

## 韓国経済について

### 目次

第1章	韓国の一般事情
第2章	韓国の経済情勢
第3章	韓国の IT 産業
おわりに、	

## 第 1 章. 韓国の一般事情<sup>1</sup>

### (1) 韓国について

韓国の正式名称は大韓民国という。政体は民主共和国である。

韓国の全人口は 4,727 万人で、それは世界第 26 位である。そのうち 4 分の 1 が首都ソウルに在住していて、2 分の 1 が首都圏に在住している。

このようにほとんどの人口が首都圏に集中している。また韓国も日本と同じように高齢化社会へと移行中である。

韓国の気候は大陸性気候と海洋性気候の中間で、夏は暑くて雨が多いが、冬は寒くて降水量は少ない。日本と同じく、季節の移り変わりがはっきりしている気候である。冬は比較的日本よりも寒いですが、韓国の南部は冬にも比較的暖かい。

面積は 99,314 km<sup>2</sup> で、それは朝鮮半島の 46% に値し、日本の 26% に値する。標準時間は日本と同じで、時差はない。飛行機に乗れば、2 時間で行ける近い国である。

物価は衣・食・住ともに日本の 70～80% 程度である。食べ物などは、比較的安く感じるが、ブランド物などは、ほとんど日本と変わらずに高い。

### (2) ハングル文字について

韓国の文字はハングルと言われるものであり、この文字は朝鮮王朝時代に創作されたものである。発音は母音と子音の組み合わせによって発音する。日本語の母音は 5 つだが韓国語の母音は 10 もあるので、発音だけは音の違いを聞き取るまでに多少難しいと思う。

韓国語には日本語にない発音がある。たとえば、激音というものがある。これは、「キムチ」の「チ」が激音であり、「チ」を強く発音する。激音で発音する言葉を激音で発音しないと韓国人には意味が通じないことが多い場合もある。

また、韓国語には語頭に濁音がないので、韓国人は「が」と「か」の発音の違いを区別するのが非常に難しい。

### (3) 東大門市場について<sup>2</sup>

東大門市場は、ソウルの中心部にある。韓国では南大門市場と並んで一番のおすすめスポットであり、一番のショッピングスポットでもある。

近年、「東大門バレー」という言葉が聞かれるようになってきているが、それは、東大門市場が従来の物を売る市場から一躍して、アメリカのシリコンバレーのように企画、生産、そして販売までを一手に引き受けるようになったからである。

東大門市場には、若者に人気のある衣料品や雑貨店が立ち並びテナントビルがたくさんある。それらの数十もあるテナントビルに二坪くらいのファッション専門店は 2 万 9000 店舗も入っており、一日の流動人口は 50 万人にも達する。顧客は 90% 近くが 10 代の後

<sup>1</sup> <http://www.mofa.go.jp/mofaj/index.html> 外務省のホームページ

<sup>2</sup> 現代韓国を知るキーワード 77 曹喜徹 p.253~p.256

半から 20 代前半であり、主に若者中心である。

いまや東大門市場は価格、多様性、迅速性で他の追随を許さず、斜陽産業といわれてきた繊維業が一躍ベンチャー産業に様変わりした。

こうした東大門市場には、会社を辞めても、店をだして自分の夢をかなえたいという若者がたくさん集まってきている。

#### (4) 国防・南北関係

韓国政府は、確固たる安保体制を敷きつつ、南北間の和解・交流を積極的に進めるとの「包容政策」(太陽政策)を引き続き遂行。

韓国政府の今後の課題は、(1)京義線の復元、(2)開城工業団地の建設、(3)金剛山の陸路観光、(4)離散家族の相互訪問、(5)軍事的信頼構築及び緊張緩和、の5つの課題を実践していくことだ。

しかし、現在は北朝鮮の状況が極めて緊迫した状況であり困難である。

#### (5) 日本との二国間関係<sup>3</sup>

日韓両国は良きパートナー関係にもあり、経済関係の面では、よく似た産業構造を持つライバル関係でもある。また両国とも鉱物資源に乏しい貿易立国であるという共通点もある。

主力産業では、自動車や半導体、家電、造船など、重複している業種が少なくない。戦後の世界経済は自由貿易の旗印のもとで発展してきたが、欧州連合(EU)や北大西洋自由貿易地域(NAFTA)など、地域の利益を図る一種の経済ブロックが自由主義圏内でも形成されていることをみてもわかるとおり、地域性を完全に排除した自由な交易というものはありえない。つまり、日本・韓国・中国の東アジア各国が規制を緩和し、真の意味での地域パートナーとしての未来指向の関係をきづいていく必要がある。こういった意味でも現在、官民の両方のレベルで新たな日韓協力関係のあり方が議論され、政治的にも日韓パートナーシップ関係に言及しているのはいいことだ。

身近なところでは、日本人の韓国観光旅行や韓国料理のブームなども、新しい日韓関係創造の重要な鍵となる。

このような草の根レベルの相互理解から、真の日韓協力関係が生まれることを願ってやまない。

## 第2章. 韓国の経済情勢

### (1) 政府主導の経済的軌跡<sup>4</sup>

韓国経済は過去三十年間で、年平均 8.6%の成長率を記録。1996 年末には世界で十一番目の経済大国になった。

一人当たり国内総生産(GDP)が一万ドルを超え、「先進国クラブ」といわれる経済協力開発機構(OECD)の加盟国になる。

この経済成長を支えたのは、先行する日本や、それに続く台湾、香港などと同じく、輸出の拡大であった。

この過程で韓国は、いくつかの主要産業で世界でも指導的な地位の確保を実現する。韓国は 96 年までに、日本に代わる世界最大の造船国、日本に代わる DRAM(記憶保持動作が必要な随時書き込み読み出しメモリー)チップの世界最大の生産国、世界 6 位の鉄鋼生産国、世界で第 5 位の自動車生産国および輸出国となる。

また、世界でも最大級の企業グループをいくつか生み出している。韓国人ひとりひとりも、この経済的な成功によって実質所得が急速に増加し、大きな利益

<sup>3</sup> <http://www.ktpc.or.jp/> 社団法人神奈川県産業貿易振興協会のページ

<sup>4</sup> 韓国はなぜ改革できたのか 玉置直司 p.85~p.90

を得た。

GDP に占める被雇用者所得の比率は、過去 30 年間に、三分の一から約二分の一に増大した。韓国はかなりの購買力を持つ消費志向の強い社会となり、その一方で、経済発展を支える高い貯蓄率も維持した。

韓国は経済成長の結果、大部分が農民だった国から現在世界第 11 位の工業大国にまで成長したのである。

## (2) 鉄鋼産業<sup>5</sup>

現在の韓国は、世界で最大の鉄鋼生産国のひとつである。

韓国の浦項製鉄 (POSCO) は世界第 2 位の鉄鋼会社である。こうした業績は韓国経済の急成長、とくに建設、造船、自動車の各産業の成長によって可能になった。

鉄鋼生産能力は世界でも最高レベルの国民一人当たりほぼ 1 トン。この業績は、韓国経済の急成長、とくに建設、造船、自動車の各産業の成長によって可能になった。

この韓国の鉄鋼産業は、優れた効率と価格競争力を備えている。

だが韓国の鉄鋼の輸出比率は 83 年からほぼ一本調子で減少し、輸出先も新興国、とくに東南アジアや中国などに移っている。しかし、韓国の鉄鋼産業はこうした新興国の市場においても、重大で新たな競争に直面している。

例えば、中国はここ数年、国内の鉄鋼需要に供給が追いつかず、その不足分を輸入で埋めている。

主な輸入先は韓国であるが、中国は生産能力を拡張しているので、いずれ自給の水準をはるかに上回ると見られる。その結果、韓国からの輸入も減少するであろう。

また、中国は日本を追い越して世界最大の鉄鋼生産国になろうともしている。

技術面では、韓国はいくつかの分野で、日本に遅れている。例えば、快削鋼の場合、韓国の技術力は日本の 70 - 90% 程度と見られている。したがって、先進国市場では韓国の鉄鋼産業は競争できない。

このように、韓国の鉄鋼産業は、これまでのめざましい実績にもかかわらず、将来も成長を続けるためには、中国のような新興国と日本のような先進国による挟み撃ちという難題を解決していかなければならない。

## (3) 自動車産業

韓国は日本の後を追って、世界第 5 位の自動車産業を発展させた。

96 年の販売総数はほぼ 300 万台に達し、そのうち 120 万台を輸出している。

80 年代半ばに自動車輸出台数は 60 万台に達したが、これは総販売台数のほぼ 60% に相当する。輸出の 90% 以上は、米国と欧州向けである。

しかし、韓国製自動車の品質が消費者の高い期待に応えられないことがわかり、先進国市場での販売は急落してしまった。

いくつかの調査によると、韓国の自動車業界の技術水準は、米国、ドイツ、日本など先進国の水準の 60 - 90% と評価されている。

こうした理由などにより韓国の自動車業界は世界の一流メーカーと先進国市場では競争できないために、今日では、韓国の自動車産業は主に中南米や東欧などの新興国の市場に依存している。

しかし、このような新興市場を目標とした戦略を維持できるかどうかは難しい。

なぜならこうした新興市場では、地元の企業が、世界の一流企業と合併する形をとっていることが多く、それによって国内メーカーとの競争が急速に激しくなっているのである。

このような新興国は、自国の自動車産業を持ち、「柱」となる産業のひとつにしたい考えである。また中国もそうである。

---

<sup>5</sup> 韓国報告書 ブーズ・アレン & ハミルトン p.31~p.69

このように韓国の自動車産業は、先進国と途上国の双方の市場で、労働コストの低い新興国の合弁企業製の自動車と、日本やドイツの高級車の間に挟まれて身動きがとれなくなっているのである。

この挟み撃ちに対応しようとしても、高い資金調達コストや、人員削減が難しいなどの労働市場の硬直性といった多くの構造的な障害で身動きがとれなくなっているのである。

このような状況を解決するためには、韓国では難しいかもしれないが構造改革に基づいて、自動車会社を合併・買収することである。これが韓国自動車産業の今後の課題である。

#### (4) 半導体産業

韓国は、半導体産業で目覚ましい成長を遂げた。この 10 年間で DRAM チップの世界最大の製造国、輸出国になった。

半導体企業は、70 年代後半には日本企業に 4 年も遅れていたが、いまでは新製品の発売周期で日本企業と接戦を演じている。

世界最大の DRAM 製造業者は韓国企業である。その他に 2 つの韓国企業も、世界の上位 7 位以内に入っている。

しかし韓国が半導体産業のなかで抜きん出た力を示しているのは、メモリー製品の中でも特に DRAM 生産に限られているが、国内大手 2 社合算で世界シェア 41.8% を有しているほどである。

半導体産業は現在、韓国の輸出に大きく貢献しているが、半導体市況が低迷している中で、発達が不十分な非メモリー部門の強化という課題もある。

また、DRAM は価格変動が激しく、急激に下落する危険の大きい商品でもある。

そして、韓国は DRAM 市場で競争力を持っているにもかかわらず、この DRAM 産業も他の産業と同じく挟み撃ちの圧力にさらされている。

DRAM 市場における韓国の主な競争相手は、ほとんど全部日本企業である。その一方で、東南アジアや中国の野心的な企業にも侵入されている。

新興国の新規参入企業が半導体産業に進出できる理由のひとつは、先端技術を除いて、あらゆる技術を海外から入手できるからである。日本や米国の企業は、半導体産業の主流部分に参入するための専門的知識と設備を供給することができる。韓国自身は依然として、設備と原材料を輸入に大きく依存している。他の諸国が韓国と同じ方法を使えば、半導体産業は生産過剰が続き、競争が激しくなるだろう。半導体産業の新しい挑戦者である企業は、低コストの資本を利用することが多く、熟練労働力さえも比較的低いコストで手に入れることができる。

韓国企業は、こうした新興国の追い上げや、欧州や北米のような主要市場での貿易障壁に対抗するために、海外にいくつかの DRAM 生産施設を建設したのだが、生産ラインを海外に移設することは、韓国の DRAM メーカーの利益を守ることにはなるが、それは、そうした企業の成功を通じて間接的にしか韓国経済には貢献しない。

このように韓国の半導体産業もまた、追い上げてくる新興諸国と、行く手に立ちふさがり日本や米国との間で、コストや知識などの面で挟み撃ちにあっているのである。

#### (5) サムスン電子について<sup>6</sup>

サムスングループは、多くの事業で韓国ナンバーワン企業を抱えている。

サムスン電子は、世界の DRAM 市場でトップ。

世界の主要ハイテク企業の 2002 年の決算（純利益）では 2 位で 54 億ドルであった。首位はマイクロソフトで 78 億ドル。

2002 年の純利益は過去最高であった。その理由として、半導体に次いで携帯電話の売上も好調だったと言える。

2002 年の世界の携帯電話機市場でサムスンは 3 位。首位はノキアである。

---

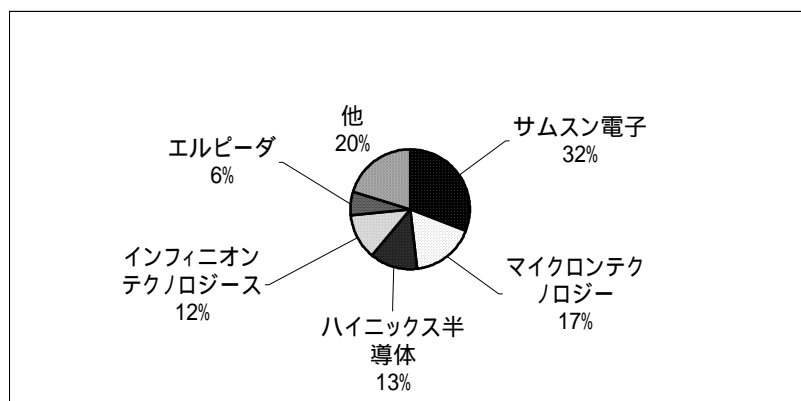
<sup>6</sup> 韓国はなぜ改革できたのか 玉置直司 p.2~p.36

サムスンの携帯電話機市場での強みは、基幹部品技術をもっていることと、商品投入のタイミングがだと言える。

サムスは、基幹部品であるフラッシュメモリーと液晶で、世界で 1、2 位を争うメーカーである。最先端の技術情報を取り組むことによって携帯電話機的设计競争でノキアなど専業メーカーに対し優位に立つ戦略である。

2002 年決算で、情報通信部門は 3 兆ウォン近い営業利益を上げた。

かつては、DRAM 本と言われるほど半導体メモリー事業に依存していたサムスン電子だが、2002 年決算では、「万一、半導体部門が不振に陥っても高収益を維持できる」バランス経営を実現した。



世界の DRAM 市場でのメーカー別シェア (2002 年)

出所：米ガートナー・グループ調べ

マイクロンテクノロジーについて<sup>7</sup>

マイクロンテクノロジーはメモリーで最大手の一社である。マイクロンテクノロジーは DRAM、高速 SRAM、フラッシュメモリーなどの半導体製品を製造しているアメリカの会社である。

ハイニックス半導体について<sup>8</sup>

ハイニックス半導体は現代電子が社名変更して誕生した会社である。現代グループからの系列分離も果たして、半導体専門メーカーとして独り立ちした。

また、ハイニックスは米マイクロンテクノロジーと戦略的提携に向けた協議に着手した。

マイクロンテクノロジーは DRAM 市場で世界 2 位のメーカーで、3 位のハイニックス半導体との提携が実現すれば業界に大きな影響を与えるとみられている韓国の会社である。

インフィニオンテクノロジーについて<sup>9</sup>

インフィニオンテクノロジーは、ドイツにあるシーメンス本社の事業組織のひとつであるシーメンスの半導体グループが 1999 年 4 月 1 日に独立してできた会社である。本社はミュンヘンにあるドイツの会社である。

エルピーダについて<sup>10</sup>

エルピーダは、1999 年に、日本電気株式会社と株式会社日立日立製作所の両社が、DRAM

<sup>7</sup> <http://www.intel.co.jp/jp/> インテルのホームページ

<sup>8</sup> <http://nna.asia.ne.jp.edgesuite.net/index.html> NNA グローバルコミュニケーションズのホームページ

<sup>9</sup> <http://www.infineon.jp/index.htm> インフィニオンテクノロジーのホームページ

<sup>10</sup> <http://www.elpida.com/ja/> エルピーダのホームページ

に関する合併会社を設立したのが、エルピーダである。DRAM 生産が主要で、現在は、世界市場に向けて 64M ビット品や携帯電話向けのモバイル RAM のラインナップを拡充している。日本の会社である。

#### (6) 躍動的な東アジア市場<sup>11</sup>

韓国は世界 2 位の経済大国である日本、世界最大の市場潜在力を持った中国、そして高い経済成長率を見せているアセアン国家に隣接していて、20 億の東アジア市場のゲートウェイの役割をすることができる。

これは韓国にとってとても好条件。

韓国は北朝鮮の経済協力を通じた平和的関係を追求しているが、現在の北朝鮮の状況からしてそれは困難。

#### (7) 巨大な国内消費市場

韓国経済の躍動性は他の競争国とは比較できない利点を提供している。

過去 20 年の間、韓国は毎年 9% の平均成長を実現し、世界の 11 大経済国に発展したのである。

現在韓国の国民総生産額はアセアン加盟国全体の 60% に該当している。

これは、台湾や香港と比べてもはるかに高い。

韓国経済の躍動性は韓国人口が中国の 32% にもかかわらず経済規模はほぼ半分の水準であるという点によく現れている。

#### (8) 丈夫な産業基盤

韓国の丈夫な産業基盤は、外国技術家にとって一つの魅力ポイントである。

韓国はハイテクから中間財から消費財にわたるすべての分野でバランスの取れた産業構造を持っている。

このような産業構造は世界市場で高いシェアを持っている韓国産業との強力な前後方効果を通じ、外国投資企業が卓越した価値創造ができる機会を提供している。

韓国は投資財だけでなく高度技術を受容する面で競争国より優れた基盤を持つ。

メモリー半導体及び家電製品のようなハイテク産業のシナジー効果と共に工業化により得られた世界水準の加工、組立技術により韓国は高度技術及び知識産業の前哨基地として投資家たちにアジア内の最適な投資地域とまで評価される。

#### (9) 韓国経済の将来像<sup>12</sup>

韓国経済は将来、今日とは極めて異なったものになる可能性大である。

現在の集中的で大規模な製造業部門は、より多様化した一連の中小企業に取って代われ、これらの中小企業は地域的な広がりを持った産業群の中で近隣諸国と密接に結びつくことになる。

こうした新しい製造業はハイテク志向で、自らの産業の専門的技術の分野で革新者になる。今日とは異なり、これらの企業の多くは外国に親会社を持つことになるが、このような企業の国籍という概念は、2020 年までにその意味の大部分を失うことになる。

米国と欧州の会社が合併して製薬会社スミスクライン・ビーチャム社（かぜ薬のコンタックなどで有名）が設立されたが、その結果さまざまな伝統を持った会社が生まれたように、多くの会社が国籍を失い、「無国籍」になる。

サービス業は経済の中でより大きな比重を占めるようになり、国家より地域に根ざしたものになる。サービス業は、韓国で最も競争力を持つ産業になるわけではないにしても、国民の生活水準の引き上げに貢献することになるはず。

<sup>11</sup> 東アジア巨大市場 ジェームズ・アベグレン p.77~p.105

<sup>12</sup> 韓国経済の発展 金正廉 p.13~p.81



第3章. 韓国の IT 産業 <sup>13</sup>

## (1) 韓国のインターネット成長

韓国は、数年前までインターネット後進国であった。

しかし、ADSL 等の爆発的普及により短期間で IT 先進国入りを果たし、IT 産業発展の世界的モデルにまでのぼりつめる。

1998 年までは、韓国は確実にインターネット後進国で、インターネット普及率はマレーシアのそれとほぼ同じ水準で推移していた。

しかし、1998 年以降、韓国のインターネット人口は急激に増加、翌年には日本をも上回る IT 先進国に。

今では、シンガポールをも追い越す勢いで成長を続けており、韓国がアジアのネット先進国となることは確実視されている。

	インターネット普及率			
	1997	1998	1999	2000
日本	9.15%	13.23%	14.47%	30.53%
韓国	3.55%	6.68%	14.68%	34.55%
シンガポール	16.11%	23.71%	29.46%	44.58%
マレーシア	2.77%	3.68%	6.87%	

出所：AIR NET より

これほどまでに韓国のインターネット事情が劇的に改善された要因として、下記項目を挙げることができる。

- 1、 ゲーム主体の PC 房・インターネットカフェがインターネット人氣を高めた。
- 2、 高速利用を重視した韓国政府の IT 政策が成功した。
- 3、 競争事業者が電話でなく、ADSL などの新たなインフラ整備を積極展開した。
- 4、 集合住宅に集中的に提供した。
- 5、 専用線などの回線コストが低廉だった。
- 6、 無料電話、インターネット放送などのブロードバンドを生かす新種のサービスが提供された。

まず、高速インターネットの需要が増えた理由として、PC 房と呼ばれるインターネット・カフェの存在がある。この PC 房は専用の高速回線でプロバイダーと接続され、ネット対戦ゲームやデータのダウンロード、動画の再生など高パフォーマンスのインターネット環境を利用者に提供していた。

PC 房の利用料金は 1 時間当たり 1,000 ウォン（約 100 円）で、韓国国民は早くから PC 房によるブロードバンドサービスに慣れ親しんでいた。そのため、韓国での高速ネットに対する需要は高く、政府主導の ADSL などの高速環境導入策がスムーズに市場に溶け込むことができたと考えられる。

ブロードバンド環境を活かした無料電話サービスや、インターネット放送などのサービスの存在が需要の拡大を呼び起こしている。

関連事業・裾野産業も著しい成長を遂げ、韓国の IT 産業発展にとって好循環になって

<sup>13</sup> <http://www.tiki.ne.jp/company/index.html> 株式会社エヌディエスのページ

いる。

		1997	1998	1999	2000
インターネット人口		1,634,000	3,103,000	6,823,000	16,000,000
ナローバンド	ユーザー数	1,634,000	3,103,000	6,553,000	13,000,000
	マーケットシェア	100%	100%	96.04%	81.25%
ブロードバンド	ユーザー数	0	0	270,000	3,000,000
	マーケットシェア	0%	0%	3.96%	18.75%

出所：AIR NET より

## (2) インターネットアクセス方法

インターネット産業の成長が著しい韓国だが、市場はまだダイヤルアップなどのナローバンド接続が多い。

ブロードバンドサービスの普及率は他国より高く、ADSL にいたってはインターネット先進国の米国よりも高い普及率を達成。

利用者の選択肢も多く、内容も充実。

ブロードバンド接続では、ADSL と CATV が市場を分け合っている状況。

ADSL などのブロードバンド接続が導入されて以降、韓国のインターネット産業の成長率は目覚ましい。

韓国では、全国民の 40% 以上がマンションなどの集合住宅に住んでいるといわれており、ソウルなどの大都市に行けばその比率はさらに高く、韓国でも日本と同様にインターネットマンションの普及が急拡大。

しかし、日本のそれとはパフォーマンスが全く異なり、日本では多くのマンションが 128kbps の専用線を使って“高速で常時接続”を謳っているが、韓国は Mbps クラスで常時接続ができる。料金は日本のインターネットマンションの平均価格より若干高い程度。

## (3) ブロードバンドとナローバンド

ブロードバンドとは、一言で言うと広帯域の通信手段である。一般的に ADSL、CATV、光ファイバー等によるインターネット接続のことである。

大容量のデータを高速に転送可能で、動画や音楽などのデータをスムーズに伝えることができる。

またナローバンドとは、アナログモデム通信や ISDN（統合デジタル通信網）回線通信のことである。この従来インターネットを利用するために使用していたナローバンドでは一度に大量のデータを送受信することができなかった。

ナローバンドでは、プロバイダに繋がるまでに時間がかかる、データの読み込みに時間がかかる、時間がかかればかかるほど電話代がかかる。このように、時間やお金の制約から逃れることができなかった。

ブロードバンドではそのようなことはない。

通信にかかる時間も、アナログモデムによる 56Kbps 通信や ISDN 通信による 64Kbps 通信のナローバンドにくらべて、数十倍～数百倍もの速さでアクセスできるようになる。

ブロードバンドでは定額料金で常時接続が可能。

従来はダイヤルアップ接続で利用すればするほど電話代が高くなる従量制だったが、定額制の常時接続となると、必要経費がはじめからはっきりしているため、電話代を心配しながら切断接続を繰り返すようなことはなくなる。

## (4) 韓国のインターネット事情



2002 年 9 月、韓国はブロードバンド加入者数が 1000 万人を突破した。ブロードバンド普及率は全国 98% カバー、1430 万世帯の 70% に至る。

韓国で ADSL が一般に知れ渡ったのは、韓国第 2 位の地域通信事業者である「ハナ口通信」が 99 年 4 月に世界初の ADSL サービスを始めてから。

韓国では、日本のように ISP を申し込まなくてもよくて、初期費用はどこも無料、月 2300 ~ 2800 円で 8MB の ADSL が自由に使い放題だった。

韓国では、全人口の 4800 万人のうち 1033 万人がソウルに住み、その半分以上が集合住宅に住んでいるという整った環境、97 年末経済危機以降生き残るための道は IT しかないという状況がミックスされて急速にブロードバンドが普及した。

韓国政府が 1999 ~ 2002 年の 4 年間に、ブロードバンドインフラに投資した金額は約 11 兆ウォン(約 1 兆 1 千億円)。IT 産業に 17 兆ウォンの生産効果と 6 兆ウォンの付加価値、59 万人の雇用効果をもたらした。

2003 年以降はこのブロードバンドインフラをもっとグレードアップさせるため、実速度 20MB の光ファイバーを 2005 年までに 1350 万加入者が利用できるようにする計画を発表した。このための予算は 2002 ~ 2005 年の 4 年間で約 13 兆 3000 億ウォン(約 1 兆 3300 億円)とみている。

中身を埋めてくれるデジタルコンテンツ製作にも力を入れていく。

## おわりに、

韓国の主要な産業は今や、日本のような先進国と中国などの後進国との間で挟み撃ちにあっていると言える。この状態が解決するためには、韓国の企業はいくつかの課題を達成しなければならない。

先進国に対しては、技術面で遅れをとっているので、技術的に先進国においつかなければならない。今の韓国の技術力では、先進国の高い期待には応えられないのが現状である。

後進国に対しては、生産コストの面での課題を解決していかなければならない。後進国は生産コストの安さを武器に市場で大きな勢いを持っている。発展途上国などは、韓国よりも安いこのような後進国の製品を買うのである。

このような課題を解決していかないことには、これからの韓国経済の発展も望めないものである。