

일본의 사교육 기업들 아시아 진출

- 아시아 신흥국의 경제성장으로 고소득층이 증가하면서 교육비 지출이 확대됨에 따라 일본의 학원 기업들이 아시아로 진출
- 일본의 내수 서비스기업들도 인구 증가가 예상되는 아시아지역으로 진출을 본격화하고 있으며, 포장이사, 세탁 등 다양한 서비스를 연계한 서비스업 진출이 예상

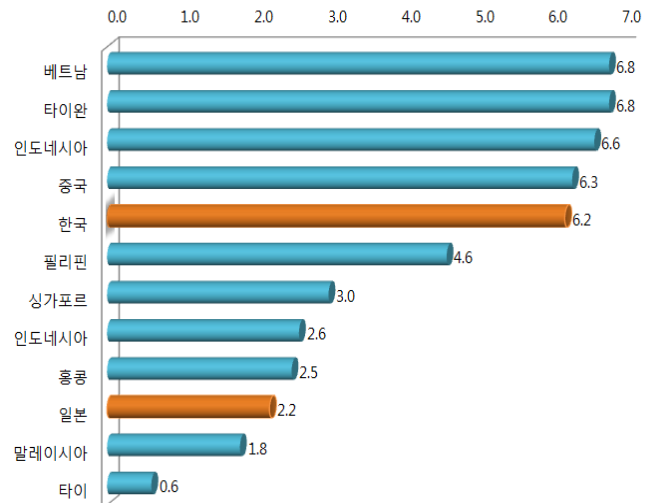
□ 신흥국에 불고 있는 사교육 바람

- 경제성장을 이룩한 아시아지역의 신흥국들의 교육열이 높아지면서 학원이나 아동 교육에 대한 수요도 확대
 - 아시아지역의 0~14살 인구는 베트남이 약 2,000만 명, 중국이 약 2억 6,000만 명, 인도가 약 3억 7,000만 명으로 학원 비즈니스의 성장 가능성이 높음
 - 베트남과 인도네시아는 가계소득에 대한 교육비의 지출비율이 한국보다 높아 사교육에 대한 관심이 큼
 - 신흥국은 교육이나 학력이 미래의 수입을 결정한다고 생각하는 사람이 많아 교육비 지출에 적극적임
- 일본의 대형 학원그룹인 에이코(栄光)HD는 '13년 4월, 베트남에서 초·중학생을 대상으로 수학과 영어를 베트남어로 가르치는 학원을 개업 예정

- 학교수업을 보충해 주는 개인학원이 많은 베트남이지만 본격적으로 대입 준비를 해 주는 학원이 많지 않아 일본 학원에 대한 수요가 있을 것으로 보임

가계소득에 대한 교육비의 비율 (2009년)

[단위 : %]



자료 : 다이와증권(2011.9.6)에서 정리

- 스쿨IE로 유명한 일본의 학원기업 TACT도 개별지도 수업에 대한 평가가 좋아 중국에서 약 400명의 학생이 등록

- 구몬학습, 베네세 등 동북아시아 지역으로 진출했던 일본 학원들이 동남아시아 지역으로 사업영역을 확장



자료 : 닛케이신문(2013.3.16)에서 정리

- 일본학원들은 시험 보는 날까지 세밀한 학습 스케줄을 짜는 한편, 학부모들의 요구사항에

친절하게 대응하는 일본식 서비스를 무기로 교육 사업을 전개

□ 일본식 서비스로 아시아의 소비시장을 공략

- 저출산과 디플레이션으로 내수가 축소되는 일본에 비해, 인구 증가 및 소비 의욕이 왕성한 아시아지역으로 학원을 비롯한 일본의 서비스 기업들도 적극적으로 진출

- 종합연구개발기구는 아시아지역의 중·고소득층(연간 수입 5,000 달러 이상)은 향후 10년간 약 2배가 증가한 19억 명으로 추계
 - * 동남아 6개국은 2030년까지 약 3억 6,500만 명으로 추계
- 고소득층의 증가로 소비용품만이 아니라, 생활을 윤택하게 해 주는 다양한 서비스에 대한 수요가 증가할 것으로 예상

(#1 일본통운)

- '11년 11월 중국·상하이에 이사 서비스 전문회사를 설립
- 중국에서의 이사 짐 센터는 보통 가구만을 운반해주는 서비스였으나, 포장 이사 등 일본식 서비스를 도입
 - * 중국인 현지 스태프는 일본에서 연수를 받은 후, 일본식 서비스를 중국에서 제공
- 경제성장으로 회사원들의 전근 수요도 증가할 것으로 예상되어 베이징 등 대도시에 29개의 사무실을 설립

(#2 Zwei)

- 결혼정보 서비스기업인 쯔바이는 '12년 6월 태국에 1호점을 오픈
- 태국은 여성의 사회진출이 확대되어 도시 여성은 결혼 연령이 늦어지고 있으나, 결혼 상대를 정기적으로 소개해 주는 일본식 서비스가 현지에 없는 것에 착안
- 쯔바이의 연회비는 약 15만 엔인데도 남녀 400명이 등록

(#3 키쿠야)

- 세탁소 체인 중소기업인 키쿠야는 13년 4월, 태국에 진출 예정으로 향후 3년간 10개 점포를 설치할 계획
- 현지 기업과 연계하여 일본의 기술을 활용, 고소득층을 대상으로 한 서비스를 제공

□ 시사점

- 학원 등 일본서비스업의 신흥국 진출은 다른 분야의 서비스기업들과 연계를 통해 서비스 시장을 확대시켜 나갈 것으로 전망
 - 일본 학원기업인 이치신(市進)HD은 인도의 교육관련 대기업과 연계하여 인도 고등학생들의 일본 여행을 기획
 - 수학여행은 부유층 개인 외에도 학교 단위로도 신청이 가능하며 숙박예약 등 실무는 일본의 여행사인 JTB에 위탁
- 우리나라도 사교육 비즈니스에서 성공한 기업들이 많아 해외 진출 시 글로벌 교육기업으로 성공 가능성이 클 것으로 예상
 - 조기 해외진출 및 현지화가 요구되며, 현지 시장조사를 통해 니즈를 파악하는 것이 필요할 것임
 - 또한, 일본 학원기업들과의 차별화가 중요하므로 인터넷 강의 등 우리나라 학원의 강점과 특성을 살린 학원시스템을 운영할 필요가 있음

<참고자료>

넷케이신문(2011.10.16, 2013.1.17, 2.23, 3.16)