

방산한류 발전방안에 관한 연구

채우석^{1†}

내용목차

1. 서론
2. 한류의 유래와 개념
3. 방위산업의 성장과 방산수출
4. 주요 방산수출대상 지역에 대한 분석
5. 방산한류의 개념과 구성요소
6. 방산한류의 추진동력과 발전방향
7. 결론

^{1†} 한국방위산업학회(KADIS) 회장
(교신저자 Tel : 02-587-1833, E-mail : bgwschae@hotmail.com)

A Study on the Development Plan of the Defense Industry Korean Wave

Chae, Wooseok^{1†}

Abstract

This study was conducted to investigate the history and concept of the Korean Wave, to analyze the status of defense industry exports based on the area group, and to propose a plan for their improvement by recognizing the concept and the elements of the Korean Wave. Since the Defense Industry Korean Wave has not yet been defined theoretically, this paper tries to define its concept based on mainly news and articles from the press and other media, and the author's research so far. In the Creative Economy Era, the Defense Industry could be a new growth engine of South Korea based on the Defense Industry Creative Economy through the new concept of the Defense Industry Korean Wave.

The Korean Wave can be defined as the phenomenon in which Korean culture spread worldwide and became immensely popularity. The Defense Industry Package consists of defense materials such as not only weapons and equipment but also related software, education and training, logistics, etc. The Defense Industry Korean Wave is the provision of the Defense Industry Package with the Korean Wave, which includes Korean culture, arts, and spirit.

To build and utilize the Defense Industry Korean Wave, the following five directions of improvement were suggested. (1) All services should collaborate for the promotion of Defense Industry exports by aggressively integrating in

their service the products of the Defense Industry Creative Economy. (2) The government should minimize its control of defense companies and assume only a supporting role. (3) In-depth analysis of whether or not the existing support system is working well and creating positive results is required. (4) The Defense Industry exports package should be well prepared and customized based on each country's requirements. (5) It is advisable to organize a Control Tower that will effectively execute the pre-stated directions. This study concludes that a full-scale theoretical study on the Defense Industry Korean Wave is required in the future.

*<Keywords> Korean Wave, Creative Economy, Defense Industry Package,
Defense Industry Korean Wave, Control Tower*

1. 서론

세계적으로 한류열풍이 거세게 일고 있다. 우리 문화와 예술, 상품과 기술, 이러한 바탕 위에 한민족의 정신력과 기상이 지구촌 곳곳에서 새 물결을 일으키고 있다. 지금이 바로 ‘가장 한국적인 것이 가장 세계적’인 시대가 열리고 있다고 하여도 과언이 아니다.¹⁾ 그러나 국방안보 분야에서는 강 건너 불같이 바라만 본다. 국방안보 분야에 한류열풍을 접목시켜 우리의 안보가 튼튼해 질 수 있다면 이러한 노력을 마다할 이유가 없다. 특히 최근 우리의 방산수출이 급격히 증가하면서 세계적인 관심의 대상이 되고 있는바 방위산업과 한류열풍을 접목시킨다면 방산수출의 부가가치를 크게 향상시켜서 방위산업이 미래의 신 성장 동력이 될 수 있도록 기여할 수 있을 뿐만 아니라 대한민국의 국가안보를 더욱 굳건히 하는 데도 크게 기여할 수 있을 것이다.

대한민국은 태생적으로 국가 안보를 게을리 할 수 없는 지정학적 위치에 있다. 따라서 항상 국가 안보에 제일의 가치로 두고 모든 의사결정이 이루어져야 한다. 국가 안보의 핵심은 외교나 정치만으로 이루어지는 것이 아니다. 적정한 억제력을 스스로 갖춰야 하며 그 핵심은 바로 건실한 방위 산업을 유지하는데 있다. 특히 우리나라 여건의 안보적인 측면에서 방위 산업을 꼭 신 성장 동력으로 육성할 필요가 있다. 그러나 국내 수요만으로는 규모의 경제를 달성할 수 없어서 경제성이 떨어진다. 경제성만을 따지는 경제전문가들에게 발목이 잡히는 이유이기도 하다. 그렇기 때문에 반드시 수출과 연계시켜야 한다. 그나마 다행인 것은 동남아시아나 아프리카 지역의 개발도상국들이 중국이나 일본의 패권주의 부활을 우려하면서 그들의 무기나 장비보다는 기술력과 성능이 뛰어난 우리나라의 방산물자를 원하는 국가들이 계속 늘어나고 있다는 것이다. 따라서 이러한 국가들과의 관계를 적절히 발전시키면서 틈새시장을 노린다면 그 전망은 상당히 밝다고 할 수 있다. 이러한 세계적 동향을 볼 때 우리의 방위산업은 안보적 측면뿐만 아니라 국가경제적 측면에서도 하나의 효자산업이 될 수 있다.

창조경제²⁾ 시대를 맞아 융합이 하나의 화두인데 방위산업을 한류와 융합해서 새로운 성장 동력을 얻게 된다면 경제와 안보의 두 마리 토끼를 동시에 잡을 수 있는 획기적인 아젠다가 될 것으로 본다. 이에 본 연구에서는 한류의 유래와 개념을 알아보고, 방산수출의 실태를 분석해 보며, 주요 수출대상지역에 대한 분석과 방산한류의 개념을 정의해 보며, 방산한류의 구성요소들을 식별해서 그 향후 발전방안에 대해 논의해 보고자 한다. 자료는 주로 언론에 나와 있는 내용을 많이 참고했고 필자가 주장해 온 내용들을 종합적으로 재정리 하였으며, 추후 본격적으로 학술적인 연구도 필요하다는 것을 미리 말해 두고자 한다. 정 중심에서 다양한 연구는 진행되었으나 민첩성 속성을 기반으로 하여 지휘통제 기능과 절차 측면에서 통합적인 분석이 가능한 지휘통제 모델은 연구되지 않아 개발이 요구되고 있다. 본 연구에서는 민첩성에 기반을 둔 지휘통제 핵심 기능과 절차를 식별하여 적용한 참조모델(Reference Model)를 제안하고자 한다. 특히 불확실성이 증가되

1) 백영훈, “조국근대화의 언덕에서”, 『마음과 생각』, 2014. p.246

2) 박근혜 대통령이 말하는 창조경제란 한마디로 창의력·상상력·과학기술을 기반으로 새로운 국가 성장 동력을 만들어 새 시장을 만들고 새 일자리를 창출하자는 것이다. 창의적 기술들을 융합과정을 거쳐 사업화함으로써 일자리를 창출한다는 뜻이다.

2. 한류의 유래와 개념

2.1 한류의 형성

한류의 발생원인은³⁾ 국내외 정치, 경제, 문화적 환경의 변화에 따른 복합적인 것이다. 제2차 세계대전 후 아시아는 일본·홍콩-한국·대만-중국·동남아시아의 순서로 경제 발전이 이어졌고, 경제적 교류에 이은 문화적 교류의 결과로 향류(港流)와 일류(日流)에 이어 한류가 발생한 것이다. 1990년대 후반 한국은 외환위기와 더불어 IT(Information Technology) 산업의 거품이 빠지며 새로운 대안이 필요했다. 이때 1980년대부터 성장하기 시작한 한국의 대중문화 산업이 당시 세계적인 문화콘텐츠의 성공사례를 참고하여 정책 지원을 받으며 성장할 수 있었다.

한국 대중문화의 경쟁력 상승 배경의 내적 요인으로는 1986년 서울아시안게임과 1988년 서울올림픽을 계기로 1987년부터 시작된 개방정책과 국내 엔터테인먼트 회사의 성장이 큰 역할을 담당했다. 1980년대 음악 산업의 발전과 함께 1990년대 영화, 게임, 인터넷 등 대중문화 산업 전체가 급성장했다. 그리고 외적으로는 아시아에서 일본 콘텐츠가 선풍적인 인기를 끌었으나 상대적으로 저렴하지만 새로운 한국의 콘텐츠가 홍콩과 대만 그리고 중국의 관심을 끌었고, 이후 일본, 베트남, 필리핀 등 아시아 전체로 한류가 퍼질 수 있었다. 또한 아시아 전반에 걸친 반일감정이 한류의 확산에 한몫 했다는 점도 간과할 수 없다.

한류의 발생시점과 원인에 대해서는 여러 지역에서 다른 수용자를 대상으로 발생했기 때문에 한마디로 정의하기는 곤란하다. 다만 중국을 중심으로 한국 대중문화의 진출시점을 볼 때, 한국 TV드라마의 인기가 시작되면서 한국 대중음악의 인기로 확산되었다는 것을 알 수 있다. 1992년 한·중 수교 후 1993년 TV드라마 <질투>가 처음으로 수출되었고, 1997년부터 <사랑이 뭐길래> 등이 인기를 얻으며 1998년 클론, H.O.T 등의 음반이 발매되기 시작했다. 이러한 한류 현상을 주도하고 있는 핵심 요소는 단연 연예매니지먼트 산업이다. TV드라마와 대중음악 등의 유행은 한류스타를 탄생시켰고, 한국 연예매니지먼트 산업의 급속한 성장을 초래했다.

한편 한류의 바탕은 전 세계적으로 흩어져 살고 있는 한민족 700만 명의 교민들로부터 시작되었다는 것도 염두에 뒀야 한다. 남한과 북한을 제외하고 우리민족이 2,500명 이상 거주하고 있는 나라는 현재 27개국으로 파악되고 있다.⁴⁾ 이 중 420만 명이 중국과 미국일대에, 90만 명이 일본에 거주하며 초기 한류열풍의 진원지 역할을 한 것으로 보인다. 이들을 포함하여 세계 구석구석에 거주하고 있는 700만 한민족이 한류시대의 중심세력으로 계속 역할을 함으로써 우리 한민족이 엄청난 힘을 얻을 수 있도록 방법을 모색해야 할 것이다.

최근 한국문화산업교류재단이 외국인을 대상으로 한 설문조사를 비롯해 각종 조사결과를 보면 한류에 대한 전망이 회의적으로 나오고 있다. 조사 기관마다 약간의 차이가 있지만 지난해 조사한 한류실태조사에선 조사 대상의 50~60%정도가 한류의 지속기간을

3) 장규수, “한류와 아시아류 커뮤니케이션 이해총서”, 『커뮤니케이션북스』, 2013. 2. 25에서 요약 인용

4) <http://ko.wikipedia.org>, 2014. 2. 11. 검색

4년 이내로 봤고 이미 끝났다는 사람도 10%에 달했다.⁵⁾ 물론 2012년도에는 가수 사이의 ‘강남스타일’이 전 세계를 강타하며 한류 붐을 재 점화했지만 한류에 대해 전반적으로 낙관할 수만은 없는 상황이라고 볼 수 있다. 그렇지만 우리가 가지고 있는 훌륭한 전통 즉, 한의학, 전통음악, 한옥, 음식, 사상 등을 잘 활용해서 한류 콘텐츠로 계승, 발전시킨다면 한류는 충분히 다시 한번 바람을 일으킬 수 있을 것으로 본다.

2.2 한류의 어원과 사용

1980년대 홍콩 영화의 유행을 일본에서 홍콩류, 즉 항류(港流)라 했고, 1990년대 일본 TV드라마, 애니메이션, 게임 등의 유행을 일본 스스로 일류(日流)라 칭했으며, 1990년대 하반기에 한국 TV드라마와 대중음악이 인기몰이를 하면서 한류라는 용어가 사용되기 시작했으며 1990년대 말 한국 대중문화가 다른 국가로 확산되면서 자연스럽게 발생했다. 1997년경부터 중화권을 중심으로 한국 TV드라마와 대중가요가 인기를 얻으며 한류가 발생했는데, 이에 1999년 가을, 당시 한국 문화관광부에서 한국 대중음악을 해외에 홍보하기 위해 제작, 배포한 음반의 제목에 〈韓流-Song from Korea〉로 공식적으로 사용되었다.⁶⁾

한류의 영어 표기는 ‘Korean Wave’ 또는 ‘Korean Fever’ 그리고 ‘Hanliu’ 또는 ‘Hallyu’이다.⁷⁾ 한류는 초기에 중국에서 ‘한풍(韓風)’이란 용어로 사용되기도 했는데, 차가운 바람이란 뜻의 ‘한풍(寒風)’과 발음이 비슷하여 한국 문화에 빠진 중국 내 젊은이들의 갑작스런 팬덤⁸⁾을 경계하는 뜻도 포함되어 있었다. 따라서 한류라는 용어는 항류, 일류에 이어서 대만, 중국, 한국 등에서 자연스럽게 사용되기 시작했고, 한국 문화관광부에서 제작, 배포한 음반과 포스터의 제목 〈韓流-Song from Korea〉에 공식적으로 사용되며 방송과 신문 등으로 널리 확산되었다는 것이 정확하다고 볼 수 있다.

2.3 한류의 실태와 정의

한류에 대해 여러 자료들을 살펴보면 잘못된 정보를 제공하는 경우가 많다. 그동안 한류의 발생 원인과 어원에 대한 논의와 연구가 제대로 이루어지지 않았기 때문이다. 지난 10여 년 동안 정치, 경제, 문화 등 거의 모든 분야에서 한류를 내세우며 장밋빛 미래를 전망하고 있지만, 대부분 정확하지 않은 언론보도와 문헌자료의 내용을 그대로 재인용하고 있는 실정이다. 또한 이러한 자료가 인용에 인용을 거듭하다보니 잘못된 정보가 사실인양 둔갑되기도 한다. 이렇게 한류에 대해 제대로 연구가 이루어지지 않은 상황에서 한류의 열풍, 붐에 편승하여 경제 논리를 앞세운 무차별 산업적 접근과 계획성 없는 전시행정 때문에 최근에는 한류가 더 이상 발전하지 못하고 있다는 비판도 있다.⁹⁾

5) 이투데이, 2014. 01. 10.

6) Naver 지식백과, 한류와 아시아류 문화콘텐츠 > 문화콘텐츠이해

7) Naver 지식백과, 한류와 아시아류 문화콘텐츠 > 문화콘텐츠이해

8) Fandom : 특정한 인물이나 분야를 열성적으로 좋아하는 사람들 또는 문화현상

1990년대 하반기부터 발생한 한류의 현상은 2000년대 접어들어 코스닥 상장 붐으로 인해 매출성장률을 초과하는 자본과 인력의 유입을 초래하며 거품을 일으켰다. 시장경제에 휩쓸려 쏟아내는 한국 TV드라마와 영화들은 과거 향류(港流)의 사례와 같이 동일한 배우들로 반복되는 스토리의 품질 낮은 콘텐츠를 양산했고, 한류의 소비자들도 더 이상 한류 콘텐츠에서 신선함을 찾지 못하게 되었다. 게다가 한국 콘텐츠의 가격 상승과 대만, 중국, 인도 등의 콘텐츠 경쟁력 향상으로 하락세를 면하지 못하고 있는 것이 현실이다. 이렇듯 해외 한류 수용자들의 요구는 변하고 있는 데 반해 국내 제작 환경은 악화되어 한류의 지속적 성장을 위한 선진화된 정책 관리와 산업 시스템 정착이 시급한 실정이다.

위에 언급한 여러 가지 문제와 혼선들이 공존함에도 불구하고 한류가 분명히 존재하며 그 영향력이 크다는 것을 부인할 수는 없다. 1980년대 후반부터 개방정책이 본격화된 후, 1990년대 후반부터 가시화된 한류의 현상은 처음에는 영화, TV드라마, 대중음악, 게임 등 대중문화의 해외 유통과 소비가 위주였지만, 점차 패션, 음식, 한글 등 보다 폭넓은 한국 문화의 해외 진출로 확산되고 있는 것만은 사실이기 때문이다. 따라서 지금까지 논의된 한류를 정의해 본다면 '한류(韓流)'는 '한국의 문화가 해외로 전파되어 인기리에 소비되고 있는 현상'이라고 요약할 수 있다.

3. 방위산업의 성장과 방산수출

3.1 방위산업에 대한 인식의 전환

방위산업(Defense Industry)은 학자에 따라 다양하게 정의되고 있으나 '군사적으로 소요되는 물자를 생산하는 산업, 구체적으로는 총포, 탄약류, 선박, 항공기, 전차/장갑차, 통신/전자장비 및 유도무기 등을 개발, 생산하는 산업'이라고 정의하는 것이 바람직하다. 사실 방위산업은 기계, 전기·전자, 항공, 컴퓨터 등 다양한 공학 분야가 총 망라된 융합산업일 뿐만 아니라 여기에 경영학이나 정치, 외교, 안보까지를 포괄할 수 있는 종합산업이라고 할 수 있다. 따라서 방위산업을 국방에만 소극적으로 활용되는 소모적 산업으로 인식하는 것은 방위산업의 가치에 대한 가능성과 진면목을 간과하지 못한 안타까운 일이므로, 앞으로는 방위산업이 제공하는 국가경제와 안보차원의 고 부가가치를 우리 모두가 확실하게 인식하는 것이 반드시 필요하다.

3.2 창조경제시대의 방위산업 히든챔피언

융합산업이고 종합산업인 방위산업이야말로 요즘 화두가 되고 있는 창조경제 개념을 적용하기에 딱 들어맞는 분야라고 생각한다. 따라서 방산분야에서 아직까지 미흡했던 기술의 창의적인 융합과 사업화를 촉진한다면 방산을 통해 창조경제를 달성할 수 있다고 확신한다. 그러나 '방산창조경제'를 구현하기 위해서는 기술의 Spin-off 뿐만 아니라 Spin-on 내지는 Spin-up에¹⁰⁾ 보다 중점을 두고 추진해야 된다고 본다. 이를 위해 먼저

9) 장규수, *op.cit.*

기술의 창의적 융합을 할 수 있도록 산재해 있는 기술들의 소재를 파악하고 융합을 통한 시너지 창출기회를 제공하는 것이 중요하다고 본다.¹¹⁾

이러한 융합을 통해 만들어진 새로운 방산제품들을 국내소요 충족만을 대상으로 한다면 근본적으로 소요량이 제한되기 때문에 규모의 경제를 달성할 수 없게 된다. 그렇기 때문에 해외 시장에서 방위산업의 출구를 찾아야 한다. 그러기 위해서는 과감한 발상의 전환이 필요하다. 우선 해외시장에서 경쟁력을 갖기 위해 우리 기업들의 기술력과 가격 경쟁력 등이 현재보다는 월등히 향상되어야 한다. 그러나 현재의 방산체계는 방산초창기의 강력한 정부통제형 패러다임에서 크게 벗어나지 못한 관계로 우리의 방위산업 수준에 비해 업체들의 자율성이 많이 제한되고 있다. 방산을 육성하기 보다는 통제하고 구속하는 소위 손톱 밑 가시들이 아직도 많이 존재한다. 따라서 기존의 강력한 ‘정부통제형’ 방산패러다임을 ‘업체자율형’ 패러다임으로 혁신하고 ‘손톱 밑 가시’들을 과감히 뽑아냄으로써 명실상부한 ‘방산창조경제’를 추구하도록 할 필요가 있다. 왜냐하면 과도한 정부통제와 간섭으로는 치열한 경쟁으로 점철되는 글로벌 방산시장에서 살아남을 수 없기 때문이다.

살아남기 위해서는 독일의 ‘히든 챔피언’¹²⁾과 같은 실력 있는 중소·중견 기업들이 많이 육성되어야 할 것이다. 이들의 목표는 탄탄한 기술력을 바탕으로 특정 분야의 틈새시장을 공략해 세계 1위가 되는 것이다. 따라서 독일의 히든 챔피언의 성공사례는 우리에게 좋은 롤 모델이 될 수 있다. 다만 후발 주자인 우리는 독일형 보다는 다양한 기술의 창조적 융합을 활성화함으로써 세계 최고 경쟁력을 지닌 ‘한국형 히든 챔피언’으로 육성해야 한다. 중소·중견 기업들의 핵심기술에 대한 경쟁력이야말로 산업경쟁력을 견인하는 핵심이기 때문이다. 특히 방산분야에서 한국형 히든 챔피언이 많이 배출될 수 있도록 함으로써 이들을 중심으로 ‘방산한류’ 열풍을 일으켜야 되리라고 본다.

3.3 방산수출 실태

방산수출이 본격적으로 활성화 된 것은 2011년도에 약 24억불 규모로 증가되면서 부터이다. 2012년도에는 동일 규모였던 것이 2013년 말에 이라크에 고등훈련기 겸 경공격기 24대 약 11억불 수출을 달성함으로써 총 34억불¹³⁾ 규모로 수출이 늘어났다. 이는 2006년도에 2.5억불 규모에 비해 8년 만에 약 14배 증가한 것으로 방산수출의 증대 가능성을 단적으로 보여주는 사실이다.<그림 1>¹⁴⁾ 최근의 방산수출은 과거의 탄약과 부품류 위주에서 첨단 기술력에 기반을 둔 고부가가치 무기체계인 함정과 항공기로 다양화 되면서 첨단화 되어 가고 있는 추세이다. 또한 수출 대상지역도 아시아를 벗어나 중동지역의 유럽과 남미국가로까지 다변화되고 있다.

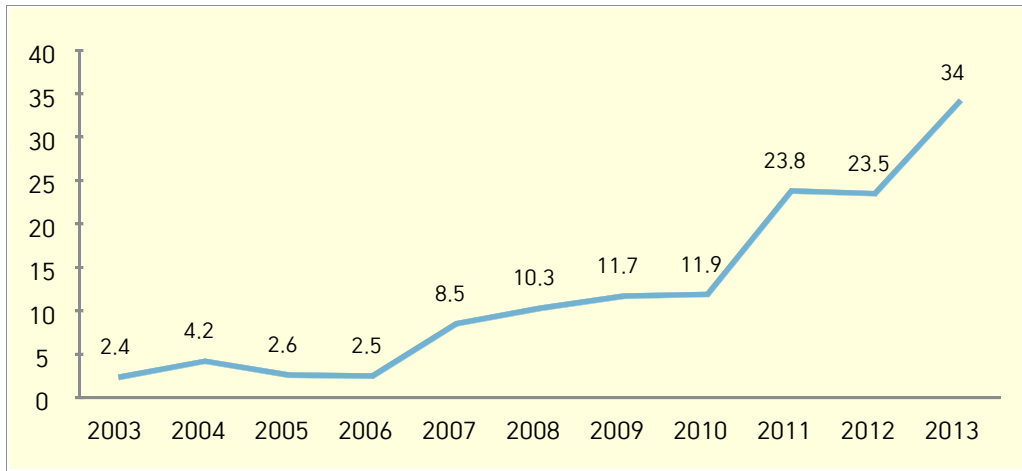
10) spin-off는 군사용 기술이 민간용 기술로 활용되는 것이고, spin-on은 민간용 기술이 군사용으로 전용되는 것이며, spin-up은 민과 군이 겸용기술을 개발하는 것을 의미함.

11) 아시아투데이, 2013. 6. 27. “‘방산 창조경제’가 대한민국 신성장 동력”

12) ‘히든 챔피언’이란 세계시장 점유율 3위 이내이면서도 이름이 덜 알려진 글로벌 중견기업을 말한다.

13) 방사청 보도자료, 2014. 1. 2

14) 방사청 통계자료(2013)를 참고하여 제작성



<그림 1> 2003~2013년 방위산업 수출 현황 (단위:억달러)

특히 함정과 항공기 분야 수출이 눈부시다. 2011년에 10억8천만 달러의 인도네시아 잠수함 수출로 함정 분야 최대 수출액을 기록한데 이어 2012년과 2013년에도 영국, 노르웨이, 태국 등과 함정 수출 계약을 체결했다. 항공기 분야도 KT-1 기본훈련기의 인도네시아, 터키, 페루 수출 및 T-50 고등훈련기의 인도네시아 수출에 이어 2013년 말에 11억 달러의 이라크 FA-50 수출 성사로 단일 방산 수출 계약으로 사상 최대 수출액을 기록하게 됐다. 외국의 우리나라 경제발전에 대한 우호적 시선 및 방산협력 희망 국가 증가, 대통령의 세일즈 외교 전개로 힘을 받은 우리의 방산 수출은 앞으로의 전망이 더욱 밝다고 할 수 있다.¹⁵⁾

그러나 수출액만 보면 우리나라 한 해 수출액이 5천억 달러를 상회하고 있어 방산 수출은 국가 전체 수출액의 1%에도 미치지 못하는 아주 작은 수치라고 볼 수도 있다. 그렇지만 방산 수출은 단순한 수치 이상의 큰 의미가 있다. 우리의 주요 방산 수출국인 터키와 인도네시아의 사례를 보더라도 알 수 있듯이 방산협력 강화는 국가 간 안보·외교·경제적 협력을 확대해 나갈 수 있는 좋은 기회가 되기 때문이다. 또한 조만간 이뤄질 이라크 FA-50의 후속 군수지원 계약액이 항공기 자체 계약액에 못지않은 금액이라는 것을 계산해 보면 방산 수출은 장기간 우리 방위산업의 안정적인 성장 및 국가 간 지속적인 협력관계 강화에도 기여하게 될 것이다. 또한 아직은 미 개척지역인 아프리카에 대해 방산시장을 개척한다면 우리의 방산수출은 다시 한 번 획기적으로 확대될 수 있는 기회가 찾아오리라 확신한다. 특히 아프리카에 불고 있는 한류바람과 에너지를 포함한 자원개발과 병행하는 형태의 교류 및 교역을 한다면 이러한 꿈이 곧 현실이 될 수 있을 것이다.

15) 국민일보, 2014. 1. 9. "防産 수출 지속 가능하려면"

4. 주요 방산수출 대상지역에 대한 분석

4.1 동남아시아 지역의 한류열풍과 방산수출

동남아시아 한류의 진원지인 베트남과 태국에서는 한류 콘텐츠의 저작권 보호를 강화할 수 있는 방안을 함께 모색키로 하는 등 ‘저작권 분야 교류협력에 대한 MOU’를 체결하여 협력하고 있다. 베트남¹⁶⁾ 한류 열풍의 중심이라고 할 수 있는 한국 드라마의 시초는 1998년 TV 드라마 ‘느낌’과 ‘첫사랑’이 방영되면서부터이고, 이후 ‘모델’, ‘의가형제’ 등이 이어지면서 2001년부터 본격적인 베트남 한류 열풍이 형성되었다. 특히 큰 인기를 끌었던 한국 드라마로는 ‘겨울연가’, ‘유리구두’, ‘대장금’ 등이 있는데, 2003년에 방영된 ‘유리구두’는 폭발적인 인기를 끌었고, ‘대장금’은 2005년 베트남 최고의 인기 드라마로 평가되었다. 현재까지 한류 드라마에 대한 높은 관심으로 인해 지역적으로 로컬마켓이 증가하는 것은 물론이고 드라마의 장르도 트렌디 드라마와 홈드라마 일색이던 것이 사극으로 다양해지면서 목표 연령층도 한층 넓어지고 있다.

한국이라는 국가브랜드가 향상됨에 따라 한국제품에 대한 인지도에 긍정적 영향을 미칠 것으로 기대된다. 나아가 한국브랜드의 콘텐츠와 서비스 수출에도 기여할 수 있다는 의미이며 우리의 방산물자에 대한 인식도 예외는 아닐 것이다. 이러한 바탕위에 한국과 베트남은 2013년 11월 15일 서울에서 양국 국방차관이 만나 제2차 한-베트남 국방차관전략대화를¹⁷⁾ 개최하여 ‘국방협력’을 확대하고 있으며 방산협력을 위한 품질보증 양해각서(MOU)체결도 추진하기로 하는 등 향후 한국산 방산장비가 베트남에 수출될 수 있는 발판을 마련한 셈이다.¹⁸⁾

태국인들의 의식에 한국이라는 나라가 강렬한 인상을 심어주게 되었던 계기는 바로 1986년 서울 아시안게임과 1988년 서울 올림픽부터이다. 특히 1988년 올림픽은 한국에 대한 지식이 거의 없던 태국인들에게 매우 충격적인 사건으로 받아들여졌다. 과거 한국 전쟁 시기 자신들이 도움을 주었고, 또 경제적으로도 자신들보다 후진국이라고 인식하였던 한국이 올림픽을 개최할 정도로 발전한 것을 보며 놀라고 당황해 하면서도 스스로를 반성하는 계기가 되기도 했다. 1988년 서울 올림픽은 어쩌면 태국 한류 현상의 시발점이자 한국과 한국인에 대한 태국인들의 관심이 고조된 시기라고 말할 수 있다. 이 시기부터 한국은 동남아시아 시장으로 눈을 돌리게 되었고, 태국은 2000년대 초반부터 동남아시아 한류 열풍의 중심으로 자리매김하게 되었다.

문화체육관광부는 동남아 중심지 태국 방콕에, 베트남, 인도네시아, 필리핀에 이어 동남아 지역 4번째, 전 세계적으로는 25번째 한국문화원을 개원하였다.¹⁹⁾ 태국은 한국드라마를 통해 한류가 형성된 2000년대 초반 이후 지속적으로 한국에 대한 국민들의 선호도

16) 인구 7,800만인 나라에 4,800만 대의 오토바이가 있는 나라, 우리 교민은 18만 명이 거주하고 있음.

17) 국방부 보도자료, 2013. 11. 15, "제2차 한-베트남 국방차관전략대화 개최"

18) 제1차 한-베트남 국방차관 전략대화는 2011년 3월 15일 하노이에서 한-베트남 수교 20주년을 기념하기 위해 이용길 차관이 참가하면서 개최되었으며 당시 기념행사의 일환으로 우리 국군교향악단의 현지공연도 개최하였다.

19) 문화체육관광부 보도자료, 2013. 7. 3, "동남아 한류 중심부 방콕에 한국문화원 개원"

가 높아지고 있는, 동남아의 한류 중심지로 평가될 수 있다. 특히 한국문화원의 여론조사 결과²⁰⁾ 한국에 대한 호감도가 있다는 응답은 62.7%, 한국문화에 대한 흥미를 보유하고 있다는 응답은 75.2%에 이르는 것으로 나타났다. 방콕에 설립된 한국문화원은 이러한 양국 국민들의 문화적 선호를 바탕으로 하여, 대중문화를 비롯한 다양한 문화예술 분야에서 양국 간의 교감을 확대시키기 위한 창구로서 기능을 하고 있으며, 창조경제 시대를 맞아 더욱 우호적이고 미래지향적인 한국·아세안 관계 정립에 중요한 역할을 할 것으로 기대된다.

태국은 1950년 한국전쟁 당시 전투병력을 파견한 전통적 우방국으로서 한반도 평화, 북핵문제 등 주요 사안에 대해 우리 정부의 입장을 지속적으로 지지하여 왔고, 정치, 경제, 국방 등 다방면에서의 활발한 교류협력이 이루어져 왔으며, 특히 방위산업 분야에서는 매년 소구경 탄약류, 포탄류 등 1~2천만 볼 정도를 수입하는 등 꾸준한 방산협력 관계를 유지해 왔다. 한-태국 방산·군수 협력 공동위원회는 1991년 두 나라가 '군수 협력에 관한 양해각서'를 체결한 이후부터 제18차 공동위²¹⁾에 이르기까지 상호 군수지원 및 방산협력 증진을 위한 정부 간 협의체로서의 역할을 수행해 오고 있다. 이러한 공동위를 통해 우리 방산업체가 태국으로의 방산수출 시 겪는 어려움에 대한 해결방안을 제시함으로써 국내 방산업체의 방산수출을 적극적으로 지원하고, 태국 방산업체의 한국 방문을 주선하여 우리의 우수한 방산기술과 생산시설을 직접 확인할 수 있는 기회를 제공하고 있다. 지난 2013년 8월 이러한 노력의 결실로 대우조선해양은 태국해군의 함정 현대화 프로젝트 1번함인 호위함의 수주계약을 맺게 되었으며 금액도 4억 7000만 달러(5200억여 원)에 달한다.²²⁾ 특히 이 번 계약은 우리나라의 국방부를 비롯한 관련기관 및 주 태국 대사관의 협력과 현지의 한류열풍 등이 융합된 민관 합작으로 이뤄낸 성과임에 틀림이 없다고 본다.

인도네시아는 2012년 기준으로 우리나라의 제 8위 수출국이자 9위 수입국이며 우리 정부에서 전략적 시장으로 분류한 중요시장의 하나이다. 연간 300억 달러의 교역규모를 가진 나라, 우리나라가 네 번째 투자국인 나라, 가스·석탄 등 주요자원을 수입해 오는 나라인 인도네시아에서는 지난 한 해 우리나라에서 투자한 일관제철소가 준공되었으며, 타이어 공장도 신설되어 가동되고 있고 최초로 한국계 쇼핑센터도 개관되었다. 또한 한류 열풍은 인도네시아인들이 한국문화와 한국음식은 물론 한국산 물품에도 호의를 높게 하는 원동력이기도 하다.²³⁾

한국항공우주산업(KAI)은 인도네시아에 2011년 5월 T-50i 16대를 4억 달러에, KT-1 17대를 1억 달러에 수출하는 계약을 체결하였고, 대우조선해양은 인도네시아 해군과 같은 해 11월에 1400t급 잠수함 3척을 건조하는 최종 계약을 맺었다. 잠수함의 최종 계약금액은 1조3000억원(약 11억 달러)이며 당시 국내 방위산업 수출 단일계약으로는 사상 최대 금액이라고 할 수 있다. 이 계약을 통해 대한민국이 독일, 프랑스, 러시아 등 기존 선

20) 한국문화원이 지난 2012년 10월 태국 현지 여론조사 전문기관(ABAC Poll)을 통해 주요 5개 도시 일반인 2,600여 명을 대상으로 조사한 결과 임.

21) 2013. 7. 3 에 서울에서 개최

22) <http://www.mk.co.kr/>, 2013. 8. 8.

23) 주간무역, 2014. 1. 24. "인니 경제, 상반기 혼조세...하반기 '맑음'"

진국들과 어깨를 나란히 하는 잠수함 기술 강국임을 입증하였으며, 동남아 지역 잠수함 시장에 중요한 거점을 마련한 것으로 앞으로 추가적인 잠수함 발주도 기대되는 상황이라고 볼 수 있다.

필리핀도 한류 열풍으로 인해 현재 많은 사람들의 행동, 식습관, 패션 등에 영향을 끼치고 있으며, K-POP은 텔레비전, 라디오, 인터넷 등을 통해 쉽게 접할 수 있고, 이를 통해 필리핀사람들은 한국문화에 대한 깊은 유대감을 가지고 있다. 국민 대다수가 저소득층임을 고려, 방송 콘텐츠를 통한 한류의 지속 확대를 도모하면서 구매력이 충분한 부유층과 중산층을 대상으로 한류콘텐츠와 한류 관련 상품과 서비스 등의 시장구축과 확대에 노력이 진행되고 있다.²⁴⁾ 필리핀은 매년 1000만 명에 달하는 필리핀 해외 노동자로부터 약 200억 달러에 가까운 송금 등으로 나름대로 안정적인 성장을 구가하며, 꾸준한 인구 증가로 1억 명에 가까운 소비자를 보유한 매력적인 구매력을 갖춘 잠재시장임에 틀림없다.

한국전쟁 참전국이기도 한 필리핀은 남북한 동시수교국²⁵⁾이기는 하지만 우리의 전통적인 우방으로서, 2009년 대한민국과 필리핀의 교역액은 80.2억 달러(대필리핀 수출 45.7억 달러, 수입 26.5억 달러) 규모, 교민 및 체류자는 약 10만 명, 인적 교류 60만 명 이상으로 추산되는 등 우리와의 이해관계가 밀접하고 돈독한 국가이다. 지난 2013년 10월 17일 박대통령과 필리핀 아키노 대통령 간 정상회담에서 한국이 대외경제협력기금(EDCF) 8000만 달러를 들여 필리핀에 홍수통제시스템 건설을 지원하는 등 양국 간 개발 협력을 확대하기로 합의했으며, 한국이 필리핀에 FA-50 경공격기와 해상 호위함을 포함해 총 11억 달러 규모 국산 방위산업 생산품 수출 추진을 합의하는 등 본격적인 국방 협력에 나서기로 했다.

4.2 중남미 지역의 한류열풍과 방산수출

동남아시아와 중국에서부터 일기 시작한 한류 열풍이 2002년 한일 월드컵을 계기로 아시아를 넘어 멕시코, 칠레, 페루, 파나마, 에콰도르, 브라질 등 지구 반대편 중남미 국가에까지 전파된 지 8여년 만에 남미 스페인어권 유일의 G20 서울정상회의 참가국이자 라틴 아메리카 문화거점 국가인 아르헨티나에서 ‘중남미 10개국 참가 K-POP 경연대회’가 개최됨으로써, 한국과 상호보완적 관계를 가진 중남미권 국가에 우리의 앞선 녹색기술을 수출하고 식량 및 에너지 자원을 확보하는데 도움을 줄 수 있는 친한 분위기를 조성하는데 크게 기여한 것으로 판단된다.²⁶⁾

특히, 아르헨티나는 여타 중남미권 국가와는 달리 지금까지 공중파를 통한 한국 드라마 방영이 단 한 번도 이루어진 적이 없고, 또 국민의 97%가 백인으로 구성된 관계로 강한 유럽 지향의 국민정서를 나타내고 있어 많은 전문가들이 아르헨티나를 한국 대중문화가 착근하기 어려운 한류 사각지대로 분류하고 있지만, 2009년 이후 슈퍼주니어, 동방신기, 소녀시대, 원더걸스 등 한류 스타를 좋아하는 아르헨티나 현지인들이 중남미한국문

24) <http://www.globalwindow.org/>, "필리핀, 현지 전문가가 말하는 한류 현주소", 2012. 11. 3.

25) 한국은 1949. 3. 3, 북한은 2000. 7. 12에 수교함.

26) 제외동포신문, "중남미 한류바람 분다. 10개국 281명 참가 한국가요(K-POP) 경연대회", 2010. 9. 14.

화원에서 주관한 ‘역동적인 한국으로의 여행’ 프로그램을 계기로 한류 팬클럽 회원 규모를 더욱 확대해 지금은 1,000 여명이 넘는 회원들이 한국사랑 모임을 결성하여 활동하고 있다. 그러나 아르헨티나와의 국방협력은 아직까지 뚜렷한 진전이 없는 상태이다.

칠레에서는 K-POP에 이어 드라마까지 한류의 영향권이 점차 확대되고 있다. 칠레의 케이블 방송사인 비아엑스가 MBC 드라마인 ‘최고의 사랑’과 ‘파스타’를 지난 2013년 8월 초 방영한 데 이어 주칠레 한국대사관도 비슷한 시기에 ‘제1회 한국드라마 페스티벌’을 개최하는 등 한류 드라마가 칠레에 본격 공급되고 있다. 한국 드라마 페스티벌에서는 ‘최고의 사랑’과 ‘파스타’ 시사회와 함께 드라마 홍보물 배포, 관련 퀴즈대회 및 경품행사 개최 등 다양한 이벤트를 마련해 칠레의 한류 팬들에게 소개했다. 칠레에는 2013년부터 JYJ, 슈퍼주니어 등 아이돌 가수를 중심으로 한류 열풍이 불기 시작했으며 역시 지난해 칠레 메가방송에서 방영한 ‘꽃보다 남자’는 드라마와 주제곡 모두 큰 인기를 끌면서 한류의 범위가 K-POP에서 드라마로 확산되는 계기가 됐다. 한국 드라마는 주로 우정, 가족애, 사랑 등 모두가 공감할 수 있는 내용을 담고 있어 온 가족이 함께 즐길 수 있다는 점에서 칠레인들의 사랑을 받고 있다.²⁷⁾ 칠레에 대한 방산수출은 국산 공격형 헬기 완제기 수출을 기대하고 있는 정도에 불과하나 향후 보유가 예상되는 미국전투기들이 도입될 경우 기체부품 수주에 대한 가시성이 높아질 전망이다.

페루는 한류 열풍으로 케이팝(K-POP)에 열광하는 청소년이 많고 한국에 우호적이다. 페루 내에는 한류동아리가 60여개에 달할 정도로 한국 연예인과 드라마 인기가 높은 편이고 주기적으로 대사관에서 한류 행사를 열고 페루 학생간 교류를 넓히는 등 한류열풍을 이어가고 있다. 페루는 최근 고속성장을 바탕으로 우리나라와 교역이 확대되고 있으며, 특히 방산수출이 증가했다. 우리나라는 2012년 중남미에서 영향력이 큰 브라질과의 경쟁을 이겨내고 군용 항공기 KT-1 10대와 KA-1 10대를 최초로 수출했는데 약 1년간 직접 페루 대통령과 정부간 거래 협상을 통해 수출을 확정된 것이다.²⁸⁾ 페루 대선 직전인 2011년 5월 당시 알란 가르시아 대통령(Alan Garcia Perez)은 우리나라 군용항공기 KT-1과 KA-1을 수입하겠다고 약속했고 2012년 11월 페루 국방부가 최종 결정했다. 그 후로 국산 순찰차 도입을 확정지었으며 잠수함 수리 및 공동생산 사업도 추진 중이다. 산업연구원은 이번 2억 달러의 훈련기 페루 수출 성공은 향후 페루에 잠수함, 전투함, 진술통신망(C4I) 체계 등 최대 34억 달러 규모의 추가 방산수출로 연결될 수 있다고 밝혔다.²⁹⁾

파나마의 한류 실태는³⁰⁾ K-POP을 필두로 약 2년 전부터 불붙고 있다. 주로 주파나마 한국대사관과 한국 드라마를 통하여 한국문화가 유입되고 있다. TV방송국의 국장급 사람들이 대사관과 긴밀한 관계를 유지하고 있으며 이를 통해 한류와 관련된 많은 내용들이 전파를 타고 있다. 2012년에 한국 정부 초청으로 SERTV(파나마 국영방송 사업자)의 취재팀이 한국을 방문해 한국의 문화와 모습을 촬영했다. 이 내용이 ‘코리아 웨이브’라는 특집 다큐멘터리로 방영됐는데 현지 타이틀은 ‘올라 코리아나’다. 이를 시작으로 하

27) 주간무역, 2014. 1. 24. “인니 경제, 상반기 혼조세...하반기 ‘맑음’”

28) <http://www.mt.co.kr>, 2013. 6. 5. 검색

29) 산업연구원, "페루 방산시장 분석과 수출전략 보고서" 2012. 11.

30) <http://www.imbc.com>, "중남미 한류 3인방 한국 방문기", 2013. 7. 9. 검색

여 현재 SERTV에서는 1주일에 1번씩 ‘코리아 스페셜’이라는 다큐멘터리를 방영하고 있다. <불새>, <커피프린스>, <별은 내 가슴에> 등 한국 드라마는 그 전인 2010년부터 방영되기 시작했는데, 방송되자마자 상당히 좋은 반응이 일어나고 있다. 현재에도 꾸준히 한국 드라마의 시청률은 상승세를 보이고 있다. 이러한 한국드라마는 가족과 함께 볼 수 있는 프로그램으로 정평이 나 있다. 현재까지 방산수출은 특별한 것은 없으나 LIG넥스원이 개발해서 실전배치를 앞두고 있는 ‘조류퇴치로봇(Bird Expellant System)’을 상용화한 제품을 파나마에 수출하는 구매계약 체결이 조만간 성사될 가능성이 크다.

에콰도르의 경우는 대략 3년 전부터 한류 문화가 본격적으로 전파되기 시작했다. 계기는 한국의 드라마와 한국 애니메이션이 주축이 되었다. 에콰도르에서 방영된 한국 드라마는 많이 있으며, 대표적으로 <대장금>, <천국의 계단>, <내 이름은 김삼순>, <궁> 등이 있다. 이후 에콰도르의 대표적 방송사인 ECTV를 포함한 2 군데의 방송 채널에서 한국 드라마를 본격적으로 방영하기 시작했다. 브라질의 경우는 K-POP에 대한 청소년들의 반응이 좋은 편이다. 극장에서 K-POP 공연실황 프로그램의 DVD를 상영하는데 150명에서 300명까지 입장하고 있다. 지금까지 5편을 상영했는데 프로그램이 더 공급된다면 계속 행사를 진행할 생각이다. 그러나 아직 브라질의 지상파 방송 채널에서 한국 드라마가 나간 적은 없다. 그 외 한국음식, 한국어 등에 대한 관심도 계속 늘어나고 있다.

이를 종합적으로 분석해 볼 때 중남미는 아직 미국이나 유럽의 최첨단 무기를 구입하기에는 그 구매력이 따라가지 못하기 때문에 가격경쟁력도 있고 가격 대비 기술도 훌륭한 한국 제품이 각광을 받을 수 있는 시장이다. 문제는 이러한 중남미 방산시장을 개척하기 위해서는 기업체 혼자만의 힘으로는 불가능하다는 점이다. 소형 장비, 소규모 거래는 기업만의 힘으로 가능하겠으나 대규모의 국방개혁 작업이나 첨단장비 거래에는 반드시 정부와 기업이 함께 노력해야 된다는 것을 다른 나라의 사례들이 보여준다. 이제까지는 중남미 시장, 특히 방산시장은 우리나라에게 지리적으로, 심리적으로 너무 멀고 아득한 곳으로만 비쳤지만 앞으로 이 시장을 열기 위한 공격적이고 지혜로운 자세가 기대된다. 그것이 바로 우리의 수출도 확대하고 경제도 살리는, 알려져 있지 않은 지름길 중의 하나이다.³¹⁾ 한류에 편승한 방산패키지 수출이 절실히 요구되는 이유이다.

4.3 아프리카 지역의 한류열풍과 방산수출

‘절망의 대륙’으로 불리던 아프리카가 연평균 6%대 경제성장을 바탕으로 ‘희망의 대륙’으로 주목받고 있다. 2013년 3월 중국의 시진핑 주석은 취임 후 첫 순방지로 러시아를 들른 직후 아프리카로 날아갔다. 탄자니아, 남아프리카공화국, 콩고공화국 등을 차례로 찾아 “힘닿는 데까지 원조를 늘려나가겠다”고 강조했다. 이에 질세라 집권 2기 첫해 버락 오바마 미국 대통령도 지난해 4월 서둘러 아프리카를 찾았다. ‘창조경제’를 강조하는 박근혜정부에서도 새삼 경제외교가 부각되고 있으며 일자리 창출과 무역 등 경제성장의 동력으로 경제외교가 일익을 담당해야 한다는 목소리가 나오고 있고 이에 아프리카가 주목을 받고 있다.³²⁾

아프리카는 2000년대 들어 내전이 감소하고 민주화의 길로 들어서면서 정치적으로 안

31) <http://www.econovill.com/archives>, "황금어장, 중남미 방산시장", 2009. 4. 14.

정되고 있다. 정치적 안정을 기반으로 현재 각국 정부는 경제 개발에 적극적인 의지를 보이고 있다. 10년 전에는 아프리카를 두고 ‘호플리스(Hopeless)’라고 했다. 하지만 지금은 ‘라이징(Rising) 아프리카’라고 말한다. 2001년부터 2010년까지 전 세계에서 높은 성장세를 구가하고 있는 10개국 중 8개국이 나이지리아, 에티오피아, 모잠비크 등 아프리카 국가다. 아프리카 전체 인구가 10억 명인데 2050년이면 20억 명으로 증가할 것으로 전망된다. 최근 아프리카에선 중산층이 많이 늘어 구매력이 증가하고 있으므로 한국 기업들이 활동할 수 있는 여건이 좋아지고 있다.

아프리카 진출 후발주자인 한국의 접근법은 제일 가난한 나라에서 세계 10위권 내 국가로 성장했다는 롤 모델을 제시할 필요가 있다. 또 고용·일자리 창출을 통해 상호 호혜적인 관계를 부각시켜야 한다. 아프리카에선 국제적인 오일 메이저인 서방국들이 자원개발의 이익을 모두 가져간다는 반감을 갖고 있다. 우리는 그 점을 반면교사로 삼아 경제 외교는 상호 호혜적인 관점, 즉 맞춤형으로 접근해야 한다. 그런 관점에서 한국의 대우건설, 현대중공업 등은 대부분의 인력을 현지에서 고용하고 또 직업훈련원을 만들어 교육을 하고 있는 등 한국은 상대적으로 기술이전에 적극적이어서 상호 호혜적인 현지화 전략을 잘 구사하고 있는 것으로 보인다.

아프리카에선 통신·도로·전력·상수도 등 기본적인 인프라 수요가 많다. 아프리카에서 성공하는 열쇠는 ‘솔루션’을 갖다 줘야 한다는 것이다. 발전소 하나만 지어주는 것이 아니라 엔지니어링, 금융, 운영노하우 등을 패키지로 제공해야 한다. 지금까지 우리 기업들은 오일 메이저가 발주하는 플랜트사업에 설계·구매·시공(EPC : Engineering, Procurement, Construction) 업체로 참여하는 정도였는데, 앞으로는 패키지로 참여하는 방안을 검토해야 한다. 중국은 자금과 엔지니어링, 자원개발을 연계한 패키지 형태로 접근하고 있다. 저금리로 개발자금을 지원하는 대신 자원개발권을 따내는 방식이다. 우리 기업은 가장 어려워하는 게 파이낸싱(재원조달)이다. 수출입은행, 무역보험공사 등을 통해 지원하고 있지만 아직은 어려움이 많다. 방산수출도 패키지로 접근해야 됨을 시사하는 대목이다.

상대적으로 후발주자인 우리나라가 유리한 부분은 아프리카에 성공적으로 진출하기 위한 로드맵을 가지고 체계적으로 접근할 수 있다는 것이다. 어느 한 부처가 아닌 민간 기업, 업종별 단체, 경제단체 등이 같이 참여하는 종합적인 로드맵을 말한다. 아프리카 전문가들을 모아 네트워크를 구성하고 전략을 만들기 위해 연구소를 만들고, 실제 협력을 강화하는 세부 실행방안을 만들고, 기업의 진출을 지원하는 센터를 만들어서 추진할 필요가 있다. 당장의 기회를 놓치지 않기 위해서는 즉각 업무를 추진할 수 있는 집행기관을 만들어야 한다는 말이다. 또한 장기적인 안목을 가지고 인턴십, 워킹홀리데이³³⁾ 등 청년 인적교류를 활발히 해서 이들이 10년 후 아프리카에서 중심세력으로 활동할 수 있도록 양성하는 것도 필요하다.

아프리카에는 비전이 많다. 나이지리아엔 ‘비전 2020’이 있다. 2020년까지 경제규모가 세계에서 20번째로 큰 국가가 되자는 것이다. 나이지리아 정부가 가장 역점을 두고 있는 건 석유화학·플랜트사업이다. 케냐에선 현재 ‘비전2030’이란 계획을 갖고 있다. 2030년까지 제조업을 기반으로 중 소득 국가로 성장하겠다는 것이다. 한국은 제조업이 강한 나라

32) 파이낸셜뉴스, 2013. 5. 28, "창조경제 시대, 왜 아프리카인가, 주요국 대사 4인에게 듣는다."

33) 워킹홀리데이는 체결국(지역) 청년(만 18~30세)들에게 해당국가(지역)에서 최장 1년 동안 체류하면서 관광, 취업, 어학연수 등을 병행하며 현지의 언어와 문화를 접할 수 있게 허가하는 비자

이기 때문에 윈윈(win-win)할 수 있는 부분을 찾을 수 있다. 현재 남아공 정부는 가능한 올해 안에 원전사업계획을 확정할 방침이다. 당초 2009년 계획에 따르면 2030년까지 원전을 통해 9600MW(1600MW·6기)의 전력을 확보한다는 것이다. 현재 정부는 원전 프로젝트가 가시화될 경우에 대비, 현지에서 원전포럼을 개최하는 등 사전정지사업을 펼치고 있다. 민간 제조업만이 아닌 방산 제조업과 같이 진출하는 것이 바람직함을 시사한다. 아프리카 진출 로드맵 작성 시 이들의 비전에 국방안보 사항까지 망라하도록 하는데 우리가 도움을 주고 방산패키지를 수출해야 된다고 본다.

지구촌의 한류 팬이 900여만 명에 달하고 동호회 수는 1천여 개에 달해 한류 열풍이 확산되고 있음이 확인됐다고 알려졌다. 몇 년 전 까지만 해도 한류 무풍지대였던 아프리카 지역의 한류 확산이 두드러지고 있다. 이 대륙의 한류 팬 수는 2012년 2만여 명에서 지난해 6만여 명으로 급증했고, 한류 동호회 수도 36개에서 76개로 2배 넘게 증가했다.³⁴⁾ 아프리카 한류의 진원지인 짐바브웨에서는 2007년에 방영한 드라마 ‘대장금’의 인기로 힘입어 ‘대장금 에세이 공모전’을 진행하였는데 전 국민(1300만 명)의 1/3에 달하는 480만 명이 응모한 것으로 알려졌다. 짐바브웨 주재 한국대사관과 공동으로 진행한 이 대회에 입상자에게는 상금과 함께 주연배우 이영애의 사인이 담긴 사진을 전달할 예정이었기 때문이었다. 이영애 붐이 분 짐바브웨 외에도 가나, 나이지리아, 케냐, 잠비아, 탄자니아, 말라위, 에티오피아, 알제리, 이집트 등이 ‘대장금’과 이영애에 열광하고 있다.³⁵⁾ 이들의 한류 열기가 어느 정도 인지 가늠해 볼 수 있는 척도가 아닐 수 없다. 아프리카의 가능성을 시사하는 현상이라고 하지 않을 수 없는 것이다. 이러한 한류열풍에 방산패키지 수출을 편승시켜서 상호 윈윈할 수 있는 지혜로운 접근이 필요한 현상들이었다.

5. 방산한류의 개념과 구성요소

5.1 방산한류의 발생과 개념

지금 세계에는 한류 열풍이 거세게 불고 있고, 동남아나 중남미, 아프리카 등 개발도상국들은 한국을 자국 발전의 모델로 삼고 싶어 하고 있으며, 이를 국방·안보 분야까지 확대하고자 원하고 있다. 왜냐하면 대한민국의 군사력과 군대는 이미 세계적인 수준의 강군으로 평가받고 있으므로 이러한 한국의 국방과 안보시스템을 배워서 자기 나라에 접목시키고자 하는 열망이 크기 때문이다.³⁶⁾ 그러나 경제와 문화측면에서는 이러한 바람을 활용하고 있지만, 국방이나 안보측면에서는 한국을 배우고 싶어 하는 이들의 열망이 있음에도 불구하고, 이를 우리가 ‘한류’와 융합시키지 못하고 있기 때문에 아직은 ‘방산한류’ 바람을 일으키지 못하고 있는 것이다. 필자는 ‘방산창조경제’가 절실히 필요한 이유가 바로 여기에 있다고 생각하며 방산한류에 대한 개념을 정리해서 보다 체계적으로 방산한류의 열풍을 일으켜 보고자 하는 것이다.

34) 한국국제교류재단, 2014. 1. "지구촌 한류현황 2013"

35) 스포츠동아, 2008. 12. 30. "이영애...아프리카 한류바람 '후끈'"

36) 심경옥 외, "왜 아프리카인가?", 한국국방연구원, 2013. 10. p.259-270에서 발췌

‘한류’는 우리민족의 문화, 예술 그리고 기상 등이 망라된 가장 한국적인 혼과 정신을 그 바탕에 깔고 있다고 본다. 그러한 바탕이 튼튼하지 않게 되면 ‘한류’는 잠시 지나가는 유행에 불과하고 이내 사라질 것이다. 그러나 지금의 한류는 한국적인 혼과 정신을 바탕으로 그 중심에 한민족이 자리 잡고 있기에 그 흐름이 계속되리라고 본다. 방산한류도 이러한 한국적인 혼과 정신을 바탕으로 지속가능한 흐름이 되어야 한다. 따라서 ‘방산한류’를 어떻게 어떤 내용으로 일으킬 것인지에 대해 깊은 연구와 고민이 필요한 것이다. 단순히 무기나 장비만을 팔아서 이익을 보겠다는 장사치 같은 발상으로는 경제적 동물³⁷⁾이라는 인식만 심어주고 우리의 혼과 정신이 바탕이 되지 않기 때문에 지속가능한 우방관계로 발전시킬 수도 없을 것이다.

따라서 우리는 우리를 필요로 하는 국가에게 우리군의 선진화 경험과 노하우를 전수해 주고, 종합적인 국방 안보 컨설팅을 해주면서 아울러 방산물자 즉, 하드웨어와 소프트웨어를 융합한 방산패키지를 수출할 수 있는 기회를 찾아야 한다. 하드웨어는 국내 방산업체가 생산하는 방산물자 즉 무기나 장비가 되겠으며, 소프트웨어는 ICT 관련 부문뿐만 아니라 예비역의 우수한 자원들이 갖고 있는 재능까지를 망라하는 것으로 이들을 결합한 방산패키지를 제공하면서 새로운 시장도 구축하고 그들에게 도움도 줄 수 있게 하자는 것이다. 즉 ‘방산물자를 중심으로 한 방산패키지를 우리의 혼과 정신이 실린 한류열풍에 편승하여 제공하는 것’을 ‘방산한류’라고 정의할 수 있겠다. 또한 지금이 이러한 ‘방산한류’ 바람을 일으킬 수 있는 절호의 기회라고 판단한다. 다시 말하면 열풍이 불고 있는 ‘한류’를 발판으로 삼아 ‘방산한류’ 바람을 일으키고 이를 바탕으로 ‘방산창조경제’가 가능할 수 있는 좋은 기회가 찾아 온 것이다. 필자는 이러한 기회를 월남파병과 맞먹는 국운도약의 기회가 될 것이라고 확신한다.³⁸⁾

5.2 방산한류의 범주와 구성요소

‘방산한류’의 포함사항 중에 핵심요소는 당연히 방산물자다. 방산물자는 크게 무기체계와 전력지원체제로 구분할 수 있는데 수출가능한 모든 방산물자를 전부 망라한다고 할 수 있다. 이러한 핵심요소를 중심으로 추가적인 부가가치를 제공할 수 있는 제반요소들이 있다. 예를 들면 항공기를 수출하고자 할 때 항공기 자체는 핵심요소이며 조종사 훈련, 정비 및 운영/유지 요소 등은 패키지요소라고 할 수 있다. 여기에 이들 개발도상국의 차세대 지휘관 양성을 지원하고 군 및 민간요원들에게 군사력 건설과 운용, 방산기반 구축, 교육훈련 등의 프로그램을 유·무상으로 제공하는 부가적인 요소까지 포함한다면 이것이 기본적인 ‘방산패키지’인 것이다. 이러한 모든 요소를 포함한 방산패키지를 수출하면서 우리의 문화와 예술 등을 망라한 혼과 정신을 접목시켜서 제공한다면 이것이야말로 명실공히 광의의 ‘방산한류’라고 정의할 수 있을 것이다. 이러한 구성요소들을 도식하여 표현하면 <그림 2>와 같다.

37) 일본인들을 일컬어 경제적 동물이라고 칭했다. 즉 무슨 일만 있으면 그것을 상업적으로 이용하기 때문이다.

38) 군사저널, 2014. 1. "새해에는 방산한류 열풍 일으키는데 최선 다할 것!"에서 요약 인용



<그림 2> 방산한류의 구성요소

단순한 방산물자만을 수출하는 것과 방산한류 개념을 가미하여 방산패키지를 수출하는 것은 부가가치 측면과 그 생명력 측면에서 커다란 차이가 있을 뿐만 아니라 국가안보 차원에서도 그 차이가 매우 크다. 여기서 말하는 부가가치란 돈으로 환산할 수 없는 무형적 가치까지를 포함하는 것으로 그 효과는 매우 크다고 할 수 있다. 왜냐하면 방산한류를 통해 국제사회에서 우리가 어려움에 처해 있을 때 우리를 도와줄 수 있는 우방국들을 평상시에 많이 만들 수 있기 때문이다. 한국전쟁 시에는 우리와 별 깊은 관련이 없는 많은 나라들 일지라도 우리에게 도움을 주기도 했지만, 만일 우리가 방산한류를 통해 평상시 안보적 도움을 주면서 밀접한 우방관계를 맺어 놓는다면 유사시에 큰 도움이 될 뿐만 아니라 평상시의 우리의 국제적 위상 견지에도 도움이 되고 제 목소리를 낼 수 있는 원동력이 될 수도 있을 것이다.

5.3 핵심 방산물자

방산한류 조성을 위한 방산패키지의 핵심 구성요소는 방산물자 즉, 무기체계와 전력지원체계이다. 무기체계는 무기와 이에 관련되는 인적 요소와 물적 요소를 종합한 체계이고, 전력지원체계는 전투수행의 주체인 장병과 무기체계의 지속적인 전투력 발휘를 지원하는(무기체계 이외의) 장비(부품)·물자·일반시설·자원관리 및 기반체계 소프트웨어 등 제반 요소를 통칭한다.³⁹⁾

5.4 방산패키지

핵심요소에 기본적으로 포함되는 패키지 요소들은 교육/훈련, 운영유지에 필요한 정비요소 등이다. 여기에 추가하여 대상 국가별 특성과 요구사항에 맞게 패키지를 구성해야 한다. 이를 위해서는 방산시장의 매력도, 국방과학 기술 수준 및 대상별 방산시장의

39) 국방부 홈페이지 www.mnd.go.kr

특성⁴⁰⁾을 고려할 필요가 있으며 이를 바탕으로 패키지를 구성하는 것이 수출의 부가가치를 증대시키면서 아울러 수출의 성공가능성도 커질 수 있게 할 것이다. 예를 들면 아프리카 국가들의 경우 한국군으로부터 원하는 것은 비단 핵심요소인 방산물자만이 아니고, 무기와 장비를 구매할 테니 우리 군의 교리로부터 훈련기법은 물론, 실전부대가 갖추고 있는 지휘통제체계와 지원 장비 까지도 패키지로 전수해 달라고 요구하고 있다.⁴¹⁾ 이러한 요구들은 상황에 따라 다양하게 발생될 수 있으며, 이것은 우리에게 대응하기 불편한 것이 아니라 오히려 창의적 기회를 제공하는 측면이 더 많기 때문에 부가가치가 높은 이러한 요구들을 효과적으로 망라하는 패키지를 제공할 수 있어야 한다.

지난해 12월 이라크에 국산 경공격기인 FA-50(이라크 수출명 T-50IQ로 표기) 24대를 수출하게 된 것은 단순한 항공기 수출이 아니라 T-50 고등훈련기를 기반으로 개발한 FA-50을 기체와 조종사 훈련, 후속 군수지원까지 포함하여 운용체계 일체를 수출하게 되는 것으로 그야말로 단순한 핵심무기체계 뿐만 아니라 방산패키지를 수출하게 되는 대표적인 사례라고 할 수 있다. 이런 사례를 잘 벤치마킹해서 이후부터는 부가가치가 훨씬 큰 방산패키지를 수출할 수 있도록 하여야 할 것이다. 물론 방위산업과는 이질적인 것으로 느껴질 수도 있는 문화 예술 등을 망라해 부는 한류열풍을 방산에 융합시켜서 방산한류로 승화시킬 수 있도록 하는 수준까지 추진한다면 더욱 효과가 클 것이다.

5.5 방산패키지와 한류의 접목

방산패키지를 수출함에 있어 기존에 조성되어 있는 한류 인프라를 최대한 활용하자는 것이 이 논문의 요지이다. 우리나라 드라마나 K-POP에 열광하면서 우리의 제품과 서비스를 좋아하는 현상에 방산수출을 편승(piggy-back)⁴²⁾ 시키자는 것이다. 예를 들어 만일 국산무기나 장비 특히 장비들이 일상적으로 사용하는 물품 등을 드라마 제작 시나 컴퓨터 게임 프로그램 시 노출시킨다면 이들은 자연스럽게 국산방산제품에 익숙해지면서 점점 우리의 제품을 선호하게 될 것이다. 즉 의도적인 간접광고도⁴³⁾ 가능하다고 본다.

만일 민간 방송을 통한 드라마 제작이 여의치 않을 경우에는 국방홍보원에서 작품을 제작하는 방법도 고려해 볼 수 있다. 군 복무중인 한류스타인 연예 병사들까지 활용하여 작품을 제작한다면 더욱 효과가 있을 것이다. 해병대에 자원입대한 현빈 같은 경우에는 연예병사 생활을 하지 않고 일반병사들과 똑같은 훈련과정을 이수해서 더욱 늠름하고 인기도 좋았었고 이로 인해 자연스럽게 대한민국 해병대를 세계적으로 홍보하였으며 본인

40) 조남훈, 신승기 외, “방산수출 활성화를 위한 시장조사분석 및 수출전략 수립”, 국방연구원, 2007.

41) 심경옥 외, 전게서, p. 239

42) 화물을 적재한 트럭이나 트레일러를 그대로 전용 평상차에 싣고 수송하는 방식을 의미하는 물류용어임. 따라서 이미 일고 있는 한류열풍이라는 인프라에 방산패키지를 실어서 수출하자는 것으로 마케팅이나 광고에 들어가는 인프라적인 비용을 절감하면서 시장을 확대해 보자는 의미임.

43) 영화나 드라마 등에서 특정 제품을 노출시켜 광고 효과를 노리는 광고를 의미함. 원래는 영화나 드라마를 제작할 때 소품 담당자가 영화에 사용할 소품들을 배치하는 업무를 뜻하는 말이었으나, 최근 광고 효과가 두드러지게 나타남에 따라 광고를 노리고 영화에 제품을 노출한다는 의미로 쓰고 있다. 영화의 소품을 특정 회사의 제품으로 대체함으로써 회사 측에서는 브랜드의 이미지를 높일 수 있고, 영화사 측에서는 영화 제작에 들어가는 협찬금이나 협찬 상품을 제공받을 수 있는 장점이 있다.

도 제대 후 몸값이 급상승하는 등 현빈 신드롬을 일으키고 있다. 현빈이 해병대에 근무하는 동안 그의 군 복무내용을 작품으로 만들어서 활용했다라면 자연스럽게 해병대가 보유한 국산 무기나 장비, 심지어는 얼룩무늬 군복과 철모까지도 열광하는 한류 팬들에게 간접광고를 할 수 있었을 것이다. 한류스타를 활용한 방산한류 열풍조성이 그렇게 먼 곳에 있는 것이 아니다.

또한 우리 군이 어려운 여건에서도 짧은 기간 내에 이룩했던 선진화 경험과 노하우, 그리고 필요시 탈정치화과정 등을 배우고자 하는 국가들에게 전수하여 준다면 그들은 진심으로 우리의 친구가 되고 나아가 우리가 장비하고 있는 방산물자에 호감을 가지게 되고 원할 경우 공유할 수 있게 되어 우리 방산시장의 지면이 더욱 확대될 수도 있을 것이다. 이렇게 되면 우리의 방산제품에 대한 수요도 증가되어 규모의 경제를 달성할 수 있게 되고 나아가 보다 양질의 제품을 경제적으로 생산할 수 있게 되기 때문에 방위산업의 국제경쟁력이 향상되는 선순환을 일으킬 수 있을 것이다.

참고로 모잠비크의 구매 사절단 환영만찬⁴⁴⁾에 참가할 기회가 있었는데 우연히 ‘싸이’의 ‘강남스타일’ 얘기가 나왔고 그들은 강남스타일이 자기네 나라에서 아주 유행하고 있으며 그래서 더욱 한국에 호감이 간다는 것을 자랑할 정도였다. 그러면서 지금은 남한, 북한과 동시수교를 하고 있지만 북한과는 조만간 단교할 수 있도록 귀국해서 정부에 건의하겠다는 말도 서슴지 않았다. 한편 해안 경비용 소형 함정이 필요한데 운용요원인 해군을 교육시키고 훈련시키는 것까지 포함하여 제공해 줄 수 있는지를 타진하기도 하였다. 이런 사례만 보더라도 한류에 편승하여 방산패키지를 제공하는 것이 바람직한 방안이라고 생각된다. 또한 지하자원이 아주 풍부하기 때문에 자원개발로 대금정산을 대치하는 것이 바람직하다는 것을 내비치기도 하였다.

또 다른 사례는 태국에 프리킥합⁴⁵⁾ 1척을 수출한 대우조선해양의 경우이다. 국방부, 해군, 방위사업청과 방산물자교역센터, 국방기술품질원, 국방정보본부 등이 본 계약 성사를 위해 적극 협조했기에 계약이 가능했겠지만 현지 판촉행사시 한국의 아이돌 스타들을 대동해서 공연도 하고 사진촬영, 사인회 등을 병행한 것도 크게 도움이 되었다는 후일담을 들었다. 방산수출을 함에 있어 방산한류까지 승화시킨 기초적인 사례라고 볼 수 있으며 앞으로 이러한 사례를 벤치마킹해서 다른 방산패키지 수출 시에도 활용할 수 있도록 할 필요가 있다고 본다.

또한 자원은 풍부하지만 현금결제 능력이 부족한 국가들에 대해서는 그들이 에너지나 광물 등 자원으로 상환할 수 있도록 조치를 할 필요가 있다. 이러한 경우에 우리는 방산패키지를 팔고 자원패키지로 대신 가져올 수 있기 때문에 어차피 자원을 수입해야 되는 우리에게서는 한층 더 좋은 조건이라고 할 수 있다. 그러나 이러한 거래는 정부의 어느 한 부처에서 단독으로 수행할 수도 없고 방산업체가 직접 수행할 수도 없는 복합적 업무이기 때문에 전반적인 거래를 총괄하여 컨트롤할 수 있는 별도의 컨트롤타워가 필요하게 된다.

44) 2014년 1월 16일 국방회관에서 양측 대표단 만찬이 있었음.

45) 호위함은 對艦수함, 對공 및 對함 공격과 방어가 가능한 수상 전투함의 일종으로, 이번에 수출한 함정은 길이 약 122.5m, 폭 약 14.4m, 만재배수량 약 3,650 톤 규모다.

6. 방산한류의 추진동력과 발전방안

6.1 방산한류의 추진동력

‘방산한류’를 본격적으로 추진하기 위해서는 적합한 조직이 뒷받침되어야 한다. 임무의 성격이나 통합성을 고려할 때 하나의 정부부처에서 직접 수행하기는 곤란하므로 별도의 민간기관을 설립하여 운영하는 것이 바람직하다고 본다. 한 가지 가능한 방안으로는 ‘한국국제협력단(KOICA)’과⁴⁶⁾ 같은 조직을 운용하는 것이다. 가칭 ‘코디카(KODICA)’를 신설하는 것인데 이 기구는 ‘KOICA’에 ‘D’ 즉 국방(Defense) 또는 방산(Defense Industry)을 포함하여 ‘한국국제국방협력단(KODICA)’을⁴⁷⁾ 창설하여 운용하자는 것이다. 우리 군과 정부가 세계로 그 중에서도 특히 동남아시아와 아프리카 지역으로 눈을 돌려 지역 내 국방 협력의 전략적 성과를 극대화 하자는 취지이며 이러한 성과를 달성하는 수단으로 ‘방산한류’를 활용하자는 것이다.

이를 통해 지역 내 개도국들의 안보와 방산분야에서 우리의 영향력을 확대하고 시장을 개척하며 반대급부로 우리에게 필요한 자원을 확보하는 등 국익을 증대시키면서 궁극적으로 우리의 안보에도 기여하도록 할 수 있다고 본다. 또한 우리 군의 잉여·불용 물자와 무기·장비를 전략적으로 이들 개도국에 판매·전수하고, 전문성이 있는 예비역들을 참여시켜 이들을 ‘방산한류’ 열풍의 침병으로 적극 활용하자는 것이다. 특히 전역 장병들의 취업이 군 복무의 큰 걸림돌이 되고 있는 현실을 고려할 때 두 마리 토끼를 한 번에 잡을 수 있는 획기적인 방안이 될 수도 있다고 본다.⁴⁸⁾

6.2 방산한류의 발전방안

동북아 지역의 안보상황, 즉 중국의 팽창정책과 헤게모니 장악 의도, 일본의 재무장과 우경화 추세 등을 고려할 때 한·중·일 삼국의 직접적인 협력을 통한 지역 내 안정도 중요하지만 지역 내 개도국들과의 ‘방산한류’를 통한 주도적 안보기반을 구축함으로써 우리의 국가위상을 높이고 안보역량을 강화해야 한다고 본다. 방산한류의 주축인 방위산업은 ‘방산창조경제’를 통해 ‘창조경제’의 커다란 한 축이 되어 신성장 동력으로써 국가경제뿐만 아니라 국가안보에도 크게 기여할 수 있게 될 것이다.⁴⁹⁾ 이러한 차원에서 방산한류를 어떻게 조성하고 활용할 것인지에 대한 발전방안 다섯 가지를 제언하고자 한다.

46) 영문 머리글자를 따서 코이카(Korea International Cooperation Agency: KOICA)라고도 한다. 정부 차원의 대외무상협력사업을 전담 실시하는 기관으로, ‘함께 잘 사는 인류사회 건설’이라는 모토 아래 1991년 4월 설립되었다. 한국과 개발도상국의 우호협력관계 및 상호교류를 증진하고 이들 국가들의 경제사회 발전을 지원함으로써 국제협력을 증진하는 것을 목적으로 하고 있다.

47) 심경옥(2013.9.27.), ‘한국방위산업학회 창설기념행사 특강에서 요약 인용’
헤럴드경제, 2013. 11. 1. “방산한류 통한 안보와 방위산업 업그레이드”

48) 채우석, “창조경제 방위산업이 신성장 동력이다”, 『월간 자유』, 2013.9.(통권 481호) p.69

49) 국방일보, 2013. 12. 30. “창조 없인 미래 없다… 민·관·군 손잡고 신시장 열자”

첫째, 군은 방산창조경제의 산출물을 적극적으로 전력화하여 방산수출에 협력해야 한다. 창조경제가 추구하는 목표는 ICT기술 등을 융합하여 새로운 산업을 일으키고 양질의 일자리를 창출하자는 것이다. 그 결실은 우수한 창조형 제품을 지속적으로 생산해야 달성할 수 있는데 예를 들어 군에 필요한 첨단물자를 생산하게 되면 우리 군은 이러한 신제품을 적극적으로 군에 도입하여 활용함으로써 지속적인 물량을 어느 정도 보장해 주어야 할 것이다. 군이 지금처럼 신제품의 군적용에 미온적인 자세를 보인다면 방산창조경제는 결코 그 목표를 달성할 수 없을 것이다. 따라서 우리 군에서는 업체가 신제품들을 개발하여 군적용을 요구하게 되면 우선적으로 우리 군에 접목할 수 있도록 전향적으로 제도를 혁신해야 할 것이다. 군이 신제품에 대한 소요제기를 선제적으로 함으로써 기업들에게 동기를 부여하여야 한다. 마치 군이 신제품의 테스트베드⁵⁰⁾라도 되는 것처럼 신제품 시험평가를 적극적으로 추진하는 절차를 포함하는 방산창조경제형 획득절차⁵¹⁾를 구축하여야 한다. 특히 수출을 하고자 할 경우 상대국에서 우리 군에 사용여부를 우선적으로 고려하여 도입여부를 판단하기 때문에 더욱 이러한 절차가 필요하다.

나아가 이를 바탕으로 개발제품들의 수출을 확대하는 것은 물론 방산물자에 우리 군의 소프트파워까지 접목해 ‘방산패키지’를 제공함으로써 우리의 방위산업이 세계적으로 방산한류 열풍으로 이어질 수 있도록 하자는 것이다. 이를 위해 우리 군이 보다 선제적인 역할을 할 필요가 있다. 예를 들어 업체가 신제품을 만들어서 군에 접목을 요구하면 즉시 시험하고 결과를 피드백 시킬 뿐만 아니라 합격 시에는 군에 조속히 채택하도록 하는 등 보다 적극적인 자세가 필요하다고 본다.

21세기 안보 화두는 에너지와 각종 자원을 포함한 ‘포괄안보’로서 자원선점 분쟁의 가능성이 한결 높다 하겠다. 그러나 우리 군은 아직도 이러한 포괄안보에 대해 그 중요성을 충분히 인식하고 대응할만한 여유가 없는 듯하다. 세계 평화와 안정에 기여하기 위해 PKO(Peace Keeping Operation)⁵²⁾ 참여 등 군사적인 측면에서는 적극참여하고 있으나 이를 자원선점이나 국가이익 차원으로 연결하는 데는 다소 적극성이 부족한 것으로 보인다. 군이 국가 자원안보 강화에 보다 적극적으로 참여하는 안보책임을 다하여야 할 것이다. 즉 방산한류까지 고려한 국방교류 및 협력은 국가정책과 생존차원에서 다루어져야 할 것이다.⁵³⁾

둘째, 정부는 기업통제는 최소화하고 지원위주의 역할을 수행해야 한다. 여러 형태의 상존하는 과도한 규제들을 철폐하고 업체들이 변화하는 국제환경에 능동적으로 대응하면서 국제 경쟁력을 갖고 생존해 나갈 수 있도록 자율성을 보장해야 한다. 그러나 정부가 지원해 줘야 할 역할도 적지 않다. 수출 정보 수집과 정치·외교적 지원, 방산패키지 수출

50) 시험무대라는 뜻으로, 원활히 작동하는지 테스트 하는 시스템.

51) 군이 소요제기시 입증된 제품뿐만 아니라 아직 존재하지는 않지만 창조적 첨단기술을 적용하여 개발 예정인 물자들도 성능형 또는 기술형 사양으로 소요 반영할 수 있도록 하고 이를 처리하는 과정을 명시한 절차를 의미

52) 한국군의 PKO 파병 역사는 유엔 가입 2년 뒤인 1993년 7월 31일 250여 명의 상륙수부대(공병)가 아프리카 소말리아에 도착하면서 시작됐다. 유엔 평화유지활동(PKO)은 국격(國格) 향상과 국익 창출에赫赫한 기여를 했다. PKO 파병은 한국이 6·25전쟁의 폐허를 딛고 경제 부흥에 성공해 ‘받는 나라’에서 ‘주는 나라’로 탈바꿈한 상징이기도 하다.

53) 심경옥 외, *op.cit.*, p.271-275

을 위한 방산한류 지원은 건실한 방산육성을 위해 정부가 해야 할 역할이다. 중소기업들에게는 이러한 지원이 더욱 중요하다. 예를 들어 아프리카 대륙에 위치한 국가들은 대체로 상대적으로 민주화 정도가 낮고 권력의 집중도는 높은 개발도상국들이다. 따라서 많은 국가들의 경우 군부가 주도권을 장악하고 그 영향력 또한 매우 크다. 그러므로 국방 교류 및 방산협력의 활성화는 한국의 아프리카 방산시장 진출은 물론, 협력 대상국과의 광범위한 양자 관계 진작을 위한 고효율의 촉발제가 될 수 있을 것으로 판단된다. 이러한 과정에서 우리나라의 압축 경제성장 경험, 군 발전경험과 노하우 그리고 탈정치화 과정 등을 전수한다면 중장기적인 파트너십을 구축하는 것과 더불어 상대국의 국가발전을 직접적으로 지원하는 성과를 기대할 수 있을 것이다.⁵⁴⁾

셋째, 방산수출을 지원하는 기존의 체제가 역할을 수행하면서 제대로 성과를 창출하는지 심층검토가 필요하다. 주요 방산선진국들은 방산물자 수출을 증진하기 위하여 범국가적인 지원체제를 운영하고 있다. 우리 정부도 코트라에 방산물자 교역지원센터를 운영하고 있으나 그 능력이 단순한 정보제공 수준정도에 불과하여 큰 도움은 되지 않고 있다. 방산수출 증진, 나아가 방산패키지 수출 증진이 보다 체계적으로 이루어지기 위해서는 이를 수행할 수 있는 전문성을 갖추는 등 좀 더 국가 전략적인 차원에서 대책을 마련할 필요가 있다고 본다. 후진국들의 경우 족벌 내지는 군벌 집권체제를 유지하는 경우가 많다. 우리 군의 고위직들은 현직에 있을 때 이들 집권층 인사들과 깊은 인간관계를 맺을 기회들이 많은데 현직을 떠나는 순간 거의 무용지물이 되거나 개인적인 차원에서 단편적으로 활용되고 있는 수준이다. 만일 이들 고위직 예비역들의 인적관계를 조직화하여 지속적으로 활용할 수 있다면 방산수출을 확대 하는데 크게 도움이 될 것으로 본다.

넷째, 수출용 방산패키지를 어떻게 구성할 것인지에 대한 대상국별 맞춤형 패키지를 잘 준비해야 한다. 앞서도 언급했지만 일부 국가에서는 짧은 시간 안에 경이적인 경제성장을 이룩한 우리나라의 경제발전 경험과 노하우를 공유하기를 원하고 나아가 우리 군의 선진화 경험을 전수받기를 원하고 있다. 단순한 무기구매 보다는 자기나라 형편에 맞는 소위 맞춤형 패키지를 요구하는 것이다. 또 다른 경우는 해당국의 미래를 끌고 나갈 젊은 간부들에게 필요한 교육/훈련 프로그램을 요청하거나, 가능하다면 우리나라에 초청하여 일정기간 교육을 시키는 등 해당국의 군 현대화까지를 직접적으로 지원해 주기를 원하기도 한다. 이렇게 되면 이들을 통해 해당국의 평화와 안정에도 기여하게 되겠지만 궁극적으로 우리의 방산물자를 수출할 수 있는 기회가 자연스럽게 커질 것이다. 이처럼 다양한 맞춤형 방산패키지를 제공하기 위해서는 매 사안별로 별도의 전문가 팀을 융통성 있게 구성하여 대응하는 것이 최선의 방법이라고 본다.

다섯째, 위에 제시한 사항들을 체계적, 효과적으로 수행할 수 있는 컨트롤타워를 신설해서 추진하는 것이 바람직하다. 방산패키지 수출이 한류열풍에 편승하여 방산한류로 선순환을 이루면서 창조경제를 선도하기 위해서는 이를 체계적, 조직적으로 추진할 수 있는 시스템이 갖추어 져야 한다. 이를 효율적으로 수행하기 위해서는 앞서 제기한 '한국국제국방협력단(KODICA)'을 창설하여 운영하는 것이 매우 바람직하다고 본다. 예비역 장성들과 영관장교, 한국국방연구원, 국방과학연구소 및 국방기술품질원 출신의 전문가 그룹, 국방행정 경력을 지닌 관료그룹, PKO활동에 참여했던 예비역들과 기업에서 퇴직한 전문가들로 조직한다면 다양한 전문성의 융합을 통한 시너지 효과가 매우 크리라고 확신

54) 심경옥 외, *op.cit.*, p.224-226

한다. 핵심 컨트롤 타워는 상설조직으로 하고 지역별 국가별 프로젝트별 업무는 T/F⁵⁵⁾ 형태를 필요시 구성할 수 있도록 느슨한 형태의 매트릭스(행렬)⁵⁶⁾ 조직형태의 전문 인력 풀을 유지하는 것도 한 가지 방법이 될 수 있을 것이다. 이미 연금을 받고 있을 경우에는 재능기부 차원에서 이들의 참여를 유도할 수 있기 때문에 그 운영경비도 절감하면서 이들의 부분 취업까지 챙기는 두 마리 토끼를 한 번에 잡을 수 있는 효과가 있을 것이다. 만일 이들 예비역들의 현역시절 해외 인적관계를 조직화하여 지속적으로 활용할 수 있다면 방산수출을 확대 하는데 크게 도움이 될 것으로 본다. 정부는 이러한 조직이 자생적으로 만들어 지고 그 역할을 잘 수행할 수 있도록 적극 장려하고 지원해야 한다.

7. 결론

본 연구에서는 한류의 유래와 개념에 대해 알아보고, 방산수출의 주요 대상지역별 실태를 분석해 보고, 방산한류의 개념과 방산한류의 구성요소들을 식별해서 그 발전방향을 제시하였다. 주로 언론에 나와 있는 내용을 많이 참고했고 필자가 주장해 온 내용들을 종합적으로 재정리 하였다. 창조경제 시대를 맞아 방산한류라는 새로운 개념을 통해 방산창조경제를 바탕으로 방위산업이 국가의 신성장 동력이 될 수 있기를 바란다.

1980년대 후반부터 개방정책이 본격화된 후, 1990년대 후반부터 가시화된 한류의 현상은 처음에는 영화, TV드라마, 대중음악, 게임 등 대중문화의 해외 유통과 소비가 위주였지만, 점차 패션, 음식 등 보다 폭넓은 한국 문화의 해외 진출로 확산되고 있는 것이 사실이다. 따라서 '한류(韓流)'란 '한국의 문화가 해외로 전파되어 인기리에 소비되고 있는 현상'이라고 말할 수 있다. 한류열풍의 영향으로 한국이라는 국가브랜드 가치가 향상됨에 따라 한국제품에 대한 인지도에 긍정적 영향을 미치고 있으며, 한국브랜드의 콘텐츠와 서비스 수출에도 기여하고, 나아가 우리의 방산물자에 대한 인식도 좋아지고 있는 것으로 판단된다.

방산수출이 활성화 된 것은 2011년도에 약 24억불을 달성하면서 부터인데 2013년 말에는 34억불 규모로 크게 늘어났다. 이는 2006년도의 2.5억불 규모에 비해 8년 만에 약 14배 증가한 것으로 방산수출의 증대 가능성을 단적으로 보여주는 것이다. 최근의 방산수출은 과거의 탄약과 부품류 위주에서 첨단 기술력에 기반을 둔 고부가가치 무기체계인 함정과 항공기로 다양화 되어 가고 있는 추세이다. 또한 수출 대상지역도 아시아를 벗어나 중동지역, 유럽과 남미국가로 까지 다변화되고 있다. 그렇지 않아도 창조경제시대를 맞아 융합산업인 방위산업이야말로 창조경제 개념을 적용하기에 딱 들어맞는 분야인데 수출전망까지 밝다고 보기 때문에 방위산업이 창조경제의 한 축을 충분히 뒷받침할 수 있다고 확신한다.

동남아시아와 중국에서부터 일기 시작한 한류 열풍이 2002년 한일 월드컵을 계기로

55) '태스크 포스(Task Force)'는 'Project Team'이라고도 하며 어떤 특정한 과업을 해결하기 위하여 소수의 인재를 여러 부문에서 발탁하여 조직하며, 일정한 성과가 달성되면 그 조직은 해산되는 임시적인 동태 조직

56) 부서를 중심으로 하는 기능적 조직 구조와 사업(project) 수행을 위하여 필요한 조직구조를 연결시킨 것.

아시아를 넘어 지구 반대편 중남미나 아프리카 국가에까지 전파되어 친한 분위기를 조성하는데 크게 기여한 것으로 판단된다. 이러한 영향으로 중남미는 가격경쟁력도 있고 가격 대비 기술도 훌륭한 한국 제품이 각광을 받을 수 있는 시장으로 변모하고 있다. 아프리카도 ‘희망의 대륙’으로 주목받고 있는데, 진출 후발주자인 한국의 접근법은 제일 가난한 나라에서 세계 10위권 내 국가로 성장했다는 롤 모델을 제시하는 것이 바람직하다. 따라서 우리는 이들 국가에게 우리군의 선진화 경험과 노하우를 전수해 주고, 종합적인 국방 안보 컨설팅을 해주면서 방산패키지를 제공할 수 있는 기회를 찾아야 한다. 무기와 장비를 기본으로 포함하고 소프트웨어, ICT 관련 부문뿐만 아니라 예비역의 우수한 자원들이 갖고 있는 재능까지를 망라하여 결합한 방산패키지를 제공함으로써 새로운 시장도 구축하고 그들에게 안보적 도움도 줄 수 있게 하자는 것이다.

방산패키지를 수출함에 있어 기존에 구성되어 있는 한류 인프라를 최대한 활용하자는 것이 이 논문의 요지이다. 우리나라의 제품과 서비스를 좋아하고, 우리의 드라마나 K-POP에 열광하는 현상에 편승 시키자는 것이다. 한류열풍에 이러한 방산물자를 중심으로 한 방산패키지를 편승시키는 현상을 방산한류라고 할 수 있겠다. 또한 지금이 이러한 ‘방산한류’ 바람을 일으킬 수 있는 절호의 기회라고 판단한다. 또한 자원은 풍부하지만 현금결제 능력이 부족한 국가들에 대해서는 그들이 에너지 등 자원으로 상환할 수 있도록 조치를 할 필요가 있다. 이러한 경우에 우리는 방산패키지를 수출하고 자원패키지를 들여올 수 있기 때문에 어차피 자원을 수입해야 하는 우리에게만 한층 더 좋은 조건이라고 할 수 있다. 그러나 이러한 거래는 정부의 어느 한 부처에서 단독으로 수행할 수도 없고 방산업체가 직접 수행할 수도 없는 복합적 업무이기 때문에 전반적인 거래를 총괄하여 컨트롤할 수 있는 별도의 컨트롤타워가 필요하게 된다.

방산패키지 수출이 한류열풍에 편승하여 방산한류로 선순환을 이루면서 창조경제를 선도하기 위해서는 이를 체계적, 조직적으로 추진할 수 있는 시스템이 갖추어 져야 한다. 이를 효율적으로 수행하기 위해서는 ‘한국국제국방협력단(KODICA)’을 창설하여 운영하는 것이 바람직하다고 본다. 예비역 장성들과 영관장교, 한국국방연구원, 국방과학연구소 및 국방기술품질원 출신의 전문가 그룹, 국방행정 경력을 지닌 관료그룹, PKO활동에 참여했던 예비역들과 기업에서 퇴직한 전문가들로 조직한다면 다양한 전문성의 융합을 통한 시너지 효과가 매우 크리라고 확신한다. 이미 연금을 받고 있을 경우에는 재능기부 차원에서 이들의 참여를 유도한다면 그 운영경비도 절감하면서 이들의 취업까지 챙기는 두 마리 토끼를 한 번에 잡을 수 있는 효과가 있을 것이다. 특히 전역 장병들의 취업이 군 장기복무자들의 큰 걱정이 되고 있는 현실을 고려할 때 일석이조의 방안이 될 수도 있다고 본다. 또한 거의 사장되고 있는 고위직 예비역들의 현역시절에 맺어 놓은 글로벌 인적관계를 조직화하여 지속적으로 활용할 수 있다면 방산수출을 확대 하는데 크게 도움이 될 것으로 본다. 정부는 이러한 조직이 자생적으로 만들어 지고 그 역할을 잘 수행할 수 있도록 적극 장려하고 지원해야 한다.

방산한류의 출발점 중 하나는 창조경제가 추구하는 목표가 ICT기술 등을 융합하여 새로운 산업을 일으키고 양질의 일자리를 창출하자는 것이고 그 결실로 우수한 창조형 제품을 지속적으로 생산하자는 측면에서 우리 군이 이러한 신제품을 적극적으로 군에 도입하여 활용함으로써 지속적인 물량을 어느 정도 보장해 주어야 한다는 점이다. 이를 위해 우리 군에서는 업체가 신제품들을 개발하여 군적용을 요구하게 되면 우선적으로 우리

군에 접목할 수 있도록 제도를 혁신해야 하고, 마치 군이 신제품의 테스트베드라도 되는 것처럼 신제품 시험평가를 적극적으로 추진하는 절차를 포함하는 방산창조경제형 획득절차를 구축하여야 한다. 특히 신제품을 수출하고자 할 경우 상대국에서 우리군의 사용여부를 우선적으로 고려하여 도입여부를 판단하기 때문에 더욱 그렇다. 이제 우리 모두 발상을 전환해서 방산한류 열풍을 만들어 나가야 한다.

결론적으로 방산한류가 조성되고 활용되기 위한 다섯 가지의 발전방안을 제시했는데 다음과 같다. 첫째, 군은 방산창조경제의 산출물을 적극적으로 전력화하여 방산수출에 협력해야 한다. 둘째, 정부는 기업통제는 최소화하고 지원위주의 역할을 수행해야 한다. 셋째, 방산수출을 지원하는 기존의 체제가 역할을 수행하면서 제대로 성과를 창출하는지 심층검토가 필요하다. 넷째, 수출용 방산패키지를 어떻게 구성할 것인지에 대한 대상국별 맞춤형 패키지를 잘 준비해야 한다. 다섯째, 위에 제시한 사항들을 체계적, 효과적으로 수행할 수 있는 컨트롤타워를 신설해서 추진하는 것이 바람직하다. 본 연구를 계기로 향후 방산한류에 대한 본격적인 학술적 연구가 있기를 바란다.

참고문헌

- [1] 백영훈, “조국근대화의 언덕에서”, 『마음과 생각』, 2014. p.246
- [2] 산업연구원, 2012. 11. “페루 방산시장 분석과 수출전략 보고서”
- [3] 심경옥 외, “왜 아프리카인가?,” 한국국방연구원, 2013.
- [4] 장규수, “한류와 아시아류 커뮤니케이션 이해총서”, 『커뮤니케이션북스』, 2013.
- [5] 조남훈, 신승기 외, “방산수출 활성화를 위한 시장조사분석 및 수출전략 수립”, 한국국방연구원, 2007.
- [6] 채우석, “창조경제 방위산업이 신성장 동력이다”, 『월간 자유』 (통권481호), 2013. 9. p.69
- [7] 채우석, 길병욱, “우리나라 방산 중소기업의 육성방안에 관한 고찰”, 『한국방위산업학회지』 제16권 2호, 2009.
- [8] 한국국제교류재단, 2014. “지구촌 한류현황 2013”
- [9] 국민일보, 2014. 1. 9. “防産 수출 지속 가능하려면”
- [10] 국방일보, 2013. 12. 30. “창조 없인 미래 없다… 민·관·군 손잡고 신시장 열자”
- [11] 군사저널(2014. 1월호), “새해에는 방산한류 열풍 일으키는데 최선 다할 것!”
- [12] 스포츠동아, 2008. 12. 30. “이영애…아프리카 한류바람 ‘후끈’”
- [13] 아시아투데이, 2013. 6. 27. “‘방산 창조경제’가 대한민국 신성장 동력”
- [14] 재외동포신문, 2010. 9. 14. “중남미 한류바람 분다. 10개국 281명 참가 한국가요 (K-POP) 경연대회”
- [15] 주간무역, 2014. 1. 24. “인니 경제, 상반기 혼조세…하반기 ‘맑음’”
- [16] 파이낸셜뉴스, 2013. 5. 28. “창조경제 시대, 왜 아프리카인가, 주요국 대사 4인에게 듣는다.”
- [17] 헤럴드경제, 2013. 11. 1. “방산한류 통한 안보와 방위산업 업그레이드”