	30.7	13.5	15.3	13.7	16.2	-

자료 : 공정거래위원회, 한국경제신문.

주 : 건수와 금액은 공정거래위원회에 신고된 국내기업간 M&A와 외국기업의 국내기업 M&A를 포함하며, 외국기업간 M&A는 제외. 단, 2005년은 10월 22일 까지 실적이며 한국경제신문 2005년 11월 15일자 기사 인용.

- 12월 결산 상장회사 보유의 현금 및 현금등가물은 2000년 6월 9.9조 원(각사당 평균 97.5억 원)에서 2005년 9월 23.1조원(1사당 평균 441억 원)으로 두 배 이상 증가(금융사, 보고서 미제출사, 결산기 변경사 제외)  
 · 현금등가물이란 취득당시 만기 3개월 이내에 도래하는 채권, 취득당시 상환일까지의 기간이 3개월 이내인 상환우선주, 3개월 이내의 환매조건인 환매채를 의미(이상 한국상장회사협의회).

- (전망) 2006년에는 많은 기업들이 외환위기 이후의 구조조정을 마치고 M&A 시장에 공급될 예정이어서, M&A가 크게 활성화될 것으로 보임
  - 주요 대상 기업 : 시가 총액이 1조 원이 넘고 경영 정상화를 이루고 있는 건실한 기업들이 M&A의 대상으로 주목받고 있음
    - 금융 기관 : 외환은행, 대우증권, LG카드
    - 건설 회사 : 현대건설, 대우건설, 쌍용건설
    - 기타 : 하이닉스, 대한통운, 대우조선해양, 대우인터내셔널 등
  - M&A의 활성화 : 대우건설 인수에 국내외의 총 40여 개 업체가 관심을 표명하고 있고, 대한통운 인수에 앞서 일부 기업들이 해당 주식을 대량 매입하는 등 M&A 활성화 조짐이 나타남
    - 대우건설 : 국내외 대형 건설사뿐만 아니라 군인공제회, 지방행정공제회, JP모건, 모건스탠리 등 국내외 투자자들이 인수에 관심을 표명하고 있음
    - 대한통운 : 이미 STX (System Technology eXcellence)가 지분 21.3%를 확보하고 있는 가운데, 금호아시아나 그룹이 대한통운 주식을 대량 매수하여 지분율을 14.7%까지 증가시켜 놓고 있어 두 기업간 경쟁이 치열해짐
    - 한편 신한금융지주, 하나금융지주, 우리금융지주 등이 외환은행, LG카드에 대한 인수에 높은 관심을 표명함
- (대응 방안) 구조조정 과정을 거쳐 건전성을 확보한 국내 우량 기업들이 외국계 투기 자금이 인수되지 않도록 M&A 관련 법안을 정비해야 함
  - 투자자의 다변화 유도 : 전략적 투자자뿐만 아니라 부동 자금을 생산적으로 활용할 수 있도록 국내 사모투자펀드 (PEF : Private Equity Fund) 등 재무적 투자자의 참여를 활성화해야 함
    - PEF 최소 지출 금액 하향, 투자 의무 비율 완화 등의 규제 개선이 필요함
  - 외국 자본의 적대적 M&A 방어 : 차등 의결권이나 이익 반환법 등 미국, 유럽에서 시행되고 있는 反 적대적 M&A 제도의 도입을 적극 검토해야 함
    - 차등 의결권 : 의결권이 보통주보다 차등적으로 많은 특별주를 도입하는 것을 의미
    - 이익 반환법 : 적대적 M&A 선언 이후 주가 상승으로 인한 지분 매각 차익을 M&A 대상 회사에 귀속시키는 것

⑤ 디지로그 (DigiLog)의 확산

- 아날로그와 디지털이 융합하는 디지로그 현상이 심화되면서 기업의 새로운 경쟁 요소로 급부상함
- (디지로그의 의미) 디지털 (Digital)과 아날로그 (Analog)의 합성어로 디지털 제품과 아날로그 기반, 디지털 기술과 아날로그적 정서가 결합한 제품과 서비스가 늘어나는 현상을 의미함

- 디지로그 부상의 배경 : 디지털화로 인해 증대된 편익이 사회 전반에 고르게 확산되기 위해서는 아날로그 기반이 전제가 되어야 함

- 디지털 사회라고 해서 아날로그적 사고와 형태들이 사라질 수는 없으며, 디지털 사회가 제대로 구성되고 운영되기 위해서는 아날로그적 형태들도 보다 풍부해지고 성숙해야 함

- 전자 상거래가 제대로 확산되고 정착되기 위해서는 물류라는 아날로그적인 기반이 과학적이고 체계적으로 발전해야 함
- 결국 쇼핑몰 업체들이 물류비용 증가로 어려움을 겪고 있고, 물류비용을 소비자 가격에 전가시킨다면 디지털의 발전은 아무런 의미가 없음

- 최근에는 디지털 기술과 소비자들의 '인간적인 정감'이 결합한 새로운 제품들이 개발됨

- 상품 개발 사례 : 최근의 디지로그 상품 개발 사례로는 수동 기능 장착 디지털 카메라, 붐박스 모양의 MP3, 펜 태블릿과 펜 마우스 등이 있음 (한국 경제신문 2005 5. 30 인용)

- 수동 기능 장착 디지털 카메라 : 애플의 디지털 카메라 'R-D1'은 디지로그 상품의 대표적 예로 들 수 있음
  - 아날로그 장치 내장 : 디지털 센서는 내장되어 있지만 사진을 찍을 때마다 필름 와인더를 감도록 설계되어 있음
  - 가격은 디지털 제품 이상 : 이 제품의 가격은 순수 디지털 제품보다 비싼 360만 원대임
- 붐박스 모양 MP3 : 애플의 'FG100'은 유명 일간지인 빌트의 인터넷 판에서 '베스트 MP3 플레이어'로 선정됨
  - 특징 : 세련미를 강조하고 있는 최신 제품보다 디자인은 투박하지만 추억을 자극하는 따뜻함이 있음

- 펜 태블릿과 펜 마우스 : 종이와 연필을 사용하는 것처럼 태블릿(판) 위에 전자 펜으로 그림, 문자 등을 입력함으로써 딱딱한 디지털 필체에서 벗어나 '나의 서체'를 전달하려는 아날로그의 감성을 활용한 제품으로 전문가가 아닌 일반 보급형 제품으로 인기가 있음
  - 펜 태블릿 : 와콤의 '그라피아어' 시리즈와 미니 팬태블릿 '펜파트너' 등
  - 펜 마우스 : 와우테크의 '와우펜', 펜지의 '펜지' 등
  - MSN의 잉크 대화 기능 : MSN 메신저 7.0에도 디지로그가 반영된 '잉크 대화' 기능이 추가되었으며, 이는 키보드 대신 자신의 필체로 글이나 그림을 완성할 수 있는 새로운 대화 기능임

○ (시사점) 한국은 일본, 중국, 영국 등의 국가들처럼 0(맞다)과 1(아니다)로 구성되는 디지털 패러다임과는 달리 아날로그 패러다임이 존재하기 때문에 융합문화로서의 강점을 살려야 할 것임 (이어령, 한국공학한림원 창립 10주년 리셉션 초청 강연, 2005. 10. 31)

- 한국의 디지로그 : 한국은 언어 뿐 아니라 여러 생활과 문화에서 디지로그가 발견되고 있음
  - 언어 : 호프집에서 '맥주 한 병, 두 병'이 아닌 '한두서너 병 갖다 주세요'라고 주문해도 웨이터가 알아듣고, 서랍으로 양쪽으로 움직인다는 뜻인 '빼달아'는 중국, 일본 등에서는 '끌어당기는 뜻'으로만 사용
  - 한류 문화 : 디지털과 아날로그가 결합된 디지로그 코드가 한류에도 존재했기 때문에 한류문화가 아시아에서 붐을 일으키고 있음

○ (디지로그 시대의 성공 전략) 디지로그 시대에는 문화의 변화를 빨리 감지하고 인간 중심의 기술을 개발하는 기업만이 살아남을 수 있음

- 문화 변화를 읽어라 : 향후 세계 상품 시장에서는 문화 변화를 누가 빨리 읽어내고 이를 상품 개발에 연결시키느냐가 주요 경쟁 전략이 될 것임
- 인간 중심의 기술을 개발하라 : 디지로그 시대에는 인간 중심의 기술 개발이 중요한 코드로 작용할 전망이므로, 공학 기술은 디지털 기술만으로는 해결할 수 없는 인간이 만지고 느낄 수 있는 기술 개발에 힘써야 할 것임

⑥ 통일 경제 기반 확대

- 2006년 남북경협은 개성공단 사업의 본격화, 개성 및 백두산 관광 등으로 한 단계 더 성숙될 전망이나, 북핵 문제, 경협 자원 부족이 제약 요인으로 지적됨
- (남북경협 두 자릿수 시대 개막) 상업적 거래 증가와 남북 관계 회복에 따른 지원성 물자 증가로 2005년 남북경협은 11억 달러 내외가 기대
  - 상업적 거래의 급증세 : 개성공단 개발 및 금강산 관광 사업의 확대에 따른 관련 교역의 증가로 상업적 거래가 65.0%의 높은 증가율을 시현
    - 개성공단 및 금강산 사업과 관련한 반출이 전체 반출의 34.2%를 차지했으며, 이로 인해 상업적 반출은 전년 동기 대비 123.4%나 증가
    - 금강산 관광객도 10월말까지 전년 대비 20%나 늘어난 연 30만 명 시대 도래
  - 지원성 물자 증가 : 비상업적 거래의 비중이 1~10월중 전년 동기의 37.7%에서 35.6%로 감소했으나 여전히 높은 수준을 기록
    - 특히 2005년 1~10월까지 쌀과 비료를 비롯한 대북 지원이 52.1%나 증가
  - 남북 경협 급신장 : 2005년 1~10월말 현재, 중 남북 교역은 전년 동기간의 5억 4,800만 달러보다 59.7%나 늘어난 8억 7,560만 달러를 기록
  - 제도화 진전 : 남북장관급회담과 남북경협추진위원회에서의 12개항 합의와 후속 실무회담 개최, 9개 경협합의서 발효 등으로 투자의 불안정성이 개선

< 거래 유형별 남북 경협 추이 >

(단위 : 100만 달러)

	상업적 거래				비상업적 거래	합계
	일반교역	위탁교역	경제협력	소계		
1995	230.4	45.9	0	276.3	11.0	287.3
2000	110.5	129.2	33.6	273.3	151.8	425.1
2002	171.8	171.2	25.0	367.9	273.8	641.7
2004	171.8	176.0	88.7	436.5	260.5	697.0
2005.1~10	165.0	172.5	226.0	563.6	312.1	875.6
(증가율)	20.9%	19.1%	276.2%	65.0%	51.0%	59.7%

주 : 1) 상업적 거래의 경제협력은 개성공단사업, 금강산관광사업, 기타 경협사업을 의미하고, 비상업적 거래는 정부·민간 지원과 사회·문화 협력사업, 경수로 건설과 KEDO 중유 제공 등을 포함함  
 2) 증가율은 전년 동기 대비임.

- (전망) 경협 인프라 개선과 개성공단 사업의 본격화 등으로 확대될 전망이나, 경제 외적 불안 요인 등은 본격 확대의 걸림돌로 작용
  - 경협 여건 개선 : 인프라 확충과 법적·제도적 측면의 개선, 남북 관계의 회복 등으로 남북 경협이 한 단계 성숙할 수 있는 여건이 조성됨
    - 전력과 통신, 경의선 도로·철도 연결 등의 SOC 확충과 함께, 남북경협추진위원회에서의 남북경협 사무소 개설과 통행·통관 절차 개선 등에 합의
  - 경협 사업 본격화 : 개성공단의 본격 가동과 관광 지구의 확대 등으로 상업적 거래가 더욱 확대될 것으로 예상됨
    - 개성공단 시범단지의 본격 가동과 1차 분단지의 공장 건설을 비롯, 금강산 및 개성·백두산으로의 관광 확대, 금강산 이산가족 면회소 건설 등이 기대
  - 북핵 합의 이행이 관건 : 6자 공동성명 채택에도 불구하고, 북미간의 근본적인 입장차와 불신 존재로 단기간 내에 해결되기 어려워, 본격적인 경협 활성화에 제약 요인으로 작용할 것임
    - 다만 북핵 문제의 가시적인 성과가 도출될 경우에는 에너지·물류·통신망 등의 SOC 부문을 비롯하여, 경공업과 농림수산업, 지하자원 개발 부문에서 대규모 경협이 이루어질 수도 있을 것으로 기대됨
- (과제) 경제 외적 불안 요인의 해소는 물론, 기합의 사항의 성실한 이행과 경협의 제도화 진전, 남북경협기금 확충 등이 요구됨
  - 북핵 합의 이행 : 민족공조와 국제공조의 조화 속에, 단계적·동시 이행 원칙을 통한 북미간의 불신 해소와 신뢰 형성에 외교적 역량을 집중해야 함
  - 전략물자 반출 규정의 신축적 운영 : 개성공단 개발 사업의 취지와 중요성, 반출 물자 관리의 투명성 확보 방안 제시 등을 통해 교육용 및 산업용에 한해서는 허용될 수 있도록 주변국을 설득
  - 안정적인 인력 공급과 노무관리 : 북측 인력의 고용 확대와 수요 증대에 대비하여 안정적인 인력 공급 계획(산·학·연 합동체제의 가칭 '통일경제 아카데미' 개설)과 협력적 노사 문화 정착 방안을 강구
  - 경협 재원 확충 : 중장기 대북 지원 프로그램 마련과 시중 부동 자금의 '북한 개발자금화' 및 '통일기금화'를 위한 국민적 합의 도출 방안을 모색

⑦ 컨버전스 전성시대

- IT 기술의 발전으로 기술과 제품의 컨버전스가 급속히 진행되고 있으며, 이는 산업 구조는 물론 소비자들의 패턴까지 변화시키고 있어, 이에 대응하기 위한 기업들의 경영 컨버전스 전략이 요구됨
- (컨버전스 시대의 도래) 인터넷의 도입으로 컴퓨터·통신·방송·매체간의 컨버전스가 시작되었으며, 압축·전송·광대역 기술이 발전하면서 융합화를 촉진시키고 있음
  - 미디어 중심 하에 변화하는 소비자의 수요는 다양성, 맞춤형, 이동성을 기반으로 다중적 이용(multi-use)에 대한 편익을 추구하고 있음
  - 결국, 서비스 분류와 사업자 분류 등, IT 기업들을 규제했던 법 제도들이 완화되면서 본격적인 컨버전스 시대를 맞이하고 있음
- (의의) 이제 컨버전스는 지식정보화시대의 키워드로서 신사업 창출을 추구하는 기업뿐만 아니라 산업 경쟁구도를 재편하는 혁명으로 평가받음
  - IT에서 비롯된 컨버전스는 기술이나 제품뿐만 아니라 기업 경영활동에 이르기 까지 폭넓게 적용되고 있음
  - 따라서, 컨버전스는 새로운 사업, 새로운 문화를 창조시키는 이 시대의 중요한 키워드로 자리 잡고 있음
- (컨버전스의 유형) 컨버전스란 유·무형의 기술, 제품, 경영활동이 융합·통합되는 것을 의미함
  - 기술 컨버전스 : 유·무형의 기술들이 융합·통합되는 것으로 IT 기술들의 융

- 합과 타 산업 기술들의 융합으로 나누어 볼 수 있음
- 타 산업간의 기술 융합으로는 생체정보처리(IT+BT), 메카트로닉스(IT+기계), 생체 친화성 재료기술(IT+재료) 등이 있음
  - IT 기술의 융합은 반도체·통신·방송·가전 등이 하나의 제품으로 융합되는 디지털 컨버전스로 휴대폰에 게임, 방송이 융합된 것이 대표적인 예임
- **제품 컨버전스** : 제품과 제품, 제품과 서비스, 서비스와 서비스가 융합되는 것을 말함
- 제품과 제품의 융합은 휴대폰과 카메라, 에어컨과 공기청정기와 같이 기존에 각각의 기능을 하던 제품들이 하나의 제품으로 통합되는 경우임
  - 제품과 서비스의 융합은 자동차와 할부금융, 제품 판매와 사후관리 서비스 등이 하나의 패키지로 구성되어 판매되는 것을 말함
  - 서비스와 서비스의 융합은 금융업계의 은행과 보험이 융합한 방카슈랑스나, 인터넷과 방송이 융합된 인터넷 방송이 좋은 예임
- **경영 컨버전스** : 기업의 내·외부 경영활동들을 융합하여 경영효율성을 증진시키는 것으로 프로슈머, 편경영, e-learning 등이 대표적인 예임
- 프로슈머(Prosumer)란 생산자(Producer)와 소비자(Consumer)가 통합된 개념으로 고객이 상품개발의 주체가 되어 신제품을 개발하는 것을 말함
  - 편(Fun)경영은 웃음과 재미를 통해 기업의 조직문화를 긍정적이고 창조적으로 전환시키는 것으로 감성과 경영의 융합에서 비롯되었음
  - e-learning은 인터넷을 이용한 교육시스템으로 과거 오프라인 행해지던 기업교육과 인터넷을 융합한 경우임
- 이중, 가장 큰 영향력을 발휘하는 것은 IT 기술들의 융·통합인 디지털 컨버전스로 근래 이슈가 되는 유비쿼터스 사회가 이를 기반으로 함
- 제품·경영의 컨버전스는 기업의 매출 상승에 직접적인 영향을 미치지만, 디지털 컨버전스는 기업·산업을 넘어 사회 전반을 변화시키고 있음



- 특히, 통신서비스의 가치사슬 확대에 따라 경계영역에 인접한 기존 서비스들의 매력이 증가하고 있어, 지속적인 신시장 개발이 가능함
  - DMB(Digital Multimedia Broadcasting), 모바일 banking서비스, 텔레매틱스, 홈 네트워킹 등이 컨버전스의 대표적인 신시장임
  
- (기업의 대응 전략) 컨버전스의 등장은 소비자의 생활변화, 산업구조의 변화를 거치면서 기업들로 하여금 컨버전스에 대응하기 위한 새로운 핵심 역량을 요구하고 있음
  - 경영 컨버전스를 성공시키기 위해서는 첫째, 소비자 주도하에 이루어지는 산업구조의 변화에 대한 철저한 분석능력이 필요함
    - 통신과 방송, 인터넷 등 엄격하게 구분되어 있던 산업구조가 컨버전스 상품들로 인해 통합되고 있는 상황임
    - 이는 경쟁 범위가 특정 산업에서 소비자의 욕구차원으로 변화한다는 것으로, 향후 전개될 시장구조에 대한 철저한 분석능력이 필요함을 의미함
  
  - 둘째, 제품개발, 마케팅, 인사 등 분리·운영되어온 경영활동들을 통합·융합시킬 수 있는 전략적 사고가 필요함
    - 경영 컨버전스의 효익은 제품뿐만 아니라 각각의 경영활동을 결합해 효율성을 극대화시키는 것임
    - 따라서, 기존의 형식적인 사고 틀을 과감히 깨트릴 수 있는 창의적이고 전략적인 사고가 필요함
  
  - 셋째, 기술·제품의 결합·융합을 위해 외부와의 전략적 제휴가 필요
    - 특정 기업이 결합·융합에 필요한 아이디어, 노하우, 기술들을 모두 소유하는 것은 사실상 어려움이 있음
    - 따라서, 필요한 능력을 외부와 협력하여 조달하는 전략적 제휴가 경영 컨버전스 실현의 필수요소임

### 3. 시사점 및 대응 방안

- (시사점) 2006년 예상되는 국내 7대 트렌드는 정부와 기업 모두에게 위협 요인이자 기회 요인으로 작용할 것임
  - 위협 요인 : 동시지방선거에 따르는 부동산 시장 불안, 시장 개방에 의한 서비스 산업의 타격, 부유층 소비 시장 확대에 따르는 사회 내 위화감 조성 등이 위협 요인으로 작용할 전망이다
  - 기회 요인 : 고부가가치 서비스 수출 확대, 부유층 소비 시장의 성장, M&A 시장의 활성화, 새로운 경쟁 코드로써의 디지로그 등장, 남북 경협이 성숙, 컨버전스 시대의 도래와 같은 기회 요인 또한 존재함
- 정부 정책 과제
  - 부동산 안정 정책의 유지, 제조업과 동등한 서비스 산업 지원, 고가품에 대한 규제 완화, 저소득층에 대한 일자리 창출 등의 정책이 필요함
  - 한편 북한과의 경제 협력 문제에 대해서는 기합의 사항의 성실한 이행과 경협의 제도화 진전, 남북경협기금 확충 등이 요구됨
  - 구조조정 과정을 거쳐 건전성을 확보한 국내 우량 기업들이 외국계 투기 자금에 인수되지 않도록 PEF의 활성화, 적대적 M&A 방지를 위한 법제 마련 등의 정책이 필요함
- 기업의 대응 방안
  - 기업은 위험을 줄이면서 수익 창출과 기업 성장을 추구할 수 있는 새로운 패러다임으로 각광을 받고 있는 M&A 시장을 적극적으로 활용해야 할 것임
  - 또한 소비의 고급화, 디지로그 시대의 도래라는 사회·문화의 트렌드 변화에 빨리 적응하여, 생산 제품과 서비스의 고급화에 주력하고 인간 중심의 기술 개발에 주력해야 함
  - 특히 각 부분의 컨버전스 현상에 기업들이 성공적으로 대응하기 위해서는 소비자 중심의 산업 구조 변화에 분석 능력제고, 경영 활동의 융·통합, 기술·제품의 결합·융합을 위한 전략적 제휴 등이 필요함

주 원 연구위원 (3669-4030, juwon@hri.co.kr)