

FTA

www.ftahub.go.kr | vol.2 |



한·EU FTA 발효 1년, 유럽시장 확대할 절호의 기회



한·미 / 한·EU FTA 기념 독자 이벤트

독자엽서를 참고하세요

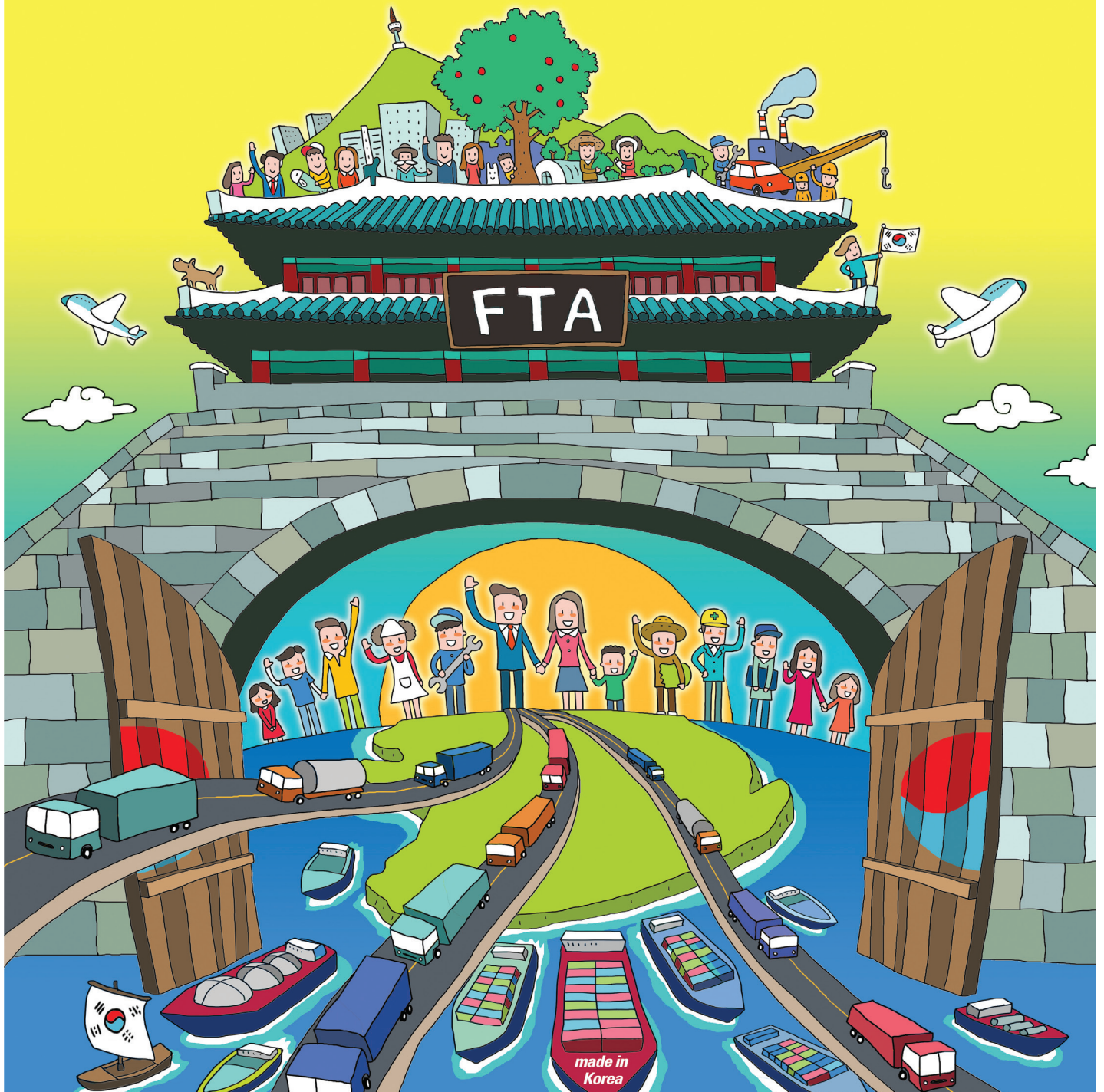
대한민국, 글로벌 FTA 허브로 도약합니다.

한국은 미국과 EU 등 거대 경제권과 동시에 FTA를 맺은 유일한 나라입니다.

동방의 변두리 국가에서 FTA 우등생으로 거듭난 나라,

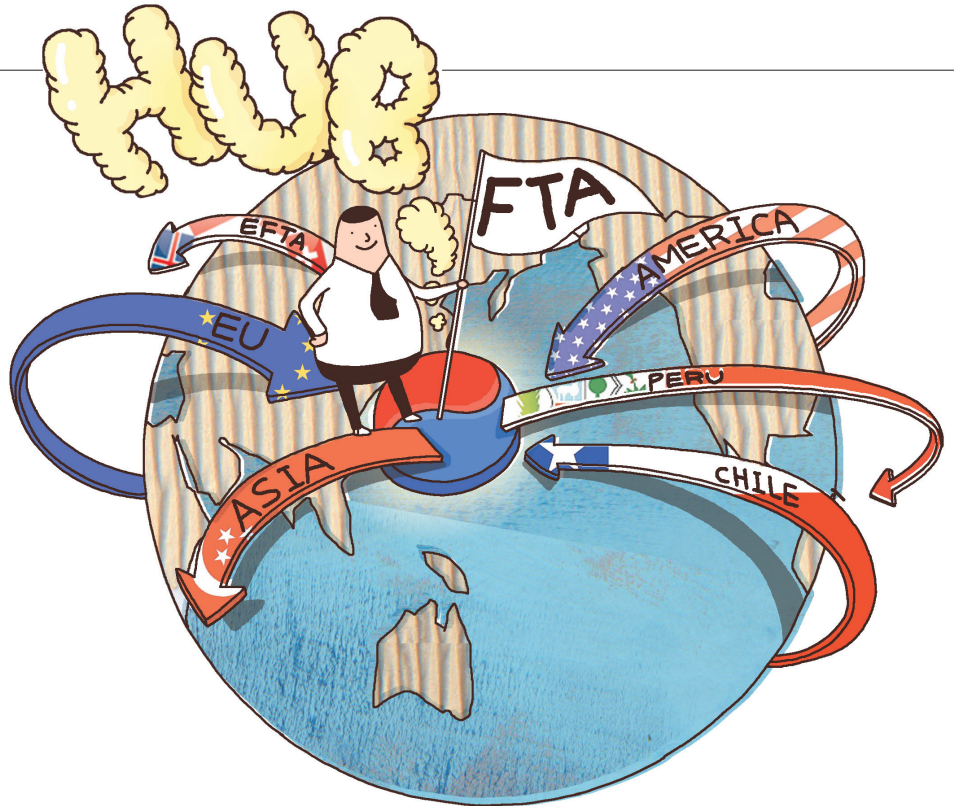
전 세계 글로벌 기업들이 매력적인 투자처로 찾는 나라,

FTA를 통해 대한민국이 통상 대국으로 발돋움합니다.



CONTENTS

www.ftahub.go.kr
2012 July vol.2



인트로 칼럼

- 04 한·미, 한·EU FTA의 성과와 전망
대한민국, 글로벌 FTA 허브로 '우뚛'

커버 스토리

한·미 FTA 발효 100일 'FTA 날개'로 글로벌 불황 넘는다

- 06 한·미 FTA 발효 100일의 성과
글로벌 불경기에도 대미 무역은 흑자
- 08 한·미 FTA 발효 100일, 물가 체감 지수
가격 인하, 품목 확대로 소비자 혜택 늘어
- 10 한·미 FTA, 지역 경제를 살리다
지자체·정부·기업 '삼박자' 어우러져 지역 경제 '업그레이드'
- 12 한·미 FTA 발효 100일, 미국 현지에선
한국산 '굿'... 미국 바이어들 '러브콜' 이어져
- 14 박철규 중소기업진흥공단 이사장
"맞춤형 컨설팅으로 수출 대폭 늘리겠습니다"
- 16 외신이 바라본 한국의 FTA
"글로벌 경쟁력 갖춘 FTA 허브 부상"
- 17 행복한 동행 해가 지지 않는 경제영토!

카툰

CONTENTS

www.ftahub.go.kr

2012 July vol.2

뷰 파인더

FTA 스쿨

스페셜 리포트

올 댓 라이프

이슈와 토픽

별별 랭킹

- 18 FTA활용지원제도 FTA 활용 돕는 지원제도 '풍성', 원스톱 서비스 가능
- 20 중소기업 천하 섬유 수출기업 화의진
- 21 강소농 천하 충남 당진 해나루사와 영농조합법인
- 22 CEO 대담 수출 중소기업 CEO 2인 FTA 생생 토크
- 24 FTA 보완대책 농축산업 '경쟁력 강화'로 FTA 파고 넘어
- 25 글로벌 생생 통신_베트남 새로운 기회의 땅... 한국 기업 투자 활발

- 26 한눈에 보는 한·미 FTA & 한·EU FTA 발효 성과

한·EU FTA 발효 1년, 성과와 전망

- 28 한·EU FTA 발효 1주년 성적표
초반 우려 사라지고, 한국산 제품 유럽서 인기몰이
- 30 유로존 위기와 한·EU FTA 전망
유럽 재정위기는 EU시장 확대의 '호기'
- 32 ㉞ 푸드 한국 농축산물 '날개', 외식 프랜차이즈 '햇살'
- 34 ㉟ 트레블 '쇼핑'서 '의료'까지... 메이드 인 코리아 '굿'
- 36 ㉠ 아트 신춘수 오디뮤지컬 대표
- 38 FTA 뉴스
- 40 누가 누가 잘했나 올해 FTA 체결국 교역량 랭킹5



08



30



06

FTA로 더욱 풍성해진 장바구니 ‘알뜰 주부’라면 지금 체크하세요

글 장진원 기자 사진 서범세 기자


얼마 전, 이런저런 이유로 3년째 미뤘던 집들이를 하게 됐습니다. 신혼 초부터 아내의 요리 실력과 아무진 살림 솜씨 자랑에 침이 마르던 남편의 부추김과 은근한 자존심까지 더해져 골치가 아파왔죠. 그러던 차에 FTA 발효로 와인 가격이 평균 22.4%나 하락했다는 반가운 뉴스를 접하곤 “바로 이거다” 싶었어요.

시장조사 겸 백화점 와인 코너로 향했는데, 와인 가격이 지난 연말과 비교해도 확실히 저렴해진 것을 느낄 수 있었습니다. 더 반가운 소식은 와인과 곁들이기 좋은 치즈는 물론이고 포도, 자몽, 체리 같은 수입 과일도 FTA 발효 후 훨씬 저렴해졌다는 점원의 귀뜸이었죠.

이 정도면 무리하지 않고 색다른 집들이를 치를 수 있겠다는 생각이 들었어요. 가격이 떨어진 식재료 위주로 꼼꼼히 체크해 장을 보니 계획했던 예산에 맞춰 상을 차릴 수 있었죠. 고급스러운 와인과 어우러진 분위기 있는 한 끼 식사에 “돈 좀 쓰셨겠습니까”라는 손님들의 인사가 더해져 우리 부부 어깨에도 힘이 들어갔습니다.

솔직히 그동안 FTA에 대한 보도가 뉴스의 대부분을 차지할 때도 별다른 관심을 두지 않았고, 장바구니 물가가 낮아진다는 얘기에도 귀 기울이지 않았어요. 돌이켜보면 지난 봄 과일 값 폭등 속에서도 제철 과일인 딸기에 비해 오렌지 값이 훨씬 저렴해 마트에 들릴 때마다 구입하곤 했는데, 그게 FTA 덕분인 줄도 몰랐죠.

이렇게 직접 혜택을 받고 보니 FTA에 대해서 더 자세히 알고 싶어지더군요. 내친김에 앞으로 받을 수 있는 또다른 혜택이 무엇인지 체크해 봤는데, 주부로서 정말 솔깃한 것이 많았어요. 우선 치즈, 과자, 초콜릿 등은 가격 인하는 물론 수입품목이 보다 다양해져 선택의 폭이 넓어졌어요. 그리고 체리, 레몬 등 과일과 더불어 삼겹살도 보다 싸게 살 수 있으니 가계의 부담은 덜고 장바구니는 풍성해지게 된 거죠.

단계적으로 더 많은 품목들의 관세가 인하되거나 없어진다고 하니 앞으로 우리 생활 곳곳에서 누리게 될 FTA 혜택이 더욱 기대됩니다. 현명한 주부라면 FTA의 혜택을 꼼꼼히 챙겨보는 것이 스마트한 살림의 지혜가 아닐까요? 

이숙현 주부(34세, 서울 동작구 흑석동)



한·미, 한·EU FTA의 성과와 전망

대한민국, 글로벌 FTA 허브로 ‘우뚛’

글 최낙균 대외경제정책연구원 선임연구위원

한·미 FTA 발효가 100일을 맞았고 한·EU FTA도 발효 1년을 맞았다. 2012년을 ‘FTA 원년’이라고 불러도 어색하지 않은 이유다. 세계 최대 규모 시장과의 FTA를 성공적으로 성사시킨 한국은 이제 FTA 없는 경제를 생각하기 어려울 정도가 됐다. 미국과 EU 외에도 현재 우리나라가 발효 중인 FTA는 칠레와 아세안 등 8개 협정에, 체결 국가 수는 45개국에 달한다. FTA 체결국과의 교역이 전체 교역량에서 차지하는 비중도 약 34%에 이르고 있다.

EU 및 미국과 맺은 FTA는 우리 경제에 각별한 의미가 있다. 지난해 7월 1일 협정이 발효된 EU는 국내총생산(GDP) 19조 달러의 세계 최대의 단일 경제권이다. 미국의 GDP 규모는 한국의 14배에 달한다. 이에 따라 이미 발효 중인 FTA까지 감안하면 전 세계 시장의 약 60%가 우리의 ‘경제영토’로 편입된 셈이다.

한국은 이제 미국과 EU를 넘어 한·중 FTA 협상을 시작했으며 FTA 글로벌 네트워크 형성을 위한 노력을 경주하고 있다. 동아시아 국가들을 연계하는 이들 FTA가 추진되면 우리나라는 미국·EU·아시아를 엮는 FTA 허브로서 우뚛 서는 기회를 맞이하게 된다.

세계 경제 영토 약 60%가 한국으로 편입

발효 후 1년 및 100일이 경과한 한·EU FTA와 한·미 FTA를 평가해 보면, 이들 나라와의 교역 및 투자가 활성화됨에 따라 우리 경제에 큰 도움이 되고 있다는 것을 알 수 있다. 우선 한·EU FTA 발효 이후 최근까지의 수출입 현황을 분석해 보면, 유럽발 재정 위기와 소비 위축으로 EU 시장이 위축되는 상황에서도 한·EU FTA의 효과가 뚜렷하다는 것을 알 수 있다.

한·EU FTA 발효 이후 약 1년간(2011.7.1~2012.6.15) EU에 대한 수출액은 487억 달러, 수입액은 469억 달러로, 전체 무역수지는 18억 달러 흑자를 기록했다. EU 수출 487억 달러는 전년 동기 대비 12.1% 감소한 수치이지만 자동차·자동차부품·석유제품 등 FTA 혜택 품목의 수출은 20.2%로 크게 증가했다.

이러한 FTA 혜택 품목의 수출 증가로 비혜택 품목의 수출 감소를 상쇄해 EU에 대한 수출 감소세 둔화에 기여한 것으로 판단된다. EU로부터의 수입은 469억 달러로 전년 동기 대비 13.5% 증가했으며 원유 및 석유제품이 큰 몫을 차지했고, 가방·신발·시계·화장품 등 소비재 수입도 눈에 띄게 증가했다.

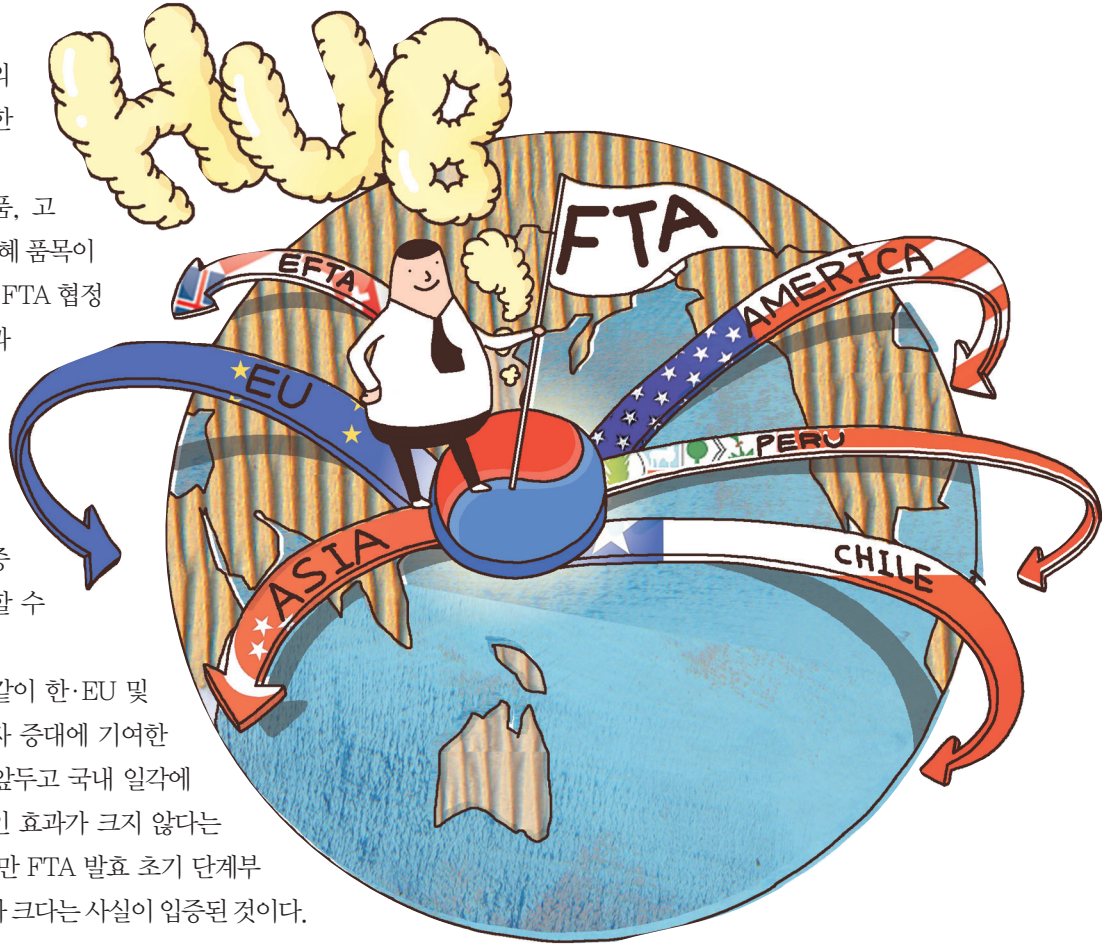
또한 발효 이후 최근까지(2011.7.1~2012.5.31) 우리나라에 대한 EU의 외국인 투자액(FDI)은 38억 달러로 35%나 급증했다. EU의 외국인 투자는 2008년 글로벌 금융 위기 이후 2009년(-16.4%), 2010년(-39.7%) 2년 연속으로 줄었는데, 한·EU FTA 이후 제조업을 중심으로 증가세로 전환됐다.

한편 한·미 FTA는 발효한 지 100일밖에 되지 않기 때문에 통계 수치를 가지고 평가하기는 이르지만 예상보다 빠르게 정착되는 것으로 보인다. 발효 이후 석 달간 대미 수출은 8.4% 증가한 166억 달러이며, 수입은 6.3% 감소한 115억 달러로 51억 달러의 무역수지 흑자를 기록하고 있다. 올해 초부터 중국의 경제 성장이 둔화되고 유럽의 재정 위기 여파로 전체적인 교역 규모가 위축됐

음에도 불구하고 미국과의 수출은 안정적으로 증가한 것이다.

대미 수출은 자동차부품, 고 무제품, 섬유 등의 FTA 수혜 품목이 증가세를 유지했고 수입은 FTA 협정 관세를 적용받는 식료품과 사료 등의 수입이 증가했다. 결과적으로 FTA 혜택 품목군의 교역 증가율이 전체 품목의 증가율을 상회하면서 교역량 증대에 기여한 것으로 풀이할 수 있다.

이상에서 살펴본 바와 같이 한·EU 및 한·미 FTA는 수출 및 투자 증대에 기여한 것으로 평가된다. 비준을 앞두고 국내 일각에서는 이들 FTA의 긍정적인 효과가 크지 않다는 비판적인 견해도 제시됐지만 FTA 발효 초기 단계부터 이미 무역 및 투자 효과가 크다는 사실이 입증된 것이다.



정부·기업·소비자 '삼박자' 어우러져야

앞으로 우리 경제는 FTA 효과를 극대화하기 위해 무엇보다 FTA의 '활용률'을 높여나가야 한다. 아세안, 인도와의 FTA 활용률은 30%대로 낮으나 EU와 미국은 각각 80%, 60%로 발효 초기임에도 비교적 높은 활용율을 보이고 있다. 한·칠레 FTA도 80%로 높다. 그러나 전체적으로 볼 때 여전히 활용률 제고를 위한 노력이 필요한 것으로 보인다.

특히 중소기업은 원산지 기준과 증명 절차 등에 대한 인식 부족으로 활용률이 부족한 실정이다. 이에 정부도 FTA 원산지 관리 시스템, HS 품목 분류, 원산지 증명 등 FTA 활용 절차 및 방법에 대해 좀 더 체계적인 지원이 이뤄지도록 노력하고 있다.

FTA 수혜 업종의 효과 극대화와 함께 농축산업 피해 최소화화를 위한 정책적 노력도 절실하다. 아직까지는 국내에서 민감한 농축산품의 수입이 두드러지지는 않고 있다. 하지만 향후 예상되는 피해를 최소화하기 위해서는 농업 경쟁력 확보에 박차를 가해야 한다.

관세가 인하된 품목은 소비자들이 가격 하락의 효과를 피부로 느낄 수 있도록 하는 정책적 뒷받침이 필요하다.

최근 공정위가 FTA 관세 철폐 품목의 소비자 판매 가격을 점

검한 결과 다국적기업들이 국내 지사를 통해 위스키·전기다리미·프라이팬 등의 주요 소비재를 독점 수입하고 있는 것으로 나타났다. FTA 발효 이후에도 가격이 인하되지 않는다는 지적이 나오는 배경이다.

수입 가격, 유통 마진 등의 정보 제공과 함께 필요할 때 불공정 거래 여부를 조사하는 등 강도 높은 정책이 필요한 대목이다.

한국은 이제 미국과 EU를 넘어 한·중 FTA 협상을 시작했으며 한·중·일 FTA 추진 계획도 밝히는 등 FTA 글로벌 네트워크 형성을 위한 노력을 경주하고 있다. 동아시아 국가들을 연계하는 이들 FTA가 추진되면 우리나라는 미국·EU·아시아를 엮는 FTA 허브로서 우뚝 서는 기회를 맞이하게 된다. 우리 경제가 FTA 효과를 이용해 외국인 투자를 대폭 유치하기 위해서는 신 성장 산업과 서비스산업에서 업종별·지역별로 차별화된 전략을 적극 추진해야 한다.

FTA는 생산 효율성의 제고와 소비자 후생 증대를 위해 추진하는 전략적 선택이다. 하지만 협정을 맺었다고 FTA의 효과가 저절로 나타나는 것은 아니다. 정부의 선제적인 정책·제도 정비, 기업의 효과적인 FTA 활용, 소비자의 합리적 선택이라는 '삼박자'가 어우러져야 한다는 점을 잊어서는 안 된다. [E]



한·미 FTA 발효 100일의 성과

글로벌 불경기에도 대미 무역은 흑자

세계적인 경기 불황에도 불구하고, 한·미 FTA의 효과가 입증됐다. 대미 수출은 8.4% 증가했고, 특히 관세 자동차부품·석유제품 등의 관세 혜택 품목군의 수출은 16.8%나 뛰었다. 수입 식료품 가격도 큰 폭으로 떨어져 가계에 큰 도움이 된 것으로 나타났다.

글 우중국 기자 사진 한국경제신문

한·미 FTA 발효 100일을 계기로 최근까지의 성과를 점검한 결과, 유럽 재정위기 등 어려운 대외 여건 속에서 우리 경제의 버팀목으로 작용한 것으로 판단됐다. 발효 이후 최근(3월 15일~6월 15일)까지 한국의 대(對)세계 수출은 전년 동기 대비 2.5% 감소한 데 비해, 대(對)미 수출은 8.4% 증가했다. 특히 FTA 혜택 품목군(자동차부품, 석유제품 등)의 수출은 16.8% 증가했다. 이들 품목 중 20.9%가 증가한 가정용 침구류 등 고관세 섬유제품을 중심으로 미국에서 한국산이 중국산을 대체했고, 밀폐용기는 12.5%가 증가하면서 미국 내 시장점유율이 중국에 이은 2위로 올라섰다(전년 3위).

수출뿐만 아니라 수입에서도 FTA의 효과가 확인됐다. 같은 기간 대미 수입은 전년 대비 6.3% 감소했다. 그러나 내용상으로 보면 FTA 비혜택품목 감소율 -15.1%를 FTA 혜택품목(증가율 4.2%)이 일정 부분 상쇄했다. 특히 FTA 협정관세를 적용받는 사료(26%

증가)와 오렌지(34.8% 증가), 호두(86.2% 증가), 아몬드(69.8% 증가) 등의 식료품 수입이 비교적 큰 폭으로 증가했다.

식료품 가격 하락으로 가계 지출 줄어

이상기후로 국내 과일값이 큰 폭으로 오른 상반기에 오렌지는 저렴한 가격으로 가계의 부담을 덜어내는 데 일조한 바 있다. 공정거래위원회가 최근(6월 14일) 총 13개 품목을 조사한 결과 오렌지, 체리, 아몬드 등 9개 품목의 가격이 하락했다.

직접적인 수출입 외에 외국의 투자 유치에도 성과가 나타났다. FTA 발효 이후 최근까지(3월 15일~5월 31일) 미국으로부터의 외국인 투자 유치는 전년 동기 대비 211% 증가했다. FTA로 인한 투자여건 개선 등으로 신규투자는 447% 증가했고, 고용창출 효과가 있는 그린필드형 투자도 295% 증가했다.



한·미 FTA 발효로 자동차부품, 석유제품, 고무제품 등의 수출이 크게 증가했다. 사진은 분야성을 이루고 있는 부산항(왼쪽)과 자동차용 전기부품을 생산하는 한 기업의 생산라인(위의 모습).

한편 정부의 다양한 활용지원 노력으로 한·미 FTA는 여타의 FTA에 비해 높은 수준의 활용률을 보이고 있다. 발효 이후 3개월 동안의 수출 활용률은 59.2%로, 발효 기간 대비 다른 협정에 비해 매우 높은 수준을 보이고 있다. 수입 활용률 또한 51.4%로 발효 이후 꾸준히 증가하고 있다. 정부는 특히 재정부 2차관 주재로 관계부처 실장급 13명 및 유관기관 부기관장 7명이 참여하는 민관 합동 형태의 'FTA 활용지원 정책협의회'를 출범시킨 이후 10차례에 걸친 회의를 통해 세부 방안을 마련해 실행하고 있다.

중소기업 대미 수출 '파란불'


한·미 FTA의 효과는 불경기를 겪고 있는 국내 기업에 한 줄기 단비가 되고 있다. 실제 FTA 발효 이후 국내 중소기업체들의 가격 경쟁력이 커지면서 수출도 큰 폭으로 증가했다. 더불어 수출물량이 늘어나면서 생산 인력도 증가해 국내 고용에도 긍정적 효과가 나타나고 있다.

부산의 신발업체 A사의 경우 관세 4.3~10%가 즉시 철폐되면서 전년 동기 대비 수출이 58% 증가했다. FTA 발효 전 미국시장 진출을 여러 차례 시도했지만, 높은 가격으로 시장 진입이 어려웠다. 그러나 FTA 이후 정부지원 컨설팅을 통해 FTA-PASS 시스템을 구축한 뒤, 미국 수입업자가 중국산 대신 A사의 제품을 주문하는 성과를 이뤄냈다.

미국 수출 의존도가 높은 기업일수록 FTA 효과는 더욱 극대화된다. 경남 창원 의창(소총 등에 쓰이는 광학식 조준기) 생산업체 S사는 90% 이상을 미국에 수출하는 업체로, 관세 14.9%가 철폐되자마자 중국 경쟁사 물량까지 수주하면서 현재 주문물량을 맞추기 위해 생산인력을 2배로 증원했고,

앞으로도 지속적으로 인력을 늘릴 계획이다.

한편 한·미 FTA는 수출 대기업과 1·2·3차 협력업체 간의 상생에도 도움을 주고 있다. 수출대기업이 원산지 증명을 하기 위해서는 협력업체의 원산지 증명이 필요한데, 서플라이체인의 낮은 단계로 갈수록 영세한 기업들로 원산지 증명을 위한 컨설팅 비용을 부담하기가 어렵다. 이를 해결하기 위해 원청업체와 서플라이체인 모두가 공동으로 컨설팅을 받는 협력모델이 도입되면서 컨설팅 비용이 절감되고, 하청업체 전체의 수출물량이 증대되면서 선순환 효과를 일으키고 있는 것이다.

또한 가격 경쟁력이 생기면서 미국 기업들이 한국에 생산 기지를 직접 설립하려는 움직임도 증가하고 있다. 스웨덴의 금속분말 및 분말야금 제조사인 H사는 아시아 진출을 위해 한국에 거점 생산 공장 설립을 최근 결정했다. 미국 상용차 업체인 F사는 상용차 엔진을 한국 업체에 공급하기 위해 한국에 물류거점을 구축 중이다. 

한·미 FTA 대표 수혜 품목 및 성공 사례

산업	품목	관세율 변화(%)	대미 수출증가율	성공 사례
자동차 부품	자동차 콘덴서	5.6 → 0	3,101%	· H사 : 5.6% 관세 철폐와 결합이 잦은 중국산에 실망한 기존 바이어 F사로부터 예년 규모의 4배인 400만 달러 주문 수주 성공
	볼베어링	9 → 8.1	33%	· S사 : 10년 장기철매(관세) 품목임에도 불구하고, 대부분의 바이어가 4~5년 후를 내다보고 계약하는 경우가 많아, 바이어 B사와 소싱 계약 협의 중
신발	가족제 신발	2.5~10 → 0	82%	· T사 : 작년 말, 한·미 FTA 발효를 염두에 둔 미국 바이어 O사가 블랙부츠 OEM 생산 의뢰(8.5~10% 관세철폐), 필드테스트 중으로 빠르면 올 9월 중 첫 납품 예상. 미국 바이어들의 러브콜이 이어질 것으로 보여, 중국 공장의 생산라인을 줄이고 새롭게 라인을 확장

※대미 수출 증가율은 1~4월 기간의 전년 동기 대비임. 자료 : KOTRA



한·미 FTA 발효 100일 물가 체감 지수

가격 인하, 품목 확대로 소비자 혜택 늘어

한·미 FTA 발효 이후 소비자들의 관심은 '생활 속 혜택'에 쏠렸다. 다양한 품목의 수입관세가 즉시 혹은 균등 철폐되면서 그에 따른 경제적 효과가 기대됐기 때문이다. 최근 공정거래위원회의 소비자가격 동향 조사에 따르면 한·미 FTA 발효 이후 100일이 지나면서 가격 인하 효과가 본격적으로 가시화되고 있는 것으로 나타났다. 특히 몇몇 품목은 큰 폭의 가격 인하 효과가 있는 등 어려운 경제 상황 속 소비자들의 앓아진 지갑 사정에 큰 도움을 주는 것으로 나타났다.

글 박진영 기자 사진 한국경제신문



한·미 FTA 발효로 가격이 가장 많이 내린 품목은 체리 등 미국산 과일이다. 와인도 큰 폭의 가격 하락세를 나타내고 있다.

30대 주부인 나인진 씨는 요즘 마트에 갈 때마다 빼 놓지 않고 체리를 구매하고 있다. 지난해 이맘때 가격과 비교하면 크게 저렴해졌기 때문이다. 주스 가격도 최근 들어 가격 인하 효과를 체감하고 있다. 나 씨는 “가격 인하 기대 품목이었던 주스류가 FTA 발효 직후 별다른 변화가 없어 실망했는데, 최근 가격이 떨어져 가정 경제에 혜택을 보고 있다”고 말했다.

영업맨인 박석준 씨는 선물용으로 와인을 자주 구매하는 편이다. 그가 자주 구매하는 품목 중 하나는 캘리포니아 대표 와인인 미국산 R 와인으로 FTA 발효 이후 가격이 1만 원 가까이 하락해 효과를 톡톡히 보고

있다. 박 씨는 “여러 병을 한 번에 구매하는 일이 많아 효과가 더욱 크다”고 말했다.

한·미 FTA 발효로 혜택을 보는 소비자들이 늘고 있다. 발효 100일을 넘기면서 대부분의 품목에서 관세 철폐·인하에 따른 가격 인하 움직임이 나타나고 있고 다른 제품으로까지 확산되고 있기 때문이다. 그뿐만 아니라 동일 품목 내 특정 제품의 가격이 인하되면 동종의 다른 제품의 가격 인하로 이어지는 경향이 있어 시간이 경과할수록 가격 인하 추세는 더 확산될 것으로 기대돼 소비자들을 즐겁게 하고 있다.

한·미 FTA 발효 이후 관세가 철폐되거나 인하된 수



입 제품 중 소비량이 많고 인지도가 높은 미국산 품목 13개를 선정해 소비자단체, 한국소비자원과 함께 소비자 판매 가격 변화 추이를 매주 모니터링하고 있는 공정거래위원회(위원장 김동수)는 최근 FTA 발효 100일을 맞아 소비자 판매 가격 변화를 발표했다. 이에 따르면 FTA 발효 이전에 비해 최근 점검일인 6월 14일 기준으로 총 13개 품목 중 9개 품목의 가격이 하락한 것으로 나타났고 체리·아몬드·스위트콘·자동차 등 일부 제품은 관세 인하율보다 더 큰 폭으로 가격이 내려간 것으로 조사됐다.


FTA 발효 효과가 가장 두드러진 품목은 오렌지·체리 등 미국산 과일류다. 우리나라 감귤 출하기로 현행 50% 관세가 유지되는 9~2월을 제외하고 3~8월 50%의 계절 관세가 30%로 줄어드는 오렌지(네이블)는 10개들이 1팩 가격이 FTA 이전 1만1,046원에서 9,102원으로 17.6% 하락했다. 24%의 관세가 철폐된 체리는 최근 소비자들의 만족도가 높은 또 다른 품목이다. FTA 발효 직후인 지난 3월 중순 가격 인하 효과가 있었지만, 최근 본격 출하가 시작되면서 그 효과가 두드러지고 있는 것. 100g 기준, FTA 발효 이전 3,080원이었던 체리(레드글러브) 가격은 최근 1,596원으로 무려 48.2%나 가격이 인하됐다.

한·미 FTA 발효로 45~54%의 대폭적 관세 철폐 효과가 기대됐던 미국산 포도 주스와 오렌지 주스도 서서히 가격 인하 효과가 나타나고 있다. FTA 발효 후 이렇다 할 가격 변화가 없었던 이유는 원재료인 농축액 수입 및 통관, 제조 공정 등으로 가격 반영에 다소 시일이 걸렸기 때문이다. 포도 주스 및 오렌지 주스는 1리터에 4,050원이던 소비자가격이 3,700원으로 각각 8.6% 가격이 인하됐다.

모니터링 대상 품목 대부분 가격 인하 효과 ‘쏘쏙’

미국산 와인과 아몬드·스위트콘 등 식품류도 FTA 발효

이후 가격 인하 효과로 소비자들의 만족도가 높은 품목이다. 15% 관세가 즉시 철폐되는 미국산 와인은 관세철폐에 따른 가격 인하 효과와 함께 유럽연합(EU) 및 칠레산 수입 와인과의 가격 경쟁을 유도하기 위한 각종 할인 행사 등으로 FTA 발효 효과가 두드러진 것으로 분석된다. 캘리포니아산 대표 와인인 로버트몬다비는 FTA 이전 1병에 7만8,000원 하던 것이 FTA 발효 후 6만9,000원으로 11.5% 인하됐고 8% 관세가 즉시 철폐되는 아몬드(캘리포니아)는 700g 기준 1만2,280원에서 FTA 발효 후 1만1,200원으로 관세 인하 폭보다 큰 8.8%가 하락했다. 3% 관세가 철폐되는 스위트콘(오투기)도 관세 인하 폭을 웃돌았다. 1캔에 1,300원 하던 것이 15.6% 가격이 하락한 1,097원에 판매되고 있는 것.

기존 8% 관세가 4%로 떨어지고 나머지 4%도 4년간 균등 철폐되는 미국산 승용차 일부 제품도 관세 인하율보다 높은 폭으로 가격이 떨어졌다. 대표적으로 포드의 링컨 MKS 자동차는 발효 전 5,800만 원에서 7% 인하된 5,395만 원으로 판매 가격이 내렸다. 가전제품은 8% 관세가 인하되는 미국산 냉장고(키친에이드)도 550만 원에서 520만 원으로 5.5% 하락했다. 

한·미 FTA 발효 후 가격 하락 품목

품목		브랜드	관세인하율	기준가격 (3.15.이전)	최근 점검일(6.14) (기준가격 대비 인하율)	비고
과일	오렌지	네이블	20%p	11,046원	9,102원(-17.6%)	10개 1팩
	체리	레드글러브	24%p	3,080원	1,596원(-48.2%)	100g
주스	오렌지	웰치스	54%p	4,050원	3,700원(-8.6%)	1000ml
	포도	웰치스	45%p	4,050원	3,700원(-8.6%)	1000ml
주류	와인	로버트몬다비	15%p	78,000원	69,000원(-11.5%)	1병
식품류	아몬드	캘리포니아	8%p	12,280원	11,200원(-8.8%)	700g
	스위트콘	오투기	3%p	1,300원	1,097원(-15.6%)	1캔
공산품	승용차	도요타(미국산)	4%p	3,490만 원	3,390만 원(-2.9%)	캠리
		포드	4%p	5,800만 원	5,395만 원(-7.0%)	링컨 MKS
	냉장고	키친에이드	8%p	550만 원	520만 원(-5.5%)	-

자료 : 공정거래위원회



한·미 FTA, 지역 경제를 살린다

정부·지자체·기업 ‘삼박자’ 어우러져 지역 경제 ‘업그레이드’

지역 경제는 국가 경제의 축소판이다. 한·미 FTA가 지역 경제 활성화에 불러올 영향을 주목해봐야 할 이유다. 지역 전문가들은 “지역 수혜업종 중심의 수출 경쟁력으로 지역 경기가 살아날 것이라는 전망이 우세하다”고 말한다. 실제 몇몇 지자체를 중심으로 한·미 FTA를 지역 경제 회복의 계기로 삼으려는 움직임도 보인다.

글 이현주 기자 사진 한국경제신문



부산시 신발 산업 수출 효과 노릇 ‘특목’

한·미 FTA 발효 이후 지역에선 어떤 움직임이 있었을까. 먼저 부산 지역에서 발빠른 변화가 감지됐다. 부산시는 부산을 ‘FTA 허브도시’로 만들겠다는 포부를 밝혔다. 허남식 부산시장은 지난 2월 ‘한·미 FTA활용 지역경제 활성화 추진보고회’ 자리에서 “한·미 FTA는 부산의 주력업종인 자동차, 기계, 신발, 해양레저산업 등에서 기회가 될 것”이라며 “일부 피해가 우려되는 산업을 보완해나가면서 기업들이 글로벌 기업으로 도약하고 일자리를 창출해 가자는 제 2의 부산 도약 기회가 되도록 하겠다”고 강조했다. 또 강서 국제산업 물류도시에 FTA허브산업단지를 조성, 다국적 기업과 해외에서 국내로 유턴하는 기업을 유치하고, 오는 9월 대미 수출단을 보내는 등 미국수출 마케팅을 강화시키겠다는 입장을 밝혔다.

실제 FTA로 관세가 철폐된 후 부산 지역 신발 제조업체들은 바쁜 나날을 보내고 있다. 과거 수출 효과산업이었던 부산의 신발산업이 다시 한 번 부활할 조짐을 보

이고 있어서다. 지난 4월 부산 신발산업 총 수출액은 2억7,200만 달러. 미국 수출은 작년 같은 기간보다 29% 증가했다. 세계적인 아웃도어 브랜드 ‘팀버랜드’에서는 부산 신발산업진흥센터에 한·미 FTA를 계기로 한국에도 생산기지를 구축하고 싶다는 뜻을 밝혀오기도 했다. 협상이 이뤄지면 부산에서 연 300만 켤레, 1억 달러 규모의 수출길이 열리게 된다. 신발산업진흥센터 관계자는 “FTA에 대한 기대 심리로 수출량이 작년보다 늘어난 것으로 분석된다”면서 “FTA 효과가 본격화되는 하반기에는 실질적인 효과가 나타날 것”이라고 말했다.

부산 지역에선 부산상공회의소를 중심으로 FTA활용지원센터를 활발히 가동중이다. 부산시와 부산무역센터, 부산경제진흥원 등의 유관기관이 참여하고 있다. 업체를 대상으로 설명회나 연수 프로그램을 진행하고 FTA 컨설팅도 실시한다. 컨설팅은 ‘찾아가는 서비스’로 전문 컨설턴트가 업체의 고민을 듣고 원산지 확인서, 증명서 발급 등 서류 작성법부터 비용 처리 문제 등 실제 수출 과정에서 겪는 애로사항을 해결해준다.

기(既) 체결 FTA가 부산의 무역량 증가에 미친 효과

	FTA 발효일	비교 기준	교역 증가율 (수출 증가율)	
			부산-FTA 체결국	부산-세계
칠레	2004. 4	전후 3년	357%(359%)	79%(76%)
싱가포르	2006. 3	전후 3년	405%(625%)	84%(80%)
아세안*	2009. 9	전후 1년	-5%(-17%)	-11%(-4%)
인도	2010. 1	전후 1년	49%(46%)	23%(30%)

*글로벌 경기침체 이전인 2008년과 2010년의 비교로 이후 대 세계 무역액이 감소.

자료 : 부산발전연구원





포항시, 철강 산업 전망 ‘맑음’

포항에서 주목할 만한 분야는 철강 소재이다. 철강업계가 올해 들어 다소 부진한 모습을 보였지만 자동차 판매 호황으로 특수강 업계에선 수혜를 입은 것으로 보인다. 현대·기아차의 실적이 크게 향상됨에 따라 특수강봉강 생산량과 고급선재인 CHQ와이어 생산량 등이 지난해 1분기 대비 3.53% 증가했다. 특수강은 전체 철강 생산량 중 약 15%의 점유율을 차지하고 있으며 자동차 핵심 부품 소재로 활용된다. 업체들도 투자를 확대하고 있다. 세아특수강은 올해 약 120억 원을 투자해 CHQ와이어 등 주력 품목 생산력 증강을 위한 설비 증설을 단행할 계획이다. 세아특수강 관계자는 “한·미 FTA 발효로 가격 경쟁력이 높아진 국내 자동차 부품 수출 증가에 적극적으로 대응하고 고객 수요가 늘고 있는 아이템에 대한 품질 강화 차원의 투자”라고 설명했다.

포항의 철강 산업은 철강파이프, 주물, 볼트너트 등 철강제품이 한·미 FTA 발효 즉시 수입관세가 폐지됨에 따라 수출증대 효과가 기대되는 상황이다. 한국은행 포항본부는 ‘한·미 FTA 발효가 지역 경제에 미치는 영향과 대응전략’ 보고를 통해 2011년 현재 경북동해안 지역의 수출입 중 미국의 비중은 총 수출 139억6,415만 달러 중 8.7%, 총 수입 147억155만 달러 중 6.3%를 차지해 지역의 수출입 상대국 중 미국은 수출 3위 수입은 5위로 비중이 높다고 언급했다. 이에 따라 한·미 FTA 발효로 인해 지역의 대미 수출은 연평균 2,827만 달러, 대미 수입은 2,409만 달러 증가하는 등 매년 약 418만 달러의 흑자 효과가 발생할 것으로 추정했다.




울산시, 자동차부품 수출 증가

울산지역에서는 한·미 FTA가 발효된 이후 대미 수출이 눈에 띄게 증가한 것으로 나타났다.

2012년 들어 5월까지 울산 지역 대미 증가율은 34.15%이다. 가장 많은 비중을 차지한 품목은 자동차로 전년대비 증가율이 57%에 이르며, 특히 2.5% 관세가 즉시 철폐된 부품업체에서 효과를 본 것으로 분석된다. 울산 지역의 자동차 부품업체 A사는 미국 현지 공장에 부품을 보내면서 관세가 인하돼 가격 경쟁력이 높아졌고, 현대·기아차의 미국 판매가 늘면서 부품 수출도 함께 증가하고 있다고 밝혔다. 울산 온산공단에 위치한 H금속은 자동차 엔진 부품과 알루미늄휠을 만드는 업체로 한·미 FTA가 성장의 호재가 될 것으로 기대하고 있다. H금속은 자동차 경기 호조를 바탕으로 올해 매출 목표를 지난해보다 10% 늘어난 1,200억 원으로 잡았다.

강현우 한국무역협회 울산본부 과장은 “자동차와 자동차부품의 미국 수출이 2월부터 큰 폭으로 증가하고 있다”며 “한·미 FTA 효과가 본격적으로 나타나는 올 하반기에는 자동차부품 수출이 크게 늘어날 것으로 전망된다”고 말했다.

곳곳에서 주목할만한 성과를 보이고 있지만, 아직 지역에서 FTA를 100% 활용하기 위해서는 보다 많은 노력이 필요하다는 지적이다. 우선 인력 수급 등 여러 지원책이 절실하며, 무엇보다 업체의 적극적인 의지가 필요하다. 이를 위해 현재 기획재정부는 부산시, 대구시, 인천시, 광주시, 대전시, 울산시, 경기도, 전라북도 등에 16개 지역FTA활용지원센터를 구축하고 조사연구사업, 컨설팅 지원, FTA 활용설명회 및 교육 사업을 펼치고 있다. 

한·미 FTA의 최대 수혜주는 자동차 관련 업종이다. 사진은 울산 지역의 한 자동차부품 생산 업체.



지난 1월 미국 라스베이거스에서 열린 '2011 국제전자제품박람회(CES)'장에서 국내 전자기업이 선보인 TV에 몰린 인파들. 한·미 FTA 발효 이후 한국산 제품에 대한 현지 바이어들의 관심이 갈수록 커지고 있다.

한·미 FTA 발효 100일, 미국 현지에선

한국산 '굿'... 미국 바이어들 '러브콜' 이어져

“품질은 좋는데 가격이....” 완성품이나 부품을 가릴 것 없이 한국산 제품의 품질은 미국의 바이어들도 인정하는 바다. 그동안 중국·대만산에 비해 가격 경쟁력으로 역차별을 받아 온 한국산 제품이 다시금 미국 현지에서 주목받고 있다. 양국 간 관세장벽이 사라지면서 가격 경쟁력을 확보했기 때문이다.

글 엄성필 KOTRA 북미지역본부장 사진 한국경제신문

한국인에게 '100일'이라는 기간은 단순히 산술적으로 100일이 지났다는 것 이상의 의미가 있다. 태어난 뒤 무탈하게 잘 자란 아이가 100일을 넘기면 비로소 온전한 한 사람으로 인정받는 것이 좋은 예다.

한·미 FTA도 6월 22일 '발효 100일'을 맞았다. 눈에 확 띄만한 성과와 효과를 보기 위해 100일이라는 시간은 짧은다는 의견도 있다. 하지만 단돈 몇 센트 차이로 바이어들로부터 '주문을 받느냐 못 받느냐'가 결정될 만큼 치열한 곳이 바로 비즈니스 현장이다. 미국이라는 세계 최대 비즈니스 시장에서 우리 기업들을 지원하다 보면 한·미 FTA가 이미 상당한 변화를 가져오고 있다는 것을 체감하게 된다.

미국 바이어 문의 전화 '폭주'

가장 눈에 띄는 변화는 우선 한·미 FTA에 대한 '바이어들의 관심도'다. KOTRA 북미지역본부에서는 작년 5월부터 한·미 FTA 홍보 및 활용 지원을 위해 '한·미 FTA 헬프데스크(Help Desk)'를 운영하고 있는데, 한·미 FTA 발효 이후 현지 바이어들의 문의가 이전에 비해 2배 가까이 늘어났다.

문의 내용도 FTA 발효 전에는 '발효일이 언제인지' 같은 다소 일반적인 내용이 많았다. 하지만 발효 후에는 자신들이 취급하는 제품의 관세율이



지난 5월 기획재정부가 KOTRA, 관세청 등과 뉴욕에서 개최한 '한·미 FTA 활용설명회'

어떻게 달라지는지, 원산지 기준은 어떻게 되는지, 통관 과정에서는 어떤 변화가 있는지 등 구체적이고 실질적인 문의가 주를 이루고 있다.

지난 5월 기획재정부가 관세청, KOTRA 등과 뉴욕에서 함께 진행한 ‘한·미 FTA 활용 설명회’는 이러한 변화의 분위기를 실감케 하는 자리였다. 이날 행사는 한·미 FTA에 대한 업계의 관심이 어느 정도인지 확인할 수 있는 기회이기도 했다.

애초 행사에 참여하기를 원하는 신청자 수부터 주최 측이 준비한 행사장 규모를 훨씬 뛰어넘었다. 개최 1주일 전에 접수를 중단하기에 이르렀을 정도다. 행사 당일 역시 빈자리가 없을 정도로 많은 바이어들이 참석하는 등 한·미 FTA에 대한 미국 바이어들의 관심은 대단했다.

한·미 FTA 발효 이후 바이어뿐만 아니라 투자가들의 관심도 높아지고 있다. 지난 4월 지식경제부와 KOTRA가 뉴욕에서 개최한 ‘한·미 FTA 투자 설명회(IR)’에는 예년의 2배가 넘는 200여 명 이상의 투자가들이 참석하는 등 성황을 이뤘다.


중국에서 한국으로 생산 공장을 이전하려는 투자자들의 움직임도 포착되고 있다. 중국에서 싱크대를 생산해 미국으로 수입해 오는 한 업체는 최근 미국 정부가 중국산 싱크대에 76%에 달하는 반덤핑 관세를 부과하려는 움직임을 보이자 생산 기지 이전을 고려 중이었다. 그런데 한·미 FTA 발효로 한국의 투자 환경이 개선되고 3.5%에 이르는 한국산 싱크대 수입관세도 즉시 철폐됨에 따라 생산 공장을 한국으로 이전하기로 결정하고 현재 공장 부지를 물색 중이다.

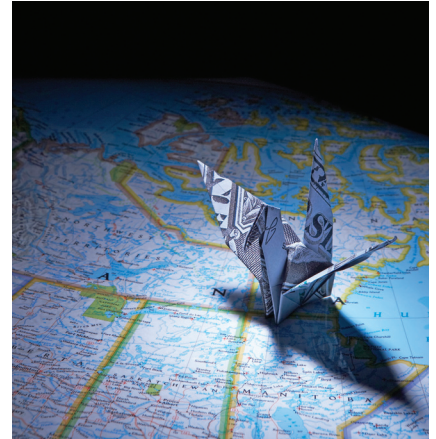
한·미 FTA 발효 이후 당초 일각에서 제기했던 우려와 달리 양국 간 교역에 있어서도 우리의 이익이 더 큰 것으로 나타나고 있다. 최근 기획재정부가 발표한 ‘한·미 FTA 100일 / 한·EU FTA 1년간 활용성과’를 살펴보면, 우리나라의 대미 수출은 166억 달러로 전년 동기 대비 8.4% 증가했다. 반면 수입은 6.3% 감소한 115억 달러로 51억 달러의 무역수지 흑자를 지속했다.

물론 3개월이라는 짧은 기간 동안의 실적이라는 한계가 있지만 자동차 부품(18.0%) 및 고무제품(15.0%), 석유제품(8.0%) 등 한·미 FTA 유망 품목 위주로 수출이 크게 늘어나고 있어 이러한 추세는 당분간 지속될 것으로 보인다.

수출 기업도 활용 의지 높아야

한·미 FTA에 대한 바이어 및 투자가들의 관심이 높아지고 FTA 효과도 이미 나타나고 있지만, 막상 우리 기업들이 FTA 관련 제도를 활용하지 못한다면 이러한 관심과 효과들은 지속되기 어렵다.

기업들이 반드시 숙지해야 할 포인트 중 하나가 바로 ‘원산지 증명’이다. 한·미 FTA 특혜관세 혜택을 누리기 위해서다. 하지만 대한상공회의소의 조사 결과, 국내 중소기업의 70% 이상이 ‘원산지 증명 및 관리에 어려움을 겪고 있다’고 답했다. 보다 많은 중소기업들이 한·미 FTA의 혜택을 누릴 수 있도록 원산지 관리 컨설팅이나 해외 마케팅 지원 등이 보다 체계적으로 이뤄져야 하는 대목이다. 우리 정부 및 유관 기관들의 적극적이고 체계적인 지원 정책과 기업의 활용 의지가 어우러지는 것이 그 어느 때보다 중요하다는 게 현지 시장 관계자들의 말이다. 



한·미 FTA 발효 이후의 변화

사례 1 관세장벽 사라지자 협상 ‘일사천리’

미국 바이어들의 관심 증가는 한국산 제품에 대한 러브콜로 이어지고 있다. 한·미 FTA로 관세가 사라지면서 가격 경쟁력이 높아지자 한국산 제품을 찾는 바이어들이 하나둘씩 늘어나고 있는 것이다. 냉장과 부품을 생산하는 국내 업체 S사는 중국·대만 등 경쟁 국가 업체에 비해 품질과 공급 능력은 월등히 높았다. 하지만 납품 단가가 10% 이상 비싸 작년 말까지 이렇다 할 성과를 거두지 못하고 있었다. 그러나 한·미 FTA 발효 이후 상황은 완전히 달라졌다.

S사는 우선 ‘한·미 FTA 발효로 철폐되는 관세(3.9%)만큼 납품 단가를 낮출 수 있다’는 점을 바이어들에게 적극적으로 알리기 시작했다. 바이어들도 그동안 중국·대만 제품의 품질에 불만을 가지고 있었던 터라 납품 협상은 일사천리로 진행됐다. 결국 연간 300만 달러에 이르는 납품 계약이 성사됐다.

사례 2 “한국 제품 구매 계속 늘리겠다”

모조 장신구(Imitation Jewelry)를 전문적으로 수입하고 있는 미국 F사는 그동안 품질은 다소 떨어지지만 가격 경쟁력이 높은 중국·인도산 제품들을 주로 수입해 왔다. 그런데 한·미 FTA 발효로 기존 11%에 달하던 높은 수입관세가 즉시 철폐되면서 한국산 제품의 가격 경쟁력이 크게 높아지자 품질이 좋은 한국 제품을 수입하기로 결정했다. F사는 지난 5월 한국을 방문해 새로운 거래처까지 발굴했으며 현재까지 6만 달러가량의 제품을 수입했다. F사의 한 바이어는 “한·미 FTA로 품질 좋은 한국 제품을 이전보다 훨씬 싼값에 구입할 수 있게 됐다”면서 “앞으로 한국 제품 구매를 더 늘리겠다”고 밝혔다.



중소기업진흥공단(이하 중진공)은 중소기업 진흥을 통해 국민경제에 발전한다는 목표로 지난 1979년 설립된 특수법인이다. 한국이 FTA 허브 국가로 거듭나면서, 중소기업의 해외시장 개척을 위한 중진공의 활동도 활발해지고 있다. 수출 중소기업들의 FTA 활용을 위해 노력중인 박철규 이사장을 만나 중소기업 지원책을 물었다.

글 장진원 기자 사진 김기남 기자

박철규 중소기업진흥공단 이사장

“맞춤형 컨설팅으로 수출 대폭 늘리겠습니다”

FTA로 중소기업들이 획기적인 활로 개척에 나설 수 있게 됐는데요.

FTA는 우리 중소기업의 새로운 성장 견인차가 될 것입니다. 우리나라는 지난 2004년 한·칠레 FTA를 시작으로 미국, EU와 FTA를 발효시켜 전 세계 45개국과 글로벌 FTA 네트워크를 구축했습니다. 이에 따른 경제적 효과는 상당하죠. 이미 관세 인하에 따른 수출 가격 하락으로 우리 중소기업의 해외 경쟁력이 강화되었고, 생산(수출) 증가에 따른 고용 확대와 외국인 투자 촉진, 해외 신시장 개척의 기회를 제공한다는 점에서 우리 중소기업 성장의 새로운 동력이 되고 있습니다.

미국과 EU와의 FTA에 대비한 지원책에는 어떤 것이 있습니까.

한·EU, 한·미 FTA의 경우 국가별 주력 산업구조를 감안한 특성화 인큐베이터를 운영 중입니다. 예를 들어 독일은 폭스바겐, 아우디 등 세계 최대 규모의 완성차 업체를 공략하기 위해 자동차 부품기업 입주율을 70% 수준까지 순차 확대할 계획입니다. 미국의 워싱턴에서는 한·미 FTA로 진출 기회가 확대된 미연방 정부 조달시장 진출 유망업체 및 진출희망 기업을 우선 입주시키고 있습니다. 이밖에도 한·EU, 한·미, 한·중 등 FTA 체결국 및 체결 예상국을 중심으로 전시회를 열거나 사절단을 파견해 수출 시장에서 FTA를 적극 활용하도록 돕고 있죠.

FTA 활용 면에서 중소기업의 대응이 쉽지 않다는 목소리도 있습니다.

FTA의 효과를 얻기 위해선 제도만큼이나 활용도 중요합니다. 중소기업도 수출 증대를 위해 적극적인 FTA 활용 노력이 필요하죠. 중소기업의 FTA 활용률 제고를 위해서는 무엇보다도 해당 기업의 CEO가 적극적인 관심을 가지고 정부가 지원하는 FTA 관련 교육 및 컨설팅에 참여해야 합니다. 또 FTA의 궁극적인 목표가 해외시장 개척을 통한 수출 증대인 만큼, 원산지 애로 해결뿐 아니라 체결국가의 신시장 개척을 위한 해외마케팅 지원 시책을 적극적으로 활용할 필요가 있습니다.

FTA 추진에 따른 중소기업 지원대책은 무엇이 있습니까.

무엇보다도 수출기업의 해외진출 지원 활성화에 노력하고 있습니다. 미국, EU 등과의 FTA 발효, 중국과의 협상 개시 등 거대 경제권과의 FTA가 본격화함에 따라 중진공은 정책자금 융자, 마케팅, 컨설팅 지원사업 등을 연계하여 FTA 활용 역량을 제고하고, FTA 체결국가를 중심으로 해외진출을 중점 지원하고 있습니다. 이에 수출금융 지원 규모를 지난해 762억 원에서 올해 800억 원으로 확대했습니다.

또 올해부터 FTA 활용 지원업무를 마케팅사업처로 이관해 해외 마케팅 지원사업과의 연계지원을 통한 시너지 효과 창출을 모색하고 있습니다. FTA 닥터사업도 빼놓을 수 없습니다. FTA 체결국 진출 지원을 위해 ‘중소기업 건강진단’ 결과에 따라 맞춤형 컨설팅을 지원하는 ‘FTA 닥터사업’을 6월부터 본격 전개하고 있죠. 또 해외 진출 가능성이 높은 제품의 타깃시장 홍보 마케팅을 위해 한·아세안 ‘온라인 수출관’을 베트남, 인도네시아에서 시범 운영 중인데, 200개사 1,000개 상품이 등록된 상태입니다.

‘FTA 닥터’ 사업이 중소기업에게 특히 호응을 얻고 있는데, 자세한 설명 부탁드립니다.

중소기업을 위한 ‘맞춤형’ FTA 컨설팅을 말합니다. 중소기업의 원산지 증명 애로 해소, 원산지 검증 대비 및 효율적인 원산지 관리방안 수립을 위해 컨설턴트가 직접 기업 현장을 방문하는 시스템입니다. 지원 내용을 살펴보면 FTA 활용을 위한 기업 진단, 수출상품 및 원재료에 대한 품목 분류, 제품에 대한 원산지 판정 및 증명서 발급, 원산지 관리시스템 활용방법 안내, 원산지 사후 검증에 대비한 원산지 관리방안 등으로 구성돼 있습니다.

구체적인 현장 컨설팅 방법이 궁금합니다.

먼저 관세사와 회계사 등이 2인 1조로 최대 3일 동안 현장방문 컨설팅을 진행합니다. FTA 체결국에 수출하고 있거나 예정인



수출중소기업 지원 대책으로 FTA 닥터사업도 빼놓을 수 없습니다. FTA 체결국 진출 지원을 위해 ‘중소기업 건강진단’ 결과에 따라 맞춤형 컨설팅을 지원하는 ‘FTA 닥터사업’을 6월부터 본격 전개하고 있죠.




중소기업, 또 이런 기업에 원재료 및 완제품을 공급하는 중소기업이 지원 대상이죠. 구체적으로 살펴보면 컨설팅 지원 업체 중 20개사 내외를 선별해 FTA 체결국 신규시장 진출을 위한 시장 조사, 바이어 발굴 비용을 업체 당 600만 원까지 지원합니다.

수입 확대로 중소기업의 피해도 예상되는데, 대책은 무엇입니까.

FTA 발효에 따른 수입 증가로 매출이나 생산량이 줄어드는 피해를 입는 중소기업이 나올 수 있습니다. 이런 경우 빠른 시간 안에 경쟁력을 회복할 수 있도록 ‘무역조정지원사업’을 운영 중입니다. 지식경제부로부터 무역조정지원기업으로 지정받은 중소기업에게 피해 극복을 위한 컨설팅을 해주고 필요한 자금도 융자해주는 제도입니다. 6개월간의 총매출액이나 생산량이 그 직전년도 동일 기간과 비교해 20% 이상 감소(예상)한 경우, 또는 영업이익, 고용, 가동률, 재고 등을 종합적으로 고려했을 때 같은 피해가 발생할 것으로 인정되는 경우에 지원을 받을 수 있습니다.

컨설팅 지원의 경우, 무역 피해 극복에 필요한 경영이나 기술 분야의 컨설팅 비용을 80%까지 업체당 최대 2,400만 원이내에서 지원합니다. 또 자금 심사기준에 부합하는 업체에 대해 연간 30억 원까지 신설 및 운전자금을 융자해주게 됩니다. 이와 관련해 올해 275억 원의 예산을 집행할 예정입니다.

FTA 추진에 따라 성장이 어려운 기업을 위한 지원방안은 무엇입니까?

더 이상의 성장이 어려운 기업을 위해 출구전략 지원을 강화하고, 더불어 사양산업을 영위하는 기업에 대해서는 신성장동력 전략산업으로 전환하도록 유도하고 있습니다. 사업전환 지원 규모도 2011년 1,475억 원에서 올해 1,650억 원으로 늘렸죠. 업종전환 시 융자 한도도 30억 원에서 40억 원으로, 운전자금 신용대출 기간도 3년에서 5년으로 각각 늘렸습니다. 



외신이 바라본 한국의 FTA

“글로벌 경쟁력 갖춘 FTA 허브 부상”

2012년은 한국의 FTA 역사에 획을 긋는 한 해이다. 단일국가로는 세계 최대 시장인 미국과의 FTA가 발효됐고, 또 세계 최대 경제권인 EU와의 FTA 발효도 1주년을 맞았기 때문이다. ‘개방’과 ‘경쟁’이 화두인 세계 시장에서 FTA 허브로 발돋움하고 있는 한국의 모습은 전 세계 주요 외신에도 단골 뉴스로 등장하고 있다.

글 장진원 기자



“한·미, 한·EU FTA로 올 하반기 한국 경제 성장세 확대될 것”

2012년 하반기 한국경제는 경쟁력 있는 수출산업과 최근 발효된 한·EU 및 한·미 FTA로 완만하게 성장세가 확대될 것으로 예상된다. (중략)

교육 및 의료산업의 경쟁개선 및 은행 주도의 중소기업 구조조정 가속화는 한·미 및 한·EU FTA 하에 진행되는 규제완화 조치와 더불어 서비스산업 생산성을 높일 것이다. (IMF 2012. 6. 12 연례회의)

THE WALL STREET JOURNAL.

“한·EU FTA 이후, 한국 자동차 유럽 수출 급증”

한·EU FTA 발효 후 유럽의 한국산 자동차 수입이 급증하자 유럽 자동차업체가 한·EU FTA 개정을 위한 로비에 나섰다. 한국 세관에 따르면, 한·EU FTA가 발효된 지난해 7월부터 올 3월까지 9개월 동안 한국 자동차 업체들의 대(對)유럽 수출은 약 67% 증가한 반면, 유럽 자동차업체들의 對한국 수출은 7% 증가하는 데 그쳤다. 한국 자동차산업협회(KAMA)의 한 관계자는 “고품질, 브랜드 인지도 개선, 가격 경쟁력 등에 힘입어 유럽에서 한국산 자동차 수입이 증가했다”고 밝혔다.
(美 Wall Street Journal, 2012. 5. 3. Europe auto makers seek to revise Korea trade deal)



“(한·미 FTA 발효 이후) 4월 한달간 미국의 대한(對韓) 수입은 전월대비 14.6% 증가, 사상 최고치 기록”

한국이 미국보다 양국 간에 체결된 자유무역협정(FTA)으로 더 큰 이익을 본 것으로 나타났다. 한·미 FTA가 발효된 지 석 달 가까이 지난 가운데, 지난 8일 발표한 무역 통계자료에 따르면 4월 한 달간 미국이 한국에서 들여온 상품 총 54억7,000만 달러로 전월(47억7,800만 달러) 대비 14.6% 증가해 사상 최고치를 기록했다. 올해 들어 미국이 한국에서 수입한 금액은 월 44억~47억 달러 수준을 유지했다. 반면 미국이 한국으로 상품을 수출한 금액은 37억600만 달러로 전월보다 12% 감소했다. 한국에 대한 미국의 무역적자는 총 17억7,000만 달러를 기록해 전월(5억5,200만 달러) 대비 3배 증가했다. (美 상무부, 2012. 6. 8)

日本經濟新聞

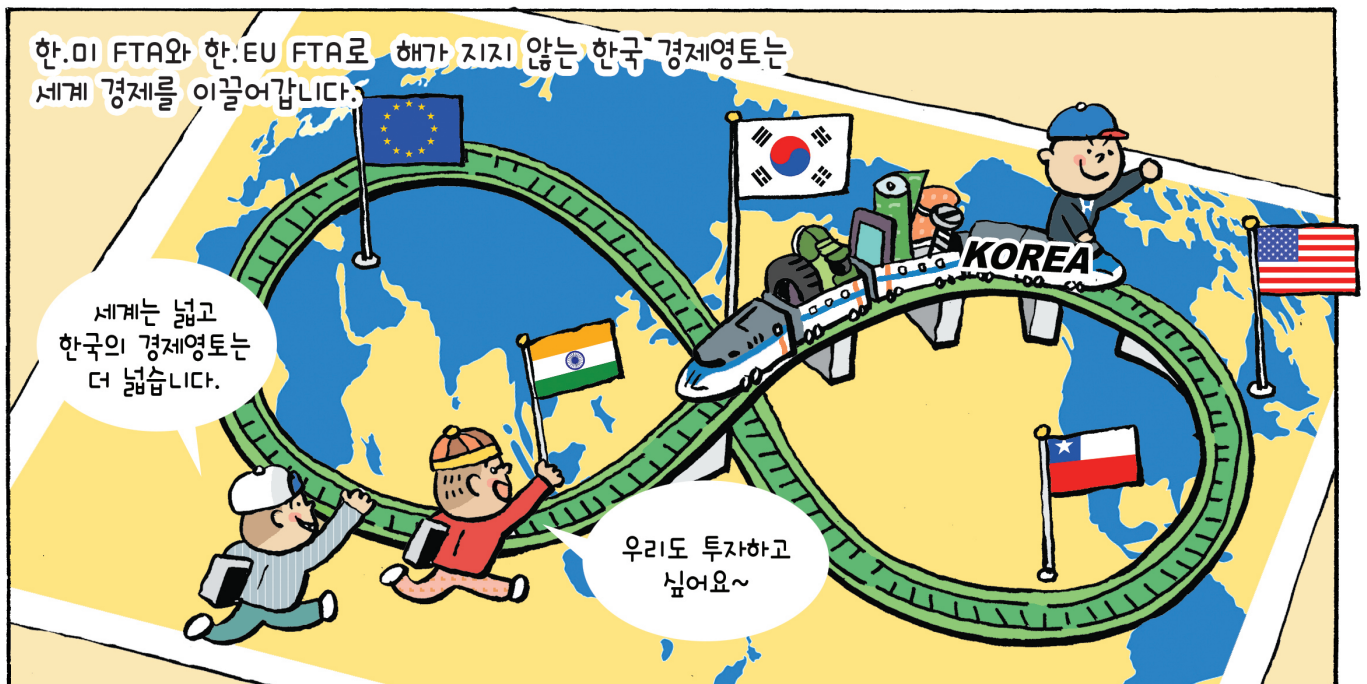
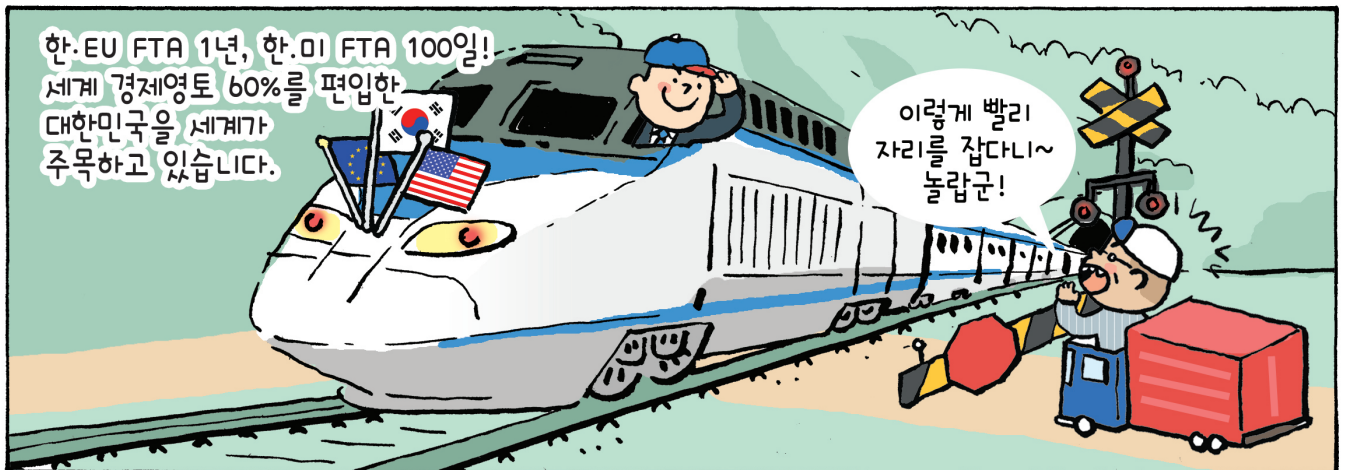
“일, 한·미 FTA 본받아 농업 경쟁력 강화해야”

한·미 FTA가 발효되면서 미국 시장에서 일본 제품은 한국의 경쟁 제품에 비해 크게 불리해졌다. 한국은 EU와도 FTA를 체결해 지난해 7월부터 발효된 상태다. 일본 정부의 통상정책 지연으로 경제의 핵심인 수출산업의 경쟁력이 제한받고 있다. 이 상황을 타개하기 위해 일본은 우선 환태평양경제동반자협정(TPP) 협상에 서둘러 참여해야 한다. 한·미 FTA가 타결될 수 있었던 것은 한국 정부가 자유화를 강력히 반대하던 국내 농업에 대한 대책을 마련했기 때문이다. (중략) 즉, 시장 개방에 대비해 자유화에 견딜 수 있도록 농가의 경영 체질을 강화하는 정책을 펼친 것이다.
(日 니케이, 2012. 3. 16.)

해가 지지 않는 경제영토!

카툰+ 행복한 동행

안종만



FTA로 우리의 경제영토가 더 넓어집니다.

FTA 활용지원제도

FTA 활용 돕는 지원제도 ‘풍성’... 원스톱 서비스 가능해

FTA의 효과를 더욱 높이는 한편 기업의 해외진출을 보다 장려하기 위해 정부와 유관단체들이 다양한 지원제도를 마련하고 있다. 특히 중소기업의 수출 역량을 강화하기 위해 전문 컨설팅(FTA닥터)을 제공할 뿐 아니라, FTA를 활용하기 위한 전문인력을 육성하고, 원산지관리 프로그램(FTA-PASS)을 보급하는 등 다양한 수출기업 지원방안을 시행중이다.

글 이흥표 기자 사진 한국경제신문



기획재정부가 운영하는 FTA종합지원포털 (작은 사진). FTA무역종합지원센터는 수출기업의 FTA 활용을 돕기 위한 다양한 컨설팅과 정보를 제공한다.

전국적인 FTA 활용 종합지원체제 구축

지난 2월 정부는 민관합동으로 FTA무역종합지원센터를 무역협회에 설치, 중소기업의 FTA활용을 원스톱으로 해결할 수 있게 하였으며, 지역FTA활용지원센터(16개소), 전국 산업단지(937개소) 및 업종 단체 등 유관기관과 유기적 협조를 통해 전국적인 종합지원체제의 기틀을 마련했다. 중소기업들은 FTA무역종합지원센터를 통해 FTA활용 사업기회포착, 생산, 수출, 사후검증 등 FTA와 관련된 거의 모든 업무에 대해 맞춤형 컨설팅을 제공받을 수 있으며, FTA콜센터(1566-5114)나 홈페이지(www.okfta.or.kr)를 통해서도 자세한 정보를 얻을 수 있다. 또한 16개 지역별

FTA활용지원센터를 통해 교육, 상담 및 컨설팅 등 지역별 실정에 맞는 다양하고 실질적인 FTA 관련 서비스를 제공받을 수 있다.

FTA 닥터로 무료 컨설팅도 받고 수출도 늘고

FTA를 활용하고 싶지만 구체적인 방법을 모르는 기업을 위한 지원 제도인 FTA닥터는 기업 실무자들에게 FTA정보를 제공하고 실제 기업들이 업무에 활용할 수 있도록 관세청, 국제원산지 정보원, 중소기업진흥공단 등 여러 유관기관에서 FTA활용 지원 컨설팅을 해주는 제도다. 기업이 컨설팅을 받고자 한다면 전국에 있는 세관을 방문해 신청하거나, 관세청이 운

영하는 FTA포털(fta.customs.go.kr)을 통해서도 신청할 수 있다. 또 국제원산지정보원 홈페이지(www.origin.or.kr)에 접속해 민간 컨설턴트의 컨설팅도 받을 수 있다. 컨설팅을 신청하면 컨설턴트가 직접 현장을 방문해 맞춤형 컨설팅을 제공한다. 향후 정부는 컨설팅 이력관리시스템을 구축하여 관세청, 중기청, 중진공, 지역FTA활용지원센터 등 기관별 FTA 컨설팅 사업에 중복을 없애고 소외 기업을 찾아 컨설팅 서비스의 효과성을 제고할 예정이다.

‘FTA-PASS’로 복잡한 원산지 관리를 보다 쉽게


FTA 활용의 첫걸음이자 핵심은 바로 원산지관리다. 체결국 간의 상호 이익을 목표로 하는 FTA의 특성상 원산지 증명이 필수적으로 요구되며, 더 나아가 사후 원산지 검증이 기다리고 있다. 때문에 기업은 원산지 증명부터 원산지검증 대비까지 적잖은 정보를 관리해야 한다. 대기업의 경우 상당수가 내부에 원산지관리 시스템을 구축했다. 하지만 중소기업의 경우 인력과 자금이 모자라 내부시스템을 갖추기 쉽지 않다. 원산지관리 프로그램인 FTA-PASS는 이 같은 문제를 해결하기 위해 마련됐다. 관세청이 제공하는 FTA-PASS는 원재료부터 중간재, 완제품에 이르기까지 체계적인 원산지관리를 지원한다. 원산지증명서 등 증빙서류를 발급할 수 있고 원산지검증에 대비할 수 있도록 원산지판정 이력관리와 원산지 증빙서류 발급대장도 관리할 수 있다. FTA-PASS 홈페이지(<http://www.ftapass.or.kr>)에서 무료로 사용이 가능하다. 특히 인력·정보 부족으로 FTA 원산지 판정 및 서류발급 등에 어려움을 호소하는 영세 중소기업을 위해 6월 1일부터 ‘간편 발급 FTA-PASS’를 보급중이다. 간편 발급 FTA-PASS는 원산지규정을 잘 모르는 초보자도 시스템에서 안내하는 자료만 입력하면 수출품의 원산지판정과 증명서 발급을 자동으로 처리할 수 있다.

FTA 활용정보의 모든 것 - ‘FTA 인트로’

수출기업들이 손쉽게 FTA 활용 정보를 얻을 수 있도록 기획재정부, 지식경제부, 외교통상부, 관세청 등 FTA 관련 부처들이 차별화된 FTA포털을 운영하고 있다. 기획재정부가 운영하는 FTA종합지원포털(<http://www.ftahub.go.kr>)은 FTA에 대한 일반국민 및 기업인의 이

주요 FTA 활용지원제도

분류	내용
FTA 타터, OK-FTA 컨설팅	활용 능력이 부족한 수출 중소기업을 대상으로 관세사 및 회계사 등으로 구성된 전문가가 현장을 방문해 무료 컨설팅을 제공
FTA-PASS, FTA-KOREA	FTA 활용 기반이 취약한 중소 수출기업의 부담을 해소하기 위한 원산지 관리 프로그램
FTA 포털	유관기관의 온라인 FTA 포털을 통해 국민들과 기업들의 FTA에 대한 이해를 돕고 FTA 활용 정보를 제공
지역 FTA 활용지원센터	전국 15개 시도에 16개 지역 FTA활용지원센터를 설치해 중앙정부와 지자체간 협력 및 지방 중소기업 현장 밀착 지원
FTA무역종합지원센터	사업기획 포착, 생산, 수출, 사후 검증 등
국내외 설명회	지역설명회, 해외설명회 및 세미나 등을 개최하여 FTA 활용정보를 제공

해를 돕고, FTA의 활용을 위한 포괄적인 정보를 제공한다. 특히 FTA종합지원포털에서는 각 기관별 전문정보를 한눈에 소개하는 페이지인 ‘FTA인트로’를 마련하였으며, 수요의 유형별, 맞춤형, 단계별 정보를 제공하는 커스터마이징 FTA(customized FTA)도 서비스할 예정이다. 또한 부산, 대구, 인천, 광주, 대전, 울산, 경기, 전북 등 전국 15개 지역에 16개 지역별 FTA활용지원센터 포털과 연계돼 있어 지역별 활용정보를 손쉽게 얻을 수 있다. 외교부가 운영하는 자유무역협정 홈페이지(<http://www.fta.go.kr>)는 우리나라의 FTA추진현황과 한·미, 한·EU 등 주요 FTA의 협정문 정보와 주요 이슈에 대한 최신정보를 제공하며 관세청의 FTA포털(<http://fta.customs.go.kr>)은 통관절차에 관한 실무적이고 전문적인 정보를 제공한다. 

FTA 허브이점 활용 돕는 U턴기업 지원

FTA 발효 및 현지 경영환경 악화 등으로 인해 중국 등 해외에 진출했다가 국내로 되돌아오는 U턴 기업이 최근 증가하고 있다. 지식경제부가 지난 1월과 2월 해외에 진출한 240개 기업을 대상으로 국내 복귀 의사를 묻은 결과, 전체 조사 대상 기업의 12.5%(30개)가 U턴을 희망하고 있는 것으로 나타났다. 이런 트렌드에 발 맞춰 정부는 법무처 차원에서 ‘업종별U턴기업태스크포스’를 구성해 U턴 기업에 대한 지원을 강화할 방침이다. 정부는 U턴 기업에 대한 정의나 범위를 부분 복귀 기업까지 확대할 예정이며 세제감면 등의 인센티브를 주는 것은 물론 입지, 인력, 수출금융 등 다양한 영역에서 지원을 계획하고 있다.

섬유 원단 수출 기업 '화의진' “FTA로 섬유산업 재도약 꿈꿉니다”

우수한 품질에도 불구하고 중국과 동남아시아의 가격 경쟁력에 밀려 점점 사양화돼 가던 섬유산업에 희망의 신호탄이 쏘아 올려졌다. 바로 FTA 덕분이다. '화의진'은 FTA가 가져다줄 장밋빛 미래를 꿈꾸는, 작지만 탄탄한 중소기업이다. 글 장진원 기자 사진 서범세 기자

가방·텐트·스노보드커버 등을 만드는 데 필요한 산업 자재용 섬유 원단을 수출하는 '화의진'의 정채현 대표는 지난 17여 년간 국내의 섬유산업이 점점 사양화돼 가는 모습을 일선 현장에서 지켜보았다.

“처음 화의진이 문을 열 당시와 지금을 비교해 보면 전체 섬유 업체의 약 75~85%가 다 문을 닫았어요. 화의진은 운 좋게 살아남은 15%에 속하는 회사인 셈이죠.” 특히 가격 경쟁력으로 승부하는 중국과 동남아시아 업체들의 비약적인 성장은 국내 섬유산업을 급속히 붕괴시켰다. 이처럼 산업 전체적으로 사양화되는 어려운 분위기 속에서도 100% 수출에 의지하는 섬유 원단 수출 기업인 '화의진'은 우수한 품질 유지 및 제품 개발로 매년 10~20%씩 꾸준한 성장세를 기록해 왔다. 비결은 동남아나 중국의 섬유 업체들과 차별화되는 방염·항균, 대전방지처리(정전기 방지), 폴리우레탄(PU) 코팅, 발수 원단 등 부가 가치 원단을 취급해 온 덕분이다. 화의진의 수출 국가들 중에서도 가장 큰 부분을 담당하는 곳은 바로 미국과 캐나다다.

중소기업에도 FTA 공부 필요해

한·미 FTA가 발효된 지 이제 겨우 100일 남짓. 아직 눈에 띄는 지표가 나오기에는 조금은 이른 시기다. 하지만 이 기간에 정 대표는 본격적인 FTA 공부로 미래 성장에의 주춧돌을 다졌다. “우리가 주로 취급하는 품목은 코팅 직물인 폴리우레탄 인데요. 한·미 FTA 체결 이후 기존 8%였던 관세가 6.4%로 인하됐어요. 1.6% 정도 인하된 수치인데요, 아직은 이 수치로 민감하게 반응할 만큼 우리의 수출량이 많지는 않아요. 그러나 내년에도 또다시 1.5%가 인하되고 2016년에는 완전히 관세가 철폐되는데, 그때쯤에는 FTA 효과를 단단히 볼 것으로 기대하고 있습니다.” 한·미 FTA를 준비하기 위해 그가 한 일은 서울



상공회의소·경기북부상공회의소 등에서 FTA 관련 교육과 컨설팅을 받는 일이었다. “사실 그전까지는 FTA, FTA 말만 들었지 정확한 의미나 개념조차 몰랐거든요. 하지만 다양한 교육 코스를 통해 FTA에 대한 전반적인 이해가 가능하게 됐어요.” 알면 알수록 FTA는 기존의 무역과 많은 것이 달랐다. “FTA 이전에는 캐나다나 미국으로의 수출 자체가 제한된 시기가 있었고 이후에는 코팅 직물만 수출이 가능해졌다가, 또 나중에는 제품의 비자를 받기 위해 엑스퍼트 라이선스

를 받고, 비자를 받고, 쿼터를 받는 등 절차가 꽤 복잡했어요.” 그에 비해 지금은 원산지 증명서를 발급받아 미국 수입업자에게 송부해 수입업자가 미국 세관에 제출하면 한·미 FTA 특혜 관세를 적용받을 수 있어 한결 절차가 가벼워졌다. 특히 6월부터 간편발급 FTA-PASS 서비스(www.ftapass.or.kr)를 통해 FTA를 위한 사전 서류 준비, 제품 및 원재료 자료 등록, 수출품의 원산지 판정, 원산지 증명서 등의 서류 발급이 손쉽게 가능해졌다. “사실 FTA에서 가장 중요한 것이 바로 원산지 증명인데요, 미리 한·미 FTA에 대한 교육과 컨설팅을 받은 덕분에 큰 어려움이 없이 원산지 증명이 가능했죠.”

FTA로 수출경쟁에 당당히 나설 수 있어

그동안 뛰어난 제품력에도 불구하고 미국 시장에서 치열한 경쟁을 벌일 수밖에 없었던 것은 높은 관세로 인한 가격 부담이 컸기 때문이다. 단 1, 2센트의 가격만으로도 수출의 향방이 갈리는 무한 경쟁 시대에 20센트에 가까운 관세는 수출에 엄청난 걸림돌이었던 셈이다. “이제 가격 경쟁력에 대한 부담 없이 오직 제품의 우수성으로 수출 경쟁에 나설 수 있으니 얼마나 큰 혜택인가요? 더 열심히 제품 개발과 바이어 발굴에 전력투구해야 할 일만 남았죠.”

충남 당진 해나루사과 영농조합법인 “FTA 두렵지 않은 ‘명품 사과’ 맛보세요”

FTA 시대를 맞아 우리 농업 패러다임의 변화가 시작됐다. FTA에 따라 값싼 외국산 농산물이 수입되므로 그 자체가 우리 농업의 위기라고 볼 수 있지만 누구도 따라올 수 없는 ‘품질’이라면 이야기가 달라진다. 글 장진원 기자 사진 농촌진흥청 제공

충청남도는 1994년부터 ‘충남 농어촌 발전 대상’을 시상하고 있다. 도내 농림수산업 종사자 가운데 농사·수산 기술 보급과 작목 개발 등 농어촌 발전에 기여한 이를 선정해 주는 상이다. 한마디로 도내 모든 농림수산업 종사자 중 최고의 일꾼을 뽑는다는 뜻이다. 3년 전인 2009년의 수상자는 당진시 순명면에 자리 잡은 ‘당진 해나루 사과 영농조합법인’ 현상의 회장이었다. 1997년 처음 ‘당진사과연구회’를 조직한 후 12년 만의 결실이였다.



WTO 등으로 “농산물의 국경 없는 무한 경쟁 시대가 온다는 것을 알고는 적극적으로 대처해야겠다고 판단했습니다. 무엇보다 중요한 것이 함께하는 농업인의 ‘조직화’였죠.”

현 회장이 병환으로 누우신 어머니를 위해 고향인 당진으로 내려온 것은 1995년이다. 처음 사과를 재배하기 시작한 1997년부터 3~4년간은 농사를 완전히 망쳤다. 오기가 발동한 그는 농촌진흥청·학자·농가 등 ‘사과 고수’들을 찾아다니며 배움을 자처했다. 뜻을 같이하는 농부 30여 명을 모아 당진사과연구회를 조직한 것도 그즈음이었다.

한국 사과 최초 ‘유럽’ 수출

사과연구회가 주축이 된 ‘당진 해나루사과 영농조합법인’은 현재 70여 명의 회원이 ‘탐푸르트’ 사과를 109헥타르의 면적에서 재배하고 있다. 탐푸르트는 농촌진흥청에서 최고의 과일로 인정한 제품에만 붙일 수 있는 마크다. 이에 앞서 2005년에는 역시 농촌진흥청으로부터 품목별 연구 모임 최우수 연구회상도 받았다.

수십 년간 사과만 재배해 온 농부들이 새로운 재배 방식을 연구하고 고민하기 시작하자 엄청난 결과가 나타나기 시작했

다. 2006년에는 ISO-9001 국제 품질 경영 인증을 받았고, 전 회원이 농업기술대학 사과과정을 이수하는 등 전문인으로서의 역량을 강화했다.

당진 해나루사과의 기념비적인 쾌거는 2008년에 거둘 수 있었다. 한국 사과 재배 농가 중 처음으로 독일 수출에 성공한 것이다. 유럽 수출에 이어 작년부터는 싱가포르

와 말레이시아 등 동남아 지역으로 수출 판로를 확대했다. 지금까지 해나루사과가 수출된 누적 수출국은 8개국에 달한다.



FTA는 농산물 수출의 큰 기회

세계적인 경기 침체에도 불구하고 한·미 FTA 발효 이후 관세가 인하된 김치와 김 등은 10% 이상 수출이 증가했다. 한·유럽 연합(EU) FTA도 농산물 식품 수출은 발효 전에 비해 10% 이상 성장하는 성과를 거두고 있다. 현 회장도 지난 4월 서울 양재동에 있는 한국농수산식품유통공사(aT)를 찾아 FTA와 관련해 교육을 받는 등 변화된 무역 환경에 적극 대응하고 있다.

“주로 원산지 증명이나 판로 개척 등에 대한 교육이었죠. FTA와 무역 실무에 관해 궁금한 점이 생기면 수시로 당진시 농업기술센터나 유관 기관에 문의하곤 합니다. 무엇보다 중요한 건 FTA에 대응할 기반을 조성하는 것이죠. 회원들과 함께 고품질의 사과를 생산하기 위해 더욱 노력할 겁니다. 누구도 따라올 수 없는 품질 경쟁력을 갖추면 FTA는 우리 농산물 수출 확대의 큰 기회가 될 것이라고 생각합니다.”

수출 중소기업 CEO 2인 FTA 생생 토크

FTA 날개 달고 ‘메이드 인 코리아’로 승부

한·미 FTA 및 한·EU FTA 발효 등으로 진정한 FTA 원년을 맞은 우리 수출 중소기업의 FTA 활용률은 대기업에 비해 저조한 편이다. 실제 중소기업 최고경영자(CEO)들이 겪은 FTA 변화의 바람은 어느 정도일까. 살벌한 글로벌 비즈니스의 최전선에서 발로 뛰고 있는 CEO 두 사람이 직접 들려주는 FTA 이야기를 들어보자.

글 우종국 기자 사진 김기남 기자



이희재 (주)우성아이비 대표

인천에 있는 (주)우성아이비(대표 이희재)는 1992년에 설립된 회사로 래프팅 보트, 구조용 보트 등 각종 수상 레저용품을 생산하고 수출하고 있다. ‘ZEBEC’이라는 자체 브랜드로, 총생산량의 85%를 미국을 비롯해 전 세계 60개국에 수출하고 있으며 올해는 약 2,200만 달러어치 수출이 예상된다. 여러 수출국 중 가장 큰 비중을 차지하는 곳이 바로 미국이다.

대미 수출이 활발한 우성아이비에 비해 미진화장품(대표 장원표)은 일본·중국·동남아시아 등 주로 대(對)아시아 수출이 활발한 마스크 시트 팩 전문 화장품 기업이다. 일본에서는 ‘MJ CARE’라는 자체 브랜드로 약 1,500만 장 이상의 마스크 시트 팩을 판매하며 대표 쇼핑몰인 라쿠텐에서 화장품 부분 랭킹 1위, 리뷰 1만 건 이상을 기록할 정도로 큰 인기를 끌고 있다.

우선 중소기업의 CEO로서 FTA 이후 가장 달라진 점이 무엇인지 궁금합니다.

장원표 대표(이하 장) 우리 회사는 당장 눈에 띄게 달라진 부분이 없어요. 관세 혜택을 보는 화장품 품목에 들어가지 않기 때문이죠. 하지만 한·미 FTA 발효 이후 우리 역시 바이어들 때문에 달라진 환경을 느끼고 있어요. 지금까지 미국 쪽으로는 수출이 거의 전무하다시피 했는데, 요즘은 한 달에 네다섯 건 씩 바이어들의 문의가 들어오고 있어 우리도 놀라고 있을 정도예요.

이희재 대표(이하 이) 우리도 마찬가지예요. 확실히 가장 많이 달라진 점이 바로 바이어들의 태도예요. 특히 심리적인 부분에서요. 우리 회사의 생산품들은 기존에 3.8~5%에 달하던 관세가 이번에 완전 철폐됐어요. 그 때 문인지 한·미 FTA 발효 이후 눈에 띄게 바이어들의 문의가 늘었습니다.

FTA 이후 여러 가지 달라진 점 중에서도 특히 바이어들의 인식 변화가 가장 크다는 말씀이시군요.

이 예, 사실 그동안 우리 회사는 제품력이나 기술력만큼은 세계 제일이라고 자부하고 있었습니다. 실제로 세계 래프팅선수권대회에서 우리 보트가 금·은·동메달을 휩쓴 적도 있고, 또 국제 래프팅대회 공인 보트로 인정받기도 했죠. 하지만 가격 경쟁력 면에서는 라이벌인 중국 기업들에 밀릴 수밖에 없었습니다. 관세 5% 정도라고 하면 수치상으로 그리 커 보이지 않지만, 원래 제품의 단가가 높다 보니 그 정도 관세로도 엄청난 가격 차이가 나거든요. 그러니 FTA 이전에는 바이어들로서는 값싼 중국 제품 대신 선뜻 우리 회사 제품을 선택하기 어려운 부분도 있었어요.

장 이 대표님 회사와 달리 사실 우리 회사의 주요 수출 국가는 일본을 비롯한 아시아 지역이에요. 그런데 웬걸요? 이번에 한·미 FTA가 발효된 이후

부터 부쩍 미국 쪽에서 마스크 시트 팩에 관심을 보이는 바이어들이 늘어나는 것을 보고 미국이나 유럽 시장에서도 충분히 가능성이 있겠다는 희망을 갖게 됐어요.

수출 기업으로서 FTA를 준비하기 위해 어떤 준비들을 하셨나요.

장 달라진 절차나 구체적인 실행 부분은 CEO인 저도 저지만 실무진의 노력이 필요한 부분이었죠. 이미 진작부터 한·아세안 FTA는 실행되고 있었고 지난 3월 한·미 FTA가 발효됨에 따라 무역 실무진이 상공회의소 등을 통해 FTA 교육이나 컨설팅을 받도록 했어요.

이 우리 회사는 아무래도 수출 국가가 많다 보니 각각의 나라마다 FTA가 체결돼 있는데, 한·EU, 한·칠레, 한·미 FTA 등에서 저마다 요구하는 면면들이 제각각이어서 실무진에게 전반적인 FTA 지식을 익힐 뿐만 아니라 각각의 FTA와 관련된 실무 교육을 익히도록 했죠. 특히 작년에 인천세관의 ‘한·EU FTA 강좌’, 올해 무역협회에서 열린 ‘한·미 FTA 활용 실무 강좌’ 등을 통해 FTA 협정별 결정 기준은 물론 협정관세 적용 신청, 관세 할당 물량 협정관세 적용 신청 등 복잡한 서류의 작성 방법과 요령 등 실무 위주의 교육을 받을 수 있어 큰 도움이 됐습니다.

말씀하셨사시죠 기존 무역 절차에 비해 FTA는 다른 점이 많은데요, 현재 어떻게 대응하고 있는지요.

이 처음에는 물론 많이 어려웠죠. 특히 다른 나라와의 FTA에 비해 한·미 FTA는 수출 업체가 직접 원산지 증명을 해야 하고 그 결과에 책임을 져야 하는 제도이기 때문에 더 꼼꼼한 준비과정을 거쳐야 했어요. 각 부품들마다 원산지가 다르기 때문에 원산지 증명도 쉽지 않았고요. 하지만 기존 수출 업무가 여러 단계를 거치고 복잡한 서류들을 많이 필요로 하는데 비해 한·미 FTA는 오히려 수출 절차가 한결 간단해지고 또 관세청이 제공하는 FTA-PASS를 통해 원재료부터 중간재 및 완제품까지 체계적인 원산지 관리는 물론 원산지 증명서 등의 증빙 서류 발급이 가능해 편리한 점도 많아요.

장 특히 우리 회사 같은 중소기업은 전문 인력을 많이 채용하는 대신 소수의 인력으로도 수출 업무를 담당할 수 있게 돼 한숨 놓았죠.

요즘은 인터넷으로도 수출에 필요한 모든 서류들을 구비할 수 있으니 정말 예전에 비하면 훨씬 간소화된 셈이에요.

FTA가 우리 경제에 미치는 영향에 대해선 어떻게 전망하시나요.

이 지금 세계 경제가 모두 어렵잖아요. 대부분의 원자재 가격이 상승하고 인건비도 날이 갈수록 늘고 있죠. 다시 말해 가격 인하 요소가 전혀 없다는 뜻이에요. 이런 상황에서 관세가 철폐되고 그만큼 가격이 인하되면 당연히 기업의 경쟁력이 강해질 수밖에 없어요. FTA 이전과 비교해 관세가 인하되면 인하된 만큼, 철폐되면 철폐된 만큼 경쟁력이 한층 강해질 것으로 판단됩니다.


장 우리는 미국이나 유럽 쪽에 아예 수출 실적이 없었던 만큼 이번 한·미 FTA와 한·EU FTA에 따라 새로운 시장 창출이 가능해졌다는 점에서 고무적이라고 생각하고 있어요. 이제 새로운 시장이 눈앞에 펼쳐진 셈이죠.

이 사실 비즈니스맨들에게 지도 위에 표시된 영토나 국경은 별로 의미가 없잖아요. 예를 들어 중국 상하이를 생각해 보세요. 일반 사람들에게 상하이는 중국 땅이란 의미가 강하지만 비즈니스맨들에게 상하이는 그저 제주도보다 조금 먼 땅에 불과합니다. 그런 의미에서 FTA는 ‘경제 영토’를 넓힌다는 점에서 의미가 크죠.

마지막으로 FTA를 통한 향후 사업 전망을 들려주세요.

장 작년 매출액이 약 45억 원 정도예요. 올해는 70억 원 정도 기대하고 있죠. 그중 수출액이 절반 정도 됩니다. 아직은 수출에 힘쓰는 다른 기업에 비해 큰 비중은 아니지만 대미 수출이 본격화되면 아

마 수출량도 훨씬 늘어나겠죠. 한·미 FTA가 판을 열어줬으니 이제 우리의 실력을 보여줄 차례라고 생각합니다. 이전 아시아 뿐만 아니라 미국·유럽 시장에서도 한국의 마스크 시트 팩 열풍이 불도록 할 겁니다.

이 우리 회사는 레저 및 구조용 보트로만 20년째 한 우물을 갼습니다. 처음 시작할 무렵만 해도 대부분 수입품에 의지하는 게 국내 수상 레저용품 시장이었어요. 하지만 이제는 정반대가 됐습니다. 우리가 생산하고 수출하는 보트와 수상 레저용품이 전 세계에서 사랑받고 있어요. 특히 FTA에 따라 시장이 확대되고 좀 더 좋은 조건으로 수출할 수 있게 된 만큼 앞으로 매출이 더욱 급격히 늘어날 것으로 보입니다. 3년 이내에 ‘1억 달러 수출탑’을 달성하는 게 목표죠. 

“한·미 FTA가 판을 열어줬으니 이제 우리의 실력을 보여줄 차례라고 생각합니다. 이전 아시아뿐만 아니라 미국·유럽 시장에서도 한국의 마스크 시트 팩 열풍이 불도록 할 겁니다.”



장원표 미진회장품 대표

FTA 보완대책

농축산업 '경쟁력 강화'로 FTA 파고 넘어

글 권오준 기자 사진 한국경제신문

FTA는 수출 중심의 한국 경제가 한 단계 도약할 수 있는 지렛대다. 지난해 우리나라는 세계 9번째로 무역 1조 달러 기록을 세웠다. 지난 3월15일 발효된 한·미 FTA와 현재 협상 중인 한·중 FTA까지 체결되면 한국은 세계 3대 경제권인 유럽·미국·중국 등과 자유무역이 가능해진다. 그만큼 경제영토가 넓어진다는 뜻이다. 하지만 수혜산업이 있는 만큼 피해산업도 발생할 수 있다. 따라서 정부는 FTA로 인해 상대적으로 위축될 가능성이 높은 산업에 대해 보완대책을 잇따라 내놓고 있다.

특히 농축산업 경쟁력 강화를 위해 축산·과수·원예 등의 시설 현대화 지원 규모를 크게 확대했다. 올 1월에는 한·미 FTA 비준안의 국회 심의 과정에서 논의된 추가 대책을 포함해 지원 규모를 24조1,000억 원으로 늘렸다. 여기다 세계지원금 29조8,000억 원을 더하면 총 54조 규모가 된다.

농어가 지원대책 든든

추가 지원대책의 주요 내용은 직접피해의 보전, 농어업 경쟁력 강화, 농어가의 안정적 소득기반 확충, 농어가 생산비 절감, 중소기업·소상공인 지원 등이다.

먼저 직접피해 보전의 대표적인 정책은 피해보전 직불제의 발동 요건을 85% 미만에서 90% 미만으로 완화한 것을 들 수 있다. FTA로 인해 수입이 늘어나 해당 품목의 가격이 평균가격(직전 5개년 평균) 대비 90% 미만으로 떨어지게 되면 차액의 90%를 보전해주는 제도다. 품목별 지급한도는 법인 5,000만 원, 개인 3,500만 원이다.

또한 무역조정 지원제도도 개선했다. 역시 FTA로 인해 수입이 증가함에 따라 피해를 입거나 입을 가능성이 높은 기업의 경영 개선을 위해 융자 및 상담을 지원하는 무역조정 지원



제도의 피해 기준을 현행 20% 감소에서 5~10%대로 낮췄다.

축산발전기금 확충 및 감골지원 확대도 빼놓을 수 없다. 축산발전기금을 10년 간 2조 원 확충했다. 축사 시설 현대화 지원도 기존 1,633억 원에서 4,885억 원으로 늘렸고, 조사료 생산기반 확충 자금도 기존 1,065억 원에서 1,240억 원으로 175억 원 늘렸다. 감골지원사업은 기존 265억 원에서 384억 원으로 대폭 늘렸다.

비과세되는 가축의 공제두수를 늘리고 부업소득 금액도 늘려 잡았다. 예를 들어 가축별 공제두수의 경우

소·젖소는 30마리에서 50마리로, 돼지는 500마리에서 700마리로 늘어났다. 어업 비과제도 기존 양식어업에 한정했던 것을 연근해·내수면 어업으로 확대했다. 비과세 부업 소득금액은 기존 1,800만 원에서 2,000만 원으로 늘렸다. 비과세 부업 소득금액이란 농어민이 부업으로 경영하는 축산·양어·민박·음식품 판매·특산물 제조 등을 말한다.

또한 밀·콩·보라·옥수수·호밀·조 등 19개 품목을 대상으로 재배면적 헥타르당 40만 원을 지급하는 밭농업 직불제를 도입했다. 대상 농가는 약 68만1,000호로 올해 624억 원의 예산이 쓰인다. 섬 지역 어가의 소득보전을 위해서도 가구당 49만 원의 수산직불제를 실시하고 있는데, 올해 50km 이상 떨어진 45개 도서, 51개 어촌계, 4,415 어가가 혜택을 받는다.

중소기업·소상공인 지원으로는 중소기업 창업 및 진흥기금 내에 별도의 소상공인 진흥계정을 신설해 소상공인 금융 지원·과밀 업종 구조개선 및 구조 고도화 등을 안정적으로 지원해나갈 예정이다. 정부는 국내 보완대책의 효율적인 관리방안으로 이미 지자체와 합동으로 지난 4월 27일 충북의 과수·원예 농가를 방문했고, 5월 10일과 25일에는 부산과 강원 수산업계를 찾았다. [E]

한·베트남 FTA 협상 개시를 앞두고

새로운 기회의 땅... 한국 기업 투자 활발



글 권경덕 KOTRA 하노이 무역관 차장

올해는 한·아세안 자유무역협정(FTA)이 발효된 지 5년째다. 그러나 오랜 시간이 지났음에도 불구하고 우리 기업들의 한·아세안 FTA 특혜관세 활용률을 보면 대(對)아세안 수입보다 수출이 매우 낮은 것으로 드러나고 있다. 이는 복잡한 원산지 증명 절차, 현지 수입상들의 낮은 인지도에 기인한다.

아세안 회원국 중 베트남은 2011년 기준으로 한국의 제 8위 수출 대상국이자 제4위의 투자 진출국이다. 우리나라의 대(對)베트남 수출은 135억1,200만 달러, 수입은 50억8,140만 달러를 기록 중인데, 2000년 이후 양국 간 교역 규모 증가율은 연평균 약 23%에 달한다.

KOTRA 하노이 무역관은 2011년 2~3월 두 달에 걸쳐 베트남 주요 바이어의 한·아세안 FTA 이용 현황을 조사한 바 있다. 그 결과 한·아세안 FTA 적용 품목이 약 8,000개에 불과했고 베트남의 최혜국대우(MFN) 관세에 비해 한·아세안 FTA 관세 인하가 크게 낮지 않은 것으로 나타났다. 또한 복잡한 절차 때문에 FTA를 활용하기보다 저렴한 중국산 수입이 유리한 것으로 드러났다. 즉, 한국과 베트남 간 교역이 증가하고 있는 데 비해 FTA가 수출 촉진에 별 도움이 되지 못하고 있다는 의미다. 베트남은 이미 중국·ASEAN FTA, 일본·베트남 EPA 등이 발효 중이고 주요국 간 베트남 시장 선점을 위한 경쟁도 갈수록 치열해지고 있다.

‘한국과의 FTA로 경제 발전한다’는 인식 확대

우리도 아세안 국가 중 베트남 같은 주요 교역 대상국과 양자 간 FTA를 추진, 개방 확대를 모색하고 있다. 지난해까지 한국과 베트남은 FTA의 경제적 효과에 대한 공동 연구를 수행했다. 사실 이전까지 베트남은 자국의 무역수지 적자 확대를 우려해 FTA 협상에 소극적이었다. 하지만 공동 연구 등으로 FTA를 통한 베트남 경제적 성장이 면밀히 검토되면서 분위기가 바뀌어 가는 추세다. 비록 만성적인 무역수지 적자 구조임에도 불구하고 FTA 체결이 베트남 경제에 긍정적으로 작용하는 측면이 많다는 점을 평가하기 시작한 것이다. 이런 인식의 변화는 협상 참여로 이어졌다.

베트남이 한국으로부터 수입하는 품목은 대부분 한국 투자 기업에 의한 원부자재 수요다. 한국

산 부품이 사용된 최종 생산 제품이 전 세계로 수출되고 베트남의 국제 수지에 기여하는 것이다. 베트남의 전체적인 산업 발달과 고용 창출에도 FTA가 기여한다는 평가도 최근 들어 활발해지고 있다. 예를 들어 한국의 전자회사가 투자한 휴대전화 생산 공장은 한국으로부터 부품을 조달해 전 세계에서 50억 달러 이상의 수출 실적을 거두고 있다.

환태평양동반자협정(TPP) 협상에도 참여하고 있는 베트남은 미국과 높은 수준의 FTA를 체결한 한국의 경험과 무역정책을 높이 평가하고 있다. 한국과의 FTA를 통해 제조업은 물론 물류·금융·통신 등 낙후된 베트남의 서비스산업 발전을 기대하는 배경이다. [E]

베트남 시장을 선점하기 위한 세계 각국의 경쟁이 치열해지고 있다. 사진은 호찌민시에 들어선 롯데마트 매장.

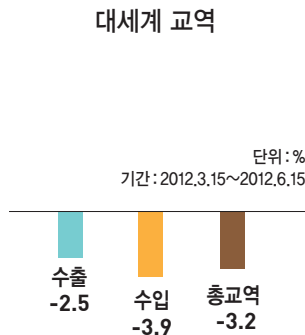
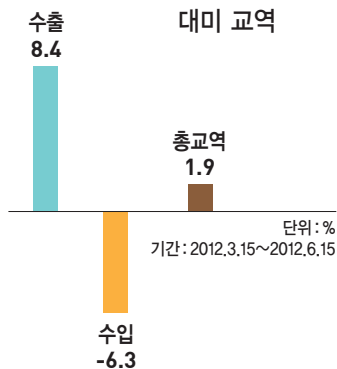


한눈에 보는

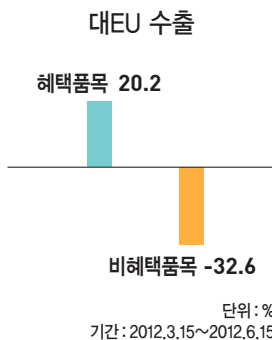
한·미 FTA & 한·EU FTA 발효 성과

1. 교역

한·미, 한·EU FTA 발효 이후 교역규모 전년 동기 대비 증가율



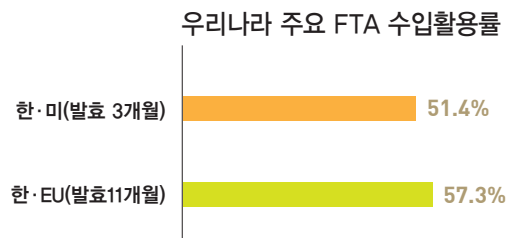
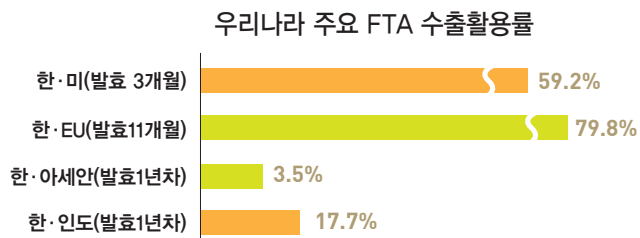
한·미 FTA 발효 이후(3. 15~6. 15) 대미(對美) 수출은 166억 달러(8.4% 증가), 수입은 115억 달러(6.3% 감소)로 무역수지는 51억 달러 흑자를 기록했다. FTA 혜택 품목군의 수출이 비혜택 품목군의 수출보다 크게 증가하면서 대미 수출 증대를 견인했다. 특히 자동차부품(18%), 석유제품(8%), 고무제품(15%) 등 주력 품목의 수출이 큰 폭으로 증가했다. 수입은 FTA 혜택 품목의 증가(4.2%)가 비혜택 품목의 감소(15.1%)를 일정부분 상쇄해 수입 감소세가 둔화됐다.



한·EU FTA 발효 이후 약 1년간(2011. 7. 1~2012. 6. 15)의 대EU 수출은 487억 달러, 수입은 469억 달러로, 무역수지는 18억 달러 흑자를 기록했다. 수출은 12.1% 감소했다. 혜택 품목의 수출이 크게 증가했음에도 선박 등 비혜택 품목의 감소폭이 커 전체 수출은 감소했다. 혜택 품목의 수출은 총 20.2% 상승했는데, 특히 자동차(38.0%), 자동차부품(15.8%), 석유제품(23.9%) 등 FTA 수혜 품목의 수출이 크게 증가했다.

전체 수입은 13.5% 증가했다. FTA 혜택·비혜택 품목의 수입이 고르게 증가했다. 특히 혜택 품목의 수입액은 12.9% 증가했다. EU산으로 거래선을 다변화한 원유(전년 동기 0→15.8억 달러) 및 석유제품(106.2% 증가)의 수입이 크게 증가했다. 가방(35.0% 증가), 신발(31.0% 증가), 시계(51.1% 증가), 화장품 등(10.2% 증가) 소비재의 수입도 눈에 띄게 늘었다.

2. 활용률



한·미 FTA 수출활용률은 59.2%로 다른 협정의 발효 1년차(한·아세안 3.5%, 한·인도 17.7%)와 비교할 때 높은 수준이다. 미국의 개방 수준이 높아 FTA 활용유인이 크고, 수출업체 컨설팅·설명회 등 이행 준비를 차질 없이 진행한 결과다. FTA 수입활용률도 51.4%로, FTA 발효 이후 꾸준히 증가했다. 한편 한·EU FTA 수출활용률도 79.8%로 매우 높다. 한·EU FTA가 개방 수준이 높아 FTA로 인한 관세 절감 유인이 크고, EU 수출 주요 기업의 인증수출자 지정을 조기에 완료하는 등 이행 준비를 차질 없이 진행한 결과다. 수입 부문 FTA 활용률도 57.3%로 안정적으로 증가했다. 한·페루, 한·미 FTA의 발효로 인한 수입 기업의 FTA 학습 효과를 고려할 때, 향후에도 점진적인 증가가 예상된다.

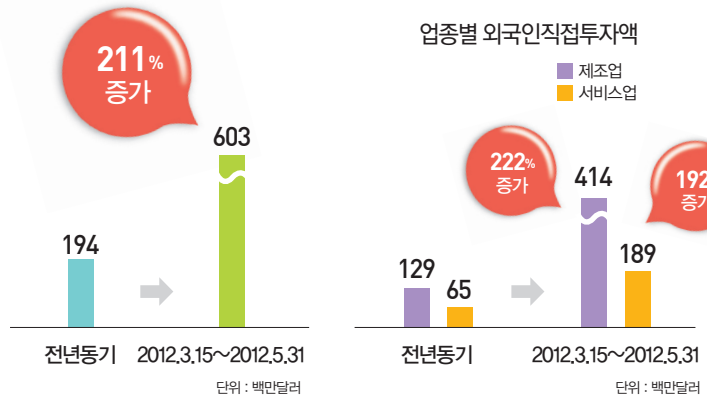


한·EU, 한·미 FTA 시행 초기지만 긍정적인 신호들이 감지되고 있다. 관세 효과를 누리는 품목에 대해 국내 수출업체들은 EU와 미국에서 수출 물량을 확대하며 점유율을 늘리고 있다. 반면 국내 수입업체들은 FTA 효과를 통해 도·소매 가격을 내리고 있는 것으로 나타났다. 국내외의 어려운 경제 여건 속에서도 FTA가 우리 경제의 버팀목 역할을 톡톡히 하고 있는 것이다. 글 이진원 기자

3. 투자유치

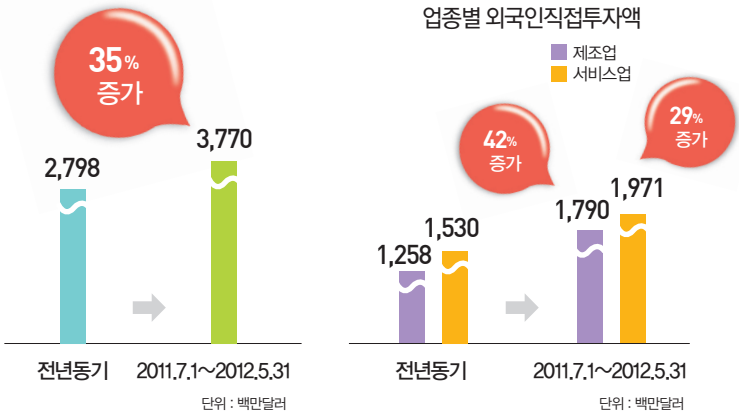
한·미 FTA 발효 이후 외국인직접투자

한·미 FTA 발효 이후(3. 15~5. 31) 외국인직접투자(신고)는 전년 동기(1억9,400만 달러) 대비 211% 증가한 6억300만 달러를 기록했다. 업종별로는 제조업(222%), 서비스업(192%) 등 모두 크게 증가했다. 형태별로 살펴보면 FTA 발효 등 한국의 투자매력도 상승에 따라 증액투자(53%)에 비해 신규투자가 증가했다(7600만→4억1600만 달러, 447% 증가). 유형별로는 신규 공장 설립 등 고용창출 효과가 있는 그린필드형 투자(1억5200만→5억9900만 달러, 295% 증가)는 증가했다.



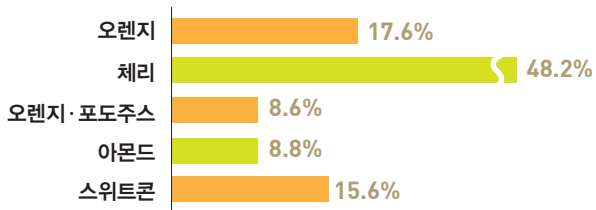
한·EU FTA 발효 이후 외국인직접투자

한·EU FTA 발효 이후 11개월간(2011. 7. 1~2012. 5. 31) 외국인직접투자(신고)는 전년 동기(27억9,800백 달러) 대비 35% 증가한 37억7000만 달러를 기록했다. 업종별로는 제조업(42%), 서비스업(29%) 모두 증가했다. 형태별로는 증액투자(2%)보다 신규 투자(38억5000만→12억5400백만 달러, 225% 증가)가 크게 늘었다. 유형별 M&A형 투자(8% 증가)에 비해 고용 창출과 관련한 그린필드형 투자(22억2100만→31억4800만 달러, 42% 증가)가 크게 증가했다.

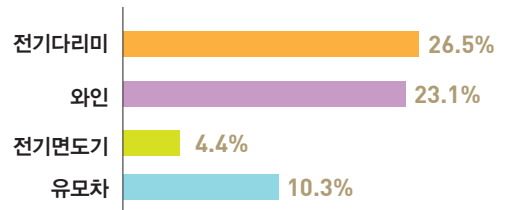


4. 주요 소비재 가격

한·미 FTA 이후 미국산 제품 가격 하락율



한·EU FTA 이후 유럽산 제품 가격 하락율



※품목별로 1개 브랜드 조사.



한·EU FTA 발효 1주년 성적표

초반 우려 사라지고, 한국산 제품 유럽서 인기몰이

사상 최악의 재정위기로 극심한 경기 침체를 겪고 있는 유럽. 하지만 꿈꿨던 유럽의 시장 상황에도 불구하고 품질과 가격경쟁력까지 갖춘 한국산 제품의 선호도는 높아지고 있다. 한·EU FTA 발효 이후의 뚜렷한 변화다.

글 장승규 기자 사진 한국경제신문

국내 자동차 업체들이 작년 7월 발효된 한·EU FTA 효과를 톡톡히 보고 있다. EU 자동차 시장은 2008년 금융위기 이후 서유럽 재정위기 등이 이어지면서 4년째 뒷걸음을 하고 있다. 하지만 H사와 K사의 1~5월 유럽시장 점유율은 5.8%로 작년 같은 기간에 견줘 1.1% 포인트 상승했다. 특히 지난 4월에는 시장점유율이 사상 처음 6%대로 올라서는 기염을 토했다. 반면 같은 기간 일본 자동차 업체들의 유럽시장 점유율은 대폭 하락했다. T사가 전년 대비 5.2%, N사와 H사가 각각 6.4%, 16.7% 하락했다.

자동차는 한·EU FTA로 인한 관세 인하 혜택을 받는 대표적인 품목으로 꼽힌다. 10%였던 EU 자동차 관세는 지난해 7월 FTA 발효와 함께 1,500cc이하는 8.3%로, 1,500cc초과는 7%로 즉각 관세가 인하됐다.

이러한 관세 인하 효과는 운송기간 등을 감안하면 이미 작년

5월부터 영향을 미쳤다. 작년 1~4월 1,500cc 이하 한국산 자동차 판매는 전년보다 17.1% 줄었지만, 한·EU FTA 관세 인하 효과가 영향을 미치기 시작한 5월 이후 상황이 역전돼 작년 5~12월에는 판매가 무려 184.2% 증가했다. 1,500cc이하 소형차는 실용성을 중시하는 유럽 소비자들이 선호하는 모델이다.

FTA 혜택품목 수출 증가세 뚜렷

한·EU FTA의 혜택을 본 것은 대기업만이 아니다. 충남 천안에 주력 생산 공장을 두고 있는 E사는 지난해 EU지역 수출액이 무려 6배 가까이 급증했다. 1980년대 외국계 기업의 국내 대리점으로 출발한 이 업체는 1997년 외환위기로 도산위기를 겪기도 했다. 그 후 재기에 성공해 반도체와 디스플레이, 발광다이오드(LED) 제조장비에 탑재되는 진공펌프를 생산, 수출하는 전문기

업으로 성장했다. 현재는 차세대 진공펌프를 국산화하기 위한 기술 개발에 주력하고 있다.

지난해 E사가 한·EU FTA 발효 이후 9개월간 절감한 관세액만 따져도 30만 달러에 달한다. 이 업체는 대(對)EU 수출이 호조를 보이고 신규 공장이 본격적인 가동에 들어가면서 직원 수가 지난해 500여 명에서 올해 700여 명으로 크게 증가했다. 한·EU FTA 효과가 신규 고용 창출로까지 이어지고 있는 셈이다.

한·EU FTA는 한국이 거대 선진 경제권과 정식 발효한 첫 번째 FTA다. 그래서 추진 단계부터 기대와 우려의 목소리가 교차했다. FTA 발효에도 불구하고 대EU 수출이 부진한 것으로 나타나자 한때 일각에서 FTA 회의론이 나오기도 했다. 하지만 발효 1년을 종합적으로 돌아보면 긍정적인 평가가 압도적이다.

한·EU FTA 발효 이후 약 1년(2011.7.1~2012.6.15) 동안 한국의 대EU 무역은 수출 487억 달러, 수입 469억 달러로 18억 달러의 흑자를 기록했다. 흑자폭만 보면 전년 같은 기간(140억 달러)에 비해 감소한 것이 사실이다. 하지만 이는 유럽 재정위기로 인한 요인이 크다.

전체적으로 보면 한·EU FTA 발효 이후 약 1년간 한국의 대EU 수출은 12.1% 줄어들었다. 하지만 한·EU FTA 혜택품목과 비혜택 품목을 나눠보면 이야기가 달라진다. 전체적인 수출 감소에도 불구하고 혜택품목은 수출 증가세가 뚜렷했다. 전년 같은 기간에 견줘 혜택품목 수출은 무려 20.2%나 증가했다. 자동차가 38%, 자동차부품이 15.8%, 석유제품이 23.9%의 수출증가율을 기록했다.

수요의 가격탄력성이 커 가격 변화에 민감한 폴리에스터(관세 4%)도 시장점유율을 극적으로 끌어 올렸다. 이탈리아에서 한국산 폴리에스터의 시장 점유율이 3위에서 1위로 치솟았으며, 벨기에에서는 수입시장의 80%를 점령했다. 안경테(관세 2.2%)와 모조액세서리(관세 4%)도 수출금액이 400% 이상 수직상승했다.

전기다리미 가격 큰 폭 하락, 국민 70%도 '긍정적'

기업들도 한·EU FTA 활용에 적극적으로 나섰다. FTA 발효 이후 약 1년간 한·EU FTA 수출활용률은 79.8%를 기록했다. 이는 한·미 FTA(수출활용률 59.2%)는 물론 기존의 다른 협정과 비교해도 이례적으로 높은 수준이다. 이는 한·EU FTA가 품목 수 기준으로 EU는 99.4%, 한국은 95.8%의 관세를 3년 내 조기철폐하기로 하는 등 개방 수준이 높아 관세절감 효과가 뚜렷하기 때문으로 풀이된다. 또한 주요 수출기업의 인증수출자 지정을 조기에 완료하는 등 이행 준비를 체계적으로 추진해온 정부의 적극적인 역할도 한몫했다는 평가다.

수출뿐 아니라 수입 부문에서도 FTA 활용도가 57.3%를 기록하는 등 안정적인 증가세를 유지하고 있다.

해외 투자 유치에서도 한·EU FTA 효과가 가시화됐다. 한·EU FTA 발효 이후 11개월간(2011.7.1~2012.5.31) EU로부터의 외국인 직접투자는 전년 같은 기간에 견줘 35% 늘어난 37.7억 달러를 기록했다. 업종별로 보면 제조업이 42%, 서비스업이 29% 증가했다. 투자형태 별로는 기존 투자에 대한 증액투자(2% 증가)보다 신규 투자(225% 증가)가 크게 늘었다. 또한 M&A형 투자보다 고용창출과 연계된 그린필드형 투자(31.4억 달러, 42% 증가)가 큰 폭으로 증가한 것도 주목할 만하다.

한·EU FTA 발효로 EU 제품에 대한 수입관세가 철폐되거나 대폭 인하되면서 물가 안정에도 기여하고 있다. EU산 제품의 경우 FTA 발효 후 약 1년 동안 조사대상 9개 품목 중 6개의 가격이 하락했다. 6월 14일 기준으로 가격하락률은 전기다리미 26.5%, 전기면도기 4.4%, 유모차 10.3% 등이다. 다만 조사대상 가운데 위스키 등 3개 품목은 가격 변동이 없었고, 전동칫솔은 가격이 오히려 상승한 것으로 나타났다. 이에 대해 해당 업체에서는 유가와 각종 원부자재 가격의 상승으로 FTA 관세 철폐 효과 이상의 원가 상승 요인이 발생했다고 설명하고 있다. [E]



한·EU FTA 발효 후 가격 하락 품목

(단위 : 원)

품목	브랜드	관세 인하율	기준가격 (2011.7.1.이전)	최근 점검일(6.14) (기준가격 대비 인하율)
전기다리미	테팔 FV9530	8%p	136,000원	100,000원 (-26.5%)
전기면도기	필립스 RQ 1260cc	8%p	349,000원	333,600원 (-4.4%)
프라이팬	휘슬러 알록스 프리미엄	8%p	200,000원	187,000원 (-6.5%)
와인	슬라시모 모스카토 다스티	15%p	19,500원	15,000원 (-23.1%)
유모차	잉글레시나	8%p	890,000원	798,000원 (-10.3%)
승용차	벤츠 E300	2.4%p	6,970만원	6,880만원 (-1.3%)

자료 : 공정거래위원회



유로존 위기와 한·EUFTA 전망

유럽 재정위기는 EU시장 확대의 ‘호기’

그리스에서 시작된 유럽 재정위기가 스페인, 이탈리아 등 중심국으로 확산되면서 유로존 위기가 고조되고 있다. 이러한 EU의 여건 악화는 모든 수출국에게 악재임에 틀림없지만, 한·EU FTA를 체결한 한국에게는 EU시장 내 점유율을 높일 수 있는 절호의 기회이기도 하다.

글 김득갑 삼성경제연구소 연구전문위원 사진 한국경제신문



유로존 탈퇴 위기에 내몰렸던 그리스는 긴축을 지지하는 신민주당이 총선에서 승리하여 연정을 구성함으로써 최악의 위기를 모면하게 되었다. 하지만 경제 여건상 긴축 이행 약속을 지키기 어려워 디폴트 위기는 지속될 것으로 보인다. 그렇지만 그리스에 대한 긴축의 강도가 완화되고, EU 차원의 경제적 지원이 이루어질 가능성이 있다. 이 경우 그리스 위기는 점차 완화될 것으로 예상된다.

사실 유로존이 깨지느냐 마느냐는 이탈리아와 스페인에 달려 있다. 이탈리아의 국가채무는 2011년 말 기준으로 GDP 대비 120%로 약 1.9조 유로에 달한다. 2012년 말까지 상환해야 할 만기도래 국채만도 2,000억 유로에 이른다.

스페인은 은행 위기에 직면해 있다. 경기 침체와 부동산 거품 붕괴에 따른 금융부실의 확대로 재정 악화 우려가 커지고 있다.

이런 추세대로라면 스페인의 정부부채는 GDP 대비 80% 이상으로 급증할 가능성이 높다.

만약 이탈리아와 스페인이 국채 발행을 통한 자금 조달에 실패할 경우 천문학적인 구제금융 신청이 불가피하다. 두 나라가 동시에 구제금융을 신청한다면, 그 규모는 EU와 IMF의 재원 한도를 훨씬 초과하게 된다. 이렇게 되면 국채 가격이 급락하면서 은행 손실이 확대돼 유럽발 금융위기가 현실화될 가능성이 높다.

하지만 다행히 이런 최악의 상황은 발생할 가능성이 낮아 보인다. 유럽중앙은행이나 유럽재정안정기금(EFSF)·유럽재정안정매커니즘(ESM) 등이 국채 매입에 나설 것으로 예상되기 때문이다. 따라서 구제금융 신청이라는 최악의 위기는 피할 가능성이 높다. 하지만 회원국들의 취약한 채무상환 능력을 고려할 경

우 당분간 현재와 같은 불안한 상태를 벗어나기는 어려울 전망이다. 유럽 재정위기는 유로본드 도입이나 재정통합 등 특단의 대책이 나오지 않는 한 회원국이 독자적인 채무상환 능력을 갖추기 전까지는 근본적인 해결이 어렵다. 전문가들은 유럽 재정 위기 극복에 5~10년의 기간이 걸릴 것으로 예상하고 있다.

재정위기에 대EU 수출 크게 증가

2012년 7월 1일은 한·EU FTA가 발효된 지 1년이 되는 시점이다. 한·EU FTA는 세계 최대 시장이자 주요 교역 파트너인 EU와의 무역 및 투자가 확대될 것이라는 측면에서 긍정적인 효과가 기대됐다. 특히 FTA 협상의 꽃이라 할 수 있는 관세인하 스케줄이 원만히 타결되면서 국내 기업들은 대EU 수출이 증가할 것으로 기대했다.

하지만 한·EU FTA가 발효된 후 약 1년간의 대EU 교역량을 보면 다소 기대에 못 미치게 보인다. 대EU 수출은 12.1% 감소했고, 무역수지 흑자도 18억 달러에 불과했다.

하지만 대EU 수출 및 무역수지 흑자 감소에도 불구하고 한·EU FTA의 효과를 평가절하해서는 곤란하다. 한·EU FTA 발효 후 1년만의 통계만으로 FTA의 효과를 평가하는 것은 시기 상조일 뿐만 아니라 FTA의 순수 효과를 정확히 반영하지 못하기 때문이다. 대EU 수출 부진은 유럽 재정위기로 인한 EU의 수입수요 감소 효과가 더 크게 작용한 측면이 강하다. 실제로 현재 유로존 경제는 재정위기로 인해 고전을 면치 못하고 있다. 각국 정부의 긴축과 신용경색의 여파로 성장률이 급락하고 실업률 상승세가 지속되고 있다. 주요 연구기관들은 2012년 유로존 경제가 마이너스 성장할 것으로 예상하고 있다.

유럽의 극심한 경기 침체로 인해 한·EU FTA 발효 후 약 1년 동안 한국의 대EU 수출은 전년 동기 대비 67억 달러 줄었다. 수출 감소의 주된 이유는 무관세 품목인 선박, IT 제품의 수출이 급감했기 때문이다. 선박(-47.3%), 무선전화기(-40.7%), 반도체

(-44.1%) 등 무관세 주요 품목의 대EU 수출이 무려 32.6%나 감소하였다. 반면 특혜관세 품목의 수출은 크게 증가하였다. 자동차(38.0%), 자동차부품(15.8%), 석유제품(23.9%) 등 특혜관세 품목 수출이 20.2% 증가하였다.

특히 자동차 분야에서만 대EU 수출이 38.0% 증가했으며, 수출 상위 품목 중에서 수출이 증가한 품목은 한·EU FTA로부터 특혜관세 혜택을 받은 품목들이었음을 알 수 있다.


이는 유럽 재정위기로 EU의 전체 수입이 줄어드는 어려운 상황에서도 한국의 대EU 수출은 한·EU FTA 혜택을 받는 품목들의 수출 호조로 인해 다른 나라들에 비해 선방했다는 의미이다. 한·EU FTA가 대EU 수출의 급격한 감소를 막는데 기여했음을 뜻한다.

중소기업의 다양한 제품 수출 늘려야

2020년까지 유로존 경제는 재정위기의 후유증으로 연평균 1%대 후반 성장에 그칠 전망이다. 전반기에는 재정위기 충격과 버블 제거를 위한 구조조정으로 인해 연평균 1%대 초반의 저성장이 예상되지만, 후반기에는 구조개혁에 힘입어 2%대까지 성장을 끌어올릴 수 있을 것으로 보인다. 재정위기 극복 과정에서 유로존의 역내 불균형 문제가 점차 해소되겠지만, 위기의 충격으로 고용 감소, 부동산 가격 하락, 복지혜택 축소 등 재정 취약국의 중산층 위축은 불가피해 보인다.

EU의 수출 여건 악화는 모든 수출국에게 악재임에 틀림없지만, 한·EU FTA를 체결한 한국에게는 EU시장 내 점유율을 높일 수 있는 절호의 기회이기도 하다. 유럽 국가와 소비자들은 앞아진 지갑 때문에 제품 가격에 민감할 수밖에 없다. 우리 기업들은 FTA의 관세 인하로 인한 가격경쟁력 향상으로 대EU 수출 역량이 강화될 것이다. 한국기업으로서는 관세 인하분 만큼 판매가격을 인하하거나 마케팅 활동 투자가 가능하기 때문이다.

기업들은 차별화된 제품과 기술력으로 서유럽 시장 공략을 강화해야 한다. 서유럽 시장에서 입지를 강화하기 위해서는 고부가가치화를 통한 제품 차별화 노력과 함께 브랜드 마케팅 활동을 전개해야 한다. 이러한 노력이 있어야만 원가경쟁력을 앞세운 중국과 기술력으로 무장한 미국, 일본 사이에서 너트래커(nutcracker) 상황을 돌파할 수 있다.

한편 소수 대기업형 품목에 의존하는 문제점을 해소하기 위해 중소기업형 수출 제품을 적극 개발해야 한다. 수출 제품의 다양화 없이는 한·EU FTA의 폭넓은 관세 인하 혜택은 '그림의 떡'에 불과하다는 사실을 명심해야 한다. 다양한 분야에서 중소기업의 수출이 늘어만 수출산업의 저변이 확대될 수 있다. 



세계 속으로 가는 한국 식품

한국 농축산물 '날개', 외식 프랜차이즈 '햇살'

케이팝 열풍에 세계가 들썩이고 있다. 한류 열풍의 선봉장이 케이팝이라면 '음식 한류'는 그 뒤를 든든히 받치는 후속 부대다. 케이팝에 흠뻑 빠진 유럽의 젊은 층은 음악과 더불어 가장 선호하는 한국 상품은 다름 아닌 음식이다.

글 김영대 연합 마이더스 기자 사진 한국경제신문



#1. 중국 상하이(上海). 국내 제빵 프랜차이즈 P사의 가맹점 모집 공고를 보고 1000여 명의 중국인이 몰려들었다. 고작 1곳 모집이라 경쟁률이 무려 1000 대 1 이나 된 셈. P사 관계자는 “현지인들의 가맹 요청이 빗발쳐 현재 80개에 못 미치는 매장을 2015년까지 200 개로 대폭 늘릴 예정”이라고 밝혔다.

#2. 영국 런던의 대형 마트 T사의 뉴몰든(New Malden) 매장. 이곳에 별안간 불고기·비빔밥·김밥 등 한국 음식 냄새가 풍기기 시작했다. 한국 만두를 처음 맛본 한 영국인은 “맛있다”는 감탄사를 연발했다. 영국에 익히 알려진 불고기는 굽기가 바쁘게 동남 지정이었다. KOTRA와 국내 유통 업체가 함께 마련한 ‘한국식품전’ 풍경이다.

케이팝 열풍과 한국 음식에 대한 인기가 세계를 홀리고 있다. 이뿐만이 아니다. 휴대전화·영화·드라

마·자동차·가전제품·의류 등 한국산 제품과 한국문화에 대한 인기는 하루하루가 다를 정도다. 특히 미국에서는 한국산 농축산 식품과 막걸리·김치·고추장 등을 찾는 현지인이 급격히 늘면서 한인 상점 지역의 임대료가 치솟았다고 한다. 지난해에는 뉴욕 맨해튼에 자리한 한국 식당 한 곳이 권위 있는 음식점 평가지 ‘미슐랭 가이드’로부터 한식당 최초로 ‘별’을 받기도 했다.

‘FTA 날개’ 단 한국 식품과 프랜차이즈

한국 기업에게 해외 진출은 숙명과도 같다. 국내시장이 워낙 좁아 내수만 바라보다가는 성장이 금세 정체되기 때문이다. 그러나 세계화는 험난한 과정이다. 낮은 땅에서 현지인에게 생소한 상품을 팔기도 어렵지만 각종 규제와 관세 등 무역 장벽도 높기만 하다. 이들 기업에 국가 간 FTA는 천군만마와도 같다.

한·미 FTA 발효와 함께 미국에 수출하는 한국 농축산물 가운데 60% 정도 관세가 사라졌다. 미주 한인들

의 식탁도 풍성해졌지만 한국에서 원재료를 들여와 영업하는 프랜차이즈 업체들에는 크나큰 희소식이 아닐 수 없다. 한식당을 운영하고 있는 한 프랜차이즈 업체 대표는 “FTA를 통해 한국산 식자재와 양념을 더 저렴하게 공수할 수 있게 돼 가격 경쟁력이 확 올라갔다”면서 “낮아진 문턱에 한국 음식을 맛보려는 현지인이 갈수록 늘고 있다”고 전했다.

세계인의 ‘밥도둑’ 된 김치와 고추장

대표적인 전통 음식인 된장·고추장·김치를 즐기는 세계 인도 날이 갈수록 증가하고 있다. 관세청에 따르면 지난해 이들 식품의 수출액은 총 1억3308만 달러로 2009년에 비하면 21.5%, 2010년보다는 9.7% 늘었다. 익숙하지 않은 맛과 강한 향 때문에 외국에게 통하지 않을 것 같던 김치와 고추장 등이 ‘건강식’이라는 인식이 확산되면서 인기를 끌기 시작한 것이다. 특히 김치가 세계 5대 건강 식품으로 인정받으면서 매출이 급격하게 증가했다.

국내 종합 식품 업체인 D사의 김치 브랜드는 김치 수출 최대국인 일본에서 눈에 띄는 실적 향상을 기록 중이다. 일본 대형 마트에서 인기 있는 상품인 ‘맛김치’ 판매량은 지난해 전년 대비 두 자릿수 이상 증가했으며 일본인의 입맛에 맞춰 개량한 ‘오징어김치’도 꾸준한 매출을 올리고 있다. 최근에는 캐나다 최대의 대형 마트인 S사와 ‘맛김치’ 공급 계약을 체결하고 200여 개 지점에 일제히 출시했다.

C사는 고추장과 된장 등을 팔면서 제품 포장지를 영어·중국어·일본어 등 다국어로 제작하고 있다. 또 매장에서는 현지 언어로 만든 홍보 영상물을 틀고 그 나라 사람의 기호에 맞는 고추장 활용 요리책을 함께 배포해 좋은 반응을 얻고 있다. C사는 이 같은 현지화 전략을 통해 매년 해외 매출이 15% 이상 신장하고 있다고 밝혔다.


“한국 좁다” 세계로 나가는 토종 외식 체인

경쟁이 치열한 국내 외식 시장에서 체력을 키운 토종 프랜차이즈 업체들은 때마침 불어 닥친 ‘한류’ 바람을 기세 좋게 올라타고 미주·유럽·아시아 등지로 거침없는 영역 확대에 나서고 있다.

제빵 업체 P사는 2004년 중국 상하이에 1호점을 낸 이후 지난 3월 베트남 호찌민에 해외 100호점을 열었다. 2020년까지 60개국에 3,000개의 매장을 내고 해

외시장에서만 2조 원의 매출을 올린다는 야심찬 포부다. 경쟁 업체인 T사도 중국과 베트남을 중심으로 해외에 42개 점포를 열었다.

스페인과 터키 소비자들은 국내 치킨 브랜드 B사를 통해 한국식 닭요리에 빠졌다. 국내 프랜차이즈 업체로는 처음 2003년 해외시장 공략에 나선 B사는 몽골·베트남·싱가포르 등 56개국에 350여 개의 매장을 냈다. 2020년까지 5만 개의 점포망을 갖춰 맥도날드를 넘어 세계 최대 매장을 보유하겠다는 원대한 계획도 마련해 둔 상태다.

전통 한식도 강세다. 2010년 싱가포르에 진출한 C사의 비빔밥 브랜드는 연내에 4호점까지 낼 예정이다. 국내 엔터테인먼트 업계도 한식을 부가 사업으로 택했다. SM엔터테인먼트는 일본 도쿄의 한식당 ‘포도나무’를 중심으로 한식 사업을 강화하고 있으며 JYP엔터테인먼트는 뉴욕에 한식당 ‘크리스탈벨리’를 최근 열었다. ‘원조 한류 스타’랄 수 있는 배용준의 키이스트는 ‘고시례(高失禮)’를 통해 한식 도시락과 김치·홍시·유자차·홍삼 등을 선보였다. 

스타벅스 제친 토종 커피, 중국까지 접수?

글로벌 커피 시장 부동의 1위를 자랑하던 S사를 불과 4년 만에 국내에서 뛰어넘으며 신화를 쓴 토종 커피 업체 C사는 지난 4월 말 베이징의 왕진, 올림픽공원, 중관춘 등 3곳에 매장을 동시에 열고 중국 공략의 신호탄을



쏘아 올렸다. 올 2월 미국 뉴욕 맨해튼에 매장을 개설했던 데 이는 두 번째 해외시장 진출로, C사는 2015년까지 중국 내 매장을 모두 1500개로 늘릴 계획이다.

C사가 이토록 자신감을 보일 수 있는 근거는 두 가지다. 중국커피산업연합회에 따르면 중국의 성인 1명이 1년 동안 마시는 커피는 고작 3잔밖에 안 된다. 한 해 400잔을 마시는 한국 사람은 물론이고 240잔인 세계 평균과도 비교조차 힘들다. 워낙 차(茶) 문화가 발달한 때문인데, 그래서 역설적으로 성장 가능성이 높다는 분석이다. 최근 차 대신 커피를 마시는 중국 젊은이가 늘면서 속속 외국 커피 회사가 들어오는 게 증거다.

시장 전망을 밝게 보는 또 하나의 근거는 최근 논의를 시작한 한·중 FTA다. 성사만 된다면 원재료 공급 부담을 덜어 주고 함께 중국인들의 한국 기업에 대한 인식도 지금보다 더 좋아질 게 자명하기 때문이다. C사 관계자는 “무한한 성장 가능성을 가진 중국 시장을 놓칠 수 없었다”며 “3년 내에 경쟁 브랜드를 제치고 1위로 우뚝 설 것”이라고 자신감을 감추지 않았다.



서울의 상징색인 단청 빨강과 해치 문양 디자인의 서울시티투어버스에 외국인 관광객들이 탑승하고 있다.

천만 외국인 관광객을 잡아라

‘쇼핑’서 ‘의료’까지... 메이드 인 코리아 ‘굿’

한국을 찾는 외국인 관광객들이 급증하고 있다. 미국과 유럽뿐만 아니라 앞으로 중국·일본 등과의 FTA 등으로 한국을 찾는 외국인 관광객이 계속 증가할 전망이다. 이에 따라 기업·정부·지방자치단체를 가리지 않고 외국인 관광객들을 사로잡기 위한 마케팅 열전도 갈수록 치열해지고 있다.

글 김희경 한국경제 중기과학부 기자 사진 한국경제신문

몇 년 전까지 일본인 관광객이 명동을 점령했다면, 이제는 중국인 관광객들이 그 자리를 대신하고 있다. 일본인들과 달리 ‘큰손’으로 불리는 중국인들의 특성상 한·중 FTA가 체결되면 국내 관광산업이 한 단계 더 성장하는 계기가 될 것으로 예상된다.

몰려드는 외국인 관광객 유치에 가장 큰 공을 들이고 있는 건 역시 기업들이다. 저마다 특색 있는 다양한 마케팅 전략을 속속 선보이고 있는 것. 최근에는 독자적인 마케팅 활동에서 벗어나 지자체 등과 협력하는 사례도 눈에 띄고 있다. 서울시와 서울관광마케팅은 지난 6월 29일부터 한 달간 외국인 관광객을 위한 쇼핑 관광 축제 ‘2012 서울 서머 세일(Seoul Summer Sale 2012)’을 열고 있다. 최근 ‘한류’ 열풍으로 증가하고 있는 젊은 여성 쇼핑 관광객들을 타깃으로 한 것이다.

외국인 관광객이 선호하는 백화점·면세점·대형마트·쇼핑몰·문화관광 시설 등을 포함해 국내 화장품 브랜드와 기업이 대거 참여하는 할인 행사와 각종 이벤트·경품 행사도 진행되고 있

다. 또한 지난해에 이어 한류 스타 ‘슈퍼주니어’를 홍보 대사로 다시 위촉해 홍보 활동을 진행할 예정이다.

한류의 상징인 춘천 남이섬엔 ‘외국인 전용 시내 면세점’이 추진된다. 강원도는 남이섬 외국인 전용 시내 면세점 유치를 위해 신청 요건인 운영인의 자격과 기본 시설 요건 등을 검토한 후 결정 사유가 없으면 관세청에 신청할 계획이다.

관세청은 외국인 관광객의 쇼핑 편의 증진과 우수 중소기업 판매 지원 등을 위해 외국인 전용 시내 면세점을 추가로 허용할 방침이다. 올 상반기 중에 지역별 신규 특허 기준을 공고한 후 7월 이후에 보세 판매장 특허심사위원회 심의를 거쳐 면세점을 추가 승인한다.

기업·지자체, 외국인 관광객 유치 ‘사활’

문화체육관광부와 한국관광공사는 강변 자전거 길을 활용해 중국 관광객들을 대상으로 한 지역 자전거 파일렛 상품을 개발 중

이다. 이를 위해 지난 6월 18일부터 22일까지 중국 관계자들을 초청해 팸투어까지 열었다. 이번 팸투어에는 중국 지역 여행사·동호인·언론인 및 국내 동호인과 관계자 등 30여 명이 참가했다.

중국에서 온 관계자들은 텐진항에서 배를 타고 인천항으로 입국한 후 중국에서 직접 가져온 자신의 자전거를 타고 경인아라뱃길 서해감문부터 한강 여의도 선착장까지 이어진 강변 자전거 길을 체험했다. 이어 서울시티투어, 춘천 남이섬 등 연계 관광 코스도 답사했다.

기업들은 전용관을 운영하며 외국인 관광객들의 발길을 끌고 있다. 서울시 중구에 있는 C그룹은 본사 지하 1층에 자사의 외식 브랜드가 모아 놓았다. 단일 외식 브랜드가 모여 있는 장소로서 아시아 최대 규모다. 이곳에선 같은 건물 3층에 있는 연구소에서 개발된 새로운 음식들을 가장 먼저 소개하며 제품 출시도 최종 결정된다. 최근 이곳을 가족 단위 고객뿐만 아니라 외국인 관광객들도 많이 찾고 있다. 다양한 한식을 맛보려는 이들이 늘고 있기 때문이다.

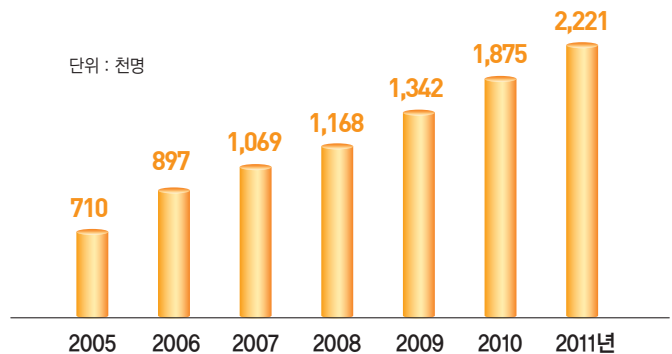
서울시 서초동에 있는 S전자 본관 1층 전시관은 특히 중국 관광객들에게 열렬한 호응을 얻고 있다. 최신 IT 기기를 체험하고 다양한 관련 액세서리까지 구매할 수 있기 때문이다.

한류 열풍으로 인기를 얻고 있는 연예인들을 활용한 이른바 '스타 마케팅' 전략도 빠질 수 없다. L백화점 부산본점의 한 명품 매장에서는 최근 TV 드라마에서 탤런트 김남주가 들고 나온 작은 버클백과 핑크색 토트백이 방송 직후 한 달 만에 모두 팔렸다. 이는 국내 소비자뿐만 아니라 외국 관광객들이 대량으로 구매한 덕분이다.

같은 백화점의 한 의류 브랜드도 스타 마케팅의 효과를 톡톡히 누린 케이스다. 최근 한 TV 오락 프로그램에서 개그맨 유재석과 출연진이 이 브랜드의 옷을 입고 나오면서 방송 매출이 세 배나 늘었다.

이 백화점 관계자는 "한국 스타가 입고 나온 의류를 보고 찾아오는 중국인 관광객이 크게 늘었다"며 "스타 마케팅으로 중국 내 입점한 브랜드들의 인지도가 크게 높아져서인지 여러 벌을 저렴한 가격으로 구입하기 위해 일부러 한국을 찾아 매장을 방문하는 단골손님까지 생겼으며 이런 흐름이 지속될 것"이라고 예상했다. [E]

연도별 중국인 관광객 수 추이



자료 : 한국관광공사

'의료 관광' 또 다른 FTA 수혜주

지난 4월 16일 박재완 기획재정부 장관은 정부중앙청사에서 열린 대외경제장관회의 자리에서 "중국과의 FTA 추진으로 진입장벽을 걷어내고 교육·의료·문화·관광 분야의 협력을 강화할 것"이라고 밝혔다. 정부 차원에서 거대 중국 시장의 중요성을 인정하고 대응해 나가겠다는 뜻이다.



중국을 비롯한 신흥국들의 내수 시장이 커지고 소득수준이 높아지면서 새롭게 주목받는 분야가 바로 '의료 관광' 시장이다. 소득수준이 높아질수록 의료와 같이 삶의 질과 관련된 부문의 수요가 급증하기 때문이다.

지난해 의료 관광을 위해 한국을 찾은 외국인인 11만 명에 달했다. 충북 지역은 2010년 300명 불과하던 의료 관광객 수가 1년 사이 30% 정도 늘었다. 의료 관광객 한 사람이 쓰는 돈은 평균 249만 원 수준이다. 의료 관광 허용 이후 3년 만에 외국인 의료 수입은 1억 달러를 돌파했다. 이에 따라 전국 12개 지자체는 전담 부서까지 만들어 앞다퉈 의료 관광 활성화에 나서고 있다.

대구시는 지난 4월 한국관광공사와 공동으로 방글라데시 국영 방송국 프로듀서 및 스태프를 초청, 지역의 의료 관광을 소개하는 다큐멘터리와 기사를 제작하고 이를 방글라데시에 방영했다. 이에 따라 6월엔 방글라데시 회원 200명이 대구를 방문, 한방·건강검진·안과 등 대구의 우수한 의료 서비스를 체험하고 돌아갔다. 중국 의료 관광객도 방문한다. 라이온스 세계 대회에 참가하는 칭다오 라이온스 회원 50여 명은 대구를 방문해 한방 미용 시술 및 건강검진을 받는다. 또 6월 말에는 대구에 유학 중인 중국 유학생 부모들이 방문해 의료 관광을 즐겼다. 이들은 자녀의 여름방학을 맞아 대구를 방문해 건강검진, 피부 케어 등 자신이 평소에 관심 있었던 의료를 시술받았다.

인천의료관광재단은 국내 지자체로는 처음으로 우즈베키스탄 수도 타슈켄트에 사업 거점을 설립하고 중앙아시아 의료 관광객 유치에 본격적인 공략에 나섰다. 외국 현지에서 사무실을 열고 의료 관광객 유치 활동에 나선 것은 인천이 국내 최초다.

신춘수 오디뮤지컬컴퍼니 대표

한국 뮤지컬의 세계화에 도전하다



뛰어난 안목과 탄탄한 제작력으로 지난 10년간 한국 뮤지컬의 성장에 지대한 영향을 미친 인물로 평가받는 신춘수 대표. 그런 그가 국외 프로덕션과의 파트너십, 공동제작 경험을 바탕으로 세계 무대 진출에 앞장서며 또 하나의 역사를 써내려가고 있다.

글 장진원 기자 사진 오디뮤지컬컴퍼니 제공



신춘수 오디뮤지컬컴퍼니 대표는 뮤지컬계에서 가장 핫(Hot)한 인물 중 한 명이다. 최다 관객, 최고 매출 등 한국 뮤지컬 역사의 기록을 모두 갈아치운 '지킬 앤 하이드'를 시작으로 '뎌 오브 라만차', '드림걸즈', '닥터 지바고' 등에 이르기까지 도전과 실험을 바탕으로 한 최고의 뮤지컬을 선보여왔기 때문이다. 또한 아이돌 스타, 신인 뮤지컬 배우 같은 파격적인 캐스팅으로 국내 뮤지컬의 세대교체를 주도해왔다. 신 대표가 지난 10년 간 한국 뮤지컬 성장에 큰 영향을 미친 인물로 평가받는 이유다.

신 대표는 국내에서 가장 활발하게 세계무대 진출을 모색해온 사람이기도 하다. 그간 '파자마 게임(미국)', '더 스토리 오브 마이 라이프(미국)', '닥터 지바고(호주)', '사관과 신사(호주)' 등 다양한 작품에 공동제작자로 참여했다. 탄탄한 제작력과 폭넓은 경험 및 네트워크를 통해 호주, 미국, 영국 등으로부터 끊임없이 공동제작 제안을 받고 있는, 아시아를 넘어 세계가 주목하고 있는 공연 예술인이 바로 신 대표다.

글로벌 뮤지컬 제작 등 본격적인 세계 무대 진출 행보를 시작 하셨는데, 계기와 소신이 있을 듯합니다.

더 좋은 작품을 더 많은 사람들에게, 더 많은 곳에서 보여줄 수 없을까를 고민하면서 보다 넓은 시장으로 나아가는 것이 맞겠다고 생각했어요. 또한 한국 뮤지컬 산업의 발전과 함께 앞으로 포화상태가 될 한국 시장을 벗어나 뮤지컬 본고장인 브로드웨이와 웨스트엔드에서 한국 뮤지컬의 우수성과 상품성을 보여주고 싶었어요. 2006년부터 국외 시장으로 눈을 돌려 ‘지킬 앤 하이드’와 ‘맨 오브 라만차’가 일본에 진출했고, 2008년 한·미 합작 프로젝트인 ‘드림걸즈(Revel)’를 국내 무대에 세계 초연으로 올리기도 했죠. 특히 ‘드림 걸즈’를 통해 해외 네트워크와 파트너십의 중요성을 많이 알게 되었어요.



특히 ‘닥터 지바고’는 ‘제너럴 파트너십’을 기반으로 한 새로운 제작방식으로도 크게 주목받았는데 제너럴 파트너십의 의미와 이러한 방식을 선택하신 이유는 무엇입니까?

제너럴 파트너십은 쉽게 말해 ‘공동 프로듀싱’이라 할 수 있어요. 한국의 저와 미국, 호주의 프로듀서들이 공동으로 협업을 한 작품이죠. ‘닥터 지바고’는 2011년 호주에서 초연되었고, 아시아에선 한국에서 최초로 공연되었어요. 곧 브로드웨이와 웨스트엔드에도 올려질 예정이에요. 제너럴 파트너십을 통해 ‘닥터 지바고’의 세계 진출이 좀 더 수월해질 수 있었죠.


원래부터 도전과 실험하는 기질이 남다르셨던 건가요, 아니면 오랜 경험을 바탕으로 한 결과인가요?

도전을 좋아하는 성격이기도 하고, 그간 경험들이 새로운 도전의 바탕이 되기도 하니 두 가지 모두 해당되는 것 같아요. 그동안 프로듀싱한 작품들의 성격을 보면 제 성향이 좀 드러나는데, 이를 테면 ‘지킬 앤 하이드’는 국내에선 크게 성공했지만 사실 브로드웨이에서는 기대에 못 미쳤죠. 그리고 초연부터 참여했던 조승우 씨 역시 당시에는 가능성이 있는 젊은 배우 정도였어요. 오디션이나 작품을 검토할 때 가장 주안점을 두는 부분이 바로 이 ‘가능성’이에요. 안정적인 방법보다는 예상한 가능성을 염두에 두고 작업할 때, 그리고 그 가능성을 실현하기 위해 노력할 때 큰 만족감을 느껴요. 그런 작품들이 흥행도 되고요.

한국이 FTA 허브로 거듭나는 시점에서 국내외 문화 교류가 더욱 활발해질 텐데, 뮤지컬의 세계화를 위해 앞으로 어떠한 준비와 대처가 필요하다고 보시는지요?

‘크리에이티브팀’ 양성 부분이 상당히 중요할 것으로 봐요. 아직까지도 한국에서 성공한 뮤지컬 대부분이 브로드웨이 같은 해외 작품들이죠. 창작 인력 양성과 확보를 통해 국내 뮤지컬도 세계 무대에 활발히 소개될 수 있기를 기대해 봐요. 또한 해외 공연물 라이선스 취득과 공연물 관리에 대한 인력 양성이 필요해요. 이러한 과정으로 한국 뮤지컬이 세계에 진출하는 사례가 많아지고, 반대로 아직 한국에 알려지지 못한 외국의 훌륭한 작품들도 많이 소개될 수 있지 않을까 해요. 국내 창작 인력들도 지난 10년 간 외국 뮤지컬, 해외 스태프와의 작업을 통해 근 몇 년 내 세계 시장을 목표로 하는 우수한 뮤지컬을 만들어낼 수 있지 않을까요. 저 역시 이런 준비를 하고 있고, FTA가 앞으로 우리의 훌륭한 문화 콘텐츠를 해외에 알리는 데 큰 힘이 될 것을 기대합니다.

지금까지도 많은 성과를 거두셨는데, 대표님의 또 다른 꿈은 무엇입니까?

한국의 ‘디즈니’를 만들고 싶어요. 언젠가 책에서 읽은 디즈니의 “맥도널드는 햄버거를 만들지만, 우리는 행복을 만듭니다”라는 신입사원 교육목표가 와 닿더라고요. 저 또한 회사의 목표가 사람을 행복하게 만드는 것이었으면 하고, 또한 오디뮤지컬컴퍼니를 다양한 문화 영역을 아우르는 종합 엔터테인먼트사로 성장시키고 싶어요. 



李대통령 “한·칠레 FTA 2단계로 협력 강화” 양국 간 FTA 2단계로 심화·확대 합의

한국과 칠레가 양국 간 FTA를 신재생에너지, 환경, 광물자원 개발, 인프라, 교육·문화 교류 등으로 심화·확대하기로 합의했다. 이명박 대통령과 세바스티안 피네라 칠레 대통령은 6월 22일(현지시각) 산티아고 대통령궁에서 정상회담을 갖고 이같이 의견을 모았다. 이 대통령의 칠레 방문은 2004년 노무현 전 대통령 방문 이후 한국 정상으로 8년 만이다.

두 정상은 회담에서 2004년 양국 간 FTA 발효 이후 교역이 4.6배 성장하는 등 성공적으로 운영되고 있음을 긍정적으로 평가했다. 특히 두 정상은 최근 칠레를 비롯한 중남미 4개국이 결성한 ‘태평양 동맹’과 우리와의 협력을 적극 추진함으로써 양대륙 간 가교 역할을 위한 파트너십을 강화하자는 데 공감했다.

이 대통령은 회담을 마친 뒤 기자회견에서 “우리는 이제 2단계를 통해 교육과 문화, 광산, 신재생에너지 분야 등으로 칠레와 협력을 확대할 필요가 있다”고 말했다. 피네라 대통령은 “교육, 신재생에너지, 과학기술 분야에서 한국과 협력을 강화하기를 희망한다”고 밝혔다.

한국과 칠레는 2004년 FTA를 체결하는 등 전통 우방의 유대를 발전시켜왔다. 두 정상은 이어 ‘해양에너지 발전 협력에 관한 공동합의문’과 ‘그린에너지 기술 공동 연구개발(R&D) 협력 공동합의문’, ‘광해방지 사업에 관한 공동선언문’ 등 양국 간 협정 서명식에 참석했다.

한·미 FTA 100일 평가

대미(對美) 수출기업 73%, 국민 67% ‘긍정적’

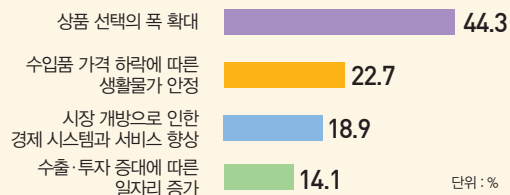
발효 100일을 맞은 한·미 FTA에 대해 대다수의 대미 수출기업과 국민들이 긍정적인 평가를 내리고 있는 것으로 나타났다.

대한상공회의소(회장 손경식)가 최근 대미 수출기업 400개사와 국민 500명을 대상으로 ‘한·미 FTA 3개월, 효과와 활용애로’를 조사한 결과에 따르면, 한·미 FTA의 영향에 대해 기업의 72.6%가 ‘기업 경영에 긍정적 영향을 주고 있다’고 답했고, 국민의 66.8%가 ‘경제 발전에 긍정적 영향을 주고 있다’고 답했다.

한·미 FTA 발효로 인한 혜택을 묻는 질문에 기업들은 ‘수출 상담 증가(59.1%)’, ‘수출 주문 증가(5.5%)’ 등을 꼽았다. 미국시장 진출을 확대했거나 확대를 추진 중인지를 묻는 질문에 대해서는 43.8%의 기업만 ‘그렇다’고 응답해 ‘미국 시장 진출계획이 없다’는 응답(56.2%)보다 적었다. 특히 중소기업에게 FTA 활용과 관련한 애로를 묻은 결과, ‘원산지 증명 및 관리가 어려움(71.5%)’이라는 응답이 가장 많았고, 이어 ‘미국시장 진출 노하우와 네트워크 부족(52.4%)’, ‘미국시장 진출 소요자금과 전문인력 부족(48.6%)’, ‘미국 측 바이어가 수입 확대에 소극적(32.9%)’ 등의 답변이 뒤를 이었다.

한편 이번 조사에 응답한 국민들은 한·미 FTA의 주요 혜택으로 ‘상품 선택의 폭 확대(44.3%)’, ‘수입품 가격 하락에 따른 생활물가 안정(22.7%)’, ‘개방 확대에 따른 경제 시스템과 서비스 향상(18.9%)’, ‘수출·투자 증대에 따른 일자리 증가(14.1%)’ 등을 차례로 들었다.

국민이 생각하는 FTA 혜택



제10차 FTA 활용지원 정책협의회 개최 ‘원산지 확인서 및 관리시스템 개선방안’ 논의

지난 6월 20일 KOTRA에서 김동연 기획재정부 제2차관 주재로 ‘제10차 FTA 활용지원 정책협의회’가 개최됐다. 이번 회의는 한·미 FTA 발효 후 100일을 맞아 ‘원산지 확인서 및 관리시스템 개선방안’과 ‘FTA 활용 컨설팅·마케팅 성과 및 우수사례’를 논의하는 자리였다.

먼저 원산지 확인서와 관련해서는 유통 활성화를 위한 인센티브 부여와 제3자 인증제도, ERP 시스템과 원산지 관리 시스템 간의 연계 지원방안 등을 검토했다. 이에 따라 원산지 확인서 발급 기업에 대한 조세감면 확대, ‘확인서 발급 우수기업’에 대한 관세조사 완화, 수출 마케팅·컨설팅 등 지원이 이뤄질 예정이다.

조세감면 확대 추진책도 논의됐다. 관련 확인서 발급 기업에 대한 세액공제(현행 연간 30만 원) 한도 상향을 통해 기업의 적극적인 동참을 유도한다는 계획이다.

이밖에도 ‘확인서 발급 우수기업’을 선정해 수입품에 대한 관세 조사 시 조사 대상 선정비율을 축소하는 혜택(관세청), ‘확인서 발급 우수기업’을 대상으로 수출마케팅 지원, 수출 컨설팅 제공, 정부 R&D 등에 혜택을 부여하는 제도(중기청) 등이 논의됐다.

한·미 FTA 발효 100일을 맞아 FTA 활용 컨설팅·마케팅 성과를 점검하고 우수사례도 발굴하는 데 힘을 쏟기로 했다. 이에 무역협회 내에 민관 합동으로 FTA 무역종합지원센터를 설치하여 원스톱 서비스를 제공한다는 방침이다.

주요 성과의 경우 통합정보 제공 사이트를 구축해 FTA 활용 정보를 제공하고, 업종별·지역별 FTA 활용지원 및 맞춤형 상담·현장 컨설팅 등도 수행할 계획이다. 또 해외 바이어들이 수입선을 다른 나라에서 한국으로 전환한 사례 등 FTA 마케팅과 협력 사례를 제시해 활용토록 할 예정이다.

한국 10번째 FTA

한·콜롬비아 FTA 타결... 중남미 세 번째

한국과 콜롬비아 간 FTA 협상이 6월 25일 타결됐다. 한·콜롬비아 FTA는 정식 서명과 국회 비준 등을 거쳐 이르면 올해 말 발효될 전망이다.

이명박 대통령의 중남미 순방을 수행 중인 박태호 통상교섭본부장은 이날 콜롬비아 수도 보고타의 대통령궁에서 세르히오 디아스 그라나도스 콜롬비아 통상산업관광 장관과 함께 양국 정상에 지켜보는 가운데 FTA 협상 타결을 선언하고, 공동선언문에 서명했다. 이로써 2009년 12월부터 지난 2년 반 동안 벌여온 한·콜롬비아 FTA 협상이 완전히 마무리됐다. 한·콜롬비아 FTA는 우리나라의 열 번째, 중남미 국가와는 칠레 페루에 이어 세 번째 FTA다.

두 나라는 협정 발효 후 10년 이내에 사실상 모든 품목(한국 교역 품목의 96.1%, 콜롬비아 교역 품목의 96.7%)에



대해 관세를 철폐하기로 했다. 한국의 주요 수출품인 승용차(관세율 35%)는 10년 안에, 자동차 부품(5~15%)은 즉시 또는 5년 내, 섬유·의류(15~20%)는 즉시 또는 7년 내에 관세가 사라진다.

우리나라의 민감 품목인 쌀은 협정 대상에서 아예 제외됐다. 콜롬비아산 고추, 마늘, 양파, 인삼, 명태, 민어 등 153개 품목도 관세 철폐 대상에서 빠졌다. 대신 콜롬비아산 커피(2~8%)는 즉시 또는 3년 내, 꽃(25%)은 3~7년 내 관세를 없애기로 했다.

누가누가 잘했나

올해 FTA 체결국 교역량 랭킹5

글 장진원 기자 사진 한국경제신문

FTA, 교역량 확대에 견인차 역할


FTA 체결은 우리나라 교역 규모 확대에 커다란 견인차 역할을 하고 있다. 실제로 발효 100일을 맞은 한·미 FTA와 1주년을 맞은 한·EU FTA 모두 양국간 무역 규모가 큰 폭으로 증가하고 있다. 관세청에 따르면 우리나라와 발효된 FTA 상대국과의 교역량은 2012년 5월 현재 1,701억3,232만 달러에 달하고 있다.

우리나라는 2004년 칠레를 시작으로 싱가포르, EFTA, 아세안, EU, 페루, 인도, 미국 등 전 세계 45개국과 FTA를 체결했다. 현재 한국과 교역 규모가 가장 큰 FTA 체결국은 동남아시아 10개 국가연합인 아세안이다. 올 1분기 무역수지 랭킹에서 약 49억 달러로 1위를 차지했으며, 5월 현재 아세안과의 교역량은 531억5,088만 달러로 FTA 체결국 중 1위를 기록했다.

FTA 체결국 중 교역량 2위는 미국이 차지했으며, 미국은 5월 현재 453억2,529만 달러를 기록 중이다. 특히 미국은 FTA 발효가 교역량 증가에 큰 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 한·미 FTA 발효 후 100일간의 성과를 보면 한국의 대 세계 수출이 2.5% 감소한 데 비해 대미 수출은 8.4% 증가한 것. 특히 자동차부품 등 FTA 특혜 관세혜택 품목의 수출이 큰 폭으로 증가했다.



미국에 이어 3위는 EU가 차지했다. EU는 5월 현재 423억866만 달러의 교역량을 기록 중이다. 혹독한 경기 침체에도 불구하고 EU와의 교역량이 미국과 근소한 차이인 것 역시 FTA 효과로 들 수 있다. 특히 전체적인 수출 감소세에도 불구하고 한·EU FTA 발효 이후 약 1년간 자동차, 자동차부품, 석유제품 등의 관세혜택 품목은 각각 38%, 15.8%, 23.9%의 수출증가율을 보이며 18억불의 무역수지 흑자를 기록했다. 이는 유럽의 재정위기와 세계적인 경기 침체로 교역 규모가 줄고 있는 가운데 거둔 성과여서 의미가 더 깊다.

4위는 싱가포르로, 교역량 규모는 5월 현재 131억6,240만 달러이다. 5위는 인도가 차지했다. 5월 현재 교역량 규모는 80억3,729만 달러이다. 그 뒤를 칠레(31억7,615만 달러), 페루(13억2,103만 달러)가 잇고 있다. 

FTA 체결국과의 올해 교역량 랭킹5

랭킹	FTA 체결국	교역량
1위	 아세안	53,150,883
2위	 미국	45,325,294
3위	 EU	42,308,660
4위	 싱가포르	13,162,400
5위	 인도	8,037,295

(단위 : 천 달러 / 자료 : 관세청)

용어 설명

EFTA 'European Free Trade Association(유럽자유무역연합)'의 약자. 1960년 1월 4일 창설된 기구로, 서유럽 국가 중 EU에 참여하지 않은 스위스·노르웨이·아이슬란드·리히텐슈타인 등 4개국을 가리킨다. 인구 규모는 작지만 1인당 국민소득이 세계 최고 수준인 전형적인 강소국 협력체다.

에너지 절약 신공으로 여름을 이기자!



더 많은 에너지 절약
신공이 궁금하시다면



스마트한 에너지 생활! 우리 함께 실천해봐요

꿈지락도사 이와수



에어컨대신 부채와 찬물등목의 친환경 여름나기~



에너지인 장재인

빨래는 모아서 한 번에

우수절전사원 정혜진



피크타임 전기사용을 줄이고, 실내온도는 26도로!



약광 강광

에어컨 대신 선풍기

여름철 실내냉방은 26도로!
오후 2시~5시는 피크타임 절전!

검색창에 을 입력하세요



지식경제부
Ministry of Knowledge Economy



에너지관리공단
KORER ENERGY MANAGEMENT CORPORATION

2012 하계절전 시민단체 공동캠페인 협의회



넓어진 세계시장, FTA 활용으로 풀겠습니다!



FTA무역종합지원센터

● 정보제공

- FTA 활용정보 통합 제공
- 해외 전문가 초청 FTA 활용 비즈니스전략 정보 제공
- 해외진출 및 투자 유치

● 교육 및 홍보

- FTA 실무교육 제공
- 대기업 협력업체 맞춤형 교육프로그램 개발 운영
- 회사별 원산지관리시스템 Edu-sulting (교육+컨설팅)

● 애로해소

- FTA 활용 애로사항 해소 및 정책 건의
- 협정문 및 이행 관련법령 유권해석 지원
- FTA 원산지 증명서 증빙서류의 간소화 및 표준화

● 컨설팅

- FTA 활용 비즈니스 모델 컨설팅
- HS 품목분류, 인증수출자, 원산지증명 관련 컨설팅
- FTA 원산지관리시스템 구축, 사후검증 대응 컨설팅

전국 어디서나 FTA 활용지원 OK!

T. 1566-5114 / okfta.or.kr



한국무역협회