

한국과 九州의 새로운 비즈니스 스타일

平田 エマ
(재)九州경제조사협회 연구원

차 례

- | | |
|-----------------|-----------------------|
| 1. 서론 | 4. 한국과 九州의 새로운 관계 |
| 2. 한국 경제 동향과 九州 | 5. 새로운 관계 구축에 있어서의 과제 |
| 3. 지방 기업의 한국 진출 | 6. 보다 가까운 관계를 목표로 |

1. 서론

1997년말에 발단된 한국의 외환위기는 한국 국내에 심각한 타격을 주었을 뿐만 아니라 주변 각국에도 많은 영향을 미쳤다. 九州에서도 한국과 연결하는 항공, 선박편의 승객수가 격감하였고, 九州의 테마파크와 온천 숙박 시설 등이 타격을 받았다. 당시 한국 경제가 회복하는데 있어서 빨라도 4년 내지 5년이 걸릴 것이라는 의견이 많았지만 실제로는 이러한 예상을 상회하는 속도로 경제가 회복되고 있다. 내수 확대, 해외 수출 증가로 인하여 생산 활동이 다시 활성화되어, 실업률도 국제통화 위기 전의 수준으로 되돌아가고 있다.

九州와의 관계도 한국 경제의 회복과 동시에 재활성화 되는 동향을 나타내고 있다. 관광객이 서서히 증가하는 것 외에 수출입액도 전년비 두자리수 증가로 바뀌고 있다. 그리고, 비즈니스 관계도 다시 호전되고 있어 진출 건수는 적지만 교류와 제휴를 통하여 새로운 비즈니스 관계가 창출되고 있다. 한국은 아시아 국가 중에서는 일본 다음의 선진국이며, 九州의 아시아 비즈니스 변화를 가장 먼저 실감할 수 있는 나라이다. 한국과의 비즈니스 관계 변화를 살피는 것은 앞으로 아시아 전체에서 일어날 수 있는 일을 예상하는 데 있어 유익하다.

따라서 이 글에서는 九州·山口 지방 기업의 한국과의 비즈니스 스타일 변천과 최근 동향을 살펴 보기로 한다.

2. 한국 경제 동향과 九州

1) 주요 경제 지표는 단기간에 크게 개선

한국 경제는 1997년 말의 통화 위기에 의하여 큰 타격을 받았지만, 그 후 급속도로 회복되고 있다. 국내 총생산(GDP)은 1997년 4,766억달러, 1998년 3,177억달러, 1999년 4,067억달러, 2000년 4,572억달러로 변화되어, 2000년은 전년대비 12.6% 증가하였다(표 1). 일인당 국내 총생산액도 1997년의 10,361달러에서 1998년에는 6,829달러까지 하락하였으나, 1999년 8,666달러, 2000년 9,670달러로 착실하게 되돌아오고 있다. 최악의 달에는 두자리수대까지 떨어졌던 실업률도 1997년의 6.8%에서 2000년에는 4.1%(연평균)까지 떨어졌고, 2001년 9월에는 3.0%로 외환위기 이후 가장 낮은 수치를 나타내었다.

<표 1> 한국 주요 경제 지표

구 분	1996년	1997년	1998년	1999년	2000년	2001년 4분기
인구(100만명)	45.55	45.99	45.43	46.86	47.28	
환시세(원/미달러)	804.45	951.29	1,401.44	1,188.82	1,130.96	1,305.64
국내총생산(GDP)(10미달러)	520.2	476.5	317.1	406.1	457.2	102
일인당 GDP(미달러)	11,421	10,361	6,829	8,666	9,670	
GDP 실질 성장율(%)	6.7	5.1	-6.7	10.9	8.8	2.7
실업률(연평균)(%)	2	2.6	6.8	6.3	4.1	4.8*
통화 공급량(1조원)	178.3	203.5	258.5	329.3	413	434.9
전년 동기비 증감율(%)	15.8	14.1	27	27.4	25.4	14.5
소비자물가지수(1995년=100)	104.9	109.6	117.8	118.8	121.5	126.6
전년 동기비 증감율(%)	4.9	4.5	7.5	0.8	2.3	5.3
수출(100만 미달러)	129,715	136,164	132,313	143,686	172,268	38,404
전년 동기비 증감율(%)	3.7	5	-2.8	8.6	19.9	-11.5
수입(100만 미달러)	150,339	144,616	93,282	119,752	160,481	34,483
전년 동기비 증감율(%)	11.3	-3.8	-35.5	28.4	34	-13.4
외화 준비고(100만 미달러)	34,073	20,405	52,041	74,054	96,198	94,256

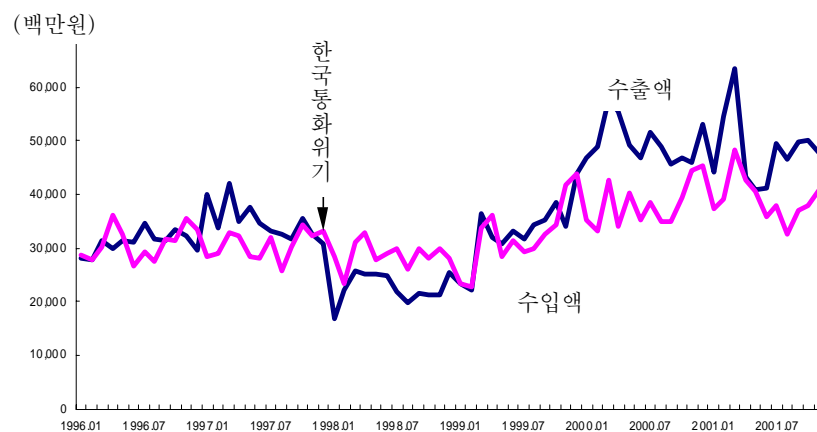
주 : *는 실업률 2001년 4분기만의 사분기 평균
 자료 : 아시아경제연구소, 한국 통계청 자료로 작성

국제무역은 통화 위기 때문에 원화절하 현상으로 수출량이 증대하여 수출액에서는 그다지 크게

하락하지는 않은 것으로 나타난다. 한편 수입액은 반대로 원화저하가 불리하게 작용하여 1997년의 1,446억 달러에서 1998년에는 933억 달러로 격감하였다. 그러나, 1999년부터는 국내 수요가 상향되어 수입액은 전년대비 28.4% 증가한 1,198억 달러, 2000년은 전년대비 34.0% 증가한 1,605억 달러로 되었다.

2) 九州의 무역액, 2000년 이후는 높은 수준을 유지

한국 경제의 변화가 九州에 미친 영향을 무역액을 예로 살펴보면, 한국이 통화 위기를 당한 직후인 1998년 1월에 수출액이 크게 하락하여, 1998년 전년대비 계속하여 하락하였으나, 1999년 이후는 한국 생산 활동의 향상 등으로 인하여 통화 위기 이전의 수준까지 회복하여, 2000년부터는 높은 수준으로 변화되고 있다(그림 1). 수입은 한국의 원화절하가 플러스로 작용하여 통화 위기로 인한 거래액 격감이라는 사태는 발생하지 않았다.



자료 : 門司세관 자료로 작성

<그림 1> 九州 관내의 한국 무역액 변화

3. 지방 기업의 한국 진출

1) 서비스업의 진출이 눈에 띄는 1990년대 후반

<표 2>는 九州·山口 지방 기업의 해외진출 동향(1986년 이후)을 정리한 것이다. 이것을 보면 九州와 한국과의 비즈니스 스타일에 대한 장기적 변화를 알 수 있다.

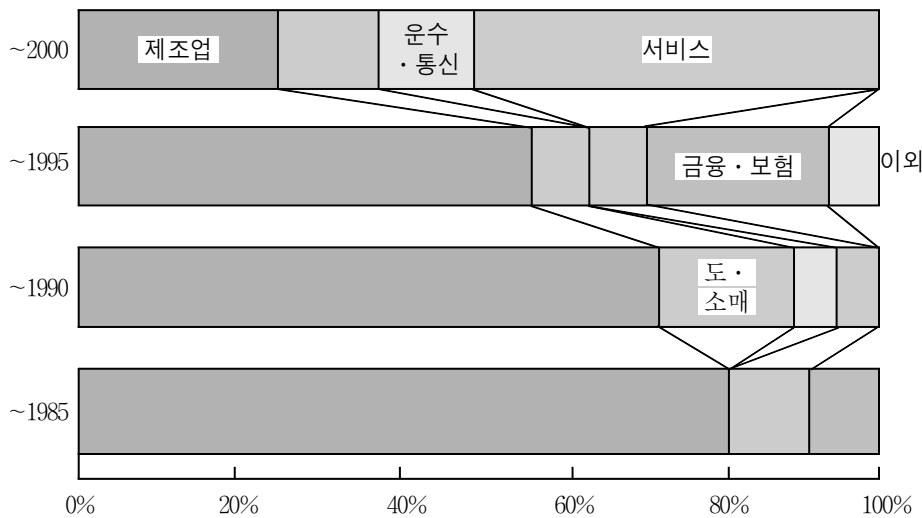
한국으로의 진출 중 가장 오래된 것은 1959년의 카네야스(下関市)이며, 이후 1965년의 高木석재(熊本市), 1971년의 高橋(久留米市), 1973년의 山口은행(下関市)으로 이어지는데, 1980년대 중반까지는 대부분이 제조업이었다(그림 2). 山口은행의 부산 사무소(1986년 지점 승격) 설치도 부산 근

교에 진출한 많은 일본 기업과의 거래를 예상한 시대 배경이 있다. 당시 한국에서는 각지에 공업 단지가 조성되어, 九州·山口에서도 몇몇 회사가 부산 근교의 마산에 진출하였다. 1980년대 중반부터 1990년대 초반에 걸쳐 한국으로의 진출은 비교적 활발하였다. 이 무렵에는 운수·통신업, 도 소매업과 금융·보험업 등의 진출도 이루어졌다.

<표 2> 진출지 별로 본 해외 진출 건수의 변화

구 분	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
아시아 NES	11	20	15	10	10	21	15	7	10	16	14	14	6	8	6
한국	1	7	5	3	3	6	1	2	2	3	0	1	2	3	5
중국	9	6	5	11	13	16	27	42	46	50	33	11	7	4	4
아시아	5	9	7	12	10	11	7	7	17	20	20	8	6	1	4
이외 아시아	0	1	0	0	0	0	3	2	0	0	0	0	0	0	0
중근동	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
구미	3	2	1	6	5	14	2	9	4	1	3	2	3	4	0
북미	8	14	14	18	14	17	14	6	5	8	8	6	1	6	4
중남미	1	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	1	0	0
오세아니아	1	1	1	3	2	2	1	0	1	1	0	0	0	0	0
합계	39	53	43	60	54	81	70	74	84	96	78	41	24	23	18

자료 : 재단법인 九州경제 조사 협회 「九州·山口지방 기업의 해외 진출」

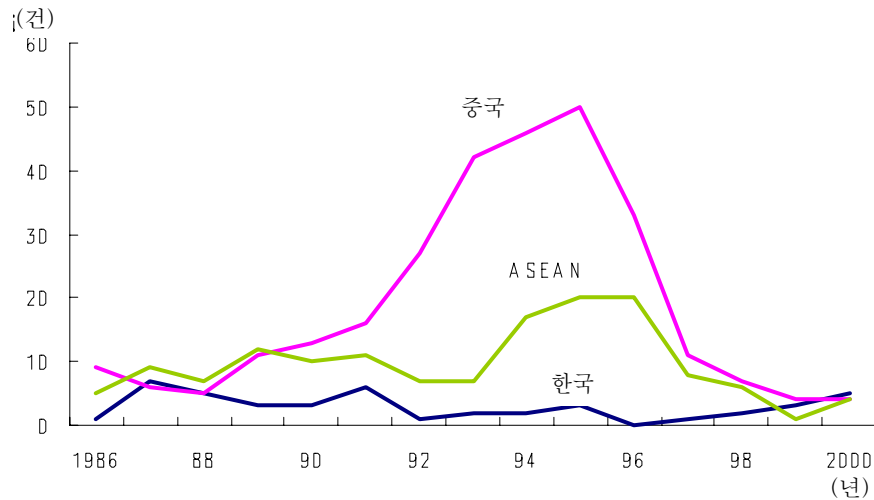


자료 : 재단법인 九州경제 조사 협회 「九州·山口지방 기업의 해외 진출」

<그림 2> 한국 진출 기업의 본가 업종별 구성의 변화

1990년대 초반까지는 한국에 진출한 대부분의 기업이 제조업이었고, 그 대부분이 일본 국내 소비용 생산을 목적으로 현지에 공장 등을 설립하였다. 낮은 인건비, 가까운 거리 등이 진출의 큰 이유였다. 그러나, 한국 국내의 임금 수준이 급격히 상승하고, 노동 조합 운동이 활발하게 되어 한국으로의 진출이 감소하였으며, 인건비가 낮은 ASEAN 회원국과 중국으로의 진출이 급증하였다

(그림 3). 그러나, 1997년 이후는 아시아 각국의 통화위기와 일본 국내의 경기 침체 등에 의하여 진출 건수는 감소하는 경향이었으며, 2000년에는 18건으로 1986년 이후 가장 낮게 나타났다. 이 중에서 한국으로의 진출은 1996~2000년 사이에 10개 회사이다. 제조업 뿐만 아니라 서비스업의 진출도 늘고 있으며, 한국을 시장으로 한 적극적인 움직임이 나타났다.



자료 : 재단법인 九州경제 조사 협회 「九州·山口지방 기업의 해외 진출」

<그림 3> 한국·중국·ASEAN으로의 진출 건수

2) 통화 위기에 의한 제조업의 철퇴는 없다

1997년 한국이 외환 위기에 직면했을 때 그 영향을 받은 기업도 있지만, 현 시점에서 외환 위기가 원인이 되어 철퇴한 기업은 없다. 현지에서 생산을 하고 있는 기업의 경우 원료의 대부분을 현지 조달하고 있는 곳이 많아 통화 하락에 따른 영향은 경미하였다. 오히려 일본으로부터 제품을 수출하고 있는 기업이 통화 하락 또는 한국 기업의 생산 상황 변동에 의하여 영향을 크게 받았다. 그러나, 한국 국내 경기가 회복되어져 생산 활동도 다시 활성화 되어 안정을 되찾게 되었다.

4. 한국과 九州의 새로운 관계

진출 업종의 변화와 함께 최근에는 한국과 九州와의 비즈니스 관계에 새로운 전개가 나타나게 되었다. 이 새로운 전개는 한국기업으로부터의 부품 조달, 한국을 시장으로 한 진출, 지리(地利)적 활용과 같이 세가지로 정리할 수 있다. 다음으로 각각의 움직임을 보도록 하자.

1) 한국 기업으로부터의 부품 조달

(1) 진출에서 현지 조달로

한국으로의 진출은 90년대 중반까지는 제조업이 눈에 띄며 그 대부분이 낮은 인건비로 일본 국내 소비용 생산을 목적으로 하고 있었지만, 공장 건설 등 설비 투자 비용 외에 일본으로부터의 임원과 사원 파견 비용이 드는 것이 문제가 되었다. 90년대 후반에는 일본 국내의 경기도 크게 침체되어 적극적인 설비 투자를 실시하는 기업이 줄어드는 한편 부품 조달처로서 기술 수준이 향상한 한국 기업을 적극적으로 활용하는 기업이 늘어나고 있다.

(2) 주물(鑄物)은 일본보다 30~50% 저렴

일반 기계를 제조하는 津上 정밀기계(北九州市)는 몇 년 전부터 北九州市에서 개최된 상담회(商談會)에서 만난 한국 기업으로부터 주물 관련 부품을 조달하고 있다. 상대측으로부터의 견적 의뢰가 있어 당시 국내 기업의 견적과 비교한 결과 국내보다 30~50% 저렴하여 거래가 성립되었다. 이 후 거래 기업 수는 증가하여 현재는 한국 국내의 10개사와 거래하고 있다.

단, 모든 분야에서 한국이 짠 것이 아니며 기계 가공은 일본 국내와 거의 차이가 없다고 한다. 대량 생산 체제를 확립한 기업이 많은 일본에서는 야간에도 무인으로 기계를 가동시킬 수 있지만, 한국에서는 1대의 공작 기계에 1명이 담당하는 체제의 기업이 주류이기 때문에 이 인건비가 가격을 상승시키는 것이다. 이 회사는 이러한 한국 기업의 특색을 파악하여 현재는 스텐레스 주조와 정밀 주조라는 소재계를 중심으로 발주하고 있다.

(3) 비용 삭감, 시장 점유율 확대로 쌍방에 이익

신호 관련 기기를 제조하고 있는 信号電材(大牟田市)는 2000년도부터 본격적으로 한국전기교통(서울시)과의 거래를 시작하였다. 신호기 외측의 부품을 수입하고 있으며, 금형(金型)은 도면을 전하여 지도하는 외에 쌍방의 담당자가 2개월에 한번 大牟田나 서울에서 기술적인 측면을 중심으로 협의하고 있다. 한편, 信号電材는 한국측에 LED 등기(灯器)라는 새로운 최신식 신호기를 납입하고 있다.

이 거래는 양사에 있어서 국내에서의 경쟁력 강화로 이어지고 있다. 信号電材는 짠 가격으로 부품 조달이 가능하게 되어 제품 가격을 내릴 수 있게 되어 이것이 국내에서의 시장 점유율 확대로 이어지고 있다. 한편 한국전기교통은 信号電材의 새로운 기술 도입을 계기로 현재 한국 북부에 머물러있는 영업 지역이 전국 수준으로 확대되는 것을 기대하고 있다.

2) 한국을 시장으로 한 진출

(1) 일본에서 쌓은 노하우를 살린다.

최근에는 제조업뿐만 아니라 서비스업의 분야에서도 한국을 시장으로 진출하는 기업이 늘고 있

다. 1980년대부터 1990년대에 걸쳐 한국 경제는 급성장 해 왔지만, 서비스 분야는 아직 충분히 성장하지 않았으며, 혹은 존재하지도 않는 분야가 있는 것도 사실이다. 한국에 진출하는 기업은 단순히 서비스만을 제공하는 것이 아니라 일본 국내에서 쌓은 노하우를 살려 한국에 뉴 비즈니스 바람을 불어 일으킨다는 의미에서도 큰 역할을 하고 있다고 할 수 있다.

(2) 한국의 파스타 붐이 계기

한국은 길거리에 식당이 많이 늘어서 있으며, 외식이 사람들의 생활에 파고든 나라이다. 한국 음식점이 대부분을 차지하지만 최근에는 스파게티와 피자, 햄버거 같은 구미의 음식 문화가 급속히 침투하기 시작하였다. 주로 파스타를 주 메뉴로 하는 점포를 오픈하는 피에토로(福岡市)가 처음으로 서울에 문을 연 것은 1995년이였다. 고급 식당과 레스토랑이 늘어서 있는 압구정동에 처음 점포를 낸 당시부터 일약 붐이 일어, 곧 바로 비슷한 파스타 전문점이 주변에 생겼다고 한다. 그 후 외환위기로 이 회사는 일본 스태프를 한국으로 불러 들여 현재는 현지 기업을 프랜차이즈로 하고 경영을 일임하고 있다.

한국 진출 후 5년이 경과 하였지만, 피에토로는 2000년에 들어서 계속 3개 점포를 개업하여, 서울 시내에 7개 점포를 열고 있다(2002년 1월 현재). 프랜차이즈 측에서 「빨리 지명도를 높이고 싶다」는 의향이 있어 앞으로도 적극적으로 점포를 오픈할 계획이다.

(3) 현지에서 생소한 분야로 진출

한국 진출시 반드시 「노동 문제」가 언급된다. 이것이 한국 기업의 인건비를 상승시켜 매상이 올라도 이익이 오르지 않는 한국 기업 체질의 원인으로 작용하고 있다. 일본에서는 기업의 인건비를 삭감하는 한가지 방법으로 인재 파견 활용이 있는데, 한국에서는 1998년 8월에 인재 파견법이 시행 되었지만 인재 파견 자체는 아직 충분히 활용되고 있지 않다.

인재 파견업의 엔트리 서비스 프로모션(福岡市)은 자사의 노하우를 기초로 하여 인재 파견업을 한국에 뿌리 내리기 위하여 1999년 1월 서울에 엔트리 코리아를 설립하였다. 한국 기업의 반응은 거의 없었지만, 한국에 진출해 있는 일본계 기업으로부터 계속하여 문의가 있어 이벤트 부스와 컨벤션 등에 스태프를 파견하는 등 실적을 올리고 있다.

외환위기 이후 한국 사회에서도 인재 유동이 가속화 되고 있는데 일본계 기업을 희망하는 사람도 많으며 일본어가 유창한 사람도 많다. 이러한 움직임과 「현지 법인을 설립할 때에는 한국 사원을 5명 이상 고용해야 한다」는 한국 법률을 힌트로 이 회사는 한국에 새롭게 진출하는 일본계 기업을 대상으로 한 인재 소개 사업을 시작한 것이다. 이 후도 신한(新韓)증권 콜 센터의 스태프 파견과 일본계 기업으로의 비서 파견 등 느리지만 파견 사업도 궤도에 오르기 시작하고 있다. 진출이 빨랐기 때문에 고생도 많았지만, 역으로 진출하였기 때문에 다양한 정보를 수집할 수 있는 이점도 있어 2002년 한일 월드컵 공동 개최를 큰 사업 기회로 다양한 사업을 계획 중이다.

(4) 자동차 장수 사회를 목표로

서울이나 부산에서 시선을 끄는 것 중 하나는 자동차가 많다는 것이다. 최근에는 한국에서도 자동차가 완전히 생활의 일부가 되었다. 일본의 자동차 평균 수명은 9.8년으로, 18.5년인 스웨덴과 14.7년 영국 등 구미 국가와 비교하면 짧지만, 한국은 일본보다도 훨씬 짧다고 한다. 앞으로 한국에서도 일본과 마찬가지로 소비 스타일의 변화와 환경 문제에 대한 관심 고조 등으로 인하여 자동차의 평균 수명이 길어질 것으로 여겨지며, 자동차의 유지, 보수 서비스 수요도 증대할 것으로 예상된다.

니치보텍본사(福岡市)는 일본 국내에서 자동차 관련 유지, 보수 서비스를 25년 정도 해왔다. 이 회사는 지금까지 길러온 서비스를 한국에서도 뿌리 내리기 위하여, 2000년 3월말 부산에 한국 니치보텍을 설립하였다. 한국에서도 일본처럼 모든 것이 시스템화된 유지, 보수 업무를 채용할 계획이며, 한국 기술자도 福岡 본사에서 연수를 할 예정이다.

(5) 디지털 카메라의 수요 확대를 예상한 진출

일본에서도 디지털 카메라가 보급되어 디지털 카메라로 촬영한 영상의 DPE서비스를 제공하는 기업이 늘어나고 있다. 인터넷을 활용하여 질 높은 서비스를 저렴하게 제공하고 있는 디지털 프라자(디프재팬 : 본사 福岡市)는 2001년 1월에 합병 기업 디프코리아(본사 서울시)를 설립하여 DPE사업에 참가하였다. ADSL를 비롯한 고속회선(高速回線)의 보급은 한국이 일본에 앞서지만 디지털 카메라의 경우는 일본이 앞서 있다고 한다. 따라서 이 회사는 앞으로 한국 국내의 디지털 카메라의 DPE서비스 수요 확대를 예상하고 한국 기업과 합병 기업을 설립하였다.

원래 이 회사의 일본 국내 서비스에서도 한국내의 서버, 한국 국내의 제휴 DPE 현상소를 이용하였기 때문에, 대규모의 설비 투자가 필요하지 않아 시스템만 한국에 가지고 있었다. 참가 당시는 4~5사 밖에 DPE사업자가 없었지만, 불과 1년만에 400사 가까이 증가하여 수요 확대와 동시에 격심한 가격 경쟁이 예상된다.

(6) 휴대 전화 콘텐츠를 한국에서 배신(配信)

한국에서도 휴대 전화 가입자수는 매년 계속해서 증가하고 있으며, 일본과 마찬가지로 앞으로 휴대 전화용 콘텐츠의 증대가 예상된다. 리버힐 소프트(본사 福岡市)는 2001년 3월부터 한국의 아시아 어뮤즈(본사 서울시)를 통하여 휴대 전화용 콘텐츠의 서비스를 시작하고 있다. 일본과 한국은 지리적으로 가까운 데다가 캐릭터와 스토리를 선호하는 공통점이 있어 한국 시장으로의 서비스 제공을 결정하였다. 이 회사가 최초로 제공한 것은 NTT 도코모의 I모드 공식 콘텐츠로서 운영하고 있는 넷(Net) 게임이며, 아시아 어뮤즈와 공동으로 한국판으로의 현지화를 실시하였다. 앞으로는 양사가 가진 콘텐츠를 각자의 나라에서 제공해 나갈 방침이다.

(7) 지금까지 없었던 업종에 찬스가

이상과 같이 최근의 한국으로의 진출업종은 음식, 인재 파견, car reform, 디지털 카메라 DPE,

휴대 전화 콘텐츠 등 지금까지 九州에서 해외로 진출한 업종과는 매우 다르다. 진출지에서도 전혀 생소한 것으로 받아들여지는 경우가 많다. 이런 분야에서는 진출한 후 사업이 궤도에 오르기까지는 일정한 시간이 걸린다고 생각되는데, 이 서비스가 확립된 시점에는 신용을 얻게 되어 뒤에 들어오는 기업보다 훨씬 유리한 입장에 설 수 있게 된다.

3) 지리(地利)를 활용한다

(1) 福岡가 한국의 거점을 컨트롤

九州와 한국의 근접성은 종종 화제에 오르는데, 이것은 한국과의 비즈니스에서 실제로 중요한 포인트가 되어 있다. 東京에 본사를 둔 기업이 한국의 거점을 관리 운영하기 위하여 福岡를 효과적으로 이용하고 있는 케이스도 있다.

(2) 한국과 일본의 “중개”적 존재

멀티미디어 인터넷 스쿨인 디지털 할리우드(東京都)는 2000년 5월에 서울 연세대학내에 현대그룹의 현대SEGA와의 합병으로 연세 디지털 할리우드(이하 YDH)를 설립하였다. 이 회사가 일본 국내와 미국에 전개하는 멀티미디어·인터넷 스쿨 같은 학교인데, YDH에 대한 지원은 東京에 서가 아니라 福岡 학교가 창구 역할을 하고 있다. YDH의 규모가 현재의 福岡 학교의 규모와 거의 같아서 지원하기 쉽고, 거리적으로 가까운 것이 이유이다. YDH는 2000년 9월에 개교 하였는데, 그때에는 福岡학교의 스태프 한달에 10일 정도 현지 지도를 하고 있었다. 이러한 것이 가능한 것은 福岡와 서울이 거리적으로도 시간적으로도 가깝기 때문이었다. 개교 후에도 福岡 학교는 디지털 할리우드에서의 한국과 일본의 중개적 존재로서 기능하고 있으며, 한국의 유명한 creator를 초청하는 강연회를 개최하고 있다. 한국의 유학생 수용도 구체적으로 준비 중이다. 그리고, 국내에서도 인터넷 관련 콘텐츠 제작 회사와 파견 회사도 경영하고 있는 디지털 할리우드에서는 YDH가 궤도에 오르면 한국에서도 같은 회사를 설립하려 하고 있다.

5. 새로운 관계 구축에 있어서의 과제

한국과의 비즈니스 변화에 대하여 살펴 보았는데, 비즈니스를 추진해 나가는 데는 크고 작은 과제가 있다.

1) 언어의 벽

먼저 언어의 벽을 예로 들 수 있다. 최근에는 일본에서도 한국어 학습열이 높아지고 있지만, 여전히 비즈니스 파트너인 한국측 기업의 일본어가 가능한 담당자에게 의존하고 있는 기업이 많은

실정이다. 따라서 제조를 위탁하는 부품의 형태, 새 점포의 컨셉, 서비스 목적 등 상세한 부분에 대해서는 그 뉘앙스까지 전해지지 않는 경우도 있다고 한다.

2) 국민성의 차이

다음으로 한국 뿐만 아니라 해외 진출시에 반드시 거론되는 문제이기도 한 국민성의 차이를 들 수 있다. 국민 기질과 커뮤니케이션 방법, 직종에 대한 의식의 차, 기호의 차 등 헤아릴 수 없을 정도이다. 제조업 분야에서는 제품의 질에 관련된 문제가 발생하기 쉽다.

단, 서비스업 분야에서는 이것이 오히려 힌트가 되어 새로운 분야 개척으로 이어질 수 있다. 엔트리 코리아에 의하면 인재 파견의 경우 일본에서는 비서의 인기가 매우 높지만 자립심이 강한 한국 여성에게는 전혀 인기가 없다고 한다. 일본의 방식을 강요하지 않고 현지의 실정을 고려하는 것에 의하여 현지에 넓게 수용될 수 있는 시스템을 구축하는 것이 중요할 것이다.

3) 의식의 차=기술 수준의 차

세번째로 기술 수준의 문제를 들 수 있다. 한국은 아시아에서 대만과 비슷하게 급속하게 기술 수준이 향상된 나라이다. 그러나, 분야에 따라서는 일본 기업이 요구하는 수준에 미치지 못한 경우도 많다. 부품을 발주하는 경우 불량품인지를 확인하는 데는 모든 것을 조립할 필요는 없지만, 제품에 따라서는 현지 기업에 검사 장치가 없는 경우도 있어 일본에 제품이 보내진 후에 비로소 불량품이라고 아는 경우도 있다고 한다. 반송 비용을 절약하기 위하여 결국 본사에서 다시 고치는 경우도 있다. 한국 검사 수준의 향상을 촉구하는 것과 동시에 한국과의 물류 비용을 국내 수준으로 내리는 것이 필요하다.

6. 보다 가까운 관계를 목표로

1) IT분야에서의 관계 강화

앞으로 九州와 한국과의 비즈니스 관계에서 발전이 기대되는 분야는 우선 IT관련 분야이다. 1999년 한국에서 인터넷 보급율은 14.67%로 일본의 14.46%를 조금 상회하고 있다. IT관련 인프라 정비도 급속하게 진행되고 있고 인터넷 이용에서는 ASDL(비대칭(非対称) 디지털 가입자 선)의 보급 외에 PC방이라는 인터넷 카페 같은 가게가 거리 곳곳에 있으며, 1시간에 1,000원(약100엔 : 1원=약 0.1엔)정도로 부담 없이 이용할 수 있는 환경이 정비되어 있다. 인터넷 비즈니스도 인터넷 상의 주식 거래와 인터넷 쇼핑, 인터넷 बैं킹의 이용자도 늘고 있다.

앞서 언급한 디지털 프라자는 현재 시스템을 한국 기업과 공동 개발 중이다. 일본의 대기업에

시스템 개발을 위탁하면 수억 엔이 들지만 한국에서는 500만엔 정도로 가능한 경우도 있다고 한다. 일본과 같은 하청, 하청의 하청이라는 것이 없으며 게다가 인건비도 일본에 비하여 싼 것이 이유이다. 그리고, ADSL 보급율도 높기 때문에 ADSL에 대응한 부하(負荷)가 있는 시스템 개발에 뛰어난 인재도 많아, 우수한 인재를 활용할 수 있다. 일본에서는 ADSL 보급은 이제부터이기 때문에 앞서있는 한국과 비지니스를 하는 것으로 앞으로 일본에서 필요로 하게 될 서비스에 대한 힌트를 얻을 수 있다는 큰 이점이 있다.

실제 2000년 이후 일본과 한국의 NET계통 기업의 업무 제휴가 계속되고 있으며, IT관련에서의 제휴는 점점 깊어질 것으로 기대된다. 현 시점에서는 關東에 본사를 둔 기업과의 제휴가 대부분이다. 그러나, 선행하는 한국의 NET비즈니스의 노하우가 흡수 가능하다면, 거리적으로 가깝고 빈번하게 만나 회의 할 수 있는 九州 기업쪽이 제휴 이점이 크다는 생각도 할 수 있을 것이다.

2) 벤처 기업의 교류

다음으로 IT관련과도 같이 연동(連動)하지만, 한일 벤처 기업의 교류 활성화가 기대된다. 한국을 「누구라도 1등이 되려 하며, 누구라도 사장이 되고 싶어하는 나라」라고 표현하는 사람도 있는데, 이러한 기질은 벤처 정신과 일맥 상통하는 면이 있어 한국에서 벤처 기업 설립이 계속되고 있다. 한국 정부가 IT관련에 주력하고 있어 정보·통신 관련 분야가 많으며 IT관련 기업이 집적해 있는 서울의 테헤란로에서는 불과 1년 동안 수백개의 벤처 기업이 탄생하였다고 한다. 물론 수백개의 회사 가운데 살아 남은 기업은 겨우 1%라고 할 정도로 경쟁이 심하지만, 이러한 기업은 한국 국내뿐만 아니라 세계로 정보를 발신하는 찬스를 모색하고 있을 것이다. 九州는 IT분야에서는 뒤쳐진 면도 있으므로 이러한 한국의 벤처 기업에서 배울 부분은 많이 있을 것이다.

재빨리 이렇게 움직인 학교 법인 都築종합학원 그룹의 벤처 투자·육성 회사인 핫체리·벤처파트너즈(福岡市)는 한국의 벤처 캐피탈인 ADL파트너즈와 제휴하여, 일본 벤처 기업의 한국 진출과 한국 벤처 기업의 일본 진출을 지원하는 체제를 구축하고 있다.

3) 한국 기업도 프리젠테이션

福岡県산업·과학기술진흥재단은 1999년 11월 부터 매월 1회 벤처마켓을 개최하고 있다. 이 행사에서는 국내외 벤처 기업이 자금 조달과 판로 확대를 목적으로 자사의 기술, 상품 등에 대하여 프리젠테이션을 한다. 1999년 11월 제1회 벤처마켓에서 2002년 1월까지 모두 합하여 522사가 참가하였는데, 이 중 289사(55.4%)가 福岡県, 203사(38.9%)가 다른 県, 그리고 30사(5.7%)가 해외였다(표 3). 해외에서 온 30개 참가 회사 중 한국 벤처 기업이 14사(이 중 1사는 2번 참가)를 차지한다(표 4). 참가 기업의 사업 분야는 IT관련 기술 외 인터폰과 골프 용품, 식품 등 다양하다. 福岡은 서울에서 비행기로 1시간으로 지리적으로 가깝고 일본 기업에 대한 프리젠테이션을 통하여 일본 시장의 반응을 볼 수 있다. 후쿠오카(福岡) 벤처마켓은 일본 시장 참가를 목표로 하는 한

국 벤처 기업에 있어 활용해야 할 장(場)일 것이다.

<표 3> 후쿠오카 벤처 마켓 프리젠테이션 기업 지역별 내역

구 분	누계(1999.11~2001.01)	
	기업수	구성비(%)
福岡県	289	55.4
다른 県	203	38.9
이중 九州	117	22.4
이중 中国·四国	34	6.5
이중 関西	24	4.6
이중 中部	8	1.5
이중 関東과 이외	20	3.8
해외	30	5.7
합계	522	100.0

자료 : 재단법인 福岡県산업·과학기술진흥재단

<표 4> 후쿠오카 벤처 마켓 프리젠테이션 기업 일람(한국)

회사명	사업명	소재지
Art of Technology Co.Ltd	인터넷의 속도 향상과 웹 콘텐츠 작성 및 서비스	한국 서울시
(주)KAKYO SOFT	한일 공동 인터넷 커뮤니티 서비스	한국 서울시
IOBinc(아시오비 주식회사)	전화를 걸어 주는 인터폰 시스템	한국 울산시
(주)모도사	웹상의 쇼핑몰용 검색 엔진	한국 서울시
(주)昌駕 정보 통신	온라인 MUD&MUG 게임 소프트웨어	한국 서울시
唯佳 정보 통신	대형 모니터와 터치버튼을 이용한 새로운 스타일의 쌍방향 정보 서비스	한국 서울시
INTER MILLENNIUM Co.,	날으는 거리가 향상되는 골프 용품	한국 서울시
KUDOS KOREA Inc	2002년 월드컵 공동 개최 캐릭터 사업	한국 서울시
Telenetpia(텔레네피아)	무선 핸드 프리(Batongee TN-301)	한국 서울시
라이스젠(주)	다이어트에 좋은 기능성 쌀	한국 경기도 가평군
JOSUYA TECHNOLOGY(주)	하이스피드, 저가격의 인터넷 접속 기기의 개발, 판매	한국 서울시
PSD Tech.ING	전력 설비를 보수 관리하기 위해 인터넷을 이용한 원격 감시, 진단 시스템	
(주)엘콘 시스템	이차원 CAD를 이용한 건설 통합 시스템	한국 서울시

자료 : 재단법인 福岡県산업·과학기술진흥재단

4) 신 서비스 분야에서의 노하우 제공

앞으로 성장이 기대되는 분야로 일본 국내에서는 간호 서비스와 육아 서비스가 거론되고 있는데, 이 분야는 한국에서도 성장 가능성이 높다. 한국에서는 인구가 서울과 부산 등 대도시에서 집중되어 일본과 마찬가지로 핵가족화가 진행되고 있는 것 외에 여성의 취업율이 급속하게 높아지고 있다. 따라서 한국에서 고령자의 간호 서비스와 일하는 여성을 위한 육아 서비스의 수요가 높아지는 것은 확실할 것이다. 현재 한국 국내에는 이러한 서비스가 거의 없기 때문에 일본에서 노하우를 축적한 기업에게는 찬스가 될 수 있다.

그리고, 2002년에는 한일 공동 월드컵이 개최되는데, 여기에서도 인적 서비스 등을 중심으로 다양한 분야에서 비즈니스 찬스가 생길 것이다. 九州의 기업이 이런 움직임을 정확하게 파악하여 전국에 앞서 한국과의 새로운 비즈니스 관계를 구축해 나가기를 기대한다.

<표 5> 九州, 山口에서 한국에 진출한 지방 기업 일람

진출년도	기업명	소재지	업종	도시, 지역명	진출 형태
1986	寿산업(주)	福岡市	도소매업	부산	합병
1987	東陶기기(주)	北九州市	요업, 토석	경상북도 구미	합병
1987	秩父小野田(주)	東京都	요업, 토석	서울	합병
1987	日本化学発光(주)	福岡市	화학	서울	합병
1987	(주)시바타	福岡市	식료품	부산	합병
1987	(주)센트럴 유니	北九州市	화학	경상남도 마산	단독
1987	和林공업(주)	錦町	의복	전라북도 남원	단독
1987	(주)멕쿠	小郡市	전기기기	부산	단독
1988	(주)寿屋	熊本市	도소매업	서울	지점, 사무소
1988	카미키(주)	水巻町	의복	부산	단독
1988	寒川상사(주)	北九州市	도소매업	서울	지점, 사무소
1988	田中스틸(주)	北九州市	철강, 비금속	서울	합병
1988	田中스틸(주)	北九州市	철강, 비금속	인천	합병
1989	山九(주)	北九州市	운수, 통신업	서울	지점, 사무소
1989	(주)西日本流体技研	佐世保市	이외제조업	서울	지점, 사무소
1989	大洋수산	下関市	식료품	부산	지점, 사무소
1990	미야마 조선(주)	由宇町	운송용기계	충청남도 홍성군	합병
1990	(주)弗光堂	防府市	이외제조업	서울	합병
1990	(주)일본사와야카그룹	熊本市	서비스업	서울	합병
1991	(주)福岡은행	福岡市	금융, 보험업	서울	지점, 사무소
1991	(주)西日本은행	福岡市	금융, 보험업	서울	지점, 사무소
1991	제이에프비(주)	女合良田	요업, 토석	경상남도 산청읍	합병
1991	(주)니치보	福岡市	토목, 건설업	서울	합병
1991	컴퓨터 엔지니어링(주)	北九州市	일반기계	경기도 안양	합병
1991	(주)西日本저항기계작소	北九州市	전기기기	서울	합병

진출년도	기업명	소재지	업종	도시, 지역명	진출 형태
1992	(주)九州일렉트로닉스시스템	北九州市	전기기기	서울	합병
1993	(주)福岡시티은행	福岡市	금융, 보험업	서울	지점, 사무소
1993	東亜비파괴검사(주)	北九州市	철강, 비금속	부산	합병
1994	타카미야	北九州市	도소매업	부산	단독
1994	東陶기기(주)	北九州市	요업, 토석	서울	지점, 사무소
1995	(주)오토팩	西都市	이의제조업	서울	지점, 사무소
1995	(주)피에토로	福岡市	서비스업	서울	단독
1995	東소(주)	新南陽市	화학		합병
1997	(주)大熊상회	福岡市	도소매업	포항시	단독
1998	(주)九州하섹	直方市	일반기계	대전	합병
1998	엔트리 서비스 프로모션(주)	福岡市	서비스업	서울	단독
1999	니치보텍(주)	福岡市	서비스업	부산	단독
1999	辻산업(주)	佐世保市	수송용기계	부산	지점, 사무소
2000	(주)안사 인터네셔널	宇土市	서비스업	서울	합병
2000	(주)리버힐 소프트	福岡市	서비스업	서울	합병
2000	(주)세이브	西松浦郡	요업, 토석	서울	지점, 사무소
2000	安川엔지니어링(주)	北九州市	서비스업	서울	합병
2000	山九(주)	北九州市	운수, 통신업	서울	합병

주 : 철수 기업 포함

자료 : 九州경제조사협회 「九州・山口地域企業の 해외진출」