

# 재일한국인 기업가의 네트워크가 경영성과에 미치는 효과에 관한 연구

임 영 언\*

---

## 目 次

---

- I. 서론
  - II. 선행연구 검토
  - III. 연구 방법
  - IV. 표본의 특징 및 네트워크 분석
  - V. 결론 및 시사점
- 
- 

## I. 서론

현재 세계 흩어져 있는 재외동포는 183개국에 약 700만 명으로 추정되고 있다. 2005년도 기준으로 각 지역별로 재외동포가 많이 거주하는 지역을 살펴보면, 아시아지역은 중국 약 214만 명, 일본 약 60만 명, 아메리카 지역은 미국 약 216만 명, 캐나다 11만 명, 유럽지역은 러시아 및 독립국가연합 등 구소련의 CIS지역이 약 56만 명, 독일이 약 2만 5천명, 프랑스가 약 1만 5천명으로 알려졌다(박삼석, 1999)<sup>1)</sup>. 이와 같이 재외동포의 거주국별 인구의 분포비율로

---

\* 전남대학교 세계한상문화연구원 연구교수

1) 김인영(1993), 「일제하 조선인 강제연행 문제의 연구쟁점과 전망」, p.43에서 1945년 당시 재외 동포 수는 중국만주지방이 160만명, 일본이 230만명, 중국본토가 10만명, 소련방 20만명, 미주 기타 3만명 등 총 400만명으로 추산하고 있다. 당시, 만주나 연해주, 중국 본토, 일본 등지에서 거주하던 동포들이 해방이 되자 200만~250만 정도가 귀국한 것으로 알려지고 있다. 일본에 거주하던 조선인은 1910년에는 800명, 1920년에는 약 3만명, 1930년에는 약 30만명으로 증가하였다. 그리고 1940년에는 약 120만명, 해방직후에는 약 230만명이 거주하였으며 그 중 약 160만 명이 귀국하고

나열해 보면 미국, 중국, 일본, CIS지역 순이다.

먼저 한국인이 일본으로의 대량 이주하기 시작한 것은 일본의 한반도 식민지 지배로 인한 강제징용, 또는 강제징병에 동원되거나 그 후 주재원, 가족체제, 단기체제, 유학생, 투자이민 등 다양한 형태로 도일하기 시작하였다. 1905년 당시 일본에 거주하는 재일한국인은 303명에 불과했지만, 1945년 해방 전후에는 약 230만 명이었다. 이와 같이 식민지시대의 경험과 1945년 해방 전후 한국의 혼란한 시기를 틈타 해외로의 한국인의 이주는 다양화되기 시작하였다.

그러나 1980년대 전후 글로벌화의 영향으로 세계 각 지역으로의 이주가 새로운 꿈과 경제적인 성공(소위 코리아 드림)을 찾아서 자발적으로 이루어지게 되었으며 그중 가장 많이 진출한 지역이 지리적으로 가장 가까운 일본이라 할 수 있다.

이 연구는 100년가량이 경과된 한국인의 해외이민 역사 가운데 일본 현지에서의 동포네트워크가 그들이 이민사회에서 생활하고 기업을 일구는데 어떤 중요한 역할을 했는지 알아보는데 있다. 특히 재일한국인 기업가(소규모자영업자 포함)의 현지 네트워크 현황을 파악하고 네트워크가 미치는 효과를 분석하는 것은 현재 글로벌 무한경쟁 시대에 돌입한 재일한국인 기업의 생존과도 직결된 중요한 문제이기 때문이다.<sup>2)</sup>

이 연구의 조사 대상지역으로 선정된 도쿄, 오사카, 후쿠오카 지역은 재일한국인 기업이 집중된 지역이며 이들 지역에서 면접조사를 통하여 수집한 자료를 바탕으로 재일한국인 기업가의 네트워크(단체나 조직의 가입 여부 및 참가 정도)의 실태를 파악하고 네트워크가 기업의 경영성과에 미치는 영향을 중심으로 분석정리 할 것이다. 마지막으로 이 연구의 결론 및 시사점에 대해서 언급하고 향후 연구방향을 제시하고자 한다.

약 70만명이 일본에 남아 현재 재일한국인 사회의 뿌리를 형성하게 되었다.

- 2) 이 논문은 그라노베타(1998)가 제창한 ‘약한 연대’의 논거를 바탕으로 재일한국인 기업의 네트워크 관계에 대하여 실제로 현지에서 기업가가 동족 간에 어떠한 조직이나 단체에 참여하고 있으며 그 단체나 조직이 기업 활동에 어떠한 영향을 미치는가를 규명하고 중점을 두고 있다. 조사대상자는 주로 해방 전후(1945년) 이주한 ‘올드커머’와 1980년대 전후에 이들 지역에 이주한 뉴커머들이 포함되고 있다. 본 논문에서 사용되고 있는 올드커머는 해방 전후 강제징용이나 징병, 또는 이민정책에 의한 자발적 이주자를 포함하고 있으며 뉴커머는 1980년대 전후(주로 1989년 여행자유화 조치이후)에 취학생, 유학생, 상사주재원, 기업가, 취업, 파견사원, 결혼비자 등으로 이주한 사람들이 정착하기 시작하면서 그들을 지칭하는 용어로 사용되고 있다. 현재 올드커머와 뉴커머를 합한 재일한국인 인구 수는 약 100만명으로 추산되고 있다.

## II. 선행연구 검토

### 1. 재일한국인 기업가에 대한 연구검토

지금까지 재일한국인 기업이나 기업가의 네트워크에 관한 연구는 현지연구의 제약과 어려움으로 극히 소수에 불과하다. 특히 미시적인 관점에서 재일한국인 기업을 대상으로 경제 환경이나 경영활동에 관한 연구가 활발하게 진행된 것은 최근의 일이며 재일한국인 기업가의 네트워크를 조사한 적은 거의 없는 것으로 알려지고 있다<sup>3)</sup>. 그러나 유일하게 오규상(1996)과 박삼석(2002)의 한상과 화상의 비교연구가 거시적인 관점에서 재일한국인 기업가 및 한상네트워크에 대해서 다루고 있다. 오규상(1996)의 연구는 재일한국인 기업가와 화상네트워크와의 관계를 비교분석하고 있으며 박삼석(1999)의 연구는 재외동포와 한상네트워크를 비교분석하여 세계시장에서 한상의 활약상을 소개하고 있다. 그러면 이들 두 연구에 대하여 좀 더 자세히 살펴보도록 하자.

오규상(1996)은 일본에서 기업을 경영하고 있는 조선인, 재일조선상공인의 맥락에서 중화경제권의 실태를 파악하고 화교·화상의 동향으로부터 재일한국인 기업가(한상)의 경영활동에도 도움이 될 만한 요소를 도출하고자 거시적인 관점에서 한상과 화상을 비교분석하였다. 오규상(1996)이 가장 주목하고 있는 것은 화상이 어떻게 세계적인 기업가 네트워크를 구축하고 기업을 확대 발전시켜 왔느냐에 관한 점이다. 그는 화상이 횡적, 종적인 네트워크 구축하고 세계에 산재해 있는 화상기업가들이 모일 수 있는 장소와 계기를 의도적으로 만들어내어 화상대회를 개최하고 있다는 점에 주목하였다. 1991년 싱가포르에서 시작된 '제 1회 세계화상대회'를 시작으로 지금까지 2년에 한 번씩 개최되어 2005년도에는 제 8차 화상대회가 서울에서 개최되었다. 화상대회의 주된 취지는 세계 각지에 흩어져 거주하고 있는 화상들을 한곳에 모이게 하고 그런 과정에서 화상들 간에 자연스럽게 생성되는 '약한 연대'의 화상네트워크 구축이 대회의 기본정신이라 할 수 있다.

박삼석(2002:26)의 연구에서는 해외에서 활약하고 있는 재외동포의 저력에 대하여 다음과 같이 분석하였다. 먼저, 재외동포의 문화, 행동양식, 가치관에서 가장 특징적인 것은 뛰어난 적응력, 불굴의 의지, 그리고 독자적인 민족의식과 저력 등이라고 하였다. 재외동포는 문화적으로 민족전통을 고수하려는 의식이 강하고 특히 교육에 지대한 관심을 보이는 경향을 있다고 주장 하였다. 이러한 재외동포의 성향은 문화, 행동양식, 가치관은 사회문화적으로 구축된 것으로

3) 이 논문에서 재일한국인 기업가는 민단, 총련 소속의 조선인들을 모두 지칭한다. 1990년 이후 재일한국인 수는 매년 귀화자 수가 1만명 이상 증가함에 따라 전체수가 감소하기 시작하였다.

한민족이 원래 가지고 있었던 민족성에도 역경과 고난을 이겨낸 과정에서 더욱 단련된 것으로 보았다. 특히 그는 화상의 경제적인 성공의 가장 큰 요인을 역사적으로 형성된 기업가 정신과 그들 간에 형성된 ‘강한 연대’의 네트워크를 활용한 공식·비공식적인 단체 및 조직(화상의 사회적 자본)의 탁월성, 즉 ‘약한 연대’의 네트워크의 활용에 있다고 주장하였다. 특히 한상기업의 성공요인으로서 기업가간에 형성된 ‘약한 연대’의 중요성을 밝히고 있다.

## 2. 재일한국인 기업과 네트워크

먼저 이민 기업과 네트워크와의 관계를 살펴보자. 일반적으로 네트워크는 행위자의 목적을 달성하기 위한 수단으로 활용되기 때문에 네트워크 자체를 사회적 자본(social capital)으로 정의할 수 있다. 버트(Burt, 1992)에 의하면 네트워크란 상호접촉을 보유하는 자원 및 접촉의 사회적 구조를 동시에 의미한다. 흔히 이민 기업에서는 경제행위가 사회관계라는 네트워크(인맥) 관계에서 발생하는 것을 가정하고 있다. 다시 말하면 이민기업의 경제행위가 네트워크에 의해 상호 영향을 주고받는다라는 것이다. 네트워크 분석(network analysis)은 상호의존하고 있는 행위자(기업가)의 관계를 기술하고 수량화하는 방법이며 행위자 상호간에 어떤 관계가 있는가를 규명하는데 유용하다. 따라서 이민 기업의 사회적 자본(네트워크관계)을 간단히 정의하면 ‘직접적 또는 간접적으로 연결되어 있는 사회적 연결망(연계)’이라고 할 수 있다.

이민 집단과 같은 소수민족집단의 경우, 조직이나 단체의 네트워크(사회관계)를 통하여 정체성을 형성하거나 강화시키며 같은 민족 집단으로부터 정서적인 지원을 받을 수 있다(Campbell, Marsden, & Hurlbert, 1986; Lin, 2001).

네트워크는 특정 개인을 중심으로 하는 직접, 또는 간접적인 사회관계의 연계이며 그들의 관계는 개인의 목적달성, 기대, 요구, 수요, 공급을 전달하기 위한 유용한 활용수단이기도 하다(Anderson & Carlos, 1976: 28). 네트워크는 많은 관계형성으로 이루어져 있으며 사회관계를 통하여 행위자가 다양한 자원에 접근하거나 정보를 전달하며 상호교환 한다. 구체적으로 말하면 이들 연결망(사회적 자본)이란, 정보, 재산, 세력(영향력), 지위(존경), 애정, 자금, 물품, 서비스 등 유형, 무형의 다양한 것들의 상호 이동이 포함된다(Foa, 1971; Lin, 1982).

이러한 네트워크에 관한 연구에서 그라노베타는 1970년대 미국에서 실시한 남성 화이트칼라의 노동자에 관한 조사에서 ‘약한 연대’(Weak Ties)의 가설을 도출하였다(Granovetter, 1998). 그라노베타에 의하면, ‘구직자가 직업을 구할 때 ‘강한 연대(항상 만나는 사람)’를 가진 사람보다는 약한 연대(거의 잘 만나지 않는 사람)를 가진 사람으로부터 구직과정상 유용한 정보가 입수 된다’는

것을 주장하였다(Granovetter, 1973 & 1982).

<표1> 네트워크 특징

네트워크 특성	약한 연대(Weak Ties)	강한 연대(Strong Ties)
상호관계	지인 또는 평범한 관계 (거의 만나지 못하는 사람)	가족, 친척, 친구, 동료 등 (평상시 자주 만나는 사람)
관계성의 밀도 (친밀감)	낮다	높다
상호유사성	낮다	높다
연대의 넓이 (네트워크 크기)	넓다	좁다
상호연결기능	조직간 연결기능 역할	조직간 연결기능 못함
구성원 간의 신뢰도	신뢰관계 약함	신뢰관계 강함
네트워크 역할	개방적 (네트워크 간 정보전파)	폐쇄적 (네트워크 내부의 신뢰, 정보공유)

주) 그라노베타 (Granovetter, 1982), 모리(守政毅, 2004)논문을 참고로 작성

이것은 ‘약한 연대’가 ‘강한 연대’보다 행위자를 다양한 사람들에게 연결시키는 기능이 강하며 구직과정의 정보수집에서 유리하게 작용한다고 가정하고 있다.. 이 가설에 의하면 ‘강한 연대’로 연결된 사람들은 같은 민족 집단과 같은 동질적인 사회권에 속하고 이미 존재하는 내부정보를 조직원간에 공유하는 경향이 있으며 반대로 ‘약한 연대’로 연결된 사람들은 서로 다른 단체나 조직에 속해있어 새로운 정보를 상호 전파하는 경향이 있다는 가설에 바탕을 두고 있다.

‘약한 연대’는 ‘강한 연대’로서 연결된(집단 성원 간 모두가 알고 지내는 것과 같은) 밀도가 높은 집단 간의 다리 역할을 한다. 즉 ‘약한 연대’가 ‘강한 연대’보다 새로운 정보나 필요한 자원에 접근할 수 있는 기회를 행위자에게 제공하는 것을 의미한다. ‘약한 연대’의 가설은 이후 많은 연구자와 학자들에 의해 논쟁을 거쳐 검증되어 왔다(Granovetter, [1995] 1998; 渡辺, 1999; 安田, 2001).

그러나 이와 같은 ‘약한 연대’의 가설은 ‘약한 연대’가 서로 상이한 집단이나 사회, 국가의 가교역할을 한다는 네트워크의 구조적 특성을 잘 설명하고 있지는 못하다. 왜냐하면 이들 연구자들 대부분의 연구가 미국이나 일본 국내의 ‘직업 찾기’ 네트워크에 한정되어 있기 때문이다. 이러한 의미에서 이 연구는

기업간의 거래를 통해 지역, 사회, 국가간의 네트워크 구조를 구체적으로 설명하는데 유용하며 많은 시사점을 제공할 것으로 생각된다.

네트워크 분석에서는 양자간의 관계내용을 어느 정도의 빈도로 만나는가? 네트워크의 강도는 행위자가 양자간의 관계에 어느 정도 시간을 투자하는가? 상대방에 대한 접촉빈도, 정서적인 친밀감, 상호신뢰관계, 호혜성 등을 포함한다.

<표1>은 그라노베타의 ‘약한 연대(Weak Ties)’와 ‘강한 연대(Strong Ties)’의 가설을 근거로 작성한 표이다. 상기 표와 같이 ‘약한 연대’와 ‘강한 연대’는 상호 배타적인 성격을 가지고 있다. ‘강한 연대’의 특성을 보면 상호관계가 아주 친밀하고, 밀도가 높으며 신뢰관계도 높다. 그러나 네트워크 넓이가 좁으며, 조직간 연결기능을 제대로 수행하지 못하고 조직내부에서만 정보가 공유된다. 반대로 ‘약한 연대’의 경우 상호관계가 약하고 밀도나 유사성이 낮으며 신뢰관계가 약하지만, 네트워크 범위가 넓고, 조직간 연결기능을 하며, 외부 네트워크와의 정보전파 역할을 수행한다.

이 논문은 그라노베타(Granovetter, 1982)가 주창한 자료들을 정리하여 구체적인 조사표를 만들고 자료를 수집분석 하는데 중점을 두고 있다. 구체적으로 제일한국인 기업가의 참여빈도, 거주지역, 네트워크규모, 기업간 거리, 거래연수, 거래빈도, 친밀도 등 ‘약한 연대’의 네트워크가 기업의 경영성과에 미치는 영향을 분석할 것이다.

특히 이 논문에서 규명하고자 하는 연구주제와 가설은 다음과 같다. 연구주제는 ‘제일한국인 기업가의 ‘약한 연대’의 네트워크가 경영성과에 미치는 영향’에 대한 분석이며, 가설은 ‘제일한국인 기업가의 경우 ‘약한 연대’의 네트워크를 구축하고 있는 기업가 일수록 경영성과가 높을 것이다.’

### 3. 조작적 정의

이 논문의 분석에서 사용되는 각 개념의 조작적 정의는 다음과 같다. 그라노베타(Granovetter, 1982)가 주창하고 버트(1984)가 고안한 이후 1995년 미국 조사, 1999년 일본조사에서 측정된 질문항목을 사용하고 있다.

이 논문에서 사용하고 있는 독립변수로서 참가 빈도는 과거 6개월 이내에 기업가가 민단이나 총련 등 각종 조직에 얼마나 자주 참가하였는지 질문하여 ‘거의 참가하지 않는다=1’, ‘자주 참가 한다=5’ 등으로 측정하였다. 기업가간 거리감은 조직이나 단체와 어느 정도 멀리 떨어져 있는가를 측정하였다. 가령 ‘조직과 같은 구역=1’, ‘해외=5’로 측정하였다. 중요기업 거래 수는 제일한국인 기업이 거래하고 있는 기업을 전부 기입하도록 하였다. 국내외 기업간 거래에서는 ‘일본국내 동포기업=1’, ‘일본기업=2’, ‘재외 동포기업=3’, ‘외국기업(한국기

업포함)'=4로 측정하였다. 거래연수는 지금까지 재일한국인 기업이 6개월간 다른 기업과 거래한 연수를 그대로 기입하도록 하여 측정하였다. 기업 거래빈도는 기업가간 얼마나 자주 거래하는가를 측정하기 위하여 '아주 드물게=1', '가끔씩=2', '종종=3', '자주=4', '빈번하게=5'로 측정하였다. 친밀감은 기업가간 정서적인 친밀감을 측정하기 위하여 '친밀하지 않다=0', '친밀하다=1'로 측정하였다.

### Ⅲ. 연구 방법

이 연구의 모집단은 민단과 총련에 소속된 재일한국인 기업가(자영업자 포함)들 중에 도쿄, 오사카, 후쿠오카 지역에 거주하는 기업가이다<sup>4)</sup>. 연구방법은 재일한국인 기업가를 대상으로 면접조사와 우편조사를 실시하였다. 조사기간은 2005년 12월부터 2006년 3월까지 약 4개월간에 걸쳐 현지조사를 실시하였다. 특히 이번 조사는 2차에 걸친 풍부한 현지 조사경험을 바탕으로 설문지 작성에 신중을 기하였다. 재일한국인 기업가들이 개인 사생활이나 재무관련 문항에 가장 민감하게 반응하며 응답하지 않는다는 것을 알고 그런 문제들은 조사항목 설정단계에서 신중히 검토하였다.

우편조사는 조사대상지역의 남녀 재일한국인 기업가, 특히 기업가 목록에서 주소가 확인된 기업가 1,059명을 상대로 우편조사를 실시하여 총 154명으로부터 설문지가 회수되었다. 이 조사는 초기부터 설문조사와 면접조사를 병행하여 설문조사의 취약성을 보완하였다. 따라서 이 연구는 우편조사와 면접조사결과 회수된 총 154명의 재일한국인 기업가에 대하여 면접조사와 통계적 방법을 병행한 양적·질적 분석을 시도하고 있다.

먼저 설문조사 결과를 바탕으로 재일한국인 기업가의 인구통계적인 특성과 네트워크 현황에 대하여 파악하고, 기업가 인터뷰조사를 통하여 기업의 성장과정이나 네트워크실태에 관한 상세한 정보를 입수하였다. 또한 설문지 응답자 전체에 대한 기업가의 성향과 변수간의 상관관계를 확인하기 위하여 통계분석을 활용하였으며 설문지 조사에서 누락되었거나 입수할 수 없었던 중요한 정보는 면접조사를 통하여 설문조사의 결점을 보완하였다.

면접조사과정에서 재일한국인 기업가들은 21세기 국제기업 환경변화와 산업

4) 홍효정(2006), p.17, 총련은 재일동포의 생명과 재산을 보호하고 구국사업을 위해 조직한 단체로 자생적으로 생겨난 자치단체의 성격을 지니고 있었으며 당시 약 300여개나 되었다. 그러나 남북분단과 더불어 1945년 10월 15일 동경에서 5,000명이 모인 가운데 재일조선인연맹(조련)이 결성되었다.

구조의 변환, 그리고 무엇보다도 일본 현지에서 직면하고 있는 재일한국인 기업의 실태와 오랜 불경기로 인한 위기의식 속에서 기업의 활로를 개척하고 향후 기업생존의 한 방편으로 한상네트워크 구축에 대한 큰 기대와 희망을 가지고 있는 기업가도 많았다.

## IV. 표본의 특징 및 네트워크 분석

### 1. 재일한국인 기업가의 표본의 특징

이번 조사는 도쿄, 오사카, 후쿠오카 등의 세 지역의 재일한국인 기업가를 중심으로 조사를 했기 때문에 이 연구조사를 이해하기 위해서는 샘플의 특성과 편중에 대하여 살펴볼 필요가 있다.

먼저, 표본의 특징에서 지역적 분포를 살펴보면, 도쿄가 68.2%, 오사카가 19.5%, 후쿠오카가 12.3% 순이다. 이것은 도쿄의 경우 재일한국인 3, 4세로의 세대교체가 급격히 이루어지고 있다는 것을 의미하며 오사카의 경우 아직까지 재일 1, 2세가 기업현장에서 여전히 경영자로서 남아있거나 주도하고 있다는 사실을 뒷받침해준다.

<표2>에 나타난 바와 같이 표본의 업종별 분포를 보면, ‘서비스업’이 50%, ‘도매·소매업’이 35.1%, ‘제조업’이 14.9% 순이다. 구체적인 서비스업 분야에서 1999년도 총련 조사에서는 ‘토목건설업’이 21.3%, ‘음식업’이 14.9%, ‘생산가공’이 7.8%이었다. 2005년도 세계한상문화연구단 조사에서는 ‘파칭코 산업’이 23.4%, ‘부동산·금융업’이 21.9%, ‘음식업’이 16.4% 순이었다. 업종별 분포를 보면, 조사시기별로 약간 차이가 있으나 순위별로는 거의 일치를 보이고 있으며 따라서 상기 표에 나타난 샘플의 특성에 유의하여 이 연구의 결과를 이해할 필요가 있다.

다음은 재일한국인 기업가에게 업종별 제 1순위를 기입하도록 하여 ‘한국표준산업분류법’에 의거해 업종별로 분류한 조사결과를 보면, ‘야끼니쿠 산업’이 16.9%, ‘판매영업’이 16.2%, ‘음식 및 숙박업’이 11%, ‘무역’이 9%, ‘파칭코 산업’이 7.1% 순이었다. 2005년도 조사에서는 파칭코산업, 부동산임대업, 음식·숙박업 순으로 음식·숙박업과 파칭코 산업이 높은 비율을 차지했다. 1989년도 민단조사에서는 파칭코, 음식업, 제조업이 높은 비율을 차지했던바, 이번 조사에서도 거의 일치하는 경향을 보였다. 특히, 재일한국인 기업이 야끼니쿠 산업이나 음식업, 파칭코 산업에 집중되는 이유는 당시 소자본으로 누구나 쉽게 창업할 수 있고 자본의 회전율이 높아서 단기간에 자본을 축적할 수 있었기 때

문이다.

그러면 이 연구의 대상자인 재일한국인 기업가의 일반적 특성에 대하여 먼저 기업가의 성별, 연령별, 세대별, 창업연도 등에 대하여 살펴보자.

재일한국인 기업가의 성별분포를 보면, 2005년도 조사에서는 96%가 남성기업가로 남성의 비율이 압도적으로 많았다. 대체적으로 재일한국인 기업가에게는 아직까지 사회적 특성상 가부장적 제도의 영향을 받아 유교적인 풍습이 강해 가족경영이나 가족기업이 많다는 사실을 확인할 수 있다. 이번 조사에서도 남성기업가 비율이 여전히 높았으나 약 23% 정도가 여성 기업가라고 응답하였다.

<표2> 재일한국인 기업의 업종별 비교

연도	업종별 분포
1999년	토목건설업 21.3%, 음식업 14.9%, 생산가공 7.8%
2005년	파칭코 산업 23.4%, 부동산·금융업 21.9%, 음식업 16.4%
2005년 (제1순위)	야끼니쿠 산업 16.9%, 판매영업 16.2%, 음식 및 숙박업 11%, 무역 9%, 파칭코 산업 7.1%

기업가의 연령별 분포를 보면, 연령범위는 26세~85세까지이며 평균연령은 49.5세, 중앙치는 49세였다. 연령별 분포도를 보면 '40~50세까지의 기업가'가 35.7%로 가장 많고, 기업가의 절반 이상이 50세 미만으로 재일한국인 2, 3세가 주류를 형성하고 있다. 50세 미만의 기업가가 증가추세이며, 60세 이상의 비율을 보면, 약 11%로 감소하는 경향이 있다. 1989년 민단조사에서는 40대 이하가 많았고, 1999년 총련 조사에서는 '40~60세'가 58.8%였으나 2005년도 조사에서는 56.2%였다. 이번 조사에서는 40~60세의 비율이 약 70%를 차지하고 있어 재일한국인 2, 3세 기업가가 상당수 포함되어 있다는 것을 알 수 있다. 그러나 한 가지 주목할 만한 것은 40세 미만의 기업가가 약 20%로 재일 3, 4세 기업가의 증가를 확인할 수 있으며 60세 이상의 재일 1세들의 약 11%가 간사이 지역을 중심으로 여전히 기업현장에서 활약하고 있는 것으로 나타났다.

재일한국인 기업가의 세대별 분류를 보면, 재일한국인 기업가에게 '귀하는 현재 재일 몇 세대 재 입니까?' 라고 질문한 결과, '재일 1세'라고 응답한 기업가가 37.7%, '재일 2세'가 51.9%, '재일 3세'가 10.4% 순으로 응답했다. 재일 1세라고 응답한 비율이 37.7%로 상당히 높게 나타났으나, 이러한 현상은 1970~1980년대 독일한 '미들뉴커머'가 많기 때문인 것으로 보인다<sup>5)</sup>.

5) 현지에서 기업가들과의 면접조사로 밝혀진 것이지만, '미들뉴커머'란 해방 전후 독일한 울드커머와

&lt;표3&gt; 기업가의 업종과 세대별 교차표

업종별	세대별			
	1세대	2세대	3세대	합계
서비스업	34.2(26)	53.9(41)	11.8(9)	100(76)
도·소매업	42.6(23)	46.3(25)	11.1(6)	100(54)
제조업	39.1(9)	56.5(13)	4.3(1)	100(23)
합계	37.7(58)	51.9(79)	10.4(16)	100(153)

주)카이제곱(6df)=3.000, P=0.809

전남대학교 세계한상문화연구단에서 실시한 2005년도의 조사와 같이 이번 조사에서도 제일한국인 기업가는 제일 2세가 높은 비율을 차지하고 있지만, 향후 제일 3, 4세가 증가할 것으로 예상된다. 1989년 민단에서 실시한 조사결과에 의하면 제일한국인 1세의 경우, 고령화 및 저출산 문제로 인하여 후계자 승계문제가 가장 심각한 문제로 대두되었으나 최근 연구결과는 제일한국인 3, 4세 기업가들이 제일 1세가 개척한 3D업종의 굴레에서 벗어나 새로운 업종에 창업하는 기업가가 증가하고 있는 것으로 나타났다.

<표3>은 제일한국인 기업가의 업종과 세대별 교차표이다. 이 표에 의하면, 통계값이 유의수준은 아니지만 제일 2세가 서비스업, 도·소매업, 제조업의 분야에서 51.9%로 제일 1세, 제일 3세보다는 전반적으로 높은 비율을 차지하고 있다는 것을 알 수 있다. 그러나 제일 1세의 경우도 업종별 기업가의 비율이 여전히 높다는 것을 알 수 있으며 이것은 제일한국인 기업가 중에는 고령자가 상당수 포함되어 있다는 것을 의미한다. 특히 면접조사 결과, 제일한국인 사회의 고령화와 더불어 기업가 중에는 제일 2세, 또는 제일 3세에게 기업승계를 마쳤거나 동시에 경영수업을 하고 있는 경우가 포함된 것으로 밝혀졌다. 제일 3세의 경우 전반적으로 교차값의 비율이 낮게 나타나고 있는데 이것은 제일한국인 기업가 자체의 감소, 제일한국인 기업가가 기업 승계상 또는 창업 상 새로운 업종에 종사하는 비율이 증가하는데 따른 결과로 풀이된다.

## 2. 제일한국인 기업가의 네트워크 활동에 따른 경영성과

이 논문은 제일한국인 기업가의 네트워크 활동(사회적 자본)에 따른 경영성

1980년대 전후 독일한 뉴커머 사이에 독일하여 형성된 기업가들을 지칭한다. 올드커머가 역사적 피해의식에서 자유롭지 못한 반면에, 이주동기가 밀항이나 경제적인 측면의 물질적인 성공에 바탕을 두고 있기 때문에 민족정체성이 결여되어 있다는 측면에서 올드커머들이 그렇게 부르고 있다.

과를 분석하는데 목적을 두고 있다. 먼저, 재일한국인 기업가가 민족네트워크로서 어떤 개인적 네트워크를 가지고 있는지 살펴본 다음 기업네트워크의 경영성과에 대하여 살펴볼 것이다.

재일한국인 기업가가 참가하고 있는 조직을 조사한 결과, 단체나 조직을 순위별로 정리하면 ‘민단’이 44.2%, ‘재일한국상공회의소’가 29.9%, ‘재일조선상공연합회’가 26%, ‘총련’이 20%, ‘교회’가 16.2%, ‘한인회’가 15.6%, ‘OKTA’가 12.3%, ‘각종 기업가단체’가 12.3% 순이었다. 이와 같이 재일한국인 기업가는 각종 단체나 조직에 가입하여 참가하고 있는 것으로 나타났다.

<표4>재일한국인 기업가의 네트워크와 경영성과와의 상관관계

경영성과	매출액 만족도	기업의 발전도	조직 참가 만족도	기업규모	기업 존속연수
참가 빈도	.135	.252**	.374***	.232**	-.035
기업가간 거리감	.065	.144	.058	.157	-.064
중요거래 기업 수	-.032	.224**	.025	.091	-.043
국내외 기업간 거래	-.009	-.010	.031	-.017	.085
거래연수	-.223**	-.010	-.062	.254**	.250***
기업거래빈도	.221**	.095	.040	.054	-.067
친밀도	.059	.040	-.075	.000	.125
기업가의 연령	.087	-.067	.085	.057	.567***
기업가의 성별	.096	.098	-.145	-.086	-.034
F값	1.838**	1.952**	1.811**	1.944**	10.846***
수정된 카이제곱	0.163**	0.171**	0.161**	0.171**	0.486

주) 표 중의 숫자는 피어슨 상관계수를 나타냄. \*\*=P<0.05, \*\*\*=P<0.01(N=154)

조직참가는 참가 한다=1, 참가 안 한다=0, 성별은 남성=1, 여성=0의 더미변수

성별은 남성=1, 여성=0 더미변수. 친밀도는 친밀하다=1, 친밀하지 않다=0 더미변수

다음은 재일한국인 기업가에게 조직이나 단체에 한번이라도 참가한 경험이 있는지 질문한 결과를 보면, 약 95.5%가 참가한 경험이 있다고 응답했다. 대부분의 재일한국인 기업가들이 각종 단체나 조직에 한번쯤은 참가한 경험이 있는 것으로 나타났다. 그러나 재일한국인 기업가에게 단체나 조직에의 참가 빈도를 질문한 결과, ‘거의 참가 안 한다’가 46.3%, ‘종종 참가 한다’가 41.5%, ‘자주 참가 한다’가 12.2%였다. 전반적으로 보면, 참가하고 있다고 응답한 기업가가 절반 이상을 초과하고 있다. 단체나 조직회원의 거주지를 조사한 결과, ‘근린지역’이 31.3%, ‘같은 도내’가 51%, ‘전국지역’이 17%, ‘기타’가 1.4%로

나타났다. 이와 같이 제일한국인 기업가는 80% 이상이 자기가 살고 있는 가까운 지역에 존재하는 조직이나 단체에 참가하고 있는 것으로 나타났다.

그러면 최근 제일한국인 기업가가 민단이나 총련의 각종 조직참가 이후에 자사의 경영변화에 대하여 어떻게 느끼고 있는가에 대하여 살펴보자. ‘제일한국인 기업가가 단체나 조직에 참가한 이후 귀사의 경영에 어떠한 변화가 있었는가?’라고 질문했다.

조사결과, ‘변함이 없다’가 72.8%로 가장 높았고, ‘좋아졌다’가 21.1%, ‘나빠졌다’가 4.8%, ‘매우 나빠졌다’가 1.4%였다. 이와 같이 제일한국인 기업가들은 대체로 조직참가 이후의 경영변화에 대하여 ‘변함이 없다’고 응답한 사람들이 많았고, 기업가들 중에는 조직참가와 기업경영을 결부시키는 것을 터부시하거나 좋지 않게 생각하는 경향이 있었다. 기업가의 조직참가에 대한 만족도에서는 ‘보통’이라고 응답한 기업가가 50.7%, ‘약간 만족’이 25.3%, ‘약간 불만족’이 19.2%, ‘매우 만족 한다’가 1.4%였다. 거의 기업가의 절반 이상이 ‘보통’이라고 응답해 조직참가에 대한 관심이 기업가들에게는 낮게 나타났으며, 26.7%가 조직참가에 대하여 긍정적인 것으로 나타났다.

<표4>은 제일한국인 기업가의 네트워크 특성(참가 빈도, 기업가간 거리감(거주지), 거래기업 수, 기업간 거래, 거래연수, 거래빈도, 친밀도, 연령, 성별)과 경영성과에 대한 상관관계를 나타내고 있다.

전반적으로 회귀분석 결과를 보면, 제일한국인 기업가가 조직 및 단체에 대한 참여빈도는 기업의 발전도, 참가만족도, 기업규모와 정(正)의 상관관계가 있다. 중요 기업거래수와 기업의 발전도와는 정(正)의 상관관계가 있다. 기업간 거래빈도는 매출액 만족도와 정(正)의 상관관계가 있다. 거래연수와 매출액 만족도와는 부의 상관관계로 거래연수가 짧을수록 매출액 만족도가 높았다. 그러나 당연한 결과이지만 거래연수가 길수록 기업규모와 기업존속연수도 길어졌다.

제일한국인 기업가의 연령은 기업의 존속연수와 정의 상관관계이며 기업가의 연령이 많을수록 기업의 존속연수도 길게 나타났다. 이러한 경향은 아직까지 제일한국인 기업의 경우 제일 1세, 2세가 경영하는 기업이 많다는 것을 의미하며 경영권이 제일 3세, 4세로 이동하는 과도기적인 현상을 나타내고 있다고 할 수 있다.

이상과 같이 그라노베타(1998)가 도출한 ‘약한 연대’의 논거를 바탕으로 가설을 세워 제일한국인 기업가의 네트워크를 분석한 결과, 제일한국인 기업가간의 상호관계(참가 빈도), 기업거래빈도(신뢰관계), 중요기업 거래 수(네트워크 규모)에서 ‘강한 연대’를 형성하고 있는 것으로 나타났다.

## V. 결론 및 시사점

이 논문은 재일한국인 기업가의 네트워크에 관한 면접조사를 바탕으로 재일한국인 기업가의 네트워크가 경영성과에 미치는 영향을 분석했다. 특히 그라노베타(1973, 1982, 1998)의 논거를 바탕으로 재일한국인 기업가의 네트워크 관계에 있어서 일본사회에서의 ‘약한 연대’ 가설을 중심으로 검증하고자 시도하였다. 그라노베타의 연구는 미국 화이트칼라의 노동자에 관한 연구이긴 하지만 재일한국인 기업의 네트워크 분석에도 적용할 수 있을 것이다.

이번 연구결과, 이 논문에서 제시한 ‘약한 연대’ 가설과는 반대로 재일한국인 기업가간의 네트워크 관계는 ‘강한 연대’를 형성하고 있는 것으로 나타났다. 즉, 상호관계(참가 빈도), 기업거래빈도(신뢰관계), 중요기업 거래 수(네트워크 규모)가 높을수록 경영성과도 높게 나타났다. 이와 같은 네트워크 모델은 그라노베타(1998)가 주장한 ‘약한 연대’의 네트워크 효과와는 정반대로 ‘강한 연대’가 재일한국인 기업가의 성공요인으로 작용했다고 할 수 있다. 그러나 기업가의 면접조사 결과, 민단체 기업가의 경우 ‘약한 연대’를 구축하고 있는 기업가일수록 경영성과도 높았다. 그러나 특히 총련계 기업가는 일본 내 기업과 일본 내 시장에 의존하는 ‘강한 연대’의 경향이 있으며 이와 같은 안정된 시장관계 구조에서의 거래관계가 당분간 총련계 기업가들에게는 완전히 없어지지 않을 것으로 예상되며 현재 시장과 정보의 제한이라는 한계에 직면하고 있다<sup>6)</sup>.

따라서 향후 총련계 기업가는 글로벌화가 급속도로 진행되고 있는 새로운 경제 환경 속에서 기업이 생존하기 위한 전략적인 차원에서 ‘강한 연대’의 폐쇄적이고 동질성이 높은 민족과 동종업종간의 과도한 사회적 배태관계가 수정되고 보다 유동적이고 개방적인 ‘약한 연대’에 의한 광범위한 네트워크 구축방안이 모색되어야 할 것으로 생각된다. 21세기 국제화 시대를 맞이하여 총련계 기업가의 네트워크 활성화의 대안 중 하나로서 재일동포와 일본중심의 ‘약한 연대’에서 벗어나 세계 각지에 흩어져 있는 재외동포와의 ‘약한 연대’를 통한 글로벌기업 지향의 세계적인 한상네트워크를 구축하는 것이 바람직 할 것이다.

이 연구의 시사점을 제시하면 다음과 같다.

6) 김태영·박재수 (2006) 「재일한국인 기업가의 상황구조에 관한 연구」 『일본문화학보 (제30집)』 p.362, 미국이나 유럽의 이민기업이 강한 연대를 형성하는 것과는 달리, 재일한국인 기업은 민족차별이나 귀화정책으로 인하여 일본 시장, 또는 국제시장으로 진입(약한 연대)하는 경향이 있다고 분석하였다.

첫째, 해방 전후 도일하여 현지에서 창업초기에 민족차별이나 취직차별의 극복수단으로서 영세자영업으로 시작한 재일한국인 기업가가 약 60년이라는 세월이 지나면서 일본경제의 주류를 형성하게 되었고 성공한 기업가가 다수 탄생하게 되었다. 이러한 성공배경에는 민족자산인 재일동포간의 네트워크, 즉 재일한국인과 기업 간을 연결하는 단체나 조직의 ‘강한 연대’의 네트워크의 역할이 중요했다는 것을 확인할 수 있었다. 그러나 국제화 시대를 맞이하여 재일한국인 기업이 세계 속의 글로벌 기업으로 성장하고 세계시장 경쟁에서 상생하기 위해서는 기존의 재일동포간의 네트워크를 바탕으로 세계한상기업과 연결되는 ‘약한 연대’의 글로벌 한상네트워크 구축 방안이 구체적으로 제시되고 마련되어야 할 것으로 생각된다.

둘째, 재일한국인 기업가의 단체 및 조직 활동, 그리고 기업 간의 거래관계를 살펴본 결과, 여전히 동질성이 높은 같은 민족 간의 ‘강한 연대’의 성향이 강하게 나타났다. 그러나 향후 현지 일본인과의 연대모색, 그리고 재일한국인 기업가의 각종 기업가활동을 통한 세계한상과의 연결망 구축 등 ‘약한 연대’의 구축이 필요할 것으로 생각된다. 국제화시대의 이러한 시대적인 요청에 따라 ‘약한 연대’에 의한 세계한상네트워크 구축과 활성화 방안에 대한 정부차원의 지원과 정책적인 배려도 필요할 것이다.

셋째, 향후 민단소속의 기업가보다도 총련 소속의 기업가들이 일본에서 기업의 경영성과를 높이기 위해서는 ‘약한 연대’에 의한 글로벌네트워크 구축에 더욱 힘써야 할 것으로 생각된다.

이 연구의 한계점은 전체의 모집단에 대한 샘플수가 적어 연구결과의 일반화에는 문제점이 있다. 그러나 이 연구의 중요성은 글로벌 경쟁시대를 맞이하여 재일한국인 기업이 글로벌 기업으로의 연착륙과 글로벌 디아스포라 기업으로 성장하기 위한 방안을 모색하고자 민단체 기업가, 총련계 기업가, 뉴커머 기업가 등 현지 기업가를 포괄적으로 수용했다는 점에서 대단히 의미 있는 연구라고 생각한다. 향후 재일한국인 기업가에 대한 지속적인 학제간 연구로서 재외동포 기업가의 한상네트워크 구축방안과 발전방향을 제시해 나갈 수 있기를 기대하는 바이다.

## 【参考文献】

- 김민영(1993) 「식민지시대전시노무동원문제에 대한 연구쟁점과 전망2」 『지역개발연구』 전남대학교 지역개발연구소 32-1(통권 36), p.43
- 김태영·박재수 (2006) 「재일한국인 기업가의 상황구조에 관한 연구」 『일본분화학보 (제30집)』 p.362
- 홍효정(2006) 「재일동포 청소년 민족교육에 관한 연구」 한양대학교교육대학원석사논문, p.17
- 吳圭祥(1996) 『아시아を翔る華僑・在日コリアン』, 朝鮮青年社
- 朴三石(2002) 『海外コリアン』, 中公新書
- 守政毅(2004) 「華商のネットワーキング活動と華人ネットワーク組織のブリッジ機能」 『福岡・アジア太平洋研究報告』, VOL (13)、財団法人福岡アジア都市研究所, p.4
- 在日韓国青年商工人連合会(1989) 『青商連合会「青商運動10周年記念誌」』, 育英出版社
- 在日本朝鮮人商工連合会結成55周年記念集委員会編集(2001) 『在日本朝鮮人商工連合会55年一朝鮮商工会半世紀の歩み』, 朝鮮青年社
- 渡辺深(1998) 「ジョブーマッチングとキャリアーネットワーク転職過程の事例研究」 富永健一・宮本光晴編著 『モビリティ社会への展望』, 慶応義塾大学出版会
- 渡辺深(1999) 『「転職」のすすめ』, 講談社現代新書
- 安田雪(2001) 『実践ネットワーク分析』, 新曜社
- Anderson, Bo and Manuel Carlos(1976) "What Is Social Network Theory?" *In Power and Control: Social Structure and Their Transformations*, edited by T. Burns and W. Buckley. Sage Publications
- Burt, S. Ronald(1992) *Structural Holes: The Social Structure of Competition*. Harvard University Press. P.22
- Campbell, Karen E., Marsden, Peter V., and Jeanne S. Hurlbert(1986) "Social Resources and Socioeconomic Status." *Social Networks 8*: pp.97-117
- Foa, Uriel G.(1971) "Interpersonal and Economic Resources." *Science. (January)171*: pp.345-351
- Granovetter, Mark.(1973) "The Strength of Weak Ties." *American Journal of Sociology 78*: pp.1360-1380
- Granovetter, Mark(1988) "The Sociological and Economic Approach to Labor Markets : A Social Structural View." In *Industries, Firms, and Jobs: Sociological and Economic Approaches*, edited by G. Farkas and P. England. Plenum Press.

- ・ Granovetter, Mark. 1982. “*The Strength of Weak Ties: A Network Theory Revisited*”, In Marsden, P.V., and Lin, N. eds., *Social Structure and Network Analysis*, Newbury Park, CA: Sage., pp.105-130
- ・ Granovetter, Mark(1995) *Getting A Job: A study of Contacts and Careers*. University of Chicago Press. (1998. 『転職』 マーク・グラノヴェッター著、渡辺深訳、ミネルヴァ書房)
- ・ Lin, Nan(1982) “*Social Resources and Instrumental Action.*” In *Social Structure and Network Analysis*, edited by P. Marsden and N. Lin. Sage Publications
- ・ Lin, Nan(2001) *Social Capital: A Theory of Social Structure and Action*. Cambridge University Press.

## 要 旨

本研究はグラノヴェター (1998) が1970年代の米国のブルーカラー労働者調査の下で提唱した「弱い紐帯」の仮説に基づいている。本研究の目的は在日韓国人企業家のネットワークの実態を調べることであり、彼らを対象に2005年12月から2006年3月まで日本現地で行われた面接調査と郵便調査を通して回収された154人の企業家の情報を中心に分析した。

在日韓国人企業家のネットワーク実態を「弱い紐帯」の仮説に基づいて調べた結果、個人的なネットワークの関係では同質性の高い民族間の「強い紐帯」で結ばれており、仮説とは正反対であった。しかし、企業の取引関係では日本企業との取引が多く見られ、「弱い紐帯」のネットワークを構築していることがわかった。さらに、民団 (1989) と総連 (1999) の両調査の結果によれば、在日韓国人企業家は現地制度圏金融機関利用、情報獲得や広告手段としての現地マスコミ活用、外国人労働者の採用など多様なネットワークを動員していた。つまり、在日韓国人企業家のネットワークは「強い紐帯」を基本にして企業経営上必要な部分では「弱い紐帯」のネットワークを活用している。

今後在日韓国人企業家は、国際化の到来とグローバル企業を目指すため、既存の同質性の高い「強い紐帯」から在外同胞企業や外国企業との取引を強化する「弱い紐帯」のネットワークを強化していく可能性が高いだろう。

キーワード：在日韓国人企業家、ネットワーク、強い紐帯、弱い紐帯、  
同質性、グローバル企業、在外同胞

투 고 : 2007. 5. 31

1차 심사 : 2007. 6. 9

2차 심사 : 2007. 6. 30

住 所 : (500-843) 광주시 북구 용봉동 405번지 유창하이리빙맨션 101동-1203호  
電 話 : 062-530-2703, 010-9883-2428  
e-mail : yimye@hanmail.net