

아시아권을 내수(內需)시장으로.

본 리포트는 아시아시장(특히 ASEAN시장) 진출에 관련한 야나가와 동경대 교수의 주장을 정리한 것임.

□ 아시아시장은 국가별, 필요에 따라서는 지역별 대응이 중요

- 아시아시장 전략을 세울 때는 ‘구체적인 경제실태 파악’이 중요
 - 국내총생산(GDP)나 1인당 GDP 같은 수치만으로는 시장 판단 곤란.
 - 각 국의 「소득분포 구조」에 주목해야 함.

인도네시아 VS 말레이시아 소득분포 비교

	인도네시아	말레이시아
1인당 국민총생산	약 3,000달러	약 8,000달러
세대당 가처분소득 5,000달러 미만	1억 5,000만명	530만명
세대당 가처분소득 5,000달러 이상	8,000만명	2,000만명
세대당 가처분소득 35,000달러 이상	200만명	300만명

- TV 등 내구소비재는 보통 년 수입 5,000달러 이상인 중간소득자에서 수요가 급증하는데, 1인당 GDP만 놓고 보면 인도네시아는 TV 등 내구소비재에 대한 구매력이 없는 것으로 보임.
- 하지만, 소득분포를 조사해보면 년 수입 5,000 달러 이상인 인구는 약8,000만 명에 달해, 말레이시아를 능가.
- 한편, 3만5천달러 이상 소득 인구는 총 인구가 적은 말레이시아가 인도네시아보다 많음.

- 현지에서의 적극적인 정보수집과 분석을 통해 소득분포 등의 정보를 파악해야 함

□ 아시아 국가와의 강한 연계가 필요

- 단순히 판매를 확대하겠다는 자세로는 곤란
- 「내수」라고 불려도 좋을 정도로 기업, 정부 등 여러 레벨에서 관계를 강화해 나가야 함.

□ 기술 규격, 제도 등의 인프라 표준화가 과제

- 최근의 인프라 수출이 개별 움직임으로 끝나서는 안 됨. IT등을 이용하여 인프라에 관련된 기술과 규격의 표준화를 추진하여야 하며, 표준화를 아시아 전체로 확대해야 함.
- 기술적인 측면뿐만 아니라 제도나 법률 등에서도 표준화를 추구해 나가야 함. 제도나 법률을 통일시키는 것은 불가능하더라도 ‘하모나이제이션(조화)’를 통해 어느 정도 통일성을 부여하는 것이 중요.
- 제 수속에 필요한 서류를 가능한 한 공통 포맷으로 하고, 다언어(多言語) 대응이 가능하도록 하면 글로벌 전개를 하는 기업이나 아시아 기업 모두에게 메리트가 될 것임.
- 정부도 아시아를 진정한 「내수」 시장으로 하기 위한 넓은 시야에 입각한 정책입안과 국제적 정책연계가 필요.

□ 시사점

- ‘소득구조 분포’ 분석의 문제점은 신흥국일수록 마케팅에 필요한 데이터가 존재하지 않는 경우가 많다는 것임. 데이터 수집 및 분석을 상시 추진 할 수 있는 시스템이 필요

- 아시아 시장 내에서의 표준화 추구에 있어서, 한국과 일본이 양국 간 표준화 추진, 경제관행 조정, 자격제도 통일 등을 통해 아시아 표준을 주도해 나가려는 노력이 필요.