

한류 문화 확대 및 RCEP 체결로 인한 K-소비재의 ASEAN 지역 진출 효과성 분석*

유정근** · 고재길***

국문초록

본 연구에서는 K-콘텐츠의 세계 진출 본격화를 의미하는 한류 4.0의 ASEAN 지역 영향력 확대가 K-소비재의 ASEAN 진출에 미치는 영향을 실증 분석하였다. 전체 표본 기간은 2007년부터 2022년까지이며 자료가 개별 국가가 아닌 지역 전체의 통합적 성격임을 고려하여 통상자승추정법(OLS, Ordinary Least Squares)을 적용하였다. 우선 세계시장에서 K-콘텐츠의 약진과 RCEP 체결이 K-소비재의 ASEAN 시장 진출과 연관될 수 있는지 산업군별로 분석한 결과, ASEAN으로 영화 산업의 1% 진출 증가시 K-소비재의 ASEAN 시장 진출이 0.17% 증가의 효과가 있었다. 또한 주요 품목별로 분석한 결과, 콘텐츠솔루션 산업의 ASEAN 진출이 1% 증가할수록 K-농식품 및 전후방산업 14대 품목의 ASEAN 시장 진출은 0.71% 증가 효과가 있었다. 특히 스류, 김치, 유자의 경우 코로나 시기에 ASEAN 시장 진출이 증가하였는데, 콘텐츠솔루션과 음악 등 최근 한류의 파급력 증가가 ASEAN 시장에서 통계적으로 유의미하게 영향을 미치고 있었다. 최근 RCEP 발효 및 한·ASEAN 포괄적 전략동반자 관계 수립을 통해 한국은 통상을 비롯한 다양한 의제에 대해 국제 사회에 적극적으로 기여하게 되었는데, ASEAN 시장 수요 확충을 위해 수출 플랫폼 형태와 같은 통상 전략 다각화가 필요하고 플랫폼 경제 활성화와 민·관 협력의 확대된 공공성이 사회에 기여할 수 있도록 제도적 마련이 필요하다.

주제어: ASEAN, 한류 4.0, K-소비재, 플랫폼 경제, RCEP

* 본 연구는 2024년 국회 소규모 연구용역 결과를 보완한 것임.

** 국제통상전략연구원 선임연구위원, jjyng1102@gmail.com

*** 대진대학교 국제통상학과 교수, kjk2023@daejin.ac.kr

I. 서론

2025년 1월 한국 정부 농업식품부(이하 농식품부)에서는 농식품과 농업 전후방산업의 2024년 수출액이 130억 3천만 달러(농식품: 99.8억 달러, 전후방산업: 30.5억 달러)로 잠정 집계되어 역대 최고치를 달성하였다고 보도하였다(농림축산식품부 2025). 품목별로는 라면, 농약, 과자류, 음료, 소스류, 커피조제품, 쌀가공식품, 김치, 펫푸드, 리큐르, 닭고기, 아이스크림, 유자, 포도 등 14개 품목에서 수출액 최고치를 경신하였고 수출 대상국은 2023년 199개국에서 2024년 207개국으로 증가하게 되어 수출영토 확장의 성과를 거두게 되었다고 농식품부는 밝혔다. 2024년 국가별 수출 실적으로 미국(1,592.9백만 달러), 중국(1,512.6백만 달러), 일본(1,374백만 달러) 순으로 집계되었고, 지역별 수출 실적으로는 중화권(22.9억 달러), ASEAN(19.1억 달러), 북미(17.9억 달러), 일본(13.7억 달러) 순으로 집계되었다. 농식품부 관계자는 러·우 사태로 인한 불확실성, 일본 엔화 약세, 기후 변화로 인한 작황 부진 등 대내외적 통상환경 불확실성 속에서 민·관 협력과 한류 및 K-푸드 인기를 활용한 것이 최대 수출 실적의 주요 요인이라 밝혔다. 한편 2024년 8월 산업통상자원부(이하 산업부)에서는 근래의 한류 열풍을 소비재 수출로 연결할 수 있는 혁신 수출모델 지원 방안을 논의하였다(산업통상자원부, 2024). 산업부는 한류의 영향을 크게 받고 있는 뷰티·굿즈·푸드 등 K-소비재 수출이 2023년 983억 달러 규모로 2020년 647억 달러 대비 50% 이상 증가하여 전체 수출액의 16% 가량을 차지한다고 밝히면서, 향후 한류-수출 연결을 위한 다양한 지원 확대를 예고하였다.

하지만 최근 농식품을 비롯한 가공식품, 화장품, 의류·패션잡화·신발 등 한류의 영향으로 인한 K-소비재 수출의 급증 양상은 무역 의존도에서 미국과 중국 등 특정 국가에 대한 편중과 특정 기간

산업 진출을 위한 세계 공급망 구축이 주가 되었던 기존의 우리나라 통상 전략 패러다임에 대한 새로운 방향성 모색이 필요함을 시사한다고 할 수 있다. 2024년 11월 미국 대통령 선거에서 트럼프가 재선에 성공하게 되면서 미국 정부의 고관세를 비롯한 강경한 對 중국 통상정책, 자국 산업 보호를 위한 보편 관세 조치, 온쇼어링 위주의 공급망 재편 등을 예고하고 있다. 이에 대해 제시되고 있는 한국의 대응책들은 좋은 시사점을 제시하고 있지만 여전히 국제경제학에서 세계 시장가격에 대한 가격수용자(price taker)를 의미하는 소국(小國)의 입장과 경영학 마케팅 분야에서 첨단 산업에 대한 추격자(fast follower) 입장을 고수하는 수동적 기조가 강한 경향이 있다.

<표 1> 한국의 전체 수출액 및 K-소비재 수출액 추이

(단위 : 백만 달러, %)

구 분	2020년	2021년	2022년	2023년
전 체	512,498	644,400	683,585	632,226
소 비 재	64,728	78,174	80,957	98,330
(비중, %)	(12.6)	(12.1)	(11.8)	(15.6)

출처 : 산업통상부 대한민국 정책브리핑 보도자료(2024년 8월 28일).

2024년 11월 국회세계한인경제포럼의 초청으로 국회의원회관에서 개최된 ‘2025 세계 경제 전망 세계한인경제 네트워크 영향’을 주제로 한 포럼에서 권구훈(2024)은 2025년 한국의 경제성장률은 1.8%로 2024년 2.1% 대비 0.3%p 하락할 것이고 인플레이션을 역시 2025년 1.6%로 2024년 2.3% 대비 0.7%p 하락할 것을 전망하였다. 대외경제적 이유로 최근 미·중 보호무역전쟁으로 인한 중국의 수출가격 약세는 아시아 지역 전반의 수출가격에 동조적인 영향을 미치고 있음을 분석하였고 최근 에너지 가격 하락으로 한국의 인플레이션은 완화될 전망이지만 국내 소비 및 수출이 둔화하는 양상을 우

려하였다. 김수동·설윤(2024)은 미·중 양국의 무역전쟁으로 인해 양국이 무역관세를 부과하게 될 경우, 우리나라 산업 전반으로 적지 않은 수출 감소의 부정적인 효과가 예상되므로 우리 기업의 혁신 기술 선점과 새로운 수출상품 개발, 수출시장 다각화를 제안하였다.

하지만 기술 혁신을 통한 산업경쟁력 확보는 이미 10년 전에도 학계에서 대두되었던 통상·산업 주제로 과거보다 다양한 산업을 통해 더욱 활발히 해외 시장 개척이 이루어져야 하겠지만 그렇지 못한 현실을 직시할 필요가 있다. 산업부(2025)에서는 2024년 한국의 수출액이 6,838억 달러로 역대 최대 실적을 달성하게 되었고 무역수지 흑자를 기록하게 되었는데, 최근 유가가 하향 안정화된 가운데 반도체 등 IT 품목, 선박·자동차 등 주력품목과 바이오헬스·농수산식품·화장품 등 소비재 품목이 고르게 호조세를 보이게 된 결과라 평가하고 있다. 하지만, 맥킨지(2025)에서는 지난 20여 년간 한국은 주요 수출품을 다각화하는데 실패하고 신성장 기술도 확보하지 못했기 때문에 트럼프 2기 행정부의 높은 관세와 반도체 지원법 감축 등의 정책으로 인해 어려움에 직면할 수 있다고 지적하였다. 오히려 대내적으로 저출생·고령화, 산업 및 지역 고착화·편중화의 문제 해결(이두희 외 4인 2018; 김미영 2023)을 위해 기술 융합과 디지털 경제 등으로 이슈화하여 왔지만, 현상적 대응이 아니라 선제적 대응이 제대로 이루어지지 못하는 양상에 대해 반성이 필요하다고 생각한다. 기술 선점을 위한 우리 산업계의 방향성 설정에서 세계 시장 수요를 선점하기 위해 기업가 정신에 입각한 적극적인 동기라기보다 미국을 비롯한 주요 교역 대상 지역에서 전략 산업의 성공적 진출을 위해 미래 기술의 제도적 완비를 기다렸다가 해당 산업에 투자를 집중하게 되는 소극적 동기에 의한 정부의 제도 및 기업 활동 양상이 산업계에 형성된 측면이 있다. 하지만, 통상 전략 지역에서의 특정 첨단 기술의 선점(이근 2014a; 이근 2014b) 및 디지털 경제와

같은 신통상 제도의 안정적인 정착을 위한 노력(정대희 외 2인 2024)도 중요하지만, 경제수준이 높아질수록 수요가 다변화되고 있는 세계 시장의 특성을 반영하여 수요와 공급의 균형에 기반한 세계 경제 문제 해결을 위해 적극적으로 잠재적인 수요를 발굴하여 가고 이를 충족시키기 위해 신산업의 역할을 재정립해 가는 시장 창출형 통상·산업 발전 방안 모색 역시 필요하다고 생각한다(산업연구원 2013; 유정근·김상규 2020; 유정근 외 2021; 유정근·정주호 2022).

본 연구는 잠재적 시장 수요가 높은 ASEAN 지역을 선정하여 최근 수출이 증가하고 있는 K-소비재에 대한 한류 문화 확산¹⁾과 RCEP의 효과성을 분석하였다. Posen(2024)과 Schott(2024)는 트럼프 2기 도래시 한·미 양국의 이해가 합치되는 분야에서 한국은 미국에 협력 아이템을 제시하면서 대미 직접투자 확대가 필요하고 규칙기반 통상질서(rule-based trading system) 유지를 강화하기 위해 CPTPP 가입, ASEAN 및 EU와의 협력 강화가 필요하다고 제안하였다. 사실 우리나라는 그동안 교역 효과의 효율성을 위해 단일 국가 및 단일 권역과의 양자간 FTA를 체결해온 경향이 있는데, 2021년 RCEP을 체결하게 되면서 다양한 경제·정치 수준 지리·문화적 특성을 반영한 지역(region)과의 다자간·메가 FTA를 통해 ASEAN 지역과의 통상·외교 관계에서 보다 주도적이면서 적절한 대응에 대해 요청

1) 한류의 개념은 시기별 발전에 따라 4개의 단계로 구분할 수 있는데, 양수영·이성민(2022)은 한류 1.0(1990년대 중반~2002년)은 드라마를 중심으로 아시아 일부 국가에서 소수의 마니아가 형성되었던 시기, 한류 2.0(2003년~2009년)은 대중음악과 드라마·영화를 중심으로 10~20대를 겨냥한 1세대 아이돌 스타 중심으로 아시아, 중남미, 중동, 구미주 일부로 한류가 확산되었던 시기, 한류 3.0(2010년~2017년)은 글로벌 플랫폼(유튜브 등)을 매개로 콘텐츠 영상물(드라마, 영화, 예능을 포괄하고 2세대 아이돌 음악, 게임 등)의 아시아 및 이외 전 세계 지역으로 확산 시기, 신한류 또는 한류 4.0(2018년~현재)은 콘텐츠 영상물을 비롯한 한국의 생활문화가 전 세계 사회 일반으로 정착해 가는 과정으로 구분하고 있다. 최현철(2021)은 한류 4.0으로 대표되는 신한류 문화가 매스 컬처보다는 포퓰러 컬처 문화구조에 더 가깝고 급격히 발달한 디지털 환경의 도움으로 초국가적 문화 가능성을 지니고 있어 기존의 한류와 구분된다고 분석하였다.

받게 되었다. 현재 국가가 아닌 지역 개념에서 ASEAN은 중화권 다음으로 높은 수출 실적을 달성하고 있는 상황에서, 수요 측면에서 소득 수준은 낮을 수 있지만 인구 수는 많은 ASEAN 시장 개척을 위해 보다 적극적으로 상품 다각화를 위한 수요 맞춤형 산업 진출 방안을 모색할 필요가 있다.

II. K-소비재 진출 관련 최근 ASEAN 통상 환경

1. 제도적 측면에서 ASEAN의 통상 협력 상황 및 시장 잠재력

ASEAN(Association of Southeast Asian Nations: 싱가포르, 말레이시아, 인도네시아, 태국, 필리핀, 베트남, 캄보디아, 라오스, 미얀마, 브루나이 등 동남아시아 10개국)은 1967년 창립 당시 정치·안보적인 성격이 강하였지만, 1990년대 들어 우루과이 라운드, NAFTA 등 지역경제협력이 본격화되면서 ASEAN-AFTA를 통해 경제협력체로서의 성격을 강화하게 되었다. 이후 ASEAN은 아시아 태평양 지역에 속한 주요 역외국이었던 중국(2005년), 한국(2007년), 일본(2008년), 인도(2010년), 호주 및 뉴질랜드(2010년)와 각각 ASEAN+1 FTA를 발효하게 되면서 지역내 효율성과 생산성 확대의 계기를 마련하게 되었다. 2010년 무렵 중국과 일본은 ASEAN과 주요 역외국과의 통상 협력을 통해 각각 무역창출효과 확대 및 효과적인 무역장벽 감소를 기대하고 각각 ASEAN+3 형태의 EAFTA(East Asian Free Trade Agreement)와 ASEAN+6 형태의 CEPEA(Comprehensive Economic Partnership in East Asia) 통상 협력을 구상하였다(Nugroho 2008; Chia 2012; Kawai and Wignaraja 2008; Urata 2008). 하지만, 결국 ASEAN 주도로 ASEAN과 FTA를 기체결한 6개국과의 RCEP

작업 계획이 진행되다가 2022년 아세안 10개국과 비아세안 5개국(한국, 일본, 중국, 호주, 뉴질랜드)을 대상으로 RCEP을 발효하게 되었다.

한국은 FTA를 통한 교역 관계에서 주로 양자간 관계에 초점을 맞추어 대외경쟁력 강화의 취지에서 큰 성과를 거두어 왔다. FTA 진출 초기의 한국은 칠레와 싱가포르와 같이 무역 자유화시 상호보완적으로 피해산업 발생의 규모가 크지 않은 교역의 특징을 갖춘 국가들과 협정을 체결하였다. 하지만, 이후 한국은 한·ASEAN FTA(2007년), 한·인도 포괄적 경제동반자협정(2010년), 한·EU FTA(2011년), 한·미 FTA(2012년), 한·중 FTA(2015년) 등 주요 대국(大國) 및 권역(圈域)과의 FTA를 통해 적극적으로 해외시장 확보와 경쟁력 강화를 도모하였다. 또한 한국은 신남방정책 등 통상전략의 일환으로 ASEAN의 주요 국가들(한·싱가포르 FTA: 2006년, 한·베트남 FTA: 2015년, 한·캄보디아 FTA: 2022년, 한·인도네시아 FTA: 2023년)과 개별적인 FTA를 추진하였다. 그 결과 한국은 ASEAN+1 FTA 체계에서 경쟁국인 중국과 일본에 비해 효율적인 성과를 보였는데(Yoo 2017), ASEAN 권역과의 FTA에서 당시 중국과 일본 정부에서의 정치적인 동기에 의한 FTA 전략 보다 교역 장벽을 없애고 효율성을 높이하고자 하는 한국 정부의 경제적인 동기가 주효하였다고 할 수 있다(Nakagawa and Liang 2011; Ministry of Foreign Affairs of Japan 2002). 하지만, 2021년 RCEP 체결 이후 중국과 일본과 비교시 ASEAN 지역에서 한국의 경제적 입지가 위축되고 있는 양상을 보이고 있는데, 상당수 산업에서 중국과 경쟁이 치열해지고 있고 ‘전자’ 산업과 같은 일부 기간 산업을 제외하고 ASEAN 시장 수요 확대에 기여하는 정도가 낮아지고 있는 상황이다(유정근·고재길 2023). Urata(2005)는 ASEAN과의 통상 관계시 특정국과의 우호관계보다는 전체 국가와의 유기적인 관계의 중요성을 강조하였는데, 한국은

신남방정책을 통해 ASEAN 전체 국가에 대한 체계적인 진출보다는 일부 VIP 국가(베트남, 인도네시아, 필리핀)에 대한 진출을 강조하였고 그 결과 베트남과의 교역 관계에 편중된 측면이 있다(김형중 2019; 정민승 2019). 한국은 그동안 특정 국가 또는 권역과의 양자간 FTA를 통해 경제적 효율성 측면에서 성과를 거두어 왔는데, RCEP 과 같은 다자간·메가 FTA에서의 성과를 위해서는 단지 특정 국가와의 중상적인 측면에서의 전략이 아니라 ASEAN 국가들의 다양한 지리·문화·정치적인 수준을 고려하여 다자간 협정을 통한 경제통합에서 결실을 도출해 갈 필요가 있다.

ASEAN의 인구는 2022년 기준 6억 8,352만 명으로 세계 8.6%를 차지하고 있어 인도, 중국에 이어 세계 3위의 소비 인구를 보유하고 있다. 같은 시기 ASEAN의 GDP 규모는 3조 6,699억 달러 규모로 한국의 약 2배 수준에 해당하고, 교역 수준은 세계 경제 대비 7%를 상회하고 있다. 상품에 대한 주요 교역 상대국으로는 중국으로 2022년 18.8%를 차지하고 있는데, 2013년 13.9%에 비해 4.9%p 급증하였다. 미국과 한국은 ASEAN의 교역 비중에서 2022년 각각 10.9%와 5.8%를 차지하여 2013년 8.1%와 5.3% 대비하여 소폭 증가하였다. 하지만, 일본의 경우 2013년 당시 교역 비중이 9.5%로 중국 다음으로 2위에 해당하는 ASEAN의 교역대상국이었던, 2022년에는 7.0%를 차지하여 교역 비중이 2.5%p 급감하고 있다.

이와 같이 ASEAN은 전체 규모면에서 세계 진출 시장으로서 매력을 갖고 있지만, 진출 방식에 있어 같은 지역에서 국가 간 다양성을 반영하여 전략적인 방향성 모색을 도모할 필요가 있다. 소득 수준에서 국가간 차이가 크기 때문에 싱가포르와 브루나이를 제외하고 나머지 ASEAN 국가들은 개발도상국에 해당하여 ASEAN 시장을 개척하기 위해서는 소득 수준은 낮지만 인구수는 많은 시장의 특징을 반영하여 다각적이고 체계적인 상품·서비스 진출 전략이 필요하다.

ASEAN 10개국은 산업 발전 단계와 시장 개방도를 고려하여 5개의 그룹으로 구분할 수 있는데, Yoo(2016)는 ASEAN FTA 이후 국가 단위에서 해외직접투자 유입의 유형을 분석하였다. 그 결과 산업초기단계에 해당하는 ASEAN 국가들 중심으로 진출 기업에게 비용 절감의 유인을 도모하는 수직적 형태의 진출이 이루어지지만 산업 발전 단계가 높아질수록 시장을 창출하는 동기로 투자의 형태가 다양해지고 있음을 발견하였다. 따라서 FTA 체결 자체는 공정하고 예측 가능한 투자 환경을 구축하는 제도로서 긍정적인 역할을 제공할 수 있지만, ASEAN 시장진출 확대를 위해서는 요소부존(factor endowment) 차이의 요인이나 진출 국가의 잠재적 수요의 발굴과 같은 노력이 필요함을 시사하고 있다.

<표 2> ASEAN의 주요 경제지표 및 무역 비중(2022년 기준)

경제지표(단위)	ASEAN	ASEAN/세계 비중	교역대상국	2013년	2022년
인구(명)	683,516,254	8.6%	중국	13.9%	18.8%
GDP(달러)	3조 6,699억	3.6%	미국	8.1%	10.9%
교역(달러)	3조 8,360억	7.6%	EU-27	8.5%	7.7%
수출(달러)	1조 9,595억	7.8%	일본	9.5%	7.0%
수입(달러)	1조 8,765억	7.3%	한국	5.3%	5.8%

출처 : World Bank, World Trade Organization, ASEAN Statistical Yearbook 2023.

2. 최근 ASEAN의 대내외적 정책 추진 상황

(1) 아세안 공동체 비전 2025(ASEAN Community Vision 2025)의 채택

2015년 ASEAN은 제27차 정상회의에서 ASEAN 각국 지도자들이 ‘아세안 공동체 비전 2025(ASEAN Community Vision 2025)’에서

명하면서 지역 공동체로서 결의를 표명하였다. ASEAN은 ‘함께 전진’하기 위해 ‘정치적으로 응집력 있고, 경제적으로 통합되며, 사회적으로 책임감 있는’ 공동체를 추진하고자 같은 방향성을 설정하고 3가지 영역에서 구체적인 실현 목표를 제시하였다. ASEAN은 ASEAN 국민들과 파트너십을 맺고 있는 역외국과의 관계를 위해, ASEAN 국민들의 인권과 자유, 삶의 질, 공동체로 인한 혜택의 공유를 보장하고 안정적이고 회복력 있지만 대외지향적인 공동체를 추구하고자 하였다. 한편, 기존 및 신흥 도전 과제에 대처할 수 있는 역량을 강화하면서 안정적이고 회복력 있지만 대외지향적인 공동체 구축이 긴요한 이슈로 대두되었는데, ‘하나의 비전, 하나의 정체성, 하나의 공동체 (One Vision, One Identity, One Community)’의 구호하에 사람 지향적이고, 사람 중심적이며, 규범을 중시하는 공동체를 지향하게 되었다.

아세안 공동체 비전 2025를 통한 3개의 분야별 청사진은 ASEAN 정치·안보 공동체(APSC), ASEAN 경제 공동체(AEC), ASEAN 사회·문화 공동체(ASCC) 등으로 세분화할 수 있는데, 1967년 이후 ASEAN이 선언, 조약, 성명서 등을 통해 공표한 정신을 계승하고 있고 일종의 ASEAN 공동체 이행방안 3.0의 성격을 가지고 있어 2009년 당시 제시된 ASEAN 공동체 로드맵에 대한 보완과 구체적인 실현을 위한 의지를 내포하고 있다. 아세안 공동체(ASEAN Community)는 유럽연합(European Union)과 같이 통화·재정·사회·경기안정(countercyclical) 등 주요 거시 정책의 통합을 전제로 한 참여국들의 초국가적 기구의 설립을 위한 성격이 아닌 주권 국가로서 독립성을 갖고 국가간 협력(inter-Government Organization)을 도모할 것을 전제로 하고 있다. 윤진표(2016)는 APSC를 통해 ASEAN 회원국의 다양한 민주주의의 수준을 한 단계 끌어올릴 수 있는 계기가 되고 남중국해에 대한 중국과의 영토권 분쟁에서 평화

적 해결을 위한 여원을 담고 있다고 설명하였다. 이충열(2016)은 AEC를 통해 2007년 ‘아세안 경제공동체 청사진’에서의 부문별 목표인 1) 단일시장·생산기지, 2) 경쟁력 높은 경제지대, 3) 균형 경제발전, 4) 세계 경제로의 통합 등의 목표를 이행해 가고자 관세를 인하, 자본 이동의 자유화, 교역량과 해외직접투자의 증가, 아세안 산업구조의 고도화, 노동의 자유로운 이동 등 다각적인 노력을 추진하였고 성과가 있었지만, 여전히 ASEAN의 대내적 역량의 한계로 구조적 어려움을 겪고 있다고 설명하였다. 최경희(2016)는 ASCC를 통해 1) 인적자원 개발, 2) 사회복지와 보호, 3) 사회정의와 권리증진, 4) 지속 가능한 환경, 5) 아세안 정체성, 6) 개발격차 해소 등을 추진하여 지속가능한 ASEAN의 발전을 모색하고자 하는데, ASEAN 10개국의 다양한 민족과 종교에 대한 문화적 ‘다양성 속의 통합’과 급변하는 세계정세 속에서 ‘복원력 있는 공동체’ 구현을 염두에 두고 있다고 설명하였다.

이후 라미령 외(2021)는 미·중 전략 경쟁이 심화되고 코로나19가 확산되었던 도전의 시기에 ASEAN 공동체의 추진 목표인 APSC, AEC, ASCC 등에 대한 중간평가 결과를 소개하였다. 하지만 아세안 공동체 추진체계에서 과제의 이행 여부가 법적 구속력이 아닌 회원국의 정책에 대한 추진 의지와 실행력에 따라 결과가 달라지고 개별 국가의 자원과 역량 부족으로 실질적인 내부 협력이 쉽지 않음을 예상하면서 한국 정부의 신남방정책에서 사람(People), 평화(Peace), 상생번영(Prosperity) 등의 정책목표와 연계할 수 있는 ASEAN과의 다양한 협력 방안을 제시하였다.

(2) 2024년 한-ASEAN의 ‘포괄적 전략 동반자 관계’(CSP) 격상

2024년 10월 한-아세안 정상회의를 통해 한국과 ASEAN은 양자 외교 관계에서 1989년 부분 대화 관계 수립(Sectoral Dialogue Partnership) 이후 2024년 35주년을 기념하여 동맹의 바로 전단계인

포괄적 전략 동반자 관계(CSP, Comprehensive Strategic Partnership)로 격상하게 되었다. CSP는 ASEAN 입장에서 상대국과 수립하는 최고 단계의 전략적 파트너십으로 한국과는 호주, 중국(2021년), 미국, 인도(2022년), 일본(2023년)에 이어 6번째로 CSP 관계를 결정하게 되었다. 2007년 한국과 ASEAN은 자유무역협정(FTA)을 발효하여 전략적인 통상 협력 관계와 2010년 ‘전략적 동반자 관계(Strategic Partnership)’를 수립한 이후 국제통상과 경제발전 측면에서 교역과 해외직접투자, 공적자금지원, 인적자원교류, 한류 문화 진출 확대 등 양측 간 이해와 협력을 강화하여 왔다. 특히 한국의 지난 정부에서는 신남방정책을 통해 정치·경제·사회·문화 등 폭넓은 분야에서 주변 4강(미국, 중국, 일본, 러시아)에 준하는 수준으로 ASEAN과 관계를 강화하고자 하였고, 이번 정부에서는 ‘한-아세안 연대구상(KASI, Korean-ASEAN Solidarity Initiative)’을 통해 상호 호혜적인 실질적·전략적 파트너십을 강화하게 되었다. 산업부는 후속 조치로 ‘한·아세안 경제·통상 싱크탱크 다이얼로그’를 출범을 추진하고 있는데, 이 대화체는 산업부와 ASEAN 사무국이 공동으로 주관하고 한국과 ASEAN 10개국의 대표 경제·통상 연구기관이 참여하는 정례적인 협의체의 성격을 가지게 될 예정이다. 아울러 한·ASEAN FTA 발전을 위해 산업부는 한·ASEAN 자유무역협정 이행위원회 등을 통해 수차례 ASEAN 회원국들과 다각적인 논의를 진행하여 왔는데, 앞으로 디지털, 공급망 등의 통상 이슈를 반영하여 구체적인 방향 모색이 이루어질 전망이다.

조원득(2024)은 그동안 한·ASEAN 관계는 경제 및 사회·문화 협력은 발전했지만 안보 협력이나 지역 정세에 대한 한국의 관여는 부족했는데, 한·ASEAN 포괄적 전략동반자 관계 격상을 통해 ASEAN과 가능한 많은 협력 분야를 심화하는 동시에 이전에 없던 새로운 협력 분야를 모색해야 한다고 강조하였다. 이재현(2024)은

한·ASEAN 관계는 1989년 이후 다자간 협력 차원에서 관계가 긴밀해졌지만 한국 정부는 2017년 신남방정책을 통해 ASEAN과 경제 및 사회문화 부문에서 협력을 강화하였고 현 정부는 KASI를 통해 안보 및 전략적 협력을 강화하게 되었다고 평가하면서, CSP 합의를 통해 큰 방향성을 담은 공동 선언을 실행계획(PoA)으로 구체화할 때 실질적이고 상호이익이 실현되어야 함을 강조하였다. 따라서 이러한 선언과 실행계획의 방향성은 ASEAN의 모든 포괄적 동반자 관계가 ‘의미있고(meaningful), 내실있으며(substantive), 상호이익(mutual beneficial)’이 되는 MSMB 원칙에 기반해야 함을 염두에 둘 필요가 있다(Lin 2023).

<표 3> 한·ASEAN KASI 및 CSP 수립에 대한 공동성명의 주요 시사점

한·ASEAN 연대구상(KASI) 중점 추진 과제	한·ASEAN 포괄적 전략동반자 관계 수립의 시사점
<자유>	
1) 한·아세안관계 격상및 아세안 회원국과 관계 강화 • 아세안과 2024년 포괄적 전략적 동반자 관계 수립 • 아세안 회원국과의 맞춤형 양자 협력 강화 2) 아세안 주도 메커니즘 내 한·아세안 협력 제고 • 아세안 중심성을 지지하여 아세안 주도 메커니즘 내 협력 지속	1) 한·아세안 협력 강화를 통해 글로벌 중추 국가 도약을 위한 중대한 기틀 마련 • 아세안은 중국을 정치·전략적, 경제적으로 가장 영향력 있는 강국 으로 인식하고 있음. • 따라서, 아세안은 역내 강대국 간 영향력의 균형을 유지하기 위해, 미국의 관여를 확대하고 한국과 같은 주요 중견국과의 협력 강화를 통한 전략적 다변화 모색

(계속)

<표 3> (계 속)

한·ASEAN 연대구상(KASI) 중점 추진 과제	한·ASEAN 포괄적 전략동반자 관계 수립의 시사점
<p style="text-align: center;"><평화></p> <p>3) 한·아세안 포괄안보 협력 확대</p> <ul style="list-style-type: none"> •역내 규칙기반질서 증진을 위해 해양협력 강화 •역내 더 안전한 사이버 공간 조성 협력 강화 •아세안의 방위 역량 강화를 위한 방산·군수 협력 <p>4) 한·아세안 전략적 공조 활성화</p> <ul style="list-style-type: none"> •역내 정세 관련 전략적 관점 공유를 위한 한·아세안 국방당국 협의 확대 •한·아세안 국방협력 계획 이행 및 ADMM-Plus 메커니즘 내 협력 참여를 통한 한·아세안 국방 협력 확대 <p style="text-align: center;"><번영></p> <p>5) 한·아세안 공동 번영과 발전을 위한 미래 분야 협력 확대</p> <ul style="list-style-type: none"> •디지털, 전기차, 스마트시티 등 아세안의 수요가 높은 미래 산업 분야 협력 추진 •한·아세안 FTA 개선 추진 •아세안과의 경제안보 네트워크 구축 <p>6) 지역·국제적 도전 과제 대응을 위한 한·아세안 협력</p> <ul style="list-style-type: none"> •아세안의 기후변화·환경 위기 대응 역량 강화 지원 •미래 감염병 대응 등 아세안의 보건 역량 강화 지원 •아세안 소지역(한·베트남, 한·해양동남아) 협력 강화 <p>7) 미래 번영을 이끄는 차세대 교류 증진</p> <ul style="list-style-type: none"> •아세안의 수요에 부응하는 미래 인적 자원 육성 협력 •상호 우호 증진을 위한 문화·관광·스포츠 협력 <p>8) 아세안 관련 협력기금 등 각종 협력 재원 확충</p> <ul style="list-style-type: none"> •’27년까지 아세안 3대 협력기금 연 4,800만불로 배증 •對 아세안 ODA 지속 확대 	<p>2) 상대적으로 호혜적·이익균등적인 한·아세안 관계 반영</p> <ul style="list-style-type: none"> •아세안 지역은 중앙아시아, 아프리카, 태도국 지역 등 여타 지역보다 상대적으로 상호호혜적이고 이익 균등적인 협력 대상 지역 •따라서, 한·아세안 CSP 격상은 한국에게 시장에서 교역 파트너의 가치뿐 아니라 남중국해 등 중요 해상교통로로서의 전략적 가치와 해외이주노동 제공 등 다면적 중요성을 가진 관계를 반영 <p>3) CSP 격상을 통해 포괄적 안보 협력 확대를 강화함으로써 아세안과의 실질적인 ‘포괄적(comprehensive)’ 전략 협력 시대로의 본격적 견인</p> <ul style="list-style-type: none"> •그동안 한·아세안 관계에서 경제 및 사회·문화 협력은 상당히 발전했지만, 안보 협력이나 아세안 지역 정세에 대한 한국의 적극적 관여에는 부족했던 측면 •CSP 격상을 통해 아세안 측이 가능한 많은 협력 분야를 포괄하며 기존 협력 분야를 심화하는 동시에 이전에 없던 새로운 협력 분야를 모색해야 함.

출처 : 외교부(2023, 2024), 조원득(2024)

Ⅲ. K-소비재의 ASEAN 진출 효과성 분석

1. 연구 설계 및 연구 모형

본 연구에서는 ASEAN과의 국제통상에서 정부의 제도적 노력과 K-소비재 진출을 위한 한류를 통한 민간에서의 대응에 대한 실질적 효과성을 분석하고자 한다. 정부는 RCEP과 CSP 등을 통해 ASEAN과의 통상·외교·국방·안보·문화 등 전방위적인 분야에서 협력 강화를 추진하여 왔는데, 최근 한류로 인한 ASEAN 지역으로의 K-소비재 진출 확대와 같은 민간에서의 성과를 어떻게 연계해갈 수 있는가에 대한 연구가 필요한 상황이다. 따라서 FTA가 무역에 미치는 효과를 측정하기 위해 주로 사용되는 중력모형에 기반하여 K-소비재의 ASEAN 지역으로 진출이 확대되게 된 요인에 대해 분석해 보고자 한다.

K-소비재의 ASEAN 지역으로의 진출에 영향을 주었을 정부에서의 제도적 측면에서의 노력으로 RCEP 체결을 고려할 수 있는데, FTA 체결시 사후적 효과분석을 위해 주로 사용되는 중력모형을 기반으로 FTA 체결여부를 나타내는 더미변수를 모형에 추가하여 RCEP이 ASEAN 지역으로의 K-소비재 수출에 미친 효과를 측정하고자 하였다. 아울러 최근 한류의 파급력이 커지면서 ASEAN 지역에 K-소비재의 진출이 증가하고 있다고 정부를 비롯한 여러 매체에서 평가하고 있는데, 실질적인 효과성에 대해 연구할 필요가 있다. 특히, 코로나19 무렵 온라인동영상서비스(OTT) 산업이 성숙기에 접어들면서 K-콘텐츠의 세계 진출이 본격화되고 한류를 상징할 수 있는 한식·한복을 비롯한 K-소비재 진출이 확대되게 되었는데, 영화, 음악, 지식정보 서비스, 콘텐츠솔루션 등 K-콘텐츠가 K-소비재의 ASEAN 지역으로의 진출 확대에 미친 영향을 분석할 필요가 있다. 이에 K-콘텐츠의 ASEAN 진출 규모를 앞서 기체결된 RCEP의 수출

에 대한 효과성 분석을 위한 모형에 추가하게 되었다. 이를 통해 RCEP 체결 이후 K-소비재에 대한 ASEAN으로의 수출액 증가가 관세를 비롯한 정부의 통상정책의 효과인지, 아니면 외부 편익이 존재하고 소비의 비경합성이 강한 공공재적 성격을 지닌 문화 산업의 파급효과인지 구분하여 분석하고자 한다.

RCEP 이후 K-소비재의 ASEAN으로의 진출 효과는 크게 두가지 경로로 구분할 수 있다. 우선 K-소비재의 ASEAN으로의 진출 효과가 RCEP을 통한 관세 인하의 효과인지 K-콘텐츠 증가로 대변할 수 있는 한류의 영향인지 아니면 둘 모두의 상호작용으로 인한 영향인지 분석할 수 있다. 이를 통해 K-소비재의 ASEAN으로의 진출 효과를 RCEP 이후 관세 인하를 통한 비용 절감을 의미하는 공급의 증가 요인과 K-콘텐츠의 수출액 증가를 의미하는 한류의 확대에 의한 수요의 증가 요인으로 효과를 구분할 수 있는데, RCEP과 K-콘텐츠의 상호작용 효과를 통해 K-소비재 진출을 위한 ASEAN 시장으로의 진출 기여 정도를 결정할 수 있다. 따라서 RCEP을 통한 K-소비재의 공급 확대 효과와 한류 확대를 통한 K-소비재의 수요 확대 효과는 상호작용시 음(-)의 부호가 도출될 것으로 예상된다. 먼저 총량적 관점에서 RCEP과 K-콘텐츠가 K-소비재 수출에 어떻게 영향을 미치는지 실증분석하기 위해 기존의 부분균형분석 연구들(Anderson and Van Wincoop 2003; Baier and Bergstrand 2007; Costinot et al. 2012)을 고려하여 다음과 같이 모형을 설정하게 되었다. 전체 표본 기간은 2007년부터 2022년까지이며 추정모형은 K-콘텐츠 수출액이 ASEAN 개별 국가가 아닌 해당 지역 전체의 통합적 규모의 데이터 성격을 고려하여 통상자승추정법(OLS, Ordinary Least Squares)을 적용하게 되었다.

$$\ln Y_t = \beta_0 + \beta_1 \ln K\text{콘텐츠}_t + \beta_2 RCEP_t + \beta_3 RCEP_t \times \ln K\text{콘텐츠}_t + \beta_4 \ln KGDP_t + \beta_5 \ln AGDP_t + \beta_6 \ln EX_t + \epsilon_t \quad \text{식 (III-1)}$$

이때 Y_t 는 t 기의 K-소비재 수출액, K 콘텐츠 $_t$ 는 t 기의 K-콘텐츠 수출액, $RCEP_t$ 는 t 기 한국과 ASEAN간의 RCEP 체결 여부, $KGDP_t$ 는 t 기 한국의 국내총생산, $AGDP_t$ 는 t 기 ASEAN의 총 국내총생산을 나타내며 ϵ_t 는 일반적인 잔차항이다.

RCEP 이후 K-소비재의 ASEAN으로의 진출 효과를 분석하기 위한 두 번째 경로로 개별 K-소비재에 대한 개별 K-콘텐츠 산업의 개별적 효과를 분석할 수 있다. K-소비재에 대해 가공식품, 화장품, 의류 등 산업군별 수출액으로 구분하였고, 농식품부에서 발표한 K-농식품 및 전후방 산업 상위 14개 품목별 수출액으로 분류하였다. K-콘텐츠 산업에 대해서는 출판, 만화, 음악, 게임, 애니메이션, 캐릭터, 지식정보, 콘텐츠 솔루션, 영화, 방송산업 등 품목별 수출액으로 구분하였다. 아울러 코로나19에 해당하는 시기를 더미변수 처리하여 RCEP 체결 이후의 경제적 효과를 더욱 구체화하였다. 이에 개별 K-소비재에 대한 음악, 지식정보, 영화, 콘텐츠솔루션 등 개별 K-콘텐츠 품목과 RCEP의 효과를 분석하기 위해 각각의 변수들을 부분균형분석 모형에 적용하게 되었다. 따라서 양국의 생산규모가 증가할수록 수출이 증가하고 FTA으로 인해 관세가 감소하게 되면 수출이 증가할 것으로 예상된다. 아울러 ASEAN 지역에 K-콘텐츠로 인한 한류의 파급력이 커질수록 K-소비재의 수출 규모도 커질 것으로 예상된다.

$$\begin{aligned} \ln Y_t = & \beta_0 + \beta_1 \ln \text{음악}_t + \beta_2 \ln \text{지식정보}_t + \beta_3 \ln \text{영화}_t + \\ & \beta_4 \ln \text{콘텐츠솔루션}_t + \beta_5 RCEP_t + \beta_6 \ln KGDP_t + \\ & \beta_7 \ln AGDP_t + \beta_8 EX_t + \beta_9 \text{코로나}_t + \epsilon_t \end{aligned} \quad \text{식 (III-2)}$$

이때 $Y_t = \{K\text{소비재}_t, \text{전체가공식품}_t, \text{기호식품}_t, \text{농산가공품}_t, \text{수산가공품}_t, \text{축산가공품}_t, \text{화장품}_t, \text{의류총괄}_t, K\text{농식품및전후방산업상위14대품목}_t, \text{라면}_t, \text{농약}_t, \text{과자류}_t,$

음료_t, 소스류_t, 커피조제품_t, 쌀가공식품_t, 김치_t, 펫푸드_t, 리큐르_t, 닭고기_t, 아이스크림_t, 유자_t, 포도_t에 해당한다.

2. 자료 설명 및 기초 통계량

본 회귀분석 모형의 추정을 위해 2007년부터 2022년까지 한국과 ASEAN의 연별 데이터를 이용하였다. GDP에 대해서는 World Bank WDI에서 수집하였고 모두 명목 천달러를 기준하여 활용하였다. 환율(원/달러) 자료는 기획재정부에서 수집하였고, K-소비재와 K-콘텐츠 수출 자료는 각각 한국무역협회와 문화체육관광부 통계자료에서 추출하였다. <표 4>에서는 K-소비재 및 K-콘텐츠에 해당하는 구체적인 품목별 자료에 대한 분류와 코드 정보를 제시하고 있고, <표 5>에서는 실증분석에 사용된 변수의 통계적 특성을 요약하고 있다.

<표 4> K-콘텐츠 및 K-소비재 자료 분류 및 코드

구 분	품 목 및 코 드		출 처
K-소비재	가공 식품	기호식품(015), 농산가공품(016), 축산가공품(024), 수산가공품(046)	한국무역협회 수출통계 (MTI, HS, SITC 기준)
	화장품	비누·치약 및 화장품 (227)	
	의 류	의류(441), 패션잡화(518), 신발(5212)	
K-농식품 및 전후방산업 상위 14대 품목	라면(HS1902301010), 농약(2261), 과자류(0161), 음료(0159), 소스류(0143), 커피조제품(015120), 쌀가공식품(016200), 김치(HS2005991000), 펫푸드(SITC08195), 리큐르(015740), 닭고기(022210), 아이스크림(SITC02233), 유자(HS2008301000), 포도(011621)		
K-콘텐츠	출판, 만화, 음악, 게임, 애니메이션, 지식정보, 콘텐츠솔루션, 영화, 방송산업		문화체육관광부 (콘텐츠산업조사)

<표 5> 변수의 통계적 특성

변 수	관측치수	평균	표준편차	최소값	최대값
K소비재	16	1,704,293	840,741	439,107	2,972,335
K콘텐츠	16	1,099,506	605,835	315,829	2,417,168
K농식품 및 전후방산업14대 품목	16	421,105	264,559	84,764	933,485
RCEP	16	0.125	0.342	0	1
GDP_Korea	16	1.42E+09	2.62E+08	9.44E+08	1.82E+09
GDP_ASEAN	16	2.57E+09	6.75E+08	1.35E+09	3.67E+09
EXR_KU	16	1,133	82	936	1,265
코로나19	16	0.188	0.403	0	1
가공식품	16	615,543	336,605	147,937	1,198,466
기호식품	16	334,657	163,459	79,193	560,169
농산가공품	16	148,384	98,533	36,347	325,802
수산가공품	16	46,365	35,115	16,459	123,848
축산가공품	16	86,137	56,235	11,393	202,937
화장품	16	400,726	306,787	41,064	959,835
의류총괄	16	688,023	256,029	250,106	997,447
K콘텐츠	16	1,099,506	605,835	315,829	2,417,168
출판	16	54,723	46,107	22,340	150,784
만화	16	6,435	5,679	498	19,835
음악	16	57,975	50,408	2,061	147,074
게임	16	626,502	458,192	103,093	1,626,161
애니메이션	16	2,130	2,436	125	8,781
캐릭터	16	63,617	35,318	13,632	123,819
지식정보	16	225,005	55,122	127,644	303,598
영화	16	4,107	1,719	2,190	8,088
콘텐츠솔루션	16	31,513	12,111	14,372	49,669
방송산업	16	23,497	10,131	9,884	42,076
라면	16	58,456	48,491	10,696	143,238

(계속)

<표 5> (계 속)

변 수	관측치수	평균	표준편차	최소값	최대값
농약	16	105,511	58,633	20,321	203,917
과자류	16	20,769	10,151	4,285	36,781
음료	16	81,000	68,740	5,664	203,188
소스류	16	29,536	20,223	6,961	67,227
커피조제품	16	64,811	20,973	23,387	96,349
쌀가공식품	16	6,115	3,768	2,229	11,952
김치	16	3,983	2,739	736	9,224
햇푸드	16	8,117	13,221	333	40,751
리큐르	15	36	34	0	119
닭고기	16	27,444	20,437	4,139	80,325
아이스크림	16	9,025	5,391	1,931	20,537
유자	16	2,007	2,471	190	7,297
포도	16	4,297	5,285	415	14,652

3. 실증분석 결과/함의

(1) 실증분석 결과(RCEP 및 한류 4.0의 통합적 효과)

최근 정부 및 매체에서 ASEAN 지역으로의 K-소비재 증가 현상은 예상과 달리 RCEP으로 인한 정부에서의 통상 정책이나 한류 4.0 시대 진입 이후 K-콘텐츠 진출 증가로 인해 큰 영향을 받지는 않고 있다. 즉 <표 6>에서 K-소비재 증가 양상은 국제통상 측면에서 고무적인 현상이지만 RCEP으로 인한 FTA 효과나 K-콘텐츠로 인한 한류 확대 효과에 대해서는 통계적으로 큰 유의미를 보이지는 않고 있다. 더욱이 ASEAN 시장에서 큰 두각을 보이고 있는 가공식품에 대해서도 RCEP이나 한류 4.0으로 대변할 수 있는 K-콘텐츠 증가와는 통계적으로 관련이 없는 것으로 추정된다. 하지만 RCEP과 K-콘텐츠의 상호작용 효과에서 통계적으로 유의하지는 않지만 부호 측면에서 음(-)의 방향으로 일치추정량이 도출되는 측면이 있는데, 정부

에서의 FTA 촉진을 통한 지역 시장으로의 공급 증가를 위한 노력과 민간에서 한류를 활용한 시장에서의 수요 증가에 대응한 시장진출 확대 노력은 양면성이 있어 정부는 통상 및 지역의 경제 발전을 위해 FTA 체결뿐 아니라 세계 지역의 수요 측면에서 시장을 확대할 수 있는 방법을 강구하고 지원할 필요가 있음을 시사한다.

<표 6> ASEAN 시장에서 RCEP 및 한류 4.0에 의한 K-소비재 수출 효과 (통합적 효과)

VARIABLES	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	ln_소비재	ln_소비재	ln_전체 가공식품	ln_전체 가공식품	ln_K농식품 및전후방산 업상위14대 품목	ln_K농식품 및전후방 산업상위14 대품목
ln_K콘텐츠	-0.026 (0.101)	-0.020 (0.111)	0.147 (0.113)	0.149 (0.124)	0.275 (0.154)	0.331* (0.156)
RCEP	-0.166** (0.070)	1.750 (10.470)	-0.018 (0.079)	0.461 (11.759)	-0.030 (0.107)	18.620 (14.784)
RCEP×ln_콘텐츠		-0.132 (0.722)		-0.033 (0.810)		-1.285 (1.019)
ln_GDP_KOR	1.236*** (0.276)	1.250*** (0.300)	0.854** (0.309)	0.857** (0.337)	1.418*** (0.422)	1.552*** (0.424)
ln_GDP_ASEAN	1.462*** (0.249)	1.443*** (0.281)	1.497*** (0.279)	1.493*** (0.316)	1.129** (0.380)	0.946** (0.397)
ln_EXR_원달러	0.610* (0.328)	0.610 (0.346)	0.188 (0.368)	0.188 (0.388)	0.746 (0.502)	0.746 (0.488)
Constant	-47.379*** (4.684)	-47.342*** (4.932)	-40.572*** (5.251)	-40.563*** (5.539)	-50.593*** (7.161)	-50.237*** (6.964)
Observations	16	16	16	16	16	16
R-squared	0.991	0.991	0.990	0.990	0.985	0.988

Standard errors in parentheses
*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

(2) 실증분석 결과(K-콘텐츠 세부 품목에 대한 효과)

한류 4.0으로 대변할 수 있는 K-콘텐츠의 세계시장으로의 약진과

RCEP을 통한 FTA 체결이 ASEAN 시장으로의 K-소비재 진출과 연계할 수 있는지 주요 산업군/품목별로 구분하여 분석한 결과, 특정 K-콘텐츠 산업이 K-소비재 전체의 ASEAN 진출에 영향을 주고 있음을 확인할 수 있었다. <표 7>에서 ASEAN 시장으로 영화 산업의 1% 진출 증가시 K-소비재의 ASEAN 시장 진출이 0.17% 증가의 효과가 있음을 통계적으로 입증할 수 있었다. 우선 K-소비재에 대한 세부 산업군으로 고려할 때 전체 가공식품이 코로나19 시기에 오히려 ASEAN 진출이 증가하였는데 한국 음악 진출이 통계적으로 유의미하였고, 전체 가공식품 중 기호식품의 경우 한국 영화 진출과 통계적으로 유의미한 관계가 있음을 확인할 수 있다. 하지만, 화장품과 의류총괄에 영향을 미치는 K-콘텐츠의 효과는 거의 없는 것으로 추정되는데, 현지에서 해당 품목의 인기는 ASEAN 지역 전체 국민이 아닌 젊은층과 같은 일부 계층에 한정될 것으로 사료된다.

한편, <표 7>의 9번째 열과 <표 8>에서 K-소비재에 대해 14개의 주요 품목별로 추려서 실증분석한 결과, K-농식품 및 전후방산업 14개 품목 전체는 콘텐츠솔루션 산업 진출이 1% 증가할수록 K-농식품 및 전후방산업 14대 품목의 ASEAN 시장 진출은 0.71% 증가 효과가 있음을 통계적으로 입증할 수 있었다. 특히 K-농식품 및 전후방 산업 품목 중 소스류, 김치, 유자의 경우 코로나19의 시기에 오히려 ASEAN 시장 진출이 증가하였는데, 콘텐츠솔루션과 음악 등 최근 한류의 인기 증가로 인한 ASEAN 시장에서의 파급력이 통계적으로 유의미하게 영향을 미치고 있음을 확인할 수 있다.

아울러 K-소비재를 산업군/품목별로 구분하였을 때, K-소비재의 ASEAN 진출시 RCEP의 효과는 미미한 것으로 보이는데, K-소비재의 ASEAN 진출 확대는 FTA를 통한 관세 절감 효과로 인한 비용 절감의 측면이 아니라 한류의 인기에서 비롯된 ASEAN 시장에서 수요의 확대에 기인한다고 판단할 수 있다.

V. 결론 및 시사점

본 연구에서는 한·ASEAN의 통상을 비롯한 외교·안보·문화·국방 등에서의 제도적 협력과 발전 과정을 정리하고, K-콘텐츠의 세계 진출 본격화를 의미하는 한류 4.0의 ASEAN 지역으로의 영향력 확대가 K-소비재의 ASEAN 진출에 미치는 영향을 실증분석하였다. 최근 각종 매체와 수출 박람회를 통해 K-소비재의 수출이 급증하고 있는데, 주요한 요인으로 최근 OTT 서비스가 본격화되면서 한류 문화에 대한 열풍이 세계적으로 부각되고 있다고 하지만 ASEAN 시장에서의 총체적인 현상이라 단정하기에는 신중하게 판단하는 것이 적절해 보인다. K-소비재 전체가 한국 영화와 같은 한류 문화의 진출에 영향을 받고 있는 것이 통계적으로 유의미하게 도출되었는데 특히 기호식품의 경우 영화와 같은 한류에 크게 영향을 받고 있지만, 기타의 가공식품과 화장품, 의류 산업에 미치는 영향은 크지 않기 때문이다. 또한 주요 K-소비재에 대해 주요 품목별로 실증분석하였을 때, 소스류, 김치, 유자의 경우 콘텐츠솔루션과 음악 등 최근 한류의 인기 확대로 인한 ASEAN 시장 진출에서의 과급력이 통계적으로 입증할 수 있지만 기타 품목들은 한류 이외의 다양한 요인에 의해 ASEAN 시장 진출에 영향을 미치고 있다. 하지만, 특정 K-소비재의 수출 증가는 K-콘텐츠로 인한 한류에 대한 선호도가 ASEAN 시장 국민들의 기호에 영향을 미치고 있는데, 서비스 산업의 긍정적 외부 효과가 잘 발현되고 있음을 확인할 수 있었다.

한편, ASEAN 시장으로의 K-소비재 진출시 RCEP을 통한 관세 절감의 효과는 크지 않은 것으로 나타나고 있는데, ASEAN과 한국은 2007년 비록 양자간 형태이기는 하지만 ASEAN+1 형태의 FTA를 발효하였고 RCEP의 발효 이후 효과를 확인할 수 있는 기간이 더 필요할 수 있다. 하지만, 최근 ASEAN 시장으로의 K-소비재가 증가

하고 있는 이유는 공급망 확충과 같은 기존의 정부와 기업의 노력과는 성격이 다른 상황임을 인지할 필요가 있다. 즉 ASEAN 지역에 대해 기존의 가공무역 형태의 값싼 노동력을 활용할 수 있는 생산기지 역할에 대한 측면뿐 아니라 수요 측면에서 소득 수준은 낮을 수 있지만 인구수는 많은 시장으로서의 가치를 인지해갈 필요가 있다. 통상 활로 개척을 위해 우리는 새로운 공급망과 디지털 산업 확충을 위해 노력을 하고 있지만, 수요와 공급의 균형에 기반한 경제문제 해결 방식을 생각한다면 통상 전략에 있어서도 수요 확대를 통한 세계 시장 확충 측면에서 다각화가 필요하다고 생각한다. ASEAN이 단일 권역의 성격이 아닌 다양한 경제 수준의 국가들의 공동체임을 고려한다면, 단순히 수평적이거나 수직적 형태의 기업 진출이나 수출 지원 형태가 아닌 현지를 통한 제3국 진출 등 수출 플랫폼 형태와 같은 통상 전략 다각화가 요구되는 상황이다.

아울러 최근 미국의 트럼프 행정부의 2기 집권으로 인해 자국 우선주의와 미·중간 통상 갈등이 부각되면서 각자도생의 시대가 도래하여 우리에게 큰 위기인 것처럼 보이지만 국제사회에서 한국의 지위가 상승하게 되면서 우리가 담당해야 할 역할과 책임이 커지고 있다. 최근 한국은 ASEAN과 포괄적전략동반자관계(CSP)로 격상되게 되었는데 지금까지 중견국으로서 국제관계에서 소극적인 입장을 견지하는 태도가 아닌 선진국으로서 본보기를 보이고 통상·문화·인권·국방·안보 등 다양한 의제에 대해 국제사회에 적극적으로 기여할 수 있는 계기가 마련되고 있다. 발전경제학에서는 자본의 3요소로 ‘물적 자본’, ‘인적 자본’, ‘사회적 자본’ 등을 고려한다. 우리나라에서는 1960년대 ‘물적 자본’을 확충하기 위해 수출주도정책을 추진한 결과 현재 세계 10위권의 경제 선진국의 목표를 달성하였고, 현재 AI 등 신성장 산업 발전에 뒤처지지 않기 위해 R&D와 ‘인적 자본’ 확충을 통한 빅푸시 정책의 기조가 지배하는 경향이 있다. 하지만,

<표 7> ASEAN 시장에서 RCEP 및 한류 4.0에 의한 K-소비재 수출 효과
(K-소비재 품목별 및 K-농식품 및 전후방산업 14대 품목의 통합적 효과)

VARIABLES	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
	ln_K소비재	ln_전체가공식품	ln_기호식품	ln_농산가공품	ln_수산가공품	ln_축산가공품	ln_화학품	ln_의류종ial	ln_K농식품 및 전후방산업 상위14대품목
ln_음식	0.135 (0.075)	0.180* (0.075)	0.222 (0.147)	-0.019 (0.205)	-0.092 (0.339)	0.456 (0.448)	0.190 (0.275)	0.128 (0.258)	0.010 (0.142)
ln_지식경보	0.048 (0.296)	0.345 (0.296)	0.134 (0.584)	0.823 (0.812)	-0.733 (1.342)	1.046 (1.775)	1.039 (1.089)	-0.394 (1.022)	-0.064 (0.563)
ln_영화	0.173** (0.056)	0.059 (0.056)	0.227* (0.110)	0.078 (0.153)	-0.288 (0.253)	-0.476 (0.335)	0.097 (0.206)	0.293 (0.193)	0.196 (0.106)
ln_콘텐츠출루선	-0.306 (0.185)	-0.689*** (0.185)	-0.812* (0.366)	0.474 (0.508)	1.015 (0.840)	-2.609* (1.111)	-0.658 (0.682)	-0.181 (0.640)	0.706* (0.352)
RCEP	-0.216 (0.112)	-0.053 (0.112)	-0.221 (0.220)	0.143 (0.306)	-0.011 (0.506)	0.251 (0.669)	-0.051 (0.411)	-0.371 (0.385)	-0.203 (0.212)
ln_GDP_KOR	1.058** (0.306)	1.071** (0.306)	0.977 (0.604)	0.387 (0.839)	2.021 (1.387)	1.587 (1.834)	1.207 (1.126)	0.924 (1.057)	0.435 (0.582)
ln_GDP_ASEAN	1.111** (0.323)	1.289*** (0.323)	1.542* (0.637)	0.618 (0.885)	-0.108 (1.464)	2.092 (1.935)	1.605 (1.188)	0.910 (1.115)	1.035 (0.614)
ln_EXR_원달러	0.490 (0.281)	0.243 (0.280)	-0.036 (0.553)	-0.342 (0.769)	1.173 (1.272)	1.926 (1.681)	0.350 (1.032)	0.581 (0.969)	0.387 (0.533)
코로나19	0.100 (0.070)	0.217** (0.070)	0.081 (0.138)	0.253 (0.191)	0.632* (0.316)	0.390 (0.418)	0.263 (0.257)	-0.192 (0.241)	0.216 (0.133)
Constant	-35.857*** (5.723)	-38.539*** (5.716)	-38.581*** (11.282)	-22.913 (15.687)	-36.160 (25.938)	-68.025* (34.285)	-58.915** (21.045)	-26.822 (19.755)	-29.752*** (10.875)
Observations	16	16	16	16	16	16	16	16	16
R-squared	0.998	0.998	0.994	0.990	0.962	0.958	0.990	0.958	0.995

Standard errors in parentheses
*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

<표 8> ASEAN 시장에서 RCEP 및 한류 4.0에 의한 K-소비재 수출 효과
(K-농식품 및 전후방 산업의 주요 소비재 품목별 효과)

VARIABLES	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)	(14)
	ln_라면	ln_농약	ln_과자류	ln_음료	ln_소스류	ln_커피	ln_생가	ln_김치	ln_패푸드	ln_리큐르	ln_담고기	ln_아이	ln_유자	ln_포도
						조제품	공식품					스크림		
ln_음약	-0.462 (0.472)	-0.021 (0.260)	0.786** (0.308)	0.257 (0.324)	0.076 (0.138)	-0.297 (0.353)	-0.291 (0.954)	0.698** (0.241)	0.635 (0.775)	-1.998 (2.283)	1.772** (0.570)	-0.093 (0.200)	0.016 (0.440)	-0.227 (1.325)
ln_지식정보	1.782 (1.871)	0.019 (1.029)	-0.974 (1.221)	-0.704 (1.282)	-0.922 (0.548)	0.214 (1.399)	3.789 (3.781)	0.075 (0.954)	-0.652 (3.071)	14.117 (15.248)	-7.501** (2.257)	0.534 (0.791)	-0.405 (1.743)	3.429 (5.250)
ln_영화	0.187 (0.353)	0.338 (0.194)	0.328 (0.230)	0.572* (0.242)	0.067 (0.104)	0.069 (0.264)	-0.833 (0.714)	0.082 (0.180)	0.005 (0.580)	-1.181 (2.968)	-0.863* (0.426)	0.101 (0.149)	0.253 (0.329)	0.030 (0.991)
ln_콘텐츠	1.657 (1.171)	0.102 (0.644)	-1.657* (0.764)	1.276 (0.802)	1.366*** (0.343)	0.900 (0.876)	0.078 (2.367)	-0.336 (0.597)	1.809 (1.923)	-4.305 (6.158)	0.501 (1.413)	0.780 (0.495)	2.518* (1.091)	1.507 (3.286)
슬루션	0.266 (0.705)	-0.209 (0.388)	-0.583 (0.460)	-0.696 (0.483)	-0.378 (0.207)	0.123 (0.527)	1.332 (1.426)	-0.202 (0.359)	-0.111 (1.158)	1.73 (7.819)	-1.748* (0.851)	0.309 (0.298)	-0.686 (0.657)	0.639 (1.979)
RCEP	0.436 (1.934)	0.268 (1.064)	2.509* (1.262)	2.485 (1.325)	1.497** (0.567)	-1.994 (1.446)	-0.868 (3.908)	1.155 (0.986)	2.533 (3.174)	-7.636 (9.454)	6.270** (2.332)	-1.376 (0.817)	0.565 (1.802)	1.364 (5.426)
ln_GDP_KOR	0.474 (2.041)	2.056 (1.123)	-0.181 (1.332)	0.081 (1.398)	0.033 (0.598)	2.375 (1.526)	0.046 (4.124)	-1.246 (1.040)	-3.193 (3.350)	10.198 (12.647)	-3.454 (2.461)	2.029* (0.862)	-1.424 (1.901)	-2.245 (5.725)
ln_GDP_ASEAN	-0.956 (1.773)	-0.283 (0.975)	2.289* (1.157)	0.991 (1.215)	0.813 (0.520)	-0.854 (1.325)	-0.571 (3.582)	0.542 (0.903)	2.922 (2.910)	6.098 (9.162)	8.782*** (2.138)	-1.274 (0.749)	3.092 (1.652)	1.367 (4.973)
ln_EXR_원달러	0.300 (0.441)	0.061 (0.243)	0.294 (0.288)	0.246 (0.302)	0.310* (0.129)	-0.117 (0.330)	-0.082 (0.891)	0.511* (0.225)	1.673* (0.724)	0.006 (3.157)	0.653 (0.532)	-0.104 (0.186)	1.435** (0.411)	0.971 (1.238)
Constant	-37.897 (-36.155)	-40.612* (-19.887)	-37.092 (-23.595)	-62.158** (-24.77)	-31.995** (-10.596)	-1.694 (-27.033)	-7.782 (-73.056)	1.379 (-18.424)	-14.547 (-59.343)	-198.639 (-181.182)	-33.283 (-43.604)	-11.515 (-15.279)	-19.209 (-33.685)	-38.027 (-101.428)
Observations	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16
R-squared	0.966	0.983	0.971	0.992	0.996	0.892	0.68	0.988	0.967	0.771	0.94	0.989	0.98	0.872

Standard errors in parentheses

*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

주요 국가 기술이 고도화된 지금 시기에는 기술에 대한 투자에만 관심을 갖는 것이 아니라 우리 지역 및 세계 각지 시민들에게 필요한 잠재적 수요가 무엇인지 먼저 파악하고 이를 위해 다양한 기술과 제도로 보완해 가는 노력과 민·관 협력의 확대된 공공성 개념이 정착하여 신뢰에 기반한 민간의 역할이 사회에서 기여할 수 있도록 제도의 체계화가 필요하다고 생각한다. 국제 사회에서 통상을 비롯한 다양한 분야에서 한국의 적극적인 기여를 기대하고 있는데 우리가 처해 있는 어려움에 대해 우리의 방식으로 지혜롭게 극복해가고 노하우를 축적해갈 필요가 있다. 이에 우선 우리가 처해있는 저출생·고령화, 산업 및 지역 고착화 문제에 대해서 ‘성장매개형방식(growth mediated process)’으로 경제가치를 결집시켜가는 ‘플랫폼 경제(platform economy)’를 활성화하여 지역 사회에서의 잠재적 수요를 발굴하고 시스템적 사고로 전환하여 신성장 산업과 연계해 가는 노력이 필요하다고 생각한다.

본 연구는 ASEAN 진출을 위한 RCEP과 한류의 효과에 대해 단기의 측면에서 ASEAN 지역을 하나의 권역으로 간주하여 분석한 측면이 있다. 따라서, 향후 ASEAN 국가 전체의 유기적 관계를 중시하면서 개별 국가들이 산업 수준과 문화에서 다양한 차이가 존재한다는 점을 고려하여 ASEAN 국가별 한류 효과에 대해서도 심도 있게 연구해갈 필요가 있다.

참고문헌

- 권구훈. 2024. “2025 세계경제 전망 세계한인경제 네트워크 영향.”
국회세계한인경제포럼 초청 특강. 대한민국 국회.
- 김미영. 2023. “그들은 어디 모여 사는가? 수도권 청년 빈곤층의 공간
적 집중과 구성 변화.” 아산재단 창립 46주년 기념 심포지엄.
- 김수동.설윤. 2024. “미중 무역분쟁에 따른 관세부과가 우리 산업에
미치는 영향 분석.” 『한국혁신학회지』 19(2): 1-29.
- 김형중. 2019. “문재인 정부 신남방정책의 평가와 과제.” 문재인 정
부 신남방정책, 이대로 좋은가. 참여연대 · 한국동남아학회.
- 농림축산식품부. 2025. “2024년 케이-푸드 플러스(K-Food+) 수출액
130억 달러 돌파, 역대 최고 실적.” 대한민국 정책브리핑 보
도자료.
- 라미령.최인아.정재완.신민금.김형중. 2021. “포스트 코로나 시대의
아세안 공동체 변화와 신남방정책의 과제”. 『대외경제정책
연구원 연구보고서』 21(4). 대외경제정책연구원.
- 맥킨지. 2025. “트럼프 2기 주요 정책과 한국의 잠재적 영향력.” 맥
킨지 한국 사무소.
- 산업통상자원부. 2024. “글로벌 한류열풍 ... 혁신 플랫폼 타고 K-소
비재 수출 속도 낸다.” 대한민국 정책브리핑 보도자료.
- _____. 2025. “2024년 연간 및 12월 수출입 동향.” 대한민국 정책브
리핑 보도자료.
- 산업연구원. 2013. “아베노믹스 이후 일본의 산업동향 및 정책적 시
사점.” 청와대 정책제안 요약 보고서. 산업연구원.
- 양수영.이성민. 2022. 『한류의 발전과정과 향후 전망』. KOCCA
Focus 통권 138호. 한국콘텐츠진흥원.
- 유정근.고재길. 2023. “RCEP 체결 이후 ASEAN 지역내 주요 산업

- 경쟁력 변화와 시사점.” 『무역연구』 19(6): 317-335.
- 유정근.김상규. 2020. “서울시 노년층 잠재적 수요발굴 연구: 강북구 독거노인 생활실태에 대한 심층 분석을 포함하여”. 서울연구원 구정연구단 기초연구보고서. 서울시 강북구청.
- 유정근.손승희.이신표.한준섭. 2021. “서울시 중구형 뉴딜정책 관련 지역경제 발전 전략 연구”. 서울연구원 구정연구단 기초연구보고서. 서울시 중구청.
- 유정근.정주호. 2022. “서울시 강북구 노년층 잠재적 수요발굴 및 경제발전 연구.” 『지역발전연구』 31(2): 115-153.
- 윤진표. 2016. “아세안 정치·안보공동체.” 『아시아의 꿈, 아세안 공동체를 말한다』. 한-아세안센터. 13-34.
- 이근. 2014a. “산업 주도권의 추격 사이클 이론과 한국에의 시사.” 한국경제학회·산업연구원·한국경제연구원 정책세미나 <산업경쟁력 확보를 통한 경제 활력 제고방안: 중국의 추격과 한국 제조업의 과제>.
- _____. 2014b. 『경제추격론의 재창조: 기업·산업·국가 차원의 이론과 실증』. 서울: 오래.
- 이두희.정현민.정윤선.김수동.고경훈. 2018. “저성장 극복을 위한 지방분권과 혁신을 통한 혁신주도 전략.” 산업연구원.
- 이재현. 2024. “한-아세안 포괄적 전략 동반자 관계 수립: 배경, 의의와 향후 과제.” 『이슈브리프』. 아산정책연구원.
- 이충열. 2016. “아세안 공동체.” 『아시아의 꿈, 아세안 공동체를 말한다』. 한-아세안센터. 35-68.
- 외교부. 2023. “한-아세안 연대구상(KASI, Korea-ASEAN Solidarity Initiative) 국영문 설명자료.” https://mys.mofa.go.kr/www/brd/m_3924/view.do?seq=363570&page=1. (검색일: 2024/12/15.)

- _____. 2024. “한-아세안 포괄적 전략동반자 관계 수립에 관한 공동성명.” https://www.mofa.go.kr/www/brd/m_26779/view.do?seq=639. (검색일: 2024/12/15.)
- 정대희, 박은옥, 석준호. 2024. “동남아시아 국가들의 디지털 서비스 교역장벽이 과일 수입에 미치는 영향 분석.” 『무역상무연구』 104: 257-276.
- 정민승. 2019. “신남방정책, 중상주의 접근은 한계 … 특정국 편애도 경계해야.” 『한국일보』. <https://www.hankookilbo.com/News/Read/201911191501789649>. (검색일: 2024/12/15.)
- 조원득. 2024. “한-아세안 포괄적 전략 동반자 관계 격상 의미와 시사점.” 주요국제문제분석 2024-25. 국립외교원 외교안보연구원.
- 최경희. 2016. “아세안 사회·문화공동체.” 『아시아의 꿈, 아세안 공동체를 말하다』. 한-아세안센터. 69-85.
- 최현철. 2021. “한류 4.0, 신(新)한류는 어떤 대중문화인가?: D. 닷슨의 대중문화 유형 분석을 중심으로.” 『인문과 예술』 11: 253-272.
- Anderson, J. and E. Van Wincoop. 2003. “Gravity with Gravitas: A Solution to the Border Puzzle.” *The American Economic Review* 93(1): 170-192.
- Association of Southeast Asian Nations. 2023. *ASEAN Statistical Yearbook*. ASEAN Secretariat. (accessed: 2025/01/15.)
- Baier, L. and H. Bergstrand. 2007. “Do Free Trade Agreements Actually Increase Members’ International Trade?” *Journal of International Economics* 71(1): 72-95.
- Costinot, A., D. Donaldson, and I. Komunjer. 2012. “What Goods Do Countries Trade? A Quantitative Exploration of Ricardo’s

- Ideas.” *The Review of Economic Studies* 79: 581-608.
- Chia, S. Y. 2012. “ASEAN perspective on East Asian economic integration.” The KDI-NIRAIWEP-ADB International Conference on East Asian Economic Integration. Seoul, Korea.
- Kawai, M. and G. Wignaraja. 2008. “EAFTA or CEPEA: Which way forward?” *ASEAN Economic Bulletin* 25(2): 113-139.
- Lin, J. 2023. “Is ASEAN’s Comprehensive Strategic Partnership Becoming A Farce?” *Fulcrum*.. <https://fulcrum.sg/aseanfocus/is-aseans-comprehensive-strategic-partnership-becoming-a-farce>. (accessed: 25/1/20.)
- Ministry of Foreign Affairs of Japan. 2002, “Japan’s FTA Strategy (Summary).” Tech. Rep. Economic Affairs Bureau.
- Nakagawa, J. and W. Liang. 2011. “A Comparison of the FTA Strategies of Japan and China and Their Implications for Multilateralism.” *RCCPB Working Paper* 11.
- Nugroho, G. 2008. “China’s preferences in the establishment of an East Asian free trade agreement: An ASEAN+3 FTA or/and an ASEAN+6 FTA?” *The Summer Institute on Regional Integration at Waseda 2008*. Tokyo, Japan.
- Posen, A. 2024. “Navigating Trump’s Second Term: Korea’s Path Through Turbulent Times.” 2024 FKI-PIIE Joint Conference. Seoul.
- Schott, J. 2024. “Assessing Policy Shifts in Trump 2.0: Implication for the World and Korea.” 2024 FKI-PIIE Joint Conference. Seoul.
- Urata, S. 2005. “Free Trade Agreements: A Catalysit for Japan’s

- Economic Revitalization.” I. T. Ito, H. Patrick and D. E. Weinstein (eds.). *Reviving Japan's Economy*. New York: Oxford University Press. 377-410.
- Urata, S. 2008. “CEPEA: Japan's New Regional Cooperation Initiative in East Asia.” *Japan Spotlight*.
- World Bank. 2025. “World Development Indicators.” <https://databank.worldbank.org/source/world-development-indicators>. (accessed: 2025/01/15.)
- World Trade Organization. 2025. “WTO Stats.” <https://stats.wto.org>. (accessed: 2025/01/15.)
- Yoo, J. G. 2016. “An Economic Effect Analysis of ASEAN FTA on FDI Flows into the ASEAN Countries.” *Journal of Distribution Science* 14(1): 39-49.
- _____. 2017. “ASEAN and Economic Integration: An Empirical Analysis on Effectiveness of Investment Sources as Foreign Exchange.” Ph. D. Dissertation Tokyo: Waseda University.

(2025.03.31. 투고, 2025.04.16. 심사, 2025.05.15. 게재확정)

<Abstract>

Economic Impacts of the Korean Wave and RCEP on K-Consumer Goods Entry into ASEAN*

Jung-Geun YOO

(Institute for International Commerce Research)

Jai-Kil KO

(Daejin University)

This study empirically analyzes the impact of Korean Wave's expanding influence in the ASEAN region, representing the global expansion of K-content, on the market entry of K-consumer goods into ASEAN. The sample period spans from 2007 to 2022, and Ordinary Least Squares (OLS) regression was employed to account for data collected as an integrated whole for the region, rather than for individual countries separately. First, an industry-level analysis was conducted to examine whether the expansion of K-content and the formation of the Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP) in the global market influenced the entry of K-consumer goods into the ASEAN market. The results indicate that a 1% increase in the presence of the film industry in ASEAN led to a 0.17% increase in the entry of K-consumer goods.

* This study builds upon the findings of Small Research funded by the National Assembly of the Republic of Korea in 2024.

Additionally, an analysis by major product categories revealed that a 1% increase in the entry of the content solution industry into ASEAN resulted in a 0.71% increase in the entry of 14 key K-farm food products and related industries. Notably, during the COVID-19 period, the entry of products such as sauces, kimchi, and citrons into the ASEAN market increased. Furthermore, the growing influence of the Korean Wave, particularly through content solutions and music, had a statistically significant impact on the ASEAN market. With the recent enforcement of RCEP and the establishment of comprehensive strategic partnerships between Korea and ASEAN, Korea has actively contributed to the international community on various agendas, including trade. To further expand demand in the ASEAN market, it is essential to diversify trade strategies, such as utilizing export platforms, and to establish institutional frameworks that support the platform economy and enhance public-private cooperation.

Key Words: ASEAN, Korean Wave, K-Consumer Goods, Platform Economy, RCEP