

경제 정책 하면

나라경제

2009 April
nara.kdi.re.kr

4

특집
고부가서비스 산업

정책 그 후
재래시장 활성화

인터뷰
윤증현 기획재정부 장관



문화 안에 정답 있다



9 771227 803509
ISSN 1227-8033

봄날은 흘러가게 마련이다

옷 고르기는 영 켜병이다. 가끔 옷이 잘 어울린다는 소리를 듣는 편인데도, 옷 고르기, 정확하게 말하자면 옷 사는 일은 유치원생 수준도 못 된다. 옷 사러 같이 가면 싸움 난다는 징크스까지 있다. 처음에는 형들이 언성을 높였고, 나중엔 아내가 두 손을 들었다. 지금까지 내가 직접 옷을 사본 것은 대여섯 번이 넘지 않는다.



31년 전 꼭 이맘 때였다. 두 형을 따라 동대문 시장에 간 적이 있다. 막내 동생이 대학에 합격했다고 옷을 한 벌 사주겠다는 것이었다. 두어 시간을 돌아다녔지만, 결국 옷을 사지 못했다. 두 형이 번갈아 옷을 골랐다. 하지만 나는 연신 고개를 저었다. 마음에 들지 않았다. 형들은 얼굴이 붉어졌고, 나는 미안하기보다는 화가 났다. 서울에서 가장 크다는 옷 시장에 내 눈에 들어오는 옷 한 벌이 없었던 것이다. 1978년 새봄, 나는 남색 교복을 입고 다녔다(그때는 대학생들도 교복이 있었다).

결혼하고 나서, 아내와 함께 옷을 사러 백화점에 몇 차례 갔다. 나는 백화점이란 공간 자체에 적응하지 못했다. 세상에 창문도 없고, 엘리베이터는 왜 그렇게 꼭꼭 숨겨놓았는지, 백화점 내부를 돌아다니는 것 자체가 견디기 힘들었다. 백화점 남성복 코너에도 마음에 드는 옷은 없었다. 결국 아내도 나와 함께 옷을 사러 다니지 않게 되었다. 나는 아내가 사온 옷을 그냥 입었다. 그렇다고 문제가 해결된 것은 아니다.

한 번 입기 시작하면 다른 옷으로 갈아입으려 하지 않는 것이다. 한 철을 한두 벌의 옷으로 난다. 지난 겨울에도 짙은 청색 외투에 회색 상의, 검정색 바지로 났다. 새 옷에 대한 거부감이 의외로 강하다. 그래서 가끔 “똑같은 옷이 한 벌 더 있느냐”라는 질문을 받은 한다. 그럴 때마다 나는 얼른 “그렇다”라고 답한다. 그래야

슬데없는 대화가 길어지지 않는다.

한 철을 한두 벌의 옷으로 나기 때문에 옷이 금세 해진다. 외투나 윗저고리는 2~3년 지나면 소매나 팔굽이 나탈 나탈해진다. 구두도 마찬가지다. 전문가들에 따르면 구두도 두어 걸레를 번갈아 신는 것이 경제적이고 건강에도 좋다는데, 나는 구두도 한 걸레만 신는

다. 구두 역시 빠른 속도로 낡은 구두로 변한다.

두꺼운 옷을 옷장에 집어넣고, 가벼운 옷차림으로 바뀔까하는 봄이다. 어떤 옷으로 봄 한 철을 건너가야 할지 벌써부터 고민이다. 1980년대 초반, 한 월간지 귀퉁이에 실리던 광고 카피가 지금도 생생하다. **‘일 년을 입어도 십 년 된 듯한 옷, 십 년을 입어도 일 년 된 듯한 옷’**.

새순, 새 잎, 다투어 피어나는 꽃들. 온통 새로움, 젊음, 미래와 연관된 이미지와 이야기가 범람한다. 혹독했던 지난 겨울은 야박하리만큼 빨리 잊혀진다. 다가올 여름의 이상 기온에 대한 ‘예보’도 없다. 봄, 오로지 봄이다. 새봄, 새 것의 과잉이 내게는 검증안된 신상품 광고처럼 보인다. 일 년을 입어도 십 년 된 듯한, 십 년을 입어도 일 년 된 듯한 옷. 그런 옷, 그런 구두는 없다. 그런 봄도 없다. 하지만 그런 사람은 있다. 낡은 구두를 신고 환한 봄날을 걸으며 새삼 깨닫는다. 처음 만나도 십 년을 만난 듯한, 십 년을 만나도 처음 만난 듯한 지기가 몇 있다는 것은 얼마나 큰 축복인가. 봄날은 간다. 괜찮다. 봄날은 언제나 가게 되어 있다. 



이문재 시인

1959년 경기 김포 출생. 경희대 국문과 졸업. 1982년 〈시문동〉 4집에 시를 발표하며 작품활동을 시작했다. 김달진 문학상, 시와 사회 젊은시인상, 소월시문학상, 지훈문학상을 수상했다. 〈시시시〉, 〈문학동네〉 편집위원과 경희사이버대 문예창작과 초빙교수로 재직 중이다. 시집으로 〈내 젖은 구두 벗어 해에게 보여줄 때〉, 〈산책시편〉, 〈마음의 오지〉, 〈제국호텔〉, 〈별빛 쏟아지는 공간〉 등이 있다.



Contents

봄날은 흘러가게 마련이다
이문재 시인

3
천천히
걸기
Reader's
Letter
6

p14 특집 신성장동력 II 고부가서비스 산업

연증 기획
[녹색성장 어떻게]

집중토론
인터뷰

p28 경제정책 해설



Vol.221 APRIL

표창희 | 시사평론가

- 16 '사전관광 + 의료 + 사후관광' 패키지 개발
백형기 보건복지가족부 보건산업정책과 사무관
- 18 교육은 최고의 전략 산업
이영 한양대 경제금융학부 교수
- 20 녹색금융시장, 뭘 사고 파나?
김필규 자본시장연구원 연구조장실장
- 22 콘텐츠 5대 강국 진입한다
김철민 문화체육관광부 전략콘텐츠산업과장
- 24 사람이 돈이 되는 산업, MICE
신옥자 한국관광공사 코리아컨벤션뷰로 MICE 진흥팀장
- 26 제조업 우대 사고들을 깨뜨려라
김주훈 KDI 선임연구위원

50

자본시장법 반대는 '구더기 무서워 장 못 담그는 격'

송만규 KDI 연구위원
신인석 중앙대 경영학과 교수
박종민 금융투자협회 조사법규 부장

- 28 국가 R&D현황 한눈에
최규현 교육과학기술부 과학기술정보과장
- 30 불법채권 추심, 신용불량자 구제는
'110번 콜센터'
김덕만 국민권익위원회 대변인
- [특별기고]
32 창립 20주년 맞은 APEC의 꿈
이수진 외교통상부 경제공동체과 2등서기/관
- [정책제언]
34 건설근로자 실업급여, 노동부가 맡아야
이영선 공인노무사

08

윤증현 기획재정부 장관 대담 김서령 나라경제 편집장



82

탄소, 뱀은자가 마시도록 윤경수 KDI 연구위원

84

태초에 지구는 CO₂덩어리였다 표초희 나라경제 기자

55 21세기엔 문화로 먹고 산다
남인용 부경대 신문방송학과 교수

56 무역적자 133억 달러 중 가방·화장품만 8억 달러
표초희 나라경제 기자, 김훈민 인턴기자

58 과거를 미래로(Future from the Past)
허권 유네스코한국위원회 정책사업본부장

59 한국인은 우리가 뭘 원하는지 모른다
Anne Ladouceur

60 한식 세계와 만날 준비됐다
강혜영 농림수산식품부 식품산업정책팀 사무관

61 아메리칸 스타일? 이제 한(韓)스타일/
서지영 나라경제 기자

62 한옥 건축기술 개발에 5백억 투입
남영우 국토해양부 건축문화팀장

63 전통을 수출한다
안선경 나라경제 기자

64 스시·와인도 처음부터 세계음식은 아니었다
김명진 EBS 다큐멘터리 작가

66 음식, 통역이 필요 없는 세계 공용어
조태권 광주요 회장

68 세계가 취한 우리의 '색놀이'
원혜은 元법한복 대표

70 "한옥은 21세기적 집이죠"
조전환 목수

72 전통, 산업으로 끌어내라
김희영 한국무역협회 연구원



36 [전통관의 온고지신] **참쌀떡 행상 → 미국공사 → 외부대신**
전봉관 KAIST 인문사회과학부 교수

45 [궁금하다 북한경제] **눈물겨운 외화벌이 사업**
교일동 KOI 선임연구위원

46 [일상에서 깨닫다] **건강법'은 건강한가?**
서정형 철학자

48 [김진호 교수의 금융갤러리] **피치(Fitch) 유감(遺憾)**
김진호 이화여대 경영대학장

73 [그 때 그 시절] **그들은 누구인가**
서지영 나라경제 기자

81 [나라 밖 경제] **Big 3, 현대 앞에 부끄러워하라!**
서지영 나라경제 기자

86 [해외시장 리포트] **21세기 서부엔 검은황금(Oilsands)이 있다**
고성민 KOTRA 맨주버 KBC센터 과장

90 [나는 한국에 산다] **"자녀들이 행복해야 투자자들이 움직이죠"**
서지영 나라경제 기자

93 ['it' Book] **블랙 스완**
김영일 KOI 연구위원

98 [경제뉴스 행간읽기] **외국 언론의 '한국 때리기'와 우리 정부의 대응**
이준 조선일보 논설위원

100 [이동진과 함께보는 영화] **'그랜 토리노', '슬럼독 밀리어네어'**
이동진 영화평론가

102 [사평] **우리가 잊고 있었던 것**
박기수 한국일보 경제부 차장대우



지방이 좋다
하동이 좋다
안선경 나라경제 기자

p54 이달의 이슈 문화 속에 정답 있다

인생 2막

칼럼

이문규
(주)눈빛이 회장, 전 재무부 주사
대담 공은주 나라경제 기자

78



p38 정책 그 후 재래시장 활성화 지원사업

94

그들은 바쁘다

74

교육과학기술부
학생건강안전과
하진혜 사무관

39 在來시장, 再來시장 되었다
표초희 나라경제 기자

40 재래시장 특별법, 가장 중요한 건 스피드
표초희 나라경제 기자

41 잘되는 시장엔 '상인대학'이 있다
표초희 나라경제 기자

42 재래시장의 기적, 망우동 우림시장
서지영 나라경제 기자

43 시대 바뀌면 상인도 변해야죠!
서지영 나라경제 기자

44 정부지원 후 매출 15%↑
정석연 중소기업청 시장경영지원센터 원장

Reader's Letter

취업희망자를 위한 적극적인 지원이 필요해요

졸업을 앞두고 있어서인지 이달의 이슈 '일자리 나누기, 어떻게?' 기사에 관심이 쏠렸습니다. 극심한 불경기로 취업이 더욱 어려워지고 있는 상황에서 걱정이 이만저만 아닙니다. 정부·기업에서도 다방면으로 해결책을 제시하고 있더니 마음이 조금 놓이는군요, 단기적 해결책이 아닌 지속적 지원 정책이 나왔으면 합니다.

문해숙 대전 대덕구 법동

우리나라 경제를 살릴 녹색 기술

60년대의 어려웠던 시절을 지나 70년대 기계·철강, 80년대 자동차·조선, 90년대 이후 반도체·통신기 기 산업으로 세계를 깜짝 놀라게 한 우리나라, 참으로 대단하다는 생각이 듭니다. 특집 '신성장동력, 미래의 황금 녹색기술' 편에서 알 수 있듯 앞으로는 녹색 기술이 우리나라의 새로운 성장 패러다임이 될 것 같습니다. 신성장동력으로 힘든 시절을 딛고 다시 한 번 도약할 수 있는 기회를 마련했으면 하는 바람입니다.

박경태 부산 동래구 안락동

어린 시절 아련한 추억이 새록새록

'그때 그 시절' 코너는 제 어린 시절을 떠올리게 했습니다. 학교 입학 전 부모님이 마련해준 새 학용품과 책가방을 들고 기뻐하던 그 때가 문득 그리워지네요. 커다란 눈갈사탕 한 개에도 하루 종일 기분이 좋았던 그 마음이 소중한 걸 새삼스레 다시 느낍니다. 코를 찔릴 흘러던 동창 녀석들도 무척 보고 싶네요.

정해원 서울 서대문구 신촌동

가법지도 무검지도 않은 통화



이 코너는 14개 경제부처와 KDI가 함께 만든 경제정책지 나라경제 지난호를 놓고, 애독자와 전화로 이런저런 뒷얘기를 나누는 난입니다.

4월이 왔다. 천지에 다투어 꽃들이 피어난다. 꽃핀 세상처럼 나라경제도 환하게 밝아질 수 있기를 소망하는 것이 4월호를 발간하는 마음이다.

이번 달 전화통화 대상은 미래화계법인 세무사인 문병무 선생이었다. 나라살림 전체를 개괄할 수 있고 정부가 주력하는 경제정책을 알 수 있어 나라경제를 10여년 간 정구독해왔다는 독자다. 10년 독자인 나 나라경제의 변화에 대해서도 예민하다. "최근 편집이 눈에 띄게 세련됐거든요, 현장 취재가 많아진 것도 좋습니다. 기사 수가 전부 몇 명이에요?"까지 물어주는 관심이 딱 고맙다.

가장 도움되었던 기사는 연말과 연초에 집중적으로 다루는 경제전망과 경제운용 방향같은 특집이었다. "새해 부처 예신을 실어주는 것이 우리 같은 업종에 종사하는 사람에게 아주 좋은 정보가 되죠. 그러나 가시경제쪽에만 치우치지 말고 미시경제적인 부분에도 초점을 맞춰줬으면 합니다. 바랄 게 있어요. 수출, 금융, 고용, 생활경제 지표를 포함하는 경제동향을 한 꼭지 정도 실어주시면 안됩니까?" 경제동향 분석은 매달 나오는 것도 아니고 월간지의 타이밍에도 적절치 않아논의만 무성하다 빼버렸던 기획이다. 그런데 이런 갈증을 가진 독자가 있다는 걸 알았으니 내년 개편에선 반드시 다시 고려해보겠다.

이달 특집은 신성장동력 중 고부가서비스 산업을 다뤘다. 의료, 교육, 금융, 콘텐츠, 관광 등을 통해 정부가 어떻게 미래를 대비하고 있는지 정책담당자의 입을 통해 직접 들어봤다.

이슈는 '문화 안에 정답 있다'고 이름지었다. 문화의 본질은 의식주와 2세기에겐 우리 정체성을 담은 문화를 수출하지 않고서는 일류국가가 될 수 없다는 문제의식에서 출발한 기획이었다. 한식, 한옥, 한복 전문가의 열띤 이야기를 주목해주셨으면 한다.

〈인터뷰〉에선 윤중현 기획재정부 장관을 만났다. 경제상황을 낙관적으로 호도할 게 아니라 정직하게 국민에게 전해 신뢰의 틀을 다지는 게 우선이라고 말한다. 윤 장관의 진정성과 역량을 기대한다. 정부지원으로 다시 살아난 재래시장을 취재했고 독자 여러분을 위해 하등으로 매화구경도 다녀왔다. 나라경제와 함께 더 일차고 난민한 새 봄을 누리시길 바란다.

김서령 나라경제 편집장

나라경제는 KDI와 14개 경제부처가 함께 만듭니다.

나라경제

2009. 4 [제20권 4호 통권 221호]

발행 | KDI 경제정보센터
편집 | 경제부처합동편집위원회

발행인 | 현오석 KDI 원장
편집인 | 김교식 기획재정부 기획조정실장
문형표 KDI 경제정보센터 소장

편집주간 | 김동률 KDI 경제정보센터 정책홍보실장

편집위원

기획재정부 이국형 정책관리담당관
교육과학기술부 조성찬 과학기술정책과장
외교통상부 윤상수 통상기획홍보관
행정안전부 박성환 재정정책과장
문화체육관광부 김동규 기획재정담당관
농림수산식품부 김정옥 홍보담당관
지식경제부 박동일 규제개혁법무담당관
보건복지가족부 노형욱 정책기획관
환경부 홍정기 정책총괄과장
노동부 권기섭 기획재정담당관
국토해양부 김경욱 기획담당관
방송통신위원회 정한근 기획재정담당관
공정거래위원회 김성하 경쟁정책총괄과장
금융위원회 김정각 정책홍보팀장

편집간사 | 김의택 기획재정부 정책관리담당관실

편집장 | 김서령 KDI 경제정보센터
취재·편집기자 | 공은주, 안선경, 서지영, 표초희

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 | 2009년 3월 31일(매월 말일 발행)
제20권 4호 (통권 221호)
등록일 | 1990년 11월 14일 (문화 라 04859호)

기사 문의 | 02-958-4664
광고 문의 | 02-958-4667
구독신청 및 배달사고 | 02-958-4312
구독료 | 권당 3,000원 연간 30,000원

제작지원 | 중앙일보 시사미디어(주)
인쇄 | (주)삼화인쇄

나라경제는 한국 간행물 윤리위원회의 도서잡지 윤리강령 및
집지윤리 실천요강을 준수합니다.

나라경제에 실린 기사의 내용은 필자 개인의 의견으로 필자의 소속기관이나
본지의 공식견해를 대변하는 것은 아닙니다.

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

윤증현 기획재정부 장관

대담: 김서령 나라경제 편집장
때: 2009년 3월 10일 오후 4시
곳: 장관 집무실

경제 살리기, 시작은 '신뢰 회복' 에서

김서령: 늦었지만 취임을 축하한다. 취임 후 첫 인터뷰를 『나라경제』와 해 주신 것도 감사하다. 가장 어려운 때에 기획재정부 장관이 되었다. 도처에 어렵다는 소리뿐이다. 난세에 영웅이 난다는데 장관께 이 모든 문제를 풀어낼 영웅을 기대해도 되겠나?

윤증현: 무슨 소리, 그런 부담스런 말은 하지도 마라. 지금은 전 세계가 어려움을 겪고 있다. 대외의존도가 높은 우리에게겐 분명히 힘겨운 상황인 게 맞다. 이럴 때일수록 국민통합이 필요하지 장관 한 사람의 힘으로 될 일이 아니다. 겸허한 마음으로 이 난국을 어떻게 극복할지 의견을 모으고 힘을 합쳐야 한다. 모든 국민이 자기가 선 위치에서 무엇을 할 것인가, 어떻게 해야 난국을 헤치는 데 도움이 될 것인가를 함께 고민하는 게 필요하다.

김서령: 올해 경제전망을 마이너스 성장으로 발표했다. 2기 경제 수장으로 앞으로 나라경제를 어떻게 끌고 나갈 생각인가?

윤증현: 정부는 상황이 나쁠 때 그것을 사실대로 말하기 어렵다. 국민들에게 희망을 줘야 한다는 강박관념이 있기 때문이다. 나는 무엇보다도 정부정책에 대한 시장의 '신뢰'를 회복하는데 우선순위를 두고 싶다. 그래서 취임 후 제일 먼저 마이너스 성장 예상치를 밝혀 국민들이 허리띠를 졸라매도록 요청했다. 일자리도 늘어나는 게 아니라 20만개가 줄어들 것이라고 말했다. 거기서부터 시작해야 한다. 앞으로 우리 가 처한 상황을 진솔하게 알릴 거다. 솔직함이야말로 정부가 국민 신뢰를 회복하는 키포인트다. 솔직하고 성실하게 다가서는 모습이 국민들에게 긍정적인 평가를 받고 있는 것 같다.

정책 추진은 '선택과 집중'의 원리에 입각해 우선순위를 명확히 하겠다. 일단 결정된 정책은 일관성 있게 추진할 거다. 나는 정책을 책상앞에 앉아서만 수립하지 않는다. 실제 이뤄지는 현장의 효과를 우선하고, 수요자 입장에서 정책의 집행과정을 따져보고 보완하면서 국민과의 소통을 강화하려 한다.

김서령: 솔직하겠다는 선언과 현장감을 잃지 않겠다는 다짐에 호감이 간다. 2009년 경제운용의 주안점은 뭔가?

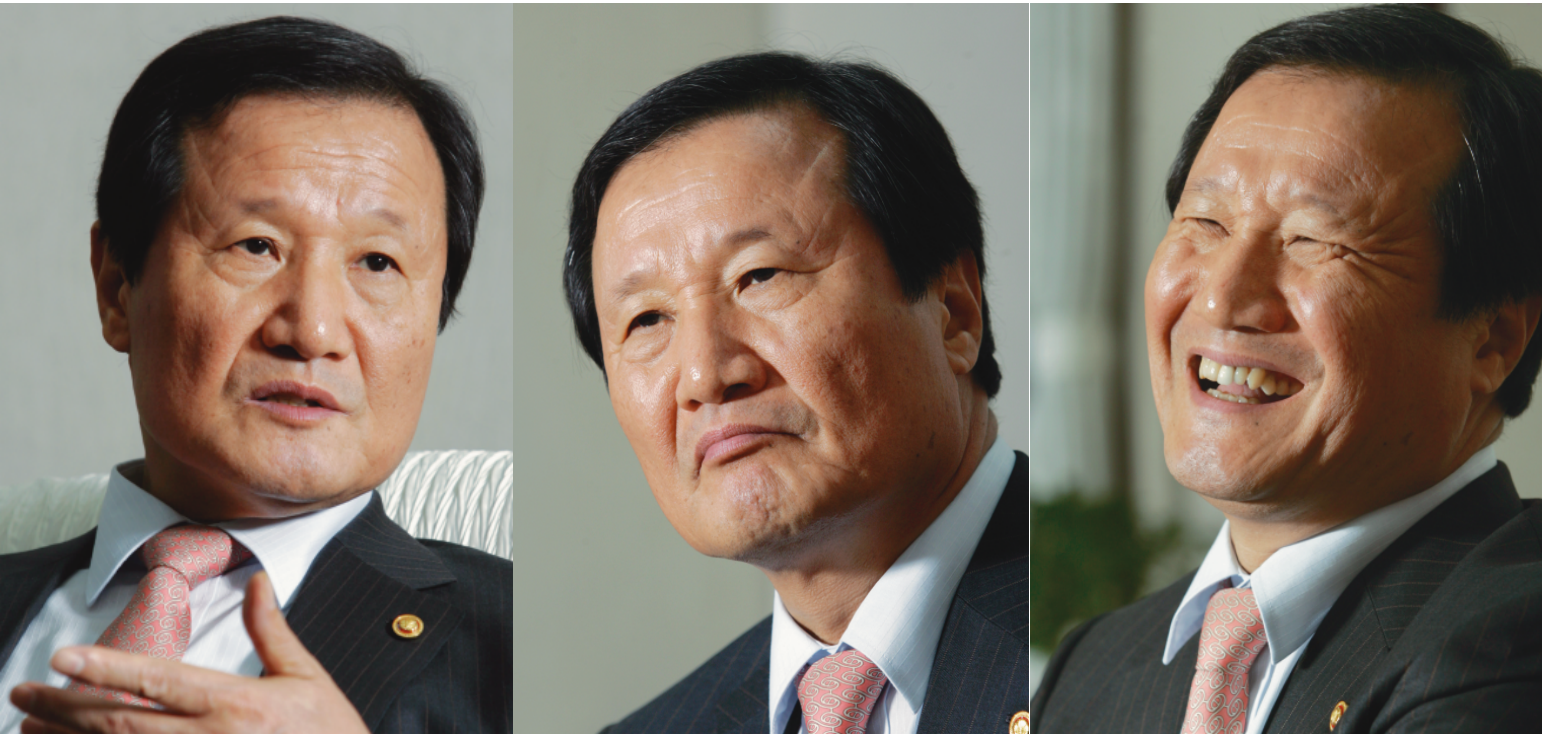
윤증현: 올해는 경제위기 극복에 최우선목표를 두겠다. 우선 내수 회복과 일자리 창출을 위해 지난 3월 말 국회에 추경 예산안을 제출했다. 이 추경이 위기를 돌파하는 시금석이 될 것이다. 우선적으로 일자리 창출을 통한 사회안전망 확충에 힘쓰겠다. 경제위기로 어려움을 겪는 계층의 생계·주거·교육비 등 최소한의 문제는 국가가 해결해 주어야 하지 않나. 거기 주력할 예정이다. 민생안정을 먼저 추구하고 위기 이후의 미래를 준비하려 한다. 지금 기업의 신용경색 문제도 큰 이슈가 되고 있다. 기업의 일시적인 자금부족을 풀기 위해 신용보증 공급을 대폭 늘리는 등 다양한 방안을 고민하고 있다.

김서령: 국민들은 지금 환율과 주가가 요동쳐서 불안하다. 정부는 외환보유고가 충분하다고 밝혔지만 일각에서는 방어할 만큼 많지 않다고 믿지 못하는 시각도 있다.

윤증현: 얼마 전 영국의 경제지 이코노미스트가 HSBC의 잘못된 추정치를 근거로 한국의 외환보유액 대비 단기외채 비율이 102%에 이를 거라고 보도했다. 유동외채가 외환보유액에 거의



1946년 마산生
서울고, 서울대 법학과
미 위스콘신대 공공정책학 석사
1971년 행시 10회
1990년~1994년 재무부 세제실 심의관, 증권국장, 금융국장
1996년~1997년 재정경제원 세제실장, 금융정책실장
1998년 세무대학장
1999년~2004년 아시아개발은행(ADB) 이사
2004년~2007년 금융감독위원회 위원장 겸 금융감독원장
2008년 국민경제자문회의 위원
2009년 2월~ 기획재정부 장관



육박한다는 파이낸셜타임즈의 기사도 단순계산에서 나온 거다. 외신에 이런 기사가 나오면 국내 언론은 이를 그대로 받아쓴다. 우리나라를 공격하는 목적도 모르고 그대로 쓰면 어떡하나. 우리 외환보유고는 현재 약 2천억 달러다. 세계 6위의 외환 보유국이다. 스트레스 테스트를 해보니 최악의 시나리오에도 2천억 달러면 안전하다는 결론이 나왔다. 배가 항해하다 폭풍우를 만났을 때 배 안의 사람들이 당황해서 한쪽으로 몰린다면 그 배가 어떻게 되겠나? 선장 지시에 잘 따라야 폭풍우를 헤쳐 나올 수 있다. 여기서 필요한 게 정부와 국민간의 상호 신뢰다. 정부도 국민의 신뢰를 얻도록 더 노력하겠다. 정부를 믿어 달라. 우리 외환보유고는 충분하다.

김서령: 정부가 나서서 환율을 방어해야 하는 것 아니냐는 소리도 있다.

윤증현: 환율은 당국자가 함부로 말할 수 없는 거다. 환율은 그 나라의 기본적 경제 성적표다. 일본이 엔고로 어렵다고 하지만 지금 일본 국민들은 한국에 와서 좋은 물건을 얼마나 싸게 사거나, 몇 년 전 원화가 높을 땐 우리가 일본에 많이 갔었다. 반대로

환율이 높아지면 수출하는 사람에겐 불리하다. 이렇게 뭐든 양면성이 있다. 그런데 사람들은 막연하게 '환율이 높아져서 큰일났다'고 한다. '환율이 높으면 왜 걱정인가'고 물으면 명확히 대답하는 사람은 드물다. 환율은 경제의 펀더멘탈이고 아주 복합적으로 결정된다. 나라마다 외환관리 시스템이 다른데 우리는 고정환율제 단계를 지나 지금은 완전히 시장에 맡기고 있다. 정부에서 억지로 조정할 수 있는 게 아니다. 지금은 미국이 자국내 상황이 어려워 전 세계에 뿌렸던 투자액을 회수하기 때문에 우리나라에 들어온 외국 자본이 빠져나가 환율이 오를 수밖에 없다. 이건 당연한 현상이다. 우리나라는 완전히 개방돼 있는 시장이냐. 대한민국만큼 들어와서 장사하기 좋은 나라도 드물다. 상황이 조금 나아지면 반드시 다시 투자하러 돌아올 거다. 자본시장이나 외환시장 모두 걱정하지 말라고 자신 있게 말할 수 있다.

김서령: 말씀이 참 시원시원해서 좋다.

윤증현: 정부의 역할 중 하나가 국민을 안심시키고 사실을 제대로 전달하는 것 아닌가. 말을 아낀 이유가 뭐가 있겠나.

김서령: 진동수 금융위원장, 윤진식 경제수석과는 말이 필요 없을 정도로 손발이 잘 맞는 사이로 알고 있다. 정책 조율에 효율적이겠지만 너무 한 방향으로 치닫게 되는 거 아닐까.

윤증현: 경제는 팀플레이를 잘 해야 한다. 갈등상황을 예방하고 잃어버린 국민신뢰를 다시 되찾으려면 활발한 정책조율과 조정기능이 중요하다. 지금과 같은 미증유의 경제위기 속에서 정부가 속도감 있게 정책을 추진하고 국민의 신뢰와 협조를 이끌어 내려면 부처 간 팀워크 형성이 아주 중요한 요소다. 우리는 오랜 세월 같이 일해 온 사람들이다. 경제에 대해 저마다 보는 시각이 다른데 그럴 때마다 서로 대립하면 시장에 주는 메시지가 혼선을 빚을 수도 있다. 그러면 국민들은 얼마나 혼란스럽겠나. 우리 셋은 서로 간 생각을 잘 알고 있고 의기투합한다. 시장에 한 목소리로 메시지를 전달해 난국을 효율적으로 헤쳐 나가는 게 중요하다고 본다.

김서령: 별명이 '윤 따거'라고 들었다. 보스형 카리스마를 가진 분이 라 조직 운영이 경직되는 건 아닌가 하는 우려도 있다.

윤증현: 그건 나한테 묻지 말고 나와 함께 일한 사람들에게 물어 봐야지. 나도 알고 보면 부드러운 남자다. 독주하는 스타일이 아니라 가능하면 주변 사람을 믿고 맡기는 스타일이다. 책임을 분담하고 가능하면 권한을 많이 줘서 같이 일하는 사람들이 최선을 다하게 만든다. 일하는 사람이 보람을 느끼고 그 보람을 같이 나누면 몇 배의 효과가 난다. 아마 그래서 '따거'라는 별명이 붙었을 거다. 나와 함께 일하고 싶어 하는 사람이 꽤 많다. 한번 물어 보라.

김서령: '비즈니스 프렌들리'의 대표주자로 알고 있다. 대기업에게만 우호적인 정책을 펴까 염려하는 시각도 있는데?

윤증현: 정부의 역할 중 제일 중요한 게 국민들이 등 따습고 배 부르게 살게 해주는 거다. 누가 국민을 먹여 살리고, 일자리를 제공하나? 부가가치를 창출하는 것은 결국 기업이다. 제발 비즈니스에 대한 생각을 바꿔라. 일본 수상을 유럽에서는 기업의 사장 같다고 평가하더라. 한국에 와 있는 외국 대사들 주 업무도 자국 기업의 애로사항을 해소해주는 거다.

지금은 모든 나라가 경제전쟁 중이다. 좋은 상품, 좋은 용역을 만들어 세계시장에 팔아야 국민들이 나눠 쓸게 생긴다. 기업이 돈을 벌어야 종업원에게 임금도 주고, 주주에겐 배당으로 나눠 주고, 또 세금을 내서 국민들에게도 돌아간다. 어떻게 '비즈니스

프렌들리'를 하지 않을 수 있나. 그렇다고 기업이 투명경영을 하지 않고 경영주가 자금 횡령하는 것을 놔두겠다는 건 아니다. 정부가 할 일은 기업의 자율과 창의가 꽃피게 도와주는 거다. 대신 정부는 일정한 물을 정해서 감시감독하고 지원해야 한다. 그게 '비즈니스 프렌들리'다. 기업이 있어야 근로자도 있지 않다. 국민들이 우리 경제를 이만큼 이끌어온 기업에 좀 더 애정을 가져주길 바란다.

김서령: 일자리 지키기와 나누기도 해야 하고 또 한편에선 공기업 선진화, 경영효율화를 모토로 인력감축도 하고 있다. 서로 모순되는 것처럼 보이는데.

윤증현: 우선 일자리를 만들고 지키는 데에 최선을 다하고 있다. '잡세어랑'은 임금을 줄여 실업을 막자는 거다. 상황이 어려워져 인원을 줄이거나 원가를 10% 절감해야 할 때 임금을 10% 줄이면 직원을 내보내지 않고 같이 일할 수 있다. 택시 타던 거 버스타고, 버스 타던 거 걷고 해서 모두가 허리띠를 졸라매면 이 어려운 시기를 넘길 수 있을 것 아니냐. 상황이 좋아지면 다시 임금을 올려 받으면 된다. '잡세어랑'을 장려하기 위해 정부는 임금을 줄인 기업에게 깎인 임금의 절반을 법인세에서 보전해주고, 근로자에게는 줄어든 임금의 반을 소득공제 해준다.

지금 전 세계가 '한국이란 나라 참 신기하다, 외환위기 때에는 금 모으기를 하더니 지금은 일자리를 나누고 있다'고 주시하고 있다. 월스트리트 저널(2월12일자)도 '갑원폭풍이 불고 있는 서구와는 달리 한국에서는 CEO로부터 비정규직까지 일자리를 나누는 것이 이례적'이라고 비중 있게 보도했다. 다른 나라에선 볼 수 없는 일이다.

한편 공기업 경영효율화도 추진해야 한다. 공기업은 경영이 방만한 경우가 많다. 이걸 방지해 나중에 적자가 나면 결국 국민 세금으로 막아야 하지 않나. 경영을 효율화해 부가가치를 올려야 국민에게 이익이 돌아온다. 단편적으로 보면 일자리 지키기와 공기업 구조조정이 배치되는 것 같지만 제각기 합리성을 가지고 있다. 경영효율화 과정에서 구조조정이 필요한 곳도 있지만 지금은 상황이 어려우니 한꺼번에 하지 않고 순차적으로 하겠다. 가능하면 자연감소를 통해 조정하려 한다.

김서령: 최근 『나라경제』는 신성장동력 산업을 3회 연속 특집으로 다루고 있고 그 중 아주 큰 부분이 '서비스산업'이다. 앞으로 우리가 해외에 팔아먹을 수 있는 분야가 문화와 서비스산업인 듯한데 장관께서



는 우리의 미래산업이 뭐라고 생각하나?

윤증현: 우리는 세계사에서 보기 드물게 민주화와 산업화를 동시에 이뤘다. 성공은 했지만 대외 의존도가 높아 외부 요인에 쉽게 흔들린다. 독자성을 유지하려면 이제 경제구조를 바꿔야 한다. 그러려면 부가가치가 큰 서비스산업을 키워야 하고 이를 제한하고 있는 규제를 서둘러 없애야 한다.

의료분야만 해도 성형, 임플란트, 외과수술은 우리 기술이 세계 최고다. 이런 걸 왜 산업화 못하나. 사람들은 ‘병원엔 아플 때 치료하는 곳인데 왜 그걸로 장사를 하려 하나’고 반감을 갖는다. 그런 생각을 바꿔야 한다. 의료산업을 발전시키면 부수적으로

의료기기, 숙박, 관광 등 전후방으로 따라오는 효과가 어마어마하다.

교육문제도 그렇다. ‘기러기 아빠’는 대한민국에만 있다. 서울에 국제학교를 세운다면 미국 가서 공부하는 비용의 1/10도 안 든다. 경제문제만 해결되는 게 아니다. 아이들이 가장 중요한 시기에 아빠랑 떨어져 있으니 이 문제도 보통 아니다. 각종 이해관계가 상충돼 쉽게 해결되지 않으니 안타깝다.

규제완화가 시급한 분야 중 하나가 OTC(처방이 필요 없는 일반 의약품 중에서도 특히 안전성과 유효성이 인정된 항목) 판매 규정이다. 의사의 처방전이 필요 없는 약을 일반 소매점에서도 살 수 있게 한다면 얼마나 편하겠나.

김서령: 그렇게 이해가 상충할 땐 어떻게 해결할 생각인가? 독단적으로 반대를 무릅쓰고 추진해야 하나, 시간을 갖고 설득해야 하나?

윤증현: 어려운 얘기다. 민주주의와 경제적 이해득실과 의사결정과정의 민감한 문제가 다 걸려있다. 민주주의 사회에서는 아무리 목적이 정당해도 합법적이고 정당하지 않으면 용납되지 않는다. 그런데 절차를 밟다 보면 기도기도 끝이 없다. 민주주의는 결코 자유방임이 아니다. 자기가 한 말과 행동을 책임질 줄 아는 성숙된 시민의식이 필요하다. 그런 시민정신이 바탕이 되어 선진국이 된다. 돈만 있다고, 경제력이 있다고 되는 게 아니다.

김서령: 그래서 독단적인 리더십을 옹호한다는 건가?

윤증현: 아니다. 민주적 절차를 더 중시하기 위해 시민의식을 강조한 거다. 거 참 까다롭네(웃음).

김서령: 건강해 보인다. 건강은 어떻게 지키고 있나?

윤증현: 건강은 자기가 지켜야지. 아무리 바빠도 자기가 챙겨야 하는 게 건강 아니냐. 나는 걸으로 건강해 보이지만 알고 보면 이게 ‘외화내반’이다. 하하. 운동할 시간이 많지 않으니 퇴근할 때 일부러 1킬로쯤 떨어진 곳에 내려 걸어간다. 걸으면서 생각도 정리하고 내일 일도 구상하고.

김서령: 앞으로 각오는?

윤증현: 지금 아주 중요한 때에 어려운 일을 맡았다. 내가 잘 해서 우리 경제를 회복하는 데 일조한다면 큰 보람일 것이다. 나라에 마지막 봉사한다 생각하고 열심히 일하고 있다. 지켜봐 달라. 





신성장동력Ⅱ, 고부가서비스 산업

정부는 우리 경제의 새로운 성장 비전으로 3대 분야 17개 산업의 신성장동력을 확정했다. 『나라경제』에서는 미래 우리 경제를 이끌어갈 성장동력인 '녹색기술산업', '첨단융합산업', '고부가가치 서비스산업'을 3회에 걸쳐 분야별로 나눠 심는다. 이 달은 두 번째로 '고부가서비스 산업'의 전략과 추진계획을 상세히 알아본다.

‘사전관광 + 의료 + 사후관광’ 패키지 개발

미·중·러 환자유치 시스템 구축

세계화가 되면서 이제는 서비스도 국경을 벗어나 활발하게 이동하고 있다. ‘백킨지 앤드 컴퍼니’는 의료관광시장이 2004년 4백억 달러 규모에서 2012년 1천2백억 달러 규모로 증가할 것이라고 예측했다. 예측대로 의료관광시장은 지속적으로 확대하고 있다.

태국은 스파·마사지 등 건강관리서비스와 천혜의 관광자원, 의료서비스를 결합한 관광상품 개발 및 홍보를 통해 의료관광(medical tour)을 전략적으로 키우고 있다. 싱가포르도 범국가적 협의체인 ‘싱가포르 메디슨(Singapore Medicine)’을 통해 원스톱 서비스 제공을 위한 기반 구축, 국제 네트워크 활성화 등을 추진해 의료관광을 활성화하고 있다. 두바이·레바논·요르단 등 서남아시아 국가, 독일·헝가리·스페인 등 유럽 국가, 멕시코·파나마·코스타리카 등 중남미 국가 등 많은 나라가 해외환자 유치 및 의료관광을 통한 국익창출에 힘쓰고 있다.

인적자원은 우수하지만 부존자원이 부족한 우리나라는 지식기반 고부가가치 산업인 보건의료산업을 신성장동력으로 육성하는 것이 절실히 필요하다. 특히 해외환자 유치와 의료관광 산업은 병원 중심으로 재편되는 보건의료산업의 기술 경쟁력을 높이고 의료서비스의 산업화를 주도해 고



지난해 7월 서울 강남의 한 피부과를 찾은 미국인 단체관광객들이 원장의 설명을 듣고 있다.

수익과 새로운 일자리를 제공하게 될 것이다.

현재 우리나라 의료서비스 수준은 미국의 76%, 일본의 85%, 유럽의 87% 수준이다. 위암, 성형 등 특정 진료 과목에서는 이미 선진국 수준에 도달했다. 미국의 상병별 연평균 진료비보다 우리나라가 4~9배 정도 낮아 진료비의 가격 경쟁력도 갖추고 있다.

의료관광에 대한 인식이 ‘국경을 초월한 의료이용(cross-border healthcare)’으로 전환되고 있는 점도 관광자원이 부족하지만 의료기술이 뛰어난 우리에게 유리하다. 카타르같은 경우 중증 환자를 영국과 미국, 태국 등에 보내 치료해왔으나 영국과 미국은 비싼 진료비로, 태국은 의료사고가 많아 한국으로 환자를 보내는 것을 검토 중이다.

글로벌 헬스케어 산업을 키우기 위해 보완할 점도 있다. 한국 의료에 대한 해외 인지도 부족, 언어 등 외국인 친화적 물적·인적 인프라 부족, 관광자원 부족 등이 그것이다. 세계 경기침체로 인한 의료 수요의 감소, 외국인환자 유치 경쟁 치열화 등 외적 요인도 극복해야 한다.

단기적으로는 성형, 한방, 건강검진, 척추수술 등 우리가 지닌 장점을 집중 홍보하고, ‘사

전(pre)관광 + 의료 + 사후(post)관광’의 패키지 개발을 지원해 연간 7백만 명에 이르는 방한 외국인을 잠재 의료관광 수요층으로 전환하기 위해 노력할 것이다.

장기적으로는 외과계 예약수술, 암수술, 건강검진 등의 영역에서 중증 고액 환자유치가 이루어져야 글로벌 헬스케어 산업의 지속성장이 가능하다. 러시아·중국의 상류층, 북미지역의 환자를 지속적으로 유치

할 수 있는 시스템을 구축할 계획이다. 이를 위해 외국 정부기관·의료기관·보험사·기업주 등과의 네트워크 구축을 통해 환자 유치 채널의 확대·안정화를 도모하려 한다.

정부는 글로벌 헬스케어 산업 육성을 위해 중증 환자의 치료가 가능한 대형병원 중심 지원체계와 미용성형, 치과, 한방 등 소규모 의료기관·지자체 중심의 지원체계를 마련하고자 한다. 또한 민간의 유치활동을 체계적으로 지원해 '인지→접근→만족→이용 확산'의 선순환 구조를 확립해 국제의료로 성장시키고자 한다.

구 체적 방안으로는 한국 의료를 브랜드화하고 국제 네트워크를 강화해 유치 채널을 확대하겠다. 이와 더불어 비자제도 개선, 의료관광 원스톱 서비스시스템 구축, 국제병동 활성화 등 외국인환자에게 친화적인 환경을 조성할 계획이다. 의료사고를 방지하기 위한 교육을 강화하고, 외국인 메디컬 콜센터를 운영해 한국의 의료관광에 대한 대외 신인도도 높일 계획이다. 이를 뒷받침하는 행정지원체계를 마련하고 역동적인 시장환경 조성을 위해 지속적으로 제도를 개선할 것이다.

이를 통해 2009년 5만 명 이상의 외국인환자를 유치한다면 3천5백억 원 이상의 생산유발효과를 기대할 수 있다. 2012년까지 14만 명을 유치해 총 1만 명 이상의 취업유발효과 및 1조 원의 생산유발효과를 목표로 하고 있다.

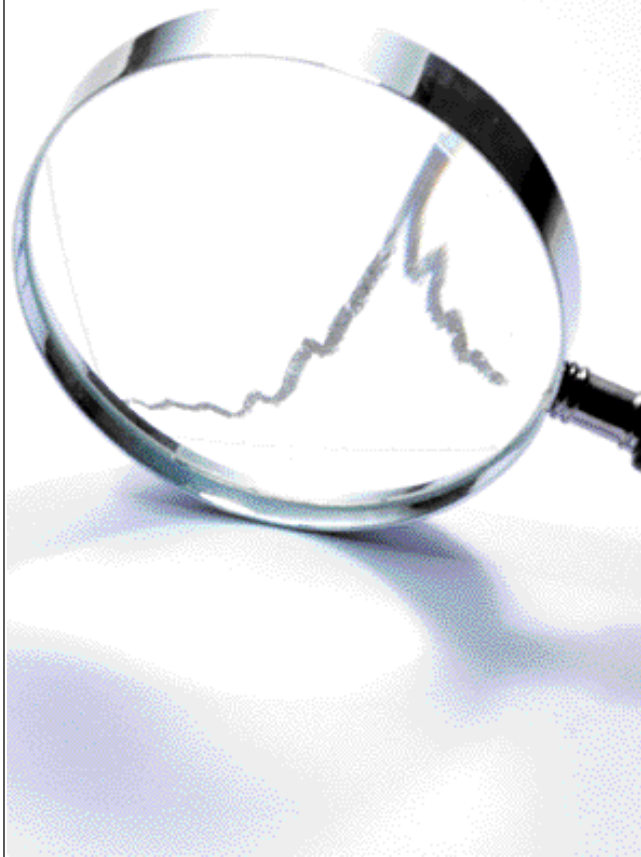
글로벌 헬스케어의 활성화는 새로운 일자리 및 국부 창출과 더불어 국내 의료서비스 수준을 높여 국민에게 더 좋은 의료서비스를 제공할 수 있게 될 것이다. 글로벌 헬스케어는 현재 어려운 경제 상황을 돌파할 수 있는 수단이자 지속적으로 우리나라의 성장을 견인하고 새로운 일자리를 만들어 낼 수 있는 분야다. 경쟁국에 비해 산업화의 시작은 늦었지만 우수한 인적 자본과 열정으로 글로벌 헬스케어 산업을 우리가 주도할 것이라 믿는다. 



백형기

보건복지가족부 보건산업정책과 사무관
hk100@mw.go.kr

잘 보이지 않으십니까?



복잡하고 어려운 경제정책을
쉽게 설명한 「**나라경제**」를 권합니다!

정기구독 문의 및 신청 ▶ 02-958-4656
nara@kdi.re.kr

교육은 최고의 전략산업

해외 유학생 21만, 사교육비 20조, 유학관련 수치적자 45억 달러

최근 교육을 교육학적 시각과 함께 산업적 시각에서 접근할 필요성이 더욱 높아지고 있다. 경쟁력, 발전 전략, 수요자 중심, 만족도 제고 등의 개념들을 활용해 교육 현실과 여건을 분석하고 발전전략을 모색하는 산업적 접근방식의 필요성은 초·중등 교육보다는

선택이 강조되는 고등 교육에 더욱 크게 나타난다.

이미 미국, 호주, 싱가포르, 두바이 등은 교육을 전략 산업화해 유학생 유치로 인한 경제적 성과를 톡톡히 거두고 있다. 미국의 고등교육은 오래 전부터 주요한 수출 산업으로 자리 잡았을 뿐 아니라 미국 경쟁력의

기반 역할을 하고 있다. 호주는 교육 수출이 광물·관광 자원과 함께 3대 수출산업 중 하나가 됐다. 싱가포르는 미듀크(Duke) 대학에 3억 달러, MIT에 7년간 1억 달러 등의 대규모 보조금을 지급해 이들 대학을 유치하고 동남아 지역의 유학생들을 유인하고 있다.



최근 우리나라 대학에 재학 중인 외국인 유학생 수가 빠르게 증가하고 있다. 중앙대 '외국인 홍보 도우미'로 임명된 17개국 유학생들이 자국어와 한국어로 쓴 '독도는 한국땅'이라는 피켓을 들고 있다.

우리나라는 아직 교육 문제를 산업적 시각으로 접근하지 못하고 있다. 교육 수요자들은 교육 경쟁력 약화와 높은 교육열로 인해 공교육에 만족하지 못하고, 사교육과 유학을 대안으로 선택하고 있다. 연간 사교육비가 20조 원을 넘는 것으로 추정되고 해외 유학생 수는 21만여 명이나 된다. 2008년 유학 관련 서비스 수지 적자는 45억 달러(약 6.7조 원)에 이른다.

우리나라 고등교육은 신성장동력 산업으로 자리잡을 수 있는 몇 가지 희망적인 여건들을 갖고 있다. 우선 우리나라 대학교원과 시설이 매우 우수하다. 해외에서 교육받은 우수한 교원들이 보다 강한 성과유인을 가지게 될 경우 국제화된 교육과 연구를 훌륭히 수행해 낼 것으로 기대된다. 이 공계와 의학 등 일부 학문 분야에서 높은 경쟁력을 지니고 있는 것도 장점이다.

또 최근 우리나라 대학에 재학 중인 외국인 유학생 수가 빠른 증가세를 보이고 있다. 2000년 4천 명에도 미치지 못했던 외국인 유학생 수가 2008년에는 6만4천 명으로 10년도 안 돼 15배나 증가했다. 하지만 아직 우리 나라의 외국인 유학생 규모는 다른 OECD 국가들에 비해 매우 낮다. 재학생 대비 외국학생 비율은 0.7%로 OECD 평균인 9.6% 보다 매우 낮고, 일본(3.2%)의 1/4 수준에 불과하다. 더욱이 국내 대학 재학 유학생은 지역적으로 아시아(93%), 특히 중국(70%)에 편중돼 있다.

이제는 교육을 하나의 산업으로 인식하고, 경쟁력을 높여 교육에 대한 만족도를 높이는 동시에 새로운 성장동력으로 삼아야 한다. 이런 맥락에서 정부가 해외 유학

생 유치와 U-러닝 산업 발전을 중심으로 한 글로벌 교육서비스를 17대 신성장동력 중 하나로 선정한 것이다.

정부는 해외 유학생을 현재 6만 명 수준에서 2012년 10만 명, 2018년 15만 명까지 끌어올리는 것을 목표로 천명했다. 이를 위해서는 적극적인 유학생 유치 전략의 수립과 시행이 필요하다.

먼저 외국인 유학생들의 취업을 지원할 필요가 있다. 우리나라에 초기 유학한 학생들이 최근 졸업을 맞고 있다. 이들의 취업 성과에 따라 향후 유학생 유치의 성과가 좌우될 것이다. 취업 지원을 위해 대학-기업 간 연계 프로그램 확대와 적격자에 대한 비자 전환 확대도 필요하다. 해외 유학생 취업을 위한 대학-기업 간 연계 프로그램의 좋은 사례는 서울대 공대와 삼성전자 간 산학협력이다. 기업이 유학생의 등록금, 생활비 등을 지원하고 졸업 후 채용하는 형태를 띠고 있다.

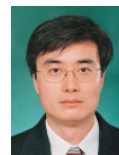
둘째, 국가 간 협약이나 한국 문화 소개를 통해 유학생 유치 국가를 다변화할 필요가 있다. 2007년 3월에 체결된 한-사우디 고등교육 교류약정과 2008년 1월에 체결된 한-아제르바이잔 교육협력약정 등과 같은 국가 간 협약을 여러 국가들과 추진해야 한다. 이런 협력약정 체결을 위해서는 전담 인력과 부서가 안정적으로 업무를 담당하는 것이 필요하다. 너무 잦은 인력 이동과 정책 변화로 협력약정 체결이 무산되지 않도록 해야 한다.

셋째, 비영어권의 약점을 해소하기 위해 영어 강의 비율을 확대하는 것이 필요하다.

2007년 현재 약 2.4%에 불과한 외국어 전용 강좌 비율을 지속적으로 높여야 한다. 외국어 전용 강좌가 확대되는 초기 단계에는 그 효과성에 대한 문제가 제기되기도 했다. 그러나 해외 유학생 확대와 학습 효과를 통해 외국인 전용 강좌가 서서히 자리를 잡아가고 있는 것으로 보인다.

넷째, 유학생들의 생활여건을 개선해 주어야 한다. 이를 위해 각 지역 거점별로 기숙사를 겸한 '다문화센터'를 건립하는 것을 검토해야 한다. '다문화센터'는 지역의 다문화 가정 및 외국인 노동자 정책과 연계, 기숙사 및 국제교류(교양, 언어 강좌 및 문화활동)를 위한 복합 문화공간으로 활용되는 공간이다. 이런 시설 마련에는 중앙정부-지자체-대학들의 협력이 필요하다. 대전시와 관내 8개 대학이 공동으로 450명 규모의 외국인 유학생 기숙사를 건립한 것은 좋은 선례다.

유학생 유치 확대를 통한 고등교육의 국제화는 우리나라 고등교육의 경쟁력을 한 단계 높일 것이다. 이를 통해 교육에 대한 만족도를 높일 수 있을 뿐 아니라 교육 수출을 늘리고 우수한 인재 양성과 기술 개발을 통해 우리 경제의 경쟁력을 높게 될 것이다. 



이영
한양대 경제금융학부 교수
younglee@hanyang.ac.kr

녹색금융시장, 뭘 사고 파나?

녹색펀드 도입해 탄소 배출권 줄인다

지구온난화는 개인과 기업, 국가에 광범위한 영향을 미치고 있다. 앞으로 환경을 등한시한 경제성장은 불가능하며 탄소배출이 많은 산업은 환경비용이 급격히 상승할 것이다. 우리는 세계에서 아홉 번째로 이산화탄소 배출량이 많은 나라다. 탄소배출권 감축 압력이 거세짐에 따라 환경과 성장이 공존하는 저탄소 녹색성장이 절실하다. 공해유발을 최소화하고 배출권을 감축하는 한편 신재생에너지와 관련한 기술을 개발하고 이를 사업화하는 저탄소 녹색성장이 향후 국가경쟁력은 물론 우리의 생존에 중요한 영향을 미치게 되었다.

녹색성장이 원활히 추진되기 위해서는 이를 지원하는 금융시스템이 마련돼야 한다. 저탄소 녹색성장을 위한 기술개발과 사업화를 지원하는 금융을 '녹색금융' 이라 한다. 녹색산업은 기술개발과 사업화의 불확실성이 크고 장기적인 투자가 요구되므로 이런 특성에 맞는 새로운 금융지원체계가 필요하다. 또 금융은 환경문제를 야기하지 않는 고부가가치 산업이므로 녹색금융은 녹색성장을 이끄는 주요한 부분이다.

전 세계는 녹색금융을 활성화하기 위해 다양한 경쟁을 벌이고 있다. 정책적 규제 대상으로 인식됐던 환경 문제가 1997년 '교토의정서'를 계기로 경제적 문제로 인식되기 시작하면서 탄소 배출권리를 금융상품화하고 이를 사고파는 메커니즘이 도입됐다. 유엔환경계획(UNEP)의 금융 이니셔티브에 따라 25개국 2백여 금융회사가 녹색산업 투자에 참여하고 있다. 외국 금융기관들은 환경 펀드, 환경관련 산업부문에 대한 금융지원 확대 및 배출권 거래에 참



금융산업은 무공해 청정 산업이며 고부가가치 산업이다. 지난 1월 서울 여의도 증권선물거래소에서 열린 '2009년 증시 개장식'에서 참석자들이 올해 증시 활황을 기원하며 버튼을 눌러 풍선 형태의 황소상을 부풀리고 있다.

여해 환경금융을 선점하려는 치열한 경쟁을 벌이고 있다.

정부는 녹색산업에 대한 체계적 금융지원과 온실가스 배출 감축을 위한 금융시스템 구축을 목표로 녹색금융 활성화 방안을 추진하고 있다.

세부 추진방안을 살펴보면 우선 녹색산업에 대한 금융지원 강화를 추진하고 있다. 신재생에너지, 저탄소 대체기술 및 탄소배출 감축사업 등에 자금지원이 강화되도록 유도하고 있다. 은행 여신심사시 친환경성을 평가항목에 포함시키는 방안을 도입하려 한다. 또한 금융기관들은 녹색부문과 관련한 다양한 금융상품 개발 및 녹색부문에 대한 자금지원 확대를 검토하고 있다. 그러나 전 세계 금융위기 상황에서 은행들이 녹색산업 대출을 확대하는 데에 제약이 있다. 이에 따라 녹색산업에 대한 보증을 통해 자금 지원을 확대하는 방안도 추진 중이다.

자본시장을 통한 녹색성장의 지원도 강화하고 있다. 녹색산업은 투자가 간이 길고 사업화 불확실성이 커 자본시장을 통한 자금조달이 효율적이다. 녹색펀드의 도입을 통해 배출권 감축사업, 신재생에너지 산업 및 녹색기술 응용사업부문 투자를 확대하고 있다. 특히 녹색산업에 전문적으로 투자하는 녹색산업투자회사를 도입하고 공공기관의 투자 지원 제도를 도입하려 한다.

정부와 민간이 공동으로 펀드에 투자해 녹색성장을 촉진하는 방안도 마련하고 있다. 녹색산업의 주가지수 개발을 통해 자금조달 환경을 개선하고 이를 기초로 다양한

〈배출권 거래 시스템〉



파생상품도 만들 계획이다.

전 세계적으로 탄소 배출권 거래시스템 도입이 추진되는 가운데 우리나라도 이를 적극 검토하고 있다. 배출권 거래소는 사전에 할당된 배출 허용량을 기준으로 해, 허용량보다 배출을 적게 하는 기업과 허용량에 비해 배출을 많이 하는 기업 간 탄소 배출권을 거래하는 시스템이다. 거래되는 배출권은 사전에 할당된 배출권리가 될 수도 있고, 배출량을 감소시키는 프로젝트 등을 실시하고 이로 인해 발생하는 배출 허용량(CDM credit)이 될 수도 있다. 유럽에서는 배출권 및 배출권 관련 파생상품을 거래하는 시장을 개설해 이를 기업 및 금융기관이 거래하는 금융상품 개념으로 도입하고 있다. 미국도 CCX(Chicago Climate Exchange)나 NYMEX(New York Merchant Exchange)에서 배출권과 파생상품이 활발히 거래되고 있다.

우리도 앞으로 배출권 감축 의무가입국에 포함될 경우를 대비해 배출권 거래소를 도입하고 할당된 배출권이 원활하게 거래될 수 있는 시스템을 구축해야 한다. 정부는 배출권 거래 유동성을 높이고 실질적인 배출권 저감효과를 위해 단계적으로 배출권 거래시스템을 적용할 계획이다. 이를 위해 배출권 거래소를 만들고 시범 거래를 실시할 예정이다. 앞으로 의무가입국 가입 여

부에 따라 배출권 거래 및 배출권 파생상품의 거래가 추진될 것이다. 배출권 거래제도 도입을 통해 정보 비대칭에서 오는 거래비용이 효과적으로 줄 수 있다. 우리는 기업과 금융기관이 참여하는 배출권 거래시장을 효율적으로 형성하고 아시아 배출권 시장을 주도해 나가야 한다.

금융산업은 그 자체가 무공해 청정 산업이며 고부가가치 산업이다. 다른 산업의 자금을 지원하는 산업이기도 하다. 금융산업의 발전은 고용 창출과 국제화에도 기여한다. 그러나 금융의 위험을 적절하게 통제하지 못하면 거꾸로 경제에 악영향을 미칠 수 있다. 최근 서브프라임 사태로 인한 전 세계 금융위기 확산은 금융의 위험을 적절히 통제하지 못해 금융위기로 전파된 대표적인 사례다. 녹색금융의 발전도 다양한 위험을 적절하게 평가하고 이를 효율적으로 관리하는 방안이 전제돼야 한다. 이를 위해 녹색산업의 위험분석기능을 강화하고 시장 원리에 의한 금융지원체계를 구축하되 적절하게 통제될 수 없는 위험은 정부가 지원하는 체계를 구축해야 한다. ■



김필규
자본시장연구원 연구조정실장
pkkim@ksri.org

콘텐츠 5대 강국 진입한다

2012년 세계시장 5% 점유, 매출 1백조 원 목표

영국의 조앤 롤링이 지은 해리포터는 2백여 나라에 4억여 권이 팔려 3조 원의 매출을 올렸다. 영화, 캐릭터 등 다른 장르의 산업에도 전파돼 작가 개인의 수입만 1조 원에 이르는 것으로 알려졌다. 변변한 창작스튜디오도 없이 다락방에서 작업해온 한 무명 아동작가가 자신의 인생은 물론 영국 콘텐츠 산업의 획기적인 변화를 가져오리라고는 아무도 상상하지 못했다.

우리에게도 세계가 놀란 '킬러 콘텐츠'가 있었다. '겨울연가'와 '대장금'이 있고 1조 원의 매출을 올린 게임 '리니지'가 있다. 그러나 현재 우리 콘텐츠 산업은 창작, 유통, 소비환경에서 나타나는 구조적 문제로 연관 산업에 대한 시너지 효과가 제대로 창출되지 못하고 있다. 정부는 콘텐츠 산업을 경제발전의 새로운 돌파구로 삼기 위해 신성장 동력산업의 하나로 선정했다.

콘텐츠 산업은 제조업이나 다른 서비스 산업과 비교해 성장률, 고용유발효과, 부가치율 및 수출증가율이 높은 고성장 산업이다. 창의성, 감성, 재능 등 무형자산이 최고 기술이자 생산요소가 되어 '저탄소 녹색성장'을 선도할 미래 고부가가치 산업이다.

지식 및 노동집약형 인력구조로 고용창출이 많고, 창의적 아이디어

와 지식에 기반한 벤처 및 창업이 용이하다. 영화 '왕의 남자' 한 편의 취업 유발 인員만 2,159명에 이른다.

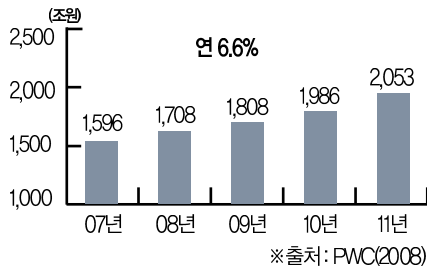
게다가 콘텐츠는 '움직이는 국가브랜드'다. 홍보와 문화 외교 역할을 수행해 국가 이미지 제고에 기여한다. 제조업, 관광산업, 기타 서비스업 등 연관 산업의 동반성장도 유도한다. 영화 '반지의 제왕'은 소설→영상→게임→캐릭터 상품→테마파크로 이어지면서 뉴질랜드의 '프로도 경제(Frodo Economy)'를 창출했다. 국가브랜드 광고효과 4,800만 뉴질랜드 달러, 연평균 관광객 5.6% 증가, 영상산업 164% 성장, 약 2만 명 고용창출 효과 등 복합적 효과를 이끌어냈다.

콘텐츠 산업의 전략적 육성을 위해 중점을 두어야 할 사업은 무엇일까? 첫째, 차세대 융합형 콘텐츠 산업의 집중 육성이다. 디지털 기술의 발달은 콘텐츠 산업을 아날로그에서 디지털·융복합 형태로 진화시켜 콘텐츠 산업 성장에 새로운 기회를 제공한다. 앞으로 콘텐츠 산업은 엔터테인먼트 위주에서 제조·서비스를 포함한 전 산업 영역이 통합되는 융합형 콘텐츠 시장으로 재편될 것이다. 특히 CG산업, 디지털 가상세계 등 차세대 융합형 콘텐츠는 시장형성 초기단계이지만 디지털



엔씨소프트는 온라인 다중접속 역할게임 '리니지'와 '리니지Ⅱ'를 잇따라 흥행시키며 세계적인 게임 개발사로 이름을 떨치고 있다. 사진은 '리니지Ⅱ'의 여자 캐릭터 엘프

〈세계 콘텐츠산업 전망〉



〈문화콘텐츠산업의 연성장률〉

	00년	07년(P)	연 성장률
매출	21조원	62조원	16.7%
수출	5억불	16억불	18.1%
고용	36만명	52만명	5.4%

※출처: 문화체육관광부 (2008)

적 성장이 기대되는 분야다. 세계 최고 수준의 IT 기반과 문화적 창의성을 결합한 융합형 콘텐츠산업을 국가 차원에서 전략적으로 육성한다면 IT 강국을 이어가는 제2의 신화 창조가 가능할 것이다.

둘째는 제2의 온라인게임 혁명을 주도하는 것이다. 온라인 게임시장은 5년 연속 무역흑자 기조 유지, 지속적인 수출액 증가 등의 성과에도 불구하고 수출증가율이 줄

〈문화콘텐츠산업의 고용유발효과〉

비교기준	문화콘텐츠산업	제조업	통신업	전산업
고용유발계수 (10억원 투입시)	13.9명	8.4명	6.9명	11.4명

※출처: 산업연구원(2007)

고, 국내시장이 정체되는 등 성장 모멘텀이 약화되고 있다. 새로운 해외시장 개척이 절실하다.

게임산업을 콘텐츠산업 도약의 선도산업으로 육성하기 위해 콘텐츠 개발, 기업 인큐베이팅, 해외진출 서비스 지원 등의 유기적 결합을 통해 최적화된 게임 개발환경을 조성해야 한다. 다중 플랫폼 게임, 와이브로와 IPTV 등 미디어 환경 변화에 따른 미래형 게임, 기능성 게임 개발에 집중 투자해야 한다. e-스포츠를 통해 국제적 소통 코드를 창출하고 국산 게임의 글로벌 진출과 역동적 게임문화 선도 역할도 해야 한다.

셋째, 1백년 감동의 킬러 콘텐츠 육성을 위한 지속적 노력이 필요하다. 드라마, 영화, 게임, 음악 등 다양한 장르에서 생산된

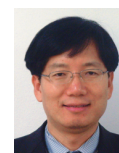
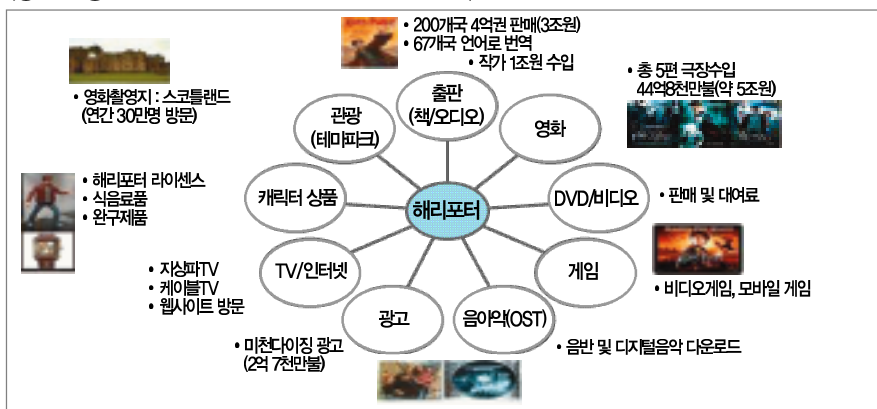
킬러 콘텐츠는 문화·경제적 파급효과는 물론 국가 브랜드나 경쟁력 강화에 미치는 영향력도 막대하다.

선진국들은 소프트 파워 강화를 위해 문화 콘텐츠를 국가전략산업으로 적극 육성하고 있다. 글로벌 복합미디어 기업들은 킬러 콘텐츠의 생산·유통시스템을 기반으로 세계 콘텐츠 시장을 주도하고 있다. 우리나라도 글로벌 경쟁력이 있는 킬러 콘텐츠를 개발하기 위해 기획 단계부터 해외시장을 겨냥한 콘텐츠를 제작해 글로벌 시장을 선도해 나갈 수 있도록 지원을 강화해야 한다.

1인 창조기업의 역할이 상대적으로 중요한 문화콘텐츠 산업의 특성을 살려 다빈치형 창의 인재를 양성하고 OSMU(One Source Multi Use)를 기획·제작할 수 있는 고급인재 발굴을 확대해야 할 것이다.

정부의 콘텐츠 산업 육성전략이 계획대로 집행되면 2012년에는 우리나라가 세계 5대 콘텐츠 강국에 진입해 매출 1백조 원, 고용규모 1백만 명, 세계시장 점유율 5%를 달성할 것으로 전망하고 있다.

〈영국을 '창조적 국가'로 전환시킨 해리포터의 파급효과〉



김철민
문화체육관광부 전략콘텐츠산업과장
cmkim313@mcsst.go.kr

사람이 돈이 되는 산업, MICE

국제회의 참가자 여행경비, 일반 여행자의 두배



UIA(국제회의연합) 산업 통계에 따르면 1998년~2007년까지 컨벤션 개최 건수에서 가장 큰 성장을 보인 나라는 한국이다. 사진은 지난해 10월 경남 창원 컨벤션센터에서 열린 12차 람사르협약 당사국 회의 개회식에서 역대 개최국 어린이들이 합창을 하고 있는 모습

1950년대 혹은 60년대 한국 경제를 기억하는 사람은 오늘날 한국의 경제성장을 보고 경이로워한다. 1980년대의 한국 컨벤션산업을 기억하는 사람에게도 2000년대 한국 전시컨벤션 산업은 가히 경이롭다고 할 정도로 그 성장이 눈부시다.

하드웨어로는 2000년 코엑스에서 아셈 회의를 개최하면서 컨벤션시설을 증축했고 지난해 송도 컨벤시아까지 모두 9개가 들어섰다. 평균 일 년에 한 곳씩 지방마다 대형 전시 컨벤션 시설이 들어선 셈이다.

UIA(Union of International Associations, 국제회의연합)의 산업 통계에 따르면 1998년부터 2007년까지 10년간 전 세계에서 컨벤션 개최 건수에서 가장 큰 성장을 보인 나라는 한국이다. 성장률은 무려 362%다. 전시산업도 크게 발전했다. 2000년도 132회에 불과했던 국내 전시회가 2007년엔 353회로 늘었다. 전시면적도 2000년 57,478㎡에서 2009년 현재 177,464㎡로 300% 증가했다.

2000년대 들어 고속 성장해 온 전시·컨벤션 산업은 최근 기업의 인센티브 여행

과 기업 회의 등을 아우르는 MICE 산업 또는 미팅 산업으로 수렴되는 추세다. 최근 정부에서 발표한 신성장동력산업의 하나로 일반에 알려지기 시작한 MICE는 Meetings(회의), Incentive Travel(포상 여행), Convention(컨벤션), 그리고 Exhibition(전시)의 약자다. 회의산업의 중요성은 UNWTO(세계관광기구)에서 2007년 발표한 'Measuring the Economic Importance of the Meetings Industry'의 국제산업분류기준(ISIC, International Standard Industrial Classification)에 회



의산업과 관련된 경제활동을 반영할 수 있는 새로운 항목을 개발하도록 제안한 데서도 알 수 있다.

2007년 한국에서 개최된 국제회의에 참가한 외국인들을 대상으로 한국관광공사에서 조사한 ‘국제회의 참가자 실태조사’에 의하면, 개별 참가자들이 지출한 1인당 여행경비는 2,488달러였다. 이는 여행이나 레저 목적으로 한국을 방문한 여행자들의 1인당 평균소비액(1,309달러)보다 무려 두 배 가까이 많은 액수다. 회의산업을 ‘관광산업의 꽃’이라 부르는 이유가 여기 있다.

독일 하노버에서는 매년 3월 세계적인 규모의 사무기기 및 정보통신 박람회인

CeBIT이 열린다. 세계적인 경기불황인 올해에도 40만 여명이 다녀갔다. 독일전시협회에 따르면 2004년 현재 전시회 참가업체의 지출은 65억 유로, 참가자 지출은 35억 유로, 전시장 투자 지출은 5억 유로였다. 경제적 파급효과로는 생산효과 230억 유로와 25만 명의 고용창출 효과가 발생했다고 한다.

싱가포르 정부는 MICE에 비즈니스 관광을 포함한 BT MICE를 컨벤션 산업군으로 분류해 전략산업으로 집중 육성하고 있다. 싱가포르 관광청 내 BT MICE 부서는 약 60명의 전문가들이 있다. 이 부서에서 ‘2008 싱가포르 에어쇼’, ‘포물리원 싱텔 싱가포르 그랑프리’ 등 국제행사를 유치, 개최 지원하고 있다. 싱가포르는 아시아-태평양지역 내 BT MICE 관광객이 2015년 1억 명에 이를 것으로 내다보고 여기에 역량을 집중하고 있다.

MICE 산업에 이렇듯 국가들이 관심을 갖게 된 이유는 MICE 방문객이 지출하는 금액이 단순 레저나 관광 목적의 일반 여행객보다 높고, 행사의 규모가 커서 경제적 파급효과가 크기 때문이다. 또 MICE 산업은 관광 비수기에 숙박업, 항공업, 회의 개최시설, 여행업, 교통, 식음료업 등 관련 서비스 제공업체에 이익을 발생시키기 때문이다.

앞만 보고 달려온 한국의 경제성장이 1인당 국민소득 3만 달러 앞에서 도전을 받았듯 한국 컨벤션 산업은 최근 2~3년 사이 세계 14~16위 사이에서 주춤하거나 뒷걸음치는 형국이다. MICE 산업이 고부가가

치 산업임을 인식하고 일찍이 선택과 역량을 집중한 선진 국가들의 정책적 지원과 경쟁이 날로 치열해지기 때문이다.

이런 경쟁을 뚫고 세계 MICE 산업 선진국 대열에 우뚝 서기 위해서는 우리가 갖고 있는 환경이나 역량을 정확히 분석하고 아시아의 경쟁국인 싱가포르, 일본, 중국·홍콩·마카오와 차별화된 명품을 만들어야 한다.

신성장동력산업으로서 MICE 산업이 실질적인 부가가치를 창출하고, 고용 없는 성장시대에 고용을 창출하기 위해서는 풀어야 할 과제가 여전히 많다. 그러나 희망도 크다. 서비스산업, 그 중에서도 관광, 더 나아가 MICE 산업은 사람이 힘이 되고 자원이 되는 대면(對面, face to face) 산업이다. 우리처럼 인적 자원이 풍부한 나라가 경쟁력이 있다. 우리는 남들이 불가능하다고 생각한 많은 것들을 이뤄냈다. 경제발전은 물론 태국, 싱가포르가 한 번도 해보지 못한 올림픽과 월드컵을 성공적으로 치러냈다. 최근 프랑스 도빌 아시아영화제에서 한국 영화가 2관왕을 수상하고, 월드 베이스볼 클래식에서도 준우승을 차지했다는 소식이 들린다. 이 모든 것들을 우리가 해냈듯 사람이 힘이 되는 MICE 산업, 나아가 우리 관광산업도 아시아 1위가 될 날을 기대해 본다. [필자]



신옥자
한국관광공사 코리아컨벤션선류
MICE 진흥팀장
nephless@mail.knto.or.kr

제조업 우대 사고들을 깨뜨려라

서비스산업 생산성 높이려면 진입제한 풀어야



지난 2007년 7월 현대백화점 인재개발원이 개설한 '신학협력 서비스 아카데미'를 수강한 서울여대와 성신여대 학생들이 친절교육을 받고있다. 신학협력 서비스 아카데미 교육과정을 이수한 학생들은 정규 2학점 취득은 물론 살아있는 현장 서비스 경험을 바탕으로 자격증까지 취득할 수 있다.

그 동안 우리나라 경제성장의 원동력은 제조업의 수출에 있었다. 경제개발에 착수했을 당시 우리나라는 세계 최빈국에 속했기 때문에 상품을 생산해도 국내에서 소화하기 어려워 해외시장으로 눈을 돌린 것이다. 또 수출 생산이 극대화될 수 있도록 대내적으로 소비를 억제했고 남은 여력은 저축을 통해 생산설비를 확장하는

데 투입했다.

이 과정에서 서비스업은 수출에 기여하지 못하는 소비활동으로 인식돼 정부의 강한 통제를 받았고 자유로운 진입이 제한됐다. 그 결과 제조업은 국가경제를 이끌어가는 중추부문으로 육성된 반면 서비스업은 우리 경제의 주변부로 밀려났다. 불과 얼마 전까지만 해도 서비스업을 육성하자

는 주장은 국가경쟁력을 저해하는 무책임한 선동으로 지탄을 받았다.

그럼에도 서비스업은 우리 경제의 발전과 비례해 성장을 거듭했다. 외화유출을 우려한 정부에서 해외소비를 철저히 금했기 때문이다. 제조업 수출로 소득이 늘면 좋은 삶든 늘어난 소득은 모두 국내에서 소비돼야 했으므로 서비스업체의 시장은 자

동적으로 확보됐다.

1990년대 개방이 시작되면서 제조업 소득이 국내 서비스소비로 강제 연결돼 있던 구조에 금이 가기 시작했다. 1980년대 말 외환 자유화 조치가 취해지면서 해외여행이 자유로워지자 해외 현지 서비스의 구매가 가능해진 것이다. 1998년 외환위기를 맞아 경제가 크게 개방되면서 서비스수지 적자는 지속적으로 확대됐고 2007년 현재 GDP 대비 2.1%까지 늘었다. 이는 만일 서비스수지 적자가 없었다면 우리 경제의 GDP가 2.1% 더 증가할 수 있었던 것이 해외 서비스구매로 밖으로 빠져 나가 성장이 둔화된 것을 의미한다.

문제의 원인은 서비스산업의 개방에 있을까? 물론 그렇지 않다. 개방을 앞두고, 적어도 개방과 함께 국내 서비스업이 외국에 뒤지지 않게 경쟁력을 높여 국내 소비자들의 구매가 계속되게 해야 했으나 그러한 조치에 소홀했던 점에 있다. 대외개방을 추진하면서도 정책방향이나 사회적 분위기는 여전히 과거 제조업 우대의 사고틀에서 벗어나지 못했던 것이다.

제조업의 성숙화로 고용없는 성장이 이뤄지고 서비스산업도 개방된 지금 서비스업의 육성을 통해 일자리 창출과 성장의 동력화가 이뤄지게 하려면 서비스업의 경쟁력 강화에 정책이 집중돼야 한다. 불행 중 다행으로 그 동안 서비스산업이 성장하지 못하도록 억제해온 결과 서비스산업에서 성장의 기회를 찾을 수 있을 것으로 기대된다.

가장 우선적으로 착수해야 할 조치는 진입제한을 비롯해 서비스업에 드리워져 있

는 규제들을 제거해내는 일이다. 법률, 의료를 비롯한 각종 서비스산업에는 자격시험을 통해 인위적으로 진입을 제한하고 있다. 우리나라의 주요 자격증을 필요로 하는 서비스산업의 고용 비중, 이를 테면 인구만 명당 자격사의 수는 OECD 국가 평균을 훨씬 밑돌고 있다.

그 결과 시장에서의 경쟁은 실종되고 진입에 필요한 자격시험을 둘러싼 경쟁만이 치열하게 벌어지고 있다. 경쟁제한에서 오는 이익(rent)을 기존 사업자들이 끼리만 나누는 것도 문제지만 서비스산업에 혁신이 일어나지 않는 것이 더 심각한 문제다. 혁신경쟁의 실종은 우리나라 서비스산업의 생산성이 다른 선진국보다 낮은 주요한 요인이다. 자격사제도를 통한 진입 제한뿐 아니라 각종 규제를 통한 진입제한도 문제다. 커피전문점에서 고객들에게 커피와 함께 CD나 서적을 파는 것이 금지돼 있을 정도로 우리의 규제는 심각한 수준이다.

제조업 제품과 달리 서비스 상품은 사전에 탐색이 안 되는 무형재다. 고객이 상품을 공급받은 후에야 비로소 평가가 가능해진다. 서비스업에서는 잘못된 구매를 우려하는 소비자들에게 공인된 등급 책정이나 표준화 등 정보제공의 장치를 마련해 줌으로써 시장의 위축을 막아야 한다.

또 다른 방안은 광고를 통해 소비자들에게 정보를 제공하는 것이다. 그러나 우리나라 서비스산업 중에는 공익이란 이름으로 광고활동을 금지하는 업종들이 있어 소비자들의 선택권을 제약하고 있다. 소비자 선

택의 제약은 해당 서비스의 거래가 일어날 수 있는 기회를 위축시켜 서비스산업의 지체로 귀결된다.

규제개혁은 서비스산업 발전을 위해 반드시 이루어져야 한다. 그렇다고 규제개혁이 바로 혁신으로 이어진다는 보장은 없다. 혁신이 일어나기 위해서는 지식기반이 필요하다. 제조업의 혁신은 통상 기술개발에 의해 이루어진다. 그러나 서비스 혁신의 요체는 전문성을 바탕으로 소비자가 원하는 수요를 거래 현장에서 즉시 파악해 그에 적합한 형태로 가공된 서비스를 공급하는 것이다. 미장원의 미용사는 고객의 취향을 현장에서 즉시 파악해야 하고, 변호사는 고객이 처한 상황에 따라 다르게 적용되는 법률 서비스를 제공해야 한다. 제조업의 혁신이 R&D부서에 의해 추구된다면 서비스업은 고객과 만나는 종사자 개개인의 창의력에서 나온다.

우리나라의 교육은 개성을 존중한 창의력의 배양보다는 규격화된 지식의 일방적 주입에 의존하고 있다. 이런 인적 훈련으로는 서비스산업의 혁신을 기대하기 어렵다. 산업현장에 적합한 인력을 양성하는 수요 지향적 교육체계가 확립돼야 한다.

서비스산업의 발전은 단순한 서비스업 지원으로는 이뤄지지 않는다. 우리 사회 전반에 걸쳐 개선 노력이 필요한, 결코 쉽지 않은 과제다. 



김주훈
KDI 선임연구위원
kjh@kdi.re.kr

국가 R&D현황 한눈에

국가과학기술종합정보서비스 1년

2008년 정부의 R&D투자가 10조 원 을 넘어서면서 과학기술정보의 양 과 종류가 날로 방대해지고 있다. 장기적 인 관점에서 국가R&D 흐름을 파악해 정 책기획에 환류하기 위해서는 우선 부처에 흩어져있는 국가R&D 정보가 종합적으로 수집·분석되어야 한다. 이런 정책 수요를 충족시키고자 국가R&D사업의 종합조정을 수행하는 국가과학기술위원회(이하 국 과위)가 주축이 되어 만든 것이 국가과학 기술종합정보서비스(National Science & Technology Information Service, 이하 NTIS)다. 지난 3월 31일로 대국민 공개서 비스 1주년을 맞은 NTIS는 15개 정부부처 (대표연구관리기관)가 연계해 연구인력, 장비·기자재, 연구성과 등 국가R&D사업 정보(341개)를 수집·가공한 후 법정부처 적으로 공동활용하는 R&D정보 지식포털이 다. (그림 참조)

NTIS는 단순한 정보화 DB구축이라는 시스템적 접근에서 벗어나 범부처 차원의 R&D 정보 유통 물 을 세우려고 노력했다. NTIS가 단순한 정보집합체가 아니라 살아 있는 유기체처럼 성장하고 발전할 수 있도록 구체적인 범부처 업무 프로세스 (Business Logic)를 NTIS에 담아냈다는 뜻이다. 이점은 NTIS의 정보수집체계를 살펴보면 쉽게 알 수 있다. 각 부처의 대표 연구관리전문기관이 일차적으로 각 부처 소관 국가R&D정보를 총괄 수집, 관리하

면 이 중 341개의 국가R&D표준 정보가 NTIS를 통해 가공·분석되어 활용될 수 있도록 설계돼 있다. 그동안 국과위의 조 사·분석 업무와 각 부처R&D과제 관리 업무는 별도로 진행돼 왔었다. 그런데 NTIS를 통해 비로소 국가R&D과제 정보 수집체계가 '연구자(과제 수행자)→각 부 처(대표연구관리전문기관)→NTIS(범부처 국가R&D표준정보, 국가과학기술위원회 조사·분석)'로 과제협약 시점에서 일원 화되고 인력 정보 등은 실시간 공동활용 (NTIS의 국가R&D참여인력 정보를 범부 처가 공동 활용함으로써 신규 과제 신청 시 중복입력 불필요)이 가능해짐에 따라 R&D 과제관리 프로세스가 대폭 간소화됐다.

NTIS가 구축되면서 당해 연도에 추진 중인 국가R&D현황을 손쉽게 파악할 수 있 을 뿐만 아니라 15개 부처·청과 연계되어

실시간으로 국가R&D현황 및 분석정보를 제공받을 수 있게 된 것이다. 이러한 시도 는 세계 여러 과학기술 선진국에서도 전례 가 없다. R&D과제나 R&D인력 등 한 분야 에 대한 과학기술정보시스템을 구축(표1 참조)한 경우는 있지만 NTIS처럼 R&D과 제에서 인력, 장비·기자재, 성과까지 R&D정보와 연계해 종합 제공한 사례는 전 무하다.

2008년 3월 대국민서비스를 시작한 이 래 NTIS는 약 44만 건의 각종 R&D정보 (표2 참조)를 제공하고 있다. 44만 건이라 는 수치도 대단한 성과지만, 더욱 중요한 것은 이런 정보를 전 부처가 공동활용함으 로써 가능해진 효율적인 업무 추진이다.

NTIS의 주요 세부서비스(표3 참조)를 통해 2002년 이후 진행된 국가R&D사업 현황과 당해연도 진행사항을 공유하게 돼



〈표1〉 선진국의 과학기술정보시스템

미국	시스템	• Radius(The RAND Database of R&D in the U.S) • RAND연구소와 NSF(과학재단)이 공동개발('98년)
	서비스내용	• 미 연방정부 지원 연구개발과제의 정보 제공
일본	시스템	• Read(Directory Database of R&D Activities) • 과학기술진흥기구(JST)에서 개발('98년)
	서비스내용	• 문부과학성 과제에 참여한 인력정보 제공

〈표2〉 NTIS 주요 정보 제공 유형

국가R&D과제('02년~) 및 현황 분석 정보(유사· 중복과제 검색 등)	20만 건
국가R&D사업 참여 인물정보 및 현황분석(제재정보 등)	7만 건
장비· 기지재 정보	7만 건
장비· 기지재 전문가 정보	2천 건
성과정보(조사· 분석)	논문 3만5천 건, 출원 및 등록 특허 3만3천 건 등
국가R&D사업의 핵심지표 30개 및 기타 과학기술지표	200여 개

〈표3〉 NTIS의 주요 서비스

국가R&D사업관리서비스	국가R&D사업 통합공고, 조사· 분석자료, 온라인평가지원 등
국가R&D인력관리서비스	R&D사업참여인력정보, 평가위원 후보추천 등
국가R&D성과정보서비스	성과현황정보, 성과 검증지원 등
장비· 기지재 공동활용서비스	장비· 기지재 정보, 장비· 기지재 전문가 정보 등
과학기술통계서비스	민간R&D현황, OECD발표자료, 각종 과학기술통계

각 정부 부처나 연구자들이 신규사업이나 R&D과제 기획, 관련 사업 조정· 평가시 중복투자를 사전에 방지해 국가R&D의 효율적인 관리가 가능하게 됐다.

또한 국가R&D사업을 통해 구축된 고가의 연구장비를 도입에서 폐기까지 전주기적으로 관리해 중복구매에 따른 예산낭비를 최소화하고 장비의 공동 활용과 불용· 유휴장비의 재활용까지 가능하게 됐다. 그리고 국가R&D사업에서 창출된 연구 성과를 바탕으로 연구자와 기업들이 후속연구, 기술 이전과 실용화 연구, 사업화를 활발히 추진할 수 있는 기초가 마련됐다.

NTIS는 국가R&D의 거시적인 흐름을

파악하고 투자효율성을 높이는 데 기여한 바가 크다. 그러나 국가R&D정책을 실질적으로 종합 조정하고 지원하기 위해서는 아직도 해야 할 숙제가 많다. 그동안 R&D 정보 표준화에 기반을 두고 각 부처와의 연계 인프라가 구축돼 왔다면 이제부터는 신뢰성 있는 정보가 약속된 정보유통 규칙에 따라 쌍방향으로 소통되고 이 정보들이 가공· 분석돼 고부가가치 정보로 거듭나 과학기술정책으로 선순환되는 구조를 만들어야 하기 때문이다. 이를 위해선, 다음의 과제들이 해결돼야 한다.

첫째, 현재 각 부처의 R&D과제 정보화 수준이 제각기 다르다(2008년 12월 현재,



국가과학기술종합정보서비스(NTIS)는 국가R&D사업의 거시적인 흐름을 파악하고 투자효율성을 높이는 데 크게 기여했다.

국가R&D 표준정보 341개 항목 중에서 평균적으로 118개 항목만 관리), 표준화 항목이 제대로 수집되기까지 각 부처의 과제관리 정보화 수준을 제고해야 한다.

둘째, 각 부처에서 수행하는 R&D과제가 대표연구관리전문기관에 일차적으로 총괄 관리돼야 하기 때문에 각 부처별로 대표연구관리전문기관과 기타 연구관리전문기관과의 정보연계가 향후 2~3년 안에 완성되어야 한다. 이를 위해 대표연구관리전문기관을 중심으로 하는 부처별 수집체계 확립과 시스템 개선이 필요하다.

셋째, NTIS의 표준 운영 절차에 따른 범 부처 업무프로세스 정착과 더불어, 강력한 추진 의지와 각종 법과 제도의 개선이 뒷받침되어야 한다.

NTIS가 1년간의 공식서비스를 거치며 외관적인 틀은 어느 정도 자리 잡았다. NTIS가 우리나라 과학기술정책을 효율적으로 뒷받침하는 훌륭한 정책도구가 되길 기대한다. 



최규현

교육과학기술부 과학기술정보과장
glara@mest.go.kr

불법채권 추심, 신용불량자 구제는 ‘110번 콜센터’

민생 밀착형 행정서비스



정부는 어려운 경제상황을 겪고있는 국민들의 고통을 해소하기 위해 소통창구 단일화를 추진하고 있다.
사진은 국민권익위원회가 운영하고 있는 행정민원 안내 ‘110번 콜센터’

사상 처음으로 해를 앞당겨 지난 연말 속행된 중앙부처 새해 업무보고에서 부처마다 이구동성으로 나온 기축년 정책 키워드는 ‘경제회생’이었다. 법무, 통일, 외교 등 비경제부처에서도 ‘기업하기 좋은 환경을 조성하겠다’는 보고가 쏟아졌다. 보고 후 열린 토론회와 대통령 지시의 주제도 온통 ‘경제 살리기’였다. 경기부양 정책을 이렇게 많이 준비한 경우는 드물 것이다. 그만큼 지금 경제가 어렵다는 것을

의미한다.

사회관계 부처까지 앞다퉂 경제회생을 외치고 있지만 정부가 구상하고 있는 정책들이 그 의지만큼 국민들에게 잘 알려진 것 같지는 않다. 이런 맥락에서 경기 회복에 도움이 되는 ‘민생 밀착형 행정서비스 계획’을 다듬어 알리는 것도 의미 있다고 본다.

국민들이 어려운 경제상황에서 겪고 있는 고통을 적극 해소하기 위해 정부는 우선 국민과의 소통창구 단일화를 추진하고 있

다. 국민의 고충과 억울함을 처리하는 국민권익위원회는 행정민원 안내 ‘110번 콜센터’를 운영하고 있다. 이를 통해 국민과 경제지원 기관을 신속하게 연결시켜 서민경제의 어려움을 해소하겠다는 것이다. 특히 구직자들의 취업, 저소득층 자활 등 취약계층에 대한 경제적 지원 상담에 주력할 계획이다. 이와 함께 경찰청이 운영하던 ‘생계형 부조리사범 통합신고센터 1379전화’를 지난 1월부터 ‘110번 콜센터’로 통합했다.

여기서는 불법채권 추심, 신용불량자구제 등 서민경제 분야 지원 상담이 이뤄진다.

잘못된 유가보조금, 문화행사지원금 지급 정비한다

부처마다 강조하는 유력 테마중 하나가 '기업하기 좋은 여건 조성'이다. 특히 국민 권익위원회에서는 기업들의 고충민원 처리를 전담하는 '기업 옴부즈맨' 제도를 도입한다. 기업고충 민원이 제기되면 전문조사관이 즉시 현장을 방문해 상담하는 것이 골자다. 산업현장에서 겪는 하도급계약자 금대출 같은 중소기업의 고충을 해소하기 위해 관계기관과의 조정역할을 해 나갈 계획이다.

다국적 기업들의 애로 해소에도 주력해 '기업하기 좋은 나라' 이미지를 높인다는 방침이다. 이를 위해 '주한 외국기업 민원 전담창구'를 5월 경 설치해 외국 경제단체와 기업경영자 등이 참석하는 정례 간담회를 주관할 예정이다. 지난 3월에는 외국 기업인들을 대상으로 서울 신라호텔에서 외국기업 CEO 정책간담회를 개최해 다국적 기업들의 애로를 청취·개선해 가고 있다.

경제활력을 저해하는 요인을 없애는 데도 정부가 발벗고 나섰다. 그 하나는 기업 및 국민의 경제활동과 직결된 행정규칙을 전면 정비하는 것이다. 예를 들면 유가보조금, 정부연구개발예산, 문화행사지원금 등이 정비대상이다. 지원제도가 시대 변화

에 맞지 않거나 집행자의 재량권이 남용돼 부조리가 적지 않았다. 정부 지원사업의 부조리 방지로 사업 효과를 극대화하겠다는 구상이다.

경제활력 저해요인 개선을 위해 권익위는 기업의 경영여건 개선과 취약계층 지원을 위한 행정규칙을 정비한다. 과도한 규제로 기업활동을 저해하는 요소와 취약계층의 경제활동 지원을 위한 관련규정을 집중적으로 뜯어고칠 계획이다. 특히 자의적인 금융감독규정, 기초생활수급자 지원절차, 농·어업경영자금 지원 등의 규칙들을 보면 불합리한 특혜 소지들이 잔존하고 있어 이의 개선이 시급한 실정이다.

국민들은 이런 경제회생 정책이 얼마나 실효성을 거둘지 의구심을 가질지도 모른다. 유사한 정책들이 과거에도 많이 나왔지만 체감할 만큼 효과가 나지 않았기 때문이다. 그러나 지금은 어느 때보다도 경제가 어렵다는 절박감을 누구나 인식하고 있다. 이를 타개하기 위한 정부 의지 또한 매우 강하다. 다른 해에는 연초에 질질 끌던 새해 업무보고를 이번에는 이미 지난해 말에 끝냈다. 정초부터는 보고한 대로 부처마다 바로 업무에 돌입했고 정부예산도 편성계획에 따라 실무집행에 들어가 상반기에 상당 사업을 마무리할 방침이다. 정부뿐 아니라 기업, 개인 등 너나 할 것 없이 경제 위기 극복을 위해 팔을 걷어붙이고 부지런히 땀 흘릴 때다. 김도원 기자



김덕만
국민권익위원회 대변인
bodo@acrc.go.kr

잘 보이지 않으십니까?



복잡하고 어려운
경제정책을
쉽게 설명한
「나라경제」를
권합니다!

정기구독 문의 및 신청
▶ 02-958-4656
nara@kdi.re.kr

창립 20주년 맞은 APEC의 꿈

아시아·태평양 경제협력체(APEC)와 아시아·유럽회의(ASEM)를 담당하는 외교통상부 경제공동체과 외교관으로 지난 2월 싱가포르에서 개최된 2009 APEC 제1차 고위관리회의(SOM: Senior officials' meeting)와 경제위원회(EC) 회의에 참석했다. SOM과 EC회의를 통해 생생한 외교 현장을 보고 느끼며 많은 것을 배웠다. 그리고 현재 우리나라가 확보한 국제 위상이 APEC과 같은 국제무대에서 우리 선배 외교관들이 열정적으로 활동한 성과라는 것을 알 수 있었다.

태평양양안(兩岸)에 위치한 21개 경제체로 구성된 APEC은 세계 육지면적의 47%(6,300만km²), 인구의 40%(26억명), GDP의 54%(29조 달러), 교역규모의 45%(13조 달러)를 차지하는 세계 최대 규모의 경제협력체다. APEC에는 미국, 중국, 일본, 러시아 등 세계 4대 강국이 모두 참여하고 있는데, 이는 APEC이 국제무대에서 차지하는 비중이 얼마나 큰 지를 말해준다. GDP 기준으로 우리나라는 APEC 21개 경제체(economy) 가운데 미국, 일본, 중국, 러시아에 이은 제5위의 위상을 차지하고 있다. 게다가 우리나라 교역의 67%가 아·태지역 국가들과 이루어지고 있다.

1989년 창설 이래 해마다 열린 APEC 회의는 올해 의장국인 싱가포르에서 개최됐다. 지난 2월 13일부터 26일까지 개최된 2009 APEC 제1차 고위관리회의(SOM)와 무역투자위원회(CTI), 예산행정위원회(BMC), 경제위원회(EC) 등 각종 회의에는 외교통상부, 기획재정부, 법무부, 지식경제부, 특허청 등 관계부처 담당관들로 구성된 정부대표단과 민간 전문가들이 참석했다. 여기서 필자는 대표단간 연락을 주선하는 연락관(Delegation Liaison Officer) 역할을 맡았다. 또 우리측 수석대표가 참석하는 회의 및 회담에도 참석하여 여러 나라 대표단을 만나기도 했다.

올해는 APEC이 창설된 지 20주년이 되는 해다. 2008년에 이어 올해도 글로벌 경제위기로 세계 대부분의 나라들이 어려

움을 겪고 있다. 제1차 SOM에 참가한 APEC 회원국들은 경제 협력을 강화해 나감으로써 경제난관을 극복하고자 머리를 맞대고 있었다.

SOM에 참석한 각 회원국 대표들은 현 글로벌 경제위기 극복방안을 집중적으로 논의했다. 그 결과, 경제위기 대응, 다자 무역체제 지원과 보호무역주의 확산 방지, 아·태 자유무역지대(FTAAP) 등 지역경제통합, APEC 개혁 등이 2009년 우선 추진과제로 선정됐다. 우리나라를 포함한 대다수 회원국 대표들이 ‘어떻게 하면 역내 기업환경을 개선하고, 기업들이 위기를 극복하는데 도움을 줄 수 있는가?’하는 문제를 해결하기 위해 노력하는 모습은 국제 사회의 공조를 체감할 수 있어 감동스럽기까지 했다.

우리 대표단은 보호무역주의 확산 방지 등 주요 이슈에 대한 논의를 주도했다. 글로벌 경제위기 극복을 위한 방안으로 2008년 11월 페루 APEC 정상회의에서 합의된 ‘새로운 무역장벽 도입 자제(Standstill)’를 이행하기 위한 메커니즘을 구축해야 한다고 강조했다. 우리나라는 각국의 보호무역조치 점검, WTO와 OECD 등 여타 국제기구와의 협력 강화, 정상회의와 통상 장관회의 성명서 등을 통한 보호무역주의 폐해에 대한 인식 제고 등을 골자로 하는 제안서를 제출했다. 우리 수석대표는 이 회의를 전후해 많은 회원국 대표들과 양자회담을 하면서 우리 측 제안에 지지하도록 적극 나섰다.

APEC 회원국 대표들은 글로벌 경제위기 극복을 위해서 아·태 자유무역지대(FTAAP) 등 APEC이 추진하고 있는 무역·투자 자유화 작업들을 가속화해야 한다는데 인식을 같이 했다. 글로벌 경제위기가 APEC의 목표인 아·태 경제통합을 향한 회원국의 의지를 약화시켜서는 안 된다는 데 회원국들 모두 공감하고 있었다.

SOM 개최에 앞서 2월 13일과 14일에는 말레이시아, 태국, 인도네시아, 브루나이에 대한 개별실행계획(Individual Action

Plan) 이행검토회의가 있었다. 우리 대표단은 이 회의에서 통신사업 분야의 외국인 투자지분 제한, 외국인 건축가의 활동 제한 등 서비스·투자분야에 대한 위 4개국의 규제 철폐를 촉구하는 등 우리 기업의 진출여건을 개선하기 위해 노력했다. 특히, 태국 IAP 이행검토회의는 필자가 우리나라 대표로 태국의 서비스, 관광산업 부문의 자유화와 규제철폐계획에 대한 질문을 했기 때문에 더욱 기억에 남는다. 당시에는 국제회의에서 처음 하는 발언인 만큼 많이 긴장됐다.

하지만 회의 종료 후 태국 대표가 찾아와 태국에 대한 한국의 관심에 고마움을 느낀다며 말을 걸어줬고 ‘한류’를 주제로 담소를 나누다보니 동남아 지역에서 갖고 있는 우리나라의 위상 덕분에 뿌듯함마저 느끼게 되었다.

이번 APEC SOM 회의의 참가를 통해 스스로 외교관이라는 사실에 자부심을 갖게 되었다. 이번 회의는 우리나라가 지향하는 외교방향이 무엇인지, 국익 증진을 위해 어떤 노력을 해야 하는지에 대해 막연히 가지고 있던 필자의 생각을 바로 잡는 계기가 되었다. APEC은 결합의 강도가 비교적 약한 다자협력체인 만큼 국익이 심각하게 대립되는 상황은 없다. 그럼에도 각국 대표들은 본 회의 전후 바쁜 시간을 쪼개어 자국의 이해관계가 걸린 회원국 대표들과 양자회담을 갖고 협의도 했다. 우리나라는 양자회담을 가장 적극적으로 활용한 국가 가운데 하나였다. APEC에 대한 국민들의 관심이 늘어나고 APEC 내 각종 회의체에 대해 민간 참여가 확대되면, 우리 대표단 활동에 큰 힘이 될 것이라 생각한다. APEC 회의에서는 경제·



2008년 11월 페루에서 개최된 APEC 정상회의에서 '새로운 무역장벽 도입 자제(Standstill)' 방안이 합의됐다. 사진은 이명박 대통령이 APEC 정상회의 CEO 서밋에서 기조연설 하는 모습

통상, 인간안보 문제 등 다양한 이슈가 논의되는 만큼 각 분야 전문가들이 우리 대표단을 지원할 때, 실질적 성과를 도출하기가 한층 수월할 것이다.

2009년 APEC 제1차 SOM을 회상해 보니, 한국 드라마와 불고기를 좋아하던 태국 대표단원, 고품질의 한국산 학용품이 인상적이었다며 말을 붙여오던 호주 외교관, 한·칠레 FTA 체결로 태평양의 맞은편에 위치한 한국에 대한 인지도가 크게 향상되었다고 말하던 칠레 대표의 얼굴이 떠오른다. 다시 제2차 회의를 준비하면서 우리 외교가 아시아, 태평양 지역으로 외교의 지평을 확장해 나가는 데에 APEC이 발판이 될 것이라는 확신이 든다. 



이수진

외교통상부 경제공동체과 2등서기관
apeco@mofat.go.kr

건설근로자 실업급여, 노동부가 맡아야

고용불안정, 임금체불 등 제조업에 비해 불이익 많아

지금 전 세계는 미국발 금융위기의 파장으로 경기침체 국면으로 접어들고 있다. 이런 금융위기는 건설업에 악재로 작용할 가능성이 높아가뜰이나 침체된 국내 건설업계에 어려움이 가중될 전망이다.

국내 건설 경기와는 별개로 국제적으로는 고용이 행진에 따른 산유국의 해외 건설공사 발주로 지난해 처음 국내 건설업체들의 해외건설 누적 수주액이 3천억 달러를 돌파했다. 해외건설 수주액은 2008년도 한 해 동안만 476억 달러를 경신했다.

2008년도 해외건설공사 수주액 중 상위 10개 업체의 비중은 67.5%에 달한다. 해외 건설경기 호황의 수혜를 받는 건설업체는 초대형 건설업체로 한정돼 있는 것이다. 해외로 진출하기 힘든 중·소형 건설업체는 국내 건설경기의 어려움을 그대로 겪을 수밖에 없다. 건설업체 간 양극화는 건설근로자 간 근로조건 양극화를 낳게 된다. 특히 중층적 하도급 구조라는 건설업종의 특수성은 이런 양극화를 심화시킨다. 건설공사에 종사하는 건설 일용근로자들을 보호할 방안이 절실하다.

다단계 하도급 구조로 근로조건 취약

건설산업의 특성은 고용구조가 중층적 다단계 하도급 구조다. 69.8%가 3단계를 초과하여 하도급이 이루어진다. 이런 다단계 하도급 구조 때문에 건설근로자들의 지위는 불안하고, 근로조건 보호도 취약하다.

이런 건설산업의 특성으로 인해 건설업의 인력구조는 정규직 비율이 32.2%인 반면 비정규직은 67.8%로 다른 산업에 비해 고용불안이 심각한 상태다. 전

체 산업, 특히 제조업에 비해 비정규직의 비율이 두 배 이상 높아 대략 94만3천 명으로 추산된다. 이들 건설 일용근로자의 근로조건은 다음과 같은 문제점이 있다.

첫째, 고용불안정 문제다. 건설산업은 생산활동이 단발적이며 노동력에 대한 수요 역시 불안정하다. 그 결과 대부분의 건설 일용근로자는 비정규직으로 고용될 수밖에 없는 상시 고용불안정 상태에 놓여 있다.

둘째, 고용관계 불명확 문제다. 건설 일용근로자의 대부분은 비공식적인 신분을 지니는 '십장'에 의해 동원·통제된다. 원청·하청 간 동시작업으로 인한 노무지시의 중첩구조는 일용직의 노동법적인 사용자 관계를 파악하기가 어렵게 만든다.

셋째, 임금 문제다. '건설업 체불임금 청산에 대한 개선방안 연구'에 의하면 2002년부터 2005년 사이에 체불근로자수가 약 6배 늘었고 체불금액은 약 7.7배 정도 증가했다.

넷째, 제조업체(계속사업)에 비해 상대적으로 불이익 문제다. 건설 일용근로자는 제조업 근로자에 비해 임금 및 퇴직금, 실업급여의 보호를 받지 못하고 있다. 이는 고용관계의 복잡성 및 불명확성, 낮은 고용보험 가입율 등 때문이다. 또한 건설 일용근로자는 건설업체로부터 체계적인 교육훈련을 받지 못하고 고용보험 가입률도 낮아 국가의 교육지원도 거의 받지 못하고 있는 형편이다.

이런 문제점을 해결하기 위한 방안의 하나가 건설 일용 근로자들에게 등록제를 실시하는 것이다. 우선 전체 취업기간과 실업기간을 사용자나 근로자로부터 신고 받는다. 이를 노동부 고용지원센터



건설업의 인력구조는 정규직 비율이 32.2%, 비정규직은 67.8%로 다른 산업에 비해 고용불안이 심각한 상태다.

에서 관리·운영하도록 해 실업급여 혜택을 원활히 받을 수 있도록 하는 것이다. 장기간 실업상태에 있는 건설 일용직에게는 기초적인 산업안전, 보건교육을 등록 연수에 맞추어 의무적으로 받게 해야 한다. 필요한 직업능력개발교육을 도입해 전체 건설 일용직 근로자들 대한 인력 고도화를 이룩하자는 것이다.

체계적인 교육프로그램 수립 시급해

현재 건설 현장에는 중국이나 러시아 등 외국 국적의 동포들이 많이 취업 중이다. 이들 외국 국적의 근로자들은 저임금·고효율이라는 평가로 국내 근로자의 지위를 점차 대신하고 있다. 이는 국내 일용근로자의 고용불안과 장기실업을 유발하고 많은 사회문제를 일으킨다. 이런 사회문제를 예방하기 위해서라도 국가가 직접 건설일용근로자의 기능발전을 위한 교육훈련 프로그램을 체계적으로 수립해 추진해야 한다.

제조업체 종사자들에 대한 사회안전망 구축은 1998년 외환위기 이후 사회 전반적으로 일정수준 이루어졌다. 그러나 비정규직 중 다수를 차지하는 약 1백만 명의 건설업체(유기사업) 일용근로자들에 대한 사회안전망 구축은 아직도 미미하다.

제조업종과 다르게 건설업종의 건설일용직종은 수평적 노동시장으로서 사용자가 투자한 교육훈련비를 회수할 수 없는 특성이 있다. 따라서 이들을 위한 교육훈련은 국가가 실시해야 한다는 현실적 이유가 존재한다. 이를 통해 실질적인 건설인력의 고도화를 앞당긴다면 외국인력 수입에 대한 쿼터제 시행으로 발생할 수 있는 국내 건설산업의 잠재적 경쟁력 약화를 방지하는 효과도 있다.[※]

※이 제안은 지난 2월 12일 아주대에서 열린 한국노동법학회 학술세미나에서 발표된 논문을 요약한 것입니다.



이영선
공인노무사, 노무법인 한길 대표
hanguisuwon@hanmail.net

참쌀떡 행상 → 미국공사 → 외부대신

‘상투댄디’ 이하영 대감의 영어(英語) 출세기

이 하영은 철종이 보위에 오른 지 9년째 되던 해인 1858년 경상도 동래군 기장에서 태어났다. 어려서는 집안이 간구해 기장에서 동래장을 오가면서 참쌀떡 행상을 다녔다. 끼니나마 때울 요량으로 통도사에 동자승으로 들어간 적도 있다. 1876년, 그의 나이 열아홉 때 부산이 개항되자 이하영은 혈혈단신 부산으로 이주해 일본인 상점에서 점원으로 일했다.

집안이 한미하고 가난한 탓에 한문은 물론 한글조차 깨치지 못했지만, 점원으로 일하는 동안 세상이 바뀌고 있음을 깨닫고 밤낮으로 일본어와 일본 상인의 상술을 익혔다. 그렇게 8년을 열심히 살다보니 일본어도 유창하게 구사할 수 있게 되었고, 장사 밑천도 어느 정도 마련되었다. 개항 초기인 터라 아직 조선어와 일본어를 동시에 구사할 수 있는 사람이 흔치 않았다.

1884년, 스물일곱이 된 이하영은 고용살이를 청산하고 자기 사업을 시작했다. 그의 첫 사업은 평소 알고 지내던 평양출신 상인과 동업으로 일본과 조선을 왕래하며 무역을 하는 것이었다. 이하영은 동업자와 함께 나가사키로 건너갔다. 그러나 믿었던 동업자는 나가사키에 도착한 날 밤 동업 밑천을 몽땅 챙겨 도주해버렸다. 8년 동안 살뜰히 모은 알토란같은 재산을 장사 한 번 해보지 못하고 고스란히 날린 것이었다.

한해탄 선상의 기연(奇緣)

하루아침에 빈털터리가 된 이하영은 하늘을 원망하며 부산으로 가는 배에 올랐다. 그가 올라탄 배는 상하이로 출발해 나가사키와 부산을 거쳐 제물포까지 가는 여객선 난징호였다. 그 배에는 이역 땅에서 쓰라린 실패를 맛보고 새로운 희망을 찾아 조선으로 향하는 또 한 명의 사나이가 타고 있었다.

1858년 이하영이 태어난 바로 그 해, 지구 반대편 미국 오하이오주에서 태어난 의료선교사 알렌이었다. 1883년, 마이애미 의과대학을 졸업한 알렌은 장로교 해외선교부에 지원해 중국 선교사로 발령 받았다. 가족과 함께 중국으로 이주한 알렌



1887년 12월, 미국으로 출발한 주미공사 일행
앞줄 왼쪽부터 이상재, 이완용, 박정양, 이하영, 이계연

은 난징과 상하이로 거점으로 의료선교 사업을 시작했다. 이후 1년 동안 알렌은 넓디넓은 중국 땅을 발바닥에 땀나도록 쫓아다녔지만 선교사업은 실통치 않았다. 서양의학과 기독교에 대한 중국인의 반감은 만리장성처럼 견고했다.

중국에서 활로를 찾지 못하고 고민하던 알렌에게 동료 선교사가 개신교 선교의 불모지인 조선에서 새출발 해보는 게 어떻겠느냐고 조언했다. 알렌은 뉴욕의 장로교 선교본부의 승인을 얻어 아무 대책도 없이 조선으로 가는 길이었다.

한차례 뼈아픈 실패를 맛보았던 두 ‘1858년 말미’ 동갑내기 선상에서 서로의 처지를 위로하며 급속히 가까워졌다. 알렌은 조선어를 모르고, 이하영은 영어를 몰라 두 사람의 대화는 일본인 영어 통역을 매개로 진행되었다. 당시 영어와 조선어를 동시에 구사할 수 있는 사람은 조선 주재 미국공사관 통역 윤치호와 보빙사(조선에서 최초로 미국 등 서방세계에 파견한 사절단) 일행으로 미국에 갔다가 그대로 눌러앉아 유학 중이던 유길준 정도였다.

나가사키에서 빈털터리가 된 이하영은 어차피 부산으로 돌아가 봐야 뽕족한 수가 없었기 때문에 귀국 선상에서 외국인 친구를 사귀 김에 무작정 그를 따라나섰다. 1884년 9월 20일,

〈전봉관의 온고지신〉에서는 식민 통치로 고통받고 암울했던 시절, 아픔 속에서 태동되던 근대화의 씨앗 그 안에 숨겨졌던 우리 경제 이야기를 들춰냅니다. 다양한 경제 사건과 인물, 스캔들을 통해 현재 직면한 문제의 뿌리를 찾고 해결의 실마리를 탐색해 봅니다.

난징호가 부산을 거쳐 제물포에 닿을 때만 해도 이하영이나 알렌이나 앞길이 막막하기는 마찬가지였다. 알렌이 맡은 첫 보직은 주조선 미국공사관 무급 의사였고, 이하영이 맡은 첫 보직은 무급 의사 알렌의 요리사였다.

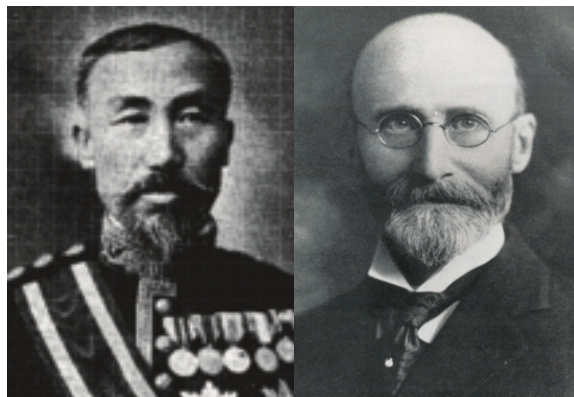
영어를 배우며 때를 기다리다

미국공사관이 알렌에게 제공한 것은 가족과 함께 살 집이 전 부였다. 한동안 알렌과 이하영은 서로 영어와 조선어를 가르쳐주면서 자신들이 ‘크게 쓰일 때’를 기다렸다. 기다림의 시간은 그다지 길지 않았다. 알렌이 조선에 들어온 지 석 달째 되던 1884년 12월 4일 밤, 우정국 개국 축하만찬 석상에서 갑신정변이 일어났다. 알렌은 온몸에 자상을 입어 사경을 헤매던 명성황후의 조카 민영익의 목숨을 극적으로 구해냈다. 죽어가던 민영익을 회생시킨 것을 계기로 알렌은 세도가 민씨 가문과 조선왕실의 신임을 얻어 왕실부 시의관으로 임명되었다. 미국공사관 무급 의사로 조선 생활을 시작한 지 불과 석 달 만에 일약 어의(御醫)로 승차(陞差)한 것이었다.

알렌에게 영어를 배운 지 1년 만에 이하영은 더듬거리면서 몇 마디씩 영어를 할 수 있게 되었다. 조선 최초의 영어통역관 윤치호는 갑신정변 이후 상하이로 망명했다. 1883년 조선 조정은 외국과 교역에 필요한 영어통역 전문가를 육성하기 위해 동문학(同文學)이라는 영어교육기관을 설치했지만, 졸업생들의 영어 실력은 영 신통치가 않았다. 덕분에 이하영의 ‘더듬거리는 영어’는 당시 조선 안에서 조선인이 구사할 수 있는 최

고 수준의 영어였다.

알렌은 이하영을 자신의 통역으로 삼았다. 알렌의 더듬거리는 조선어와 이하영의 더듬거리는 영어로 두 ‘58년 말때’가 한참 동안 씨름하면 대충 뜻은 전달되었다. 알렌은 진료를 위해 고종을 알현할 때도 이하영이 함께 가길 원했다. 그러나 벼슬이 없는 이하영은 관복을 입고 어전에 나갈 수 없었다. 사정을 들은 고종은 배운 것도 변변치 않고 집안도 한미한 이하영에게 외아문 주사라는 벼슬을 내렸다. 이하영은 더듬거리는 영어 실력 하나로 출세의 탄탄대로에 들어선 것이었다.



왼쪽: 외부 대신 시절 이하영
오른쪽: 개신교 선교사로 조선에 입국한 알렌은 조선정부 외교관, 미국 공사관, 서기관 등을 거쳐 무려 7년간 주조선 미국 공사를 역임하며 한국 근대사에 지대한 영향을 끼쳤다.

참살떡 행상이 주미 공사를 거쳐 외부대신으로

1887년 초대 주미 공사박정양이 부임할 때, 이하영은 이등서기관으로 주미 공사관으로 파견되었다. 주미 공사관 내 서열은 전권공사박정양, 참찬관이완용에 이은 3위였다. 번역관 이채연이 영어를 한 마디도 할 줄 몰라

이하영이 통역 역할까지 도맡았다. 미국 클리블랜드 대통령에게 신임장을 제정할 때, 청국 공사를 대동하지 않은 것이 외교 분쟁을 일으켜 박정양이 이완용과 함께 조선으로 소환되자, 주미 공사관에 홀로 남겨진 이하영이 서리공사로 임명되었다. 외교부 말단직원으로 들어간 지 단 2년 만에 주미대사로 수직상승한 셈이었다.

이하영은 ‘상투댄디’로 불리며 워싱턴 사교계의 총아로 떠올랐고, 귀국 후에는 외아문 참의(차관보)를 거쳐 외부대신(외교부 장관)까지 올랐다. 이하영은 영어로 인생역전의 꿈을 이룬 첫 번째 한국인이었다.



전봉관 KAIST 인문사회과학부 교수
근대문학을 공부하던 중 그 시대 사회·문화의 역동성과 매력을 발견, 근대문화 연구에 뛰어들었다. ‘30년대 조선을 거닐다(조선일보)’, ‘옛날 집지를 보러가다(신동아)’를 연재했으며 〈황금광시대〉, 〈경성기담〉, 〈력키(경성)〉, 〈경성자살클럽〉 등의 저서가 있다.
junbg@kaist.ac.kr

『나라경제』는 각부처의 경제정책을 해설하고 소개하는 단순 홍보성에서 벗어나 최근 실행된 정책의 도입배경과 수립과정, 집행 중의 어려움과 문제점을 생생히 짚어보려 합니다. 정책이 실행된 후 국민들의 실제 삶은 얼마나 달라졌는지 『나라경제』가 보도합니다.

중소기업청

재래시장 활성화 지원사업

새로운 나라를 여행하는 사람이라면 누구나 그 곳의 시장을 찾는다. 그 나라의 신선한 식품을 저렴한 가격에 살 수 있고, 다양한 볼거리도 경험할 수 있기 때문이다. 세계 각국의 재래시장이 새로운 관광지로 떠오르는 이유이기도 하다. 하지만 우리나라의 재래시장은 어떤가? 과연 지금 당신이 떠올리는 시장의 이미지는 어떤 것인가? 2004년 중소기업청은 「재래시장 육성을 위한 특별법」을 만들었다. 이후 재래시장은 눈비 맞지 않고 다닐 수 있는 곳, 카드는 물론이고 쿠폰까지 사용할 수 있는 곳으로 변신했다.

在來시장, 再來시장 되었다

1970년대만 해도 시장은 지역에서 가장 번성하고 규모가 큰 유통의 중심지였다. 각종 물품은 물론이고 온 마을의 소식과 주민들이 오고 가는 곳이었다. 그러나 1980년대 후반 슈퍼마켓과 편의점이 출현하고 1996년 유통시장이 개방되면서 선진 유통기업이 몰밀듯 국내 시장에 들어왔다. 특히 대형마트의 확산은 자래시장을 크게 위축시켰다. 자래시장과 대형마트는 동일한 소매형태이면서 상품 구성이 비슷해 지역의 동일 상권을 두고 직접 경쟁한다. 즉 소비자의 지출은 일정해 대형마트의 매출이 증가하는 만큼 자래시장의 매출이 감소할 수밖에 없는 것이다. 1996년 유통시장 개방 당시 대형 할인점은 28개였으나 2005년 말에는 300개 이상으로 늘어났다.

2005년 기준 전국의 자래시장은 1,650개, 점포상인은 33만 명, 노점상인은 6만 5천 명으로 집계됐으나 이는 해마다 줄어들었다. 자래시장의 빈 점포는 늘어가고 한 번 마트로 발길을 돌린 사람들은 다시 돌아오지 않았다. 자래시장을 지원해야 한다는 사회적인 공감대가 퍼져나갔다.

2004년 3월 5일 노무현 전 대통령이 참석한 자래시장 혁신사례 보고대회는 그 발화점이 됐다. 강원도 황성의 한 자래시장 상인들이 자발적으로 8억 원을 모으고 정부지원을 통해 시설을 개량하고 서비스를 향상시킨 결과, 매출이 25% 증가한 것이다. 대통령은 시장을 지원할 수 있는 대책을 신속히 마련하라고 일렷다. 상황은 급물살을 타기 시작했다. 2004년 6월 오영식 국회의원을 비롯한 열린우리당이 제정안을 발의하고, 9월 안경률 의원을 대표로 한나라당이 개정안을 제출하여 「자래시장 육성을 위한 특별법」이 공포됐다. 이 법을 통해 중앙정부와 지방자치단체간의 연계를 통한 시장 육성 체계가 갖춰지고 전문가(시장경영지원센터)이 설립되면서 전국 규모의 시장상인화가 만들어졌다. 2003년 시설 개선에만 833억 원이던 자래시장 지원 예산이 2004년 1,650억 원으로 늘었다.

그러나 기존에 없던 법안을 만드는 작업이라 「자래시장 육성을 위한 특별법」은 1년 만에 전면 개정된다. 자래시장에 대한 구역이 불분명하고 범위도 넓어 단순히 자래시

유통업태별 점포 수 변화		(통계청, 2005)
구분(점포 수)	1996년	2005년
백화점	109	87
할인점	28	307
슈퍼마켓	3,657	6,898(2004년)
편의점	1,885	9,060
무점포판매	11,579	15,021(2004년)
영세소매업	705,916(97년)	625,982(2004년)

장 지원만으로는 지역을 활성화하는 데 한계가 있어사다. 게다가 대형 유통점의 증가나 소비자의 패턴 변화 같은 외적 요인 외에 시장 관리능력 부족, 고객을 유인하는 점포경영기법의 미흡 등 내적 요인을 개선해야 한다는 목소리도 크게 작용했다. 이에 기존 법안이 2006년 4월 「자래시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」으로 변경됐다. 또 2006년부터 2008년까지 자래시장을 살리기 위해 2,680억 원에 이르는 예산을 투입해 시설을 현대화하는 경제부처 합동 「자래시장 활성화 종합계획」을 수립하기에 이르렀다. 「자래시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」은 2016년까지 한시적으로 운용되는 법이지만 어떤 형태로든 지속적인 지원이 이루어질 것이라는 관측이 나오고 있다.

표창희 나라경제 기자

시장은 언제 생겼을까?

우리나라에 처음 시장이 생겨난 것은 삼국시대(490년) 신라 경주에서 쌀을 거래하는 곳이 등장하면서부터다. 고려시대 중기까지는 상설점포를 가진 시장은 없었다. 그러다 고려 희종(1205년~1211년)때 개성에 관청과 귀족을 대상으로 한 관영시장인 '시전'이 열렸다.

조선 초기 개성상인들이 서울로 이주하면서 종로 지역에 관허 시장이 생겼다. 그 중 대표적인 것이 바로 우리가 잘 아는 '육의전'이다. 육의전 상인들은 점포세와 영업세를 납부하고 궁궐과 관청에 독점적으로 납품을 하면서 '금난전권'을 행사해 민간 상업이 발전할 수 없었다. 일반인들이 자유롭게 드나드는 시장은 정조 15년(1791년)에 이르러야 만들어졌다. 이후 18세기 후반 한강 마포나루, 송파나루, 금강하구 강경 등에 상설시장이 나타나기 시작했다.

현재 법률이 규정한 자래시장이란 다수의 도매업·소매업 및 용역업이 혼재한 형태로 운영되는 점포의 집단으로 시장 및 군수·구청장의 승인을 받아야 한다. 더욱이 '시설이 노후화되어 개수, 보수 또는 정비가 필요하거나 유통기능이 취약하여 경영개선 및 상거래의 현대화 촉진이 필요한 장소'로 정의돼 있어 더 이상 지원대상이 아닌 자래시장이 늘고 있다는 의견도 있다. 현재 정부는 자래시장의 정의와 지원 범위를 규정하는 개정안을 협의 중이다. 또 기존의 이미지에서 벗어나기 위해 자래시장을 전통시장이라는 용어로 대체하는 추세다.

김종국 정책총괄과 과장 인터뷰 (법안 제정 당시 시장개선과 사무관)

재래시장 특별법, 가장 중요한 건 스피드

처음 재래시장을 위한 특별법이 만들어질 때 상황은 어땠나요?

96년 유통산업 개방 이후 OECD국가 중 대형 마트 규제가 없는 나라는 우리나라뿐이었어요. 일본만 해도 96년 개방하고, 98년 규제를 만들었으니까요. 대형 마트가 들어서면서 우리 생활환경과 유통산업에 기여한 바도 분명 있습니다. 하지만 소상공인들, 특히 영세한 시장상인들은 속수무책 무너질 수밖에 없는 상황이었지요. 17대 국회가 이들을 살리기 위해 재래시장 특별법을 국회 민생법안 1호로 통과시킨 건 당연한 일이었어요.

여당과 야당이 함께 법 제정에 기여하셨다고요?

그만큼 시급한 문제였어요. 무엇보다도 속도를 강조했지요. 그런데 막상 2004년 3월 담당부서에 배치되고 보니 재래시장에 대한 연구나 실태조사가 전혀 없는 상태였고, 이 분야에 대한 전문가도 없었어요. 학계도 마찬가지였고, 12명의 전문위원단을 꾸려 시장활성화 대책을 수립하기로 했지만 입법 과정이 쉽지는 않았습니다. 한 달 동안 매일 시장으로 출근했어요. 현장을 발로 뛰며 조사하고 밤에는 자료를 만들고 해서 6월에 발의가 되고, 9월 통과될 때까지 별보며 나와서 별보며 들어가기를 밥 먹듯 했죠. 법안이 통과되던 날 결국 알아 누웠어요. 허허.

법안이 통과되었다고는 해도 실행이 되려면 필요한 게 많았을 겁니다.

그렇죠. 일단 법안을 근거로 사업을 시행할 전문가를 만들려고 2005년 시장경영지원센터를 열었고, 그 해 가을 전국 상인들을 불러 모아 판을 펼쳤습니다. 전국 재래시장을 대상으로 첫 박람회를 연 겁니다. 상인들이 모인 자리에서 자연스럽게 상인들 스스로 조직을 구성했습니다.



그런데 1년 만에 전면 개정안이 나왔습니다.

네, 실제로 시행을 해보니 시장의 특성에 맞는 지원이 필요하더라고요. 지역마다 문화가 다르잖아요. 상인회마다 분위기도 다르고, 수십 년간 선례가 없는 법을 만들다 보니 시행착오가 있었던 셈이에요. 시장을 분류하고, 형편에 따라 맞춤형 시장지원을 했습니다. 무등록 시장도 양성화하고 각종 특례조치를 실시하고 점포 임대 상점가, 지하상가까지 지원 대상에 포함됐습니다.

짧은 시간 많은 일을 하셨는데 가장 기억에 남는 일이 있다면?

법안 통과되던 2004년 일입니다. 이미 그 해 예산은 다 짜여 있는 상황에서 새로 법안이 통과되고 나니 쓸 예산이 없는 겁니다. 그나마 있던 예산도 시설 개선을 위한 것들이고요, 시장을 많이 알리고 홍보를 해야 하는데 예산이 없으니 어쩌나 고민하다가 KBS '6시 내고향'이라는 프로그램을 보고 '저거다' 싶었죠. 바로 담당피디한테 편지를 썼어요. 그 프로그램에 각 지방의 시장을 소개하면 어떻겠냐고, 그런데 답장이 없는 겁니다. 그래서 또 전화를 했죠. 그런데도 답이 없고, 또 메일을 보냈는데 답이 없고, 그렇게 실랑이 끝에 드디어 피디를 만났어요. 예산이 하나도 없으니 당장 제작을 도울 수 없지만 다음 회기에는 예산을 따낼 테니 이 프로그램을 꼭 만들어 달라. 저녁시간 주부들이 향수에 젖어 볼 수 있는 프로그램이다. 솔히 설득을 한 결과 담당피디에게 해 보자는 답변을 얻어냈고, 첫 촬영으로 해남에 갔습니다. 프로그램은 전파를 타자마자 대박이었어요! 지금도 그 코너가 있잖아요.

특별법 시행으로 현장에서 가장 달라진 점은 뭐니까?

정책대상이 상인이라는 점이 실제 사업을 해나가는 과정에서 참 어려워요. 이분들은 교육을 받은 경험이 많지 않고, 이해관계에 따라 즉각적으로 반응하기 때문에 하나하나 설명하고 설득하면서 변화를 이끌어 가야 하니까요. 하지만 지속적인 지원을 통해 시설을 향상시켜주고, 교육시켜주니까 정부가 우리에게 관심을 가지고 있구나, 우리를 위해서 노력하고 있구나고 마워하고 더 열심히 하려고 해요. 정부와 지역상인들이 함께 파트너십을 이뤄갈 수 있는 일이고, 우리 재래시장의 경쟁력을 높이는 일인만큼 많은 분들이 관심을 가져주셨으면 좋겠어요. 

글·사진 표초희 나라경제 기자

잘되는 시장엔 ‘상인대학’이 있다

재래시장의 경쟁력을 키우기 위해 시행되고 있는 「재래시장 및 상점가 활성화 지원사업」은 크게 시설 현대화와 경영 현대화라는 두 축으로 이루어져 있다. 2004년 특별법이 제정된 이래 9천억 원에 달하는 비용이 투입됐다.

시설 현대화를 통해 전국 시장의 아케이드 511개, 주차장 286개, 건물 개량만도 519개, 진입로 82개가 만들어졌다. 더 이상 눈비 맞으며 시장을 돌아다니지 않아도 되고, 편리하게 주차할 수 있는 곳도 많아졌다. 하지만 여전히 고객의 기대에 미치지 못해 화장실이나 휴게실을 비롯한 편의시설 마련을 위해 올해 1,600억 원의 예산이 계획돼 있다. 중소기업청과 각 지역자치단체, 상인회의 협의를 거쳐 지원 규모가 결정된다.

경영 현대화는 상인들의 의식을 바꾸는 중요한 사업이다. 2008년 기준 전국의 재래시장은 1,550개, 점포수는 21만 개이고 이곳에서 일하는 상인은 36만 명이 넘는다. 이곳의 상인들은 경영 능력이 부족하고 현대화된 상거래 문화에 익숙하지 않은 사람들이 많다. 2005년 시장경영지원센터가 체계적 교육을 목표로 ‘상인대학’을 열었지만 첫 반응은 “그게 뭐여?”였다. 그러나 꾸준히 마케팅, 유통, 경영에 대한 교육을 실시하고 2008년부터 정보화 교육이 이루어지면서 교육의 효과가 나타났다. 교육을 받은 시장의 실제 매출이 평균 30% 증가한 것

고객을 위해 옷차림과 말투를 바꾸고 이벤트를 실시하고, 공동쿠폰이나 홍보물도 배포했다. 자연스럽게 빈 점포가 줄고, 시장 분위기도 살아났다. 더욱이 짧은 대학생활을 마친 상인들에게 졸업식은 가장 큰 격려요, 보람이 됐다. 잘되는 시장에는 상인대학이 있다는 말이 나오게 됐다.

또 한 가지 주목할 점은 이 모든 교육이 찾아가는 교육으로 이루어진다는 것. 상인들은 언제든 자기 가게로 달려갈 수 있길 원하고, 또 그 거리를 벗어나면 교육을 꺼려했다. 때문에 시장경영지원센터 담당 교수들은 교육을 희망하는 시장으로 직접 찾아가야 했다. 정보화 교육을 위해서는 노트북이 탑재된 이동버스를 제작해 시장 앞까지 찾아가기도 했다.

지난해까지 교육을 받은 상인 수가 10만 명, 상인대학을 졸업한 사람 수만도 1만 명에 이르고 있다. 중소기업청 시장개선과 박상용 사무관은 “대상을 선정하는 일이 가장 중요하고 어렵다. 하지만 지원을 통해 시장이 활력을 찾는 것을 볼 때면 우리 재래시장을 단순히 경제 논리로만 판단해선 안 되는구나, 서민을 대표하는 아이콘답구나 싶다. 사업시행에 앞서 시장에 대한 이해와 애정이 우선돼야 한다는 걸 느꼈다.”고 설명했다. 

미니 인터뷰 | 이도열 ‘상인대학’ 경영학 교수

상인대학의 교육은 어떻게 이루어지나?

의식개선 교육은 2~4시간 특강 형식으로 진행되고, 다른 교육은 단기형 실무형, 현장형 등 시장 상황에 맞춰 이뤄진다. 교육장 있는 곳이 거의 없어 시장 내 새마을금고나 신협, 동사무소 강당 등을 빌린다.

교육이 왜 필요하다고 생각하나?

지난 4년간 특별법을 통해 아케이드, 주차장, 화장실 같은 하드웨어는 상당수 갖췄다. 이젠 소프트웨어가 바뀌어야 한다. 재래시장이 양질의 값싼 상품을 갖고 있는데도 사람들이 마트로 가는 이유는 고객 서비스 때문이다. 먼저 고객의 패턴과 심리를 이해해야 한다고 교육한다. 장사가 잘 안 되는 이유를 다른 곳에서 찾지보다 자신에게서 먼저 찾고 이걸 개선하기 위해 우리가 어떻게 변하고 단결해야 하는지 생각하게 한다.

현장에서 가장 큰 어려움은 무엇인가?

시장 상인들의 나이는 평균 53세, 교육 경험이 없는 사람들이 대부분이다. 행정적인 말이나 법률 용어 같은 걸 쓰면 안 되고 최대한 쉽고 재미있게 설명하려

고 노력한다. 또 가게 문을 닫고 오는 걸 손해라고 여기지 않도록 알차게 준비한다. 말로만 그치는 교육이 아니라 반갑게 인사하기 같은 작은 것부터 직접 실천할 수 있도록 유도한다. 또 가급적 더 작고 소외된 시장을 우선 찾아가려 한다. 큰 시장은 스스로도 잘 뭉치고 정보도 빠르다. 영세한 시장은 이러한 지원 사업이 있는 줄 모르는 경우도 많다. 이들에게 보호하고 자리를 지켜주는 것이 사회인전망을 확충하고, 장기적으로 우리 국가 경제를 살리는 길이라 생각한다.

재래시장에 남다른 애정이 느껴진다. 재래시장의 의미를 한 마디로 한다면?

재래시장은 그 지역의 문화와 특성을 가지고 오랜 시간 주민들과 함께 해온 자존심 같은 거다. 1백 회 넘게 한장을 찾아다니면서 교육을 하다 보니 공통적으로 상인들이 원하는 것이 무엇인지 더 많이 이해하게 된다. 재래시장의 구성원들은 우리 사회의 바탕이다. 재래시장이 ‘우리 시장’이라는 공감대가 생겼으면 좋겠다. 물건 좋고, 가격도 싼 데 더디고 동안 포장을 잘 못해왔던 거다. 지금처럼 재래시장이 방치된 채 한 세대가 지나면 정말 재래시장이 없어질지도 모른다.

표준희 나라경제 기자

재래시장의 기적, 망우동 우림시장



환경개선사업을 실시하기 전(왼쪽)과 후(오른쪽)의 달라진 우림시장 풍경
점포마다 설치했던 천막과 캐노피는 사라지고 아케이드가 들어섰다. 주차시설을 마련해 시장 안에는 소비자들의 통행로를 확보했다.

“오~라아~ 오~라아~ 스도~윽!” ‘시장 통’에 차를 댈 수 있을까 하던 걱정이 무색했다. 잘 정돈된 주차장의 친절함 주치요원은 시장에서 물건을 사면 무료주차권을 준다고 안내한다. 아케이드로 덮인 시장에 들어서자 가차없이 정돈된 점포들이 한 눈에 들어온다. ‘현대화’ 됐지만 여기저기서 가격을 흥정하고 봉투에 물건을 더 담으려 실망이하는 풍경은 아직도 정겹다. 서울 중랑구의 우림시장을 찾았다.

우림시장은 70년대부터 ‘원래의 우림시장’ 주변에 형성돼온 작은 골목형 시장이었다. 이 작은 시장은 ‘원래의 우림시장’이 80년대 재개발돼 ‘용마프라자’가 되면서 우림시장이란 명칭을 넘겨받았다. 그렇지만 정식 허가받은 시장이 아닌 ‘유사시장’으로 분류돼 이곳 상인들은 ‘불법’으로 도로를 점유했다는 이유로 구청의 단속을 받기 일쑤였다.

90년 들어 상인들이 결집하기 시작했다. 재래시장으로서는 최초로 ‘셔틀버스’를 운행해보자는 아이디어가 나왔다. 8월부터 인근 아파트 주민들을 실어 나르기 시작한 셔틀버스의 효과는 9월 추석 대목의 호황으로 나타났다.

그러던 99년, 중랑구에 대형마트 까르푸가 들어섰다. 우림시장 상인들은 까르푸 옆 면목시장의 매출이 단숨에 반토막 나는 걸 지켜봤다. 이듬해, 우림시장 가까이에도 이마트 건축공사가 시작됐다. 그 무렵 상인회장으로 선출된 유의준 조합장은 잠을 못 이뤘다. 셔틀버스를 3대까지 늘릴 만큼 장사가 되던 때 찾아

온 위기였다. 지레 겁을 먹은 상인들은 2~3천만 원에 달하던 권리금을 천만 원까지 낮춰 가게를 내놨지만 들어오려는 사람이 없었다.

“임원들과 고민을 거듭하다가, ‘1억 원 족석 사은대잔치’를 기획했습니다. 이마트 오픈하는 날에 맞춰 시작했죠. 상인들이 물품을 기증해서 복권을 만들고, 고객들이 물건을 사면 복권을 줬어요. 당첨률이 50%였어요. 천 원짜리 김부터 만 원 넘는 그릇까지 다양한 상품에 고객들의 호응이 컸습니다. 이마트 열고 오히려 매출이 늘었죠. 걱정하던 상인들이 쉬는 날에도 나와 신나게 장사하더군요.”

우림시장 상인들은 대형마트에 비해 열악한 쇼핑환경을 정비할 필요성도 절실히 느꼈다. 2001년 상인들이 1년 여간 모은 2억5천만 원의 자금으로 아케이드를 설치하고 점포를 개·보수했다. 상인들의 지구노력에 구청과 구의회도 나섰다. 이 ‘유사시장’이 합법화될 수 있도록 조례를 개정했다. 당시 서울시와 정부에서 추진 중이던 재래시장 활성화 논의와 맞물려, 우림시장은 주목받기 시작했다. 2004년 재래시장 특별법이 통과된 이후엔 국비 12억 원과 지방담 6억 원으로 건물을 사고 화장실 등 고객편의시설을 마련했다. 우림시장을 벤치마킹 하러 오는 발길이 끊이지 않았다.

우림시장은 여전히 ‘공사 중’이다. 현대화 작업을 한 지 벌써 8년이 지나, 후발 재래시장들에 비해 시설들이 노후돼서다. 지금은 더 나은 환경을 위해 국고

지원 27억 원과 상인 모금 3억 원으로 시설 개·보수 작업이 한창이다.

"처음엔 '그게 되겠냐' 하며 발 빼던 상인들도 몇 번의 위기를 겪으면서 달라졌습니다. 우리 상인들의 단결력은 100%예요. 재래시장이 살려면 정부 지원과 함께 상인들 스스로 얼마나 똘치느냐가 관건이라고 생각합니다."

유 조합장은 앞으로 재래시장의 가격경쟁력을 지속적으로 높여나가는 데 주력할 생각이다. 특히 재래시장이 경쟁력을 가진 1차 상품에 주목하고 서울시와 함께 직거래 유통을 활성화하기 위해 노력 중이다. '하루 한번 반짝 세일' 도 계

확하고 있다. 고객들에게 좋은 상품을 싸게 구입할 수 있는 기회를 주면 반드시 다시 시장을 찾을 거라고 확신한다.

저녁 장보러 나온 주부 배영희 씨는 정육점 아저씨가 파는 '재활용 비누'를 집어 든다. "이런 건 마트에서 못 사요. 가격도 싸고, 구경만 해도 재밌어서 시장 자주 와요." 재밌는 곳, 가고 싶은 곳, 싸고 질 좋은 물건이 푸짐한 곳이 바로 재래시장이다. 

서지영 나라경제 기자

상인대학 수료생 안병훈/우림시장 '맛의 자존심' 대표

시대 바뀌면 상인도 변해야죠!

가게 운영에 바빠 텐데, 상인대학에 참여하게 된 계기는?

솔직히 '그냥 한번 들어보자'고 했는데, 교육을 받을수록 꼭 필요하다는 생각이 들었다. 재래시장엔 아직도 주먹구구식으로 장사에 임하는 상인들이 많다. 교육을 받으면서 시대가 바뀌고 소비자들이 바뀌고 있다는 걸 깨달았다. 대형마트는 고객 기호에 맞춰 쇼핑 시설, 서비스, 포장에 너무 잘하고 있지 않나. 우리도 경쟁력을 갖추려면 변해야 한다.

어떤 교육을 받았나?

국내·외 선진시장 사례, 서비스, 품질관리, 진열 등 매출 올리는 마케팅 기법을 배웠다. 성공한 재래시장 사례들이 인상 깊었는데, 특히 일본 상인들은 손님이 없어도 옷매무새를 바로 하고 정자세로 가게 앞에 서서 손님 맞을 준비를 하고 있더라. 우리는 손님이 와서 주인을 불러야 나오지 않나. 이제는 파는 사람이 먼저 준비하고 있어야 한다.

상인대학이 개설된다 했을 때, 주변 상인들 반응은 어땠나?

'시장에서 장사하는 데 뭘 배울게 있냐'며 시큰둥했다. 교육받은 상인들이 달라지는 걸 보면서 그리고 그들에게 '잘하는 시장은 이렇더라'며 배운 내용을 얘기해 주니 교육의 필요성에 차츰 공감하더라.

무엇이 달라졌나?

가장 큰 변화는 손님과의 싸움이 없어진 거다. 여기 상인들은 모두 '사장님'이라 모두가 종업원인 마트에 비해 손님들과의 마찰이 적다. 손님들이

조금만 뭐라 해도 '딴 데 가서 사쇼' 한다. 엉망이지. 한 달에도 몇 번씩 난리가 났다. 상인대학 교육 제대로 받은 사람들은 손님들에게 절대 큰소리 못 친다. 요새 어떤 손님이 제 돈 내면서 욕 먹으려 하나.

상인들이 바뀌고 있다는 걸 고객들도 느끼나?

물론이다. 수업시간이 되면 시장 내방송에서 '대학등록한 분들 올라오라'고 안내한다. 그걸 들은 손님들이 관심을 갖고 지켜본다. '전보다 나아졌나?' 보려고 더 자주 오더라. 우리도 뭔가 발전적인 노력을 하고 있고 현장에서 변화하고 있다는 걸 손님들이 먼저 안다.

상인대학을 통해 더 배우고 싶은 것이 있다면?

실전교육이 더 이뤄졌으면 좋겠다. 지금처럼 '앉아서 듣는 교육'은 말은 다 맞지만 실제로 장사하면서 뭘 잘못하는지를 깨닫기가 어렵다. 전문가들이 직접 내가 장사하는 걸 지켜보고 컨설팅해주고, 다시 연습하는 프로그램이 있으면 좋겠다. 

서지영 나라경제 기자



정부지원 후 매출 15%↑

4년간 약 2조 8천억 원 기여효과 발생

시장경영지원센터는(이하 센터) 「자재시장 및 상점가 육성을 위한 특별법(제68조)」에 근거해 전통시장 및 상점가 활성화 사업을 체계적으로 지원하는 전문기관으로 2005년 3월 설립됐다. 그간 노령화(평균연령 53세)되고 상인조직화율이 낮아(875개, 56.55%) 경영능력이 취약하고 상가래 현대화 수준이 낮은 전통시장과 상점가를 대상으로 경영선진화에 집중해 왔다. 하지만 글로벌 금융불안이 실물경기 침체로 이어지면서 시장 경기도 침체되어 전통시장 내 빈 점포가 2.4만개(11.4%)에 달하는 실정이다.

그러나 노후시설 개량 및 상인교육·공동마케팅 등을 지원하면서 빈 점포율은 06년 12.6%, 08년 11.4%로 지속적인 감소세를 보이고 있다. 매출은 경영선진화를 지원한 시장의 경우 07년에 비해 15.1% 증가한 반면 미지원 시장은 07년 대비 20.2% 감소해 지원효과가 눈에 띄게 나타나고 있다. 전통시장 총 매출액 면에서는 지난 4년간(05~08년) 약 2조 8천억 원의 매출액 기여효과가 발생했다. 이것은 같은 기간 전통시장에 투입된 국비 6,939억원의 약 4배에 달하는 수준으로 투입대비 효과가 크다는 것을 시사한다. 빈 점포의 감소는 02년부터 08년까지 22,491명의 간접고용창출효과를 가져와 실질적인 일자리 확충 역할까지 했다.

시장경영지원센터의 전통시장 지원성과를 사업별로 구분해 살펴보면, 첫 번째 활기찬 상권을 만들고자 하는 마케팅 지원사업이 있다. 08년 한해 284곳에 공동마케팅을 지원해 효과를 측정한 결과 공동마케팅 기간 중 매출이 증가한 점포 비율은 24.7%, 고객이 증가한 점포의 비율은 25.2%로 나타났다. 전통시장 매출과 고객 증가에 긍정적 영향을 미친 것으로 평가된다. 또, 시장투어를 통한 지방시장 활성화, 전국 우수시장박람회를 통한 우수시장 홍보 사업 등도 직접·간접적으로 시장매출 향상에 도움을 주었다.

고객지향형 상인을 육성하기 위해 시행되고 있는 상인교육의 경우 참여상인들의 만족도가 더욱 높은 것으로 조사되었다. 특히 06년 이후 146개 시장에 설치되어 7천여 명의 졸업생을 배출한 상인대학의 경우 상인들로부터 인기를 더해 올해부터는 최고경영자과정을 도입한다.

세 번째는 체계적인 시장상권 개발을 위한 전문가 컨설팅, 우수점포 육성을 위한 점포지도를 지원하고, 행정 및 유통 분야의 퇴직인력을 활용해 시장의 상인 조직력을 향상시키고 있다.

끝으로 효과적이고 체계적인 상권 활성화를 위한 조사·연구 활동을 시행해

08년 상인대학만족도 평가

교육명	맞춤형교육	정보화교육	상인대학	해외연수	평균
5점 기준	4.44	4.44	4.62	4.66	4.54
100점 기준	86.0	86.0	90.5	91.5	88.5
만족비율	89.9%	95.2%	89.3%	92.4%	91.7%

왔다. 명절·감장철 등에 전통시장과 대형마트 간의 실제 거래가격 비교조사를 통해 전통시장의 가격 경쟁력을 홍보(발자 주 전통시장이 대형마트 대비 15.9%~30.4% 저렴하고 전통시장 내 영업점포를 대상으로 당월 실적 및 익월전망 조사를 실시해 시장의 경기동향 지수(M-BSI: Market-Business Survey Index)를 꾸준히 파악하고 있다. 이외에도 지자체에서 위탁하는 전통시장 활성화 연구, 위탁 연구, 한국형 지역상권 개발제도 도입 연구 등을 자체적으로 실시하고 있다. 또 세미나, 포럼 등을 개최해 전통시장 및 지역상권 활성화에 대한 방향을 제시하는 '우리나라 유일의 전통시장 연구기관' 역할도 수행한다.

일각에서는 전통시장의 유통 기능만을 고려해 소비패턴이 변화에 따라 쇠퇴할 수밖에 없다고 한다. 그러나 전통시장은 예로부터 단순히 상품 유통의 통로뿐 아니라 지역사회 중심지였고, 서민경제의 현장으로 각 지역경제의 싹싹리 경제 역할을 해왔다. 따라서 전통시장의 쇠퇴는 우리의 문화적 정체성 상실 및 서민경제의 어려움으로 직접 이어지는 차원에서 이해되어야 한다.

특히 생계형 자영업자 비율이 높은 우리나라에서 전통시장은 자영업자들이 가장 많이 집중되어 있는 곳 중 하나다. 이는 곧 우리 전통시장이 활성화되어야 한다는 당위성을 갖는 이유이기도 하다. 시장경영지원센터는 기존 사업뿐만 아니라 올해부터 일자리 창출과 시장현대화의 성공적 모델 개발을 위해 청년프런티어 사업 및 시장의 개발·운영을 센터에서 시행하는 공설시장 현대화 개발사업 등 신규 사업을 적극적으로 추진하고 있다. 실물경기 어려움이 예상되는 만큼 경영현대화 확대와 적극적인 활동이 더욱 요구되는 때임을 사회 각계각층에서 인지하는 것도 중요하다. 



정석연
중소기업청 시장경영지원센터 원장
web@sjang.or.kr

〈궁금하다 북한경제〉는 북한경제의 최근 동향과 이슈를 살펴보는 난입니다. 동시대를 살아가지만 우리와는 너무 다른 북한사회와 동포들의 삶 통일을 대비하는 마음으로 그들에게 관심을 기울입니다.

눈물겨운 외화벌이 사업

“**수**출만이 살 길이다.”

수 지금 들으면 저 먼 세상 얘기 같지만, 지난 60년대와 70년대를 거치면서 가난에 찌들고 배고픔에 몸서리치던 시절 어디에서라도 쉽게 마주치던 구호였다. 그때 수출은 산에서 채집한 버섯 종류나 바다에서 건져 올린 해초, 생선들을 일본으로 내다 파는 것에서 시작했다. 그것으로는 부족해서 술많은 아낙네들 머리카락을 잘라 만든 가발을 들고 미국으로 건너가 이 거리 저 거리 행상으로 파는 것이 수출이었다. 리어카 공장 준공식이 영화관의 ‘대한 뉴스’를 장식했고, 전국적인 취잡기 운동에 동참하기 위해 취잡기 열개를 모아 제출하는 것이 여름 방학 숙제였던 시절, 사실 해외에 내다 팔 것이라곤 그 정도 밖에 없었다.

그때와 크게 다를 바 없는, 어떻게든 외화를 벌여 보려는 눈물겨운 노력이 저 휴전선 너머 북한에서 재연되고 있다. 변변한 산업도 마땅한 수출상품도 없는 형편에 상부에서 막 무가내식으로 벌어들이야 할 외화를 할당하면 산골에서는 송이버섯을 찾아 헐벗은 산을 헤매고, 비닷가에서는 조개를 모으고, 강가에서는 모래를 걸러서 사금을 채집한다. 그걸로는 턱없이 모자라 철광석이나 석탄, 해산물, 농산물 가리지 않고 돈 될 만한 것이 있으면 모조리 내다 파는 것이 작금의 북한이다. 사실 국내에서 생산되는 것이 없는 형편에, 필요한 것을 외국에서 들여 오려면 어떻게든 외화를 벌여야 하는 것은 당연한 이치다. 그러나 외화벌이 사업에 주민을 동원하는 것을 나무랄 수는 없는 일이다. 그러나 문제는 이렇게 벌어들인 외화를 어떻게 사용하는가에 있다.

우리는 그 옛날 어렵게 벌어들인 달러를 어떻게든 생산적인 분야에 투자하기 위해 나름대로 노력했다. 공장을 짓고, 고속도로를 뚫고, 기계를 들여왔다. 그것들을 토대로 수출상품을 제조하고 그것을 다시 내다 팔아 달러를 벌어들였기 때문에 오늘날 이 정도의 경제력을 누릴 수 있게 되었다. 그러나 북한의 경우 벌어들인 외화로 다리를 놓고 도로를 뚫고 공장을 세웠다는 얘기는 들어보지 못했다. 물론 외화 중 일부는 급한 대로 식량이나 생필품 구입에 사용되었지만, 적잖은 부분이 핵무기를 개발하고 미사일 발사 준비를 하고, 정치 선전물을 세우고, 특권층의 사치품이나 소비재 수입에 쓰이고 있는 것이 주지의 사실이다. 이러한 북한을 무턱대고 도와주기보다는 외화를 제대로 사용하는 방법을 일깨워 줘야 할 것이다. 우리의 경험을 알려줄 방법을 찾지 못하니 답답한 노릇이다. **김영민**



평양 대성수출품전시장(판매장)에서 외화벌이 여성이 달러와 유로를 계산하고 있다.



고일동 KDI 선임연구위원
미이요와 주립대 경제학박사
국내 손꼽히는 ‘북한경제통’으로 KDI의 〈북한경제리뷰〉를 발간하고 〈북한경제연구협의회〉를 운영하고 있다.
남북경협과 북한의 경제개혁을 연구하는 응송강은 학자다.
idkoh@kdi.re.kr

‘건강법’은 건강한가?

사람마다 다르다!

르 포 기자가 108세까지 장수한 에스키모 노인을 취재했다.
“영감님은 무얼 드시기에 그렇게 건강하십니까?”

“응? 나? 물고기만 먹었어. 어찌다 백곰도 먹고, 물개도 맛보지만...”

“야채나 과일은요?”

“누굴 놀려? 빙판에 어떻게 채소를 갈아먹나?”

“전혀 안 드셨단 말입니까?”

“생일날에는 남쪽에서 날라온 푸성귀 맛을 봐.”

충격을 받은 르포 기자가 새로운 건강법의 전도사가 되어서 “야채를 먹지 않아야 오래 산다!”고 떠들어댄다면 정신 상태를 의심받을 게 뻔하다. 상식에 반하는 주장이기 때문이다. 그러나 알고 보면 건강법은 상식과는 별 상관 없다. 과문해선지 아직껏 들어보지는 못했지만, 세상 어디에선가 ‘야채 금식 건강법’이 유행하고 있는지도 모른다. 그만큼 우리 주변에는 갖가지 건강법이 범람하고 있다. 원칙적으로 유익한 정보는 많을수록 좋고, 건강과 같이 중차대한 문제에 관해서는 더욱 그렇다. 문제가 있다면 건강 비법들이 서로 상충한다는 것이다.

가급적 물을 많이 마셔라 ↔ 되도록 안 마시는 게 좋다

커피는 해롭다 ↔ 커피는 여러모로 유익한 음료다

짜게 먹어도 괜찮다 ↔ 절대로 짜게 먹지 마라

아침은 꼭 먹어라 ↔ 아침은 거르는 게 낫다

서점의 건강 코너를 일별해도 이런 예는 열거할 수조차 없이 많다. 대량생산 사회가 강요하는 선택의 고통은 건강법의 경우에도 피할 길이 없다. 도대체 어느 장단에 춤을 춰야 하나. 이러다 보면 ‘건강법 무시하는 건강법’이 등장할 날이 올지도 모른다. 아니 이미 세상에 나왔을 수도 있다. 만약 “물을 많이 마시는 게 좋다”는 주

장이 옳다면 마시지 말라는 주장은 틀려야 한다. 이것이 논리학의 모순율이다. 하나의 사실이 맞으면서 동시에 틀릴 수는 없다. 그런데 어찌서 건강법은 모순율의 적용을 받지 않는 걸까? 두 가지 가능성을 생각해볼 수 있겠다.

첫째, 만사는 상대적이다. 사람마다 선천적인 체질이 천차만별이고, 후천적인 환경 요인 또한 서로 많이 다르다. 규칙적인 식사, 적당한 운동 등은 모든 사람들에게 적용될 수 있는 보편적인 건강법이라 하는데, 물론 장담은 금물이다. 어떤 건강법은 맞지 않는 특이 체질도 있을 수 있다. 사람에 따라 건강법의 효과가 다른 건 당연하겠지만, 체질과 환경이 비슷한 다수의 보통사람이 상반되는 건강법 중에서 하나를 선택해야 한다면 어떤 원칙을 따라야 할까? 어려운 문제다. 전문가의 조언을 듣는 것도 방법이겠지만, 어떤 전문가의 조언을 받는 게 나을지 또 다시 선택의 기로에 서야 한다.

상반되는 건강법이 공존하는 또 다른 이유는 우리의 능력으로는 사물을 총체적으로 파악할 수 없기 때문이다. 건강에 대해서 우리가 아노라 하는 건 대체로 부분적 진실에 불과하다. 작은 우주라고 불릴 만치 신비로운 우리의 몸을 둘러싸고 일어나는 오묘한 생명현상의 인과관계를 두루 꿰다는 것은, 이론적으로는 어떻게 모르지만, 실제로는 불가능에 가깝다. 한마디로 알 수 없는 것 이다. 그런데도 안다고 한다면, 전체를 통째로 안다기보다 개연적으로, 통계적으로, 경험적으로 그 말단을 조금 아는 것에 불과하다. 과학의 할아버지 뉴턴이 개탄했듯이 알면 알수록 자기가 얼마나 모르는가를 배우게 될 뿐이니, 히포크라테스의 제자든, 편작의 후배든 겸손할 수밖에 없다. 과학적으로 훈련된 전문가의 조언도 에너리를 해서 들어야 하는 까닭이다.

사물의 일면만 보고 일부분밖에 알 수 없는 것이 인간의 한계이다. 섭섭하지만 우리는 그 한계를 인정해야 한다. 뭘 좀 알게 되더라도 그것만이 진실이고 다른 것은 틀렸다고 해서 안 된다. 이것은

상반되는 건강법이 공존하는 또 다른 이유는 우리의 능력으로는 사물을 총체적으로 파악할 수 없기 때문이다. 건강에 대해서 우리가 아노라 하는 건 대체로 부분적 진실에 불과하다. 어차피 선택은 자신의 몫이다.

〈일상에서 깨닫다〉는 생활 속 사소한 일에 숨어있는 진리와 지혜를 탐구하고 모색해보는 칼럼입니다. 필자의 독특하고 깊이 있는 시각으로 다시 들여다 보는 일상의 재발견, 함께 즐겨보세요.



커피의 유해성 여부가 종종 도마에 오른다.
다른 음식과 마찬가지로 커피에도 유익한 요소와 해로운 요소가 공존한다.

도덕의 문제가 아니라 '사실' 의 문제이다. 된장에서 발암물질이 발견되었다고 해서 잠시 소란스러웠던 적이 있다. 이 해프닝은 이내 잠잠해졌는데 그 연구의 오류가 밝혀져서가 아니다. 된장의 제조과정에 발암물질이 생겨나지만 그것이 발효과정에서 사라지거나 일

부 남더라도 다른 성분에 의해 중화된다는 게 밝혀졌기 때문이다. 요즘엔 도리어 된장의 항암효과에 대한 연구가 더 활발하다.

커피의 유해성 여부도 늘 도마에 오르는 단골 메뉴다. 독(毒)도 약(藥)이 될 수 있고 그 반대도 마찬가지다. 커피에도 유익한 요소와 해로운 요소가 공존할 것이다. 과학자는 그 중에서 어느 쪽을 볼 것인지 결정하기만 하면 된다. 커피 사업가라면 매출이 떨어질 때 과학자에게 연구비를 지원해서 커피의 좋은 면을 찾으도록 부추기고 싶어 법하다.

여담이지만, 사람들이 많이 보는 웰빙 프로그램도 일면적 진실을 팔고 있다는 점에서 흥미롭다. 그중 어떤 프로그램은 매 주마다 건강에 유익한 식품을 소개하는데, 그 때마다 출연식품에 대한 매출이 급등한다고 한다. 그러나 아무리 건강에 신표한 식품이라도 한 주 이상 먹기 어렵다. 다음 주에는 또 다른 식품을 먹어야 하기 때문이다. 만약 그 프로그램의 인기가 식을 줄을 몰라서 100년간 방송된다면 아마도 세상에 먹을 만한 음식은 모두 등장하게 될 것이다. 그렇다면 결론은 명백하다. "세상에 있는 모든 식품은 건강에 특효하다"는 것이다.

모든 사람이 똑같은 체질을 가지고 있다 하더라도 물을 많이 마시는 게 나은지 아닌지 우리는 검증할 수 없다. 검증이란 국부적이고 단편적인 물음에 대한 국부적이고 단편적인 대답이다. 우리는 우리가 보려고 하는 것만 볼 수 있고, 우리가 만든 틀에 걸리는 것만 수확할 수 있을 뿐이다. 어차피 선택은 자신의 몫이다. 선택을 포기하는 것도 하나의 선택이지만, 상반되는 건강법 중 하나를 꼭 선택해야 한다면, 당연한 말이지만, 신중해야 한다. 그리고 일단 선택을 한 후에는 오락가락하기보다는 꾸준히 지속하기를 권한다. 건강법은 몸을 길들이는 과정으로 볼 수 있기 때문이다. 그러나 이 또한 일면적 진실이다. 



서장형 철학자

서울대 철학과, 한국산업기술대 교양학과에서 강의하고 있으며, 국제신문 칼럼니스트로 활동 중이다. 인간과 우주의 원리, 종교와 사회문화의 경계를 넘나드는 필력의 소유자로 지인들과 함께 일상의 사유와 정보를 나누는 사이버 공간, '사람다컴(www.sahram.com)'을 운영하고 있다.
naruppe@empal.com

피치(Fitch) 유감(遺憾)

옛날 중국 기(杞) 나라에 천지가 무너질 것을 너무도 걱정하는 자가 있어 주변 사람이 그를 설득하며 말했다. “하늘은 기운이 쌓인 것이니 무너져 떨어질 걱정이 없소.” 그러자 그가 되묻기를 “하늘이 과연 기(氣)가 쌓인 것이라면, 해와 달과 별들이 떨어질 수도 있지요.” 주변 사람이 다시 답하기를, “그것 역시 기운이 쌓인 것이며, 설혹 떨어진들 맞아서 다칠 일이 없소.” 걱정하는 자가 다시 묻는다. “그러면 땅이 무너지는 것은 어찌 합니까?” 이에 대한 대답은 이러하다. “땅이란 흙덩이가 쌓인 것으로, 사방 빈곳에 딱 차서 없는 곳이 없소. 하니 걱정할 바가 없소.” 그때 서야 비로소 걱정하는 자가 얼굴을 펴고 안심했다 한다. 널리 알려진 기우(杞憂)에 관한 얘기이다.

우리는 살아가면서 얼마만큼 미래에 대해 걱정해야 하는 것일까? 발생 가능성이 높은 사고를 우려하지 않는 사람들을 일컬어 조심성이 없다 하고, 지나치게 걱정하는 사람은 소심하다 한다. 대개의 경우 더 심각하게 나쁜 상황일수록 발생 가능성은 작으며, 발생 가능성이 큰 일은 상대적으로 피해 정도가 약한 것이 보통이다. 그런 점에서 보면 기우(杞憂)는 상상하기 어려울 만큼 적은 가능성을 갖지만, 발생할 경우 아주 끔찍한 상황을 초래하는 경우를 대표한다.

현대 금융학은 사람들이 합리적이라는 것을 기본 전제로 한다. 합리성에 따르면 불행한 사건은 발생 가능성과 사건의 심

각성을 동시에 고려해 대처방안을 마련하도록 돼 있다. 정말 해와 달이 떨어지는 상황이 되면 그에 따른 피해는 상상할 수도 없이 크겠지만, 그 발생 가능성이 너무도 적으므로 우리는 이를 무시하고 살아가야 하는 것이 정답이다.

하지만 사람들이 꼭 합리적이기만 한 것이 아니라는 데서 문

제는 출발한다. 발생 가능성이 적음에도 불구하고 닥쳐올 피해상황에 대한 두려움으로 인해 비합리적 행동을 하는 사람들을 발견하는 것은 그다지 어려운 일이다.

앙트완느 아르노(Antoine Arnauld)가 1662년 ‘논리, 사고의 예술(La logique, ou l’art de penser)’이라는 저서에서 사건의 발생 가능성(likelihood)과 사건의 피해 심각성(severity)이 동시에 의사결정에 영향을 준다고 주장한 이래, 다니엘 베르누이(Daniel Bernoulli)는 1738년에 ‘리스크 측정에 대한 신이론 해설(Specimen Theoriae Novae de Mensura Sortis)’에서 객관적 피해 심각성이 아닌 주관적으로느



리스크 관리는 사건의 발생 가능성과 예상되는 상황의 심각성을 동시에 고려해야 한다.

끼는 심각성이 의사결정에 더 큰 영향을 준다고 주장했다. 이때부터 기대값이 아닌 기대효용의 극대화가 경제학과 금융학의 중심으로 자리 잡게 됐다.

유명한 경제학자인 케인즈는 1921년 ‘확률론(A Treatise on Probability)’에서 기존 확률이론과 실생활의 괴리를 비판하며 주관적 판단의 중요성을 강조했다. ‘진실한 객관적 확률

이란 존재하지만 파악되지 않는 것이며, 다만 추정에 의해서 확률을 구할 수밖에 없다고 보았다. 이상의 논의들을 종합하면 미래 상황에 대한 객관적 발생 가능성 추정과 피해 정도의 파악이 결코 쉽지 않은 작업임을 알게 된다.

지난 3월 12일 국제신용평가사 피치가 국내 은행들의 스트레스 테스트 결과를 발표해 잠시 시끄러웠다. 결과를 요약해 보면 08년 6월부터 10년 12월 중 경기침체에 따른 대출자산 손실 및 유가증권 투자손실 증가, 환율상승에 따라 국내 은행에 42조 원 규모의 신규 손실이 발생할 것이며, 이로 인해 단순 자기자본 비율이 08년 6월 말 6.4%에서 10년 말 4.0% 수준으로 하락할 것으로 추정됐다. 이에 대비하기 위해서는 국내 은행의 추가적인 자본 확충이 요구되며, 정부의 보다 적극적인 자금지원이 필요하다는 것이다.

이런 발표에 국내 은행들은 '가장 극단적인 시나리오'라며 그 신빙성에 일제히 의문을 제기했다. 신용평가회사가 공인되지 않은 방법으로 보고서를 작성하고 이를 공개한 것이 경솔한 행동이라고 비판했다. 국내 은행의 신인도와 해외차입에 부정적인 영향을 줄 가능성도 있다는 것이다. 일부에서는 최근 영국계 언론들이 계속해서 한국 경제의 취약성을 부각한 데 이어 피치가 이와 같은 테스트 결과를 발표하자 영국계에 대한 불만감을 표명하기도 했다고 전해진다. 국내 금융감독당국 또한 개별 은행들 수치까지 언급된 보고서를 공개한 것은 납득할 수 없다는 반응이다.

예전 같으면 전문가끼리만 나누던 전문용어가 최근에는 일반인까지 전해져 불필요한 불안감을 주는 일이 잦아졌다. 이번 스트레스 테스트가 대표적인 경우다. 스트레스 테스트 결과는 주요 변수와 모형에 대한 가정, 미래의 경제상황 변동에 크게 영향을 받을 수 있다. 이 과정에서 작업 수행자의 주관적

관점이 개입될 수 있어 결과에 대해 객관적 신뢰성을 담보하기 어렵다. 실제로 피치가 원/달러 환율을 1,500원대 중반, 건설대출 부문 손실률을 12%라고 가정한 것은 국내 주요 기관들 가정보다 훨씬 나쁜 수치로 알려졌다.

스트레스 테스트에서는 사건 발생가능성이 희박하기 때문에 통계적으로 발생가능성의 정확한 추정이 사실상 불가능하다. 따라서 대개의 관심이 상황의 심각성에만 몰릴 수 있다. 하지만 앞서 지적인 바와 같이 리스크 관리의 사건의 발생가능성과 예상되는 상황의 심각성을 동시에 고려해야 한다. 스트

레스 테스트는 리스크 관리 전문가들에게도 고난도의 작업으로 알려져 있다. 은행 대외신인도 및 건전성에 영향을 미칠 수 있는 개별 은행의 스트레스 테스트 결과를 일반에 공개하는 것은 적절치 않다는 국내 은행들의 불멘주장은 일리가 있다.

불확실한 미래에 대해 아주 방심해도 곤란하지만 지나치게 소심하게 대응하는 것도 결코 바람직하지 않다. 우리가 극단적으로 예외적인 최악의 상황까지 대비해야 할까? 그렇

게 한다면 안심은 될지 모르나 그에 따른 천문학적 비용 부담의 문제가 남는다. 이 과정에서 비용과 편익을 비교하고 대응 여부를 판단하는 것은 고도로 훈련 받은 리스크 관리 전문가들의 영역이다.

언젠가 혜성이 지구로 떨어질 것이라는 걱정만으로, 말 그대로 하늘이 무너질까 걱정해 하늘을 덮는 거대한 방공호를 짓고 모든 사람들이 그 속에 숨어 살 수는 없다. 혜성이 지구에 충돌할 가능성에 대한 사려 깊은 판단 없이 오직 피해 심각성만을 여과 없이 일반인들에게 공개해 불필요한 공포를 유발시키는 것은 바람직하지 않다. 그렇지 않아도 우리 국민들은 지금 신경 쓸 일이 너무도 많다. ▶

사람들이 꼭 합리적이지만 한 것이 아니다. 발생 가능성이 적음에도 불구하고 닥쳐올 피해 상황에 대한 두려움으로 인해 비상식적 행동을 하는 사람들을 발견하는 것은 그다지 어려운 일이 아니다.



김진호 이화여대 경영대학장 겸 경영전문대학원장
서울대 경제학과와 대학원을 졸업하고 미 컬럼비아대에서 재무학 박사 학위를 받았다. 한때 증권회사에서 투자분석, 한국금융연구원
에서 금융정책 수립도 했다. 사람들이 어려워하는 금융이야기를 재
미있게 설명하는 직업에 관심이 있다.
jhkim@ewha.ac.kr

때 : 2009년 3월 12일(목) 오후 10시

곳 : 금융투자협회 회의실(여의도)

참석자 : 송민규 KDI 연구위원

신인석 중앙대 경영학과 교수

박종민 금융투자협회 조사법규 부장

자본시장법 반대는 ‘구더기 무서워 장 못 담그는 격’



송민규
KDI 연구위원
텍사스 오스틴대 경제학 박사

신인석
중앙대 경영학과 교수
스탠포드대 경제학 박사

송민규 : 지난 2월, 자본시장 발전과 금융투자업 발전을 위한 「자본시장과 금융투자업에 관한 법률」(이하 자본시장법)이 시행됐다. 오늘은 이 법의 취지, 내용, 경제적 효과 등에 대해 전반적으로 짚어보자. 우선 자본시장법의 주요 내용을 이야기해보자.

박중민 : 자본시장법의 제정 취지는 3가지로 요약된다. 첫째 자본시장 및 금융투자업 육성, 둘째 자본시장 선진화, 셋째 금융투자업의 국제 경쟁력 제고다. 업무범위의 확대, 대형화·전문화·특화를 통해 국내 금융투자업이 국제적으로 경쟁력 있는 고부가가치 산업으로 성장할 수 있도록 제도적 인프라를 구축하고자 한다.

주요 내용은 상품규율체계를 ‘이것만 된다’는 ‘열거주의’에서 ‘이것은 안된다’는 ‘포괄주의’로 전환한 것이다. 이로 인해, 자율과 창의에 기반을 둔 다양한 신상품 출현과 금융혁신이 가능해졌다. 또한 이 법은 ‘기능별 규율체제’를 도입했다.

과거의 ‘기관별 규율체제’에서는 금융회사별로 다른 규제가 적용됐다. 하지만 ‘동일 기능, 동일 규제’ 원칙의 ‘기능별 규율체제’는 규제 차익을 해소해 형평성을 높일 수 있다. 그리고 자본시장 업종간 겸업도 가능해졌다. 이에 따라 금융업의 대형화도 가능하고 선택적 특화·전문화도 가속화될 것으로 보인다.

신인석 : 이 법은 처음부터 자본시장 관련법을 통합하려고 시작되지 않았다. 애초 기획은 업무범위의 합리화에서 시작됐다. 선물업, 자산업, 증권업 등 자본시장 관련업의 규제가 지나치게 세분화돼 있었다. 자본시장법은 이런 규제의 후진성을 개선하려는 노력에서 출발했다. 우리나라 금융규제는 과거 개발도상국 시절의 틀을 계속 가지고 있었다. 개발도상국의 규제를 선진화된 규제로 바꾸어주는 게 시급했다. 따라서 이 법은 선진화된 금융규제로의 체제 전환과, 시장중심의 금융환경변화에 대응한 법체제 정비로 볼 수 있다.

송민규 : 자본시장법 시행으로 얻을 수 있는 국민경제의 전체적인 편익은 무엇이 있을까?

신인석 : 법이 제정됐더라도 이에 따른 사람들의 경제행태가 바뀌려면 상당한 시간이 걸린다. 달라진 법 환경에서 서로의 이익이 무엇인지를 찾기 위해 단기적 혼란이 발생할 수 있다. 따라서 지금부터 말하는 편익은 중장기적 편익이라는 것을 전제하고 이야기를 하겠다.

개인적으로 금융 신상품개발이 가장 핵심적 편익이라 생각한다. 이 법이 지향하는 ‘포괄주의’는 다양한 금융신상품 개발을 가능케 한다. 금융 분야도 실물 분야와 마찬가지로 생산성이 증대되고, 경쟁이 활발해지려면 다양한 상품이 자유롭게 개발돼야 한다. 지금까지는 법적으로 제약이 많아 선진국의 몇몇 유용한 금융상품이 우리나라에서는 만들어지지 않았다. 앞으로 경쟁을 통한 혁신 금융상품이 본격적으로 개발될 것이고, 이것은 우리 경제의 편익으로 이어질 것이다.

또 하나의 편익은 강화된 투자자 보호다. 펀드에 가입하는데 적어도 40분 이상은 걸리는 등 절차가 까다로워졌다. 하지만 불완전 판매 등이 입증되면 책임이 판매사로 넘어가 일단 팔고 보자는 ‘묻지마식 펀드 판매’가 줄어들 것이다. 궁극적으로는 투자자 보호제도가 합리적인 금융소비를 도와줄 것이다.

송민규 : 자본시장법 시행으로 투자자 보호가 강화됐다고 하는데, 그렇다면 종전에는 투자자 보호가 그렇게 취약했었나? 종전에도 개인투자자들은 펀드 등 상품 가입 전에 금융기관으로부터 어느 정도 설명을 들었고, 자발적으로 가입한 것으로 보인다. 이번에 투자자 보호가 부각된 것이 종전에 이미 마련돼 있는 투자자 보호제도가 잘 안 지켜졌기 때문인지 아니면 원래 관련 규정이 취약했기 때문인지 구별해야 할 것 같다.



박중민
금융투자협회 조사법규 부장
서울대 법학과

박중민 : 투자자 보호를 위해 고객피악 자료를 바탕으로 고객에게 알맞은 상품을 권유해야 한다는 '적합성 원칙'을 법으로 선언한 것은 이번이 처음이다. 하지만 그 전에도 불완전 판매에 대한 법원의 판례를 보면 이 원칙이 언급되고 있었다. 이미 적합성 원칙이 상품 판매에서 지켜야 할 원칙으로 인식은 되고 있었다. 다만, 이런 원칙이 법에 구체적으로 조문화됐다는 점에서 큰 의미가 있다.

자본시장법에 의한 경제 전체적인 편익증대 효과에 대해 조금 더 이야기를 해보자. 우선

투자자 입장에서 보면, 그들이 원하는 다양한 신상품 출현이 가능해 지고, 하나의 금융투자회사에서 모든 투자 서비스를 받을 수 있는 원스톱서비스 실현이 가능해졌다. 금융투자회사 계좌를 통한 결제·이체 서비스의 편의가 과거보다 늘어날 것으로 기대된다. 기업의 입장에서 다양한 금융상품을 통해 자금조달의 기회와 수단이 더 많아졌다.

금융투자업 입장에서 보면 증권, 선물, 자산운용 등 간막이식 업무범위가 허물어졌다. 이로써 글로벌 경쟁력을 갖춘 투자은행의 성장이 가능해졌다. 'G20' 관련 안전을 조사하다가 금융업의 부가가치가 제조업의 두배라는 통계를 봤다. 자본시장의 인프라를 충분히 고급화시킨다면 금융투자업의 수출도 가능할 것이다. 후자는 자본시장법 시행 초기에 나타날 수 있는 문제점을 지나치게 부풀려 얘기하는데, 이는 장기적인 편익의 관점에서 우리가 극복해야 할 부분이다.

송민규 : 자본시장법은 입법과정에서 금융업계간 밥그릇 싸움이라는 이미지를 보여줬다. 은행, 보험사 등의 영업기반이 취약해질 가능성이 있는가? 반대로 은행, 보험사 등이 얻을 수 있는 편익은 무엇인가?

신인석 : 금융 중개는 시장중심과 기관중심으로 생각할 수 있다. 시장중심은 다수가 다양한 시장을 통해 금융거래에 참여하는 것이다. 기관중심은 중간에 명확한 중개인이 있어 거래를 조정해주는 것이다. 기관중심 거래의 대표적인 예가 은행이다. 하지만 금융환경이 시장중심으로 변하고 있어 은행의 역할 변화가 시급하다. 금융 소비자들이 원하는 금융상품은 예금, 주식, 회사채처럼 단순하지 않다. 금융 소비자의 다양한



신인석 중앙대 경영학과 교수

요구를 충족시키기 위해서는 여러 가지 기초상품을 바탕으로 한 비빔밥과 같은 새로운 금융상품을 만드는 게 필요하다. 펀드도 비빔밥 상품이다. 은행업, 보험업, 증권업과 같은 옛날식 구분에서 벗어나 어떤 상품을 만들어내고, 어떻게 제조해 판매해야 하는지, 또 이 과정에서 어느 부분을 더 특화할 것인지 고민해야 한다.

박중민 : 은행업이 위축될 것이라는 전망은 기우다. 우선 금융투자상품의 포괄적 정의로 은행상품의 위축가능성은 크지 않다. 뿐만 아니라, 은행의 경험이나 노하우를 고려해볼 때도 위축가능성은 적다. 오히려 은행의 파생상품 관련 업무는 더욱 활발해 질 것이고, 장내·외 파생상품규모는 더욱 확대될 것이다. 은행과 금융투자회사가 균형 있게 같이 발전한다면 은행 입장에서도 더 큰 성장 모멘텀을 제공 받게 될 것이다. 은행 수익구조의 다변화도 예상된다. 방대한 점포망을 활용해 자체 또는 금융투자회사에서 개발한 다양한 투자상품을 판매함으로써 비이자 수입인 판매 수입이 증대될 것이다.

보험업의 입장을 생각해보자. 여기서 주목할 점은 보험과 파생상품은 성격상 분명히 차이가 있다는 점이다. 현행법상 금융투자회사는 보험상품을 취급하지 못하므로 양자 간 독자적인 영역은 계속 유지하면서 함께 발전해나갈 것이다. 또한 자본시장법 제정으로 보험업법 개정이 추진될 수 있어 또 하나의 기회요인이 발생할 수 있다.

송민규 : 자본시장법으로 금융환경이 발전하고, 자원의 배분이 효율적으로 이뤄진다면 현재의 업종간 단기적 이해상충에 대한 우려는 사라질 것이다. 다만 우려되는 부분은 시스템 리스크다. 영업상 지나친 경쟁으로 리스크가 한쪽으로 쏠려 제

어하기 힘든 상황이 발생할 가능성은 없을까? 현재의 세계적인 금융위기가 투자상품과 중개기관에 의해 확대된 측면이 있어, 이 법에 회의적인 시각을 가지는 사람들이 많아졌다. 금융투자업 육성이 금융시장에 반드시 필요한 것이라고 하지만 금융위기, 시스템 리스크 등을 감안할 때 보완해야 할 점이 있지 않을까?

박중민 : 세계적인 금융 위기 특히, 외국계 대형 IB(Investment Bank) 파산으로 그러한 견해가 제기되고 있다. 하지만 외국사례 재발을 우려해



송민규 KDI 연구위원

자본시장과 금융투자업 육성의 정책 방향을 수정하는 것은 ‘구더기 무서워 장 못 담그는 격’이다. 금번 금융위기는 미국 주택경기 침체에 의한 부동산 시장의 실패가 가장 큰 요인이다. 또한 모든 IB가 위기를 맞은 것도 아니다. 금융위기 중에 모건스탠리는 프라임 브로커리지(Prime Brokerage: 투자는 행이나 증권회사가 헤지펀드나 전문투자자들을 대상으로 종합서비스를 제공하는 것) 부문 수익이 오히려 사상 최고치를 기록했다. 또한 이코노미스트지(08.9.18.)는 장기적인 수익성은 강화될 것으로 전망했다.

금융위기 재발 방지 및 대처를 위해 오히려 자본시장법이 절실하다. 자본시장법은 무조건적인 규제 완화를 뜻하지는 않는다. 업종별 진입장벽, 자산운용 규제 등은 완화됐지만 파생상품이나 건전성 규제, 투자자 보호 등은 오히려 더 강화됐다. 글로벌 금융위기는 우리 경제 및 금융시장이 성장할 수 있는 새로운 계기가 될 것이다.

신인석: ‘한국의 골드만삭스를 만들자’ 하면서 이 법을 만들었는데, ‘골드만삭스가 문제 생겼으니 이 법을 시행하면 큰일 난다’는 의견들이 있다. 하지만 자본시장 발전에 주력해야 하는 것은 피할 수 없는 세계적인 흐름이다. 금융규제는 자금이 효율적이고, 건전하게 흐르도록 해줘야 하는데 지금까지 우리 법은 그렇지 못했다. 은유적으로 표현하자면 세상은 변하고 발전해 삼각형이 됐다. 하지만 우리가 가진 법은 사각형이었다. 어떻게든 맞춰보려고 했지만 틀 자체가 달라 도저히 맞을 수 없었다. 미국은 삼각형의 모양은 갖추었지만 지나치게 작아서 공백이 많았던 것이 문제였다. 미국은 공백을 채워 규제를 강화해야 하고, 우리는 모양 자체부터 바뀐 삼각을 만들어야 한다. 세계적 금융위기로 자본시장법 시행을 우려하는 것은 이 법에 대한 이해가 부족한 데에서 기인하는 것 같다. 개인적으로 강조하고 싶은 건 금융상품 판매 쪽이다. 펀드시장의 규모가 단기간에 급성장한 것에 비해 판매과정의 발전은 취약했다. 자본시장법의 강화된 투자자 보호제도로 금융상품 구매과정이 복잡해 불평할 수도 있다. 하지만 건전한 금융시장 체제를 만들어 나가기 위해서는 감수해야 한다. 판매와 관련된 인력의 관리체제도 바로 잡아야 한다. 설령 투자자 보호가 입법화되지 않았더라도 법정신으로 들어가 있어야 할 기본적인 사항들이다.

박종민: 합리적 규제가 100이라고 전제한다면 우리는 150이었다. 그래서 100으로 낮추자는 게 이 법이다. 미국 월가는 50 수준이다. 50의 나라에서 문제가 생겼으니까 우리도 문제가 생길 것이라고 하는 것은 우리가 150의 수준에 있다는 것을 모르는 사람들이 하는 이야기다.

송민규: 규제완화로 자본시장 내의 증권회사, 운용사 등의 과

도한 신규 진입과 소형화를 우려하는 의견도 나오고 있다. 이에 대한 의견은 어떠한가?

박종민: 미국의 경우 증권사수가 2백 개를 훨씬 웃돌고 있다. 물론 상위 5위까지의 대형 회사가 시장점유율의 대부분을 차지하고 있지만, 중소형 회사들도 각자의 분야에서 특화해 수익을 창출하고 있다. 골드만삭스도 어음증개업을 하는 조그만 회사에 불과했다. 이들도 인수업무 및 PI(Principal Investment: 자기자본투자, 증권사들이 주식거래와 별도로 자기자본을 통해 직접투자를 하는 것)를 하면서 성장해 세계적인 투자은행으로 발돋움했던 것이다. 모건스탠리도 소매금융의 강점을 가진 딘 위터(Dean Witter)와 합병해 대형화됐다. 대형회사들이 참여하지 않는 틈새시장은 분명히 있다. 또

한 중소형 회사들도 해외 시장 공략이나 해외 금융기관의 전략적 제휴, 네트워크 구축, 금융계열사 활용 등을 통해 간접적으로 규모의 경제(Economies of scale)를 달성할 수 있을 것이다.

송민규: 자본시장법은 우리나라 자본시장 발전에 획기적인 조치라는 평가가 지배적이다. 자본시장법 외에 우리나라 자본시장 발전에 기여할 수 있는 정책은 어떻게 있을까?

박종민: 지난 정부는 금융투자업과 관련된 외국환 거래 규제를 크게 완화하겠다고 발표했었다. 그런데 잘 추진되지



박종민 금융투자협회 조사법규 부장

않는 것 같다. 물론 현재 외환시장이 불안하기 때문에 쉽지 않겠지만, 지속적으로 외국환 규제 완화가 추진됐으면 하는 바람이다. 또한 규모의 경제를 실현하기 위해서는 금융투자회사의 대형화가 필요하다. 이를 위해서는 주식매수청구권 관련 규제완화, 합병시 주식교환비율의 탄력성 부여, 합병에 따른 과세부담 경감 등 현실적 제약요인을 제거하는 지원도 필요하다.

신인석: 규제완화와 관련된 이야기가 언급되면 항상 조세, 외국환 문제가 지목되곤 한다. 이 문제는 지속적으로 살펴보아야 할 것이다. 우리나라에서는 입법기관과 규제당국의 역할이 더욱 크다. 입법에 참여하는 사람들과 규제당국이 포괄주의와 시장원칙에 맞는 경제행태에 더 익숙해졌으면 한다. 

문화 속에 정답 있다

“나는 우리나라가 세상에서 가장 아름다운 나라가 되기를 원한다. 가장 부강한 나라가 되기를 원하는 것은 아니다. 오직 한없이 가지고 싶은 것은 높은 문화의 힘이다. 문화의 힘은 우리 자신을 행복하게 하고, 나아가 남에게도 행복을 주기 때문이다.”

60년 전, 풍전등화의 위기 속에서 김구 선생이 원했던 것은 ‘부국강병(富國強兵)’이 아닌 ‘부국강문(富國強文)’이었습니다. 21세기, 선진국들은 세계가 그들의 것을 입고, 먹고 마시게 만들어, 그것으로부터 ‘부국’이 되는 길을 찾습니다. 가히 ‘문화전쟁’입니다.

우리는 자동차·반도체로 벌어들인 돈을 와인, 명품 가방, 명품 옷을 사는 데 퍼붓고 있습니다.

『나라경제』는 4·5월호 2회에 걸쳐 ‘문화전쟁’에서 살아남기 위한 전략을 모색하려 합니다. 왜 ‘문화’ 인지, 우리가 가진 ‘무기’는 무엇인지, 그것을 개발하기 위해 할 일은 무엇인지 함께 고민해봅시다.

21세기엔 문화로 먹고 산다

문화강국은 다양한 문화를 포용한다는 특성을 가진다. 따라서 전통문화유산과 현대문화가 두루 녹아있는 우리나라는 문화강국이 되기 위한 최상의 조건을 갖추고 있다.

정치, 경제, 사회, 문화라는 영역 구분에서 문화는 흔히 하위 영역으로 인식되곤 한다. 그러나 문화는 하위개념이 아니라 다른 세 영역을 포괄하는 뿌리다. 문화의 변동은 정치, 경제, 사회 각 영역의 변화를 이끌어내는 원동력일 뿐 아니라 각 영역의 시너지 효과를 일으키는 주역이다. 이것이 바로 지금, 세계가 문화에 주목하는 이유다.

문화경쟁력은 국가경쟁력의 원천이다. 문화를 통해 형성된 긍정적인 국가이미지는 그 나라 상품과 서비스의 가치를 높인다. 문화의 이러한 경제적 영향력을 인식한 세계 각국은 문화강국이 되기 위해 치열하게 경쟁하고 있다. 최근 우리나라에서도 문화를 통한 국가경쟁력 강화를 주요 과제로 추진하자 '국가브랜드위원회'가 구성됐다. 과연 우리나라는 문화강국에 될 수 있는가?

문화경쟁력 강화를 위한 노력은 이미 세계 각 도시를 중심으로 이뤄지고 있다. 아랍에미리트의 수도 아부다비, 일본의 항구도시 요코하마 등 전 세계적으로 활발하게 이루어지고 있는 '문화도시' 창조 붐은 '컬처노믹스(Culturenomics)' 전략으로 볼 정도로 경제적 효과에 대한 기대를 모으고 있다. 서울시도 경복궁 복원, 광화문광장 조성, 디자인 플라자 건설 등을 통해 문화도시 창조 대열에 동참하고 있다.

문화도시 창조의 양상은 유사하게 보일지라도, 그것은 각 나라의 문화적 상황에 따라 다른 성격을 가진다. 전통문화유산이 강한 이집트와 그리스가 있고 현대문화가 돋보이는 미국과 싱가포르가 있다. 일본과 우리나라는 전통문화와 현대문화가 공존해 있다. 문화강국은 다양한 문화를 포용한다는 특성을 가진다. 따라서 전통문화유산과 현대문화가 두루 녹아있는 우리나라는 문화강국이 되기 위한 최상의 조건을 갖추고 있다.

'한류(韓流)'로 대표되는 문화생산물들의 국제 경쟁력은 지난 몇 년 동안 충분히 입증됐다. 한식, 한복, 한옥 등 세계인의 관심을 끌었던 우리 문화생산물들의 독창성은 전통문화유산의 조화로운 계승에서 비

롯된 것이다. '한(韓)문화'의 세계화를 위해서는 전통문화유산과 현대문화의 조화가 필요하며 이는 지역문화 활성화에서부터 시작돼야 한다.

문화는 통일에도 기여할 수 있다. 문화교류는 독일 통일의 물꼬를 터주는 열쇠였다. 전통 문화 유산을 상당 부분 공유하고 있는 남과 북 역시, 문화교류를 통해 통일의 기반을 닦을 수 있다. 우리의 문화를 전파하는 문화홍보, 그들의 문화를 받아들이는 문화이해, 서로의 문화를 교환하는 문화교류가 각 분야에서 활발히 이뤄질 때, 통일의 기초는 더욱 튼튼해진다.

문화강국은 또한 교육강국이다. 국민 각자가 세계인의 소양과 독창적인 문화 생산능력을 갖추는 것은 교육을 통해서다. 우리나라는 이미 다문화사회다. 이를 완만하게 꾸러가기 위해서는 문화적 다양성에 대한 이해와 다양한 문화 간 교류가 전제돼야 한다. 이민자의 나라인 미

국이 세계 최강국이 된 기반은 다름 아닌 다문화의 토양이었다.

우리나라의 문화수요는 매우 크다. 전시·공연공간은 연일 만원사례를 이루고, 인사동과 삼청동의 문화거리는 인파로 북적거린다. 공공 미술사업과 간판디자인 개선 등 도시미관 개선사업도 긍정적인 성과가 기대된다. 문화시설을 확충해 우리 국민이 생활 속에서 향유할 때 우리나라를 찾는 외국인들도 마음껏 우리 문화를 즐길 수 있게 된다. 자발적이고 적극적인 문화생산과 향유, 그것이 문화강국으로 가는 길이다. 



남인웅

부경대 신문방송학과 교수
tarzan@pknu.ac.kr

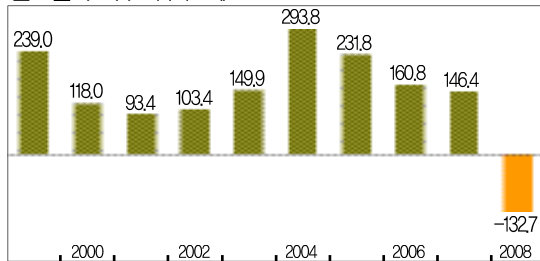
무역적자 133억 달러 중 가방·화장품만 8억 달러

지난해 우리나라 무역수지 적자가 133억 달러로 확정 집계됐다. 1997년 외환위기 이후 11년 만에 적자를 기록한 것이라고 인터넷 데이터뉴스는 보도했다. 더욱이 이는 지난 1월 초 발표한 잠정치를 크게 웃도는 수준이다.

관세청이 발표한 <2008년 수출입 실적 동향(확정판)>에 따르면 수출은 전년 대비 13.6% 증가한 4천220억 달러, 수입은 22% 늘어난 4천353억 달러를 기록했다. 『나라경제』는 문화가 과연 우리의 새로운 먹거리가 될 것인가를 의심하면서 우리가 의식하지 못하는 사이 빠져나가는 문화 적자 규모가 얼마나 되는지 찾아보기로 했다.

연도별 무역수지 (억달러)

출처 : 관세청



김치는 우리가 중주국이라고 자부해왔지만 안타깝게도 이미 수입량이 수출량을 초월했다. 지난 12월호 『나라경제』에서도 언급했듯 2007년 김치 수입량은 1억1천 달러로 수출량인 7천5백억 달러를 넘어섰다. 게다가 수입은 전량 중국에서 들어온다. 반면 우리 김치는 대부분 일본과 미국에서 소비되고 있다. 여기서 주목할 점은 바로 뉴질랜드, 러시아의 수입량이 몇 년새 1백% 이상 증가세라는 점이다. 이것은 우리가 김치를 어떻게 상품화하느냐에 따라 새로운 판로를 개척할 수 있음을 뜻한다.

그럼 우리가 매일 마시고 있는 커피는 얼마나 수입될까? 커피의 40% 가량은 베트남에서 수입되고, 콜롬비아가 17%로 다음을 잇는다. 2억8천만 달러에 달하는 커피 수입량은 위스키 수입량(2억5천만 달러)과 맞먹는다. 2억8천만 달러는 전 세계적으로 흥행한 <나홀로 집에> 한 편이 벌어들인 수익이다.

최근 인기가 높아진 와인인 지난해 1억6천만 달러어치 수입됐다. 중요한 것은 와인의 수입 증가율이다. 지난 3년 사이 약 40%씩 수입량이 늘었다. 조만간 커피를 능가하는 수입품이 될 것 같다.

치즈 또한 와인과 같이 큰 폭으로 수입량이 증가하고 있는 품목이다. 서구식 식습관에 익숙해진 사람들이 즐겨 찾으면서 어느 틈에 우리 식탁에 자주 오르는 식품이 되었다.

(단위: 천달러)

	연도	수출	수출증가율	수입	수입증가율	수지
커피	2006	1,814	2.3	162,736	15.7	-160,922
	2007	2,052	13.1	203,934	25.3	-201,882
	2008	1,944	-5.3	289,254	41.8	-287,310
포도주	2006	282	83.0	88,607	31.0	-88,325
	2007	253	-10.2	150,364	69.7	-150,111
	2008	329	30.0	166,512	10.7	-166,183
치즈	2006	1,161	-30.1	146,262	1.9	-145,101
	2007	431	-62.9	178,992	22.4	-178,561
	2008	508	18.0	238,876	33.5	-238,368

음식점에서 식재료 원산지 표기가 시작된 후 가장 자주 접하게 되는 것 중 하나가 '호주산'이라는 표시다. 아나나 다를까, 지난해 쇠고기는 10억 달러어치를 수입했고 이 중 6억8천만 달러(약 70%)가 호주에서 들어온 것이다. 쇠고기 파동을 불러일으켰던 미국산 쇠고기가 뒤를 이어 1억9천만 달러를 차지하고 있다. 돼지고기 수입도 쇠고기 못지않아 8억 달러 가량 들어온다.

(단위: 천달러)

	연도	수출	수출증가율	수입	수입증가율	수지
쇠 고 기	2006	1,011	3.4	878,977	19.6	-877,966
	2007	208	-79.4	1,037,052	18.0	-1,036,844
	2008	749	260.0	1,050,928	1.3	-1,050,179

관 내 수 지	연도	지출	지출증가율	수입	수입증가율	수지
	2006	143,359,000	192	57,598,000	-0.6	-85,761,000
	2007	169,500,000	182	60,935,000	5.8	-108,565,000
	2008	126,411,000	-25.4	90,171,000	48.0	-36,240,000

지난해 세계적인 경기침체로 해외여행을 떠나는 사람들이 크게 줄었다. 덕분에인지 2008년 관광 지출은 2007년에 비해 크게 줄었다. 그런데도 무역적자는 무려 36억 달러, 2007년 기준, 관광수입과 지출 규모는 거의 세 배 가량 차이가 난다.

우리나라 의료 수출입 규모는 어떠한가. 의료의 범위가 워낙 넓어 뭉뚱그려 합한 수치긴 하지만 40억 달러 이상을 수입에 의존하고 있

(단위: 천달러)

	연도	수출	수출증가율	수입	수입증가율	수지
의류	2006	1,955,558	-15.5	3,611,039	28.4	-1,655,481
	2007	1,706,098	-12.8	4,181,066	15.8	-2,475,968
	2008	1,526,111	-10.5	4,066,870	-2.7	-2,540,759
가방	2006	49,842	-21.3	324,892	29.7	-275,050
	2007	45,184	-9.3	501,534	54.4	-456,350
	2008	47,304	4.7	600,896	19.8	-553,592

	순위	국가명	2007 수입액	증가율	2008 수입액	증가율
가죽제 가방 수입액	1	이탈리아	99,255	56.5	112,392	13.2
	2	중국	68,641	61.2	87,443	27.4
	3	프랑스	49,490	56.4	83,378	68.5

었다. 특히 여성의류분야 적자폭이 커 4억 달러를 기록했다. 우리가 수출하는 여성의류는 불과 6천만 달러에 그쳤다. 양말(2억 달러 흑자), 장갑(1억2천 달러 흑자)을 열심히 수출해 적자폭을 메워 보려 하지만 여전히 의류 분야는 25억 달러 적자를 기록한다. 여성의류 적자 이야기가 나왔으니 화장품은 또 얼마나 들어오고 나가는지 보자.

화장품 중에서도 기초 화장품만 살펴봤는데 만만치가 않다. 이 중 프랑스와 미국에서 들어오는 화장품이 전체 수입의 절반을 차지한다. 한국여성은 신제품에 대한 호기심이 높아 세계 화장품 업계가 주목하는 시장이라던 클라우스 파스벤더 로레알 코리아 대표의 말이 떠오른다. 한국인들은 향수 수입에도 열을 올린다. 2008년 들어온 향수가 7천백만 달러, 이 중 프랑스가 3천2백만 달러, 이탈리아가 2천백만 달러로 두 나라가 전체의 75%를 차지하고 있다.

연간 50개 밖에 생산하지 않는 한정판 손목시계를 사기 위해 0파트 한 채 값(3억 5천만 원)을 아낌없이 내는가 하면, 전 세계 300개뿐이라는 손목시계를 사기 위해 한 달째 대기 중인 사람이 있을 만큼 우리나라는 세계적인 시계 선호국이다. 불황이라지만 고가의 시계가 많이 팔리다 보니 지난 3년간 수입증가율도 높게 나타났다. 이 중 60%는 스위스에서 수입되고, 중국이 33%로 조사돼 두 국가가 국내 시계 수입량의 전체인 셈이다.

명품이라면 시족을 못 쓰는 대한민국, 대학생들도 명품 가방 하나쯤은 가져야 한다고 생각해 아르바이트로 용돈을 모으기도 하고, 몇몇 친구들끼리 계를 하기도 한다. 그렇게 들어오는 가방의 수입 규모는 무려 6억 달러나 된다.

이 중 2억 5천만 달러어치가 중국에서, 프랑스·이탈리아가 각각 1억4천만 달러어치씩 들어온다. 한 발 더 나가 가족으로 된 가방 수입량만 3억 달러어치가 들어오고 이중 1억천만 달러가 이탈리아 가방이다. 아르마니, 프라다, 구찌, 펜디 등 세계적인 이탈리아 브랜드들이

(단위: 천달러)

	연도	수출	수출증가율	수입	수입증가율	수지
기초화학제품류	2006	239,202	7.7	498,189	19.1	-258,987
	2007	261,718	9.4	531,115	6.6	-269,397
	2008	314,912	20.3	597,551	12.5	-282,639
소재·반도체	2006	76,722	-8.0	133,280	12.1	-56,558
	2007	68,367	-10.9	176,890	32.7	-108,523
	2008	57,235	-16.3	221,250	25.1	-164,015

대표적인 예다.

지난해 말 중국산 가구 원산지(가)가 이탈리아로 변경돼 폭리를 취한 사례가 적발됐다. 이것 역시 수입 가구에 대한 수요가 높다는 방증이다. 대한가구공업협동조합 김지환 회장은 한 기고문을 통해 “사무용 가구는 그나마 명맥을 이어가고 있지만 혼수용 가구에서 외국산 수요가 월등히 높아 디자인 면에서 경쟁력을 키워야 한다”고 말했다.

신혼살림을 장만하면서 수입산을 선호하는 경향은 주방용품에도 드러난다. 자기로 만든 주방용품 통계를 보니 수입량이 수출량의 세 배나 된다.

(단위: 천달러)

	연도	수출	수출증가율	수입	수입증가율	수지
가구	2006	553,190	39.2	1,038,517	40.6	-485,327
	2007	590,618	6.8	1,255,713	20.9	-665,095
	2008	541,929	-8.2	1,185,664	-5.6	-643,735
자기·그릇류	2006	17,687	1.4	46,326	18.0	-28,639
	2007	16,164	-8.6	63,946	38.0	-47,782
	2008	16,630	2.9	56,931	-11.0	-40,301

우리 그 동안 무역적자에 대해서는 민감하게 반응하면서 문화적자에 대해서는 거의 불감증 상태였다. 그런데 위에서 언급한 몇 가지 품목의 적자 금액만 모두 더해봐도 65억 달러나 된다는 사실은, 지난해 우리나라 무역수지 적자가 133억임을 감안하면 충격적이기까지 하다. 우리는 커피와 와인과 화장품과 여행과 가족가방으로 살림을 탕진하고 있었던 것이다.

문화는 우리의 삶이다. 우리는 우리의 문화를 강문화로 성장시켜야 할 의무가 있다. 이것은 타 문화를 배척하고 자 문화를 지키는 것이 아니다. 우리 문화 주체성을 찾아 그걸 중심에 놓고 타 문화를 수용하는 것이다. 10년 전에 이미 <문화전쟁>을 펴낸 유재근 교수는 우리가 지금 문화 주체성을 확보하지 못해 21세기 문화전쟁에서 패한다면 한국의 미래는 없다고 경고한다.

지금 세계는 문화전쟁 중이다. 우리 어떻게 살아남고 어떻게 이길 수 있을까. 

표초희 나라경제 기자 김훈민 인턴기자

과거를 미래로(Future from the Past)

우리의 전통가치와 문화는 유산의 보호라는 관점을 벗어나 보편적 가치(universal value)에서 접근하고 해석해야 한다. 보편적 가치의 발굴은 여러 문화권과의 호흡과 소통을 활성화하는데 필요하다.

우리의 문화산업은 그 동안 많은 발전을 거듭해 지난 10년간 경제적으로 크게 확대됐다. 이는 미래를 위한 새로운 성장동력 산업으로, 고부가가치 산업으로 그리고 우리의 지식·문화사회로의 이전을 위한 필요성이 매우 높았기 때문이다. 정부는 문화산업을 육성하는 중장기 발전정책을 강력하게 추진했고, 민간부문에서도 활발히 투자해 오늘날 영화, 게임 등 일부 분야의 문화산업은 국제적 경쟁력을 가지게 됐다.

그러나 우리의 문화산업은 여러 문화산업 강국과 비교할 때 '해리 포터'와 같은 국제경쟁력이 있는 콘텐츠의 개발, 마케팅 인력수급 등 풀어야 할 많은 과제를 갖고 있다. 도서출판분야처럼 일부 분야가 상대적으로 위축되고, 문화콘텐츠 전반에 지나친 상업화로 문화산업의 양적 확대와 새로운 접근이 우리 문화의 질적 발전에 긍정적 기여를 하느냐는 질문도 만만치 않다.

전통은 단순한 과거 기록이 아닌 우리 삶의 집단적 족적이다. 과거는 지나간 세대의 삶이 아니라 현재와 미래와 연결되어 있는 진행적 개념으로 고찰해야 한다. 영국은 90년대 초반부터 문화산업을 진흥시키면서 '과거를 미래로(Future from the Past)'라는 정책목표를 세웠다. 과거의 유산을 다양한 해석을 통해 현재를 넘어 미래로 접목시켰다는 결연한 의지를 천명한 것이다.

우리의 전통문화는 다른 어떤 국가와 달리 다양한 문화적 원천 속에서 잉태됐다. 즉 문화다양성이 어떤 문화보다 풍부하다. 유교, 불교, 도교, 기독교뿐 아니라 원시종교적 요소가 함께 어우러져 있는 문화다. 혹자는 우리의 문화를 폐쇄적 시각에서 바라보지만 우리 문화의 특성은 무엇보다도 다양한 문화가 함께 접목된 혼합문화이며 이 속에 여러 문화적 특성과 매력적 요소를 가지고 있다.

전통문화는 과거적 개념이 아닌 진행적인 개념으로 인정해야 할 뿐 아니라 시각도 현대적으로 글로벌하게 접목시켜야 한다. 문화콘텐츠로서 전통문화를 바라보는 시각에는 4가지 방식이 있다. 우리의 문화를 우리의 시각으로, 우리의 문화를 타자의 시각으로, 타자의 문화를 우리의 시각으로, 타자의 문화를 타자의 시각으로 인식하는 것이다. 다양한 형태의 문화콘텐츠를 개발하기 위해서는 4가지 시각이 모두 필요하다. 그러나 우리는 아직까지 우리의 전통문화를 우리의 시각에서 바라보는데 만족하고 있다.

효와 충, 자연과의 조화, 신화적 요소, 영웅 등에 관한 전통문화의 요소는 다양한 해석과 접근을 통해 새로운 부가가치를 지닐 수 있다. 판소리는 우리의 문화로 우리가 보존 계승해야 할 유산이지만 문화컨텐츠적 측면에서 볼 때, 다양한 이야기와 상품으로 개발될 수 있다. 사랑과 미움, 선과 악의 요소들이 다이나믹한 극적 갈등을 통해 우리의 심금을 울린다. 이러한 문화적 감동은 콘텐츠 개발에 매우 중요한 원천이다.

우리의 전통가치와 문화는 유산의 보호라는 관점을 벗어나 보편적 가치(universal value)에서 접근하고 해석해야 한다. 보편적 가치의 발굴은 여러 문화권과의 호흡과 소통을 활성화하는데 필요하다. 이는 우리 문화를 우리의 시각이 아닌 타자의 시각에서 볼 수 있는 능력을 가져야 함을 의미한다. 우리만의 전유물이 아닌 상호 호흡하고 공감할 수 있는 상품으로 개발할 수 있어야 산업적·시장적 유용성을 갖게 된다.

오늘날 문화산업은 눈부신 디지털 기술의 발전으로 새로운 상품들을 개발하고 있다. 그러나 하드웨어적인 상품 개발 못지않게 소프트웨어 즉 문화적 유용성을 높이기 위해서 무엇보다도 우리 전통문화의 창조적 콘텐츠화 노력이 선행되어야 한다.

전통문화를 보존과 계승이라는 고전적 개념을 넘어 관광 미디어, 출판, 영화, 디지털 산업 등 산업적 개념으로 승화시키기 위해서는 우리의 전통문화를 창조적으로 바라볼 수 있는 인식의 전환과 함께 전통문화의 학술적·산업적 자원을 융합, 발전시킬 수 있는 유연하고 통합적인 인식이 자리잡아야 한다.



허권

유네스코한국위원회 정책사업본부장
한국전통문화학교 초빙교수
khuh@unesco.or.kr

한국인은 우리가 뭘 원하는지 모른다

정부나 지자체가 한국의 매력을 높이기 위해 많은 노력을 기울이고 있지만, 그 열쇠는 웅장한 공연장을 만들거나 과장된 프로젝트를 추진하는 데 있지 않다. 눈에 덜 띄더라도 외국인의 일상생활에 세심한 배려를 기울이는 게 더 중요하다.



외국인 방문객을 위한 안내서와 정보 시설 확충이 시급하다. 사진은 서울 남대문 시장 내 삼익패션타운 입구에 위치한 한 카페 입구 전경

한국인의 개인적, 제도적 행위와 태도에 영향을 미치는 신념은 여러 가지가 있었지만 그 중에서도 '우리(we)'라는 개념, 일차와 동질성에 대한 가치, 유교사상에 기반을 둔 단일문화의 영향력은 매우 크다. 이런 요소들은 외국인들(여행하러 온 사람들, 한국에 오래 살며 일하는 사람들)이 한국문화의 매력을 접하는 데에도 큰 영향을 미친다. 한국문화에 대한 동질감을 강조하다 보면, '외부인(outsider)'이 가진 다양성과 특색을 이해하지 못하기 때문이다.

이런 사고방식은 외국인에 대한 다양한 제도적 차별로 나타난다. 은행 서비스, 특히 신용카드나 현금카드의 경우 기능과 혜택이 한국인에 비해 훨씬 적다. 세계적으로 통용되는 현금인출카드도 지정된 은행만 사용하겠다는 동의서를 작성하지 않으면 사용할 수 없다. 세계 최고 수준을 자랑하는 한국의 휴대폰도 외국인은 더 비싼 요금을 내고 제한적으로만 이용할 수 있다. 의료서비스를 받고, 집을 구하고, 인터넷선을 연결하는 기본적인 생활비용도 한국인에 비해 늘 20% 이상 비싸다.

한국의 문화가 가진 다양한 예술작품과 창의적 활동은 외국인을 한국에 더 머물게 하고, 다시 방문하고 싶게 만들기 충분하다. 외국인은 한국의 언어를 가늠한 한국의 역사와 종교, 미술, 공예, 무용, 음악, 음식을 배울 수 있는 폭넓은 기회를 제공받는다. 그것도 공짜로, 또는 아주 저렴한 가격에 이루어지는 경우가 대부분이다. 서울시를 비롯한 주요 대도시들은 교향악단, 국악교향악단, 무용단을 육성하고 있다. 또한 다양한 공연 시설에서는 클래식뿐 아니라 한국의 예술 공연들을 보여주고 있다.

문제는 그런 노력들이 외국인을 유치하려는 의도를 가졌음에도 불구하고, 외국인의 접근이 매우 어렵다는 점이다. 한국은 예약과 티켓 구입 대부분이 온라인으로 이루어지는 곳 아닌가. '주민등록번호'가 없고 한국어에 서툰 '비(non)' 한국인들은 영화도, 공연도, 인터넷 쇼핑도, 기타 여행을 위한 티켓 예매도 모두 불가능하다. 지난 3월 한국의 방송통신위원회에서는 '디지털로 소통하는 대한민국 만들기(Friendly Digital Korea)' 프로젝트의 일환으로, 한국에 거주하는 외국인들이 외국인등록번호를 이용해 한국 온라인 포털에 접근성을 높이겠다고 발표했다. 필자처럼 한국에 오래 살고 있는 사람에게는 더없이 반가운 소식이지만 한국을 보고 느끼기 위해 머물고 있는 관광객들은 어찌해야 하나.

한국을 여행하다 보면 역사적인 장소, 불교 사원, 다양한 지역 축제 등 보고 즐길 것이 매우 많다. 하지만 외국인은 한국인 여행 가이드를 동반한다는 절대 가설이라도 있는 건지, 한국어 외의 안내서와 정보들은 찾아볼 수가 없다.

한국인을 개인적으로 만나면, 외국인들에게 정말 친절하고 다정하다. 대부분의 문제는 외국인들을 배제하는 제도적 관습과 태도에 있다. 정부나 지자체가 한국의 매력을 높이기 위해 많은 노력을 기울이고 있지만 그 열쇠는 웅장한 공연장을 만들거나 과장된 프로젝트를 추진하는 데 있지 않다. 눈에 덜 띄더라도 외국인의 일상생활에 세심한 배려를 기울이는 게 더 중요하다. 아무리 훌륭한 문화 서비스와 상품이 있다 해도 외국인들이 그것에 접근할 수 없다면 아무 소용이 없다.

문화란 세대에서 세대로 전해 내려오는 고유의 것이지만, 새로운 도전에 직면해 적응하면서 서서히, 때로는 역동적으로 변화하는 것이기도 하다. 문화적 경쟁력이 중요한 시대를 맞아 변화와 발전을 꾀하는 한국이 관광객, 투자자, 노동자 등 다양한 모습으로 한국을 찾는 외국인에게 보다 매력적인 곳으로 거듭나길 기대한다. **[Anne]**



Anne Ladouceur anne.ladouceur@gmail.com
1997년 한국을 처음 찾은 Anne은 현재 외국인 투자를 위한 'K4E Consulting' 대표를 맡고 있으며, 한국을 찾는 외국인 관광객, 이민자, 노동자 등을 위한 원스톱 포털사이트 www.korea4expats.com 을 운영하고 있다.

번역 · 정리 서지영 나라경제 기자

※ 이 기사의 원문은 나라경제 홈페이지(<http://epic.kdi.re.kr/nara>) 에서 보실 수 있습니다.

한식, 세계와 만날 준비됐다

각 나라의 고유한 음식문화는 부가가치가 높은 대표적인 국가 이미지 상품이다. 이런 식문화의 해외진출은 국가의 위상을 높일 뿐만 아니라 식자재·전통식품 등 관련 산업의 성장도 유발해 21세기 새로운 성장동력으로 기대를 모으고 있다.

일 본은 2005년 일식인구 6억 명을 2010년까지 12억 명으로 증가시킨다는 '일식인구 배증계획'을 추진하고 있고, 태국은 2001년 5천5백 개소였던 전 세계 태국음식점을 2007년까지 8천5백 개로 증가시키는 'Kitchen of the world' 프로그램을 추진하고 있다.

각 나라의 고유한 음식문화는 부가가치가 높은 대표적인 국가 이미지 상품이다. 이런 식문화의 해외진출은 국가 위상을 높일 뿐만 아니라 식자재·전통식품 등 관련 산업의 성장도 유발해 21세기 새로운 성장동력으로 기대를 모으고 있다.

2006년 국내 외식시장에서 맥도널드, 피자헛, 스타벅스 등 10개의 해외브랜드가 412억 원 규모의 로열티 수입을 얻었다. 우리나라의 (주) 놀부와 (주)제너시스BBQ도 해외에 브랜드를 수출해 로열티 수입을 벌어들이고 있다. 경쟁력 있는 외식업체의 해외 진출은 농식품 등 관련 상품의 수출 증가 효과도 가져올 수 있다. 현재 중국에서 8개의 점포를 운영하고 있는 한식당 '대장금'은 매월 천여 만원 정도의 순창고추장을 수입하고 있으며, 일본에서 15개의 점포를 운영하는 '처가방'의 경우도 1개 점포를 오픈할 때마다 한국 식품 및 자재를 1억 원 정도 수입한다.

최근 우리 한식은 '대장금', '식객' 등 드라마를 통한 한류열풍과다 이어트·웰빙붐의 영향으로 세계 속에 그 명성을 키워나갈 좋은 기회를 갖게 됐다. 정부도 이러한 상황변화를 활용해 우리 한식을 '세계 5대 음식'으로 육성하기 위한 다각적인 노력을 기울이고 있다. 정부는 작년 10월 식품업계·농어업인·학계 전문가들과 함께 '한식세계화 선포식'을 개최해 한식세계화를 위한 정부의 의지, 그 비전과 전략을 발표했다.

정부의 한식 세계화 정책은 크게 5가지다. 첫째, 한식 세계화 기반 구축이다. 국가별 법·제도·상권, 한식에 대한 시장반응 등 주요 정보를 온·오프라인을 통해 제공하는 것이다. 또한 현지인이 선호하는 한식의 표준 조리법을 개발하고, 메뉴명의 외국어 표기안을 표준화해 보급할 계획이다. 뿐만 아니라 표준화된 한식 조리법을 사용하고 일정한 식재료를 우리 것으로 활용하는 우수한 한식당은 인증제를 통해 '우수 한식당 모델'로 만들 계획이다.

둘째, 한식의 영양학적 우수성을 알려 상품성을 높이겠다. 다 이어트·심장병 예방 등 우리가 피상적으로 알고 있는 한식의 효과를

과학적 연구를 통해 입증하고 이를 학술지·국제 세미나 등에 홍보해 한식의 부가가치를 높이려 한다.

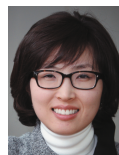
셋째, 한식 전문 조리사와 경영인을 '한식 전도사'로 육성할 계획이다. 한식이 세계적인 음식이 되기 위해서는 세계 어느 곳에서나 한식을 맛볼 수 있어야 하고 이를 위해서는 해외에 한식당이 많이 있어야 한다. 동시에 맛과 멋이 있는 한국음식을 제공할 수 있는 전문 조리인력이 있어야 한다. 이에 정부는 한식 전문 조리사를 체계적으로 육성할 한식 전문 조리 교육기관을 지정해 조리 및 서비스 교육을 실시하고, 해외 한식당 경영인을 대상으로 전문 경영·식문화 교육을 실시해 한식당이 단지 음식을 파는 곳이 아니라 한국의 문화를 함께 체험할 수 있는 공간이 되도록 지원할 계획이다.

넷째, 국내 한식당의 해외진출을 활성화할 계획이다. 국내 외식 시장은 이미 경쟁이 치열해 새로운 시장 개척이 필요하다. 해외진출에 따른 한식당의 초기 경영부담을 완화하고 안정적으로 현지에 정착할 수 있도록 시설 및 운영자금을 지원할 것이다.

마지막으로 한식이 단순한 먹거리를 넘어 문화로 인식될 수 있도록 한식에 숨어 있는 이야기를 찾아내 함께 홍보할 것이다. 또 한식당이 '작은 한국'으로 느껴질 수 있도록 한식당 시설 디자인을 한(韓)스타일로 개발해 보급하려 한다. 한류열풍과 함께 늘어나는 외국인 관광객을 대상으로 한식 체험행사도 개최해 본국에 돌아가서도 한식을 계속 찾을 수 있게 유도할 생각이다.

한식 세계화의 필요성은 이미 우리 모두가 공감하고 있다.

대장금을 보고 세계인이 울고 웃듯, 우리 한식이 세계인의 오감을 즐겁게 하고 앞으로 세계의 입맛 유행을 선도해 세계 중심 도시에서 한국문화의 전파자로서 큰 역할을 하길 기대한다. 



강혜영

농림수산식품부 식품산업정책팀 사무관
pueen1@korea.kr

아메리칸 스타일? 이젠 한(韓)스타일!

전통문화의 핵심으로 그것이 내재한 경제적 가치가 무궁무진함에도 불구하고 자생력이 부족해 정책적 지원이 필요한 요소들이 있다. <한스타일>은 이 중 생활화·산업화·세계화가 가능한 분야로서 '하', 즉 한글, 한식, 한복, 한지, 한옥, 한국음악(국악)을 선정해 지원·육성한다.

전통 문화는 단지 보존·계승해야 할 유산이 아니다. 미래 부가가치 창출의 원천이다. 이미 선진국은 자국의 문화를 과거에서 끌어올려 미래 성장동력으로 포장해내는 데 전력을 다하고 있다. 바야흐로 '문화전쟁'의 시대다. 그렇다면 이 전쟁에서 우리가 가진 '무기'는 무엇인가?

그간 'Made in Korea'를 달고 세계로 나간 효과들 덕분에 우리는 내로라하는 경제대국들과 한 무대에 설 수 있었다. 그러나 '한국스러움'을 세계인에게 각인시킬 대표 이미지와 상징성의 부재로, '한국'이란 브랜드 가치는 경제 수준을 따르지 못하고 있다. 이런 현실을 개선하고자 지난 2006년 부처 간 공동 브랜드로 출범한 것이 바로 <한(韓)스타일>. <한스타일>이란 한국 전통문화 전반을 포괄적으로 아우르는 개념인 '한(韓)'과 양식·규범을 뜻하는 '스타일'을 결합한 용어다.

전통문화의 핵심으로 그것이 내재한 경제적 가치가 무궁무진함에도 불구하고 자생력이 부족해 정책적 지원이 필요한 요소들이 있다. <한스타일>은 이 중 생활화·산업화·세계화가 가능한 분야로서 '하', 즉 한글, 한식, 한복, 한지, 한옥, 한국음악(국악)을 선정해 지원·육성한다. 문화체육관광부를 중심으로, '하'와 관련된 농림수산물부, 교육과학기술부, 국토해양부, 지식경제부 등 11개 부처가 협력하고 있다.

한스타일 박람회는 창의적이고 유망한 전통문화 콘텐츠들을 한자리에 모아 홍보하는 이벤트다. 2006년, 2008년에 이어 올해 제3회 행사를 준비 중이다. 이를 담당하고 있는 문화체육관광부 국어민족문화과 김태호 전문위원은 아직 한스타일 박람회의 갈 길이 멀다고 말한다.

"전통문화 산업이 영세한 경우가 많고, 아직 산업적 네트워크가 형성되지 않아 기업의 참여가 저조합니다. 박람회는 일종의 '집중시장'인데, 이곳에서 얻어 갈 수 있는 콘텐츠들이 적으니 바이어들을 유치하기도 어렵고요. 그래서 2007년 박람회는 열리지 못하고 좀 더 준비해 2008년에 다시 열었습니다. 하나의 박람회가 브랜드 파워를 가지

려면 통상 5~8년의 기간이 필요하다는 걸 감안하면, 한스타일 박람회는 아직 걸음마 단계죠."

특히 바이어의 경우, 적합한 타깃 선정이 어렵다. '하' 개별적으로는 시장이 너무 작고, 한국 전통문화 전체에 대한 관심과 감각을 가진 경우는 극히 드물기 때문이다. 외국인일 경우 더욱 그렇다. 당연히 이들과 수출 계약을 맺는 사례도 적다. 당장 해외로 나가도 전혀 손색없을 정도로 기술과 디자인이 뛰어난 전통문화 상품들이 수요처와 판로를 찾지 못해 경제적 효과를 발생하지 못하고 있는 상황이다. 한스타일 박람회의 가장 큰 과제가 그 점이다.

이곳에서는 무형의 시너지 효과가 일어나기도 한다. 2008년 박람

회의 경우 생활한복업체 '돌살나이'는 함께 참가한 기업 '필묵'의 한글 캘리그래피(calligraphy)를 보고 아이디어를 얻어 한글 디자인 한복을 신상품으로 내놓기도 했다.

"이 박람회에서 다뤄지는 '하'는 일종의 소재산업입니다. 한글이 한복 디자인 소재가 된 것처럼, 한옥의 처마선이 국악 정서의 소재가 될 수도 있겠죠. 이런 것은 수치상으로 계량화할 수 없지만 한스타일 박람회의 큰 성과입니다. 영역은 다르지

만 이들이 전통문화라는 큰 틀 안에서 창의적인 아이디어를 재충전할 수 있는 기회가 됐으면 합니다."

오는 7월 23일부터 26일까지 코엑스에서 2009년 한스타일 박람회가 열린다. 벌써부터 다양한 전통문화 업체들로부터 참여 문의와 신청이 쇄도하고 있다. 대부분이 욕심나는 업체들이라는 귀뜸이다.

우리는 전통이란 이름으로 과거 속에 묻혀 있는 쓸만한 '무기'들이 얼마만큼인지 아직 모른다. 이들을 캐내지 않았기에 성패를 논하긴 이르다. <한스타일>은 어느 사업들처럼 '반짝 사업'으로 그쳐선 안 된다. 우리 곁으로 바짝 다가온 문화전쟁에서 살아남기 위한 무기를 발굴하고 전략을 모색하는 전초지가 돼야 한다. 



지난해 7월 코엑스에서 열린 '2008 한스타일 박람회' 개막식에 참석한 유인촌 문화체육관광부 장관 및 관계자들이 200인분 전주 비빔밥 앞에서 포즈를 취하고 있다.

한옥 건축기술 개발에 5백억 투입

국내에서 한옥이 활성화되지 않은 상태에서 한옥의 세계화를 부르짖는 것은 우물가에서 송능을 찾는 격이다. 한옥에 대한 우리의 애정과 관심이 전제돼 한옥이 더 이상 추억 속의 ‘할머니 집’이 아닌 현실의 ‘우리 집’이 될 때 한옥의 세계화를 논할 수 있지 않을까?

도자들은 ‘한옥’에 대해 어떤 기억을 가지고 있는가? 따뜻한 아랫목을 떠올릴 수도 있고, 어린 시절 마당에서 또는 골목길에서 의바위치기, 장독대에서의 솜바꼭질 놀이를 기억할 수도 있겠다. 필자는 얼마 전까지도 방문했던 할머니댁의 기둥과 마루에서 풍겼던 소나무 냄새, 한여름 소나무가 내리는 마당을 떠올린다. 경남 함양의 이름지기 한옥 안방에서 바라보았던 풍경도 떠오른다. 이렇듯 한옥은 우리에게 다양한 경험과 기억을 선사하는 우리 주거문화의 실체다. 그러나 현재 국내에 남아있는 한옥이 5만 5천동(2008년 기준)에 불과하다는 점을 고려할 때, 더 이상 생활공간으로서 한옥의 의미는 퇴색된 상황이다.

최근 한옥에 대한 논의가 활발해지고 있어 반갑다. 삶의 질에 대한 시대적 요구와 참살이(웰빙)에 대한 관심이 늘면서 한옥의 친환경성, 자연재료의 친근함이 주요인인 것으로 보인다. 특히 1990년대 이후 서울, 전주, 공주 등 일부 지방자치단체가 ‘한옥마을’과 한옥건축을 보존·육성하고 관광과 연계시키면서 일반인의 한옥에 대한 인식도 변하고 있다. 작년 국토해양부 산하 건축조사공간연구소가 실시한 조사에 따르면, 향후 가구를 희망하는 주거형태가 한옥이라고 응답한 이들이 41.9%에 이른다. 40~50대 연령층에서는 그 수요가 50%에 육박한다. 이런 움직임은 교육분야에서도 예외가 아니어서 서울대, 서울시립대 등에서는 한옥건축과정을 개설해 학생들이 직접 목재를 가공해서 부재를 만들고 이를 다시 현장에서 조립할 수 있도록 가르치고 있다. 미디어의 관심도 높아져 지난 설날에는 모 방송사에서 한옥 특집을 방영하기도 했다.

그럼에도 불구하고 일반 건축물보다 2~3배 높은 건축비, 겨울에 춥고 화재에 취약한 구조, 한옥에 불리한 건축기준, 아파트 중심의 주거문화, 노후 주거지의 고밀도 재개발 선호 등으로 한옥은 여전히 대중화, 산업화 단계에 이르지 못하고 있다. 이를 극복하지 않고서는 진정한 의미의 ‘한옥 르네상스’를 기대하기 어렵다.

최근 일본·영국 등 선진국을 중심으로 전통 문화가치를 발견해 새로운 성장동력으로 삼고자 하는 움직임이 생겨나고 있다. 일본의 ‘신 일본양식’(Neo-Japanesque), 영국의 ‘멋진 영국’(Cool Britannia), 미국의 ‘창조적 미국’(Creative America) 등이 그 예다. 우리 정부도 한옥을 비롯한 6대 전통문화를 선정하고, 이를 계승·발전시켜 우리의 정



1990년대 이후 서울, 전주, 공주 등 일부 지방자치단체가 ‘한옥마을’과 한옥건축을 보존·육성하고 관광과 연계시키면서 한옥에 대한 인식 변화를 주도했다. 사진은 북촌 한옥마을 전경

체성을 확보하는 한편 경제성장의 견인자로 활용하고자 노력하고 있다.

이에 국토해양부는 한옥건축의 산업적 기반 구축을 국정과제로 추진하고 있다. 주요 내용은 네 가지다. 첫째, 그 간 한옥 활성화를 어렵게 했던 여러 단점들, 즉 겨울에 춥고, 화재에 취약하다는 점, 거주성이 떨어지고 건립비용이 높다는 점을 극복하기 위해 한옥기술개발 R&D를 추진한다. 올해 4억8천만 원을 포함해 향후 5년간 5백억 원의 예산이 투입될 예정이다. 둘째, 한옥의 신축, 개·보수가 쉽도록 기존 건축법령을 개정한다. 건축법 시행령에 ‘한옥’이란 용어를 신설하고 사전 제한을 완화하는 규정도 신설된다. 셋째, 한옥 디자인을 보급·확산하기 위해 주택공사 아파트에 한옥 디자인을 적용하는 등 시범사업을 추진한다. 마지막으로 한옥의 주변을 넓히고자 지자체가 시행하고 있는 한옥시업을 재정 지원한다.

국내에서 한옥이 활성화되지 않은 상태에서 한옥의 세계화를 부르짖는 것은 우물가에서 송능을 찾는 격이다. 한옥에 대한 우리의 애정과 관심이 전제돼 한옥이 더 이상 추억 속의 ‘할머니 집’이 아닌 현실의 ‘우리 집’이 될 때 한옥의 세계화를 논할 수 있지 않을까? 2020년쯤엔 우리가 주택을 선택할 때 한옥이 실질적인 대안이 될 수 있기를 기대해 본다. **남영우**



남영우

국토해양부 건축문화팀장
ywnam@mltm.go.kr

전통을 수출한다 막걸리, 복분자주, 김치, 온돌매트

일본에서 유리병 막걸리는 360mL에 6천원 정도, 국내에서 1.5L 페트병이 불과 1천 원대에 팔리고 있는 데 비하면 막걸리가 현해탄 넘어 고부가가치를 창출하고 있는 셈이다.

#1 이동주조

경기도 포천에 위치한 막걸리 제조회사 이동주조에서는 쌀과 밀을 호모와 섞는 작업이 한창이다. 막걸리에 쓰일 누룩을 만들기 위해서다. 1주일 동안 두 번의 숙성 단계를 거쳐서 완성된 후 컨테이너 박스에 옮겨진 막걸리들이 향하는 곳은 바로 일본. 이동주조는 막걸리 7천 톤, 50억 원어치를 일본에 수출한다. 일본뿐만 아니라 미국과 동남아 등 10여 개국에 수출하고 있다. 국내 소비층이 줄어드는 상황에서 새로운 시장을 개척한 이동주조의 수출비결은 단맛과 낮은 알코올 도수다. 여기에 단백질, 콜린 등 여러 영양소가 함유돼 있다. 유산균이 풍부해 장에 좋다고 알려지면서 소비는 급증했다. 일본에서는 페트병, 유리병, 팩 등의 형태로 판매되는데, 유리병의 경우 수출용으로 고급화해 특히 소매점에서 잘 팔린다. 유리병 막걸리는 360mL에 6천 원 정도, 국내에서 1.5L 페트병이 불과 1천 원대에 팔리고 있는 데 비하면 막걸리가 현해탄 넘어 고부가가치를 창출하고 있는 셈이다.

#2 보해 복분자주

세계적으로 와인 문화가 확산되고 있는 가운데, 한국형 와인인 '복분자주'가 매년 50% 이상의 성장세를 달리고 있다. 복분자는 신장 기능을 돕고 시력 보호에 좋고 몸을 가볍게 하며 머리를 감게 한다. 보해 복분자주는 2005년 APEC 정상회의 공식 만찬주로 선보인 것을 시작으로 2007 한·중 정상회담, 남북 정상회담 등 굵적굵직한 행사에서 공식 만찬주로 사용됐다. 2005년 아프리카, 2007년 브라질 등 남미시장, 2008년 홍콩과 아르헨티나 시장 문을 두드리는 등 글로벌화에 가속도를 내고 있다.



지난 2006년 홍콩에서 열린 세계 최대 와인박람회 '빈엑스포(MINEXPO)'의 보해 복분자주 코너에서 외국인 바이어가 복분자주를 시음하고 있다.

#3 고사례 김치

순천농협 남도식품은 2007년 일본에서 인기를 끌 수 있는 김치가 무엇일까 고민한 끝에 한류스타 배용준 씨를 활용해 제품을 개발하는 '스타마케팅'을 실시하기로 결정했다. 일본에서 레스토랑 사업을 하

던 배용준 씨는 일본에 한국문화를 수출한다는 의미가 있다며 반겼다는 후문이다. '고사례(高矢禮)(필자 주: 음식의 신(神)) 고사에게 예의를 표하는 의식을 '고사례(高矢禮)'라고 하며, 고객에게 마음을 담아서 대접한다는 의미' 김치'는 현지 판매가 시작된 후 꾸준한 매출이 늘어 판매 4개월 만에 10억 원의 수출을 기록했다. 고사례 김치 3백 그램의 일본 소비자 판매가격은 598엔으로 다른 김치보다 2백 엔 이상 비싼데도 인기를 얻고 있다.

#4 솔고바이오메디칼

골다공증으로 뼈가 부서지거나 교통사고로 척추나 무릎 관절이 으깨져도 평생을 불구로 살아야 하는 것은 아니다. '임플란트(Implant·흔히 '인공뼈'라 불린다)' 덕택이다. 솔고바이오메디칼은 5년에 걸친 개발작업 끝에 1999년 말 척추내 고정장치(Spinal fixation apparatus·일명 '척추스크루')를 출시했다. 2년 반 만에 솔고의 척추스크루는 미국 제품이 100%를 장악하던 국내시장에서 40%의 점유율을 올리는 성과를 거뒀다. 미국, 캐나다, 브라질, 터키 등 해외 20곳에 대리점도 냈다. 최근에는 발열체가 스스로 작동을 멈추는 발열 방식을 세계 최초로 매트에 접목해 한국의 대표적 주(住)문화인 '온돌'을 수출상품화하는 데 성공했다. 김서곤(68) 회장은 "가장 한국적인 것이 가장 세계적인 것"이라며 "베트남, 인도네시아 등 따뜻한 나라는 건물의 난방 시스템이 없기 때문에 의외로 온돌 문화가 사랑 받고 있다"고 자랑한다.

이 밖에도 '비락식혜'는 러시아, 일본 등 34개국에 수출되고 있다. '쌍영방적'은 한지를 이용한 섬유를 미국에 수출하고 있고, 웨딩드레스 업체인 '씨실과 날실'은 전통 혼례복과 서구적 웨딩드레스를 결합한 한복드레스를 개발해 호평을 얻고 있다. 

스시 · 와인도 처음부터 세계음식은 아니었다

“우리는 결코 처음부터 세계적인 것을 추구하지 않았습니다. 다만, 가장 가까운 곳에 살고 있는 여기, 이곳의 시민들이 어떻게 하면 즐거울 수 있을까를 고민했을 뿐입니다.” 세계적인 박물관과 미술관, 공연장의 경영자들에게 ‘세계적 문화 경쟁력의 비결’이 무엇인지를 묻자 일관되게 되돌아온 대답이다.

‘이탈리아 구두를 명품으로 만든 건 이탈리아 여성의 높은 안목이다’

문화 소비자의 중요성을 잘 표현한 말이다. 종래 제조업에서는 소비자 와 생산자의 관계에서 생산자 쪽에 무게중심이 더 있었다. 그러나 문화 소비자는 좀 더 까다롭다. 대부분의 사람들은 자신의 취향과 기호에 딱 맞아떨어지지 않는 문화상품의 경우, 소비하려고 하지 않는다. 꽤 무뎠던 사람이라도 자기가 먹을 음식이나 입을 옷, 살 집에 대해서는 자기만의 의견을 갖기 마련이다. 의(衣), 식(食), 주(住), 말 그대 로 문화의 본질은 ‘산업’이 아니라 ‘삶’ 자체이기 때문이다. 따라서 문화산업에서는 기존의 제조업과는 조금 다른 접근방식이 요구된다.

스시, 일본 서민들의 패스트푸드

마누라는 바뀐다 입맛은 못 바꾼다고 한다. 까다로운 소비가 이루어지는 문화 중에서도 가장 까칠한 것을 고르라면 단연 ‘음식 문화’다. 아무리 외국생활을 오래했는지라도 밥과 국이 없으면 아침을 못 먹는 한국 사람들이 많다. 사고방식과 라이프스타일을 다 바꿀 수 있다 해도 마지막까지 바꾸기 어려운 것이 바로 사람의 입맛이다. 그러나 한편으로 일단 입에만 맞으면 국적을 불문하고 받아들이 수 있는 것이 음식이기도 하다. 일본이 밍파고 스시가 싫지는 않다. 음식을 섭취한다는 행위는 이성적 판단이 아닌 본능적 감각에 의존하기 때문이다. 시대와 장소, 인종과 민족을 불문하고 가장 공유하기 쉬운 것이 바로 음식이다. 따지고 보면 하나의 전통문화가 진정으로 세계화된 성공사례는 음식밖에 없다. 기모노를 세계화하는 것은 불가능하지만 스시를 세계화하는 것은 가능하다는 얘기다. 그러므로 음식 문화를 수출하는 일은 어려우면서도 쉬운, 매우 미묘한 일이다.

일본의 스시는 햄버거, 콜라, 피자, 커피, 라면 등과 함께 세계 8대 음식으로 꼽히고 있다. 함께 언급되는 세계화된 음식 대부분이 현대에 와서야 소비되기 시작한 가공식품들이라는 것을 감안하면 스시의 성공은 단연 두드러진다. 스시가 일본의 대중적인 음식이 된 계기는 1657년 정월에 일어난 에도(오늘날의 도쿄) 대화재였다. 이 화재로 에도 주택의 10채 중 6채가 불에 타고 10만 명이 가까운 사람들이 죽었는데 이후 화재수습을 위한 도시재건 과정에서 손쉬운 먹거리로 발달되기 시작한 것이 바로 스시, 소바와 같은 음식들이다. 이때만 해도 스

시는 값이 부담 없는 서민음식이었다. 그러다가 1964년 도쿄올림픽을 전후해 국가적 차원의 대대적인 홍보와 지원 덕분에 서양에서 고급음식으로 알려지게 됐다. 요즘에는 뉴욕에서도 상류층 남녀가 데이트할 때나 먹을 수 있는 고급음식으로 자리 잡은 스시도 처음에는 밥 위에 날 생선을 얹은 모양새때문에 서양인들에게 혐오감을 주었다고 한다. 그러나 아름다운 접시 위에 그림처럼 차려내는 일본 특유의 미의식과 차 문화로 대표되는 엄격한 식사에절이 겹쳐지면서, 스시는 서양인들에게 상류층들이나 맛볼 수 있는 신비로운 동양의 고급음식으로 각인됐다.

와인, 프랑스의 콧대 높은 자존심

‘물을 마시느니, 차라리 죽어버리겠다.’ 프랑스 혁명의 주체 세력이었던 샹젤로트 계층의 푸념이다. 파리 시민들의 와인에 대한 집착이 얼마나 강했는지를 잘 표현해주는 대목이다. 프랑스인들은 애주가로 유명하다. 이들은 거의 끼니때마다 와인을 마신다. 맛과 숙성도, 거품이 이는 정도에 따라 알맞은 온도를 맞춘 후 반드시 긴 곱이 있는 잔에 따라 마셔야 한다. 손의 체온이 와인에 전달되기 않게 하기 위함이다. 다음으로 투명한 유리잔에 담긴 포도주의 광채, 빛깔을 관찰한 뒤, 향기를 음미하고 포도주를 맛본다. 고대로부터 중세, 근세 말에 이르기까지 와인을 마시는 것은 계급적인 특권을 의미했다. 가난한 서민들은 싼맛의 물 탄 와인이나 맥주, 사과와인(칼바도스) 등 거친 알콜 음료에 만족해야만 했기 때문에 와인을 마신다는 것은 일종의 신분 상승을 의미하기까지 했다. 프랑스의 시인 폴 클로델은 와인을 ‘태양과 대지의 아들이며, 정신을 자유롭게 하고, 지성을 밝히는 음료’라고 찬양한 바 있다. 이처럼 프랑스인들에게 와인은 삶의 커다란 즐거움 가운데 하나였고, 이런 전통과 신념은 오늘날까지도 고스란히 이어지고 있다.

문화 수출의 첫 번째 조건은 우리 스스로의 향유

세계 최고의 요리 안내서 <미술랭 가이드> 장뤼크 나레 사장은 “음식은 국가 발전 수준이 아니라 그 나라, 그 도시 사람들이 얼마나 음식에 열정을 갖고 있느냐가 가장 중요하다”고 말한다. 스시와 와인의 사례에서 유추해 볼 수 있는 음식문화 세계화 성공의 첫 번째 선결조건



프랑스 와인과 일본 스시의 성공 사례는 문화산업의 성공이 거창한 '세계화 전략'이 아닌 '자국민의 풍부하고 애정 어린 문화향유'에 기반하고 있다는 사실을 시사한다. 사진은 프랑스산 크림바크 와인

은 현대적 대중화 즉 오늘날의 자국 국민에 의한 대중적 향유다.

문화는 생명이다. 아무리 소중한 전통문화라도 오늘, 이곳의 사람들에게 향유되지 않는 문화는 죽은 것이다. 문화는 자생력을 가지고 있기 때문에 그것을 즐기고 누리는 사람들이 존재하는 한 계속해서 스스로 발전하고 성장한다. 2008년 <미술관 가이드>가 선정한 최고의 미식도시는 1위가 도쿄, 2위가 파리, 3위가 뉴욕이었다. 현재 일본 도쿄에는 16만여 개의 음식점이 있는데 이는 세계에서 가장 많은 수다.

많은 사람들이 음식을 즐기기에 가능한 일이다. 일본인들은, 일본의 음식점들은 몇 대째, 수백 년에 걸쳐 전해 내려오는 기술과 전통을 현대적으로 승화시키는 데 노력을 아끼지 않는다. 한 때 서민들의 패스트푸드에 불과했던 스시는 이제 수십 수백 가지 종류와 요리법을 가진 고급요리로 성장했고 도쿄 구석구석의 수많은 '원조' 스시집에서는 '달인' 주방장들이 제각기 고유의 맛을 뽐내고 있다. 그리고 입맛의 수준이 높아질 대로 높아진 도쿄의 시민들은 소문난 집의 음식을 맛보기 위해 몇 시간씩 줄을 서는 것도 마다하지 않을 정도로 음식에 대한 열정이 높다. 이 모습은 매 끼니마다 하나의 신성한 의식처럼 와인을 마시는 파리 시민들의 모습과 크게 다르지 않다. 이렇듯 자국민의 풍요로운 문화 향유 지력이 한 문화를 전 세계로 확산될 수 있게 하는 힘의 원천이 된다.

"우리는 결코 처음부터 세계적인 것을 추구하지 않았습니다. 다만, 가장 가까운 곳에 살고 있는 여기, 이곳의 시민들이 어떻게 하면 즐거울 수 있을까를 고민했을 뿐입니다" 세계적인 관광명소로 발전한 테이트 모던 등 영국 유수의 박물관과 미술관, 공연장의 경영자들에게 '세계적 문화 경쟁력의 비결'이 무엇인지를 묻자 일관되게 되돌아온 대답이다. 일본 스시, 프랑스 와인의 성공 사례는 문화산업의 성공이 거창한 '세계화 전략'이 아닌 '자국민의 풍부하고 애정 어린 문화향유'에 기반하고 있다는 사실을 시사한다. 이것은 '해외 수출'을 목적으로 한 문화 상품화에만 급급한 우리나라 현 문화 정책이 놓치고 있는 것, 즉, 바로 우리 자신을 위한 문화 정책이 필요함을 말해준다. '세계화'의 강박은 지난 날 수출 중심의 제조업 경제가 남긴 유산이기도 하다. 한국 문화의 세계화라는 야심찬 계획에 앞서 우리 자신이 얼마나 적극적으로 '한국 문화'를 누리며 즐기고 있는가를 점검해 볼 필요가 있다. **김명진**



김명진

EBS 다큐멘터리 작가,
<AGON, 경쟁이 즐거운 나라>, <동과 서> 저자
hazyday82@gmail.com

음식, 통역이 필요 없는 세계 공용어 조태권 광주요 회장

지금도 우리는 스스로 가치를 만들기 보다는 남이 최고라 하는 것에 더 신경 쓰고 있다. 누구나 하는 세계 최고만 따라 가고 있는 거다. 우리 것을 백 불, 만 불짜리로 만들 생각은 하지 않으면서, 비싼 위스키와 와인 병은 주저 없이 따고 있다.

한식산업, '미래 성장동력'으로서 비전이 있나?

2006년 기준, 세계 철강시장 규모가 650조원, 자동차가 1,320조원, IT산업이 2,750조원이었다. 식품산업은 4,800조원에 육박했다. 2010년이 되면 이 시장이 만조 원 규모로 커질 것이라고 한다. 세계 중산층 인구가 2020년이면 20억이 될 전망이다. 그 절반만, 1년에 한번 한식을 먹어도 엄청난 일 아닌가. 한식산업은 5천만 명이 아니라 10억, 20억을 바라보는 산업이다. 지금 이 산업에 발을 들여놓지 않으면 안 된다.

한식산업은 총체적인 국가사업이기도 하다. 예를 들면 산에 나는 풀을 뜯어 음식화한 나라는 우리뿐이다. 영양학적 가치가 엄청난 그 산나물을 우리는 매일 반찬으로 먹어왔다. 그 산나물이 반찬이 아닌 '음식'으로, '웰빙'을 추구하는 세계의 입맛을 사로잡는다고 생각해 보자. 우선 우리 식재료를 수출하는 길이 열린다. 그에 따라 산을 개간해 나물을 재배하는 지역의 소득이 높아지고, 농촌이 발전하고, 60대 이상 고령자들에게도 일거리가 생긴다. 국토의 70%인 산지를 활용할 수 있다. 우리가 프랑스 와이너리를 체험여행 하듯, 원산지를 찾는 관광객이 생겨난다. 이들에게 머류, 복분자, 오디주를 대접하고, 한옥에서 집자고, 한복을 입어볼 수 있게 하면 어떤가? 이런 유기농 산업은 탄소를 빨아들이는 녹색산업이기도 하다. 우리 음식문화 수준이 높아지면서 잃어버린 예법을 되찾는 교육적 효과도 있다. 지역 균형발전, 일자리 창출, 녹색성장, 환경보호, 교육에서부터 국가 이미지와 브랜

드를 높이는 것까지 국가의 모든 것을 선진국 반열에 올려놓는 열쇠다. 음식은 통역이 필요 없는 만국공통의 언어다. 한국어가 세계 공용어가 됐을 때의 위력이 어느 정도라고 생각하나? 마찬가지로 한식이 세계 공통의 식품이 된다면, 그것이 가져올 파급효과는 엄청나다.

성공사례로 항상 일본이 언급된다. 그들은 도대체 뭘 잘한 건가?

일본엔 '가치'를 창조하는 자를 존중하고 대우하는 사회적 분위기가 형성돼 있다. 명인의 것은 그만큼의 가치를 지불할 준비가 돼 있다. 여기에는 상류층의 역할이 컸다. 피자배종과의 차별화를 위해 스스로의 가치를 만들어야 했던 그들은, 명인의 제품을 최고의 대가(代價)로 소비했다. 명인은 대가가 높으니 더 좋은 작품을 위해 노력했고, 작품의 가치는 점점 커졌다. 말하자면 상류층에 의해 '가치'가 편입된 거다. 대표적인 것이 스시다. 벃사람들이나 먹던 싸구려 음식이었지만, 생산에 대한 지식과 기술을 연마해 차별화된 독창성을 가진 최고급의 가치로 포장했다.

또 하나 잘한 건 서구의 것을 끊임없이 모방하면서도 절대로 자기 것을 잃지 않았다는 거다. 메이지 유신 이후 서구화를 통한 근대화에 매진했지만, 이는 '사대주의'가 아니라 '일양절충(日洋折衷)', '화

혼양재(和魂洋才)'였다. 국수주의와 서구화 가운데서 절묘한 균형을 잡았던 거다. 오늘날 카레라이스, 고로케, 가쓰레쓰, 돈가스를 보라. 서양음식을 '일본 음식'으로 만들어 팔고 있다. 이전 중국, 한국, 중남미 음식까지, 세계화 가능한 모든 음식을 '퓨전음식'이란 이름으



조태권 광주요 회장

로 일본화하고 있다. 김치, 비빔밥, 불고기도 일본음식인 것처럼 세계 시장에 팔고 있는 상황이다. 정신 차리지 않으면 눈 뜨고 우리 것을 도둑맞는다.

우리는 왜 그게 안 된 걸까?

역사적으로 우리의 상류층은 생존과 안위를 주변 강대국에 맡긴 채 사대사상에 젖어 있었다. 이들은 세계 속에서의 국익을 생각하기보다는 개인의 부와 명예에 치중하면서 피지배계급과 소통하지 못했다. 일제 강점기와 민족 전쟁을 거치면서 우리 문화의 큰 줄기로 이어져 내려오기도 힘들었다. 그런 상황에서 '가치'를 만들어 내는 창조적 정신이 성장할 수 없었던 거다.

지금도 우리는 스스로 가치를 만들기 보다는 남이 최고라 하는 것에 더 신경 쓰고 있다. 누구나 하는 세계 최고만 따라 가고 있는 거다. 우리 것을 백 불, 만 불짜리로 만들 생각은 하지 않으면서, 비싼 위스키와 와인 병은 주저 없이 따고 있다. 우리 것을 경험하러 온 외국인에게 우리 것을 보여주지 않고 남의 문화를 '고급문화'라며 대접하는 현실, 부끄럽지 않은가. 우리 고유의 것을 보여주지 못하면 그들은 한국인의 긍지, 한국문화에 대한 긴장감을 결코 느낄 수 없다. 스시앞에선 그 어떤 부호나 권력자도 고개 숙이고 무릎 꿇는다. 찻잔 앞에서는 클린턴도 부시도 꿇어 앉았다. 일본만의 것 이기 때문이다. 일본 스스로가 가치를 부여했기 때문에 그들도 그걸 인정하는 거다.

그럼 앞으로 어떻게 해야 하나?

간단하다. 상류층, 즉 정부와 대기업이 나서면 된다. 개인이나 중소기업이 이루기엔 너무 벅하다. 보다 큰 시각, 자본력, 조직력을 갖췄고 세계 최고의 식문화를 체험해봤을 대기업이 중심이 돼, 그들이 보고, 느끼고, 이해하고, 생각한 것을 시작으로 출발하면 된다. 그것이 주관성에서 객관성으로, 특수성에서 보편성으로 확대되는 과정에서 한국 식문화의 정체성이 확립될 수 있다. 거기에서 가치가 발생하고 이익이 창출되면, 그 아래의 기업들이 다 따라오게 돼 있다. 박세리가 성공하니 '박세리 키즈'들이 생겨나 세계를 제패하는 것과 다를 바 없다.

또 한 가지 중요한 전제는 상류층부터 우리 문화의 가치를 인정해야 한다는 점이다. 외국에서 들어오는 건 못 깎으면서, 왜 우리 건 자꾸 값을 깎으려고 하나. 청와대에서부터, 있는 자들부터 우리 것을 최

고급으로 써 보라. 그들이 쓰면 하나의 상징처럼 따라하고 싶은 것이 된다. 가치가 만들어지는 거다. 그렇게 되면 자연히 찾는 사람 많아지고, 만들면 팔리는 거고, 내수 활성화, 일자리 창출 다 따라온다. 노블리스 오블리주는 불우이웃 돕기 성금을 내는 게 아니다. 우리 문화의 가치를 키워주는 것이다.

마음이 급해진다. 그런 날이 올 때까지 얼마나 기다리면 될까?

모든 조건이 갖춰진다면 5년이면 된다. 목표를 달성하는 방법도 알고 있다. 비전이 너무나 확실한 사업이다. 문화란 굉장히 다양하기 때문에 가장 빨리 시장진입이 가능한 분야다. 더구나 우리는 일본을 비롯한 다양한 나라들이 자국 음식을 전략적으로 세계화하는 과정을 보았다. 그들의 시행착오와 성공비결들을 철저히 분석해 전략을 세운다면 그들에게 필요했던 150여 년의 세월을 압축할 수 있다. 인도가 기술의 발달로 인프라 구축에 막대한 시간·비용이 드는 '유선통신' 단계를 건너 뛰고 곧바로 휴대폰 시대로 넘어간 것과 마찬가지로.

미래기획위원회의 '한식 세계화·산업화 추진단'에 합류하신다고 들었다. 어떤 계획이 있으신가?

추진단 출범 후 '한식 세계화·산업화 추진 재단'이 설립된다. 1천억 원의 투자가 이뤄질 예정이다. 하지만 '재단'의 형태가 과연 효과가 있을진 의문이다. 지금까지의 관행대로라면 1천억 원이란 돈은 순식간에 쪼개져 크고 작은 관련 기관·업체 등으로 흩어져버릴 거다. '농촌 현대화 사업'을 위해 80년대부터 쏟아부었던 200조 원 지금 어디로 갔는가. 그 결과는 또 무엇인가. 이 예산은 대기업이 '성공한 한식 세계화 모델'을 만들어 내는 데 투자되어야 한다.

1천억 원이란 돈은 5년 동안 축적돼 온 우리 문화의 가치를 다시 가동하는 데 들어가야 할 돈이다. 그 동안 묻혀있는 줄도, 내다 팔 줄도 몰랐던 우리의 자산을 꺼내는 데 드는 돈이다. 묻혀있는 '다이아몬드'를 캐내는 데는 단 1천억 원이 들지만, 그것이 발휘할 가치는 수천 수억 조가 될 것이다. 그 열매는 지금 우리가 아닌, 우리 후손들의 몫이다. 

세계가 취한 우리의 '색놀이' 원혜은 한복공업협동조합 이사장·元뽕한복 대표

중국의 빨강으로 보색대비를 하면 유채해지지만, 한국의 빨강은 자연스럽게 섞이고 녹아 들어간다. 그게 한국의 색이고, 우리의 경쟁력이다. 경쟁력은 우리 삶 속에 내재돼 있는 정서, 아무도 훔칠 수 없는 그것에 있다.

최근 상해에서 한복 패션쇼를 하셨는데 어떤 행사였나? 반응은?

'상하이 국제 패션문화 축제'의 오프닝 쇼였다. 사실, 중국에서 한복 쇼를 한다는 건 큰 의미가 있다. 한국을 변방의 소수민족으로 여겨온 중국인들은 지금도 한복을 연변 조선족들이 입는 '우스운' 옷인 줄로만 안다. 이번 쇼에서는 화려함의 극치인 궁중복을 뽐냈다. 왜냐하면 우리가 중국의 영향을 너무 크게 받아 온 탓에 우리 궁중복 대부분이 중국에서 받아온 것이기 때문이다. 원래 상류층 문화에는 외래의 것이 많이 섞이는 경향이 있다. 따라서 한 나라 문화의 정통성은 서민문화에 있다. 우리 문화는 일반 서민들의 것에도 스며들면서도 높은 수준의 화려함이 있음을 보여주고 싶었다. 그래서 내놓은 것이 8도 혼례복이다. 모르는 사람이 많지만, 우리 옛 서민들이 입었던 혼례복은 지역마다 고유의 아름다움과 특색을 가졌다. '뿌리'를 보여주고 나서 이를 현대화한 퓨전한복을 내놓았다. 중국과 유럽의 내로라하는 패션인들에게 "현 시대가 요구하는 정확한 옷", "가능성 있는 옷"이란 평가를 받았다. 그런데 이런 폭발적인 호응을 뒤로 하고 귀국하는 길이, 왠지 허탈하더라(웃음).

아니, 왜?

쇼를 함께 했던 중국의 '청삼' 브랜드를 맡고 있는 이후이 씨가 행사 후 찾아왔다. 우리에게 배울 것이 많으며, 손잡고 유럽에 진출해보자고 제안했다. '청삼'은 중국정부가 차파오를 세계화하려고 정책적으로 만든 브랜드다. 국가의 지원 아래 이후이 씨는 차파오 연구·개발에만 전념하고 있다. 너무 부럽더라. 대만정부도 전통의 복의 세계화를 위해 '상하이 탕'이란 브랜드를 만들어 지원하고, 일본정부도 사양세인 기모노 산업을 살리려고 굉장한 노력을 기울이고 있다. 국가가 발을 잡아주면 더 쉽게 씨를 뿌릴 수 있는데, 우리는 개인이 손으로 땅을 파고 있는 격이다. 최근 국책사업으로 '한 브랜드'가 추진되고 있지만 실질적인 지원을 못 받고 있다. 국제적인 행사에 초청을 받아도 비용이 없어서 못 간다. 문화체육관광부조차 한복을 지원하는 예산이 없단다. 더 큰 문제는 멀어진 전통문화에 대해 대수롭잖아 하는 일반인의 인식이다. 세계는 이렇게 쳐다보주는데, 정작 주인인 우리는 도대체 뭘 하고 있나. 그 때문에 우울했다.



원혜은 한복공업협동조합 이사장·元뽕한복 대표

한복의 어떤 매력이 외국인들에게 어필하는 걸까?

아마도 '문화 디자인'일 거다. 여태껏 못 봤던 문화에 대한 신선한 충격, 흥내 낼 수 없는 독특함. 지난 2월 파리에서 열리는 프레타포르테(Pret-A-Porter, 세계 최대 규모의 가성복 전문 전시회)에서, 한복공업협동조합의 공동브랜드 '겨비'가 한복을 현대화한 양장을 선보였다. 대부분 한국인들은 이곳이 그냥 전시회인 줄 알지만, 사실은 세계적인 바이어들이 물건을 사가는 곳이기도 하다. 가능성 있는 디자인을 보면, 원하는 수량을 주문하고 돈을 지불한다. 그 돈을 가지고 디자이너들은 옷을 만들어서 보낸다. 돈을 먼저 보내기 때문에 디자이너에

대한 바이어들의 신뢰가 전제되어야 한다. 그런데 처녀 출품했고, 가장 찌그만 부스였던 우리 브랜드에서 세계적 안목을 가진 바이어들이 눈을 못 때는 거다. 어머머한 부띠끄들이 줄을 섰다. 파리의 한 업체는 우리에게 최고가의 옷을 만들어달라고 주문했다. 명품으로 만들겠단다. 정말 설레지 않을 수 없었다.

한복, 경쟁력은 뭐라고 생각하시나?

한복의 매력은 첫째 색에 있다. 우리에게겐 색을 갖고 노는 피가 흐른다. 고구려 벽화의 의복도 소매 끝, 치마 끝에 다양한 색이 들어있지 않나. 한복은 색의 옷이다. '색은 기운을 부른다'는 철학을 가진 옷이다. 색을 그냥 쓰는 게 아니라 음과 양의 조화를 이뤄 그 옷을 입는 사람이 건강하길 기원했다. 그래서 남색 치마에 빨간 안감을 넣는 거다. 한복 짓는 사람들은 마치 본능처럼 그 색을 맞춰낸다. 중국의 이후이 씨가 감탄했던 게 바로 그것이었다. 중국의 빨강으로 보색 대비를 하면 유채해지지만, 한국의 빨강은 자연스럽게 섞이고 녹아 들어간다. 그게 한국의 색이고, 우리의 경쟁력이다.

둘째는 선이다. 진정한 선의 매력은 끈에 있다. 한복은 남자 옷도 고름이나 끈을 맺고, 그 끈이 자연스럽게 늘어지고 흔들리는 것을 멋으로 삼았다. 이는 양장 디자이너들이 절대 끌어올리지 못하는 우리 옷만의 장신이다. 프레타포르테에 출품했던 바자에도 단추대신 끈을 달았다. 그런 창의성과 독특함에 세계가 매혹된다. 경쟁력은 우리 삶 속에 내재돼 있는 정서, 아무도 훔칠 수 없는 그것에 있다.

그 경쟁력이 우리의 '핵심'이 될 수 있을까?

물론이다. 앞으로 모든 산업은 문화를 안고 가야 한다. 물건만 만들지 말고, 그것을 한국의 정서와 문화로 포장해야 한다. 얼마 전 한복공업협동조합에서 특허출원을 낸 '럭키타이'는 우리의 색 이론을 담고 있다. 넥타이 앞부분과 뒷부분의 색을 음양의 조화를 이루는 보색으로 만들었다. 서양인들이 매료되는 동양의 기(氣)문화를 담은 거다. 작은 상품이지만 '이걸 매면 좋은 기가 생겨 늘 행운이 온다더라' 하는 재미

있는 스토리텔링을 담으면 외국인들은 그걸 매던 안 매던 열광하며 사간다. 그게 10년이 되면 한국의 파워가 되는 거다. 그 어떤 외국 명품이 이걸 따라 할 수 있겠나. 이미 세계가 인정하기 시작했고, 이걸 우리만이 할 수 있는 일이다. 한복은 사양 산업이 아니라 재창조 산업이다.

한복공업협동조합 이사장을 맡고 계신다. 어떤 단체인가?

그간 한복은 파복조합 소속이었다. 50여 개 파복의 일부분이다 보니 한복의 산업적 가능성과 비전을 실현하는 데 한계를 느꼈다. 독립조합을 만들려 했더니 63년에 만들어진 조합법 상 불가능하다더라. 모든 계세분화·전문화되는 마당에 시대에 뒤떨어지는 법이 발목을 잡은 거다. 그래서 중소기업청을 상대로 행정소송을 걸고 2년 간 '투쟁' 했다. 국회의원이고 공무원이고 만나서 설득하고 싸웠다. 나더러 '한복업계의 저격수' 라더라. 그러던 중 다행히도 조합법 개정이 통과되면서 2006년 5월 인가를 받았다. 우리 조합은 국내에서 유일하게 법적 지위를 보장받는 한복인 단체다. 내가 조합 설립에 그토록 몸부림쳤던 건 우리 옷의 가능성을 믿었기 때문이다. 우리의 애로사항을 정책입안자들에게 전달할 수 있는 통로를 간접히 원했기 때문이다. 그 동안 해외 패션쇼 참가를



한복공업협동조합이 개발한 '럭키타이'

위한 비용, 상품 개발, 한복기술자와 교육자 양성 등 정부의 지원이 없어 못하던 일들을 지금, 조합의 힘으로 해내고 있다.

앞으로 계획은?

한복 교육에 힘쓰고 싶다. 외국 유학 가서 일류 디자이너가 되는 건, 그들의 것을 '흉내내기'에 불과하다. 우리 문화가 가진 훌륭한 소스와 아이템을 끌어내야 한다. 지금, 한복인 평균 나이가 65세다. 젊은 세대가 들어와야 한다. 교육의 효과는 장기적인 인목이 필요한데, 우리는 그게 잘 안 된다. 파리의 '패션 의상조합 학교'와 같은 조합학교를 설립해 한복인을 더 이상 숨겨진 장인, 가난한 직업인이 아니라 고급 인력, 인정받는 전문직으로 만들겠다. 그것이 최종 목표다. 

글 서지영 나라경제 기자 사진 오성민 중앙일보사시미디어 기자

“한옥은 21세기적 집이죠” 조전환 한옥 짓는 목수

한옥은 문화를 담는 큰 그릇이다. 그 안에 많은 이야기와 삶이 담겨야 진정한 가치를 발휘한다. 상징적인 오브제를 넘어서 재외공관이라든가 한식당, 더 나가서는 외국에 자리 잡은 한인의 살림집에 이르기까지 적극적으로 확장해야 한다.

한 국주거문화의 우수성을 이야기할 때 많은 사람들이 온돌과 유려한 처마선을 떠올린다. 그러나 김치가 '기무치'(キムチ)라는 상표로 일본에 의해 세계로 유통되듯, 온돌은 미국의 프랭크 로이드 라이트(Frank Lloyd Wright)에 의해 파이프난방시스템으로 발전해 세계화되면서 일본, 독일 등에서 이미 80년대부터 사용됐다. 관련 특허도 일본, 미국, 영국, 캐나다 등이 가지고 있다. 심지어 국제온돌학회도 중국 북경공업대학에 소재하고 있다. 우리의 아름다운 처마선은 프랑스 건축에 응용돼 꼬르뷔제(Le Corbusier)선(線)이라고 불려진다. 우리가 언덕 위의 하얀 집을 꿈꾸고 있는 사이, 그들은 우리의 보물을 가공해 가치 있는 상품으로 만들고 오히려 우리에게로 열티를 받으며 되팔고 있는 것이다.

한옥의 우수성은 눈에 보이는 것에만 있지 않다. 그것은 자연과 사람, 그리고 사람과 문화 사이의 고도로 정밀하게 계산된 관계망이다. 퇴계 선생이 4년 동안 공들여 우주를 담은 집은 5백 년이 지나도 퇴색하지 않고 온 국민의 주머니 속에서 굳건히 자리하고 있다. 한옥처럼 자연과 인간에 대한 철학적인 사유를 직접적으로 건축에 표현하는 것은 오늘날 몇몇 건축가에 의해 겨우 행해지고 있을 뿐이다.

한옥은 일정한 규칙을 가진다. 칸으로 모둠화 되었으며, 대부분 사전에 가공된 부재들을 조립해 집을 이룰 수 있다. 이것은 현대적인 생산시스템에 바로 적용이 가능하다는 이야기다. 사계절이라는 기후 조건에서 날이 풀리고 장마가 올 때까지, 장마 끝나고 추위지기까지 4개월의 시간이 있다. 한옥은 이 시간 안에 완성돼야 한다. 그런 조건에 맞게 분업화돼 조직된 건축기술은 지금의 컴퓨터 제어 하에 이뤄지는 생산시스템에 바로 연결할 수 있다. 한옥의 공간은 삶의 방식에 따라 다양하게 적용된 평면을 구성할 수 있고 필요한 모든 부재는 사전에 가공되어 조립하는 방식으로 되어있기 때문

에 BIM(Building Information Modeling, 빌딩 정보화 모델링)설계와 CNC(Computer Numerical Control, 컴퓨터 수치 제어) 가공으로 최적화가 가능하다. 이처럼 고도로 발전한 현대기술이 비로소 한옥의 진가를 드러나게 한다.

그동안 서양 중심으로 발전해온, 지구와 인류를 병들게 하는 콘크리트 문화의 대안적인 건축 재료로서 공기 중의 이산화탄소를 빨아들여 제 몸을 이루는 목재가 새롭게 다가서고 있다. 탄소 배출권이 경제적인 요소로 자리 잡는 이때에 동양 목조문화의 총아로서 한옥이 세계화되는 것은, 한류가 우연히 불어온 산들바람이 아닌 것처럼, 어쩌면 당연한 일일지도 모른다.

그러나 준비는 여전히 부족하다. 그동안 한옥에 대한 연구가 진행되어 왔지만 문화재의 보수유지자원을 크게 벗어나지 못했고, 선조들의 깊은 식견은 박물관의 낡은 사책에 갇혀 빛을 보지 못했지 오래 됐다. 건축가는 의례적으로 일본이나 서양 등을 유학해야 하고 한옥 목수들은 집 떠나 깊은 산속의 절 지으며 반(半)도사가 되어 선문답만 늘어놓는다.

필자의 아버지는 필자를 한옥의 길로 이끌신 분으로 지금은 LA에서 목수일을 하고 계신다. 아버지를 만나러 가던 LA한

인타운 노르만디 거리(Normandie Av)에서 겹차마의 '사모정'이란 한옥 정자를 보았다. 호기심에, 건축한 사장님을 수소문해서 이야기를 나누었는데, 사모정이 완성되기까지 무척이나 어렵게 일이 진행됐다는 말을 들었다. 건축은 대부분의 나라에서 법에 의해 엄격히 관리된다. 한옥에 적용할 수 있는 건축구조코드를 찾지 못해 기둥과 주초를 연결하는 철심을 박는 등 미국정부가 요구하는 것과 힘들게 타협점을 찾아 세웠다고 한다. 한옥이 자아지기 위해서는 그 나라의 기준에 맞게 재해석될 필요가 있는데, 아직은 국내에서 초차 제도적 기준이 미흡



한옥은 우리나라의 전통 건축양식으로 지은 집으로 난방을 위한 온돌과 방방을 위한 마루가 균형있게 결합된 구조를 갖추고 있다. 사진은 한옥 설계도



중요민속자료 제42호 지정된 충북 영동 김참판 고택 전경. 이 집은 17세기 말 사대부 가옥 형식이 잘 보존되고 있다는 평가를 받고 있다.

한 실정이다. 문화재 한옥은 건축법의 적용 대상이 아니어서 별 문제 없이 지어지고 있지만 살림집보다 규모가 큰 공공건축물의 경우 한옥으로 지으려면 아직 장애가 많다. 한옥의 내화구조 인 증은 2008년에 겨우 현장인증 형태로 진행됐으며, 한옥기술개발 R&D도 올해부터 본격적으로 시작되고 있다. 한옥을 업으로 하는 사람으로서 그나마도 너무 고마운 일이다. 하루빨리 KS(Korean Standard, 한국공업규격)를 적용하는 것은 물론 JIS(Japanese Industrial Standard, 일본공업규격)등과 협력해 동양목조기준을 만들어 그 기반으로 세계 어디에서든 한옥을 짓는데 제도적인 어려움이 없도록 해야 한다.

한옥은 문화를 담는 큰 그릇이다. 그 안에 많은 이야기와 삶이 담겨야 진정한 가치를 발휘한다. 상징적인 오브제를 넘어서 재외공관이라든가 한식당, 더 나아가서는 외국에 자리 잡은 한인의 살림집에 이르기까지 적극적으로 확장해야 한다. 문화란 '길들여지는' 속성이 있어 자주 접하다 보면 누구나 한옥의 참맛을 느낄 수 있을 것이다.

세계화를 위한 또 하나의 전략은 사이버(Cyber)한옥이다. 구글어스등이 활성화되면서 이미 세계를 제 손바닥처럼 살펴 볼 수 있는 시대

가 됐다. 한옥의 여러 요소를 3D모델링해 디지털 콘텐츠로서 언제 어디서든 응용할 수 있는 디지털 아카이브(digital archive)가 구성되어야 한다. 이런 정보는 한옥을 처음 접하는 현대건축가에게는 BIM기반에서 한옥을 자유로이 설계할 수 있는 재료가 되고, 한옥생산 현장에서 CNC가공데이터가 되며, 영화의 배경을 만들 수도 있고, 학생들의 학습 교재로도 훌륭하게 사용될 수 있다. 이미 사이버 스페이스는 국가 간의 장벽을 넘어서 새로운 지평을 펼쳐 놓고 있지 않은가.

수천 년을 여행해온 노마드(nomad) 한옥은 호리병 같은 반도에 갇혀 있다가 다시 광활한 초원을 바라보고 서있다. 우리 음식과 우리웃음 벌써 세계 무대에서 활발히 활동하고 있다. 아젠 한옥이 나설 차례다. 한옥, 한(韓)스타일을 담고 새로운 여행을 시작해야 한다. 



조전환

목수, 이연건축 대표
mookga@naver.com

전통, 산업으로 끌어내라

역사학에서는 '전통이란 문화와 산업의 조합체'라고 했다. 문화가 녹아 있지 않는 전통과 산업화되지 못하는 전통이란 허구에 지나지 않는다는 말이다. 전통은 이제 더 이상 장롱 속의 해묵은 이불이어서는 안 된다.

우리는 중국하면 차(茶), 일본하면 스시, 프랑스하면 와인, 독일하면 인쇄기술을 떠올린다. 이들은 각 나라의 전통문화임과 동시에 그 나라를 대표하는 상징물이다. 중국과 일본, 프랑스, 독일 등은 그들의 개성이 가장 잘 살아있고 오래 전부터 특화되어 온 자국의 전통 문화를 수출로 연결해 세계화시키는 데에 성공했다.

우리나라는 어떤가? 우리 전통문화도 상품화해 세계화할 수 있는 요소들이 얼마든지 있다. 먼저 의(衣)에서는 서양식 웨딩드레스의 색상과 라인을 결합한 한-스타일 웨딩드레스가 있고, 식(食)에서는 미국에서도 영양과 맛을 인정받은 설렁탕, 떡, 불고기, 잡채가 있으며, 최근 높은 수출성장세를 보이는 소주를 비롯한 막걸리와 약주 등의 전통주가 있다. 또한 주(住)에서는 온돌을 상품화한반영구 매트나 중국 등지에 진출한 온돌난방 설비업체와 보일러가 있다. 뿐만 아니라 예(藝)에서는 프랑스인들을 열광시킨 가야금과 비보이댄스를 결합한 공연, 한글을 디자인적 요소로 활용한 각종 상품들, 전통적인 한지를 이용한 친환경 월빙 의류 등이 있어 우리 전통문화가 충분히 세계화될 수 있다는 가능성을 엿볼 수 있다.

전통을 산업화하면 지방경제를 활성화하고 관광산업을 발달시키며 국가브랜드를 제고시키는 효과를 얻을 수 있다. 실제로 80년대까지만 해도 작은 산촌에 불과했던 중국 매가오 지방은 용정차 산업이 발달함에 따라 관광수입이 늘어 지방경제가 활성화되었고, 프랑스에서는 와인산업이 발달함에 따라 농촌에 있는 포도 경작자가 체험 관광지로 부각돼 2007년 기준 프랑스 관광소비 중 농촌지역 관광이 차지하는 비중이 20% 이상(연간 매출규모 245억 유로)에 달했다. 일본은 음식 산업의 발달에 힘입어 웰빙, 위생, 고급스러움 등의 긍정적 국가이미지를 갖게 되어 국가브랜드를 높였다.

매년 한국을 방문한 많은 외국인들이 우리 음식을 웰빙 음식이라며 찬사를 보내고 있다. 드라마 '대장금' 이전 세계 60여 개국에서 방영됨에 따라 한국의 음식문화에 대한 세계인의 관심도 높아져 한국 식 재료를 수입하겠다는 해외업체도 생겨나고 있다. 이러한 호기에 지난 3월에는 (주)이태식재료종합무역상사가 출범해, 한식(食)문화를 세계화하는 데에 큰 역할을 수행할 것으로 기대된다. 이 외에도 전통을 산업화하기 위해 정부 및 문화관련 단체들이 한스타일박람회(HANSTYLE EXPO), 전통문화의 콘텐츠화 사업, 전통염색 산업 글로벌화 사업, 지



우리 전통문화에 자부심과 애착을 갖고 전통문화를 수출산업으로서 적극 활용하려는 인식이 필요한 때다. 사진은 세계 60여 개국에서 방영돼 한국 음식문화의 우수성을 세계에 널리 알린 드라마 '대장금'의 한 장면

역연구산업 진흥사업(RIS: Regional Innovation System)을 추진하는 등 다방면의 노력을 기울이고 있다.

역사학에서는 '전통이란 문화와 산업의 조합체'라고 했다. 문화가 녹아있지 않는 전통과 산업화되지 못하는 전통이란 허구에 지나지 않는다는 말이다. 전통은 이제 더 이상 장롱 속의 해묵은 이불이어서는 안 된다. 정부·기업·국민 모두가 우리 전통문화에 자부심과 애착을 갖고 수출산업으로서 전통문화에 대한 인식을 새롭게 한다면 대한민국이 문화강국이 되고, 우리 전통문화를 세계인과 함께 누리는 그 날이 가까울 것이다. 



김혜영

한국무역협회 연구원
khy21@kitanet



故 홍순철
독도수비대장이
1964년 대원들과
함께 망원경으로
독도 근해를
감시하는 모습

그들은 누구인가

55년 전인 1953년 4월,
홍순철 대장을 비롯한 33명의 젊은
이들은 '독도 의용수비대'를 결성

했습니다. 경찰도, 군인도 아니었고, 정부는 단 1원의 자금과 무기도 지원하지 않았지만, 국가가 지키지 못했던 독도를 '실효적 지배'했습니다. 그들은 죽음을 무릅쓰며 3년을 버텼습니다. 큰 나무에 검은 철을 해 가짜 대포를 만들고 한국전쟁 때 쓰다버린 소총을 수리해 일본 순시선과의 수많은 총격전을 이겨냈습니다. 동도의 암벽을 깎아 내 '한국령'을 새겨 넣기도 했지요. 1956년 4월, 비로소 이들의 '민간수비'가 국립경찰에게 인계됐습니다.

얼마 전, 이 33인 독도 의용수비대의 정신을 계승하기 위해 기념사업회가 출범했습니다. 기념탑을 세우는 일도 좋지만, 더 중요한 것은 우리가 독도에 대한 주인의식을 잃지 않는 일일 것입니다.

사진 속의 그들, 그들이 우릴 지켜보고 있습니다. 

학교에선 우리가 엄마, 아빠!

정책을 수립하고 예산을 집행하고
나라 살림을 책임지는 사람들. 바
쁘게 뛰고 있는 그들의 어깨에 경
제정책의 상파가 달려있습니다.
<그들은 바쁘다>에서 그들이 일하
는 현장을 구경해보실까요?

배가 아프면 내과에 가고, 머리가 아프면 신경과에
가지만 '아이들' 이 배가 아프고 열이 나면 소아
과를 찾아간다. 마찬가지로 우리 주변의 환경, 음식물을
관리하는 곳은 여러 곳이지만 80만 우리 '학생' 들의 주
변 환경과 먹을거리, 건강을 책임지는 곳은 단연 교육과
과학기술부의 학생건강안전과다. 언론에 하루라도 학생
건강안전과와 관련된 기사가 나오지 않으면 오히려 고

개가 가웃해질 정도로 학생의 건강과 안전에 대한 업무
는 다양하다. 환경·공기질과 같은 광범위한 일부부터 학
생 개인의 식습관까지 살펴다 보면 밤을 새는 일도 다
반사. 끊이지 않는 민원 전화벨소리와 이해관계자들의
방문이 익숙한 직원들은 시끌시끌한 분위기 속에서도
묵묵히 자신의 업무를 수행해낸다.

과의 업무를 총괄하는 박희근 과장은 꼼꼼하면서도 신



부모가 자식 키우는데 손길이 닿듯 우리 아이들을 보살피는 학생건강안전과의 업무가 많은 것은 당연한 일일지도 모른다.

속하게 일을 처리하는 우리 과의 ‘엔진’이다. 대외적으로 이해관계가 복잡한 사안을 각계각층의 의견을 조율해 합의점을 찾아내고, 민감한 일은 앞장서 맡아 직원들의 부담감을 덜어준다. 그의 과감한 추진력을 바탕으로 이루어지는 학생건강안전과의 사업은 크게 보건환경·급식안전·학교체육 세 분야로 나뉘어 진행된다.

깨끗하고 안전한 학교환경 우리가 책임진다

학교보건업무를 총괄하는 조명연 사무관은 주무사무원으로서 학교 내외 교육환경 보호제도 정책을 수립, 조정하는 일을 한다. 최근에는 학교보건법 제정을 맡고 있는데 업무 성격상 관련 부처가 많아 설 틈이 없다. 그런데도 세심하게 다른 직원의 생일까지 챙겨주어 따뜻한 과 분위기를 이끌어 나간다.

웃는 얼굴이 예쁜 민혜영 연구사는 학생들의 정신건강관리, 건강검사 제도개선, 자살 예방교육, 환경관련 질환 대책을 수립하는 업무를 담당한다. 봄철 황사가 심해지면서 종종 황사주의보라도 발효되면 식사를 하러 가는 중간 달려와 대책을 내놓느라 정작 자신은 끼니를 잊고 만다.

교육환경평가, 환경위생, 깨끗한 학교 만들기 등 김태환 주무관의 손에서 나온다. 학교 공기·소음·마시는 물 등 눈에 잘 띄지 않지만 건강과 밀접하게 관련돼 있는 만큼 놓쳐선 안 될 부분이다. 업무 때문인지 그는 과에서도 잘 드러나지 않지만 중요한 예·결산 업무 처리를 묵묵히 수행하는 영원한 ‘오빠’다.

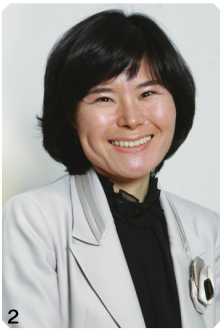
서무 업무를 담당하고 있는 고재범 주무관은 각종 민원을 챙기고 언론 동향을 모니터링해 상황을 보고한다. 이러한 내용은 곧바로 해당 업무 담당자에게 전달돼 다

음 계획을 세우는 기초자료가 되곤 한다. 학교 석면·비만·흡연·음주·전염병 등의 현안을 담당하는 정희권 주무관은 관계 부처의 업무 협조를 이끌어내고 단순히 통계를 보고하는 것뿐만 아니라 적합한 대책까지 마련해내는 베테랑이다. 특히 그가 기획한 학교 석면 관리 매뉴얼은 학교뿐만 아니라 다른 기관에서도 요청하는 문의가 이어져 조만간 베스트셀러가 되는 것 아니냐는 이야기가 나올 정도다.

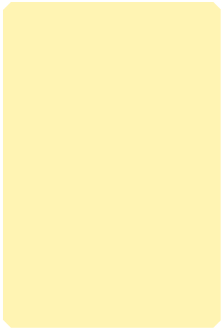
집보다 맛있게, 특급호텔보다 깨끗하게

모든 부모님들은 우리 아이가 밖에 나가서도 잘 챙겨 먹는지를 걱정이다. 이런 걱정을 해결해주는 사람들이 급식팀이다. 안전하고 맛있는 학교급식을 만들기 위해 정책 전반을 책임지는 박진욱 사무관은 교과부의 생활 공감정책으로 시행되는 지자체의 친환경 우수농산물 급식지원 확대사업을 맡았다. 근래에는 급식지원센터 설립에 박차를 가하고 있다. 이 센터를 통해 단위 학교의 급식사업 모범사례가 발굴되고 알려져 전국의 학교가 공유하게 될 것이다.

언제나 웃음소리를 몰고다니는 과의 분위기메이커 김동로 주무관은 학교급식 위생·안전관리 대책 수립, 위탁급식 직영 전환과 같은 민감한 사안을 다루느라 늘 신경 쓸 일이 많다. 학교 급식에 쓰이는 식재료에 원산지가 표기되었는지는 물론이고 학교 급식이 안전하게 관리되고 있는지 점검하고 평가한다. 학교급식이 누구보다 꼭 필요한 저소득층 자녀들과 농·산·어촌 지역 학생들에 대한 급식비 지원업무를 맡은 민동준 주무관은 어느 한 학생도 지원대상에서 빠지지 않도록 하기 위해서 명단을 검토하고 또 검토한다. 교육 활동 중 학생에



- 1 박희곤 과장
- 2 민혜영 연구사
- 3 정상익 연구사
- 4 조명연 사무관
- 5 박진욱 사무관
- 6 정화권 주무관
- 7 민동준 주무관
- 8 하진혜 주무관
- 9 김태환 주무관
- 10 신선영 연구원
- 11 고재범 주무관
- 12 김동로 주무관



게 사고가 났을 경우 보장 받도록 하는 학생안전 공제 업무도 그의 듬직한 어깨에 달려 있다.

학교체육행정 시작은 여기서부터

학교체육정책 전반을 담당하는 정상익 연구사는 올해부터 본격적으로 시행되는 PAPS(학생건강체력평가:Physical Activity Promotion System)를 기획했다. 59년 만에 실시되는 변화라 많은 이들이 관심을 갖고 있다. 학교체육법 제정, 교내 스포츠클럽 운영, 운동부 소속 선수들의 인권 개선 등 학교체육행정이라면 그의 손을 거치지 않은 분야가 없을 만큼 학교체육행정의 선두주자다. 하진혜 사무관은 올해 맡았던 학교운동장 조성사업이 거의 마무리되어 조만간 푸른 잔디에서 학생들이 마음껏 뛰어 노는 모습을 보게 될 날을 기대하고 있다. 실제로 잔디운동장 조성 학교들을 방문하느라 체육활동과 친해져 평소 운동과 담을 쌓고 지내던 그녀는 요즘 취미가 운동이라고 말하고 다닌다. 지금은 학생선수에 대한 최저학

력제 도입 기본계획수립에 머리를 싸매고 있다. 체육에 관한 일이라면 국회 사무부터 일선의 학교 교사 민원까지 챙기는 신선영 연구원은 새롭게 시행되는 PAPS 세부내용과 다양한 운동장 조성사업신청을 맡고 있다. 끊임없는 문의전화에 성실하게 답변해 새로운 제도가 현장 담당자들의 충분한 이해 속에 이루어질 수 있도록 노력한다. 담당업무뿐 아니라 다른 사람의 업무까지 살짝 챙겨주는 똑 부러지는 재원이다.

현안 처리업무와 민원이 많기로 유명한 교육과학기술부 내에서도 '학생건강안전과' 라고 하면 다들 '그과는 정말 바쁘지' 라고 혀를 내두를 정도로 매 시간 업무가 쏟아진다. 하지만 부모가 자식 키우는데 손길이 닳듯 우리 아이들을 보살피는 학생건강안전과의 업무가 많은 것은 당연한 일일지도 모른다.

♪ 어디선가 학생에게 무슨 일이 생기면, 얼른 달려가는 '학생건강안전과' 가 있다는 걸 기억해주시길. 

글 하진혜 학생건강안전과 사무관 사진 오상민 중앙사시미디어기자

이문규 (주)높낮이 회장, 전 재무부 주사

때: 2009년 3월 13일

곳: 서울 서초동 (주)높낮이 본사

[인생 2막]은 안정된 공무원 생활을 하던 주인공이 삶을 새롭게 시작한 도전기입니다. 남다른 노력으로 인생 꺾을 일궈 온 이들의 열정적인 이야기를 소개합니다.

어떻게 죽을지 생각하면 나누는 삶 살게 되죠

이문규 (주)높낮이 회장은 서울대 사학과를 졸업한 후 67년부터 78년까지 11년 동안 재무부에서 근무했다. 이후 아세아종합금융 부장, 한국신용정보 부사장 등을 거쳐 1999년 한아름종합금융 사장으로 퇴임했다. 은퇴 후 2003년 '높낮이 싱크대'라는 새로운 '거리'를 찾아 뒤늦게 사업에 뛰어들었다. 일흔이 넘는 나이에도 현장을 부지런히 뛰고 있는 이문규 회장을 「나라경제」가 만났다.

공은주: 은퇴 후 예순넷이라는 늦은 나이에 새로운 사업을 하셨습니다. 특별한 계기가 있었는지 궁금합니다.

이문규: 나는 일을 쉬 적이 없어요. 직장을 옮길 때에도 전혀 공백 기간이 없었고 한아름중금에서 퇴직한 후에도 쌍용화재사 외이사와 르네상스호텔 감사로 일하고 있었지요. 어느 날 중금사에서 같이 일하던 직원이 찾아와 사업을 제안하더군요. 아는 사람이 높낮이 기술로 특허를 받았으니 그걸로 싱크대 사업을 하자는 거였죠. 자금은 반씩 대고, 내가 대표이사를 하면 일은 자기가 다 하겠다며 나를 설득했어요. 싱크대 높이가 맞지 않아 고생하는 장애인이나 키가 계속 자라는 어린이를 생각하니 틈새시장이 있겠다는 확신이 들었지요.

공은주: 사업을 시작할 때 가족들의 반대가 심했을 것 같은데요.

이문규: 아내가 지독하게 반대했어요. 아내도 교사를 했고, 나도 중금사 임원을 지내 먹고 살 것은 충분했죠. 이제 은퇴해서 편안히 살면 되는데 왜 사서 고생을 하냐는 거죠. 그래서 사업 시작할 때 집사람한테 한 푼도 도움을 못 받았습니다. 물론 지금은 좋아해요. 토요일에도 공장에 가느라 아침 7시에 집에서 나오는데 그렇게 열심히 일하는 모습이 보기 좋다고 합니다. 이 나이에 일할 수 있다는 게 어딨니까?

공은주: 재무부에선 외환국, 국제금융국에 계셨다고 들었습니다. 주로 어떤 업무를 하셨습니까?



이문규: 외국에서 들어오는 돈은 모두 우리 손을 거쳤지요. 그땐 1달러만 나가도 결재를받아야 할 정도로 외환통제가 철저했어요. 단기 자금 운영, 은행의 자금 거래, 외국 은행과 계약할 때 지급보증등 관여하지 않은 게 없죠. 지금이라면 규제라고 하겠지요. 외국영화 필름이 들어오거나 가수가 와서 공연을 해도 국장이나 과장의 사인을 받아야 달러를 줄 수 있었습니다. 그 규제를 제일 많이 푼 분이 정인용 부총리로 당시 외환국장이셨죠.

공은주: 규제도 심하고 외환도 많지 않았던 시절이니 업무도 지금과는 많이 달랐겠습니다. 기억나는 일이 있으면 말씀해 주십시오.

이문규: 1974년 오일쇼크 때에도 우리가 외환위기를 겪었습니다. 2,500만 달러 뱅크론을 들여오려는데 외국은행들은 우리나라 은행을 믿을 수 없다고 해 한국은행이 보증을 썼죠. 하지만 이사들이 반대해 끝내 참여하지 않은 은행도 있었습니다. 나중에 그 은행이 한국에 진출할 때 승인을 빨리 해주지 않고 애를 좀 먹었지요. 하하.

기업들이 외국에서 차관을 들여올 때에는 위원회를 만들어 교

통정리를 해야 했어요. 여러 기업이 한꺼번에 나가 경쟁하면 금리만 올리고 조건이 나빠지기 때문이죠. 그런데 해외에서 우리 기업끼리 경쟁해서 가격을 올리는 일은 지금도 여전하더군요. 공은주: 강직해 보이는 인상이 공직과 잘 맞는 분으로 보이는데 왜 11년 만에 그만두셨습니까?

이문규: 1967년에 서울대 사학과 졸업하고 재무부에 들어갔다가 78년에 6급으로 나왔죠. 고등학교를 졸업하고 폐결핵을 오래 앓는 바람에 대학 진학이 늦어졌어요. 자연히 또래들보다 취직도 진급도 다 늦어졌죠. 그래서 나와야겠다고 생각했어요.

공은주: 그 때는 재무부에서 퇴직하면 은행으로 가는 게 일반적인 일이었습니다. 왜 은행이 아닌 종합금융사로 가셨죠?

이문규: 거의 은행이나 보험회사로 갔죠. 중금사로 간 건 아마 내가 처음일 겁니다. 그땐 중금사가 막 생길 때라 은행보다 대우가 훨씬 좋았지요. 그래서 아세아중금으로 갔습니다. 그때 은행으로 갔으면 임원까지는 했을 겁니다. 하하.

공은주: 그렇게 공직생활을 일찍 접어 아쉬움이 크겠습니다.

이문규: 나는 늘 자신에게 충실했습니다. 나라를 생각하는 마음도 변함 없고요. 어디서든 최선을 다했기 때문에 어디서 일하는지가 중요한 건 아니라고 생각했습니다.

공은주: 늦게 사업을 시작했는데 어떤 점이 가장 힘들었습니까?

이문규: 힘들지 않은 게 없죠. 그래서 많이 늙었습니다(웃음). 특허를 받았지만 실제로 제품을 만드는 것도 건설사를 찾아 다니며 홍보하는 것도 쉽지 않았습다. 뒷사람부터 상대하면 될 일도 안 되니 실무 담당자를 만나 설득해야 해요. 젊은이들 앞에 앉아서 '내가 사장이었는데' 이렇게 생각하면 절대 못합니다.

그래도 제일 힘든 건 역시 자금입니다. 한번은 은행에서 1억을 빌리려니 이자 14%에 매월 1백만 원씩 적금을 넣으라고 하더군요. 특허가 있으니 근저당 설정하고 빌려달라고 해도 안 해줍니다. 그래도 내가 거짓말은 안 하는 사람이라 사람들에게 신뢰를 잃지 않았어요. 주변에서 1억, 5천, 이렇게 투자를 받아 지금까지 끌고 왔습니다.

인력도 문잡니다. 요즘 젊은이들은 집에서 라면을 끓여먹어도 중소기업엔 안 갑니다. 작은 회사는 기피하고 무조건 대기업에 가려 해요. 중소기업도 탄탄하고 장래성 있는 곳 많습니다. 회사와 본인이 함께 크면 얼마나 좋아요?

공은주: 특허를 받았다는 기술은 무엇인지 궁금합니다. 높이를 조절하는 장치인가요?



이문규: 네. 우리 제품은 안에 실린더가 들어 있어 수압으로 높이를 조절해요. 그게 특허를 받은 거지요. 부드럽게 오르내리고 추가동력도 필요 없는 친환경 제품이에요. 공은주: 몇 년 전 '러브 하우스'란 TV 프로그램에 나왔던 그 세면대 맞습니까?

이문규: 맞아요, 2003년 MBC '러브하우스'에서 큰 대 후원했습니다. 특허를 났던 직원이 차에 제품을 써 붙이고 다녔는데 방송국에서 그걸 보고 연락을 해와 제공했지요. 당시 제품보다 지금 품질이 많이 개선돼 새 것으로 바뀌드리고 싶은데 어느 집인지 기록이 다 남아있지 않아 안타까워요.

공은주: 싱크대나 세면대 외에도 여러 제품에 응용이 가능할 것 같은데 기획 중인 제품은 있나요?

이문규: 올해 안에 높낮이 음수대가 출시됩니다. 서울시가 아라수를 팔려고 하기 때문에 전망이 있죠. 한번은 기술표준원에서 신기술 평가를 받을 때 우리 제품을 본 교수 한 분이 높낮이 변기를 만들어 보라고 제안 했어요. 만들기만 하면 책임지고 수출해주겠다고 하면서요. 욕심이 나기는 하지만 변기는 너무 무거워 들어 올리고 내리는 게 쉽지 않아요. 그거 개발하려면 돈이 얼마나 들지 몰라 포기했지요. 욕심 내지 않으려고 합니다.

공은주: 정부에서는 중소기업에 대한 지원 방안을 고민 중입니다. 어떻게 해야 중소기업에 효과적으로 도울 수 있을까요?

이문규: 지식경제부, 중소기업청, 중소기업진흥공단 등 중소기업을 지원하는 기관이 너무 많아 막상 당사자들은 어디서 어떻게 지원을 받아야 하는지 잘 몰라요. 그래서 해당 기관에 있던 사람이 퇴직하고 기금을 알선해주는 브로커를 하기도 하죠. 이걸 하나로 정리하고 창구를 일원화해야 합니다. 업무를 잘 아는 사람을 창구에 앉히고 중소기업에서 찾아와 애로사항을 말하면 적절한 부서를 바로 연결해주는 거지요. 한정된 지원금을 신청하는 기업이 많다면 위원회를 만들어서 심사하면 되고요. 단 누가 위원인지는 비밀로 해야지요. 엄격하게 심사해서 지원할 가치가 있다고 판단되는 기업에게는 과감하게 지원해줘야 합니다.

공은주: 젊었을 때 꿈은 공직자가 되는 것이었나요? 사학을 전공하셨는데 다른 꿈이 있었습니까?



이문규: 신문사기자를 거쳐 정치가가 되고 싶었어요. 그러나 폐결핵을 앓아 군대를 못 가는 바람에 기자 시험을 치르지도 못했죠. 정치가가 되고 싶은 꿈도 일찍 접었고요. 지금도 정치인들이 돈에서 자유롭지 못하잖아요? 정치자금에서 자유롭지 못하면 올바른 정치를 할 수 없다고 생각해 접었죠.

공은주: 하고 싶은 것을 이루지 못하셨군요. 그럼 지금은 무얼 하고 싶으신가요?

이문규: 얼마 전 책에서 성운(成雲)스님의 글을 읽었어요. '사람이 어떻게 살 것인지 생각하면 모으는 삶을 살고, 어떻게 죽을지를 생각하면 나누는 삶을 게 된다'는 내용이었는데 이후로 '나눔'에 대해 생각하게 됐습니다. 사업에 성공한다면 인문학을 위한 장학금을 내고 싶어요. 난인

문학에 애정이 많습니다. 어릴 적 유가 집안에서 자라면서 자치통감까지 배웠습니다. 우리 때만 해도 상대 나온 사람이 사장을 하면 공대 나온 사람은 공장장이었는데 요즘은 이공계 출신 사장도 많더라고요. 이공계는 지원금도 많지요. 반면 인문학은 지원도 적고 너무 경시되는 것 같아요. 文·史·哲(인문학·사학·철학)을 공부해야 생각이나 인간관계가 깊어집니다. 인문학을 지원해 우리 사회를 바르게 하는데 조금이라도 보탬이 되고 싶어요.

공은주: 자네는 몇을 두셨습니까? 모두 성장했겠군요.

이문규: 큰 딸은 연합고사에서 만점을 받고 전국 1등으로 고등학교를 갔죠. 하버드 디자인대학원에서 건축설계를 공부해 지금 뉴욕에 있습니다. 둘째 딸은 한의학 교수고, 늦둥이 막내아들은 지금 삼성에 다닙니다. 다 자기 몫을 잘 하고 있어 뿌듯합니다.

공은주: 인생 후배들에게 해주고 싶은 말이 있다면?

이문규: '무조건 책을 많이 읽어라' 입니다. 특히 젊었을 때 많이 읽어야 사고의 폭이 넓어지죠. 또 사람을 많이 사귄 것을 권합니다. 젊었을 때부터 친구를 소중하게 생각하라고 자식들에게도 늘 말하죠. 그렇게 한 사람과 하지 않은 사람은 문제에 부딪혀보면 분명히 차이가 납니다. 

「나라밖 경제」는 해외 주요 경제저널에서 유익하고 흥미있는 기사를 선별하여 발췌, 소개하는 난입니다.

Big 3, 현대 앞에 부끄러워하라!

‘Hyundai: America’s Most Successful Car Company’, Douglas A. McIntyre, Time, Mar. 4th, 2009

소위 ‘Big 3’라고 불리는 크라이슬러, 포드, GM을 비롯한 미국 내 대형 자동차회사들의 부진이 끝날 기미를 보이지 않는다. 이들은 지난 2월, 전문가들의 예상보다 훨씬 큰 폭의 판매실적 감소를 기록했다. GM은 2월 한 달 간 고작 26만8,737대를 판매하는 데 그쳤다. 3년 전만해도 그 정도 판매량은 ‘캐쉬백’ 행사가 진행되는 독립기념일 주말에 달하던 수치다. 포드는 9만6,044대를 판매해 작년 같은 달보다 무려 48% 감소한 수치를 기록했다. 그럼에도 회사측은 아무렇지 않은 척 했다. 그들이 지난 달 판매실적 보고서보다 강조한 것은 신상품이 ‘얼마나 멋들어진가(fabulous)’였다. 이 새로운 모델을 ‘아메리칸 아이돌(편집자 주: American Idol, 미국 Fox 방송사의 가수 오디션 프로그램으로, 전 세계적으로 높은 시청률을 자랑해 방송시간에 광고하겠다는 계획도 밝혔다. 포드의 주주들은 CEO인 앨런 멀랄리(Alan Mulally)의 한참 뒤떨어지는 감각을 절실히 깨닫게 됐다.

크라이슬러는 그나마 ‘예상보다’ 실적이 좋은 상황. 이들의 2월 판매량은 전년 동월 대비 44% 감소한 8만4,050대였다. 미국 시장을 누비고 있는 일본 유수의 기업, 혼다, 도요타, 닛산 역시 판매량이 40% 가량 감소했다.

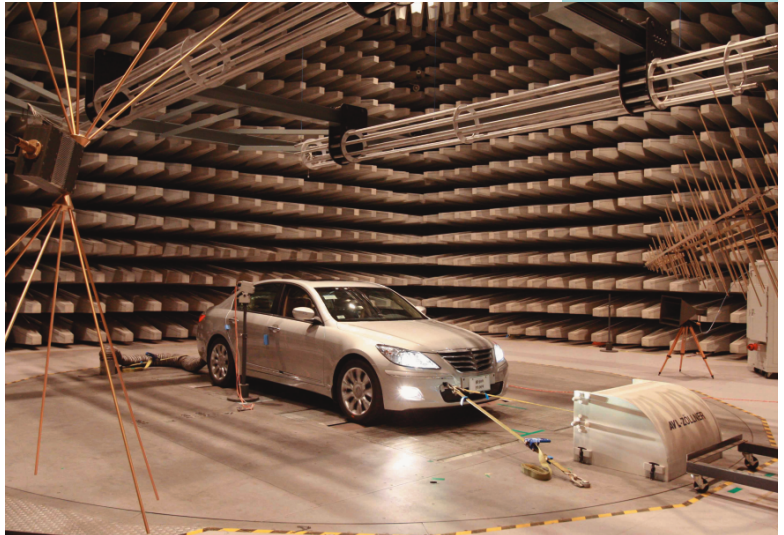
이런 상황에서 현대자동차가 보이고 있는 행보는 주목할 만하다. 지난 1월 현대차는 전년 동월 대비 14% 증가한 판매실적을 보였고, 시장점유율은 2.1%에서 3.7%로 늘었다. 현대차의 2월 판매량은 3만621대. 이는 5만4,249대로 감소한 닛산의 판매량 절반을 넘는 수치다.

사실 미국 시장에서 현대차는 특별하지 않다. 저렴하고 잘 고장나지 않는 차일 뿐이다. 미국인 대부분은 현대라는 기업이 자동차를 판매한다는 사실조차 모르고 있다. 어느 나라 회사인지도 잘 모른다. 미국의 조사기관 JD Power가 발표하는 소비자 만족도나 소비자 전문지 Consumer Report가 발표하는 소비자 품질평가 순위에 오르기도 힘들어 보일 정도다.

하지만 최근 현대차가 내놓은 모델들은 내로라하는 자동차 리뷰에서 앞 다투어 호평하고 있다. 주력차종인 ‘제네시스’는 ‘북미시장 올해의 차(The North American Car of the Year)’로 선정됐다. 이 ‘괴물(beast)’의 연비는 1갤런 당 17마일에 불과하지만, 부유층을 타깃으로 BMW, 메르세데스-벤츠, 렉서스 등 대형 세단들과 경쟁하고 있다. 주요 판매처에서는 매력적인 ‘초보자용 쿠페’와 ‘안투라지(Entourage)’라는 미니밴을 포진하고 있다.

현대차가 쟁쟁한 경쟁자들을 뒤로하고 미국 시장에서 선전하는 비결이 뭘까? 그것은 현대차만의 특별한 판매 전략에 있다. 그들은 경쟁사들보다 한 발 앞선 연구를 통해, 자동차 구매를 희망하는 소비자의 절반 이상이 실적의 불안감 때문에 구매충동을 억제한다는 사실을 발견했다. 그리고 큰 위험을 감수했다. 만약 현대차를 구매한 소비자가 실직하게 되면, 현대는 3개월 간 할부금을 대납해주기로 했다. 3개월이 지난 후에도 소비자가 실직상태에 있다면, 현대차가 그 차를 되사준다. 이 ‘현대 어슈어런스 프로그램(Hyundai Assurance Program)’은 자칫하면 심각한 재무위기를 불러올 수 있어, 웬만한 배짱이 담보되지 않으면 실행하기 어렵다. 하지만 현대차는 당장 길거리로 나앉을지도 모른다는 불안감에 휩싸인 사람들에게까지 차를 파는 놀라운 성과를 보여줬다.

GM과 포드는 월간 판매량이 50% 감소하는 것쯤은 위험하지 않다고 보고 있다. 그러나 이는 위험한 판단이다. 오늘날과 같은 시기엔 가만히 앉아 매달 10억~20억 달러씩 손해 보는 것보다, 실직자들에게라도 차를 파는 것이 더 현명할지 모른다. 자국 시장에서 가장 효율적인 자동차 판매 전략이 한국 기업에서 나왔다는 사실에 지금 미국은 부끄러워하고 있다. **필**



강한 전파를 쏘아 전자 회로의 오작동 여부가 점검되는 전파무향실에서 ‘제네시스’가 시험을 받고 있다. 현대차의 주력차종인 ‘제네시스’는 ‘북미시장 올해의 차’로 선정됐다.

『나라경제』는 2009년 연중 기획으로 '녹색성장 어떻게'를 선보입니다. 이산화탄소를 줄여 지구환경을 살리는 것은 이제 선택이 아닌 생존의 문제입니다. 지속 가능한 발전을 위해 온실가스를 줄이고 녹색기술을 개발하며 대체에너지원을 확보할 방안을 다 함께 찾아봅시다.

탄소, 뺏은자가 마시도록

온실가스 배출하는 경제주체가 사회적 비용 부담

〈연중기획·상반기계제순서〉

- 1월 | 녹색성장 왜 화두인가?
- 2월 | 우리나라 녹색시장 어디까지 와 있나?
- 3월 | 해외 녹색산업의 현장을 찾아
- 4월 | 함께하는 탄소 다이어트
- 5월 | 알고 싶다! 신(新)개념 에너지
- 6월 | 폐기물, 에너지로 살리는 방법 있다

발표한 보고서에 따르면 지난 1세기 동안 지구의 평균기온은 0.7℃ 올랐으며 21세기 말에는 현재보다 2~4℃ 더 오를 것이라고 한다. 이러한 기온 변화는 생태계 변화에 대한 적응, 자연 재해의 예방과 복구, 질병역학 변화에 대한 대응 등 경제적 비용을 수반할 것이다. 실제로 유엔환경계획(UNEP)은 2040년 경 그 비용이 1조 달러를 넘을 것으로 추산했다.

기후변화의 주된 원인이 인류가 경제활동을 하며 발생시키는 온실가스라고 밝혀지면서 온실가스 감축은 기후변화 대응의 가장 중요한 요소로 받아들여지고 있다. 온실가스의 감축을 위해서는 여러 가지 수단이 있겠지만, 그 중 시장친화적 수단으로 주목 받는 것이 '배출권제도'다. 배출권제도는 온실가스를 배출하는 경제주체가 그에 의해 발생한 사회적 비용을 부담하는 것이다. 감축목표가 정해져 있고, 감축비용에 대한 개별 기업의 불확실성이 존재할 경우 다른 감축수단에 비해 효율적이다. 배출권 거래를 통해 적절한 가격을 찾아 나가면서 각자의 처지에 맞도록 감축량을 정할 수 있기 때문이다.

배출권제도가 본래의 목적을 달성하기 위해서는 거래를 위한 적절한 거래시장, 탄소시장의 형성이 필수적이다. 전 세계의 탄소시장 거래규모는 급증세를 보이고 있다. 2007년 현재 거래량은 이산화탄소 27억 톤으로 전년도 대비 64% 증가한 것이다.

기후변화에 대한 대응은 이제 인류가 지속 가능한 성장을 위해 회피할 수 없는 과제다. '기후변화에 관한 정부 간 패널(IPCC)'이 2007년

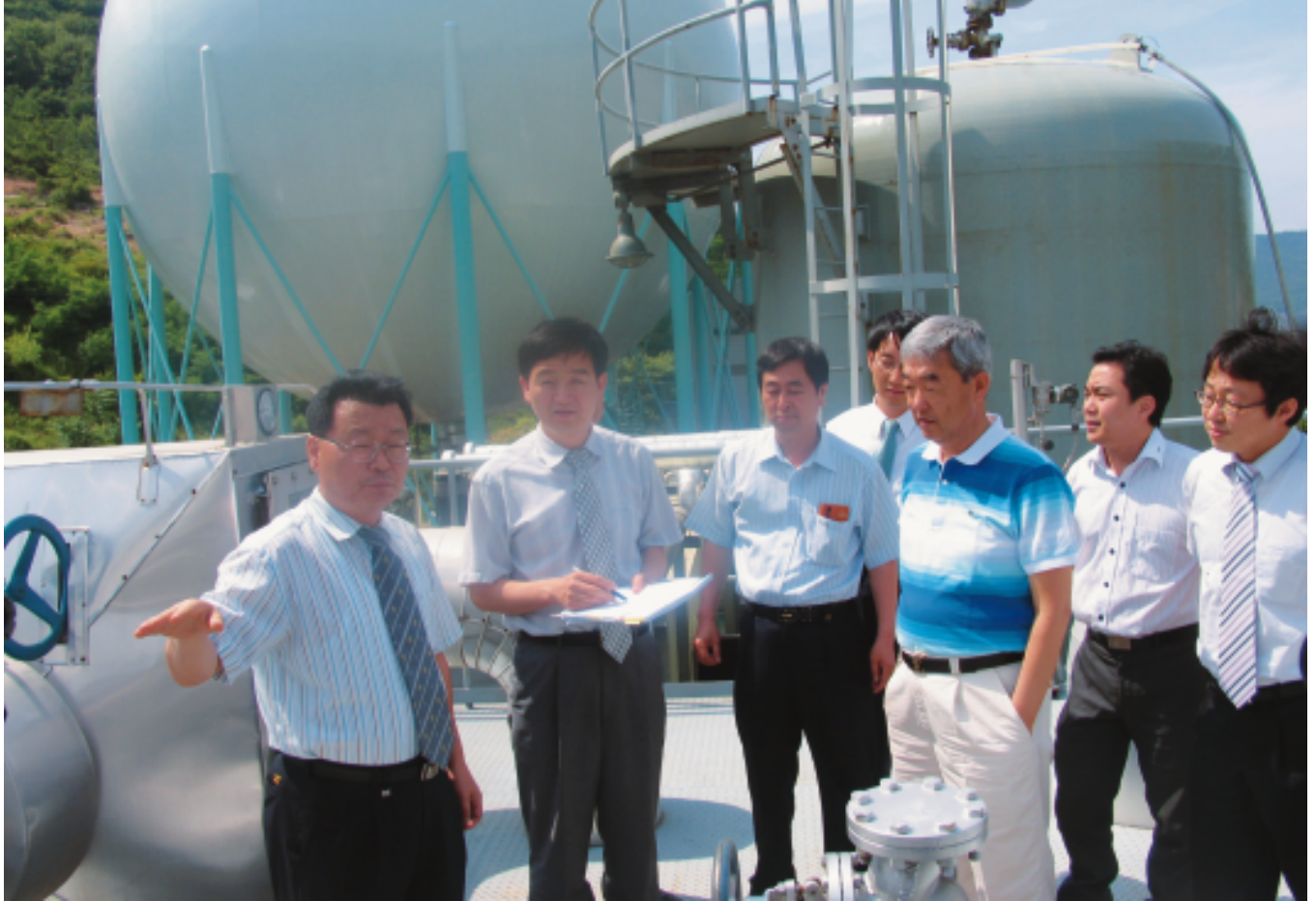
EU 거래규모 280억 유로, 세계 70% 차지

현재 가장 큰 규모의 탄소시장은 교토의정서에 기초한 유럽 연합배출권 거래시장(EU-ETS)이다. EU-ETS는 의무감축국으로 지정된 국가들이 각각 배출권을 할당받고, 각 국가는 다시 온실가스의 주요 배출원이 되는 기업들에게 배출권을 할당한 후, 이 배출권이 시장에서 거래되는 의무적 성격을 띤다.

이 외에도 의무감축국 간의 공동감축활동(JI)이나 의무감축국의 비의무국에서의 감축활동(CDM) 실적이 배출권 형태로 발행되기도 한다. 2007년 EU-ETS의 거래규모는 약 280억 유로에 달해 전 세계 거래량의 70%정도를 차지하고 있다.

반면 감축의무가 없는 경제주체간의 배출권 거래소도 존재한다. 대표적인 자발적 시장은 2003년 개설된 시카고 기후거래소(CCX)다. 여기에선 자발적이지만 법적 의무가 따르는 배출 허용량을 설정해 그에 따른 배출권을 거래한다. 현재 민간 기업, 대학, 지방자치단체 등 약 3백여 개 주체가 참여하고 있다. CCX 외에도 뉴질랜드의 NSW, 영국의 UK-ETS 등 자발적 탄소시장이 개설되고 있다. 이들은 개별 주체의 감축활동에 효과적인 것으로 조사됐다. 그러나 참여 기업 등에 한계가 분명해 앞으로 의무감축 형태의 배출권 거래제도가 전면화될 경우 그 비중은 점차 줄어들 것으로 보인다.

배출권 거래제도는 새로운 금융상품을 등장시키기도 했다. 개별 기업이 배출권 가격의 등락에 의한 위험을 관리할 수 있도록 선물과 옵션 등의 파생상품이 거래되고 있다. 2007년 런던 증권거래소에서 탄소배출권 선물가격을 기초 자산으로 하는 상장지수 펀드(ETF) 'ETFS Carbon'가 상장되는 등 일반 투자자들의 투자 참여 역시 쉬워지고 있다. 최근 경기침체로 배출량이 줄어 단기적 수익성에 대한 의구심이 표명되고 있으나,



지난해 6월 UN기후변화협약과 한국품질재단 관계자들이 탄소배출권 발급을 위한 전 단계로 방천리 매립장의 가스자원화 시설을 조사하고 있다.

앞으로 의무감축국이 늘어남에 따라 거래량이 늘어나고 더욱 다양한 금융상품이 개발·거래될 것으로 예상된다.

배출권 거래제도는 그 성과에도 불구하고 문제점을 일으키기도 한다. EU-ETS는 지나치게 많은 배출권이 발행되고, 역외 감축활동이 예상보다 늘면서 탄소가격이 실제로보다 낮게 형성된다는 비판이 제기되고 있다. 할당방식도 무상배분 중심이어서 초기배분의 결과에 따라 실제의 감축활동에 비해 많은 이윤을 얻는 기업이 나타나기도 했다. 이런 점이 고려돼 EU-ETS는 경매방식의 할당을 일찍 늘리기로 하는 등 제도적 개선을 준비하고 있다.

피할 수 없는 배출권제도, 서둘러 준비해야

우리나라도 여러 민간기업이 EU-ETS와 연계된 CDM 사업에 참여하고 있다. 일반인의 투자가 가능하도록 탄소 펀드 조성이 논의되는 등 배출권 시장에 대한 관심도 고조되고 있다. 정부도 2008년 ‘기후변화대응 종합기본계획’을 통해 배출권 거래제의 도입을 검토하기로 했다. 지난 2월 정부안으로 확정된 「저탄소 녹색성장기본법」에 총량제한 방식의 배출권제도가 명시돼 탄소시장 도입 논의가 본격적으로 이루어지고 있다. 그러나 산업계에서는 배출권 거래제도 도입에 부담을 느끼고 있

는 것도 사실이다.

국내 배출권제도는 교토의정서가 만료되는 2013년 이후 국제 감축활동을 규정하는 국제협약의 진행상황에 따라 도입여부와 형태가 달라질 것이다. 우리나라의 경제규모와 온실가스 배출량을 고려할 때 감축활동에 참여하는 것은 피할 수 없다. 따라서 국가적 마스터플랜을 확정하고, 기업들의 적극적 참여를 유도하도록 홍보와 자문을 확대하며 조세와 환경부담금 등 여타 제도를 정비하는 것이 필요하다.

녹색성장이 국가 기본전략으로 논의되고 있다. 전 세계적으로 기후변화에 대한 대응과 환경에 관심이 높아지고 있으니 녹색산업에서 신성장동력을 찾을 수도 있다. 그러나 그 전에 잊지 말아야 할 것은 녹색성장을 위해 우리가 부담해야 할 피할 수 없는 비용이다. 그 비용을 효율적으로 분담하기 위해 배출권제도가 도입되어야 하는 것이라면, 이제는 정부와 기업이 적극적으로 사고하고 준비해야 할 때가 아닌가 한다.



윤경수
KDI 연구위원
yoonks@kdi.re.kr

태초에 지구는 CO₂덩어리였다



나무가 CO₂를 흡수해 생명의 땅으로!

‘올 여름 S라인 몸매를 뽐내고 말거야!’

나경이[👧]는 완연한 봄 날씨에 동네 주변 달리기를 시작하기로 마음먹었다. 운동화끈을 동여매고 나섰지만 막상 달리기를 할 곳이 마땅치 않았다. 그러다 ‘우리 동네 숲’이라는 플래카드가 눈에 들어왔다. 얼마 전까지만 해도 분명히 쓰레기가 쌓여있고 주차장처럼 쓰이던 자투리 공간이었는데 어느 틈에 벤치가 놓이고 나무도 몇 그루 들어서 있다. ‘우리 동네’라는 말도 ‘숲’이라는 말도 잊고 있었던 나경이는 누가 이런 숲을 만들었나 인터넷을 검색해봤다.

서울그린트러스트.

도시에도 숲이 필요하다고 생각한 「생명의 숲」 운동본부가 2002년 ‘서울녹색비전 2020’을 제안했고, 당시 이명박 서울시장 이 이를 받아들여 ‘서울그린트러스트’라는 비영리단체가 생겨났다. 이들은 2003년부터 서울숲을 조성해 ‘최초의 시민참여조성 공원’을 만들어냈다. 또 나경이가 발견한 우리 동네 숲을 조성해 2007년, 2008년 두 해 동안 석관동, 미아동, 광장동, 제기동 등 11곳에 작은 숲을 만들었다. 나경이[👧]는 서울그린트러스트의 이강오 사무처장을 만나고 싶어졌다.

나경이: 우리 동네 숲을 보고 깜짝 놀랐어요!

이강오: 네, 지난해까지 우리 동네 숲 11호가 완성됐어요, 우리 동네 숲

은 지역 주민들이 함께 참여하는 자발적인 공동 참여환경운동이에요, 물론 우리가 배출하는 탄소를 줄이기에는 턱없이 부족하지만 그래도 큰 일을 하려면 작은 변화부터 필요하잖아요, 상징적 의미도 크죠.

나경이: 그런데 제가 그렇게 탄소를 많이 배출하나요?

이강오: 그럼요, 지금 우리가 사용하는 석유화학 제품들, 자동차, 냉난방을 비롯한 모든 에너지가 탄소죠, 서울 시민이 1년간 배출하는 CO₂가 3천만 톤입니다. 그런데 우리가 나무를 한 그루 심으면 연간 CO₂ 1톤을 흡수한다고 해요, 나무는 도시의 열섬효과를 줄여주기도 하고요.

나경이: 탄소를 많이 배출하는 게 왜 문제죠?

이강오: 탄소가 지구라는 온실의 유리 역할을 해서 지구 표면 온도를 높이기 때문이지요, 지난 백 년 동안 지구 평균온도가 0.74°C 상승했습니다. 세계의 기후가 변하고 생태계에도 큰 변화가 나타나고 있어요, 특히 서울은 25°C가 올라갔으니 평균에 비해 세 배 이상 높죠, 이렇게 가다가는 여름철 서울 도심의 최고 온도가 50°C에 이르고 말 거예요, 이미 2003년 프랑스에서는 폭염으로 1만 5천 명이 사망한 사례가 있잖습니까, 서울이



이강오 서울그린트러스트 사무처장

사막이 된다고 생각해 보세요, 탄소를 줄이는 것은 이제 생존이 달린 문제입니다.

나경이: 하지만 서울에 나무를 심을 곳도 없잖아요?

이강오: 맞습니다. 그렇기 때문에 콘크리트를 걷어내고 나무를 심어야 해요, 서울이 이렇게 온도가 오르는 건 개발된 곳의 82%가 콘크리트이기 때문입니다. 콘크리트가 낮 동안 열을 흡수하다가 밤이면 내놓으니



서울아산병원이 신관을 만들면서 도입한 태양광 전지판. 월 평균 발전량은 약 30가구가 한 달간 사용할 수 있는 양이다.

열대야의 주범이 되기도 하고요, 이대로 방치하면 인간이 살아갈 수 없는 곳이 되고 맙니다. 재개발, 재건축 지역은 계획 초기 단계부터 숲 조성을 고려하도록 정책 홍보도 하는 중입니다.

나경이: 나무를 심기만 하면 탄소를 줄일 수 있나요?

이강오: 나무 한 그루를 심는데 1,500원이 든다면, 실제 나무를 보살피고 키우는 데는 3,500원이 필요해요. 나무를 심는 것보다 관리하는데 더 많은 노력을 들여야 하지요. 녹색성장에서 말하는 녹색 일자리도 바로 여기서 나온답니다.

나경이: 는 이어 놀라운 이야기를 들었다.

태초에 지구는 CO₂로 가득 차 있었다. 그런데 지구에 물이 생기고 바다와 육지에 나무들이 생기면서 광합성으로 CO₂를 흡수하고 저장하기 시작했다는 것. 즉 나무는 탄소덩어리인 것이다. 지구의 생명체 중 일부는 지하에 석탄과 석유 형태로 저장됐고 지금과 같이 인류가 살아갈 수 있는 농도(대기 중 CO₂ 농도 250ppm 전후, 현재는 280ppm)를 일정하게 유지하게 됐다. 그런데 뒤늦게 나타난 인간이 매장돼 있는 화석연료를 캐내어 사용하면서 자연계의 균형을 깨뜨렸다. 인간이 살 수 있는 환경을 만들어준 숲을 인간이 도리어 배신한 셈이다.

우리 정부는 기후변화 대응 시범도시로 제주, 과천, 창원, 부산, 광주, 울산, 여수, 원주를 선정하고 2007년부터 지역 특성에 맞는 사업 모델을 개발해 나가고 있다. 그 중 성공적인 사례로 손꼽히는 광주는 광주은행과 탄소은행 운영에 대한 협약을 맺고 전용카드인 ‘탄소그린카드’를 전국 최초로 발급했다. 신청한 가정은 절감한 에너지를 포인트로 쌓아 현금처럼 쓸 수 있다. 1년간 사용한 전기량이 전년도와 비교해 5% 이하이면 kW

당 50원, 5% 이상이면 kW당 70원을 되돌려 준다고 하니 알뜰족 나경이 에게 딱이다.

“그 집은 전기세가 얼마나 줄었어?”

“우리 집은 3만원이나 쌓았어.” 반상회에서 오고 가는 대화란다.

조선일보는 롯데마트, 이마트 등과 함께 지난해부터 그린 마일리지 캠페인을 벌이고 있다. 2차 포장재를 줄이자는 이 캠페인은 천으로 제작된 그린백을 나눠주는 것은 물론이고, 생활필수품을 비롯한 각종 물품의 포장재를 없앤 대신 리필용 판매, 날개 판매 등 필요에 따라 골라 살 수 있는 품목을 만들었다. 업체는 포장재 비용을 절감할 수 있고, 소비자들은 쓰레기를 버리는 데 드는 비용과 노력을 줄일 수 있게 됐다. 미리 물건을 사서 쌓아두는 소비습관도 바뀌고 있다.

얼마 전 입원한 친구를 찾았던 나경이는 병원에서도 친환경 노력을 엿볼 수 있었다. 서울아산병원은 신관을 만들면서 태양광 발전설비를 도입했는데 이 태양광발전설비 용량은 147kw, 전지판의 넓이가 무려 11,063㎡(약 321.6평)에 이른다. 병원 관계자는 지난해 발전된 월 평균 발전량이 11,800kWh로 이것은 약 30가구가 한 달간 사용할 수 있는 양이라면서 덕분에 병원 관리 비용이 줄었다고 설명했다.

탄소 배출을 줄이려는 노력, 쉽지는 않지만 더 이상 미룰 수 없다는 공감대가 사회 곳곳에 퍼지고 있다. 나경이 는 올봄 우리 동네 숲에 탄소 1톤을 흡수할 ‘나경이 나무’ 한 그루를 심겠다고 다짐했다. 



21세기 서부엔 검은황금(Oilsands)이 있다

우리 기업에게는 오일샌드 개발시장 진입 기회가 될 수도

“가 서부로! Go West!”

과거 서부개척시대의 구호가 아니다. 2004년 국제유가 상승과 함께 시작된 캐나다 오일샌드(Oilsands) 개발로 캐나다 알버타 주에 일자리와 돈이 풍부해지자 오일드림을 찾아 몰려드는 북미 젊은이들의 소리다. 그동안 오일샌드는 젊은이들의 도전과 꿈이었고, 중장년층에게는 새로운 기회이자 희망이었다. 하지만 미국발 금융위기로 촉발된 범세계적 경기침체로 국제유가가 급속도로 하락하자 오일샌드의 꿈도 점차 사라져가고 있다.

‘21세기 검은 황금’이라 불리며 새로운 동력원으로 각광받는 오일샌드는 이미 1900년대에 발견됐지만, 채산성이 낮다는 이유로 오랫동안 외면당했다. 오일샌드는 자연 상태에서 역청(Bitumen)과 모래, 물, 점토 등이 섞여 보존되어 있기 때문에 역청을 분리한 다음 원유로 뽑아내는 추가적인 정제과정을 거쳐야 한다. 일반적인 오일(Conventional Oil)이 유정에서 원유 1배럴을 시추하는데 10~15달러가 소요되는 것에 반해, 오일샌드의 경우 개발 투자시기에 따라 20~40달러 정도의 비용이 소요된다. 그동안 국제유가가 20~30불에서 오르내릴 때는 별 대접을 못받다가 국제유가가 60불을 넘기 시작하면서 세계의 주목을 받기 시작

한 것이다.

오일샌드 개발이 여타 석유 개발과 달리 우리의 주목을 끄는 이유는 또 있다. 오일샌드는 채굴된 이후에도 그 자체로 사용이 불가능하기 때문에 다량의 기열(Steam)을 이용해 모래로부터 역청을 분리하고, 분리된 역청을 다시 고순도의 원유로 탈바꿈시키는 추가 정제(Upgrading)과정이 필요하다. 이렇게 생산된 원유는 다시 파이프라인을 통해 정유공장(주로 미국에 위치)에 공급된 후 최종소비자에게 판매되는 과정을 거치게 된다. 오일샌드 개발은 오일 정제를 위한 기계플랜트 프로젝트 외에도 다량의 기력과 전력을 생산하기 위한 전력 프로젝트(물

자주: 기력과 전력의 동시 생산이 가능한 열병합 발전소 프로젝트가 주를 이룸), 생산지와 소비지를 연결하는 파이프라인 건설, 자원의 원활한 이동을 위한 SOC투자, 노동자의 거주시설 건설 등 대규모의 파생적인 경제효과를 창출하는 메가 프로젝트다.

그동안 국제유가가 지속 상승함에 따라 알버타 주에는 전 세계에서 밀려드는 투자로 돈이 넘쳐났다. 이런 특수에 동참하기 위해 북미의 많은 젊은이들이 서부로 몰려들었다. 오일샌드 업계의 우려에도 불구하고 알버타 주정부도 올해 1월부터 유가연동(Sliding Scale) 로열티 제도의 신규도입을



오일샌드 개발은 오일 정제를 위한 기계플랜트 프로젝트 외에도 다량의 기력과 전력을 생산하기 위한 전력 프로젝트,



캐나다 알버타주에는 최근 오일샌드 개발 붐을 타고 젊은이들이 몰려들고 있다. 알버타주에 있는 재스퍼 하이웨이

생산자와 소비자를 연결하는 파이프라인 건설 등 대규모의 파생적인 경제효과를 창출하는 메가 프로젝트다.



밴쿠버에 있는 테마식물원 부차트 가든(왼쪽)과 토론토 시내

통해 국가재정을 확대코자 했다.

하지만 미국발 금융위기로 촉발된 범세계적 경기침체의 여파로 국제유가가 지속 하락함에 따라 오일샌드 붐을 만끽하던 알버타주에도 여파가 나타나기 시작했다. 지난 해 7월 11일 WTI(서부텍사스 중질유) 기준 배럴당 147.27달러까지 올랐던 국제유가는 12월 16일 기준 43.63달러를 기록, 5개월 사이에 무려 100달러 이상 하락했다.

범세계적인 경기침체가 한동안 지속될 것으로 예측됨에 따라 그동안 성장하던 오일샌드 산업에도 많은 변화가 초래될 것이다. 먼저, 프로젝트 파이낸싱이 원활치 않아 중소개발사를 중심으로 개발 연기 또는 취소가 줄을 잇고 있으며, 기업간 M&A를 통한 구조개편도 예상되고 있다. 또한 오일샌드 개발과 연동돼 추진되고 있는 전력 프로젝트 및 파이프라인 건설 프로젝트도 연기 또는 취소가 불가피할 것이라고 현지 전문가들은 전망하고 있다.

하지만 오일샌드 개발 경기조정이 반드시 부정적인 요소만을 가진 것은 아니다. 그동안 단기간에 개발이 집중되면서 인건비 및 기자재 비용의 급상승과 환경오염, 관련

SOC 및 주택 부족 등의 구조적인 문제가 있었다. 현지 전문가들은 현재의 경기조정을 통해 급가열된 관련 시장이 안정되고, 알버타 주정부가 튼튼한 재정을 바탕으로 송배전망 확대, 도로 건설 등 SOC 투자를 확대해 경착륙 내지 완만한 성장세를 유도한다면, 그동안 개발로 생겨 난 각종 부정 요인을 상당부분 제거해 이후 건전한 성장이 가능할 것이라고 진단하고 있다. 한편, 오일샌드 개발사는 채산성을 맞추기 위한 신기술 개발과 더불어 글로벌 아웃소싱을 확대할 것으로 전망된다. 따라서 그동안 북미의 높은 벽을 실감해야만 했던 우리 기업에게는 오일샌드 개발시장 참여가능성이 보다 높아질 것으로 보인다.

오일샌드 산업도 단기적으로는 범세계적인 경기침체로 인해 조정이 불가피할 것이다. 그러나 대표적인 순환기적 특성을 가진 산업이기 때문에 경기 회복 시 관련 투자가 다시 급증할 것으로 예상되므로 경기 침체 시에 꾸준한 투자를 통해 호황기를 대비해야 할 것이다. 일본의 경우 2차 석유파동이 일어난 1978년에 알버타 주 아사바스카(Athabasca)지역에 JACOS(Japan Canada

Oil Sands Limited)를 설립, 처음으로 투자를 시작했다. 이후 국제유가의 하락으로 오일샌드에 대한 국제적인 관심과 투자가 급격히 위축된 1980~1990년대에도 지속적인 투자와 기술개발을 통해 오일샌드 추출과 관련된 신기술인 SAGD(Steam Assisted Gravity Drainage) 파일럿 프로젝트를 진행했다. 이후 이 기술은 오일샌드 개발의 주를 이루고 있으며, 2000년대 다시 오일샌드 개발붐이 일어나면서 엄청난 부가가치를 창출해내고 있다.

경기 조정의 시기는 기업에게 시련의 시기가 될 수 있다. 하지만 꾸준한 기술개발과 투자를 통해 선진 기업에게는 후발 기업과 차이를 벌일 수 있는, 후발 기업에게는 선진 기업과의 차이를 좁힐 수 있는 좋은 기회가 된다. 경기침체, 두려워하지 말고 슬기롭게 활용하는 방법을 모색해야 할 것이다. ■



고성민

KOTRA 밴쿠버 KBC센터 과장
caseyko@kotra.or.kr

“자녀들이 행복해야 투자자들이 움직이죠!”

용산국제학교는 다른 국제학교들과 달리 정부와 서울시, 민간 기업들의 전폭적인 지원 아래 설립됐죠. 어떤 의미를 가진 학교인가요?

우리 학교는 외국인 자녀들이 최고 수준의 교육을 받을 수 있는 기관인 동시에 외국인 투자자들이 한국에서 더 나은 조건으로 생활할 수 있도록 하는 기반시설(infrastructure)로서 의미를 지닙니다. 외국인 투자자들이 자녀들과 함께 오래 머물 수 있는 도시를 만들려는 목적을 가졌죠. 한국 정부와 기업들이 단기적 이익만을 추구하지 않는 장기적 안목을 가지고 있음을 보여주는 동시에, 외국인 직접 투자자들을 받아들이고 환영하겠다는 의지를 보여주는 아주 좋은 사례라고 생각합니다. 세계 수준의 생활조건이 조성된 만큼, 외국인 입장에서는 한국을 선택할 수 있는 또 하나의 좋은 조건이 마련된 셈입니다.

학교 운영을 맡게 된 계기는?

이 학교를 맡기 전에 국제기독교학교(ICS, International Christian School of Seoul)를 이끌고 있었습니다. 1992년 서울 용산구에 세워진 학교인데, 이미 많은 졸업생을 배출해왔고 진학성과도 좋아 입학 수요가 계속 늘고 있었습니다. 하지만 학교 건물이 500명 정도밖에 수용할 수 없었고 체육관, 과학실 등 다른 시설도 늘리기가 어려운 상황이었죠. 그러던 2006년, 한국외국인학교재단(Korean Foreign School Foundation)은 용산국제학교 설비를 갖춰놓은 후, 이러한 목적과 시설의 학교를 운영할 국제학교를 공모하더군요. 이 소식을 접했을 때 우리는 ICS가 가진 한계를 극복하고 더 발전할 수 있는 기회라고 생각해 제안서를 제출했죠. 네 학교가 더 지원했는데 우리가 채택됐습니다. 용산국제학교는 시설과 부지는 정부와 서울시의 지원으로 만들어졌지만 그 구성원은 기존에 있던 ICS의 교사와 학생들로 출발한 겁니다. 일종의 파트너십(partnership) 학교죠. 이곳으로 학교를 옮긴 후 학생수를 늘렸고, 탁월한 시설을 기반으로 커리큘럼의 질을 높일 수 있었습니다.

얼마 전, 국제학교에 한국인 재학생이 더 많다는 보도가 있었죠. 용산국제학교도 언급됐고요. 외국인 투자 활성화라는 당초 목적이 좀 퇴색

되지 않을까 하는 우려가 있는데요.

사실, 잘못 보도된 측면이 없지 않습니다. ‘인종’으로 본다면 부모가 한국인인 학생은 60%에 가깝습니다. 하지만 법적으로, 국적상 ‘순수한국인’은 30% 정도입니다. 이들은 해외에서 5년 이상 거주하거나 해외 영주권을 소지해야 한다는 한국 정부의 원칙을 철저히 충족하고 있는 아이들입니다. 정부에서 해당 자료를 요구했을 때 우리는 이를 분명히 구분해서 제출했지만, 언론에서는 좀 다른 시각으로 해석했죠. 그 이후에 정정 보도를 내보냈습니다.

어떤 측면에서는 학교의 역사를 이어가는 데에 한국 학생들의 기여가 커요. 저와 같은 외국인들은 언제든 고국으로 떠나면 그만이지만, ‘한국인 얼굴’을 가진 학생들은 한국에 정착할 수 있기 때문에 이 학교의 전통을 입증하는 증인이 될 수 있죠. 그렇더라도 이 학교의 존재이유가 외국인 투자자들을 위한 탁월한 생활환경 조성에 있다는 점은 변함이 없을 겁니다.

한국엔 언제 오셨나요?

올해로 11년째예요. 아내와 3개월 된 아들과 함께 왔는데, 지금 아이들이 벌써 11살입니다. 한국에 와서 딸도 낳았죠. 지금 8살인데 그러고 보니, 애내들은 한국에서만 쫓 살았네요(웃음).

어떤 계기로 오셨죠?

아내와 저는 미국에서 교사생활을 했습니다. 둘 다 다른 나라의 국제학교에서 일해보고 싶다는 생각을 늘 해왔는데, 한국에 기회가 마련돼 함께 오게 됐죠. 한번쯤 보고 싶은 곳이라는 생각만 막연히 해왔던 한국인데, 지내면 지낼수록 편하고 좋은 곳이라는 생각이 들어요. 그렇지 않았으면 이렇게 오랫동안 지낼 수 없었을 겁니다.

한국이 불편하다는 외국인이 많은데, 어떤 점이 좋으신가요?

불편한 점이 아주 없을 순 없었죠. 하지만 외국인은 한국에 온 ‘손님’이라고 생각해요. 다른 사람의 집이 내 집처럼 편할 순 없잖아요? 어느 정도 불편함은 그 집 고유의 특징이 있기 때문이고, 그것은 우리가 존중해야 하는 거죠. 저는 미국 남동부에 살았는데, 가족 중심으로 모든 것이 이뤄지는 문화가 한국과 많이 닮았어요. 연

〈나는 한국에 산다〉에서는 다양한 분야에서 2009년 한국을 함께 호흡하는 외국인들을 만납니다. '5천 년 단일민족과 더불어 일하고 배우며 즐기는 그들의 눈에 비친 한국 · 한국인, 과연 어떤 모습일까요?

장자의 권위를 존중하고 그들에게 공손해야 하는 규범도 그렇죠. 한국에서 지내는 게 마치 고향에 있는 듯한 느낌이에요. 사람들도 친절해요. 우리 아이들은 한국인 때문에 응석받이가 다 됐어요. 귀엽다 착하다 하면서 사랑도 주고 뽕도 하나 더 주니까(웃음), 어딜 가든 환영받는다는 생각을 하면서 즐겁게 지내요.

한국의 교육에 대해서 평소 관심을 갖고 계신가요?

물론이죠. 한국인의 교육을 향한 열정에 완전히 반했어요(웃음). 세계 어느 나라도 한국만큼 교육의 가치를 높게 보는 문화는 없습니다. 다른 외국인학교 교직원들과 만날 때면 열심히 공부하고, 노력하는 한국 학생들의 태도가 늘 화제가 되곤 하죠. 최근 한국 교육계에서 논의되고 있는 '교육개혁'이란 것이 어떻게 이뤄질지는 잘 모르겠어요. 하지만 중요한 건, 그 논의에 참여하고 있는 사람들은 '나는 왜 교육자인가'를 스스로 잊지 않아야 한다는 겁니다. 그들이 교육자가 된 것은 권력을 주기 위해서가 아닙니다. 학생들을 위

해서죠. 교육개혁의 기본을, 우리 학생들이 더 많이 배울 수 있고 세계 시장에서 경쟁력 있는 인재로서 훈련 받을 수 있는 배움터를 조성하는 데에 둔다면, 희망이 있습니다. 청계천을 만들고, 우리 학교를 만들었던 것과 같은 창의적이고 혁신적인 접근방식이 필요하죠. 그렇게 되면 세계 여러 나라들이 한국의 교육에서 많은 시사점을 얻을 수 있을 겁니다.

하지만 교육에 대한 열정이 때로는 학생을 지치게 하고, 학부모의 부담을 더하기도 하는데요.

그건 이미 개인적 차원을 떠난 구조적, 문화적 문제예요. 만약 어떤 엄마가 친구 모임에 나가서 "우리 애는 나 어렸을 적 그랬던 것처럼 운동장에서 먼지 뒤집어쓰면서 뛰어놀게 하고 싶어. 학원 그만 보낼까해."라고 한다면, 친구들이 뭐라고 할까요? 아마 "미쳤군!" 할 겁니다. "네 아이는 경쟁에서 낙오하고 말 거야!"라고 겁줄지도 모르죠. 생각을 바꾸는 엄마들이 적어도 1명 이상은 돼야 합니다.

“

자녀들이 한국에서 행복하면 부모들은 더욱 호의적인 마음을 갖게 되죠. 한국에서 일하는 데에 규제가 많고 복잡해도 자녀들의 행복을 보며 견딜 수 있을 겁니다. 그럼 한국은 곧 '오고 싶은 나라'가 되지 않을까요?

”



제프피노 용산국제학교 헤드마스터

개인적으로 안타까운 건 엄마들의 이런 심리를 이용해 이익을 취하는 사람들이 있다는 점입니다. 교육열이라는 한국 문화의 핵심을 너무 잘 이용하는 거죠. 사교육을 하지 않는 엄마들에게 죄책감을 불러일으키고, 그래서 무엇이라도 시키도록 불안감을 조장해요. 공교육을 강화해 학생과 학부모를 학교로 돌아오게 만들 교육개혁은 이를 해소할 수 있는 유일한 수단이라고 생각합니다. 학부모들이 필요로 하고 원하는 바가 교육개혁 과정에 반영돼야 합니다.

작년, 첫 졸업생 전원이 해외 '명문' 대학에 입학하는 성과를 거뒀다고 들었습니다. 아이들을 어떻게 가르치나요?

국제 학교의 장점은 우수한 학생들이 많다는 겁니다. 대부분 외국인 학생들은 성공한 부모 아래서 자랐죠. 그 부모들은 물론 교육수준이 높구요. 자연히 부모들은 아이들에게 교육의 중요성을 이야기하고, 따라서 아이들은 학교생활에 최선을 다하죠. 우리는 단지 그들이 열심히 공부하고 자신의 적성과 비전에 맞는 대학을 택할 수 있게 도울 뿐입니다.

우리 학생들이 우수 대학들로부터 높이 평가 받은 또 다른 이유는 공부 이외에 그들이 쌓아온 다양한 활동이 아닐까 생각해요. 우리 학교는 정규교과 외에도 폭넓은 교과 외과정(extracurriculum)을 제공합니다. 건강한 삶을 꾸려나가는 방법을 가르치기 위해서죠. 스포츠 팀에 가입하거나, 다양한 클럽활동에 참가하거나, 학생회를 통해 리더십을 키우기도 해요. 남들 공부할 때 농구하는 것이 시간 낭비처럼 보일지라도, 그 아이는 그 과정에서 친구를 사귀고, 긴장과 스트레스를 다스릴 줄 알게 되고, 자기 스스로를 즐겁게 하는 방법을 깨닫습니다. 학원에 앉아선 결코 배울 수 없는 거죠. 아이들이 누군가를 위해 바닥을 닦고 농촌의 가난한 사람들을 돕고, 그들을 위해 모금활동을 하고, 장애인들과 시간을 보내는 건 남과 경쟁하기 위해서가 아니에요. 과연 내가 무엇을 좋아하고 무엇을 추구할 것인지 깨닫습니다. 그러면서 자연스럽게 나의 가치와 비전에 맞는 대학과 전공을 선택해요.

'귀족학교' 같다는 생각이 조금 들기도 하는데요?

그렇게 비취지지 않았으면 좋겠습니다. 물론 대부분의 학생이 부유한 가정환경에서 자랐지만, 그렇지 않은 학생들도 많아요. 동

남아시아나 아프리카 지역에서 온 대사관 직원이나 기업인의 경우엔 자녀 학비가 보조되지 않는 경우가 많더군요. 학비를 대는 것조차 어렵죠. 이들에겐 장학금을 최대한 지원하고 있습니다. 이들도 일단 이 학교에 입학한 이상 다른 아이들과 다름없이 배움의 기회를 제공받고, 동등하게 평가받고, 그들이 원하는 대학에 진학하죠. 기본적으로 많은 혜택을 받고 사는 아이들에게 세상이 너희를 위해 존재하는 것이 아니라 너희가 세상을 위해 존재한다는 것을 늘 강조하고 있습니다.

'지역사회에 공헌하는 학교'가 되겠다고 하셨는데요.

우선 우리 학생들이 한국에서 행복한 시간을 보낼 수 있어야 합니다. 학교 밖, 자신이 속한 지역사회로 나와 한국을 배우면서 이곳에 대한 따뜻한 마음을 가질 수 있도록 다양한 기회를 제공해요. 그들이 이곳에서 행복해하면 부모들은 한국에 대해 더욱 호의적인 마음을 갖게 되죠. 한국에서 투자하고 일하는 데에 규제가 많고 복잡하다 해도 자녀들의 행복을 보며 견딜 수 있을 겁니다. 한국의 이러한 분위기가 그 옆 사람, 다음 사람에게 전달된다면 한국은 곧 '오고 싶은 나라'가 되지 않을까요? 그게 우리가 할 수 있는 최선의 일입니다. 다른 학교들이 용산국제학교의 취지와 경험을 공유하고 시설을 견학하는데 적극 협조하고 있어요. 방학을 이용해 한국의 선생님들을 위한 연수 프로그램도 운영합니다.

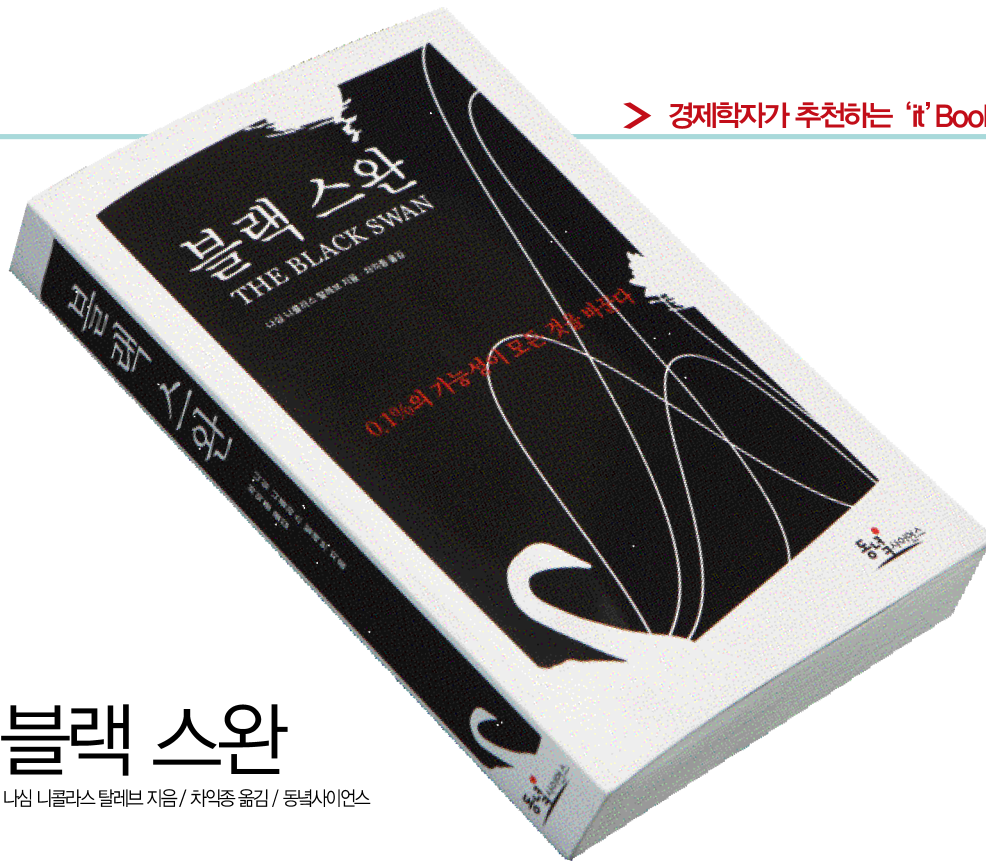
영합니다.

교육자로서 철학이 있으신다면?

학생들에게 강조하는 건 진리(Truth), 실천(Excellence), 다양(Diversity) 세 가지입니다. 아이들은 이 세상에 그들이 추구할 수 있는 진리가 존재함을 깨닫고, 끊임없이 그것을 알아내고 삶 속에서 실천할 수 있어야 합니다. 진리를 추구하는 모든 단계에서는 그들의 잠재력을 최대한 활용해야 하죠. 뿐만 아니라 '다름'은 배제해야 할 것이 아닌 존중해야 하는 것이며, 나의 다름과 그들의 다름이 어울려 더욱 강한 가치를 만들 수 있음을 깨달아야 합니다. 이 세 가지를 통해 아이들이 전인(全人, whole person)으로 성장할 수 있게 하는 것이 제 철학이자 우리 학교의 목표입니다. ■

글 서지영 나라경제 기자 사진 전민규 중앙아시아미디어 기자

➤ 경제학자가 추천하는 'it' Book



블랙 스완

나심 니콜라스 탈레브 지음 / 차익중 옮김 / 동녘사이언스

국제금융위기 및 세계경제 체제, 9·11 테러, 97년 아시아 외환위기, 베트남전과 같은 세계적 현상, 컴퓨터, 인터넷, 휴대폰의 발명과 보급과 같은 신기술의 발전, 이러한 일련의 사건들을 어떻게 바라볼 것인가? 이 사건들은 충격적일만큼 큰 영향을 갖지만 사전에 예측하기 어렵다는 특징이 있다. 이 책의 저자인 탈레브는 이러한 극단적인 사건들, 하지만 우리 사회에서 끊임 없이 발생하고 있는, 불확실성 영역에 존재하고 있는 사건들에 강한 집착을 보인다. 저자는 이러한 특징을 갖는 사건들을 블랙스완(검은백조)이라고 부른다.

검은 백조는 과거경험으로부터 축적된 지식의 영역에 서식하지 않는다. 따라서 예측하기 힘들다. 검은 백조가 출현함으로써 사람들은 충격을 받는다. 하지만 사람들은 사후적으로 검은 백조의 출현이 예측 가능했다고 말한다. 우리가 살아가는 세상은 과거의 지식으로 설명되는 예측 가능한 세상이 아니라 검은 백조가 출현하는 공간인 것이다. 그러므로 우리는 어떤 선택에 앞서서 검은 백조가 출현할 가능성과 결과를 고려할 필요가 있다. 이것이 저자가 던지는 메시지이다.

500페이지에 달하는 책의 무게감에 비하면 너무나 간결한 주장이 담겨있다는 느낌도 든다. 하지만 이 주장을 펼치기 위해 저자는 심리학, 역사, 경제학, 통계학, 철학, 물리학의 여러 영역을 넘나들며 박식함을 맘껏 발휘한다. 주장의 설득력을 높이기 위해 이토록 집요할 수 있을까라는 찬탄마저 든다. 다양한 영역들이 저자의 사고과정에서 하나의 생각을 뒷받침하기 위해 어떻게 결합되는가를 감상하는 것도 관련 포인트가 될 수 있을 것이다. 저자는 우리가 이해하지 못하는 것에 대한 지도를 그리는데 대부분의 지면을 할애하고 있지만, 이 지도를 어떻게 활용할 것인가라는 물음에 대해서는 침묵을 지킨다. 마치 구체적 대안 없는 비판이 관객의 관심을 끄는 데는 효과적이지만 갈등을 해소하기에는 부족한 것처럼 말이다.

이 책 블랙스완은 미국 서브프라임발 국제금융위기가 표면으로 떠오를 무렵인 2007년 출간되었다. 이례적인 세계금융위기와 경제침체라는 블랙스완의 출현에 세상이 당혹스러워하는 동안 이 책은 논픽션 분야에서 가장 많이 읽히는 책 중 하나가 되었다. 그리고 '블랙스완'이란 용어는 신문, 인터넷 등의 미디어와 사람들의 입에서 자주 오르내리는 용어가 되었다. 아이러니하게도 금융위기는 대부분 사람들에게는 불운의 블랙스완으로 나타났지만, 이 책의 저자 탈레브에게는 행운의 블랙스완이었다.

우리는 우리가 모르는 것에 대해 어느 정도 무지할까? 우리가 아는 것은 실재와 어떻게 다를까? 당연하다고 여겨지는 것들을 현실적인 사례들과 함께 다른 시각에서 고만해 보는데 흥미를 느낀다면 이 책을 열어 볼 것을 권한다. 

〈경제학자가 추천하는 'it' book〉은 경제서가 딱딱하고 재미없다는 고정관념을 바꿔드립니다. 경제학자들이 꼭 집어주는 경제서로 폭넓은 경제학 독서를 즐겨보세요.

김영일 KDI 연구위원
미오하이오 주립대 경제학 박사, 인간과 사회작동 원리에 관심을 가지는 거시·금융계량전공의 경제학자다.

매화꽃이 피었습니다

하동에 사람이 몰리고 있다. 도시적 삶의 대안(對案)을 찾는 ‘귀농인’들이다. 악양면 일대는 귀농인 1백여 가구가 모여서는 ‘귀농촌’이 됐다. 하동군 문화관광과의 석민아 계장은 귀농한 사람을 만나면 어떻게 이곳에 오게 되었는지 꼭 물어본다. 사람들의 대답은 대부분 따뜻한 날씨 때문이란다. “지리산 자락에 위치하고 있지만, 겨울에는 눈이 거의 오지 않아요. 물론 빼어난 자연환경은 기본이고요”(웃음). 또 하동은 전국에서 광양시 다음으로 일조량이 많다. 그래서 토지가 비옥하고, 고소득 작목이 잘 자라 귀농인 증가에 한몫을 하고 있단다. 해를 거듭할수록 늘어나는 귀농인을 위해 하동군은 귀

농정착을 위한 빈집 수리비를 가구당 5백만 원에서 1천만 원까지 지원한다. 또 자녀교육, 의료·보건, 현지인과의 동화등을 위한 인프라 확충에도 힘쓰고 있다. 귀농 문화예술인에 대해서는 창작지원금도 지원한다. 서울을 떠나 10년째 악양면에 살고 있는 사진작가 이창수(50) 씨는 귀농한 것을 단 한 번도 후회한 적 없으며, 도시에 사는 친구들을 끌어들이고 싶다고 말한다. 그는 현재 지리산예술학교 설립을 추진 중이다. “지식자본을 나누고 싶어요. 학교를 세우려면 훌륭한 선생님을 모셔와야 하는데, 여기에는 이미 내공 깊은 각 분야 예술인들이 계시니 문제 없습니다” 퀼트, 도자기, 옷칠, 염색, 사진, 문

예 등 다양한 과목을 가르칠 예정이다. “선생님이 학생이 되기도 하고, 학생이 선생님도 돼 서로의 지식을 나누게 될 겁니다.” 예술학교는 5월 문을 연다.

반가운 소식은 또 있다. 지난 2월, 이탈리아 카이아초 시에서 열린 슬로시티 조정이사회에서 하동 악양면이 국제 슬로시티로 인증받았다. 슬로시티는 자연 속에서 느린 삶을 추구한다. 빨리빨리가 대세인 요즘, 느림이 오히려 경쟁력이 될 수 있다는 발상의 전환이다.

김동리 소설 ‘역마’의 무대, 조영남의 노래로 잘 알려진 화개장터는 옛날 시골장터의 정취를 물씬 느낄 수 있다. 국밥집, 도토리묵, 재첩국집, 주막, 엿장수, 산



산비탈이 온통 하얗게 매화꽃으로 물들었다. 30여 가구 대부분이 매실농사를 짓는 하동읍 매화마을

나물 등이 어우러져 훈훈한 인심을 주고 받는다. 화개에서 쌍계사로 가는 약 4km의 도로는 봄철 벚꽃 터널로 유명해 화개의 의미를 만끽하게 해 준다.

화개삼거리를 거쳐 십리 벚꽃길을 지나면 차나무 시배지에 도달한다. 신라 흥덕왕때 김대립이 당나라에서 차 씨를 들여와 이곳에 처음으로 심었다고 한다. 골짜기에는 야생차가 지천으로 자라고 있다. 차 시배지를 알리는 비석도 세워 놓았다. 맨 처음 차나무가 재배된 곳, 즉 '차 앞이 열

하동의 시간은 천천히 흐른다

경제적으로 어려운 시기를 보내고 있다. 군정의 최우선의 목표는 어디에 두고 있나?

경제자유구역·문화관광 자원개발, 농촌 살리기 등 모두가 중요하다. 그러나 가장 최우선은 경제자유구역 개발을 이뤄내는 일이다. 최근 어려워진 민생안정을 위한 경제 살리기가 당장 시급한 과제다. 때문에 우리군은 정부의 지침보다 10%p 상화하는 조기집행을 위해 총력전에 나섰다. 특히 어려워진 농업을 살리기 위해 1천 농가를 연간 조수익(1년간의 농업경영의 성과로서 얻어진 농산물과 부산물의 총가액) 1억 원 이상으로 만들고, 1만호를 평균 조수익 5천만 원으로 끌어 올리는 '천부농·만부촌 부농프로젝트'를 추진 중이다.

경제자유구역 활성화로 지역 경제에 대한 기대가 큰데?

경제자유구역 개발은 하동군의 명운이 걸려있는 획기적인 사업이다. 또 지역의 성장 잠재력을 일깨울 대변혁의 계기가 될 것이다. 해면부 317만 평방미터 96만 평이 정부의 매립기본계획에 반영된 것을 비롯해 지금까지 36종인·허가 절차를 모두 마무리했다. 지난 3월 실시계획에 대한 최종 승인을 받았고, 이번 달부터 매립공사에 착수한다.

최근 국제슬로시티 가입 소식이 전해졌다. 국제슬로시티 인증이 갖는 의미는?

슬로시티는 99년 이탈리아에서 시작된 느리고, 여유 있는 마을 만들기 운동이다. 하동이 국제슬로시티에 정식 가입하게 된 이유는 어느 곳도 흉내 낼 수 없는 자연적인 강점을 가지고 있기 때문이다. 특히 차 재배지로서 세계 최초 가입이라기 뽐이 더 크다. 이를 계기로 하동이 대표 치유·휴양관광지가 될 것이라 기대하고 있다. 우리군도 세계 명품도시들과 어깨를 나란히 할 수 있게 됐다는 점에서 큰 의미를 부여하고 싶다.



야생차 축제가 곧 다가오는데, 벌써부터 분주한 움직임이 눈에 띈다.

야생차 문화축제는 차문화 보급과 차산업 도약의 발판을 마련하기 위해 쉽고 흥미로운 행사로 준비하고 있다. <그린티 밸리존>으로 이름 붙인 차 시배지에서는 차문화 체험과 경연대회가 열리고 <해피 패밀리존>인 화개장터에서는 김동리의 소설 '역마'를 주제로 한 <산장형 축제 한마당>을 펼친다. 또 <슬로라이프 존>인 악양 초참판댁에서는 고급 차문화 체험행사를, <치유와 명상의 존>이라 불리는 쌍계사에서는 템플스테이와 명상 관련 프로그램들이 진행될 예정이다. 



린 곳=화개(花開)의 의미가이렇게도 연결되는 듯했다. 하동의 녹차밭은 산자락 곳곳에 있다. 사진으로만 봤던 반듯하게 깎아놓은 차밭이 아니다. 자연 그대로 자라는 천연녹차다. “인공재배 녹차가 인삼이라면, 자연재배 녹차는 산삼이다” 하동 군관계자의 자랑이다.

“하동의 녹차는 그냥 차가 아닙니다. 하동의 역사와 인물의 자취가 살아 있는 문화입니다”라고 말하는 쌍계제다 김동곤(60) 사장을 만났다. 그는 전통식품 공인 3관왕이다. 농림부로부터 우전차 제조기

능을 인정받아 전통식품 명인으로 지정됐다. 이에 앞서 2004년 10월 전통식품 베스트5 선발대회에서 녹차부문 수상을 했고, 그 해 12월에는 전통식품 품질 인증을 받았다. 12대째 하동에 살고 있는 그는 차를 만드는데 그치지 않고 우리 차를 보급하는데도 앞장섰다. 80년 ‘녹산다인회’를 설립해 다도강의를 시작했고, 차와 관련한 책도 10권이나 저술했다. 한·중·일의 녹차 제조법은 나라마다 다르단다. “우리는 맛을, 중국은 향을, 일본은 색을 중시하죠. 수많은 시행착오 끝에 제조비

법을 터득한 만큼 중국, 일본을 능가하는 녹차를 만들 거예요”라며 포부를 밝힌다.

쌍계사 길은 평온하고 이름답다. 이곳은 범패(梵唄)의 고향이다. 진감선사 혜소가 중국에서 불교음악을 공부하고 돌아와 쌍계사 팔영루에서 우리 민족의 정서에 어울리는 범패를 만들어냈다. 오랫동안 범패 명인들을 배출하는 교육장 역할도 해왔다. 주변 숲의 나무들은 지리산 정기를 받아 향기도 그윽하다.

어딜 가나 매화꽃이 활짝 피었다. 산수유를 시작으로 매화, 벚꽃, 배꽃이 연이어

1. 우리나라에 불교음악을 도입한 진감선사와 조선 후기 벽암대사의 발자취가 남아 있는 쌍계사.
2. 남한 5대강 중 가장 맑은 물이 흐르는 섬진강. 민물과 바닷물이 만나 재첩이 유명하다.
3. 박남준 시인이 매화 한 송이를 따다 찻잔에 띄어준다.
4. 하동녹차의 주생산지인 화개. 강수량이 풍부하고 일교차가 커 인도의 다즐링, 중국의 용정처럼 세계적으로 몇 안되는 명차 생산지다.



꽃망울을 터뜨린다. 섬진강 동편 마을인 하동(河東)은 북쪽에는 지리산, 서쪽에는 섬진강, 남쪽에는 남해바다 가 있는 삼포지향(三抱之鄕)이다. 사계절 먹을거리와 특색 있는 농수산물이 가득하다. 섬진강은 재첩, 은어, 참계를 안겨주고 뒷산인 지리산에는 온갖 약초가 널려 있다. 두 집 건너 한 집은 차를 가꿀 정도로 차밭도 많다. 여기에 배, 대붕감, 매실까지... 역시 하동은 만식지기를 여럿 낸 풍요로운 땅이다. 

“악양면 동네밴드 단장입니다”

하동에 온 계기는?

하동이 좋아서 온 건 아니다(웃음). 지금 살고 있는 이 집을 선물 받는 바람에 떠밀려서 왔다.

‘떠밀려 왔다’니 무슨 사연인가?

어느 날 갑자기 전화가 한 통 걸려왔다. 하동의 집한채가 나의 소유가 됐다는 것이었다. 이게 무슨 소리가 했는데, 지인 몇 명이 합심해서 내 이름으로 이 집을 샀더라. 그 당시 나는 모악산 외딴집에서 지내고 있었다. 그 곳이 겨울에는 너무 춥고 여름에는 너무 습하다고 암살을 좀 부렸을 뿐인데(웃음).

하동에 온지 얼마나 됐나? 와 보니 어떨까?

6년 정도 됐다. 산, 강, 바다가 다 있는 풍광을 가졌지만 내가 이곳에 반한 것은 사람들 때문이다. 이 곳 사람들 심성은 섬진강 물처럼 무척이나 맑다. 안타까운 건 섬진강변 19번 국도 확장공사를

놓고 찬반 논란이 뜨겁다는 점이다. 수십 년 된 나무들이 잘려 나가고 섬진강이 매립된다는 반대 운동을 펼치는 ‘섬진강과 지리산 사람들’(섬지사)이라는 단체도 생겼다. 하지만 일부 주민들은 지역발전에 도움이 된다며 찬성하고 있다. 개인적 바람은 우리나라에서 가장 맑은 섬진강이 더 이상 훼손되지 않았으면 한다.

사상은 주로 어디서 연나?

사상을 얻기 위해 뭔가 특별한 노력을 하는 건 아니다. 주로 일상생활 속에서 연다. 어느 날, 저녁을 짓기 위해 부엌엘 갔다. 가스렌지에 불을 켜고 문득 창 밖을 바라보는데, 그날따라 석양이 달라보이더라. 언제나 볼 수 있는 석양이지만 항상 느낌이 다르다. 산방일기는 이곳에 와서 첫 출간한 산문집이다. 떠나온 옛집과 지금의 집 애기, 청년의 삶과 참 행복의 의미 등을 담았다.

작년 겨울 악양면 동네밴드로 전국이 떠들썩했었는데?

사작은 유기농 농산물을 파는 사람들끼리 모여 마케팅 일환으로 축제를 열자고 했다. 축제에 빠질 수 없는 것이 춤과 노래 아닌가. 가수를 부르자니 가격이 너무 비싸 동네사람들이 나서서 밴드를 결성했다.

동네밴드, 요즘도 계속 연습하나? 앞으로의 공연은?

작년 겨울 반응이 너무 좋아 정기 공연을 계속 할 예정이다. 공연일정은 작년과 마찬가지로 12월 둘째 주 토요일이다. 지금 한창 연습실을 만들고 있다. 꼭 밴드 연습의 장소만이 아닌 문화사랑방 역할을 할 것이다. 누구나 와서 악기를 연주 하고, 차를 마시며 쉴 수 있는 공간으로 만들 것이다. 



글 **안선경** 나라경제 기자
사진 **이찬원** 중앙일보사사미디어 기자

외국 언론의 ‘한국 때리기’와 우리 정부의 대응

영국 언론인 파이낸셜타임스와 이코노미스트는 지난달 약속이나 한 듯 한국이 다시 외채 위기를 맞을 수 있다고 보도했다. 파이낸셜타임스는 “한국이 올해 갚아야 하는 외채가 1,940억 달러로 외환보유액과 거의 맞먹는 규모이고 당장 현금화하기 어려운 부분을 뺀 실질 가용 외환보유액은 1,700억 달러 정도여서 시장이 매우 불안하게 보고 있다”고 했다. 또 “동유럽 금융위기로 어려움을 겪고 있는 유럽 은행들이 한국 대외채무의 58%를 차지하고 있어서 이들이 대출 회수에 나설 경우 한국은 큰 어려움에 처할 수 있다”고도 했다. 이코노미스트도 “한국은 단기외채 규모가 크고 은행 대출이 예금의 1.3배나 돼 세계 17개 신흥국가운데 남아공과 헝가리 다음으로 위험도가 높은 나라”라며 글로벌 신용경색의

가능성을 지적했다.

파이낸셜타임스는 작년 10월에도 ‘침몰하는 느낌(Sinking feeling)’이란 제목의 특집 기사를 통해 한국의 경제위기 가능성을 크게 부각시켰다. 요약하면 이렇다. “한국 소비자와 기업들은 지나치게 많은 부채를 안고 있고 은행들도 미국, 영국 은행들처럼 글로벌 신용경색으로 꼼짝 못할 처지가 됐다. 내년 6월 말까지 만기도래하는 단기외채가 1,750억 달러에 이르고 있어 정책입안자들은 한밤중에도 식은땀을 흘리고 있고, 국민은 정부의 정책관리 능력을 믿지 못해 상황이 더 어려워지고 있다.” 기사만 보면 마치 내일 당장 한국에서 외환위기가 터질 것 같은 분위기다.

이 신문은 2006년에는 금융감독위원회가 ‘5%룰’을 강화한 것을 놓고 “외국인자

본에 대해 정신분열적(schizophrenic) 태도를 갖고 있다”는 원색적 표현까지 써가며 한국을 깎아내렸다. ‘5%룰’이란 투자자가 한 회사의 주식 보유량이 5%를 넘었을 때 공시를 의무화한 규정이다. 당시 금융당국은 5% 공시를 할 때 자금원천을 밝히고 보유목적이 경영참가인지, 단순투자목적인지 밝히도록 규정을 개정했다. 국제투기자본 ‘소버린’이 SK와 KT&G의 경영권을 장악하려 했던 사건을 계기로 공시 규정의 미비점을 보완한 것이다. 그러나 파이낸셜타임스는 1면, 3면 톱기사에 그것도 모자라 사실까지 펼쳐 비판을 쏟아 부었다. 당시 재경부와 금감위는 공동으로 파이낸셜타임스에 ‘고의적이고 악의적인 보도’라며 정정보도를 요청했지만 받아들여지지 않았다.



최근 외신들이 한국의 경제 위기 가능성을 크게 부각시켜 보도하고 있다.

영국 언론의 집요한 한국 때리기는 도를 넘어선 측면이 있다. 팩트(fact)에 입각한 냉정한 분석(analysis)이라기보다 다분히 감정적 분풀이로 비쳐지는 부분도 있다. 우리 검찰이 영국계 헤르메스 펀드를 주조조 작 혐의로 기소했고, HSBC의 외환은행 인수가 정부 허가를 못 받아 막판에 무산됐던 일 때문에 영국 언론 사이에 반한(反韓) 정서가 팽배해 있다는 해석이 그럴 듯하게 들리기도 한다.

그러나 한국 경제를 불안하게 바라보는 건 영국 언론만이 아니다. 미국의 대표적 경제주간지 비즈니스위크도 3월초 '환투기 세력 타치는 한국 정부'라는 제목의 기사에서 "지난 한해 달러 대비 26% 하락한 원화 가치가 올 들어 다시 20% 가량 하락했다"면서 "이는 시장이 한국 경제를 불안하게 보고 있다는 증거"라고 꼬집었다. 또 "정부당국자들은 한국이 소규모 개방경제이기 때문에 투기세력의 집중 표적이 되고 있다고 주장하지만 그것만으론 다른 나라에 비해 훨씬 심각한 원화약세와 달러부족 현상을 설명할 수 없다"고 했다. "외환시장 참여자들이 윤증현 기획재정부 장관의 말처럼 한국 경제가 세계에서 가장 빨리 회복할 것이라고 확신했다면 원화가 지금 수준까지 매도당하지 않았을 것"이라고도 했다. 작년 10월 얘기지만 미국 월스트리트저널도 '한국은 아시아의 아이슬란드인가?'라는 선정적 제목의 기사에서 당시 우리나라 경상수지 적자와 금융시스템 불안을 거론하며 "한국이 아시아에서 위험 1순위"라고 보도했었다.

외국언론의 보도 가운데 과장됐거나 사실과 다른 부분은 적극적으로 바로잡아야

한다. 예컨대, 외신들이 한국경제의 문제점으로 제기한 것 가운데 올해만기가 돌아오는 유동외채 규모는 조선회사와 수출업체가 환(換)헤지를 위해 빌린 390억 달러를 빼는 게 맞다. 정부 설명대로 선박건조대금과 수출대금을 받으면 자동적으로 청산되기 때문에 사실상 외채로 볼 수 없다. 그럴 경우 외환보유액 대비 유동외채 비율은 96.4%에서 77%로 떨어진다. 유럽 은행들이 한국의 최대 채권자여서 동유럽 금융위기에 휩쓸릴 가능성이 높다는 지적이 있지만, 동유럽 내 대출이 많은 오스트리아·벨기에·스웨덴·이탈리아 은행들로부터는 거의 돈을 빌리지 않았다는 사실을 분명히 밝혀둘 필요가 있다. 은행의 예금 대비 대출 비율이 130%나 된다는 주장도 실제보다 부풀려졌다.

그러나 외신들의 비판 가운데 새겨들 부분만 있는 것도 사실이다. 실제 그들 지적처럼 한국 금융시장은 올 들어서도 여전히 불안하게 요동치고 있다. 특히 원화 가치는 국가부도 위기에 몰린 동유럽 국가들의 통화만큼이나 약세로 물리고 있다. 우리 정부는 1년 안에 만기가 돌아오는 외채가 외환보유액의 77%에 불과해 충분히 감당할 만한 수준이라고 주장하지만, 투자자들이 관심을 갖고 있는 다른 어떤 아시아 국가들도 외환보유액에 비해 한국처럼 높은 비율의 단기외채를 갖고 있지 않다는 외신의 지적은 반박할 수 없는 팩트다. 외환보유액 대비 1년 내 갚아야 할 외채의 비율은 중국 7%, 인도 9%, 말레이시아 15%, 태국 17%, 대만 26%다. 은행의 예금 대비 대출 비율이 100%를 넘는 나라도 아시아에선 한국뿐이다. 시장은 이런 수치들을 보면서 한국 경제가 아

시아에서 가장 위험하다는 인상을 받을 수도 있는 것이다.

그런데 정부는 이런 문제에 대해선 언급도 없이 일부 수치가 틀리고 과장된 부분만을 문제 삼아 반박 자료를 내고 있다. 그래선 시장 불안을 가리았히 긴 커닝 증폭시킬 뿐이다. 원화 약세는 달러 부족 때문이고, 달러 부족은 한국 경제를 불안하게 보는 외환시장 참여자가 원화를 달러로 바꿔 한국을 빠져나가고 있기 때문에 빚어지는 현상이다. 정부가 한국 경제를 우려하는 시장 참여자의 신뢰를 회복하려면 심각한 달러부족이 왜 야기되고 있는지 정확히 밝히고, 한국 정부가 어떤 대응 조치를 취하고 있는 지 구체적으로 설명해줘야 한다.

한국은 GDP의 50%를 외국에 내다 팔아 먹고 사는 나라다. 수출 의존 비율이 낮은 나라들보다 세 배, 네 배 더 외국의 동향에 신경써야 하고 우리 경제의 실상을 정확히 알리는 노력도 더 많이 기울여야 한다. 그러나 정부는 평소에 그런 노력을 게을리하다 일이 터지고 나서야 반박 자료니 해명 자료를 내는 식의 뒷북 대응을 되풀이해왔다. 재정경제부 외신대변인을 1년 넘게 공식적으로 비워둔 거 하나만 봐도 정부의 무신경이 어느 정도인지 알만하다. 정부는 이제라도 세계 13위 경제규모에 걸맞게 외신기자들에게 정례 브리핑도 하고 경제현안에 대해 수시로 배경 설명도 해주어야 한다. '한국 때리기'가 겁나서가 아니라 우리 스스로를 위해 필요해서 하는 것이다. ■



이준

조선일보 기자로 입사해 경제과학부, 산업부, 경제부, 경제부장을 거쳐 현재 논설위원으로 있다.

junlee@chosun.com



영화 '그랜 토리노'의 한 장면.
극중 월트 코왈스키(클린트 이스트우드)와 타오(비행)

‘그랜 토리노’ 인간의 본성을 넘어서는 희생

빈곤을 풍경으로 만드는 ‘슬럼독 밀리어네어’

“결코 마주치지 말았어야 할 사람을 만난 적이 있었다. 그게 바로 나야.”

이제 일흔여덟 살의 할아버지가 내뱉을 대사는 아닐 것이다. 설혹 내뱉는다고 해도 그 말이 응당 지니고 있어야 할 둔중하고 뻑뻑한 위협의 뉘앙스를 체화하기 어렵다. 그러나 그런 발언을 하는 노인이 클린트 이스트우드라면 상황은 완전히 달라진다. 이스트우드가 만든 영화에서 ‘배우 이스트우드’를 볼 수 있다는 것은 각별한 기쁨이다. ‘밀리언달러 베이비’ 이후 4년, ‘그랜 토리노’가 우선 반가운 것은 그가 연출뿐만 아니라 주연까지 맡은 작품이기 때문이다.

어쩌면 그의 마지막 출연작이 될지도 모를 이 영화에서 이스트우드는 단단한 카리스마로 시종 압도한다. 지친 듯 낮게 갈라

진 신목소리에 거부할 수 없는 위엄과 힘을 담은 그는 등장하는 모든 장면에서 과묵하고 단호한 주인공 월트 코왈스키였다. 40여년 전 서슬 퍼렇게 매그넘 44를 겨누던 해리 캘러한(‘더티 해리’)은 세상에 몸을 굽히지 않고 그대로 늙었다.

아내와 사별한 뒤 혼자 사는 월트(클린트 이스트우드)는 자신이 자동차 회사에 다닐 때 생산했던 1972년산 그랜 토리노를 애지중중한다. 갱단의 협박에 못 이긴 이웃집 소년 타오(비행)는 그랜 토리노를 훔치려다 월트에게 들켜자 달아난다. 차 훔치기에 실패한 타오를 갱단이 강제로 끌어가 는 과정에서 자신의 마당으로 들어오자 지켜보던 월트가 총을 겨냥 그들을 쫓아낸다.

월트 코왈스키는 늘 불만에 가득 찬 고집불통 노인네다. 심지어 가족을 포함해서 타인에게 문을 닫아 건 채 자신만의 공간에

틀어박힌 그는 다른 문화에 대한 이해와 존중이라곤 눈곱만큼도 없는 몰상식한 인종주의자이기도 하다. 게다가 걸핏하면 충을 집어드는 다혈질이이기까지 하다. (아마도 코왈스키란 이름은 ‘욕망이라는 이름의 전차’의 무지막지한 마초 주인공 스탠리 코왈스키에서 따오지 않았나 싶다.)

하지만 연쇄적인 이야기 사슬의 끝에 이르게 되면 모든 것이 달라진다. 말하자면 이것은 결국 복수보다는 근심, 응징보다는 책임, 원칙보다는 관용이 더 소중하다는 것을 깨달으면서 모든 것이 변하게 된, ‘늬름 더티 해리’의 이야기다. ‘그랜 토리노’는 쉬운 폭력으로 서사를 해결하지 않는다. 반성은 결국 희생이라는 좀더 큰 주제와 조우한다. 이 영화의 희생이 지극히 인상적인 것은 어느 결함 많은 인간이 오랜 죄책감의 끝에서 자신이 해야 할 일을 찾아나선 결과였기 때문이고, 자각된 휴머니즘이 편협한 애국심을 끝내 넘어섰기 때문이다. 이것은 인류의 죄를 대속하기 위한 신(神)의 무결한 희생이 아니라, 이제 막 생겨난 책임감에서 끝내 눈 돌리지 못하는 인간의 처연한 희생이다. 인간의 희생은 자신의 본성을 넘어서는 곳에 존재한다.

중반부까지 질 높은 유머 감각으로 관객들을 즐겁게 만들던 이 영화는 후반부에 이르러 결국 장엄해진다. 말하자면 ‘그랜 토리노’는 클린트 이스트우드 가 미리 영화로 써두는 유서 같다. 먼 훗날, 아니 어쩌면 그리 많이 남지 않았을지도 모르는 미래의 어떤 날, 나는 우리 곁을 떠나간 클린트 이스트우드라는 위대한 감독에 대한 보고(報告)를 ‘그랜 토리노’로 시작할지도 모른다.

화 제성으로만 따지만 ‘그랜 토리노’ 보다 훨씬 더 강한 스포트라이트를 받는 영화가 ‘슬럼독 밀리어네어’다. 올해 아카데미 영화상에서 8개 부문을 수상하면서 개봉 전부터 뜨거운 관심을 불러일으킨 작품이다. 그런데 이 영화에 대한 인도인들의 불만은 충분히 이해할 만하다. 확실히 이 영화는 ‘빈곤’을 ‘풍경’으로 만든다.

소년들이 질주할 때의 역동적인 카메라와 인상적인 화면색조와 현란한 편집은 스쳐 지나가는 쓰레기 더미조차 스펙터클로 만든다. 카메라가 순식간에 까마득히 멀어지면서 빈민가의 폐곡하게 이어 붙은 허름한 지붕들을 부감의 롱쇼트 점프 컷(멀리 위에서 내려찍으면서 장면 사이에 불연속적인 단절을 만들어 보여주는 방법)으로 스케치할 때, 가장 궁핍한 광경은 서정적이고 이국적인 볼거리가 된다. 인도에 심각한 빈곤이 실재한다는 것과 그 빈곤을 볼거리로 현시한다는 것은 전혀 다른 문제다. 이 영화는 현실에 엄존하는 사회문제를 성찰하게 하는 대신, 적당히 마음 아파하면서 편안히 구경하게 해준다.

인도 뭄바이의 빈민가에서 성장한 소년 자말(데브 파텔)은 거



영화 ‘슬럼독 밀리어네어’의 한 장면

액의 상금이 걸려 있는 TV 퀴즈쇼에 출연한다. 제대로 된 교육도 못 받고 직업도 변변찮은 자말이 승승장구하면서 최종 단계까지 이르자 경찰은 그를 사기죄로 의심한다. 어떻게 정답을 다 알게 되었는지를 캐묻는 경찰에게 자말은 이제껏 직접 겪어왔던 일들이 실마리가 되었다고 말하면서 자신의 과거에 대해 들려주기 시작한다.

그러나 이런 근본적인 단점에도 불구하고, 대니 보일이 감독한 ‘슬럼독 밀리어네어’의 만듦새가 상당히 뛰어나다는 사실까지 부정하기 어렵다. 소재에 대한 태도와 형식에서 페르난도 메이렐레스의 ‘시티 오브 갓’을 떠올리게 하는 이 영화의 스타일은 그야말로 휘황찬란하다. 다양한 구도를 구사하며 리드미컬하게 움직이는 카메라, 세 가지 줄기의 이야기를 능란하게 짜올리는 플롯, 복잡한 상황을 긴장감 넘치게 간추려내는 편집은 과시적이기도 하고 탁월하기도 하다. 그리고 이 작품의 음악은 영화음악에 허용된 최상의 효과를 발휘한다.

‘슬럼독 밀리어네어’가 들려주는 이야기는 착상부터가 흥미진진하다. 퀴즈 문제를 통해 서사에 고리를 만들어서 에피소드와 능숙하게 잇는 화술은 이야기에 대한 원초적인 욕구를 유감없이 충족시킨다. 삶의 난관을 온 몸으로 헤쳐온 소년이 바로 그 험난한 과거 때문에 달콤한 열매를 맛본다는 점, 현재의 상금을 챙기는 데서 만족하지 않고 그 다음 단계 문제로 계속 도전하는 퀴즈쇼의 과정이 불굴의 의지로 돌파해나가는 삶의 자세를 상징한다는 점 등 관객이 휴먼 드라마에서 기대하는 모티브가 효율적으로 기능한다. ‘그랜 토리노’와 달리, ‘슬럼독 밀리어네어’는 분명 모든 이로부터 야심 없는 찬사를 받을 만한 걸작은 아니다. 하지만 무척이나 흥미진진한 관람 체험을 하게 해주는 진기한 영화임은 분명하다. **박명**

이동진 영화평론가 lifeisntcool@naver.com 서울대 종교학과를 졸업하고 10여년간 조선일보에서 영화 전문기자로 활동했다. 현재 1인 미디어 ‘이동진닷컴’을 운영하며 명쾌한 글쓰기와 섬세한 감성으로 다수의 독자를 확보하고 있다.

박기수



한국일보 경제부 차장대우
blessyou@hk.co.kr

우리가 잊고 있었던 것

미국발 글로벌 금융위기는 미국과 직·간접적으로 관계를 맺고 있는 모든 나라에 악영향을 주었다. 거미줄처럼 얽혀있는 지구촌 구석구석이 도미노처럼 타격을 받으며 휘청거렸다. 우리나라도 예외는 아니다.

굳이 신자유주의적 세계화의 폐해라는 표현을 쓰지 않아도 된다. 서로 돈을 빌려주고 빌려 쓰고, 다시 그 징표를 증거 삼아 또 돈을 융통하고... 한 사람이 넘어지자 발목 한쪽을 같이 묶고 달리던 옆 사람, 그리고 그 옆 사람마저도... 작년 9월 리먼 브라더스의 파산신청으로 촉발되어 지금까지 우리 어깨를 짓누르고 있는 경기침체의 주 원인이다.

우리네 가정 형편도 팍팍해졌다. 안 하면 시대에 뒤떨어지는 것 같아 꼬박꼬박 넣고 있는 적립식 주식펀드는 반토막이 난 지 오래다. 지금이 아니면 영원히 내 집을 못 가질 것 같아 대출 끼고 구입한 아파트 값은 10% 이상 떨어졌다. 친구 말 듣고 투자한 오피스텔도 마찬가지다. 한국은행이 기준금리를 내렸지만 대출 금리는 거의 제자리걸음이고 이자 상환일은 충알처럼 돌아온다.

답답하기만 하다. 경제가 예상처럼 쉽사리 나아지기 어렵다는 전망이 우세하다. 우리만 어려웠던 외환위기 때와는 달리 전세계 처지가 비슷하다. 얽혀있는 실타래를 풀기가 쉽지 않다는 뜻이다.

이런 탓에 우리는 많은 재산을 잃었다. 하지만 글로벌 위기는 동시에 우리가 잊고 있었던 것을 일깨워줬다. 바로 우리 자신이 인생을 살아가는 방식과 목표에 관한 것이다.

우리는 언제부터인지 ‘부자 되세요’를 새해 인사말로 익숙하게 받아들었다. “그 친구, 부자 됐더라”, “장사해서 돈 많이 벌었대”, “가게를 또 오픈한대”. 마치 ‘돈=부자=풍요함’이 인생의 모든 것처럼 되어버렸다. 풍요함은 탐욕에서 출발한다. 미국발 글로벌 금융위기의 직접적인 원인이 인간의 탐욕이었다는 게 일반적인 분석이다. 물론 인생사에 탐욕이 없을 수야 없다.

그러나 우리는 그간 필요 이상으로 가지려 했다. 돈을 좀 더 벌기 위해 자신의 재산을 담보로 또 돈을 빌려 투자하고, 빌린 자산으로 또 자금을 마련하는 ‘지렛대’를 너무 많이 사용해 왔다. 뒤주에 곡식이 어지간히 있는데도 ‘조금 더’를 원하다가 자충수를 둔 게 아닌지 반성해야 한다.

탐욕은 결국 배려보다는 이기심에서 출발한다. 더불어 사는 삶보다는 나만 많이 가지면 된다는 이기심이 그것이다. 학교에서는 더 많은 물건을 더 빨리 생산해 더 빨리 소비할 수 있는 시스템을 가르친다. 행복과 사랑 대신 경쟁을 가르친다. 이런 모든 과정이 사회 전 구성원이 “더, 더”를 외치는 구조로 만들었다.

이젠 생각을 좀 바꿔보는 건 어떨까. 자영업을 하는 낙천적인 한 지인은 최근 일감이 적어 힘들지만 오히려 행복을 느낀다고 한다. 다시 자신을 되돌아볼 수 있게 됐고 아이들과 어울릴 시간이 늘면서 웃음이 많아졌다고 한다. **글로벌 경기침체를 핑계 삼아 물질적인 풍요 대신에 가까워서 사랑과 행복을 찾아보는 것도 ‘위기를 기회로 만드는’ 창조적 발상이 아닐까 한다.** 