

# 함께하는 FTA

06

## 새 정부 출범과 새로운 통상 전략

한·미 FTA 재협상 등 주요 통상 현안 재정비





함께 한 10년, 함께 할 100년의 미래

# 한-아세안 FTA 10주년 기념행사

10th Anniversary of ASEAN-ROK FTA

2017년 6월 1일(목) | 코엑스 그랜드볼룸 103호

## 행사 세부 일정

10:00 ~ 11:20 10주년 기념식 · 부대행사

13:00 ~ 15:00 무역 · 투자 설명회

15:30 ~ 17:30 경제 협력 세미나

※ 행사 참석자에게는 오찬 도시락이 제공됩니다



산업통상자원부

## “방콕에서의 하룻밤, 세계는 너의 굴 요리지. **술집들은 사원이지만 진주는 공짜가 아니야.”**

### p16 도시를 훔치다

1980년대 아바(ABBA)가 만들고 머레이 헤드가 부른 히트곡 ‘원 나이트 인 방콕’의 한 구절입니다.

6월호에는 향락적인 이미지가 강하지만, 왕실을 중심으로 이어온 불교문화는 공손하고 정갈한 침묵의 세계를 고이 간직하고 있는 모험의 나라, 방콕으로 떠나봅니다.

인도네시아에서 향수를 매일 사용하는 사람은 59%이며,  
중요한 날에는 74%의 사람들이 **향수를 사용**한다고 한다.  
향수는 인도네시아에서 사치품이 아니라  
**일상용품**으로 여겨진다.

### p18 트렌드를 읽다

무슬림 국가인 인도네시아에 변화의 바람이 불고 있습니다. 원칙적으로 주류 판매가 금지되어있지만 아이러니하게도 주류 소비가 늘어나고 있고, 향수 시장도 지난 5년 사이 꾸준히 증가하고 있습니다.  
아시아의 거대 시장 인도네시아에 부는 새로운 변화에 집중해봅니다.

## 특정시장상황(Particular Market Situation, PMS);

PMS란 특정 국가의 시장 상황이 비정상적이므로

해당 국가의 기업이 제출한 제조원가를 신뢰할 수 없고, 따라서 조사 당국(예를 들어 미국)이 재량껏 가격을 산정한 후 고율의 관세를 부과할 수 있게 하는 조치를 말한다.

### p28 미국의 주요 통상 법안

최근 미국이 한국산 철강 제품에 최대 25%의 반덤핑 관세를 부과했습니다. 문제는 이번 조치가 높은 관세율뿐만 아니라 미국 국내법에서 규정하는 한국의 ‘특정 시장 상황’에 근거한 것이기 때문입니다.  
미국의 주요 통상 법안에 대한 이해가 필요한 시점입니다.

# Contents

JUNE 2017 vol.61



지난 5월 대한민국의 새로운 정부가 출범하고 아울러 미국 부통령의 한미 방한 등으로 트럼프 행정부의 한국에 대한 통상 공세가 본격적으로 시작될 전망입니다. 이에 따라 한·미 FTA 재협상 등 주요 통상 현안에 대한 현실적이고 노력한 협상 전략이 필요한 시점입니다.

## COVER STORY

정부를 비롯해 국내 산업계, 에너지 업계 전문가가 협력을 통해 대미수출을 줄이는 축소 지향적 정책보다는 미국으로부터 수입을 늘리는 확대지향적 방향으로 협상을 이끌어야 할 것이다.



## FTA BRIEFING

- 01 이달의 FTA 브리핑

## ISUUE FOCUS

- 04 카드뉴스: 할랄이 뭐길래?  
06 파스텔 컬러와 사랑에 빠진 독일  
07 대륙의 두 번째 실수 미니소(MINISO)

## FTA CARTOON

- 08 민대리의 맴찢여행



## 함께하는 FTA

발행일 2017년 6월 1일(통권 61호)  
발행처 세종특별자치시 한누리대로 402 정부세종청사 13-2동  
산업통상자원부 통상국내대책관실 (문의 044-203-4131)  
발행인 주형환 산업통상자원부 장관  
제작협력 한국경제매거진

'함께하는 FTA'에 게재된 글과 사진은 저자의 건해로 정부의 건해와 일치하지 않을 수도 있습니다.

## COVER STORY

- 새 정부 출범과 새로운 통상 전략  
10 새로운 한미 통상관계를 대비하는 우리의 자세  
12 NAFTA 재협상은 한·미 FTA 재협상의 오마주인가

## FTA & LIFE

- 16 도시를 훔치다: 태국, 방콕(bangkok)  
18 트렌드를 읽다① : 인도네시아  
주류와 향수로 인도네시아에 부는 새 바람  
20 트렌드를 읽다② : 베트남  
베트남의 소비재를 책임지고 있는 브랜드 4대 천왕

## FTA WIKI

- 22 FTA 용어사전:  
어려운 무역기사 쉽게 읽는 법

## MEET

- 24 무역장 이야기:  
KOTRA FTA해외활용지원센터 김선화 실장  
26 우리 농어업인 지원 사례 : (사)거제어류양식협회

## FTA PRACTICE

- 28 미국의 주요 통상 법안 : 301조부터 PMS까지  
30 중국 비관세장벽 뛰어넘기 : '마더 경제'에 주목하라  
32 중국 IP 지식재산권 분쟁 사례 :  
소프트웨어 저작권 침해 사건  
34 FTA 초보자를 위한 기초 활용 노하우 :  
양허품목 및 양허세율 확인하기  
36 사례로 배우는 실전 FTA 활용법:  
면세 환도가 넘어도 FTA 혜택을 받을 수 있나요?

## FTA NEWS

- 38 대미 통상대책회의 및 범부처 제7차 대미통상  
실무작업반 개최 외

## BOARD

- 40 FTA 행사 및 해외 전시 일정 정보 & 독자 알림



## 할랄이 뭐길래?

무슬림에게  
허락된  
모든 것



반대로 무슬림에게 금지된 음식은  
**'하람(haram)'**이라고 합니다.

하람으로 규정된 식품에는 무엇이 있을까요?



술과 돼지고기, 그리고 돼지의 부위로 만든  
모든 음식은 하람입니다.

동물의 피와 그 피로 만든 음식,  
이슬람 경전의 규칙에 의해 도축되지 않은 고기도  
금기 음식이지요.

**할랄(halal)이라는 말을  
들어보셨나요?**

**할랄은 아랍어로  
'허용하다'는 의미입니다.**

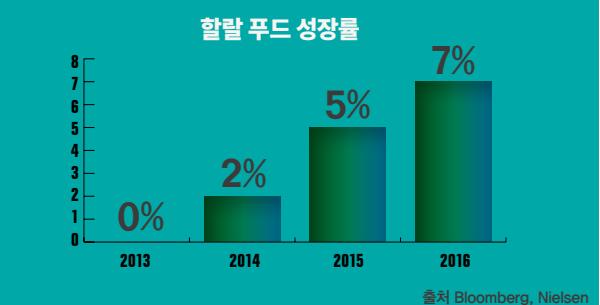
이슬람교에서 할랄이란 무슬림에게 허용된  
입고, 행동할 수 있는 모든 것을 가리킵니다.

먼 이슬람 나라의  
무슬림만 먹는 음식이  
**왜 이토록 세계인의 관심을  
받게 된 것일까요?**

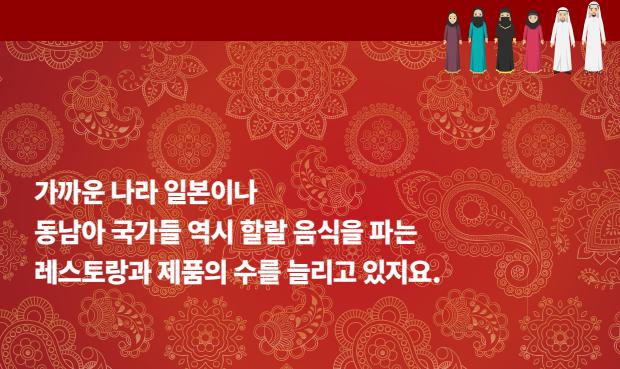


세계적으로 '할랄 푸드'에 대한 관심이 커지고  
있습니다.

미국, 일본, 네덜란드 등 선진 국가에서부터  
할랄 식품의 수요가 증가하고,  
할랄 음식을 파는 레스토랑이 인기를 얻고 있습니다.



다양한 인종이 공존하는  
**서양 국가들은**  
이미 육류부터 과자, 음료, 아이스크림은 물론 화장품 등  
**다양한 종류의 할랄 제품을 출시하고  
있습니다.**



할랄 푸드 시장은  
**16억의 잠재 고객을 가진**  
대규모의 미개척 시장이기  
때문입니다.

또한, 원재료의 환경 적절성과 **안전성**,  
다양한 검증방법을 통과해야 하는  
할랄식품의 특징은  
건강을 중요시 하는 요즘 소비자의 트렌드와도  
맞닿아 있습니다.



우리 역시 2015년 아랍에미레이트와  
**할랄 식품 MOU를 맺는 등**  
**이슬람 시장의 수출 기반을**  
마련해나가고 있습니다.

하지만 할랄 푸드는 단순한 제품을 넘어  
종교와 이슬람 문화에 대한 이해가 우선돼야 합니다.  
꼼꼼한 조사와 문화적 배려를 바탕으로  
새로운 시장 개척에 도전해보는 건 어떨까요?

Halal



## 파스텔 컬러와 사랑에 빠진 독일



용품을 선보이고 있다. 독일은 다른 나라와 비교해 인스타그램 등의 소셜미디어 이용이 적었으나 현재 이용자가 빠른 속도로 증가하고 있다. 인스타그램이나 페이스북 등의 소셜미디어를 통해 전 세계 문화, 스타일 등을 더욱 쉽게 접하게 됐으며, 이러한 요인이 시장 트렌드에도 즉각적인 영향을 미쳐 점차 국가별 트렌드 경계가 없어지고 있다. 또한 K-Pop과 K-Beauty에 대한 관심이 높아지면서 자연스럽게 한국 제품이 알려지고 있는데, 특히 한국 코스메틱 제품이 시장에 적극적으로 진출을 하고 있다. 이에 따른 제품포장, 디자인 등이 독일 소비자들에게 자연스럽게 영향을 줄 것으로 보인다.

### 뛰어난 디자인과 기능은 시장 진출에 있어 필수

독일 시장에서 경쟁력 있는 가격은 시장 진출에 결정적 요인으로 작용할 것으로 전망된다. 시중에 디자인과 기능 좋은 제품들이 나와 있으나 실질적으로 소비자들은 특별히 뛰어난 기능이 있는 제품이 아닌 경우에는 주로 IKEA나 온라인 사이트를 통해서 싼 물건을 구매한다고 조사됐다.

우리 기업의 시장 진출 기회를 확대하기 위해서는 현지 시장에 맞는 디자인과 기능을 갖춰야 할 것으로 보인다. 독일 소비자와의 인터뷰에서 다양한 색상의 제품을 받아들일 준비는 됐지만, 아직까지 캐릭터 제품이나 무늬가 현란한 제품은 유치하게 보여 구매하기 꺼려진다고 답변했다. 화려하고 다양한 색상, 그리고 아시아풍 제품에 대한 관심이 높아지면서 우리 기업 제품의 판매 기회가 넓어질 전망으로 적극적인 제품 홍보가 뒷받침 돼야 할 것이며 꽃무늬, 큐빅 등으로 은은하게 디자인 된 한국 냉장고, 가전제품의 진출도 기대해 본다.❶

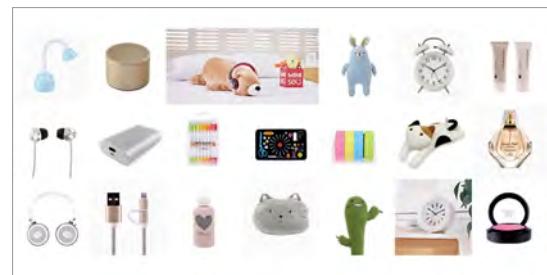
다른 여러 유럽 국가들과는 비교될 정도로 독일은 특히 무채색 위주의 제품을 선호해왔다. 주변국 프랑스, 이탈리아, 북유럽에서는 다양한 색채의 제품이 시장에서 인기를 끌고 판매가 잘 되지만, 독일에서는 주로 검정색, 회색, 흰색, 갈색 계열의 제품이 시장 전반적으로 소비도가 높은 것으로 나타났다. 그러나 과거 원색 또는 무채색 위주의 제품에서 최근에는 파스텔톤 제품이 시장에 선보이고 수요 역시 꾸준히 늘어나는 추세다. 신발, 의류뿐 만아니라 생활가전, 주방, 욕실용품 등 다양한 색상, 파스텔톤의 제품이 시장에 출시되고 있다.

### 아시아풍 제품에 대한 관심도 증가

이를 대변해주듯 주방기구 전문 업체 L사는 벚꽃으로 디자인된 한정판 식기세트를 출시해 판매 중이며 그 외 다양한 색상의 주방



## 대륙의 두 번째 실수 미니소(MINISO)



미니소는 일본 디자이너 미야케 준야(Miyake Jyunya)와 중국의 청년 기업가 예궈푸(叶国富)가 만든 브랜드이다. 2013년 미야케 준야가 일본에 생활용품점을 오픈했는데, 당시 청년 기업가 예궈푸 회장이 매장을 인수해 SPA 브랜드로 만들었고, 2013년 9월 중국 광저우 1호점을 시작으로 빠르게 확장해나갔다.

### 중국 대표 생활용품 패스트 리빙 디자이너 브랜드

상품은 외부에서 가져와 판매하는 것이 아니라 미니소 디자이너들이 모여 상품을 자체 기획해 700개의 미니소 외주 공장에서 제품을 만들어 제공하고, 문구류나 화장품 및 일부 상품은 외부로부터 공급받고 있다. 상품의 가격은 10~29위안으로 저가의 합리적인 가격을 추구하며 주요 소비자군은 18~35세의 경제력과 품위를 갖추고 격조 높은 생활을 추구하는 젊은 층과 화이트칼라 계층으로 조사되었다. 2013년 정식 출범 후 3년 동안 전 세계 1800여 개 매장을 오픈했다. 2015년 영업 수익은 50억 위안을 돌파했으며 2016년 영업 수익은 100억 위안에 달한다. 현재 미니소는 미국, 캐나다, 싱가포르, 한국, 말레이시아, 홍콩 및 마카오 등 40여 개의 국가 및 지역에도 전략적 협작을 하고 있으며 매월 평균 80~100개의 매장을 오픈했다. 이처럼 미니소는 좋은 품질의 낮은 가격으로 소비자들의 마음을 사로잡아 높은 영업 수익을 얻었고, 전 세계적으로 시장을 빠르게 확장해 나가면서 '대륙의 두 번째 실수'라고 불리기 시작했다.

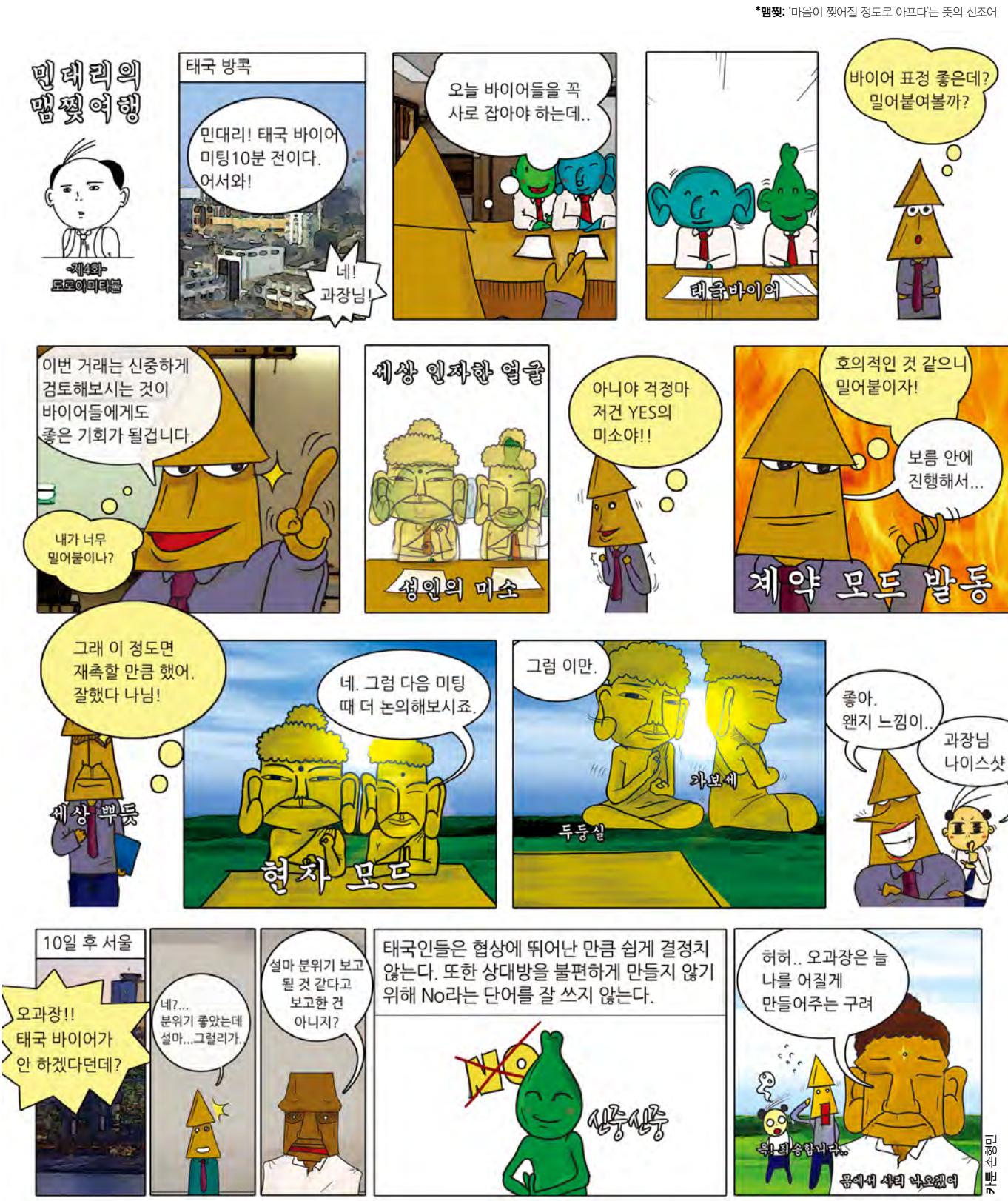
### 성공 요인은 좋은 품질, 합리적인 가격

미니소에는 현재 약 5만 개의 상품이 있으며, 매월 500~1000개의 상품을 개발하고 있다. 상품 개발을 위해 800명의 R&D 인력이 갖춰져 있으며 200명의 세계 각국 디자이너가 있다. 또한 전문화된 글로벌 소싱으로 일본, 한국, 스웨덴, 덴마크, 싱가포르 등 세계 각지에서 자재를 조달한다. 단품 아이템을 대량으로 주문 생산하는 방

식을 취해 생산 원가를 낮추며, 고정적으로 전체 총 매출액 중 8%의 이익만 챙기는 전략으로 판매하고 있다. 그 외에도 중간 거래상을 없애고 중앙 창고에서 상품을 직접 매장으로 운송해 비용을 절감하고 있다.

### 오프라인 구매 체험 서비스 제공

미니소는 판촉원을 두지 않아 고객들로 하여금 '구매 스트레스를 없애고, 편안한 분위기 속에서 쇼핑할 수 있도록 한다.' '숨겨져 있는 서비스'로 직원들은 소비자의 요청이 있을 시에 도움을 제공하며 그 외에는 결제, 상품 진열 및 위생 관리 등의 업무를 한다. 대개 유동인구가 많은 곳에 위치하며, 소비자가 길을 걷다 부담 없이 매장으로 들어와 상품을 구경할 수 있도록 따로 출입문을 만들지 않고 전면을 개방하고 있다. 상품을 진열할 때 '두 손 가락 법칙'을 사용하는데, 이는 상품 진열 시 상품들 사이에 두 손가락이 들어갈 수 있는 틈새를 두는 것으로 이로 인해 진열장에 상품이 비어있거나, 지나치게 가득 차 있는 것처럼 보이지 않게 하며 소비자들이 편안하고 빠르게 상품을 가져갈 수 있도록 하고 있다.❷



★ 태국 비즈니스 팁 태국 바이어는 시장성이 불확실하더라도 첫 상담에서 제품에 대해 적극적인 태도를 보이거나 다소 모호한 태도를 보이곤 한다. 따라서 상담 후에도 태국업체에 지속적이고 적극적인 관심을 표명하는 것이 중요하다.



## 새 정부 출범과 새로운 통상 전략

새로운 한미 통상관계를 대비하는 우리의 자세  
NAFTA 재협상은 한·미 FTA 재협상의 오마주인가

정부를 비롯해 국내 산업계, 에너지 업계 전문가가 협력을 통해 대미수출을 줄이는 축소 지향적 정책보다는 미국으로부터 수입을 늘리는 확대지향적 방향으로 협상을 이끌어야 할 것이다.



## 새로운 한미 통상관계를 대비하는 우리의 자세

보호무역주의와 미국 우선주의를 외치는 트럼프 행정부의 한국에 대한 통상 공세가 본격적으로 시작될 전망이다. 우리 역시 새로운 정부 출범과 함께 노련한 협상 전략이 필요하다. 핵심은 소프트한 시그널을 보내되 테이블 위에서는 통 큰 청사진을 제시하는 것이다.

2016년 예상을 뒤엎고 트럼프가 제45대 미국 대통령에 당선되어 미국은 물론 전 세계가 지금까지와는 전혀 새로운 미국 대통령에 대해 기대 반, 우려 반이다. 가장 큰 우려는 주지사 경험이 있는 W. 부시 대통령, 상원의원을 한 B. 오바마 대통령과 달리 전혀 공직 경험이 없다는 점이다. 반면 '위대한 협상가'라고 자신을 치켜세우며 대통령이 되면 명청한(?) 위성된 외교관들이 미국인에게 불리하게 협상한 북미자유무역협정(NAFTA)과 환태평양자유무역협정(Trans-Pacific

Partnership : TPP)을 단단히 손보고, 환율조작으로 막대한 무역흑자를 내는 나쁜(!)무역국인 중국을 혼내서 미국인의 일자리를 되찾아오겠다는 데 대한 은근한 기대이다. 유세기간 중 트럼프가 너무나 자신 있게 이같이 호언장담하는 바람에 많은 유권자, 특히 미시간, 시카고, 일리노이, 위스콘신 등 '러스트-벨트(Rust-Belt)' 지역 '화이트 앵그리 아메리칸'이 전폭적인 지지를 하여 대선을 승리로 이끌었다.

### 트럼프 행정부 통상 협상 전략의 특징

트럼프 대통령은 확신범적 보호주의자(Convinced Protectionist)이다. B. 오바마 대통령도 2007년 8월 민주당 예비 토론에서 NAFTA가 미국에 불리하게 체결된 나쁜 무역 협정(bad trade deal)이라고 비난하고, 2008년 W. 부시 대통령에게 보낸 공개 서한에서 중대한 결함이 있는 한·미 FTA에 반대한다고 하였다. 하지만 백악관에 들어가고 난 후 태도를 180° 바꾸었다. 한편 트럼프 대통령은 NAFTA, TPP, 한·미 FTA 같은 자유무역협정이 미국의 무역적자만 늘리고 일자리를 빼앗아 간다고 믿는 확신범적 보호무역주의자이다.

그래서 대통령이 되자마자 공약한 대로 TPP를 파기하고 보호주의적 정책을 추진하고 있다.

둘째, '미국 우선'(America First)의 경제 내셔널리즘(Nationalism)이다. 2017년 1월 취임연설에서 'America First'라는 말을 무려 16번이나 하였다. 미국의 전임 대통령들이 취임식에서 그렇게 강조하던 세계자유무역, 세계 공동번영이란 말은 한 마디도 하지 않았다. 이는 미국이 세계 자유무역의 수호자에서 자국 중심의 신고립주의적 통상정책 국가로 전환할 우려가 크다는 것을 의미한다. 또한, 트럼프 대통령은 멕시코, 캐나다와 1995년에 맺은 NAFTA와 일본, 호주, 베트남, 칠레 등 아시아 태평양 지역 12개국이 맺은 TPP를 극도로 불신한다. 원래 미국이 멕시코에 대해 무역흑자를 보고 있었는데 NAFTA 때문에 2015년에는 무려 530억 달러로 무역적자가 엄청나게 늘어났다는 것이다. 그는 이 같은 무역적자가 미국인의 일자리를 해외로 수출한다고 비판한다.

### 새로운 한미 통상관계와 우리의 대미 협상 전략

사실 후보시절 트럼프가 가장 먼저 손 봐주겠다고 벼른 나라가 중국이다. 그래서 취임하면 중국과 한판 크게 무역전쟁을 할 줄 알았는데 예상 밖으로 2017년 4월 플로리다 미 중 정상회담에서 중국에 대한 환율조작국지정도 하지 않기로 하고 별다른 긴장 없이 끝나버렸다. 사실 이 같은 두 나라 간의 의외의 관계가 우리의 대미통상협상에 어떤 영향을 미칠지는 미지수이다. 하지만 중국에 겨누려던 칼날을 한국으로 돌리면 예상외로 우리의 부담이 커질 수 있다.

트럼프 행정부의 가장 큰 특징은 양자 통상 협상이다. 과거 한국의 대미 통상 협상을 되돌아보면 1990년대까지 양자통상협상을 하다 2000년대 들어 한·미 FTA같은 지역통상협상으로 바뀌었다. 과거 통상산업부에 근무하며 미국과 협상을 해본 필자의 경험에 의하면 지역통상협상이 양자통상협상보다 훨씬 편하다. 한·미 FTA 협상을 할 때는 미국과 한국 모두 FTA를 하면 win-win 게임을 할 수 있다고 생각하는 화기애애한 분위기였다. 그러나 트럼프식 양자 협상은 '한국 후려치기(Korea Bashing)'인데, 2017년 5월 11일 로버츠 라이트하이저 USTR 대표가 상원에서 인준되었기에 지금부터 한국에 대한 통상 공세가 본격적으로 시작될 것 같다.

당장 발등에 떨어질 불은 "끔찍한 한·미 FTA를 재협상하거나 폐기해야 한다."고 지난 4월 27일 로이터 통신과의 인터뷰에서 트럼프 대통령이 폭탄선언을 했듯이 한·미 FTA 재협상이다. 사실 오바마 행정부는 미국이 맺은 FTA 중 한·미 FTA를 가장 좋은 FTA(Golden-standard FTA)라고 높게 평가하였다. 그런데 졸지에 트럼프 대통령에게는 10만 개의 미국인 일자리를 빼앗아간 나쁜 FTA가 되어버렸다.

그러면 우리의 대미 협상 전략을 정리해보자. 우선 미국과 협력하겠다는 소프트 시그널(soft-signal)을 보내며 협상 테이블에 앉아 통 큰 협상을 해야 한다. 한·미 FTA를 체결한 후 2011년 132억 달러에 불과하던 미국의 대한무역적자가 2015년에는 283억 달러로 2배 이상 급증하였다. 미국이 우리에게 요구하는 것은 한·미 FTA 규정 몇 개 고치자는 것이 아니다. 눈덩이처럼 늘어난 무역흑자 해소방안을 내놓으라는 것이다. 만약 우리가 일정기간 내 대미흑자를 과거 수준으로 줄이겠다는 성의 있는 카드만 내놓으면 의외로 트럼프 행정부와의 협상은 순조롭게 끝날 수 있다. 대미 흑자를 줄이기 위해 절대 우리의 대미수출을 줄이는 축소 지향적 정책을 써서는 안되고 미국으로부터 수입을 늘리는 확대지향적 정책을 써야 한다. 부품, 소재, 기계설비 등의 수입을 늘리는 방안이 있지만 현실적으로 쉽지 않다. 개별 기업이 알아서 수입선을 결정하는데 그 어느 누구도 미국으로부터 수입하라고 강제 할 수가 없다. 다행히 우리에겐 행운의 카드가 있다. 미국으로부터 세일가스 수입이다. 우리나라 에너지 수입을 거의 전부 중동과 동남아에 의존하고 있는데 그 중 일부만 미국으로 전환하면 에너지 안보 측면에서도 좋고 한미통상압력도 상당히 줄일 수 있다. 물론 기존의 가스 수입이 중장기 계약으로 묶여있고 미국으로부터 가스 수입이 물류, 유통, 인프라 측면에서 아직 해결해야 할 문제들이 많이 있다. 하지만 우리가 중장기적으로 미국으로부터 세일가스를 수입해 대미 흑자를 획기적으로 줄이겠다는 '통 큰 청사진(!)'만 내놓으면 거친 트럼프의 통상공세를 빠져나갈 수 있을 것이다. 이를 위해선 산업통상자원부를 중심으로 국내 산업계, 에너지 업계, 전문가가 긴밀히 협력해야 할 것이다.❷

글 안세영(서강대학교 국제대학원 교수)

지난 4월 미국의 마이크 펜스 부통령이 방한 중 한·미 FTA의 개선 추진에 대하여 재협상(renegotiation)이라는 표현 대신에 보다 낮은 수위의 개선(reform)이라는 단어를 활용했다.



## NAFTA 재협상은 한·미 FTA 재협상의 오마주인가

작년 미국의 대선 국면에서 FTA는 늘 최대 화두였다. 미국 정치 전문지 〈폴리티코(Politico)〉는 트럼프 행정부 제1의 통상정책으로 TPP 협정 탈퇴와 NAFTA 재협상을 꼽았는데, 실제 트럼프 대통령이 지난 1월 TPP 탈퇴 행정명령에 서명하고, 이어 미국 무역대표부(USTR)가 3월 의회에 'NAFTA 재협상 개시 의사 초안'을 제출하면서 이러한 예측이 현실화됐다. 더불어 최근 펜스 부통령과 트럼프 대통령이 연일 한·미 FTA의 재협상을 언급하면서 이에 대한 대비책 마련을 더는 미룰 수 없는 시점이 도래했다.

### FTA 재협상/파기의 법적 근거와 대통령의 권한

우선 한·미 FTA 재협상의 법적 근거는 한·미 FTA 협정 제24장 제2조 〈개정〉에 있다. 양국이 협정의 개정을 원할 경우, 서면으로 합의하도록 하고 있는데 한국이나 미국이 각자 적용 가능한 법적 요건을 협상하고 이후 관련 절차를 최종 완료하였음을 증명하는 서면통보를 교환한다. 그러면 양 당사국이 합의하는 날에 맞춰 재협상을 통해 개정된 내용이 발효되게 된다. 재협상의 경우 양국 간에 재협상을 위한 합의가 우선 시되어야 한다는 사실이 매우 중요하다. 한·미 FTA 파기의 경우엔 그림이 조금 다르다. 같은 장 제5조에서 협정의 〈종료〉에 대해 법문화하고 있는데, 2항에 따라 한국 또는 미국이 상대국에게 한·미 FTA 종료에 대한 희망 의사를 역시 서

면을 통해 전하면, 그날부터 180일 후에 협정은 효력을 상실하게 된다. 재협상과는 달리 미국의 일방적인 통보만으로도 협정이 파기 될 수 있다는 점이 핵심이다. 그 사이 180일 동안 양국 간 협정 폐기를 두고 협상을 진행할 수는 있다. 미국 트럼프 대통령 개인이 가진 한·미 FTA 재협상이나 파기의 권한이 충분한가에 대한 의견 또한 분분하다. 헌법에 따라 미국에선 FTA 등과 같은 관세와 관련한 협정의 체결 권한을 의회가 가지고 있고, 행정부는 의회로부터 권한을 위임 받아 실무 협상에 나서는 것이 대부분이다. 전임 오바마 대통령 임기 말, TPP 협상의 마무리와 최종 서명을 위해 의회에 무역협상촉진권한(Trade Promotion Authority, TPA)을 절실히 바랐던 까닭은 바로 이러한 배경에 있다. 반면, 이러한 형태의 협정을 종료, 즉 폐기하는 데에 있어서는 그 권한에 대한 규정이 명확하지 않은 것으로 알려져 있다.

그럼에도 불구하고 만약 트럼프 대통령 개인의 결정에 따라 의회의 동의 없이 FTA 폐기 움직임을 보인다면, 이와 관련한 법적 논란이 거셀 것으로 예상된다. 이러한 상황에서 국제경제 분야 거대 싱크탱크인 미국 워싱턴 소재의 피터슨 국제경제연구소(PIIE)가 대통령의 권한만으로도 기체결한 FTA의 재협상 또는 폐기가 충분히 가능하다고 설명한 사실은 새삼 눈길을 끈다. 우리로써는 관련 사례들을 적극 모니터링하며 다양한 시나리오를 고려해 볼 필요가 있다.

### 한·미 FTA 재협상의 주요 쟁점:

**NAFTA 재협상 초안, 2017 US 연례보고서<sup>1</sup>**

#### 그리고 무역장벽보고서<sup>2</sup>를 중심으로

한·미 FTA 재협상에 대한 이야기는 앞서 말한 바와 같이 트럼프 대통령의 대선 레이스 당시에 도 지속적으로 도마 위에 올랐던 바 있지만, 대부분의 사람들은 관련 현안을 우선순위에 두지

**"NAFTA 재협상은 외견상  
한·미 FTA 재협상의 본보기가 될 수 있고,  
또한 한국과 같이 미국의 무역역조에  
영향을 주는 멕시코를 포함한  
FTA의 재협상이라는 점에서  
우리에게 교훈을  
줄 수 있을 것으로 보인다."**



않았다. 서문에서처럼, 트럼프 행정부의 통상정책 제1의 과제는 TPP 협정 탈퇴와 20년 이상 '묵은' NAFTA 재협상이었기 때문이다. NAFTA 재협상을 최전방에서 진두지휘할 미국 USTR의 수장은 지난 로널드 레이건 행정부 시절 USTR 부대표로 활약했던 대표적 보호무역주의자이자 대중 강경파 출신의 로버트 라이트하이저(Robert Lighthizer)로 최근에야 미국 상원에서 임명에 대한 인준안을 통과시켰던 바 있는데, 이미 한참 전인 3월의 마지막 날 USTR은 의회에 8쪽 분량의 'NAFTA 재협상 개시 의사 초안(Draft)'을 제출했었다는 사실도 이러한 주장을 뒷받침한다.<sup>3</sup>

그렇지만, NAFTA 재협상은 기본적으로 FTA의 재협상이라는 점에서 외견상 한·미 FTA 재협상의 본보기가 될 수 있고, 또한 한국과 같이 미국의 무역역조에 영향을 주는 멕시코를 포함한 FTA의 재협상이라는 사실에서 미국이 어떠한 지향을 가지고 어떤 내용들을 어떻게 재협상 할 지에 대한 교훈을 줄 수 있다는 점에서 주목할 만하다.

초안은 결코 길지 않은 분량에도 불구하고 꽤나 구체적으로 NAFTA 재협상의 주요 쟁점에 대해 나열하고 있는데, 전체적인 어조는 이

1  
2017 Trade Policy  
Agenda and 2016  
Annual Report

2  
2017 National Trade  
Estimate Report on  
Foreign Trade Barriers

3  
2017년 3월 22일자로  
표기된 본 초안은  
본문에서 말한 바와 같이  
로버트 라이트하이저  
USTR 대표의 임명 전에  
작성된 것으로 당시에는  
스蒂븐 폴(Stephen  
P. Vaughn) 변호사의  
USTR 대표 대행(Acting  
USTR) 명의로 초안을  
제출했다.



지난 3월 미국 무역대표부의 NAFTA 재협상 개시 의사 초안 제출, 대한민국의 새 정부 출범과 미국 대통령 방한 등으로 한·미 FTA 재협상이 본격적으로 테이블 위에 오를 것으로 예상된다.  
사진은 지난 5월 10일 문재인 대통령이 취임 이후 처음으로 트럼프 대통령과 전화 통화를 하는 모습.

전 매우 공격적이고 위협적이었던 예고와는 상반되게 비교적 차분하게 대대적 개정이 아닌 협정의 업그레이드에 초점을 두고 있다. 이는 지난 4월 미국의 마이크 펜스 부통령이 방한 중 한·미 FTA의 개선 추진에 대하여 재협상(renegotiation)이라는 표현 대신에 보다 낮은 수위의 개선(reform)이라는 단어를 활용했던 것을 연상해봐도 통하는 부분이 있다.

초안에 따르면 NAFTA 재협상에 대한 미국의 기본자세는 FTA 재협상을 통한 경제성장, 일자리 창출, 미국의 수출증대와 특히 제조업, 농업, 서비스업 등에 대한 지지 정도로 해석된다. 이는 USTR이 3월 초 발표한 연례보고서 도입부에 트럼프 행정부의 최우선 통상정책의제의 내용을 반영하는 것으로 한·미 FTA 재협상 시에도 이러한 ‘미국 우선주의’가 기초가 될 것은 자명하다. 그러나 초안이 서술한 것처럼 NAFTA

의 내용들이 매우 오래되어(outdated) 디지털 무역, 노동, 환경, 지재권, 국영기업, 원산지규정, 통관절차, 중소기업 등과 관련한 내용들에서 개선의 필요가 다분하다고 주장한 부분은 이제 막 발효 5년이 지난 한·미 FTA에 그대로 적용시키기엔 무리가 없지 않다.

NAFTA 재협상과 관련해 우선 상품교역분야의 초점은 추가적 시장개방(특히 미국산 섬유류)과 미국산 제품의 수출에 대한 비관세장벽의 제거(TBT 및 특히 농산물과 관련한 SPS조치) 등이다. 한국은 미국의 무역역조에 더 크게 영향을 주는 중국이나 독일에 비해 적지 않게 트럼프 대통령이 무역 적자 개선의 필요성을 언급하는 대상으로, 위 쟁점이 역시 한·미 FTA를 통해 공론화 될 가능성이 매우 크다. 특히 연례보고서에서 한국의 자동차 관련 새 연비기준(new fuel economy standard), 새 배출시험 조건



(new emissions testing requirements) 등에 대해 언급했기에 TBT 관련 비관세장벽에 대한 재협상 요구 확률이 있으며, 이어 무역장벽보고서에서 말한 감자(SPS 조치 관련), 쌀(시장 접근) 등 미국산 농산물 추가 수출에 대한 적극적 의지를 반영하려 할 것으로 보인다.

미국은 NAFTA 내 원산지 관련 규정에도 손을 대려 하는데, 이는 한국에서도 무역흑자에 크게 기여하고 있는 자동차 수출과 관련하여 사전에 미리 연구하고 대비할 필요가 있는 핵심 쟁점이다. 다만, 지난 2월 발효된 WTO 무역원활화수준에 벼금가는 통관 관련 규정들(customs matters)을 도입할 필요가 절실한 NAFTA에 의해 한·미 FTA에서는 통관 절차와 관련한 내용이 주쟁점으로 부각될 여지는 크지 않을 것으로 보인다.<sup>4</sup>

지재권은 1995년 WTO 출범과 함께 국제통상체제 하에 규율되어 온 바 있는데, 이보다 1년 앞서 출범한 NAFTA의 경우엔 초안에 나온 것처럼 재협상을 통해 관련 규정들을 추가 도입, 개선할 필요성이 크다. 그러나 한국에서는 무역장벽보고서에서 언급한 것처럼 기본적으로 지재권 보호가 잘되고 있으며, 일부 개선돼야 할 내용이 없지는 않으나, 이 부분 역시 한·미 FTA 재협상 시 주요 쟁점이 될 것으로 보이지는 않는다.

다만, 서비스 교역 분야에서는 NAFTA 재협상 초안에서 언급된 내용 일부가 한·미 FTA

재협상에서도 부각될 가능성 있는데, 특히 연례보고서에 언급된 전자 지도 관련 서비스(electronic mapping services), 그리고 무역장벽보고서에 서술되고 발효 5년차에 이미 핵심쟁점으로 부각되기도 했던 법률 서비스<sup>5</sup>, 그 외에도 금융, 은행 관련서비스 및 통신서비스(telecommunication) 부분 등은 한·미 FTA 재협상 테이블에 오를 수 있다.

끝으로 NAFTA 재협상 초안에서 개정 및 신규 도입 가능성을 말하고 있는 최신통상쟁점(디지털무역 등)이나 이미 TPP에서 21세기 규범의 성격으로써 성공적으로 협상이 끝난 반부패(anti-corruption), 경쟁(competition), 국영기업(state-owned and state-controlled enterprises), 환경(environment), 노동(labor) 등 역시도 한·미 FTA 재협상 시 의제화 될 수 있겠지만, 한·미 FTA가 TPP 이전까지 가장 모범적이고 선진화된 협정으로 평가받았던 사실이나 상기 내용들이 일부 이미 포함되어 있고, 또 잘 관리되고 있다는 사실 등에 미루어보아 한·미 FTA가 재협상 국면에 들어서도 최우선 과제로 분류될 것으로 보이진 않는다.❷

글 박정준(서울대학교 국제대학원 국제통상전략센터 선임연구원)

#### NAFTA 재협상 가능 이슈

분야	주요 쟁점
관세	협상 카드로 자동차, 자동차 부품 등의 특혜관세 수정 논의 가능성
원산지 규정	자동차, 자동차 부품의 현지조달 비율 엄격화
정부조달	캐나다, 멕시코에 내국인 대우를 하는 규정 수정
노동·환경	노동 및 환경관련 협정 수정 및 집행 강화
투자	투자기업과 국가 간의 분쟁해결제도(ICS)의 패널 수정
전자상거래	NAFTA 발효에는 포함되어 있지 않아 TPP를 기준으로 반영 가능성
무역구제	NAFTA 역내 수입으로 미국 산업에 피해 발생 시 세이프가드 발동 가능성 보장 등 무역구제조치 강화
재협상 조항	무역혜택이 공평하지 않을 경우 발효된 후 일정 시기가 지난 후에는 자동으로 재협상하게끔 하는 조항 도입

4 2017 무역장벽보고서 한국과 관련한 내용에도 통관절차와 관련한 내용은 포함되어 있지 않다.

5 미국은 NAFTA 재협상 초안 내용 중 투자(investment)와 관련한 규범 부분에서도 미국 투자자에 대한 원칙적 형평성 등의 중요성을 강하게 어필했는데, 이러한 미국의 자세가 한·미 FTA 재협상 시, 특히 법률시장 투자와 관련해 합작법인의 지분을 및 제공가능법률서비스의 범위 등) 주요 쟁점화 될 가능성이 있다고 본다.



## 흥청거리는 소란 속에 결정적인 침묵을 품은, 방콕

방콕은 수백 개의 팔을 한꺼번에 놀리는 불상과도 같다. 도시를 돌아다니다 보면 고풍스러운 사찰과 낡은 주택 바로 옆으로 현대식의 거대 쇼핑몰이 불쑥불쑥 솟아나 있다. 영화 <행 오버 2>에서 '주정뱅이들의 도시'라고 외칠 정도로 향락적인 이미지가 강하지만, 왕실을 중심으로 이어온 불교문화는 공손하고 정갈한 침묵의 세계를 고이 간직하고 있다.

### 모험을 즐기는 마법의 도시

태국의 중심 도시 방콕은 1782년 짜크리 왕조의 초대 왕인 라마 1세의 주도 하에 수도로 변신해 오늘에 이르고 있다. 역대 왕들은 짜오프라야 강 유역의 왕궁을 거주와 활동의 터전으로 삼았는데, 지금도 많은 이들이 '오래된 방콕'을 보기 위해 찾아오는 곳이다. 주변에 있는 왓포는 방콕에서 가장 오래된 아유타야 양식의 사원으로 전성기에는 수백 명의 승려들이 의학, 점성학, 식물학, 역사 등의 학문을 연구한 대학이기도 했다. 이곳은 태국의 전통 의학을 집대성한 고도의 신체 회복술인 태국 마사지의 발상지이기도 하다. 인근에 있는 왓 프랫깨우의 에메랄드 불상, 그리고 차오프라야 강 건너로 보이는 왓 아룬의 석양도 여행자들의 별길을 끌어당긴다.

1  
젓가락을  
분주하게 만드는  
거리의 음식,  
물과 마음을  
위로하는 스파  
마사지, 용맹하고  
원시적인  
무에타이.  
사람들은  
방콕이라는 이름  
하나에 많은  
것들을 한꺼번에  
떠올린다.  
하지만 방콕은  
그것만으로는  
부족하다.

왕궁이나 사원을 방문하기 위해서는 지나칠 정도로 정숙한 복장과 태도를 유지해야 하지만 몇 발자국만 떨어져 나오면 세계 어느 곳보다 자유로운 도시 – '즐기는 방콕'이 있다. "방콕에서의 하룻밤, 세계는 너의 굴 요리지. 술집들은 사원이지만 진주는 공짜가 아니야." 1980년대 아바(ABBA)가 만들고 머레이 헤드가 부른 히트곡 '원 나잇 인 방콕'은 이 도시에 대한 서구인의 시선을 잘 보여준다. 방콕은 인도차이나 반도의 경제, 교통, 문화의 중심지로 오래전부터 동서양 여행객들의 발길이 이어져왔다. 그들에게 방콕이란 누구든 일상의 옷을 벗고 신비롭고 위험한 모험을 즐길 수 있는 마법의 도시였다.

태국에서 데뷔해 할리우드에서 활동하고 있는 팽 브라더스 감독의 <방콕 데인저러스> 역시 이런 이미지를 이어간다. 이 영화는 태국에서 큰 인기를 모은 뒤 영어판으로 리메이크 되었는데, 냉혹한 킬러 다크러스 케이지는 이 복잡하기 이를 데 없는 마성의 도시를 위험한 액션의 무대로 삼는

다. 피어스 브로스넌이 007 느낌으로 등장하는 신용카드 광고에서는 방콕의 악명 높은 교통 체증이 매력적인 즐길거리로 변신한다. 고급 리무진을 타고 약속 장소로 가던 브로스넌은 막힌 도로가 뚫릴 기미가 보이지 않자, 옆에 서 있던 '툭툭'으로 갈아탄 뒤, 롤러코스터를 타듯이 복잡한 시장과 가판대 사이를 돌진해 간다.

### 쇼핑과 식도락이 함께하는 축제의 도시

동과 서의 위대한 교차점. 방콕은 세계 각국에서 찾아온 자유로운 여행자들이 만들어가는 도시이기도 하다. 카오산 로드는 방콕 프라나콘 구 방람푸에 있는 300m 정도의 짧은 거리이지만, 전 세계 배낭여행객들이 교류하는 사교 클럽이자 베이스캠프 역할을 하고 있다. 매년 4월 이곳을 중심으로 열리는 송꼬란 축제는 태국 전통의 구정 행사인데 방콕이 가장 자유로워지는 며칠이기도 하다. 이때 여행자 숙소에는 '축제 기간엔 창문을 열지 마시오.'라는 경고문이 붙는다. 얼굴에 화칠을 한 사람들이 거리를 돌아다니며 미친 듯한 물총 싸움을 벌이기 때문이다. 방콕을 즐기려 온 사람들은 사방에서 손을 뻗는 쇼핑의 기회에 놀라기도 한다. 고급스러운 쇼핑몰도 많지만 길거리 시장에서 방콕 특유의 문화를 즐길 기회도 놓치지 말아야 한다. 짜두짝 주말 시장은 태국은 물론 세계에서도 손꼽힐 정도로 거대한 규모의 시장이다. 자칫 길을 잃기 쉬운 복잡한 통로에는 엽기적인 곤충 음식, 희귀한 야생동물, 특이한 생김새의 생선, 세계 곳곳에서 날아온 빈티지 제품들이 마구 뒤섞여 있다.

태국은 CNN이 선정한 '식도락 여행을 떠나고 싶은 TOP 5 국가' 중의 하나다. 최근에는 로컬 시장에서 신선한 해산물, 채소 등의 식재료를 구해 직접 태국 요리를 배우면서 즐기는 코스가 각광받고 있다. 그리고 방콕의 가로수길이라 불리는 통로(Thong lo), 저렴하지만 매력적인 차이나타운의 야오와랏(Yaowarat), 카오산 로드 인근의 람부트리(Rambuttri) 등의 거리에서 전통과 현대, 동양과 서양이 교차하는 방콕 요리를 만날 수 있다.

### 방콕에서 즐기는 각양각색의 매력

방콕은 각국에서 날아온 예술가들이 오래 머무르며 다양한 작품 활동을 벌이는 장소이기도 하다. 이들과 교류하면서 국제적인 수준의 작품을 선보이는 방콕의 아티스트들도 늘어나고 있다. 유명 쇼핑가인 씨암 지역에 있는 방콕문화예술센터(BACC)는 태국의 현대 미술을 무료로 만날 수 있는 곳인데, 다양한 인종과 문화를 접하면서 개방적인 예술 세계를 선보이고 있는 방콕의 아티스트들을 만날 수 있다. 근처에 있는



2  
무에타이는  
복싱과 비슷하게  
사각의 링 안에서  
글러브를 끼고  
경기하지만, 밤,  
팔꿈치, 무릎 등도  
사용하는 격투기다.

3  
방콕을 즐기려  
온 사람들은  
사방에서 손을  
뻗는 쇼핑의  
기회에 놀라기도  
한다.

4  
송꼬란 축제는  
태국 전통의  
구정 행사인데  
방콕이 가장  
자유로워지는  
며칠이기도 하다.

집 톰슨 하우스에서는 실크 산업을 선구적으로 개척하며 골동품 수집에도 열정을 보이다가 훌연 실종된 미스터리한 인물의 콜렉션을 만날 수 있다.

땀에 젖어 하루를 보내다 보면 다리를 쉬며 즐길 만한 거리를 찾게 된다. 태국 왕실에서 유래한 판이라는 춤이 하나의 선택이다.

괴물인 톳사칸, 원숭이 왕인 라마, 영웅인 하누먼과 공주 시타 등장하는 무용극인데, 빠른 동작과 느린 동작이 절묘하게 어우러지는 것이 특징이다. 다른 하나의 선택은 무에타이다. 복싱과 비슷하게 사각의 링 안에서 글러브를 끼고 경기하지만, 밤, 팔꿈치, 무릎 등도 사용하는 격렬한 격투기다. 방콕의 2대 스타디움인 룸피니 스타디움과 라차담논 스타디움에서 경기를 관람할 수 있다. 땀을 식히려 왔다 넘치는 땀을 감상하게 되는 셈이다. ☺



## 주류와 향수로 인도네시아에 부는 새 바람

무슬림 국가인 인도네시아에 변화의 바람이 불고 있다. 인도네시아 정부는 주류 판매에 아직 부정적이지만 부유층을 중심으로 한국산 주류의 인지도가 높아지고 있다. 향수에 대한 관심도 눈에 띈다. 기후와 향수가 주는 사회적 이미지에 따라 향수를 즐겨찾는 인도네시아 특유의 문화로 인해 지난 5년 사이 향수 시장 규모가 2배 이상 성장했다.



인구 약 88%가 무슬림인 인도네시아에서는 원칙적으로 음주를 금지하고 있으나, 대부분이 온건 성향의 무슬림인 만큼 주요 도시와 관광지에서 음주가 허용된다. AFP통신 보도에 따르면 2015년 기준, 인도네시아인의 알코올 소비량은 2015년에 평균 1인당 1.4리터로, 술을 금기하는 종교적 분위기와 다른 국가에 비해 비싼 술값으로 인해 개인의 주류 소비량이 상대적으로 낮은 편이다. 또한 주류에 높은 세율을 적용하고 다양한 세금을 부과하기 때문에 술값이 다른 국가에 비해 비싸다. 현재 인도네시아 내 미니 마켓의 매출은 주류 판매 금지 후 급락했으며, 주류 회사들은 무알코올 맥주 등의 대안을 제시하고 있다. 그러나 미니 마켓을 통하지 않더라도 다른 유통경로를 통해 최근 인도네시아에서는 주류 소비량이 증가하는 추세다. 이와 함께 주류 판매 규제 후 밀조주로 인한 사상자가 증가하는 등의 문제가 발생하고 있다.

### 주류 판매 금지법 시행에도 술 소비 늘어

인도네시아 맥주산업협회(GIMMI)는 정부의 무분별한 규제가 국내 투자의 불확실성을 높일 것이라며 정부 정책에 불만을 표시했다. 또한,

관광업계는 인도네시아를 최고의 관광지로 키우겠다는 정부 목표와 경제 발전에 바람직하지 않다고 주장한다. 2015년 법안 발효 직후 맥주 제조업체의 순이익이 40% 이상 감소했으며 주류 업계는 매출 감소에 대응하기 위해 무알코올 음료에 주력하고 있다. 인도네시아에서 인지도가 높은 기네스 제조사 디아지오 역시 무알코올 제품을 출시했는데 디아지오의 인도네시아 시장 점유율은 약 15%이다. 인도네시아 최대 맥주 제조기업인 물띠 빈땅 인도네시아(PT Multi Bintang Indonesia Tbk, MLBI)는 무알코올 음료의 신규 투입과 국내 레스토랑과 카페 등의 유통 강화, 수출 확대 등의 방법을 시행하고 있다. 파푸아 주정부는 2016년 3월 주류 생산과 유통을 공식 금지했으며, 수라바야시는 2016년 5월 10일 금주 조례를 제정했다. 서부 자바주



보고르와 반쁜주 땅그랑 매장에서는 원래부터 알코올 제품을 취급하지 않았다. 단, 자카르타와 발리는 주류 판매금지 대상 지역에서 제외된 상태다.

하지만 계속된 인도네시아 내 주류 판매 금지법 시행에도 불구하고 인도네시아의 술 소비는 늘고 있으며, 일식의 인기가 높아짐에 따라 부유층을 중심으로 술에 대한 관심도가 높아지고 있고, 특히 현지인들의 한국 문화에 대한 인기에 힘입어 소주 등 한국 주류에 대한 관심도 늘고 있다. 2016년 12월 연말과 신년 행사를 앞두고 한국산 소주 3만 6400병을 자카르타 판중 뽀리오 향으로 밀수한 인도네시아 일당이 경찰에 붙잡히는 뉴스가 날 정도로 한국 소주에 대한 인도네시아인들의 관심은 높은 편이다. 반면, 2015년 발효된 법안의 여파로 인도네시아 내 세븐일레븐은 지난해 25개 점포를 폐점한 데 이어 올해는 30개를 폐점하기로 했다. 그동안 세븐일레븐에서 주류는 전체 매출의 10%를 차지해왔다.

### 향수 시장의 꾸준한 증가

인도네시아의 향수 판매량은 4년 동안 꾸준하게 증가해 2015년 기준 향수 시장은 3조 7079억 원의 가치를 지닌다. 이는 2012년 대비 55.31%의 성장률이며 2010년 대비 110.1%의 성장률이다. 프리미엄 향수와 중저가 향수의 시장 성장률은 2014년 대비 14.6%와 15.0%로 비슷한 추이를 나타내며 모두 성장세를 보이고 있다. 2015년 기준 남성용과 여성용 향수의 시장 규모를 보면 프리미엄 향수 시장에서는 2배 정도의 차이로 여성용 향수 시장 규모가 크지만, 중저가 향수 시장에서는 6배 정도의 차이로 여성용 향수 시장 규모가 크며, 또한 중저가 향수 시장의 전체 규모가 프리미엄 향수 시장의 전체 규모보다 대략 10배 크다.

트리뷴 라이프스타일(Tribun lifestyle) 뉴스에 의하면 인도네시아에서 향수를 매일 사용하는 사람은 59%이며, 중요한 날에는 74%의 사람들이 향수를 사용한다고 한다. 이렇듯 향수는 인도네시아에서 사치 품이 아니라 일상용품으로 여겨진다. 무슬림들이 사원에 기도를 하러

갈 때 향수를 뿌리는 것은 오히려 매너있는 행위로 장려되고 있으며, 평소 시민들은 잠시 외출을 할 때에도 향수를 뿌리고, 대부분의 사람이 운동 전과 샤워 후, 화장실에서 볼일을 본 후에도 향수를 뿌린다. 열대기후로 인해 땀이 많이 나고 냄새가 나는 것을 원치 않는 인도네시아 사람들은 자동차, 엘리베이터, 집안 곳곳에 향이 나는 제품을 둘 정도로 향에 민감하다.

### 사회적 의미를 부여하는 향수

콤파시아나(Kompasiana)에 의하면 향수를 사용하는 사람은 사회생활을 하고 전문적인 리더의 이미지를 갖고 있으며 성공한 사람이라는 느낌을 준다. 경제활동에 참여하는 사람들은 대부분 향수를 사용하고 있기 때문에 사회 초년생들에게는 향수세트를 선물하는 문화가 있다. 중상층 소비자들은 그들의 사회적 지위를 드러내기 위해 프리미엄 브랜드 향수를 주로 사용한다. 인도네시아 사람들은 향이 나는 사람에게서 매력이 느껴진다고 믿기 때문에, 자신의 매력을 표현하기 위한 수단으로 향수를 사용하는 사람이 많다.

2017년 인도네시아 향수 시장의 트렌드는 장미, 백합, 모란향과 같은 플로럴향과 달달한 믹스베리향이다. 남성용 향수 시장 규모는 지속적으로 증가하며 이들은 클래식하고 우디한 아로마향을 선호하며 파인애플, 망고, 자두향 또한 인기가 있다. 인도네시아 사람들은 향수를 하루종일 사용하기 때문에 향의 지속력이 매우 중요하며, 향수병의 유니크한 디자인 또한 이들이 향수를 선택할 때 기준이 되는 요소임을 주목해야 한다. 독보적으로 높은 점유율을 갖고 있는 브랜드는 없으며 인도네시아 소비자들은 향수를 구매할 때 특정 제품만 계속 사용하기보다는 다양한 제품을 시도하는 편이다.❷

자료 KOTRA 인도네시아 무역관 보고서 | 정리 박주연 기자



## 베트남의 소비재를 책임지고 있는 브랜드 4대 천왕

베트남 통계청(GSO)에 따르면, 2016년 베트남의 소비재 시장 규모는 전년대비 10.2% 성장한 1176억 달러이다.

시장 조사 전문업체 Euromonitor와 BMI는 베트남 소매 유통시장의 급성장이 경제 규모 확대로 인한 가처분 소득 증가에서 기인했다고 분석했으며 아울러 중산층의 성장 및 9400만 명의 풍부한 인구 수는 차후 베트남 내수시장의 성장을 시사하고 있다. 이에 KOTRA 호치민 무역관이 베트남 최대 인기 브랜드 4개를 선별해 그들 브랜드의 강점과 경쟁력을 분석해보았다.

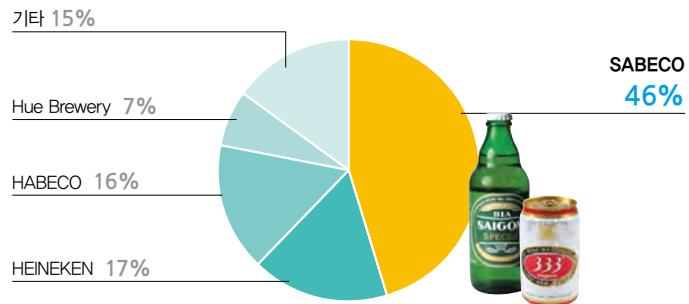
### 자타공인 베트남 1등 브랜드, Vinamilk

 베트남 가공식품 분야 중 가장 가치가 높은 브랜드로 2016년 Vinamilk의 연간 보고서에 따른 당사의 순익은 9조 3640억 동(4억 1270만 달러), 자산 가치는 17조 8000억 동(7억 8460만 달러)이다. ‘베트남 언론 선정 베트남 3년 연속 최고 브랜드’로 선정되었을 만큼 자타공인 베트남의 일용소비재분야 최고 기업으로 손꼽힌다. Vinamilk는 우유, 요거트, 분유, 연유, 아이스크림, 치즈, 두유, 주스 등을 생산하는데 이 중 베스트셀러는 Vinamilk 100% 우유이다. 이 브랜드의 인기 요인 중 하나는 ‘품질에 대한 신뢰’이다. 베트남에서는 오랜 보관기간과 비용 절감을 위해 분유를 공급한 우유가 시중에 보편적으로 유통됐으나, 최근 현지 소비자들의 의식이 제고됨에 따라 더욱 건강하고 자연에 가까운 생우유 수요가 증가하고 있다. 근래 해당 기업이 우유 상품 홍보 시 유기농, 순수 우유, 100% 우유 등의 특정 단어를 강조하는 것도 같은 배경에서 기인한 것으로 추측된다.

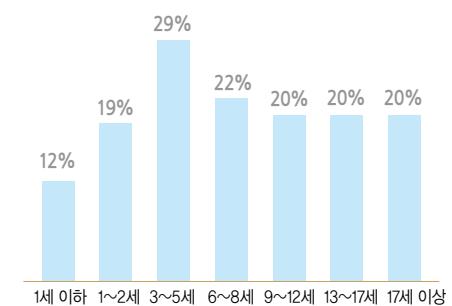
### 베트남 맥주 업계의 최강자는 SABECO

 시장점유율이 높은 맥주 양조회사는 SABECO로, 당사의 대표 브랜드는 Saigon Beer와 333(바바바)다. SABECO의 브랜드 파워는 140년간의 긴 역사에서 기인한다. 해당 회사는 하이네켄, 타이거와 같은 외국계 기업이 베트남 맥주시장 경쟁에 참여하기 전부터 오랫동안 현지 소비자들의 입맛을 길들였다. 아울러 베트남이 세계에 문호를 재개방하기 전까지 시장을 독식하며 브랜드 인지도를 높여왔다. 우리 기업 및 투자자들이 주목해야 할 것은 최근의 행보로 SABECO는 Heineken, Tiger와 같은 세계적인 대기업들과 경쟁 구도를 형성하면서 현지 소비자의 기호를

● 베트남 맥주 시장 점유율 비교



● 아이가 있는 가정의 연령대 비율



깊숙이 이해한 상품 라인을 출시하고 있다. SABECO는 당사의 기존 맥주 맛에 익숙한 현지 소비자층의 수요를 충족하기 위해 333 브랜드를 유지하는 한편, 현대적인 이미지를 덧씌운 Saigon special을 새로 내세워 20~30대의 젊은 현지 소비자를 끌어들인다. 즉, 프리미엄을 강조하기보단 고품질 대비 합리적인 가격을 내세워 현지 대중을 공략 중이다.

### 베트남에서 가장 많이 소비되는 미용·청결제는 유니레버의 P/S

2015년 기준 베트남의 미용·청결용품 시장 규모는 26조 7400억 동(11 억 7600만 달러)으로 추정된다. 이 중 베트남의 치아위생·구강청결용품 시장 규모는 7조 6000억 동으로 미용·청결용품 산업 내 헤어 관리, 피부 관리, 데오드란트, 샤워용품 등의 상품 중 가장 큰 규모를 자

랑한다. 미용·청결용품을 제조 및 유통하는 기업 중 베트남에서 가장 큰 시장 점유율을 차지하는 곳은 Unilever이며, 이 기업의 대표 치아위생용품 브랜드는 P/S와 Close Up이다. 대기업이 가진 자본력, 사업 경험, 유통망 확장 전략 외 현지 언론 및 업계 전문가들이 주목한 유니레버 베트남의 현지시장 공략 성공 요인은 전략적인 마케팅을 통한 홍보 방식이다. Mintel, Euromonitor, BMI를 포함한 조사업체들이, 베트남 내 구강청결 의식 제고의 주요 요인 중 하나가 구강청결제품을 유통하는 기업들의 적극적인 소비 장려 및 의식 제고 캠페인이라고 공통적으로 분석할 정도로 마케팅 및 홍보에 큰 투자를 하고 있다.

### 베트남 기저귀 시장을 제패한 Bobby

 2016년 기준 베트남의 전반적인 유아용품(식품, 기저귀, 스킨케어 등) 시장 규모는 41조 동(18억 달러)에 육박했다. 이 중 유아용 기저귀 시장 규모는

3억 9000만 달러를 기록했는데, 이는 전년대비 32% 성장한 수치다. 베트남의 유아용품 시장이 호조를 유지하는 것은 도시화 가속, 중산층의 성장, 여성의 경제 활동 참여 증대 등 여러 요인이 복합적으로 작용한 결과이다. 현재 베트남 유아용 기저귀 시장 전체 매출 중 1/3은 Bobby가 차지하고 있다.

Bobby는 일본계 기업 Unicharm이 론칭한 기저귀 브랜드로 일본 Unicharm사는 2011년도 베트남 Diana 사의 지분을 95% 인수해 Diana의 기존 유통망 및 소비자층을 확보함으로써 현지 시장에 성공적으로 진입했다. Bobby의 현지 시장 공략 성공은 선진국의 국가 브랜드를 통해 구축한 고품질 이미지 그리고 현지 소비자에게 맞춘 가격 정책이 균형 잡혀있기 때문에 가능했다. 또 Unicharm은 일본의 국가 브랜드를 이용해 품질에 대한 신뢰를 형성하되 가격 정책은 현지 시장의 눈높이에 맞춰 Bobby를 이른바 ‘가성비’ 좋은 상품으로 부각 시켰다. Unicharm은 현재 유아용 기저귀를 구매하는 소비자층이 대부분 인터넷에 매우 익숙한 20~30대의 젊은 세대라는 것을 유념해 이들이 자주 접속하는 베트남의 인기 사이트 및 소셜 네트워크를 통해 Bobby의 광고를 유포하고 있다.❷

자료 윤보나 베트남 호치민무역관 보고서 | 정리 박주연 기자

# 어려운 무역기사 쉽게 읽는 법

## 경제를 읽는 척도가 되는 지수

국내 대표 패스트푸드 3사 중 한 곳인 맥도날드가 지난 1월 가격을 올린 데 이어 버거킹도 지난달 11일 버거 메뉴 가격 인상을 발표했다. 햄버거 세트 메뉴가 1만원에 육박하면서 불경기 '엥겔지수'와 '빅맥지수'는 변동이 생길 전망이다.

(2017.03.17. 일요신문)

### ① 빅맥지수(Big Mac Index)

영국의 경제 주간지 <이코노미스트>가 1986년 고안한 것으로 각국의 통화가치가 적정 수준인지 살피기 위해 각국의 맥도날드 빅맥 햄버거 현지 통화가격을 달려로 환산한 것이다. 버거(burger)와 이코노믹의 노믹(nomic)을 따서 버거노믹(Burgernomic)이라고도 부른다. 현재 빅맥지수 1위는 스위스로 \$6.35. 현지 미국 지수는 \$5.06 우리나라 \$3.68로 17위에 올라있다. <이코노미스트>는 매년 1월과 7월 두 차례에 걸쳐 빅맥지수를 발표한다. 그밖에 스타벅스의 카페라테 가격을 기준으로 비교하는 스타벅스 지수, 호주 커먼웰스뱅크가 애플사의 아이팟 가격을 기준으로 산출한 아이팟 지수, 이케아의 침대 가격으로 나라별 최저 임금 수준을 비교한 이케아 지수도 있다.



### ② 엉겔지수(Engel's coefficient)

1857년 독일 통계학자 엉겔(Ernst Engel)이 가계 지출을 조사한 결과 저소득 가계일 수록 식료품비가 차지하는 비율이 높고, 고소득 가계일수록 식료품비가 차지하는 비율이 낮음을 발견하였는데 이를 '엥겔의 법칙'이라고 한다. 그리고 총 가계 지출액 중에서 식료품비가 차지하는 비율을 '엥겔지수'라고 한다. 일반적으로 식료품은 필수품으로서 소득의 높고 낮음에 관계없이 반드시 얼마만큼 소비해야 하며 동시에 어느 수준 이상은 소비할 필요가 없는 재화이다. 그러므로 저소득 가계라도 반드시 일정한 금액으로 식료품비를 지출하여야 하며, 소득이 증가하더라도 식료품비는 그보다 증가하지 않는다. 이러한 까닭에 식료품비가 가계의 총 지출액에서 차지하는 비율, 즉 엉겔지수는 소득 수준이 높아짐에 따라 점차 감소하는 경향이 있다.

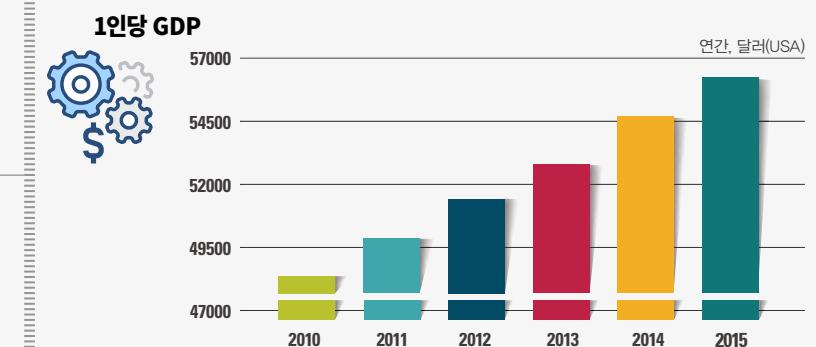
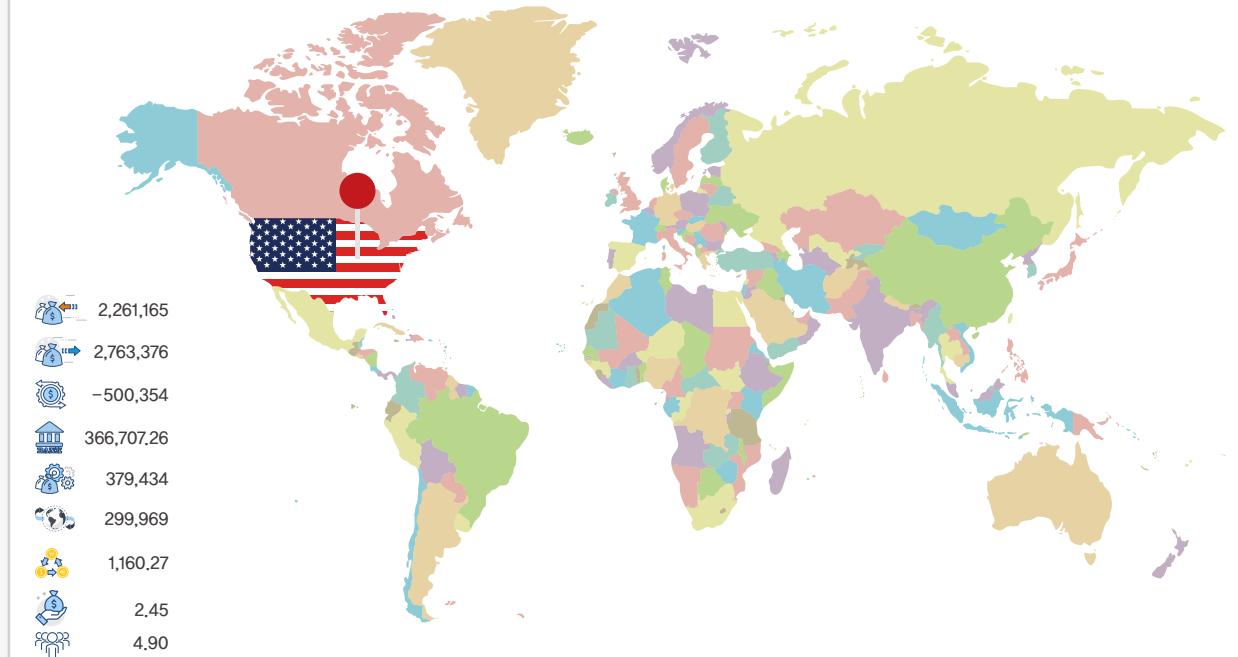


### ③ 슈바베지수(Schwabe Index)

가계 소득비 가운데 주거비용이 차지하는 비율을 말하며 독일 통계학자 슈바베의 이름에서 따왔다. 슈바베 지수는 엉겔지수와 함께 빈곤의 척도를 기능하는 지표 중 하나로 사용되고 있는데, 슈바베지수 25%가 넘으면 빈곤층에 속한다고 본다. 슈바베지수가 높을수록 주거비용 비중이 큰 것이므로 가구의 주택 부담 능력은 떨어져 저소득층일수록 슈바베지수는 높고 고소득층일수록 슈바베지수는 낮다. ☺



## 미국(U.S.A.) 경제지표





KOTRA FTA해외활용 지원센터의 김선화 실장은 현지에 진출한 우리 중소기업을 지원하고 흥보하는 한편, 해외 바이어들에게 FTA 활용과 효과에 대한 홍보에 힘쓸 것이라고 강조했다.

## 현지에서 도움이 필요할 땐 FTA해외활용지원센터로 SOS 하세요!

해외에 진출하는 우리 중소기업의 FTA 활용을 지원하기 위해 국내에서는 무역협회와 각 지역에 FTA종합지원센터가, 해외에는 KOTRA에서 운영하는 FTA해외활용지원센터가 중국과 베트남 내 9개 도시에 개설되어 있다.  
해외에서 우리 기업을 든든하게 지원하고 있는 FTA해외활용지원센터의 올해 계획을 들어보았다.

글 김선녀 기자 | 사진 김기남 기자

### 현재 FTA해외활용지원센터가 개설된

#### 국가는 어느 곳인가요?

베이징, 상하이, 칭다오, 청두, 광저우, 텐진, 다롄 등 중국 7곳과 하노이, 호치민 등 베트남 2곳을 합해 총 9개의 센터를 설치·운영하고 있습니다. 올해는 작년 발효된 한·콜롬비아 FTA와 10주년을 맞이하는 한·아세안 FTA에 대한 우리 기업의 활용을 지원하기 위해 오는 6월 콜롬비아 보고타와 9월 인도네시아 자카르타에 FTA 해외활용지원센터를 개소할 계획입니다.

### FTA해외활용지원센터는 어떻게

#### 운영되나요?

FTA해외활용지원센터는 KOTRA 해외 무역관 내에 설치되어 있는데, KOTRA 본사에서 파견된 무역관 직원이 현지에서 채용된 센터 전담직원과 함께 현지에 진출한 한국기업과 현지 바이어들을 대상으로 FTA 활용 상담, 홍보 등의 업무를 수행합니다. 또 기능별, 산업별 전문가로 구성된 외부 자문단이 센터를 지원해 전문적인 상담을 담당하고 있습니다.

지원하는 서비스도 FTA에 대한 단순 정보 제공에서부터 일대일 온·오프라인 상담, 크고 작은 규모의 설명회 개최 등 다양하

며, FTA 홍보에 그치지 않고 한국기업이나 현지 바이어들이 FTA 활용 과정에서 직면하는 애로사항을 파악해, 필요하다면 현지 정부기관을 접촉해 애로 해소까지 모색하는 등 적극적인 활동을 펼치고 있습니다.

#### 센터의 주력 방향이 있으신지요?

작년까지는 대부분의 센터가 개소 첫 해이다보니 현지 진출한 우리 기업 지원과 센터 홍보에 많은 초점이 맞춰져 있었습니다. 하지만 올해 2년차를 맞으면서는 현지 바이어들의 FTA 활용 지원에 좀 더 주력할 계획입니다. 아무리 우리 기업들이 수출에 FTA

를 활용하려 한다 해도 현지 바이어들이 FTA를 활용할 생각이 없다면 그만이 때 문입니다. 그들에게 한국과 체결된 FTA를 활용하면 품질 좋은 한국산 제품을 더욱 싼 가격에 수입해 그 만큼의 이익을 볼 수 있다는 점도 알고, 또 그 활용과정에서 어려움을 느끼지 않도록 지원해주는 것이죠. 이를 위해 올해에는 외부 자문단도 언어를 포함하여 바이어와 직접 상담이 가능한 현지인을 늘리는 등 바이어에 대한 홍보와 상담을 강화할 예정입니다. 또 특혜관세, 서비스 시장 개방 등을 활용하면 상대국에 대한 진출도 고려할 수 있는 바 투자진출 및 투자 유치 지원에도 관심을 기울일 계획입니다. 물론 그렇다고 현지진출 우리 기업에 대한 지원도 소홀히 하지는 않겠습니다.

#### 하반기에 개소하는 콜롬비아와

#### 인도네시아 센터도 같은 전략인가요?

출범 2년차인 센터와 첫 개소 센터에 대해서는 현지 환경에 따라 다른 전략을 실시하는 투 트랙 방식을 생각하고 있습니다. 보고타와 자카르타 같은 개소 첫 해를 맞이하는 센터는 FTA 성과를 바로 거양할 수 있도록 우선은 현지 진출 우리 기업들을 대상으로 한 홍보와 지원에 주력하고, 2년차부터는 현지 바이어들을 대상으로 한국과의 FTA에 대한 인지도를 높이는 활동을 확대해 기반을 넓히는 전략이지요.

#### 2015년 처음 FTA 해외지원센터를

#### 개소한 이후 계속해서 그 수를 확대하고 계시는데, 센터 개소 국가의 선정 조건은 무엇인가요?

콜롬비아 보고타 센터는 지난해 7월 발효된 한·콜롬비아 FTA를 활용하여 초기 시

장 선점을 돋기 위한 목적입니다. 게다가 중남미 6개국과의 FTA 협상이 얼마 전 가서명되었고 또 에콰도르 등 여타 중남미 국가도 FTA가 거론되고 있어, 앞으로 이들 중남미 시장 진출의 교두보를 마련하고자 개소를 택했습니다. 또한 올해는 한·아세안 FTA가 발효 10주년을 맞는 해인 데다 아세안 시장에 대한 관심이 그 어느 때 보다 높은 상황입니다. 중국과 미국의 보호무역주의 경향 대두 등으로 미국과 중국을 대체할 해외시장으로서 아세안 시장이 부상하고 있기 때문입니다. 인도네시아 자카르타는 아세안 사무국이 있는 도시로 우리나라들의 해외 진출도 활발한 도시지요.

**중국, 베트남, 콜롬비아, 인도네시아 모두 개도국이라는 공통점이 있습니다. 특별한 이유가 있는지요?**

FTA는 국가 간의 약속입니다. 자국 시장과 무역관련 제도를 이렇게 개방하고 운영하겠다는 약속이지요. 그러나 국내 제도가 충분히 정비되지 못한 국가일수록 FTA에서 한 약속을 지키는 것에 어려움이 많습니다. 그만큼 기업들의 FTA 활용에 대한 애로가 많을 수밖에 없지요. 개도국 위주로 센터를 우선 개설했던 이유 중 하나입니다. FTA 발효 초기 시장을 선점하여 우리 기업들의 해외 진출을 더욱 용이하게 하고자 하는 전략이기도 합니다. 물론 수출 시장의 규모도 고려하지 않을 수 없지요.

**기업들이 겪는 주요 애로 사항은 무엇인가요?**

여전히 많은 중소기업들이 FTA 활용절차와 관세율 등 기본적인 사항에 대한 이해가 부족해 어려움을 겪고 있습니다. 실제

센터로 접수되는 상담들 가운데 많은 부분이 FTA를 활용한 무역절차와 관세율에 대한 문의입니다. 또한 현지의 제도 및 시스템 미비로 인한 어려움도 상당한 것으로 파악되었습니다. 중국과 베트남의 경우 사후 환급, 원산지 인정 문제 등 발효 초기 시스템 미 정착으로 인한 애로와 통관 지연 등 비관세장벽으로 인한 어려움이 많이 접수되었습니다.

**지난해 구체적인 지원성과는 어떤 내용이 있었나요?**

작년에 FTA 해외활용지원센터에서 전담 직원이 상담한 건수만 2천 건이 넘습니다. 중국의 경우 시스템 미 정착으로 인한 문제뿐 아니라 사드 배치 결정 이후 해관에서 위생검역을 이유로 성분 검사 등 각종 자료를 요구하며 통관을 지연시키는 경우가 종종 있었는데, 센터가 관할 해관과 직접 협의해 문제를 해결한 적이 있고, 베트남에서도 FTA 특혜 관세 사후 인정을 돋거나 원산지증명서 발급거부 문제를 해결해 상당 금액을 환급 받을 수 있게 도왔던 것이 기억에 남습니다.

**수출 기업에게 당부하고 싶은 말이 있다면요?**

FTA해외활용지원센터는 올해 기존 9개소에서 11개소로 외연을 확대하고 내적 역량을 강화해 현지에서 우리 기업에게 실질적인 도움을 주고자 노력하고 있습니다. 수출 기업 여러분들도 적극적으로 FTA를 활용하고 FTA 관련 문의사항이나 요청사항이 있으면 언제든지 저희 FTA활용지원센터의 문을 두드려주시기 바랍니다. 언제든 환영입니다. ☺



활어수출컨테이너사업으로  
내수가격을 안정시키고,  
고급어종 수출  
신비즈니스모델도 기대할 수  
있게 되었다.

## 시장 변화, 물류비 절감 두 마리 토끼로 활수산물 수출 '신호탄'

(사)거제어류양식협회는 2013년부터 2016년까지 활어수출컨테이너사업을 추진, 21대의 수출전용컨테이너를 제작했다. 여기에는 국비 9억 4,500만원과 지방비 9억 4,500만원이 지원됐다. 사업 시행 이후 중·일로 편중된 수출시장을 다변화하고 물류비를 절감하는 두 마리 토끼를 모두 잡을 수 있었다.

정리 박주연 기자

### 농어업인의 FTA를 지원합니다

정부는 자유무역 확산의 이면에 농어업에서 발생하는 피해를 막고 경쟁력을 강화시키기 위한 국내보완대책을 수립하여 2015년까지 약 20조원 규모의 예산을 지원했다. FTA 대응 과정에서 농어민들에게 힘이 되었던 대표적인 지원사업과 이것을 발판삼아 성공 스토리를 만들어낸 사례를 소개한다.

#### FTA 지원대책사업: 활어수출컨테이너사업이란?

FTA 확대에 대응해 우리 수산물의 해외시장을 개척, 경쟁력을 확보하는 방안이 추진되고 있다. 특히 우리 수산물이 가격경쟁력을 확보하는 것이 쉽지 않은 데다 전 세계적인 수산자원의 고갈 등에 대비해 양식 활수산물을 새로운 수출품목으로 각광받고 있다. 이 일환으로 추진되는 활어수출컨테이너사업은 활어수출을 위한 전용컨테이너를 제작해 항공물류에 의존하던 활수산물 유통을 선박을 이용한 수출이 가능도록 하는 사업으로 활어수출 시 문제가 됐던 높은 폐사율과 과도한 물류비 문제를 해결해 국내산 활수산물의 수출경쟁력을 제고하고 어가소득을 높여준다.



1 활어수출컨테이너 내부 모습. 2 수출용 활어의 선적을 기다리는 모습.

기준에는 활어 수출 시 산소탱크 보관 문제 등으로 안전성이 우려되는 경우도 많았고 미주나 유럽권으로 수출할 경우 물류비가 과도한 데다 품목 역시 제한적이라는 문제점이 있었다. 특히 장거리 수송 시 과도하게 발생하는 물류비와 폐사 등으로 미국, 유럽 등의 국가로는 수출이 가능한 품목이 제한적이었다. 실제로 미국 LA로 수출하는 것을 기준으로 항공물류비용은 항공료와 포장비 등을 포함해 1kg당 1만 4,000원 가량으로 그나마도 성수기에는 항공화물공간이 부족해 대량수출에 어려움을 겪어왔다.

하지만 활어수출컨테이너 사용으로 미주 기준 물류비용은 kg당 6,000원 이하로 절반 아래로 줄었고 품목 역시 다양해졌다. 기준에 광어 중심이었던 활수산물 수출시장은 우럭과 참승어, 강도다리, 참돔, 전복, 명게, 갓굴로 확대됐고 활어수출컨테이너를 이용한 수출량도 2011년 6,200kg에서 2015년 8만 680kg까지 늘었다.

#### 국제기준에 부합하는

#### 위생적이고 안전한 설비

활어수출컨테이너의 또 다른 강점은 국제 기준에 부합하는 위생적이고 안전한 시설이라는 점에 있다. 선박을 이용한 물류는 엄격한 국제기준에 충족해야하는데 이중 산소탱크는 폭발의 위험성이 큰 고위험성

물질인 데다 활수산물은 식품위생뿐만 아니라 질병이나 선적된 해수의 문제까지 함께 고려돼야 한다. 현재 우리나라에서 운용하고 있는 활어수출컨테이너는 세계 최초의 기술로 활수산물 수송 시 어느 나라의 항구에서도 문제가 발생하지 않도록 국제 기준을 모두 충족시켰다는 것이 거제어류양식협회 측의 설명이다. 또한 활수산물 선적 시 해수의 온도가 일정하게 유지되기 때문에 식품안전성에도 문제가 발생하지 않으며 항공운송 시에도 40% 이상의 폐사가 발생하던 폐사율이 자연폐사 수준인 1~5%로 줄었다.

#### 수출 통한 내수시장 '가격안정'

기준에는 활수산물이 갖는 특성으로 인해 일본, 중국 등 특정국으로 수산물 수출이 치중됐다. 즉 수입국의 상황에 따라 수입량이 요동칠 경우 내수시장도 함께 영향 받는 것을 피할 수 없었다. 하지만 활어수출컨테이너 사업으로 전 세계 어디든 안정적인 수산물 수출이 가능해져 주요 수입국의 시장변화에도 내수시장의 가격을 안정화시킬 수 있게 됐다. 거제어류양식협회는 고급수산물에 대한 전 세계적인 수요 증가를 감안하면 활수산물을 꾸준히 수출할 수 있을 것으로 평가하고 있다. 뿐만 아니라 수출컨테이너 사업을 국제적인 활



#### MINI INTERVIEW

박태일 거제어류양식협회 이사

#### 양식수산물 경쟁력 강화 활어컨테이너사업의 핵심

"우리가 추구하는 건 경쟁력이 약해졌던 국내산 활수산물을 브랜드화 하는 것입니다. 개방화로 인한 수입의 영향이 큰 만큼 우리도 적극적으로 해외 시장을 공략해 국내 가격안정을 이루는 동시에 생산현장의 안정을 이룰 필요가 있습니다. 소비가 특정국에 귀속되면 신차가 귀속되는 것은 피할 수 없으며 이런 어려움을 벗어나기 위해서는 기본요건으로 활어의 장거리 물류비용을 줄이고 장거리 수송에 따른 폐사의 리스크를 줄이는 것이 필요합니다. 활어컨테이너 사업은 활수산물 수출의 애로사항이었던 물류문제를 해결할 수 있을 뿐만 아니라 수산물 수출의 다양화와 규모화로 K-씨푸드라는 브랜드를 만들어 낼 수 있습니다."

수산물 물류 비즈니스로 확대할 가능성도 점쳐지고 있다. 현재 항공물류로 운송되는 연어나 게류, 새우류 등 어종마다 최적화된 운송환경을 연구, 국내 수산물 수출뿐만 아니라 다른 나라의 활수산물 물류에도 접목시켜 추가수익을 얻을 수 있다는 것이다. 박태일 (사)거제어류양식협회 이사는 "참승어의 경우 수산물 수입이 늘어나는 반면 국내산 활수산물 소비가 위축되면서 판매가격이 생산원가 이하로 형성되기도 하는 등 수익성이 급락했는데 미국 등을 중심으로 수출을 시작하며 홍보가 돼 가격이 안정세를 이루게 됐다"고 말했다.❷

\* 본 기사는 산업통상자원부에서 발행한 〈농어업인 FTA 성공사례〉에 게재된 기사를 재구성한 것입니다.



## 이것이 트럼프식 미국우선주의 통상정책? 미국 국내 통상법의 주요 현안: 301조부터 PMS까지

최근 미국이 한국산 철강 제품(유정용 강관)에 최대 25%의 반덤핑 관세를 부과해 트럼프발 보호무역주의에 대한 우려가 최고조에 달했다. 더욱 걱정되는 점은 미국 상무부의 이번 조치가 높은 관세율뿐만 아니라 미국 국내법에서 규정하는 한국의 '특정 시장 상황(Particular Market Situation, PMS)'에 근거한 것이기 때문이다. 향후 미국의 국내법에 근거한 일방적 통상조치가 더욱 우려되는 가운데 미국의 주요 통상 법안에 대한 이해도 제고가 필요하다.

1974년 미국 통상법(US Trade Act of 1974) 163조에 근거해 매년 3월 1일 경 미국 무역대표부(USTR)는 연례보고서(Trade Policy Agenda and Annual Report)를 제출하고 있다. 보호무역을 앞세운 트럼프 행정부 첫 무역 관련 보고서로, 총 336페이지 분량의 방대한 내용을 담고 있음에도 올해 보고서가 가장 눈길을 끄는 부분은 도입부의 '통상정책의 제'였다. 트럼프 대통령이 유세 시설 내내 공언했던 미국 우선주의 통상 정책의 주요 내용들을 다시 4가지 최우선 과제(top priorities)로 분류하였는데 특히 많은 이들의 우려를 자아낸 대목은 두 번째 내용인, 통상 주권 수호를 위한 '미국 국내법의 강화와 적용'이었다. 서문에서 언급한 PMS도 이러한 미국의 국내법에 근거한 것으로, 미국이 통상규제에 자국법을 활용한 것은 비단 위와 같은 오늘의 사례에 국한된 것이 아니다.

### I. 제로잉(zeroing)

미국이 덤픽마진율을 계산하는 방식인 '제로잉'은 쉽게 말해 수출가격과 내수가격을 비교할 시에 수출가격이 내수가격보다 높으면 덤픽이 아닌 매우 정상적인 상황임에도 불구하고, 당시의 마진을 마이너스(-)로 계산하지 않고 무시하는 제로(0)로 계산하는 방식을 말한다. 이러한 제로잉 방식은 전 세계에서 미국만이 사용하는 관행으로써, 미국에 수출하는 국가들에 대하여 더 큰 덤픽

평마진에 근간한 반덤핑관세를 부과할 수 있다는 특징이 있다. 이 때문에 한국과 일본(DS322: US-Zeroing), EU(DS350: US-Continued Zeroing) 등 많은 WTO 회원국들이 이러한 미국 중심의 일방적 관행에 대해 WTO에 정식 제소한 경우도 많고, 특히 한국도 스테인리스 철강제품과 다이아몬드 절삭공구 등에 부과된 제로잉 관세에 대해 2009년 제소해 2011년 승소했던 기억이 있다(DS402: US Zeroing). 그럼에도 불구하고 미국의 제로잉 관행은 아직 완전히 사라지지 않고 미국 무역 구제조치의 강력한 무기로 남아있다.

### II. 표적덤핑(targeted dumping)

미국 정부가 덤픽여부를 조사할 때에 수입된 전체 물량 대신에 특정 구매자, 특정 시기 또는 특정 지역에서 판매된 물량에 대해서만 표적적으로 덤픽 마진을 산정하는 방식이다. 사례별로 판단하는 표적덤핑 방식은 정확한 제도의 부재로 많은 논란과 비판의 대상이 되고 있다. 특히 특정 시기를 겨냥해 덤픽 여부를 판단하고 마진을 계산하기 때문에 미국의 블랙프라이데이(미국에서 11월 마지막 목요일인 추수감사절 다음날의 금요일을 말하는데, 전통적으로 연중 최대의 세일이 이뤄지고 연말 쇼핑시즌의 시작을 알리는 날이다. 실제 이날부터 연말까지 세일 기간이 이어지면서, 미국 연간 소비의 약 20%가량을 이

기간이 차지하는 것으로 집계되고 있다.) 기간에 외국 업체가 미국 업체와 비슷한 할인율을 적용해 물건을 판매해도 덤픽으로 판단될 소지가 있다. 실제 한국 역시 2012년 이 기간에 판매한 세탁기에 대해 제로잉 및 표적덤핑을 당해 WTO에 제소, 2016년 최종 승소했던 바 있다.

### III. 301조, 슈퍼 301조 및 스페셜 301조

전 세계 미국발 통상조치의 공포대상으로 널리 알려진 301조는 무역상대국의 불공정 무역 관행에 대한 보복 조치를 규정한 미국의 국내 법규이다. 1974년 미국 통상법 301조부터 309조까지를 일반 301조로 통칭하며, 1988년 종합무역법(The Omnibus Foreign Trade and Competitiveness Act of 1988)에 의해 보복조항을 한층 강화한 310조를 슈퍼 301조라고 부르며, 미국의 특허권 상표권, 저작권 등 지적재산권을 보호하기 위한 조항이 바로 스페셜 301조다. 참고로 일반 301조나 슈퍼 301조는 모든 분야에 적용이 가능하다.

기본적으로 미국의 301조는 74년 최초 제정된 뒤, 84년 통상법의 수정으로 그 적용대상이 첨단기술, 서비스 및 투자로까지 확대되었으며, 88년에 슈퍼 301조로 개정되며 미국의 일방적 보복조치를 더욱 신속하고 강력하게 만들었다. 이것이 89년부터 90년까지 한시적으로 운용되다 91년 부시 행정부 하 폐기, 94년 클린턴 행정부에서 행정명령을 통해 부활했다. 한 가지 흥미로운 사실은 이러한 일방적 보복조치는 WTO 체제에서 엄격히 금지되고 있지만 301조 자체가 WTO 설립 이전에 생겨 이러한 구속력에서 보다 자유로울 수 있다는 것이다. 더욱 흥미로운 점은 1986년부터 94년까지 우루과이라운드(UR)가 진행되는 과정에서도 미국 의회가 나서 UR 협상과는 별개로 301조에 대해서는 그 어떤 변화도 강압할 수 없다고 사전에 못박아 둔 사실이다. 미국의 301조는 EU에 의해 한차례 WTO에 제소(DS152: US-Section 301 Trade Act)된 적 있으나 최종 판결이 미국 국내법의 위법성 판정에 모호했고, 이후 가시적인 활용은 없지만 여전히 301조 조치를 위한 '불공정 무역관행'에 대한 해석이 매우 미국 주관적이어서 국제통상체제에 묘한 여운을 남기고 있다.

### IV. 특정시장상황(PMS)

PMS란 특정 국가의 시장 상황이 비정상적이므로 해당 국가의 기업이 제출한 제조원가를 신뢰할 수 없고, 따라서 조사 당국(예를 들어 미국)이 재량껏 가격을 산정한 후 고율의 관세를 부과할 수 있게 하는 조치를 말한다.

미국은 지난 4월 한국 넥스틸(Nexsteel)이 수출한 유정 용강관(Oil Country Tubular Goods, OCTG)에 대해 24.92%라는 고율의 반덤핑관세를 부과했다.

작년 10월 8.04%에 불과했던 예비판정 당시의 관세율보다 3배 이상을 육박하는 고율로, 이는 미국 정부가 한국 정부의 전기료 가격조정정책을 구실로 삼아 PMS를 적용해 최종 덤픽마진을 산정했기 때문이다. 미국은 2015년 무역특혜연장법(Trade Preferences Extension Act) 504조를 통해 상무부가 PMS를 적용할 수 있는 재량권을 확대시켰던 바 있다. 이러한 미국의 PMS는 객관적 증거도 부재하고, 자의적 판단에 지나치게 근거하기에 향후 보호무역주의 조치의 강화와 더불어 많은 우려를 자아내고 있다.

### V. 불리한 가용정보(Adverse Facts Available, AFA)

최근 몇 년간 미국이 덤픽마진을 결정할 때에 AFA 조항을 많이 활용하는 추세가 눈에 띈다. 2015년 이후에는 247건 중 60건에 적용됐다. 특히 AFA 조항으로 근거해 적용된 덤픽 마진은 평균 50%가 넘고, 200%가 넘는 고율관세를 부과 받은 사례도 존재한다. AFA란 미국 상무부가 덤픽조사 대상 기업에게 덤픽여부를 판단하기 위한 자료를 요구한 다음 자료가 정확하거나 충분하지 않다고 다시 말해 조사 대상 업체가 성실히 조사에 협조하지 않고 있다고 '자의적'으로 판단할 경우, 자신들이 적용할 수 있는 불리한 정보를 적용해 덤픽여부 및 마진 등을 계산하는 미국의 관행이다.

그러나 기업 측에선 미국의 자료 요청이 시기적으로 촉박하고, 이와는 별개로 상무부가 갖는 성실 여부 및 자료의 정확성 등에 대한 자의적 재량권이 지나치게 커 반덤핑 협정 및 WTO 분쟁 판례에 위배된다는 지적이 많다.❶

글 박정준(서울대학교 국제대학원 국제통상전략센터 선임연구원)

# 중국 영유아용품 시장 '마더 경제'에 주목하라

중국의 두 자녀 정책으로 9,000만 쌍의 중국인들이 두 자녀를 낳을 수 있게 됐고, 연평균 500만 명의 신생아가 태어날 것으로 전망된다. 우리 기업 제품의 고급 이미지를 전략화해 프리미엄 제품 구매에 주저하지 않는

중국의 20~30대 신세대 엄마들을 겨냥해야 한다.

중국은 지난 2015년 10월 '두 자녀 정책 계획안'을 발표하고 2016년 1월 1일부터 그 내용을 정식 시행하고 있다. 중국의 신생아는 매년 약 200만 명씩 증가하며 영유아 시장의 소비액은 1만 5,000위안에 달하고 있다. 또한 이번 정책 실시로 2017년 신생아 수는 300~800만 명이 될 것으로 예측된다. 글로벌 시장조사기관인 Mintel사의 자료에 따르면, 지난 2005~2015년 기간 동안 첫째 아이의 출산율은 하락세를 보였으나, 둘째 아이의 출산율은 소폭 증가세를 보였다. 2016년 0~3세 영아를 가진 20~29세 엄마의 65%가 둘째 출산 계획이 있는 것으로 나타났는데 이는 2015년 대비 15% 높은 수준이다. 도시별 둘째 출산 계획률은 청두(74%), 광저우(70%), 베이징(63%), 상하이(65%) 등으로 생활비 수준이 높은 대도시에서 둘째 출산에 대한 관심이 높은 것으로 나타났다. 산아제한정책 폐지에 따라 중국의 신생아 수는 2020년쯤이면 3억 명에 육박할 것으로 전망되며, 관련 시장은 새로운 성장세를 맞이할 것으로 보인다.

## 중국 영유아용품 시장 규모

중국 국가통계국의 발표에 따르면, 전국 아래 중국의 출생률 수치는 세 번 정도를 돌파했다. 이 기간 동안 출생률은 매년 2,000만 명을 넘었고, 당시 출생한 신생아들은 현재 20~29세에 해당한다. 이들은 현재 결혼 적령기에 들어섰는데, 이러한 배경 아래 곧 네 번째 최고 수치가 나올 것으로 전망된다. 중국인구통계연감 데이터를 보면, 최근 몇 년 중국의 신생아 수는 약 1,600만 명으로 2020년까지 매년 증가할 것으로 예측된다. 1·2·3선 주요 도시의 영유아용 샴푸, 목욕용품, 로션 등 기초제

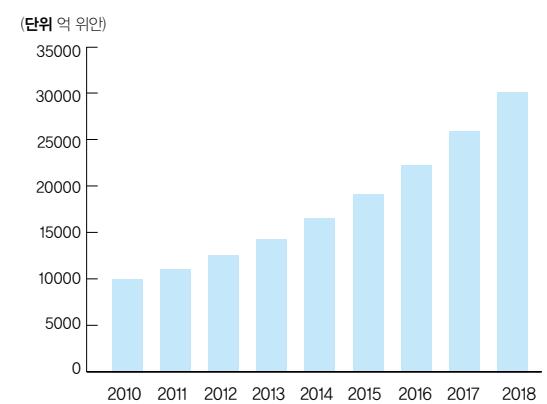


품의 보급률은 이미 포화상태이고, 제품에 대한 소비자 인지도도 비교적 높게 나타났다. 이들 영유아용 기초제품의 시장규모는 제품의 인지보다는 제품의 사용량 증가에 달려있다. 영유아용 기초제품이 포화국면을 보이는 반면, 현재 보급률이 낮은 선크림, 손세정액 등의 제품은 향후 시장 확대 가능성성이 높을 것으로 기대된다.

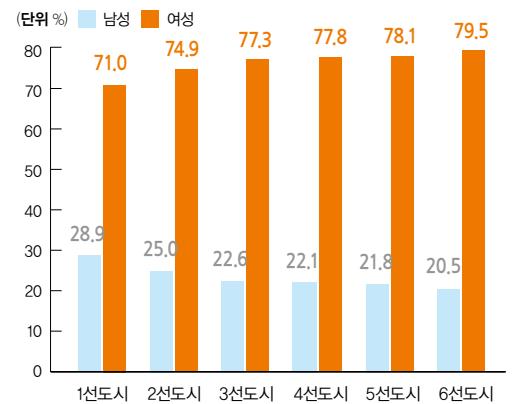
## 중국 엄마들의 소비 심리를 활용한 쑤닝의 홍하이즈

아기 엄마들은 영유아용품을 구입할 때 주변 네트워크를 통한 상호 정보교류를 매우 중요시한다. 이러한 중국 영유아 시장의 소비 특징을 파악한 쑤닝(蘇寧) 홍하이즈(紅孩子, Red baby)는 전자상거래에 소셜 네트워크 기능을 추가하고, 지역별로 현지화된 임산부·영유아 네트워크를 구축했다. 또한 이들의 소비패턴도 조사했는데 첫 아이를 출산한 '새내기 엄마'의 경우, 임신기부터 아이가 3~4살이 되기 전까지 쇼핑 수요가 폭발적으

## ● 영유아 시장 규모



## ● 중국 도시별 영유아용품 소비력 조사



출처 中国产业信息(중국산업정보), 징동(京东)

로 증가하다가, 3~4살 이후에는 쇼핑횟수가 크게 줄어드는 패턴을 보였다. 신규고객 유치를 위해 쑤닝 홍하이즈는 2015년부터 모바일 애플리케이션 개발에 주력해왔다. 임산부·영유아 세분화시장을 공략한 다양한 애플리케이션을 개발해 선보였으며 애플리케이션 이용자가 어느 정도 모이면 홍하이즈의 쇼핑고객회원으로 승급시키고, 고객회원들이 쇼핑 내역을 공유하거나 제품을 SNS에 올리는 등의 방식으로 홍보를 활용하고 있다. 홍하이즈는 모바일 애플리케이션 이용자들을 늘리기 위해 타깃 소비자가 많이 몰리는 장소에 WIFI 무료 설치를 추진하였다. 홍하이즈 판민(潘敏) 총경리에 따르면 산모·영유아시장에서 '소비자 주도형 맞춤상품(反向定制)'이 유행하고 있다. 이러한 추세에 따라 홍하이즈는 거주단지로 직접 찾아가 엄마들의 상품 수요를 조사하고, 사전판매 방식을 통해 운영 효율을 높이고 있다.

## 주력 소비자 80后(빠링허우), 90后(지우링허우)

### 여성의 시선 끌어야

영유아 상품의 특수성은 여성이 영유아 용품의 절대적인 주력 소비자라는 것이다. 징동(京东) 사이트의 분석에 따르면, 2015년 영유아 용품의 사용자 중 남성 비율은

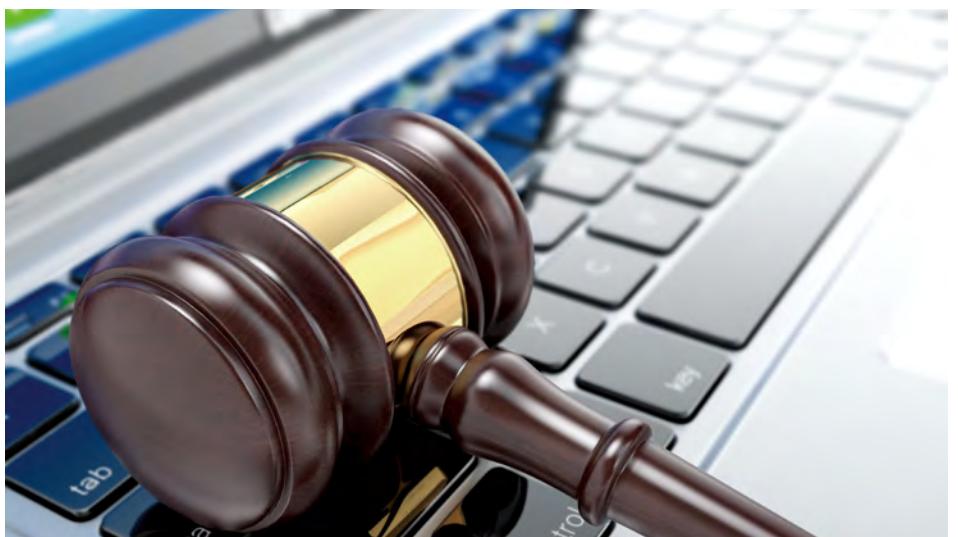
매우 낮았으며 여성 구매자는 전체의 43%p보다 높았다. 26~35세 연령대의 영유아 용품 구매자가 거의 반을 차지하며, 19~25세의 구매자도 상승하고 있다. 도시 등급이 아래로 내려갈수록 여성의 영향력이 더욱 강하다.

## 유아용품의 선택 기준은 안전인증과 고객 서비스

중국의 젊은 엄마일수록 안전·친환경·유기농에 매우 민감하므로 객관적으로 이를 검증할 수 있는 '인증'을 통해 고객 안심을 확보해야 한다. 우리 기업은 유아용품 수출을 위한 필수인증(CCC) 외에 신뢰도를 확보할 수 있는 해외안전인증, 유기농·친환경 인증 등의 취득이 필요하다. 중국 웨이보에 따르면, 중국 엄마들의 85% 이상은 친환경·안전 제품에 대해 추가 지불할 의향이 있다고 한다. 또한 고객 서비스가 상대적으로 취약한 중국시장에서는 상담·사후 대응 등의 전략을 사용해야 한다. 타오바오, 징동 등 대형 온라인 쇼핑몰 유아용품 구매후기의 80% 이상은 고객응대에 대한 관한 내용으로 온라인 주고객인 젊은 엄마들이 후기를 중시하는 만큼, C/S가 제품 이미지뿐만 아니라 중장기 충성고객 확보에도 미치는 영향이 크다.❷

글 김기현(중국경영인증컨설팅 대표)

중국 IP 지식재산권 분쟁 사례:  
石鴻林 vs 泰州华仁电子资讯(소프트웨어 저작권 침해 사건)



## 원고가 프로그램의 동일 또는 유사성을 입증한 경우, 피고 역시 소스코드 제출해야

최근 한국 IT 기업의 중국 진출이 눈에 띄게 증가하고 있다. 중소기업은 대부분 초기 진출 시 타 기업의 도움을 받는 경우가 많은데 그 가운데 자신의 노력으로 개발한 프로그램에 관한 저작권 분쟁에 휘말리게 되어 중국 진출에 실패하는 사례도 있다. 컴퓨터 프로그램은 눈으로 확인할 수 없는 코딩(coding)에 관한 것으로 그 입증이 어렵다.

중국 법원은 컴퓨터 프로그램의 입증책임에 관하여 어떻게 판단하고 있을까.

### 사건의 개요

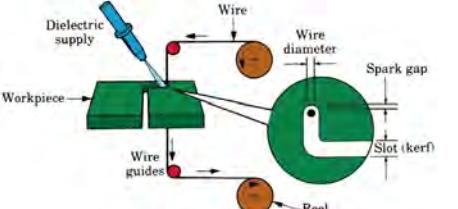
원고 석홍림(石鴻林, 개인)은 2000년 8월 와이어 방전 가공장비(Wire Cut Electrical Discharge Machining)를 제어하는 제어기 및 소프트웨어를 개발하여 완성하였고, 해당 제어 소프트웨어는 2005년 3월 권리자로서 국가판권국(国家版权局)에 저작권 등록하였다. 와이어 방전 가공장비는 주행하는 와이어 전극과 공작물 사이에서 방전을 일으켜 발생하는 스파크를 톱날처럼 이용하여 가공물을 커팅하는데, 이를 정밀하게 제어하기 위한 소프트웨어 프로그램이 필수적이다. 한편, 피고 태주

화인전자정보유한공사(泰州华仁电子资讯有限公司, 이하 '화인공사'라고만 함)도 와이어 방전 가공장비 제어기를 월 200개 이상 판매하였는데, 피고의 판매가 원고 판매수량의 급감으로 이어지자 원고는 피고를 상대로 컴퓨터 소프트웨어 프로그램의 저작권 침해 소송을 제기하였다.

### 소스코드 확보 못해 입증 불가

원고는 1심에서 피고가 자신의 제어 컴퓨터 소프트웨어를 무단으로 복제하여 대량으로 배포·판매하고 있어 많

### + 와이어 방전 가공 장비 개념도 +



은 피해를 입고 있으며, 해당 제어기의 소프트웨어 명령어 코드 순서뿐만 아니라 하드웨어 구성과 키보드 레이아웃 등도 유사하여 원고의 소프트웨어 저작권을 침해한 것이므로, 침해 중지, 공식 사과, 손해배상금액으로 100,000 위안, 증거보전공증 비용 9,200위안 및 변호사 비용 등을 주장하였다. 이에 피고는 자신은 원고의 소프트웨어를 사용하지 않고 독자적으로 개발한 것이므로 양 소프트웨어는 전혀 동일하지 않으며, 해당 제어기 간의 하드웨어 구성과 키보드 레이아웃에도 차이가 있다고 반박하였다.

1심에서 원고는 장수성 과학기술지원센터에 자신의 소프트웨어와 피고로부터 구매한 소프트웨어 사이의 동일성 또는 유사성에 대한 분석을 의뢰하였으나, 원고가 확보한 피고 제품 칩(chip)에 들어있는 소프트웨어가 암호화되어 있기 때문에 기술적으로 암호를 풀어 객관적이고 과학적인 평가 결과를 도출할 수 없어 패소하였다. 원고는 결정적으로 피고의 소프트웨어 원본 소스코드를 확보하지 못하여 명확하게 원고의 소프트웨어와 피고의 소프트웨어가 동일 또는 실질적으로 동일한 것인지에 대한 입증을 하지 못했다.

### 중국저작권보호센터 감정 통해 입증 성공

그러나 원고는 2심에서 양 소프트웨어의 저작권 침해에 따른 실질적 동일성을 간접적으로 입증하기 위하여 중국 저작권보호센터 저작권감정위원회(中国版权保护中心版权鉴定委员会) 감정을 통해 양 프로그램이 동일한 결합과 동작 특성을 갖고 있음을 주장하였고, 법원은 양 프

로그램의 동작 매뉴얼, 제어 기능과 기술 스펙, 프로그램 동작 등의 동일성을 주장하였다. 2심 법원은 원고가 실질적으로 침해 소프트웨어의 동일성 또는 실질적 유사성을 입증하는 데 암호화로 인하여 실질이고 객관적인 어려움이 있으며, 제출된 증거에 의하면 피고의 소프트웨어는 원고의 소프트웨어와 매우 유사할 가능성이 있으므로, 그에 대하여 피고가 피고의 소프트웨어의 코드를 제공하여 원고 소프트웨어와 동일하거나 유사하지 않다는 반대증거를 제시해야 하며 그렇지 않은 경우 불리한 결론을 감수해야 한다고 하였다. 피고는 자신의 소프트웨어 코드를 끝내 제공하지 않았다. 이를 거부하는 적절한 이유도 제시하지 않았다. 결국 법원은 피고의 저작권 침해를 인정하여, 1심 판결을 파기하고, 피고의 저작권 침해 중지 및 79,200위안의 손해배상을 판결하였다.

### 침해에 대한 입증 책임 소프트웨어 권리자에게 있어

컴퓨터 소프트웨어 저작권 침해 사건에서 소프트웨어는 다른 저작물과 달리 눈에 보이지 않으며, 최종 실행되는 소프트웨어 파일 자체는 단지 숫자에 불과하여 비교하는데 많은 시간과 비용이 소요되며, 최근 기술 발달로 해당 파일이 암호화되어 있어 비교 자체를 할 수 없는 경우도 있다. 결국 그 침해에 대한 입증 책임은 소프트웨어의 권리자에게 있으며, 중국 IT시장에서 많은 소프트웨어를 공급하고 있는 우리 기업들이 침해 입증에 상당히 어려움을 겪을 수 있다. 그러나 컴퓨터 소프트웨어 저작권 침해 사건에서 입증 책임이 침해자에게 전환될 수 있는데, 침해자에 의해 제출되지 않는 이상 권리자가 객관적으로 그 증거 수집이 어렵고, 다른 증거들에 의하여 간접적으로 그 침해가 일정정도 입증되는 경우, 법원은 그 반대될 수 있는 원본 프로그램 소스코드 증거의 제출을 침해자에게 명할 수 있고, 적절한 이유 없이 이를 거부하는 경우 침해를 인정할 수 있다. 어느 소프트웨어 기업은 일부러 특수한 프로그램 결합(버그)을 프로그래밍 과정에서 심어놓는다고 하는데, 정도에 따라 우리 기업의 프로그램임을 입증할 수 있는 특별한 수단을 마련해놓는 것도 소송 전략적으로는 좋을 수 있다.❷

글 손보인 변호사·변리사(법무법인 연두)

# 양허 유형은 관세를 완전히 철폐하는 관세철폐와 일정수준의 낮은 관세를 적용하는 관세인하로 구분

지난 연재가 독자들의 이해를 돋기 위해 전반적인 개요만 제시한 총론이었다면, 앞으로는 각 절차별로 FTA를 활용하기 위한 방법을 좀 더 구체적으로 설명하는 각론으로 진행하고자 한다.

수출기업이 FTA를 활용하기 위해서는 일반적으로 다음과 같은 9가지의 절차를 거치게 된다.

## I. 사전준비 단계

- ① FTA 협정국 확인하기
- ② HS code(품목번호) 확인하기
- ③ 양허품목 여부 및 양허세율 확인하기
- ④ 원산지결정기준(PSR) 확인하기

## II. 서류준비 단계

- ⑤ 원산지증빙서류 준비하기
- ⑥ 원산지 판정하기
- ⑦ 원산지증명서(확인서) 발급하기

## III. 사후관리 단계

- ⑧ 서류보관 및 관리하기
- ⑨ 사후검증 대비하기

FTA 활용에 있어 9가지의 과정을 이해하기 쉽도록 크게 <I. 사전준비단계 II. 서류준비단계 III. 사후관리단계>로 구분했다.

## 양허(Concession)

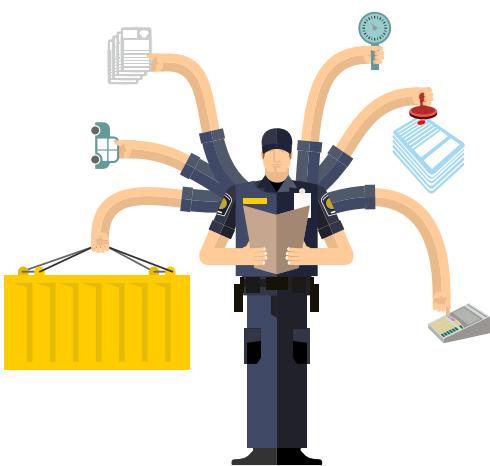
양허(Concession)란 특정국가 또는 국제기구와의 협정 또는 협상에 의해 정해진 세율을 의미하는 것으로, 관세율을 일정 수준 이상으로 올리지 않거나, 일정 수준으로 인하 또는 완전히 철폐(0%)하겠다는 약속을 의미한다. 다시 말해 양허품목은 관련 협정에 따라 관세율 인하 혜택을 받는 품목을 의미하며, 양허세율은 해당 협정에 따라 적용받기로 약속된 세율을 말하는 것이다. FTA에 따라 적용되는 양허세율은 경우에 따라 FTA 특혜세율, FTA 특혜관세, FTA 협정세율, FTA 협정관세 등으로 불리기도 한다.

## 양허 유형 및 적용 시기

FTA에 의한 양허 유형은 크게 관세를 완전히 철폐하여 무세를 적용하는 관세철폐와 일정수준의 낮은 관세를 적용하는 관세인하로 구분된다. 관세 철폐는 기본적으로 즉시철폐를 의미하기 때문에 양허유형이 즉시철폐로 규정되어 있는 물품의 경우 종전에 적용되는 세율이 몇% 이든, 해당 국가와의 FTA가 발효되는 순간부터 수입신고되는 물품에 대해 0%의 양허세율 적용이 가능하다.

관세인하의 경우 다시 점진철폐와 부분철폐로 구분할 수 있다. 점진철폐는 발효 즉시 0%의 세율을 적용받는 것은 아니지만, 매년 일정비율로 관세가 인하되며, 최종적으로 협정에서 정하는 시기에 도달하면 협정관세가 0%로 철폐되는 유형이다. 일반적으로 3년, 5년, 7년, 10년, 12년 등의 시기(N)를 정하여 발효일을 기준으로 매년 1/N의 세율이 인하되며, N년차가 되는 날부터 무관세가 적용된다. 협정별로 발효시기에 따라 발효연차 적용시기가 다소 상이하다. 따라서 양허유형에 따라 양허스케줄 및 점진철폐가 어떻게 이루어지는지 다음의 표를 참고하여 살펴보도록 하자.

우리나라가 체결한 협정 가운데 발효시기가 연도 중에 있어 계산이 상대적으로 복잡한 협정을 예시로 들었다. 한·EU FTA를 제외하고 예시로 든 협



구분	발효 1년차	발효 2년차	발효 3년차	발효 4년차	발효 5년차
한·EU FTA (8%, 3년 철폐)	2011. 7. 1~ 2012. 6. 30	2012. 7. 1~ 2013. 6. 30	2013. 7. 1~ 2014. 6. 30	2014. 7. 1~ 2015. 6. 30	2015. 7. 1~ 2016. 6. 30
	5.3%	2.6%	0%	0%	0%
한·미 FTA (8%, 5년 철폐)	2012. 3. 15~ 2012. 12. 31	2013. 1. 1~ 2013. 12. 31	2014. 1. 1~ 2014. 12. 31	2015. 1. 1~ 2015. 12. 31	2016. 1. 1~ 2016. 12. 31
	6.4%	4.8%	3.2%	1.6%	0%
한·호주 FTA (8%, 7년 철폐)	2014. 12. 12~ 2014. 12. 31	2015. 1. 1~ 2015. 12. 31	2016. 1. 1~ 2016. 12. 31	2017. 1. 1~ 2017. 12. 31	2018. 1. 1~ 2018. 12. 31
	7%	6%	5%	4%	3%
한·중 FTA (8%, 10년 철폐)	2015. 12. 20~ 2015. 12. 31	2016. 1. 1~ 2016. 12. 31	2017. 1. 1~ 2017. 12. 31	2018. 1. 1~ 2018. 12. 31	2019. 1. 1~ 2019. 12. 31
	7.2%	6.4%	5.6%	4.8%	4%

정은 발효시기가 연중에 있으나, 이행 1년 차를 해당 연도 12월 31일까지로 규정하고 있으며, 다음 연도 1월 1일부터 1년 단위로 연차를 계산한다. 따라서 한·호주 FTA 및 한·중 FTA는 모두 12월에 발효되었으나, 1달 이내에 이행 2년 차가 도래하기 때문에 단기간 내에 발효 2년 차 세율 적용이 가능하여, 추가 관세인하를 앞당긴 효과를 나타낸다. 한·EU FTA의 경우에는 다른 협정과 다르게 협정이 발효된 7월 1일을 기준으로 1년 단위로 연차를 산정하는 것에 유의하여야 한다.

기초 활용 노하우라는 눈높이에 맞춰 관세 양허유형을 단순히 즉시철폐와 점진철폐로만 구분하여 설명하였으나, 실제로 양허유형은 각 협정별로 다양하다. 각 국가마다 취약산업 또는 유치산업 등 민감품목에 대해서는 관세 인하를 일정기간 유보하거나, 일정 수준까지만 인하하고 해당 세율을 유지시키는 유형. 우리나라의 농산물과 같이 초민감품목에 대해서는 양허품목에서 제외시키는 유형도 존재하므로 이 점도 함께 고려하여야 한다.

## 양허 유형 및 양허세율 확인의 필요성

양허품목으로 지정된 물품이라 하더라도 경우에 따라서는 FTA 활용의 실익이 없는 경우도 있을 수 있다. 양허세율 및 인하 스케줄은 협정이 발효되어, FTA 활용을 고려하는 현재의 기본세율을 기준으로 하는 것이 아니라, 협상을 체결할 당시의 기본세율(기준세율이라 함)을 기준으로 정하기 때문이다. 예를 들어, 협상 당시의 기준이 되었던 기본세율(기준세율)은 8%이고, 이에 대해 즉시철폐 대상품목으로 지정되어 협상 당시에는 관세인하의 실익이 있었으나, 양국의 FTA 발효절차가 지연되는 등 발효 전에 해당 물품의 기본관세율이 0%로 변경되는 경우가 발생할 수 있기 때문이다. 실제로 발효 중간에도 각 국의 법령 개정 또는 국제기구간 협상에 의해 FTA 활용 없이도 무관세 또는 낮은 관세를 적용받는 경우가 빈번하기 때문에 이를 모두 고려

하여 FTA 활용의 실익을 따져봐야 한다.

## 양허품목 여부 및 양허세율 확인 방법

양허품목 여부 및 양허세율은 FTA 협정문의 부속서(양허표)에 수입국의 HS code 기준으로 기재하고 있기 때문에 이를 확인하기 위해서는 지난달에 소개한 활용대상 물품의 정확한 HS code 확인이 우선되어야 한다. 따라서 양허세율을 확인하기 위한 가장 기본적인 방법은 활용하고자 하는 협정문에서 양허표를 찾아 확인하는 것이다. 다만, 협정별로 양허유형 및 적용시기 등이 상이하기 때문에 이를 직접 찾아보는 것은 어려울 수 있다.

따라서 기업의 FTA 활용을 돋기 위해 관세청 및 한국무역협회에서 제공하고 있는 FTA 포털사이트를 이용하는 방법을 권고한다.

### ① 관세청 FTA 포털사이트

<http://www.customs.go.kr>

### ② 한국무역협회 FTA종합지원센터 포털사이트

<http://okfta.kita.net>

### ③ 한국무역협회 Trade NAVI

<http://tradenavi.or.kr>

상기의 포털사이트에 접속하여 수출국가 및 HS code를 입력하면 손쉽게 조회가 가능하다. 참고로 세율 조회와 관련하여 수출세율이라 함은 우리나라에서 협정 상대국으로 수출 시 적용되는 세율을 조회하는 것이며, 수입세율은 협정 상대국으로부터 우리나라에 수입되는 물품의 세율을 적용하는 것이다.

해당 포털사이트에 직접 접속하여 조회하는 것이 어렵거나 불확실한 경우에는 다음과 같이

### ① 관세청의 고객지원센터 (Tel: 125, <https://call.customs.go.kr/crmcc/index.jsp>) 또는

### ② 한국무역협회 1380콜센터(Tel: 1380, <http://okfta.kita.net>)에 전화 또는 인터넷 상담 등을 통해 전문가의 도움을 받는 방법도 있다. ☺

글 유영진 관세사(세정관세법인)

# 면세 한도가 넘어도 FTA 혜택을 받을 수 있나요?



해외여행을 마치고 국내로 돌아올 때 입국신고 후 세관을 통과하게 되는데, 세금 때문에 자진신고를 망설이게 된다. 그러나 FTA가 체결되면서 수출입업체뿐만 아니라 일반인들도 관세절감의 직접적인 혜택을 받을 수 있는데, 대표적인 경우가 해외여행객들의 구매물품에 대한 FTA 관세 적용이다.

얼마 전 이탈리아로 여행을 다녀온 E 씨는 뜻밖의 세금 혜택으로 기분이 좋았다. 여행 중 유럽 현지에서 800달러 상당의 핸드백을 구입했는데 세금이 생각보다 적게 부과된 것이다. 알고 보니 EU와의 FTA로 인해 면세 범위인 600달러가 넘는 초과 금액에 FTA 특혜관세율이 적용되어 관세가 면제, 부가세만 부과된 것이다.

입국 시 면세범위는 현재 1인당 미화 600달러이다. 이와는 별개로 향수는 60ml, 술은 1리터 이하이면서 400달러 이하 1병으로 정해져있다, 담배는 미성년자를 제외하고 1보루가 면세된다. 이에 따라, 국가에 관계없이 미화 600달러 이하의 경우에는 1인당 휴대품 면세범위이기 때문에 관세나 부가세를 내지 않아도 된다.<sup>1</sup> 해외여행자가 구매한 물품이 600달러를 넘어서는 경우에는 관세를 내야 한다. 그러나 FTA를 체결한 국가에서 생산된 제품을 그 국가나 지역에서 구입했다면 일반적으로 1,000달러 이하의 소액물품에 대해서는 상업용 물품과 달리 원산지증명서가 없어도 구매영수증과 현품에 대한 원산지표기 확인만으로 FTA 관세혜택을 적용받아 절세효과를 받을 수 있다. 단, 부가세는 FTA 체결 국가라 하더라도 그대로 내야한다. E씨의 사례와 같이 유럽을 여행하면서 800달러짜리 이탈리아산임이 표기된 가방을 구입을 했고 그 영수증이 있다면 한·EU FTA 특혜관세가 적용되어 관세는 안내도 되지만 부가세는 내야 하는 것이다.

해외여행 후 입국 시에 작성하는 세관신고서에 있는 FTA 협정세율 적용란에 체크하고 해당 물품의 영수증을 제출하면, 세관직원은 협정세율 적용품인지

**1**  
우리나라 사람의 출국할 때 국내 면세점에서 구매할 수 있는 구매한도는 미화 3,000달러이다. 기껏 3,000달러까지 면세를 받는 것으로 착각하는 경우도 있는데, 면세점 구매한도와 입국할 때 적용되는 면세금액은 전혀 다르다.



EU 내에서 구매는 했지만 원산지는 EU 국가가 아니라, 반대로 원산지는 EU 국가라 하더라도 제3국에서 구매한 경우라면 혜택을 받을 수 없다.

한편, 여행 중 1,000달러가 넘는 물품을 구매했을 경우에는 일반 수입신고를 해야 하며, FTA 특혜관세를 적용받고 싶다면 원산지증명서가 필요하다. FTA 협정 별로 일정 금액을 넘을 경우 영수증 외에 원산지증명서를 제출해야 관세인하 혜택을 받을 수 있기 때문이다. 사실, 원산지증명을 따로 해야 하는 금액기준은 협정별로 다르다. 대부분 1,000달러 이상 구입했다면

## 해외여행자를 위한 간이세율

외국에서 들어오는 물품은 그 종류마다 다른 세율의 관세와 개별소비세 등이 붙기 때문에 여행자가 세금을 계산하기에는 복잡하다. 따라서 금액이 적고 소량인 여행자 휴대품에는 세금계산을 쉽고 따르게 할 수 있도록 여러 종류의 세목을 합친 간이세율을 적용한다. 간이세율은 물품에 따라 다른데, 보석, 진주, 귀금속, 고급시계와 사진기는 50% 단, 과세가격이 185만 2천원 이하는 20%이다. 녹용은 45%, 흉수는 35%, 모피 제품이 30%, 의류와 신발 25%, 기타 물품은 20%이다. 여행자는 간이세율과 기본세율 중 유리한 것을 선택할 수 있으며 FTA를 적용받기 위해서는 기본세율이 반영된다. 자진신고를 하면 전반적인 간이세율 20%의 세금 중 30%를 감면해주기 때문에 기본세율로 계산한 금액과 FTA를 적용받아 10%의 부가세 등을 내는 금액이 큰 차이가 나지 않을 수도 있다.

이 경우 더 편리한 간이세율을 이용할 수 도 있다. 특히 관세청 '휴대품 예상 세액 조회 시스템'을 이용하면 간편하게 여행자 휴대품의 예상 세액을 조회해 볼 수 있다.

협정	금액
칠레, 폐루, 미국, 싱가포르, EFTA, EU, 터키, 호주, 캐나다, 뉴질랜드, 콜롬비아	USD 1,000 이하
아세안, 베트남	USD 200 이하 (베트남은 USD 600 이하)
중국	USD 700 이하
인도	국내법규 적용하여 비상업용만 면제

주의해야 할 것은, FTA 협정별 원산지증명서 양식에 따라 작성 또는 발급된 것이어야 하며, 원산지 신고문안을 상업서류에 기재하는 EU산 물품에 대해서는 6,000유로까지는 원산지 문구가 포함된 영수증만 있다면 FTA 특혜관세를 적용받을 수 있지만, 6,000유로가 넘으면 판매자의 인증수출자 번호까지 확보해야 한다.

† 학·EL·ETA 여행자 휴대폰 특혜관세 적용기준 †

구분	내용
USD 1,000 이하	구매 영수증, 원산지 표시 확인
USD 1,000 ~ EUR 6,000	구매 영수증 내 원산지 신고 문안, 판매자 서명 기재 확인
EUR 6,000 초과	구매 영수증 내 원산지 신고 문안, 원산지 인증수출자 번호 확인

이렇게 여행자 휴대품에 대해 살펴본 바와 같이, 미국이나 유럽 등 우리나라와 FTA를 체결한 국가에서 여행 중 면세한도를 초과하여 쇼핑한 물품을 가지고 입국할 경우 영수증을 꼼꼼하게 챙기면 FTA 특혜관세를 적용받을 수 있으니, 면세한도 넘었다고 걱정하지 말고 신고사항을 성실히 기재하여 세관에 자진신고하도록 하자. 그밖에, FTA를 적용받지 못하더라도 자진신고를 하면 최대 15만원 범위에서 세액의 30%를 감면받을 수 있다는 사실도 잊지 말자. ☺

## 대미 통상대책회의 및 범부처 제7차 대미통상 실무작업반 개최

한·미 FTA 재협상 포함하여 모든 가능성에 의연하게 대응키로



주형환 산업통상자원부 장관은 대미통상 전문가 간담회를 주재하고 최근의 대미 통상환경을 철저하고 의연하게 대응해 나갈 것이라고 강조했다.

산업통상자원부는 5월 1일 주형환 장관 주재로 통상 담당 실·국장과 '대미통상 대책회의'를 열고 급변하는 미국과의 통상 관련 대응 방안을 논의했다. 주 장관은 "그동안 정부가 밝혀온 바대로, 이미 정부는 자유무역협정(FTA) 재협상 등 한·미 자유무역 협정에 관한 모든 가능성을 열어 두고 철저히 준비해왔으므로, 앞으로도 범부처적으로 철저하고 체계적으로 대비할 것을 강조했다. 정부는 미국 신정부 출범 직후 '대미통상협의회'를 발족(2017. 11. 23)해 민관합동 대응체제를 구축하고 대미(對美) 통상동향을 예의주시하면서 긴밀히 대응해왔으며, 한·미 자유무역협정(FTA) 공동위, 이행위 등 다양한 통상채널 및 고위급 협의채널 등을 통해 한미 통상현안의 안정적 관리에 주력해왔다.

럼프 대통령의 한미 자유무역협정(FTA) 관련 발언(4. 28), 무역 협정 전면검토 행정명령(4. 29) 등 일련의 대미 통상 동향을 공유하고, 현재 진행 중인 ①대한 무역적자 분석, ②철강 수입의 안보 영향 분석 및 향후 진행 예정인 ③무역 협정 전면 검토 등에 범부처적으로 철저하고 체계적으로 대비할 것을 강조했다. 정부는 미국 신정부 출범 직후 '대미통상협의회'를 발족(2017. 11. 23)해 민관합동 대응체제를 구축하고 대미(對美) 통상동향을 예의주시하면서 긴밀히 대응해왔으며, 한·미 자유무역협정(FTA) 공동위, 이행위 등 다양한 통상채널 및 고위급 협의채널 등을 통해 한미 통상현안의 안정적 관리에 주력해왔다.

## 정부, 세계무역기구(WTO) 방문 미국의 수입규제조치에 대한 문제 제기

2017년 4월 27일 '세계무역기구(WTO) 반덤핑위원회 정례회의'에 참석차 세계무역기구를 방문한 정부 대표단은 미국과의 양자협의 및 정례회의에서 최근 미국의 한국에 대한 '불리한 가용 정보(Adverse Fact Available; AFA)' 및 특정시장상황(Particular Market Situation; PMS) 적용에 대한 심각한 우려를 전달했다. 우리 측은 우리 기업들이 미국의 반덤핑, 상계 관세 조사에 최선을 다해 대응했음에도 징벌적 '불리한 가용 정보(AFA)'를 적용한 것과 객관적 증거가 없는 자의적 판단으로 한국에 대해 '특정시장상황(PMS)'을 적용한 것이 반덤핑 협정 및 세계무역기구(WTO) 분쟁 판례에 위배되는 것을 지적했다. 스위스 제네바에 있는 세계무역기구(WTO) 본부에서 해마다 2차례 개최되는 세계무역기구 반덤핑위원회 정례회의는 회원국이 통보한 반덤핑조치와 관련 법규 제·개정 사항을 검토한다. 이번 회의에서는 지난해 하반기 미국 등 29개 회원국이 통보한 319건의 반덤핑조치 등에 대해 논의했다.

## RCEP 회기간 장관회의 개최 '조속한 타결(SWIFT CONCLUSION)' 이행을 위한 구체적 작업계획 중점 논의

역내포괄적경제동반자협정(RCEP) 회기에 장관회의가 5월 22일 베트남 하노이에서 열렸다. 16개 역내포괄적경제동반자협정 참여국(아세안 10개국·한·중·일·호·뉴·인) 통상담당 장관, 고위급 인사가 대표로 참석했으며, 우리는 이상진 산업통상자원부 통상교섭실장을 대표로 자유무역협정(FTA) 교섭관이 참석했다. 이번 회의는 최근 1년 내 세 번째(2016. 08. 라오스, 2016. 11. 필리핀)로 개최하는 장관회의로써, 역내포괄적경제동반자협정의 조속한 타결에 대한 참여국 의지를 재차 확인하고, 협상 진전을 위한 노력을 한층 배가하는 계기가 될 것으로 전망했다. 최근 역내포괄적경제동반자협정(RCEP) 협상은 작년 장관회의 이후 상품·서비스·투자 후속 양허 및 유보안 교환 등 시장접근 협상이 가속화되고 경제기술협력·중소기업 분야(캡터) 타결 등 협정문 협상도 진전을 보이고 있다. 이번 회의에서는 이러한 진전사항을 바탕으로 상품·서비스·투자 핵심쟁점에 대한 합의를 지속 모색하고, 정상지침인 '조속한 타결(swift conclusion)' 이행을 위한 구체적 작업계획을 중점 논의하였다.

## RCEP 제18차 공식협상 개최 12개 분야에서 협정문 협상 가속화 노력

역내포괄적경제동반자협정(RCEP) 제18차 공식협상이 5월 8일부터 12일까지 5일간 필리핀 마닐라에서 열렸다. 유명희 산업통상자원부 자유무역협정(FTA) 교섭관을 수석대표로 산업부, 기획재정부, 농림축산식품부 등 관계부처로 구성한 정부대표단 약 50명이 참석했다. 이번 협상에서는 지난 17차 협상(2017. 3. 고베)의 결과에 따라 각국이 상품·서비스 후속 양허안을 교환하고 이를 바탕으로 시장접근 협상을 한층 심도 있게 진행하였으며 아울러 지재권·위생 및 검역(SPS)·원산지 등 12개 분야에서 협정문 협상 가속화 노력도 병행하였다. 세계적으로 보호무역 움직임이 지속되는 상황에서 아태 지역 최대 규모 자유무역협정(FTA)으로써 역내포괄적경제동반자협정(RCEP)의 중요성이 더욱 부각되고 있으며, 우리로서도 아세안, 인도 등 성장 잠재력이 높은 거대 유망시장에 대한 교역·투자 다변화, 역내 규범 통일 및 비관세장벽 완화 등을 통한 우리 기업 수출 확대 기반 마련 차원에서 큰 의미가 있다.

이달의 FTA 행사 및 해외 전시 정보를 소개합니다.



### 남아공 국제 의료기기 전시회

일시 : 2017. 07. 07 ~ 2017. 07. 09



개최 국가 : 남아프리카(요하네스버그)

전시장 : Gallagher Estate

전시분야 : 의료기기, 의료용도구, 의료소모품, 병원 가구 등

홈페이지 : [www.africahealthexhibition.com](http://www.africahealthexhibition.com)

이메일 : [africahealth@informa.com](mailto:africahealth@informa.com)



### 도미니카공화국 산토도밍고 농산품 박람회

일시 : 2017. 07. 05 ~ 2017. 07. 09

개최 국가 : 도미니카 공화국(산토도밍고)

전시장 : Hotel Dominican Fiesta

전시품목 : 전통적인 농업국가인 도미니카 공화국에서 생산되는 과일, 채소 등 농산품 일체

홈페이지 : [www.agroalimentaria.com.do](http://www.agroalimentaria.com.do)

이메일 : [info@agroalimentaria.com.do](mailto:info@agroalimentaria.com.do)



### 광저우 국제영양 건강식품 및 유기제품 전시회

일시 : 2017. 06. 29 ~ 2017. 07. 01

개최 국가 : 국가 중국(광저우)

전시장 : CECF(Pazhou) Complex

전시 분야 : 영양식품, 건강식품, 유기제품 등



홈페이지 : [www.gzxazl.com](http://www.gzxazl.com)

이메일 : [gzyfzl@163.com](mailto:gzyfzl@163.com)



알림

**독자 여러분께 알려드립니다.**

〈함께하는FTA〉가 2017년부터는 독자 여러분의 따뜻한 이야기를 이메일을 통해서만 받습니다. 보내시는 분의 이름, 주소, 연락처와 아래의 질문에 대한 답변을 적어서 [ksn@hankyung.com](mailto:ksn@hankyung.com)으로 보내주시면, 좋은 의견을 선정해 연말에 소정의 상품을 보내드립니다.

- 〈함께하는FTA〉를 보신 소감은?
- 〈함께하는FTA〉를 어디에서 보셨나요?
- 이번 호에서 가장 좋았던 기사는 무엇이었나요?  
이유를 적어주세요.
- 〈함께하는FTA〉에서 다뤘으면 하는 내용은?



**정기구독(무료)  
신청을 받습니다.**

신규 독자 신청 또는 기존 독자 주소 변경은 성명, 주소, 연락처를 기재하여 이메일([ksn@hankyung.com](mailto:ksn@hankyung.com))로 신청하여 주시기 바랍니다.  
02-360-4810

# 한눈에 보는 우리나라 FTA 현황



## 발효국가

### ① 한·칠레 FTA

최초의 FTA  
중남미 시장 교두보

### ② 한·싱가포르 FTA

ASEAN 시장 교두보

### ③ 한·EFTA FTA

유럽시장 교두보  
\*EFTA(서유럽 경제 연합체  
유럽자유무역연합)  
스위스, 노르웨이, 아이슬란드,  
리히텐슈타인

### ④ 한·ASEAN FTA

거대경제권과 체결한  
최초의 FTA  
\*ASEAN(동남아시아  
국가연합)  
인도네시아, 말레이시아,  
필리핀, 싱가포르, 태국,  
브루나이, 베트남, 라오스,  
미얀마, 캄보디아

### ⑤ 한·인도 FTA

BRICS국가 거대시장

### ⑥ 한·EU FTA

세계 최대 경제권  
(GDP 기준)

\*EU(유럽연합)

독일, 프랑스, 영국, 아일랜드,  
벨기에, 네덜란드, 룩셈부르크,  
덴마크, 스웨덴, 핀란드,  
오스트리아, 이탈리아, 스페인,  
포르투갈, 그리스, 체코,  
헝가리, 폴란드, 솔로바키아,  
리투아니아, 라트비아,  
에스토니아, 슬로베니아,  
키프로스, 몰타, 불가리아,  
루마니아, 크로아티아

### ⑦ 한·페루 FTA

중남미 진출 교두보

### ⑧ 한·미국 FTA

거대 선진 경제권

### ⑨ 한·터키 FTA

유럽·중앙아시아 진출  
교두보

### ⑩ 한·호주 FTA

오세아니아 주요시장

### ⑪ 한·캐나다 FTA

북미 선진시장

### ⑫ 한·중국 FTA

우리의 제1위 교역  
상대국 (2015년 기준)

### ⑬ 한·뉴질랜드 FTA

오세아니아 주요 시장

### ⑭ 한·베트남 FTA

우리의 제3위  
투자상대국

### ⑮ 한·콜롬비아 FTA

중남미 신흥시장

## 서명/타결 국가

### ① 한·중미 FTA

북미와 남미를 잇는 전략적 요충지

\*SICA(중미통합체제 국가 중 6개국)

파나마, 코스타리카, 과테말라, 온두라스, 엘살바도르, 니カラ과

## 협상 중 국가

### ① 한중일 FTA

동북아 경제통합 기반 마련

### ② 한·RCEP

동아시아 경제통합 기여

\*RCEP(역내포괄적경제동반자협정)

ASEAN 10개국, 한국, 중국, 일본,

호주, 뉴질랜드, 인도

### ③ 한·에콰도르 SECA

중남미 시장 진출을 위한  
교두보 확보

### ④ 한·이스라엘 FTA

창조경제 모델국

## 재개, 개시, 여건조성 국가

### ① 한·멕시코 FTA

북중미 시장 교두보

### ② 한·EAEU

성장잠재력과 지정학적 가치가 높은  
신흥시장

\*EAEU(유라시아경제연합)

러시아, 카자흐스탄, 벨라루스

### ③ 한·GCC FTA

자원부국, 기업 선호도 1위  
(2015년 기준)

\*GCC(걸프협력회의)

시우디, 바레인, 쿠웨이트, 오만, 카타르, UAE

### ④ 한·MERCOSUR FTA

남미 최대시장

\*MERCOSUR(남미공동시장)

브라질, 아르헨티나, 우루과이, 파라과이

수출이 궁금해?

1380

수출안내 통합콜센터

전국 어디서든,  
FTA 활용부 수출 및 해외투자정보,  
수출거래지원, 금융지원체계 구축등  
수출에 관련된 모든 문제를 전문가와 함께!

