

경제 정책 하 면

나라경제

4

2008 April
nara.kdi.re.kr

만남 **강만수**
기획재정부장관

애그플레이션
옥수수값 금값되나

특별기획
우리 밥상, 세계로 세계로

몸 바꾼 경제부처 ‘화려한 변신’



9 771227 803309

ISSN 1227-8033

지평선 너머를 꿈꾸는 사람

서안(西安)에서 서북쪽 난주(蘭州)까지는 야간열차로, 난주부터는 버스로 실크로드의 관문 둔황(敦煌)을 찾아갈 때였다.

광대한 중국 오지나 몽골 같은 대륙답사를 하다보면 전혀 다른 개념이란 사실을 알게 된다. 속도가 아니라 거리가 사람의 의식을 바꾸어 놓는 것이다.

고속도로 공사 때문에 길이 끊겨 할 수 없이 빠져든 낯은 길이 당나라 시절 서역 상인들이 오갔던 실크로드 옛길이란 행운으로 돌아왔다. 속도는 더뎠지만 이 길을 오갔을 옛 상인이며, 승려들의 마음으로 돌아가자 느긋해졌다. 길을 지배하려는 생각을 버리고 길에 나를 맡긴 것이었다. 그러자 망외(望外)의 소득까지 발생했다. 중로에 '설인귀(薛仁貴) 서정비(西征碑)'를 발견한 것이다.

설인귀는 당 태종의 고구려 침략 때 종군했던 인물이었다. <구당서(舊唐書)> 등에 따르면 고구려 침략이 실패한 후 그는 당 고종(高宗)의 명으로 토번(吐蕃:티베트)과 돌궐(突厥:위구르) 등을 침략했는데 이를 기념하기 위해 2002년에 세운 비였다. 서쪽을 정벌했다는 뜻의 '서정비'는 이 지역을 점령지로 바라보는 중국의 현재 시각을 잘 보여주고 있었다.

소양성(銷陽城) 유적도 옛 길이었기에 발견할 수 있는 소득이었다. 1400여년 전 실크로드의 주요 교통 요새였던 곳이 지금은 누런 황토성벽만 남긴 채 퇴락해 있었다. 그렇



게 옛 정취에 젖어 둔황으로 가는데 서쪽으로 계속 달리는 길이니 해가지지 않았다. 저녁 8시가 넘어서야 겨우 도착한 둔황엔 그때까지 한줄기 석양이 비치고 있었다.

몽골 남쪽과 중국과의 접경지대에 있었던 고구려 성터를 찾았을 때였다. 몽골 수도 울란바토르로 돌아올 때 포장도로 5백km, 비포장도로 1천km를 달려야 했다. 어디가 길이고 어디가 들판인지 알 수 없는 황량한 초원에는 이정표 하나 없었다. **몽골인 기사는 과거 세계를 주름 잡던 몽골 전사처럼 길을 찾아 잘도 달렸다. 얼마나 남았느냐는 질문에 그는 몽골에서는 그런 질문을 하는 것이 아니라고 답했다.** 길에 대한 생각이 서로 달랐던 것이다. 우리에게 길은 목적지로 가기 위한 수단에 불과했지만 몽골인들에게 길은 인간을 받아주는 자연의 일부였다. 자연과 하나가 될 때만 안전할 수 있었다. 그때 나는 알 수 있었다. 우리 자신의 일부여야 할 자연을 우리는 대상으로만 보아왔다는 사실을. 사방이 산으로 가로막힌 우리 땅과 지평선이 눈 닿지 않는 곳까지 이어지는 중국대륙은 이렇게 달랐다. 이제는 알 수 있다. 인간은 눈길이가 닿는 곳까지만 꿈꾸는 인간과 그 너머까지 꿈꾸는 인간으로

나뉘는 것을. 그래서 이제는 서두르지 않고 천천히 한 발 한 발 걷고 있다. 언젠가는 목적지에 닿으리라는 꿈을 가지고, 생각해 보니 역사란 바로 그런 것이었다.



이덕일

한국사의 온갖 쟁점을 대중의 눈높이에 맞춰놓은 역사학자다. 우리 역사의 온갖 미스터리를 사료를 바탕으로 선명하게 풀어낸 <우리 역사의 수수께끼 1~3>, <송시열과 그들의 나라>, <조선 왕 독살사건> 등을 펴내며 우리 시대의 대표적 역사저술가로 자리매김했다.



p14

특집

몸 바꾼 경제부처, ‘화려한 변신’

- 16 11개 기관, 3,427명 줄였다
유사·중복 기능 통폐합, 정책결정단계 간소화
오병권 행정안전부 조직기획과장
- 18 ‘기획조정 + 재정’으로 정책 실효성 높였다
경제자유구역기획단 등 집행적 성격 조직은 대폭 이관
유수영 기획재정부 국제금융국 서기관
- 20 288개 규제 없앤다
‘Innovative Korea, 30% 일 버리기, 신규 업무 10% 발굴’
변종립 지식경제부 기획재정담당관
- 22 하늘·땅·바다 물류 촘촘하게 잇는다
내륙물류기지 5대 권역별로 건설
김규철 국토해양부 제도개혁팀 서기관
- 24 견제와 균형 탄탄하게
인사가 공정해야 조직이 안정된다
이왕희 아주대 정치외교학과 교수
- 26 ‘포스트 개편’이 더 중요하다
정부조직 개편의 키워드: 유연·효율·통합·축소
이규연 중앙일보 중앙SUNDAY 탐사담당 부장

10 [만남] 강만수 기획재정부 장관

대담 김서령 나라경제 편집장

“물가만큼은 꼭!”



〈안내〉

「나라경제」는 이번호부터 〈고승철의 '추천 이달의 경제서'〉와 〈고일동의 박물지〉란 신설 칼럼을 선보입니다. 독자 여러분의 많은 관심 부탁드립니다.
- 편집팀 -

p31

특집 2 애그플레이션

옥수수값, 금값 되나

- 32 곡물값 오르는 게 자동차 탕?
식용·사료용 수요에 연료용 추가
김병률 한국농촌경제연구원 동향분석실장
- 34 ‘식량 무기화’ 현실로
우리나라 곡물자급률 28%, 쌀 제외하면 5%
양승룡 고려대 식품자원경제학과 교수
- 36 사료곡물 관세 없애야
유통시스템 개선, 해외농업 투자, 수입처 다변화 절실
조재호 주 벨기에대사관 농무관



Vol.209 April

C o n t e n t s



40

사물을 배운다 속옷의 경제학 속옷, 얼마나 알고 계십니까?

3 [천천히 걷기]
지평선 너머를 꿈꾸는 사람
이덕일

8 [Reader's Letter]

28 [경제뉴스 행간읽기]
서브프라임 대책을 보는
빠딱한 시선
제정임 세명대 교수

39 [그림 속 경제]
브랜드와 아트의
이중교배 '아트 마케팅'
이미란 아트블루 국제부 전시기획실장

55 [고승철의 '추천 이 달의 경제서']
'영리한 투자' 外

56 [경제정책해설]
환경분쟁 처리,
더 빨리 더 공정하게
고종희 중앙환경분쟁조정위원회 기획
총괄팀장

58 [김두열 박사의 경제사이아기]
왕자를 낳지 못한
조선의 왕비들
김두열 KDI 연구위원

73 [고일동의 박물지]
생강나무도 있다?
고일동 KDI 연구위원

78 [권태균의 사라져 가는 풍경]
성냥 한 개비의 꿈
김서령 나라경제 편집장

82 [시골의사 박경철의 부자되기]
자원무기화 vs 식량무기화
박경철 경제 칼럼니스트

85 [건강하게 삽시다]
몸의 기운을
소통시켜주는 肝
김철규 하늘꽃한의원장

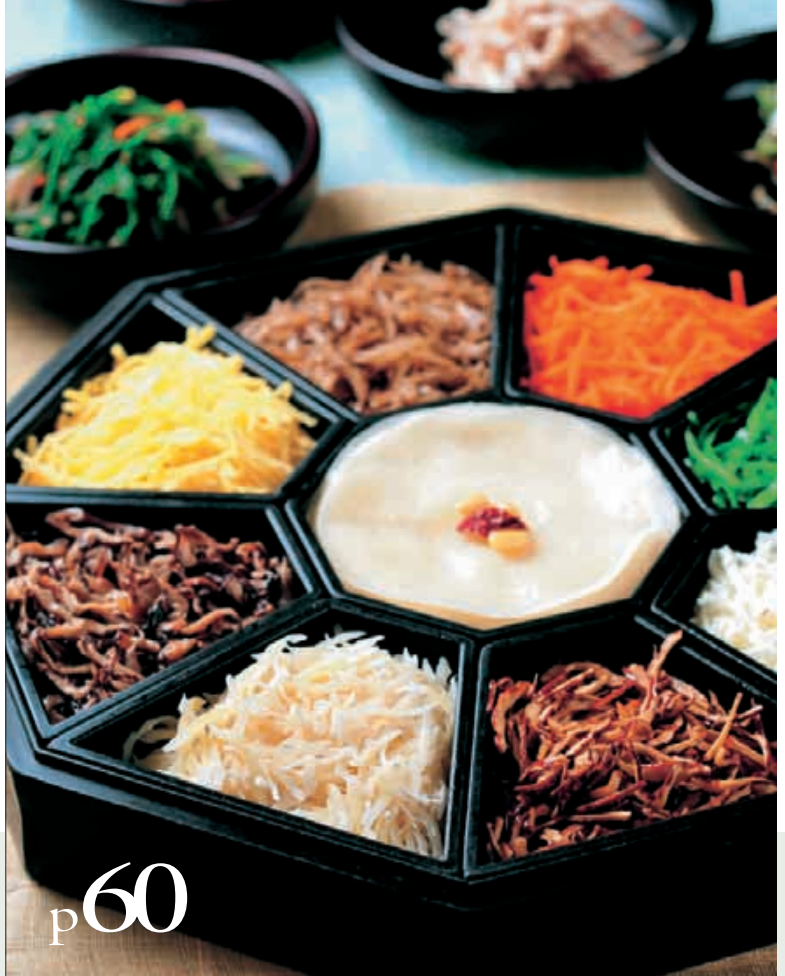
86 [해외시장 리포트]
보안 시장을 뚫어라
김병삼 KOTRA 빈 무역관장

90 [김찬호의 문화견문록]
'나'는 창의적이다!
김찬호 성공회대 교양학부 교수

92 [이동진과 함께 보는 영화]
뻘한 특수효과와 지루한 멜로
이동진 영화평론가

94 [아름다운 그 곳]
多·景·多·光 김종영 미술관
이정미 나라경제 기자

98 [시평]
경제 선진화의
'거의' 충분조건
유정호 KDI 국제정책대학원 교수



p60

특별기획

우리 밥상, 세계로 세계로

60 스토리텔링으로 한식을 고급화하라

정혜경 호서대 식품영양학과 교수

62 인기몰이식 반짝 경영은 No!

강지영 세계 음식문화 연구가. 탑테이블 대표

64 "초고추장, 와인에도 잘 어울려"

대담 김서령 나라경제 편집장 | 정리 길준범 나라경제 기자

66 한국판 '르 꼬르동 블루' 만든다

이경일 농림수산식품부 식품산업팀 사무관

70 파스타·스시가 세계음식이 된 이유

74 좌담

"규제에도 품격이 있다"

차문중 KDI 선임연구위원
이주선 한국경제연구원 선임연구위원
김주찬 광운대 행정학과 교수

50 [요즘 뭘 하십니까] 이한균 (전 건설교통부 장관) 인천경제자유구역청장
"심플해야 답이 나온다"

Reader's Letter

유익한 지면이었습니다

〈상상력이 돈이다〉란 칼럼이 매우 재미있고 유익한 지면이었습니다. 우리 경제도 이런 부가가치가 높은 분야에 더 한층 관심을 갖고 투자해야 한다고 생각합니다. 편집부에 바라는 점은 어려운 경제용어는 쉽게 풀어 설명해주시고 문화 예술의 소식을 다루는 지면이 더욱 많았으면 좋겠다는 것입니다.

김영명·충남 서천군 마서면

〈나라경제〉가 훌륭한 교육자료가 되고 있습니다

학생들을 가르치는 교사입니다. 〈나라경제〉를 보면 (경제학 전공) 학생들에게 다양한 이야기들을 들려 줄 수 있어 좋았습니다. 예전에 있었던 〈생활경제〉 칼럼과 같이 쉽게 접근하는 경제정책해설이 있었으면 좋겠습니다. 그리고 인터뷰 내용도 많이 실어주세요. 또한 새 정부의 사회복지정책에 많은 사람들이 궁금해 합니다. 지금 현재 무엇이 이슈이며, 어떤 주장들이 있는지 알고 싶습니다.

김철곤·서울 용산구 보광동

세상을 보는 안목이 넓어지고 있어요

〈나라경제〉를 보면서 세상을 배우며 알아가고 있습니다. 덕분에 친구들과의 얘깃거리도 많아졌습니다. 특히 2월호에서는 〈안경이야기〉를 감명 깊게 봤습니다. 모든 내용이 알차서 저 혼자만 애독하고 싶어요. 일반 뉴스 잡지보다 더 많은 지식과 알찬 정보가 실려 있어 다른 어떤 잡지보다 월등히 훌륭합니다. 장수하는 〈나라경제〉가 되시길.

박소희·서울 강동구 명일2동

김성훈 전장관 인터뷰에 감동 받아

과거 농림부에서 근무했던 공직자입니다. 김성훈 전장관을 모셨지만 가깝게 볼 일은 없어 김 전장관께서 얼마나 고충이 많으셨는지 잘 몰랐습니다. 김 전장관께서 재임시 보여주셨던 공직자의 자세는 세월이 흐른 지금에도 귀감이 되고 있습니다. 특히 농민들과의 신뢰를 중시하는 모습이 보기 좋았습니다. 〈나라경제〉를 통해 김 전장관의 이야기를 들을 수 있어 감사했습니다.

고성진·경기도 고양시 일산동구

MB노믹스 전문가가 됐어요

〈MB노믹스〉 특집이 공부에 큰 도움이 됐습니다. 새 정부 경제정책 방향을 자세히 알 수 있었고 전문가의 시각에서 어떠한 점을 보완해야 할지도 날카롭게 제시되어 좋았습니다. 앞으로도 우리나라 경제정책의 큰 흐름을 정확하게 알려주는 특집 코너가 되기를 희망합니다. 참, 표지 디자인도 다른 잡지에서는 대통령 사진으로 처리하는 정도에 그치는데 검은색 알파벳 글자와 은색 배경색이 독창적이고 세련되게 느껴졌습니다. 다음 표지도 벌써부터 궁금해지네요.

최정섭·서울시 성북구 돈암동



경제정책 하면

나라경제

2008. 4 [제19권 4호 통권 209호]

발행 | KDI 경제정보센터

편집 | 경제부처합동편집위원회

발행인 | 현정택 KDI 원장

편집인 | 전홍택 KDI 경제정보센터 소장

이원태 재정경제부 정책기획관

편집주관 | 김동률 KDI 경제정보센터 정책홍보실장

편집위원

기획재정부 이국형 정책관리담당관

교육과학기술부 김주한 종합기획과장

외교통상부 최연호 통상홍보기획관

행정안전부 김현기 재정정책과장

농림수산식품부 김남훈 행정법무팀장

지식경제부 안병화 규제개혁법무담당관실과장

보건복지가족부 하성 정책기획관

환경부 최홍진 정책총괄과장

노동부 이수영 기획재정담당관

국토해양부 황성연 기획재정담당관

공정거래위원회 신영선 경쟁정책총괄과장

금융위원회 도규상 기획과장

편집간사 | 이미희 기획재정부 정책관리담당관실

편집장 | 김서령 KDI 경제정보센터

취재·편집기자 | 공은주, 이정미, 이윤우, 길준범

배포 | 김경숙, 김정철

발행처 | KDI경제정보센터

ISSN 1227-8033 02

130-012 서울특별시 동대문구 회기로 49

전화 | 02-958-4656, 4654

팩스 | 02-3295-0744

홈페이지 | <http://nara.kdi.re.kr>

e-mail | nara@kdi.re.kr

발행일 | 2008년 3월 31일 (매월 말일 발행)

제19권 4호 (통권 209호)

등록일 | 1990년 11월 14일 (문화 라 04859호)

기사 문의 | 02-958-4667

구독신청 및 배달사고 | 02-958-4312

구독료 | 권당 3,000원 연간 30,000원

제작지원 | 중앙일보 시사미디어(주)

인쇄 | (주)삼화인쇄

『나라경제』는 한국 간행물 윤리위원회의 도서잡지 윤리강령 및 잡지윤리 실천요강을 준수합니다.

『나라경제』에 실린 기사의 내용은 필자 개인의 의견으로 필자의 소속기관이나 본지의 공식견해를 대변하는 것은 아닙니다.

글과 사진은 KDI의 서면 허락 없이는 어떠한 경우에도 사용할 수 없습니다.



1945년 생
 경남고, 서울대 법학과, 뉴욕대 경제학 석사
 1970년 행시 8회
 1988~1993년 재무부 보험국, 이재국, 국제금융국 국장
 1996~1997년 통상산업부 차관
 1997~1998년 재정경제원 차관
 2005~2006년 서울시장개발연구원 원장
 제17대 대통령직인수위원회 경제1분과위 간사

김서령 : 기획재정부 장관 취임을 축하한다. 관가에선 강만수 장관 부임을 10년 만에 과천에서 제일 센 장관이 왔다는니 조용필이 마이크를 잡았다는니 말이 많다(편집자 주: 워낙 명가수가 마이크를 잡으면 다른 가수들이 빛을 잃게 된다는 의미). 능력을 인정한다는 뜻일까, 강만수 1인 독주에 대한 우려일까?

강만수 : 난 원래 독주 체질이 못 된다. 남의 말을 듣는 게 장기다. 마이크 잡고 노래도 못하는데 언론이 앞서가고 있다. 그게 그사

람들 일이니까 나로선 할 말 없다.

김서령 : 지금 가장 민감한 현안이 환율이다. 주무장관으로서 할 말이 많을 것 같다. “장관은 환율에 대해 거짓말 할 권리가 있다는 말에 동의한다”는 말을 했다던데?

강만수 : 내가 입을 병긋하면 시장에 금방 영향을 미친다. 말하지 않고 지켜보는 게 지금으로선 가장 나은 태도라고 생각한다.

김서령 : 10년 만에 바뀐 정권이다. 거기서 첫 경제부처 수장을 맡았다.

> 만 남

강만수 기획재정부 장관

대담: 김서령 나라경제 편집장

때: 2008년 3월 4일 오후 3시

곳: 기획재정부 장관 집무실

“물가만큼은 꼭!”

1998년 3월 재정경제원 차관직에서 물러났다 다시 돌아온 감회가 남 다르겠다.

강만수: ‘경제 살리기’라는 국민적 염원으로 출범한 이명박 정부의 첫 기획재정부 장관이라는 대임을 맡았다. 무거운 책임감을 느낀다. 대통령께서 여러 차례 말씀하신 대로 지금은 대한민국이 세계 일류의 선진국으로 가는나의 기로에 서 있다.

세계 최고의 경쟁력을 갖춘 기업만이 생존할 수 있는 냉엄한

현실이 우리 앞에 있다. 현장 중심의 적극적이고 창의적인 사고로 일하려 한다. 기획재정부는 선진일류국가 건설에 매진하는 이명박 정부의 향도 역할을 맡을 것이다. 지난 10년간 민간부분에서 경험을 축적해왔다. 성장과 투자 모두 활기를 잃어가는 우리 경제의 당면한 현안을 해결하고 국민들에게 희망을 줄 수 있는 기획재정부가 되도록 노력하겠다.

김서령: 최근 세계경제 흐름이 심상치 않다. 2008년 세계경제 환경을

어떻게 전망하나?

강만수 : 세계경제는 과거 10년간의 호황이 끝나고 침체국면에 접어들고 있다. 유가가 백달러를 상회하는 등 국제 원자재 가격이 오르고 미국 서브프라임 사태 등으로 미국경제뿐 아니라 세계경제의 동반 침체 가능성이 확대되고 있다. IMF 등 국제기구도 지난 1월 미국과 세계경제의 성장전망을 하향 조정했다. 다행스러운 것은 아직 중국 등 신흥 개도국의 성장세가 유지되고 있다는 점이다. 그러나 국제금융시장 불안이 2008년 내내 계속될 가능성이 커 우리경제에 어려움이 지속될까 걱정이다.

김서령 : 부처 개편으로 기획재정부가 아주 커졌다. 기획재정부가 중점을 두고 추진하는 정책은?

강만수 : 기획재정부가 지난달 10일 업무보고를 통해 '7% 성장능력을 갖춘 경제 2008년 실천계획'을 발표한 바 있다. 우선 감세와 조기 규제개혁을 통해 투자와 소비 등 내수기반을 확충해 경기를 회복시킬 것이다. 또한 최근 서민생활비 부담을 가중시키고 있는 물가를 안정시키기 위한 노력도 강화할 것이다.

경기회복 노력과 함께 '세계최고의 기업환경 조성', '신성장동력 발굴'을 위한 노력도 시작할 것이다. 규제의 최소화, 세율의 최저화, 금융의 글로벌 스탠더드화, 노사관계의 법치화라는 4대 원칙에 따라 세계 최고의 기업환경을 조성하고 정부 효율도 향상시켜 나갈 것이다. 장기성장을 위해서도 R&D 투자를 임기 내 GDP의 5% 수준으로 확대하고 미래환경, 첨단산업, 서비스산업 등 신성장동력산업도 발굴·육성해 나갈 것이다.

이런 노력이 차질 없이 이루어지면 올해 6%안팎의 성장이 가능하고 임기 내 7% 성장능력을 갖춘 경제로 전환될 것으로 보고 있다.



새 정부 출범 직후 투자와 소비기반을 확충하기 위해 임시투자세액 공제제도를 1년간 연장했고 유류세도 10% 인하했다. 6월 임시국회에서 법인세율을 과감하게 인하하고 출자총액제한제도 등 선진국에 없는 규제는 폐지할 계획이다.

김서령 : 전문가들은 정부의 올해 성장을 목표치인 6%가 경기 흐름상 버거울 것으로 예상하는데?

강만수 : 최근 국내외 여건이 우리 경제에 불리한 방향으로 전개되고 있는 것이 사실이다. 그러나 정부는 감세와 조기 규제개혁 등을 통해 6%내외의 성장을 이루기 위해 최선을 다해 노력할 것이다. 우선 새 정부 출범 직후 투자와 소비기반을 확충하기 위해 임시투자세액 공제제도를 1년간 연장했고 유류세도 10% 인하했다. 6월 임시국회에서 법인세율을 과감하게 인하하고 출자총액 제한제도 등 선진국에 없는 규제는 폐지할 계획이다.

또한 5조원 수준의 지방교부금 정산분을 조기 배정해 지자체가 1시장 1주차장, 중소기업 전용 TV, 장학금 확대 등 서민생활 지원사업에 활용할 수 있도록 유도할 것이며, SOC 중심으로 기업 투자도 확대하는 등 재정을 경기 보완적으로 운용해 나갈 것이다. 이와 함께 물가안정 및 서민생활비 부담 경감 등의 조치도 지속적으로 추진해 나갈 것이다.

김서령 : 우리나라의 법인세율이 높아 선진국 수준으로 내리고 그 혜택을 근로자, 소

비자 및 주주 등에게 돌아가게 하겠다고 밝힌 바 있다. 법인세 인하에 대해선 비판적인 시각도 많다.

강만수 : 경제활성화 및 성장잠재력 확충을 위해 2008년 귀속분부터 2단계에 걸쳐 법인세율을 현행 25%에서 20%로 인하할 계획이다.

법인세율 인하는 대기업과 고소득자에게만 혜택이 부여되는 것이 아닌가 하는 부정적 시각이 있으나 경제 전반에 그 혜택이 고루 돌아간다고 보는 것이 타당하다. 법인세율 인하의 혜택은 배당을 통해 주주에게, 상품가격 인하를 통해 소비자에게, 고용 및 임금 증가 등을 통해 근로자에게, 대기업·중소기업 상생협

력을 통해 협력 기업에 각각 귀착될 것이다.

법인세 인하로 인한 기업의 투자촉진과 외국인투자유치 확대는 일자리 증대를 통해 중산·서민·청년층 등 다양한 계층에게 긍정적 효과를 가져올 것이라 기대된다.

김서령: 경제부처 장관들의 '현장행정'이 '전시행정'이라는 지적이 있다. 본래 취지와 달리 담당 공무원과 현장 기업들의 불편을 초래하는 측면이 있지 않을까?

강만수: 그간 수립된 정책들 중 좋은 취지임에도 책상에 앉아 현장의 목소리를 제대로 반영하지 못해 정책효과가 반감된 경우가 적지 않았다. 현장행정은 기업인, 일선공무원 등 실제 일하는 분들과 직접적인 만남을 통해 현실의 애로를 파악하고 이를 의제화함으로써 현장에서 당장 효과를 체감할 수 있는 정책을 마련하고자 하는 취지이다.

좋은 의도를 가지고 시작한 일인 만큼 현장 의견을 적극 수렴해 정책의 질을 한 차원 업그레이드시키는 기회로 삼겠다. 우려하는 점을 항상 염두에 두고 현장 방문시 불편을 끼치지 않도록 일정을 비공개하는 등 노력을 기울이겠다.

김서령: 최근 물가가 심상치 않다. 물가가 오르는 주 원인이 해외에 있다고 하더라도 당국에서 손 놓고 있을 수는 없을텐데?

강만수: 최근 물가상승은 유가·곡물가 등 국제 원자재가격 상승이라는 대외적인 요인에 주로 기인하는 것이 사실이다. 물가상승은 서민들의 생활비 부담을 가중시키고 소비와 경기를 위축시킬 가능성이 있어 대통령을 비롯한 모든 내각이 깊은 관심을 가지고 있다. 3월 3일 첫 국무회의에서 서민생활 안정 대책을 마련, 발표했고 3월 5일부터는 서민생활 안정 T/F회의를 통해 구체적인 실천계획을 수립해 추진하고 있다.

이런 계획의 일환으로 우선 휘발유와 경유 등의 탄력세율을 10% 내리고 4월 20일 정부터는 출퇴근 고속도로 통행요금도 최대 50% 내릴 예정이다. 중앙정부 공공요금을 동결한 바 있으며, 지자체 관할 공공요금도 지자체 회의 등을 통해 동결토록 요청했다.

앞으로도 물가상승으로 인한 서민부담을 경감하기 위해 지속적인 노력을 기울일 것이지만, 물가상승의 원인이 대외에 있기 때문에 그 방향은 과거와 다를 것이다. 먼저 개방을 확대하고 할당관세 등을 인하함으로써 국제가격 상승을 최대한 흡수해 나갈 계획이다. 또한 원자재가격 상승분을 초과해 가격이 오르는 것을 막기 위해 유통구조 개선 등 경쟁을 촉진할 수 있는 방안을 마련하려 한다. 주유소 가격정보 제공시스템, 산지 직판장 확대

등이 이러한 방안의 일환으로 추진될 것이다. 물가 불안심리 확산을 방지하기 위해 매점매석 행위 고시 등 행정부의 모든 역량을 집중해 필요한 조치를 취해 나갈 계획이다.

김서령: 외환위기의 책임에서 자유로울 수 없다는 지적도 있다. 외환위기의 원인은 무엇이었으며, 피할 수는 없었나?

강만수: 외환위기는 우리 경제체질의 약화로 요약될 수 있는 대내적 원인에서 동남아 외환위기 등 대외적 문제로 급속히 악화되면서 발생했다. 정부 주도의 경제개발 과정에서 누적된 구조적 취약성이 90년대 개방화 과정에서 표면화됐다. 이것이 97년 들어 발생한 대기업 연쇄부도, 동남아 외환위기의 확산 등으로 겹으로 드러난 것이라고 할 수 있다.

당시 재정원 차관으로서 위기에 대응해 직원들과 함께 불철주야 노력했지만 대내외적 문제로 인해 이미 기울어 가고 있던 대세를 바로 세울 수 없었다. 그 부분이 항상 안타까움으로 남아 있다.

김서령: 강 장관 프로필에 제일 먼저 등장하는 단어가 '고고집'이다. '재무부 고고집'으로 불렸는데, 그런 별명이 붙은 이유는? 고집세게 주관을 꺾지 않는다는 건 남의 말에 귀 기울이지 않는다는 뜻 아닌가?

강만수: 재무부 과장 시절 엄청 무서웠던 장관이 대통령에게 업무보고를 하기 전, 실무자였던 나를 불러 보고서 내용이 틀렸다고 강하게 질책한 적이 있다. 하지만 틀린 건 장관이었다. 내가 물려서지 않고 욕까지 얻어먹으며 고집을 굽히지 않았더니, 다음날 장관이 보고서 내용을 고치면서 다른 간부들에게 "일 하려면 강 과장처럼 하라"고 지시하더라.

그렇다고 해서 고집만 센 것은 절대 아니다. 알고 보면 나도 부드러운 남자다. 참고로 내 아호가 청설(聽雪)이다. '고요하게 눈 내리는 소리를 들을 수 있는' 겸허하고 진지한 자세로 국민의 다양한 의견을 수렴하려고 한다.

김서령: 건강을 유지하는 비결은? 취미는?

강만수: 특별한 비결은 없고 틈나면 테니스를 즐긴다. 일 많기로 소문난 기획재정부 직원들도 틈틈이 운동으로 건강관리에 신경 써주길 바란다.

서브프라임 대책을 보는 빼딱한 시선

금융회사의 탐욕 + 신용평가회사의 무책임 + 정부의 뒤흔다꺼리

“돈을 벌 때는 자유 시장 원칙을 목청 높여 외치고, 사고가 나면 국가에 떠넘긴다.”

한스 피터마르틴과 하랄드 슈만이 그들의 저서 ‘세계화의 덫(Die Globalisierungsfalle)’에서 국제금융시장을 휘젓고 다니는 금융자본세력을 비판한 말이다. 신흥시장 국가들에게 마구잡이로 돈을 빌려 주며 높은 이자소득을 즐기다가, 이들 나라가 위기에 처하면 국제통화기금(IMF) 등의 힘을 빌려 빠져나오곤 하는 서구의 거대 금융회사들을 꼬집는 얘기다. 마르틴과 슈만은 “거의 무정부적이고 반국가적인 지향성을 가지고 있는 자본운동의 조타수들은 그들 자신이 저지른 대형 금융 사건들을 도저히 수습할 수가 없는 지경이 되면 언제나 강력한 국가에 의존해서 옆질러진 물을 주워 담으려고 했다”고 비난했다. 그런데 이런 금융자본의 ‘뺨질’ 속성과 국가기구의 ‘뒤흔다꺼리’ 행태는 요즘 ‘서브프라임모기지(비우량주택담보대출) 부실’로 홍역을 치르고 있는 미국 시장에서도 똑같이 나타나고 있다.

미국의 부시 행정부와 연방준비제도이사회(FRB)는 서브프라임 위기가 본격적으로 불거진 2007년 8월 이후 지금까지 줄기차게 ‘불끄기 작전’을 펼치고 있다. 금융 위기의 확산을 막기 위해 동원할 수 있는 수단은 모두 써보겠다는 태세다. 여러 차례에 걸친 금리인하 조치는 물론이고, 1천5백억달러 규모의 세금 환급, 2천억달러 규모의 긴급 유동성 공급 등 입이 찹찹 벌어질 만한 ‘베가톤급’ 대책들을 계속 내놓고 있다. 그럼에도 신용경색이 해소되지 않고 급기야 업계 5위의 투자은행 베어스턴스가



헨리 폴슨 미 재무장관이 지난 연말 스톡홀름 시청(캘리포니아 소재)에서 주택담보 대출자들의 대출금리를 5년간 동결시키는 내용의 서브프라임 모기지 대책을 설명하고 있다.

도산 위기에 몰리자 3백억달러의 구제금융을 붙여 제이피모건 체이스로 하여금 베어스턴스를 인수하게 했다. 동시에 ‘프라이머리딜러 신용창구(PDCF)’라는 새로운 제도를 만들어 투자는 행들이 긴급자금을 대출받을 수 있도록 문을 열어 주었다.

이런 일련의 조치들은 무엇을 의미하나? 뉴욕타임스의 ‘까칠한’ 칼럼니스트 폴 크루그만 프린스턴대 교수가 3월 17일자로 쓴 ‘구제금융(The B Word)’이라는 글을 보자.

“2002년에서 2007년 사이, 민간부문의 잘못된 믿음이 악성 부채(bad lending)를 전염병처럼 확산시켰다. 여기서 잘못된 믿

음이라는 것은 집값은 언제나 오른다는 생각, 혁신적인 금융상품들은 위험(risk)을 제거해 줄 것이라는 생각, 신용평가회사들이 트리플 에이(AAA)를 준 채권은 정말 안전할 것이라는 생각 등이다. 여기에 덧붙여 당시 연준 의장이었던 앨런 그린스펀과 부시 행정부에 있는 그의 친구들의 믿음, 즉 시장은 언제나 옳으며 규제는 항상 나쁜 것이라는 생각은 곳곳에서 터져 나오는 경고를 무시하도록 만들었다. 그래서 불어난 악성부채들은 이제 상업은행과 투자은행 헤지펀드 등 금융회사들을 위기로 몰아넣고 있다. 그리고 미국 정부는 이들이 무너질 경우 미국의 금융시스템과 실물경제에 파국이 올 것이라고 걱정하며 구제금융(bailout)에 나서고 있다.”

월 스트리트의 ‘탐욕스런’ 금융회사들과 ‘무책임한’ 신용평가회사들이 헤지펀드들과 손잡고 서브프라임 관련 파생상품으로 엄청난 수입을 올리는 동안 ‘탈규제’와 ‘자유’는 그들의 슬로건이었다. 정부의 간섭이 없는 자유롭고 혁신적인 금융시장이 경제를 효율적으로 돌아가게 만들고 나라 전체의 부를 한껏 키워줄 것이라는 논리였다. 그러나 막상 고삐 풀린 금융시장에서 커질 만큼 커진 거품이 터지고 ‘시장의 힘과 지혜’가 이를 도저히 통제할 수 없다는 사실이 드러나자 그들은 “도대체 정부는 뭘 하고 있느냐”며 압박하고 나선 것이다.

이렇게 해서 파격적인 금리인하와 대규모 유동성 공급 등의 대책들이 연거푸 쏟아지자, 거대 금융회사의 ‘도덕적 해이(moral hazard)’를 부추기는 당국에 대해 비판하는 목소리들이 나오고 있다. 특히 상품 투자의 귀재로 꼽히는 짐 로저스 로저스홀딩스 회장은 “투자은행들을 살리기 위해 구제금융을 동원하는 것은 자본주의가 아니라 부자들을 위한 사회주의”라고 꼬집었다. 그

금융시장의 자유가 극대화되고 정부의 통제가 최소화되었을 때 오히려 감당하기 어려운 파국이 닥칠 수도 있다. 시장이 만능은 아니라는 것을 서브프라임 위기가 보여주고 있다.

는 경제채널 CNBC와의 인터뷰에서 “월스트리트를 살리기 위해 동원하고 있는 대책들은 결과적으로 인플레이션(물가상승)과 달러 가치 하락을 부추겨 미국을 더 심한 장기 불황으로 끌고 가게 될 것”이라고 말했다. 그는 또 “경기 침체(recession)를 막기 위한 조치들은 침체 그 자체보다 훨씬 더 많은 비용을 치르게 만든다”며 “월스트리트의 금융회사들은 자기들이 저지른 것에 대한 대가를 치러야 한다”고 주장했다.

로저스 회장의 주장대로 월스트리트의 금융회사들을 망하도록 내버려두어야 하는지, 아니면 크루그만의 처방대로 시스템을 살리기 위한 구제금융은 추진하되 주주와 채권자, 경영자들에게 엄중한 책임을 물어야 할 것인지는 사람마다 생각이 다를 수 있다. 그러나 이런 논란을 통해 우리는 ‘금융자본시장의 규제 완화’에 대해, 더 나아가서는 신자유주의적 세계화에 대해 더 깊은 성찰이 필요함을 깨닫게 된다.

서구 선진국들이 금과옥조처럼 내세우고 있는 ‘개방’과 ‘규제완화’가 그들이 주장해 온 대로 항상 아름다운 얼굴만 갖고 있는 것은 아니라는 사실이다. 금융시장의 자유가 극대화되고 정부의 통제가 최소화되었을 때 오히려 감당하기 어려운 파국이 닥칠 수도 있으며, 시장은 만능이 아니라는 것을 서브프라임 위기가 보여주고 있다. ‘동북아의 금융허브’를 목표로 보폭을 확대하고 있는 우리 정부가 꼭 새겨두어야 할 부분이다.

개방과 규제완화는 경제 선진화를 위한 고속도로가 될 수도 있지만, 실력을 감안하지 않은 과속 행보는 97년 외환위기와 같은 비극을 재연할 수도 있다. ‘신자유주의의 전도사’ 미국이 겪고 있는 ‘서브프라임 망신’을 통해 우리 사회의 신자유주의자들도 교훈을 얻기 바란다.



제정임 세명대 교수 jaesay@gmail.com
서울대 사회학과를 졸업하고 동 대학원에서 경영학 박사학위를 받았다. 경향신문 사회부 기자를 거쳐 국민일보 경제부 기자, 경제정책팀장 등으로 일했다. KBS, MBC, KTV 등 방송에서 경제해설을 했으며 <경제뉴스의 두 얼굴>의 저자다.



쌀·콩·옥수수 등 곡물 값이 천정부지로 뛰
며 애그플레이션이 초미의 관심사로 떠올랐
다. 사료 값 폭등에 이어 이제는 생필품 가격
마저 위협받는 실정이다. 식량 위기, 어떻게
대처해 나갈 것인가?

편집자주

특집 2 애그플레이션

옥수수값, 금값 되나

인도·중국 곡물 수요 증가에 바이오연료 개발까지 겹쳐

곡물값 오르는 게 자동차 탸?

식용·사료용 수요에 연료용 추가

최 근 세계적으로 이슈가 되고 있는 국제 곡물가격 급등에 따른 애그플레이션은 공급이 부족해서 발생하는 '희소성'의 문제가 아니다. 공급이 늘어나지만 수요가 그 이상 늘어 발생하는 '풍요'의 문제에서 발생한 가격 급등 현상이다. 국제 곡물가격의 상승 원인은 근본적으로 수요와 공급의 불균형에서 발생한 재고율의 급격한 하락이다. 그 외 최근 달러화 약세와 금리인하에 따른 투자펀드의 유입, 곡물수출국들의 수출규제와 수입국들의 비축용 매입 증가에 원인이 있다.

가장 큰 이유는 곡물 수요가 구조적으로 변한 것이다. 과거에는 곡물 수요가 크게 식용과 사료용으로 나뉘었다. 90년대 중반 이후 지구온난화 문제가 대두되면서 친환경 바이오연료용 곡물 수요가 2000년대에 급격히 늘어 새로운 수요가 생겼다. 식용·사료용 양대 경쟁구조에서 연료용이 추가돼 3각 경쟁구조가 된 것이다.

세계 곡물 수급은 1990년대 이후 생산 증가가 소비 증가를 따라잡지 못해 재고가 급격히 줄고 기상이변으로 곡물 생산의 변동이 커져 몹시 불안정한 상태다. 세계 곡물 소비량은 안정적·지속적 증가 추세를 나타낸 반면 생산량은 정체와 증감 변동을 반복하면서 추세적인 증가 형태를 나타내고 있다. 곡물 생산량 부족분을 재고량으로 충당해 연도별 기말 재고량과 재고율이 크게 줄고 있다.

세계 곡물 재고량은 1999년~2000년 5억 8,732만t으로 최고치를 기록한 이후 지속적으로 감소해 2007년~2008년은 31,396만t으로 1999년~2000년 대비 46.5% 감소할 것으로 전망됐다. 이에 따라 곡물 재고율은



국제유가 급등으로 바이오디젤에 대한 관심이 높아지고 있다.

2000년~2001년 30.4%로 1998년~1999년 최고치를 기록한 후 2005년~2006년부터 20% 이하로 하락해 2006년~2007년 16.2%, 2007년~2008년 14.9%까지 하락할 것으로 전망된다. 일반적으로 소득이 늘수록 곡물을 포함한 식품 수요도 느는데 최근 인구 거대국인 중국과 인도 등 신흥시장이 세계 경제 성장을 이끌고 있어 곡물 수요가 늘고 있다.

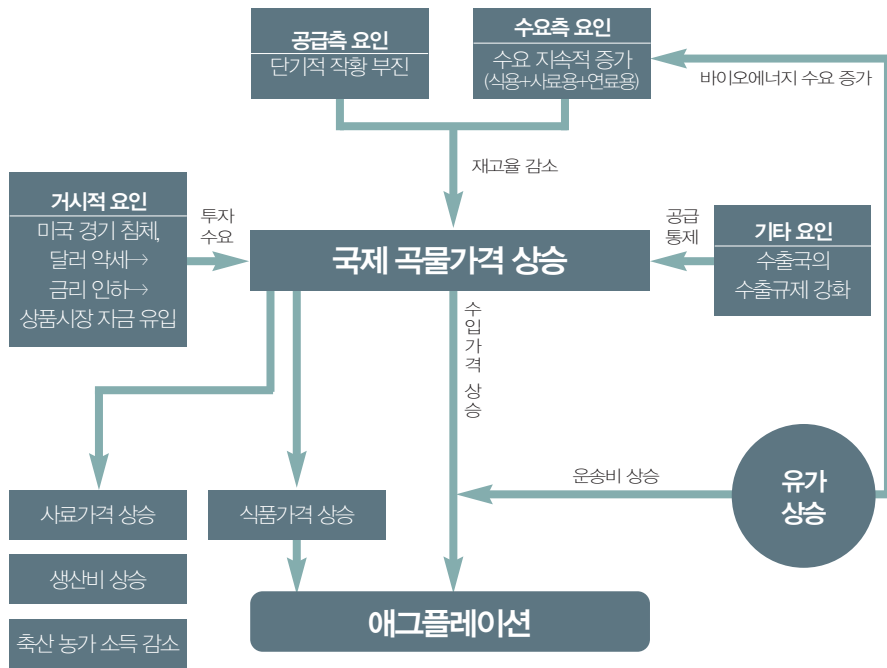
앞으로 10년간 이들 국가가 과거와 같이 고성장을 지속할 경우, 이들 국민들의 소득 증가에 따른 곡물 수요는 더욱 증가할 것이다. BRICs 국가의 옥수수 소비량 연평균 증가율을 살펴보면, 인도와 러시아가 세계 연평균 증가율인 3.4%보다 높다. 특히 러시아는 11.2%로 세계 증가율보다 세 배 이상 높다. 대두박과 대두유의 경우 BRICs

국가 모두 세계 연평균 증가율인 4.7%, 4.6%보다 높으며, 소맥은 중국을 제외한 BRICs 국가 모두가 세계 연평균 증가율인 0.8%보다 높은 성장률을 기록하고 있다.

한편 이들 신흥시장의 경제성장과 소득 증가로 육류 소비자가 늘어 사료곡물 수요도 커지는 추세다. 예컨대 중국의 2007년 1인당 돼지고기 소비량은 35.3kg로, 세계 1인당 돼지고기 소비량 14.2kg의 약 2.5배에 이르는 수준이 됐다. 중국 경제가 계속 성장함에 따라 앞으로도 돼지고기 소비량이 증가할 것으로 예상되며 이에 따라 중국의 사료곡물 수요도 계속 증가할 것으로 전망된다.

국제유가 급등으로 바이오연료 생산의 경제성이 개선되고 미국 등에서 에너지 안보 차원에서 바이오연료 생산을 장려함에 따라

〈표〉 국제 곡물가격 상승과 애그플레이션



바이오연료 생산이 늘고 있다. 바이오연료의 주요 생산국은 미국·브라질·EU·중국 등인데, 그중 미국은 바이오에탄올과 바이오디젤을 합해 전 세계 바이오연료의 43%를 생산하고 있다. 그다음으로 브라질·EU가 각각 32%, 15%를 차지한다.

바이오에탄올 연료인 사탕수수는 용도가 적어 파급영향이 제한적이나, 옥수수의 경우 용도가 다양해 바이오에탄올 생산원료 사용 증가는 다른 부분으로 파급되는 영향이 매우 크다. 옥수수를 이용한 바이오에탄올 최대 생산국인 미국의 옥수수 사용량은 1990년 8천9백만t으로 미국 내 옥수수 소비량의 6%에 불과했으나, 2002년 2만5천3백만t(13%)으로 처음 10%대를 넘어 선 후 매년 크게 증가해 2007년(추정)에는 8만1천3백만t으로 비중이 30%를 기록했다.

곡물 생산에 필요한 농약·비료 등의 투입재·농기계는 석유를 비롯한 화석연료를 필요로 한다. 옥수수 100kg을 생산하는 데 약 5ℓ의 석유가 소비된다. 이로 인해 유가 상승은 투입재 원가를 상승시켜 곡물 가격에 영향을 미치게 된다. 2007년 기준으로 전 세계 공급량 대비 수출량 비중은 옥수수 10.1%, 밀 13.0%, 대두 25.6%이다. 국가간의 곡물 교역이 이루어질 경우 해상 운임 역시 곡물 가격에 영향을 미치는 요인이 되고 최근 유가 상승 추세로 해상 운임이 높아져 곡물 가격 상승 요인으로 작용하고 있다.

걸프만에서 우리나라 항구까지 운항하는 선박의 해상 운임료가 2006년 3월 상품 t당 35.9달러였으나 2007년 3월에 63.7달러, 2008년 3월 5일에 110.0달러로 2년 동

안 세배나 올라 곡물 수입 가격이 더 오르고 있다. 국제 곡물 가격 상승이 지속되면서 곡물 수출국들은 자국의 식품 가격 상승을 막기 위해 수출 제한 조치를 취하고 반대로 수입국들은 곡물 확보를 위해 수입을 촉진하고 있다. 2007년 말부터 강화되고 있는 러시아·중국 등 주요 곡물 수출국의 수출 규제 조치가 지속될 경우 국제 곡물 시장의 교역 물량이 줄어 곡물 가격 상승을 가속화시킬 수 있다.

특히 수입 곡물 의존도가 높은 국가들과 곡물류에 대한 의존도가 높은 저개발 국가들 일수록 이러한 영향에 민감할 수밖에 없다. 최근의 곡물 가격 급상승은 이런 구조적인 문제 외에 시카고 선물 시장 등으로 몰려든 투자 자본의 영향이 크다. 미국의 경기 악화에 따른 달러화 약세와 금리 인하 등 금융 시장의 악화로 자금이 곡물 등 원자재 상품 시장으로 대거 유입되고 있다. 시카고 선물거래소(CBOT)는 지난 2월 초 연일 가격 제한 폭까지 뛰는 밀의 가격 안정을 위해 2월 11일 일일 가격 제한 폭을 30센트에서 60센트로 확대했다.

미국의 서브프라임 모기지 사태로 촉발된 경제 불안으로 달러화의 약세가 지속됨에 따라 주식·채권 등 달러화 자산 역시 상품 시장으로 유입되고 있다. 미국 경제에 대한 불안이 해소되기 전에는 투자 자본의 상품 시장 유입에 따른 가격 상승과 변동 확대 현상이 쉽게 해소되지 않을 것으로 보인다.

‘식량 무기화’ 현실로

우리나라 곡물자급률 28%, 쌀 제외하면 5%

전 세계 인구의 절반이 주식으로 하는 쌀과 또 다른 절반이 주식으로 하는 밀, 대표적인 사료곡물인 옥수수, 유지작물인 대두 등 모든 주요 곡물가격이 동시에 폭등하고 있다. 2007년 봄부터 시작된 국제 농산물가격 상승세는 1년이 지난 지금도 현재진행형이다. 소맥가격은 지난 한달 새 100% 넘게 올랐고, 2월 25일 단 하루 동안 선물가격이 20%나 올라 전 세계를 경악케 했다. 최근 미국의 쌀 수출가격은 t당 620달러를 넘어 사상 최고치를 기록하고 있다.

중국과 인도, 베트남 등 주요 수출국의 국내수급 악화와 이에 따른 수출제한 조치로 촉발된 농산물가격 폭등세는 국제 선물시장 가격 추이로 미뤄 볼 때 오래 계속될 것으로 예상된다. 메릴린치는 이러한 농산물 가격 폭등이 전 세계적인 인플레이션으로 이어질 것으로 예측하며 이를 ‘에그플레이션(agflation)’이라는 신조어로 부르고 있다.

모든 곡물가격이 동시에 상승하고 있지만 그 원인은 각기 다르다. 밀은 최대 수출국인 미국과 호주의 2007년 생산량이 크게 하락한 것이 주요 원인이다. 이에 반해 쌀의 세계 총생산량은 매년 최고치를 기록하고 있다. 미 농무성은 2008년 생산량도 더욱 상승할 것으로 전망한다. 이러한 상황에도 국제 쌀 가격이 급증하는 것은 쌀 수요가 더욱 빨리 늘



최근 미국의 쌀 수출가격이 t당 620달러를 넘어 사상 최고치를 기록하고 있다.
농산물품질관리원 직원들이 부산 감만부두에서 미국산 쌀 칼로스의 규격검사를 하고 있다.

기 때문이다. 옥수수 생산도 역대 최대치를 기록하고 있으나 유기급등에 따른 바이오에탄올 원료곡 수요와 중국의 축산물 소비 증가에 힘입어 공급이 수요를 따라가지 못하는 실정이다.

이렇게 각 곡물시장의 수급여건이 다름에도 국제 곡물가격이 동시에 상승하는 것은 과거와 다른 점이다. 녹색혁명 이후 1973년과 1995년 두 차례에 걸쳐 발생했던 곡물 파동은 이상기후에 의한 일시적 생산량 감소에 기인한 것이었다. 이에 반해 이번 현상은 수요 변화에 의한 수급불균형과 국제 금융시장 지각변동으로 촉발된 투기적 수요가 모두 구조적이라는 데 문제의 심각성이 있다.

구조적이라 함은 단기적·일시적인 것이 아니라 장기적·체계적인 요인임을 의미한다. 생산 측면에서는 재배면적의 제약과 생산기술의 정체, 부족한 수자원 등이 수요초과에 대한 즉각적인 반응을 어렵게 한다. 소비 측면에서는 경제성장과 함께 증가하는 곡물 소비와 곡물을 원료로 하는 축산물 소비, 화석연료의 대안인 바이오에너지 관련 정책이 장기적인 수급불균형을 초래할 것이다. 여기에 미 달러화의 급속한 약세, 서브프라임 사태와 이로 인한 저금리 기조 등이 금융시장의 불확실성을 증가시키고 투기적 자본을 상품시장으로 유인하고 있다. 이러한 거시환경의 변화가 구조적인 문제로 고착화될 경우 국제 곡물시장은 장기적으로 더욱 복잡하고 불안정한 모습을 보일 것이다.

최근의 곡물파동은 식량자급률이 낮은 우리나라에 큰 부담이 될 수 있으며, 특히 식량자원화가 진행될 경우 식량안보가 우려

된다는 목소리가 커지고 있다. 쌀은 최소시장접근에 의해 매년 일정 분량만을 의무수입하고 충분히 자급할 수 있기 때문에 아직 큰 문제가 없으나 자급률이 1%에도 미치지 못하는 밀·옥수수 등은 매우 심각한 상황이다.

곡물가격 폭등이 전 세계적인 현상이 되면서 식량자원화가 현실로 나타나고 있다. 중국은 쌀·옥수수·밀가루 등 57개 품목에 5~25% 수출세를 부과했다. 우크라이나는 수출가능물량의 30%인 120만t을 수출한도로 설정했고, 러시아도 밀과 보리에 30~40% 수출세를 부과하고 있다. 여기에 세계 최대 농산물 수출국인 미국의 대형 식품업체들이 정부에 곡물수출규제를 요구하고 있다.

과 점 상태에 있는 국제 시장에서 주요 수출국들이 수출물량규제나 수출세 부과 등 수출제한조치를 취하고 있는 것은 식량수입국의 입장에서는 매우 불안한 현상이다. 특히 우리의 주곡인 쌀의 수출을 금지한 베트남과 인도는 태국에 이어 각각 세계 2위와 3위의 수출국이다. 파키스탄이 아프가니스탄에 식량 수출을 금지한 것은 식량무기화의 선례로 작용할 수 있어 더욱 우려스럽다.

농산물가격 폭등이 실제로 전반적인 물가상승으로 이어지기까지는 적어도 6개월에서 1년 이상의 시차가 있다. 식료품 가격 상승은 다시 공공요금과 임금 등을 자극하고, 이것이 다시 다른 제품의 가격에 반영될 것이다. 최근 급등하는 곡물 가격은 아직 물가에 충분히 반영되지 않았고, 여기에 폭등세를 보이고 있는 유가와

환율은 애그플레이션에 기름을 붓는 격이 될 것이다.

우리가 취할 수 있는 방안은 크게 세 가지이다. 첫째는 국내 생산기반 유지이고, 둘째는 국제시장에서 곡물조달 능력을 높이는 것, 셋째는 해외식량자원 개발을 추진하는 것이다.

국내 생산기반을 유지하기 위해서는 일본과 같이 식량자급률을 법제화해 정책적 기반을 마련해야 한다. 또 국내의 우량농지를 유지하고, 농업소득 안정화를 통해 농업의 지속성을 유지하는 것이 필요하다.

해외 곡물조달 능력을 높이기 위해서는 해외 선물시장을 적극 활용하고 수입선을 다변화하는 한편, 장기계약을 이용해야 한다. 일본과 같이 국내 선물거래소에 수입곡수수 등 주요 곡물을 상장시켜 국내 사료생산자나 무역업자들이 가격위험을 관리할 수 있는 제도적 장치를 마련하는 것도 필요하다.

마지막으로 해외식량자원 개발은 해외농장의 개발과 국제 농기업 투자, 그리고 농업펀드를 통한 간접투자를 포함할 수 있다. 이러한 과제들은 적절한 제도와 충분한 기금, 그리고 전문적 인력을 필요로 한다. 그러나 무엇보다도 정부와 국민들의 식량문제에 대한 정확한 인식이 필요하다. 식량문제는 평균적인 상황을 지향하는 것이 아니라 최악의 상황에서도 식량안보를 지킬 수 있는 안전우선원칙(safety-first principle)을 통해 접근해야 할 것이다.

사료곡물 관세 없애야

유통시스템 개선, 해외농업 투자, 수입처 다변화 절실



국제 곡물 가격에 가장 민감한 분야는 축산농가다. 사료 곡물 가격 안정을 위해 일시적으로 사료 곡물 관세를 폐지하는 방안을 검토해야 한다.

최 근국제 곡물가격 상승의 직접적인 원인은 세계적 이상기후에 의한 곡물작황부진이라는 단기적 요인이다. 만약 미국·EU·호주·남미 등 주요 곡물생산국에서 향후 2~3년간 정상수준으로 곡물이 생산된다면 지금보다는 가격이 안정될 것이다.

그러나 수요 측면에서 보면 고유가 행진에 따른 바이오연료 생산개발 노력이 가속화 되고 중국·인도 등 신흥국가의 곡물 수

요가 계속 늘어날 것으로 전망된다. 따라서 세계적으로 곡물생산이 획기적으로 늘지 않는 한 국제 곡물가격은 2000년 초반처럼 낮아지기는 어려울 것이다. 특히 식량 수출국들의 수출통제정책이 계속된다면 국제투기세력에 의한 곡물가격 폭등현상이 발생할 개연성도 있다.

국제 식량가격이 오를 경우 가장 고통받는 국가와 사람들은 빈곤 개도국과 국내 저

소득층이다. 세계식량프로그램(WFP)은 식량구입비용이 오르면서 식량을 우선순위에 따라 배급해야 하는 처지에 있고 빈곤 개도국은 식량수입단가가 높아져 당장 하루 끼니를 걱정해야 하는 상황이다. 우리나라는 가계지출에서 식료품이 차지하는 비율이 낮아 단기적으로 큰 충격을 받지는 않겠지만 저소득층은 애플리케이션의 충격을 크게 받을 것이다. 또한 축산농가는 사료가격 상승

으로 상당한 경영압박에 시달리는 만큼 정책적으로 이러한 위험에 대비해야 한다.

국제 곡물가격에 가장 민감한 농업 분야는 축산농가다. 최근 곡물가격 상승으로 EU에서는 돼지사료 가격이 몇 개월 사이에 거의 50%가 올랐고, EU 농민단체에서는 이로 인해 약 20%의 사육농가가 6개월 안에 도산할 위험에 처해있다고 주장한다. 이에 따라 EU는 최근 돼지고기 수출보조금을 부활하고 사료곡물의 수입관세도 일시 폐지했다. 우리나라도 사료곡물가격 안정을 위해 국제가격이 안정될 때까지 일시적으로 사료곡물 관세를 폐지하는 방안을 검토해야 할 것이다.

농산물 가격과 생산량 변동이 심할 경우 위험을 제도적으로 상쇄하기 위해 헤징(Hedging) 등의 방법으로 위험을 회피하는 방안을 검토해야 한다. 가령 선물시장과 현물시장에서 동시에 같은 가격으로 거래가 이뤄지면 세금과 수수료를 제외하고는 가격위험을 회피할 수 있다. 아직 국내에는 농산물을 대상으로 하는 선물시장이 존재하지 않지만 제도적으로 국제가격 변동위험을 상쇄할 수 있는 시스템을 고민해 볼 필요가 있다.

농산물 유통시스템도 개선해야 한다. 최근 대형유통업체나 대규모 가공업체의 시장 지배력이 확대되면서 실제 원료 농산물 가격상승보다 훨씬 높은 폭으로 최종 제품이 시장에서 거래되는 경향이 있다. 예를 들어 빵 가격에서 곡물재료비는 5% 수준에 불과한데 밀가루 가격이 20% 올랐다고 빵 가격



국제곡물가격이 오를 경우 가장 고통을 받는 사람들은 빈곤 개도국이다. 사진은 내란으로 고통을 받고 있는 아프가니스탄 사람들.

을 20% 올리는 것이다. 결국 이 문제는 경쟁당국에서 해당기업에 반경쟁적 요소가 있는지 조사하고 시정조치를 해야 할 사안이다. 실제로 영국과 프랑스에서는 식품 유통체인에 대한 경쟁당국의 조사가 진행되고 있다. 식량생산을 획기적으로 늘리기 어려운 국내 농업여건을 감안하면 중장기적으로 식량수입처를 다원화해 위험을 분산시키는 전략도 필요하다. 최근 농림부에서 해외식량을 안정적으로 확보하는 차원에서 해외농업투자를 활성화하는 방안을 모색하고 있는데 상당히 시의적절한 조치라고 생각한다.

또 하나 장기적 관점에서 검토해야 하는 것은 기후변화 문제다. 세계적으로 기후변

화 문제가 심각히 논의되고 있고 최근 곡물가격 상승도 일정 부분 기후변화에서 비롯된 것이다.

기후변화에 작물이 적응하는 데 필요한 시간보다 기후가 빠르게 변화할 경우 우리는 현재의 재배품종과는 다른 작물을 재배해야 할지도 모른다. 새로운 기후여건에 대응하기 위해 우리의 과학기술과 능력을 활용해야 하는데 가장 대표적 활용방안은 유전자변형농산물(GMO)의 개발과 이용이다.

미국을 비롯해 아르헨티나·브라질에서 점점 많은 농장이 GM 옥수수를 재배하고 있어 조만간 GM 옥수수가 아닌 옥수수를 수입하려면 상당한 대가를 지불해야 하는 상황에 직면할 것이다. 다행히 우리나라에서 GMO에 대한 위험성 논란이 크지 않고 일부 GM 사료곡물은 수입이 허용(우리나라에서는 현재 콩·옥수수·면실·카놀라·알파파 등 5개 품목 44종의 사료용 GM 유통이 허용됐다)되고 있지만 앞으로 GMO의 용도가 다양해질 것이므로 GMO 위험관리수준에 대한 사회적인 합의가 필요한 시점이다.

마지막으로 국내 관련 분야에서의 능동적 구조조정과 경쟁력 제고 노력이 필요하다. 곡물가격 상승으로 인해 가장 피해를 입는 농업 분야는 결국 축산인 만큼 경쟁력 있는 축산농가를 중심으로 구조조정이 이뤄지고 경쟁력을 향상시켜야 식량인플레이션 시대를 슬기롭게 넘길 수 있을 것이다.

조재호 주 벨기에대사관 농무관
chohot35@hotmail.com



이브 카르셀 루이뷔통 사장이 2003년 봄 새로 선보인 루이뷔통 모노그램의 대형 사진 앞에서 포즈를 취했다(사진 왼쪽). Eye Love Monogram / 2003년작 / Acrylic on canvas / 100 x 100 cm(사진 오른쪽).

브랜드와 아트의 이종교배 ‘아트 마케팅’

기업의 순수한 예술 후원을 일컫는 ‘메세나(Mecenat)’라는 말이 있다. 고대 로마의 정치가 ‘마에케나스(Maecenas)’의 문화예술가 지원 활동에서 유래한 용어다. 과거에는 기업의 예술 지원 방식이 미술관이나 재단을 통한 전시 후원, 작품구매 또는 미술상 제정 등으로 이루어졌다. 그러나 요즘은 방법을 조금 달리 하고 있다. 이른바 ‘아트 마케팅’이 업계에 붐을 이루고 있다. 작품을 이용해 아트 상품으로 대량 제작한다거나 기업의 제품 또는 광고에 아트가 직접 적용되는, 브랜드와 아트의 이종교배적인 시도로서 제품의 독창성과 희소성을 높이는 방식이다.

그 대표적인 성공 사례로 루이뷔통의 무라카미 다카시 라인, BMW의 아트카 컬렉션, 프라다와 데미언 허스트, 애플루트 보드카의 아트 광고 등을 들 수 있다. 세계적인 패션 브랜드인 루이뷔통은 일본의 팝 아티스트 무라카미와 협업해서 제품의 이미지를 바꾸는 프로젝트를 진행했다. 기존 디자인이 갖고 있는 무거운 색상을 벗기고, 밝은 색 바탕에 귀엽고 발랄한 문양의 새로운 핸드백을 출시했던 2003년에는 연매출 약 3천억 원을 달성하며 전 세계적으로 빅 히트를 쳤다.

이러한 시도는 국내 기업에서도 활발히 진행되고 있다. 삼성 가전제품과 패션디자이너 앙드레킴, LG디오스 냉장고와 서양화가 하상림, LG 휴대폰과 패션브랜드 프라다의 결합 등이 그 예다. 이렇게 만들어진 제품은 고급스러움으로 인해 소유하고 싶은 충동을 불러일으키기에 충분하다.

첨단 기술의 발달로 인해 기술력과 품질은 대동소이해졌다. 생활이 여유로워진 소비자들은 제품 선택에 기능성보다는 기호성을 추구하며 시각적인 요소에 중점을 두게 되었다. 따라서 아트 마케팅은 이제 시장 경쟁 속에서 살아남을 수 있는 하나의 대안이자 필요조건이다. 기업은 협업을 통해 제품의 가치를 상승시키고, 예술가는 작업에 전념할 수 있는 경제적 여건을 마련하게 된다. 이렇듯 상호 보완을 이룰 수 있는 아트 마케팅은 점점 확대되고 있다.

예술품은 여전히 응용되기 이전의 작품 자체로서 매력을 풍기고 싶어한다. 그러기 위해선 한 집에 한 점 정도의 작품을 소장하는 것을 권하고 싶다. 지난해 미술계가 호조를 보이면서 대중들도 차츰 미술작품에 다가가기 시작했다. 그러나 미숙한 안목과 애호가 아닌 투기성향이 가세돼 후유증을 앓고 있는 상황이다. 게다가 대기업이 비지금으로 미술품을 구매했다는 소식은 시장을 더욱 침체시키고 있다. 하지만 머지않아 먹구름이 걷히면 미술시장은 다시금 한층 성숙된 모습으로 돌아올 것이라고 기대한다.



이미란

saykoala@naver.com
서양화를 전공하고 63갤러리에서 큐레이터를 지냈으며, 현재는 아트블루 국제부 전시기획 실장 및 오프코리아 미술아카데미 원장으로 있다. 주로 현대미술에 관련된 기획, 마케팅과 저술 활동을 하고 있다.

사물을 배운다 속옷의 경제학

속옷, 얼마나 알고 계십니까?

Underwear

속옷이란 것이 참 묘합니다.
안 입으면 허전하고 입었지만 남에게 보일 수는 없습니다.
사진 속 S라인 여성의 뒷모습도 조금은
민망합니다. 골반에서 허벅지로 이어지는 부위에
속옷의 흔적이 보이기 때문입니다.
속옷에 대해 약간은 조심스럽고
은밀한 이야기를 하려 합니다.

아직도 짹짹으로 입으십니까?

겉옷보다 더 화려한 속옷, 패션의 최첨단으로

아직도 팬티 하면 삼각과 사각으로밖에 구분하지 못하고 브래지어 색깔은 당연히 하얀색 아니냐고 답하는 건 아니신지? 이런, 아직 집에 케이블TV를 달지 않으셨군. 홈쇼핑을 돌리다 보면 지겹게 나오는 속옷 광고, 아니 저렇게 화려하고 야해도 되는 걸까 놀라신다면 당신은 세상 돌아가는데 너무나도 담을 쌓고 계시는 중. 이제는 멋을 위해 겉옷과 조화를 이뤄 일부러 노출시키는 속옷이 나올 정도다. 체형을 보정해주거나 건강에 좋은 기능적 성격을 넘어 속옷은 패션의 최전선으로 달려가고 있다.

봄내음이 살포시 올라오는 지난달 18일 오후, 패션 속옷 매장이 몰려 있는 명동에는 화려한 색상의 브래지어와 팬티를 입은 마네킹들이 지나가는 이들을 유혹하고 있었다. 양복 입은 신사들은 애써 외면하고 지나가지만 젊은 여성들은 호기심 가득한 눈길로 쇼윈도우를 바라보다 급기야 매장 안으로 빨려든다.

이랜드 계열 브랜드인 바디팝 매장안은 분홍·파랑·노랑 등 강렬한 원색 물결이 넘실거린다. 분위기로만 보면 팬시점에 온 게 아닌지 착각할 정도다. 20대 초반의 한 여성이 점원에게 재미있는 속옷이 없느냐고 묻자 점원은 유머스러운 강아지 캐릭터가 그려진 팬티와 브래지어 세트를 권한다. 20대 초반이 주타깃이냐고 묻자 10대와 20대 모두가 타깃이라고 답한다. 기념일에 혹은 커플들끼리의 선물 아이템으로 많이 나간다고 한다. 가격도 여성 속옷의 경우 2만원대라 젊은 층이 구매하기에 부담스러울 정도는 아니다.

‘마루 이너웨어’ 매장에서는 짧은 머리에 청바지를 입고 남자친구와 어깨동무를 한 씩씩해 보이는 젊은 여성이 눈에 띄었다. 여러 개의 커플 속옷



서울의 한 대형 할인점에서 열린 2007 언더웨어 패션쇼

을 놓고 색상과 디자인에 대해 이런저런 얘기를 하던 커플은 맘에 드는 게 없었는지가게를 빠져나갔다.

‘에스’ 매장에는 대여섯살 된 사내아이 손을 잡은 30대 후반쯤의 이쭈마도 있었다. 중년들은 딸아이의 손을 잡고 와 함께 사기도 하고, 지나치게 튀지 않으면서 세련된 느낌이 드는 쪽을 택하는 경우가 많단다.

이제 연령대와 상관 없이 자기 만족을 위해 자신의 스타일에 부합하는 속옷을 과감히 선택하는 시대가 도래했다. 아름다움을 향한 욕망이 가장 은밀한 영역인 속옷에까지 닿았다. 팬티와 브래지어를 짹짹으로 입어서는 패션에 문외한으로 물리게 생겼으니, 눈과 몸이 즐거워서 행복하다 해야 할지 신경 쓸 게 많아져 피곤하다 해야 할지. 에라, 모르겠다. 삼각팬티와 트렁크의 장점을 합쳐놓았다는 일명 ‘쫄사각팬티’ 인드로어즈가 유행이라는데 한번 입어나 보련다!

콩팬티·숏브라·녹차런닝

속옷시장 1조2천억 규모

지난해 국내 속옷시장의 규모는 1조2천억원으로 외형은 전년과 비슷한 수준이었다. 그러나 제품의 디자인과 기능성이 강조되고 수입브랜드가 강세를 보이면서 속옷시장의 ‘프리미엄화’가 두드러졌다. 현재 전체 의류시장의 10%를 차지하고 있는 국내 속옷시장에는 남영L&F·신영와코루·트라이브랜즈·BYC·좋은사람들 등 약 3백여개 업체들이 활동하고 있다.

속옷시장은 크게 내의시장·란제리시장·수입시장으로 나눌 수 있다. 체형을 보정해주는 브라지어·거들·올인원과 패션을 목적으로 입는 팬티·가운·슬립 등으로 형성된 란제리시장은 지난해 6천억원가량의 매출을 올렸다. 이 가운데 절반 이상을 차지하고 있는 남영L&F의 비비안과 신영와코루의 비즈니스는 경쟁적으로 톱스타 여자 연예인을 광고모델로 기용하며 업계 1·2위를 다투고 있고, 바바라·와코루·트라이엄프 등의 수입제품들도 연간 1천억원대 매출을 올리며 이들을 뒤따르고 있다. 특히 매출 규모는 작지만 프린세스 탐탐·에블린·플로체·에머필 등 패션성을 강조한 란제리 브랜드들의 출시가 봇물을 이루면서 제품을 다품종 소량 형태로 판매하는 속옷 전문 멀티숍들이 눈에 띄게 증가했다.

메리야스시장으로 불리는 내의시장에서는 트라이브랜즈·BYC·좋은사람들이 시장의 절반가량을 차지한다. 90년대 초까지 위생과 보온이 주였던 백색내의가 주류를 형성했다면 90년 중반부터는 임프레션·보디가드 등 디자인을 강조한 패션내의 브랜드가 등장했고 ‘노출패션’, ‘속옷의 패션화’ 물결이 확산되면서 저렴한 가격과 화려한 디자인으로 젊은 층을 겨냥한 에스·코데즈컴바인 이너웨

어 등 감성내의들의 활약이 돋보였다. 특히 색깔있는 디자인으로 확고한 마니아층을 확보한 코데즈컴바인 이너웨어는 전년 대비 40% 이상 매출 신장률을 기록해 론칭 2년 만인 지난해 2백여억원의 매출을 올렸다.

패션의 거리로 대표되는 명동의 한쪽 거리에 감성 내의 매장이 가득할 정도로 속옷의 디자인이 강조되고 있지만 이와 함께 웰빙 열풍으로 건강과 환경을 고려한 기능성 제품의 선호도도 높아지고 있는 추세다. 특히 대나무·콩·참숯·녹차·비타민 등을 함유한 특수 성분의 제품들이 각광을 받고 있다. 항균·자외선 차단 효과가 있는 콩 내의, 항취효과가 뛰어난 녹차 내의, 음이온 발생·살균효과가 있는 대나무 내의 등이 대표적이다. 제품은 콩이나 대나무에서 섬유를 뽑아 원단을 만들거나 비타민·녹차·콜라겐·참숯의 성분을 일반 원단에 가공 처리해 만들기 때문에 일반 제품 가격보다 10~50% 비싸지만 이를 찾는 소비자들이 부쩍 늘어나고 있다고 업체들은 설명했다. 양기영 트라이브랜즈 상품기획실장은 “기능성 소재가 의류에 접목된 것은 불과 2~3년밖에 안 됐으나 시장규모는 매년 20% 이상 성장하고 있다”며 “기능성 내의는 30~40대 남성이 주 소비층이지만 여성과 어린이, 노인층으로 파급되고 있다”고 말했다.

수입시장에서는 캘빈클라인 언더웨어를 필두로 에르메네질로제냐·엠פור리오 아르마니·디젤 등 프리미엄 브랜드들의 활약이 주목된다. 아직까지 국내 속옷시장에서 직수입 언더웨어 브랜드가 차지하는 비중은 약 5% 정도로 미미한 수준이며 캘빈클라인 언더웨어가 수입속옷시장의 40%를 차지한다.

에르메네질로제냐가 11개 제냐 매장 가운데 신

세계백화점 본점, 갤러리아백화점 등 세 곳에서 지난 가을·겨울 시즌부터 시범적으로 언더웨어 제품을 내놓았고, 올해는 디젤·애포리오 아르마니 언더웨어가 본격적인 운영을 앞두고 있다. 제냐 언더웨어의 경우 공식적인 론칭도 하지 않은 상태에서 판매 목표치를 150% 초과달성하는 등 반응이 폭발적이어서 국내 속옷업체들이 프리미엄 수입브랜드들의 성과에 긴장하고 있다.

속옷은 체형에 맞는 착용감이 중요하기 때문에 트라이브랜즈·BYC·좋은 사람들 등 국내업체가 시장의 절반 이상을 차지하고 있지만 캘빈클라인 언더웨어의 성공사례와 함께 ‘속옷의 패션화’로 브랜드를 따지는 소비자들이 늘면서 수입브랜드들이 아시아인 체형에 맞춘 제품으로 국내 속옷 시장을 공략하는 중이다. 가격도 국내제품보다 두 배 이상 비싸지만 브랜드 로고가 강한 캘빈클라인 언더웨어는 백화점 속옷매장에서 연매출 4백억원을 올리며 독보적인 우위를 보였다. 수입 브랜드 업체에서는 한해 매출이 2백억원을 넘기면 성공한 것으로 평가하는데 이보다 두 배나 넘는 성과를 올린 것이다. 업계 관계자는 “비비안과 비너스 같은 국내 여성 란제리 시장은 프리미엄 수입 브랜드들이 파고들기 힘든 시장이지만 에스·섹시쿠키처럼 젊은층이 선호하는 ‘감성 내의 시장’은 충분히 공략 가능할 것으로 보고, 고급화를 추구하는 백화점 위주의 유통으로 시장 가능성을 내다보고 있다”고 설명했다.

이 밖에 속옷시장은 유통경로에서도 많은 변화가 있었다. 과거 재래시장과 백화점, 전문점 중심에서 최근 재래시장은 쇠퇴하고 대형마트의 성장세가 두드러졌다. 대형마트가 급속도로 성장함에



따라 백화점과 전문매장은 차별화를 위해 고급화·대형화에 나섰다. 온라인쇼핑몰과 홈쇼핑도 황신혜의 엘리프리, 엄정화의 코너스위트, 이해영의 미싱도로서 이너웨어 등 연예인 브랜드들을 판매하며 새로운 유통 채널로 급부상했다.



안상미 한국경제신문 생활경제부 기자
saramin@hankyung.com

브래지어, 손수건 두 장의 예술

1960년대부터 국내 본격적으로 들어와



손수건 두장의 미학 브래지어

현대 여성들이 공통적으로 착용하는 옷 '브래지어(brassiere)'는 프랑스어의 '브르쉬르(brassiere, 아기에게 젖을 물릴 때 가슴부위를 쉽게 여닫을 수 있게 만든 옷)'에서 유래됐다. 이 단어는 1907년 보그(Vogue)지가 공식적으로는 처음 사용했고 1910년대 초반 메리 아콕스라는 여성이 처음 착용했다. 미국 사교계를 주름잡던 그녀는 이브닝드레스 안에 입은 코르셋이 흰히 비치자 궁리 끝에 손수건 두 장을 묶어 짧은 브래지어를 만들었다. 파티장소에 모인 사람들은 그녀가 임기응변으로 만든 이브래지어를 보고 만들어달라고 조르거나 팔 수 없느냐는 문의가 쇄도했다.

이러한 요청에 힘입어 메리 아콕스는 1914년 미국 특허청에서 디자인 특허를 냈다. 그러나 그녀는 사교계에는 능했으나 장사수완이 없었다. 결국 코네티컷주 브리지포트에 있는 워너브러더스 코르셋 회사에 1,500달러(약 180만원)에 특허를 팔게 된다.

우리나라에 본격적으로 브래지어가 들어온 것은 1960년대. 그 전까지는 한복 저고리를 작게 만들어 속에 한 겹 더 입는 '속적삼'을 입거나 옥양목·명주로 가슴을 둘둘 말아 가린 '가슴가리개' 정도였다. 1950년부터 국내에서 브래지어가 간헐적으

로 생산되기는 했으나 처음 서양에서 만들어진 '손수건 두 장'처럼 단순했다. 나일론으로 컵과 가슴둘레, 어깨끈을 만들어 이어 붙였다. 숨을 멎게 만든 패드가 가슴을 받쳐주는 기능을 했다.

우리나라에서 근대적인 속옷이 생산, 판매되기 시작한 것은 1940년대부터이다. 1946년 한흥메리아스(현 (주)BYC)을 시작으로, 1954년 주식회사 생방울(현 트라이브랜즈), 1957년 (주)남영나이론(현 (주)남영L&F)가 설립되면서 다양한 종류와 디자인의 속옷이 소개되었다. 특히 우리나라에서 처음으로 여성의 브래지어 생산을 시작한 (주)남영나이론은 오늘날 비비안(VIVIEN), 드로르(DE L'OR) 등의 브랜드를 통해 여성 언더웨어 업계를 주도하고 있다.

손자 사랑의 극치 삼각팬티

프랑스에서는 16세기, 영국은 18세기에서야 팬티의 원조랄 수 있는 드로어즈를 입기 시작했다. 현대 속옷의 상징인 삼각팬티를 발명한 사람은 일본의 사쿠라이 여사다. 1952년, 50대 중반의 평범한 할머니였던 그녀는 어느 여름날 집에서 손자들을 돌보던 중 손자들이 무릎까지 닿을 정도로 긴 속옷을 입고 땀을 뻘뻘 흘리는 것을 본다. 당시는 동·서양을 막론하고 반바지에 가까운 속옷밖에 없었다. 그녀는 '속옷의 구실은 단지 가리는 것이다. 쓸데없는 부분까지 길게 만들 이유가 없다'는 데 착안했다.

곧 데드론으로 만든 헨 자루를 싹둑 잘라 다리가 들어갈 수 있도록 구멍을 내고 봉제했다. 가볍고 편리한데다 산뜻하기가 그만이었다. 이것이 일명 마이크로 팬티로 불린 삼각팬티다. 삼각팬티는 날개 돌친 듯 팔려나갔고 그녀는 '유니크 팬티', '유아용 아토크팬티' 등의 히트작을 연이어 발명한다. 이것들은 일본 굴지의 의류업체인 도요레이온사에 의해 대량 생산돼 전세계를 휩쓸었다. 그녀에게는 연간 30만엔의 로열티와 기술고문이란 직책이 주어졌다. 손자에 대한 자극한 사랑과 발상의 전환이 그녀에게 막대한 부까지 안겨준 셈이다.

우리나라의 전통 한복에는 팬티라는 것이 없었다. 여성의 속옷으로 속곳·속저고리 등이 있었지만 이는 특정 양반계층만 입을 수 있었고, 민중들이 입던 속바지나 고쟁이·배잠방이의 경우 논밭에서 일할 때에도 입고 있었던 것을 볼 때, 속옷이라기보다는 들에 나가 일할 때도 입었던 일종의 작업복으로 보는 게 더 타당할 것이다.

“S라인으로 만들어 드립니다”

황사먼지 막아주고 냄새도 제거해

영화 ‘바람과 함께 사라지다’엔 기둥을 잡고 있는 스칼렛 오히라의 허리를 유모가 뒤에서 코르셋으로 조이는 장면이 나온다. 원작 소설에는 스칼렛의 허리 사이즈가 17인치로 나오지만 실제 비비안 리의 허리 사이즈는 20인치 안팎이었다고 한다. 그러나 그녀의 20인치는 지금 서울의 S라인 미녀들에게도 너무 가혹한 숫자다.

브래지어, 올인원, 하이 웨이스트 거들, 니퍼, 슈츠, 코르셋... ‘착한 몸매’를 위해 여성들이 도움을 받고 있는 속옷의 이름들이다. 다양한 기능을 가진 속옷이 많아졌지만 여전히 기능성 속옷의 대세는 몸매 보완에 있다.

브래지어는 말할 것도 없고 불룩 나온 아랫배를 눌러주는 니퍼, 하체를 보장해주는 거들, 처진 엉덩이를 받쳐주는 힙업 팬티, 몸 전체 실루엣을 살리는 올인원... 여성들을 위한 체형 보정용 속옷은 그 이름을 일일이 열거하기도 숨처다. 최근에는 가슴근육을 있어 보이게 하고 싶은 남성들을 위한 가슴근육패드도 있으니 딱 붙는 티셔츠 위로 상체 근육이 멋진 남성을 보면 한 번쯤 의심(?)해 보라. 한걸음 더 나아가 몇 꽤나 부린다는 남자들은 허벅지를 눌러주고 엉덩이를 모아줘 근사한 뒷태를 만들어주는 ‘드로어즈’를 입는다. 드로어즈보다 힙업 기능이 더 강조된 ‘작 스트랩’도 있다.

기능성 속옷 광고를 보면 저웃을 계속 입으면 내 몸매도 완벽해질 것 같은 착각이 든다. 그러나 전문가들은 “결점을 일부 보완해주긴 하지만 체형을 고쳐주지는 못한다”고 말한다. 또 “꽉 끼는 속옷은 혈액 순환을 방해하고 통풍을 막아 건강을 해칠 수 있으니 계속 입고 있는 것은 좋지 않다. 특히 잘 때는 반드시 벗어야 한다”고 충고한다.

최근 황사가 심해짐에 따라 미세 먼지에 대한 면역력을 강화하고 피부질환을 예방하는 속옷도 나왔다. 은행 항균가공 및 녹차가공 속옷은 항균 효과는 물론 방취 효과도 있다. 알로에 가공 속옷은 항알레르기 및 항염효과가 있다.

요실금 환자를 위한 속옷도 있다. 흡수 전용·바이오 섬유 등 특수시트를 사용해 흡수층, 건조층, 항균·탈취층, 방수 등 5중 구조로 돼 있다. 시트 두께가 일반 속옷과 차이가 없고 라이크라 소재를 사용해 착용감이 우수하지만 가격은 조금 비싸다.

여름철 땀이 많은 사람을 위한 속옷도 있다. 일명 ‘땀에 젖지 않는 속옷’이다. 착용감도 좋고 땀에 젖는 느낌을 전혀 느낄 수 없다. 또 땀이 빨리 배출되면서 체온을 떨어뜨려 운동할 때 입어도 좋다. 암내를 제거해주는 속옷도 몇 년 전부터 시판되고 있다.

겨울에도 스커트를 즐겨 입는 여성들에게엔 ‘힙워머(보온용 니트팬티)’를 권한다. 니트 재질로 된 탄력 있는 속옷이다. 봉제선



도 없고 입었을 때 겉으로 표시가 나지 않는다.

운동인구가 늘면서 상쾌한 운동을 도와주는 속옷도 많아졌다. 쾌적함을 유지하는 건 물론이고 근육 동작을 고려해 몸매 보정 효과까지 갖췄다. 흡습기능이 뛰어난 극세사인 쿨맥스 원사와 항균·향취, 정전기 방지 기능이 탁월한 라이크라사 등 최고급 원사로 만들었다. 은사를 사용한 제품은 열 전도성이 뛰어나 몸의 열을 골고루 분산시켜 여름엔 시원하고 겨울엔 따뜻하다. 여성용 스포츠 브라는 흡습·항균·방취 기능과 함께 평면 봉제 방식을 적용해 피부에 닿는 봉제선의 불편함을 최소화했다. 운동 강도에 따라 가슴의 충격을 완화시켜주는 ‘Shock Absorber’ 브래지어도 있다.

공은주 나라경제 기자

“속옷 디자인은 오래 우려낸 곰국

언더웨어 디자인의 세계를 들여다보다

속옷 디자인의 세계가 궁금하다. 나라경제는 코데즈컴바인 이너웨어 디자인실을 찾았다. 형형색색 현란한 브래지어와 팬티들이 디자인실에 가득 걸려 있다. 한 디자이너가 회색빛 염료를 붓에 적서 무언가를 칠한다. 자세히 보니 남성용 사각 팬티다.

“속옷 디자이너가 되려면요? 첫째도 꼼꼼 둘째도 꼼꼼해야 합니다. 여기 디자인한 걸 보시면 알겠지만 밀리미터 간격으로 선을 그어야 해요. 그래서 연필도 아주 가느다란 특수연필을 쓰고요. 이 일하다 보면 먼저 눈부터 나빠져요. 시간에 쫓기다 보니 두통 · 소화불량도 달고 살죠.”

김진희 코데즈컴바인 이너웨어 디자인실 부장은 경력 30여 년의 베테랑 언더웨어 디자이너다. 언더웨어 디자인 과정이 궁금하다고 운을 떼니 대뜸 복

잡한 수학공식처럼 숫자가 빼곡히 적힌 브래지어 디자인 그림을 한 무더기 가져와 보여준다. 거기에 다 몇 밀리미터 간격을 두고 재봉하라는 세세한 내용이 담긴 작업지시서는 보는 것만으로도 눈이 아파 온다. 덜렁대는 분들, 속옷 디자이너가 되는 것은 포기하시라.

의류회사에서는 통상 봄 · 여름, 가을 · 겨울 두 시즌으로 나누어 신상품을 선보인다. 이는 속옷시장에서도 마찬가지. 코데즈컴바인 이너웨어의 경우 한 시즌에 250가지 스타일을 내놓는다. 내년 봄에 내놓을 제품이라면, 봄의 감각에 맞춰야 하니

1년 전인 올해 봄부터 시장조사에 들어간다. 소비자가 무엇을 원하는지에 끊임없이 귀 기울이는 것은 기본이다. 때문에 디자이너들은 매주 명동 · 신촌 등의 변화가로 나가 어떤 패션이 뜨고 있는지,



어떤 액세서리가 유행하는지 살펴보고 이를 자료로 만들어 공유한다. 종종 각 매장에 전화를 걸어 점주들의 의견을 듣고 이들과 간담회도 갖는다.

“요즘은 속옷과 겉옷의 경계가 무너져 겉옷과 액세서리의 유행을 늘 주시해야 해요. 예전에는 속옷이 안 보여야 옷을 잘 입는다고 했지만 요즘은 그렇지 않



김진화 「코데즈 컴바인 이너웨어」 디자인실 부장

습니다. 옷을 입었는데 무언가 부족하다, 그러면 포인트를 주기 위해 상의 단추를 과감하게 풀고 브레이저를 노출시키기도 해요. 상의 노출이 유행했을 때에는 브레이저 위쪽에 레이스를 많이 달았어요. 단지 스타일뿐 아니라 겉옷에서 유행하는 패턴·소재도 사용하기도 하죠.”

취향이 비슷한 엄마와 딸이 함께 매장에 와서 똑같은 속옷을 사기도 한다. 개인의 스타일과 개성을 중시하는 시대인 만큼 속옷시장에도 연령대에 따라 하나의 콘셉트가 먹히던 시대는 갔다. 디자이너들도 이러한 사실을 염두에 두고 제품의 타깃이 될 각 개인들의 라이프스타일에 꾸준히 관심을 기울인다. 또한 세계 속옷시장의 흐름을 살피기 위해 정기적으로 외국의 패션쇼를 보러 가고 홍콩·일본 등의 속옷매장도 열심히 찾는다.

속옷 디자이너와 겉옷 디자이너의 차이는 무엇일까? 가장 큰 차이는 속옷 디자이너는 겉옷 디자이너와 달리 직접 패턴(종이본) 제작, 본보기 제작, 시침질, 수정 등의 디자인 전 과정을 소화할 수 있는 멀티 플레이어여야 한다는 점이다. 충분한 숙련이 필요하기에 입사 후 2년 가량은 견습기간으로 삼아야 한다. 겉옷 디자이너는 색채·패션 감각만 뛰어나면 되지만 속옷은 기술적인 능력도 갖춰야 한다. 디자인 과정이 복잡하고 각자의 디자인을 날카롭게 평할 수 있는 안목도 필요해서 팀원들 간의 끈끈한 동료애도 필수다.

김 부장은 속옷 디자인을 뼈를 오랜 시간 깊이 우려낸 곰탕에, 겉옷 디자인을 석쇠에 맛있게 구워진 소고기에 비유한다. 언뜻 보면 겉옷 디자인이 화려해 보이지만 30대를 넘기면 감각이 떨어져 더 이상 일할 수가 없다. 반면 속옷 디자인은 하면 할수록 기술이 늘고 내공이 쌓여 경력을 쌓을수록 더 좋은 제품을 만들어

낼 수 있다는 설명이다.

속옷 디자인의 구체적인 과정을 살펴보면 다음과 같다. 먼저 시장과 트렌드를 조사한 결과를 취합해 이를 토대로 몇 가지 콘셉트를 설정한다. 이렇게 방향이 정해지면 디자이너들은 그 틀 안에서 자신의 창의성을 발휘해 디자인 작업에 들어간다. 우선 기본 스타일을 그린다. 그다음 이에 대한 설계도라고 할 수 있는 패턴을 만드는 작업을 한다. 이 작업은 복잡하고 정교한데, 입는 이의 착용감을 고려해야 하므로 인체공학을 충분히 이해해야 한다.

사이즈는 75A를 기본으로 한다. 패턴 작업이 끝나면, 75A보다 더 큰 사이즈의 제품을 생산할 수 있도록 사이즈별로 늘리는 그리딩(Griding) 작업을 한다. 이렇게 완성된 디자인을 붙여 작업지시서를 만들면 기본적인 과정은 끝난다. 작업지시서에는 자재의 종류와 봉재 방법 등 모든 기술적 방법을 기재한다. 작업지시서를 공장에 보내 시제품을 만들고 제품 테스트를 통과하면 완성품 생산 단계로 들어간다.

완성 후엔 디자이너들이 직접 착용해 보고 서로 의견을 교환한다. 남성 속옷의 경우에는 회사 내 남직원들에게 입혀 보고 느낌을 듣는다고, 속옷 차림을 하고 마주 보면 부끄럽진 않을까? “부끄럽다고 생각하면 프로가 아니죠. 각자 프로 정신을 갖고 만든 건데 입어보는 사람도 당연히 그 프로 정신에 충실하게 응해줘야 하는 것 아니겠어요?”

입은 옷 다 벗겠습니다?

세상을 놀라게 한 속옷 광고 이야기

1989년 어느 비 오는 날 한 남자가 한 여자와 엘리베이터 앞에서 마주쳤다. 남자는 여자를 보자 미소를 던졌고 여자도 답이라도 하듯 미소를 보였다. 그러나 순간 엘리베이터 문이 닫히자 남자는 이쉬운 듯 손으로 닫힌 엘리베이터를 친다.

1987년 패션내의를 표방하며 시장에 출시된 Try는 1989년 이 광고를 통해 강력한 브랜드 이미지를 구축한다. 텔런트 이덕화가 출연했던 이 광고는 국내 굴지의 광고회사가 선정한 '대한민국 광고 100선'에도 선정돼 성공한 광고로 손꼽힌다. 그러나 한때 프로야구단까지 보유하고 있던 모회사가 1997년 몰아닥친 외환위기로 부도 처리돼 법정관리에 들어가게 되자 어려움에 직면하게 된다. 2002년 11월 회사정리절차가 종결된 모회사는 재기를 꿈꾸며 당시 최고의 가수와 배우를 동원해 10여년 전의 광고를 리메이크하며 시장에 화려하게 복귀한다.

한편 1995년에는 새로운 광고기법으로 세상 사람들을 즐겁게 하는 일이 발생한다. 방송인으로 유명세를 떨치던 주병진이 2월 21일 입고 있던 옷을 모두 벗겠다는 호언을 하며 신문광고에 등장한 것이다. 왜 2월 21일에 옷을 벗겠다는 것일까? 사람들은 어리둥절했다. 장래의 고객들이 이른바 티저광고 전략에 말려든 것이다. 약속한 2월 21일에 주병진은 속옷차림으로 다시 출현해 2월 24일엔 정말 벗겠다고 말했다. 그리고 2월 24일 다 벗고 찍은 자신의 둘 사진을 공개함으로써 약속을 지켰고 지켜보던 이들은 그제 속옷회사 광고임을 알게 됐다.

당시 이 광고를 본 사람들은 호기심을 금치 못했다. (주)좋은사람들의 이 광고는 호기심을 유발하여 브랜드를 성공적으로 런칭한 광고로 손꼽혔고



연말에 우수광고상까지 받았다.

이 광고는 당시 무언가 쇼킹한 것에 목말라 있던 사람들의 막연한 호기심을 자극하기에 충분했다. 상황을 모르는 소비자들은 그날을 기다리며 즐거워했다. 둘 사진 공개 이후 팬티만 입고 한번 더 나타난 주병진은 '마지막 자존심만은 벗을 수 없다. 그 자존심은 우리 회사의 제품으로 지켜달라'는 반전을 시도했다. 그것이 소비자에게 강렬하게 어필했고 결국 이 내의 광고는 주목을 끌면서 판매와 연계되는 대성공을 거뒀다.

환경분쟁 처리, 더 빨리 더 공정하게

「환경분쟁조정법」 개정, 올 9월부터 시행

환 경피해는 원인과 결과가 복합적이고 장기간에 걸쳐 발생되므로 인과관계 규명이 쉽지 않고 가해자와 피해자의 입장차이가 커 일반민원 처리방식이나 개인간의 타협으로는 분쟁을 해결하기 어렵다. 더욱이 법원을 통해 분쟁을 해결하는 경우 신청인이 인과관계를 입증해야 하고 비용과 시간이 과다하게 소요되는 등의 문제점이 있다.

이 점을 해결하기 위해 1991년에 환경분쟁조정제도가 도입됐다. 이 법은 사업활동이나 사람의 활동에 의해 발생했거나 발생이 예상되는 대기오염, 수질오염, 토양오염, 해양오염, 소음·진동, 악취, 자연생태계 파괴, 통풍방해, 일조방해, 조망저해(떨자주: 다만, 방사능오염으로 인한 피해는 제외하며, 일조방해 및 조망저해는 건축으로 인한 다른 분쟁과 복합되어 있는 경우에 한함) 등으로 발생한 환경분쟁을 적은 비용, 간편한 절차로 신속·공정하게 해결해 국민의 건강 및 재산상의 피해를 구제하는 것을 목적으로 하고 있다.

환경분쟁조정위원회는 중앙환경분쟁조정위원회(이하 '중앙조정위원회'라 함)와 전국 16개 시·도의 지방환경분쟁조정위원회(이하 '지방조정위원회'라 함)로 구성돼 있다. 중앙조정위원회는 상설위원회로 조정금액이 1억원 이상인 분쟁, 국가 또는 지자체를 당사자로 하는 분쟁, 2 이상의 시·도에 걸치는 분쟁, 환경기초시설의 설치 등으로 발생하는 지자체간 분쟁, 지방조정위원회가 조

정하기 곤란하여 이송한 분쟁, 지방조정위원회가 행한 재정에 불복하여 신청한 재정, 직권조정 등의 업무를 수행하고 있다. 지방조정위원회는 비상설기구로 당해 시·도 관할구역 안에서 발생한 1억원 이하의 재정사무를 담당하고 있다.

환경분쟁조정(調整) 유형으로는 알선, 조정(調停) 및 재정(裁定)이 있다. 알선은 분쟁 당사자의 의견을 듣고 화해를 유도하여 분쟁을 해결하는 절차이다. 조정은 사실 조사 후 조정안을 작성하여 당사자에게 30일 동안 수락을 권고하여 수락하는 경우 조정조서를 작성하고 조정위원회 및 당사자가 기명·날인해야 합의가 성립된 것으로 본다. 재정은 사실조사 및 당사자 심문 등의 절차를 거쳐 인과관계 및 피해배상액을 결정하는 절차로 60일 이내에 당사자가 불복하여 소송을 제기하지 않으면 합의가 성립된 것으로 보고 있다.

2007년 말 현재 중앙조정위원회에 접수된 분쟁사건은 2,104건으로 이 중 2,014건을 처리했으며, 처리사건의 97.6%인 1,708건이 재정사건이다. 법원에 제소하면 보통 2~3년 걸리나 분쟁조정위원회에 조정신청을 하면 평균 6개월 미만에 처리가 가능하다. 중앙조정위원회의 지난해 분쟁사건 처리기간은 평균 169일로 법정 처리기간(270일)보다 101일 단축된 것으로 나타났다.

피해원인은 소음·진동 86.1%, 대기오염

7.4%, 수질오염 3.4% 순이다. 피해내용은 정신적 피해가 39.4%로 가장 많고 건축물 피해와 정신적 피해를 함께 신청한 사건이 23.6%, 축산물 피해 14.1% 순이다. 분쟁사건 발생 지역은 수도권이 53.5%(서울 25.2%, 경기 22.1%, 인천 6.1%)로 가장 많고 영남지역이 20.5%를 차지하고 있다. 처리사건의 45.7%가 중재합의로, 42.0%가 피해배상 결정으로 처리되었으며 배상결정액은 신청금액의 9.6% 수준이다.

현행 조정 결과는 조정조서 또는 재정문서 정본이 도착한 날로부터 60일 이내에 당사자들이 불복하여 법원에 소송을 제기하지 않으면 민법상 합의효력이 있는 것으로 보고 있다. 집행하지 않아도 이행을 강제할 수 있는 수단이 없어 별도로 의무이행청구소송 절차를 밟아야 한다.

이에 따라 환경분쟁 사건을 신속·공정하게 해결하기 위한 기반을 강화하고 현행 제도의 운영상 나타난 일부 미비점을 개선·보완하기 위해 환경분쟁조정법을 개정, 올 9월부터 시행할 계획이다. 개정법의 주요내용은 다음과 같다.

첫째, 환경피해 분쟁사건이 점점 복잡·다양화하고 지속적으로 증가함에 따라 조정위원회 구성위원 정원을 9명에서 15명 이내로 확대하고 조정위원 중 판사·검사 또는 변호사의 직에 6년 이상 재직한 자가 3명 이상 포함되도록 규정했다.

둘째, 환경피해의 발생 및 확산을 미리 방지하기 위해 환경분쟁조정 신청사건의 처리 과정에서 얻게 된 환경피해 방지 등을 위한 개선의견을 관계 행정기관에 통지할 수 있는 조항을 신설했다.

셋째, 조정위원회가 당사자에게 피해배상에 관한 합의를 권고할 수 있게 하되 합의권고는 조정절차 진행에 영향을 미치지 않도록 하는 사전합의 권고조항을 신설했다. 이는 중앙 및 지방위원회가 '91~'07.6 중 처리한 3,075건 중 40.9%인 1,260건이 조정위원회에 상정되기 전에 사전합의로 해결된 점을 반영한 것이다.

넷째, 직권조정 of 범위를 사회적으로 파급효과가 클 것으로 우려되는 분쟁으로 확대하고 직권조정 of 대상, 조정절차 및 조정수행자에 대한 구체적인 사항을 대통령령으로 정하도록 했다.

다섯째, 종전에는 당사자간 합의의 효력만 인정하던 조정조서나 재정문서에 재판상 화해 효력을 부여했다. 이는 현행 조정 효력이 민법상 화해계약에 불과해 합의 미이행 시 강제수단이 없는 문제점을 보완하고 대체적 분쟁해결제도 활성화로 분쟁해결 비용 및 기간을 단축할 수 있도록 해달라는 기업 측의 건의사항을 반영한 것이다.

아울러, 조정결정의 효력이 강화됨에 따라 모든 조정위원회에는 법률전문가 1인이 상이 반드시 참여하도록 규정했다. 조정위



지난해 10월 일조권 분쟁이 일어난 서울 반포주공아파트 재건축 현장.

〈표1〉 환경분쟁조정법 재판상 화해 효력 및 강제집행력 인정 여부

공해방지법 (71년)	환경보전법 (77년)	분쟁조정법 (90년~95년)	분쟁조정법 (95년~97년)	95. 5. 25. 국가배상법 위헌결정	분쟁조정법 (97년 이후)
불인정	인정	불인정	인정		불인정

원 1인이 수행하던 소액사건(조정가액 5천만원 이하인 분쟁사건) 관련 규정 및 지방조정위원회 재정결과에 불복하는 경우 중앙조정위원회에 재정을 신청할 수 있도록 한 규정은 삭제했다.

이번 법 개정으로 조정위원 및 조정위원 중 법률전문가의 수가 늘어 환경분쟁 조정사건을 보다 충실히 심의할 수 있고, 사전합의를 공식적인 분쟁해결방법으로 명문화해 당사자 합의에 의한 분쟁해결이 촉진

될 것으로 보인다.

또한 조정위원회가 환경피해뿐 아니라 환경시설 설치 관련 분쟁에 적극 개입해 환경 관련 갈등을 조기에 수습할 수 있을 것이다. 조정조서 및 재정문서에 재판상 화해 효력을 부여해 소액사건 신청자의 피해구제 실효성이 높아질 뿐 아니라, 조정결과에 대한 의무 이행 청구 소송 제기에 드는 사회적 비용이 경감될 것으로 기대된다.



고종희 jhkoh@me.go.kr
중앙환경분쟁조정위원회
기획총괄팀장

왕자를 낳지 못한 조선의 왕비들

1700년 이후 왕들 적자 왕자 거의 없어 정치적 안정성 위협당해

왕비는 조선시대에 여성이 오를 수 있는 최고의 자리였다. 42명이 국모가 될 기회를 가졌는데 이처럼 왕비의 숫자가 왕의 숫자(27명)보다 많은 것은 11명의 왕이 두 명 이상의 왕비를 맞았기 때문이었다. 숙종이 가장 많은 네 명의 왕비를 맞았는데, 이 중 인정왕후는 건강 때문에 일찍 세상을 떠났고 인현왕후와 희빈 장씨는 생전에 자리에서 물러나야 했다. 전체적으로는 정치적인 이유 등으로 생전에 왕비의 자리를 내놓아야 했던 경우보다는 건강상의 이유로 왕비가 왕보다 일찍 세상을 떠난 것이 왕비의 수를 늘린 주된 이유였던 듯하다.

왕비는 궁의 살림을 돌보는 등 여러 가지 업무를 수행해야 했지만 무엇보다 왕위 계승권자인 왕자를 낳는 것이 가장 큰 임무였다. 왕자의 출산은 단순히 대를 잇는 것을 넘어 왕권의 근본을 세우는 매우 중요한 일이었다. 왕비가 아들을 낳지 못하면 누구를 후계자로 삼을 것인가를 놓고 매우 복잡한 정치적 문제가 발생하고 이렇게 선택된 왕은 왕위에 오른 이후까지도 신하들을 통솔하는 데 어려움을 겪었기 때문이다.

문제는 왕비들 중 상당수가 이처럼 중요한 책무를 제대로 이행하지 못했다는 점이다. 조선의 왕비들이 낳은 평균 자녀 수를 계산해 보면 아들 한 명, 딸 한 명으로, 총 두 명이었다. 흔히 전근대사회가 다산을 장려하는 사회였고, 왕비에게는 특히 다산이 요구되었다는 점에 비추어보면 이는 매우 놀라운 사실이다. 이 숫자는 일찍 죽은 자녀를 상당수 포함한 것이기 때문에 전근대사회의 일반적 출산율로 알려진

것보다도 크게 낮은 것으로 판단된다.

그런데 왕비들이 낳은 자녀 수의 분포를 보면 큰 편차가 나타난다(표 1 참조). 세종의 부인이었던 소헌왕후는 가장 많은 자손을 두어서 아들이 여덟, 딸이 둘로 모두 열 명의 자식을 두었다. 하지만 이처럼 많은 자손을 낳은 왕비는 매우 드물었고, 평균보다 많은 세 명 이상을 낳은 왕비도 11명에 불과했다. 42명 가운데 절반에 해당하는 20명은 아예 아이를 하나도 낳지 못했다.

왕비들이 가례를 올린 나이는 평균 나이 13세였고(영조의 두 번째 부인이었던 정순왕후조차도 16살에 66세인 영조와 가례를 올렸다), 이들의 평균 수명은 50세가량이었기 때문에 왕비들은 일반적으로 충분한 가임 기간을 가졌던 것으로 판단된다. 왕비 스스로도 왕자의 생산이 자신의 지위를 강화하는 중요한 근거였기 때문에 임신을 회피했을 이유도 크지 않았을 것이다. 회임이 이루어질 경우 최고 수준의 섭식과 의료 서비스를 누렸을 것이므로 유산이나 사산 등이 일어날 확률은 동시대의 어느 누구보다도 크게 낮았을 것이다. 그럼에도 불구하고 이처럼 왕비들이 적은 수의 자녀를 둘 수밖에 없었던 까닭은 무엇일까? 심도

있는 연구가 필요한 주제이다. 이러한 현상을 왕의 측면에서 보면 새로운 양상을 볼 수 있다. 조선의 왕 한 명이 가진 적자의 평균 숫자는 아들 1.7명, 딸 1.4명으로, 총 3.2명이었다. 하지만 실제로 평균 이상이라고 할 수 있는 세 명 이상의 적자아들을 가진 경우는 태조·태종·세종·인조·고종 등 다섯 명에 불과하다(고종의 경우, 명성황후가 세



역사의 격랑에 휩쓸려 파란 만장한 생을 보낸 고종황제

명의 아들을 낳긴 했으나 그중 두 명은 일찍 죽었기 때문에 사실상 순종 하나만을 낳은 셈이었고, 그렇게 보면 사실은 네 명이라고 보아야 할 것이다. 그리고 아홉명의 왕은 아예 한 명의 적자 아들도 두지 못했다.

주목할 만한 사실은 후대로 갈수록 왕의 평균 적자 아들 수가 감소했다는 점이다(표 2 참조). 태조·태종·세종 등 왕조 초기의 왕들은 네 명 이상의 적자 아들을 두었다. 하지만 세조로부터 중종까지 다섯 왕은 두 명의 왕자를 가졌고, 인종부터 숙종까지의 왕들이 가진 아들의 평균 숫자는 1.4명으로 낮아진다. 심지어 경종부터 순종까지 조선의 마지막 여덟 임금을 보면 여섯 명이 단 한 명의 적자 아들도 두지 못했다.

이처럼 1700년 이후 등극한 왕들이 적자 왕자를 거의 갖지 못했다는 사실은 왕조의 정치적 안정성에 심각한 문제를 야기했다. 앞서 언급한 바와 같이 왕이 정통성을 온전하게 확보하지 못하고 등극할 경우, 왕권은 초기부터 불안정해질 위험에 노출된다. 특히 조선 말기의 철종·고종 등은 양자들이었고 사실상 집권 세력에 의해 선택된 왕들이었다. 집권세력은 왕실의 자손 가운데 총명하고 능력 있는 자보다는 자신들이 다루기 쉬운 사람을 골랐기 때문에, 이들이 정치적 권위를 세우고 나라를 올바른 방향으로 이끌기를 바라는 것은 애시당초 부질 없는 일이었다고 할 수 있다. 결국 왕과 왕비가 국왕의 자질을 갖춘 아들을 낳아 키워낼 수 있는 부모로서의 능력을 갖추지 못했던 것이 조선 왕조의 쇠락에 크게 기여한 셈이다.

전 근대 군주국가에서 국왕 개인의 인품과 육체적·정신적 능력은 왕조의 흥망성쇠를 결정하는 핵심요소 중 하나이다. 아울러 왕이 자녀를 얼마나 가졌는지 같은 사생활의 영역 역시 단순히 한 개인의 행·불행 차원이 아닌, 국가의 운명을 좌우하는 중요한 요인이었다. 조선 왕조의 흥망성쇠와 왕이라는 인간의 개인적 삶이 구체적으로 어떻게 연결되었는지에 대해 체계적인 가설을 세우고 분석한 연구는 아직

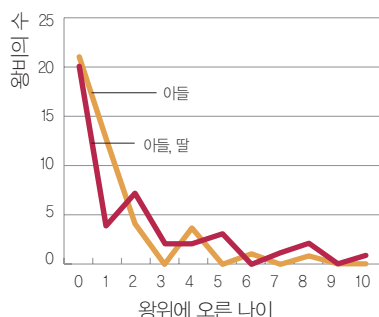
없는 듯하다. 차후에 왕실 구성원들의 사생활이나 왕실의 병력 등에 대한 미시적 분석, 그리고 이를 조선 왕조의 정치구조와 연결시키는 거시적 작업이 이루어져서 조선시대에 대한 보다 심도있는 이해가 이루어질 길 기대한다.

그러나 왕의 자녀 수에 대한 이상의 검토만으로도 한 가지 교훈은 분명해 보인다. 여러 가지 문제점에도 불구하고 민주주의 혹은 선거를 통한 통치자의 선출이라는 제도는 한 정부의 정통성과 안정성을 왕실이라고 규정된 특정 집안 사람들의 유전자나 건강상태에 의존하지 않아도 된다는 점에서 군주제보다 우월하다.

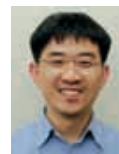
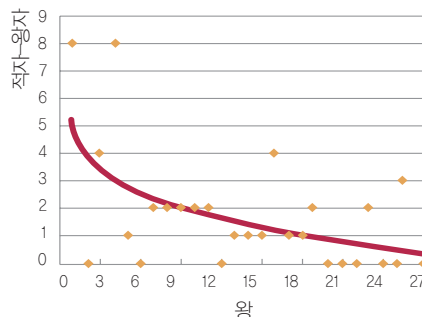
는 한 정부의 정통성과 안정성을 왕실이라고 규정된 특정 집안 사람들의 유전자나 건강상태에 의존하지 않아도 된다는 점에서 군주제보다 우월하다는 사실이다. 능력이 뛰어난 사람을 지도자로 선출한다는 원리가 적용되지 않는 조직은 그것이 국가가 되었건 기업이 되었건 장기적으로 변성하기 어렵다. 조선 왕실의 전철을 답습하는 것처럼 보이는 우리 대기업들의 행태, 그리고 이들에 크게 의존하고 있는 우리 경제의 장래에 대해 우려를 갖게 되는 것도 이러한 맥락에서이다.

민주주의 혹은 선거를 통한 통치자의 선출이라는 제도는 한 정부의 정통성과 안정성을 왕실이라고 규정된 특정 집안 사람들의 유전자나 건강상태에 의존하지 않아도 된다는 점에서 군주제보다 우월하다.

〈그림1〉 조선시대 왕비들이 낳은 자녀의 수



〈그림2〉 조선시대 왕들의 적자 아들 수



김두열 KDI 연구위원
duolkim@kdi.re.kr
미국 UCLA 경제학 박사. 제도가 경제성장에 미치는 장기적 영향에 관심을 가지고 있으며, 사법제도와 법률서비스 시장에 대한 연구를 하고 있다.

김치는 기다림의 미학으로 완성시킨 음식이다. 간장·된장·젓갈 같은 발효음식들도 마찬가지다. 세계적인 건강식으로 인정받는 지중해식보다 더 나은 음식이 바로 한식이다.

스토리텔링으로 한식을 고급화하라

한식의 세계화에 대해 말할 때 가장 많이 받는 질문은 “한식을 세계에 내놓았을 때 다른 나라 음식에 비해 경쟁력이 있는가”이다. 필자는 자신 있게 “그렇다”고 대답한다. 물론 걱정스러운 그들의 마음을 모르는 게 아니다. 세계의 유명한 레스토랑을 다녀 보고 다양한 음식을 접해보고 그 속에서 정치외교나 사교활동을 해 본 사람들이 의문을 갖는 것은 너무 당연하다.

한식 특유의 냄새, 한식당의 서비스 부재와 열악한 환경 등이 한식을 세계화하려고 할 때 머리를 복잡하게 하는 것이 사실이다. 이런 문제에도 불구하고 한식 세계화가 가능하다고 주장하는 것은 한식이 갖는 영양학적 강점과 한식 속에 담긴 문화적 코드에 대한 자신감 때문이다.

현대는 새로운 미각의 시대다. 세련된 음식문화는 엘리트 문화의 상징이 되었다. 고급스런 음식문화화를 찾는 현상은 명품 열풍과 맞물렸다. 그러나 음식은 단지 소비하고 즐기는 행위로 끝나는 것이 아니라 우리 몸에 영향을 미쳐 결국 소비하는 사람의 건강을 좌우하는 주요 변수라는 점이 중요하다.

현대인들이 즐기는 맛있고 입에 맞는 음식이란 영양학적 관점에서는 지나치게 단 고열량식이다. 기름진 스테이크, 달디 단 아이스크림이나 초콜릿·버터 등은 열량만을 따져보면 가볍게 먹을 음식은 아니다. 고열량 음식이 비만을 부르고 비만은 각종 성인병의 주요 원인임은 상식이다. 사람들은 맛있고 매력적이되 건강에도 좋은 자연친화적인 음식을 요구하게 된 것이다.

이러한 요구로 미국식 패스트푸드는 쇠락하고 아시아식 슬로푸드가 급격히 부상하게 되었다. 건강을 고려한 새로운 트렌드의 음식들이 세계 식당을 지배하기 시작했다. 담백한 맛을 추구하는 일본

음식이 세계무대에서 인기인 것도 그런 이유에서다. 앞으로는 건강과 환경을 고려한 ‘자연친화적인’ 음식문화가 주 흐름이 될 것이다.

한식이 세계적인 음식이 될 수 있다고 보는 이유는 이러한 자연친화적인 트렌드에 가장 부합하는 음식이기 때문이다. 필자가 서구 학문인 영양학을 전공하면서 새삼 우리 조상들에게 감사하는 것은 한국음식에 숨겨진 놀라운 건강성이다. 실제 서양 사람들의 성인병 증가율이 위험 수준에 이른 원인 중 하나는 기름진 식사 때문이다.

8(채식) : 2(육식) 황금비율

서양인들이 건강한 식사지침으로 제시하는 모든 원리가 우리 전통음식 속에 숨어 있다. 우선, 서양에서 가장 문제되는 고지방 섭취비율을 30%로 낮추고 대신 당질을 올리는 식사지침은 한식의 섭취 비율이다. 채식과 육식 섭취의 황금 비율인 8:2 식사가 바로 한식이다. 이는 하루에 1~1.2kg의 음식을 섭취할 때 식물성 식품을 800~900g, 동물성 식품을 200~300g 정도 먹는 것을 의미한다.

한식은 채식과 육식을 적절하게 조합한 음식이다. 채식 위주의 식사는 농경문화의 산물로, 고기 먹기가 어려웠던 시대의 선택이었다. 그러나 이렇게 만들어진 식습관은 우리 민족을 먹거리에서 있어서 축복받은 민족으로 만들었다. 최근 대표적인 한식으로 뜨고 있는 비빔밥도 식물성 식품과 동물성 식품의 비율이 8:2 정도이고, 구절판이나 신선로 같은 음식들에도 이 비율이 담겨 있다. 고기를 상치에 싸서 여러 채소와 곁들여 먹는 것도 우리 음식만의 특징이다. 튀기기보다는 삶거나 찌는 조리방법도 건강한 식사를 가능케 한다.



과거 궁핍한 시대에 먹었던 야생채소나 산나물과 같은 구황식물들이 이제는 건강기능성 식품의 소재로서 다양하게 연구되고 있다. 우리가 즐기는 나물이 바로 세계에 내놓을 수 있는 건강식의 대표 주자다. 서양인들이 건강식으로 샐러드를 내세우지만 열량이 높은 소스를 사용하거나 먹을 수 있는 양이 제한적이다. 이에 반해 나물은 삶아서 무치기 때문에 많은 섬유소를 얻을 수 있다. 양념으로 사용하는 마늘·파·깨소금 등은 서양에서 인정한 생리활성물질들이다. 그동안 우리 민족의 건강을 지켜 온 ‘약식동원’ (藥食同原, 약과 음식은 한 뿌리라는 음식철학)이라는 말이 이와 무관하지 않다. 삼면이 바다여서 다양한 해산물과 해조류로 섬유소·무기질을 충분히 섭취할 수 있다.

야생채소·산나물은 건강기능성 식품

발효식품 발달은 놀라운 수준이다. 이제는 김치를 세계적인 한국음식으로 주저 없이 내세울 수 있다. 김치는 기다림의 미학으로 완성시킨 음식이다. 간장·된장·젓갈 같은 발효음식들도 마찬가지다. 서양의 대표적인 발효식품인 치즈와 와인에 버금가는 발효식품들이 우리 음식에는 수 없이 많다. 세계적인 건강식으로 인정받는 지중해식에 못지않은 음식이 바로 한국음식이다.

영양학적으로 우수한 한국음식이 널리 알려지지 않은 것이 불가사의하다고 말하는 외국인들도 있

다. 이는 한국음식의 문화적 가치에 주목해 이를 널리 알리고 홍보하지 못했기 때문이다. 음식도 문화적인 스토리텔링을 갖지 못 하면 고급음식으로 자리매김할 수 없다. 그동안 우리는 고미술·고건축물 같은 유형문화재에만 집착해 왔을 뿐 우리 음식을 문화상품으로 주목하지 못했다. 우리 민족 오천년의 역사가 우리 음식 속에 고스란히 담겨 있다. 아시아에서 최고(最高)이면서 最古)의 조리서로 인정받는 ‘음식디미방’, ‘규합총서’에는 옛 여인네들이 사용한 섬세하고 아름다운 언어들(언어)이 살아있다. 판소리 소설이나 기속시(紀俗詩), 풍속화에는 우리의 아름다운 음식문화가 고스란히 담겨 있다.

최근 우리나라에도 와인 마니아가 늘고 있다. 그들의 해박한 지식에 새삼 놀란다. 이렇게 우리 사회에까지 와인 소비가 늘어난 것은 와인문화에 대한 스토리텔링 덕분이 아니겠는가. 그들은 와인만 판 것이 아니라 와인과 더불어 그들의 고급문화를 함께 판 전략을 썼고 그 전략이 먹혀 전 세계를 지배하게 된 것이다. 조선 중기에 김유가 쓴 ‘수운잡방’에는 곡물과 포도즙을 함께 쓴 ‘포도주뵈’가 나온다. 그런데 이를 아는 한국의 와인 마니아가 많지 않다.

우리 음식은 높은 문화적 가치를 지닌 우리 선조들의 문화유산이다. 우리 음식을 세계에 알리기보다 다른 세계 유명 음식들에만 열광한 식자층에도 문제가 있다. 우리 음식의 영양학적 우수성을 부각시키는 과학적 연구나 문화적 상품으로 개발하기 위한 인문·사회학적 연구는 많지 않았다. 그러나 다행스럽게도 최근 한국음식 세계화에 대한 관심이 높아지고 있다. 관심에서 더 나아가 한국음식의 영양학적 우수성과 문화적 유산으로서의 가치에 주목한 연구가 풍성해지길 기대한다.



정혜경 호서대 식품영양학과 교수
hkchung@hoseo.edu

한식을 세계에 알릴 섹프 교육에서부터 새로운 한식 메뉴 개발 그리고 각 나라에 알맞은 마케팅 방법까지 연구하는 기관이 하루 속히 만들어져야 한다.

인기몰이식 반짝 경영은 No!

불과 10년 전만 해도 세계 시장에서 한국음식은 거론조차 되질 않았다. 그저 중국이나 일본 음식과 비슷하겠지 하는 막연한 생각뿐. 하지만 지금은 매우 다른 양상을 보인다. 그 이유는 어디서 비롯된 것일까?

우선 한국의 빠른 경제 성장을 들 수 있다. 우리가 느끼는 실정은 다르더라도 외국에 비춰지는 한국 경제는 분명 놀라운 성과를 거두었기에 한국은 주목의 대상이다.

이와 맞물려 아시아에 확산된 한류 열풍으로 한국에 대한 관심은 더욱 커졌다. 가요나 드라마, 영화를 통해 간접적으로 한국문화를 전하고 그로 인해 호기심을 자아내는 문화 외교가 시기적으로 큰 역할을 담당했다. 이런 한류 열풍은 한국 인기 스타를 배출하는 데 그치지 않고 한국의 생활 문화 전반을 자연스레 알렸다.

특히 2004년 초드라마 '대장금' 방영 이후 중국·일본·홍콩·베트남·태국 등 아시아의 여러 나라에서 한국 전통 음식에 대한 인기가 높아지면서 한식을 맛보러 오는 관광객도 급격히 늘어났다. 각국에 한식당도 앞다투어 생겨났다. 하지만 제대로 된 한국 식당보다는 일본·중국풍과 접목한 인기몰이식당들이 반짝 경영에 나서고 있어 자칫 잘못된 음식 문화가 전파되거나 않을까 걱정스럽다.

아시아에서는 한류 열풍이 이유가 되었다고 한다면 미국의 주요 도시나 파리·런던 같은 유럽의 주요 도시에서 발생한 한국음식에 대한 관심은 어디서 비롯된 것일까?

외국 일간지에 따르면, 근래 들어 서양에서는 건강식에 대한 관심과 함께 색다른 음식에 대한 요구도 커지고 있다. 이미 자리를 잡은 중국·태국·인

도 음식과 최근 인기몰이를 한 일본음식은 서양인들에겐 더 이상 호기심을 제공하지 못하며 안정적으로 굳혀진 메뉴들이 되어 버렸다. 한식은 건강과 특이성을 동시에 갖춘 음식으로 서서히 부상하게 되었고 특히 패션 리더나 세계적인 스타들 사이에서 인기를 끌고 있다.

이 시점에서 정부와 음식 관련 종사자들은 한식의 세계화를 위해서 무슨 일을 해야 할까?

첫째는 음식을 단순히 먹고 생존하는 도구가 아닌 하나의 문화로 인정하는 것이 필요하다. 음식을 통해 얻어지는 여러 가지 경험과 문화 가치를 존중하고 확산하려는 자세를 가져야 한다.

두 번째는 한식의 장점과 단점을 정확하게 파악하고 보완·수정하려는 연구다. 우리 것이라고 무조건 좋게만 보려는 편중된 시각에서 벗어나 장점은 살리고 단점을 개선하는 노력이 시급하다.

세 번째는 한식을 알리고자 하는 대상국들에 대한 리서치다. 같은 아시아라 하더라도 각기 다른 배경과 문화적 차이로 나라마다 색깔이 뚜렷하다. 때문에 각국의 음식 문화를 습득하는 것이 매우 중요하다. 그 작업이 이뤄져야 음식 문화 수출이 제대로 이루어질 것이다.

위의 세 가지 방법을 실천하기 위해서는 반드시 정부 차원의 협조가 있어야 한다. 정부에서 가장 주력해야 할 부분은 한식 알리기이다. 현재까지의 음식 관련 행사들은 거의 대부분 국내 행사로 그치거나 너무 전통 한식에 국한되어 실용성이 떨어지는 한계가 있었다. 국내외에서 만난 외국인들은 한국에서 배운 한국요리를 본국에 돌아가서도 응용할 수 있는 조리법으로 전달받고 싶어한다. 정부는 산하기관을 만들거나 관련 전문가를 기용해 외국의



실정과 한국의 실정을 파악해 모던하면서도 실용적으로 한식 문화를 풀어 낼 수 있는 방안을 모색해야 한다.

예를 들면 2002년 한·일 월드컵 개최 1년 전부터 일본은 유럽 각 주요 도시를 돌며 주먹밥·찰쌀떡 같은 일본 음식을 예쁘게 장식하고 (심지어는 축구공 모양으로 만들어서) 행인들에게 나눠주며 일본을 홍보했다. 싱가포르의 매년 4월 열리는 음식 축제에 각국 기자들을 초빙해 관광 수익을 위한 홍보에 앞장서고 있다.

그밖의 여러 나라도 음식을 앞세워 국위 선양에 힘쓰고 있다.

2~3년 전부터 김치를 비롯해 불고기나 비빔밥 등의 한식 메뉴들이 다른 나라의 음식으로 재탄생

돼 알려지는 경우가 자주 생겼다. 이는 참으로 원통한 일이 아닐 수 없다. 우리의 부주의와 무관심으로 뛰어난 문화인 한식을 방치한다면 앞으로 무한히 발전할 문화사업에서 실로 엄청난 손실을 초래할 것이다. 한식을 도처에 알릴 셰프 교육에서부터 새로운 한식 메뉴 개발 그리고 각 나라에 알맞은 마케팅 방법까지 연구하는 기관이 하루 속히 만들어지길 바란다.



강지영 세계 음식문화 연구가. 탑테이블 대표
toptable22@yahoo.com

조태권 가온 대표(광주요그룹 회장) 인터뷰

“초고추장, 와인에도 잘 어울려”

조태권 광주요그룹 회장(60)은 한식의 세계화를 삶의 화두로 삼은 사람이다. 음식은 단순히 먹는 데 그치지 않고 그 나라를 대표하는 문화 브랜드가 될 수 있다고 믿는다. 조 회장은 한국 식문화의 고급화를 위해 광주요(도자기), 화요(술), 가온(고급 한식 레스토랑) 등 다양한 영역에서 사업을 펼쳐 왔다.

2003년 문을 연 가온은 세계 최고의 한식 레스토랑을 향한 그의 열정의 산물이다. 밑반찬에서 주 메뉴까지 최고급 재료를 쓰고 식기는 광주요에서 제작한 고급 도자기를 사용한다. 종업원들의 세심한 서비스, 메뉴에 어울리는 음악과 꽃꽂이, 광주요에서 만든 전통소주 화요, 색동 저고리의 배색과 무늬를 모티브로 한 인테리어 등이 어우러져 가온은 입만 즐거운 것이 아니라 오감이 즐거운 식문화의 정수를 제공하는 곳이다. 신사동 가온에서 그를 만났다.

— 음식에 관심을 기울이게 된 계기는?

식품산업이 세계화된 나라들을 보라. 다 선진국이다. 정치·문화·경제 골고루 발전되어 있지, 우리처럼 불균형된 나라는 없다. 우리도 세계화로 나아가려면 조화를 이루는 게 필요하고 각 분야의 모든 문화가 골고루 한 단계 올라서야 한다. 그중 내가 주목한 부분이 음식이다. 우리에게 음식 문화라는 게 없어져 버렸다. 밖에서 파는 음식은 생계유지용으로만 만들어졌다. 그러다 보니 음식에 대한 가치를 만들지 못하고 가격 경쟁만 벌여 품질이 낮아진다. 양념을 강하게 하고 조미료를 과다하게 넣다 보니 국민 모두가 미맹이 돼버렸다.

— 한식을 누구나 맛있어 할까?

모든 것은 다 만들어 가는 거다. 일본 스시만 해도 가장 못사는 사람들이 먹던 거다. 1800년대 말,

생선을 잡으면 안 썩게 하기 위해 소금에 절였다가 밥하고만 먹었던 게 스시다. 그런데 일본인들은 스시를 일본의 최고급 음식으로 격상시켰다. 건물도 최고급 자재로 짓고 재료도 최고급을 썼다. 기모노를 입은 여직원들의 서비스도 최상이었다. 이런 노력의 결과 스시는 일본을 대표하는 국가 브랜드 이미지로 자리 잡게 됐다. 음식에 가치를 부여했기에 성공한 거다. 우리는 음식문화 하면 삼겹살 같은 것을 언급하며 서민생활과 대중의 미덕을 강조하는데 그렇게 하면 가난밖에 물려줄 게 없다.

— 전통적 한식 조리법과 거리가 멀다는 비판도 있다.

난 요리연구 하시는 분들에게 가서 이렇게 얘기한다. 내가 당신들의 족쇄를 풀었다고. 지금까지 그분들은 지역 안에서 나는 식재료로 만든 것만을 한식으로 생각했다. 그러나 이제 세계 모든 식재료를 사용할 수 있도록 한 거다. 음식은 재료의 맛이다. 얼마나 신선한 재료인가가 맛의 관건이다. 그다음 이 양념과 향료, 테크닉이다. 지금까지는 한정된 재료로만 한식을 만들어왔지만 세계 각지에서 나는 수많은 재료로 표현할 수 있게 됐다.

우리의 양념은 매우 다양하다. 젓갈류·고추장·된장 이런 발효음식들을 조금만 믹스해나 가면 무궁무진한 맛을 만들어낼 수 있다. 부대찌개도 안에 소시지·햄이 들어가지만 우리 음식이라 하지 않나. 우리 스타일로, 우리 양념으로 만들었기 때문이다.

— 한식은 레시피를 만들기 어렵다. 조리 과정이 복잡하고 종류가 너무 많다는 이유로 규격화가 어렵다고들 한다. 괜찮을까?

지금까지 레시피가 없었던 것은 아무도 시도를 안 했기 때문이다. 우리는 레시피를 정확하게 만들어냈다. 종류가 많으면 더 좋지 그게 왜 흠인가. 과



정이 복잡한 것도 어떻게 규격화하느냐에 달렸다.
충분히 할 수 있다.

- 한식과 음식산업의 미래에 대해 어떻게 생각하나?

음식산업은 앞으로 엄청난 산업이 된다. 지금 인도·중국등지에서 중산층이 늘어나지 않나. 2020년 즈음이면 중산층이 20억명 생겨난다. 그 1/10이 세계를 돌아다닌다고 치면 2억명인데 100달러짜리 음식을 먹으면 200억달러다. 음식이 입에 맞고 맛있으면 그 금액은 기하학적으로 늘어난다.

우리 한식을 세계인 누구나 즐길 수 있

도록 만들어야 할 이유가 여기에 있다. 고추장·간장·김치 이런 것들로 세계 속에 들어가면 우리 음식은 세계를 석권할 수 있다. 이렇게 발효음식이 많은 나라가 또 어디 있나.

- 뜻있는 대기업이 동참한다면 자
신의 몫을 얼마든지 떼어줄 수 있다고
공언하시던데?



조태권 회장은 누구?

광주요 창업자인 조소수 선생의 아들로 미국 미주리산업대
공업경영학과를 나와 대우에서 해외근무를 했다. 독립해 중
동에서 무기·중장비 사업을 했고, 세계를 돌아다니며 각국
의 최상급 문화를 체험했다. 1988년 부친이 타계하자 광주
요를 이어받았다. 전통도자기의 현대화에 성공한 후 한식문
화를 풍요롭게 하겠다는 열의를 가지고 전통주 '화요', 음
식점 '가온', 민화벽지 '가비화' 등을 연달아 내놓았다.

나는 일당천밖에 안 된다. 영향을 줄 수 있는 사
람이 천 명뿐이다. 일당십만인 사장이 내가 하는 일
을 한다고 해보자. 그럼 자체 수요만 가지고도 음식
을 문화로 만들 수 있다. 문화는 결국 리더들이 만
드는 거다. 그러니 진정 뜻이 있고 의지가 있는 사
람이 이 일에 뛰어들어야 한다. 나야 얼마든지 넘겨
줘도 좋다.

대담 김서령 나라경제 편집장 | 정리 김준범 나라경제 기자

음식 산업은 문화산업이다. 음식에 얹힌 이야기가 그 음식의 문화적 가치를 높인다. 정부는 우리 음식에 스며 있는 역사적·우화적 소재를 문화 콘텐츠로 발굴하는 작업도 추진하고 있다.

한국판 ‘르 꼬르동 블루’ 만든다

세계 외식시장의 규모는 6조 달러로 철강이나 자동차, IT산업의 규모를 능가하고 있다. 21세기 들어 세계 각국은 문화산업의 파급효과에 주목하면서 자국 전통음식을 국가 주요 전략산업으로 육성하는 추세이다. 일본은 '05년 일식인구 6억 명을 '10년까지 12억명으로 증가시킨다는 '일식인구 배증계획'을 추진하고 있다. 태국 역시 전 세계 태국음식점을 '01년 5,500개소에서 '07년까지 8,500개소 증가시키는 'Kitchen of the World' 프로그램을 추진하고 있다.

우리나라는 2006년 총리 산하의 국가이미지위원회가 주관이 되어 우리 고유의 전통문화를 계승 발전시키고 세계화하는 '한스타일 프로젝트'를 출범시켰다. 우리나라 대표적 문화 아이콘인 한식·한글·한복·한옥·한지·한국음악을 6대 분야로 정하고 각 정부부처가 이를 세계화하는데 정책적 의지를 모으기로 한 것이다. 한식 분야는 농림부가 주관부처가 되어 관계부처가 참여한 가운데 민관 합동의 전문가위원회를 구성했다. 위원회에서는 2007년 2월에 한식을 세계 5대 음식으로 발전시키기 위한 '한식 세계화 추진 기본계획'을 수립해 올해 30억원을 투입하고 연차적으로 예산을 확대할 예정이다.

올해는 우리 정부가 한식 세계화 사업을 본격 추진하는 원년이라고 할 수 있다. 정부는 농림수산식품부·문화체육관광부·외교통상부 등 한식 세계화 관련부처와 민간연구기관, 해외진출 기업 등이 참여하는 '한식 세계화 포럼'을 구성하는 등 추진 체계를 정비해 나갈 계획이다. 또한 일본·미국·중국·동남아시아 등 세계 주요국의 한식당 운영과 선호메뉴 등에 대한 실태조사 결과를 바탕으로 한식의 세계 5대 음식화를 위한 세부실천 계획을

수립 중이다.

한식 세계화를 위한 정부정책은 크게 인프라 구축, 조리교육 및 경쟁력 향상, 마케팅 강화, 국가별 대책 등 네 부문으로 나눌 수 있다.

첫째, 인프라 구축이다. 한식 세계화를 종합 조정할 '한식 세계화 포럼'을 구성·운영하고 한식 조리법 표준화 사업을 추진할 것이다. 올해 안에 한국의 전통음식 300종의 조리법을 표준화하여 국내외로 보급할 것이다. 기존의 조리서에 '약간, 적당량, 알맞게' 등 모호하게 표현되었던 것을 'g, cm, 분'과 같은 세계 공용 계량단위로 개선하여 책자발간, 온라인 홍보, 학교 교재 활용, 세계 주요 서점 판매 등을 통해 한식 세계화를 위한 조리 지침서로 활용할 계획이다. 국가별 한식 선호메뉴를 고려하여 대중화가 가능한 단품요리와 고급 코스요리를 개발하고 보급하고자 한다.

전통 음식 3백종 조리법 표준화

음식 산업은 문화산업이다. 음식에 얹힌 이야기가 그 음식의 문화적 가치를 높인다. 따라서 우리 음식에 스며 있는 역사적·우화적 소재를 문화 콘텐츠로 발굴하는 작업도 추진하고 있다. 조선시대 고종황제의 기로소 잔치음식이나 혜경궁 홍씨의 조찬기록에는 많은 이야기가 전한다. 이러한 음식 문화콘텐츠를 영화나 드라마, 만화 등 다양한 형태로 보급한다면 우리 음식문화의 가치를 한층 높일 수 있을 것이다.

둘째, 조리교육 및 경쟁력 향상이다. 자국 음식 세계화에 성공한 나라들을 살펴보면 세계적인 수준의 조리 교육기관을 공통적으로 볼 수 있다. 프랑스는 '르 꼬르동 블루'라는 세계적 조리 교육기관이 15개국에 26개의 학교를 설립하여 매년 2만여



명의 조리사를 배출하고 있다. 이탈리아는 I.C.I.F(Italian Culinary Institute for Foreign)라는 요리학교를 통해 세계 32개국에서 매년 3천여 명의 이탈리아 요리사를 배출시킨다.

우리도 세계적 수준의 한식 조리 교육기관을 육성해 전통 한식의 진정한 맛과 한국의 역사·문화를 세계에 전파하는 전진기지로 활용해야 한다. 이를 위해 강사진·교육시설 등이 우수하고 외국인 교육경험이 풍부한 우수 한식 조리 교육기관을 2~3개 지정해 한식 조리 교육 프로그램을 개발·지원하고 해외 한식당 조리사, 외국인 등에 한식 조리

위탁교육을 실시하는 등 세계적 수준의 한식 조리 교육기관으로 육성할 계획이다.

한식당 국가인증제와 경영 컨설팅도 추진된다. 국가인증제는 설비와 식재료, 맛, 위생상태 등을 평가하여 일정 기준 이상의 업체에 한해 '우수 한식당'으로 인증하고 정부인증 마크를 부여하는 제도다. 이를 뒷받침하기 위해 올해부터 민간 전문가를 중심으로 인증기준과 인증마크 개발, 한식의 대표 이미지 제작 작업을 서두를 계획이다.

해외 한식당 인증은 자칫 현지인들에게 국수주의적 반감을 불러일으킬 수 있으므로 시범사업을

통해 문제점과 효과를 검증하면서 조심스럽게 추진하고자 한다. 영세 한식당에 대해서는 정부가 일 정부 지원하여 전문 경영컨설팅을 받을 수 있도록 할 것이다. 현지 여건상 대부분의 업소가 전문가의 도움을 받기 어려운 상황임을 감안한 대책이다. 앞으로 정부가 인테리어나 경영, 식재료 등 각 분야의 전문가들로 컨설팅팀을 구성하고 현지 방문상담이나 온라인 상담을 통해 필요한 맞춤형 자문을 제공할 계획이다.

또한 국내 '한식 브랜드 프랜차이즈' 업체의 해외 진출 지원을 통해 한식의 고급 이미지를 확산해 나갈 계획이다. 해외에 진출하는 한식 브랜드 프랜차이즈 업체에 해외 점포 설립에 필요한 인테리어 비용, 임차 비용, 식재료 기기 구입비용 등을 장기 저리융자금으로 지원하고 해외 외식시장 동향에 대한 정보도 제공한다.

한식 캐릭터 · 캐치 프레이즈 만든다

셋째, 한식의 우수성에 대한 해외 마케팅 강화이다. 정부는 우리 식문화와 전통식품을 해외에 알리는 노력을 꾸준히 펼쳐 왔다. 매년 세계 주요 도시에서 개최되는 식품 박람회에 참가해 수출상담과 홍보활동을 벌였다. 특히 외국인들이 많이 찾는 행사에는 한류 스타나 스포츠 스타를 동원했다. 또한 농수산물유통공사는 매년 세계 주요 도시를 돌며 한국음식 요리교실을 개설하고 각종 지구촌 지역 축제와 연계한 홍보활동도 전개했다. 뉴욕 메츠(Mets)구단과의 'Korea Night' 행사, 중국 상해 난징루세기 광장에서 개최한 한국음식 이벤트, 그리고 모스크바 대학축제에서의 한국식품 홍보관 운영은 대표적인 사례다. 그 밖에 '르 꼬르동 블루' 요리학원과 손잡고 우리 전통 김치를 이용한 퓨전요리를 개발해 두드러진 성과를 거뒀다. 당시 공동 제작한 퓨전요리 책자는 2006년 개최된 국제요리책 경연대회(Gourmand World Cookbook Award 2005)에서 심사위원 특별상을 수상하는 등 국제 요리전문가들로부터 찬사를 받기도 했다.

한식의 우수성과 정체성을 상징하는 이미지와 캐릭터, 캐치프레이즈를 정해 한식의 통일된 이미

지를 형상화하는 데도 애쓰고 있다. 해외 주요 도시별로 현지 정부 공관이나 한인단체, 한식당 등과 협력해 우리 식문화 홍보행사도 규모 있게 추진할 것이다. 지난해에 미국 워싱턴에서 오피니언 리더들을 초청하여 시작한 시식 · 체험행사가 현지 언론으로부터 뜨거운 호응을 받았다. 올해는 이러한 행사를 20개국으로 확대하고 연차적으로 세계 주요 도시로 확산시켜 나갈 계획이다.

대중매체를 이용한 홍보활동과 외국인 한식체험 기회도 더욱 확대할 것이다. 정부 지원으로 해외 음식 전문가와 언론인들을 초청하고 이들에게 우리 음식을 소개하고 체험할 수 있는 기회를 제공할 것이다. 국내에서 열리는 각종 국제행사에 참가하는 외국인이나 관광객에게도 꼭 한번씩은 한식을 체험하도록 할 필요가 있다. 국내 거주 외교관이나 상사 주재원 등에게는 보다 더 적극적으로 접근하여 이들이 장차 한식을 알리는 홍보대사가 되도록 관심을 기울여야 하겠다.

우리 음식의 세계화 사업이 일본이나 태국 등에 뒤쳐진 것은 사실이다. 그러나 긴 역사를 놓고 보면 다소간의 앞뒤는 중요치 않다. 정작 중요하고도 성패를 가르는 것은 우리 스스로가 정체성을 지켜나가면서 끊임없이 세계인들이 공감할 수 있는 음식과 문화를 만들어낼 수 있는 능력과 기반을 갖추는 일이다.

정부는 이제 세계화의 기본 틀을 마련하고 본격적인 추진 준비를 갖추었다. 이 사업이 좋은 결실을 거두기 위해서는 무엇보다도 현장에서 외국인을 상대로 음식을 조리하고 제공하는 경영인과 조리사들의 긍지와 자부심이 필요하다. 외국인에게 우리 음식을 서빙하는 것은 단순히 상품을 파는 것을 넘어 우리 문화와 국가 이미지를 파는 것이다. 우리의 한결같은 성원과 열망이 모아져 하루빨리 한식이 세계일류 음식으로 자리 잡는 날이 오기를 기대한다.



이경일 농림수산식품부 식품산업팀 사무관
leeki21st@hanmail.net

파스타·스시가 세계음식이 된 이유

식품산업시장의 산업적 비중은 각 국가 GDP의 10~12%선이다. 이 중 외식산업의 규모는 식품산업시장의 50% 정도이다. 이러한 식품산업시장의 규모와 비중은 세계가 소득수준의 향상, 건강식에 대한 선호도 증가, 여행 인구의 급속한 증가 등으로 세계 GDP의 15~20%선이 외식과 관광산업에서 나올 정도로 그 중요성이 커지고 있다(표 참조). 세계 각국이 자국음식 홍보에 열을 올리는 이유도 바로 여기 있다. 나라경제는 일본·태국·이탈리아의 자국음식 세계화 전략을 알아본다. (자료: 한국 식문화 세계화 어떻게 시작해야 하나, 광주요그림)

식산업과 타산업의 규모 비교(2006년 기준)

	규모	비중
철강	650조원	1.3%
자동차	1,320조원	2.64%
IT	2,750조원	5.5%
식산업	4,800조원	10%

자료) World Auto 2006 / International Iron Steel 2006 / Gartner Dataquest 2004 / 통계청

이탈리아

◆ 이탈리아 정부가 제정한 인증계획

- 이탈리아 밖에서 소비자들이 믿을 수 있는 이탈리아 식품을 찾게 하는 것이 목적
- 조리자격증을 한 개 혹은 두 개 이상 지녀야 하는 총주방장은 적어도 6개월 이상 인증을 받은 이탈리아 식당에서 훈련을 받아야 한다.
- 파스타·쌀·빵·올리브기름·와인·치즈와 같은 중요한 식재료는 세분화된 품질법을 따라야 한다.
- 잘 먹고, 더 잘 마시자'로 음식관광 정책의 테마를 잡고 고전세계 음식점 순회하며 요리 지도

◆ **ICIF 설립** 이탈리아 정부는 ICIF 같은 요리학교를 통해 해외에 이탈리아 식당 경영자들이 이탈리아 요리를 배우고 보존할 수 있도록 지원





일본

1964년 동경올림픽을 기점으로 일본 식문화의 세계화를 위해 정부·기업을 시작으로 학계·민간의 합동지원으로 해외진출 전략 수립

◆ 국가·기업의 지원

- 2006년 6억명의 일식 인구를 2010년까지 12억명으로 늘린다는 일식 인구 배증계획 추진
- 1960년대부터 정부 주도로 자국 음식 세계화 추진
- 1964년 동경올림픽부터 시작-서양인을 위한 철판 요리 창안
- 1981년 농림수산성 산하에 연구센터 설립으로 세계화 전략을 수립
- 2006년 1월 일본 식품 어페어에서 고이즈미 총리가 일본의 식문화를 세계에 확대할 것을 강조
- Try Japan's Good food(2006. 10 시작)

◆ 인증제도 일식 레스토랑 해외보급추진기구(JRO)

- 추천업소 인증기준 책정
- 인증마크 제작 관리
- 해외 현지조직 설립·지원
- 기관지 발행 및 조리기술 향상을 위한 교재 발간

◆ 교육기관 각국 요리단체와의 교류와 강습회를 통한 인재 육성

일본의 등급별 레스토랑

카이세키요리 등 고급 일식요리

1인당 150달러에서 500달러

웨이타리 레스토랑과 이자까야(주점) 등 일반적인 외식, 중식

1인당 50달러에서 100달러

일본식 가정요리

1인당 25달러에서 50달러

패스트푸드

1인당 5달러에서 15달러



태국

2001년부터 탁신 총리 주도로 태국음식 세계화 프로젝트 국가전략산업으로 집중 육성

◆ 국가·기업의 지원

- 전세계 태국식당의 설립 및 운영자금 지원
- 포지셔닝별 식당: 골든 리프 / 쿡바질 / 엘레펀트점프
- 'Kitchen to the World' 프로젝트: 2007년까지 해외 태국 음식점을 5,500개소에서 8,500개소로 증설한다는 계획
- 자국 음식점 대중화 전략 및 전문인력 관리를 정부 주도로 추진

- GTR(글로벌 타이 레스토랑)=정부+기업

● 태국문화, 전통, 건강음식 홍보

● 태국의 음식, 재료, 상품, 소품 등 수출 기회 마련

◆ 인증제도 'Thai Select'를 통한 대중화 및 세계화

- 태국 상무부 수출진흥국의 적극적인 주도
- 전세계 태국식당 인증서 제공
- 표준화 작업 수립·지원
- Q마크 인증제도(청결 위생)

◆ 교육기관

- 영어로 교육하는 인력개발 프로젝트
- 태국 요리사 양성과정 및 식당 전문관리자 과정으로 국제적 인력 양성

태국의 등급별 레스토랑

골든리프 최고급 식당-약 166평, 태국왕실 요리

요리당 25~30달러선, 초기 투자비 160만달러선

쿡바질 중산층 레스토랑-약 76평, 시장에 맞게 변형된 태국 요리

요리당 15~20달러선, 초기 투자비 56만달러선

엘레펀트점프 태국 패스트푸드 음식점-약 21평

요리당 5~10달러선, 초기 투자비 17만달러선



고일동 KDI 연구위원



생강나무도 있다?

꽃 의 계절이 다가왔다. 산수유, 진달래, 개나리, 그리고 목련까지 한꺼번에 꽃을 틔우고 있다. 추운 겨울을 보낸 후, 봄에 들어 갑자기 이상고온 현상을 보이니 나무들이 꽃피울 시기를 제대로 찾지 못하는 모양이다.

가장 먼저 봄 소식을 전하는 나무가 산수유라는 것은 누구나 아는 일이다. 그러나 이는 대저에서나 통하는 말이고, 산에 가면 사정은 약간 달라진다. 서울근교 아산에서 가장 먼저 꽃눈을 틔우는 것이 생강나무인데, 줄기를 꺾어보면 생강냄새가 난다고 하여 붙여진 이름이다. 개화시기는 물론이고 꽃모양이나 색깔, 그리고 나무의 키(樹高)가 산수유와 유사하여 양자를 혼동하기 딱 좋다. 그러나 산수유는 야생종이 별로 없으니 산에서 혹시 산수유 비슷한 꽃을 보면 일단 생강나무로 간주해도 별로 틀릴 일이 없을 것이다.

이들 나무는 잎을 틔우기 전에 꽃을 달기 때문에 줄기로 구분할 수밖에

없다. 산수유 줄기는 껍질이 거칠고 연갈색을 띠고 있으나 생강나무 줄기는 짙은 색을 띤다. 닳나무나 쯤나무처럼 짙은 색에 군데군데 두드러기가 있는 것이 특징이다. 그보다도 산수유와 확연히 다른 점은 짙은 향기를 지니고 있다는 점이다. 대체로 개화 초기에 맡을 수 있는 생강나무 꽃 향기는 라일락이나 오렌지 자스민과 흡사하나 가까이에 느끼는 냄새는 강하면서도 약간 비릿해서 오히려 라일락에 가깝다.

청계산이나 우면산 등 토양이 기름진 아산의 남쪽 사면에 군락을 이루고 있는 이들 나무는 주로 꿀밤나무나 참나무, 상수리나무, 오리나무, 물박달나무 밑에서 서식하고 있다. 초여름 이파리가 어느 정도 모양을 잡으면 흡사 톨립나무의 그것과 닮았다. 아직 벌·나비도 활동하기 전인데 굳이 이렇게 향내를 파워야 할 이유를 모르겠다. 나무들이 움도 트기 전에 이쪽저쪽 골짜에서 노란 꽃과 함께 진한 향기를 선사하니 그저 감사할 수밖에.

때 2008. 3. 19 오전 10시

곳 KDI 사회의실

참석자

차문중 KDI 선임연구위원

이주선 한국경제연구원 선임연구위원

김주찬 광운대 행정학과 교수

차문중 : 규제개혁이 지속적으로 추진되어 왔고 어느 정도 성과가 있음에도 불구하고 아직도 이슈가 되고 있다. 그 이유가 무엇인가?

이주선 : 가장 중요한 문제는 경제 주체들의 마음자세이다. 정부가 여러 가지 규제를 통해 규율을 하면 경제주체가 스스로 결정하지 않아도 시간이 지나면서 문제가 해결된다. 이렇게 타율에 의해 모든 것이 결정되는 게 문화로 정착돼 버렸다. 타율적인 문화? 사회 풍토에 익숙하다 보니 비용개념 없이 일을 진행해 문제가 발생하는 것이다. 입으로는 규제개혁 하자면서 한편으론 “저런 일에 왜 정부가 가만있어?” 한다. 심지어 차타이어가 펑크 나도 정부를 탓한다. 싼타이어를 구입한 것은 개인이 비용 등을 고려해서 선택한 문제다. 그런데도 정부에 책임을 돌린다. 이렇게 웬만한 일에도 다 정부가 해결해야 한다고 말한다.

두 번째로, 규제를 통해 이득을 보는 계층들의 저항이 만만치 않다는 점이다. 수도권 규제, 경제력 집중화 억제, 노동관련 규제는 예전엔 가능했으나 지금은 사회구조상 재고해 보아야 하는 규제다. 그 규제를 풀어야 하는데 이해관계자들 때문에 꼼짝을 할 수 없다. 이해관계자들과 합의할 수 있는 수단을 만들었어야 했는데 그러지도 못했다.

세 번째가 노블레스 오블리주 정신이 부족한 것이다. 우리나라의 상층부를 구성하는 기업가 · 전문경영인 · 권력가가 사회를 지탱시키기 위한 자율 규율에 합의하지 않았다. 어떤 방식으로든 권력을 가지면 승리했다고 여겼다. 규제개혁을 지속적으로 추진했어도 사소한 것들만 했지 정작 중요한 것은 건드리지 못했다. 이런 이유로 규제개혁은 계속 이슈가 되고 있다.

김주찬 : 큰 틀에서는 전적으로 동의한다. 늘 이슈가 되었음에도 지난 정부에서 성과가 충분히 나타나지 않았던 건 문제를 해결하려고 하는 의지가 없었던 게 아닌가. 나쁘게 말하면 오히려 다른 목적으로 이용하려고 하지 않았나 생각된다.

규제관리 시스템만 놓고 봐도 규제개혁위원회 · 규제개혁기획단을 운영하는 등 미시적 차원에서 여러 노력을 했음에도 국민이나 기업이 체감하는 규제개혁의 정도나 성과는 미미하다. 그건 결국 정부의 국정철학이나 기조가 규제개혁을 추진하는데 걸림돌이 된 게 아닌가. 정책의 목표는 있되 마땅한 달성 방법



이주선 한국경제연구원 선임연구위원
동국대 경제학과
오하이오 주립대 경제학 박사

은 찾지 못한 채 엉뚱하게도 정치쟁점화된 셈이다.

수도권 규제는 지역균형발전이나 지방발전과 맞물려 논리적 근거 없이 정치화가 됐다. 수도권 규제 풀면 지방 망하고 지역경제 파탄 나는 것으로 분위기를 만들어가니 수도권 규제 문제를 합리적으로 해결할 방법을 찾지 못했다.

교육규제도 마찬가지다. 기회의 균등을 강구해야 하는 대목에서 결과의 균등을 먼저 강구하다 보니 영터리 정책들이 양산되었고 이를 합리화하다 보니 저질 규제가 양산된 것이다. 모든 사람들이 똑같아져야 한다는 논리를 반복하고 정치적 위치에 매몰돼 합리적인 얘기를 하지 못했다.

차문중 : 규제개혁이 아직도 이슈가 되는 이유가 상당히 명쾌히

“규제에도 품격이 있다”



차문중 KDI 선임연구위원
서울대 경제학과
시카고대 경제학 박사

김주찬 광운대 행정학과 교수
연세대 정치외교학과
조지워싱턴대 정책학 박사

정리됐다.

새 정부 들어서면서 국가경쟁력강화위원회가 정식으로 출범해 규제개혁 추진을 주도하게 됐다. 이 대통령은 지난달 13일 첫 회의를 주재하면서 2년 걸리던 공장 인·허가 기간을 반년으로 단축하는 방안을 제안하는 등 ‘비즈니스 프렌들리’ 환경이 가속화될 조짐이다. 국가경쟁력강화위원회가 규제개혁을 어떻게 추진해야 할지 조언해 달라.

이주선: 규제개혁의 품질을 높이고 정부 기능의 품질을 높이는 방향으로 가려면 독자적·일원화된 조직이 있어야 한다. 지금 체계로는 기존 규제를 훑어내는 정도는 가능할지 몰라도 규제개혁의 품질을 높이는 것은 어렵다. 규제개혁 관련 조직을 공정

거래위원회처럼 독자적인 조직으로 구성할 필요가 있다. 독자적·전문적인 위원회 밑에 규제개혁을 해서 먹고사는 공무원이 있어야 한다. 지금의 순환보직으로는 전문성이 결여된다.

규제의 사전심사제도를 위한 영향분석을 해야 한다. 법에는 영향분석제도가 명시되어 있다. 그러나 예산·인력이 없으니 제대로 된 보고서는 기대하기 어렵다. 달랑 한 장짜리 페이지만 내고 마는 형편이다.

법에는 규제사항으로 되어 있으면서 미등록된 규제가 많다. 규제사항으로 등록한 건 5천개인데 미등록한 게 크게는 1만개다. 미등록한 게 그리 많으니 어떻게 해결이 되겠나. 우선 무엇이 규제인지 정확히 등록하는 것 그게 지금 가장 시급하다.



이주선 한국경제연구원 선임연구위원

치문중 : 그렇다면 그런 사실들을 고려해서 위원회에 충분히 힘이 주어져야 된다는 것인가.

이주선 : 대통령이 의지가 있어야 한다. 국가경쟁력 강화회의를 매월 개최하고 회의를 통해 점검한다고 했으니 그걸 잘 이행하고 방향을 잡아 계획을 짜면 상당한 부분까지 해결될 것이다. 예전 정부에서는 사회평등, 일자리 창출 등이 다 끝나고 나면 규제 개혁을 하겠다고 했다. 그건 잘못된 거다. 규제개혁을 해야 일자리도 창출된다.

김주찬 : 규제개혁이 필요하다는 데는 동의한다. 그러나 규제개혁의 목표가 경제성장이라는 데는 동의하기 어렵다. 규제를 없앤다고 해서 경제가 성장할 것이라고 주장하기에는 중간의 과정이 너무나 생략됐다. 규제개혁의 최종 목표는 양적인 경제성장 이 아니라 국가경쟁력을 높이는 것에 두어야 한다. 국가경쟁력은 시장과 정부의 균형과 견제 속에서 달성될 수 있다. 특히 민간의 자율성과 창의력을 믿고 이에 바탕을 둔 국제규범에 맞는 게임의 규칙을 만드는 게 필요하다. 시장 참여자들이 국내시장에서 투명한 경쟁을 하고 이를 바탕으로 세계시장 속에서도 경쟁력을 갖춘 참여자가 되는 것이 국가경쟁력을 높이는 길이 될 것이다.

대통령이 한 달에 한번 점검회의한다고 하는 것도 잘못하면 전봇대 뽑기 식밖에 안 된다. 건수 위주로 갈 수도 있다. 규제를 없애기보다 더 중요한 게 규제의 품질을 높이

는 것이다. 규제를 없애는 것도 나름대로 부작용이나 반작용이 생길 수 있다. 이제는 사후적 · 시장친화적인 고품질 규제가 필요한 때다.

치문중 : 국가경쟁력강화위원회가 어떤 식으로 규제개혁 관련 아젠다를 설정해야 하나

김주찬 : 국가경쟁력위원회가 규제개혁의 컨트롤 타워 역할을 해야 한다. 각 부처가 가진 규제들은 나름의 근거가 있다. 그러나 부처에 규제개혁하라고 하면 부처 입장에서 우선순위가 낮은 규제만 없애고 규제개혁을 끝낼 수도 있다. 이럴 경우 국민이나 기업이 체감을 못한다. 이런 이유로 국가경쟁력강화위원회가 종합적으로 조율할 수 있는 권한과 역량을 갖춰야 한다는 것이다. 규제에 대한 명확한 아이디어 · 실행계획을 가진 전문가들의 조정과 개혁작업이 필요하다.

규제개혁 평가 주체가 누구냐는 것도 문제가 된다. 개별 부처가 가지고 있는 규제들은 해당 부처의 관점에서 자유로울 수 없다. 따라서 국가경쟁력이란 관점에서 개별 부처들의 규제제도를 원점에서 재검토할 수 있는 권한과 이에 필요한 전문성에 바탕을 둔 규제의 평가가 필요하다. 이런 업무가 국가경쟁력강화위원회의 가장 중요한 정책 아젠다가 돼야 한다.

이주선 : 국가경쟁력강화위원회가 컨트롤 타워 역할을 해야 한다는 데 전적으로 동감한다. 지금까지는 전반적으로 조율해주는

컨트롤 타워가 없었다. 국가경쟁력강화위원회가 그런 역할을 수행해서 공공부문 전반에 대한 개혁조치들이 시너지효과를 거둘 수 있도록 해야 한다.

치문중 : 규제 철폐하자, 법질서 지키자, 부패 척결하자는데 반대할 사람이 있겠는가. 이런 것들은 이루는 것이 좋지만 그러면 무리가 생길 가능성도 있다. 그렇다고 지나치게 신중하게 추진하면 동력을 잃기 쉽다. 벌써부터 규제개혁 · 기업친화란 말에 물렸다는 소리도 나온다.

이주선 : 아주 사소한 규제임에도 기업에는 굉장한 영향을 미치게 되는 경우도 있다. 그러므로 신중하게 접근은 하되 지체해선 안 된다. 규제개혁을 빨리 진행시켜 구조의 틀을 바꿔야 한다. 규제개혁은 경제발전을



김주찬 광운대 행정학과 교수

뒷받침하기 때문에 가급적 빨리 추진할 방법을 택해야 한다. 그렇다고 아무런 합의 없이 속도를 내자는 것은 아니다. 규제개혁에 필요한 청문회, 컨설팅, 상호의견 청취 등은 꼭 거쳐야 한다. 규제 개혁을 공무원 손에만 맡겨선 안 된다. 관련 전문가들을 투입해 보안장치를 만들고 이해관계자들이 타협할 수 있는 가능성을 열어줘야 한다. 이렇게 민주적으로 해결할 수 있는 시스템을 만들어야 부작용이 최소화된다.

김주찬: 규제개혁의 속도도 중요하겠지만, 이해관계자들이 합의점을 찾을 수 있도록 하는 것도 중요하다. 규제개혁을 통해 기득권을 가진 계층이 편익을 못 누리게 되는 경우가 발생할 수 있다. 새롭게 비용을 부담하는 계층도 생기게 마련이다. 이들은 다른 측면의 편익이 생겨야 순응한다. 편익이 일부에 귀속되고 비용은 널리 퍼진 규제들은 쉽게 개혁할 수 있을지 몰라도 비용 부담 주체가 명백하고 편익이 특정집단에 귀속되는 규제를 개혁하는 작업은 매우 심한 저항이 따른다.

차문중: 미국에서는 영향력이 크다고 판단되는 규제들의 도입에 대해서는 독립기관의 영향평가를 받는다. 우리나라에도 이러한 전담부서 설치가 시급하다고 생각한다. 그리고 OECD 보고서는 “기업들이 규제와 같이 부담을 느끼는 것 중의 하나가 행정부담”이라고 한다. 이를 해결하기 위한 방법은?

김주찬: 현재로서는 부처 업무 방식을 바꾸기가 쉽지 않다. 디테일한 부분에 들어가면 부처 입장에서는 기업입장과 의견을 청취해야 하고 소비자단체 민간인 등의 의견도 들어야 한다. 그것 자체가 기업에 부담이 될 수 있다.

우리 사회에서는 경제규제는 풀고 사회규제는 강화하자는 주장이 있다. 그러나 사회적 규제 중에도 경제적으로 많은 비용을 유발하는 규제도 있다. 오히려 사회적 규제라는 이유로 보호되고 규제 범위에서 살짝 비껴가는 경우도 있다. 그렇기 때문에 사회적 규제도 규제개혁 차원에서 봐야 한다. 이러한 규제개혁을 통해 기업의 행정부담도 줄어든 것이다.

기업 입장과 정부 입장은 차이가 있기 마련이다. 대통령이 CEO 출신이라 해도 국정 전반을 관여하려면 아무래도 기업할 때 느꼈던 것과 다를 것이다. 오히려 기업이 자발적으로 사회적

규제를 없애기보다 더 중요한 게 규제의 품질을 높이는 것이다. 규제를 없애는 것도 나름대로 부작용이나 반작용이 생길 수 있다. 이제는 사후적·시장 친화적인 고품질 규제가 필요한 때다.



차문중 KDI 선임연구원

책임을 다한다면 굳이 정부가 나서서 기업에 부담지우지 않을 것이다.

이주선: 지난해 규제개혁 종합연구를 통해 5,025건의 규제 중 1,664건에 대한 규제개혁 의견을 냈다. 그런데 이 규제를 다 개혁해도 월드뱅크의 기업환경지수 조사에서 15등밖에 못 한다 (2007년에 30위). 그만큼 다른 해결해야 할 문제가 많다는 거다. 당장 하려고 하면 금방 할 수 있는 일, 이해관계자가 정상적으로 모이기만 하면 해결될 문제도 해결하지 못하고 있다. 전봇대 뽑는데 몇 년이 걸렸다는 언론 보도도 있었다. 사실 전봇대는 규제 사항도 아니다. 단지 기업이 불편한 사항일 뿐이다. 이런 건 하려고 들면 금방 해결할 수 있는 일이다.

공무원들이 ‘나리’ 가 아닌 ‘머슴’ 이 되겠다는 마인드를 지닌다면 행정부담으로부터 벗어날 가능성이 있다. 지식경제부가 치어리더 역할만 해선 안 된다. 일정규모 이상 투자하겠다는 기업이 나서면 국내외 기업을 막론하고 공무원이 딱 붙어서 책임지고 창업과정 전체를 돕는 역할을 해줘야 한다. 그러면 상당한 문제가 해결될 거다. 외국투자를 위한 옴부즈맨 제도가 있는데 제 역할을 했는지 의문이다. 옴부즈맨 하는 사람들이 ‘나리’ 처럼 행세하는 경우가 많다. 말 그대로 옴부즈맨 해야 하는데 도우미 노릇을 못한다. 공무원이 정부서비스 세일즈맨 노릇을 해야 한다. 그럼 행정부담도 상당히 해소될 거고 기업하기 좋은 환경도 조성할 수 있다.

자원무기화 vs 식량무기화

중동은 유가를 미국은 옥수수 가격을 낮춰야

신물자산 가격이 급등하고 있다. 달러화의 약세, 인플레이션 압력의 증가 등을 생각하면 당연한 일이다. 하지만 이번 실물자산 가격 상승은 경제적 요인 외에도 워낙 많은 변수들이 조합돼 있어 그 추세가 어디까지 갈 것인가 판단하기 어렵다.

이런 와중에 곡물가 급등이 새로운 이슈로 등장했다. 곡물가격의 상승은 한두 가지 요인으로 설명되지 않는다. 비용 측면부터 생각해 보면 곡물(특히 옥수수와 밀)의 생산단가가 상당히 높아졌다. 옥수수는 원래 아메리카 인디언들의 고유종이다. 남미 대륙을 정복한 유럽인들은 급격히 늘어가는 인구를 감당할 수 있는 식량을 확보하기 위해 유럽의 다양한 동·식물들을 남미 대륙으로 가지고 들어왔다.

그 과정에서 남미 대륙의 기존 동식물들은 모두 절멸하거나 소수종으로 전락했다. 그 대표적인 식물종이 바로 밀이고, 동물종은 소다. 밀은 적극적인 수요로 인해 인간과 공진화하면서 대표적인 식용식물이 되었다. 소는 키우기 어려운 버팔로와 아메리카 들소를 밀어내고 사육에 적합한 젖소와 비육우로 대체되었다. 이러한 종자전쟁에서 살아남은 유일한 종이 있었으니 그것이 바로 옥수수다. 옥수수는 세상의 어떤 식물보다도 단위생산량이 많은 식물이다.

옥수수 한 개에는 무려 400개의 낱알이 열려 벼나 기타 다른 식물들은 감히 명함도 내밀 수 없는 엄청난 소출을 자랑한다. 아메리카 대륙을 정복한 유럽의 이주자들이 충분히 먹고 살기 위해서는 옥수수를 밀어내기보다는 오히려 옥수수 재배를 장려하는 것이 최선의 선택이었다.

옥수수는 특이한 식물이다. 인간이 껍질을 벗겨주고 낱알을 따로 파종해 줌으로써만 생장이 가능하다. 옥수수는 인간에게 엄청난 양의 탄수화물을

공급해 줌으로써 인간 스스로 옥수수를 재배 번식하게 하고 식물로서 지배종의 지위를 지킨다. 그래서 인간은 옥수수의 번식을 돕는 꿀벌과 같은 존재라고 말하는 이도 있다.

인간은 옥수수 품종 중에서 비교적 소출이 나은 종자를 모종으로 삼아 재배하고 우성이라 여겨지는 종을 서로 교배하는 방식으로 종의 특성을 개량했다. 여기에는 심각한 문제점이 있었다. 옥수수 소출을 늘리면 늘릴수록 옥수수 재배의 밀도가 높아지면 높아질수록 토양이 피폐해진 것이다. 처음에는 옥수수와 밀을 교대로 파종하면서 이 문제를 해결했지만 옥수수의 용도가 늘어나면서 수요를 감당할 수가 없었다. 특히 옥수수와 밀을 교대로 재배할 경우 밀에 병충해가 심해지고 옥수수 역시 생장이 약해진다는 사실도 알게 되었다. 이때 놀라운 해결책이 등장했다. 그것은 바로 군사기술이었다. 질산암모늄으로 폭탄을 만드는 공정이 옥수수 재배에 큰 도움이 된다는 사실을 알게 된 것이다.

식물은 태양으로부터 광합성을 한다. 식물은 인간이 섭취할 수 없는 태양에너지를 공급한다. 이렇게 식물이 광합성을 하는 과정은 충분하지만, 식물의 주요 생장요소 중의 하나인 질소는 효율성이 낮았다. 식물의 뿌리에 기생하는 박테리아가 대기 중의 질소를 고정하는 기능을 가지고 있고 이용 가능한 질소는 제한적이다. 즉 토양 속에 이용 가능한 질소의 양이 제한적이기 때문에 많은 옥수수를 심을 경우 옥수수가 생장할 수 없었던 것이다.

질소는 대기중에 가장 많은 원소다. 하지만 동·식물이 이용할

수 있는 질소는 박테리아가 고정하거나, 대기중에 번개가 칠 때 고정된 질소가 비에 섞여 내리는 정도가 전부였다. 대량의 열을 가해서 대기중의 질소를



미국 네브래스카주 블레어에 있는 카길 공장 전경. 옥수수에서 플라스틱 원료와 에탄올 등 갖가지 자원들을 추출해내는 곳이다.

질산암모늄으로 바꾸는 공정의 발견은 전쟁이 끝나고 질소비료의 생산으로 연결되었다. 즉 인간은 질소를 식물의 섭취에 가능한 형태로 고정하는 데 성공한 것이다. 이로 인해 질소비료는 옥수수 생산량에 엄청난 혁명을 몰고 왔다. 그 결과 옥수수는 이제 우리가 섭취하는 모든 음식물의 1/4을 차지하는 절대식량원으로 자리 잡게 되었다. 옥수수는 그 자체뿐 아니라 모든 음식의 당분과 감미료로 사용되고 공업용 옥수수는 에탄올로, 또 동물의 사료로 이용되었다.

건 초를 이용해서 가축을 키우던 시스템은 지구상의 극소수의 인류에게만 고기를 공급할 수 있었지만 옥수수가 사료로 이용되면서 동물들을 농장에서 대량 사육하고, 대량의 고기를 인류에게 공급하는 것이 가능해진 것이다. 소·닭·돼지할 것 없이 이제 모든 고기는 옥수수를 통해 얻어지는 세상이 된 것이다.

역으로 보면 옥수수는 모든 식량자원의 근원이고, 그 옥수수 자원의 근원은 질소비료이며, 그것은 다시 질소를 고정하기 위해 대량의 화석연료를 사용하게 하는 것이다. 이런 과정을 잘 짚어 보면 옥수수는 유가 상승의 직접적인 영향권에 있다. 비용 측면에서 이미 옥수수 가격 상승은 예고된 것이다.

옥수수는 유가 상승에 대비할 수 있는 바이오에탄올의 원료다. 하지만 옥수수의 줄기와 뿌리까지 이용하지 못하는 한 경제성은 형편없는 수준이다. 자동차 한 대의 연료통을 가득 채울 에탄올을 만들기 위해서는 옥수수 150kg이 필요하다. 이는 성인 남자가 1년간 소비하는 식량의 규모와 같다. 경제적으로는 어리석기 짝이 없는 일이다.

옥수수 가격이 상승하면 가뜩이나 국내 물가상승에 예민한 미국 내의 곡물수출 중단 압력이 높아진다. 물가상승률이 이미 연방금리 수준을 웃돌고 에너지와 식량을 제외한 근원지수조차 상승하는 판에 옥수수 가격의 상승은 미국 내 여론을 악화시킬 수밖에 없다.

하지만 미국은 연료의 10%를 바이오에탄올로 채우도록 법제화하고 있다. 이유는 두 가지다. 하나는 미국이 옥수수 가격의 상승을 나쁘게 보지 않는다는 뜻이고, 다른 하나는 유전자 조작과 같은 바이오산업을 측면 지원하기 위해서다. 옥수수 가격이 오르면 GMO 식품을 거부할 명분이 사라진다. 우선 먹고 살아야 한다면 그것은 곧 대중화로 이어지고 이것은 미국이 기술적 우위에 있는 새로운 식량산업의 한 장을 여는 것이다.

옥수수 가격이 상승하면 가뜩이나 국내 물가상승에 예민한 미국 내의 곡물수출 중단 압력이 높아진다. 물가상승률이 이미 연방금리 수준을 웃돌고 에너지와 식량을 제외한 근원지수조차 상승하는 판에 옥수수 가격의 상승은 미국 내 여론을 악화시킬 수밖에 없다.

그럼에도 미국이 이런 정책을 시행하는 이유는 무엇일까? 그것은 바로 국내 압력을 빙자한 식량무기화의 명분이 되기 때문이다. 만약 미국이 옥수수와 밀의 수출을 제한하면 어떤 일이 벌어질지 상상하기란 그리 어렵지 않다.

다. 당장 식량자급률이 1~2% 수준인 중동에 치명적인 압력이 가해질 것이다. 석유자원을 무기로 삼는 중동의 경우 식량을 무기로 삼는 미국에 맞서기가 어려워진다. 이것이 미국의 노림수라면 지나치게 음모적일까?

그래서 곡물투자에 신중해야 한다. 미국과 중동이 유가와 식량가격으로 부닥치면 결국 해법은 양측이 수출량을 늘리는 쪽으로 가닥을 잡을 수밖에 없고 그것이 바로 현 국면을 타개하는 유일한 수단이다. 중동은 유가를 낮추고 옥수수 가격은 저절로 하락하며 세계적 실물자산의 랠리는 종언을 고하는 것이다.



박경철 dondonsu@naver.com

베스트셀러 작가이자 경제방송 진행자, 증권사에서 투자를 가리키는 애널리스트, 방문객 3백만을 넘어서 블로그 운영자, 안동 신세계연합병원의 외과과사이다. 최근 네 번째 에세이집 <착한 인생, 당신에게 배웁니다>를 출간했다.

날씨가 많이 푸근해졌다. 봄이 온 것은 옷깃으로 스며드는 따뜻한 바람으로 안다. 겨울바람은 살을 해집고 들어오지만 봄바람은 생명을 잉태하고 살리는 바람이다. 이런 따뜻한 바람 덕분에 새싹들이 심지어 콘크리트 같은 단단한 땅에서조차 고개를 내밀고 생명력을 이어가는 것이다.

우리 몸에서 이런 생명력이 있는 기운을 많이 간직한 대표적인 기관이 간(肝)이다. 간도 새싹처럼 부드러운데 말랑말랑하고 내부가 혈액으로 충만하게 채워져 밖으로 나타나는 색깔이 푸른색이다. 어떨게 어린 새싹이 그 딱딱한 아스팔트를 뚫은 것일까? 그것은 아지랑이 같이 승발(升發 : 목(木)기운이 위로로 발산하는)하는 기운 때문이다. 간도 승발하는 기운을 가지며, 이런 기운 때문에 전신의 기운이 원활하게 소통돼 건강하게 된다.

크게 화를 내면 승발하는 기운이 세져 화(火)의 기운이 상승해서 얼굴이 벌겋고 눈에 핏발이 서고 입이 마르며 어지럽고 불면증이 생긴다. 노상간(怒傷肝) 현상으로, 극심해지면 승발하는 기운을 따라 피가 위로 상승해서 핏대가 사면서 피를 반말 토하는 박갈(薄厥)이 된다. 너무 오랫동안 스트레스를 받거나 기죽어 살면 승발하는 기운이 약해져 주눅 든 모습을 하게 된다. 주눅 든 사람이 스트레스를 받으면, 술의 승발하는 힘을 빌려 기운을 살리려 하겠지만 너무 자주 이 방법을 사용하면 알콜중독이 되기 십상이다. 알콜중독자는 평소 순하고 유약하며 기운이 약하고 자기표현이 서툰 사람들이다.

스트레스는 기운의 소통에 영향을 줘 간이 스트레스를 담당하는 일차적인 기관이 된다. 스트레스를 많이 받으면 일시적 발기불능이 되는데, 이는 성기(性器)를 감싸고 도는 간경락의 기운이 소통되지 않기 때문이다. 또한 간은 병들면 딱딱하게 변해 심하면 간경화처럼 돌덩이가 되고 간의 색깔도 변한다.

간에 저장된 혈(血)은 주로 근육에서 사용되며, 근육은 부드러워야 힘을 줄 때 돌덩이처럼 딱딱하게 될 수 있다. 근육이 육포처럼 딱딱하게 굳으면 아파서 잘 움직일 수 없거나 손발이 떨기도 하고 손발이 뻣뻣하면서 쥐가 날 수 있다. 중풍이 올 때 손발이 늘어지거나 뒤틀리는 것도 간과 관련 있다. 간에 저장된 혈(血)이 부족해서 눈에 영양분을 보충하지 못하거나 간화(肝火)가 극도로 승발하면 눈이 뻑뻑하거나 어지럽고, 핏발이 선다. 간과 대장은 서로 통해서, 간이 스트레스를 감내할 수 없으면 대장쪽으로 넘겨 변비 혹은 설사가 된다. 어떤 변비약으로도 안 듣는 변비는 스트레스로 인한 간의 손상을 풀어주면 잘 풀린다. 이런 이유로 간은 목(木)에 배속된다. 춘(春) · 풍(風) · 노(怒) · 혈(血) · 근(筋) · 목(目) · 청(靑) · 동(東) 또한 목(木)에 배속된다.

스트레스가 많이 쌓였다면 이번 주말에 근육을 움직이고 눈을 시원하게 하고 마음을 가라앉히도록 봄바람을 쐬며 등산할 것을 권한다.



몸의 기운을 소통시켜주는 肝



김철규

하늘꽃한의원장
a7969129@hanmail.net
김철규 원장은 대학에서 금속공학을 전공하고 10여년간 정유회사를 다니다 30대 후반에 한의학 공부를 다시 시작했다. 한국일보에 건강칼럼을 연재했으며 가공 수련에도 관심이 크다.



보안 시장을 뚫어라

국경개방 확대로 늘어나는 각종 범죄예방 위해 보안 강화



오스트리아 제2의 도시 그라츠의 명물 쿤스트하우스

최근 증가하고 있는 범죄 및 테러 예방에 대한 관심을 감안하면 2년 후

2007년 12월 20일 자정, 오스트리아와 슬로바키아 국경지대의 한 검문소에서는 조출하지만 매우 의미 있는 행사가 개최됐다. 알프레드 구젠바우어 오스트리아 총리와 로베르트 피코 슬로바키아 총리가 만나 검문소의 목책을 톱으로 자르는 행사를 통해 양국간의 국경통제가 완전히 사라졌음을 만천하에 알렸다.

국경통제가 사라진 곳은 오스트리아와 슬로바키아 간의 검문소뿐만이 아니었다. '쎁겐조약'의 효력이 동유럽으로 확대되면서 체코·헝가리·슬로바키아·폴란드·슬로베니아·에스토니아·리투아니아·라트비아·몰타 등 지난 2004년 5월 유럽연합(EU)에 새로 가입한 동유럽 10개국 중 키프로스를 제외한 9개국의 국경이, 쎁겐조약에 먼저 가입했던 서유럽 15개국을 향해 상호 개방됐다.

이로써 총 24개국 360만km²에 달하는 광활한 유럽 영토 내에서 4억의 인구가 완전히 자유롭게 통행하게 됐다. '철의 장막(Iron Curtain)'이 진정으로 종말을 고한 것이다. 국경개방 행사는 오스트리아-슬로바키아 국경을 비롯해 폴란드-체코-독일이 국경을 접하고 있는 독일의 국경도시 지타우, 이탈리아-슬로베니아 국경 등에서도 유사하게 개최됐지만, 아마도 오스트리아인들의 국경개방 행사를 바라보는 시각이 가장 감동적이었을 것이다. 기존 서유럽 국가 중 이번에 국경이 개방된 동유럽 국가와 가장 많은 국경을 맞대고 있는 나라가 오스트리아이기 때

문이다(슬로베니아·헝가리·슬로바키아·체코 4개국).

EU의 동진(東進)과 국경개방 확대는 오스트리아에 정치·경제·사회적으로 많은 변화를 가져올 것으로 기대된다.

첫째, 오스트리아가 제2차 세계대전 이후 펼쳐진 동·서 냉전 시기에 서방진영의 최전방에서 항상 느껴왔던 안보위협으로부터 완전히 벗어나는 기회를 제공했다.

오스트리아는 1979년 약 10억 달러의 막대한 경비를 들여 조성한 비엔나 인터내셔널 센터(VIC, Vienna Int'l Center)를 매년 1실링(당시 화폐)의 임대료만 받고 국제연합(UN)에 영구 임대하는 결단을 내렸다. 당시 오스트리아 정부는 국제기구를 유지하는 경우 3개 사단의 병력을 유지하는 것과 동일한 안보효과가 있음을 내세워 국민의 동의를 얻어 냈다. 동유럽 이웃 나라들로부터의 안보위협 수준이 어느 정도였는지를 짐작케 하는 대목이다.

덕분에 오스트리아는 비엔나 인터내셔널 센터에 국제연합(UN) 산하의 국제원자력기구(IAEA), 유엔공업개발기구(UNIDO), 포괄적핵실험금지조약기구(CTBT), 유엔마약 및 범죄사무소(UNODC) 등을 유치함으로써 비엔나를 뉴욕·제네바에 이어 일약 세계 3대 유엔도시로 변모시켰다. 또한 비엔나는 세계 3대 유엔도시가 된 것을 기반으로 컨벤션 산업에 집중 투자함으로써 오늘날 세계 최고의 국제회의 개최 도시가 됐다. 냉전시대의 유산이 평화와 안정의 시대에는 커

다란 국가적 자산으로 변모할 수 있음을 보여준 좋은 사례이다.

둘째, 국경개방 확대는 검문에 따르는 지체 등 불편을 없애 무역과 관광을 진흥하고, 접경지대 경제에 새로운 활력을 가져다 줄 것으로 기대된다.

국경개방 확대 대상 9개국으로부터 오스트리아를 방문한 관광객은 2006년도에 117만명이었고 2007년도에는 134만명이었다. 2007년 말 국경개방 효과로 올해 이후에는 이들 9개국 관광객 수가 더욱 빠르게 증가할 것으로 기대된다.

무역 부문에서도 오스트리아와 이들 중동부유럽 국가간의 교역 확대 규모는 눈부시다. 오스트리아는 중동부유럽 국가들과 2005년도에 274억 유로의 교역량을 기록했으나 2006년도에는 304억 유로로 증가했다.

셋째, 오스트리아는 확대된 유럽연합(EU)의 중심지역에 자리하고 있어 동서유럽 간 교역활이 중요해지고 국경개방이 확대된 동유럽 지역에 대한 경제적 지배력이 더욱 확대될 전망이다.

오스트리아는 비행기로 세 시간 안에 유럽 모든 도시를 여행할 수 있는 위치에 있다. 비엔나 국제공항은 21개 중동부유럽 국가의 43개 도시에 항공 노선이 개설돼 동서유럽 하늘을 연결하는 허브 역할을 하고 있다. 육상으로는 2천km가 넘는 고속도로가 18곳의 국경을 통해 인근 8개국을 사통팔달로 연결하고 있고 철도 또한 총 연장 2만3천km의 길



지난 2007년 12월 21일 자정 직후 페렌츠 주르차니 헝가리 총리(오른쪽에서 두번째) 등 참가인사들이 제거된 통행차단용 설치물을 들고 있다.

이를 자랑한다.

산업입지 측면에서는 동유럽이 제조업의 새로운 메카로 부상하고 있다. 서유럽 기업들은 동유럽의 저렴한 인건비와 낮은 법인세율, 우수한 시장 접근성을 활용하기 위해 서유럽의 생산거점을 대거 동유럽으로 이전하는 방식으로 분업체제를 구축하고 있다.

동유럽을 자신들의 앞마당이라고 생각하는 오스트리아가 이런 기회를 놓칠 리 없다. 이미 1만6천개사 이상의 오스트리아기업이 동유럽에 진출해 있고 2006년도 오스트리아의 총 대외투자액 90억유로의 57%가 동유럽 투자일 만큼 이 지역에 대한 경제적 지배력을 확고히 해 나가고 있다. 실제로 동유럽 국가별 누적 외국인 직접투자 유치 부문에서 오스트리아는 슬로베니아·불가리아·크로아티아에서는 1위, 헝가리·루마니아에서는 2위, 체코·슬로바키아·우크라이나에서는 3위를 차지하고 있다.

하지만 국경개방 확대가 오스트리아에 밝은 면만 가져다주는 것은 아니다. 국경개방에 따른 범죄 확산과 동유럽 국가 노동자들의 대량 이동으로 인한 사회적 문제가 우려된다.

국경개방 확대가 오스트리아에 미치는 영

향과 관련해 우리 기업들은 오스트리아가 추진하고 있는 전략과 대책을 적극적으로 활용하는 방안을 강구할 필요가 있다.

우선 오스트리아는 EU의 동진(東進)으로 자연스럽게 유럽의 중심에 서게 된 지리적 이점을 활용해 글로벌 기업 유치 정책을 적극적으로 추진하고 있다. 오스트리아는 글로벌 기업 지역본부 유치를 위해 2005년도부터 중요한 조세 정책 두 가지를 시행하고 있는데, 하나는 법인세를 34%에서 25%로 대폭 낮춘 것이다. 법인세 34%는 당시 서유럽 국가 수준이었으나 이를 동유럽 국가 수준으로 낮췄다.

또 하나는 다국적 기업이 오스트리아에 지역본부를 두면 외국에 있는 자회사에서 발생한 손실을 지역본부 세금 정산시 100% 반영해주는 제도다. 이는 북유럽 일부 국가에서도 시행하고 있지만 업종을 불문하고 51% 이상의 지분만 소유하면 자회사로 인정하는 제도를 갖고 있는 나라는 EU 국가 중 오스트리아가 유일해 상당히 파격적인 제도라 할 수 있다.

또한 오스트리아는 국경개방 확대로 늘어난 각종 범죄를 예방하기 위해 보안 강화에 많은 노력을 기울이고 있다. 비엔나는 지

난 2005년 가을부터 신형 지하철 및 시내 전차에 감시용 카메라를 설치해 시범적으로 운영하고 있다. 현재 16개의 지하철과 2개의 시내 전차에 설치돼 운영되고 있는데, 2008년 8월까지 시범 운영을 마친 후 그 결과를 토대로 모든 지하철 및 시내 전차로 확대 설치할 예정이다.

오스트리아 국영 철도회사(OBB)도 2007년 7월부터 2년간의 시험 운영기간을 설정해 총 70개의 기차역과 171개의 철도차량에 감시 카메라를 설치했다. 최근 증가하고 있는 범죄 및 테러 예방에 대한 관심을 감안하면 2년 후 오스트리아 내 모든 기차역과 철도차량에 감시 카메라가 설치되는 것은 확실해 보인다.

최근에는 기존의 마그네틱 카드나 패스워드를 사용한 출입통제 시스템을 대신해 지문 인식 등 생체공학을 이용한 보안 및 출입통제 시스템에 대한 수요가 빠르게 증가하고 있다. 과거 국가기관·연구소 등 특수 영역에서만 주로 사용되던 생체공학을 이용한 출입통제 시스템이 이제는 가정 및 일반기업으로까지 사용 범위가 확대되고 있기 때문이다.

우리 기업들은 오스트리아의 지정학적 위치 및 글로벌 기업 유치 정책을 활용하기 위해 오스트리아에 중동부유럽 거점을 설치 운영하는 방안을 적극 고려해야 한다. 아울러 오스트리아 보안기기 시장을 주시할 필요가 있으며 시장 진출을 확대하기 위한 노력도 필요하다.



김병삼
KOTRA 빈 무역관장
samkim@kotra.or.kr

‘나’는 창의적이다!



제임스 발로그 작, '자신의 존재를 웅변하는 아시아 코끼리', 1988.

‘남자가 흘리지 말아야 할 것은 눈물만
이 아닙니다.’ 고속버스 휴게소 화장실의 남자 소변기 위에 붙어 있는 스티커 문구다. 청소의 번거로움을 줄이기 위해 위와 같은 스티커로 깔끔한 용변을 유도하는 것이다. 그런데 얼마나 효과가 있을지는 모르겠다. 우선 문장 자체가 문제다. 남자가 눈물을 흘리면 왜 안 되는가? 설령 그 말에 동의한다 해도 행동의 변화가 얼마나 일어날지는 의문이다. 사람들은 계몽적인 언설에 마음을 닫는 경향이 있다.

그런데 전혀 다른 방법으로 문제를 해결한 사례가 있다. 몇 해 전 네덜란드 스키폴 공항에 들렀을 때 화장실에서 본 것이다. 소변을 보는데 변기 속에 파리 한 마리가 앉아 있는 것을 얼핏 발견하였다. 조금 자세히 들여다보니 실물이 아니라 정밀하게 그려놓은 그림이었다. 이 상황에서 남자들은 어떻게 반응할까. 갑자기 장난기가 발동한다. 기나긴 원시시대를 지나오면서 체득한 사냥본능을 발휘해 파리 한 마리에 집중 포화를 퍼붓는다. 비슷한 예가 또 있다. 지난번 월드컵을 개최

한 독일의 어느 스타디움의 소변기에는 조그마한 축구 골대 모형을 설치해 놓았다. 축구에 폭 빠져 있는 남자들은 장난기를 발동해 골대 안으로 소변을 집중시키기 마련이다.

이러한 사례들에서 사람들의 심리를 잘 읽어냄으로써 자연스러운 행동을 유도하는 창의성을 만나게 된다. 혁신의 핵심 모티브는 놀이 감각이다. 인간은 동물과 달리 어른이 되어서도 유희 충동을 계속 보유하고 있다. 에너지를 잘 이끌어내면 사람들은 어떤 당위성이나 지시에 의해서가 아니라 자발적으

로 그리고 흥미를 느끼면서 움직인다. 바로 그 즐거움이 사회와 삶을 바꾸는 중요한 원동력이 될 때가 많은 것이다. 지금 디자인의 세계적인 흐름을 살펴보자도 일상품들에 소박한 판타지를 가미함으로써 사용의 재미를 느끼도록 하는 경향이 뚜렷하다.

인간은 매우 창조적인 동물이다. 누구나 새로운 발상을 할 수 있다. 중요한 것은 자신에게 그러한 잠재력이 있다는 믿음 그리고 타인과 더불어 삶의 즐거움을 나누겠다는 의지가 아닐까. 모든 삶의 혁신은 마음에서 출발한다. 우리가 미처 상상하지 못한 삶의 양식과 기능성들은 무궁무진하다. 그런데 우리는 왜 그 드넓은 세계로 나아가지 못할까?

2004년 12월 인도네시아와 태국 일대에 쓰나미의 대재앙이 엄습했다. 그때 많은 사람들이 순식간에 목숨을 잃어버린 사태 속에서 구사일생으로 생명을 지킨 에피소드들이 여러 가지로 전해졌다. 그 가운데는 코끼리 덕분에 죽음을 모면한 사람들도 있었다. 동물들은 지진 등의 자연재해에 매우 민감하게 반응한다. 쓰나미가 발생한 날 어느 지역에서는 코끼리들이 갑자기 산으로 뛰어올라갔다. 그 주변에 있었던 사람들은 명문도 모른 채 덩달아 쫓아 올라갔는데, 얼마 지나지 않아서 거대한 해일이 밀려들었다고 한다.

이 그 사건에서 주목할 점은 코끼리들이 자신의 발에 묶여 있던 쇠사슬을 끊고 뛰어갔다는 것이다. 워낙 답답한 상황에서 특별한 힘을 발휘한 것이라고 생각할 수 있지만, 사실은 그것이 아니었다. 평소에도 코끼리

들은 얼마든지 사슬을 끊을 수 있다고 한다. 다만 끊지 않는 것뿐이다. 왜? 바로 여기에 사육사들의 꾀가 숨어 있다. 코끼리들이 아주 어릴 때 사슬을 묶어놓기 시작하는 방법이 그것이다. 당연히 처음에는 빠져나가려고 발버둥치기 마련이다. 그러나 작은 몸집의 힘으로는 불가능하다. 여러 번 시도하다가 결국에는 포기하고 만다. 심리학에서 말하는 ‘학습된 무기력’에 져어드는 것이다. 결국 코끼리들은 나이가 들어 몸집이 커져도 그 ‘생각’은 바뀌지 않는다. 그래서 사슬만 묶으면 암전하게 자리를 지키고 있는 것이다. 쓰나미가 왔을 때 코끼리들은 순간적으로 그것을 잊어버리고 뛰쳐나간 것이다.

이 이야기를 통해 인간의 어떤 모습을 비춰볼 수 있다. 다름 아닌 ‘고정관념’이다. 누구나 저마다 생각의 집을 짓고 살아간다. 그렇기 때문에 이 엄청난 정보들을 처리할 수 있고, 자신만의 주체적인 관점으로 세상을 해석할 수 있다. 말하자면 그것은 인간으로서 삶을 가능하게 하는 토대다. 그러나 역설적이게도 생각은 인간을 일정한 틀 속에 가두어두는 굴레가 되기도 한다. 사물을 늘 같은 방식으로만 받아들이게 하면서 무수히 다양한 가능성과 대안들을 찾지 못하게 만드는 것이다. 타자에 대한 편견이나 선입견은 그로 인해 빚어지는 전형적인 결과물 가운데 하나다. 고정관념은 자신의 능력을 한정시킬 때가 많다. 성장과 교육의 과정에서 우리는 ‘나는 무엇 무엇을 할 수 없다’는 생각을 갖게 된다.

기업, 정부, 민간단체, 교육 기관 등 많은 영역에서 창조성이 절실히 요구되고 많은 사

람들이 창의적인 삶을 살아가고 싶어 한다. 그러나 창의성을 발휘하는 사람들은 많지 않다. 무엇이 부족한가? 여러 사람들을 관찰해 본 결과, 창의적이지 못한 사람들에게서 나는 한 가지 중요한 공통점을 발견하게 되었다. 그것은 다름 아니라 ‘나는 창의적이지 못하다’는 고정관념이다. 다른 사람들이 창의적으로 살아가는 것은 부러워하면서도, 자신은 결코 그렇게 될 수 없다는 ‘신념’이 매우 확고하다. 우선 그 생각부터 바꾸는 것이 창의적인 삶의 첫 단추다.

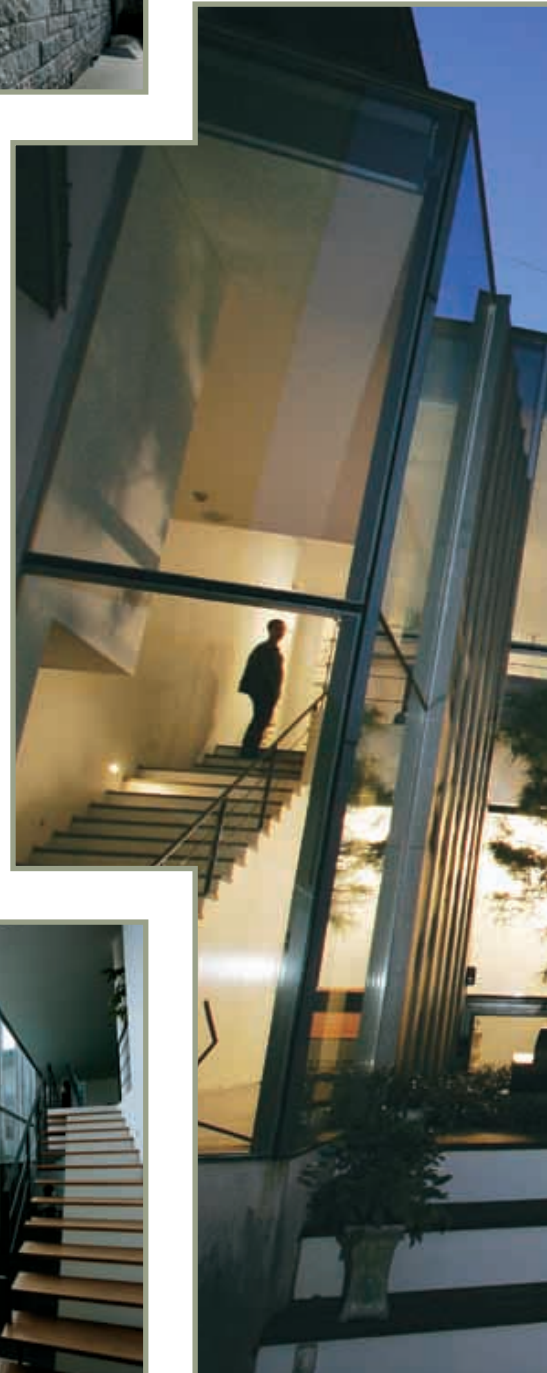
우리의 뇌는 엄청난 잠재력을 갖고 있다. 얼마 만큼을 발휘하는가는 자신의 뇌를 믿어주는 정도에 비례한다. 자신이 창의적이라고 스스로 선언할 때 숨어 있던 힘들이 발현되기 시작한다. 자기에 대한 신뢰는 인지의 폭을 넓히고 생각의 회로를 입체적으로 증폭시킨다. 나아가 그 신뢰가 타인을 향할 때 생산적인 피드백과 시너지가 일어날 수 있다. 물론 변화는 하루아침에 일어나는 것은 아니다. 꾸준한 연마와 차별한 기다림 속에 한 걸음씩 나아갈 수 있다. 작은 일과 일상의 관계들 속에서 그러한 변화의 씨앗들을 발굴해 가꿔나가자.



김찬호 성공회대 교양학부 교수
chan-ho7@hanmail.net
우리 주변의 일상적 소재들을 독특한 시선으로 포착해내는 장기가 있다. 삶 속에 자리잡은 문화의 의미를 정교하게 탐색하는 작업을 계속 중이다.

아름다운 그 곳 | 多·景·多·光 김중영 미술관

多·景·多·光 김중영 미술관





평창동은 산동네다. 나무 우거지고 물 많은 북한산 아래 김종영 미술관이 있다.

미술관은 전체적으로 변형된 디귤자 모양을 하고 있다. 사방이 모두 투명 유리라 어디서 봐도 마주한 건물의 내부가 속속들이 들여다보인다. 시야가 열려있어 공간이 확장되는 느낌이다.

김종영 미술관은 북한산 계곡을 끼고 기름하게 놓였다. 경사가 심한 땅은 건물의 입지로 좋은 조건일 리 없건만 그걸 되려 매력으로 바꿔놓은 건 건축가의 힘이다.

로비에서 시작한 미술관 순례는 2층 상설전시장과 3개의 전시공간이 계단식 논처럼 배치된 1층 전시실로 이어진다. 2층 전시장에서는 아래쪽으로 다른 전시장 세 개가 한눈에 내려다보인다. 입지의 단점을 새롭게 해석해 전시 공간을 리드미컬하게 만들었다.

아래층으로 내려가는 계단은 좁고 가파르다. 물론 괜히 좁게 만든 게 아니다. 관람객으로 하여금 시선의 단절과 확장을 번갈아 체험케 하려는 의도이다. 좁은 계단에서 어쩔 수 없이 내부로 향했던 시선은 아래층 전시장에 발을 들여놓는 순간 아연 넓게 트인다. 전시장 맨 끝 뜰로 향하는 창 너머는 조약돌을 깔아놓은 연못이다. 여름에는 이곳에 물을 받아 빛을 받은 물이 영롱히 흔들리게 만들어졌다.

이곳은 한국 근대 조각과 추상미술의 선구자였던 우성 김종영 선생을 기리기 위해 지난 2002년 12월에 개관됐다. 김종영 사후 20년을 기념하여 후학과 가족이 뜻모아 만든 조각 전문 미술관이다.

미술관의 핵심은 당연히 전시작품이겠지만 작품 외에 김종영 미술관을 값지게 하는 두 요소는 소나무와 계곡이다. 전시장 밖 마당에는 나지막한 소나무 두 그루가 꺾인듯 모양으로 뿌리내리고 있다. 이 마당에서는 가끔 작은 음악회가 열리기도 한다. 미술관을 둘러싼 여러 그루의 소나무들은 진한 솔향을 풍긴다. 북한산 자락을 타고 내려온 계곡 물소리는 솔향과 어우러져 환상의 콤비를 이룬다.

입구를 장식하는 스텐레스 조각과 유리공예는 상설 작품이다. 미술관 안에 들어가지 않고 그냥 지나치기만 해도 두 가지 작품은 본 셈이다. 스텐레스 조각은 볼록하여 눈을 아련하게 하고 유리의 홀로그램은 빛을 받아 갖가지 모양을 쏟아낸다.

작품을 다 봤으니 그만 발걸음을 옮겨버리는 것은 김종영 미술관에서는 바보스러운 짓이다. 보석 같은 공간인 커피라운지로 향해 보자. 통유리 밖으로 내다보이는 북한산 삼형제봉과 소나무, 계곡을 한껏 즐기며 책을 읽을 수도 차를 마실 수도 있다. 식물 속에 숨은 내재적 특성을 끄집어내는 일에 평생을 바친 김종영 선생, 그의 뜻이 서린 이곳에서 자기 안에 감춰진 특성을 어떻게 표출해 삶을 조각할지 궁리해보자.



이정미 나라경제 기자



유정호

KDI 국제정책대학원 교수
미 Wisconsin대 경제학 박사
국제무역 및 산업정책, 경제발전



경제 선진화의 ‘거의’ 충분조건

시 장경제란 사회구성원들의 일상생활에 다름 아니다. 사람들은 누구나 먹고, 자고, 입고, 즐기려 한다. 또 이를 위해 물건과 서비스를 생산하고 교환한다. 이런 일상 활동의 거의 모두가 생산·소비·투자라 불리는 경제활동들이다. 그래서 모든 사람들이 ‘안심하고 생업에 전념할 수 있느냐’ 여부가 매우 중요하다. 그럴 수 없다면 아무리 좋은 경제정책도 헛일이다.

여기서 ‘안심하고’란 말이 핵심인데, 이는 사기나 폭력의 위협을 걱정하지 않아도 되고 정부에게 잘못 보일까 걱정하지 않아도 된다는 뜻이다. 자연인이든 법인이든 사람들은 안심할 수 있을 때 가지고 있는 지식과 재능과 자산을 모두 활용하면서 자기 생업에 전념한다. 사회 전체의 눈으로 보면 그 사회가 가진 모든 자원과 지식이 생산에 동원된다는 것이다. 소비자는 각자 자신과 가족의 필요와 취향에 관한 지식과 정보를 가지고 있고 기업은 그 생산설비 하나하나, 근로자 한사람 한사람, 그리고 지금 사용하고 있거나 앞으로 사용 가능한 기술 등에 관한 지식과 정보를 가지고 있는데, 자원과 함께 그들의 이런 지식과 정보가 최대로 활용되는 것이다. 이보다 더 강력하고 효과적인 자원동원 방법은 없다. 따라서 이를 이용하지 않는 훌륭한 경제정책이란 있을 수 없다.

‘기업하기 좋은 나라’라는 것도 기업들이 정부 눈치를 볼 필요 없이 안심하고 생업에 전념할 수 있는 나라다. 세금감면이나 특혜용자가 기업하기 좋은 나라를 만들지 않는다. 그렇다면 안심하고 생업에 전념할 수 있는 나라, 기업하기 좋은 나라를 어떻게 만들 수 있는가? 답은 간단하다. 무엇보다 먼저 정부가 본래의 할 일, 즉 국민의 생명·자유·재산의 보호를 공정·투명하게 수행하는 것이다. 이것이 정부의 존재이유이기도 하다.

나의 자유와 재산을 침해하는 자는 옆 사람이나 정부이다. 옆 사람은 보통 사기 혹은 폭력으로 침해한다. 계약불이행도 사기이고, 기업 경영을 주도하는 일부 주주가 자기들만의 이익을 위해 주주 전체의 이익에 반하는 결정을 내리는 것도 일종의 사기이다. 우리나라의 경우 정부는 기업가가 기업을 운영하듯 경제를 경영하면서 개인의 권리를 침해해왔다. 특정인의 특정 산업 진입 억제, 비상시 이외의 가격 통제, 특정 산업이나 기업에 대한 낮은 금리의 은행 대출 중용 등등이 비근한 예다. 그러는 동안 우리 경제는 규제 천지가 됐다.

헌법이란 개인의 자유와 재산권을 보장하고 보호하기 위한 장치이다. 따라서 모든 법령에서 위험적 요소를 없애고, 어떤 개인이나 정부가 아니라 헌법이 우리 사회를 지배하도록 할 때 우리나라는 ‘안심하고 생업에 전념할 수 있는 나라’, ‘기업하기 좋은 나라’가 될 것이다. 정부가 경제의 주인인 양 경제를 경영하려 나서면 안 된다. 헌법에 의한 법치, 이것이 경제 선진화의 필요조건이고, 거의 충분한 조건이다.

모든 법령에서 위험적 요소를
없애고, 어떤 개인이나 정부가
아니라 헌법이 사회를
지배하도록 할 때 우리나라는
‘안심하고 생업에 전념할 수
있는 나라’, ‘기업하기 좋은
나라’가 될 것이다.