

정책보고서 부문
(대학(원)생)

장려상 : 세계미래포럼이사장상

2020 도쿄올림픽과 한국경제의 관계

- 도쿄올림픽 개최와 일본경제의 변화 속에서 한국의 -
새로운 도약 방안 모색

영남대학교 경제금융학과 3학년 박준성

[요약]

일본정부는 최근 적극적인 경기활성화정책을 통해 저성장의 흐름에서 벗어나기 위해 노력하고 있으며, 그 새로운 시작을 알리는 곳으로 하계올림픽을 선택하고 2020 도쿄올림픽을 통해 다시금 경제도약의 기회로 삼기를 원하고 있다. 한국 역시 수출 증가율 감소, 수요의 부족에 따른 생산저하 등의 발생으로 저성장에 대한 우려가 나오고 있다. 이러한 상황에서 볼 때, 올림픽 개최와 경제흐름의 변화에 따라 발생하는 일본의 새로운 수요 형성 및 시장의 출현은, 한국경제에 있어 수요증대에 따른 생산증가 및 경제적 이익과 함께, 일본과의 경제협력을 통해 중장기적으로 국부창출과 함께 한국경제의 미래를 책임질 수 있는 신 성장산업의 경쟁력 확보에 도움이 될 수 있다. 이러한 시장진출을 위해서는 일본의 협조라는 전제가 필요하다. 일본 역시 경제부문에서의 한국과의 협력이 필요한 상황이다. 시장 내에서 한국은 지리적 위치, 제조업 경쟁력 등의 이점을 가지고 있지만, 가격경쟁력 열세와 상대적으로 높은 물가라는 약점을 가지고 있다. 이러한 요소들을 바탕으로, 한국의 올림픽 시장 활용방안은 첫째, 올림픽 관련 시장 진출을 통해 일본시장에 진출하는 것이다. 올림픽 개최에 따라 일본에서는 올림픽 관련 수요가 발생하고 있으며, 도쿄올림픽을 기점으로 미래 신산업 역시 속도를 낼 것으로 보이며 이에 따른 새로운 수요가 발생할 것으로 예상된다. 이러한 관점에서 한국기업들이 올림픽 관련 시장에 진출한다면, 수요확보에 따른 국내생산의 증가효과를 가져 올 수 있으며, 중장기적으로 일본기업과의 전략적 협력을 통해 국내 기업 특히 중소기업의 국제경쟁력 상승에 기여 할 수 있을 것으로 보인다. 두 번째는 일본취업연계사업이다. 기술 인력에 대한 일본의 수요가 증가하고 있다는데 착안하여, K-Move 사업과의 연계를 통한 국내 인력의 일본취업 활성화 프로그램을 통해 국내 유희노동력 감소 및 경제적 효과를 추구하며, 중장기적으로 국내인력의 직무 경험 및 경쟁력 강화에 도움이 될 것이다. 마지막으로 양국 간의 지리적 이점과 교통시설 등의 국내 기존시설을 활용하여, 일본 방문 관광객 및 경유 관광객들을 대상으로 하는 관광활성화 전략을 통해 외국 관광객들의 국내 방문 확대를 추구한다. 이러한 올림픽 활용방안은 수요부족 완화와 생산증가를 통해 국내경제에 긍정적인 영향을 미칠 수 있으며, 장기적으로도 국내기업의 경쟁력 확보와 미래 성장산업이 자리 잡는데 중요한 역할을 할 수 있을 것으로 기대 할 수 있다.

I 서론

1. 연구배경 및 목적

정보통신 기술의 급속한 발달과 문화적 세계인들의 공감대와 동질감을 형성시키는 문화적 특성을 지닌 세계화의 진행에 힘입어 국제적인 스포츠 행사에 대한 관심도가 높아지면서, 그에 따라 이러한 새로운 스포츠 트렌드를 활용하여 마케팅 전략을 펼치며 이윤을 창출하는 방식 역시 일부 국가 및 다국적 기업들을 중심으로 널리 퍼지고 있다. 그중에서도 하계 올림픽은 단일 스포츠 행사로는 가장 큰 규모와 참여집단을 가지고 있으며, 다양한 경기종목 및 일반 시민들의 높은 관심도를 통해 비교적 넓은 범위의 잠재적 소비층의 분포한다는 점과 단일 스포츠 행사로서는 가장 큰 규모에 따른 추진과정에서 발생하는 기존 대비 비교적 큰 규모의 수요와 관련 시장이 형성되게 된다.

<표 1> 평창 동계 올림픽 개최의 경제적 효과

			경제적 효과
총 경제적 효과			64조 9,000억 원
	직접적 효과(올림픽 관련 직접적 투자 및 소비효과)		21조 1000억 원
	(투자효과)		(16조 4000억 원)
	(소비지출 효과)		(4조 7000억 원)
	간접적 효과(올림픽 개최 이후 10년 동안의 효과)		43조 8,000억 원
	(세계적 관광지 부상에 따른 추가 관광의 효과)		(32조 2000억 원)
	(국가 이미지 제고 효과)		(11조 6000억 원)

자료: 현대경제연구원, 평창 동계 올림픽 개최의 경제적 효과 2011.07.08
외국인 관광객 39만 명 입국추정(소비지출규모 2390억 원)

<표 1>에서 알 수 있듯이, 현대사회 속에 불고 있는 세계화 흐름 속에서 국제스포츠 행사는 세계인들의 스포츠 화합의 장 역할과 함께 국가적인 자본 및 인적자원의 투입과 관광객 유입을 촉발하는 요인으로 작용할 수 있으며, 올림픽과 같은 국제적 인지도를 갖춘 범세계적 스포츠 행사는 그 자체만으로도 국가 내의 거시경제 전반에 걸쳐 큰 영향을 줄 수 있는 기폭제로 작용 할 수 있다. 이러한 올림픽 효과 트렌드에

맞추어 각 국 정부는 서로 경쟁적으로 올림픽 유치에 나서고 있으며, 국내에서도 역시 2018 평창 동계올림픽 유치에 이어 최근 부산 시와 인천시가 2028년 하계올림픽 유치를 목표로 제시하고 있다. 이러한 상황에서 우리와 지리적, 문화적으로 비교적 가까운 국가인 일본에서 개최 될 예정인 2020 하계올림픽은 우리에게 많은 점을 시사한다. 2020 도쿄 하계올림픽은 일본의 국제적 브랜드 상승과 외국인 관광객의 유입의 일시적 감소 가능성 등의 요인으로 국내경제에 단기적인 손실을 끼칠 수 있지만, 일본과 한국의 근접성을 고려해 볼 때 이번 도쿄 올림픽은 일본뿐만이 아닌 한국에도 있어서도 중장기에 걸친 파급효과를 불러 올 수 있으며, 이를 잘 활용하다면 1970년대 1차 오일쇼크로 인한 어려움 속에서 이를 역으로 이용한 중동특수를 통해 위기를 극복하고 나아가 “1977년 수출100억 달러 달성”이라는 경제성장의 기회로 삼았던 경험과 같이 저성장의 흐름 속에 있는 한국경제에 긍정적인 효과로 작용 할 수 있을 것이다. 이러한 요소들을 파악하기 위해, 본 연구는 본고에서 제시되는 2020 하계올림픽과 관련한 정책적 요소를 포함한 방안들에 대한 구체화 및 그에 대한 타당성과 현실성에 대한 전망과 의견을 제시 및 분석하는 것을 목적으로 한다.

2. 연구범위 및 구성

올림픽을 활용한 잠재적 수요창출과 미래기회분석을 주 내용으로 하는 만큼, 본 연구에서는 2020 하계도쿄올림픽과 관련하여 한국기업 및 기관이 어떤 방식으로 직간접적으로 참여하며 이를 활용 할 수 있을지에 대해 중점을 두고 있다. 따라서 예상되는 주요 요소 및 자료를 바탕으로, 미래에 발생할 잠재적인 경제적 기회와 시장의 트렌드를 분석 및 구체화하는 정책제안을 주 내용으로 한다. 국내 국적을 가진 국민들이 일본 내에서 소비활동을 하는 것은 국부창출 및 국내경기 회복과 연계되기 어렵다는 점과, 외식 통신 등의 부문에서 우리 기업들의 국내 소비자 대상 올림픽 관련 마케팅은 오래기간동안 꾸준히 행해져 왔다는 점을 고려하여 이 두 가지 요소는 연구대상에 포함되지 않도록 하였다. 위 보고서는 현재시점인 16년도를 기준으로 3년 미만의 시점을 단기, 그 이후 시점은 중기 및 장기로 설정하였으며, 그에 따라 이 보고서에는 중장기적으로 국내 거시경제에 영향을 미칠 수 있는 요소와 함께 단기적 성격이 존재하는 시장 내 영향 역시 포함되어 있음을 미리 밝히는 바이다.

본 연구의 구성은 다음과 같이 정리된다.

I 장에서의 서론 이후, II 장에서는 2020 도쿄 올림픽과 일본경제의 변화에 대해 알아보고 그에 대한 분석을 통해 한국이 나아가야 할 방향을 설정하며, 시장 내에서의 한국의 경쟁력에 대해서 알아보는 것을 주 내용으로 한다. 이어서 III 장에서는 올림픽 개최와 일본의 변화에 대해서 한국이 어떠한 방식으로 시장에 참여해야 하며, 국부창출을 통한 경제성장을 위해서는 어떠한 모습으로 이러한 흐름에 대처해야 하는가에 대해 고민하며 시장 참여방안 및 한·일의 새로운 협력가능성에 대해서 탐구하도록 한다. 최종적으로 IV 장에서는 본 보고서의 내용을 요약 및 제시하도록 한다.

II 2020 하계올림픽의 특징과 기회요인 분석

1. 2020 하계올림픽의 특징 및 방향

가. 도쿄올림픽과 일본경제의 미래

일본정부가 2020 올림픽 유치를 통해 이루고자 하는 경제적 효과는 다음과 같이 정리 해 볼 수 있다.

<표 2> 일본정부가 추구하는 올림픽 효과

1. 올림픽 개최를 통한 국가브랜드 향상과 이를 통한 부가가치 창출
: 한국, 중국 등 후발주자들의 기술력 강화 및 시장 내 비중 증가에 따른 국가 인지도 및 브랜드
우위 확보 → 자국의 수출확대 연계
2. 올림픽을 통한 자국의 첨단산업의 성과 및 기술력 홍보
: 차세대 도시교통 시스템, 신재생 에너지, 생활형 로봇 등 자국기업이 개발한 첨단기술의 실제적
용, 세계 최초 실용화를 통한 기술 과시 및 이들 기술이 국제표준으로 인정 받기 위한 사전준
비성격 → 미래 첨단산업 관련 시장선점 효과
3. 경기장, 공항과 같은 경기시설 및 SOC정비 및 기타 부문 지출증가를 통한 경제적 수요창출 및
국내 내수 증진효과

4. 외국인 관광객 유치

: 일본 내에서 진행되고 있는 관광관련 규제 완화 및 혜택부여와 병행하여 국제행사 개최를 통한 관광객 유입 및 자국의 관광산업 성장을 촉진시키기 위한 목적

5. 올림픽 분위기를 통한 일본 국내시장의 소비촉진과 이를 통한 경기부양 효과

6. 국제적 인지도를 지닌 스포츠 행사의 성공적인 개최를 통해 2011년 후쿠시마 원전사고 이후 악화된 자국의 환경적 이미지를 개선하고 이에 대한 우려를 불식시킴으로써, 자국산 농수산물 수출확대와 외국인 관광객 유입 증가를 위한 홍보

* 자료: 2. KOTRA 후쿠오카 무역관(15. 4. 14), 나머지 자체제작

일본정부는 2013년 제125차 국제올림픽위원회(IOC) 총회에서 최종적으로 올림픽 유치를 확정지으면서 이번 올림픽 행사를 통해 일본의 국가브랜드 상승과 자국의 첨단산업 홍보 및 관광산업 성장의 기회로 보고 이를 연계시킴으로써, 궁극적으로 일본 경제에 활력소 역할로 작용하는 것을 기대하고 있다. 아베총리 역시 13년 9월 8일에 있었던 IOC(국제올림픽위원회) 총회 이후, “2020년 도쿄 올림픽을 기폭제로 삼아 15년간 지속된 디플레이션을 불식시키겠다.”¹⁾ 고 밝힌 바 있다. 이미 일본의 대표적인 연구기관인 미쓰비시 종합연구소는 도쿄 올림픽을 통해 “일본 내에서 약 69만 명의 고용과 약 5조7000억 엔의 조 부가가치(생산에서 비용을 빼는 것을 의미) 발생할 것이며 예상경제파급효과 규모는 2020년까지 약 11조 엔 규모로 예상”된다고 비교적 낙관적인 견해를 밝힌 바 있으며²⁾, 일본 내에서도 여러 지자체를 중심으로 올림픽을 통한 경기활성화와 지역경제로의 파급효과에 대한 기대감을 나타내고 있다. 이러한 정부기관 및 학계의 움직임은 급격한 통화 공급확대정책과 대폭적인 규제완화 및 내수 증진, 미래 첨단산업 육성 등을 중점으로 하는 “아베노믹스”로 대표되는 현 정부의 경제정책이 최근 내수 부진 현상과 재정건전성 우려에 따른 어려움에 부딪치면서, 올림픽이라는 대외변수를 통해 자국의 관광산업 활성화와 일본 내 소비촉진, 국가 브랜드 상승과 같은 경제적 동반효과를 통해 일본 국내 경기회복 및 자국의 미래 국가경제도약의 기회로 모색하고 있다는 것을 알 수 있게 한다. 일본정부는 15년 상반기에 2020 올림픽 기간 동안 활용될 경기장과 시내에 설치될 첨단시스템의 실용화 연구에 참여

1) “아베 수상 “올림픽 개최, 경제 성장에 기폭제” 일본 교도통신 2013. 9. 8

2) “도쿄올림픽 개최 경제효과는 11조 엔” KOTRA 해외시장뉴스 2014. 5. 1 (자료 원: 미쓰비시종합연구소)

할 기업을 모집하여, 총리가 의장으로 있는 “종합과학기술 이노베이션 회의”를 통해 총 9개 분과에 걸친 첨단기술추진계획을 제시하겠다고 발표한 바 있다. 이러한 모습은 일본정부가 이번 올림픽을 자국의 첨단기술 실용화를 통한 기술력 홍보의 기회로 삼아 새롭게 형성되고 있는 신산업 시장에서의 영향력 확대와 시장 인지도 상승의 계기로 보고 있다는 것을 나타내고 있다. 이러한 관점에서 올림픽 개최를 자국경제의 새로운 동력의 시작점으로 활용 할 수 있다고 보는 일본정부는 국가수반인 총리가 직접 리우 올림픽 폐막식에 참석하여 홍보에 나서며, 재정우려에도 불구하고 중앙정부를 중심으로 전폭적인 행사 지원을 약속함으로써 올림픽에 대한 국가적 의지를 드러내고 있다.

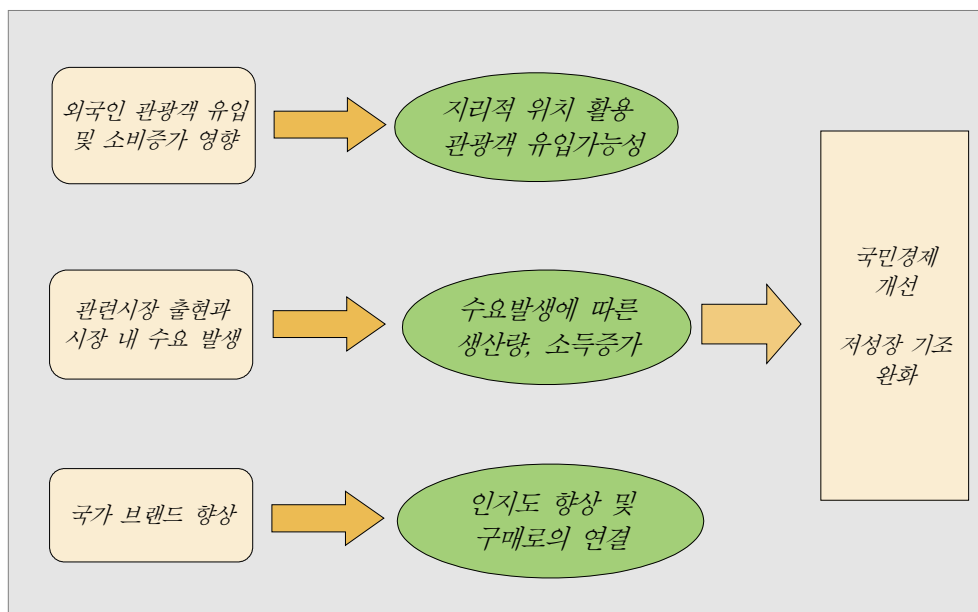
나. 올림픽 활용전략의 필요성과 기대효과

하계올림픽은 국제적으로 인정받는 주요 스포츠 행사인 만큼, 행사개최까지의 과정 속에서 막대한 정부 자원 투입과 대규모 조달·수요시장 형성을 필요로 하는 경향을 가지고 있다. 국가적 전략의 필요성에 대해서는 다음과 같이 정리 할 수 있다.

첫째, 새로운 시장 확보와 수요창출을 통한 국민경제의 성장을 추구할 수 있다는 점이다. 최근 세계경제의 흐름의 불확실성과 주요 국가들의 경기부진으로 인한 저성장 기조가 지속 될 것으로 예상되면서, 이러한 흐름은 대외의존도의 비중이 경쟁국 대비 높은 비율로 차지하고 있는 국내경제에 중장기적으로 악영향으로 작용 할 것을 우려하는 목소리가 높아지고 있다. 주요 경제권인 미국 및 중국, 유럽을 중심으로 한 주요 국가들의 확대재정지출을 통한 케인스주의 방식의 수요창출 정책에 힘입어 비교적 빠른 시간 내에 국내경기의 위기를 극복한 2010년과 달리, 잇따른 악재와 재정적 한계 속에서 각국이 긴축정책 위주전략과 보호무역주의를 통해 진입장벽을 높이면서, 한국경제는 뚜렷한 탈출구가 없는 상태에서 장기적인 전략을 구상해야 한다는 과제를 떠맡게 되었다. 유사한 산업구조를 갖추고 있는 중국·일본에 대비 상대적으로 적은 규모의 내수시장을 형성하고 있는 한국경제에 있어, 해외의 시장과 시장 내 수요는 국내 경기 활성화를 위해 필요로 하는 요소들이라는 것을 알 수 있다. 이러한 관점에서 볼 때, 2020 하계 도쿄올림픽은 진행과정에서 기존보다 큰 시장 형성과 시장 내 잠재적 수요를 창출하며, 이는 지리적·경제적으로 가까운 관계를 가지고 있는 한국경제에 단기적인 파급효과와 함께 중장기적으로 새로운 시장 확보와 국가경쟁력 향상의 기회를 가져올 수 있을 것으로 예상된다. 이러한 일본 내 새로운 소비시장의

출현은 대일무역 적자 흐름 완화와 함께 세계시장확보와 수요 감소로 인한 어려움을 겪고 있는 국내경제에 대한 긍정적인 효과를 제공해 줄 것으로 기대 할 수 있을 것이다. 또한 올림픽 개최에 따라 일본을 방문하는 외국인 관광객의 수가 증가한다면, 이는 일본과의 지리적 이점을 지니고 있는 국내 관광산업에도 새로운 성장의 기회로 작용 할 수 있을 것이다. 이렇듯 이번 2020 하계올림픽은 그동안 수요부진으로 어려움을 겪던 한국경제에 큰 기회를 제공하며, 나아가 전 세계인들의 이목이 집중된 올림픽 행사를 통해 장기적으로 한국의 브랜드 향상과 미래의 국익창출에 도움이 될 수 있을 것으로 기대 할 수 있다.

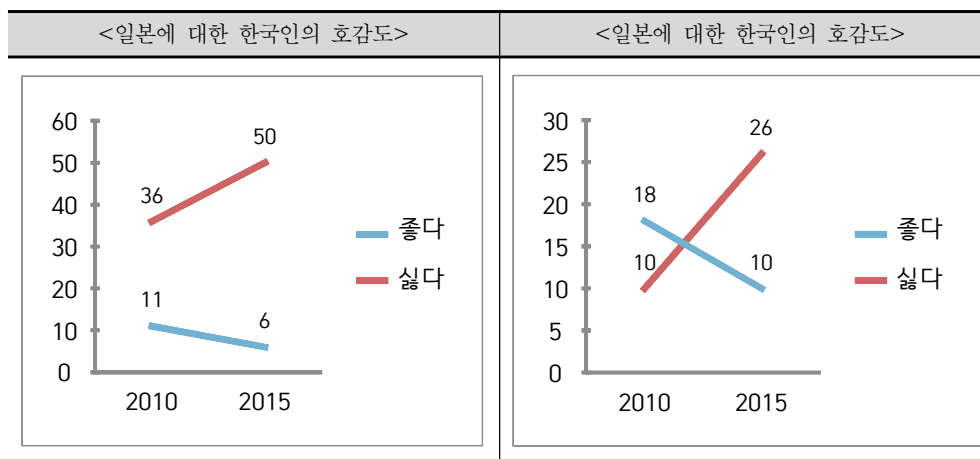
[그림 1] 도쿄올림픽을 통한 국내의 경제적 기대효과



둘째, 이번 올림픽을 통해 한일관계를 강화하고 한국에 대한 일본인들의 인식을 개선 할 수 있다는 계기로 활용 될 수 있다는 점이다. 2000년대 초 드라마 “겨울연가”를 시작으로 국내 드라마와 음악활동을 중심으로 “한류”로 대표되는 한국의 다양한 문화적 영향이 일본에 확산되면서 한국에 대한 일본인들의 인식이 개선되고 국, 그에 따라 문화콘텐츠와 식품 등 다양한 부문에서의 수출증가와 일본인 관광객들이 급증하면서 국내경기에도 긍정적인 영향을 미쳤다. 하지만 최근 여러 현안에서 양국 간의

갈등의 위험이 커지면서 일본 내에서 험한으로 대표되는 한국에 대한 부정적 여론이 확산되어, 이는 한국에 대한 인식과 국내 관광업계와 콘텐츠 회사를 비롯한 국내 경제계와 일본에 거주하는 재일교민들에게까지 현재까지도 일부 부정적인 요소로 작용하며 양국 간의 경제적 교류에 영향을 주고 있다.

<표 3> 한 일 국민들의 상대국에 대한 호감도



자료: 동아일보 아사히신문 한일 국교정상화 50주년 공동여론조사 인용, 2015, 단위(%)

<표 3>를 보면, 2010년 양국 간의 갈등이 두드러지면서 상대국에 대한 양국 국민들의 호감도가 지속적으로 하락하는 추세를 보이고 있다는 점을 알 수 있다. 이러한 갈등의 지속은 양국의 외교관계 뿐만이 아니라 경제관계에 있어서도 시장 내에서의 불안정성을 드러내며 경제협력을 통한 동반성장의 모색과 국내기업들의 대일 수출 관련활동에 대해 악재로 작용하고 있다. 만약 이번 도쿄 올림픽을 통해 한국이 일본에 대한 협력의 모습을 보여줌으로써 일본사회와 일본인들의 친근감 형성 및 왜 양국의 협력이 필요한 지에 대한 필요성을 보여줌으로써, 일본사회의 인식변화에 중장기적으로 도움이 될 것으로 전망되며, 이는 다시 양국 간의 경제협력 강화와 관광교류 활성화를 통한 국가경제의 성장으로 이어져, 결과적으로 “한일관계의 강화”와 “경제적 이익”이라는 두 가지 이점 모두를 취할 수 있는 기회로 기대 할 수 있을 것이다. 이러한 양국 국민들 간의 상호인식 개선은 중장기적으로도 일본으로의 국내기업 제품의 수출 확대 및 일본인 관광객 유입 증가, 일본과의 미래 경제협력 여건 개선 등 다양한 경제적 효과로 돌아 올 수 있다는 것을 예상 할 수 있을 것이다. 이러한 점들을 통해

도쿄올림픽은 한국에게 있어, 수요창출과 국민감정 완화를 통한 경제성장의 기회로 작용 할 수 있다는 점을 알 수 있게 된다.

다. 정부·지자체 간 사전협력의 필요성

이러한 올림픽 관련 시장은 행사에 대한 여러 부문에서 개최국의 영향력이 상대적으로 크게 작용하는 공공조달시장의 성격이 강한 시장이다. 그에 따라, 이러한 공공 시장으로의 진입을 위해서는 무엇보다도 일본정부와의 적극적인 협조 내지 참여인정에 대한 정부 간 사전적 합의가 필요하다는 전제가 존재하고 있다. 양국 정부 및 지자체간의 협력의 여지에 대해서는 다음과 같이 제시 할 수 있다.

1) 2018 평창 동계올림픽과 2020 도쿄올림픽의 상호 협력

2년을 간격으로 양국 모두 국제적 규모의 올림픽 행사(하계, 동계)를 개최한다는 공통점을 가지고 있다. 이러한 연이은 올림픽개최는 연이은 개최에 따른 비교하는 시선이 발생한다는 문제점을 가지고 있지만, 다른 국가들에 대비하여 상대적으로 가까운 거리에 위치한 양국 의 지리적 이점과 특수한 경제·문화적 교류관계를 고려해본다면 양국 간의 협력의 여지 또한 존재한다고 볼 수 있다. 일본정부 역시 자국의 성공적인 올림픽 개최와 올림픽 운영을 통한 수입확보를 위해서는 외국인 관광객의 유입과 자국 올림픽에 대한 효과적인 홍보가 절실하게 요구되고 있는 상황이다. 이러한 점에서 볼 때, 2015년 기준 전체 일본방문객 비중에서 중국에 이어 두 번째로 높은 비중을 차지하고 있으며, 세계적인 브랜드와 인지도를 지니고 있는 동계올림픽을 개최할 예정인 한국과의 협력은 일본정부와 지자체에 있어서 자국의 올림픽을 홍보하고 미래 관광객 유치를 위한 중요한 협력의 대상으로 인식 될 수 있다. 또한 이번 2018 평창 동계올림픽이 도쿄 올림픽 개최 전의 가장 최근에 진행되는 범세계적 스포츠 행사라는 점을 고려해 볼 때, 일본정부의 올림픽 홍보는 더욱 효과적으로 진행 될 수 있다는 이점을 가지고 있으며 이는 일본정부에 있어 한국과의 협력을 위한 유인요소로 작용 할 수 있다. 우리정부 역시 성공적인 동계올림픽 개최를 위한 외국인 관광객 유입과 올림픽 홍보, 미래 도쿄올림픽 관련 시장으로의 진입을 위해서는 일본의 적극적인 협력을 필요로 하고 있다. 이러한 측면에서 볼 때, 동아시아권에서 개최되는 연이은 올림픽 행사는 양국의 협력 필요성과 결합하여 한·일간의 올림픽 관련 협력을 위한 매개체의 역할을 수행할 수 있다는 점을 알 수 있다. 이러한 협력가능성은 15년에

있었던 제47회 한일경제인회의에서 양국 참가자들 사이에서 거론 된 바 있다. 이러한 형식의 협력은 이미 2008년 당시 한국과 중국 정부 간에 합의된 한·중 엑스포 협력 MOU(협력 양해각서)를 통해 2010년과 2012년에 각각 상하이와 여수에서 진행될 예정이었던 세계박람회 개최에 대한 양국 정부기관 간의 상호 정보교류와 협력관계를 이루면서 성공적으로 행사를 진행되었던 경험³⁾이 있다. 한국과 일본 역시 양국의 성공적인 올림픽 진행을 위한 협력 약속내용을 담은 정부 및 지자체 간의 합의를 이룬다면 이는 미래 도쿄 올림픽 관련 시장으로의 진입여건 완화와 함께 대외적으로 한·일 양국의 관계 강화 의지를 대내외적으로 드러낼 수 있는 적절한 기회가 될 것으로 기대할 수 있을 것이다.

2. 하계올림픽 시장에서의 한국의 경쟁력 분석

가. 시장 내 잠재적 기회요소

2020 하계올림픽의 진행과정에서의 국내기업 및 기관의 잠재적 수요요소는 다음과 같이 정리할 수 있다.

<표 4> 올림픽 특수시장 내 잠재적 기회요소

-
- 1) 일본 내 올림픽 관련 사업 및 전문직 인력 수요
 - 2) 국내에 위치한 기존 시설 및 서비스 활용 가능성
 - 3) 일본 방문 외국인 관광객 유입 증가와 파급효과
-

자료: 자체제작

1) “일본 내 올림픽 관련 사업 및 전문직 인력 수요”는 일본 내에서 진행되고 있는 건설·IT 등에서 형성되고 있는 올림픽 관련 시장에 대한 직접참여 및 아웃소싱 등의 다양한 방식을 통해 시장에 대한 진출을 모색하는 것을 내용으로 한다. 이에 따라 현지 일본기업 및 정부기관을 주요 잠재적 소비층으로 볼 수 있다.

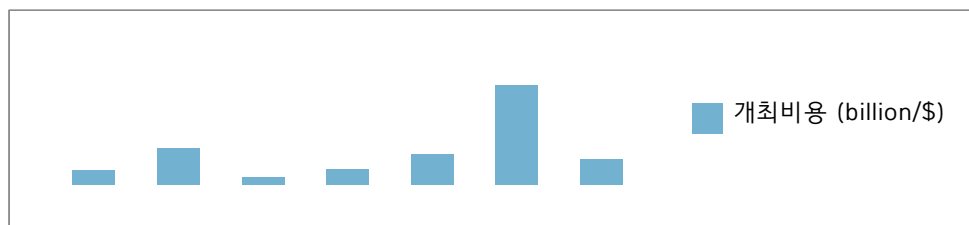
또한 건설 및 서비스업 등 기술 및 전문직 부문을 중심으로 증가하는 일본 현지의 인력수요 역시 국내 청년들에게 있어 새로운 해외취업의 기회로 다가 올 수 있다.

3) “여수엑스포 조직위, 상하이조직위와 협력체결” 경향신문 2008. 8. 25

2) “국내의 기존 시설 및 서비스 활용 가능성”과 3) “일본 방문 외국인 관광객 유입 증가와 파급효과”는 국내의 지리적 인접성을 활용하여, 기존에 위치한 국내시설과 서비스 이용 및 한국관광으로의 연계를 통한 관광산업 활성화를 주 내용으로 한다. 이러한 방식은 기존시설과 적은 비용만으로도 관광수익 창출이 가능하다는 점이 이점이며, 일본을 방문할 계획을 가지고 있는 외국관광객들을 잠재적 소비층으로 본다.

여기서 특히 주목해야 할 부분은 바로 올림픽 비용과 관련된 부분이다.

<표 5> 1988~2012 각국의 하계 올림픽 개최비용



자료: 미국경제학회(AEA), Robert A. Baade and Victor A. Matheson “Going for the Gold: The Economics of the Olympics”, 2016, 205 p

<표 5>를 보면 1988년도 올림픽 이후를 범위로 볼 때, 하계 올림픽 개최에 소요되는 비용이 점진적으로 증가하는 추세를 띄고 있다는 것을 알 수 있다. 옥스퍼드대학 연구팀은 최근 연구에서 1998년 이후 개최된 올림픽들이 평균적으로 기존 예산 대비 약 73% 규모의 초과지출이 발생했다는 점을 밝혔다.⁴⁾ 이를 고려해볼 때, 정치적인 요인이 일부 반영된 베이징 올림픽을 제외하더라도 성공적인 올림픽 개최를 위해서는 평균적으로 150억 달러 이상의 비용이 투입되어야 한다는 점을 예상 할 수 있다. 결과적으로 이러한 비용은 그에 따른 막대한 국가재원의 투입을 요구하며, 정부의 무리한 올림픽 유치로 막대한 비용 투입을 초래하여 궁극적으로 국가 신용위기의 주요 원인을 제공했다는 지적을 받고 있는 아테네 올림픽의 경우와 같이 해당 국가 및 지역에 엄청난 재정적 리스크로 작용 할 위험성이 상존하고 있다. 도쿄올림픽 역시 초기에 제시된 7000억 엔(약 7조8000억 원) 규모의 총예산액에서 최대 3조엔(약 33조4900억 원)으로 증가 될 것이라는 전망이 나오면서 일본 내에서 재정건전성에 대한 우려

4) “The Rio Olympics were a success at 51% over budget” Business Insider 2016. 9. 1

의 목소리가 높아지고 있다. 이러한 우려에 대해 일본정부는 공식적으로 논평하고 있지는 않지만, 그들 스스로도 이러한 재정적 위험에 대해 파악하고 있으며 올림픽이 개막할 때까지 합리적으로 개최비용 상승을 억제하는 방안에 대해 적극적으로 고려할 가능성이 높다. 이러한 점에서 볼 때 국내기업 및 기관들이 합리적인 범위에서 비용 상승을 억제하고 가격 대비 뛰어난 효과를 줄 수 있는 방안을 제시한다면 보다 유리한 조건으로 공공시장 진입이 가능 할 것으로 예상 할 수 있을 것이다.

나. 한국의 경쟁력 및 우위/열세 요소 분석

도쿄올림픽 개최에 따라 형성되는 공공시장 내에서 한국의 경쟁력에 대한 상황분석은 다음과 같은 SWOT분석을 통해서 파악 할 수 있다.

<표 6> 도쿄올림픽 시장에서 한국의 경쟁력에 대한 SWOT 분석

강점(Strengths)	약점(Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> - 지리적 위치와 동일한 시간대 - 현대적 관광시설 및 SCO 구축 - 첨단산업 및 제조업경쟁력의 우위 - 다양한 문화콘텐츠 및 문화브랜드 	<ul style="list-style-type: none"> - 인접국 대비 상대적으로 높은 물가 - 제조업 부문에서의 가격경쟁력 열세
기회(Opportunities)	위협(Threats)
<ul style="list-style-type: none"> - 국내에 위치한 시설 및 서비스 활용 - 공공 조달시장 형성, 전문 인력 부족 - 올림픽 방문 관광객의 증가에 대한 지리적 근접성 활용 	<ul style="list-style-type: none"> - 일본 내 복잡한 유통구조 - 가격경쟁력을 활용한 시장 내 경쟁전략 - 일본 국내기업의 견제

자료: 자체제작

1) 종합적 분석

위의 자료(<표 5>)를 보면 한국은 다른 국가들에 비해 상대적으로 가격적인 측면에서 상대적으로 열세의 모습을 띤다는 점을 알 수 있다. 온라인 여행업체인 익스피디아에서 발표한 16년 6월 22일 발표한 일일 여행지수에 따르면, 서울은 전 세계 15개 도시 중 10위(17만 2675원)를 기록하면서 일본 도쿄(26만 888원)와 오사카(18만 9024원)에 비해 낮은 비용을 보였지만 다른 인접 국제도시인 상하이(16만 2348원)와 타이베이(14만4971원) 등에 비해 높은 물가수준을 보여주고 있다.⁵⁾ 비록 일본국내에 비해서는 비교우위를 보이고 있지만, 앞서 서술된 것과 같이 최근 올림픽 예산의 초

과조짐에 대한 현지당국의 우려와 형식보다는 가격위주로 구매결정을 내리는 합리적 소비를 추구하는 소비층이 증가하고 있다는 점을 고려한다면 이는 시장 내에서 한국의 경쟁력에 부정적인 효과로 작용할 가능성이 높아진다고 볼 수 있다. 또한 일본 특유의 복잡한 유통구조와 현지기업들 중심의 높은 시장 진입장벽 역시 국내기업들이 극복해야 할 문제이다. 이러한 열세를 극복하기 위해서는 한국이 지니고 있는 시장 내 우위요소들을 보다 극대화하고 열세요소의 영향을 최소화 할 수 있는 보완책 마련을 통해 이러한 조건들을 극복하기 위한 노력이 필요 할 것으로 전망된다.

한국의 비교우위(강점)를 분석해보면, 한국만이 지니고 있는 우위요소로 평가 받을 수 있는 요소는 상대적으로 가까운 지리적 접근성과 다양한 문화적 브랜드라고 볼 수 있다. 동일한 시간대를 공유하고 있는 한·일의 지리적 접근성은 관광업, 서비스업 등 다른 산업 군과의 결합을 통하여 비용절감 및 다양한 시너지 효과를 창출 할 수 있다. 예를 들어 한·일간에 연결된 수많은 항공노선과 함께 부산항을 중심으로 운행되는 페리를 활용한 해운업은 항공수단에 비해 많은 시간이 소비되지만, 상대적으로 저렴한 운임과 컨테이너선 대비 신속한 화물 하역이 가능하다는 점을 활용한 전략을 펼친다면 해운업계에 있어 화물 수요와 경제적 이익 증가를 가져올 수 있을 것이라는 점을 조심스럽게 예상 할 수 있다. 다양한 문화 콘텐츠 또한 한국이 고유의 경쟁력을 지니고 있는 주요 요소이다. 2000년대 이후 중국과 일본 및 동남아를 중심으로 각종 드라마와 음악공연, 식품 등 다양한 분야에서 한국 문화에 대한 높은 선호도를 나타내는 “한류” 현상이 등장하면서, 이러한 흐름은 자연스럽게 한국에 대한 호감도 및 인지도 상승으로 이어져 한국만의 특색 있는 국가적 경쟁력으로 자리 잡아 국가경제에 크게 이바지 하고 있다. 이러한 우리의 다양한 문화 콘텐츠는 관광 및 시장 내 잠재적 소비자들에게 한국을 알리는 새로운 특색으로 자리 잡을 수 있으며, 국가적 브랜드 상승과 인식도 개선이라는 시너지 효과를 통해 국내업계에 있어 일본시장에서의 새로운 경쟁력으로 작용 할 수 있을 것으로 기대할 수 있다. 이외에도 세계적으로 인정받고 있는 우수한 제조업 경쟁력과 선진국수준의 사회간접자본 및 국내기반시설 역시 한국의 경쟁력에 기여 할 수 있는 요소들로 평가 받을 수 있다.

5) [세계 여행 물가지수] 여행물가 비싼 도시 뉴욕·런던·파리 順...가장 싼 곳은 방콕 “매일경제 2016. 6. 27 ” (자료 원: 익스피디아 (Expedia))

III 2020년 하계올림픽을 통한 수요창출과 활용전략

1. 올림픽 관련 조달사업 진출

가. 배경

앞서 언급된 내용과 같이, 미쓰비시 종합연구소는 도쿄올림픽의 개최에 따른 경기 시설 건설, 올림픽 관전과 관련 소비 등의 직접적인 효과와 민간수요의 확대에 따른 간접적인 효과로 도합 11조 엔의 경제적 효과가 있을 것으로 예측한 바 있다. 이에 따라 건설, IT, 로봇과 같은 올림픽과 밀접한 관계를 가지고 있는 산업부문에서의 과급효과에 따라 이들 부문에서의 시장 내 수요 역시 늘어 날 것을 전망 할 수 있다. 이러한 올림픽 관련 수요의 증가는 일본 국내의 경기활성화 정책 및 관광산업 성장 등의 요인과 맞물려 초과수요 현상이 일부 발생하는 상황에 도달하였다. 이미 건설부문에서는 일본 관동대지진 복구 프로그램이 중장기적으로 진행되고 있는 상황에서 도시 인프라 정비, 경기시설 건설 등 올림픽 개최에 따른 잇따른 수요발생으로 일본건설시장에서의 전체적 진행에 어려움을 겪고 있는 상황이다.

미쓰비시 종합연구소에서 발표한 전망분석표에 따르면, 이중 올림픽 이외 공공사업의 지연에 따라 투자액 및 수요금액에서 900억 엔(약 9840억 원), 전체 경제효과 면에서 약 2,156억 엔(약 2조 3510억) 규모의 경제적 피해 금액이 발생 할 것으로 전망하고 있다.⁶⁾ 또한 올림픽 효과에 따라 IT, 기계, 건설 등 다양한 분야에서 시장 내 수요가 발생 할 것으로 예상되고 있다. 따라서 이번 방안은 올림픽을 통해 형성된 일본 국내시장에 대한 진입 및 참여를 주 내용으로 한다.

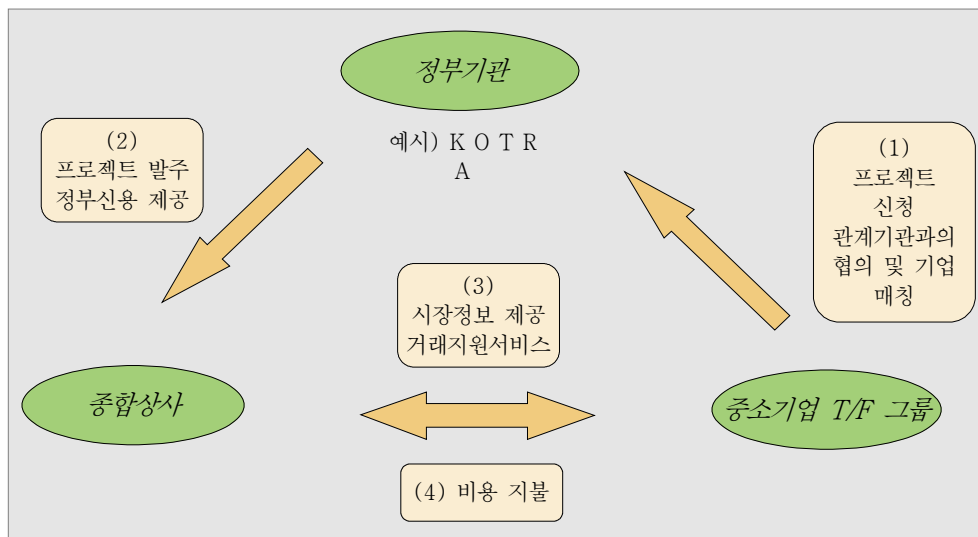
나. 시장진입완화 전략

일본시장은 타국 대비 높은 수준의 시장요구조건, 복잡한 유통구조, 자국기업 위주의 폐쇄적인 계약방식 등의 시장 환경에 따라 해외기업의 진출이 비교적 어려운 지역으로 손꼽히는 곳이다. 따라서 대기업을 제외한 다수의 국내 중소기업들 역시 일본

6) “도쿄올림픽 개최 경제효과는 11조 엔” KOTRA 해외시장뉴스 2014. 5. 1
(자료 원: 미쓰비시 종합연구소)

내 시장진입과 영업활동에 어려움을 겪고 있는 현실이다. 이러한 어려움을 보완하기 위한 방안이 바로 종합상사 활용전략이다. 일본 현지에는 국내기업들의 일본 진출지원을 위해 대한무역투자진흥공사(KOTRA)와 같은 다수의 정부기관들이 분포하고 있다. 하지만 다양화되고 있는 무역환경 속에서, 이들 기관은 제한된 인원 및 넓은 범위의 업무 부담에 따라 다수의 국내 중소기업들을 전체적으로 지원하기에는 한계가 있을 수 있다. 이러한 부담을 완화시킬 수 있는 방안이 바로 국내 종합상사(구 전문무역상사)들이다. 국내 종합상사들은 오랜 기간 동안 축적된 해외영업 노하우와 방대한 지역적 네트워크 및 정보수집체계를 갖추고 있는 경우가 많다. 국제시장에서 생산자와 구매자 간의 직접거래 방식이 새로운 흐름으로 자리 잡아가면서, 중개형식으로 사업을 펼치던 국내 종합상사들은 변화된 환경 속에서 새로운 수요확보에 어려움을 겪고 있다.

[그림 2] 정부 - 종합상사 - 중소기업 단위그룹 간 협력모델



자료: 자체제작

* (1) ~ (4) 별로 시간적 흐름에 따라 진행됨

만약 정부기관에서 매칭 형식으로 일본에 기반을 가지고 있는 종합상사와 중소기업과의 연결해주고 종합상사들에게 일본 시장에 특화된 프로젝트 형식으로 아웃소싱 발주를 한다면, 종합상사들이 단순한 상담 위주의 지원 뿐 만이 아닌 유통망 구축 지원, 법률 자문 등의 위탁대행 업무와 지속적인 시장 내 활동 지원까지의 넓은 범위에

서 국내중소기업들의 일본시장진출을 지원함으로써 보다 적은 비용으로 중소기업들의 시장진입과 정부기관들의 해외 업무부담 완화에 도움이 될 것으로 전망 할 수 있다. 정부에서 엄격한 평가기준에 따라 우수 중소기업들을 선발하여 T/F(Task Force) 형식의 그룹으로 묶어 단일창구 확립과 관리를 보다 용이하게 하고, 비용지불에 대한 신용보증을 제공해준다면 종합상사에게 있어 보다 안정적인 거래와 서비스 제공이 가능할 것이다. 종합상사들의 중개료(기업 채산성)는 국내 중소기업들 간의 컨소시엄(consortium) 및 연합 형식을 통한 지불 중개료 및 정부의 제도적 혜택 등으로 기업 수익성을 맞출 수 있을 것으로 예상된다. 이러한 지불중개료는 창구 단일화에 따른 일괄적 지급, 공익성의 정도에 따른 정부의 비용지원, 거래 성사 후 일정기간 동안 조건부 단독 계약을 통한 지속적 거래 보장 등의 방법으로 중소기업이 지불하는 비용의 최소화를 이끌어 낼 수 있을 것으로 기대된다. 이러한 이미 산업통상자원부에서는 16년도 제3차 민관합동 수출투자 대책회의에서 현행 상사 제도 전면 개편, 금융 및 세제 지원 확대, 대기업 유통회사의 종합상사 참여유도 등의 방안을 통해 종합상사에 대한 지원 계획을 발표 한 바 있다. 이러한 정책적 방향과 연계하여 종합상사 활용전략을 보다 구체화한다면 국내 중소기업들의 시장진입 확대에 보다 도움이 될 수 있을 것으로 기대 할 수 있을 것이다.

다. 시행방안

올림픽 조달시장에 대한 진입 방향은 크게 제품 및 서비스 납품과 같은 직접적인 진출방식과 일본 업체의 일부 주문이나 공정, 서비스 등을 위탁 처리하는 아웃소싱, 부품수출과 같은 간접적인 진출방식으로 나눌 수 있다. 이와 관련된 대표적인 유망산업부문은 다음과 같이 분류할 수 있다.

<표 7> 올림픽 관련 일본 내 유망산업

올림픽 유망 산업	내용
건설	1) 올림픽경기시설 및 사회간접자본 시설의 경우, 2013년 올림픽 유치 이후 장기적인 계획에서 추진되고 있으며 상당부분 진척이 이루어지고 있음. 따라서 직접적인 건설시장보다는 기자재 납품 및 공정관련 아웃소싱과 같은 간접적인 방식이 보다 수월하게 수요를 확보할 수 있을 것으로 전망됨 2) 올림픽 공사로 인해 지연되고 있는 지방의 건설 및 올림픽 이외의 공공시설 관련 건설시장은 일본 경쟁기업이 적고, 비교적 수요량에 비해 공급여력이 부족한 상황에 따른 다양한 직간접적 수요가 생기고 있음. 따라서 이들 부문에 대한 진출확대가 필요함

올림픽 유망 산업	내용
첨단산업	<ol style="list-style-type: none"> 1) 일본정부의 첨단산업 육성정책에 따라 최근 드론, 로봇, 자율 주행 자동차, 신재생 에너지 등 미래 산업에 대한 일본 시장의 관심도와 투자가 증가하고 있음. 올림픽을 기점으로 일본정부가 이들 산업에 대한 홍보 및 실용화 연구에 보다 적극적으로 나설 것으로 보이면서 시장규모의 성장은 더욱 가속화 될 것으로 전망 2) 새로운 첨단산업에 대한 일본회사로의 부품 공급 및 일부 생산 공정의 아웃소싱 형식 수주 등의 다양한 시장 내 참여기회를 목표로, 우수한 기술력을 갖춘 국내 중소기업의 진출이 필요함
IT	<ol style="list-style-type: none"> 1) 도쿄올림픽을 전후로 일본 내 시장규모가 더욱 성장 할 것으로 전망됨. 한 예로 국내기업들이 경쟁력을 가지고 있는 정보보호 시장의 경우, 2015년 4232억 엔(4조 4670억 원)에서 2019년 5068억 엔(5조3495억 원) 규모의 시장 내 성장이 전망됨 2) 올림픽 기간에 활용 될 영상기술, IT 소재 부품 등의 일본시장으로의 수출 가능성 존재 3) 텐츠, 교세라, NEC 등 일본 기업들 역시 국내 IT 기업과의 협력에 관심을 가지고 제품 구매, 스타트업 투자, 공동 3국 진출 등의 다양한 방향에서의 국내 중소기업과의 협력을 모색하고 있음.

자료: KOTRA 해외시장뉴스, KOTRA IT 기업 일본시장 진출 내비게이터, 한국무역협회

국내기업, 특히 중소기업에 대해 비교적 낮은 인지도와 까다로운 요구조건을 제시하는 일본시장의 특성을 고려한다면, 직접적인 진출보다는 부품공급·생산 및 서비스 아웃소싱 과 같이 시장 내 위험도(risk)가 낮은 간접적인 방식 위주의 시장 진입전략이 적합할 것으로 보인다. 이러한 방식은 자금력이 비교적 약한 국내 중소기업에게 있어, 보다 적은 비용지출과 안정적인 수요 확보를 통해 거래의 위험성을 낮추고 시장 내에서 기업의 지속가능성을 높여 줄 수 있을 것으로 기대된다. 이러한 방식은 국내기업의 시장개척 경험의 축적을 거쳐 장기적으로 일본 기업과의 합작, 공동기술개발 및 판매망 공유 등 다양한 방면에서의 전략적 협력 관계로 확대 될 수 있을 것으로 예상된다.

또한 “양국 간의 지리적 이점을 활용한 물류정책”이 뒷받침한다면, 국내기업에게 있어 보다 유리한 조건에서 일본으로의 주요 부품기자재 및 완성품 등의 공급이 가능해 질 것으로 보인다. 이미 남부지역에 밀집한 자동차 부품업체들은 한·일 정기여객선을 이용하여 일본 자동차 부품 운반차량을 국내로 반입해 국내부품회사를 순회하면서 부품을 적재한 후 차량채로 수출하는 방식으로 대일본 수출기간을 30일에서 3일로 줄인 “밀크런(Milk-Run) 방식”을 통해, 국내기업이 지닌 거리적 이점을 극대화하는 물류수송 방식을 펼치고 있다.⁷⁾ 이러한 운송 사업을 확장하여 취급 품목의 범위를

확대하고 지역 간 현장에 맞게 보완한다면, 저렴한 운송비와 공급의 적기성 확보를 통해 국내기업들의 경쟁력 확보에 도움이 될 것이며 나아가 장기적으로 한·일 간의 교역관계 확대에도 긍정적인 영향을 미칠 것으로 전망된다.

라. 기대효과

이러한 일본 내 올림픽 조달시장 진출을 통해 우리는 다음과 같은 효과를 기대 할 수 있을 것이다.

첫째, 대외 수요 증가에 따라 국내경제에 활력으로 작용한다는 점이다. 앞서 언급한 듯이, 전 세계적으로 소비와 기타 수요의 감소가 장기화되면서 이러한 흐름은 대외의존도가 전체경제에서 큰 비중을 차지하고 있는 국내경제에 있어 경기부진의 결과를 유발하여 저성장 기조에 따른 국내경제여건의 악화를 가져오고 있다. 이러한 국제환경에서 새롭게 형성되고 있는 일본의 올림픽시장의 성장은 한국경제에 있어 대외적인 수요발생에 따른 국내 총생산의 증가로 국가경제와 국민생활에 있어 새로운 성장 동력으로 작용 할 수 있다. 이러한 국내 총생산의 증가는 국민소득 증가와 고용 확대를 가져오면서 국내경제 전반에 걸쳐 긍정적인 파급효과를 가져올 수 있다.

둘째, 일본시장에서의 인지도 확보와 새로운 한·일 경제협력의 모색을 통한 성장의 기회로 활용 할 수 있다는 점이다. 일본시장은 다른 국가시장보다 훨씬 까다로운 시장조건, 복잡한 유통망 등의 요인으로 인해 국제적으로도 진입하기가 어려운 시장으로 손꼽힌다. 특히 일본기업은 의사결정에 있어 많은 시간을 필요로 하고 문제 발생 시 구매담당 부서에서 책임을 지는 상관습이 남아있어, 위험회피를 위해 자국 시장에서 검증된 기업 위주의 제품을 장기계약 형식으로 구입하는 경향을 보이고 있다.⁸⁾ 역설적으로 이러한 특성을 갖춘 일본시장은 진출이 그만큼 어렵지만, 성공적인 시장진출을 통해 국제시장에서의 기업의 능력 입증과 장기적인 계약관계 형성을 통한 안정적인 수요 확보를 이룰 수 있다는 이점을 가지고 있다. 과거보다는 개선되었지만, 아직까지 일본시장에서 한국제품에 대한 시장의 인식도는 일본기업에 비해 상당부분 떨어지는 모습을 보이고 있다. 만약 올림픽과 같은 대규모 수요발생의 기회를 활용해, 시장에서의 성공적인 진입 모습을 보여준다면, 현지소비자들의 한국 제품에

7) “한·일 자동차부품 물류혁신 ‘밀크런’ 올해 2700억 원 돌파” 헤럴드 경제 2015. 12. 7
우리는 사는 줄에 서 있다(조환익, 2011) 184 p

8) KOTRA 심층보고서 “IT기업 일본 시장 진출 내비게이터” 18 p

대한 인식도 개선을 통한 수출 확대 및 장기적으로 국내기업들의 일본시장 진출에 도움이 될 것으로 기대 할 수 있다. 또한 이러한 과정 속에서 형성되는 한·일 기업들 간의 협력은 기존의 부품공급과 완제품 조립 위주의 역할분담에서 벗어나 공동 마케팅 기획, 3국 동반진출, 기술개발 협력 등 전략적 파트너 관계로의 발전을 통한 새로운 경제협력 모델을 제시할 수 있다는 점을 알 수 있게 한다. 이러한 새로운 방식의 협력은 양국에 있어 시너지 창출을 통한 보다 새로운 비즈니스 활동으로 이어지는 기회로 발전 할 수 있을 것으로 전망된다.

마지막으로, 이러한 시장진출은 우리에게 있어 “미래 신 성장산업”에 대한 기반을 제공해준다고 볼 수 있다. 일본정부에서 추진하고 있는 첨단산업 육성 범위에는, 자율주행 자동차·무인항공기(드론)·지능형 로봇 등 최근 우리 정부를 중심으로 국내에서 육성되고 있는 미래 신사업 계획(2016년 하반기에 제시된 11개 신사업)과 상당부분 중복되는 산업들이 상당수 포함되어있다.⁹⁾ 이러한 분야에서 한국이 일본보다 늦게 시장개척에 뛰어든 후발주자의 위치에 있다는 점을 고려해본다면, 도쿄 올림픽을 계기로, 첨단산업 부문에서 일본기업과의 협력 강화와 부품 공급의 확대는 국내기업의 이윤확대와 함께 국내에서 진행되고 있는 신 성장산업에 대한 기술 및 경험 축적과 관련 부품 부문에서의 경쟁력 확보를 통해, 중장기적으로 해외 선두업체들과의 격차를 완화하고 신 성장산업 분야에서의 종합적인 국제경쟁력 확보를 통해 국내 산업계를 이끄는 새로운 성장 동력의 역할을 할 것으로 기대 할 수 있다. 이러한 차세대 첨단산업의 발전은 국가경제에 있어서, 한국경제의 미래를 준비할 수 있는 중요한 요소라고 말할 수 있다.

2. 일본 취업 연계 사업

가. 배경

최근 경기악화의 지속에 따른 일자리 감소현상이 이어지면서, 청년 실업 문제가 새로운 사회적 이슈로 대두되고 있다. 이러한 현상은 인건비 절감과 기업규모 축소를 통해 시장에서의 지속성을 유지하려는 기업과 일자리를 탐색하는 구직자들 간의 현실적 괴리 문제에 따라 발생하고 있으며, 특히 새롭게 진입하는 청년들의 경우, 이러

9) “ [하반기 경제정책방향] 미래형 자동차·로봇 등 세계혜택 ” 한국경제 2016. 6. 28

한 여파에 따라 충분한 숫자의 양질의 일자리를 구하지 못하고 있는 상황이다. 청년층의 일자리 감소는 단기적으로 세수감소를 가져오며, 장기적으로 경제력 약화에 따른 국내 소비 감소, 국가경쟁력 하락 등의 피해를 통해 잠재적으로 국가 경제와 사회에 악영향을 미칠 가능성이 높아 질 수 있다. 정부기관에서도 이러한 중요성을 인식하고 공공부문에서의 일자리 창출, 기업의 국내 투자 장려, 직업교육 실시 등 다방면에서 지속적인 노력을 기울이고 있는 상황이다. 이러한 상황에서 경기회복 조짐과 국가적 경기회복 노력에 따른 일본 내 구직시장의 고용 수요증가는 국내의 청년층 및 구직자들에게 있어서 새로운 취업의 기회로 활용 될 수 있다. 더욱이 도쿄 올림픽 개최를 앞두고, 일본 내에서 발생하고 있는 새로운 인력수요는 많은 한국인들이 보다 쉽게 일본 취업시장에 진입할 수 있는 기회로 작용할 것으로 예상되고 있다. 따라서 이번 방안은 2020 도쿄 올림픽과 일본경제의 변화 속에서 일본 취업시장에 대한 진입을 통한 국내인력의 해외취업 활동 확대를 주 내용으로 한다.

나. 실행방안

1) 주요업종 선정 및 일본기업과의 연결

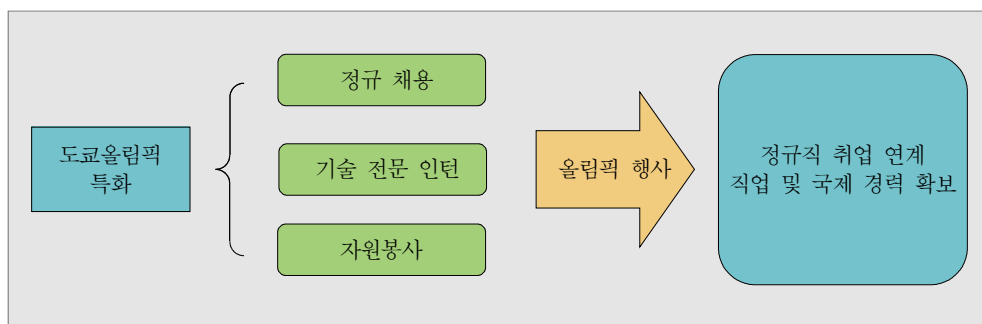
현재 일본 내에서 인력부족현상을 겪고 있는 부문은 건설·IT·기계 등 주로 전문적인 기술수준을 요구하는 제조업 및 첨단산업 분야에서 주로 발생하고 있다. 이러한 업종들은 올림픽 특수와 일본의 제조업 경기 회복과 맞물려, 다수의 일본기업들이 이들 분야에 대한 구인난을 겪고 있는 상황이다. 현재 국내에서는 KOTRA와 산업인력공단에서 취업박람회 개최, 데이터베이스 자료를 활용한 해외기업 인재 구인 지원 등의 활동을 하고 있다. 이러한 활동을 좀 더 확대하여, 기업과 정부기관에서 절반씩 비용 부담 혹은 전액지원 형식으로 한다는 가정 하에, 한국관계자들 뿐만이 아닌 한국 인력고용을 희망하는 일본기업(중소기업 포함) 인사담당자들을 그룹별로 지정하여 순회형식으로 지역 대학 및 관련 행사장 방문하면서 정보전달과 심층 상담을 하는 형식으로 범위를 넓힌다면, 접근성 문제로 인해 어려움을 겪는 지역 인재들의 어려움 해소에 도움이 될 것으로 기대 할 수 있다.

2) 한·일 취업 연계 프로그램

한국과 일본 모두 각각 “국내 인력의 해외진출 확대”와 “전문 인력확보”을 위한 각

자의 경제적 필요성에 따라, 해외고용 부문에서의 협력 가능성을 가지고 있다. 이러한 필요성을 활용하여 양국의 정부기관인 한국 산업인력공단과 일본 노동성 산하 기관에서 국내 전문 인력의 일본취업을 지원하는 정부 간 공공협력 사업을 진행한다면, 양국 정부의 제도적 지원을 통해 국내인력의 일본진출에 다소 도움이 될 것으로 전망할 수 있다. 이러한 프로그램은 정부에서 해외취업 확대를 목적으로 실시하고 있는 K-Move 사업과의 연계성을 통해 더욱 효과를 높일 수 있을 것이다. 현재 K-Move 사업에서 실시하고 있는 해외 연수 인턴·자원봉사 프로그램과 같은 정부 사업을 이번 도쿄올림픽에 맞추어 특화시킨 프로그램을 마련한다면, 좀 더 효과적으로 올림픽 활용을 통한 해외취업시장 확대에 유리 할 것으로 보인다.

[그림 3] 올림픽 연계 해외취업 확대 프로그램



자료: 자체제작

<표 8> 일본 올림픽 연계 해외취업 확대 프로그램

정규취업	<ul style="list-style-type: none"> · 일본기업이나 기관에서의 정식 취업 · IT, 첨단산업, 한식조리 등 일본 내 한국인력 수요 증가 부문
기술전문 인턴	<ul style="list-style-type: none"> · 올림픽 기간 동안 IT, 의무, 회계, 자동차 정비 등 기술적 능력이 요구되는 직군에서 인턴 근무 또는 건축설계·IT 등 올림픽 개최에 따른 파급효과를 얻고 있는 일본 기업에서의 인턴 근무
자원봉사	<ul style="list-style-type: none"> · 기술난이도가 낮은 직종에 대해 단기적으로 봉사형식으로 근무 · 올림픽 기간 동안 경기, 통역, 선수단 지원 등 · 국제경험 및 직업경력 확보 위주, 워킹홀리데이 프로그램과 연계 · 우수 봉사자는 일본 문화체험 기회 부여
단기계약	<ul style="list-style-type: none"> · 올림픽 기간 동안 기계, 전기 등 오랜 기술적 숙련도가 필요한 부문에서 일본어가 가능한 은퇴한 구직자 및 여성 경력단절자 위주로 일정 기간 동안 올림픽 관련 기관 및 기업에서 계약 형식으로 근무

자료: 자체제작

정규취업과 기술전문 인턴은 일본에서의 취업을, 자원봉사자는 올림픽 행사 참여를 통한 국제경험 및 직업경력 향상을 이번 사업의 주목표로 설정한다. 특히 해당사업에서 마이스터 고등학교, 특성화 학교 등 전문 계 학교 졸업생들에게 일정비율을 배분함으로써, 실무에 활용 될 수 있는 직업경력 확보와 함께 일본취업 확대를 통해 최근 사회적 이슈로 떠오르고 있는 “고졸 채용확대”에 대한 정책적 방안의 하나로 활용 될 수 있도록 한다.

일본기업에게도 정부 간 협력을 통한 제도적 장치 하에서 인턴기간을 거친 인력채용은 우수한 국내인력을 조기에 확보할 수 있다는 점에서, 큰 메리트로 작용할 수 있다. 특히 이들 기업이 한국에서 우수인력을 우선적으로 선발하는 대신, 희망자에 대해 일정기간 근무 후 정식 취업으로 이어지도록 해당 기업과의 연계 및 협약을 통한 명문화를 이룬다면 인턴기간을 끝낸 후에도 안정적으로 일본기업 취업으로 이어지는 체계를 구축 할 수 있을 것으로 보인다. 이 사업에 필요한 추가교육은 기존 K-Move 교육 프로그램 활용 및 추가개설을 통해 이루어 질 수 있으며, 여기에 소요되는 비용 역시 K-Move 프로그램과의 연계 형식으로 정규취업과 기술인 전문 인턴의 경우 전액 혹은 상당 부분을, 자원봉사와 단기계약은 일부 비용을 국가에서 지원함으로써 해외 취업에 대한 장려책으로 활용 할 수 있을 것이다. 또한 일본 노동성 및 도쿄올림픽 위원회 등과의 협의를 거쳐 정부 공인 형식의 올림픽 인증서를 발급한다면, 한국 올림픽 인턴 및 자원봉사자들에게 경력을 증명하는 증빙서류로 활용 될 수 있을 것으로 보인다.

다. 기대효과

이러한 국내 청년들의 일본 취업확대를 통해 우리는 다음과 같은 효과를 기대 할 수 있을 것이다.

첫째, 해외취업 확대를 통해 국내의 실업인구 감소와 경제발전의 효과를 가져 올 수 있다는 점이다. 저성장 흐름의 장기화에 따라 국내의 일자리 창출능력이 한계를 겪고 있는 상황에서, 국내인력의 해외취업 확대는 국내 실업인구 감소를 통해 청년들의 취업욕구 해소와 국내 유흥노동력 감소에 도움이 될 것으로 기대 할 수 있다. 또한 실업인구 감소에 따른 사회복지비용 절감, 해외 송금 증가에 따른 소득수지 향상, 소득증가에 따른 내수시장 활성화 등의 경제적 변화를 가져오면서 정부지출 감소와 경제활동 활성화를 통해 중장기적으로 국가 경제발전에 도움을 줄 수 있을 것으로 보

인다. 또한 국내인력의 일본 산업계에서의 직무경험을 통해 중장기적으로 국내에서 최근 육성되고 있는 미래 성장산업의 기틀을 다지는 데도 도움이 될 것으로 보인다.

둘째, 해외경험 확대를 통해 국내인력의 경쟁력을 높일 수 있다는 점이다. 올림픽은 세계 각국의 인력이 모이는 곳이며, 한국과 달리 국제적 기준 하에서 그에 맞춘 서비스, 소통 등을 통해서 업무를 처리하고 있다. 이러한 기회를 활용해 국내인력들이 다국적 인원들과의 업무수행 및 해외 다국적 기업이나 국제기구 등에서 적용되고 있는 글로벌 스탠더드(global standard, 세계표준)와 해당 분야에 대한 다양한 경험을 쌓는다면, 국내인력의 국제경쟁력 상승을 통해 장기적으로 국내 기업 및 정부기관으로의 국제경험을 가진 우수인재의 유입 가능성 증가를 기대 할 수 있다.

3. 관광산업 부문

가. 배경

<표 5>에서 언급된 것과 같이, 시장 내에서 한국은 일본과의 거리가 타국 대비 가장 가까운 거리에 위치하고 있다는 강점을 가지고 있다. 또한 편리한 교통시설 및 제반시설을 비롯한 사회간접자본(SCO) 구축, 12개의 세계 문화유산을 포함하고 있는 많은 여행지, “한류”로 대표되는 다양한 문화콘텐츠 등 여러 면에서 관광산업이 발달하기 좋은 조건을 형성하고 있으며, 실제로 국내로 유입되는 외국인 관광객 역시 꾸준히 증가하고 있는 추세를 보이고 있다. 이러한 관점에서 볼 때, 이번 2020 도쿄올림픽은 국내 관광업계에서 새로운 기회로 볼 수 있을 것이다. 올림픽 개최에 따라 일본으로의 관광객 유입 증가할 것으로는 예상되면서, 일본과의 지리적 이점을 가지고 있는 한국에 있어서도 관광객 유입 증가 및 국내시설 이용에 따른 경제적 이익 확대 등의 파급효과를 가져올 수 있다. 실제로 2008년 베이징 올림픽 당시, 많은 외국 선수단이 베이징과 기후적 조건이 유사한 국내에서 전지훈련을 하면서 경기시설 및 숙박시설 이용 등을 통해 국내 주요 지자체의 경제적 수입 증가로 이어진 바가 있다. 이러한 이점들을 종합적으로 활용하여 일본을 방문하는 외국인 관광객들의 한국 방문을 유도한다면, 관광산업 부문의 수익확대와 함께 해외 관광객들의 방문증가에 따라 중장기적으로 잠재적 해외 소비자들의 한국 관광결정에 기여 할 수 있을 것으로 보인다.

나. 시행방안

1) 경유여행객 유치 전략

올림픽 기간 동안 일본을 먼저 방문했거나, 국내를 먼저 방문하고 나서 일본으로 가는 경유 형식의 여행객을 유치하는 것을 주 내용으로 하는 전략이다. 일본과의 가까운 거리와 비행기·선박 등의 교통수단을 통한 빠른 접근성을 활용하여 일본 방문을 목적으로 하는 경유 여행객들의 여행범위를 한국으로 확대시킨다면, 이는 국내 입국 외국인 관광객 수의 증가를 가져 올 수 있을 것이다. 경유여행객은 활동범위가 넓고 시간적 여유가 존재한다는 점에서, 짧은 시간동안 공항위주의 소비활동을 하는 환승고객에 비해 상대적으로 다양한 부문의 소비활동을 통해 전체 경제부문에서의 공헌도가 훨씬 크다고 볼 수 있다. 이러한 점에 주목하여 환승객의 증가보다는 경유 여행객의 증대를 가져 올수 있는 방안에 초점을 맞출 필요가 있다.

<표 9> 경유여행객 유치 세부방안

항목	세부내용
(1) 한·일 연계 여행 프로그램 지원	한·일 연계 방문을 목적으로 하는 여행 상품 및 프로그램에 대한 간접적 지원
(2) 국내 교통시설 및 관광시설 활용	일본과의 거리적 이점을 활용하여 공항, 항구 등의 국내 교통 및 관광시설 연계
(3) 국내 문화유산 및 관광명소에 대한 입장료 할인	일정기간 동안 실시, 일부에 대해 추가적 할인 제공

자료: 자체제작

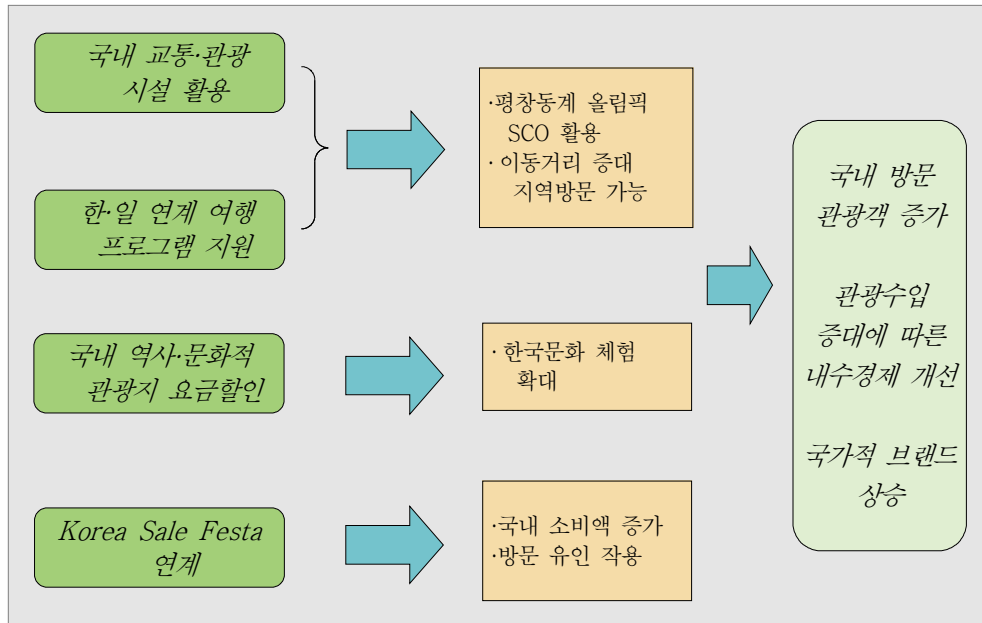
(1) 한·일 연계 관광 프로그램 마련은 국내 관광업계에서 이번 도쿄올림픽을 통해 혜택을 볼 수 있는 궁극적인 목표라 볼 수 있다. 시장의 자율성 존중을 위해 한·일 양국의 관광 부문 민간 업체들이 주도적으로 운영하며, 정부는 과도한 폭리를 목적으로 하는 불공정 활동 감시 및 행정서비스와 같은 보조적 성격의 지원을 통해 관광업계의 한·일 연계 관광 프로그램 활성화를 원칙으로 한다.

(2) 국내 교통시설 및 관광시설 활용은 양국 간의 짧은 거리 및 지리적 이점을 활용하여, 경유 관광객들의 국내 교통시설 및 관광시설 이용 유도를 통한 국내 관광기회의 확대를 목표로 한다. 이미 국내에서는 2018년 평창 동계올림픽 개최를 위해 정부차원에서 인천-강릉 간 고속철도 사업을 비롯하여 국내의 전반적인 교통 및 숙박시

설 정비에 많은 노력을 기울이고 있다. 이러한 현대화된 시설들을 활용하여 경유여행객들의 이용을 유도한다면, 보다 적은 비용을 통한 서비스 제공 및 경제적 이익 확대가 가능하며 동계올림픽 이후 발생할 유희시설의 활용에도 도움이 될 수 있을 것으로 보인다. 예를 들어 강원도에 위치하고 있는 양양국제 공항을 이용한 외국인 관광객이 지역 관광 후, 인천-강릉 간 고속철도를 이용해 서울로 이동하여 일본이나, 국내 다른 지역 방문 후 일본으로 이동하는 방식의 여행이 이루어진다면 이는 관광산업 이익증대와 함께 지역으로의 분산효과를 통해 지역 경제 활성화에 도움이 될 수 있을 것으로 보인다. 또한 올림픽 기간 동안 일시적으로 통행세 및 기타세금 감면 등의 제도적 혜택부여를 통해 외국 관광객을 위한 교통수단 요금할인을 유도한다면 여행객들의 부담 완화와 이를 통한 국가이미지 개선 및 긍정적 인식 확대에 따른 잠재적 고객층의 추가 유입을 기대할 수 있을 것이다. 특히 일본 내 평균물가가 한국에 비해 높다는 점을 고려해 볼 때, 한국과 인접한 후쿠오카와 같은 규슈지역에서의 경기관람 및 지역관광을 끝낸 배낭여행객이나 저가형 단체관광객과 같이 비용을 중요시 하는 그룹 및 한국과 가까운 위치에 있는 중국인 관광객들을 대상으로 하여, 상대적으로 가격이 저렴한 국내 여객선과의 연계를 통한 국내관광으로의 여행범위 확장을 지원한다면 보다 많은 수의 관광객 유입이 가능 할 것으로 보인다. 또한 국내 소비 진작과 외국인 관광객 유치를 통한 내수활성화를 위한 목적으로 정부에서 지원하고 있는, 한국형 Black Friday인 “쇼핑관광축제” (Korea Sale Festa)를 2020년에 한해, 한시적으로 도쿄 올림픽 개최기간인 7월 말에 맞추어 개최한다면, 외국관광객에 대한 유인책 제공 및 하계올림픽과의 연계효과를 통해 경유 관광객 유입 증가와 국내 소비액 증가를 이끌어냄으로써, 그에 따른 경제적 효과를 극대화 할 수 있다는 면에서 정책적 차원에서 검토 해 볼 필요가 있다고 생각된다.

마지막으로 (3) 국내 문화유산 및 관광명소에 대한 입장료 할인은, 도쿄올림픽 기간 동안 국내를 방문하는 외국관광객들에 대한 입장료 할인을 통해 국내의 역사·문화적 관광지 및 관광명소에 대한 방문확대를 목적으로 한다. 이러한 할인을 통해 외국 관광객들의 한국 관광지 방문을 장려함으로써, 관광객들이 한국 고유의 역사와 문화 등 한국의 다양한 모습을 직접 보고 체험하면서 한국에 대한 이해도를 높이고, 문화적 인식 확대를 통한 국가브랜드 상승효과를 기대 할 수 있을 것이다.

[그림 4] 경유관광객 유치전략



자료: 자체제작

다. 기대효과

도쿄올림픽과 국내 관광산업의 연계를 통해 우리는 다음과 같은 효과를 기대 할 수 있을 것이다.

첫째, 외국인 관광객 유입 증가를 통한 경제적 이익 창출이다. 관광산업은 개발 시 환경적 피해가 상대적으로 적고, 적은 비용투입을 통해 고용을 창출 한다는 점에서 “굴뚝 없는 공장”이라고도 불리는 산업이다. 외국인 관광객들이 늘어난다면, 이는 국내소비활동 증가로 이어져 결과적으로 추가적인 생산과 고용을 통해 내수활성화와 국가경제의 성장효과를 가져올 수 있다.

둘째, 기존 국내 관광산업의 문제점을 보완 할 수 있는 기회가 될 수 있다는 점이다. 국내 관광산업은 그동안 중화권 관광객의 급증에 따른 편중 현상, 수도권과 부산 위주의 관광객 편중, 평창 동계올림픽 이후 유흥시설 문제 등의 문제가 제기 되고 있다. 이러한 관점에서 볼 때, 도쿄올림픽과의 연계는 올림픽 행사에 따른 보다 다양한 국가 여행객의 한국 방문 가능성 증가, 국내 지상 교통수단 이용 및 입장료 할인 등에

따른 수도권 외곽 지역으로의 관광객 유입률 증가, 평창 동계올림픽 시설 활용에 따른 추가적 정부지출 및 유희시설 감소 등의 효과를 통해 기존의 문제점을 다소 완화하는데 기여 할 수 있을 것으로 보인다.

마지막으로, 국내관광객 유입의 증가는 외국인들의 한국의 문화·서비스 등을 통한 긍정적 인지도 강화에 따라 중장기적으로 국가브랜드 향상에 따른 수출증가 및 잠재적 해외 소비자들의 한국 관광결정에 기여 할 수 있을 것으로 보인다.

IV 결 론

오늘날 일본은 한국에게 있어 지리적으로 가장 가까운 곳에 위치하고 있는 이웃이자, 활발한 인적교류와 함께 중국과 미국에 이어 3위 규모의 교역관계를 형성하고 있는 경제적으로 밀접한 국가이다. 이러한 양국의 직접적인 관계를 고려 해볼 때, 일본의 새로운 경제적 변화를 가져올 것으로 기대되는 2020 도쿄올림픽은 한국에도 큰 영향을 미칠 수 있으며, 따라서 우리는 장차 다가올 도쿄올림픽 효과와 그 효과가 일본 경제의 미래에 미칠 영향에 대해서 분석할 필요가 있다. 본 연구는 일본과의 경제적 협력을 통해 도쿄 올림픽 시장에 진출함으로써, 한국의 새로운 수요 창출 및 미래 산업에 대한 경험축적을 통한 경제적 성장과 함께 양국의 올림픽 협력을 통한 한·일 관계의 강화를 통해 양 국이 미래 동반자로서 함께 성장하는 것을 추구하고 있다.

오늘날 한국경제는 수요부족에 따른 내수경제의 정체, 실업인구 증가에 따른 유희노동력 발생, 보호무역주의와 국제수요 감소에 따른 수출 감소 등의 복합적 요인의 종합적 작용에 의해 지난 어느 때보다 훨씬 어려운 경제적 여건에 놓여있다. 이러한 문제에 대해 본 연구는 일본의 올림픽 시장 진입과 일본과의 경제적 협력을 통해 오늘날 한국경제의 어려움을 극복할 것을 제안하고 있다. 이미 지난 “잃어버린 10년”의 경제적 정체를 겪은 일본은 최근 산업·무역 등 전반적인 경제부문에 대해 대대적인 변화를 통한 재도약의 기회를 모색하고 있으며, 도쿄올림픽 개최를 통해 이러한 변화가 더욱 탄력을 받을 것을 기대하고 있다. 이러한 변화 속에서 발생할 시장의 새로운 수요와 다양한 경제협력 가능성은 이웃국가인 한국에게 있어 경제적 어려움을 해소하고 재도약을 위한 중요한 기회로 다가 올 수 있다. 또한 일본과의 협력을 통한 신성장산업 경험 및 올림픽 활용을 통한 관광산업의 발전과 같은 새로운 기회는 장기적

으로 한국의 미래 경쟁력 확보와 국부창출을 통해 미래 대한민국의 전망을 한층 밝게 할 수 있을 것이다.

냉전 이후 유럽연합(EU)과 APEC을 비롯한 다양한 지역협력기구와 자유무역을 추구하는 세계무역기구의 결성 및 각 국의 자유무역협정의 체결 증가에서 알 수 있듯이, 최근 국제사회는 기존의 대립위주에서 벗어나 공존과 상호존중 하에서 자유로운 경쟁과 협력을 통한 건전한 경제성장을 추구하는 모양을 보이고 있다. 한국과 일본 역시 이러한 흐름에 따라 상호 인정과 협력을 통해서 새로운 기회를 모색 할 수 있다. 본 연구는 도쿄올림픽을 통한 국가경제성장 및 양국의 협력 가능성을 탐구해나감으로써, 한국경제의 어려움과 저성장 흐름을 완화하고, 한·일의 협력을 통해 상호간의 경제적 현안을 함께 해결해나가며 나아가 양국 국민이 변화하는 미래를 위해 함께 준비하는데 조금이나마 도움이 되기를 바라는 마음이다.

참 고 문 헌

<국내자료>

- 한중훈 외, “심층보고서: 엔저 장기화에 따른 일본기업 동향 및 우리기업의 대응 방안”, KOTRA, 2015
- 이태훈 외, “심층보고서: IT기업 일본 시장 진출 내비게이터(Q&A集)”, KOTRA, 2016
- 김은지 외, “심층보고서: 저성장·고령화 시대 일본 첨단산업 성장전략의 내용과 시사점”, KOTRA, 2016
- 조환익, “우리는 사는 줄에 서 있다”, 청림출판, 2011
- 강성우, “올림픽을 통해 본 일본정부의 인바운드 관광전략과 국가이미지홍보전략 - 1964년과 2020년 도쿄 올림픽을 중심으로”, 단국대학교 일본연구소, 2016
- 인천아시아경기대회조직위원회, “2014 인천아시아경기대회의 이해”, 인천아시아 경기대회조직위원회, 2009
- 김양희 외 4명, “주요국의 저 출산·고령화 대비 성장전략 연구와 정책시사점”, 대외경제정책연구원, 2010, 285 p ~ 288 p
- 김규관 외 2명, “일본 제조업의 경쟁력 실태분석과 시사점”, 대외경제정책연구원, 2011
- 정성춘 외 2명, “한국의 주요국별·지역별 중장기 통상전략 : 일본”, 대외경제정책연구원, 2007

<해외자료>

- Tim Hyde, Are the Olympics ever worth it for the host city?, AEA(American Economic Association), August 8. 2016