



인보리뷰

국방대학교
국가안전보장문제연구소

발행인: 이홍섭 편집인: 박영준 발행처: 국방대학교 국가안전보장문제연구소
vol. 237 | 2026. 3. 31.

한국의 새로운 방위산업 전략 : Masstige¹⁾

한윤기(합동군사대학교 전략학과 교수), 최경환(국방대학교 국방과학학부 교수)

그린란드에서 호르무즈까지: 美 동맹관리 방식의 변화와 전략적 함의

조은정(국가안보전략연구원 지정학센터장)

한국의 새로운 방위산업 전략 : Masstige



한윤기(합동군사대학교 전략학과 교수)
최경환(국방대학교 국방과학학부 교수)

- 글로벌 방산시장은 성능·가격 중심 경쟁을 넘어 도입-운용-정비-업그레이드까지 포함한 ‘전력 구축 경험’과 지속 가능성을 누가 더 잘 제공하는가 신규시장에서 승부를 가르는 흐름으로 재편중
- 한국 방산은 검증된 성능과 비교적 빠른 납기, 운용·정비의 현실성을 결합해 크게 성과를 냈지만, 신규시장 확장을 위해서는 이를 일관된 포지셔닝과 재현 가능한 패키지/거버넌스 모델로 체계화 필요
- 앞으로 신규시장에서는 접근(진입장벽 완화)-체감(운용경험)-지속(관계·수명주기)의 프리미엄을 동시에 설계하도록 시장-제품-촉진을 일체형으로 구현하는 Masstige(Mass+Prestige) 전략이 핵심 해법으로 적용되어야 함

최근 방산수출 성과가 확대되면서, 한국 방위산업은 “얼마나 더 판매할 것인가”를 넘어 “어떤 방식으로 신규 시장을 넓힐 것인가”라는 질문 앞에 서 있다. 그러나 신규시장은 성과와 가격만으로는 진입이 어렵고, 도입 이후의 운용·정비·업그레이드까지 포함한 ‘전력 구축 경험’이 승부처가 된다.

많은 수요국은 프리미엄 전력을 원하지만 예산·제도·

인프라의 제약으로 그 프리미엄에 접근하기 어렵고, 동시에 저가 선택이 위험하다는 것을 잘 알고 있다. 이 간극을 메우는 전략이 없다면, 단발성 수출 성공은 반복 가능한 성장 모델로 이어지기 어렵다.

1) 이 글은 국방기술진흥연구소 연구과제 “방산수출 확대를 위한 시장발굴 및 소요창출 방안 연구” (25.10.~26.3. / 손한별, 설인효, 이수훈, 한윤기, 최경환)의 내용 중 일부를 정리 및 보완한 것임



33021 충청남도 논산시 양촌면 황산벌로 1040 국방대학교 국가안전보장문제연구소
http://www.kndu.ac.kr/rinsa(인터넷) Tel: 041-831-6414, E-mail: rinsakj@mnd.go.kr

이에 본고는 이러한 문제의식에서 출발해, 한국 방산의 강점을 ‘접근가능한 프리미엄’이라는 Masstige 개념으로 재정립하고자 한다. Masstige (Mass+Prestige)는 전통적으로 대립 관계에 놓여 있던 대중적 접근 (mass accessibility)과 명품적 가치 (prestige value)를 동시에 추구하는 전략적 포지셔닝을 의미한다. 한국의 방위산업 전략은 더 이상 ‘비용’이 아니라 ‘접근-체감-지속’의 프리미엄을 어떻게 설계하여 지속성을 유지할 것인지에 초점을 맞추고자 한다.

아울러 시장 선택, 제품 패키지, 촉진 거버넌스가 따로 움직일 때 발생하는 실패를 줄이기 위해, 세 요소를 일체형 전략으로 묶는 관점을 제시한다.

궁극적으로 이 글은 한국 방산이 신규시장에서 경쟁 규칙을 따라가는 수준을 넘어, 스스로 규칙을 설계하는 단계로 나아가기 위한 논의의 출발점이 되고자 한다.

1. 최근 방위산업 동향

최근 글로벌 방산시장은 겉으로 보기에는 수요가 확대되는 국면이지만, 신규시장 진입 관점에서 보면 시장의 문턱이 오히려 높아지는 역설을 보인다. 위협 환경은 복잡화되고, 지역 분쟁과 군사적 긴장이 상시화되면서 “지금 당장 전력을 보강해야 한다”는 압박이 커졌다. 그러나 많은 수요국은 이를 감당할 예산과 제도, 인력, 정비 인프라를 동시에 갖추지 못한다. 결과적으로 구매 결정은 ‘최고 성능을 가진 체계’가 아니라 ‘현실적으로 도입하고 운용할 수 있는 체계’에 더 민감하게 반응한다. 신규시장에서는 이러한 현실성이 곧 경쟁력이다.

이 흐름은 방산시장을 단순한 가격·성능 경쟁의 장에서, 운용과 지속가능성 중심의 장으로 바꿔 놓았다. 과거에는 도입 순간의 성능과 단가가 결정적이었던, 지금은 “도입 이후에도 약속한 전력이 유지되는가”가 구매국의 핵심 질문이 되었다. 전력화 실패는 구매국 입장에서 단순한 자산 손실이 아니라 안보 리스크로 직결된다. 따라서 교육·훈련 체계, 부품 공급망, 정비의 난이도, 소프트웨어 업데이트, 성능개량 가능성, 그리고 현지 제도와 의정합성까지 포함해 ‘전력 구축 경험’이 평가 대상이 되고 있다. 신규시장은 결국 “무기체계를 파는 시장”이 아니라 “전력을 구축해 주는 파트너를 고르는 시장”으로 성격이 바뀌는 중이다.

또 하나의 구조적 변화는 조달의 양극화와 그 사

이에서 커지는 ‘중간 수요’의 확대이다. 일부 국가는 여전히 초고가 프리미엄 체계를 선호한다. 동맹 구조, 네트워크 중심작전, 전략자산 운용을 전제로 한 국가들은 최고 성능을 최우선으로 둔다. 반면 다른 한편에서는 저가 중심의 단기 구매도 존재한다. 그러나 신규시장 확장 관점에서 더 중요한 것은 이 둘이 아닌 “프리미엄을 원하지만 프리미엄에 접근하기 어려운 국가들”이다. 이들은 위협이 뚜렷하지만 재정·제도·운용역량이 제약되어 있고, 동시에 저가 중심 선택이 가져올 장기 리스크도 인식하고 있다. 즉, 이들은 ‘합리적인 프리미엄 경험’을 원한다. 신규시장 확대는 바로 이 지점에서 발생한다.

기술적 측면에서도 경쟁의 방식이 달라지고 있다. 센서·통신·소프트웨어의 중요성이 커지면서, 개별 플랫폼의 성능을 넘어 통합 운용과 상호운용성, 데이터 기반 업그레이드가 전력의 핵심 요소로 자리 잡는다. 이는 방산 경쟁이 ‘하드웨어 판매’에서 ‘지속적 개선을 포함한 서비스형 전력 제공’으로 이동하고 있음을 의미한다. 수요국은 “장비를 넘겨받는 순간”이 아니라 “장비가 생애주기 전체에서 어떻게 유지·개량되는가”에 투자하려 한다. 신규시장에 진입하려는 공급자는 이제 ‘물건을 납품하는 능력’과 함께 ‘전력의 수명 주기를 관리하는 능력’을 증명해야 한다.

이처럼 최근 동향은 신규시장 진입전략을 단순화할 수 없게 만든다. 성능·가격만으로 승부를 보기 어렵고, 외교적 모멘텀만으로도 지속은 어렵다. 결국 신규시장 전략은 “시장 선택-제품/패키지 설계-촉진/거버넌스”가 하나의 논리로 맞물려야 한다. 여기에서 Masstige 개념은 ‘중간 수요’의 본질을 정확히 겨냥한다. Masstige는 값싼 명품을 뜻하는 것이 아니라, “프리미엄 경험을 더 많은 수요국이 접근하고 지속할 수 있게 만드는 설계”이며, 방산에서는 ‘접근성·체감성·지속성’을 함께 설계하는 전략으로 재해석될 필요가 있다.

2. 한국 방산수출 성과의 분석과 평가

한국 방산수출 성과를 설명할 때 흔히 ‘가격 경쟁력’이 강조되지만, 신규시장 관점에서 더 정확한 평가는 “현실적으로 전력화를 가능하게 만드는 설계력”이 강점이라는 점이다. 한국은 일정 수준 이상의 성능과 신뢰성을 확보한 체계를 비교적 빠른 납기와 함께 제공해 왔고, 구매국의 가장 큰 요구 사항인 전력 공백을 줄이는 데 기여했다. 특히 긴

급 수요가 발생하는 상황에서 납기와 공급 안정성은 단순한 편의가 아니라 전략적 요인으로 작동한다. 이런 점에서 한국 방산은 '전력 공백을 메우는 파트너'라는 이미지를 구축해 왔다.

또한 한국이 제공해 온 가치에는 운용의 현실성이 포함된다. 많은 구매국은 고성능 장비를 도입하더라도 이를 유지할 정비역량과 부품 조달 체계를 갖추지 못해 어려움을 겪는다. 반대로 저가 장비를 도입하면 초기 비용은 낮지만 가동률과 신뢰성 문제로 장기적으로 더 큰 비용을 치르게 된다. 한국 방산의 경쟁력은 이 사이에서 "실행 가능한 수준의 유지·정비 구조"를 제시하는 것에서 시작되었다. 단품 성능의 우수성뿐 아니라, 실제 운용 현장에서 '지속 가능한 가동률'을 확보하는 방향으로 가치가 체감되었다는 점이 중요하다.

다만 성과가 누적될수록 신규시장에서 요구되는 과제도 분명해진다. 첫째, 포지셔닝의 문제이다. 어떤 시장에서는 한국이 '가성비 공급자'로, 다른 시장에서는 '프리미엄 대체재'로 인식되며, 이 인식이 일관되지 못하면 전략적 확장에 장애가 된다. 신규시장에서는 인식이 곧 리스크 관리 방식으로 연결된다. "이 공급자는 계약 이후에도 지속적으로 지원할 것인가", "업그레이드와 운영 개념을 함께 설계할 수 있는가" 같은 질문에 대한 답은 단순한 카탈로그가 아니라 브랜드의 일관성에서 나온다.

둘째, '성공의 복제 가능성'이 제한되는 문제이다. 대형 수출 성공이 있어도 이를 다른 시장으로 표준화해 확산시키지 못하면, 성과는 특정한 조건과 시기에 의존하는 사건으로 남는다. 신규시장 진입은 사건이 아니라 모델이어야 한다. 다시 말해 "우리에게 무엇이 먹혔는가"를 구조로 정리하고, 그 구조를 시장의 이질성에 맞게 변형할 수 있어야 한다. 한국 방산은 개별 사업 성과는 빠르게 축적했지만, 이를 Masstige 관점의 '재현 가능한 패키지'로 체계화하는 작업은 앞으로 더 중요해질 가능성이 크다.

셋째, 계약 이후의 '경험 품질'이 시장 확장의 최대 변수가 되고 있다. 방산은 계약 체결이 끝이 아니라 시작이다. 구매국이 실제로 평가하는 것은 도입 이후의 정비·교육·부품 공급·성능개량 과정에서 체감하는 신뢰다. 이 영역은 기업 단독 역량만으로 완결되기 어렵고, 정부 간 협력, 제도 정합성, 금융·보증 구조, 기술이전과 현지화의 규칙 등 국가 차원의 촉진 구조가 함께 작동해야 한다. 신규시장에 들어갈수록 이런 요소의 중요성은 커진다. 제도가 취약한 시장, 재정이 불안정한 시장, 정치적 리스크가 있는 시장에서는 계약 이후의 안정적 실행

이 오히려 '구매 결정의 전제조건'이 된다.

요약하면 한국 방산수출의 성과는 단순히 '싸게 잘 팔았다'가 아니라, "전력화의 현실성을 제공했고, 확장 가능한 경로를 제시했다"는 데서 평가되어야 한다. 그러나 신규시장에서 더 큰 성장을 위해서는 이 강점을 개념화하고, 일관된 포지셔닝과 재현 가능한 모델로 정리할 필요가 있다. 여기서 Masstige는 한국 방산을 '애매한 중간지대'가 아니라, "접근 가능한 프리미엄"이라는 독자적 범주로 정렬하는 개념적 틀이 될 수 있다.

3. 방산시장 전망과 Masstige 적용방안

향후 방산시장 전망을 신규시장 관점에서 정리하면, 성장의 중심은 '합리적 프리미엄'을 찾는 국가들로 이동할 가능성이 높다. 이들은 프리미엄 체계가 제공하는 신뢰와 억제력을 원하지만, 예산·운용·제도 측면에서 그 체계를 그대로 흡수하기 어렵다. 동시에 저가 중심 선택이 안보 리스크를 키울 수 있다는 것도 안다. 결국 이들 시장은 "가장 좋은 무기"가 아니라 "우리 조건에서 가장 확실하게 전력이 되는 무기"를 선택한다. 이때 공급자의 역할은 단순 납품업자가 아니라 전력 구축 설계자로 바뀐다.

Masstige를 방산에 적용할 때 핵심은 이제 더 이상 가격이 아니다. 오히려 방산에서 Masstige는 프리미엄 경험의 설계다. 이를 세 가지 요소로 정리할 수 있다. 첫째는 접근(Access)이다. 접근은 단순히 '값을 낮추는 것'이 아니라 진입장벽을 구조적으로 낮추는 것이다. 예를 들어 단계 도입 구조를 제공해 초기 재정부담을 분산하고, 금융·보증·계약 구조를 구매국 제도에 맞게 설계하는 방식이 있다. 구매국이 "사고 싶어도 못 사는" 상태에 빠지지 않게 만드는 것이 접근의 설계다.

둘째는 체감(Experience)이다. 방산에서 프리미엄은 성능이 아니라 운용자가 느끼는 경험으로 판단된다. 가동률, 정비의 난이도, 부품 수급 속도, 교육·훈련 체계의 완성도, 그리고 운용개념과 교리 지원은 모두 체감의 요소다. 체감이 좋아야 구매국 내부에서 "이 체계는 신뢰할 수 있다"는 내적 합의가 생기고, 후속 계약과 확장 도입이 가능해진다. 신규시장에서는 첫 계약보다 '그 다음 계약'이 더 어렵고 더 중요하다. 체감은 그 다리를 놓는 역할을 한다.

셋째는 지속(Sustain)이다. 방산은 관계 산업이다. 한 번 도입하면 수십 년을 함께 가야 한다. 따라

서 업그레이드 로드맵, 성능개량 정책, 현지화·공동생산·기술협력의 규칙, 그리고 분쟁·정권교체·재정위기 같은 충격 상황에서도 유지될 수 있는 협력 구조가 필요하다. 지속성은 기업의 약속만으로는 담보되지 않는다. 제도화된 거버넌스, 정부 간 협력 틀, 상호 이익이 유지되는 산업 협력 구조가 지속을 만든다.

Masstige의 적용방안은 결국 시장과 제품 그리고 축진을 일체형으로 설계하는 것이다.

첫째, 시장 전략에서는 ‘확장 가능한 프리미엄 수요’를 선별하여 단기 대형 계약을 좇는 유혹에서 벗어나 Masstige 관점에서 “확장될 수 있는 수요 구조”가 있는지를 최우선으로 검토해야 한다. 장기 전력 구축 계획이 존재하는지, 제도와 운용역량이 제한적이더라도 개선될 여지가 있는지, 후속지원과 업그레이드에 대한 수요가 지속될 가능성이 있는지가 핵심이다. 또한 시장의 이질성은 배제 사유가 아니라 ‘패키지 설계의 변수’로 받아들여야 한다. 표준화된 구조를 기반으로, 선택 가능한 구성과 단계별 확장을 제공하는 시장이 Masstige 전략에 적합하다.

둘째, 제품 전략에서는 단품이 아니라 구조화된 가치 제안(패키지)으로 제시하여 제품이 플랫폼 중심으로 구성되고, 기본형-확장형-연동형의 단계 구조를 표준화할 필요가 있다. 기본형은 즉시 전력화 가능성을 담보하고, 확장형은 예산과 필요에 따라 성능과 범위를 늘릴 수 있게 하며, 연동형은 파트너 국가의 운용체계와 상호운용성을 확보하는 방향이다. 이때 교육·정비·탄약·부품·소프트웨어 업데이트·성능개량은 ‘옵션’이 아니라 제품 가치의 일부로 선택되어야 한다. 구매국이 실제로 원하는 것은 장비가 아니라 “가동되는 전력”이기 때문이다.

셋째, 축진 전략에서는 거래가 아니라 관계를 제도화하여 이벤트성 홍보가 아니라, 신뢰·접근·지속을 제도화하는 구조가 되어야 한다. 정부 간 협력은 표준·정보보호·운용개념 정합성을 제공하고, 산업 협력은 정비·부품·현지화의 안정성을 제공하며, 인력양성은 실제 전력화 가능성을 높인다. 여기에 금융·보증·단계 계약을 결합하면 구매국의 진입장벽을 낮출 수 있다. 핵심은 가격 인하가 아니라 ‘구매 가능성의 확보’다. 신규시장일수록 “살 수 있는 구조”를 제공하는 공급자가 우위를 갖는다.

위의 세 요소가 따로 움직이면 Masstige는 구호에 그친다. 시장을 잘 골라도 제품 패키지가 단품 중심이면 체감이 약해지고, 제품이 좋아도 축진 구조가 부실하면 지속성이 깨진다. 결국 Masstige는 “접근-체감-지속”을 동시에 설계하는 통합 전략이며, 한

국 방산이 신규시장에서 한 단계 더 성장하기 위해 필요한 개념적·실무적 도구로 기능할 수 있다.

4. 결론

한국 방위산업의 신규시장 진입은 이제 단순한 수출 확대가 아니라, 시장 규칙과 전력 구축 방식을 함께 설계하는 문제가 되었다.

과거에는 좋은 무기를 경쟁력 있는 가격에 공급하는 것이 중요했다면, 앞으로는 구매국이 실제로 전력을 구축·운용·유지할 수 있도록 만드는 능력이 핵심 경쟁력이 될 것이다.

이것은 제품 성능뿐 아니라 계약 이후의 지원, 운용 경험, 관계 구조까지 포함한 개념이다.

이런 점에서 Masstige 전략은 한국 방산을 단순한 가성비 공급자로 축소하지 않으면서도, 기존 프리미엄 공급자보다 우위를 선점하는 것이다.

즉, 구매 구조를 설계하는 접근성, 운용자가 신뢰를 체감하는 경험성, 관계가 제도화되어 장기적으로 이어지는 지속성을 함께 구현하는 전략이다.

신규시장에서는 성능 수치보다 더 중요한 질문이 있다. 계약 이후에도 부품이 제때 공급되고, 정비와 교육이 지속되며, 업그레이드가 계획대로 이뤄져 구매국이 전력을 실제로 운용할 수 있는가 하는 점이다.

이 질문에 반복적으로 긍정적인 답을 할 수 있는 공급자가 시장을 넓힐 것이다. 한국 방산의 강점도 본질적으로 여기에서 찾아야 한다.

따라서 한국 방산의 Masstige 전략은 “프리미엄 전력의 핵심 가치를 유지하되, 더 많은 수요국이 접근하고 체감하며 지속할 수 있도록 전력 구축 경험을 설계하는 것”이다.

앞으로의 경쟁에서 한국 방산이 독자적 범주를 확보하려면, 단품 수출을 넘어 경험과 관계의 프리미엄을 설계하는 단계로 나아가야 한다.

한윤기 는 합동군사대학교 전략학과 교수이다. 국제관계론, 전쟁의 원인, 핵전략, 억제전략, 선제공격전략, 전쟁패러다임 변화, 인지전 등을 강의하고 있으며, 국제관계, 전쟁, 국가안보, 군사전략 등의 주제를 연구 중이다. (han-yoonkee@hanmail.net)

최경환 은 국방대학교 국방과학학부 교수이다. 획득사업 관리, 분석평가방법론, 의사결정방법론 등을 강의하고 있으며, 획득사업, 국방과학, 군수/물류 등의 주제를 연구 중이다. (ckh5028@korea.kr)