

동남아시아권 시장개척을 위한 실내디자인방향에 관한 연구

A Study on the Way of Interior Design for New Markets in the Southeast Asia

강호섭* / Kang, Ho-Seop

Abstract

Geographically Korea is located near the Southeast Asia and her volume of trade with countries in this region is just next those with America and Japan. It is also true, however, that we do not have enough data for the region even though there have been increasing investments and travels from Korea to countries in the region in recent years. Especially, the same is true of the design -it may be safely said that we have been indifferent. The purpose of this study is to suggest new design translation ways to find new markets in the Southeast Asian countries, probably away to break off with the so-called IMF era competing with those countries ranging from the Design Powers of European countries, America, and Japan to those countries that have long held markets in the region -Hongkong, Australia, New Zealand, Taiwan, and Singapore. Seemingly, markets in the Asian countries would be good means for us to complete our policy of the internationalization or globalization. As the region has more various races, cultures, customs, and historical backgrounds than any other countries or regions in the world, not only general political and economical situations based on each one's history and culture are reviewed but also construction markets in the Southeast countries, one of barometers for modernization, examined with a view to suggesting means to develop interior design manpower to be more competitive than the counterpart of the advanced countries. The 21st century will be of design culture without fail. Though our design history is relatively short, we have and proud of the five-millennium long history which is just individual source of the creativeness and aesthetics to lead the design field in the world with good competitiveness.

키워드 : 실내디자인 경쟁력 확보, 해외 공사

1. 서론

1.1. 연구의 배경과 목적

경기한파의 파고가 높아져만 가고있는 요즘 절대적으로 살아남아야 한다는 생존전략으로서 국내 실내디자인 업체들은 구조조정의 일환으로 인원감축을 시도하였고 거품경제가 서서히 사라져간 자리를 소비위축의 형태로 소비자의 정신이 틀을 잡아가면서 그들의 전략은 매출위주 보다는 전적으로 이익개념만을 생각하게 되었다. 또한 그들은 국내에서의 얼어붙은 경기를 뚫고 해쳐 나가기 위한 방안으로 해외로 눈을 돌려 해외시장 개척 및 진출에 상당한 관심을 표명하고 있다. 이미 국내소수업체가 몇 년 전부터 괌, 인도네시아 등지에서 컨소시엄 형태로 또는 자체사업으로 공사를 수주하는 성과를

올렸고 2~3년 전부터는 거대한 중국시장이 서서히 문을 열고 등장하면서 대체시장 이상으로서 가치가 충분한 정도의 많은 물량이 터져 나왔다. 하지만 실속 없는 상태에서 IMF시대를 맞이하게 되었고, 그로부터 1년여가 지난 현지점에서 앞으로 경제활성화를 다시 이룩하기 위한 노력이 범국민적 차원에서 활발히 이루어지고 있으며 위기를 기회 삼아 우리국민의 단결을 다시금 세계에 보여주어야 할 시점인 것은 명백한 사실이다.

본 연구는 과거 국내 건설사들의 중동진출 붐에는 미치지 못하지만 국내 실내디자인 업계의 국제화와 세계로의 진출을 다시 시작한다는 차원에서 우리와 가까이 살고 있는 동남아시아의 여러 나라들과 실내디자인이라는 영역에서의 국제적 협력관계 뿐 아니라 선의의 경쟁을 통한 디자인향상을 위해 그들의 사회와 문화 부분을 기초로 그들의 역사와 생활상을 파악하여 그들을 위한 디자인에 반영될 수 있도록 자료화하였다. 또한 국내의 실내디자인 경쟁력 확보와 선진

* 정희원, 경원대학교 실내건축학과 강사

국의 경쟁업체보다 우위에 서서 공사수주를 더욱 활발히 할 수 있는 국내 실내디자인 업계에 도움이 될만한 이론적 근거를 제시하는데 연구의 배경과 목적이 있다.

1.2. 연구방법과 내용

본 연구의 내용은 IMF라는 시대적 상황이 국내 건설경기에 미치는 영향을 중점적으로 파악하고 국내시장의 범주를 넘어 해외시장 겨냥을 위한 부단한 노력과 그 성과를 포함하는 것이다.

따라서 최근의 신문보도 즉, 대중기록매체를 이용한 보도가 그 시대 특성을 가장 신속하고 포괄적으로 반영하므로 자료의 내용이 되기에 적합하다고 판단하였다. 연구방법은 동남아시아 각국의 시장 조사와 진출환경을 주요통계지표로 비교·조사·연구하는 방식으로 진행되었으며 그들을 위한 디자인해석 방법은 국내 인테리어업체들의 현지 프로젝트 진행결과를 토대로 하였고 실제로 필요한 동남아시아의 역사, 사회, 문화 즉 기초적 자료는 참고문헌을 근거로 하였다.

2. 해외진출방안에 대한 모색

2.1. IMF 이전의 호황기 시절 상황

해외시장을 겨냥한 사전정보는 각각각색의 루트로 우리들의 귀에 들어오고 있으며 여러 가지상황으로 발전, 전개되어가고 있다. 우리가 해외로 진출한다는 계획에 앞서서 그 반대의 상황인 경우를 먼저 짚고 가는 것이 순서인 것 같다. 여태껏 외국과의 교류를 통한 프로젝트는 과거의 예를 들어보면 국내에서 시행되었던 각종 대규모 국책사업과 민간사업이 외국의 유명디자이너(업체)를 찾아 그들의 힘, 경험 -과거 몇 년동안 우리 나라의 경제상황이 좋았던 시절의 국한된 사례이기는 하지만·유통상가(백화점, 대형상가, 할인매장 등)와 고급 호텔의 인테리어디자인, 심지어는 대형서점 제 1호라고 할 수 있는 광화문의 K문고처럼 불란서의 BERTHET-POCHY사의 디자인을 우리 나라에 접목시키기도 하였다. 상당한 외화를 지불해 가면서 외국의 디자인업체에게 양보하는 등 비싼대가를 치를 수밖에 없었던 이유를 우리의 디자인 역사가 비교적 짧았다고 자위하며 일단 접어 두더라도 언젠가 부터 세계적인 추세가 우루과이라운드의 국제적, 세계적 문호개방과 맞물려 현실화되기 그 이전부터 국내시장의 중요 프로젝트는 이미 잠식당해 있었다.

그리하여 최근 IMF시대 이전까지 우리 나라의 내노라하는 디자인 주체는 자국의 디자이너가 아니라 외국의 유명디자이너가 기획설계를 하여 국내디자이너의 손에 의해 실시 설계로 이어가는 현상이 반복되었다. 국내 유명 대형 백화점인 L백화점, S백화점, H백화점등 나열할 수 없을 정도로 그들의 영업방침과 소위 MD구성이라는 차원에서의 외국사가 소유하고 있는 노하우는 우리가 따라잡을 수 없는 것이기도 했지만 자국민들의 외국 모방 심리와 외국디자인 선호

사상이 두드러지게 나타난 현상이 아닌가 싶다. 그밖에 국내 고급호텔의 예를 더 들어보면 서울이라는 대도시에서 지난 몇 십년간 자본유치가 가장 쉬웠던 대기업들의 문어발식 기업확장으로 유치경쟁 싸움이라도 벌어진 것과 흡사하게 대기업 S사의 S호텔, C호텔, D사의 H호텔, L사의 I호텔 등이 거의다 구미 특히 미국, 홍콩, 싱가포르등에서 그 기본계획이 이루어져 국내로 수입되었던 예라고 할 수 있다. 최근 2~3년간 그러한 전개과정은 앞서 열거했던 유통, 호텔, 숙박분야에서 한 걸음 더 나아가 리조트 사업에까지 번지게 되었던 것이다. 용인의 E북합테마파크도 가족단위의 놀이시설외에 정문 앞에 유통상가 개념의 매장뿐만 아니라 식당(레스토랑), 극장시설이 들어섰고 국내에서는 처음으로 대규모 SPA시설을 갖춘 실내수영장과 외부 인공파도를 이용한 WATER PARK이 미국의 리조트 전문설계체에 의해 기획, 감리되어졌다.

<표 1> 최근 해외기본설계의 국내진출 사례

구분	해외업체	국적	적용PROJECT	비 고
유통	노우라공예사	일본	유통존, 삼성프라자 분당점	총면적: 2,000평, 1층, 2층, 3층 (패션잡화) 4층(FOOD COURT)
	WALKER GROUP	미국	신세계 백화점 인천점	현재 CENTRAL CITY 백화점 부분 기본설계 완료
	J·G·A	미국	삼성프라자 태평로점	매장면적: 2,300PY
호텔	BARRY DESIGN	영국	신라호텔 LOBBY외	1995년/지상1층 로비, 지하클럽
	CHIBADA IEMBEDA & PAFFNERS	미국	신라호텔 RENOVATION	1998년/ 객실, 스위트룸 등
	WILSON	미국	MARRIOTT HOTEL	1998년/ 센트럴시티 호텔부분
리조트	DUELL CORPORATION	미국	용인에버랜드 SNOW SLED	1996년/독일풍의FOOD COURT
	WHITE WATER	미국	캐리비안베이 워터파크	1996년/스페인풍의 레스토랑
C.C	이타미준	일본	제주 PINK C.C	건축면적 2,295㎡(엠버스클럽, 830㎡(퍼브릭 하우스))
	마이클 그레이브스	미국	용인레이크힐스 C.C	클럽하우스 1층 로비, 라운지, 사우나, 라커/ 2층 연회장

2.2. 국내 실내디자인의 성장

물론 이러한 외국사의 경험과 노하우를 전수받아 기술적인 면에서 상당한 전문지식을 축적할 수 있었다는 만족감과 동시에 1998년 12월초 각 일간신문에 보도된 바와같이 대만의 대그룹인 창이그룹이 타이퐁시 남방지역 60만평 부지에 총 사업비 7억달러(순수공사비 3억달러)를 투자해 건설하는 워터파크, 테마파크, 페스티벌 빌리지 등을 건설하는 대규모 해외공사 수주를 S사에서 앞서 밝힌대로 용인시의 E랜드와 비슷한 형태로 1억달러에 계약을 했다는 소식이 전해졌다.¹⁾

이와 같은 성과는 국내업체가 해외에서 대규모 테마파크 조성공

1)중앙일보(1998. 12. 8)삼성물산 1백억불공사수주, 해외테마파크 공사수주.

사를 수주한 것이 처음이라는 의미부여 외에도 나름대로 그동안 기술축적을 위해 과감한 투자를 아끼지 않았던 선각자들의 지혜와 공적에 나름대로 긍정적인 평가를 해야만 할 것이다.

무엇보다 S물산의 1차분 공사와 함께 테마파크 운영상의 설계자문과 직원 업무 및 서비스 교육등 전반적인 운영 컨설팅에 참여하게 될 담당자들 중에서 특히 설계자문 역할이 포함되었다는 사실은 주목할 만한 성과이다. 이와 함께 베트남에서 날아온 기쁜소식중의 하나가 앞으로 20여년간 4백억 달러를 투입할 예정인 베트남의 수도 하노이 신도시권 개발사업에 타당성 검사와 컨설팅 지원을 한국정부에 공식 요청해 왔다는 사실이다.²⁾ 이러한 사실은 한국의 경험을 다른 개도국에 지원하는 것 이외에도 국내건설업체들의 해외수주 판로를 열어주기 위해서라도 이번 프로젝트는 아주 중요하다고 할 수 있다.

베트남의 신도시 개발사업은 기존 도시지 북쪽의 홍강변 논밭지역인 튜리엠과 동안지역에 행정, 금융, 정보등의 중심지를 새로 건설하는 것으로 규모는 일산 신도시의 5배정도인 2천 6백 40만평에 달한다고 한다. 이와 같은 최근 신문기사의 내용은 물론 예상된 한국과 베트남간의 수교정립후 관계개선을 위해 열심히 닦아온 양국관심사가 발전된 것이기도 하겠지만 베트남의 개혁을 지원하는 국가들이 1998년 12월 8일 하노이측에 최고 27억달러의 차관 및 원조 제공을 약속했다는 세계은행(IBRD)의 지원발표가 때를 같이 한다는 것에 그 의미가 있다고 하겠다.³⁾

종합환경디자인업체인 국내 J사는 앞서 밝힌 해외건설공사에 대한 수주성과보다 더 값지다고 할 수 있는 420만 달러 규모의 인테리어 설계, 시공공사를 수주했다. J사는 베트남 호치민시에 건립하고 있는 대규모 주상복합건물인 다이아몬드 플라자의 인테리어 공모전에서 당선되어 1998년 3월 중순부터 본격적인 인테리어 공사에 들어갔다고 밝혔다. 베트남 최초의 철골건물인 다이아몬드 플라자인테리어 공모전에서 J사는 1차로 10개업체와 경쟁을 거친 후 2차에서 뉴질랜드의 GAZE사, 사우디아라비아의 ALLOWAI사와 경합 끝에 최종사업권자로 선정되었는데 이런 결과는 '디자인, 자재조달능력, 일괄 설치기술, 전문성'등에서 우수성을 인정받아 외국업체들을 제치고 당선되었다고 밝혔다.

또한 의장공사 전문업체 U사는 최초로 중국시장에 단독 진출하는 쾌거를 올렸다. U사는 북경경제집단지속 지하1층(약3천평)에 조성되는 광원프라자 테마파크중 약 1천 5백평규모의 극장, 레스토랑 등의 내장건축공사를 1천 6백 50만 불에 수주했다고 밝혔다.

북경시 소재 광원프라자 테마파크 내장건축공사는 중국 북경 경제집단지속 미국 SKY TALK사가 공동사업주로 오는 99년 3월에 완공 예정이다. 이에 따라 기획설계 및 기본설계도면 제작을 완료한 다음 U사는 곧 본격적인 공사에 들어갈 예정이다.

“이번 중국시장 단독진출은 동종업계 최초라는 점에서 큰 의미가

있다.”며 그 동안 국내공사만 치중해 왔던 U사 입장에서 해외진출의 첫 물꼬를 트는 계기를 마련한 것이라고 할 수 있다.

이와 같은 최근의 낭보는 인테리어의 선두주자 격인 J사와 U사 2개회사에 대한 자체성과라는 의미보다는 그 동안 국내 실내디자인의 해외진출 역사에 큰 획을 긋는 출발신호라고 하겠다.

2.3. 해외시장 개척의 방법사례

그렇다면 이와 같은 대규모 사업과 국가적 차원 보다 좀더 우리나라의 국내 인테리어업체가 안고 있는 중소기업형태로서의 실정에 맞는 해외 시장개척이란 의미를 먼저 찾아보는 것이 순서가 아닐 듯 싶다.

그것은 다름 아닌 영업적 차원에서의 인테리어 해외시장개척은 조직의 규모와 인적자원을 총동원하고 나아가서 여러 경로를 통해서 -국내 건설업체의 중동진출에 따른 부수적 산물이라든지 자재수·출입에 종사하는 개인업체 또는 개인적 관심으로 현재까지 그곳에 남아 국내의 연고지를 활용하는 방법으로 해외공사를 영업적으로 접근하는 소위 1970, 80년대의 산업전사들이 해당됨-조용히 진행되어 오고 있다.

이 상황은 크게 네 개의 유형으로 나누어 볼 수 있다.

첫째로 대기업의 해외 대규모 건설공사 수주가 곧바로 내부인테리어 공사로 연결될 수 있는 상황으로 발전하는 경우이다. 예를 들면 동남아의 말레이시아의 경우 국내건설업체인 S사가 일본업체와 동등한 입장에서 쌍둥이 건물의 한쪽을 수주하여 공사 진행하는 과정에서 인테리어 공사수주를 적극적으로 영업하기 위해 국내에서 파견된 이른바 S사 연고영업이 그것이다. 여기서 짚고 넘어가야 할 부분은 국내업체들의 사전정보공유와 건설, 인테리어 업체간의 상호연관성을 고려한다면 더욱 경쟁력을 갖출 수 있을 것으로 보이나 그 연고영업은 IMF사태로 인하여 안타깝게도 불발로 그치고 말았다.

둘째는 해외시장에서의 인테리어 시공부분은 자본금 규모에서 건설업체규모에 비해 훨씬 영세하므로 대개의 경우 건설업체에서 일괄 TURN-KEY BASED 방식을 취하는 것이 통례로 되어 있는 것이다. 다시 말하면, 대형업체나 선진 외국업체와 전략적 제휴 등의 협력관계 형성을 통하여 관련분야의 실적과 기술을 습득하여 해외시장으로 한 걸음씩 옮겨 놓아 개척해 나가는 것이다.

셋째로는 국내 인테리어업체의 하나인 P사의 경우처럼 중국에 지사를 설립하여 직접영업의 선점을 장악하는 것이다. 누구나 쉽게 얘기하듯이 중국시장을 만만하게 보아서는 낭패를 면하기 어렵다는 것을 간과해서는 안될 것이다. 이를 위해 <표 2>에서 최근 우리나라와 상거래가 활발히 행해지고 있는 동남아 5개국을 선정하여 중요제도와 환경에 대하여 자세히 살펴보고자 한다.

마지막 네 번째는 디자인 COMPETITION의 기회를 적극적으로 활용하는 방법이다. 본인이 판단하기에는 국내 디자인의 현주소가 예전에 비해 현저한 수준으로 향상되었고 국내 인테리어 업체를 이

2) 중앙일보(1998.11.27), 베트남 한국에 참여요령

3) 중앙일보(1998.12. 9), 세계은행, 베트남에 최고 27억불 지원공약

끌어 오고있는 주체적인 입장에 서있는 사람들의 오랜 경험을 토대로 한다면 충분히 디자인 경쟁력이 있다고 본다. 뿐만아니라 외국에서 유학을 통해 그곳에서 캐리어를 쌓고 돌아온 이른바 해외파들도 속속 귀국하여 나름대로 그들의 영역을 구축해 나가고 있는 현실 속에서 해외에서 활약할 수 있는 언어구사력을 구비하고 있다는 것도 유리하게 작용될 수 있다. 국내 디자인 설계업체인 J사는 이러한 장점을 바탕으로 테마파크등 의장의 새로운 분야개척 및 홍보를 동남아시아 여러 나라에 시도하고 있다. 최근 IMF사태로 인하여 주춤하고 있는 상황이기는 하지만 거대한 중국시장을 비롯하여 동남아시아전역에 걸친 디자인업계의 시장전망은 무궁무진하다고 본다.

3. 동남아시아의 디자인 방향추출

3.1. 인도와 중국의 영향

베트남, 캄보디아, 라오스, 태국, 미얀마, 말레이시아, 싱가포르, 브루나이, 인도네시아, 필리핀의 10개국을 포괄하는 동남아시아는 인위적인 지리적 개념이다. 즉 유라시아 대륙의 동남부에 위치해 있다는 지리적 사실이 그 명칭의 직접적 유래가 된다. 이러한 지리적 개념으로서의 동남아시아(SOUTHEAST ASIA)란 용어는 동남아 토착인의 전통적인 개념 혹은 발명품이 아니라 서양인에 의해 발전된 개념이다.

동남아가 지리적 특성으로 고대로부터 세계문명의 두 축인 인도와 중국을 연결해 주는 교량 역할을 하였고 더 나아가서는 중동지역과 동아시아간을 잇는 고리역할을 담당했다. 인도와 중국간의 교류에 있어 버마(현 미얀마), 캄보디아 등은 육로로, 인도네시아, 말레이시아 및 베트남 등은 해로로 두 지역간 교섭증진에 일익을 담당하여 자연적으로 인도와 중국의 영향이 교섭로를 따라 동남아 각지에 퍼지게 되었다. 이를 통해 인도 및 중국의 문화가 동남아에 보급되어 뿌리내렸고 특히 인도문화는 동남아인들의 심성기저에 이미 한 부분으로 자리잡고 있다고 할 수 있다.

또한 인도에서 문명이 개화된 이래로 그 영향이 뱅골만을 거쳐 동남아 각지에 점진적으로 유입되기 시작하였으며 5세기경에는 인도의 통치체계를 근간으로 불교 및 힌두교를 신봉하는 왕국이 동남아 각지에 출현하게 되었다. 또한 인도와 동남아간의 교류, 접촉은 주로 상인들에 의해 정기적 또는 부정기적으로 해로를 통해 이루어졌으며 항해에 필요한 계절풍이 적당하지 않을 경우 인도상인들은 일정기간 동남아 현지에 체류하게 되었고 이를 통해 그들의 세력을 점차 확장하여 정착촌까지 건설하게 되었다.

인도인들의 동남아 지역 정착촌 건설은 인도의 지식계층인 승려 계급 및 학자들의 자연스러운 이주를 유도하였고 이는 동남아 각 지역의 정치·경제·문화 등 각 분야에 심대한 영향을 미치게 되었다. 동남아의 현대문화도 오랜 기간 인도와의 접촉을 통한 소산으로 볼 수 있는데 그 좋은 예가 동남아 지역의 언어, 특히 말레이어와 자바

어에는 산스크리트어와 옛 드라비디안어 어휘가 중요한 비율을 차지하고 있음을 미루어 알 수 있다. 또한 동남아 지역의 몇몇 언어, 특히 태국어 필기는 인도에서 그 기원을 찾을 수가 있다.

동남아 지역에서 현재는 이미 거의 모든 지역이 이슬람화 되었지만 왕권권위에 대한 개념은 상당부분 고대 힌두정치 이론에 그 근간을 두고 있다. 태국군주제에 있어서도 그들이 싱하레스 스타일의 상좌부불교를 신봉하고 있으나 명목상이긴 하지만 브라만이 그 왕궁행상의 원활한 진행을 위해 참석한다. 많은 동남아 지역, 예를들면 태국, 말레이시아, 자바 등지에서 라마(RAMA), 시따(SITA), 하누만(HANUMAN)의 모험이 그림자 인형극(SHADOW PUPPET)에서 나타나고 있으며 많은 관중들을 매료시키고 있다. 우리는 이러한 그들만의 전통적인 문화를 디자인 측면에서도 잘 반영시켜야 될 것이다.

3.2. 사회제도

인도네시아, 말레이시아, 필리핀, 싱가포르, 태국등 5개국은 지리적으로 인접해 있고 동남아 국가연합(ASEAN)을 구성하여 정치적, 경제적으로 밀접한 협력체제를 유지하고 있지만 역사적·사회적·문화적 차원에서는 매우 다양한 모습을 보여준다.

인도네시아와 필리핀은 수천개의 섬으로 이루어진 나라로서 오랫동안 고립되어 나름대로 독특한 문화와 사회구조를 유지하면서 생활해 온 수 많은 부족 혹은 종족들로 이루어져 있다. 인도네시아는 400여 민족집단이 있고, 16개 어족에 250종의 언어가 사용된다. 필리핀의 경우도 많은 종족이 독자적인 생활 양식을 유지하며 살고 있었으나 400년 이상의 스페인과 미국의 식민정치로 민족집단별 구분은 그리 중요하지 않게 되었다. 말레이시아와 싱가포르는 19세기 영국의 식민지가 되면서 중국과 인도에서 많은 노동자들이 유입되어 다민족·다언어 사회가되었다. 말레이시아도 전체인구의 60%가 말레이인, 30%가 중국인이고, 나머지 10%는 인도인이다. 싱가포르의 경우는 중국인이 가장 많아 78%, 말레이인 14%, 인도인 7% 등이다.

이처럼 전혀 다른 문화적·역사적 전통을 가진 민족들로 구성된 이 두나라는 사회제도 역시 매우 복잡한 양상을 띄고 있다. 또한 이들 나라는 오랫동안 주위환경에 적응해오면서 독특한 형태의 사회제도를 발달시켜왔는데, 이들이 처한 자연환경 뿐만 아니라 문화적 전통, 민족적 인구구성, 식민지 경험등이 역사적으로 사회제도의 형성에 중요한 요인으로 작용한 것으로 밝혀졌다.

최근에는 서구문화의 유입과 근대화 및 산업화의 영향으로 동남아 각국의 사회제도는 새로운 국면을 맞고 있다.

즉, 이들 국가가 근대 산업사회로 발전하는 과정에서 고유한 역사적·문화적 요인과 함께 정치적·경제적 요인은 사회제도의 변화에 중대한 작용을 하고 있는 것으로 보인다

4. 동남아시아 시장환경과 개척

4.1. 인도차이나 반도 겨냥의 현지 수준과 사전정보

<표 2> 5개국 최근 경제동향, 주요제도 및 환경

구분	중국	말레이시아	인도네시아	베트남	필리핀
경제지표	1.1인당 GNP -96년말 US\$750 2.외환보유고 -96년말 US\$1050억 3.외채 -96년도 US\$1160억	1.1인당 GNP -96년도 US\$4,370 2.외환보유고 -96년도 US\$255억 3.외채 -96년도 US\$274억	1.1인당 GNP -96년말 US\$1,080 2.외환보유고 -US\$140억 3.외채 -97년도 US\$1,079억 전망	1.1인당 GNP -95년도 US\$290 2.외환보유고 -95년도 US\$9억 3.외채 -95년도 US\$260억	1.1인당 GNP -95년도 US\$1,160 2.외환보유고 -96년도 6월 US\$103억 3.외채 -95년도 US\$420억
주요제도 및 환경	1.78년 대외개방선언과 79년 경제특구 설치, 대외개방지역 지정등 법·제·도 정비 2.과거 외자유대정책위주에서 내국민 대우정책으로 전환·세계면에서 외자 특혜 정책의 감소 및 폐지, 규제완화 3.일부 나 폭도서를 대외개방도시로 지정, 외자유대조치	1.86년 투자진흥법(IPA) 도입과 67년 소득세법 개정 -외국인 투자업체에 대한 투자이익 송금보장, 세금면제 2.88년 한국과 투자보장협정 체결	1.기업의 신규투자, 확장 및 구조개편에 관한 허가 절차 간소화 -신규투자:1회의 허가취득으로 가능 -기업확장 및 개편 → 허가취득 불요 2.외자기업의 현지화 이행기간 연장 등 신 외자정책 발표 3.투자금지업종리스트(DNI)에서 외 자규제 대상업종 대폭축소.	1.수출가공지역 법제화(EPZ) -외국경제조직 및 개인의 EPZ 내 투자허용. -EPZ내 설치기업의 수출입, 면세 2.BOT방식에 의한 SOC의 외국인 투자 인정 3.외국인투자 사업기간 50년까지 연장 4.조세감면 대상범위 확대	1.BOT(BOARD OF INVESTMENT)에서 매년 투자 우선 순위분야 선정, 해당 분야에 투자기업에 대한 각종 인센티브 제공. 2.87년 Omnibus Investment Code 와 91년 New Foreign Investment Act 시행 -외국인 투자 제한분야 축소 -외국인 지분소유 허용 -각종 투자유인정책 추진 -투자인가 및 절차 간소화
장점	-광대한 내수시장 규모 -풍부한 천연자원 및 노동력, 저렴한 임금과 및 자 -외국투자기업에 대한 세금감면 등 투자유대 -정치경제적 안정 -한국과의 경제협력관계 증대	-개발적 경제 체제 -고도성장 지속과 건설경기의 활황 -한국과 현지 합작 투자진출을 위한 경험강화 -대규모 투자, 고도기술집약 사업에 CASE BY CASE로 법인세 완전연세 -외환거래 자유화로 외화반출가능 -비교적 일관성있고 예측가능한 외국인 투자정책	-개발적 경제체제 -막대한 천연자원 및 풍부한 저임금의 노동력 보유 -외환거래 자유화로 외화반출 가능 -한국과 현지합작투자진출을 위한 경험강화	-풍부한 물적 및 인적자원 -동남북아를 연결하는 지정학적 인 위치 -저렴한 임금수준(한국의 1/20수준) -근면한 국민성 및 높은 생산성 -외국투자기업유치를 위한 세금 감면 등 각종 인센티브 제공	-교육수준이 높은 값싼노동력 확보 용이 -자원풍부 -외국차관도입보다는 외국인 투자유치를 강조 -외국인 투자장려를 위해 기존 BOT 규정을 개정, 각 P/J당 최소 9가지 참여방법 허용 -과실송금보장
단점	-사전정보수집의 어려움 -SOC부족 -내수판매 어려움 -원자재조달 어려움 -복잡한 행정절차 및 경영간섭 -고용압력 등 노무관리상 애로 -외화평형유지 및 수출 의무비율 등 외환수지관리 애로	-높은 임금상승률(연 10%수준) -인구가 적어 인력난우려 -인종간 불화함으로 위험요소잔재 -외국인 부동산 취득 및 외국인 근로자에 대한 세제 강화	-SOC절대부족 -관료주의, 무관심, 안일한 국민적의식 등 정치적 불안 -INFRA시설 미비	-원부자재 현지조달 여건 어려움 -외국 투자기업들에 대한 토지 소유권 불인정 -내수기반 및 외환의 부족 -관료주의 의식 팽배 -외국인에 대한 각종 공공요금 차별대우 심각 -인프라의 부족 -법과 제도의 미비	-숙련된 노동자의 확보가 어렵고 노동쟁의가 잦음 -공업화의 초기단계로 연관산업 미 발달과 원재료, 중간재 획득이 어려움
투자형태 및 출자	1.합작기업(중외합작경영 기업법)-계약식 합작기업 협의내용에 따라 이익 배분, 책임분담 -기술유위 기업적용 유리 2.합작기업 -외국측 출자비율 25%이상 -출자비율에 의해 이익 배분 3.외국기업(외자기업법) -외국 100%출자 법인 -수출형 기업 및 선진기술업 지향기업	-외국인 투자유치정책은 관련업체와의 합작투자를 근간으로 지분참여에 있어서 사업 및 수출비중을 차별적으로 운용	-외국인투자자의 지분구성 1.합작법인체: 내국인 파트너의 소유지분은 합작기업의 납입자본금에서 5%이상이어야 함 2.외국인 단독투자법인체: 설립후 15년 이내에 현지인 또는 법인체에 주식매각을 통하여 최소 5%까지 소유권 이전해야함	1.사업협력 계약 -당사기간 계약에 따라 생산분배 및 기타계약 2.합작투자기업 -다수·동등자본금의 최소 30%는 출자해야함 -복수·최저 자본 출자비율 →정부가 결정 3.100%외국자본기업 -활동기한:최고 70년초과 불인정	-수출형 기업이 아닌 내수지향산업인 경우 업종에 따라 소유지분 제한 -공업화의 초기단계로 연관투자를 허용(단, 외국인 투자제한 금지항목에 포함될 경우 합작투자가 요구 됨)
지사설치	1.현지법인 설립절차 -외자유자건설업체 설립심사 의견서 -법인등록 -자격심사 2.지사설치 방법 3.주요원 사무소, 영업소, 현지법인 설치	1.회사설립절차 -회사등기소 13A형식을 제출해 회사명을 신청 -설립회사명 등록 일로부터 2개월 내에 다음서류를 제출 2.회사의 정관 및 부속정관, 정관상 이 사건의 임명동의서, 정관 서 명장 및 사무원의 신분증	1.지사설립시 사항 -지사등록 구비서류(모두 공증을 요함) 2.정관, 브로셔, 사업자등록증, 조직표, 대외관추천서, 지사장에 대한 분사 위임장, 납세지등록 필증(인내 세무서 발행), 공공사업성이 요구 되는 소정의 신청양식 3.등록신청 절차 -위 구비서류를 갖추어 공공사업성 기업진흥국에 신청 4.처리기간 : 약 1개월 -등록은 3년마다 갱신하며, 갱신시에도 절차동일	1.투자방법 -경영합작계약, 합작투자, 단독투자, BOT 등 4가지형태 2.경영합작계약 -합작경영계약서 -정관 등 필요정보 -경제적, 기술적 근거 제시서 3.합작투자 -합작기업 설립계약서 -정관 -생방의 관련정보 기술적 기술서 4.단독투자 -등록은 3년마다 갱신하며, 갱신시에도 절차동일 -투자기업의 법적상태, 재무능력 -타당성 조사서	1.법인설립방법 및 절차 -법인 정관규정 -합작인 경우 합작 계약서 작성 -위의 22건을 증권거래위원회(SEC)에 등록 -외국인 지분이 40%이상일 경우 투자청(BOI)에 신고 -관할 자치시 등에 영업신고 -중앙은행에 투자신고 -국세청으로부터 사업자 등록 취득 -사회보장제도 공단에 등록 -필리핀 노무성에 신고 2.현재 연차사무소 설치는 허용되지 않고 있으며 대표사무소 및 지점설치의 경우도 많은 제약이 따름

4.2. 디자인 해석을 위한 방법에 대한 고찰

해외로 진출하기 위한 국내디자이너들의 역량을 따지기 이전에 막연하게나마 우선 중국을 비롯한 동남아시아국가들의 디자인 현주소를 파악하기에는 어려움보다는 필요성을 느낄 수 없을 정도의 국내시장은 호황을 누려온 것이 사실이다. 대만, 싱가포르, 홍콩, 호주, 일본등지의 빠른 인테리어 디자이너(업체)들이 이미 동남아시아 시장 선점을 해 놓은 상태라는 것과 우리나라에서와 비슷한 예처럼 말레이시아, 태국, 인도네시아등 신흥국가에서도 장래의 건축, 건설발전 장기계획의 일환으로 선진국의 건설기술과 건축계획을 익히려 유학 생활을 그곳으로 보내 이미 귀국하여 나름대로 실력을 구축하여 나가고 있다는 사실을 아는 국내 디자이너들은 많지 않을 것이다. 이러한 국가적, 사회적 기반 내에서 베트남 호치민시의 다이아몬드 플라자 복합시설 프로젝트의 국제COMPETITION은 호주·뉴질랜드 등의 인접국들이 서로의 이해관계와 상호상충관계를 계속 유지, 발전시켜 가는 일련의 확인절차로 시작되어져 있었다. 그 틈새를 뚫고 국내업체당선까지의 과정은 일일이 열거 할 수 없고, 단지 호주·뉴질랜드의 장점이 있는 반면 우리들도 충분히 나름대로의 장점을 최대한 살려야 한다는 것과 현지사정에 밝지 못한 디자이너들의 첫 번째 전략은 다름 아닌 디자인해석이라는 관점에서 디자인전략과 전제요소를 짚고 넘어가는 것은 기본이라 할 것이다.

그 첫 번째로 동남아시아라는 특수한 지역성과 CONTEXT에 입각한 디자인, 둘째로 건축외부와 결부된 전통성과 현대성의 조화를 반영한 디자인, 셋째로 지역문화와 외래문화를 동시에 반영하는 것에 대한 전제조건 위에 차별화된 디자인을 통한 사회적 욕구를 수용하여 디자이너들뿐만 아니라 조직체이윤의 극대화를 그 전략 TARGET으로 삼아야 할 것이다.

그밖에도 베트남에서는 최근 다음과 같은 시장현황을 파악하여 그들의 변화된 모습을 실내디자인에 반영할 수 있었다.

- SOCIAL DEVELOPMENT(사회적 변화)
 - OPEN TO FOREIGN CAPITALS(해외자본개방)
 - INTEREST IN INTERNATIONAL MARKET(서구문화수용)
 - ATTRACTING BUSINESS & TOURIST FROM OVERSEAS(외지투자자 및 관광객 증가)
- DESIGN OBJECTIVES(디자인 목표)
 - MULTI PHASED & INTEGRATED COMPLEX BUILDING (복합상업문화 공간주거, 업무, 상업시설에 대한 관심)
 - TOP CLASS SERVICE ACCOMMODATION (고급화, 선진화된 서비스 제공)
 - HARMONIOUS COMBINATION OF DOMESTIC & FOREIGN CULTURES (지역문화와 이국적 문화의 조화)
- EXPECTING RESULTS(기대치 효과)
 - CONVENIENT ONE-STEP SERVICE

- HIGHER SATISFACTION FOR FOREIGNERS (외지인들의 기호만족)
- SYMBOLIC LANDMARK FOR LOCALRECOGNITION (지역문화의 중심지)
- TOP CLASS SERVICE ACCOMMODATION (고급화, 선진화된 서비스 제공)
- MATERIAL SOURCING & CONSTRUCTION SITE (자재시장조사와 시공현장)
 - LOCAL (국내 자재) : 인테리어 자재시장의 미흡
 - IMPORT(수입 자재) : 세계각지에서 수입가능하나 세관통관의 절차 및 관행과약이 필수조건
 - CONSTRUCTION (시공) : 자재관리의 적극성 필요

디자인 해석을 위해 사용자 활동영역은 중요한 요구조건이다. 한시적으로 업무, 주거, 여가생활의 모든 것이 이루어지는 장소로서 주로 현지거주 외국인이 주요대상이 되어야 하고 내국인들의 휴식과 만남이 이루어지는 장소이기도하다. 그 중에서도 베트남의 경우에는 베트남 부유층을 위한 편리한 쇼핑, 품격 있는 문화생활이 이루어지는 곳으로서 관광객도 그 대상의 큰 부분을 차지한다고 하겠다. 예를 들면 다이아몬드 플라자 복합시설의 1~4층에 위치한 백화점과 상가지역의 중심역할을 하는 HALL공간은 이 건물의 내부공간에서 수직적인 관계를 가진 주요 동선상에서 팔각의 형태를 중심으로 십자형으로 이루어져 있다. 상징적인 동양의 문양을 단순화시킨 바닥 패턴구성, 재료와 형태 그리고 이미지의 반복으로 전체공간의 통일감을 조성하며 곡선과 직선, 자연소재와 인공소재의 대비를 통한 긴장감과 운동감을 조성하는 것으로서 기본적인 디자인 해석이 필요하다.

5~12층간에는 전체 오피스들로 구성되어있으나 요즘 추세로는 5층에 PRODUCT SHOWROOM과 FUNCTION ROOM을 두어 기능적인 공간구성과 최소한의 디자인으로 사용 용도의 다양성에 역점을 두어야하고 13층에는 전통성과 현대성을 조화시키고 편안하면서 안락한 분위기를 조성시키며 전체적인 소재의 자연적인 이미지를 도입시키는 것이 방법이라 하겠다. 나아가서는 통일된 모티브를 강조키 위한 동양적인 느낌의 색채·소재·문양을 적용시켜 구름, 산지대에서 보여지는 형태를 평면계획에 이용하여 기존공간이 주는 깊이감과 지루함을 조성하도록 한다.

GOLD와 BLACK이 주는 우아한 분위기, 그 위에 원목이 주는 자연적이 분위기를 가미시켜 GREEN COLOR를 ACCENT로 이용하여 청량감을 강조한 고급 WESTERN RESTAURANT와 방향성을 지닌 역동적인 축을 설정하여 단순하면서 간결한 기능적인 공간과 격조 있는 RECEPTION HALL을 구성, 은은한 조명과 그에 걸맞은 색채계획으로 편안한 분위기를 유도함과 동시에 천장과 바닥에 동일한 패턴의 반복으로 공간간의 관계성 강화와 통일성을 부여하는데 주력하여야 한다. 또 서구적 전통의 상징성과 기능적이며 품격 있는 공간해석에 역점을 둔 FITNESS CLUB등의 문화공간에도 나

류대로 디자인해석을 가지고 해외 디자이너들과 경쟁을 해야한다.

4.3. 해외인테리어 공사계약의 성립여부

해외에서 공사계약의 단계를 거쳐서 시공에 이르기까지의 과정을 그리 쉽게 생각할 것은 아니다. 영미법상 계약에 있어서는 정식계약의 체결전에 회의록, 의향서(LOI), 양해각서(MOU)등을 작성하는 경우가 있는 바, 이 경우 과연 어느 시점에 계약이 성립된 것으로 볼 것인지가 문제가 된다. 우선 일반적인 의향서 등의 법률적 의의는 다음과 같다. 첫째, 회의록(MEETING MINUTES)은 협의 또는 협상의 결과를 기록한 문서로서 구체적인 합의내용을 포함하고 당사자들의 서명이 있을 경우에는 계약서와 동일한 효력이 있는 것으로 보며 계약서의 작성 및 서명에 이르기까지는 수차례의 협의 또는 협상이 있기 마련이다. 각 국면에서의 협의 또는 협상의 결과를 명시적인 기록으로써 남겨 향후 발쟁이나 오해의 가능성을 줄이기 위하여 작성하는 경우가 많다.

둘째, 의향서(LETTER OF INTENT, LOI)는 국제거래에 관한 협상단계(정식계약 체결 이전단계)에서 당사자의 의도나 목적, 합의 사항을 확인하기 위하여 문서로 작성하는 당사자간 예비적 합의의 일종으로 일방적 의사표시나 합의에 의해 작성되며 그 법률적 효력에 대하여는 확실히 판단이 불가하고 내용 및 표현에 따라 개별적으로 판단하게 되는데 합의형태로서 당사자를 법적으로 구속하고자 할 경우에는 구체적 약속 또는 합의의 형태를 취하도록 하고 SHALL 또는 AGREE TO 등의 구속력이 있는 명시적 표현을 사용하게 된다.

셋째, 양해각서(MEMORANDUM OF UNDERSTANDING, MOU)는 당사자간의 특정사안에 대한 비공식적인 비망록 혹은 기록문서를 말하며 정식계약 체결이전 단계에서 양쪽 당사자간의 이해나 합의사항을 기록하는 경우(LOI와 다를 바 없음)와 정식계약에 관련된 이면적 합의사항을 기록하는 경우로 대별된다(이 경우는 정식계약에 대한 이면적 합의 또는 양해각서의 의미에 해당함). 이러한 양해각서의 법적 구속력은 LOI 등과 마찬가지로 합의내용의 구체성 여부 및 표현에 따라 개별적으로 판단되며 최종적으로 구속적 합의성격의 MOU라면 원칙적으로 계약서와 동일한 효력을 갖는다고 보는 것이다.

따라서 만약에 한 국내업체가 추진하고 있는 인테리어 공사계약의 성립여부는 일률적으로 정하기 어렵고 해외 CLIENT와 교환한 의향서, 양해각서, 회의록 등의 구체적인 합의내용 및 표현형태가 어떻게 되어 있는가에 따라 결정되는 것이므로, 내용의 정확한 표현을 주의 깊게, 세심히 살펴야 한다.

5. 결론

1999년 1월 20일자 중앙일보 경제란에 게재된 기사내용으로 'IMF는 아시아 국가들에 대한 구제금융 조치를 평가하면서 한국과

태국이 개혁 프로그램 이행을 성공적으로 진행했다고' 밝혔다.

하지만 IMF시대에 접어든 작년(1998년) 한해동안 건설사 들은 국가신인도 추락과 동남아시아 국가들의 경제 위기까지 겹친 내외환속도에 연간 수주액이 52억 2,300만 달러(97년의 37.3%)에 그칠 것으로 예상된다. 해외건설이 급속히 위축된 것은 주력시장이던 아시아 시장에 불어닥친 외환위기가 그 첫째 요인이다. 해외투자 확대전략 상 추진해오던 자체사업의 대거포기, 신규 시장진출 부진, 금융기관 검증의 어려움에 따른 개발형 사업 미진 등은 주요원인으로 꼽을 수 있다.

본 연구는 이러한 난관 속에서도 생존전략 차원에서 우리 나라 실내디자인 업계의 해외진출 방안을 모색하고 나름대로 노력했던 그간의 디자인 경쟁력을 더욱 발전시켜 나가기 위한 교두보의 역할로서 동남아시아 지역을 선택하여 이미 선점하고 있는 여러 나라들과 동등한 입장에서 경쟁하여 우위에 설 수 있는 실내디자인 방향을 모색하기 위해 시도된 연구이다. 그 연구의 결과를 정리해 보면 다음과 같다.

1)초기 계획 단계 ; 동남아시아 각국은 서구화, 국제화의 길목에서 외국 투자의 관심이 집중되고 있으며 아직까지 나타나지 않은 경제적 잠재력이 매우 크다는 것이다. 동남아 국가들은 개발계획을 세우고 있고 다양한 경제 청사진을 갖고 있다. 우리들은 충분히 시장성을 확보할 수 있으나 우선적으로 그들의 정치·경제·사회·문화 전반에 깔려있는 사전지식과 주요정보를 확보하고 연구·검토하는 것이 첫 단계일 것이다

실내디자인에서의 초기계획은 무엇보다도 다양한 경험에서 우리나라 오는 거침없는 지식표출보다는 누구에게나 가질 수 없는 진지한 감정, 디자인적 요소를 끌어내야 한다.

우리는 근세에 들어와서 미국·일본등 사대적 문화를 받아들이에 아낌없는 투자와 아량을 아끼지 않았지만 동남아시아의 문화와 생활 그 자체를 이해하려는 노력을 기울인 것을 인정해야 한다. 동남아 각국들은 그들만의 독특한 문화와 그에 따른 환경적 요소를 발전·계승시키는 것에 오히려 구미 여러 나라들의 관심을 끌고 있다고 본다.

2)기본 계획 단계 ; 동남아시아 여러나라들은 과거 역사 속에서 서구 열강등에 의해 오랫동안 식민통치 되었다. 직·간접적으로 서구화가 쉽게 이루어졌고 사회전반에 걸쳐서 서구문명에 대한 이해를 근간으로 인도와 중국의 문화·문명적 요소를 결부시키고 그들의 전통성과 현대성의 조화를 반영하는 디자인을 해석하여 풀이해 나가야 한다.

또한 기후조건, 종교 및 최근 건설경기에 따른 투자우선 방향을 고려해야 한다. 특히 환경디자인 영역의 도시·조경·건축부분에서도 충분히 그 사회를 읽어낼 수가 있고 환경은 사회전체를 이끌어온 기초적 문화가 바탕이 되기 때문이다.

3)실시 설계와 시공단계 ; 대부분 동남아시아 국가들의 기후는 아열대성에 속한다. 우리 나라와 같이 4계절이 뚜렷한 곳과는 엄격한

차이를 나타내며 항상 무더운 곳이라는 것을 명심하고 실내디자인의 우선 과제는 생활상을 파악하여 사용 불가능한 자재를 배제함을 물론이거니와 그곳에서 직접 구할 수 있는 자재와 수입자재들의 품목, 가격, 수급기간등에 민감하게 적응해야 한다. 특히 사회주의 국가(중국, 베트남 등지)에서는 자재 수출·입에 대한 관세부과, 세관통관의례, 계약관계등에 대하여 충분한 사전조사와 점검이 필요하다.

참고문헌

1. APEC 국가의 주요통계지표<Main Statistical Indicators in APEC> (1998), 통계청
2. 박장식의 8인, 동남아의 사회와 문화(1997), 도서출판 오름
3. 양종희·유석춘·박길성, 동남아시아의 사회계층(1996), 고려대학교 출판부
4. 밀튼 W.마이어, 동남아시아 입문, 한국외국어대학교 출판부
5. 안정시 외(1981), 동남아와 ASEAN, 서울대출판부
6. 유인선(1994), 동남아의 정치변동과 경제사회의 발전, 서울 동남아 지역 연구회 하계강좌
7. 중앙디자인, 동남아 5개국 시장조사 및 진출환경(1997)
8. 중앙일보 경제종합관(1998.11.27), '베트남 한국에 참여요청 일산 5배 되는 하노이 신도심개발' (1998.12. 9), '세계은행 베트남에 최고 27억불 지원공약' (1998.12. 8), '삼성물산 1억불 대만 레저공원 수주'
9. 서울경제(1998.12. 8), '삼성물산 1억불공사수주 해외테마파크 첫수주'
10. 한국일보(1998.12. 9), '삼성물산 대만 1억불 공사수주'

<접수 : 1999. 2. 1>